საიდ. №62764/03
IR1076327

გ ა დ ა წ ყ ვ ე ტ ი ლ ე ბ ა № 67-03/12

საქართველოს ინტელექტუალური საკუთრების ეროვნული ცენტრის „საქპატენტის" სააპელაციო პალატის კოლეგიამ შემდეგი შემადგენლობით: ე. ეგუტია (თავმჯდომარე), ი. გიქორაშვილი, თ. ჯაფარიძე, ქ. კილაძის მდივნობით განიხილა კომპანიის „ვულფ ოილ კორპორეიშენ" („WOLF OIL CORPORATION") (ბელგია) სააპელაციო საჩივარი, რომლითაც მოითხოვება საქპატენტის სასაქონლო ნიშნებისა და გეოგრაფიული აღნიშვნების დეპარტამენტის უფროსის მოვალეობის შემსრულებლის 2012 წლის 13 მარტის №432/03 ბრძანების ბათილად ცნობა, რომლითაც კომპანია უაბ „სკტ ლუბრიკანტს" (ლიტვა) სახელზე დარეგისტრირდა სასაქონლო ნიშანი „CHEMPIOIL" (კლასები: 1-ლი, მე-3, მე-4).

კოლეგიამ განიხილა სააპელაციო საჩივარი, ექსპერტიზის მასალები და მოისმინა რა მხარის ახსნა-განმარტებები

გ ა მ ო ა რ კ ვ ი ა :

აპელანტი კომპანიის წარმომადგენელი გიორგი თაქთაქიშვილი არ ეთანხმება ექსპერტიზის გადაწყვეტილებას შემდეგ გარემოებათა გამო:

2012 წლის 29 თებერვალს, საქპატენტის ექსპერტიზამ გამოიტანა დადებითი

გადაწყვეტილება სასაქონლო ნიშნის „CHEMPIOIL” (IR1076327) საქართველოში დაცვის მინიჭების შესახებ საქონლისა და მომსახურეობის საერთაშორისო კლასიფიკაციის 1–ლი, მე–3 და მე–4 კლასების საქონლის ჩამონათვლისათვის.

აპელანტი მიიჩნევს, რომ აღნიშნული გადაწყვეტილება უნდა გაუქმდეს და ზემოაღნიშნულ სასაქონლო ნიშანს არ უნდა მიენიჭოს დაცვა საქართველოში გაცხადებული საქონლის სრული ჩამონათვლის მიმართ, რადგან იგი აღრევამდე მსგავსია კომპანია „ვულფ ოილ კორპორეიშენ”–ის სახელზე საქართველოში მადრიდის შეთანხმების ოქმით დაცული უფრო ადრინდელი პრიორიტეტის მქონე ნიშნებისა: „CHAMPION” (IR744686) (კლასები: 1-ლი, მე-3, მე-4) და „CHAMPION” (IR1059799) (კლასები: 1-ლი, მე-3, მე-4)., რაც “სასაქონლო ნიშნების შესახებ” საქართველოს კანონის მე–5 მუხლის პირველი პუნქტის „გ” ქვეპუნქტის თანახმად, წარმოადგენს სასაქონლო ნიშნის დაცვაზე უარის თქმის საფუძველს.

აპელანტის განმარტებით, კომპანია „ვულფ ოილ კორპორეიშენ”–ი („WOLF OIL CORPORATION naamloze vennootschap”) წარმოადგენს საწვავ-საპოხი მასალის მწარმოებელ წამყვან ბელგიურ კომპანიას და დაარსების დღიდან (1955წ.) იქცა მრეწველობის ამ სექტორის ყველაზე მძლავრ და გავლენიან საწარმოდ. კომპანიის კლიენტები არიან ავტომშენებელი და ავტოსარემონტო კომპანიები, ასევე, მსოფლიოში ცნობილი ბრენდებით „WOLF” და „CHAMPION” ნიშანდებული საქონელი გავრცელებულია სადისტრიბუციო და საცალო ვაჭრობის ქსელში. კომპანიის ყველა ნაწარმს აქვს ხარისხის სერთიფიკატები და შეესაბამება EN ISO 2001-2008 სტანდარტის მოთხოვნებს. კომპანიის („WOLF OIL CORPORATION naamloze vennootschap”) ნაწარმის აქტიურ მომხმარებლებს წარმოადგენენ ისეთი მსხვილი ავტომწარმოებლები, როგორიცაა: „GENERAL MOTORS”, „MERCEDES BENZ”, „OPEL” და სხვა. სტაბილურად მაღალი ხარისხის და ეფექტურობის, აგრეთვე, ფართო მასშტაბიანი სარეკლამო პროექტების გამო კომპანიის პროდუქცია ფართოდაა ცნობილი და მომხმარებლებში სარგებლობს კარგი რეპუტაციით.

დაპირისპირებულ ნიშნებს შორის მსგავსების დასადგენად საჭიროა ჩატარდეს მათი შედარებითი ანალიზი:

1. კომპანიის „WOLF OIL CORPORATION”-ის კუთვნილი ნიშნები „CHAMPION” და „CHAMPION” კომბინირებულია და წარმოადგენენ წითელი ოთხკუთხედის ფონზე მთავრული ლათინური ასოებით შესრულებულ სიტყვას „CHAMPION”. ამასთანავე, სიტყვიერი ელემენტები წარმოადგენენ ნიშნების დომინანტ ელემენტებს. განცხადებული ნიშანი სიტყვიერია და შესრულებულია

შავ-თეთრი მთავრული ლათინური ასოებით. მეთოდური რეკომენდაციების (ნ.პ. გრეშნიოვა, ვ.ვ. ორლოვი, მოსკოვი, 1999წ, შემდგომში-რეკომენდაციები): „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 „CHAMPION" და „CHAMPIOIL", რის გამოც ნიშნების მსგავსების დადგენისას განმსაზღვრელია მითითებული ნიშნების მსგავსება.

აღნიშვნების მსგავსების საერთო კრიტერიუმების თანახმად, სასაქონლო ნიშნების მსგავსება შეიძლება იყოს ბგერითი (ფონეტიკური), ვიზუალური (გრაფიკული) და შინაარსობრივი (სემანტიკური).

1.1 ნიშნების აღრევამდე მსგავსების ძირითადი ფაქტორია, უპირველეს ყოვლისა, მათი ფონეტიკური მსგავსება. ამ დროს მხედველობაში მიიღება რიგი კრიტერიუმები, კერძოდ: სიტყვის სიგრძე, თანხვედრილი მარცვლების რაოდენობა და შემადგენლობა, მახლობელი ბგერების და ბგერათშეთანხმების ერთმანეთის მიმართ განლაგება, ხმოვნებისა და თანხმოვნების სიახლოვე, მახვილი და ა.შ. ვინაიდან ყველა აღნიშვნა შესრულებულია ლათინური ანბანით, აღნიშვნების ტრანსკრიფციას განვიხილავთ ინგლისური ენის წაკითხვის წესის შესაბამისად.

აპელანტის აზრით აშკარაა, რომ ორივე ნიშნის 6 ასო-ბგერა (C,H,M,P,I,O) იდენტურია და ჟღერენ, ასევე, იდენტურად: „ჩემპიო-ნ" და „ჩემპიო-ილ". პრაქტიკულად, ორივე აღნიშვნას აქვს ხმოვნებისა და თანხმოვნების ერთნაირი შემადგენლობა და ორივე აღნიშვნაში მახვილი მოდის ასოზე „ო". ის ფაქტი, რომ პირველი აღნიშვნა სამმარცვლიანია, ხოლო მეორე – ორმარცვლიანი და ბოლო ასოები განსხვავებულია ვერ ანიჭებს ნიშნებს ისეთ განმასხვავებლობას, რომ გადაიფაროს დიდი რაოდენობით (6) თანხვედრილი ბგერის ჟღერადობა, მით უმეტეს, რომ განსხვავებული ჟღერადობა აქვს აღნიშვნების ბოლო ნაწილს, ხოლო, როგორც ცნობილია, სიტყვიერი აღნიშვნების ჟღერადობის შეფასებისას მეტი დატვირთვა მოდის პირველ ნაწილზე, ვინაიდან სიტყვის ბოლო ნაწილი ბევრად უფრო ყრუდ ჟღერს. ყოველივე ზემოთქმული წარმოადგენს იმ ფაქტის დადასტურებას, რომ დაპირისპირებული აღნიშვნები ფონეტიკური თვალსაზრისით აღრევამდე მსგავსია.

1.2 ვიზუალური მსგავსების შეფასებისას საწყის ფაქტორებად მიიჩნევა:

-საერთო მხედველობოთი შთაბეჭდილება;

-შრიფტის სახეობა (შრიფტის ზომა, მისი სიმაღლე);

-გრაფიკული დამწერლობა ასოების ხასიათის გათვალისწინებით;

-ასოების ურთიერთგანლაგება;

-ანბანი, რომლითაც შესრულებულია სიტყვა;

-ფერთა გამა.

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 ვიხელმძღვანელოთ პირველი შთაბეჭდილებით".

იმის გამო, რომ ორივე აღნიშვნა შესრულებულია მთავრული ლათინური ანბანით: „CHAMPION" და „CHEMPIOIL", 6 ასო განლაგებულია ერთნაირ პოზიციაში და ერთმანეთს თანხვდება, აპელანტი თვლის, რომ სახეზეა მსგავსების ყველა ზემოჩამოთვლილი ნიშანი, გარდა ფერთა გამისა, რაც არ არის ისეთი ძლიერი ფაქტორი, რომ შეასუსტოს ნიშნებს შორის არსებული ძლიერი ვიზუალური მსგავსება.

1.2 აღნიშვნების სემანტიკური ანალიზისას მხედველობაშია მისაღები ნიშნის CHAMPION მნიშვნელობა:

-გამარჯვებული, დამცველი, მომხრე, მებრძოლი, პირველი პრიზის მფლობელი;

-რეკორდსმენი, ლიდერი, ოსტატი, გაბედული მეომარი;

-პირველი შეჯიბრებაში მონაწილეთა შორის, უმაღლესი კლასის, შესანიშნავი.

ვინაიდან ეს ნიშანი გამოიყენება საწვავ-საზეთი ნივთიერებების მარკირებისთვის, ხდება მისი მნიშვნელობის ინტერპრეტირება როგორც საუკეთესო ხარისხისა და ლიდერი პროდუქციის შინაარსის მქონედ, კერძოდ, კომპანიის „WOLF OIL CORPORATION" გამოშვებული მაღალი ხარისხის საწვავ-საზეთი ნივთიერებები.

დაპირისპირებულ აღნიშვნას „CHEMPIOIL" არ გააჩნია შინაარსობრივი დატვირთვა და ამრიგად, არ წარმოადგენს ლექსიკურ ერთეულს, მაგრამ დაპირისპირებულ აღნიშვნასთან „CHAMPION" დიდი ფონეტიკური მსგავსების გამო

შეიძლება მომხმარებლის მიერ აღქმული იქნას როგორც სიტყვიდან „CHAMPION“ ნაწარმოები და ინგლისურ სიტყვასთან „oil” – „ზეთი, ნავთობი, საზეთი ნივთიერება, ნავთობპროდუქტი” ერთად შექმნას მაღალი ხარისხის საწვავ საზეთი ნივთიერებების სემანტიკური სახე, რომელიც აღრევამდე მსგავსი იქნება აღნიშვნის „CHAMPION“ სემანტიკური მნიშვნელობისა.

გარდა ამისა, განცხადებული აღნიშვნის გამოყენებისას მომხმარებელმა შეიძლება დაასკვნას, რომ „CHEMPIOIL“ წარმოადგენს წარმოებულ სიტყვას ბრენდიდან „CHAMPION+OIL“, მით უმეტეს, რომ სიტყვა „OIL“ შედის კომპანიის „WOLF OIL CORPORATION“ საფირმო დასახელებაში, რომელიც წარმოადგენს ნიშნის „CHAMPION“ მფლობელს. ამრიგად, შედარებულ ნიშნებს გააჩნიათ მაღალი ხარისხის სემანტიკური მსგავსება, რაც ასევე განაპირობებს ნიშნების ინტელექტუალური თვისების მსგავსებას და ხელს უწყობს მომხმარებლის მიერ ნიშნების აღრევას.

გასათვალისწინებელია „მსოფლიო ინტელექტუალური საკუთრების მსოფლიო ორგანიზაციის 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“.

„ძირითადი თავსართები, როგორც წესი, უფრო მნიშვნელოვანია, ვიდრე საერთო სუფიქსები; თუ ორი აღნიშვნა ძალიან მსგავსია ან იდენტურია სიტყვის დასაწყისში, მათი აღრევის ალბათობა უფრო მაღალია, ვიდრე იმ შემთხვევაში, როდესაც მსგავსია სიტყვის ბოლო ნაწილი”.

აღნიშვნების „CHAMPION“ და „CHEMPIOIL“ ანალიზმა დაადასტურა სიტყვიერი ელემენტების დომინირებული ნაწილების მსგავსება. ზემოთქმულის გათვალისწინებით, აპელანტი თვლის, რომ შედარებული ნიშნები აღრევამდე მსგავსია, რაც პირველ რიგში, განპირობებულია მათი ფონეტიკური და სემანტიკური მსგავსებით, რაც წარმოადგენს აღნიშვნების მსგავსების დადგენის ძირითად ფაქტორს.

ამრიგად, სასაქონლო ნიშანი „CHEMPIOIL“ „სასაქონლო ნიშნების შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის „გ“ პუნქტის თანახმად არ წარმოადგენს

სასაქონლო ნიშნად დაცვად აღნიშვნას საქართველოს ტერიტორიაზე ყველა განცხადებული საქონლისთვის.

2. დაპირისპირებული აღნიშვნებით მარკირებულია ერთგვაროვანი საქონელი.

საქონლის ერთგვაროვნების დადგენისას განისაზღვრება მომხმარებელში ამ საქონლის ერთი და იგივე მწარმოებლისთვის მიკუთვნების წარმოდგენის შექმნის პრინციპული შესაძლებლობა. საქონლის ერთგვაროვნების დადგენისას შეიძლება მხედველობაში მივიღოთ საქონლის სახეობა, მისი სამომხმარებლო თვისებები, დანიშნულება, იმ მასალის სახე, რომლისგანაც იგი დამზადდა, საქონლის ურთიერთდამატება ან ურთიერთშემცვლელობა, მათი რეალიზაციის პირობები, მომხმარებელთა წრე და ა.შ.

აპელანტი ასევე აღნიშნავს, რომ 1-ლი, მე-3 და მე-4 კლასების საქონლის ჩამონათვალი, რომლისთვისაც საქართველოში დაცულია ნიშანი „CHAMPION“ და განცხადებული ნიშნით „CHEMPIOIL“ დაცული იმავე კლასების საქონლის ჩამონათვალი არამარტო ერთგვაროვანია, არამედ ზოგიერთი საქონელი იდენტურიცაა, შესაბამისად აღნიშნულ საქონელს აქვს ერთნაირი დანიშნულება, გავრცელების გზები და მომხმარებელთა წრე.

დაპირისპირებული ნიშნებით მონიშნული საქონლის შედარებისას ერთგვაროვნების საერთო კრიტერიუმების თანახმად აშკარა ხდება საქონლის ერთგვაროვნება, რაც, თავის მხრივ, შესაძლებელს ხდის ბაზარზე ნიშნების აღრევას.

ზემოაღნიშნულის გათვალისწინებით, აპელანტი მიიჩნევს, რომ ნიშანი „CHEMPIOIL“ (IR 1076327) არ ექვემდებარება საქართველოში დაცვას „სასაქონლო ნიშნების შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის „გ“ პუნქტის თანახმად.

3. განცხადებულმა ნიშანმა, ასევე, შეიძლება შეცდომაში შეიყვანოს მომხმარებელი საქონლის მწარმოებლის მიმართ.

3.1 სასაქონლო ნიშნების „CHAMPION“ (IR744686) და „CHAMPION“ (IR1059799) მფლობელი კომპანია „WOLF OIL CORPORATION“ წარმოადგენს მსოფლიო ბაზარზე კარგად ცნობილ საწვავ-საზეთი ნივთიერებების, კერძოდ, ავტოზეთების და თანმდევი საქონლის ფართო ასორტიმენტის მწარმოებელს, რომელიც პასუხობს ხარისხის, ფასისა და მომსახურეობის საკითხში მომხმარებლების სხვადასხვაგვარ მოთხოვნებს. კომპანია დაარსდა 1955 წელს და დღეისთვის წარმოადგენს ბენილუქსის ქვეყნებში მსხვილ კორპორაციას 70 000-ტონიანი ყოველწლიური საქონელთბრუნვით. განვითარების პროცესში კომპანია გახდა ერთ-ერთი უმსხვილესი მოცემულ სექტორში.

აპელანტი აღნიშნავს, რომ კომპანიამ „WOLF OIL CORPORATION" ჯერ კიდევ 1970 წელს მოიპოვა უფლება სასაქონლო ნიშანზე „CHAMPION". გარდა ზემოთ მითითებული ნიშნებისა, ინტელექტუალური საკუთრების დაცვის მიზნით კომპანიამ განახორციელა ნიშნის „CHAMPION" დაცვა სხვადასხვა ინტერპრეტაციით როგორც ნაციონალური, ასევე, საერთაშორისო პროცედურით (№№469501, 663507, 663302A) და მიიღო იგი მსოფლიოს მრავალი ქვეყნის ტერიტორიაზე.

დღევანდელ დღეს კომპანიაში მუშაობს 150 სპეციალისტი სასაქონლო ნიშნით „CHAMPION" ნიშანდებული პროდუქციის ფართო ასორტიმენტის დამუშავებაზე და მომხმარებელს სთავაზობს საზეთი ნივთიერებების სრულ სპექტრს, ზამთრისთვის განკუთვნილ ნაწარმს, ავტომანქანების მოვლის საშუალებებს, (პრისადოკ) და საზეთებს, რომლებიც შეესაბამება ბოლო დროის ტექნიკურ მოთხოვნებს და ხარისხის სტანდარტებს. თავისი მაღალი ხარისხის გამო პროდუქცია სასაქონლო ნიშნით „CHAMPION" ასევე მოთხოვნადია საქართველოში.

3.2 სასაქონლო ნიშნის „CHEMPIOIL" (IR1076327) მფლობელი კომპანია UAB „SCT lubricants" წარმოადგენს საწვავ-საზეთი ნივთიერებების მწარმოებელი გერმანული კონცერნის SCT-Vertriebs GmbH ლიტვის ქვეგანყოფილებას. კომპანია მომხმარებელს აწვდის მოტორის ზეთის, საზეთი მასალების, ავტოკოსმეტიკის, ავტომობილების მოვლის საშუალებების, ავტომობილის ფილტრების, მუხრუჭის ხუნდების, ღვედების, ანთების სანთლების, მინის გამწმენდი ჯაგრისების ფართო ასორტიმენტს.

3.3 განცხადებული აღნიშვნა „CHEMPIOIL" გამოიყენება ისე, რომ ქმნის კომპანიის „WOLF OIL CORPORATION" ნაწარმის გარე შეფუთვის იმიტაციას.

ნაწარმის შეფუთვის ეტიკეტების შედარებითი ანალიზისას თვალსაჩინოა ფერადოვნებისა და კომპოზიციური მსგავსების ფაქტი, რაც განაპირობებს მომხმარებლებში კომპანიის „WOLF OIL CORPORATION" და სასაქონლო ნიშნით „CHEMPIOIL" ნიშანდებული ნაწარმის აღრევის შესაძლებლობის მაღალ ალბათობას.

აპელანტის აზრით, თუ მხედველობაში მივიღებთ აღნიშვნების „CHAMPION" და „CHEMPIOIL" აღრევამდე მსგავსებას, მომხმარებლებს შორის აღნიშვნის „CHAMPION" ფართო ცნობილობას, აგრეთვე, დანიშნულების იდენტურობას, მომხმარებელთა წრესა და ნაწარმის გასაღების პირობებს, შეიძლება დავასკვნათ,

რომ აღნიშვნით „CHEMPIOIL” ნიშანდებული 1-ლი, მე-3 და მე-4 კლასების საქონლის ყიდვისას მომხმარებელმა შეიძლება ისინი მიიჩნიოს კომპანიის „WOLF OIL CORPORATION” პროდუქციად.

ყოველივე ზემოთქმული დასტურდება, აგრეთვე, ისმო-ს გამოცემის რეკომენდაციებით: „უმნიშვნელოვანეს მომენტს წარმოადგენს ის, რომ მომხმარებელი არ ადარებს სასაქონლო ნიშნებს პარალელურად; იგი, როგორც წესი, ხვდება დამრღვევ ნიშანს მაღაზიაში, სადაც იგი ვერ ხედავს საქონელს, რომელიც მომხმარებლისთვის 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 გავითვალისწინოთ, 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 ნიშანს და შეთავაზებულ საქონელს, პირველი შთაბეჭდილება, რომელიც მან მიიღო, აღმოჩნდებოდა მცდარი”.

3.4 კომპანიები „WOLF OIL CORPORATION” და „SCT-Vertriebs GmbH”, რომლის ქვეგანყოფილებასაც წარმოადგენს განმცხადებელი UAB„SCT lubricants”, იყვნენ პარტნიორები და ერთობლივად აწარმოებდნენ პროდუქციას, მათ შორის, აღნიშვნით „CHAMPION” ნიშანდებულ ნაწარმს. მაგრამ, ერთობლივი მუშაობის დასრულების შემდეგ კომპანია „SCT-Vertriebs GmbH” და ის კომპანიები, რომლებიც დაკავშირებული იყვნენ მის საქმიანობასთან დღეისთვის ახორციელებენ ქმედებებს, რომლებიც შეიძლება შეფასდეს როგორც კომპანიის „WOLF OIL CORPORATION” იმიჯისა და მაღალი რეპუტაციის არაკეთილსინდისიერი გამოყენება, რაც გამოიხატება კომპანიის „WOLF OIL CORPORATION” კუთვნილი ცნობილი ბრენდების იმიტაციასა და კომპანიის „WOLF OIL CORPORATION” კუთვნილი შეფუთვის გამოყენებაში, რაც კიდევ ერთხელ ადასტურებს, რომ კომპანიის „WOLF OIL CORPORATION” კუთვნილი ნიშნების აღრევამდე მსგავსი ნიშნის რეგისტრაცია ერთგვაროვანი საქონლისა და მომსახურებისათვის ხელს უწყობს მომხმარებელში მცდარი შთაბეჭდილების შექმნას ზემოთ მითითებული საქონლის ხარისხსა და მწარმოებელზე.

აპელანტის მოსაზრებით, აღნიშვნა „CHEMPIOIL” (IR1076327) განხილულ უნდა

იქნეს როგორც საქონლის მწარმოებლის მიმართ მომხმარებლის შეცდომაში შემყვანი, და შედეგად განცხადებული სასაქონლო ნიშნის დაუსაბუთებელმა გამოყენებამ შეიძლება განმცხადებელს მოუტანოს უკანონო სარგებელი ბრენდის „CHAMPION" ცნობილობის გამო და ზიანი მიაყენოს კომპანიას „WOLF OIL CORPORATION".

ზემოთ თქმულის საფუძველზე სასაქონლო ნიშანი „CHEMPIOIL" (IR1076327) „სასაქონლო ნიშნების შესახებ" საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის „გ" პუნქტის თანახმად არ აკმაყოფილებს სამართლებრივი დაცვის მოთხოვნის პირობებს და მას არ შეიძლება მიენიჭოს დაცვა საქართველოს ტერიტორიაზე.

4. ზემოაღნიშნულის გათვალისწინებით, აპელანტი ითხოვს, რომ სასაქონლო ნიშანს „CHEMPIOIL" (IR1076327) არ მიენიჭოს სამართლებრივი დაცვა კომპანიის UAB „SCT Lubricants" სახელზე 1-ლი, მე-3 და მე-4 კლასების განცხადებული საქონლისთვის.

ინტელექტუალური საკუთრების მსოფლიო ორგანიზაციაში შეტყობინების დადგენილი წესით გაგზავნის მიუხედავად, ზეპირ მოსმენას არ ესწრებოდა კომპანია UAB „SCT Lubricants" წარმომადგენელი.

კოლეგიამ განიხილა აპელანტის არგუმენტაცია და მიიჩნია, რომ სააპელაციო საჩივარი არ უნდა დაკმაყოფილდეს და ძალაში უნდა დარჩეს საქპატენტის სასაქონლო ნიშნების და გეოგრაფიული აღნიშვნების დეპარტამენტის უფროსის მოვალეობის შემსრულებლის 2012 წლის 13 მარტის №432/03 ბრძანება შემდეგ გარემოებათა გამო:

სააპელაციო პალატის კოლეგია მიიჩნევს, რომ განცხადებული და დაპირისპირებული ნიშნები განსხვავდებიან როგორც ვიზუალურად და ფონეტიკურად ისე სემანტიკურად.

განცხადებული ნიშანი „CHEMPIOIL" შედგება ლათინური ანბანის ცხრა ასოსგან, ხოლო დაპირისპირებული ნიშნები „CHAMPION" შედგება რვა ლათინური ასოსგან. ისინი ერთმანეთისაგან განსხვავდებიან როგორც ვიზუალურად ასევე სემანტიკურად და ფონეტიკურად. განცხადებული ნიშანი წარმოადგენს სიტყვიერ ნიშანს, ფიგურული ელემენტების გარეშე, ხოლო რაც შეეხება აპელანტის კუთვნილ ნიშნებს ორივე ნიშანი ჩაწერილია წითელი ფერის კვადრატში. განსხვავებულია დაპირისპირებული ნიშნების მესამე ასოები „E" და

„A”, ასევე განსხვავებულია ნიშნების ბოლოსართები „PIOIL” და „PION”, რაც ნიშნებს საკმაო განმასხვავებლობას ანიჭებს. ამდენად, კოლეგია მიიჩნევს, რომ ვიზუალური თვალსაზრისით განცხადებული და აპელანტის კუთვნილი ნიშნები განსხვავდებიან ერთმანეთისაგან ვიზუალურად.

ნიშნები ასევე განსხვავებულია ფონეტიკურად, რადგან განცხადებული ნიშანი გამოითქმის როგორც „ჩემპიოილ”, ხოლო აპელანტის კუთვნილი ნიშნები კი როგორც „ჩემპიონ”.

რაც შეეხება ნიშნების სემანტიკას, კოლეგია მიიჩნევს, რომ აპელანტის კუთვნილ ნიშნებს გააჩნიათ შინაარსობრივი დატვირთვა. ისინი აღნიშნავენ „ჩემპიონს”, „პირველს”. კოლეგია არ დაეთანხმა აპელანტის პოზიციას იმასთან დაკავშირბით, რომ მომხმარებლის მიერ განცხადებული ნიშანი „CHEMPIOIL” შეიძლება აღქმულ იქნეს, სიტყვიდან „CHAMPION“ ნაწარმოებ აღნიშვნად, ხოლო სიტვყა „OIL” –თან კომბინაციაში იგი იძენს სემანტიკურ დატვირთვას და მიანიშნებს „ჩემპიონს ზეთებში” ან ჩემპიონს ზეთების წარმოებაში და აქედან გამომდინარე იძენს აპელანტის კუთვნილი ნიშნების „CHAMPION“ მსგავს სემანტიკურ მნიშვნელობას. კოლეგია თვლის, რომ განცხადებულ ნიშანს არ გააჩნია არანაირი სემანტიკური დატვირთვა და არც რაიმე კომბინაციით არ შეიძლება მას მიენიჭოს სემანტიკა. განცხადებული ნიშანი ფანტაზიური სიტყვაა და შესაბამისად სემანტიკური დატვირთვის მქონე ნიშნებთან არანაირი საერთო არ გააჩნია. ამდენად, კოლეგია თვლის, რომ სახეზეა განცხადებულ და აპელანტის კუთვნილ ნიშნებს შორის არსებული, როგორც ვიზუალური და ფონეტიკური, ასევე სემანტიკური განსხვავებები.

ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, სააპელაციო პალატა მიიჩნევს, რომ არ არსებობს „სასაქონლო ნიშნების შესახებ” საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის პირველი პუნქტის „გ” ქვეპუნქტით დადგენილი სასაქონლო ნიშნის რეგისტრაციაზე უარის თქმის საფუძველი და ამდენად მიიჩნევს, რომ ძალაში უნდა დარჩეს საქპატენტის სასაქონლო ნიშნების და გეოგრაფიული აღნიშვნების დეპარტამენტის უფროსის მოვალეობის შემსრულებლის 2012 წლის 13 მარტის №432/03 ბრძანება.

სააპელაციო პალატის კოლეგიამ გაითვალისწინა ზემოაღნიშნული გარემოებანი და 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 წ ყ ვ ი ტ ა :

1. კომპანიის „ვულფ ოილ კორპორეიშენ” („WOLF OIL CORPORATION”) სააპელაციო საჩივარი არ დაკმაყოფილდეს.
2. ძალაში დარჩეს საქპატენტის სასაქონლო ნიშნებისა და გეოგრაფიული აღნიშვნების დეპარტამენტის უფროსის მოვალეობის შემსრულებლის 2012 წლის 13 მარტის №432/03 ბრძანება.
3. წინამდებარე გადაწყვეტილება შეიძლება გასაჩივრდეს თბილისის საქალაქო სასამართლოს ადმინისტრაციულ საქმეთა კოლეგიაში (მისამართი: თბილისი, აღმაშენებლის ხეივანი მე-12 კმ. №6.) გადაწყვეტილების გაცნობის დღიდან ერთი თვის ვადაში.

კოლეგიის თავმჯდომარე:	ე. ეგუტია
წევრები:	ი. გიქორაშვილი
	თ. ჯაფარიძე