

საიდ. №70165/03

გ ა დ ა წ ე ვ ე ტ ი ლ ე ბ ა № 80-03/13

საქართველოს ინტელექტუალური საკუთრების ეროვნული ცენტრის „საქპატენტის“ სააპელაციო პალატის კოლეგიამ შემდეგი შემადგენლობით: ი. გიქორაშვილი (თავმჯდომარე), დ. ჭიჭინაძე, ქ. ურიდია, ქ. კილაძის მდივნობით განიხილა სააქციო საზოგადოება „სადაზღვევო კომპანია აღდაგი ბისიი“-ს (საქართველო) სააპელაციო საჩივარი, რომლითაც მოითხოვება საქპატენტის სასაქონლო ნიშნებისა და გეოგრაფიული აღნიშვნების დეპარტამენტის უფროსის 2013 წლის 15 იანვრის №14/03 ბრძანების ბათილად ცნობა, იმ ნაწილში, რომლითაც განცხადებულ ნიშანს უარი ეთქვა 36-ე კლასის მიმართ რეგისტრაციაზე. აღნიშნულ ბრძანებაზე თანდართული ექსპერტიზის დასკვნის თანახმად სარეგისტრაციოდ წარმოდგენილი სასაქონლო ნიშანი „იმედი L სს „საერთაშორისო სადაზღვევო კომპანია იმედი ელ ინვეტერნიშენალი“ მსგავსია ფიზიკური პირის დავით ბერიძის სახელზე საქპატენტში რეგისტრირებული ნიშნისა „იმედი IMEDI“ (რეგ. №22683, რეგ. თარიღი 28.06.12.წ.) 36-ე კლასის მომსახურებისათვის. განცხადებულ ნიშანში სიტყვიერი აღნიშვნა „იმედი“ ემთხვევა დაპირისპირებულ ნიშანს და ქმნის ნიშნებს შორის აღრევისა და შესაბამისად, მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანის შესაძლებლობას. აქედან გამომდინარე,

„სასაქონლო ნიშნების შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის „გ“ ქვეპუნქტის თანახმად სასაქონლო ნიშანს ნაწილობრივ ეთქვა უარი რეგისტრაციაზე.

კოლეგიამ განიხილა სააპელაციო საჩივარი, ექსპერტიზის მასალები, წარმოდგენილი დოკუმენტები, კვლევის შედეგები და მოისმინა რა მხარის ახსნა-განმარტებები

გ ა მ ო ა რ კ ვ ი ა :

აპელანტი კომპანიის წარმომადგენელი ნიკოლოზ გოგილიძე არ ეთანხმება აღნიშნულ გადაწყვეტილებას და განმარტავს, რომ მიუხედავად განცხადებულ და დაპირისპირებულ ნიშნებს შორის არსებული გარკვეული ფონეტიკური მსგავსებისა, ნიშნები განსხვავებულია ვიზუალურად იმდენად, რომ ისინი მომხმარებელზე ახდენენ განსხვავებულ საერთო შთაბეჭდილებას, რასაც 1999 წლის 23 აგვისტოს №63 ბრძანებით დამტკიცებული „სასაქონლო ნიშანზე განცხადების წარდგენისა და რეგისტრაციასთან დაკავშირებული პროცედურის შესახებ“ ინსტრუქციის მე-18 მუხლის მე-6 პუნქტის თანახმად გადამწყვეტი მნიშვნელობა ენიჭება სასაქონლო ნიშნების შედარებისას.

კერძოდ, აპელანტის განმარტებით მისი კუთვნილი ნიშანი წარმოდგენს კომბინირებულ სიმბოლოს, რომელშიც სტილიზებული ლათინური შრიფტით შესრულებულია სიტყვიერი აღნიშვნა „იმედი“ რომლის თავზე განთავსებულია, ასევე სტილიზებული ლათინური შრიფტით შესრულებული ასო „L“. აღნიშნულის ქვემოთ შესრულებულია წარწერა JSC „International Insurance Company“ და „IMEDI L ინტერნაციონალ“. რაც შეეხება დაპირისპირებულ სასაქონლო ნიშანს, იგი შესრულებულია ქართული და ლათინური სტანდარტული შრიფტით. შესაბამისად, დაპირისპირებული სასაქონლო ნიშნები ერთმანეთისგან ვიზუალურად სრულიად განსხვავებულია. ნიშნებს შორის ასევე არსებობს საკმარისი ფონეტიკური განსხვავება, რათა არ მოხდეს მათი ერთმანეთში აღრევა. კერძოდ აპელანტის კუთვნილი სასაქონლო ნიშანი ქართულად გამოითქმის როგორც „იმედი ელ“, „იმედი ელ ინტერნეიშენალი“, ხოლო დაპირისპირებული ნიშანი კი როგორც

„იმედი“. ამდენად აპელანტს მიაჩნია, რომ ნიშნების საერთო შთაბეჭდილება განსხვავებულია და არ მოხდება მომხმარებლის მხრიდან მათი ასოცირების შედეგად აღრევა. აღნიშნულის დასტურად აპელანტმა წარმოადგინა კომპანია „ACT“-ს მიერ ჩატარებული სოციოლოგიური კვლევა სასაქონლო ნიშნის „IMEDI L ინტერნაციონალ“ ცნობადობის დასადგენად. აღნიშნული კვლევა ჩატარდა თბილისში, ბათუმსა და ზუგდიდში და გამოიკითხა 1000 ადამიანი, საიდანაც დაპირისპირებული ნიშნების შედარებისას 54%-მა მიიჩნია, რომ ისინი განსხვავებული ნიშნებია, 41%-მა კი დაპირისპირებული ნიშნები მიიჩნია მეტნაკლებად მსგავსად. გარდა ამისა, კითხვაზე – დაპირისპირებული ნიშნებით შეთავაზებული მომსახურება ეკუთვნის ერთი და იგივე კომპანიას თუ სხვადასხვას – გამოკითხულთა 85%-მა უპასუხა, რომ დაპირისპირებული ნიშნები სხვადასხვა კომპანიას ეკუთვნის. აღნიშნული, შედეგები ცხადყოფს, რომ მიუხედავად დაპირისპირებულ ნიშნებს შორის არსებული გარკვეული მსგავსებისა, საქართველოს ტერიტორიაზე არ მოხდება მათი აღრევა, მათ შორის ასოცირების შედეგად. შესაბამისად, არ არსებობს „სასაქონლო ნიშნების შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის „გ“ ქვეპუნქტით გათვალისწინებული სასაქონლო ნიშნის რეგისტრაციაზე უარის თქმის საფუძველი, ვინაიდან აღრევის შესაძლებლობების არსებობა აღნიშნული ნორმის კუმულატიურ პირობას წარმოადგენს, ხოლო მოცემულ შემთხვევაში აპელანტი კომპანიის მიერ დადასტურებულია, რომ დაპირისპირებული ნიშნების აღრევა მომხმარებლის მიერ შეუძლებელია.

აპელანტის განმარტებით, ნიშანი „IMEDI L International“ საქართველოს ბაზარზე გამოიყენება 1998 წლიდან და იგი წარმოადგენს საყოველთაოდ ცნობილ ნიშანს საქართველოს ტერიტორიაზე. აღნიშნულ გარემოებას ადასტურებს ზემოაღნიშნული კვლევა, რომლის მიხედვითაც საქართველოში ნიშნის ზოგადი ცნობადობა შეადგენს 61%-ს. 2008-2012 წლებში ნიშნით „IMEDI L international“ შეთავაზებული მომსახურებით საშუალოდ სარგებლობდა 350 000 ადამიანი. აღნიშნულ წლებში ნიშნის „IMEDI L ინტერნაციონალ“ რეკლამისთვის დაიხარჯა 661,397,93 ლარი. აღნიშნული გარემოებები ნათლად ადასტურებს, რომ აპელანტის კუთვნილი ნიშანი „IMEDI L international“ წლების განმავლობაში აქტიურად გამოიყენებოდა საქართველოს ტერიტორიაზე, რის შედეგადაც მან მოიპოვა საყოველთაო ცნობადობა და დიდი პოპულარობით სარგებლობს ქართველ მომხმარებელში. აპელანტის განმარტებით, ქართველი მომხმარებელი კარგად იცნობს გასაჩივრებულ ნიშანს და არ მოხდება მომხმარებლის მიერ მისი აღრევა

დაპირისპირებულ ნიშანში.

დაპირისპირებული სასაქონლო ნიშანი „იმედი IMEDI“ რეგისტრირებულია ფიზიკური პირის დავით ბერიძის სახელზე 36-ე კლასის მომსახურებისთვის (დაზღვევა; ფინანსებთან დაკავშირებული საქმიანობა; ფულად-საკრედიტო ოპერაციები; უძრავ ქონებასთან დაკავშირებული ოპერაციები). საქართველოს კანონმდებლობის თანახმად, სადაზღვევო მომსახურება წარმოადგენს ლიცენზირებადი საქმიანობის სფეროს, რაც ცალსახად გამორიცხავს დაპირისპირებული სასაქონლო ნიშნის მფლობელის მიერ მის გამოყენებას სადაზღვევო მომსახურების სფეროში. აღნიშნული გარემოება, კი აპელანტს მიიჩნია დამატებით არგუმენტად იმისა, რომ არ მოხდება მომხმარებლის მიერ დაპირისპირებული ნიშნების ერთმანეთში აღრევა.

სააპელაციო პალატის სხდომაზე აპელანტი კომპანიის წარმომადგენელმა დააყენა შუამდგომლობა და მოითხოვა განცხადებული ნიშნის საყოველთაოდ ცნობილად აღიარება.

ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, აპელანტი ითხოვს ბათილად იქნეს ცნობილი საქპატენტის სასაქონლო ნიშნებისა და გეოგრაფიული აღნიშვნების დეპარტამენტის უფროსის 2013 წლის 15 იანვრის №14/03 ბრძანება იმ ნაწილში, რომლითაც განცხადებულ ნიშანს უარი ეთქვა 36-ე კლასის მიმართ რეგისტრაციაზე და განცხადებული ნიშანი დარეგისტრირდეს განცხადებული საქონლისა დამომსახურების სრული ჩამონათვლის მიმართ.

კოლეგიამ განიხილა მხარის არგუმენტაცია და მიიჩნია, რომ სააპელაციო საჩივარი არ უნდა დაკმაყოფილდეს და ძალაში უნდა დარჩეს საქპატენტის სასაქონლო ნიშნებისა და გეოგრაფიული აღნიშვნების დეპარტამენტის უფროსის 2013 წლის 15 იანვრის №14/03 ბრძანება.

განცხადებული ნიშანი „იმედი L სს „საერთაშორისო სადაზღვევი კომპანია იმედი ელ ინტერნეიშენალი” შესრულებულია ქართული ანბანით. განცხადებული ნიშანი შედგება 8 სიტყვისაგან. აღნიშნული სიტყვებიდან ორი ასოსაგან შემდგარი აღნიშვნაა სს, რომელიც ნიშნავს „სააქციო საზოგადოებას” და წარმოადგენს მის აბრევიაციას. რაც შეეხება სიტყვებს „საერთაშორისო” „სადაზღვევო” და „კომპანია”, ამ სიტყვების კომბინაცია პირდაპირ მიუთითებს იმ საქმიანობის სფეროს სადაც მოღვაწეობს ეს კომპანია. ზემოთქმულის გათვალისწინებით, კოლეგია მიიჩნევს, რომ ზემოთაღნიშნული სიტყვები ნაკლებ განმასხვავებელუნარიანია და ისინი საკმაოდ სუსტ გავლენას ახდენენ ნიშნების საერთო შთაბეჭდილებაზე. განცხადებულ ნიშანში ძირითადი აქცენტი მოდის სიტყვაზე „იმედი” და ასოზე „L”. ამდენად, ნიშნების შედარებისას ძირითადი აქცენტი უნდა გაკეთდეს აღნიშნული სიტყვისა და დაპირისპირებული ნიშნის „იმედი IMEDI” მსგავსებაზე.

კოლეგია თვლის, რომ აღნიშვნებს „იმედი L” და „იმედი IMEDI” შორის არსებული მსგავსება აშკარაა. განცხადებულ ნიშანში არსებული აღნიშვნა „იმედი L” და დაპირისპირებულ ნიშანში არსებული აღნიშვნა „იმედი” იდენტურია. ლათინური შრიფტით ჩაწერილი სიტყვა „IMEDI” ასევე იდენტურად გამოითქმის, და მხოლოდ შრიფტით შესრულებაა განსხვავებული. რაც შეეხება ასო „L” მას ვერ ექნება განმასხვავებლობის მინიჭების დატვირთვა და იგი არ სძენს ნიშნებს განმასხვავებლობას.

სააპელაციო პალატამ ასევე განიხილა აპელანტი კომპანიის მიერ წარმოდგენილი კვლევის შედეგები, რაც აპელანტის მოსაზრებით წარმოადგენს იმის მტკიცებულებას, რომ არ მოხდება აღნიშნული ნიშნების ერთმანეთში აღრევა. კოლეგიამ განიხილა წარმოდგენილი კვლევის შედეგები და გამოარკვია, რომ შეკითხვაზე „თქვენი აზრით, რამდენად მსგავსია ეს ორი (განცხადებული და დაპირისპირებული ნიშანი) ნიშანი?” გამოკითხულთა 41% მიიჩნევს მათ მეტნაკლებად მსგავს ნიშნებად, 3% ძალიან მსგავს ნიშნებად, ხოლო 3% უჭირს პასუხის გაცემა, ხოლო 54% მიიჩნევს, რომ აღნიშნული ნიშნები არ არის მსგავსი. კოლეგიის აზრით აღნიშნული კითხვის პასუხები მეტყველებს სწორედ იმ ფაქტზე, რომ მომხმარებელს აერევა ეს ნიშნები. გამოკითხულთა 44% (41%+3%), რომლებიც მიიჩნევენ ამ ნიშნებს მსგავს ნიშნებად საკმაოდ მაღალი მაჩვენებელია და წარმოადგენს იმის დასტურს, რომ ქართველი მომხმარებლების თითქმის ნახევარს აერევა აღნიშნული ნიშნები ერთმანეთში. აღნიშნული კითხვის პასუხი

წარმოდგენს ჯამურ მაჩვენებელს, ხოლო ცალკეული ქალაქების ჭრილში კი მაგ. ბათუმში, ზუგდიდი, იდენტური კითხვისას „თქვენი აზრით, რამდენად მსგავსია ეს ორი ნიშანი?“ - მსგავსად მიიჩნევენ კიდევ უფრო მეტი გამოკითხული, და აღნიშნული მაჩვენებელი 50% უახლოვდება.

ზემოთმოყვანილი არგუმენტების გათვალისწინებით, კოლეგია მიიჩნევს განცხადებულ და დაპირისპირებულ ნიშნებს აღრევამდე მსგავს ნიშნებად და თვლის, რომ არსებობს „სასაქონლო ნიშნების შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის პირველი პუნქტის „გ“ ქვეპუნქტით დადგენილი სასაქონლო ნიშნის რეგისტრაციაზე უარის თქმის საფუძველი.

სააპელაციო პალატის კოლეგია ასევე ყურადღებას ამახვილებს აპელანტის წარმომადგენლის მიერ დაყენებულ შუამომოქმედებაზე განცხადებული სასაქონლო ნიშნის საყოველთაოდ ცნობილად აღიარების შესახებ. სასაქონლო ნიშნების შესახებ საქართველოს კანონის მე-3 მუხლის მე-4 პუნქტის თანახმად „საქართველოში საყოველთაოდ ცნობილი სასაქონლო 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“. ინტელექტუალური საკუთრების უფლებების ვაჭრობასთან დაკავშირებული ასპექტების შესახებ შეთანხმების (TRIPS) მე-16 მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად „იმის დასადგენად, არის თუ არა სასაქონლო ნიშანი საყოველთაოდ ცნობილი, წევრი სახელმწიფოები მხედველობაში იღებენ სასაქონლო ნიშნის შესახებ საზოგადოების შესაბამის წრეებში არსებულ ცოდნას, მათ შორის შესაბამის წევრ სახელმწიფოში მის შესახებ არსებულ ცოდნას, რაც სასაქონლო ნიშნის რეკლამირების შედეგად იქნა შეძენილი“. აღნიშნულის გათვალისწინებით, კოლეგია წარმოდგენილ კვლევაზე დაყრდნობით მიიჩნევს, რომ განცხადებული ნიშანი არ უნდა იქნეს აღიარებული საყოველთაოდ ცნობილ სასაქონლო ნიშნად. კოლეგიის აზრით, საგულისხმოა ის ფაქტი, რომ აპელანტის განცხადებით აღნიშნული სასაქონლო ნიშანი ბაზარზე გამოიყენება 1998 წლიდან, ხოლო შეკითხვაზე „თუ გახსოვთ რამდენი ხნის წინ ნახეთ ეს ლოგო პირველად?“ გამოკითხულთა პასუხები საკმაოდ საინტერესოა: 14% აცხადებს, რომ პირველად ეს ნიშანი ნახა 1-6 თვის წინ, ასევე 14% უთითებს 7-12 თვეს, 21-21% კი 13-36 თვე და 36 და ზევით, ხოლო 30% არ ახსოვს როდის ნახა პირველად ეს სასაქონლო

ნიშანი. აპელანტის განმარტების თანახმად, კომპანია „IMEDI L” უკვე თხუთმეტი წელია, რაც საქართველოს ბაზარზე ოპერირებს და აქტიურად ეწევა მომსახურებას სასაქონლო ნიშნით „იმედი L”. მიუხედავად ამისა გამოკითხულთა 49%-მა (14+14+21) მხოლოდ სამი წლის წინ გაიგო და პირველად ნახა განცხადებული ნიშანი, რაც კოლეგიის აზრით, არ მეტყველებს ნიშნის საყოველთაოდ ცნობილობაზე. აპელანტის მიერ ასევე წარმოდგენილ იქნა ინფორმაცია, სხვადასხვა ხელშეკრულებების სახით, გაწეული სარეკლამო აქტივობების შესახებ. აღსანიშნავია, რომ კომპანია „იმედი L International” უკვე 2000 წლიდან ცდილობდა მისი ბრენდის ფართო საზოგადოებისათვის გაცნობას, წარმოდგენილი ხელშეკრულებებიდან უმეტესობა მოიცავს 2000 წლიდან 2009 წლამდე პერიოდს. გამოკითხვის შედეგიდან გამომდინარე, როგორც ჩანს აღნიშნულ აქტივობას სასურველი შედეგი არ მოჰყოლია, ვინაიდან გამოკითხულთა ნახევარმა პირველად ამ ნიშნის არსებობის შესახებ მხოლოდ სამი წლის წინ ან უფრო გვიან შეიტყო.

ასევე გაითვალისწინა კოლეგიამ 1999 წლის 20-29 სექტემბერს პარიზის კონვენციის ქვეყნების გაერთიანებული ასამბლეის და ინტელექტუალური საკუთრების მსოფლიო ორგანიზაციის – ისმო-ს (რომელიც ახორციელებს პარიზის კონვენციის ადმინისტრირებას) ასამბლეის მიერ დამტკიცებული „ერთიანი რეკომენდაციები საყოველთაოდ ცნობილი სასაქონლო ნიშნების დაცვის შესახებ“, რომლის მეორე მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად იმის დადგენისას არის თუ არა ნიშანი საყოველთაოდ ცნობილი, კომპეტენტურმა ორგანომ მხედველობაში უნდა მიიღოს ნებისმიერი გარემოება, რომლიდანაც შესაძლებელია დადგინდეს, რომ ნიშანი საყოველთაოდ ცნობილია. მათ შორის კომპეტენტურმა ორგანომ მხედველობაში უნდა მიიღოს წარმოდგენილი ინფორმაცია იმ ფაქტებთან დაკავშირებით, რომლიდანაც შეიძლება გაკეთდეს დასკვნა იმის თაობაზე არის თუ არა ნიშანი საყოველთაოდ ცნობილი, მათ შორის:

1. საზოგადოების შესაბამის სექტორში ნიშნის ცნობილობის ხარისხი;
2. ნიშნის გამოყენების ხანგრძლივობა და მისი გავრცელების და გეოგრაფიული არეალი;
3. საზოგადოებისათვის ნიშნის გაცნობის ხელშეწყობის ღონისძიებების, მათ შორის რეკლამისა და გამოქვეყნების და ამ ნიშნით მონიშნული საქონლისა და/ან მომსახურების ბაზრობებსა და გამოფენებზე წარდგენის

ხანგრძლივობა, და გავრცელების გეოგრაფიულ არეალი;

4. გამოყენების ხანგრძლივობა და მისი გეოგრაფიული არეალი ნებისმიერი რეგისტრაციისა, ან/და ნიშნის რეგისტრაციის მიზნით ნებისმიერი განაცხადი, იმდენად რამდენადაც ის ასახავს ნიშნის გამოყენებასა და ცნობადობას;

5. ნიშანზე უფლებების წარმატებული განხორციელება, რამდენადაც ნიშანი აღიარებულ იქნა საყოველთაოდ ცნობილად კომპეტენტური ორგანოების მიერ;

6. ნიშანთან დაკავშირებულ ღირებულება.

წარმოდგენილი კვლევა ჩატარებულ იქნა საქართველოს მხოლოდ ოთხ ქალაქში, შესაბამისად კვლევა არ ითვალისწინებს საქართველოს ტერიტორიაზე არსებულ დანარჩენ რამოდენიმე ათეულ ქალაქსა თუ რაიონულ ერთეულს და ვერ ასახავს რეალურ სურათს. სავარაუდოა, რომ რეგიონებში მისი გავრცელების არეალი ძალზედ შეზღუდული იყოს, ისევე როგორც მისი გამოყენების ხანგრძლივობა. მიუხედავად განცხადებული სასაქონლო ნიშნის ხანგრძლივი გამოყენებისა, ნიშნის მხოლოდ გამოყენების ხანგრძლივობა არ შეიძლება გახდეს ნიშნის ცნობადობის დამადასტურებელი არგუმენტი.

ასევე საკმაოდ ბუნდოვანია ნიშანთან დაკავშირებული ღირებულება და არ არის ცნობილი ნიშანზე უფლებების წარმატებული განხორციელების შემთხვევები. ასევე აპელანტის მიერ არ ყოფილა წარმოდგენილი ინფორმაცია ნიშნის რეგისტრაციის მიზნით შეტანილ განაცხადებთან ან განხორციელებულ რეგისტრაციასთან დაკავშირებით. რაც შეეხება საზოგადოებისათვის ნიშნის გაცნობის ხელშეწყობის ღონისძიებებს, როგორც უკვე აღინიშნა მათ სასურველი შედეგი არ მოჰყოლია, რაზეც კვლავ წარმოდგენილი კვლევის შედეგი მეტყველებს.

მიუხედავად „ერთიანი რეკომენდაციები საყოველთაოდ ცნობილი სასაქონლო ნიშნების დაცვის შესახებ“ მე-2 მუხლში მითითებული რეკომენდაციებისა მათ სავალდებულო ხასიათი არ გააჩნიათ (მუხლი მე-2, პირველი პუნქტის c) ქვეპუნქტი) და თითოეულ კონკრეტულ შემთხვევაში შესაძლებელია გამოყენებულ და გათვალისწინებულ იქნეს ყველა ერთად ან რომელიმე ერთი. ამ კონკრეტულ შემთხვევაში მე-2 მუხლის ჩამონათვალის გათვალისწინების მიუხედავად ვერ დასტურდება განცხადებული სასაქონლო

ნიშნის საყოველთაოდ ცნობილობა.

სააპელაციო პალატის კოლეგია, ყოველივე ზემოთქმულიდან, წარმოდგენილი კვლევისა და სხვა მასალებიდან გამომდინარე, მიიჩნევს, რომ განცხადებული სასაქონლო ნიშანი დღეის მდგომარეობით საქართველოს ბაზარზე არ წარმოადგენს საყოველთაოდ ცნობილ ნიშანს და იგი არ უნდა იქნეს აღიარებული საყოველთაოდ ცნობილ ნიშნად. ამდენად აპელანტის შუამდგომლობა არ უნდა დაკმაყოფილდეს.

ყოველივე ზემოთქმულიდან გამომდინარე, კოლეგია მიიჩნევს, რომ არსებობს „სასაქონლო ნიშნების შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის პირველი პუნქტის „გ“ ქვეპუნქტით დადგენილი განცხადებული სასაქონლო ნიშნის რეგისტრაციაზე უარის თქმის საფუძველი.

განცხადებული სასაქონლო ნიშანი არ იქნეს აღიარებული საყოველთაოდ ცნობილ სასაქონლო ნიშნად.

ამდენად, ძალაში უნდა დარჩეს საქპატენტის სასაქონლო ნიშნებისა და გეოგრაფიული აღნიშვნების დეპარტამენტის უფროსის 2013 წლის 15 იანვრის №14/03 ბრძანება.

სააპელაციო პალატის კოლეგიამ გაითვალისწინა ზემოაღნიშნული გარემოებანი და იხელმძღვანელა „სასაქონლო ნიშნების შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-16 მუხლით, სსიპ საქართველოს ინტელექტუალური საკუთრების ეროვნული ცენტრის – საქპატენტის თაემჯდომარის 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 ე ვ ი ტ ა :

1. სააქციო საზოგადოება „სადაზღვევო კომპანია აღდაგი ბისიი“-ს სააპელაციო საჩივარი არ დაკმაყოფილდეს.
2. ძალაში დარჩეს საქპატენტის სასაქონლო ნიშნებისა და გეოგრაფიული აღნიშვნების დეპარტამენტის უფროსის 2013 წლის 15 იანვრის №14/03 ბრძანება.
3. გადაწყვეტილება შეიძლება გასაჩივრდეს მცხეთის რაიონული სასამართლოს

ადმინისტრაციულ საქმეთა კოლეგიაში გადაწყვეტილების
გაცნობის/ჩაბარების დღიდან ერთი თვის ვადაში. (მის.: მცხეთა, სამხედროს
ქ. №17).

კოლეგიის თავმჯდომარე:

ი. გიქორაშვილი

წევრები:

დ. ჭიჭინაძე

ქ. ურიდია