

**Դատական Գործ N: ՎԴ/3039/05/09**

|   |  |
|---|--|
| <b>Հայցադիմումը /դիմումը/ ստացվել է:</b>            | 26-06-2009   |
| <b>Հայցվոր/դիմող</b>                                |  |
| Անուն:  | Արագ ՍՊԸ-ի տնօրեն Արարատ Գալոյան   |
| Հասցե:  | Կիևյան 4,բն 16   |
| <b>Պատասխանող</b>                                   |  |
| Անուն:  | ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարության մտավոր սեփականության գործակալություն                  |
| Հասցե:  | Կռավարական 2 տ   |
| <b>Քաղաքացիական գործի ստացման կարգը:</b>            | Առաջին անգամ   |
| <b>Ինքնուրույն պահանջ ներկայացնող:</b>              |  |
| <b>3-րդ անձ</b>                                     |  |
| Անուն   |  |
| Ազգանուն  |  |
| Հասցե   |  |
| <b>Պահանջ:</b>                                      | Վարչական ակտն անվավեր ճանաչելու և անվավեր վարչական ակտի հետևանքները վերացնելու պ/մ |
| <b>Հիմնական պահանջի վիճակագրության տողի համարը:</b> | 1.1  |
| <b>Պետական տուրք:</b>                               | 4000   |
| <b>Պատասխանի ստացման ամսաթիվը:</b>                  |  |
| <b>Հակընդդեմ հայցի ներկայացման ամսաթիվը:</b>        |  |
| <b>Հակընդդեմ պահանջ:</b>                            |  |
| <b>Պետական տուրք:</b>                               |  |
| <b>Ամսաթիվ:</b>                                     | 01-07-2009   |
| <b>Նախագահող դատավոր</b>                            |  |
| Դատարանի անվանում:                                  | Վարչական   |
| Դատավորի անուն:                                     | Ռուզաննա Հակոբյան  |
| <b>Դատավոր</b>                                      |  |
| Դատարանի անվանում:                                  | Վարչական   |
| Դատավորի անուն:                                     |  |
| <b>Որոշման ամսաթիվ:</b>                             | 02-07-2009   |
| <b>Դատաքննության ամսաթիվ:</b>                       | 01-10-2009   |

|                          |                       |
|--------------------------|-----------------------|
| Ծանուցագիրը ուղարկվել է: | 31-07-2009            |
| Այլ նշումներ:            | նախնական դատական նիստ |
| Ժամ:                     | 10.30                 |
| Նիստերի դահլիճի համար:   | 325                   |
| Դատաքննության ամսաթիվ:   | 22-10-2009            |
| Ծանուցագիրը ուղարկվել է: | 01-10-2009            |
| Այլ նշումներ:            | նախնական դատական նիստ |
| Ժամ:                     | 10:30                 |
| Նիստերի դահլիճի համար:   | 325                   |
| Դատաքննության ամսաթիվ:   | 13-11-2009            |
| Ծանուցագիրը ուղարկվել է: | 22-10-2009            |
| Այլ նշումներ:            | նախնական դատական նիստ |
| Ժամ:                     | 10:30                 |
| Նիստերի դահլիճի համար:   | 325                   |
| Դատաքննության ամսաթիվ:   | 11-12-2009            |
| Ծանուցագիրը ուղարկվել է: | 13-11-2009            |
| Այլ նշումներ:            | նախնական դատական նիստ |
| Ժամ:                     | 10:30                 |
| Նիստերի դահլիճի համար:   | 325                   |
| Դատաքննության ամսաթիվ:   | 22-01-2010            |
| Ծանուցագիրը ուղարկվել է: | 11-12-2009            |
| Այլ նշումներ:            | նախնական դատական նիստ |
| Ժամ:                     | 10:30                 |
| Նիստերի դահլիճի համար:   | 325                   |
| Դատաքննության ամսաթիվ:   | 23-02-2010            |
| Ծանուցագիրը ուղարկվել է: | 22-01-2010            |
| Այլ նշումներ:            |                       |
| Ժամ:                     | 15:00                 |
| Նիստերի դահլիճի համար:   | 325                   |
| Դատաքննության ամսաթիվ:   | 02-03-2010            |
| Ծանուցագիրը ուղարկվել է: | 23-02-2010            |
| Այլ նշումներ:            |                       |
| Ժամ:                     | 16:00                 |
| Նիստերի դահլիճի համար:   | 325                   |
| Դատաքննության ամսաթիվ:   | 25-03-2010            |

|                                  |   |
|----------------------------------|---|
| Ծանուցագիրը ուղարկվել է:         | 02-03-2010  |
| Այլ նշումներ:                    |   |
| Ժամ:                             | 10:30   |
| Նիստերի դահլիճի համար:           | 325   |
| Դատաքննության ամսաթիվ:           | 22-04-2010  |
| Ծանուցագիրը ուղարկվել է:         | 25-03-2010  |
| Այլ նշումներ:                    | 17-05-2009թ.՝ ժամը 14:55-ին վճռի հրապարակում  |
| Ժամ:                             | 15:30   |
| Նիստերի դահլիճի համար:           | 325   |
| Հայցի լուծման ամսաթիվ:           | 07-05-2010  |
| Հայցի լուծումը:                  | Բավարարվել է  |
| <b>Հոդված</b>                    |   |
| Հոդված                           | ՀՀ ՎՊՕ 59; 112-115; ՀՀ ՔՊՕ 130-132; ՀՀ ՂՕ 35.2  |
| Հակընդդեմ հայցի լուծումը :       |   |
| Հակընդդեմ հայցի լուծման ամսաթիվ: |   |
| Այլ նշումներ:                    |   |
| <b>Դատական ակտ:</b>              | <p>Վարչական գործ թիվ ՎԴ/3039/05/09</p> <p>Վ Ճ Ի Ռ<br/>ՀԱՆՈՒՆ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ<br/>07 մայիսի 2010թ. ք.Երևան</p> <p>Հայաստանի Հանրապետության վարչական դատարանը՝ նախագահությամբ՝ դատավոր Ռ.Հակոբյանի</p> <p>քարտուղարությամբ՝ Զ.Մակարյանի մասնակցությամբ՝ հայցվոր՝ «GA MODEFINE S.A» ընկերություն /ներկայացուցիչ՝ Ա.Գալոյանի/ պատասխանող՝ ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարության մտավոր սեփականության գործակալություն/ներկայացուցիչ՝ Ա.Աբգարյանի/ երրորդ անձ՝ «Այգեպատ» գինու-կոնյակի գործարան» ՍՊԸ /ներկայացուցիչ՝ Գ.Հայրապետյանի/</p> <p>2010թ. ապրիլի 22-ին դռնբաց դատական նիստում քննելով վարչական գործն ըստ հայցի «GA MODEFINE S.A» ընկերության ընդդեմ ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարության մտավոր սեփականության գործակալության, երրորդ անձ «Այգեպատ» գինու-կոնյակի գործարան» ՍՊԸ՝ բողոքարկման խորհրդի 23.01.2009թ. թիվ 46/09 որոշումը, «Այգեպատ ARMANI» ապրանքային նշանի գրանցումն անվավեր ճանաչելու պահանջի մասին,<br/>Պ Ա Ր Ջ Ե Ց</p> <p>ՀՀ վարչական դատարան ներկայացրած հայցադիմումով «GA MODEFINE S.A» ընկերությունը խնդրել է անվավեր ճանաչել էկոնոմիկայի նախարարության մտավոր սեփականության գործակալության բողոքարկման խորհրդի 23.01.2009թ. թիվ 46/09</p> |

որոշումը, «Այգեպատ ARMANI» ապրանքային նշանի գրանցման գործողությունը:

ՀՀ վարչական դատարանի 01.10.2009թ. որոշմամբ «Այգեպատ» գինու-կոնյակի գործարան» ՍՊ ընկերությունը սույն գործով ներգրավվել է որպես երրորդ անձ:

Հրավիրվել են նախնական դատական նիստեր, որտեղ պարզաբանվել են ՀՀ վարչական դատավարության օրենսգրքի 86-րդ հոդվածի 3-րդ մասով նախատեսված հարցերը, սահմանվել է ապացուցում պահանջվող փաստերի շրջանակը և կողմերի միջև բաշխվել է ապացուցման բեռը: Դատարանի 22.01.2010թ. որոշմամբ սույն գործը նշանակվել է դատաքննության: Դատաքննությունը հայտարարվել է ավարտված 22.04.2010թ-ին:

Հայցվորի ներկայացրած փաստերը, հիմնավորումները.

2009 թվականի հունվարի 23-ին ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարության մտավոր սեփականության գործակալության բողոքարկման խորհուրդը քննել է «GA MODEFINE S.A» ընկերության բողոքը «Այգեպատ» գինու-կոնյակի գործարան ՍՊԸ-ի «Այգեպատ ARMANI» ապրանքային նշանի գրանցման դեմ:

Բողոքարկողը խնդրել էր անվավեր ճանաչել «Այգեպատ ARMANI» ապրանքային նշանի գրանցումը:

Բողոքարկողը պնդել էր՝ որ «ARMANI» տարրը ներառված է «GA MODEFINE S.A» ընկերությանը պատկանող 32 ապրանքային նշանում և քաջ հայտնի է սպառողին ողջ աշխարհում և Հայաստանում:

Այս առումով բողոքարկողը հիմնվել էր «Արդյունաբերական սեփականության պաշտպանության Փարիզյան կոնվենցիայի 10 bis հոդվածին» որը սահմանում է.

«(1) Միության երկրները պարտավոր են Միությունում մասնակցող երկրների քաղաքացիներին արդյունավետ պահպանությամբ ապահովել ոչ բարեխիղճ մրցակցությունից:

2) Ոչ բարեխիղճ մրցակցության գործողություն է համարվում մրցակցության ցանկացած գործողություն» որը հակասում է արդյունաբերական և առևտրական գործերում արդար սովորույթներին:

3) Մասնավորապես արգելման ենթակա են.

1. բոլոր գործողությունները՝ որոնք ընդունակ են որևէ ձևով շփոթություն առաջացնելու ձեռնարկության՝ մթերքների կամ արդյունաբերական կամ առևտրական գործունեության մրցակցի նկատմամբ.

2. սուտ պնդումները՝ որոնք առևտրական գործունեություն իրականացնելիս ընդունակ են վարկաբեկելու ձեռնարկությանը՝ ապրանքները կամ մրցակցի արդյունաբերական կամ առևտրական գործունեությանը.

3. նշումները կամ պնդումները՝ որոնց օգտագործումը առևտրային գործունեություն իրականացնելիս կարող է հասարակությանը մոլորության մեջ գցել ապրանքների բնույթի՝ պատրաստման եղանակի՝ հատկությունների՝ կիրառման պիտանելիության կամ քանակի վերաբերյալ»:

Բողոքարկողը նաև հղում է կատարել TRIPS-ի 16րդ հոդվածին՝ «պնդելով որ ապրանքային նշանը գրանցվել չի կարող» քանի որ այդ նշանով ապրանքները կարող են կապ ենթադրել ընկերության կողմից գրանցված աշխարհառջակ ապրանքային նշանների և գրանցված նշանի սեփականատերերի միջև:

«Այգեպատ» գինու-կոնյակի գործարան ՍՊԸ ներկայացրել էր իր հիմնավորումները՝ որոնք հանգում էին հետևյալին՝

• «ARMANI» - հայերեն «Արմանի» բառը հնուց ի վեր հայտնի հայերի և Հայաստանի

անվանման տարատեսակ է՝ որի հիմքը «արմ» արմատն է՝

• «Արմանի»-ն տեղանուն է՝

- «ARMANI» գրառումն արտերկրում արտացոլում է ապրանքի հայկական ծագումը»
- ապրանքային նշանի վրա Մասիսների ուրվագծի պատկերին «Այգեպատ-Արմանի»

գրառումն արտահայտում է արտադրողի հայկական պատկանելիությունը:

Նախ ակնհայտ է « որ ՍՊԸ-ն այդպես էլ չի կողմնորոշվում ի վերջո խոսքը գնում է «Արմանի» « թե՞ «ARMANI» գրառման մասին: Իրենք չեն ցանկանում անդրադառնալ այն հարցին « թե արդյո՞ք «Արմանի» գրառումը կարտահայտեր արտադրողի հայկական ծագումը « քանի որ վիճարկվող ապրանքային նշանի վրա արված է միայն «ARMANI» գրառումը: Բնականաբար կարծում են « որ վիճարկման ենթակա չէ առնվազն այն փաստը « թե ինչպիսի ասոցիացիաներ է առաջացնում «ARMANI» գրառումը սովորական սպառողի մոտ ինչպես աշխարհում « այնպես էլ Հայաստանում: Ակնհայտ անհիմն է նաև Մասիսների ուրվագծի առկայության փաստի շահարկումը « քանի որ չկա որևէ ողջամիտ ապացույց առ այն « որ ամբողջ աշխարհում սպառողները տեղյակ են այդպիսի ուրվագծի մասին: Ավելին « ապրանքային նշանի վրա պատկերված ուրվագիծը ոչ մի կերպ չի հուշում « որ դա հենց Մասիսների ուրվագիծն է « կամ որ դա ընդհանրապես լեռան կամ լեռների ուրվագիծ է: Միակ տարրը « որ ապրանքային նշանի վրա իսկապես հուշում է դրա հայկական ծագման մասին « դա «Այգեպատ» տարրն է:

ՍՊԸ-ն չի պատկերացրել նաև « թե ինչ է ապրանքի ծագման տեղանունը « այլապես այդ մասին չէր հիշատակի ընդհանրապես: Ընդ որում այս փաստարկը խորհուրդը չի հիշատակել: «Ապրանքային և սպասարկման նշանների» ապրանքների ծագման տեղանունների մասին» ՀՀ օրենքի 30-րդ հոդվածը միայն բավարար է ակնհայտ դարձնելու համար « որ նույնիսկ եթե դա տեղանուն է « ապա ոչ օրենքի իմաստով. «Տեղանուն չի համարվում այն անվանումը « որը « լինելով կամ իր մեջ բովանդակելով աշխարհագրական օբյեկտի անվանում « Հայաստանի Հանրապետությունում համընդհանուր գործածության մեջ է մտել որպես արտադրության տեղի հետ չկապված որոշակի տեսակի ապրանքի արտահայտչամիջոց»:

Խորհուրդը մերժել է բողոքարկողի ներկայացրած բոլոր փաստարկները՝ բերելով մի շարք հիմնավորումներ « որոնց ստորև կանդրադառնան առանձին-առանձին:

Ա/ Մասնավորապես « վերն արդեն նշվել է « որ բողոքարկողը պնդել էր « թե «ARMANI» տարրը ներառված է «GA MODEFINE S.A» ընկերությանը պատկանող 32 ապրանքային նշանում « և քաջ հայտնի են սպառողին ողջ աշխարհում և Հայաստանում: Այս կապակցությամբ խորհուրդը նախ պարզել է « որ 33-րդ դասի ապրանքների՝ ալկոհոլային խմիչքների համար գրանցված ընկերության ապրանքային նշան չկա « իսկ «ARMANI» գրառումը պատմական ծագում ունի:

Նախ՝ բողոքարկողի այս պնդումը խորհուրդն անհասկանալի կերպով առանձին է դիտարկել Արդյունաբերական սեփականության պաշտպանության Փարիզյան կոնվենցիայի 10 bis հոդվածից « մինչդեռ բողոքարկողն այդ փաստարկները որպես միասնական տրամաբանական եզրահանգում էր ներկայացրել:

Ընդհանրապես անհասկանալի է « թե խորհուրդն ինչ նպատակով է «պարզել» թե 33-րդ դասի ապրանքների՝ ալկոհոլային խմիչքների համար գրանցված ընկերության «ARMANI» ապրանքային նշան կա « թե ոչ: Այդ հանգամանքը Արդյունաբերական սեփականության պաշտպանության Փարիզյան կոնվենցիայի 10 bis հոդվածի կիրառման հիմք չի հանդիսանում:

Ինչ վերաբերում է «ARMANI» գրառման պատմական ծագմանը « ապա խորհուրդը չի հիմնավորում այդ պնդումը « միայն հղում կատարելով փորձաքննության վրա: Մինչդեռ ակնհայտ է « որ փորձաքննությունը բոլորովին այլ գործընթաց է « իսկ օրենքը պահանջում է, որպեսզի խորհրդի որոշումները լինեն բավարար

չափով հիմնավորված և հստակ: Իսկ խորհուրդն իր հիմնական փաստարկներից մեկը՝ որը դրված է իր կայացրած որոշման հիմքում՝ նույն այդ որոշմամբ չի էլ ցանկանում որևէ կերպ հիմնավորել:

Ավելին՝ «պատմական ծագում» ունենալը դեռ չի նշանակում «հայկական ծագում» ունենալ և առավել ևս՝ «պատմական ծագում» ունենալը չի նշանակում՝ որ վիճարկվող ապրանքային նշանով ապրանքները սպառողին մոլորության մեջ չեն գցի» և ի վերջո «պատմական ծագում» ունենալը չի բացառում Արդյունաբերական սեփականության պաշտպանության Փարիզյան կոնվենցիայի 10 bis հոդվածի կիրառումը: Խորհուրդն այս առանձնահատկություններին ոչ մի կերպ չի անդրադարձել՝ ինչը նրա եզրահանգումները դարձրել է զուտ հայտարարություններ՝ զուրկ իրավական կամ փաստական որևէ ողջամիտ հիմնավորումից:

Ընդհանրապես պատմական ծագման խնդրին «Ապրանքային և սպասարկման նշանների» ապրանքների ծագման տեղանունների մասին» ՀՀ օրենքն անդրադառնում է միայն ապրանքի ծագման տեղանվան խնդրի առնչությամբ՝ մասնավորապես սահմանելով. «1. Ապրանքի ծագման տեղանունը (այսուհետ՝ տեղանուն) երկրի» բնակավայրի» տեղանքի կամ աշխարհագրական այլ օբյեկտի (այսուհետ՝ աշխարհագրական օբյեկտ) անվանումն է՝ որն օգտագործվում է այն ապրանքի նշանն համար՝ որի առանձնահատկությունները բացառապես կամ գլխավորապես որոշվում են տվյալ աշխարհագրական տեղանքին բնորոշ բնապայմաններով և (կամ) մարդկային գործունեությամբ: 2. Տեղանունը կարող է լինել աշխարհագրական օբյեկտի պատմական անվանում»:

Անվիճելի է առնվազն այն հանգամանքը՝ որ խորհուրդն իր որոշման մեջ եզրահանգումներ անելիս և հիմնավորումներ բերելիս ու նաև տերմիններ օգտագործելիս դա պետք է անի օրենքի լույսի ներքո և օրենքի տեսանկյունից: Լիովին անհասկանալի է «թե պնդելով» որ «ARMANI» գրառումը պատմական ծագում ունի՝ խորհուրդն օրենքի իմաստով ինչ էր ցանկանում ապացուցել կամ ցույց տալ: Օրենքի տրամաբանությունն ակնհայտորեն այդպիսի հիշատակումը կապում է ապրանքի ծագման տեղանվան հետ: Տվյալ դեպքում այս կատեգորիայի կիրառումն ուղղակի անտեղի է՝ քանի որ ապրանքի տեղանվան իրավական պաշտպանության մասին խոսք գնալ չի կարող:

Այս հանգամանքը ևս խորհրդի փաստարկները դարձնում է օրենքի տեսանկյունից անհիմն:

Բ/ Ինչ վերաբերում է Փարիզյան կոնվենցիայի կիրառելիությանը՝ ապա խորհուրդը գտել է՝ որ դրա պահանջները ևս խախտված չեն: Մասնավորապես՝ խորհրդի որոշման մեջ բառացիորեն նշված է հետևյալը. «պիտակի ձևավորումը և դրա վրա օգտագործված տարրերը միարժեքորեն ցույց են տալիս «ԱՅԳԵՊՍ ARMANI» նշանով մակնշված ապրանքի /ալկոհոլային խմիչքների/ Հայաստանյան ծագումը» և եթե սպառողին նույնիսկ հայտնի չէ «ARMANI» ապրանքային նշաններով այլ ապրանքների իրական ծագումը՝ ապա շփոթության հարց չի կարող առաջանալ՝ քանի որ ինչպես բողոքում է նշված սպառողին հայտնի է, որ «GA MODEFINE S.A» ընկերության «հռչակավոր» ARMANI-ին Հայաստանյան ծագում չունի»:

Այսպիսի եզրահանգում անելու համար՝ առնվազն խորհուրդը պետք է իրականացրած լիներ ապրանքային նշանների համեմատություն դրանց նմանության որոշման առումով՝ հակառակ դեպքում անհնար է որոշել՝ թե այդ երկու ապրանքային նշանների պարագայում շփոթություն առաջանում է՝ թե ոչ: Եթե նմանության համեմատությունը բացառվի՝ ապա մյուս հնարավոր տարբերակը կրկին մնում է այն՝ որ խոսք պետք է գնա ապրանքի ծագման տեղանվան ու դրա իրավական պահպանության մասին՝ քանի որ ապրանքի ծագման կատեգորիան օգտագործվում է միայն այդ տեսանկյունից:

Թվարկված դեպքերից և ոչ մեկին խորհրդի որոշումը չի անդրադառնում» այսինքն խորհուրդը եզրահանգումներ անելիս սահմանափակվել է միայն անհիմն հայտարարություններով: Այս պարագայում հատկապես անհասկանալի է « թե խորհուրդն ինչպես է միաժամանակ որոշել» որ «GA MODEFINE S.A» ընկերության ARMANI–ին Հայաստանյան ծագում չունի» իսկ «Այգեպատ» գինու-կոնյակի գործարան ՍՊԸ-ի ապրանքային նշանի ARMANI–ի տարրը Հայաստանյան ծագում ունի» առավել ևս» որ այդ տարրերը բացարձակապես նույնն են ինչպես գրաֆիկական» այնպես էլ ծայնային առումներով:

Չնայած խորհուրդը որոշել է « որ Փարիզյան կոնվենցիայի վերը նշված հոդվածը չի խախտվել» սակայն ընդհանրապես այդ հոդվածի դրույթներին չի անդրադարձել: Մինչդեռ ողջամիտ է ենթադրել որ խորհուրդը որոշելու համար « թե արդյոք ինչ-որ պահանջներ խախտվել են» թե ոչ՝ առնվազն պետք է դիտարկեր այդ պահանջները: Արդյունաբերական սեփականության պաշտպանության Փարիզյան կոնվենցիայի 10 bis հոդվածի համաձայն՝ ոչ բարեխիղճ մրցակցության գործողություն է համարվում մրցակցության ցանկացած գործողություն» որը հակասում է արդյունաբերական և առևտրական գործերում արդար սովորույթներին:

Մասնավորապես արգելման ենթակա են բոլոր գործողությունները, որոնք ընդունակ են որևէ ձևով շփոթության առաջացնելու ձեռնարկության» մթերքների կամ արդյունաբերական կամ առևտրական գործունեության մրցակցի նկատմամբ»:

Ակնհայտ է « որ հոդվածի տեսանկյունից ընդհանրապես կարևոր չէ ապրանքային դասերի՝ խորհրդի նշած

«առանձնահատկությունները» կամ ինչ-որ անհասկանալի «պատմական ծագման» հանգամանքները: Բավարար է միայն « որպեսզի լինի շփոթության անգամ հնարավորություն և հավանականություն:

Իսկ որ ARMANIի ապրանքային նշանի տակ շրջանառվող ապրանքները Հայաստանի սպառողներին ավելի քան հայտնի են և ընդ որում հայտնի են ոչ որպես «Այգեպատ» գինու-կոնյակի գործարան» ՍՊԸ-ի կողմից արտադրվող ապրանքներ» ընդունում է նաև ինքը խորհուրդը /տես խորհրդի որոշման 3-րդ էջ» 2-րդ կետի երկրորդ պարբերություն/: Վերոգրյալից ակնհայտ է առնվազն մի հանգամանք « որ Արդյունաբերական սեփականության պաշտպանության Փարիզյան կոնվենցիայի 10 bis հոդվածի պահանջների պահպանված կամ խախտված լինելու փաստի վերաբերյալ խորհուրդը եզրահանգումներ է արել կոնվենցիայի այդ հոդվածի հետ ընդհանրապես կապ չունեցող ինչ-որ փաստարկների հիման վրա: Ավելին» այդ փաստարկները նույնիսկ իրենց հիմքը չունեն «Ապրանքային և սպասարկման նշանների» ապրանքների ծագման տեղանունների մասին» ՀՀ օրենքում:

Բողոքարկման խորհուրդը անդրադարձել է նաև մտավոր սեփականության իրավունքների՝ առևտրին առնվող հայեցակետերի մասին համաձայնագրի 16-րդ կետին» որի վրա ևս հղում էր կատարել բողոքարկողը: Խորհուրդը նշել է « որ այդ համաձայնագրի դրույթներից օգտվելու համար պետք է ապահովվի երկու պայման՝ նշանը սպառողին մոլորության մեջ է գցում ենթադրելով « որ արտադրողների միջև կապ կա» և երկրորդ՝ անպայման պետք է վնաս հասցվի բողոքարկողի շահերին և պետք է փաստացի հիմքեր ներկայացվեն այդպիսի վնասի մասին:

Համաձայնագրի 16-րդ հոդվածից ակնհայտ է դառնում որ խորհուրդն այն մեկնաբանել է աղավաղված ձևով՝ շեղվելով իրական բովանդակությունից: Մասնավորապես « կապը» ըստ համաձայնագրի» պետք է ենթադրվի ոչ թե արտադրողների» այլ ապրանքների և նշանի սեփականատիրոջ միջև: Եվ երկրորդ՝ համաձայնագիրը չի պահանջում փաստացի վնասի առկայություն» այլ միայն «հնարավոր վնաս»:

Ակնհայտ է « որ խորհուրդը դիտավորյալ կերպով է աղավաղում

համաձայնագրի նորմերը» քանի որ հակառակ դեպքում դրա 16-րդ հոդվածն ուղղակի հիմք էր բողոքարկողի պնդումները բավարարելու համար:

Բողոքարկման խորհրդի վիճարկվող որոշմամբ մերժվել է հավատարմատար Ա.Գալոյանի պահանջը՝ «Այգեպատ ARMANI» ապրանքային նշանի գրանցման գործողությունն անվավեր ճանաչելու մասին:

Այսինքն« բողոքարկման խորհուրդն իր այս վարչական ակտով« ըստ էության» վերահաստատել է մեկ այլ վարչական ակտ՝ նշված ապրանքային նշանի գրանցման որոշումը:

Վերոգրյալ հիմնավորումներով և «Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» ՀՀ օրենքի 7-րդ« 57-րդ« 63-րդ« 64-րդ« 98-րդ հոդվածների« «Ապրանքային և սպասարկման նշանների» ապրանքների ծագման տեղանունների մասին» ՀՀ օրենքի վկայակոչմամբ հայցվորի ներկայացուցիչը խնդրել է անվավեր ճանաչել բողոքարկման խորհրդի 23.01.2009թ. որոշումը, «Այգեպատ ARMANI» ապրանքային նշանի գրանցման գործողությունը:

Ղատաքնության ընթացքում հայցվորի ներկայացուցչը, վերը շարադրված փաստարկներն ամբողջությամբ պնդելով, խնդրեց հայցը բավարարել:

Պատասխանելով դատարանի հարցերին հայցվորի ներկայացուցիչը հայտնեց, որ «Այգեպատ ARMANI» ապրանքային նշանի գրանցման գործողություն ասելով ի նկատի ունեն «Այգեպատ ARMANI» ապրանքային նշանի գրանցումը, որը գործողության արդյունք է:

Պատասխանողի ներկայացուցչի ներկայացրած փաստերը, հիմնավորումները.

Պատասխանողի ներկայացուցիչն առարկեց հայցի դեմ ամբողջությամբ՝ հայտնելով հետևյալը:

«Այգեպատ» գինու-կոնյակի գործարան» ՍՊԸ-ի անվամբ 30.10.2007թ գրանցվել է «Այգեպատ ARMANI» բառերը պարունակող համակցված ապրանքային նշանը գրանցման թիվ 12180« 16.02.2007թ առաջնությամբ:

Գործակալության բողոքարկման խորհուրդը իր 2009թ. հունվարի 23-ի նիստում քննարկել է «GA MODEFINE S.A» ընկերության ներկայացուցիչ ՀՀ արտոնագրային հավատարմատար Ա.Գալոյանի 2008թ. հոկտեմբերի 14-ի բողոքը՝ գրանցման թիվ 12180 «Այգեպատ ARMANI» բառերը պարունակող համակցված ապրանքային նշանի գրանցումն անվավեր ճանաչելու խնդրանքով և 23.01.2009թ. ընդունել է բողոքը մերժելու մասին ու գրանցման թիվ 12180 «Այգեպատ ARMANI» բառերը պարունակող համակցված ապրանքային նշանի գրանցման գործողությունն ուժի մեջ թողնելու մասին որոշում:

Նախ հայցադիմումի նախաբանի վերաբերյալ:

Նախաբանին ըստ էության չեն անդրադառնում« քանի որ այն ներկայացնում է հիմնականում գործի նախապատմությունը« բողոքի բովանդակությունը և որոշ կարծիքներ «Այգեպատ» գինու-կոնյակի գործարան» ՍՊԸ-ի կողմից գործակալության բողոքարկման խորհուրդ ներկայացված առարկությունների վերաբերյալ: Միայն անդրադառնում է հայցվորի կողմից արտահայտած հետևյալ կարծիքներին՝

1. հայցվորը նշում է« որ «... չկա որևէ ողջամիտ ապացույց առ այն« որ ամբողջ աշխարհում սպառողները տեղյակ են այդպիսի ուրվագծի մասին»« «ուրվագիծը ոչ մի կերպ չի հուշում» որ դա հենց Մասիսների ուրվագիծն է« կամ որ դա ընդհանրապես լեռան կամ լեռների ուրվագիծ է»: Խոսքը չի գնացել և չի գնում ամբողջ աշխարհում այն ճանաչելու մասին« այլ խոսքը գնում է Հայաստանի Հանրապետությունում այն ճանաչելու մասին« իսկ որ դա Մասիս լեռան պատկերն է կամ ուրվագիծը« դա որևէ կասկածի առարկա լինել չի կարող« դա հանրահայտ հանգամանք է« Ույնիսկ Հայաստանի Հանրապետության տարբեր ժամանակներին

զինանշանների վրա է նման ուրվագծով ներկայացված Մասիս կամ Արարատ լեռը և դա Հայաստանի բոլոր քաղաքացիներին հայտնի փաստ է:

2. Հայցվորը նշել է՝ « որ իր փաստարկն առ այն՝ որ «ընկերությունը՝ իր 1978 թվականի առաջին հայտից սկսած մինչ այսօր՝ ունի 32 ապրանքային նշան» որոնք իրենց մեջ ներառում են «ARMANI» տարրը» որը քաջ հայտնի է սպառողին ողջ աշխարհում՝ նաև Հայաստանում»՝ գործակալության բողոքարկման խորհուրդը դիտարկել է Փարիզյան կոնվենցիայի 10 bis հոդվածից առանձին: Սակայն որոշման պարզ ուսումնասիրությունից իսկ ակնհայտ է՝ որ վիճարկվող որոշման 2-րդ կետում վերը նշված հանգամանքին մանրամասն անդրադարձ է կատարված: Հետևաբար հայցվորի այս պնդումն անհիմն է:

Հայցվորը բողոքում նշել էր՝ որ «ARMANI» բառը պարունակող մոտ 32 ապրանքային նշան ունեն» և բնականաբար բողոքարկման խորհուրդը ուսումնասիրել է այն հարցը, թե նշված ապրանքային նշաններից առկա է որևէ մեկը՝ որը գրանցվել է ԱՄՄԴ 33-րդ դասում՝ այսինքն գրանցված ապրանքային նշանները նույն կամ նույնատիպ ապրանքների համար են գրանցվել թե ոչ» և պարզել է՝ որ ԱՄՄԴ 33-րդ դասի ապրանքների համար հայցվորի կողմից հիշատակված «ARMANI» բառը պարունակող ապրանքային նշան գրանցված չէ: Քանի որ նման գրանցման առկայությունը կարող է հիմք հանդիսանալ ապրանքային նշանի գրանցումն անվավեր ճանաչելու համար:

Ինչ վերաբերում է «պատմական ծագմանը»՝ ապա որպես հիմնավորում վիճարկվող որոշման մեջ հղում է կատարվել փորձաքննության նյութերում առկա փաստերին՝ որոնք և հիմնավորում են «Այգեպատ ARMANI» բառերը պարունակող համակցված ապրանքային նշանում՝ գրանցման թիվ 12180՝ առկա «ARMANI» բառը որպես պատմական ծագում ունեցող անվանում: Այսինքն՝ իմաստային առումով վիճարկվող նշանի «ARMANI» բառը տարբերվում է հայցվորի ապրանքային նշանում օգտագործված «ARMANI» բառից:

Հայցվորը, հղում կատարելով ապրանքի ծագման տեղանվանը վերաբերող նորմին, նշել է՝ որ «այս հանգամանքը ևս խորհրդի փաստարկները դարձնում է օրենքի տեսանկյունից անհիմն»:

Վիճարկվող որոշման մեջ ընդհանրապես ապրանքի ծագման տեղանվան մասին նշում իսկ չկա՝ ապա ոնց կարող է այդ հանգամանքը գոյություն չունեցող հանգամանքը՝ խորհրդի փաստարկներն անհիմն դարձնի:

3. Ինչ վերաբերում է Փարիզյան կոնվենցիայի կիրառելիությանը՝ ապա Փարիզյան կոնվենցիայի 10 bis հոդվածի 3-րդ մասի 1-ին ենթակետը սահմանում է. «Մասնավորապես արգելվան ենթակա են բոլոր գործողությունները՝ որոնք ընդունակ են որևէ ձևով շփոթություն առաջացնելու մրցակցի ձեռնարկության» մթերքների կամ արդյունաբերական կամ առևտրական գործունեության նկատմամբ»՝ այսինքն շփոթությունը պետք է առաջանա ձեռնարկության՝ մթերքների կամ արդյունաբերական կամ առևտրական գործունեության նկատմամբ և բողոքարկման խորհուրդը այս բոլոր չափանիշներին անդրադարձել է և մանրամասն քննարկել ու նշել՝ որ «ARMANI» բառի օգտագործումը «Այգեպատ» զինու-կոնյակի գործարանի արտադրանքի վրա հայկական շուկայում սպառողի մոտ մոլորություն չի կարող առաջացնել 33-րդ դասի ապրանքների նկատմամբ՝ հաշվի առնելով այն հանգամանքը՝ որ՝ ինչպես հայտնի է՝ Հայաստանում «ARMANI» ապրանքային նշանի տակ շրջանառության մեջ է դրվում հագուստ և այլ համանման ապրանք՝ որը վաճառվում է մի քանի մեծ խանութներում՝ և որի սպառողները շատ լավ տեղյակ են՝ այդ ապրանքների ծագման մասին: Ինչ վերաբերում է Հայաստանի միջին սպառողին՝ ապա նրա մոտ էլ շփոթություն չի կարող առաջանալ՝ քանի որ՝

ա) պիտակի ձևավորումը և դրա վրա օգտագործված տարրերն

միարժեք ցույց են տալիս «ԱՅԳԵՊՍ ARMANI» նշանով մակնշված ապրանքի (ալկոհոլային խմիչքների) Հայաստանյան ծագումը և եթե սպառողին նույնիսկ հայտնի չէ «ARMANI» ապրանքային նշաններով այլ ապրանքների իրական ծագումը՝ ապա շփոթության հարց չի կարող առաջանալ՝ քանի որ « ինչպես բողոքում է նշված՝ սպառողին հայտնի է « որ «GA MODEFINE S.A» ընկերության «հռչակավոր» ARMANI–ն Հայաստանյան ծագում չունի :

բ) ի տարբերություն «ARMANI» ապրանքային նշաններով այլ ապրանքների վրա (օրինակ՝ հագուստի) շրջանառությանը « ՀՀ օրենսդրությամբ սահմանված պահանջների համաձայն՝ ալկոհոլային խմիչքների պիտակավորման նկատմամբ սահմանված պահանջներից ելնելով՝ նշված ապրանքների (33-րդ դաս) պիտակի վրա պարտադիր նշվում են արտադրողի անվանումը՝ հասցեն՝ լիցենզիայի համարը և այլ տվյալներ՝ որոնք միարժեք նույնականացնում են ապրանքի իրական ծագումը»: Բացի այդ, համաձայն հայցվորի պնդումների «ARMANI» բառը պարունակող հայցվորին պատկանող ապրանքային նշանները քաջ հայտնի են սպառողներին՝ հետևաբար սպառողը առավելևս չի կարող շփոթել իրեն քաջ հայտնի ապրանքային նշանը՝ այդ նշանով արտադրանքը որը արտասահմանյան ծագում ունի՝ մեկ այլ արտադրանքի՝ «ԱՅԳԵՊՍ ARMANI» նշանով մակնշված ալկոհոլային խմիչքների հետ, որն ակնհայտ հայկական ծագում ունի:

Այսինքն՝ ձեռնարկության՝ մթերքների կամ արդյունաբերական կամ առևտրական գործունեության նկատմամբ շփոթությունը տվյալ դեպքում բացակայում է: Ակնհայտ է՝ որ Փարիզյան կոնվենցիայի 10 bis հոդվածի 3-րդ մասի 1-ին ենթակետի խախտումը տվյալ դեպքում բացակայում է և նշված հոդվածը կիրառելի չէ:

Հայցվորը վիճարկվող որոշման ընդհանուր կոնտեքստից մեջբերել է ընդհանենը մի մասը:

Ինչ վերաբերում է «Մտավոր սեփականության իրավունքների առևտրին առընչվող հայեցակետերի մասին համաձայնագրի» 16-րդ հոդվածի կիրառելիությանը և ըստ հայցվորի բողոքարկման խորհրդի որոշման մեջ նշված հոդվածի աղավաղմանը՝ ապա համաձայնագրի համաձայն «Փարիզյան կոնվենցիայի 6 bis հոդվածը դրանում համապատասխան փոփոխություններ կատարելուց հետո կիրառվում է այն ապրանքների ... նկատմամբ՝ որոնք համանման չեն նրանց՝ որոնց նկատմամբ գրանցված է ապրանքային նշանը՝ եթե այդ ապրանքների ... նկատմամբ այդ ապրանքային նշանի օգտագործմամբ կապ կմատնանշվի այդ ապրանքների ... և գրանցված ապրանքային նշանի սեփականատիրոջ միջև և եթե գրանցված ապրանքային նշանի սեփականատիրոջ շահերը հավանական է՝ որ կվնասվեն այդ օգտագործմամբ»՝ ապրանքի և ապրանքային նշանի սեփականատիրոջ միջև կապը կարող է լինել ոչ այլ կերպ, քան որպես նույն անձի արտադրանքի կամ արտադրողների միջև կապի ձևով՝ այսինքն որոշման մեջ ըստ էության նույն միտքն է արտահայտված: Իսկ ինչ վերաբերում է վնասի հարցին՝ ապա որոշման մեջ նշվել է՝ որ «պետք է վնաս հասցվի բողոքարկողի՝ սեփականատիրոջ՝ շահերին»՝ այսինքն «պետք է» բառը նշում է վնաս հասցնելու հնարավորության առկայությունը՝ այլ ոչ թե արդեն հասցված վնասի առկայությունը՝ հետևաբար նշված հոդվածի աղավաղում տեղի չի ունեցել: Ինչ վերաբերում է նշված հոդվածի կիրառելիությանը՝ ապա այդ՝ բողոքարկողը նշված երկու պայմաններից և ոչ մեկի առկայությունը չի հիմնավորել՝ ուստի նշված նորմը կիրառելի չէ՝ որը վիճարկվող որոշման մեջ հիմնավորված է:

«Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» ՀՀ օրենքի 64-րդ և 98-րդ հոդվածների կիրառելիությունը հիմնավորող որևէ փաստարկ հայցվորը չի ներկայացրել, նշված հոդվածները նշելը բացարձակապես անհիմն են և կիրառելի չեն:

Վերոգրյալ հիմնավորումներով պատասխանողի ներկայացուցիչը պնդել է, որ գործակալության բողոքարկման խորհրդի վիճարկվող որոշումը հիմնավորված է և օրենքի պահանջներին

համապատասխանող՝ հետևաբար հայցվորի կողմից նշված 57-րդ հոդվածի և 7-րդ հոդվածի խախտում տեղի չի ունեցել և 63-րդ հոդվածը կիրառելի չէ և խնդրել է հայցն ամբողջությամբ մերժել: Ղատաքնության ընթացքում պատասխանողի ներկայացուցիչը, վերը շարադրված փաստարկներն ամբողջությամբ պնդելով, խնդրեց հայցը մերժել:

Պատասխանողի ներկայացուցչի ներկայացրած փաստերի, հիմնավորումների վերաբերյալ հայցվորի ներկայացուցչի փաստարկները.

Պատասխանողը ճիշտ չի մեկնաբանում «Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» ՀՀ օրենքի 57-րդ և 63-րդ հոդվածների էությունը: Մասնավորապես՝ նշված օրենքի 57-րդ հոդվածը, պահանջելով « որպեսզի վարչական մարմնի ակտը լինի հիմնավոր» ենթադրում է « որ այդ հիմնավորումները պետք է հստակ ներառված լինեն հենց վարչական ակտում: Մինչդեռ պատասխանողը սույն գործի վարույթի ընթացքում ներկայացնում է բանավոր և գրավոր փաստարկներ» որոնցով փորձում է հիմնավորել վիճարկվող ակտի հիմնավորված և օրենքի տեսանկյունից պատշաճ լինելը: Այդ հանգամանքն ինքնին հաստատում է « որ նույնիսկ եթե ենթադրենք» որ պատասխանողի կողմից դատարանին ներկայացվող փաստարկները հիմնավոր են» ապա վիճարկվող վարչական ակտն արդեն իրավաչափ չէ» քանի որ այդ փաստարկները վարչական ակտում բացակայում են: Այսինքն պատասխանողն ինքն է ապացուցում « որ իր վարչական ակտը հիմնավոր չի եղել» հակառակ դեպքում նա ստիպված չէր լինի այնպիսի փաստարկներ ներկայացնել « որոնք վարչական ակտում չկան: Հետևաբար» եթե «Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» ՀՀ օրենքի պահանջները վարչական ակտում պահպանված լինեին» ապա վարչական մարմնին այս վարույթի ընթացքում ծավալվող քննարկումները պետք է իրականացրած լինեին հենց վարչական վարույթի ընթացքում: Իր պատասխանում պատասխանողը կրկին շարունակում է պնդել « որ «ARMANI» բառը 33-րդ դասի ապրանքների համար հայցվորը չի գրանցել» այս հարցը քննարկվել է նաև բողոքարկման խորհրդի որոշման մեջ և հայցադիմումում նշվել է « որ անհասկանալի է « թե խորհուրդն ինչ նպատակով է «պարզել»» թե 33-րդ դասի ապրանքների՝ ալկոհոլային խմիչքների համար գրանցված հայցվորի «ARMANI» ապրանքային նշան կա» թե՛ ոչ» քանի որ այդ հանգամանքն Արդյունաբերական սեփականության պաշտպանության Փարիզյան կոնվենցիայի 10 bis հոդվածի կիրառման հիմք չի հանդիսանում: Այս հարցին պատասխանողը չի անդրադարձել ու հետևաբար ակնհայտ է « որ սույն գործի շրջանակներում ոչ մի նշանակություն չունի» թե արդյոք 33-րդ դասի ապրանքների՝ ալկոհոլային խմիչքների համար գրանցված հայցվորի «ARMANI» ապրանքային նշան կա» թե՛ ոչ: Ու հետևաբար Փարիզյան կոնվենցիայի 10 bis հոդվածն այս տեսանկյունից պետք է կիրառվեր անկախ այդ հանգամանքից» ինչը բողոքարկման խորհուրդը չի արել և ինչի վրա էլ մենք շեշտադրել էինք մեր հայցադիմումում:

Պատասխանողը նաև իր պատասխանում փորձում է շահարկել «Այգեպատ ARMANI» համակցված ապրանքային նշանում ARMANI բառը՝ որպես պատմական ծագում ունեցող անվանման հանգամանքը» նաև հղում կատարելով փորձաքննության նյութերի վրա՝ որոնք իբր հաստատում են այդ պնդումը: Նույնիսկ, եթե ինչ-որ ապացույցներ կան հիմնավորումներ կան» ապա դրանք պետք է բողոքարկման խորհրդի վիճարկվող որոշման մեջ հստակ և սպառիչ արտացոլված լինեին: «Վարչարարության հիմունքնարի և վարչական վարույթի մասին» ՀՀ օրենքի իմաստով միայն հիմնավորման գոյության մասին հիշատակումը բավարար չէ վարչական ակտը հիմնավորված դարձնելու համար» ապացույցը

պետք է հստակ ու սպառիչ նկարագրվի ու ներկայացվի վարչական ակտում: Հետևաբար, նույնիսկ եթե պատասխանողն ինչ-որ հիմնավորումներ բերի՝ որոնք վիճարկվող ակտում հստակ նկարագրված չեն՝ ապա դա հենց կհաստատի «Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» ՀՀ օրենքի 57-րդ հոդվածի խախտված լինելու հանգամանքը:

Ինչ վերաբերում է ARMANI բառի պատմական ծագմանը՝ ապա հատկանշական են հետևյալ հանգամանքները՝

- բողոքարկման խորհրդի որոշման մեջ փաստարկներ են բերվում «Արմանի»՝ այլ ոչ թե ARMANI բառի պատմական ծագման մասին՝ հետևաբար ակնհայտ է՝ որ լեզվական և պատմական առումով կողմերը լիովին տարբեր բառերի մասին են խոսում.

- պատասխանողն այդպես էլ չի կողմնորոշվում՝ թե ի վերջո Այգեպատ ARMANI

անունը պետք է դիտարկել պատմական ծագման՝ թե «Այգեպատ ARMANI

նշանով մակնշված ապրանքի Հայաստանյան ծագման» լույսի ներքո՝ ինչպես նշված է բողոքարկման խորհրդի որոշման երկրորդ կետի «,ա., ենթակետում» ակնհայտ է՝ որ պատասխանողն այս հարցը դիտարկում է ապրանքի ծագման տեղանվան և ոչ թե ապրանքային նշանի բառերի պատմական ծագման վրա: Այսինքն՝ որքան էլ պատասխանողը պնդի՝ թե բողոքարկման խորհրդի որոշումը տեղանվան հարցերին չի անդրադարձել, դրանում առկա հիմնավորումներում օգտագործված տերմինները վկայում են ճիշտ հակառակի մասին: ARMANI բառի պատմական ծագման հիմնավորումը բողոքարկման խորհուրդը տվել է՝ «Այգեպատ ARMANI նշանով մակնշված ապրանքի Հայաստանյան ծագման» հիմքի վրա՝ ինչը «Ապրանքային և սպասարկման նշանների» ապրանքների ծագման տեղանունների մասին» ՀՀ օրենքի տեսանկյունից ակնհայտ անհիմն է.

- վերը նշված լույսի ներքո հատկապես հետաքրքիր է այն հանգամանքը՝ որ չնայած

պատասխանողն անընդհատ խոսում է «Այգեպատ ARMANI» համակցված ապրանքային

նշանի մասին՝ «Այգեպատ» անվանումն ինքնուրույն պահպանության օբյեկտ չի հանդիսանում՝ այսինքն վիճարկվող ապրանքային նշանի սեփականատիրոջ նպատակն ի սկզբանե եղել է անգլերեն ARMANI բառը՝ որը ոչ մի հայկական ծագում ուղղակի չի կարող ունենալ՝ որպես իր ապրանքային նշան գրանցելը: Ակնհայտ է նաև՝ որ «Այգեպատ» բառի ներառումն ընդամենը փորձ է՝ որպեսզի արդեն իսկ գրանցված և ամբողջ աշխարհում հայտնի ARMANI ապրանքային նշանի հետ ամբողջական համընկնումից խուսափեն: Այնուամենայնիվ՝ նմանությունն այս նշանների միջև ակնհայտ է հենց միայն ՀՀ առևտրի և տնտեսական զարգացման նախարարի 2005 թվականի ապրիլի 12-ի թիվ 85-Ն որոշմամբ հաստատված «Ապրանքային և սպասարկման նշանների հայտերի ձևակերպման ներկայացման և քննարկման կարգի» 98 կետի իմաստով՝ որի 10-րդ կետի համաձայն՝ բառային ապրանքային նշանների նմանությանը որոշվում է նշաններից մեկը մյուսի մեջ մտնելով՝ հատկապես բառային արտահայտությունների՝ այդ թվում՝ ֆիրմային անվանումների մեջ: Այս դեպքում՝ համընկնող վանկերի առկայության կամ մի նշանն այլ նշանի մեջ մտնելու դեպքում նմանության ծագման որոշիչ գործոն է համարվում համընկնող մասերի սկզբնական դիրքը: Շատ դեպքերում նշանների նման ճանաչման հիմք կարող է հանդիսանալ ինչպես սկզբնամասերի՝ այնպես էլ վերջնամասերի համընկնումը՝ տարբեր միջնամասերի դեպքում: Ակնհայտ է՝ որ այս նորմի լույսի ներքո վերը նշված ապրանքային նշանները նման են:

Ինչ վերաբերում է Արդյունաբերական սեփականության պաշտպանության Փարիզյան կոնվենցիայի 10 bis հոդվածի և TRIPS-ի 16-րդ հոդվածի կիրառելիությանը՝ ապա պատասխանողն իր «Պատասխանում» ընդունում է՝ որ այդ նորմերի կիրառելիությունը

հնարավոր է նաև «վնաս հասցնելու հնարավորության առկայության դեպքում»: Մինչդեռ բողոքարկման խորհրդի որոշման 3-րդ կետում բառացիորեն նշված է հետևյալը. «Կոլեգիան համարում է» որ TRIPS–ի դրույթներից օգտվելու համար պետք է ապահովվի երկու պայման» մեկը« որ նշանը սպառողին մոլորության մեջ է գցում» ենթադրելով, որ արտադրողների մեջ կապ կա և երկրորդը« որ անպայման պետք է վնաս հասցվի բողոքարկողի շահերին և հենց ինքը բողոքարկողը պարտավոր է դա ապացուցել որպեսզի գրանցումը չեղյալ ճանաչվի: Կոլեգիայի կարծիքն այն է« որ տվյալ դեպքում բողոքարկողը տեսականորեն է մոտենում» մինչդեռ գրանցումը չեղյալ ճանաչելու համար պետք է փաստացի հիմքեր ներկայացնել այդպիսի վնասի մասին»: Ակնհայտ է« որ բողոքարկման խորհուրդը խոսում է փաստացի վնասների» այլ ոչ թե վնաս հասցնելու հնարավորության ապացուցման մասին» ինչն իրականում աղավաղում է Փարիզյան կոնվենցիայի 10 bis հոդվածի և TRIPS–ի 16-րդ հոդվածի էությունը: Պատասխանողն ինքն է ընդունում «ARMANI» ապրանքային նշանի հանրահայտ լինելու հանգամանքը» որն ինքնին արդեն ենթադրում է Փարիզյան կոնվենցիայի 10 bis հոդվածի և TRIPS–ի 16-րդ հոդվածի ուղղակի կիրառում» ինչն իր հերթին պետք է հանգեցնեք «Այգեպատ ARMANI» ապրանքային նշանի գրանցման անվավեր ճանաչման: Եթե ամփոփենք վերոգրյալը« ապա գոյություն ունեն մի շարք հիմքեր« այդ թվում նաև իրավական (ի թիվս այլոց» նաև Արդյունաբերական սեփականության պաշտպանության Փարիզյան կոնվենցիայի 10 bis հոդվածը« TRIPS–ի 16-րդ հոդվածը» ՀՀ առևտրի և տնտեսական զարգացման– նախարարի 2005 թվականի ապրիլի 12ի թիվ 85-Ն որոշմամբ հաստատված «Ապրանքային և սպասարկման նշանների հայտերի ձևակերպման ներկայացման և քննարկման կարգի» 98 կետը)« որոնք ողջամիտ կասկածից վեր ապացուցում են բողոքարկման խորհրդի վիճարկվող որոշման անհիմն լինելու հանգամանքը: Ավելին« առկա են բավարար հիմքեր» որոնք ցույց են տալիս« որ «Այգեպատ ARMANI» վիճարկվող ապրանքային նշանի գրանցումն անվավեր պետք է ճանաչվի» քանի որ այն ոչ միայն շփոթության աստիճանի նման է հայցվորի սեփականությունը հանդիսացող ARMANI ապրանքային նշանին« այլ նաև «Այգեպատ ARMANI» վիճարկվող ապրանքային նշանի առկայությունն ուղղակիորեն խախտում է Փարիզյան կոնվենցիայի 10 bis հոդվածի և TRIPS–ի 16-րդ հոդվածի պահանջները: Ընդ որում պատասխանողը հակառակը հաստատող ողջամիտ ապացույցներ չի բերել և, եթե նույնիսկ այդպիսի ապացույցներ կան« ապա դրանք բողոքարկման որոշման մեջ չեն պարունակվում» ինչը որոշումը «Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» ՀՀ օրենքի իմաստով դարձնում է չհիմնավորված: Ինչ վերաբերում է «Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» ՀՀ օրենքի 64-րդ և 98-րդ հոդվածներին« և մասնավորապես վարչական ակտի անվավեր ճանաչման հետևանքների կիրառմանը« ապա հայցադիմումում պատշաճ կերպով հիմնավորվել է« որ տվյալ գործով« վերը նշված օրենքի իմաստով վիճարկվող վարչական ակտի անվավեր ճանաչումը պետք է հանգեցնի նաև ապրանքային նշանի գրանցման անվավեր ճանաչման:

Երրորդ անձի ներկայացուցչի ներկայացրած փաստերի, հիմնավորումները.

Իրենք հայցի դեմ առարկում են, գտնում են, որ «Այգեպատ ARMANI» ապրանքային նշանը գրանցվել է օրենքով սահմանված կարգով, իսկ բողոքարկման խորհուրդն իրավացիորեն մերժել է այդ գրանցումն անվավեր ճանաչելու մասին հայցվոր ընկերության բողոքը: «ARMANI»՝ հայերեն Արմանի բառը հնուց ի վեր հայերի և Հայաստանի անվանման այն տարատեսակներից մեկն է (ինչպես նաև Արմենիա, Արմինա, Արմանստան, Արմենիեն և այլն), որոնց

հիմքը հանդիսանում է «արմ» արմատը, որը ակադեմիկոս Ռ.Իշխանյանի բացատրությամբ «...բնիկ հայերեն բառ է, նշանակում է սերունդ, զարմ, արմատ»: Իրենց ապրանքային նշանի շրջանաձև պատկերի մեջ «Այգեպատ ARMANI» գրառումը տարբերվում է բողոքարկողի ապրանքային նշանի գրառումից, իսկ Մասիսի ուրվագծի պատկերը արտացոլում է արտադրողի և ապրանքի հայկական ծագումը: Նշված հիմնավորումները քննարկվել են գործակալության կողմից և որոշում է կայացվել «Այգեպատ ARMANI» ապրանքային նշանը գրանցելու մասին: Վերոգրյալ հիմնավորումներով երրորդ անձի ներկայացուցիչը խնդրեց հայրը մերժել:

Փորձագետի ցուցմունքը.

Փորձագետ Լիլիթ Հովումյանը դատարանին հայտնեց, որ ապրանքային նշանը գրանցելու մասին որոշումը կայացվել է օրենքի 11-րդ և 12-րդ հոդվածների համապատասխան, որի ընթացքում մինչև ապրանքային նշանի մասին որոշման կայացումը փորձաքննությունն անհրաժեշտ է գտել հարցում կատարել, որպեսզի ճշտի «Արմանի» բառի նշանակությունը, որի հետևանքով հայտատուն համապատասխան փաստաթղթեր է ներկայացրել, իր կողմից բացատրություն է ներկայացվել և հղում այն համապատասխան աղբյուրի, որը որպես հիմք է ընդունվել: Ռաֆայել Իշխանյանի համապատասխան գրքի համաձայն «Արմանի» նշանակում է «արմատ» և դա ավելի շատ ստացվում է Հայաստանի հետ, որը հաշվի է առնվել: Որոշումը կայացնելուց, փորձաքննության ընթացքում ստուգվել է համապատասխան դասի գրանցված ապրանքները, եթե դիտարկենք սպառողի տեսակետից, սպառողը երբեք չի մտածի, որ դա այն «Արմանի»-ն է որը հայտնի է հագուստի և նման տիպի ապրանքների համար, բայց ոչ ալկոհոլային խմիչքների համար, որի համար նա ընդհանրապես գրանցում չունի:

«GA MODEFINE S.A». ընկերությանը պատկանող ապրանքային նշանները չի ստուգվել, որովհետև 33-րդ դասի համար չի գրանցվել և ըստ դրա փորձաքննության ընթացքում ստուգել են միայն այն դասը, որի համար խնդրարկվում է նշանի գրանցումը: Որ 33-րդ դասն է ալկոհոլային խիչքների համար, երբեք չեն մտածել որոնել 25-րդ դասի հագուստի համար: Եթե դիտարկեն սպառողի տեսակետից, նրանք ընդհանրապես տարբեր խանութներում են սպառվում, երբեք սպառողը մտնելով ալկոհոլային խմիչք գնելու չի մտնի հագուստի խանութ որպեսզի այնտեղ փնտրի խմիչք և ընդհակառակը:

Արդյունաբերական սեփականության պաշտպանության Փարիզյան կոնվենցիայի 10-րդ BIS հոդվածը և TEPSI 16-րդ հոդվածը դիտարկվում է հիմնականում այն դեպքերում, երբ իրոք կարող է կասկած առաջացնել, որ ինչ որ մեկի ապրանքային նշանն է օգտագործվում: Եթե գրված է հայկական կոնյակ, ապա դա միանշանակ նշանակում է որ դա իրոք հայկական կոնյակ է, և այլ երկրի կողմից դա չի կարող արտադրվել և իրացվել, բացի դրանից պիտակի վրա առկա է նաև «Այգեպատ»-ը:

Առաջնորդվելով ՀՀ վարչական դատավարության օրենսգրքի 6-րդ հոդվածում ամրագրված գործի փաստերն ի պաշտոնե պարզելու սկզբունքով, լսելով կողմերի ներկայացուցիչների բացատրությունները՝ փորձագետի ցուցմունքը, հետազոտելով գործում եղած գրավոր ապացույցները, և դրանցից յուրաքանչյուրը գնահատելով բոլոր ապացույցների բազմակողմանի, լրիվ և օբյեկտիվ հետազոտության վրա հիմնված ներքին համոզմամբ, դատարանը եզրակացրեց, որ հայցը ենթակա է բավարարման հետևյալ պատճառաբանությամբ:

Դատաքննությամբ պարզված հանգամանքները.

- «ARMANI» տարրը ներառված է «GA MODEFINE S.A» ընկերությանը պատկանող 32 ապրանքային նշանում, ինչը հաստատվում է ընկերության ապրանքային նշանների գրանցման փաստաթղթերով.
- ՀՀ մտավոր սեփականության գործակալության կողմից «Այգեպատ» գինու-կոնյակի գործարան» ՍՊԸ-ի անվամբ 30.10.2007թ. գրանցվել է «Այգեպատ ARMANI» բառերը պարունակող համակցված ապրանքային նշանը՝ գրանցման թիվ 12180.
- «GA MODEFINE S.A» ընկերության ներկայացուցիչ ՀՀ արտոնագրային հավատարմատար Ա.Գալոյանը 2008թ. հոկտեմբերի 14-ին բողոք է ներկայացրել ՀՀ մտավոր սեփականության գործակալության բողոքարկման խորհուրդ՝ խնդրելով անվավեր ճանաչել գրանցման թիվ 12180 «Այգեպատ ARMANI» բառերը պարունակող համակցված ապրանքային նշանի գրանցում.
- ՀՀ մտավոր սեփականության գործակալության բողոքարկման խորհուրդը քննարկելով ներկայացված բողոքը 23.01.2009թ. ընդունել է բողոքը մերժելու և գրանցման թիվ 12180 «Այգեպատ ARMANI» բառերը պարունակող համակցված ապրանքային նշանի գրանցման գործողությունն ուժի մեջ թողնելու մասին որոշում:

Սույն վեճի լուծման համար նշանակություն ունեցող պարզման ենթակա հարցերը.

- Ճիշտ են մեկնաբանվել արդյոք Արդյունաբերական սեփականության պաշտպանության Փարիզյան կոնվենցիայի 10 bis հոդվածի՝ «Մտավոր սեփականության իրավունքների՝ առևտրին առնչվող հայեցակետերի մասին համաձայնագրի» (TRIPS) 16-րդ հոդվածի պահանջները, առկա են արդյոք «Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» ՀՀ օրենքի 63-րդ հոդվածով սահմանված հիմքերը ՀՀ մտավոր սեփականության գործակալության բողոքարկման խորհրդի 23.01.2009թ. թիվ 46/09 որոշումը և գրանցման թիվ 12180 «Այգեպատ ARMANI» բառերը պարունակող համակցված ապրանքային նշանի գրանցումն անվավեր ճանաչելու համար:

ՀՀ վարչական դատարանի պատճառաբանությունները և եզրահանգումները.

«Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» ՀՀ օրենքի 1-ին հոդվածի համաձայն՝ սույն օրենքը սահմանում է վարչարարության հիմունքները, կարգավորում է վարչական ակտեր ընդունելու, վարչական ակտերը, վարչական մարմինների գործողությունները և անգործությունը բողոքարկելու, վարչական ակտի կատարման, վարչական ծախսերի, ինչպես նաև վարչարարությամբ հասցված վնասի հատուցման հետ կապված՝ վարչական մարմինների և ֆիզիկական կամ իրավաբանական անձանց միջև ծագած հարաբերությունները: Նույն օրենքի 2-րդ հոդվածի 3-րդ մասի համաձայն՝ առանձին տեսակի վարչական վարույթների առանձնահատկությունները սահմանվում են օրենքներով և Հայաստանի Հանրապետության միջազգային պայմանագրերով: «Ապրանքային և սպասարկման նշանների, ապրանքների ծագման տեղանունների մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի համաձայն՝ սույն օրենքով կարգավորվում են ապրանքային և սպասարկման նշանների, ապրանքների ծագման տեղանունների գրանցման, իրավական պահպանության և օգտագործման հետ կապված հարաբերությունները:

Նշված իրավանորմերի մեկնաբանմամբ վարչական դատարանը գտնում է, որ «Ապրանքային և սպասարկման նշանների, ապրանքների ծագման տեղանունների մասին» ՀՀ օրենքով սահմանվում են այդ օրենքով կարգավորվող վարույթի առանձնահատկությունները, հետևաբար «Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» ՀՀ օրենքի ընդհանուր դրույթները կիրառելի են վեճի առարկա իրավահարաբերությունների նկատմամբ միայն «Ապրանքային և սպասարկման նշանների, ապրանքների ծագման տեղանունների մասին» ՀՀ օրենքով սահմանված վարույթի առանձնահատկությունների հաշվառմամբ: «Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» ՀՀ օրենքի 3-րդ հոդվածը սահմանում է. «Սույն օրենքում օգտագործվող հիմնական հասկացություններն ունեն հետևյալ իմաստները` ... վարչարարություն` վարչական մարմինների արտաքին ներգործություն ունեցող գործունեություն, որը եզրափակվում է վարչական կամ նորմատիվ ակտերի ընդունմամբ, ինչպես նաև գործողություն կամ անգործություն, որն անձանց համար առաջացնում է փաստական հետևանքներ»:

«Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» ՀՀ օրենքի 53-րդ հոդվածի համաձայն` վարչական ակտն արտաքին ներգործություն ունեցող այն որոշումը, կարգադրությունը, իրամանր կամ այլ անհատական իրավական ակտն է, որը վարչական մարմինն ընդունել է հանրային իրավունքի բնագավառում կոնկրետ գործի կարգավորման նպատակով, և ուղղված է անձանց համար իրավունքներ և պարտականություններ սահմանելուն, փոփոխելուն, վերացնելուն կամ ճանաչելուն:

Նույն հոդվածի 2-րդ մասի համաձայն` միջամտող վարչական ակտն այն վարչական ակտն է, որի միջոցով վարչական մարմինները մերժում, միջամտում, ընդհուպ սահմանափակում են անձանց իրավունքների իրականացումը, որևէ պարտականություն են դնում նրանց վրա կամ ցանկացած այլ եղանակով վատթարացնում են նրանց իրավական կամ փաստացի դրությունը:

Վերը նշված իրավական ակտերի վերլուծության արդյունքում ՀՀ վարչական դատարանը եզրակացրեց, որ ՀՀ մտավոր սեփականության գործակալության բողոքարկման խորհրդի սույն գործով վիճարկվող 23.01.2009թ. թիվ 46/09 որոշումը և գրանցման թիվ 12180 «Այգեպատ ARMANI» բառերը պարունակող համակցված ապրանքային նշանի գրանցումն հանդիսանում են վարչական ակտեր:

«Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի 75-րդ հոդվածի 2-րդ մասի համաձայն` վարչական բողոքը քննարկվում է բողոքարկված վարչական ակտի իրավաչափության տեսանկյունից, իսկ հայեցողական լիազորության իրականացման դեպքում` նաև նպատակահարմարության տեսանկյունից:

Վարչական մարմինը վարչական բողոքը քննարկելիս առաջնորդվում է ինչպես գործում առկա, այնպես էլ լրացուցիչ ներկայացվող ապացույցներով:

Ընդ որում, ինչպես վերը նշվեց, «Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» ՀՀ օրենքի 75-րդ հոդվածի համաձայն, վարչական բողոքի քննարկումը պետք է իրականացվեր նույն օրենքի II բաժնով սահմանված դրույթներին համապատասխան, քանի որ այդ բաժնով այլ բան նախատեսված չէ: Այսինքն` ՀՀ մտավոր սեփականության գործակալության գանգատարկման հանձնաժողովը հայցվոր ընկերության բողոքի հիման վրա հարուցված վարչական վարույթի ընթացքում պարտավոր էր ապահովել փաստական հանգամանքների բազմակողմանի, լրիվ և օբյեկտիվ քննարկումը` բացահայտելով գործի բոլոր, այդ թվում` վարույթի մասնակիցների օգտին առկա հանգամանքները և ընդունելու «Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» ՀՀ օրենքի 55-րդ, 56-րդ և 57-րդ հոդվածների պահանջներին բավարարող վարչական ակտ:

Ղատաքնությանը պարզվեց, որ պատասխանողի կողմից չեն պահպանվել վերը նշված հոդվածների պահանջները, քանի որ սույն գործով վիճարկվող 23.01.2009թ. թիվ 46/09 որոշումը ոչ միայն հիմնավորված չէ, այլ նաև նշում չի պարունակում այն բոլոր էական փաստական և իրավաբանական հանգամանքների վերաբերյալ, որոնք վարչական մարմնին հիմք են տվել մերժելու հայցվոր ընկերության բողոքը:

Վարչական բողոքի քննարկման արդյունքում վարչական ակտի բեկանման հիմքերը սահմանված են «Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» ՀՀ օրենքի 77-րդ հոդվածով, ի թիվս որոնց, այդպիսիք են հանդիսանում նաև նույն օրենքի 63-64-րդ հոդվածներով սահմանված հիմքերը:

«Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» ՀՀ օրենքի 76-րդ հոդվածի 1-ին մասի համաձայն՝ քննարկելով վարչական ակտի վերաբերյալ բերված վարչական բողոքը՝ վարչական մարմինը, որն ընդունել է բողոքարկվող վարչական ակտը, իրավասու է բավարարելու բողոքն ամբողջությամբ կամ մասնակիորեն՝ ճանաչելով վարչական ակտն անվավեր կամ առջինը կամ ընդունելով նոր վարչական ակտ:

Վերը նշված իրավանորմերի վերլուծությունից հետևում է, որ բողոքի քննարկման ընթացքում «Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» ՀՀ օրենքի 63-64-րդ հոդվածներով նախատեսված հիմքերի առկայության պարագայում վարչական մարմինը պետք է ընդուներ բողոքն ամբողջությամբ բավարարելու մասին վարչական ակտ:

Գործում առկա գրավոր ապացույցների հետազոտման, կողմերի ներկայացրած իրավական դիրքորոշումների գնահատման արդյունքում դատարանը եզրակացրեց, որ հայցվորի կողմից ներկայացրած բողոքի քննարկման ընթացքում առկա է եղել «Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» ՀՀ օրենքի 63-րդ հոդվածի 1-ին մասի „ա“, ենթակետով նախատեսված հիմք (օրենքի սխալ մեկնաբանման հետևանքով ընդունված վարչական ակտ) բողոքը բավարարելու համար, այնինչ բողոքն անհիմն կերպով մերժվել է:

Ղատարանի նման իրավական դիրքորոշումը հիմնավորվում է ներքոշարադրյալով:

«Այգեպատ» գինու-կոնյակի գործարան» ՍՊԸ-ի անվամբ «Այգեպատ ARMANI» բառերը պարունակող համակցված ապրանքային նշանը ՀՀ մտավոր սեփականության գործակալության կողմից 30.10.2007թ. գրանցվել է ընդունելի համարելով «Այգեպատ» գինու-կոնյակի գործարան» ՍՊԸի կողմից ներկայացված հետևյալ հիմնավորումները.

• «ARMANI» - հայերեն «Արմանի» բառը հնուց ի վեր հայտնի հայերի և Հայաստանի

անվանման տարատեսակ է « որի հիմքը «արմ» արմատն է.

• «Արմանի»-ն տեղանուն է.

• «ARMANI» գրառումն արտերկրում արտացոլում է ապրանքի հայկական ծագումը.

• ապրանքային նշանի վրա Մասիսների ուրվագծի պատկերին «Այգեպատ-Արմանի»

գրառումն արտահայտում է արտադրողի հայկական պատկանելիությունը:

Նշված գրանցումն անվավեր ճանաչելու մասին հայցվոր ընկերության կողմից ՀՀ մտավոր սեփականության զանգատարկման հանձնաժողովին ներկայացրած բողոքում ներառված փաստարկները հանգել են հետևյալին:

«ARMANI» ապրանքային նշանը գրանցվել է «GA MODEFINE S.A» ընկերության իրավունքների խախտմամբ, նկատի ունենալով, որ այդ ընկերությունն ունի 32 ապրանքային նշան, որոնք իրենց մեջ ներառում են «ARMANI» տարրը, որը քաջ հայտնի է սպառողին ողջ աշխարհում, նաև՝ Հայաստանում: Հետևապես «Այգեպատ ARMANI»

ապրանքային նշանով ապրանքները կարող են մոլորության մեջ գցել սպառողին և առաջացնել անառողջ, անբարեխիղճ մրցակցություն, քանի որ «Այգեպատ ARMANI» ապրանքային նշանով մակնշված ապրանքները կարող են կապ ենթադրել «GA MODEFINE S.A» ընկերության կողմից գրանցված աշխարհահռչակ ապրանքային նշանների և գրանցված նշանների սեփականատերերի միջև:

Խորհուրդը մերժել է բողոքարկողի ներկայացրած բոլոր փաստարկները՝ նշելով հետևյալը:

«ARMANI» տարրը «GA MODEFINE S.A» ընկերությանը պատկանող 32 ապրանքային նշանում ներառված լինելու և սպառողին ողջ աշխարհում, այդ թվում նաև Հայաստանում քաջ հայտնի լինելու մասին հայցվոր ընկերության ներկայացուցչի պնդման վերաբերյալ խորհուրդը պարզել է, որ նախ 33-րդ դասի ապրանքների՝ ալկոհոլային խմիչքների համար գրանցված ընկերության ապրանքային նշան չկա՝ երկրորդ՝ «ARMANI» գրառումը ունի պատմական ծագում, երրորդ՝ «ARMANI» բառի օգտագործումը «Այգեպատ» գինու-կոնյակի գործարան»-ի արտադրանքի վրա հայկական շուկայում սպառողի մոտ մոլորություն չի կարող առաջացնել 33-րդ դասի ապրանքների նկատմամբ, հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ ինչպես հայտնի է, Հայաստանում «ARMANI» ապրանքային նշանի տակ շրջանառության մեջ է դրվում հազուստ և այլ համանման ապրանք, որը վաճառվում է մի քանի մեծ խանութներում և որի սպառողները շատ լավ տեղյակ են այդ ապրանքների ծագման մասին: Խորհուրդը գտել է նաև, որ նախ՝ Հայաստանի միջին սպառողի մոտ նույնպես շփոթություն չի կարող առաջանալ, քանի որ պիտակի ձևավորումը և դրա վրա օգտագործված տարրերը միարժեք ցույց են տալիս «ԱՅԳԵՊԱՏ ARMANI» նշանով մակնշված ապրանքի /ալկոհոլային խմիչքների/ Հայաստանյան ծագումը՝ և եթե սպառողին նույնիսկ հայտնի չէ «ARMANI» ապրանքային նշաններով այլ ապրանքների իրական ծագումը՝ ապա շփոթության հարց չի կարող առաջանալ՝ քանի որ ինչպես բողոքում է նշված սպառողին հայտնի է, որ «GA MODEFINE S.A» ընկերության «հռչակավոր» ARMANI-ին Հայաստանյան ծագում չունի, երկրորդ՝ ի տարբերություն «ARMANI» ապրանքային նշաններով այլ ապրանքների վրա (օրինակ՝ հագուստի) շրջանառությանը, ՀՀ օրենսդրությամբ սահմանված պահանջների համաձայն, ալկոհոլային խմիչքների պիտակավորման նկատմամբ սահմանված պահանջներից ելնելով, նշված ապրանքների (33 դաս) պիտակի վրա պարտադիր նշվում են արտադրողի անվանումը, հասցեն, լիցենզիայի համարը և այլ տվյալներ, որոնք միաժեք նույնականացնում են ապրանքի իրական ծագումը: Ի վերջո TRIPS-ի դրույթների կիրառելիության վերաբերյալ խորհուրդը կարևորել է երկու պայմանի առկայությունը: Մեկը, որ նշանը սպառողին մոլորության մեջ է գցում, ենթադրելով որ արտադրողների մեջ կապ կա, և երկրորդը, որ անպայման պետք է վնաս հասցվի բողոքարկողի շահերին և հենց ինքը՝ բողոքարկողը պարտավոր է դա ապացուցել, որպեսզի գրանցումը չեղյալ ճանաչվի:

Ղատարանի գնահատմամբ ՀՀ մտավոր սեփականության բողոքարկման խորհրդի կողմից 23.01.2009թ. թիվ 46/09 որոշման մեջ շարարված վերոհիշյալ փաստարկները հիմնավոր չեն հետևյալ պատճառաբանությամբ:

«Արդյունաբերական սեփականության պաշտպանության Փարիզյան կոնվենցիայի (Հայաստանի Հանրապետության համար ուժի մեջ է մտել 25.12.1991թ-ից, Պաշտոնական տեղեկագիր թիվ 5(13) 20.12.2004թ. ) 10 bis հոդվածը սահմանում է.

«(1) Միության երկրները պարտավոր են Միությունում մասնակցող երկրների քաղաքացիներին արդյունավետ պահպանությամբ ապահովել ոչ բարեխիղճ մրցակցությունից:

2) Ոչ բարեխիղճ մրցակցության գործողություն է համարվում մրցակցության ցանկացած գործողություն» որը հակասում է արդյունաբերական և առևտրական գործերում արդար սովորույթներին:

3) Մասնավորապես արգելման ենթակա են.

1. բոլոր գործողությունները՝ որոնք ընդունակ են որևէ ձևով շփոթություն առաջացնելու ձեռնարկության՝ մթերքների կամ արդյունաբերական կամ առևտրական գործունեության մրցակցի նկատմամբ.

2. սուտ պնդումները՝ որոնք առևտրական գործունեություն իրականացնելիս ընդունակ են վարկաբեկելու ձեռնարկությանը՝ ապրանքները կամ մրցակցի արդյունաբերական կամ առևտրական գործունեությանը.

3. նշումները կամ պնդումները՝ որոնց օգտագործումը առևտրային գործունեություն իրականացնելիս կարող է հասարակությանը մոլորության մեջ գցել ապրանքների բնույթի՝ պատրաստման եղանակի՝ հատկությունների՝ կիրառման պիտանելիության կամ քանակի վերաբերյալ»:

«Մտավոր սեփականության իրավունքների՝ առևտրին առնչվող հայեցակետերի մասին համաձայնագրի» (TRIPS) 16-րդ հոդվածը սահմանում է. «1. Գրանցված ապրանքային նշանի սեփականատերը բացառիկ իրավունք ունի սեփականատիրոջ համաձայնությունը չունեցող բոլոր երրորդ կողմերին արգելել առևտրի ընթացքում նույնական կամ համանման նշաններ օգտագործել այն ապրանքների կամ ծառայությունների նկատմամբ՝ որոնք նույնական կամ համանման են նրանց՝ որոնց նկատմամբ ապրանքային նշանը գրանցված է՝ եթե այդ օգտագործման հետևանքով շփոթության հավանականություն կստեղծվի:

Նույնական ապրանքների կամ ծառայությունների համար նույնական նշանի օգտագործման դեպքում ենթադրվում է, որ շփոթության հավանականություն կա: Վերը նկարագրված իրավունքները վնաս չեն հասցնում մինչ այդ գոյություն ունեցող որևէ իրավունքի և չեն ազդում այն հնարավորության վրա, որ Անդամներն իրավունքները մատչելի դարձնեն օգտագործման հիման վրա:

2. 1967թ. Փարիզյան կոնվենցիայի 6bis հոդվածը դրանում համապատասխան փոփոխություններ կատարելուց հետո կիրառվում է ծառայությունների նկատմամբ: Ապրանքային նշանի հանրահայտ լինելը որոշելիս Անդամները հաշվի են առնում ապրանքային նշանի մասին իրազեկությունը հասարակության համապատասխան շրջանակում՝ ներառյալ ապրանքային նշանի զովագրման արդյունքում ձեռք բերված իրազեկությունը տվյալ Անդամ երկրում:

3. 1967թ. Փարիզյան կոնվենցիայի 6bis հոդվածը դրանում համապատասխան փոփոխություններ կատարելուց հետո կիրառվում է այն ապրանքների կամ ծառայությունների նկատմամբ՝ որոնք համանման չեն նրանց՝ որոնց նկատմամբ գրանցված է ապրանքային նշանը՝ եթե այդ ապրանքների կամ ծառայությունների նկատմամբ այդ ապրանքային նշանի օգտագործմամբ կապ կմատնանշվի այդ ապրանքների կամ ծառայությունների և գրանցված ապրանքային նշանի սեփականատիրոջ միջև՝ և եթե գրանցված ապրանքային նշանի սեփականատիրոջ շահերը հավանական է, որ կվնասվեն այդ օգտագործմամբ»:

ՀՀ մտավոր սեփականության բողոքարկման խորհրդի կողմից 23.01.2009թ. թիվ 46/09 որոշման բովանդակությունից բացարձակապես հասկանալի չէ, թե Փարիզյան կոնվենցիայի 10 bis հոդվածի կիրառման առումով ինչ նշանակություն է ունեցել 33-րդ դասի ապրանքների՝ ալկոհոլային խմիչքների համար հայցվոր ընկերության «ARMANI» ապրանքային նշան գրանցված լինելու հանգամանքը:

Ինչ վերաբերում է «ARMANI» գրառման պատմական ծագման վերաբերյալ խորհուրդի փաստարկներին, ապա թիվ 46/09 որոշմամբ հիմնավորված չէ, թե մասն խորհուրդն ինչու է գտնում, որ լատիներեն տառերով «ARMANI» բառն ունի պատմական ծագում, երկրորդ՝ որ «պատմական ծագում» ունենալը նշանակում է նաև «հայկական ծագում» ունենալ, երրորդ՝ որ «պատմական ծագում» ունենալը վիճարկվող ապրանքային նշանով ապրանքները

սպառողին մոլորության մեջ չզցելու երաշխիք է՝ «չորրորդ՝ որ «պատմական ծագում» ունենալը բացառում է Արդյունաբերական սեփականության պաշտպանության Փարիզյան կոնվենցիայի 10 bis հոդվածի և «Մտավոր սեփականության իրավունքների՝ առևտրին առնչվող հայեցակետերի մասին համաձայնագրի» (TRIPS) 16-րդ հոդվածի կիրառումը: Փաստորեն, վերը նշված փաստարկների հիմնավորվածության բացակայության պատճառով թիվ 46/09 որոշումը դառնում է «Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» ՀՀ օրենքի 55-րդ, 56-րդ և 57-րդ հոդվածների պահանջների խախտմամբ ընդունված վարչական ակտ: Արդյունաբերական սեփականության պաշտպանության Փարիզյան կոնվենցիայի 10 bis հոդվածի համաձայն՝ ոչ բարեխիղճ մրցակցության գործողություն է համարվում մրցակցության ցանկացած գործողություն՝ որը հակասում է արդյունաբերական և առևտրական գործերում արդար սովորույթներին: Մասնավորապես արգելման ենթակա են բոլոր գործողությունները, որոնք ընդունակ են որևէ ձևով շփոթության առաջացնելու ձեռնարկության՝ մթերքների կամ արդյունաբերական կամ առևտրական գործունեության մրցակցի նկատմամբ: Ակնհայտ է՝ որ նշված հոդվածի կիրառման համար որևէ էական նշանակություն չունի ապրանքային դասերի որոշման կամ «պատմական ծագման» հանգամանքները: Բավարար է միայն՝ որպեսզի լինի շփոթության թեկուզ հնարավորություն կամ հավանականություն:

Ընդ որում այն փաստը, որ ARMANI-ի ապրանքային նշանի տակ շրջանառվող ապրանքները Հայաստանի սպառողներին ավելի քան հայտնի են, ընդունել է նաև խորհուրդը /տես խորհրդի որոշման 3-րդ էջ՝ 2-րդ կետի երկրորդ պարբերություն/: Հետևաբար լատիներեն տառերով ARMANI բառը սպառողների մոտ շփոթություն առաջացնելու հնարավորություն կամ հավանականություն ակնհայտորեն ենթադրում է:

Անդրադարձալով նաև մտավոր սեփականության իրավունքների՝ առևտրին առնչվող հայեցակետերի մասին համաձայնագրի 16-րդ կետին Բողոքարկման խորհուրդը նշել է՝ «որ այդ համաձայնագրի դրույթներից օգտվելու համար պետք է ապահովվի երկու պայման՝ նշանը սպառողին մոլորության մեջ է գցում ենթադրելով՝ որ արտադրողների միջև կապ կա» և երկրորդ՝ անպայման պետք է վնաս հասցվի բողոքարկողի շահերին և պետք է փաստացի հիմքեր ներկայացվեն այդպիսի վնասի մասին:

Դատարանի գնահատմամբ խորհուրդը սխալ է մեկնաբանել Համաձայնագրի 16-րդ հոդվածը: Այսպես. նախ՝ «կապը»՝ ըստ համաձայնագրի՝ պետք է ենթադրվի ոչ թե արտադրողների՝ այլ ապրանքների և նշանի սեփականատիրոջ միջև, երկրորդ՝ համաձայնագիրը չի պահանջում փաստացի վնասի առկայություն՝ այլ միայն «հնարավոր վնաս»: Ընդ որում այն, որ Փարիզյան կոնվենցիայի 10 bis հոդվածի և TRIPS-ի 16-րդ հոդվածի կիրառելի են նաև «վնաս հասցնելու հնարավորության առկայության դեպքում» ընդունել է նաև պատասխանողը հայցադիմումի պատասխանում: Պատասխանողի պնդումն այն մասին, թե «Այգեպատ ARMANI» համակցված ապրանքային նշանում ARMANI բառը կիրառվել է որպես պատմական ծագում ունեցող, ինչը հիմնավորվել է նաև փորձաքննությամբ դատարանն անհիմն է համարում հետևյալ պատճառաբանությամբ:

Թեև պատասխանողի վերը նշված պնդումը հիշեցնող փաստարկներ խորհրդի վիճարկվող որոշումը չի պարունակում, այդուհանդերձ դատարանն անհրաժեշտ է համարում անդրադառնալ նաև դրան հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ այն ներկայացվել է դատաքննության ընթացքում:

Նախ՝ բողոքարկման խորհրդի որոշման մեջ փաստարկներ են բերվում հայերեն տառերով «Արմանի»՝ այլ ոչ թե լատիներեն տառերով ARMANI բառի պատմական ծագման մասին՝ որոնք լեզվական և պատմական առումով բացարձակապես տարբեր

բառեր են:

Երկրորդ՝ «Այգեպատ ARMANI» ապրանքային նշանում Մասիսների ուրվանկարի, խաղողի ողկույզի, տերևի պսակաձև շղթայի առկայության մասին հիշատակումները, որպես այդ նշանի գրանցման իրավաչափությունը հաստատող փաստարկներ, հիմնավորված չեն, քանի որ որոշմամբ նկարագրված չէ, թե ինչպիսի ապացույցներ են ձեռք բերվել այն մասին, որ ամբողջ աշխարհում սպառողները տեղյակ են ապրանքային նշանում Մասիսների ուրվանկարի, խաղողի ողկույզի, տերևի պսակաձև շղթայի առկայության դեպքում տվյալ ապրանքի Հայաստանյան ծագման մասին: Ընդ որում խորհրդի որոշումից բացարձակապես չի հասկացվում « թե ինչպես է որոշվել» որ «GA MODEFINE S.A» ընկերության ARMANI–ին Հայաստանյան ծագում չունի» իսկ «Այգեպատ» գինու-կոնյակի գործարան» ՍՊԸ-ի ապրանքային նշանի ARMANI–ի տարրը Հայաստանյան ծագում ունի « առավել ևս» որ այդ տարրերը բացարձակապես նույնն են ինչպես գրաֆիկական» այնպես էլ ծայնային առումներով: Փաստորեն այս առումով ևս բողոքարկման խորհրդի վիճարկվող որոշումը հիմնավորված չէ: Երրորդ՝ թե որոշումից և թե պատասխանողի բացատրություններից միանշանակ պարզ չէ արդյոք «Այգեպատ ARMANI» անունը դիտարկվել է պատմական ծագում ունեցող « թե «Այգեպատ ARMANI» նշանով մակնշված ապրանքի Հայաստանյան ծագում ունեցող: Սակայն բողոքարկման խորհրդի որոշման երկրորդ կետի ,,ա,, ենթակետի բովանդակությունից ակնհայտ է դառնում« որ պատասխանողն այս հարցը դիտարկել է ապրանքի ծագման տեղանվան և ոչ թե ապրանքային նշանի բառերի պատմական ծագման վրա: Այսինքն« ի հակադրումն պատասխանողի այն պնդմանը« թե բողոքարկման խորհրդի որոշումը տեղանվան հարցերին չի անդրադարձել, դրանում առկա հիմնավորումներում օգտագործված տերմինները վկայում են ճիշտ հակառակի մասին: ARMANI բառի պատմական ծագման հիմնավորումը բողոքարկման խորհուրդը տվել է «Այգեպատ ARMANI նշանով մակնշված ապրանքի Հայաստանյան ծագման» հիմքի վրա« ինչը «Ապրանքային և սպասարկման նշանների» ապրանքների ծագման տեղանունների մասին» ՀՀ օրենքի տեսանկյունից ակնհայտ անհիմն է:

Չորրորդ՝ թեև պատասխանողը խոսում է «Այգեպատ ARMANI» համակցված ապրանքային նշանի մասին« սակայն «Այգեպատ» անվանումն ինքնուրույն պահպանության օբյեկտ չի հանդիսանում« իսկ լատիներեն ARMANI բառը ոչ մի հայկական ծագում չի կարող ունենալ:

Դատարանը հիմնավոր է համարում հայցվորի ներկայացուցչի պնդումն այն մասին, որ «Այգեպատ» բառի ներառումն ընդամենը փորձ է « որպեսզի արդեն իսկ գրանցված և ամբողջ աշխարհում հայտնի ARMANI ապրանքային նշանի հետ ամբողջական համընկնում չլինի: Այնուամենայնիվ« նմանությունն այս նշանների միջև ակնհայտ է հենց միայն ՀՀ առևտրի և տնտեսական զարգացման նախարարի 2005 թվականի ապրիլի 12-ի թիվ 85-Ն որոշմամբ հաստատված «Ապրանքային և սպասարկման նշանների հայտերի ձևակերպման ներկայացման և քննարկման կարգի» 98 կետի հիմքով« որի 10-րդ կետի համաձայն՝ բառային ապրանքային նշանների նմանությանը որոշվում է նշաններից մեկը մյուսի մեջ մտնելով« հատկապես բառային արտահայտությունների« այդ թվում ֆիրմային անվանումների մեջ: Այս դեպքում« համընկնող վանկերի առկայության կամ մի նշանն այլ նշանի մեջ մտնելու դեպքում նմանության ծագման որոշիչ գործոն է համարվում համընկնող մասերի սկզբնական դիրքը: Շատ դեպքերում նշանների նման ճանաչման հիմք կարող է հանդիսանալ ինչպես սկզբնամասերի« այնպես էլ վերջնամասերի համընկնումը՝ տարբեր միջնամասերի դեպքում:

ՀՀ վարչական դատավարության օրենսգրքի 26-րդ հոդվածի 3-րդ մասի համաձայն՝ պետական կամ տեղական ինքնակառավարման

մարմինը (պաշտոնատար անձը), որն ընդունել է վիճարկվող իրավական ակտը կամ կատարել է վիճարկվող գործողությունը կամ չի կատարել որևէ հայցվող գործողություն, սակայն հայցվորի պնդմամբ պարտավոր էր այն կատարել, կրում է իր որոշման, գործողության կամ անգործության համար հիմք ծառայած փաստական հանգամանքների ապացուցման բեռը:

«Այգեպատ ARMANI» ապրանքային նշանն իրեն պատկանող ARMANI ապրանքային նշանին շփոթության աստիճանի նման լինելու, Փարիզյան կոնվենցիայի 10 bis և TRIPS–ի 16-րդ հոդվածները կիրառելի լինելու մասին հայցվորի ներկայացուցչի պնդումը հերքող հիմնավոր փաստարկ կամ ապացույց սույն գործով վիճարկվող վարչական ակտերն ընդունած ՀՀ մտավոր սեփականության գործակալությունը չներկայացրեց, այսինքն՝ չապացուցեց թիվ 46/09 որոշումը, ինչպես նաև «Այգեպատ ARMANI» ապրանքային նշանի թիվ 12180 գրանցման որոշումն ընդունելու համար հիմք ծառայած փաստական հանգամանքները, հետևաբար և նշված ակտի իրավաչափությունը:

«Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» ՀՀ օրենքի 63-րդ հոդվածի համաձայն՝ անվավեր է առ ոչինչ չհանդիսացող այն ոչ իրավաչափ վարչական ակտը, որն ընդունվել է՝ ա) օրենքի խախտմամբ, այդ թվում՝ օրենքի սխալ կիրառման կամ սխալ մեկնաբանման հետևանքով. բ) կեղծ փաստաթղթերի կամ տեղեկությունների հիման վրա, կամ եթե ներկայացված փաստաթղթերից ակնհայտ է, որ ըստ էության պետք է ընդունվեր այլ որոշում:

Այսպիսով դատարանը հաստատված է համարում, որ բողոքարկման խորհրդի սույն գործով վիճարկվող որոշումն անհիմն է, քանի որ Արդյունաբերական սեփականության պաշտպանության Փարիզյան կոնվենցիայի 10 bis հոդվածի՝ TRIPS–ի 16-րդ հոդվածի՝ ՀՀ առևտրի և տնտեսական զարգացման նախարարի 2005 թվականի ապրիլի 12ի թիվ 85-Ն որոշմամբ հաստատված «Ապրանքային և սպասարկման նշանների հայտերի ձևակերպման ներկայացման և քննարկման կարգի» 98 կետի խախտման փաստերի կամ որ նույնն է «Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» ՀՀ օրենքի 63-րդ հոդվածի 1-ին մասի „ա,, ենթակետով սահմանված վարչական ակտի անվավերության հիմքի առկայության պայմաններում խորհուրդը որոշում է կայացրել հայցվոր ընկերության ներկայացուցչի բողոքը մերժելու և «Այգեպատ ARMANI» ապրանքային նշանի թիվ 12180 գրանցման գործողությունն ուժի մեջ թողնելու մասին: Այնինչ նշված հիմքերը բավարար են եղել «Այգեպատ ARMANI» ապրանքային նշանի թիվ 12180 գրանցումը, որպես վերը նշված իրավական ակտերի պահանջների խախտմամբ, այն է՝ սխալ մեկնաբանմամբ ընդունված լինելու հանգամանքը, այսինքն՝ «Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» ՀՀ օրենքի 76-րդ հոդվածով նախատեսված վարչական ակտի բեկանման հիմքի առկայությունը հաստատված համարելու և նույն օրենքի 76-րդ հոդվածի 1-ին մասի „ա,, ենթակետի համաձայն բողոքը բավարարելու ու վիճարկվող ապրանքային նշանն անվավեր ճանաչելու համար:

Թեև նշվածն ինքնին բավարար է հայցը բավարարելու համար, այդուհանդերձ դատարանն անհրաժեշտ է համարում անդրադառնալ նաև սույն գործով վիճարկվող որոշումների իրավաչափությանը՝ վարչարարությունն օրենքով սահմանված ընթացակարգի պահպանմամբ կատարված լինելու առումով:

«Ապրանքային և սպասարկման նշանների, ապրանքների ծագման տեղանունների մասին» ՀՀ օրենքի 13-րդ հոդվածի համաձայն՝ փորձաքննության ցանկացած որոշմանը չհամաձայնելու դեպքում հայտատուն իրավունք ունի դրա ստացման օրվանից երեք ամսվա ընթացքում բողոք ներկայացնել լիազոր մարմնի բողոքարկման խորհուրդ (այսուհետ՝ բողոքարկման խորհուրդ):

Բողոքարկման խորհուրդը բողոքը քննարկում է լիազոր մարմնի կողմից հաստատված կարգով:

Համաձայն «Ապրանքային և սպասարկման նշանների հայտերի ձևակերպման, ներկայացման և քննարկման կարգը հաստատելու մասին» ՀՀ առևտրի և տնտեսական զարգացման նախարարի 12.04.2005թ. թիվ 85-Ա հրամանի /գրանցված է ՀՀ արդարադատության նախարարությունում 01.07.2005թ., գրանցման համար՝ 10305240/ 116-րդ կետի՝ օրենքի /«Ապրանքային և սպասարկման նշանների, ապրանքների ծագման տեղանունների մասին»/ 13-րդ հոդվածի 1-ին մասի համաձայն փորձաքննության ցանկացած որոշմանը չհամաձայնելու դեպքում, տվյալ որոշումն ստանալու օրվանից 3 ամսվա ընթացքում, հայտատուն իրավունք ունի դիմել Գործակալության բողոքարկման խորհուրդ, իսկ 128-րդ կետի համաձայն՝ օրենքի 13-րդ հոդվածի առաջին մասին համապատասխան փորձաքննության ցանկացած որոշմանը չհամաձայնելու դեպքում հայտատուն իրավունք ունի դրա ստացման օրվանից երեք ամսվա ընթացքում բողոք ներկայացնել Գործակալության բողոքարկման խորհուրդ: Բողոքը քննարկվում է սահմանված կարգով:

«Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի 69-րդ հոդվածի համաձայն՝ անձինք իրենց իրավունքները պաշտպանելու նպատակով իրավունք ունեն բողոքարկելու վարչական ակտերը, վարչական մարմնի գործողությունը կամ անգործությունը (այսուհետ՝ ակտ): Նույն օրենքի 70-րդ հոդվածի համաձայն՝ ակտը կարող է բողոքարկվել վարչական կամ դատական կարգով: Բողոքարկման վարույթը /վարչական բողոք բերելու հիմքերը և կարգը, վարչական բողոքը քննարկելը և լուծելը/ սահմանված է «Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի 4-րդ բաժնում /հոդվածներ 69-77/:

Նշված օրենքի 73-րդ հոդվածի համաձայն՝ բողոքի հիման վրա իրականացվող վարչական վարույթը հարուցվում է բողոքը վարչական մարմնում մուտքագրելու օրը:

«Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի 75-րդ հոդվածի համաձայն՝ վարչական բողոքի քննարկումն իրականացվում է սույն օրենքի II բաժնով սահմանված դրույթներին համապատասխան, եթե սույն բաժնով այլ բան նախատեսված չէ:

«Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» ՀՀ օրենքի 46-րդ հոդվածի համաձայն՝ վարչական վարույթի առավելագույն ժամկետը 30 օր է: Օրենքով կարող են սահմանվել հատուկ՝ 30 օրից կարճ կամ ավելի երկար ժամկետներ: Բողոքների և դիմումների քննարկման կարգը, այդ թվում նաև ժամկետները սահմանված են եղել իրավահարաբերության պահին, այսինքն՝ ՀՀ մտավոր սեփականության գործակալության բողոքարկման խորհրդի կողմից «GA MODEFINE S.A» ընկերության բողոքը քննելու և սույն գործով վիճարկվող 23.01.2009թ. որոշումն ընդունելու պահի դրությամբ գործող Հայաստանի Հանրապետության առևտրի և տնտեսական զարգացման նախարարի 22.02.2005թ. թիվ 36-Ն հրամանով (ուժը կորցրել է 22.06.2009թ.) հաստատված «Հայաստանի Հանրապետության առևտրի և տնտեսական զարգացման նախարարության մտավոր սեփականության գործակալության բողոքների և դիմումների ներկայացման և քննարկման կարգը»-ով: Մասնավորապես կարգի 5-րդ բաժնում ներառված 43-րդ կետի համաձայն՝ սույն կարգի 2-րդ կետի 3-րդ, 6-9-րդ, 13-17-րդ ենթակետերին համապատասխան բողոքները (որոնցից է հանդիսացել նաև սույն գործով ներկայացված բողոքը) և 3-րդ կետի 1-ին, 2-րդ ենթակետերին համապատասխան դիմումները քննարկվում են ստացման օրվանից եռամսյա ժամկետում:

Փաստորեն մի դեպքում «Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» ՀՀ օրենքի 46-րդ հոդվածով սահմանվել է վարչական վարույթի առավելագույն՝ երեսնօրյա

ժամկետ, մյուս դեպքում այդ ժամկետը սահմանվել է ՀՀ առևտրի և տնտեսական զարգացման նախարարի 22.02.2005թ. թիվ 36-Ն հրամանով հաստատված «Հայաստանի Հանրապետության առևտրի և տնտեսական զարգացման նախարարության մտավոր սեփականության գործակալության բողոքների և դիմումների ներկայացման և քննարկման կարգը»-ով:

Ակնհայտ է, որ տվյալ դեպքում կիրառման ենթակա պետք է լինի «Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» ՀՀ օրենքով սահմանված ժամկետը հետևյալ պատճառաբանությամբ: Նախ՝ «Ապրանքային և սպասարկման նշանների, ապրանքների ծագման տեղանունների մասին» ՀՀ օրենքը սահմանելով հանդերձ այդ օրենքով կարգավորվող վարույթի առանձնահատկությունները, չի սահմանել բողոքների քննարկման ժամկետները: Այսինքն՝ առկա է «Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» ՀՀ օրենքի 46-րդ հոդվածի երկրորդ նախադասությամբ (Օրենքով կարող են սահմանվել հատուկ՝ 30 օրից կարճ կամ ավելի երկար ժամկետներ) նախատեսված բացառությունը:

Երկրորդ՝ ՀՀ առևտրի և տնտեսական զարգացման նախարարի 22.02.2005թ. թիվ 36-Ն հրամանով հաստատված «Հայաստանի Հանրապետության առևտրի և տնտեսական զարգացման նախարարության մտավոր սեփականության գործակալության բողոքների և դիմումների ներկայացման և քննարկման կարգը»-ով սահմանված եռամսյա ժամկետը չի կարող հանդիսանալ օրենքով սահմանված ժամկետ, այն պարզ պատճառով, որ հրամանն օրենք է:

Երրորդ՝ Եթե նույնսկ պայմանականորեն ընդունենք, որ բողոքների քննարկման ժամկետները պետք է հաշվարկվեն ՀՀ առևտրի և տնտեսական զարգացման նախարարի 22.02.2005թ. թիվ 36-Ն հրամանով հաստատված կարգի համաձայն, ապա այդ դեպքում նույնպես այն չի կարող գերակայություն ունենալ «Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» ՀՀ օրենքի նկատմամբ, քանի որ օրենքն ունի ավելի բարձր իրավաբանական ուժ:

Տվյալ դեպքում գրանցման թիվ 12180 «Այգեպատ ARMANI» բառերը պարունակող համակցված ապրանքային նշանի գրանցումն անվավեր ճանաչելու մասին «GA MODEFINE S.A» ընկերության ներկայացուցիչ ՀՀ արտոնագրային հավատարմատար Ա.Գալոյանի դիմումը ՀՀ մտավոր սեփականության գործակալության բողոքարկման խորհուրդն ստացել է 14.10.2008թ., հետևաբար բողոքի հիման վրա իրականացվող վարչական վարույթը, համաձայն «Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» ՀՀ օրենքի 73-րդ հոդվածի, նույն օրը համարվել է հարուցված, ինչը նշանակում է, որ վարչական վարույթի համար նույն օրենքի 46-րդ հոդվածով սահմանված երեսնօրյա ժամկետում պետք է ընդունվեր համապատասխան վարչական ակտ:

Վարչական մարմինների կողմից անգործություն չցուցաբերելու և վարչական ակտ չընդունելու կանխման, ինչպես նաև վարչական մարմինների ու նրանց պաշտոնատար անձանց պատասխանատվությունը բարձրացնելու, վարչական մարմիններից վարչական ակտ հայցող անձանց իրավունքները հետևողականորեն պաշտպանելու նպատակով օրենսդիրը «Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» ՀՀ օրենքում ամրագրել է 48-րդ հոդվածը, համաձայն որի՝ դիմումի հիման վրա հարուցված վարչական վարույթի արդյունքում օրենքով սահմանված ժամկետում վարչական ակտ ընդունելու իրավասություն ունեցող վարչական մարմնի կողմից այդ ակտը չընդունվելու դեպքում վարչական ակտը համարվում է ընդունված, և դիմողը կարող է ձեռնամուխ լինել համապատասխան իրավունքի իրականացմանը: Վերը նշվածն ուղղակիորեն բխում է ՀՀ Սահմանադրության 1-ին հոդվածով ամրագրված իրավական պետության սկզբունքից և «Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» ՀՀ օրենքի 4-րդ հոդվածում ամրագրված վարչարարության օրինականության սկզբունքից, ինչպես նաև ՀՀ Սահմանադրության

5-րդ հոդվածի 2-րդ մասում ամրագրված իրավական պետության սկզբունքից, համաձայն որի՝ պետական և տեղական ինքնակառավարման մարմիններն ու պաշտոնատար անձինք իրավասու են կատարելու միայն այնպիսի գործողություններ, որոնց համար լիազորված են Սահմանադրությամբ կամ օրենքներով:

ՀՀ վարչական դատարանի գնահատմամբ ՀՀ մտավոր սեփականության գործակալության զանգատարկման հանձնաժողովը, վերը նշված իրավական ակտերի համաձայն, պարտավոր էր, պահպանելով վարչարարության օրինականության և իրավական պետության սկզբունքները, վարչական վարույթի հարուցման օրվանից սկսած «Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» ՀՀ օրենքով սահմանված 30 օրյա ժամկետում ընդունելու նույն օրենքի 76-րդ հոդվածով սահմանված վարչական ակտերից որևէ մեկը, քանի որ այդ պարտավորությունը չկատարելու համար օրենսդիրը սահմանել է դրա հետևանքը, որն ամրագրված է օրենքի 48-րդ հոդվածում:

Մինչդեռ 14.10.2008թ. հարուցված վարչական վարույթի արդյունքում վարչական ակտը ընդունվել է միայն 23.01.2009թ-ին, այսինքն՝ օրենքով սահմանված 30 օրյա ժամկետը լրանալուց հետո: Ընդ որում վարչական վարույթի ժամկետը երկարաձգված կամ վարչական վարույթը կասեցված չի եղել:

Թեև դատարանի գնահատմամբ տվյալ դեպքում կիրառման ենթակա է եղել «Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» ՀՀ օրենքի 46-րդ հոդվածով սահմանված երեսուրյա ժամկետը և ՀՀ մտավոր սեփականության գործակալությունը պարտավոր էր նշված ժամկետի ընթացքում ընդունելու համապատասխան վարչական ակտ, այդուհանդերձ ՀՀ առևտրի և տնտեսական զարգացման նախարարի 22.02.2005թ. թիվ 36-Ն հրամանով հաստատված «Հայաստանի Հանրապետության առևտրի և տնտեսական զարգացման նախարարության մտավոր սեփականության գործակալության բողոքների և դիմումների ներկայացման և քննարկման կարգը»-ով սահմանված եռամսյա ժամկետը կիրառելի լինելու հանգամանքը պայմանականորեն ընդունելու դեպքում նույնիսկ ՀՀ մտավոր սեփականության գործակալության բողոքարկման խորհուրդը սույն գործով վիճարկվող թիվ 46/09 որոշումն ընդունել է 23.01.2009թ., այսինքն՝ նույնիսկ եռամսյա ժամկետի խախտմամբ, քանի որ 14.10.2008թ. հարուցված վարչական վարույթի եռամսյա ժամկետը լրացել է 15.01.2009թ-ին:

«Իրավական ակտերի մասին» ՀՀ օրենքի 86-րդ հոդվածի համաձայն՝ իրավական ակտը մեկնաբանվում է դրանում պարունակվող բառերի և արտահայտությունների տառացի նշանակությամբ՝ հաշվի առնելով օրենքի պահանջները: Իրավական ակտի մեկնաբանությամբ չպետք է փոփոխվի դրա իմաստը: Նշված հոդվածով սահմանված կանոնի համաձայն «Վարչարարության հիմունքների և վարչական վարույթի մասին» ՀՀ օրենքի 48-րդ հոդվածի մեկնաբանմամբ, դատարանը եզրակացրեց, որ նույն օրենքի 46-րդ հոդվածով սահմանված երեսուրյա, նույնիսկ «Հայաստանի Հանրապետության առևտրի և տնտեսական զարգացման նախարարության մտավոր սեփականու- թյան գործակալության բողոքների և դիմումների ներկայացման և քննարկման կարգը»-ով սահմանված եռամսյա ժամկետում վարչական մարմնի իրավասու պաշտոնատար անձի, տվյալ դեպքում ՀՀ մտավոր սեփականության գործակալության զանգատարկման հանձնաժողովի նախագահի կողմից վարչական ակտ չընդունելու հետևանքով 14.10.2009թ. բողոքով հայցվող բարենպաստ վարչական ակտը, այն է՝ գրանցման թիվ 12180 «Այգեպատ ARMANI» բառերը պարունակող համակցված ապրանքային նշանի գրանցումն անվավեր ճանաչելու մասին, օրենքի 48-րդ հոդվածի ուժով, համարվում է ընդունված:

Վերը նշված փաստական հանգամանքների և իրավական նորմերի հիման վրա ՀՀ վարչական դատարանը եզրակացրեց, որ ՀՀ

մտավոր սեփականության գործակալության բողոքարկման խորհրդի 23.01.2009թ. թիվ 46/09 որոշումը և «Այգեպատ ARMANI» ապրանքային նշանի գրանցումն անվավեր ճանաչելու հայցվորի պահանջը հիմնավոր է և ենթակա բավարարման:  
 ՀՀ վարչական դատավարության օրենսգրքի 59-րդ հոդվածով սահմանված կարգով լուծելով դատավարության մասնակիցների միջև դատական ծախսերի բաշխման հարցը դատարանը եզրակացրեց, որ պատասխանողից հօգուտ հայցվորի ենթակա է բռնագանձման 8.000 դրամ, որպես վերջինիս կրած դատական ծախսի փոխհատուցում:  
 Վերոգրյալի հիման վրա, ղեկավարվելով ՀՀ վարչական դատավարության օրենսգրքի 59-րդ, 112-115-րդ, ՀՀ քաղաքացիական դատավարության օրենսգրքի 130-132-րդ հոդվածներով, ՀՀ դատական օրենսգրքի 35-րդ հոդվածի 2-րդ կետով, դատարանը

**Վ Ճ Ռ Ե Ց**

«GA MODEFINE S.A» ընկերության հայցը բավարարել՝ անվավեր ճանաչել ՀՀ մտավոր սեփականության գործակալության բողոքարկման խորհրդի 23.01.2009թ. թիվ 46/09 որոշումը և «Այգեպատ ARMANI» ապրանքային նշանի գրանցումը:  
 ՀՀ մտավոր սեփականության գործակալությունից հօգուտ «GA MODEFINE S.A» ընկերության բռնագանձել 8.000 դրամ, որպես հայցվորի կրած դատական ծախսի փոխհատուցում:  
 Վճիռն օրինական ուժի մեջ է մտնում հրապարակման պահից մեկ ամիս հետո և կարող է բողոքարկվել վճռաբեկության կարգով՝ ՀՀ վճռաբեկ դատարան:  
 Օրինական ուժի մեջ մտնելուց հետո կամովին չկատարելու դեպքում վճիռը կկատարվի դատական ակտերի հարկադիր կատարման ծառայության միջոցով՝ պարտապանի հաշվին:

ՆԱԽԱԳԱՀՈՂ ԴԱՏԱԿՈՐ Ռ.ՀԱԿՈԲՅԱՆ

\_\_\_\_\_ին վճիռը մտել է  
 օրինական ուժի մեջ:

ՆԱԽԱԳԱՀՈՂ ԴԱՏԱԿՈՐ Ռ.ՀԱԿՈԲՅԱՆ

|  |                   |
|--|-------------------|
| Դատական ակտի ամսաթիվը:                             | 07-05-2010        |
| Ակտով հօգուտ պետ. քյուջեի բռնագանձման ենթակա պետ.: | 0                 |
| <b>Ամսաթիվ:</b>                                    | <b>08-06-2010</b> |

|  |            |
|--|------------|
| <b>Այլ նշումներ:</b>                         |            |
| <b>Գործը, որոշումը հանձնվել է գրասենյակ:</b> | 22-07-2010 |
| <b>Էջերի քանակը:</b>                         | 216        |
| <b>Գործին կից նյութեր:</b>                   |            |
| <b>Այլ նշումներ:</b>                         |            |
| <b>Ամսաթիվ:</b>                              | 23-07-2010 |
| <b>Էջերի քանակը:</b>                         | 216        |
| <b>Գործին կից նյութերը:</b>                  |            |
| <b>Այլ նշումներ:</b>                         |            |