

न्यायमूर्ति वी. एस. अग्रवाल के समक्ष
मेसर्स भारत एंटरप्राइजेज (भारत) -अपीलार्थी
बनाम

मेसर्स सी. लॉल गोपी औद्योगिक उद्यम वि अन्य- प्रत्यर्थी

1999 का एफ. ए. ओ. सं. 145

31 सेंट मार्च, 1999

सिविल प्रक्रिया संहिता, 1908-आदेश.39 नियम 1 और 2-ट्रेड मार्क-अपीलार्थियों को वही डिजाइन के कमरे के हीटर को बेचने के लिए ट्रेडमार्क 'हीट पिल्लर' का उपयोग करने से निषिद्ध रहने का आदेश दिया - चुनौती दी- अभिव्यक्ति 'हीट पिल्लर' सामान्य शब्द है- प्रत्यर्थीगण तक ही सीमित नहीं हो सकता है- 'बेल्को' और 'गोपी' शब्दों के बीच स्पष्ट ध्वन्यात्मक अंतर-अपीलार्थी के बढ़ते शब्द 'बेल्को हीट पिलर्स'-निषेधाज्ञा पोषणीय नहीं।

अभिनिर्धारित किया कि बेल्को का नाम अपीलकर्ताओं के पैकेट पर विशिष्ट रूप से अंकित किया गया था, जबकि उत्तरदाताओं के पैकेट पर, ताप स्तंभ से पहले गोपी शब्द विशिष्ट रूप से अंकित था। यह किसी व्यक्ति को बहका नहीं सकता कि वह गोपी का ऊष्मा स्तंभ खरीद रहा है या बेल्को का। 'हीट पिल्लर' अभिव्यक्ति को एक सामान्य शब्द के रूप में लिया जाना चाहिए। वे सभी कमरे के हीटर जो एक स्तंभ की तरह डिजाइन किए गए हैं, वे ऊष्मा स्तंभ शब्द का उपयोग कर रहे हैं। इसे प्रतिवादीगण तक सीमित नहीं रखा जा सकता है। उन्हें ऊष्मा स्तंभ शब्द का उपयोग करने का अनन्य अधिकार नहीं हो सकता है। यह संबंधित कंपनी के अन्य शब्द हैं जो झुकाव कारक हैं। अपीलार्थियों के मामले में, वे 'बेल्को' शब्द का उपयोग कर रहे हैं। 'बेल्को' और 'गोपी' शब्द के बीच एक स्पष्ट ध्वन्यात्मक अंतर है।

(पारस 18 & 19)

सिविल प्रक्रिया संहिता, 1908-आदेश.39 नियम 1 व 2-ट्रेड मार्क-विशिष्ट ट्रेड मार्क-परीक्षण।

अभिनिर्धारित किया कि माल या व्यवसाय के मामले में वादी को यह दिखाना होगा कि उसका निशान इतना विशिष्ट हो गया है कि जनता उसे किसी विशेष स्रोत से संबंधित मानती है। वादी को आगे यह साबित करना होगा कि उल्लंघनकारी चिह्न या नाम संभवतः या जनता को धोखा देने और जनता के बीच भ्रम पैदा करने के लिए गणना की गई है जिससे वादी के व्यवसाय को नुकसान होता है। इस संबंध में परीक्षण अनिवार्य रूप से एक सामान्य विवेकपूर्ण व्यक्ति का होगा कि क्या अपीलार्थी डिजाइन द्वारा चिह्नित वस्तुओं को बेच रहा है या जनता को यह विश्वास करने के लिए गणना की गई है कि वे प्रतिवादी की वस्तुएं हैं।

(पैरा 9)

पुनीत बाली, अधिवक्ता, अपीलार्थी की ओर से।

अशोक अग्रवाल, वरिष्ठ अधिवक्ता, सहायक अधिवक्ता हेमंत कुमार के साथ, प्रत्यर्थीगण की ओर से।

निर्णय

न्यायमूर्ति वी. एस. अग्रवाल,

(1) वर्तमान अपील मेसर्स भारत एंटरप्राइजेज (इंडिया) द्वारा दायर की गई है, जिसे इसके बाद "अपीलकर्ताओं" के रूप में वर्णित किया गया है, जो विद्वान अतिरिक्त जिला न्यायाधीश, सोनीपत द्वारा 25 जनवरी, 1999 को पारित अंतरिम आदेश के खिलाफ निर्देशित है। विवादित आदेश के आधार पर, विद्वत निचली अदालत ने प्रतिवादी-वादी (मेसर्स सी. लाल गोपी इंडस्ट्रियल एंटरप्राइजेज और मिस रीमा गुप्ता) के आवेदन को स्वीकार कर लिया था। अपीलार्थियों को अपने कमरे के हीटर को एक ही डिजाइन, आकार, निशान आदि के साथ बेचने के लिए व्यापार चिह्न "हीट पिल्लर" का उपयोग करने से रोक दिया गया था। प्रतिवादीगण को रुपये की राशि में एक सप्ताह के भीतर बांड दाखिल करने का निर्देश दिया गया था। विचारण न्यायालय की संतुष्टि के लिए 1 लाख रुपये और प्रतिवादीगण के विफल होने की स्थिति में निषेधाज्ञा के आदेश के कारण हुए नुकसान के लिए अपीलार्थियों को क्षतिपूर्ति करनी थी।

(2) कुछ प्रासंगिक तथ्यों को आसानी से चित्रित किया जा सकता है।

(3) प्रतिवादीगण का मामला यह है कि फर्म मेसर्स सी. लॉल गोपी इंडस्ट्रियल एंटरप्राइजेज की स्थापना वर्ष 1993 में की गई थी। यह अपने व्यापार चिह्न "हीट पिल्लर" के नाम और शैली के तहत ऊष्मा स्तंभों का निर्माण कर रहा है। प्रतिवादीगण ने इसे डिजाइन किया था और उसी का निर्माण शुरू कर दिया था। इसने जल्द ही देश और यहां तक कि विदेशों में भी बहुत प्रतिष्ठा हासिल कर ली। अगस्त, 1994 में व्यापार चिह्न पंजीयक के पास एक आवेदन भी दायर किया गया था। एक कमरे के हीटर के रूप में व्यापार चिह्न "हीट पिल्लर" के तहत यह प्रतिवादीगण के उत्पाद के रूप में जाना जाता है। मूल रूप से, प्रतिवादी मेसर्स सी. लाल इलेक्ट्रिकल एंड मैकेनिकल की सहयोगी संस्था ने ट्रेडमार्क "पिल्लर" के पंजीकरण के लिए आवेदन किया था। बाद में, सभी अधिकार और ब्याज प्रत्यर्थी संख्या 1 को हस्तांतरित कर दिए गए।

(4) प्रतिवादीगण की शिकायत थी कि बिना किसी बुनियादी ढांचे के अपीलकर्ताओं ने प्रतिवादीगण की सद्भावना और प्रतिष्ठा का उपयोग करना शुरू कर दिया। उन्होंने अपने उत्पादों को प्रतिवादीगण के उत्पादों के रूप में

गलत तरीके से प्रस्तुत करना शुरू कर दिया है। उन्होंने समान डिजाइन और आकार और पैकिंग सामग्री के साथ "बेलको हीट पिलर" के नाम और शैली में हीटर का उत्पादन किया है। यह धोखेबाज है। उपयोग की जा रही अभिव्यक्ति "ऊष्मा स्तंभ" जनता के लिए भ्रम और प्रतिवादीगण के लिए नुकसान का कारण बनती है। यह प्रार्थना की गई थी कि पारित करने की कार्यवाई में अपीलकर्ताओं को ट्रेडमार्क के रूप में "हीट पिल्लर" नाम का उपयोग करने या उसी डिजाइन, आकार या निशान के तहत बेचने से रोका जाना चाहिए।

(5) प्रतिवादीगण के दावे का अपीलार्थियों द्वारा विरोध किया गया था। यह आरोप लगाया गया था कि प्रतिवादीगण का मुकदमा विचारणीय नहीं है। "हीट पिल्लर" शब्द एक वर्णनात्मक/सामान्य शब्द है। इसका उपयोग कमरे के हीटर के संबंध में किया जाता है जो स्तंभ प्रकार के आकार में होता है। कमरे के हीटर जो एक स्तंभ प्रकार के आकार में होता है, आमतौर पर विभिन्न निर्माताओं द्वारा हीट पिल्लर कहा जाता है। यहाँ तक कि विभिन्न सरकारी एजेंसियों द्वारा जारी निविदाओं में भी इसे हीट पिल्लर कहा गया था। हिमाचल प्रदेश के स्टोर नियंत्रक की 2 दिसंबर, 1998 की कुछ निविदाओं की प्रतियां प्रस्तुत की गईं। इस बात से इनकार किया गया कि प्रतिवादीगण के पास इस संबंध में कोई कारण था।

(6) विद्वत विचारण न्यायालय विवाद में गया और प्रथम दृष्टया एक दृष्टिकोण तैयार किया। यह माना गया था कि डिजाइन मूल रूप से समान है। बेलको हीट पिलर और गोपी हीट पिलर नाम ग्राहक को गुमराह कर सकते हैं। प्रतिवादीगण ने अपीलार्थियों के समक्ष गोपी हीट पिलर काम का उपयोग किया है और तदनुसार यह निष्कर्ष निकाला गया है कि प्रतिवादीगण के पास प्रथम दृष्टया मामला है। तदनुसार, पहले से ही ऊपर निर्दिष्ट अंतरिम निषेधाज्ञा प्रदान की गई थी।

(7) उक्त से व्यथित होकर हस्तगत अपील दायर की गई है।

(8) अपीलार्थियों के विद्वान अधिवक्ता मुख्यतः यह तर्क रहा कि हीट पिल्लर शब्द वर्णनात्मक है। यह किसी को भी गुमराह नहीं करता है। वास्तव में, अपीलकर्ताओं द्वारा उपयोग किए जाने वाले भौतिक शब्द "बेलको हीट पिलर" हैं जबकि प्रतिवादीगण "गोपी हीट पिलर" का उपयोग करते हैं। ग्राहक या तो बेलको का हीट पिल्लर या गोपी निर्मित वस्तु खरीदता था। इस बात पर जोर देने की आवश्यकता नहीं है कि प्रतिवादीगण के विद्वान अधिवक्ता ने इसका विरोध किया है।

यह परीक्षण कि क्या शब्द वर्णनात्मक हैं, कॉर्पस ज्यूरिस सेकुंडम, खंड 87 के पृष्ठ 271 पर पैरा 34 और 35 में निर्धारित किया गया है, जो की निम्न प्रकार से है-

“यह निर्धारित करने में कि क्या कोई विशेष नाम या वाक्यांश वर्णनात्मक है, सही परीक्षण यह है कि क्या, जैसा कि आमतौर पर इसका उपयोग किया जाता है, यह यथोचित रूप से इच्छित चीज़ का सूचक और वर्णनात्मक है। नियम की निंदा के भीतर वर्णनात्मक होने के लिए, यह पर्याप्त है यदि लेख की सामान्य प्रकृति या चरित्र के बारे में जानकारी दी गई है और यह आवश्यक नहीं है कि उपयोग किए गए शब्दों या चिहनों में एक स्पष्ट, पूर्ण और सटीक विवरण शामिल हो। जिसका अर्थ दिया जाना चाहिए वह प्रभाव और महत्व है जो जनता तक पहुँचाया जाता है। ट्रेडमार्क के रूप में दावा किए गए शब्द या चिह्न वर्णनात्मक हैं या वे सूचक हैं या मनमाने और काल्पनिक हैं, यह उन वस्तुओं के संबंध में तय किया जाना चाहिए जिन पर उन्हें लागू किया जाता है और चिह्न को समग्र रूप से माना जाना चाहिए।

एक विशिष्ट ट्रेडमार्क में कुछ मनमाना या काल्पनिक शब्द, आकृति, या उपकरण, और शब्द या वाक्यांश शामिल होने चाहिए, ताकि एक ट्रेडमार्क का गठन किया जा सके, जिसका उपयोग विशुद्ध रूप से मनमाना या काल्पनिक रूप में किया जा सके, जब वे अपने सामान्य और सामान्य अर्थ से उन उत्पादों को नहीं दर्शाते हैं या उनका वर्णन करते हैं जिन पर वे लागू होते हैं, बल्कि अनुप्रयोग और संयोजन द्वारा अपने उद्देश्यों को इंगित करने के लिए आते हैं।”

(9) दूसरे शब्दों में, सिद्धांत या तय नियम यह होगा कि या तो माल या व्यवसाय के मामले में वादी को यह दिखाना होगा कि उसका निशान इतना विशिष्ट हो गया है कि जनता उसे किसी विशेष स्रोत से संबंधित मानती है। वादी को आगे यह साबित करना होगा कि उल्लंघनकारी चिह्न या नाम जनता को धोखा देने और जनता के बीच भ्रम पैदा करने के लिए संभवतः या गणना की गई है जिससे वादी के व्यवसाय को नुकसान होता है। इस संबंध में परीक्षण अनिवार्य रूप से एक सामान्य विवेकपूर्ण व्यक्ति का होगा कि क्या अपीलार्थी डिजाइन द्वारा चिह्नित वस्तुओं को बेच रहा है या जनता को यह विश्वास करने के लिए गणना की गई है कि वे प्रतिवादी की वस्तुएं हैं। अमृतधारा फार्मसी बनाम सत्यदेव गुप्ता (1) के मामले में उच्चतम न्यायालय ने माना है कि औसत बुद्धि वाले व्यक्ति के लिए दो नामों 'अमृतधारा' और 'लक्ष्मणधारा' की समग्र संरचनात्मक और ध्वन्यात्मक समानता धोखा देने या भ्रम पैदा करने की संभावना है। इसी तरह, के. आर. चिन्ना कृष्ण चेट्टियार बनाम श्री अंबल एंड कंपनी और एक अन्य (2) के मामले में, यह माना गया कि "अंबल" और "अंडाल" शब्दों के बीच ध्वनि की एक उल्लेखनीय समानता और आत्मीयता थी। यह दो निशानों के बीच वास्तविक खतरे और भ्रम का कारण बन सकता है। उपरोक्त से यह बहुत स्पष्ट है कि अधिनियम यह निर्धारित करने के लिए कोई मानदंड निर्धारित नहीं करता है कि क्या धोखा देने या भ्रम पैदा करने की संभावना है। प्रत्येक मामला अपने विशिष्ट तथ्यों पर निर्भर होना चाहिए और वैधता का मूल्य यह निर्धारित करने में वास्तविक निर्णय में निहित नहीं है कि क्या धोखा देने

या भ्रम पैदा करने की संभावना है।

(10) भारतीय दंत चिकित्सा के मामले में मद्रास उच्च न्यायालय के निर्णय पर प्रतिवादीगण की ओर से मजबूत निर्भरता रखी गई थी, इसके मालिक धनलक्ष्मी अम्मल और एक अन्य बनाम के. धनकोटी नायडू द्वारा कार्य और एक अन्य (3), जिसमें यह निष्कर्ष निकाला गया था कि पारित करने के लिए कार्रवाई के लिए एक मुकदमे में, दोनों व्यापार चिहनों के बीच समानता का ध्यान रखा जाना चाहिए। यह न्यायालय को इस तर्क के मूल्य का आकलन करना है कि जनता दोनों द्वारा गुमराह होने की संभावना है

- (1) ए. आई. आर. 1963 एस. सी. 449
- (2) ए. आई. आर. 1970 एस. सी. 146
- (3) ए. आई. आर. 1962 मद्रास 127

व्यापार चिह्न। फैसले के पैराग्राफ 16 में, यह निम्नानुसार अभिनिर्धारित किया गया था:—

“लेकिन इस तरह के सबूत के बिना भी मुझे इस तर्क के मूल्य का आकलन करना है कि जनता को दो व्यापार चिहनों से गुमराह होने की संभावना है और वे दोनों एक-दूसरे से बहुत निकटता से मिलते-जुलते हैं, दोनों में गेट-अप में, अपनाई गई रंग योजना में, और, वर्णनात्मक मामले में और सबसे बढ़कर मानव चेहरे और अंक 1431 की तस्वीर में। ये, मेरी राय में, यह दिखाने के लिए पर्याप्त हैं कि पहले प्रतिवादी ने जानबूझकर वादी के व्यापार चिह्न को प्रेरित करने के विचार के साथ अपने व्यापार चिह्न को अपनाया।

(11) रिलायंस को आगे द जनरल इलेक्ट्रिक कंपनी ऑफ इंडिया (पी) लिमिटेड बनाम रिलायंस के मामले में इस अदालत के डिवीजन बेंच के फैसले पर रखा गया था। प्यारा सिंह और अन्य (4)। जनरल इलेक्ट्रिक कंपनी (संक्षेप में "जी. ई. सी.") ने प्रतिवादी के खिलाफ एक दीवानी मुकदमा दायर किया था जो ए. ई. सी. दीपक धारकों के नाम से कुछ सामान बेच रहा है। वर्तमान मामले की तरह, विवाद में सवाल यह था कि क्या इस संबंध में समानता है या नहीं। यह अभिनिर्धारित किया गया था कि सामान्य खुफिया जानकारी का एक खरीदार भ्रमित होने के लिए बाध्य था क्योंकि जी. ई. सी. और ए. ई. सी. की बिक्री में इसी तरह के शब्दों का उपयोग किया जा रहा था। जसवंत सिंह (5), इस न्यायालय ने शब्दों की समानता पर ध्यान दिया और निम्नानुसार निर्णय दिया:—

“यह अच्छी तरह से स्थापित कानून है कि जहां एक विशेष का नाम है व्यक्ति या फर्म ने वस्तुओं के एक विशेष वर्ग के संबंध में सार्वभौमिक प्रतिष्ठा प्राप्त की है और एक दूसरा व्यक्ति एक ऐसे नाम के तहत व्यापार में प्रवेश करता है जो समान या समान है और जिससे इच्छुक खरीदारों के मन में भ्रम पैदा होने की संभावना है और इस प्रकार होने वाला नुकसान प्रथम दृष्टया ऐसा है कि कोई भी मुआवजा इसे संतुलित करने के लिए पर्याप्त नहीं होगा। न्यायालय निषेधाज्ञा देकर उस व्यक्ति को एक समान नाम के तहत व्यापार करने से रोक सकता है: इशर दास बनाम भायों की डोकन, ए. आई. आर. 1940 लाह। 39.”

(12) सेंचुरी ट्रेडर्स बनाम रोशन लाई दुग्गर एंड कंपनी और अन्य (6) के मामले में दिल्ली उच्च न्यायालय की एक खंड पीठ द्वारा समान सिद्धांतों को दोहराया गया था। फैसले के पैराग्राफ 14 में, यह निम्नानुसार अभिनिर्धारित किया गया था:—

“इस प्रकार, कानून बहुत अच्छी तरह से तय किया गया है कि इस स्तर पर सफल होने के लिए अपीलार्थी को आक्षेपित उपयोगकर्ता की तुलना में समय से पहले उपरोक्त चिह्न का उपयोगकर्ता स्थापित करना था।

- (4) ए. आई. आर. 1974 पी. बी. और हैरी। 14.
- (5) ए. आई. आर. 1975 पी. बी. और हैरी। 121
- (6) ए. आई. आर. 1978 दिल्ली 250

प्रतिवादीगण। अपीलार्थी द्वारा उपयोगकर्ता के लिए समय से पहले उक्त चिह्न या इसी तरह के चिह्न का पंजीकरण पारित करने की कार्रवाई में अप्रासंगिक है और व्यापार चिह्न रजिस्ट्री द्वारा बनाए गए रजिस्टर में चिह्न की उपस्थिति केवल उन व्यक्तियों द्वारा अपने उपयोगकर्ता को साबित नहीं करती हैं जिनके नाम पर चिह्न पंजीकृत किया गया था और अंतरिम निषेधाज्ञा के लिए आवेदन तय करने के उद्देश्यों के लिए अप्रासंगिक था जब तक कि पंजीकृत व्यापार चिहनों के उपयोगकर्ता के पास सबूत नहीं दिए गए थे या उपलब्ध नहीं थे। हमारी राय में, कानून के इन स्पष्ट नियमों को विद्वान एकल न्यायाधीश द्वारा ध्यान में नहीं रखा गया था और उन्हें त्रुटि करने के लिए प्रेरित किया गया था।”

(13) न्यायालय का ध्यान एलरगन इंक बनाम एलरगन इंक के मामले में कलकत्ता उच्च न्यायालय के निर्णय की ओर भी आकर्षित किया गया था। मिलमेट ऑफथो इंडस्ट्रीज और अन्य (7), जिसमें यह अभिनिर्धारित किया गया था कि अंतरराष्ट्रीय स्तर पर स्थापित प्रतिष्ठा वाला वादी भारत में इसकी रक्षा के लिए मुकदमा कर सकता है, भले ही देश में इसकी कोई व्यावसायिक गतिविधि न हो। दूसरे व्यक्ति को समान नामों का उपयोग करने से रोका जा सकता है।

(14) वास्तव में, ये निर्णय प्रतिवादीगण के बचाव में नहीं आएंगे। जैसा कि पहले ही ऊपर बताया गया है और पुनरावृत्ति के जोखिम पर फिर से उल्लेख किया गया है कि सबसे पहले यह देखना होगा कि क्या ध्वन्यात्मक रूप से शब्दों का समान रूप से उपयोग किया जाता है और क्या यह एक आम व्यक्ति को गुमराह कर सकता है या नहीं? उपलब्ध विषय

पर प्रमुख मामला जे. आर. कपूर बनाम माइक्रोनिक्स इंडिया (8) के मामले में उच्चतम न्यायालय का निर्णय है। कुछ विद्युत और इलेक्ट्रॉनिक उपकरणों के संबंध में उपयोग किए जाने वाले व्यापार चिह्न माइक्रोटेल् और माइक्रोनिक्स थे। व्यापार और माल अधिनियम, 1958 के तहत दायर एक मुकदमे में इसी तरह का सवाल सामने आया। उच्चतम न्यायालय के समक्ष अपीलकर्ता मैसर्स माइक्रोनिक्स इंडिया के भागीदारों में से एक था। एक अन्य व्यवसाय मैसर्स माइक्रोटेल्मैट्रिक्स के नाम और शैली के तहत व्यापार नाम माइक्रोटेल् के साथ शुरू किया गया था। उच्चतम न्यायालय ने कहा कि माइक्रो शब्द वर्णनात्मक था और अन्यथा यह दूसरे व्यक्ति को गुमराह नहीं करता है। उच्चतम न्यायालय के निष्कर्ष इस प्रकार हैं:—

“ इसके अलावा ‘माइक्रो’ शब्द कई इलेक्ट्रॉनिक वस्तुओं के उत्पादन के लिए उपयोग की जाने वाली सूक्ष्म प्रौद्योगिकी का वर्णनात्मक होने के कारण, जो रोजाना बाजार में आते हैं, कोई भी उक्त शब्द के उपयोग पर एकाधिकार का दावा नहीं कर सकता है। माइक्रो-चिप तकनीक के उपयोग से किसी भी उत्पाद का उत्पादन करने वाला कोई भी व्यक्ति अपने व्यापार नाम के उपसर्ग के रूप में उक्त शब्द का उपयोग करना उचित होगा। इसके अलावा, जो लोग इलेक्ट्रॉनिक वस्तुओं के उपयोग से परिचित हैं, वे पूरी तरह से जानते हैं और व्यापार नाम में केवल उपसर्ग ‘सूक्ष्म’ से गुमराह या भ्रमित होने की संभावना नहीं है। एक बार, इसलिए, यह आयोजित किया जाता है

(7) ए. आई. आर. 1998 कलकत्ता 261

(8) 1994 सप. (3) एस. सी. मामले 215

कि ‘माइक्रो’ शब्द उन उत्पादों का एक आम या सामान्य नाम है जो बेचे जाते हैं या उस तकनीक का वर्णनात्मक है जिसके द्वारा उत्पाद बनाए जाते हैं, और ऐसे उत्पादों का उपयोगकर्ता, इसलिए, उक्त शब्द से गुमराह या भ्रमित होने की संभावना नहीं है, एकमात्र प्रश्न जो इस स्तर पर प्रथम दृष्टया तय किया जाना है यदि क्या अपीलकर्ता और प्रतिवादी के व्यापार नामों में ‘टेल्’ और ‘निक्स’ शब्द खरीदारों और उपयोगकर्ताओं के लिए भ्रामक हैं और एक के लिए दूसरे को खरीदने में उन्हें गुमराह या भ्रमित करने की संभावना है। हमारे अनुसार, ध्वन्यात्मक रूप से शब्द पूरी तरह से भिन्न होने से उपयोगकर्ता के मन में ऐसा कोई भ्रम पैदा नहीं होने वाला है।

(15) इसी तरह, पार्ले प्रोडक्ट्स लिमिटेड बनाम बेकेमन्स इंडस्ट्रीज लिमिटेड (9) के मामले में मद्रास उच्च न्यायालय के समक्ष यही प्रश्न था। उद्धृत मामले में, आवेदक ट्रेडमार्क ग्लुको का पंजीकृत मालिक था। प्रतिवादी ग्लुकोगोल्ड चिह्न के तहत बिस्कुट बेच रहा था। मद्रास उच्च न्यायालय ने इस विवाद पर विचार किया और कहा कि पैकेट थे। अलग और उत्पाद भी समान नहीं थे। इससे आम आदमी के गुमराह होने की संभावना नहीं है। केवल इसलिए कि ‘ग्लुको’ शब्द आम था, विज्ञापन अंतरिम राहत देने के लिए पर्याप्त नहीं था।

(16) पंजाब स्टेट को-ऑपरेटिव सप्लाय एंड मार्केटिंग फेडरेशन लिमिटेड बनाम सोना स्पाइसेज प्राइवेट लिमिटेड (10) के मामले में जहां ट्रेडमार्क ‘सोहना’ और ‘सोना स्पाइसेज’ का उपयोग किया जा रहा था इस न्यायल्य द्वारा अंतरिम अस्थायी निषेधाज्ञा को अस्वीकार कर अभिनीतधारित किया कि दोनों शब्दों में कोई समानता नहीं है और वे एक साधारण ग्राहक को बहका नहीं सकते।

(17) इंडो-फार्मा फार्मास्युटिकल वर्क्स लिमिटेड, मुंबई बनाम सिटाडेल फाइन फार्मास्युटिकल्स लिमिटेड, मद्रास (11) के मामले में मद्रास उच्च न्यायालय के फैसले को लाभ के साथ संदर्भित किया जा सकता है। उद्धृत मामले में, अपीलार्थी ने प्रतिवादी को उसके पंजीकृत ट्रेडमार्क “एनर्जी” का उल्लंघन करने से रोकने के लिए स्थायी निषेधाज्ञा के लिए एक मुकदमा दायर किया था। दूसरी कंपनी “एनर्जीक्स” नाम का उपयोग कर रही थी। न्यायालय ने कहा कि कोई भी व्यक्ति वर्णनात्मक नाम के अनन्य अधिकार का दावा नहीं कर सकता है। माननीय दिल्ली उच्च न्यायालय ने रूपी गेन्स टेली-टाइम्स प्राइवेट लिमिटेड बनाम रूपी टाइम्स (12) के मामले में अभिनिर्धारित किया कि “रूपी” शब्द विशिष्ट शब्द नहीं है। यह ट्रेड और व्यापार से जुड़ा हुआ है।

(9) 1998 पेटेंट और ट्रेडमार्क मामले 6621

(10) 1987 पेटेंट और ट्रेडमार्क मामले 2951*

(11) 1998 पेटेंट और ट्रेडमार्क मामले 7751

(12) 1995 पेटेंट और ट्रेडमार्क मामले 3841

(18) यहाँ क्या स्थिति है? प्रत्यर्थागण की ओर से, दो सीलबंद पैकेट यह दिखाने के लिए प्रस्तुत किए गए थे कि वे समान थे। लेकिन बेल्लो का नाम अपीलकर्ताओं के पैकेट पर विशिष्ट रूप से अंकित किया गया था, जबकि प्रतिवादीगण के पैकेट पर, हीट पिल्लर से पहले गोपी को विशिष्ट रूप से देखा जा सकता था। यह किसी व्यक्ति को धोखा नहीं दे सका कि वह गोपी का हीट पिल्लर खरीद रहा है या बेल्लो का।

(19) “हीट पिल्लर” अभिव्यक्ति को एक सामान्य कार्य के रूप में लिया जाना चाहिए। वे सभी कमरे के हीटर जो एक स्तंभ की तरह डिज़ाइन किए गए हैं, वे हीट पिल्लर शब्द का उपयोग कर रहे हैं। इसे प्रतिवादीगण तक सीमित नहीं रखा जा सकता है। उन्हें हीट पिल्लर शब्द का उपयोग करने का अनन्य अधिकार नहीं हो सकता है। यह संबंधित कंपनी के अन्य शब्द हैं जो झुकाव कारक हैं। अपीलार्थियों के मामले में, वे “बेल्लो” शब्द का उपयोग कर रहे हैं। “बेल्लो” और “गोपी”

शब्द के बीच एक स्पष्ट ध्वन्यात्मक अंतर है।

(20) अदालत का ध्यान हिमाचल सरकार के विज्ञापन की ओर भी आकर्षित किया गया था जिसमें वह हीट पिल्लर शब्द का भी उपयोग कर रही है। यही बात केवल प्रत्यर्थीगण तक ही सीमित नहीं है। इससे पता चलता है कि हिमाचल सरकार अलग-अलग नामों वाली विभिन्न कंपनियों से ऊष्मा स्तंभ भी चाहती थी, हो सकता है कि वे हीट पिल्लर नाम का उपयोग करें। अलग-अलग लोगो का उपयोग किया गया है और पैकेटों में थोड़ी सी समानता अपने आप में अदालत को यह मानने के लिए प्रेरित करने का एक कारक नहीं हो सकती है कि एक आम व्यक्ति को बहकावा होगा। अतः विद्वान विचारण न्यायालय द्वारा पारित आदेश को कायम नहीं रखा जा सकता है।

(21) उपर्युक्त कारणों से, अपील स्वीकृत की जाती है और विवादित आदेश को रद्द किया जाता है, और अंतरिम निषेधाज्ञा आवेदन को खारिज किया जाता है।

जे एस टी।

अस्वीकरण : स्थानीय भाषा में अनुवादित निर्णय याचिकाकर्ता के सीमित उपयोग के लिए है ताकि वह अपनी भाषा में इसे समझ सके और किसी अन्य उद्देश्य के लिए इसका उपयोग नहीं किया जा सकता है। सभी व्यवहारिक और आधिकारिक उद्देश्यों के लिए निर्णय का अंग्रेजी संस्करण प्रमाणिक होगा और निष्पादन और कार्यान्वयन के उद्देश्य के लिए उपयुक्त रहेगा।

नेहा चांद,
प्रशिक्षु न्यायिक अधिकारी,
गुरुग्राम, हरियाणा

न्यायमूर्ति एम. एल. सिंघल के समक्ष
न्यायालय, अपने स्वयं के प्रस्ताव पर, -याचिकाकर्ता

बनाम

अमरिंदर सिंह, -प्रत्यर्थी

C.O.C.P. 1998 का सं. 17

4जून, 1999

न्यायालय की अवमानना अधिनियम। 1971-धारा 2-सी-सिख गुरुद्वारा अधिनियम, 1925-सिखों के अधीन सिख गुरुद्वारा न्यायिक आयोग का गठन।