

**ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ**  
**ԷԿՈՆՈՄԻԿԱՅԻ ՆԱԽԱՐԱՐՈՒԹՅԱՆ**  
**ՄՏԱՎՈՐ ՍԵՓԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ԳՈՐԾԱԿԱԼՈՒԹՅԱՆ**  
**ԲՈՂՈՔԱՐԿՄԱՆ ԽՈՐՀՐԴԻ**  
**Ո Ր Ո Շ ՈՒ Մ**  
**N 119/10**

**Քաղ. Երևան**

**31 մայիսի 2010թ.**

Հայաստանի Հանրապետության Էկոնոմիկայի նախարարության մտավոր սեփականության գործակալության բողոքարկման խորհուրդը (այսուհետ՝ նաև բողոքարկման խորհուրդ) հետևյալ կազմով՝ խորհրդի նախագահ Ա.Ֆ.Ազիզյան, անդամներ՝ Ա.Ս.Խաչիկյան, Ա.Ա.Տոնիկյան, Ա.Վ.Բաբայան, Ա.Գ. Շահինյան և Ա.Բ.Ղարիբջանյան (քարտուղար), իր 2010թ. մայիսի 31-ի նիստում (արձանագրություն N80/9) քննարկեց «VYMPEL -COMMUNICATIONS» ԲԲԸ -ի ներկայացուցիչ Է. Նահապետյանի 2010թ. մայիսի 4-ի N871895 «Билайн» ապրանքային նշանը Հայաստանի Հանրապետությունում 2007թ. հունվարի 1-ի դրությամբ հանրահայտ ճանաչելու վերաբերյալ դիմումը:

Դիմումում նշված է, որ ղեկավարվելով «Ապրանքային և սպասարկման նշանների, ապրանքների ծագման տեղանունների մասին» ՀՀ օրենքի 21.1-րդ հոդվածի, ինչպես նաև «ՀՀ Էկոնոմիկայի նախարարության մտավոր սեփականության Բողոքարկման խորհուրդ բողոքների և դիմումների ներկայացման և քննարկման» կարգի և «Ապրանքային նշանը Հայաստանի Հանրապետությունում հանրահայտ ճանաչելու մասին» կարգի դրույթներից դիմողը խնդրում է 2007թ. հունվարի 1-ից Հայաստանի Հանրապետությունում N871895 «Билайн» ապրանքային նշանը հանրահայտ ճանաչել գրանցումներում նշված բոլոր ապրանքների և ծառայությունների համար:

Հայաստանի Հանրապետությունում ապրանքային նշանի հանրահայտ լինելը 01.01.2007 թվականից դիմողը ապացուցում ստորև նշված փաստացի տեղեկություններով:

1996 թվականին «VYMPEL-COMMUNICATIONS» ԲԲԸ -ն մտավ պատմության մեջ, որպես առաջին Ռուսաստանյան ընկերություն, սկսած 1913 թվականից, որի

բաժնետոմսերը տեղակայված են Նյու-Յորքի ֆոնդային բորսայում (NYSE) «VII3» խորհրդանիշի ներքո:

«VYMPEL-COMMUNICATIONS» ԲԲԸ -ն 2006 թվականի տարեկան պ աշտոնական հաշվետվության համաձայն, այդ ընկերությունը մատուցել է հեռահաղորդակցական ծառայություններ «Билайн» ապրանքային նշանի ներքո Ռուսաստանում, Ղազախստանում, Ուկրաինայում, Տաջիկստանում, Ուզբեկստանում, Հայաստանում և Վրաստանում 250 միլիոն ընդհանուր բնակչություն ունեցող տարածքում:

Դիմողը ստորեւ նշված փաստերը ներկայացրել է որպես ապրանքային նշանի հանրահայտ լինելը վկայող ապացույց՝

- 2005 թվականից սկսած «BeeLine» ապրանքային նշանը գրավում է ամենաբարձր դիրքը Ռուսաստանի գնահատված բրենդերի շարքում: «BeeLine» ապրանքային նշանը 2005 թվականին գնահատվել է 5.0 միլիարդ ԱՄՆ դոլար, իսկ 2006 թվականին նրա արժեքը հասել է 5,8 միլիարդ դոլար, ինչը խոսում է նաև նրա հանրահայտ և արժեքավոր լինելու մասին:
- «Գելապ էդֆակտ» ՓԲԸ-ի տվյալների համաձայն 2006 թ. հունվարի 1-ից մինչև 31.12.2006թ. «BeeLine» ապրանքային նշանը ՌԴ հեռուստատեսային 1 ալիք, Россия, НТВ համազգային հեռուստատեսային ալիքներով գովազդվել է հետևյալ ծավալներով՝
- գովազդի ծավալը (րոպե) – 4668,  
գովազդի էլքի քանակը – 9457,  
գովազդի միջին տևողությունը (վայրկյան) – 296,

Իսկ գովազդի վրա ծախսված գումարը 2005թ. - 2006թ. կազմել է 132290 ԱՄՆ դոլար և 215103 դոլար համապատասխանաբար:

- 2006թ. նոյեմբերի 16-ին «Վիմպելկոմ»-ը ձեռք է բերել «Արմենտելի» բաժնետոմսերի 90% և այդ օրվանից Հայաստանի բջջային կապը մատուցվում է « Билайн» ապրանքային նշանի ներքո: 2007թ. հունվարի 1-ի դրությամբ «Արմենտել-Վիմպելկոմ» ընկերությունը ուներ 452 000 բաժանորդ, որոնք ինչ խոսք տեղեկացված էին, որ իրենց սպասարկում է «Билайн»-ը: Այն արձագանքը, որը ստացավ «Արմենտել»-ի վաճառքը և «Билайн»-ի մուտքը Հայաստան թ՛ե մամուլի միջոցով, թ՛ե հեռուստատեսությամբ, թ՛ե տարբեր քննարկումներում հասարակության մեջ, ընտանիքներում արտասովոր և

մասսայական բնույթ էր կրում և գումարած 452 000 բաժանորդները, որոնց ընտանիքների անդամները նույնպես իրադարձությունների կենտրոնում էին: Այս ամենը թույլ է տալիս ենթադրել, որ Հայաստանի բնակչության մոտ 70% արդեն տեղեկացված էին «Билайн»-ի մասին որպես բջջային հեռախոսակապի օպերատոր:

- «Билайн» ապրանքային նշանի հանրահայտ լինելը ՀՀ-ում ապացուցվում է նաև սոցիալական հետազոտությունների անկախ կազմակերպության «Սոզաիք. АМ» ՄՊԸ-ի կողմից իրականացված զանգվածային հարցման միջոցով, որն անցկացվել է 2009թ. դեկտեմբերի 23-30-ը Երևանում և Հայաստանի 15 քաղաքներում և 39 գյուղերում: Հարցումն անցկացվել է 18-69 տարեկան 1600 հոգու միջև, որոնք հեռախոսակապի պոտենցիալ բաժանորդ կարող էին հանդիսանալ: Հարցվողների ճնշող մեծամասնության մոտ (72%) «Билайн» ապրանքային նշանը առաջացրել է «Արմենտել»-ի մատուցած ծառայությունների հետ ուղղակիորեն կապված ասոցիացիաներ: Հարցման արդյունքների համաձայն ՀՀ բնակչության ճնշող մեծամասնությունը տեղյակ է, որ «Билайн» ապրանքային նշանի տակ Հայաստանում մատուցվում են հեռահաղորդակցության ծառայություններ: «Билайн» ապրանքային նշանի սեփականատիրոջ կողմից Հայաստանում մատուցվող ծառայությունների թվում հարցվողների 92% նշել է բջջային կապը:

Որպես եզրահանգում դիմողը նշել է, որ բերված տվյալներից և փաստերից վստահորեն կարելի է եզրակացնել, որ «Билайн» ապրանքային նշանը հանրահայտ է դարձել Հայաստանում 2007 թվականի հունվարի 1-ի դրությամբ N871895 «Билайн» ապրանքային նշանի և միջազգային գրանցման դասերում նշված բոլոր ապրանքների և ծառայությունների համար, քանի որ այդ նշանի ներքո մատուցվող հեռահաղորդակցական ծառայությունների հետ մեկտեղ օգտագործվում են դրա հետ կապված սարքավորումներ, տեխնիկա, ժամանակակից համակարգչային ծրագրային ապահովում, շինարարական, վերանորոգման աշխատանքներ, սարքավորումների տեղադրում և այլն, ինչպես նաև ֆիրմային համազգեստ, կոշիկներ, գլխարկների օգտագործում, անձնակազմի ուսուցում, գովազդ և այլն: Բնակչության ճնշող մեծամասնությունը (72%) ասոցիացնում է այդ նշանը, որպես «Արմենտել»-ի կողմից մատուցված ծառայություններ, ընդ որում՝ 98% տեղյակ է, որ «BeeLine» ապրանքային նշանի տակ Հայաստանում մատուցվում են հեռահաղորդակցության ծառայություններ: Դիմողը գտնում է, որ հիշյալ նշանը «Ապրանքային նշանը Հայաստանի Հանրապետությունում հանրահայտ ճանաչելու մասին»

կարգի համաձայն ճանաչվել է հանրահայտ հասարակության համապատասխան շրջանակներում:

Կոլեգիայի քննարկման արդյունքների ներկայացման ժամանակ նշվեց, որ դիմողի կողմից ներկայացվել են մի շարք փաստարկներ հիշյալ ապրանքային նշանների հանրահայտության վկայության մասին, մասնավորապես, հիշարժան է այն փաստը, որ 2006թ. նոյեմբերի 16 - ին «VYMPEL-COMMUNICATIONS» ԲԲԸ-ն ձեռք է բերել «Արմենտելի» բաժնետոմսերի 90% և այդ օրվանից Հայաստանի բջջային կապը մատուցվում է «Билайн» ապրանքային նշանի ներքո: 2007թ. հունվարի 1-ի դրությամբ ընկերությունը ուներ 452 000 բաժանորդ, որոնք ինչ խոսք տեղեկացված էին, որ իրենց սպասարկում է «Билайн»-ը, այդ թվում՝ նաև նրանց ընտանիքի անդամները:

Նշվեց նաև, որ ներկայացված նյութերից, մասնավորապես՝ «Մոզաիք AM» ՍՊԸ-ի կողմից իրականացված սպառողների հարցման արդյունքներից (աղուսյակ 4) հետևում է, որ սպառողները «Билайн» ապրանքային նշանն ասոցիացնում են «VYMPEL-COMMUNICATIONS» ԲԲԸ-ի կողմից մատուցվող՝ հեռախոսակապ եւ բջջային կապ ծառայությունների հետ:

Ընդհանուր քննարկման արդյունքում, ղեկավարվելով «Ապրանքային և սպասարկման նշանների, ապրանքների ծագման տեղանունների մասին» ՀՀ օրենքի 21.1-րդ հոդվածի, 1-ին եւ 2-րդ կետերով, ինչպես նաև ՀՀ Էկոնոմիկայի նախարարության մտավոր սեփականության Բողոքարկման խորհուրդ բողոքների և դիմումների ներկայացման և քննարկման «Կարգի» 81-րդ կետի 1-ին ենթակետով և «Ապրանքային նշանը Հայաստանի Հանրապետությունում հանրահայտ ճանաչելու մասին» կարգի դրույթներով

### Ո Ր Ո Շ Ե Ց

Բավարարել «VYMPEL-COMMUNICATIONS» ԲԲԸ -ի 2010թ. ապրիլի 4-ի դիմումը մասնակիորեն եւ «Билайн» (գրանցման թիվ 871895) բառային ապրանքային նշանը Հայաստանի Հանրապետությունում հանրահայտ ճանաչել 2007 թվականի հունվարի 1-ի դրությամբ ԱՕՄԴ 38-րդ դասի «Ֆիքսված հեռախոսակապ» եւ «բջջային կապ» ծառայությունների համար:

1. Որոշման կայացման թվականը 31.05.2010
2. Հանրահայտ ապրանքային նշանի 27  
գրանցման համարը
3. Հանրահայտ ապրանքային նշանի «Билайн» (բառային ապրանքային նշան)  
պատկերը
4. Թվականը, որից սկսված ապրանքային նշանը հանրահայտ է ճանաչվում ՀՀ-ում 2007
5. Հանրահայտ ապրանքային նշանի «VYPEL-COMMUNICATIONS» FFL-ի սեփականատիրոջ անվանումը եւ 127083, Ռուսաստանի Դաշնություն, գտնվելու վայրը հասցեն ք. Մոսկվա, Մարտի 8-ի փ. 10շ. 14
6. Ապրանքների եւ ծառայությունների ԱԾՄԴ 38-րդ դաս՝ Միջազգային դասակարգման դասերին համապատասխան խմբավորված այն ապրանքների եւ ծառայությունների ցանկը , որոնց նկատմամբ ապրանքային նշանը ճանաչվել է հանրահայտ

Բողոքարկման խորհրդի  
նախագահ

Ա.Ազիզյան