

दिल्ली उच्च न्यायालय: नई दिल्ली

आ.प्र.अ (वाणि.) 24/2024

FAO (COMM) 24/2024

केआरबीएल लिमिटेड

..... अपीलार्थी

द्वारा: श्री अनिरुद्ध बाखरू, श्री एस के बंसल, श्री दीपक श्रीवास्तव और श्री विजय सी राठी अधिवक्तागण।

बनाम

प्रवीण कुमार बुय्यानी व अन्य

.....प्रत्यर्थीगण

द्वारा:

कोरम:

माननीय न्यायमूर्ति श्री सी. हरि शंकर

माननीय न्यायमूर्ति श्री अजय दिगपॉल

निर्णय(मौखिक)

15.01.2025

न्या. सी. हरि शंकर

[वैधानिक प्रावधानों को प्रासंगिक सीमा तक फुटनोट में पुनः प्रस्तुत किया गया है।]

1. प्रत्यर्थागण की ओर से उपस्थित होने वाले विद्वान अधिवक्ता का कहना है कि उनका मुवक्किल उनके संपर्क में नहीं है। वह रिहाई चाहता है, जिसकी अनुमति है।

2. इस मामले में 12 फरवरी 2024 को नोटिस जारी किया गया था। 23 अगस्त 2024 को इस न्यायालय ने निर्देश दिया था कि इस मामले को अंतिम सुनवाई वाले मामलों की श्रेणी में अंतिम सुनवाई के लिए सूचीबद्ध किया जाए। इसके बाद यह मामला दो बार सूचीबद्ध हो चुका है। प्रत्यर्थागण इस अपील में चुनौती के तहत आदेश के लाभार्थी हैं, जिसके तहत अपीलार्थी-वादी को उसके पूर्ववर्ती द्वारा दिए गए अंतरिम निषेधाज्ञा को विद्वान जिला न्यायाधीश (वाणिज्यिक न्यायालय)¹ द्वारा रद्द कर दिया गया है। जिस आदेश को चुनौती दी जा रही है उसके प्रकार और इस तथ्य को देखते हुए कि इस मामले को पहले कई मौकों पर सूचीबद्ध किया गया है, हम प्रत्यर्थागण की सुविधा की प्रतीक्षा में मामले को स्थगित करने के इच्छुक नहीं हैं।

3. हमारे विचार में, आक्षेपित आदेश स्पष्ट रूप से अवैध है और जारी नहीं रह सकता।

¹ इसके पश्चात "माननीय वाणिज्यिक न्यायालय"

तथ्य

4. तथ्य संक्षिप्त हैं.

5. अपीलार्थी व्यापार चिन्ह इंडिया गेट का पंजीकृत स्वामी था, जिसके चिह्न का वह 1993 से चावल के लिए उपयोग कर रहा है। प्रत्यर्थागण ने भारत गेट नाम से चावल का कारोबार भी शुरू कर दिया।

6. इन परिस्थितियों में, अपीलार्थी ने सिविल वाद (वाणि.) 284/2020² के माध्यम से माननीय वाणिज्यिक न्यायालय से संपर्क किया, जिसमें सहायक राहत के अलावा, भारत गेट नाम का उपयोग करने वाले प्रत्यर्थागण के खिलाफ एक स्थायी और अनिवार्य निषेधाज्ञा की मांग की गई, यह प्रस्तुत करते हुए कि यह व्यापार चिन्ह अधिनियम, 1999 की धारा 29³ के अर्थ में अपीलार्थी के पंजीकृत

² केआरबीएल लिमिटेड बनाम प्रवीण कुमार बुर्यानी

³ 29. पंजीकृत व्यापार चिह्न का उल्लंघन.-

(1) एक पंजीकृत व्यापार चिह्न का उल्लंघन ऐसे व्यक्ति द्वारा किया जाता है, जो पंजीकृत स्वामी या अनुमत उपयोग के माध्यम से उपयोग करने वाला व्यक्ति नहीं है, व्यापार के दौरान एक ऐसे चिह्न का उपयोग करता है, जो वस्तुओं या सेवाओं के संबंध में व्यापार चिह्न के समान है, या भ्रामक रूप से समान है, जिसके संबंध में व्यापार चिह्न पंजीकृत है और इस तरह से कि चिह्न के उपयोग को व्यापार चिह्न के रूप में उपयोग किए जाने की संभावना हो।

(2) एक पंजीकृत व्यापार चिह्न का उल्लंघन ऐसे व्यक्ति द्वारा किया जाता है, जो पंजीकृत स्वामी या अनुमत उपयोग के माध्यम से उपयोग करने वाला व्यक्ति न होते हुए, व्यापार के दौरान एक ऐसे चिह्न का उपयोग करता है, जिसके कारण-

(क) पंजीकृत व्यापार चिह्न के साथ इसकी पहचान और ऐसे पंजीकृत व्यापार चिह्न के अंतर्गत आने वाली वस्तुओं या सेवाओं की समानता; या

(ख) पंजीकृत व्यापार चिह्न के साथ इसकी समानता और ऐसे पंजीकृत व्यापार चिह्न के अंतर्गत आने वाली वस्तुओं या सेवाओं की पहचान या समानता; या

व्यापार चिन्ह "इंडिया गेट" का उल्लंघन है और साथ ही प्रत्यर्थागण द्वारा इसके उत्पाद को अपीलार्थी के उत्पाद के रूप में पेश करने का प्रयास है। वादपत्र के साथ नागरिक प्रक्रिया संहिता, 1908⁴ के आदेश XXXIX नियम 1 और 2 के तहत एक आवेदन संलग्न किया गया था, जिसमें मुकदमे के निपटान तक प्रत्यर्थागण को

(ग) पंजीकृत व्यापार चिह्न के साथ इसकी पहचान और ऐसे पंजीकृत व्यापार चिह्न के अंतर्गत आने वाली वस्तुओं या सेवाओं की पहचान, इससे जनता में भ्रम पैदा होने की संभावना है, या जिसका पंजीकृत व्यापार चिह्न से संबंध होने की संभावना है।

(4) एक पंजीकृत व्यापार चिह्न का उल्लंघन ऐसे व्यक्ति द्वारा किया जाता है, जो पंजीकृत स्वामी या अनुमत उपयोग के माध्यम से उपयोग करने वाला व्यक्ति न होते हुए, व्यापार के दौरान एक ऐसे चिह्न का उपयोग करता है, जो-

- (क) पंजीकृत व्यापार चिह्न के समान या उसके समान है; और
- (ख) का उपयोग उन वस्तुओं या सेवाओं के संबंध में किया जाता है जो उन वस्तुओं या सेवाओं के समान नहीं हैं जिनके लिए व्यापार चिह्न पंजीकृत है; और
- (ग) पंजीकृत व्यापार चिह्न की भारत में प्रतिष्ठा है और बिना उचित कारण के चिह्न का उपयोग पंजीकृत व्यापार चिह्न के विशिष्ट चरित्र या प्रतिष्ठा का अनुचित लाभ उठाता है या उसके लिए हानिकारक है।

(6) इस धारा के प्रयोजनों के लिए, एक व्यक्ति एक पंजीकृत चिह्न का उपयोग करता है, यदि, विशेष रूप से, वह-

- (क) इसे माल या उसकी पैकेजिंग पर चिपका देता है;
- (ख) बिक्री के लिए माल की पेशकश या प्रदर्शन करता है, उन्हें बाजार में रखता है, या पंजीकृत व्यापार चिह्न के तहत उन उद्देश्यों के लिए उनका स्टॉक करता है, या पंजीकृत व्यापार चिह्न के तहत सेवाओं की पेशकश या आपूर्ति करता है;
- (ग) मार्क के तहत माल का आयात या निर्यात करता है; या
- (घ) व्यावसायिक कागजात पर या विज्ञापन में पंजीकृत व्यापार चिह्न का उपयोग करता है।

(7) एक पंजीकृत व्यापार चिह्न का उल्लंघन उस व्यक्ति द्वारा किया जाता है जो ऐसे पंजीकृत व्यापार चिह्न को किसी ऐसी सामग्री पर लागू करता है जिसका उपयोग वस्तुओं को लेबल करने या पैकेजिंग करने के लिए, व्यावसायिक कागज के रूप में, या वस्तुओं या सेवाओं के विज्ञापन के लिए किया जाता है, बशर्ते कि ऐसा व्यक्ति, जब उसने चिह्न लगाया हो, जानता था या उसके पास विश्वास करने का कारण था कि चिह्न का आवेदन मालिक या लाइसेंसधारी द्वारा विधिवत अधिकृत नहीं था।

⁴ "सि.प्र.सं."

चावल या किसी भी संबद्ध या संबंधित उत्पादों के लिए भारत गेट का उपयोग करने से रोकने के लिए अंतरिम निषेधाज्ञा की मांग की गई थी।

7. प्रतिद्वंद्वी चिह्नों को दर्शाने वाले अपीलार्थी और प्रत्यर्थीगण के समूह की फोटोग्राफिक प्रतिकृतियां इस प्रकार प्रदान की जा सकती हैं:

अपीलार्थी का पैक	प्रत्यर्थी का पैक
	

8. 9 अक्टूबर 2020 को, माननीय वाणिज्यिक न्यायालय ने अपीलार्थी के पक्ष में और प्रत्यर्थीगण के खिलाफ एक पक्षीय विज्ञापन अंतरिम निषेधाज्ञा दी, जिससे प्रत्यर्थीगण को चावल या किसी अन्य संबद्ध या सम्बन्धित उत्पाद के संबंध में व्यापार चिह्न भारत गेट का उपयोग करने से रोक दिया गया।

9. 9 जनवरी 2024 का आक्षेपित आदेश अंततः सीपीसी के आदेश XXXIX नियम 1 और 2 के तहत अपीलार्थी द्वारा दायर आवेदन पर निर्णय सुनाता है, जिसमें प्रत्यर्थागण के खिलाफ अंतरिम निषेधाज्ञा की मांग की गई है। आक्षेपित आदेश के अनुसार, माननीय वाणिज्यिक न्यायालय ने 9 अक्टूबर 2020 को पूर्ववर्ती द्वारा दिए गए अंतरिम निषेधाज्ञा को रद्द कर दिया है और अपीलार्थी द्वारा दायर आदेश XXXIX आवेदन को खारिज कर दिया है।

10. माननीय वाणिज्यिक न्यायालय के समक्ष, प्रत्यर्थागण ने यह तर्क देने की कोशिश की कि इंडिया गेट या भारत गेट के चिन्हों के बीच कोई ध्वन्यात्मक या दृश्य समानता नहीं थी और यह भी कि अपीलार्थी इंडिया गेट शब्दों पर एकाधिकार का दावा नहीं कर सकता था जो आम उपयोग के शब्द थे। दूसरी ओर, अपीलार्थी ने *रेनेसां होटल होल्डिंग्स इंक बनाम बी विजया साई⁵*, *अमृतधारा फार्मसी बनाम सत्यदेव गुप्ता⁶* और *कविराज पंडित दुर्गादत्त शर्मा बनाम नवरत्न फार्मास्युटिकल लेबोरेटरीज⁷* में सर्वोच्च न्यायालय के निर्णयों के साथ-साथ *साउथ इंडिया बेवरेजेज प्राइवेट लिमिटेड बनाम जनरल मिल्स मार्केटिंग इंक⁸*, *अमर सिंह चावलवाला बनाम*

⁵ (2022) 5 SCC 1

⁶ 1962 SCC OnLine SC 13

⁷ 1964 SCC OnLine SC 14

⁸ 2014 SCC OnLine Del 1953

वर्धमान राइस⁹ और श्री नाथ हेरिटेज लिकर प्राइवेट लिमिटेड बनाम एलाइड ब्लेंडर एंड डिस्टिलर्स प्राइवेट लिमिटेड¹⁰ में इस न्यायालय के निर्णयों पर भरोसा जताया।

आक्षेपित आदेश

11. माननीय वाणिज्यिक न्यायालय ने आक्षेपित आदेश में कहा कि भारत गेट और "इंडिया गेट" के बीच कोई ध्वन्यात्मक समानता नहीं है। इसके अतिरिक्त, आक्षेपित आदेश में यह माना गया है कि चूंकि दोनों चिन्ह पैकेजिंग, रंग और डिजाइन में भिन्न थे, जिसमें नीला और हरा रंग अपीलार्थी के चिन्ह पर प्रमुख था और लाल रंग प्रत्यर्थी के चिन्ह पर प्रमुख था, जिसका डिजाइन अलग था, इसलिए भ्रम की कोई संभावना या आशंका नहीं थी।

12. भ्रम के पहलू पर, माननीय वाणिज्यिक न्यायालय का मानना है कि भारत का संविधान अपनी प्रस्तावना में "इंडिया टैट इज़ भारत" को मान्यता देता है। माननीय वाणिज्यिक न्यायालय ने राय दी है कि अपीलार्थी के पक्ष में इंडिया गेट नाम का पंजीकरण मात्र इस देश के अन्य सभी नागरिकों को भारत सहित इस देश के किसी भी अन्य नाम का उपयोग करने से नहीं रोक सकता है। यह आगे कहा गया है कि गेट शब्द पर सार्वजनिक अधिकार है, जिस पर कोई भी एकाधिकार का दावा नहीं कर सकता है।

⁹ 2009 SCC OnLine Del 1690

¹⁰ 2015 SCC OnLine Del 10164

13. अपीलार्थी की इस दलील को संबोधित करते हुए कि इंडिया गेट की छवि अपीलार्थी के साथ-साथ प्रत्यर्थीगण की पैकिंग पर भी मौजूद थी, माननीय वाणिज्यिक न्यायालय ने माना है कि इंडिया गेट एक राष्ट्रीय स्मारक है, न कि किसी की निजी संपत्ति। वह आगे मानते हैं कि ऐसा तभी होता है जब कोई व्यक्ति प्रतिद्वंद्वी चिहनों पर बड़ी एकाग्रता से ध्यान देता है कि उनकी समानता स्पष्ट हो जाएगी।

14. माननीय वाणिज्यिक न्यायालय ने आगे माना है कि अपीलार्थी और प्रत्यर्थी का उत्पाद एक ही वाणिज्यिक खंड को पूरा नहीं करता है, क्योंकि अपीलार्थी उच्च गुणवत्ता वाले चावल से संबंधित है, जो अपने स्वयं के उपभोक्ताओं को पूरा करता है, जो गलती से भी प्रत्यर्थी के उत्पादों को नहीं खरीदते हैं।

15. इन निष्कर्षों के मद्देनजर, माननीय वाणिज्यिक न्यायालय ने अपने पूर्ववर्ती द्वारा दिए गए विज्ञापन अंतरिम निषेधाज्ञा को रद्द कर दिया है और सीपीसी के आदेश XXXIX नियम 1 और 2 के तहत अपीलार्थी के आवेदन को खारिज कर दिया है।

विवाद और विश्लेषण

16. एक संक्षिप्त प्रारंभिक विषयांतर

16.1 अपीलार्थी के विद्वान अधिवक्ता श्री बाखरू ने हमारा ध्यान आक्षेपित आदेश में दिए एक टिप्पणी की ओर आकर्षित किया है, जिसका पालन करने के लिए हम बाध्य हैं, जिसे बहुत अच्छे से नहीं लिखा गया है। इसे इस प्रकार पढ़ा जाता है:

“टिमकेन कंपनी बनाम टिमकेन सर्विसेज प्राइवेट लिमिटेड¹¹ और केआरबीएल लिमिटेड बनाम रमेश बंसल व अन्य¹² पर भी भरोसा किया गया है, हालांकि, इन दोनों उद्धरणों का वादी के लिए कोई उपयोग और लाभ नहीं है क्योंकि दोनों आदेश आर्थिक क्षेत्राधिकार के कारण प्रथम दृष्टया न्यायालय के रूप में व्यवहार करते हुए माननीय दिल्ली उच्च न्यायालय द्वारा पारित किए गए थे और इसलिए इस न्यायालय पर बाध्यकारी मिसाल नहीं बनेंगे।”

16.2 हम यह देखने के लिए बाध्य हैं कि माननीय वाणिज्यिक न्यायालय को यह नहीं मानना चाहिए था कि इस न्यायालय द्वारा पारित निर्णय केवल इसलिए उसके लिए बाध्यकारी नहीं थे क्योंकि वे इस न्यायालय में निहित आर्थिक क्षेत्राधिकार के कारण प्रथम दृष्टया न्यायालय के रूप में पारित किए गए थे। यह स्वयंसिद्ध है कि इस न्यायालय द्वारा पारित सभी निर्णय, किसी भी क्षमता में, जिला न्यायालयों पर बाध्यकारी हैं। यह हमारी न्यायिक पदानुक्रमित संरचना हेतु मौलिक है और हमारी संवैधानिक योजना की बुनियादी संरचना का हिस्सा है। कोई

¹¹ सीएस(ओएस) संख्या में आईए संख्या 21/2010। 3/2010 आदेश दिनांक 30/5/2013 (जे. जे. आर. मिथा)

¹² 2009 (41) PTC 114 Del (Reva Kehtrapal J)

भी न्यायालय यह नहीं कह सकता कि वरिष्ठ न्यायालय का दिया गया कोई आदेश या निर्णय उस पर लागू नहीं होगा।

16.3 हमें पूरा विश्वास है कि यह स्पष्टीकरण, माननीय वाणिज्यिक न्यायालय के उस स्पष्ट भ्रम को दूर कर देगा, जो इस न्यायालय द्वारा पारित आदेशों की बाध्यकारी प्रकृति के संबंध में उसके मन में घर कर गया है।

17. हमारी यह राय है—जैसा कि हम पहले ही उल्लेख कर चुके हैं—कि विचाराधीन निर्णय मूल रूप से त्रुटिपूर्ण आधारों पर आधारित है।

18. हमें *वांडर लिमिटेड बनाम एंटाॅक्स (इंडिया) प्राइवेट लिमिटेड*¹³ मामले में सर्वोच्च न्यायालय द्वारा जारी की गई चेतावनी की जानकारी है, जो सीपीसी के आदेश XXXIX के तहत विवेकाधीन क्षेत्राधिकार का प्रयोग करते हुए अधीनस्थ न्यायालयों द्वारा पारित आदेशों की समीक्षा के दायरे से संबंधित है। प्रासंगिक पैराग्राफ को निम्नानुसार पुनः प्रस्तुत किया जा सकता है:

“14. खंड पीठ के समक्ष दायर अपीलें, एकल न्यायाधीश द्वारा अपने विवेकाधिकार के प्रयोग के विरुद्ध थीं। ऐसी अपीलों में, अपीलीय न्यायालय, प्रथम दृष्ट्या न्यायालय के विवेकाधिकार के प्रयोग में हस्तक्षेप नहीं करेगा और न ही उसके स्थान पर अपने विवेकाधिकार का प्रयोग करेगा; सिवाय उन मामलों के जहाँ यह सिद्ध हो जाए कि विवेकाधिकार का प्रयोग मनमाने ढंग से, या सनकवश, या विकृत रूप से किया गया था, अथवा जहाँ न्यायालय ने अंतरिम निषेधाज्ञा

¹³ 1990 Supp SCC 727

(interlocutory injunctions) देने या अस्वीकार करने से संबंधित विधि के स्थापित सिद्धांतों की उपेक्षा की हो। विवेक के प्रयोग के विरुद्ध अपील को सैद्धांतिक अपील कहा जाता है। अपीलीय न्यायालय सामग्री का पुनर्मूल्यांकन नहीं करेगा और निचली न्यायालय द्वारा दिए गए निष्कर्ष से भिन्न निष्कर्ष पर पहुंचने का प्रयास नहीं करेगा, यदि उस न्यायालय द्वारा दिया गया निष्कर्ष सामग्री के आधार पर उचित रूप से संभव था। अपीलीय न्यायालय को आम तौर पर केवल इस आधार पर अपील के तहत विवेक के प्रयोग में हस्तक्षेप करना उचित नहीं होगा कि यदि उसने मुकदमे के चरण में मामले पर विचार किया होता तो यह एक विपरीत निष्कर्ष पर आता। यदि विचारण न्यायालय द्वारा विवेक का प्रयोग उचित रूप से और न्यायिक तरीके से किया गया है, तो यह तथ्य कि अपीलीय न्यायालय ने एक अलग दृष्टिकोण अपनाया होगा, विचारण न्यायालय के विवेक के प्रयोग में हस्तक्षेप को उचित नहीं ठहराया जा सकता है। इन सिद्धांतों का उल्लेख करने के बाद, **प्रिंटर्स (मैसूर) प्राइवेट लिमिटेड बनाम पोथन जोसेफ**¹⁴ मामले में न्यायाधीश गजेंद्रगडकर:

“...ये सिद्धांत अच्छी तरह से स्थापित हैं, लेकिन जैसा कि **चार्ल्स ओसेंटन एंड कंपनी बनाम झानाटन**¹⁵ में विस्काउंट साइमन द्वारा देखा गया है ‘...नीचे दिए गए न्यायाधीश द्वारा अपने विवेक का प्रयोग करते हुए दिए गए आदेश की अपील को न्यायालय द्वारा उलटने का कानून अच्छी तरह से स्थापित है, और जो भी कठिनाई उत्पन्न होती है वह केवल एक व्यक्तिगत मामले में अच्छी तरह से तय सिद्धांतों के आवेदन के कारण होती है।”

15. अपीलीय निर्णय इस सिद्धांत को स्थगित नहीं करता है।

¹⁴ AIR 1960 SC 1156

¹⁵ 1942 AC 130

19. यद्यपि यह न्यायालय, आदेश XXXIX के अंतर्गत अपनी अधिकारिता का प्रयोग करते हुए अधीनस्थ न्यायालयों द्वारा पारित आदेशों से निपटने के दौरान सदैव सावधानी बरतने में विश्वास रखता है, तथापि इसका यह अर्थ नहीं है कि किसी ऐसे आदेश को, जो मूलतः त्रुटिपूर्ण आधारों पर पारित किया गया हो, कायम रहने दिया जाए। उन कारणों से जो आगे स्पष्ट हो जाएँगे, हमें पूरा विश्वास है कि माननीय वाणिज्यिक न्यायालय का विचाराधीन निर्णय उन सीमित श्रेणियों के मामलों में पूरी तरह से आता है, जिनमें अपीलीय न्यायालय हस्तक्षेप कर सकता है और वास्तव में, उसे करना भी चाहिए, भले ही *वांडर* के पैरा 14 के अनुसार ही क्यों न हो।

20. आक्षेपित निर्णय कई त्रुटिपूर्ण सिद्धांतों पर आधारित है।

21. भ्रामक समानता

21.1 माननीय वाणिज्यिक न्यायालय का पहला निष्कर्ष यह है कि 'भारत गेट' और 'इंडिया गेट' के बीच कोई ध्वन्यात्मक समानता नहीं है। इस निष्कर्ष के लिए, आक्षेपित आदेश में कोई कारण नहीं बताया गया है।

21.2 यह निष्कर्ष स्पष्ट रूप से त्रुटिपूर्ण है।

21.3 ऐसा प्रतीत होता है कि उल्लंघन मूल्यांकन के कुछ बुनियादी सिद्धांतों को माननीय वाणिज्यिक न्यायालय द्वारा ध्यान में नहीं रखा गया है।

21.4 यह तय हो चुका है - वास्तव में, अब तक व्यावहारिक रूप से स्वयंसिद्ध रूप से - कि व्यापार चिन्ह उल्लंघन के मामले में, भ्रम की संभावना का आकलन एक ऐसे ग्राहक के दृष्टिकोण से किया जाना चाहिए जिसकी बुद्धि औसत दर्जे की हो और जिसकी याददाश्त पूरी तरह से सटीक न हो।¹⁶

21.5 औसत बुद्धि और अधूरी याददाश्त वाले उपभोक्ता के मन में "भ्रम की संभावना" होना ही काफी है। फिर, "भ्रम" का मतलब हर मामले में यह होना ज़रूरी नहीं है कि उपभोक्ता एक चिह्न को गलती से दूसरा चिह्न समझ ले। यह पर्याप्त है - जैसा कि धारा 29(4) स्वयं स्पष्ट करती है - यदि चिन्हों के बीच समानता ऐसे उपभोक्ता के मन में उनके बीच "संबंध" की छाप डालती है। एक बार फिर, बस "शुरुआती रुचि में भ्रम" होना ही काफी है,¹⁷ इसके लिए दोनों चिह्नों को एक-दूसरे के बगल में रखने की ज़रूरत नहीं है। दूसरे शब्दों में, यदि प्रतिवादी के चिह्न को पहली बार देखने के कुछ समय बाद, औसत बुद्धि और कमज़ोर याददाश्त वाला कोई उपभोक्ता एक पल के लिए भी रुककर यह सोचने लगे कि क्या यह वही चिह्न नहीं है, या क्या यह वादी के उस चिह्न से जुड़ा हुआ नहीं है जिसे उसने पहले देखा था, तो ऐसी स्थिति में, प्रतिवादी द्वारा

¹⁶ अमृतधारा फार्मसी, AIR 1963 SC 449; कैडिला हेल्थ केयर बनाम कैडिला फार्मास्यूटिकल्स, (2001) 5 SCC 73; सत्यम इंफोवे लिमिटेड बनाम सिफिनेट सॉल्यूशंस (प्राइवेट) लिमिटेड, (2004) 6 SCC 145; महेंद्र एंड महेंद्र पेपर मिल्स लिमिटेड बनाम महिंद्रा एंड महिंद्रा लिमिटेड, (2002) 2 SCC 147 का संदर्भ ले।

¹⁷ Google LLC बनाम DRS Logistics (P) Ltd, 305 (2023) DLT 506 (DB), Shree Nath Heritage Liquor Pvt Ltd बनाम Allied Blender & Distillers Pvt Ltd, 221 (2015) DLT 359 (DB)

अधिकार-उल्लंघन का अपकृत्य स्वतः ही किया हुआ मान लिया जाता है। केर्ली का व्यापार चिन्ह और व्यापार नाम का कानून, 9वाँ संस्करण, का निम्नलिखित अंश, **पारले प्रोडक्ट्स (प्राइवेट) लिमिटेड बनाम जे.पी. एंड कंपनी¹⁸** मामले में सर्वोच्च न्यायालय द्वारा अनुमोदित उद्धृत किया गया था:

“जब दो चिह्नों को एक-दूसरे के बगल में रखा जाता है, तो उनमें कई और अलग-अलग तरह के अंतर दिखाई दे सकते हैं; फिर भी, दोनों से मन पर पड़ने वाला मुख्य प्रभाव एक जैसा ही हो सकता है। कोई ऐसा व्यक्ति जो किसी एक चिह्न से परिचित है, और जिसके पास तुलना करने के लिए दोनों चिह्न एक साथ मौजूद नहीं हैं, वह आसानी से धोखा खा सकता है—खासकर तब, जब सामान पर दूसरा चिह्न लगाने की अनुमति दे दी जाए—और उसे यह गलतफहमी हो सकती है कि वह जिस सामान को खरीद रहा है, उस पर वही चिह्न बना है जिससे वह पहले से परिचित था। इस प्रकार, उदाहरण के लिए, कोई एक चिन्ह फुटबॉल के खेल को दर्शा सकता है; कोई दूसरा चिन्ह खिलाड़ियों को अलग पोशाक में और बिल्कुल अलग स्थितियों में दिखा सकता है, और फिर भी, इन दोनों से मिलने वाला विचार केवल फुटबॉल का खेल ही हो सकता है। यह अपेक्षा करना बहुत अधिक होगा कि जो लोग व्यापार चिह्नित वस्तुओं के साथ व्यवहार कर रहे हैं, और जैसा कि वे अक्सर चिह्नों पर भरोसा करते हैं, उन्हें उन वस्तुओं पर चिह्नों का सटीक विवरण याद रखने में सक्षम होना चाहिए जिनके साथ वे व्यापार करने के आदी हैं। चिह्नों को समग्र रूप से किसी फोटोग्राफिक स्मरण के बजाय सामान्य छापों या कुछ महत्वपूर्ण विवरणों के आधार पर याद किया जाता है। इसके अलावा, ग्राहक यह भी मान सकते हैं कि विवरण में बदलाव उस व्यापार

¹⁸ (1972) 1 SCC 618

चिन्ह के मालिकों द्वारा अपने कारणों से किए हैं जिससे वे पहले से ही परिचित हैं।

(जोर दिया गया)

21.6 केर्ली के उपरोक्त अंश को उद्धृत करने के पश्चात्, सर्वोच्च न्यायालय ने 'पारले प्रोडक्ट्स' मामले में यह अभिनिर्धारित किया:

“9. इसलिए, यह स्पष्ट है कि इस निष्कर्ष पर पहुंचने के लिए कि क्या एक चिह्न दूसरे के समान भ्रामक है, दोनों की व्यापक और आवश्यक विशेषताओं पर विचार किया जाना चाहिए। यह पता लगाने के लिए कि क्या डिज़ाइन में कोई अंतर है, उन्हें एक साथ नहीं रखा जाना चाहिए और यदि हां, तो क्या वे ऐसे चरित्र के हैं कि एक डिज़ाइन को दूसरे के लिए गलत होने से रोका जा सके। यह पर्याप्त होगा यदि आक्षेपित चिह्न, पंजीकृत चिह्न के साथ ऐसी समग्र समानता रखता हो कि वह, आमतौर पर उस चिह्न के साथ लेन-देन करने वाले किसी व्यक्ति को गुमराह करके, उसे पेश किए जाने पर दूसरे चिह्न को स्वीकार करने के लिए प्रेरित कर सके।

(जोर दिया गया)

व्यापार चिन्ह अधिनियम की धारा 29(2) द्वारा नियोजित स्पष्ट शब्दों के मददेनजर, यह स्पष्ट है कि प्रतिवादी के उत्पाद को स्वीकार करने की औसत उपभोक्ता की प्रवृत्ति, यदि उसे वादी और प्रतिवादी के चिहनों के बीच समानता के कारण पेश किया जाता है, जिसे *पारले प्रोडक्ट्स* में एक निर्णायक परीक्षण के रूप में उद्धृत किया गया है, उतना ही इसलिए हो सकता है *क्योंकि वह प्रतिवादी के चिह्न को वादी समझ लेता है, जितना कि दोनों चिहनों के बीच समानता के*

कारण वह उनके बीच एक जुड़ाव के अस्तित्व में विश्वास करता है। श्री नाथ हेरिटेज में भ्रम की रूपरेखा पर एक दिलचस्प अध्ययन पाया जा सकता है।

21.7 पारले प्रोडक्ट्स के उपरोक्त पैराग्राफ में शुरुआती वाक्य "**वैचारिक उल्लंघन**" की एक और अवधारणा का परिचय देता है। यदि, दूसरे शब्दों में, एक चिह्न द्वारा व्यक्त किए गए विचार को दूसरे द्वारा कॉपी किया जाता है, तो यह विचार का उल्लंघन है, जो कि औसत बुद्धि और अपूर्ण स्मृति के उपभोक्ता के मन में भ्रम पैदा करने की संभावना के कारण निषिद्ध है, जैसा कि **पारले प्रोडक्ट्स** के उपरोक्त अंश से पता चलता है। तर्क स्पष्ट है. मानव मस्तिष्क छवियों या शब्दों द्वारा संप्रेषित विचारों को ग्रहण करता है और अक्सर यही विचार मन पर प्रभाव डालता है। इसलिए, अगर एक ही विचार को दो अलग-अलग चिन्हों से दिखाया जाए, तो इस बात की पूरी संभावना होती है कि इंसानी दिमाग—खासकर अगर उसकी बुद्धि औसत हो और याददाश्त कमजोर—तो वह एक को दूसरा समझ बैठे, या कम से कम उन दोनों के बीच कोई जुड़ाव मान ले। ऐसे उदाहरण जहां इस न्यायालय ने "वैचारिक उल्लंघन" माना है, वे **होलीलैंड मार्केटिंग (प्राइवेट) लिमिटेड बनाम विजय पाल विनीत कुमार एंड कंपनी¹⁹**, **हरि चंद श्री गोपाल बनाम एवरग्रीन इंटरनेशनल²⁰**, **ब्लगारी एसपीए बनाम नोटंडास जेम्स**

¹⁹ 2023 SCC OnLine Del 2640

²⁰ (2020) 83 PTC 267

(प्राइवेट) लिमिटेड²¹ और पेरनोड रिकार्ड इंडिया प्राइवेट लिमिटेड बनाम एबी शुगर्स लिमिटेड²² में पाए जाते हैं।

21.8 रैकट एंड कोलमैन लिमिटेड बनाम बोर्डन इंक.²³ मामले में, हाउस ऑफ लॉर्ड्स ने "ट्रिनिटी" या "ट्रिपल आइडेंटिटी टेस्ट" का सिद्धांत भी प्रतिपादित किया, जिसके अनुसार उल्लंघन तब माना जाता है जब एक ही बाज़ार में, लगभग एक जैसे उत्पादों के लिए, बिल्कुल एक जैसे (या भ्रामक रूप से मिलते-जुलते) चिहनों का उपयोग किया जाता है। इसलिए, चिहनों की समानता, उस सामान की पहचान/समानता जिस पर चिहनों का उपयोग किया जाता है, और बाजार की समानता, उल्लंघन के एक वैध अनुमान की भविष्यवाणी करती है।

21.9 इन सिद्धांतों को लागू करने पर, 'इण्डिया गेट' और 'भारत गेट' चिहनों के बीच की भ्रामक समानता—जिससे भ्रम पैदा होने या इन चिहनों के बीच किसी जुड़ाव का अनुमान लगाए जाने की संभावना है—स्पष्ट रूप से दिखाई देती है।।

21.10 प्रतिद्वंद्वी चिहनों का वह बाद वाला सामान्य हिस्सा—"गेट"—ही उन्हें ध्वनि की दृष्टि से एक-दूसरे के समान बना देता है। इस संबंध में, केवल 'अमृतधारा फार्मसी' मामले में अक्सर उद्धृत किए जाने वाले निर्णय का संदर्भ लेना ही पर्याप्त होगा। उस मामले में, सर्वोच्च न्यायालय का विचार अमृतधारा और

²¹ (2022) 90 PTC 171

²² 2023 SCC OnLine Del 6966

²³ 1990 (1) All ER 873 (HL)

लक्ष्मणधारा चिहनों पर केंद्रित था; ये दोनों ही चिह्न आयुर्वेदिक औषधीय तैयारियों के लिए उपयोग किए जाते थे। इन दोनों चिहनों के आपस में भ्रम पैदा करने की संभावना के पहलू पर, सर्वोच्च न्यायालय ने इस प्रकार निर्णय दिया:

"7. आइए, हम इन परीक्षणों को हमारे विचाराधीन मामले के तथ्यों पर लागू करें। हमारे सामने इस बात पर कोई विवाद नहीं है कि "अमृतधारा" और "लक्ष्मण-धारा" – ये दोनों नाम एक ही प्रकार के सामान के लिए उपयोग में हैं, अर्थात् विभिन्न बीमारियों से राहत दिलाने वाली एक औषधीय दवा के लिए। ऐसी औषधीय दवा मुख्य रूप से उन लोगों द्वारा खरीदी जाएगी जो डॉक्टर के पास जाने के बजाय अपनी तकलीफ़ से शीघ्र राहत पाने के लिए दवा खरीदना चाहते हैं; इनमें गाँव और शहर, दोनों जगहों के लोग शामिल होंगे – चाहे वे पढ़े-लिखे हों या अनपढ़। जैसा कि हमने **कॉर्न प्रोडक्ट्स रिफाइनिंग कंपनी बनाम शंगीला फूड प्रोडक्ट्स लिमिटेड**²⁴ में कहा था, इस प्रश्न को औसत बुद्धि और अपूर्ण याददाश्त वाले व्यक्ति के दृष्टिकोण से देखा जाना चाहिए। *ऐसे व्यक्ति के लिए दो नामों "अमृतधारा" और "लक्ष्मणधारा" की समग्र संरचनात्मक और ध्वन्यात्मक समानता, हमारी राय में, धोखा देने या भ्रम पैदा करने वाली है। हमें दो मिश्रित शब्दों "अमृतधारा" और "लक्ष्मणधारा" की समग्र समानता पर विचार करना चाहिए। हमें नहीं लगता कि उच्च न्यायालय के विद्वान न्यायाधीश यह कहने में सही थे कि कोई भी भारतीय एक को दूसरा समझने की त्रुटि नहीं करेगा। औसत बुद्धि और अपूर्ण स्मरणशक्ति का एक लापरवाह खरीददार, जैसा कि उच्च न्यायालय ने माना था, नाम को उसके घटक भागों में विभाजित नहीं करेगा और उसके व्युत्पत्ति संबंधी अर्थ पर विचार नहीं करेगा या मिश्रित शब्दों के अर्थ को "अमृत की धारा" या "लक्ष्मण की धारा" के रूप में भी नहीं मानेगा। वह समग्र संरचनात्मक और ध्वन्यात्मक*

²⁴ (1960) 1 SCR 968

समानता और उस दवा के प्रकार पर अधिक ध्यान देगा जो उसने पहले खरीदी है, या जिसके बारे में उसे बताया गया है, या जिसके बारे में उसने अन्यथा सीखा है और जिसे वह खरीदना चाहता है। जहां व्यापार बड़े पैमाने पर अशिक्षित या बुरी तरह से शिक्षित व्यक्तियों को बेचे जाने वाले सामानों से संबंधित है, यह कहना कोई जवाब नहीं है कि हिंदी भाषा में शिक्षित व्यक्ति व्युत्पत्ति संबंधी या वैचारिक अर्थ पर जाएगा और "अमृत की धारा" और "लक्ष्मण की धारा" के बीच अंतर देखेगा। "लक्ष्मण की धारा" का शाब्दिक अर्थ कोई अर्थ नहीं है; इसे अर्थ देने के लिए किसी को यह निष्कर्ष निकालना होगा कि "धारा या जलधारा" रामायण के लक्ष्मण की तरह शुद्ध और मजबूत है। एक साधारण भारतीय ग्रामीण या नगरवासी शायद लक्ष्मण को जानता होगा, रामायण की कहानी उससे परिचित है; लेकिन हमें संदेह है कि क्या वह "अमृतधारा" और " लक्ष्मणधारा " के बीच तथाकथित वैचारिक अंतर को देखने की सीमा तक व्युत्पत्ति करेंगे। वह व्यापक रूप से ज्ञात औषधीय तैयारी के संदर्भ में दो नामों की समानता पर अधिक ध्यान देंगे जो वह अपनी बीमारियों के लिए चाहते हैं।

(जोर दिया गया)

21.11 उपरोक्त सिद्धांतों को लागू करने पर, यह स्पष्ट है कि भारत गेट चिह्न स्पष्ट रूप से इंडिया गेट चिह्न का उल्लंघन करता है। दोनों का उपयोग एक ही वस्तु के लिए किया जाता है। वे ध्वन्यात्मक रूप से समान हैं। "भारत" और "इंडिया" – प्रस्तावना के संदर्भ में भी और अन्य दृष्टियों से भी – एक ही भाव व्यक्त करते हैं। इन दोनों का प्रयोग एक ही चावल के लिए किया जाता है। अतः, 'त्रिविध पहचान परीक्षण' (triple identity test) की शर्त भी पूरी हो जाती है।

22 डिजाइन में अंतर

22.1 माननीय वाणिज्यिक न्यायालय ने इंडिया गेट और भारत गेट चावल की बोरियों के बीच पैकेजिंग रंग और डिजाइन में अंतर पर ध्यान दिया, जिसमें अलग-अलग रंग प्रमुख थे।

22.2 यह मानते हुए कि पैक्स पर छवियों के रूप में दिखाई देने वाले चिहनों में ऐसे दृश्य अंतर मौजूद हैं, तब भी वे उल्लंघन की मौजूदगी को कम करने का काम नहीं करते; और इस संबंध में कानून, एक बार फिर, कोई *नया या अनछुआ* विषय नहीं है। यह मुद्दा *के.आर. चिन्ना कृष्णा चेट्टियार बनाम श्री अम्बाल एंड कंपनी*²⁵ मामले में सर्वोच्च न्यायालय के निर्णय द्वारा पहले ही सुलझाया जा चुका है। उस मामले में, सर्वोच्च न्यायालय "श्री अम्बाल " और "श्री अंदाल" चिहनों पर विचार कर रहा था, जिनका उपयोग दोनों ही मामलों में नसवार (snuff) के लिए किया गया था। अम्बाल और अंदाल हिंदू देवता थे, जिनकी पूजा भारत के दक्षिण में की जाती थी। उक्त निर्णय में सर्वोच्च न्यायालय द्वारा एक विशिष्ट निष्कर्ष दिया गया है कि दोनों प्रतिद्वंद्वी चिह्न दृष्टिगत रूप से पूरी तरह से भिन्न थे। इसके बावजूद, सर्वोच्च न्यायालय ने माना है कि चूंकि "अंदाल" और "अम्बाल" ध्वन्यात्मक रूप से समान थे, इसलिए भ्रम का एक स्पष्ट मामला मौजूद था। *के.आर. चिन्ना कृष्णा चेट्टियार* के प्रासंगिक पैराग्राफ इस प्रकार पुनः प्रस्तुत किए जा सकते हैं:

²⁵ (1969) 2 SCC 131

"7. वास्तविक भ्रम का कोई सबूत नहीं है, लेकिन यह इस तथ्य के कारण हो सकता है कि अपीलार्थी का व्यापार लंबे समय तक चलने वाला नहीं है। दोनों चिहनों के बीच कोई दृश्य समानता नहीं है, लेकिन केवल दृश्यात्मक तुलना करना हमेशा निर्णायक पैमाना नहीं होता। दोनों चिहनों के बीच की समानता पर विचार करते समय, आँखों के साथ-साथ कानों का भी ध्यान रखना आवश्यक है। 'अंबाल' और 'आंदाल' के उच्चारण में काफी निकटता है।

9. आंदाल नाम की भ्रामक समानता इसलिए समाप्त नहीं हो जाती, क्योंकि इसका प्रयोग किसी चित्रात्मक प्रतीक के साथ किया जाता है। **डी कॉर्डोवा बनाम विक केमिकल कंपनी**²⁶ का मामला शिक्षाप्रद है। उसी परिशिष्ट के पृष्ठ 270 पर मुद्रित परिशिष्ट से ऐसा प्रतीत होता है कि विक केमिकल कंपनी पंजीकृत व्यापार चिह्न की मालिक थी जिसमें "वेपोरब" शब्द शामिल था और एक अन्य पंजीकृत व्यापार चिह्न जिसमें एक डिज़ाइन शामिल था जिसमें "विक्स वेपोरब साल्वे" शब्द शामिल थे। पृष्ठ 226 पर परिशिष्ट से पता चलता है कि प्रतिवादीगण ने अपने मरहम का विज्ञापन "करसोटे वेपोर रब" के रूप में किया। यह माना गया कि प्रतिवादीगण ने पंजीकृत चिह्नों का उल्लंघन किया था। लॉर्ड रैडक्लिफ ने कहा: "... एक चिह्न का उल्लंघन किसी अन्य व्यापारी द्वारा किया जाता है, यदि वह अपने माल पर या उसके संबंध में इसका पूरा उपयोग किए बिना भी, इसकी एक या अधिक आवश्यक विशेषताओं का उपयोग करता है"।

22.3 माननीय वाणिज्यिक न्यायालय का यह निष्कर्ष उल्लंघन और पासिंग ऑफ के बीच के अंतर को भी प्रभावी ढंग से धुंधला करता है, जैसा कि *कविराज पंडित*

²⁶ (1951) 68 RPC 103

दुर्गा दत्त शर्मा बनाम नवरत्न फार्मास्युटिकल लेबोरेटरीज²⁷ में सर्वोच्च न्यायालय ने नोट किया था, जिस पर आक्षेपित आदेश ने भी इस बात का विशेष संज्ञान लिया है। कविराज मामले में इस अंतर को स्पष्ट रूप से रेखांकित किया गया था, और ऐसा करते हुए इन दोनों अपकृत्यों के अनिवार्य तत्वों पर भी ज़ोर दिया गया था:

"28. आपत्ति का दूसरा आधार, कि निष्कर्ष असंगत हैं, वास्तव में इस त्रुटि पर आधारित है कि 'पासिंग ऑफ' (passing off) और पंजीकृत व्यापार चिह्न के उल्लंघन से जुड़े मुकदमों में वाद हेतुक और 'राहत का अधिकार' के बीच के मूल अंतरों को ठीक से समझा नहीं गया है; और साथ ही, 'पासिंग ऑफ' से जुड़े मामले की अनिवार्यताओं को, पंजीकृत व्यापार चिह्न के उल्लंघन की शिकायत करने वाले मामले की अनिवार्यताओं के बराबर मान लिया गया है। हम पहले ही बता चुके हैं कि प्रत्यर्थी के मुकदमे में एक पंजीकृत व्यापार चिह्न के संबंध में धारा 21 के तहत वैधानिक अधिकार के आक्रमण और उसी चिह्न के उपयोग को समाप्त करने की शिकायत की गई है। *अपीलकर्ता के पक्ष में जो निष्कर्ष निकाला गया था और जिस ओर विद्वान अधिवक्ता ने हमारा ध्यान दिलाया था, वह इस बात पर आधारित था कि दोनों पक्षों का सामान जिस पैकिंग में बेचा जाता था, उसमें असमानता थी; रंग और अन्य विशेषताओं में अंतर के कारण दोनों पैकेटों की बाहरी बनावट में भी फर्क था, और उनकी सामान्य दिखावट भी अलग थी। इसके साथ ही, एक और बात यह भी थी कि अपीलकर्ता की निर्माण-इकाई का नाम और पता उसके पैकेटों पर साफ-साफ अंकित था। ये सभी बातें इसलिए सामने रखी गई थीं ताकि प्रत्यर्थी के इस दावे को खारिज किया जा सके कि अपीलकर्ता ने अपने सामान को प्रत्यर्थी के सामान के रूप में बेचकर पासिंग ऑफ किया था। ये ऐसे मामले हैं जो पासिंग ऑफ के आधार पर राहत के लिए वाद हेतुक का सार हैं, लेकिन पंजीकृत स्वामी द्वारा*

²⁷ AIR 1965 SC 980

पंजीकृत व्यापार चिह्न के उल्लंघन की कार्रवाई में एक सीमित भूमिका है, जिसके पास उस चिह्न का वैधानिक अधिकार है और जिसके पास उस चिह्न के किसी अन्य द्वारा उपयोग या उसकी रंगीन नकल की स्थिति के लिए वैधानिक उपाय है। जबकि पारित करने की कार्रवाई एक सामान्य कानून उपाय है जो वास्तव में धोखे की कार्रवाई है, यानी, किसी व्यक्ति द्वारा अपने स्वयं के सामान को दूसरे के सामान के रूप में पारित करना, यह उल्लंघन की कार्रवाई का सार नहीं है। उल्लंघन की कार्रवाई एक वैधानिक उपाय है जो पंजीकृत व्यापार चिह्न के पंजीकृत मालिक को उन वस्तुओं के संबंध में व्यापार चिह्न के उपयोग के विशेष अधिकार की पुष्टि के लिए प्रदान किया जाता है” (अधिनियम की धारा 21²⁸ के माध्यम से)। प्रतिवादी द्वारा वादी के व्यापार चिह्न का उपयोग पासिंग ऑफ की कार्रवाई के लिए आवश्यक नहीं है, लेकिन उल्लंघन की कार्रवाई के मामले में यह अनिवार्य है। इसमें कोई संदेह नहीं है, जहां पासिंग ऑफ के संबंध में साक्ष्य में केवल पंजीकृत व्यापार चिह्न के रंगीन उपयोग शामिल हैं, दोनों कार्यों की आवश्यक विशेषताएं इस अर्थ में मेल खा सकती हैं कि जो पासिंग ऑफ की कार्रवाई में व्यापार चिह्न की रंगीन नकल होगी, वही उसी व्यापार चिह्न के उल्लंघन की कार्रवाई में भी ऐसी ही होगी। लेकिन इन दोनों के बीच समानता यहीं खत्म हो जाती है। उल्लंघन के किसी मामले में, वादी को, निस्संदेह, यह साबित करना होता है कि प्रतिवादी के चिह्न का उपयोग गुमराह करने वाला हो सकता है; लेकिन जहाँ वादी और प्रतिवादी के चिह्नों के बीच समानता इतनी अधिक हो—चाहे वह देखने में हो, सुनने में हो या किसी अन्य रूप में—और न्यायालय इस निष्कर्ष पर पहुँचता है कि यह एक नकल है, तो

²⁸ व्यापार चिह्न अधिनियम की धारा 28(1) के समानांतर, जिसमें कहा गया है:

“28. पंजीकरण द्वारा प्रदत्त अधिकार . –

- 1) इस अधिनियम के अन्य प्रावधानों के अधीन रहते हुए, किसी व्यापार चिह्न का पंजीकरण, यदि वह वैध है, तो उस व्यापार चिह्न के पंजीकृत स्वामी को उन वस्तुओं या सेवाओं के संबंध में, जिनके लिए वह व्यापार चिह्न पंजीकृत है, उस व्यापार चिह्न के उपयोग का अनन्य अधिकार प्रदान करेगा; और साथ ही, इस अधिनियम में निर्धारित रीति से, उस व्यापार चिह्न के उल्लंघन के संबंध में अनुतोष प्राप्त करने का अधिकार भी प्रदान करेगा।”

यह साबित करने के लिए किसी और सबूत की आवश्यकता नहीं होती कि वादी के अधिकारों का उल्लंघन हुआ है। दूसरे तरीके से व्यक्त किया गया, *यदि वादी के व्यापार चिह्न की आवश्यक विशेषताओं को प्रतिवादी द्वारा अपनाया गया है, तो तथ्य यह है कि सामान पर या पैकेज पर जिसमें वह बिक्री के लिए अपना माल पेश करता है, रंगरूप, पैकिंग और अन्य लेखन या चिन्ह चिह्नित अंतर दिखाते हैं, या स्पष्ट रूप से संकेत देते हैं कि व्यापार चिह्न के पंजीकृत मालिक से भिन्न व्यापार मूल का संकेत मिलता है, यह महत्वहीन होगा;* जबकि पासिंग ऑफ के मामले में, प्रतिवादी दायित्व से बच सकता है यदि वह यह दिखा सके कि जोड़ा गया मामला उसके सामान को वादी के सामान से अलग करने के लिए पर्याप्त है।

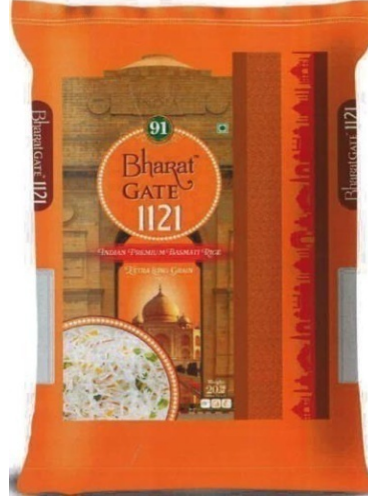
29. जब एक बार प्रतिवादी द्वारा उस चिह्न का उपयोग, जिसके वादी के चिह्न का उल्लंघन करने का दावा किया गया है, "व्यापार के दौरान" दिखाया जाता है, तो यह प्रश्न कि क्या कोई उल्लंघन हुआ है, दोनों चिह्नों की तुलना करके तय किया जाना है। जब दोनों चिह्न एक जैसे न हों, तो वादी को यह साबित करना होगा कि प्रतिवादी द्वारा इस्तेमाल किया गया चिह्न, वादी के पंजीकृत ट्रेडमार्क से इतना अधिक मिलता-जुलता है कि उससे धोखा होने या भ्रम पैदा होने की संभावना है, और वह उन वस्तुओं से संबंधित है जिनके लिए वह पंजीकृत है (धारा 21 देखें)। कभी-कभी यह सवाल उठाया गया है कि क्या "या भ्रम पैदा करना" शब्द कोई ऐसा तत्व पेश करते हैं जो पहले से ही "धोखा देने की संभावना" शब्दों के दायरे में नहीं आता; और कभी-कभी इसका जवाब यह कहकर दिया गया है कि यह केवल पिछले परीक्षण का ही एक विस्तार है, और यह उन शब्दों द्वारा इंगित अवधारणा में कोई बहुत अधिक महत्वपूर्ण वृद्धि नहीं करता है। लेकिन इसके अलावा, चूंकि उल्लंघन की कार्रवाई में सवाल उठता है तो वादी पर यह स्थापित करने की जिम्मेदारी होगी कि प्रतिवादी द्वारा माल के व्यापार के दौरान इस्तेमाल किया गया व्यापार चिह्न, जिसके संबंध में उसका चिह्न पंजीकृत है, भ्रामक रूप से समान है। यह आवश्यक रूप से दो चिह्नों की तुलना द्वारा सुनिश्चित

किया जाना चाहिए - समानता की डिग्री जो कि धोखे का कारण बनने के लिए आवश्यक है, वस्तुनिष्ठ मानकों को निर्धारित करके परिभाषा में सक्षम नहीं है। जिन व्यक्तियों को धोखा दिया जाएगा, वे निश्चित रूप से, सामान के खरीदार हैं और यह उनके धोखा दिए जाने की संभावना है जो विचार का विषय है। समानता ध्वन्यात्मक, दृश्यात्मक या वादी के चिह्न द्वारा दर्शाए गए मूल विचार में हो सकती है। तुलना का उद्देश्य यह निर्धारित करना है कि वादी के व्यापार चिन्ह की आवश्यक विशेषताएं प्रतिवादी द्वारा उपयोग किए गए व्यापार चिन्ह में पाई जानी हैं या नहीं। चिह्न की आवश्यक विशेषताओं की पहचान संक्षेप में तथ्य का प्रश्न है और व्यापार के उपयोग के संबंध में न्यायालय के सामने पेश किए गए सबूतों के आधार पर उसके निर्णय पर निर्भर करता है। हालाँकि, यह ध्यान में रखा जाना चाहिए कि इस जाँच का अंतिम उद्देश्य यह पता लगाना है कि क्या प्रतिवादी द्वारा समग्र रूप से उपयोग किया गया व्यापार चिन्ह, वादी के पंजीकृत व्यापार चिन्ह से भ्रामक रूप से मिलता-जुलता है।”

22.4 इस प्रकार, उल्लंघन वहां किया जाता है जहां चिहनों के बीच भ्रामक ध्वन्यात्मक, दृश्यात्मक या वैचारिक समानता होती है। उपभोक्ता को भ्रमित करने के लिए किसी एक तत्व की उपस्थिति ही पर्याप्त होगी। तब, भेद की अन्य सभी विशेषताएं महत्वहीन हो जाएंगी। इसके अलावा, अपीलार्थी के चिन्ह की आवश्यक विशेषताओं को ध्यान में रखते हुए, चिन्हों की तुलना संपूर्ण रूप से की जानी चाहिए। इस सिद्धांत में कोई अंतर्निहित विरोधाभास नहीं है; यदि अपीलकर्ता के चिह्न की मुख्य विशेषताओं को प्रतिवादी द्वारा दोहराया जाता है—चाहे वह सीधे तौर पर नकल करके हो या ऐसी विशेषताओं का उपयोग करके जो भ्रम पैदा करने वाली हद तक समान हों—और ऐसा इस तरह से किया जाता है कि प्रतिवादी और

अपीलकर्ता के चिहनों को समग्र रूप से देखने पर वे एक-दूसरे से भ्रम पैदा करने वाली हद तक समान प्रतीत हों, तो उल्लंघन का अपराध माना जाएगा।

22.5 जब कोई अपीलार्थी के इंडिया गेट और प्रत्यर्थी के भारत गेट चिहनों की तुलना करता है, जैसा कि उनके संबंधित पैकेज पर उपयोग किया जाता है, तो यह स्पष्ट होता है कि प्रत्यर्थी ने एक शब्द चिह्न का उपयोग करने के अलावा, जो ध्वन्यात्मक रूप से समान है और अपीलार्थी के चिह्न के समान विचार का प्रतिनिधित्व करता है, अपीलार्थी के चिह्न की आवश्यक विशेषताओं की भी नकल की है। सबसे स्पष्ट बात यह है कि इंडिया गेट का चित्र दोनों पैकेज पर प्रमुखता से अंकित है। सच कहूँ तो, मैं यह समझ नहीं पा रहा हूँ कि माननीय वाणिज्यिक न्यायालय ने यह फैसला कैसे दिया कि, प्रतिवादी के चिह्न में—जिसे आँखों से देखने पर—ताजमहल प्रमुख दिखाई देता है, और इंडिया गेट तभी दिखाई देता है जब देखने वाला पैकेज को "बहुत सावधानी और एकाग्रता" से देखे। ऐसा लगता है कि माननीय वाणिज्यिक न्यायालय शायद किसी दूसरे मार्क का ज़िक्र कर रहा था, क्योंकि, प्रतिवादी के चिह्न में—अगर कुछ है भी तो—ताजमहल की छवि ही है जो इंडिया गेट की तुलना में बहुत छोटी है, जबकि इंडिया गेट ने पूरा अग्रभाग घेरा हुआ है:



22.6, **के.आर. चिन्ना कृष्णा चेट्टियार** सिद्धांत को किसी भी स्थिति में, लागू करने पर, यह तथ्य कि हो सकता है कि अन्य दृश्य असमानताएँ हों, उल्लंघन के पहलू पर कोई अंतर नहीं डालेगा।

22.7 इस संदर्भ में, यह नोट करना प्रासंगिक है कि, **के.आर. चिन्ना कृष्णा चेट्टियार** में, प्रतिद्वंद्वी उत्पादों पर दर्शाए गए प्रतिद्वंद्वी चिहनों के बीच, दृष्टिगत रूप से, कोई समानता नहीं थी, जैसा कि निर्णय के शुरुआती पैराग्राफ में निम्नलिखित तथ्यात्मक प्रस्तुति से स्पष्ट है:

“...व्यापार चिन्ह सं. 126208 में एक लेबल होता है जिसमें देवी श्री अम्बाल का एक उपकरण होता है जो गोलाकार फ्रेम में घिरे पानी पर तैरते ग्लोब पर स्थित होता है, लेबल के शीर्ष पर “श्री अम्बाल परिमाला स्नफ” और नीचे नाम और पता “श्री अंबल एंड कंपनी, मद्रास” लिखा होता है। व्यापार चिन्ह सं. 146291 में “श्री अम्बाल” शब्द शामिल है। जिस चिह्न का अपीलार्थी पंजीकरण चाहता है

उसमें एक लेबल होता है जिसमें तीन पैनल होते हैं। पहले और तीसरे पैनल में तमिल, देवनागरी, तेलुगु और कन्नड़ में "श्री अंदाल मद्रास स्नफ़" शब्दों के पर्याय हैं। केंद्र पैनल में देवी श्री अंदाल और पौराणिक कथा "श्री अंदाल " की तस्वीर है।

यहां तक कि उन चिहनों के मामले में भी जिनके बीच कोई दृश्यात्मक समानता नहीं थी, सर्वोच्च न्यायालय ने माना कि "अम्बाल " और "अंडाल" के बीच ध्वन्यात्मक समानता के कारण उल्लंघन स्थापित हुआ। इसके विपरीत, वर्तमान मामले में, प्रतिद्वंद्वी चिहनों के बीच न केवल ध्वन्यात्मक समानता है; यह मामला खुले तौर पर विचार के उल्लंघन का भी है, इसके अलावा, अपीलार्थी के चिन्ह की सबसे प्रमुख दृश्य विशेषता, अर्थात् इंडिया गेट, को प्रत्यर्थी द्वारा लापरवाही से काँपी किया गया है।

22.8 इसलिए, विद्वान वाणिज्यिक न्यायालय द्वारा अपीलकर्ता के ' इंडिया गेट' और प्रत्यर्थी के 'भारत गेट' चिहनों के बीच दृश्य असमानताओं पर निर्भर रहना पूरी तरह से अनुचित है।

23 "भारत" इंडिया का पर्यायवाची है - मुंडे और स्लेजेंजर

23.1 यह देखते हुए कि "भारत" "इंडिया" का पर्याय है, माननीय वाणिज्यिक न्यायालय, दुर्भाग्य से, सबसे स्पष्ट अनुक्रम पर ध्यान देने में विफल रहता है।

"इंडिया गेट" का एक सुप्रसिद्ध और सर्वमान्य अर्थ है, क्योंकि यह दिल्ली के हृदय में स्थित हमारे सबसे गौरवशाली राष्ट्रीय स्मारकों में से एक का प्रतीक है। यह अपीलार्थी के पैकेज पर इंडिया गेट चिह्न के साथ इंडिया गेट के सचित्र प्रतिनिधित्व द्वारा रेखांकित किया गया है। दूसरी ओर, "भारत गेट" का "इंडिया गेट" के भ्रष्ट पर्याय के अलावा कोई अर्थ नहीं है। प्रत्यर्थी द्वारा लगभग पूरी पैकिंग को कवर करने वाले इंडिया गेट के चित्र का उपयोग स्पष्ट रूप से उपभोक्ताओं को अपीलार्थी के उत्पाद के साथ प्रत्यर्थी के उत्पाद को भ्रमित करने के लिए धोखा देने के जानबूझकर किए गए प्रयास का संकेत देता है। "इंडिया" का पर्यायवाची शब्द "भारत" का उपयोग, जाहिर तौर पर, दासतापूर्ण अपनाने के आरोप से बचने का एक गुमराह करने वाला प्रयास मात्र है। इसलिए, मामला प्रथम दृष्टया अपीलार्थी की लोकप्रियता को भुनाने के दुर्भावनापूर्ण और जानबूझकर किए गए प्रयास में से एक है। इस बात का कोई स्पष्ट स्पष्टीकरण नहीं है कि प्रत्यर्थी ने चावल के लिए "भारत गेट" का उपयोग क्यों किया, जबकि अपीलार्थी का प्रसिद्ध चिह्न "इंडिया गेट" पहले से ही अस्तित्व में था। इसका कारण केवल अपीलार्थी की लोकप्रियता को भुनाना और प्रत्यर्थी के उत्पाद की बिक्री सुनिश्चित करना हो सकता है।

23.2 ऐसे मामलों में, *मुंडे बनाम कैरी*²⁹ में न्यायाधीश केकेविच की और *स्लेज़ेंजर एंड संस बनाम फेल्थम एंड कंपनी*³⁰ में विद्वान न्यायाधीश लिंडले की प्रारंभिक टिप्पणियाँ पूरी तरह से लागू होती हैं। *मुंडे* मामले में, न्यायाधीश केकेविच ने यह अभिनिर्धारित किया:

“...जहाँ आपको बेईमानी नज़र आए, वहाँ—भले ही समानता यहाँ की तुलना में कम ही क्यों न हो—मेरा मानना है कि आपको समानता वाली बातों पर ज़्यादा ध्यान देना चाहिए, और असमानता वाली बातों पर कम।”

विद्वान न्यायाधीश लिंडले ने *स्लेज़ेंजर* मामले में, जानबूझकर नकल के मामले में अपनाए जाने वाले दृष्टिकोण की कठोरता पर जोर दिया:

“हर किसी को अपनी समझ-बूझ का इस्तेमाल करना चाहिए; और अगर आप इस नतीजे पर पहुँचते हैं कि जो काम करने का इरादा है, उसका मकसद अगर मुमकिन हो तो धोखा देना है, तो मुझे नहीं लगता कि यह सोचना कोई बहुत बड़ी कल्पना होगी कि वह आदमी कभी-कभार या शायद सफल हो सकता है। हम यह कहने में इतने तेज़ क्यों बनें कि वह उस काम में सफल नहीं हो सकता, जिसके लिए वह अपनी पूरी जान लगा रहा है?”

23.3 इन सिद्धांतों को मौजूदा मामले में लागू करते हुए, चूंकि प्रत्यर्थी ने जानबूझकर अपीलार्थी के पंजीकृत इंडिया गेट व्यापार चिन्ह की आवश्यक विशेषताओं की नकल की है, एक निरर्थक, लेकिन ध्वन्यात्मक रूप से समान

²⁹ 1905 RPC 273

³⁰ (1889) 6 RPC 531

भारत गेट मार्क को अपनाकर जो एक ही विचार व्यक्त करता है, "भारत" "इंडिया" का पर्याय है, न्यायालय को उनकी मामूली असमानताओं के बजाय, चिन्हों के बीच समानता पर ध्यान केंद्रित करने की आवश्यकता थी। साथ ही, ऐसे मामले में, न्यायालय को यह मानना आवश्यक है कि प्रत्यर्थी द्वारा अपनाया गया धोखे का प्रयास सफल होगा, अन्यथा नहीं। इससे भ्रम की संभावना का स्पष्ट मामला बनता है।

24 श्री नाथ हेरिटेज में पुनः सार्वजनिक अधिकार निष्कर्ष और निर्णय

24.1 माननीय वाणिज्यिक न्यायालय ने आगे माना है कि, चूंकि "भारत" हमारे देश का नाम है, अपीलार्थी इस पर एकाधिकार स्थापित करने की कोशिश नहीं कर सकता है, और "गेट" *सार्वजनिक अधिकार* है, जिस पर अपीलार्थी सहित किसी भी व्यक्ति द्वारा किसी विशेष मालिकाना अधिकार का दावा नहीं किया जा सकता है। अतः, माननीय वाणिज्यिक न्यायालय का यह मत है कि प्रत्यर्थी द्वारा 'भारत गेट' चिह्न का उपयोग वैध था, और अपीलकर्ता द्वारा इस आधार पर इस पर रोक नहीं लगाई जा सकती थी कि वह 'इण्डिया गेट' चिह्न का पूर्व-पंजीकृत धारक और उपयोगकर्ता था। इस प्रक्रिया में, माननीय वाणिज्यिक न्यायालय ने इस न्यायालय की खंडपीठ द्वारा 'श्री नाथ हेरिटेज' मामले में दिए गए निर्णय को भी इस आधार पर अलग करके दिखाने का प्रयास किया है कि, उस मामले में, दोनों चिह्नों का पहला शब्द—'ऑफिसर'—समान था।

24.2 श्री नाथ हेरिटेज मामले में दिए गए निर्णय के संबंध में, माननीय वाणिज्यिक न्यायालय की टिप्पणी के बारे में हम सीधे तौर पर यह कह सकते हैं कि यह स्पष्ट रूप से बिना सोचे-समझे की गई टिप्पणी है। उस मामले में, यह न्यायालय अपीलार्थी-प्रतिवादी के दो कथित रूप से उल्लंघनकारी चिहनों—"ऑफिसर्स चॉइस" और "कलेक्टर्स चॉइस", तथा प्रत्यर्थी-वादी के चिह्न "ऑफिसर्स चॉइस" के बीच के विवाद पर विचार कर रहा था। ऐसा प्रतीत होता है कि माननीय वाणिज्यिक न्यायालय ने—शायद अनजाने में ही—इस तथ्य को नज़रअंदाज़ कर दिया कि प्रतिस्पर्धी चिहनों में से एक चिह्न "कलेक्टर्स चॉइस" था, जिसमें ऑफिसर्स शब्द का कोई ज़िक्र नहीं था।

24.3 वास्तव में, 'श्री नाथ हेरिटेज' मामले की रिपोर्ट का पैरा 63 इस मामले को पूरी तरह से कवर करता है, और साथ ही, प्रतिस्पर्धी चिहनों के व्यापार चिन्ह के रंगरूप या दृश्य स्वरूप में अंतर के पहलू पर माननीय वाणिज्यिक न्यायालय के निष्कर्ष को एक बार फिर संबोधित करता है। यह इस प्रकार है:

"63. चूंकि 'ऑफिसर्स चॉइस' और 'कलेक्टर्स चॉइस' चिन्ह प्रथम दृश्या भ्रामक रूप से एक जैसे लगते हैं, क्योंकि वे एक ही अर्थ व्यक्त करते हैं, इसलिए इस मामले में अलग-अलग व्यापार चिन्ह के रंगरूप का प्रभाव, दोनों उत्पादों के बीच उपभोक्ताओं में होने वाले भ्रम को दूर कर जाएगा—इसकी संभावना बहुत कम है; खासकर इसलिए, क्योंकि उपभोक्ता मादक पेय बनाने वाली कंपनियों से यह उम्मीद करते हैं कि वे अपने उत्पादों के अलग-अलग प्रकार बाज़ार में लाती रहेंगी।"

इस एक वाक्य वाले पैराग्राफ में कही गई दोनों बातें हमारे सामने मौजूद तथ्यों पर लागू होती हैं। जैसा कि उस मामले में था, इंडिया गेट और भारत गेट दोनों ही नाम एक ही अर्थ व्यक्त करते हैं। फिर से, जैसा कि उस मामले में हुआ था, यह स्थिति इन नामों को भ्रम पैदा करने वाले रूप से समान बना देती है; जिसका अर्थ है कि अपीलार्थी और प्रत्यर्थी के उत्पादों की पैकेजिंग पर दिखने वाले व्यापार चिन्ह के रंगरूप में मौजूद अंतर भी, इस उल्लंघन के कारण पैदा हुए भ्रम को कम नहीं कर पाएगा।

24.4 हालांकि, माननीय वाणिज्यिक न्यायालय दुर्भाग्यवश इस बात पर ध्यान देने से चूक गया कि “कलेक्टर्स चॉइस” उन उल्लंघनकारी चिह्नों में से एक था जिनका जिक्र ‘*श्री नाथ हेरिटेज*’ मामले में किया गया था; और इसी कारणवश, न्यायालय ने तथ्यों के आधार पर इस निर्णय को वर्तमान मामले से भिन्न मानते हुए इसे खारिज कर दिया। वास्तव में, एक से अधिक बिंदुओं पर, यह निर्णय वर्तमान विवाद पर पूरी तरह से लागू होता है।

24.5 अपीलार्थी के सार्वजनिक अधिकार होने के संबंध में माननीय वाणिज्यिक न्यायालय के निष्कर्ष, विभिन्न पहलुओं पर गलत हैं।

24.6 सबसे पहले, ऐसा निष्कर्ष देते समय, माननीय वाणिज्यिक न्यायालय अपीलार्थी के व्यापार चिन्ह को इंडिया और गेट में अलग-अलग करके नहीं देख

सकता था; विशेष रूप से इसलिए क्योंकि अपीलार्थी पूरे इंडिया गेट व्यापार चिन्ह पर अपना विशेष अधिकार होने का दावा कर रहा था, और वह यह तर्क नहीं दे रहा था कि गेट शब्द के समान होने के कारण, प्रत्यर्थी का भारत गेट व्यापार चिन्ह उसके अधिकार का उल्लंघन कर रहा है। वास्तव में, व्यापार चिन्ह अधिनियम की धारा 17³¹, किसी ऐसे व्यापार चिन्ह को, जो समग्र रूप से पंजीकृत है—उसके अलग-अलग हिस्सों में बांटकर उन हिस्सों पर विशेष अधिकार का दावा करने से रोकती है; बशर्ते कि वे अलग-अलग हिस्से भी स्वतंत्र रूप से पंजीकृत न हों।

24.7 दूसरी बात यह कि माननीय कमर्शियल कोर्ट ने यह बात नज़रअंदाज़ करके गलती की है कि अपीलकर्ता 'इण्डिया' या 'गेट' शब्द पर कोई विशेषाधिकार का

³¹ 17. किसी चिह्न के भागों के पंजीकरण का प्रभाव. –

(1) जब कोई व्यापार चिह्न कई तत्वों से मिलकर बना हो, तो उसका पंजीकरण स्वामी को उस व्यापार चिह्न का, समग्र रूप से, उपयोग करने का अनन्य अधिकार प्रदान करेगा।

(2) उप-धारा (1) में किसी बात के होते हुए भी, जब कोई व्यापार चिह्न—

(क) कोई ऐसा भाग रखता हो—

(i) जो स्वामी द्वारा व्यापार चिह्न के रूप में पंजीकरण के लिए किसी पृथक आवेदन का विषय न हो; या

(ii) जो स्वामी द्वारा व्यापार चिह्न के रूप में पृथक रूप से पंजीकृत न हो; या

(ख) कोई ऐसी बात रखता हो जो व्यापार में सामान्य हो या अन्यथा अविशिष्ट प्रकार की हो,

तो उसका पंजीकरण, उस बात के संबंध में कोई अनन्य अधिकार प्रदान नहीं करेगा जो इस प्रकार पंजीकृत व्यापार चिह्न के समग्र रूप का केवल एक भाग मात्र हो।

दावा नहीं कर रहा था, बल्कि वह 'इण्डिया गेट' चिह्न पर दावा कर रहा था। दूसरे शब्दों में कहें तो, अपीलकर्ता का मामला यह नहीं था कि चावल के लिए अपने चिह्न के हिस्से के तौर पर कोई भी व्यक्ति 'इण्डिया' या 'गेट' शब्द का इस्तेमाल नहीं कर सकता, बल्कि उसका मामला यह था कि 'भारत गेट' चिह्न उसके अधिकार का उल्लंघन कर रहा था। ऐसा लगता है कि माननीय वाणिज्यिक न्यायालय ने गलती से अपीलकर्ता के मामले को 'इण्डिया' और 'गेट' शब्दों पर विशेषाधिकार के दावे के तौर पर मान लिया है।

24.8 तीसरा, यह मुद्दा कि कोई चिह्न *सार्वजनिक अधिकार* के लिए है या नहीं, इसकी जांच पूरे चिह्न को ध्यान में रखते हुए, *उन वस्तुओं के संदर्भ में की जानी चाहिए जिनके लिए उस चिह्न का उपयोग किया जाता है।* सामान्य शब्द भी, उपयोग के संदर्भ में, मौलिक बन सकते हैं, जो विशिष्टता के दावे का समर्थन करते हैं। यह ऐसा ही एक मामला है। चावल के लिए उपयोग किए जाने पर इंडिया गेट चिह्न को स्पष्ट रूप से *सार्वजनिक अधिकार* के रूप में नहीं माना जा सकता है। इंडिया गेट, निश्चित रूप से, चावल के लिए आम उपयोग का चिह्न या नाम नहीं है। इसलिए, चावल के ब्रांड के रूप में, 'इंडिया गेट' निश्चित रूप से रचनात्मक है, और इसके पंजीकरण पर, यह पंजीकरणकर्ता - हमारे सामने अपीलार्थी - को किसी और द्वारा धोखे से मिलते-जुलते चिह्न के उपयोग से सुरक्षित करेगा।

24.9 माननीय वाणिज्यिक न्यायालय का निष्कर्ष, *सार्वजनिक अधिकार* सिद्धांत पर आधारित है, इसलिए, तथ्यों और कानून की दृष्टि से भी अस्थिर है।

25 कीमत संबंधी पहलू

25.1 कीमत संबंधी पहलू पर भी, माननीय वाणिज्यिक न्यायालय का निष्कर्ष कुछ हद तक चिंताजनक है। इस संदर्भ में, आक्षेपित आदेश में यह अवलोकन और अभिनिर्धारित किया गया है:

हालाँकि माननीय उच्च न्यायालय ने यह अभिनिर्धारित किया था कि कीमत में अंतर का प्रतिवादीगण के लिए कोई उपयोग या लाभ नहीं है, जिससे वे वादी के उत्पाद या किसी पंजीकृत व्यापार चिन्ह उपयोगकर्ता के उत्पाद से कोई भिन्नता दर्शा सके; फिर भी, दिए गए तथ्यों और परिस्थितियों को देखते हुए, मेरा सुविचारित मत यह है कि वर्तमान मामले में शामिल उत्पाद के प्रकार को ध्यान में रखते हुए, वादी के उत्पाद का ग्राहक वर्ग प्रतिवादीगण के ग्राहक वर्ग से पूरी तरह से भिन्न है, क्योंकि वादी के स्वामित्व वाला ब्रांड आम आदमी की पहुँच में नहीं है और केवल समाज के उस उच्च वर्ग के बीच लोकप्रिय है, जो सुशिक्षित, समृद्ध और उत्पादों तथा उनके ब्रांडों के प्रति जागरूक हैं।

माननीय वाणिज्यिक न्यायालय ने इससे पूर्व, विचाराधीन आदेश में, यह उल्लेख किया है कि सर्वोच्च न्यायालय ने *'रेनेसां होटल होल्डिंग्स इंक बनाम बी. विजया साई'* मामले में यह निर्णय दिया है कि, जहाँ उल्लंघन किया गया हो, वहाँ

प्रतिस्पर्धी वस्तुओं या सेवाओं की कीमतों के बीच का अंतर अप्रासंगिक हो जाता है। इस संदर्भ में, विचाराधीन आदेश में प्रयुक्त सटीक शब्द इस प्रकार हैं:

“रेनेसाँ होटल होटल्स इंक बनाम बी. विजया साई व अन्य...

जिसमें सर्वोच्च न्यायालय ने यह माना था कि एक ही श्रेणी के दो समान उत्पादों के बीच कीमत का अंतर उल्लंघन के प्रभाव को समाप्त नहीं करेगा, और इस प्रकार वादी को अपने पक्ष में निषेधाज्ञा प्राप्त करने के अधिकार से वंचित नहीं किया जा सकता। हालांकि, उद्धृत मामले में, प्रत्यर्थी ने वादी के मूल नाम के आगे केवल "साई" उपसर्ग लगाकर उसका उपयोग किया था।

(ज़ोर दिया गया)

25.2 इस संदर्भ में, यह भी ध्यान दिया जा सकता है कि ***रेनेसाँ होल्डिंग्स*** मामले में सर्वोच्च न्यायालय ने क्या निर्णय दिया था:

“52. इस प्रकार यह देखा जा सकता है कि इस न्यायालय ने एक बार फिर दोहराया कि उल्लंघन के मामले में यह प्रश्न पूछा जाना चाहिए कि क्या प्रतिवादी ऐसे किसी चिह्न का उपयोग कर रहा है जो वादी के पंजीकृत व्यापार चिह्न के समान है, या जो उसकी एक भ्रामक नकल है। इसके अतिरिक्त, यह भी अभिनिर्धारित किया गया है कि यद्यपि प्रतिवादी के माल की बाहरी बनावट वादी के माल से इतनी भिन्न हो सकती है, और कीमतें भी इतनी अलग हो सकती हैं कि जनता के भ्रमित होने की कोई संभावना न हो, फिर भी ऐसे मामलों में, अर्थात् उल्लंघन के मामले में, एक निषेधाज्ञा जारी की जाएगी, जैसे ही यह सिद्ध हो जाता है कि प्रतिवादी वादी के चिह्न का अनुचित उपयोग कर रहा है। इस बात को फिर से दोहराया गया है कि ऐसे मामलों में, न तो किसी असल धोखे का और न ही किसी

असल नुकसान का साबित होना ज़रूरी है। इस न्यायालय ने आगे यह भी माना है कि यद्यपि दो कार्य कुछ मामलों में काफी हद तक समान हैं, फिर भी उल्लंघन से जुड़े किसी मामले में—जहाँ प्रतिवादी का व्यापार चिह्न वादी के व्यापार चिह्न से पूरी तरह मिलता-जुलता हो—न्यायालय इस बात की जाँच नहीं करेगा कि क्या वह उल्लंघन ऐसा है जिससे किसी को धोखा होने या भ्रम पैदा होने की संभावना हो।“

रेनेसां होल्डिंग्स मामले में सर्वोच्च न्यायालय जिन चिन्ह पर विचार कर रहा था, यानी रेनेसां और साई रेनेसां, वे वास्तव में एक जैसे नहीं थे। फिर भी, निर्णय के ऊपर दिए गए पैराग्राफ को देखते हुए, यह साफ है कि जहाँ उल्लंघन पाया जाता है और प्रतिस्पर्धी मार्क्स में कुल मिलाकर इतनी समानता होती है जिससे भ्रम या धोखा होने की संभावना हो, तो सिर्फ़ इस बात से कोई खास फर्क नहीं पड़ेगा कि जिन सामानों पर ये प्रतिस्पर्धी चिह्न मिलते हैं, वे अलग-अलग—या यहाँ तक कि बहुत अलग-अलग—कीमतों पर बेचे जाते हैं।

25.3 इस संदर्भ में, हम **मुंडे** और **स्लेज़ेंजर** के उन सिद्धांतों को भी दोहराना चाहेंगे कि, जहाँ प्रथम दृश्या, नकल करने और धोखा देने का स्पष्ट इरादा दिखाई देता है, वहाँ न्यायालय यह मानकर चलेगा कि यह प्रयास सफल रहा है, न कि असफल। धोखे से मिलते-जुलते चिह्न का बेईमानी से उपयोग करने वाले प्रतिवादी को, इस धोखे के लिए पश्चाताप और प्रायश्चित करना ही होगा; और ऐसी परिस्थितियों में, न्यायालय का झुकाव इस निष्कर्ष की ओर ही होगा कि औसत

बुद्धि और कमजोर याददाश्त वाला उपभोक्ता निश्चित रूप से धोखा खा जाएगा, न कि इसके विपरीत।

25.4 यह यांत्रिक दृष्टिकोण कि चिहनों की कीमतों में अंतर के आधार पर भ्रम की कोई संभावना नहीं है, हमारी राय में, व्यापार की कठोर वास्तविकताओं की भी उपेक्षा करता है। यह एक सामान्य जानकारी की बात है कि एक ही निर्माता, अलग-अलग चिहनों के तहत, ऐसी वस्तुओं का निर्माण कर सकता है जिनकी कीमतें बहुत अलग-अलग होती हैं। हालाँकि इस निर्णय के लेखक इन चीज़ों के आकर्षण से अनजान हैं, फिर भी हमें यह समझने को मिला है कि, उदाहरण के लिए, जॉनी वॉकर व्हिस्की का ब्रांड अलग-अलग "लेबल" के तहत बेचा जाता है, जिनकी कीमतें काफ़ी अलग-अलग होती हैं, जिनमें 'ब्लू लेबल' शायद सबसे खास और सबसे महँगा होता है, और 'रेड लेबल' सबसे सस्ता। इसलिए, अलग-अलग कीमतों वाली वस्तुओं का, एक ही निर्माता द्वारा अलग-अलग ब्रांड नामों के तहत बेचा जाना—जो कि उत्पाद की कथित गुणवत्ता पर निर्भर करता है—व्यापार की एक आम सच्चाई है, जिसे आक्षेपित आदेश में नजरअंदाज किया गया है।

25.5 इस संदर्भ में, हम अपीलार्थी की ओर से पेश हुए श्री बखरू की इस दलील पर भी गौर कर सकते हैं कि प्रत्यर्थी द्वारा माननीय वाणिज्यिक न्यायालय के समक्ष दायर लिखित बयान में ऐसी कोई भी बचाव-दलील कभी उठाई ही नहीं गई थी। इस स्थिति को देखते हुए, हम माननीय वाणिज्यिक न्यायालय के इस निष्कर्ष

का आधार भी समझ पाने में असमर्थ हैं कि अपीलार्थी का उत्पाद जानकारों के लिए था, जबकि प्रत्यर्थी का उत्पाद आम लोगों के लिए था। आक्षेपित आदेश में इस निष्कर्ष के लिए कोई आधार नहीं दिया गया है, यहाँ तक कि प्रथम दृष्ट्या भी नहीं। यह कहने की आवश्यकता नहीं है कि कोई भी न्यायालय न्यायिक आदेश पारित करते समय अपने निजी ज्ञान पर निर्भर नहीं रह सकता। इस आधार पर भी, आक्षेपित आदेश में दिया गया यह निष्कर्ष कि चूंकि अपीलार्थी और प्रत्यर्थी के उत्पादों की कीमतें अलग-अलग थीं, इसलिए वे अलग-अलग ग्राहक वर्गों को सेवा प्रदान करते थे, मान्य नहीं हो सकता।

25.6 वास्तव में, चूंकि प्रत्येक मामले में उत्पाद खाने योग्य चावल था, उन्होंने उसी उपभोक्ता वर्ग को सेवा प्रदान की, जैसा कि इस निर्णय में पहले ही उल्लेख किया जा चुका है।

परिणाम

26. इसलिए, माननीय वाणिज्यिक न्यायालय ने निम्नलिखित आधारों पर कार्यवाही की है जो तथ्य और कानून दोनों में गलत हैं:

- (i) कि इंडिया गेट और भारत गेट के बीच कोई ध्वन्यात्मक समानता नहीं है,
- (ii) यह तथ्य कि अपीलार्थी और प्रत्यर्थी के चिन्हों के बीच रंग और डिज़ाइन में अंतर है, भ्रम की संभावना को कम करता है,

(iii) कि अपीलार्थी निषेधाज्ञा नहीं मांग सकता

(क) अपीलार्थी "इंडिया" शब्द पर विशिष्टता का दावा नहीं कर सका, और यह किसी भी व्यक्ति के लिए किसी भी सामान के लिए उक्त शब्द, या "भारत" सहित इसके पर्यायवाची शब्दों का उपयोग करने हेतु स्वतंत्र था, और

(ख) "गेट" शब्द सार्वजनिक अधिकार का था,

(iv) कि प्रत्यर्थी के पैकेज पर छपे भारत गेट चिह्न की छवि में इंडिया गेट की छवि स्पष्ट रूप से दिखाई नहीं दे रही थी, और

(v) कि अपीलार्थी और प्रत्यर्थी के उत्पादों की कीमतें इतनी अलग-अलग थीं कि उनके ग्राहक वर्ग ही अलग हो गए थे, जिससे किसी भी प्रकार के भ्रम की संभावना कम हो गई थी।

27. दूसरी ओर, जैसा कि पहले ही स्पष्ट किया जा चुका है, हम पाते हैं कि प्रत्यर्थी ने अपीलार्थी की साख का लाभ उठाने के स्पष्ट इरादे से, एक ऐसा चिह्न अपनाया था जो अपीलार्थी के पंजीकृत व्यापार चिह्न से स्पष्ट रूप से और भ्रामक ढंग से मिलता-जुलता है। यह मामला, व्यापार चिह्न अधिनियम की धारा 29(2)(ख) के अर्थ के अंतर्गत, स्पष्ट रूप से उल्लंघन का मामला है। जहाँ प्रथम दृष्टया उल्लंघन पाया जाता है, वहाँ निषेधाज्ञा का जारी होना अनिवार्य और अपरिहार्य है। इस आशय की प्रस्तावना, जैसा कि **मिडस हाइजीन इंडस्ट्रीज़**

(प्राइवेट) लिमिटेड बनाम सुधीर भाटिया³² मामले में सर्वोच्च न्यायालय के निर्णय के निम्नलिखित अंश में निहित है, प्रस्तुत मामले पर पूर्णतः लागू होती है:

“5. इस विषय पर कानून अच्छी तरह से तय है। व्यापार चिन्ह या कॉपीराइट के उल्लंघन के मामलों में, आम तौर पर निषेधाज्ञा का पालन किया जाना चाहिए। ऐसे मामलों में कार्रवाई करने में केवल देरी निषेधाज्ञा के अनुदान को विफल करने के लिए पर्याप्त नहीं है। निषेधाज्ञा का अनुदान भी आवश्यक हो जाता है यदि यह प्रथम दृष्टया प्रतीत होता है कि चिह्न को अपनाना स्वयं बेईमानी था।”

28. माननीय वाणिज्यिक न्यायालय ने, आक्षेपित आदेश में, ऐसे आधारों पर कार्यवाही की है जो तथ्यों और विधि, दोनों ही दृष्टियों से मूलतः त्रुटिपूर्ण हैं। अतः, **वांडर** मामले में सर्वोच्च न्यायालय द्वारा निर्धारित परिधियों के भीतर भी, अपील में हस्तक्षेप किए जाने का एक प्रबल आधार बनता है।

निष्कर्ष

29. परिणामस्वरूप, माननीय वाणिज्यिक न्यायालय द्वारा 9 जनवरी 2024 को पारित आक्षेपित आदेश रद्द और अपास्त किया जाता है। माननीय वाणिज्यिक न्यायालय द्वारा 9 अक्टूबर 2020 को पारित अंतरिम आदेश बहाल किया जाता है और वाद के निपटान तक इसे स्थायी बनाया जाता है।

³² (2004) 3 SCC 90

30. अपील उपर्युक्त शर्तों के अनुसार स्वीकार की जाती है, जिसमें खर्चों के संबंध में कोई आदेश नहीं दिया गया है।

31. यह कहने की आवश्यकता नहीं है कि इस निर्णय में की गई टिप्पणियाँ केवल उस अपील का निपटान करने के उद्देश्य से हैं, जो उस आक्षेपित आदेश के विरुद्ध दायर की गई थी, जिसके द्वारा प्रत्यर्थी द्वारा सीपीसी के आदेश XXXIX के अंतर्गत दायर आवेदन का निपटान किया गया था।

न्या. सी. हरि शंकर

न्या. अजय दिगपॉल

15 जनवरी, 2025/एआर

(Translation has been done through AI Tool: SUVAS)

अस्वीकरण : देशी भाषा में निर्णय का अनुवाद मुकद्दमेबाज़ के सीमित प्रयोग हेतु किया गया है ताकि वो अपनी भाषा में इसे समझ सकें एवं यह किसी अन्य प्रयोजन हेतु प्रयोग नहीं किया जाएगा। समस्त कार्यालयी एवं व्यावहारिक प्रयोजनों हेतु निर्णय का अंग्रेज़ी स्वरूप ही अभिप्रमाणित माना जाएगा और कार्यान्वयन तथा लागू किए जाने हेतु उसे ही वरीयता दी जाएगी।