दिल्ली उच्च न्यायालय : नई दिल्ली

सुरक्षित : 12 जुलाई, 2024

उदघोषित : 25 फरवरी, 2025

सि.वा.(वाणि.) 443/2020

CS (COMM) 443/2020

लाइफ़स्टाइल इक्विटीज़ सीवी और अन्य .....वादीगण

द्वारा: श्री गौरव पचनंदा, वरिष्ठ अधिवक्ता के साथ श्री सिद्धांत गोयल, श्री मोहित गोयल, श्री दीपांकर मिश्रा, श्री अभिषेक कोटनाला, श्री कर्मण्य देव शर्मा, सुश्री अवनी शर्मा, श्री विवेक प्रताप सिंह, और सुश्री ज्योतिका जैन, अधिवक्तागण

बनाम

अमेजन टेक्नोलोजीज आईएनसी और अन्य .....प्रतिवादीगण

द्वारा: श्री संजय भौमिक, अधिवक्ता

प्रतिवादी सं.1 – एकपक्षीय

प्रतिवादी सं.2 और 3 (मुकदमा पहले ही डीक्रीत हो चुका है)

कोरम:

माननीय न्यायमूर्ति सुश्री प्रतिभा एम. सिंह

<u>निर्णय</u>

<u>न्या. सुश्री प्रतिभा एम. सिंह</u>

अनुक्रमणिका

क. पृष्ठभूमि 2

ख. भारत में उपस्थिति 6

ग. उल्लंघन 8

घ. इस मुकदमे में कार्यवाही.. 11

ङ. साक्ष्य की रिकॉर्डिंग...17

च. पक्षकारगण की प्रस्तुतियाँ 18

च1. श्री गौरव पचनंदा की प्रस्तुतियाँ, वादी के लिए विद्वान वरिष्ठ अधिवक्ता…......19

छ. विश्लेषण और निष्कर्ष 22

साक्ष्य का विश्लेषण..32

छ1. PW-1 का साक्ष्य- श्री एली हद्दाद 32

छ2. PW-2 का साक्ष्य - श्री संजय शेट्टी 37

छ3. PW-3 का साक्ष्य - श्री गगनप्रीत सिंह पुरी 38

छ4. PW-4 का साक्ष्य - श्री अरविन्द ढींगरा.....42

छ5. PW-5 का साक्ष्य - श्री गेविन रॉलिंग 43

ज. निष्कर्ष 47

झ. क्षति का आकलन 50

ञ. कार्यवाही की लागत 79

ट. राहत 84

<u>क. पृष्ठभूमि</u>

1. वर्तमान मुकदमा वादी संख्या 1- लाइफस्टाइल इक्विटीज सी.वी. (Lifestyle Equities CV) द्वारा दायर किया गया है। (इसके *बाद 'एलईसीवी'*) और वादी संख्या 2- लाइफस्टाइल लाइसेंसिंग बी.वी. (Lifestyle Licensing B.V.) (इसके बाद *'एलएलबीवी'*) अन्य बातों के साथ-साथ, अपने पंजीकृत व्यापार चिह्न बेवर्ली हिल्स पोलो क्लब (Beverly Hills Polo CLUB) (इसके बाद '*बीएचपीसी*') के उल्लंघन के लिए प्रतिवादियों

के खिलाफ स्थायी निषेधाज्ञा और क्षतिपूर्ति की मांग कर रहे हैं। चिन्ह को नीचे दर्शाया गया है:

वादी का दावा है कि वे बीएचपीसी (BHPC)चिन्ह के असली मालिक हैं, जिसे घरेलू और अंतरराष्ट्रीय बाजारों में व्यापक सद्भावना और मान्यता प्राप्त है। वादी का तर्क है कि प्रतिवादी गैरकानूनी रूप से वादी के व्यापार चिह्न के समान या भ्रामक रूप से समान चिह्न का उपयोग कर रहे हैं, जिससे उनके वैधानिक और सामान्य कानून अधिकारों का उल्लंघन हो रहा है।

2. वादी अपनी सहायक कंपनियों और लाइसेंसधारियों के साथ 'बी.एच.पी.सी.' (BHPC)व्यापार चिह्न के तहत पुरुषों, महिलाओं और बच्चों के लिए कपड़े, परिधान, सहायक उपकरण, जूते, फर्नीचर, कपड़ा, घड़ियां और अन्य जीवन शैली/व्यक्तिगत देखभाल उत्पादों सहित उत्पादों की एक विस्तृत श्रृंखला के निर्माण, वितरण और बिक्री के व्यवसाय में लगे हुए हैं। एम्स्टर्डम स्थित कंपनी, वादी संख्या 1, बी.एच.पी.सी. (BHPC) व्यापार चिह्न का मालिक है और इसके उपयोग और व्यावसायीकरण पर विशेष अधिकार रखता है। बी.एच.पी.सी (BHPC) व्यापार चिह्न में एक खास लोगो है जिसमें एक दौड़ता हुआ पोलो घोड़ा है जिस पर एक सवार बैठा है और उसने एक पोलो स्टिक (मैलेट) ऊपर उठा रखी है, जो पोलो खेल का प्रतीक है। वादी सं. 2 उक्त व्यापार चिह्न का लाइसेंसधारी है, जो 20 मई, 2008 के मास्टर लाइसेंस और लाइसेंसिंग सेवा समझौते के अनुसार है।

3. उक्त समझौते की शर्तों के तहत, वादी सं.2 को विभिन्न क्षेत्राधिकारों में बी.एच.पी.सी. व्यापार चिह्न को आगे उप-लाइसेंस देने का अधिकार दिया गया है। इसलिए, वादी सं. 2, वादी सं. 1 के व्यापार चिह्न का इस्तेमाल करने का लाइसेंस दुनिया भर में कई लाइसेंसधारियों, वितरकों और मैन्युफैक्चरर्स को देता है। नतीजतन, बी.एच.पी.सी. व्यापार चिह्न वाले उक्त उत्पादों को यूरोप, एशिया, दक्षिण अमेरिका, उत्तरी अमेरिका, मध्य पूर्व और खाड़ी क्षेत्र सहित 60 से अधिक देशों में वितरित और बेचा जाता है।

4. वादी अपने व्यापक वैश्विक वितरण नेटवर्क के माध्यम से बी.एच.पी.सी.-ब्रांडेड उत्पादों को कई खुदरा चैनलों के माध्यम से उपभोक्ताओं को उपलब्ध कराते हैं। ये उत्पाद

वादी द्वारा सीधे संचालित विभिन्न खुदरा दुकानों के साथ-साथ उनके अधिकृत लाइसेंसधारियों के नेटवर्क के माध्यम से उपभोक्ताओं को उपलब्ध कराए जाते हैं। इसके अतिरिक्त, उत्पादों को दुनिया भर में कई खुदरा श्रृंखलाओं के सहयोग से बहु-ब्रांड स्टोर में बेचा जाता है। बी.एच.पी.सी. ब्रांडेड उत्पाद अन्य ऑनलाइन प्लेटफार्मों में भी मौजूद हैं।

5. कहा जाता है कि बी.एच.पी.सी. शब्द-चिह्न लॉस एंजिल्स, कैलिफोर्निया, यू. एस. ए. में भौगोलिक स्थिति बेवर्ली हिल्स से प्रेरित है, जो एक ऐसा क्षेत्र है जो अपनी विलासिता, समृद्धि और उच्च-स्तरीय फैशन और जीवन शैली उत्पादों के साथ जुड़ाव के लिए प्रसिद्ध है। लोगो के साथ बी.एच.पी.सी. चिह्न के तहत व्यवसाय वर्ष 1982 में स्थापित किया गया है और भारत में, चिह्न और प्रतीक चिन्ह का उपयोग 2007 से किया जा रहा है। याचिकाकर्ताओं का कहना है कि लगातार उपयोग और व्यापक विपणन प्रयासों के माध्यम से, बी.एच.पी.सी. ब्रांड ने भारत और अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर पर्याप्त सद्भावना और ब्रांड मान्यता प्राप्त की है।

6. वादी का व्यापार चिह्न ' बी.एच.पी.सी. ' (BHPC)शब्द-चिह्न है, जिसके साथ एक लोगो भी है, यानी "*तेजी से दौड़ते पोलो टट्टू, सवार और पोलो स्टिक या मैलेट" की तस्वीर*। वादी के अनुसार, एक उपकरण के रूप में शब्द चिह्न और लोगो के उपयोग का संयोजन वादी के ब्रांड की एक अनूठी पहचानकर्ता के रूप में कार्य करता है और पोलो, विलासिता और प्रीमियम जीवन शैली उत्पादों के खेल के साथ इसके जुड़ाव का प्रतीक है। इसके अलावा, लोगो उपकरण के साथ शब्द चिह्न का उपयोग विभिन्न उत्पादों और

विपणन सामग्रियों में विभिन्न रूपों और शैलीगत भिन्नताओं में किया जाता है। वादी के चिह्नों के उपयोग के कुछ रूप और शैलीगत भिन्नताएँ नीचे दी गई हैं:

7. यह देखा जा सकता है कि घोड़े का निशान व्यापार चिह्न का एक अहम हिस्सा है। लोगो के साथ शब्द चिह्न दुनिया के विभिन्न देशों में वादी संख्या 1 का पंजीकृत व्यापार चिह्न है। वादी के अनुसार, वे संयुक्त राज्य अमेरिका, ब्रिटेन, भारत, संयुक्त अरब अमीरात, नेपाल, मैक्सिको, जर्मनी आदि सहित लगभग 91 देशों में डिवाइस चिह्नसहित विभिन्न चिह्नों के पंजीकृत मालिक हैं। वादी के पंजीकरण की सूची शिकायत के साथ दायर की गई है और इसे **Exhibit PW 1/5** के रूप में प्रदर्शित किया गया है। बी.एच.पी.सी. चिह्न स्वतंत्र रूप से और लोगो के साथ भारत में कक्षा 3,9,14,18,24,25,35,36,42,45 आदि सहित विभिन्न वर्गों के तहत पंजीकृत किया गया था।

8. बी.एच.पी.सी. चिन्ह और लोगो का विज्ञापन और प्रमोशन इंटरनेशनल लेवल पर, जिसमें इन-फ्लाइट विज्ञापन भी शामिल हैं, किया जाएगा। बी.एच.पी.सी. ब्रांडेड प्रोडक्ट्स को कई इंटरनेशनल फैशन शो में दिखाया जाता है, जैसे-

- **एम.आई.पी.ई.एल.(MIPL)-** यूरोप में आयोजित एक इंटरनेशनल लेदर गुड्स और फैशन एक्सेसरीज़ मेला,
- **एम. आई. सी. ए. एम. (MICAM**)- मिलान, इटली में आयोजित होने वाला फुटवियर का दो साल में होने वाला अंतर्राष्ट्रीय व्यापार मेला,
- **पी. आई. टी. टी. बी. आई. एन. ओ(PITTI BAMBINO)**.- बच्चों के कपड़ों के लिए एक अंतर्राष्ट्रीय व्यापार मेला,
- **आई. एन. टी. जी. आई. एफ. टी.(INTERGIFT**)- स्पेन में आयोजित होने वाला, फैशन और फैशन से संबंधित सामानों के लिए एक साल में दो बार होने वाला अंतर्राष्ट्रीय व्यापार मेला,
- **प्रिमियम** (**PREMIUM)** जर्मनी में होने वाला एक बड़ा इंटरनेशनल फैशन शो,
- **हू इज नेक्स्ट**-(**WHO'S NEXT**) फ्रांस में होने वाला एक बड़ा इंटरनेशनल फैशन शो,
- **हेमटेक्सटाइल (HEIMTEXTIL)**- घर और कॉन्ट्रैक्ट टेक्सटाइल के लिए एक अंतर्राष्ट्रीय व्यापार मेला,
- **ब्रांड लाइसेंसिंग एक्सपो (BRAND LICENSING EXPO)**- फैशन और फैशन से जुड़े सामानों के लिए एक इंटरनेशनल लाइसेंसिंग एक्सपो,
- **पिट्टी उमावो(PITTI UMAO)**- फैशन के सभी एरिया में होने वाला एक इंटरनेशनल मेला और/या प्रमोशनल इवेंट,

- **कोपनहेगन अंतर्राष्ट्रीय फैशन मेला (The Copenhagen International Fashion Fair)-** डेनचिन्ह में स्थित और
- **कॉस्मोप्रोफ वर्ल्डवाइड(Cosmoprof World wide)** - बोलोग्ना, इटली में स्थित।

9. बी.एच.पी.सी. चिन्ह को उनकी बेहतरीन ब्रांड वैल्यू और उपभोक्ता भरोसे के लिए पहचाना गया है, और उन्हें यू सुपरब्रांड्स काउंसिल द्वारा साल 2016, 2017 और 2019 के लिए *'सुपरब्रांड्स'* का प्रतिष्ठित दर्जा दिया गया है। इसलिए, इस व्यापार चिह्न ने 1982 में लॉन्च होने के बाद से बहुत ज़्यादा ख्याति और पहचान हासिल की है और वादी के अनुसार, इस चिह्न या लोगो का इस्तेमाल तुरंत वादी से जुड़ जाता है।

<u>ख. भारत में उपस्थिति</u>

10. वादी संख्या 1 ने 2007 में बी.एच.पी.सी. व्यापार चिह्न के तहत भारत में अपने उत्पादों को लॉन्च किया। 2008 में, भारत में बी.एच.पी.सी. ब्रांडेड उत्पादों के वितरण और बिक्री के लिए वादी और मेसर्स स्पेंसर रिटेल्स लिमिटेड के बीच एक समझौता किया गया था। इस समझौते के अनुसार, वादी के लाइसेंसधारी, स्पेंसर रिटेल लिमिटेड ने प्रमुख स्थानों जैसे डी. एल. एफ. प्रोमेनेड मॉल और सेलेक्ट सिटीवॉक मॉल आदि में बी.एच.पी.सी. ब्रांडेड उत्पादों को बेचने वाले 20 विशेष स्टोर खोले हैं, इसके अलावा, वादी अपनी आधिकारिक वेबसाइट **<u>www.bhpoloclub.com</u>** के माध्यम से उपभोक्ताओं और इंटरनेट उपयोगकर्ताओं को इसके उत्पाद रेंज, नवीनतम डिजाइन और शैलियों के बारे

में जानकारी प्रदान करने का दावा करते हैं। उक्त वेबसाइट एक ऐसे मंच के रूप में कार्य करती है जहाँ ग्राहक विभिन्न बी.एच.पी.सी.(BHPC) ब्रांडेड उत्पादों का पता लगा सकते हैं जिनमें नए संग्रहों पर अद्यतन जानकारी शामिल है। वादी के अनुसार, उनकी ऑनलाइन उपस्थिति यह सुनिश्चित करती है कि भारत सहित इंटरनेट उपयोगकर्ताओं और ग्राहकों की वैश्विक ब्रांड जागरूकता और ग्राहक जुड़ाव को मजबूत करते हुए उनके उत्पाद रेंज तक पहुंच हो।

11. यह आगे प्रस्तुत किया जाता है कि वादी ने भारत में वादी के *बी.एच.पी.सी.* लोगो चिह्न वाले उत्पादों की बिक्री से पर्याप्त राजस्व अर्जित किया है। वादपत्र के अनुसार, बी.एच.पी.सी. चिह्न वाले उत्पादों का बिक्री कारोबार 2016-2017 के बाद से हर साल 20 करोड़ रूपये से अधिक था । इसके अलावा, वादी द्वारा शिकायत में इस बात पर प्रकाश डाला गया है *कि बी.एच.पी.सी.* लोगो चिह्न के विज्ञापन और प्रचार के लिए, परिधान समूह जैसी संस्थाओं सहित उनके लाइसेंसधारियों और खुदरा भागीदारों की जिम्मेदारी है। यह माना जाता है कि लाइसेंसधारी और खुदरा भागीदार विज्ञापन और विपणन पर निर्धारित न्यूनतम व्यय के साथ अपने-अपने क्षेत्रों में *बी.एच.पी.सी.* लोगो चिह्न के लिए प्रचार अभियान चलाने के लिए अनुबंध रूप से बाध्य हैं।

12. 2012 में, वादी ने दो व्यापार चिह्न लाइसेंस समझौते (*इसके बाद 'टी.* एल. ए.') किए, 26 नवंबर, 2012 को एक मेजर ब्रांड्स इंडिया प्राइवेट लिमिटेड के साथ (जिसे अब अपैरल ग्रुप इंडिया के नाम से जाना जाता है) और दूसरा भारत और जीसीसी (GCC) क्षेत्र

के लिए क्रमशः 8 नवंबर, 2012 को अपैरल ग्रुप एफजेडसीओ (FZCO)के साथ। ये दोनों लाइसेंसधारी विभिन्न अंतरराष्ट्रीय स्तर पर प्रसिद्ध ब्रांडों के प्रमुख खुदरा विक्रेता हैं।

13. वादी पक्ष का अपने रिटेल पार्टनर्स के साथ लाइसेंसिंग मॉडल एग्रीमेंट में सेल्स वर्गीकृत कर को दो स्तर पर विभाजित किया गया है:

(i) व्यावसायिक योजना बिक्री, और

(ii) न्यूनतम बिक्री।

वादी के अनुसार, वादी सं. 2 लाइसेंसधारियों द्वारा की गई बिक्री से रॉयल्टी के रूप में 7.5 प्रतिशत प्राप्त करने का हकदार है।

<u>ग. उल्लंघन</u>

14. शिकायत में आरोप यह है कि तीनों प्रतिवादी ऐसी गतिविधियों में शामिल हैं जो बी.एच.पी.सी. लोगो चिह्न में विशेष अधिकारों का उल्लंघन करती हैं। पक्षकारों के ज्ञापन के अनुसार उक्त तीन प्रतिवादी और उनके पते नीचे दिए गए हैं:

क्र. सं.	**प्रतिवादी का नाम**	**पता**
प्रतिवादी सं. 1	अमेजन टेक्नोलॉजीज, आईएनसी.(Amazon Technologies,Inc.)	410 टेरी एवेन्यू नॉर्थ, सिएटल, वाशिंगटन 98109, यू.एस.ए.

प्रतिवादी नं. 2	क्लाउडटेल इंडिया प्राइवेट लिमिटेड(Cloudtail India Private India Limited) ग्राउंड फ्लोर (पिछला हिस्सा)	एच-9, ब्लॉक बी-1, मोहन सहकारी औद्योगिक क्षेत्र, मथुरा रोड, नई दिल्ली-110044
प्रतिवादी नं. 3	अमेजन सेलर सर्विस प्राइवेट लिमिटेड(Amazon Seller Service Private Limited)	No.26/1,8वीं मंजिल, ब्रिगेड गेटवे, डॉ. राज कुमार रोड, मल्लेश्वरम (पश्चिम), बेंगलुरु-560055, कर्नाटक।

शिकायत के अनुसार, प्रतिवादी नंबर 1 प्राइवेट लेबल 'सिंबल' के तहत कपड़ों के प्रोडक्ट बेच रहा था, जिसमें घोड़े का निशान था जो बी.एच.पी.सी. लोगो के निशान जैसा ही था, जिससे उल्लंघन और बिना इजाज़त के इस्तेमाल हो रहा था। प्रतिवादी सं.2- क्लाउडटेल इंडिया प्राइवेट लिमिटेड पर आरोप है कि उसने उक्त उल्लंघन करने वाले परिधान उत्पादों के खुदरा विक्रेता के रूप में काम किया है, जिससे उन्हें ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म www.amazon.in पर बिक्री के लिए उपलब्ध कराया गया है, जिसका प्रबंधन और संचालन प्रतिवादी संख्या 3 अमेजन सेलर सर्विसेज प्राइवेट लिमिटेड द्वारा किया जाता है। वादी का तर्क है कि प्रतिवादी के मंच पर उल्लंघनकारी चिह्नों का इस तरह का अनधिकृत उपयोग व्यापार चिह्न उल्लंघन और गलत प्रतिनिधित्व का गठन करता है,

जिससे उपभोक्ता भ्रमित होते हैं और वादी के चिह्न और ख्याति को कम किया जाता है। वेबसाइट 'www.amazon.in' से जहां उल्लंघनकारी लोगो चिह्न का उपयोग किया जा रहा है सचित्र, नीचे दिया जा रहा है:

15. वादी और प्रतिवादी के चिह्न/लोगो की तुलना उस तरीके के साथ की गई है जिसमें इसका उपयोग उत्पादों पर किया जा रहा है, नीचे दिया गया है:

वादी का डिवाइस चिह्न	**प्रतिवादी द्वारा प्रयुक्त चिह्न**

BEVERLY HILLS POLO CLUB	

वादी का उत्पाद	प्रतिवादी का उत्पाद

16. वादी पक्ष का दावा है कि मई, 2020 में, वादी पक्ष को प्रतिवादी सं. 3 की वेबसाइट 'www.amazon.in' पर बताए गए उल्लंघन करने वाले उत्पाद की बिक्री के बारे में पता चला। वादी के अनुसार, यह बिक्री प्रतिवादी नंबर 2 द्वारा, प्रतिवादी सं. 1 के प्राइवेट लेबल

*'सिंबल' (Symbol)*Symbol के तहत की जा रही थी। हालांकि, तीनों प्रतिवादियों के बीच सटीक संबंध वादी को पता नहीं था।

17. वादी पक्ष के अनुसार, यह पूरी कोशिश बी.एच.पी.सी. (BHPC) लोगो में वादी पक्ष के अधिकारों पर हमला करने की थी। वादी पक्ष ने 'www.amazon.in' प्लेटफॉर्म से कुछ उत्पाद खरीदे और इस बात की पुष्टि की कि जो लोगो इस्तेमाल किया जा रहा था, वह वादी पक्ष के बी.एच.पी.सी.(BHPC) लोगो की हूबहू नकल था। असल में, वादी पक्ष के अनुसार, बी.एच.पी.सी. व्यापार चिह्न की ख्याति का फायदा उठाने की कोशिश थी, क्योंकि लोगो डिवाइस बी.एच.पी.सी. व्यापार चिह्न का एक खास फीचर था। वादी पक्ष के अनुसार, लोगो का ऐसा इस्तेमाल वादी पक्ष के कानूनी और कॉमन लॉ अधिकारों का उल्लंघन है, जिस पर रोक लगाई जानी चाहिए।

घ. इस मुकदमे की कार्यवाही

18. 12 अक्टूबर, 2020 के आदेश के अनुसार, न्यायालय ने मामले की एड-अंतरिम स्तर पर सुनवाई की, जिसमें प्रतिवादी सं. 2 और 3 की तरफ के अधिवक्ता मौजूद थे, हालांकि, एडवांस सर्विस के बावजूद प्रतिवादी सं. 1 की तरफ से कोई पेश नहीं हुआ।

19. पक्षकारों को सुनने के बाद, न्यायालय ने प्रतिवादी संख्या 1 और 2 को वादी के व्यापार चिह्न का उल्लंघन करने से रोकने के लिए एक अंतरिम निषेधाज्ञा पारित की। प्रतिवादी संख्या 3 को यू. आर. एल. (URL) के संचारित होने के 72 घंटों के भीतर

प्रतिवादी संख्या 1 के उत्पादों को हटाने का भी निर्देश दिया गया था। आदेश का सक्रिय भाग इस प्रकार है:

"12. *यह देखते हुए कि प्रतिवादी संख्या 1 एक अलग इकाई है, इस न्यायालय का प्रथम दृष्टया यह विचार है कि वर्तमान मुकदमा बनाए रखने योग्य है। वादपत्र के कथनों और उसके साथ दाखिल दस्तावेजों से भी, इस न्यायालय ने पाया कि वादी ने अपने पक्ष में प्रथम दृष्टया मामला बनाया है और यदि कोई एकतरफा अंतरिम निषेधाज्ञा नहीं दी जाती है, तो वादी एक अपूरणीय क्षति का सामना करेगा। सुविधा का संतुलन भी वादी के पक्ष में है।* ***नतीजतन, सुनवाई की अगली तारीख तक, प्रतिवादी संख्या 1 और प्रतिवादी संख्या 2 और उनके भागीदार, निदेशक, मालिक, शेयरधारक, संबद्ध, लाइसेंसधारी, एजेंट आदि उन्हें किसी भी उत्पाद को बेचने, बेचने,***

विज्ञापन देने, प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से लेनदेन करने या किसी भी तरह से उल्लंघन करने वाले लोगो चिह्न को पुनः पेश करने या उपयोग करने से प्रतिबंधित किया जाता है, जो वादी के लोगो चिह्न "बेवरली हिल्स पोलो क्लब"(BEVERLY HILLS POLO CLUB)

के जैसा है भ्रामक तौर पर समान है। इस बीच, प्रतिवादी संख्या 3 को वादी द्वारा प्रदान किए जाने वाले यूआरएल (URL URL)के 72 घंटों के

भीतर उल्लंघन करने वाले लोगो के साथ प्रतिवादी संख्या 1 के उत्पादों को हटाने का निर्देश दिया जाता है।'

20. 20 अप्रैल, 2022 को प्रतिवादी संख्या 1 सेवा के बावजूद उपस्थित नहीं हुआ और उसे एकतरफा रूप से आगे बढ़ा दिया गया। प्रतिवादी संख्या 3 और 2 को अन्य निर्देशों के साथ प्रतिवादी सं.1 के साथ साझा किए गए सटीक संबंध का विवरण देते हुए अलग-अलग शपथ पत्र दायर करने का निर्देश दिया गया था। 20 अप्रैल, 2022 के आदेश के प्रासंगिक पैराग्राफ इस प्रकार हैं:

> "*एल. ए. 9254/2020 (स्थगन के लिए) 2. प्रतिवादी सं. 1 सेवा के बावजूद इस मामले में उपस्थित नहीं हुआ है। लिखित बयान भी प्रतिवादी संख्या 1 द्वारा दाखिल नहीं किया गया है। तदनुसार, प्रतिवादी संख्या 1 के खिलाफ एकतरफा कार्रवाई की जाती है।*
>
> 3. ***प्रतिवादी संख्या 3-अमेज़न सेलर सर्विस प्राइवेट लिमिटेड द्वारा एक हलफनामा दायर किया जाए जिसमें इस बात का सटीक विवरण दिया जाए कि क्या प्रतिवादी संख्या 1- अमेज़न टेक्नोलॉजीज़ आई.एन.सी., किसी भी तरह से, प्रतिवादी संख्या 3, या इसकी किसी भी सहायक या धारक कंपनी से संबंधित है।***
>
> 4. *प्रतिवादी संख्या 2 द्वारा प्रतिवादी संख्या 3 के प्लेटफॉर्म पर बेचे गए उत्पादों के कुल स्टॉक के बारे में विवरण देते हुए एक हलफनामा दायर किया जाए, जो न्यायालय द्वारा 12 अक्टूबर, 2020 के आदेश के माध्यम से विवादित लोगो और रूपांकन के तहत लगाया गया था। इसी तरह का हलफनामा प्रतिवादी संख्या 3 द्वारा भी 'सिंबल'(SYMBOL) चिह्न के तहत की गई कुल बिक्री के साथ-साथ उक्त हलफनामा चार सप्ताह के भीतर दाखिल किए जाए।*

5. *प्रतिवादी संख्या 2 को इस न्यायालय के समक्ष अपने और प्रतिवादी सं.1-* ***अमेज़न टेक्नोलॉजीज़ आई.एन.सी.*** *के बीच समझौते को भी रखने दें, जिसे चिह्न/लेबल 'सिम्बल' का मालिक कहा जाता है, जिसके संबंध में प्रतिवादी संख्या 2 एक लाइसेंसधारी है, जैसा कि लिखित बयान में कहा गया है।*

6. *दोनों प्रतिवादी सं. 2 और 3 इस बात की पुष्टि करते हैं कि विवादित लोगो वाले कोई भी उत्पाद नहीं हैं जो अब प्रतिवादी सं.1-अमेज़न टेक्नोलॉजीज़ आई.एन.सी.. के प्लेटफ़ॉर्म पर बेचे जाते हैं। तदनुसार, अंतरिम निषेधाज्ञा को वर्तमान वाद के लंबित रहने के दौरान पूर्ण बना दिया जाता है।"*

21. उक्त आदेश के अनुसार, प्रतिवादी संख्या 2 ने 18 अगस्त, 2022 को एक लाइसेंस समझौते को रिकॉर्ड में रखा था जिसे उसके और प्रतिवादी के बीच निष्पादित किया गया था। उसी की संशोधित प्रति को वादी को भी प्रदान की गई थी। अप्रकाशित प्रति मुकदमे के हिस्से के रूप में एक सीलबंद लिफाफे में पड़ी है। हालांकि, उक्त तिथि पर, न्यायालय ने कहा कि प्रतिवादी संख्या 3 द्वारा दायर हलफनामा, जिसमें प्रतिवादी संख्या 1 के साथ अपने *पारस्परिक-संबंध* की व्याख्या की है, असंतोषजनक था और इसे बिक्री के आंकड़ों और आपसी संबंधों दोनों के मामले में 20 अप्रैल, 2022 के आदेश का शब्दश:पूरी तरह से पालन करने का निर्देश दिया गया है।

22. 5 सितंबर, 2022 को प्रतिवादी संख्या 2 और प्रतिवादी संख्या 1 की ओर से यह प्रस्तुत किया गया था कि वे (i) निषेधाज्ञा की डिक्री भुगतने और (ii) उचित हर्जाने का भुगतान करने के लिए तैयार हैं। इसके बाद मामला दिल्ली उच्च न्यायालय के मध्यस्थता

और सुलह केंद्र को भेजा गया। इस प्रकार, यह स्पष्ट है कि प्रतिवादी संख्या 1 भी इस न्यायालय के समक्ष उपस्थित हुआ है।

23. नुकसान की मात्रा निर्धारित करने के उद्देश्यों के लिए, पक्षों द्वारा बिक्री के आंकड़ों की जांच की जानी आवश्यक थी। लाइसेंस समझौते की शर्तों और बिक्री के आंकड़ों की गोपनीयता बनाए रखने के लिए, दोनों पक्षों ने एक गोपनीयता क्लब स्थापित करने पर सहमति व्यक्त की थी जिसमें दोनों पक्षों द्वारा नामित सदस्य शामिल थे। तदनुसार, 15 सितंबर, 2022 के आदेश के अनुसार एक गोपनीयता क्लब का गठन किया गया था और क्लब ने प्रतिवादी सं.1 और 2 के बीच लाइसेंस समझौते पर विचार किया था।

24. 2 मार्च, 2023 को, कोर्ट ने प्रतिवादी सं. 2 और वादी के विद्वान अधिवक्ता की बात सुनी और निम्नलिखित शर्तों पर वादी के पक्ष में मुकदमा का फैसला सुनाया:

> " 4. *सर्विस दिए जाने के बावजूद अमेज़न पेश नहीं हुआ और 20 अप्रैल, 2022 के ऑर्डर के ज़रिए उसके खिलाफ एकतरफ़ा कार्रवाई की गई। उसी तारीख को, 12 अक्टूबर, 2020 का इंजंक्शन ऑर्डर कन्फर्म किया गया और मौजूदा मुकदमे के खत्म होने तक उसे पक्का कर दिया गया। बाद में, 05 सितंबर, 2022 को, क्लाउडटेल (Cloudtai)l ने एक बयान दिया कि वे इंजंक्शन का फैसला मानने को तैयार हैं और प्रार्थना की कि न्यायालय वादी के पक्ष में उचित हर्जाना देने पर विचार करे। पक्षकारों को मीडिएशन के लिए भेजा गया, जो दुर्भाग्य से असफल रहा।*
>
> 5. ***क्लाउडटेल (Cloudtail) के अधिवक्ता श्री निश्चल आनंद 05 सितंबर, 2022 को अपने रुख को दोहराते हैं। उन्होंने इस बात पर जोर दिया कि Cloudtail ने उल्लंघन करने वाले डिवाइस चिह्न या उसके समान किसी भी चिह्न का उपयोग करना बंद कर***

दिया है और इसका उपयोग वर्ष 2015 से जुलाई 2020 तक केवल एक संक्षिप्त अवधि के लिए किया गया था, और इस अवधि में, उल्लंघन करने वाले उत्पादों की बिक्री के कारण, Cloudtail ने केवल रूपये 23,92,420 का राजस्व अर्जित किया-जिस पर लाभ मार्जिन 20 प्रतिशत से अधिक नहीं है। वह प्रस्तुत करता है कि न्यायालय उप र्युक्त आंकड़ों के आधार पर हर्जाना दे सकता है। वादी के अधिवक्ता श्री जे. साई दीपक बिक्री के आंकड़ों पर विवाद नहीं करते हैं और इस बात से सहमत हैं कि नुकसान को जारी करने के लिए, पूर्व उल्लिखित डेटा पर्याप्त है और आगे किसी सबूत की आवश्यकता नहीं है।

6. *इस अवसर पर, यह भी ध्यान दिया जाना चाहिए कि श्री आनंद प्रस्तुत करते हैं कि नुकसान का दायित्व पूरी तरह से Cloudtail पर तय किया जाना चाहिए न कि Amazon पर। उनका कहना है कि विवादित डिवाइस चिह्न का उपयोग करने का निर्णय पूरी तरह से Cloudtail का था और इस मामले में Amazon का कोई दायित्व नहीं है। रिलायंस को 23 दिसंबर, 2015 के Amazon ब्रांड लाइसेंस और वितरण समझौते पर रखा गया है, यह प्रदर्शित करने के लिए कि Amazon के चिह्न 'सिम्बल' को Cloudtail को लाइसेंस दिया गया था और उल्लंघन करने वाले उत्पादों के संबंध में इसका उपयोग पूरी तरह से Cloudtail का था। वह आगे इस बात पर प्रकाश डालते हैं कि समझौते के तहत, Cloudtail अपनी ओर से किसी भी उल्लंघन से उत्पन्न होने वाले किसी भी नुकसान के लिए Amazon को क्षतिपूर्ति करने के लिए उत्तरदायी है। मिस्टर साई दीपक ऊपर दिए गए बयान को गलत बताते हैं और तर्क देते हैं कि इन्फ्रिंजिंग डिवाइस चिह्न Amazon और Cloudtail के बीच समझौते का विषयवस्तु नहीं है और Amazon और Cloudtail दोनों के खिलाफ हर्जाना दिया जाना चाहिए।*

7. *Amazon और Cloudtail के बीच ऊपर निर्दिष्ट समझौते से उत्पन्न होने वाले दायित्व वादी को बाध्य नहीं कर सकते हैं और इसके परिणामस्वरूप, Cloudtail की ओर से दायित्व का स्वीकार वादी को बाध्य नहीं कर सकता है। यदि कोई हो तो उन्हें Amazon से हर्जाना मांगने के अवसर से वंचित नहीं किया जा सकता है। उपरोक्त को*

ध्यान में रखते हुए और चूंकि नुकसान की गणना के लिए बिक्री के आंकड़ों के लिए कोई प्रतिस्पर्धा नहीं है, इसलिए न्यायालय Cloudtail के लिए एक डिक्री पारित करने के लिए आगे बढ़ता है।

*8. **इसलिए, पैराग्राफ सं. 64 की प्रेयर क्लॉज़ (a), (b) और (c) के अनुसार, यह मुकदमा वादी के पक्ष में और प्रतिवादी सं. 2/ Cloudtail के खिलाफ तय किया जाता है। इन्फ्रिंजिंग डिवाइस चिह्न के इस्तेमाल के लिए, क्लाउडटेल की इस बात को मानते हुए कि प्रॉफिट मार्जिन सिर्फ 20% है, वादी को रूपये 23,92,420/- का 20% यानी रूपये 4,78,484/- का हर्जाना दिया जाता है। चूंकि अमेज़न ने मुकदमे का विरोध नहीं किया और इन्फ्रिंजिंग डिवाइस चिह्न वाले उत्पाद का इस्तेमाल जुलाई 2020 में, मुकदमा दायर होने से पहले ही बंद कर दिया गया था, इसलिए कोई खर्च नहीं दिया जा रहा है।"***

25. इस तरह, प्रतिवादी सं. 2 के खिलाफ स्थायी रोक के लिए मुकदमा मंजूर कर लिया गया और हर्जाने के तौर पर 4,78,484/- रुपये दिए गए। जहाँ तक प्रतिवादी सं. 3 की बात है, प्रतिवादी सं. 3 ने कहा कि वह सिर्फ़ एक बिचौलिया है और प्रतिवादी संख्या 3 की ओर से निम्नलिखित प्रभाव में यह बयान रिकॉर्ड किया गया:

" 10. यह हमें शेष प्रतिवादियों के तरफ ले जाता है। Amazon विक्रेता एक मध्यस्थ है, जिसके मंच पर उल्लंघनकारी डिवाइस चिह्नवाले उत्पादों की पेशकश/सूची बनाई गई थी। Amazon विक्रेता की अधिवक्ता सुश्री स्नेहा जैन अनुरोध करती हैं कि उक्त प्रतिवादी को पक्षों की श्रृंखला से हटा दिया जाए क्योंकि उन्होंने इस न्यायालय द्वारा जारी सभी निर्देशों का पालन किया है। वह कहती है कि भविष्य में, जब भी इस न्यायालय द्वारा निर्देश दिया जाएगा, तो उल्लंघनकारी डिवाइस चिह्नवाले उत्पादों की सूची को हटा दिया जाएगा। वह आगे कहती हैं कि उनके खिलाफ कोई ठोस राहत नहीं मांगी गई है। तदनुसार, उसके बयान को रिकॉर्ड पर लेना, और प्रतिवादी सं. 3/Amazon विक्रेता, उसी के लिए, उन्हें पक्षकारों की श्रृंखला से हटा दिया जाता है।

वादी को सुनवाई की अगली तारीख से पहले पक्षों का एक संशोधित ज्ञापन दाखिल करने का निर्देश दिया जाता है।"

26. उक्त तिथि पर, चूंकि प्रतिवादी संख्या 1 के लिए कोई उपस्थित नहीं हुआ, इसलिए प्रतिवादी संख्या 1 को एकतरफा रूप से आगे बढ़ाया गया है। इसके बाद, 25 मई, 2023 के आदेश के माध्यम से, इस न्यायालय ने वादी को वर्तमान मुकदमे में एकतरफा साक्ष्य देने की अनुमति दी थी। उक्त आदेश का प्रासंगिक उद्धरण नीचे दिया गया हैः

"1. *वादी के अधिवक्ता श्री जे. साई दीपक का कहना है कि 02 मार्च, 2023 को दी गई अनुमति के अनुसार, वादी ने अतिरिक्त दस्तावेज दाखिल किए हैं और अब वह एकतरफा साक्ष्य देना चाहेंगे।*

2. ***<u>वादीगणों को आज से एक सप्ताह की अवधि के भीतर साक्ष्य के हलफनामे के साथ गवाहों की सूची दायर करने की अनुमति है।</u>*** *श्री साई दीपक प्रस्तुत करते हैं कि अपदस्थ किए जाने वाले गवाह भारत के निवासी नहीं हैं। इसी को ध्यान में रखते हुए, यह निर्देश दिया जाता है कि जब भी वादी वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग मैकेनिज्म के ज़रिए गवाहों के बयान रिकॉर्ड करने का अनुरोध करेंगे, तो जॉइंट रजिस्ट्रार इस पर विचार करेंगे और कानून के अनुसार ज़रूरी आदेश पारित करेंगे।"*

<u>इ. साक्ष्यों की रिकार्डिंग</u>

27. उपरोक्त आदेशों के बाद, वादी ने पांच गवाहों के साक्ष्य का नेतृत्व किया,

(i) श्री एली हदद-PW-1,

(ii) श्री संजय शेट्टी-PW-2,

(iii) श्री गगनप्रीत सिंह पुरी-PW-3,

(iv) श्री अरविंद ढींगरा-PW4, और

(v) श्री गेविन रॉलिंग्स- PW-5.

28. 5 जुलाई, 2023 के आदेश के माध्यम से, इस न्यायालय ने श्री गेविन रॉलिंग्स, PW-5 के साक्ष्य को वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग के माध्यम से दर्ज करने की अनुमति दी। 12 जुलाई, 2023 को PW-1 से 4 उपस्थित थे। उनके मुख्य जांच को रिकॉर्ड किया गया और उन्हें रिहा कर दिया गया। ***न्यायालयों के लिए वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग के लिए दिल्ली उच्च न्यायालय के नियम, 2021 के नियम 5.1 के*** अनुसार 19 जुलाई, 2023 को PW-5, श्री गेविन रॉलिंग्स की जांच के लिए एक दूरस्थ बिंदु समन्वयक नियुक्त किया गया था, जिसने विदेशों में एक गवाह की जांच के लिए एक दूरस्थ बिंदु समन्वयक की नियुक्ति को अनिवार्य किया था। तदनुसार, श्री गेविन रॉलिंग्स **(PW-5)** साक्ष्य को उक्त नियमों के अनुसार वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग के माध्यम से दर्ज किया गया था।

29. 7 अगस्त, 2023 को मामले को सुनवाई के लिए सूचीबद्ध किया गया था और न्यायालय ने निर्देश दिया था कि गवाहों को न्यायालय की सहायता करने के उद्देश्यों के लिए उपस्थित होना चाहिए क्योंकि हर्जाने के सवाल पर विस्तृत सबूत दिए गए हैं।

च. पक्षकारों की प्रस्तुतियाँ

30. श्री गौरव पचनंदा, माननीय सीनियर अधिवक्ता, वादी की ओर से पेश हुए और प्रतिवादी सं. 1-*अमेज़न टेक्नोलोजीज* पेश नहीं हुई। यह देखते हुए कि प्रतिवादियों ने

उल्लंघन स्वीकार कर लिया है, विद्वान वरिष्ठ अधिवक्ता ने मुख्य रूप से हर्जाने की रकम पर बहस की।

<u>च1. वादीगण के विद्वान वरिष्ठ अधिवक्ता श्री गौरव पचनंदा</u>

31 श्री पचनंदा, वरिष्ठ अधिवक्ता ने 26 नवंबर, 2012 की तारीख वाले वादी के ट्रेडमार्क लाइसेंस अनुबंध ('टी एल ए '), विशेषज्ञ गवाहों के प्रमाण और बयान, आधुनिक न्यायक्षेत्रों से कुछ लेखों और मामलों पर निर्भर किया है, ताकि मांगे गए हर्जाने की राशि स्थापित की जा सके। उनके प्रस्तुतिकरण इस प्रकार हैं:

• एक ब्रांड पर बड़े पैमाने पर उल्लंघन और भारी छूट के प्रभाव

32. विद्वान वरिष्ठ अधिवक्ता ने प्रस्तुत किया कि बड़े पैमाने पर उल्लंघन, साथ ही गहरी छूट, ब्रांड पर हानिकारक प्रभाव डाल सकती है।वादी अपने उत्पादों को 3,000/- रुपये से 5,000/- रुपये की तय कीमत में बेचता है, जबकि Amazon पर, वादी के समान लोगो वाले उत्पाद 300 से 400/- रुपये में बेचे जा रहे हैं।

33. इस संबंध में, वादी ने दो विशेषज्ञ गवाहों यानी **श्री संजय शेट्टी <u>(PW-2)</u>** और **श्री गगनप्रीत सिंह <u>पुरी (PW-3)</u>** के साक्ष्य का नेतृत्व किया है। अपने बयान के पैराग्राफ 120 से 126 में श्री गगनप्रीत सिंह पुरी ने उदाहरण दिए हैं कि इस तरह के बड़े पैमाने पर उल्लंघन से ब्रांडों को कैसे नष्ट किया जा सकता है। **श्री अरविंद ढींगरा <u>(PW-4)</u>** के साक्ष्य, विशेष रूप से पैराग्राफ 4 से 9,14 से 17,19 से 26 को भी वादी के विद्वान वरिष्ठ

अधिवक्ता द्वारा उजागर किया गया है। इसके अलावा, **श्री एली हदद (PW-1),** जो वादी संख्या 1 के प्रबंध निदेशक हैं, ने अपने साक्ष्य हलफनामा के पैराग्राफ 100 से 104 में समझाया है कि इतने बड़े पैमाने पर जानबूझकर उल्लंघन का वादी और उनकी व्यावसायिक योजनाओं पर क्या प्रभाव पड़ सकता है।

• ***ट्रेडमार्क लाइसेंस एग्रीमेंट के अनुसार मुआवज़े की रकम की गणना –***

34. मुआवजे के उद्देश्य के लिए वादी के मामले का मुख्य आधार ***26 नवंबर, 2012 की ट्रेडमार्क लाइसेंस एग्रीमेंट (Trademark License Agreement)*** है, जो वादी सं. 2, जो वादी सं.1 का डच लाइसेंसधारी है, और M/s Major Brands India Ltd. के बीच निष्पादित की गई थी। उक्त टी.एल.ए. की प्रारंभिक अवधि 10 साल की थी और इसमें पारस्परिक नवीनीकरण की शर्तें थीं। टी.एल.ए. में दो प्रकार की बिक्री पर विचार किया गया था।

अ. न्यूनतम बिक्री-लाइसेंस जारी रखने के उद्देश्य से लाइसेंसधारी द्वारा न्यूनतम बिक्री के आंकड़े प्राप्त किए जाने थे और वादी के पास न्यूनतम बिक्री प्राप्त नहीं होने पर इसे समाप्त करने का विकल्प था।

ब. बिक्री के अनुमानित आंकड़े - लाइसेंसी द्वारा प्राप्त की जाने वाली बिक्री का आदर्श स्तर।

रॉयल्टी की गणना सकल बिक्री पर 7.5 प्रतिशत की दर से की जानी थी।

35. हालांकि टी. एल. ए. 2012 में हुआ था, लेकिन दिसंबर 2013 और जनवरी 2014 के बीच ही दोनों पक्षों के बीच समझौता शुरू हुआ था। इसलिए, बिक्री के पहले वर्ष 2014-15 की गणना दिसंबर 2013/जनवरी 2014 के आधार पर 31 जुलाई, 2015 तक की गई है, जिसके दौरान लाइसेंसधारी द्वारा हासिल की गई बिक्री रु.38,36,326/- थी। वादीगणों के अनुसार, न्यूनतम बिक्री जो हासिल की जानी थी वह थी रू.20,92,545/- और अनुमानित बिक्री जो हासिल की जानी थी वह थी रू.29,89,350/-।

36. इन आंकड़ों के आधार पर, विद्वान वरिष्ठ अधिवक्ता का प्रस्तुतिकरण है कि वादीगणों ने उक्त अवधि में न्यूनतम बिक्री और व्यापार की अनुमानित बिक्री से अधिक बिक्री हासिल की। इस आधार पर, हर्जाने की गणना इस बात को ध्यान में रखते हुए की गई है कि उल्लंघन जुलाई, 2015 में प्रतिवादियों द्वारा शुरू किया गया था। वादी का कहना है कि उन्हें प्रतिवादियों द्वारा की गई बिक्री का पता 2020 में चला और उन्होंने मुकदमा दायर किया, लेकिन मुकदमे की कार्यवाही के दौरान, प्रतिवादियों ने बताया कि वे 2015 से प्रोडक्ट बेच रहे हैं। इस प्रकार, नुकसान की गणना 2015 से 2020 तक की बिक्री के आधार पर पहले अवधि के लिए की गई है। 2020-2024 के बीच को दूसरी अवधि के रूप में माना गया है और उसके बाद, टर्मिनल वैल्यू (TV) के आधार पर किया गया है। वादी के अनुसार, वादी विभिन्न शीर्षकों पर रॉयल्टी के हकदार हैं। जिस तरीके से गणना की गई है, गवाहों ने उसका औचित्य बताया है।

37. नुकसान को क्वांटिफ़ाई करने के लिए क्वांटम एक्सपर्ट – PW-3 पर भी भरोसा किया गया है, जिन्होंने न्यूनतम नुकसान/असली नुकसान के आधार पर नुकसान को 21.85 मिलियन अमेरिकी डॉलर बताया है। हालांकि, प्लान और अनुमानों के आधार पर नुकसान कहीं ज़्यादा था, यानी 33.78 मिलियन अमेरिकी डॉलर । उस गवाह द्वारा अपनाए गए स्टैंडर्ड नुकसान को क्वांटिफ़ाई करने के लिए पूरी तरह से विश्वसनीय है।

38. लर्नड सीनियर काउंसिल ने यह भी कहा कि वादी का भारत में एक सब-लाइसेंसी है जिसे रिटेल पार्टनर के नाम से भी जाना जाता है। कॉन्ट्रैक्ट के क्लॉज़ 9.2(बी) के अनुसार, रिटेल पार्टनर को हुए नुकसान का दावा वादी इस मामले में कर सकता है। इस प्रकार, वादी के दावे रिटेल पार्टनर को 10% मुनाफे पर हुए नुकसान तक भी हैं, जो 29.06 मिलियन अमेरिकी डॉलर बनता है। बिज़नेस प्लान के अनुसार, नुकसान 42.9 मिलियन अमेरिकी डॉलर का है।

• ***प्रतिवादी सं.1 द्वारा जानबूझकर उल्लंघन करने के कारण अनुकरणीय और दंडात्मक हर्जाना दिया जाएगा।***

39. विद्वान वरिष्ठ अधिवक्ता के अनुसार, यह एक क्लासिक मामला होगा जहाँ उल्लंघन की जानबूझकर प्रकृति के कारण, आदर्श और दंडात्मक हर्जाने दिए जाने की संभावना होगी। वास्तव में, उनका यह तर्क है कि ऐसा बिना भेदभाव का उपयोग अन्य अधिकारक्षेत्रों में भी प्रचलित है और उन्होंने रॉयटर्स द्वारा प्रकाशित एक लेख पर भरोसा

किया है, जिसे 13 अक्टूबर, 2021 को इकोनॉमिक टाइम्स में पुनर्प्रकाशित किया गया है, यह दिखाने के लिए कि प्रतिवादी संख्या 1 अच्छी तरह से जाने-माने कंपनियों के ब्रांड की आदतन नकल करता है। यह आगे प्रस्तुत किया जाता है कि उक्त स्थिति अन्य क्षेत्राधिकारों में भी प्रचलित है जैसा कि 6 मार्च, 2024 को यू. के. सुप्रीम कोर्ट के ***Lifestyle Equities v. Amazon U.K. Services Ltd.***, ***[2024] UK*** एस. सी. 8 के मामले में हाल के फैसले से स्पष्ट है, जहां न्यायालय इसी तरह की स्थिति को देख रही थी और सवाल इस संबंध में था कि इंग्लैंड में क्षेत्राधिकार का प्रयोग किया जाना चाहिए या नहीं।

40. दंडात्मक हर्जाने की आवश्यकता इस बात के लिए भी है कि प्रतिवादियों के द्वारा अपनाए गये इस आचरण aपर फटकार लगायी जा सके, जो एक प्रसिद्ध ई-कॉमर्स पोर्टल चलाते हैं और आईपी अधिकारों का इतनी स्पष्ट उल्लंघन कर रहे हैं। विद्वान वरिष्ठ अधिवक्ता के अनुसार, ***Hindustan Unilever Limited v. Rickett Benckiser India Ltd (ILR (2014) II दिल्ली 1288***) में निर्धारित परीक्षण पूरी तरह से संतुष्ट हुआ है, क्योंकि नुकसान का बिज़नेस पर बहुत ज़्यादा असर पड़ेगा। उक्त निर्णय यह भी स्पष्ट करता है कि पक्षों के साधनों का अपने आप में दंडात्मक नुकसान के अनुदान या गैर-अनुदान पर कोई प्रभाव नहीं पड़ेगा।

<u>छ. विश्लेषण और निष्कर्ष</u>

41. सुना गया।

42. परंपरागत रूप से, व्यापार चिह्न में अधिकारों का उल्लंघन ईंट-और-मोर्टार दुकानों में होगा जहां उल्लंघन करने वाले पक्ष की पहचान आसानी से निर्धारित की जा सकती है। इंटरनेट के विकास और डिजिटल वाणिज्य के उदय ने ब्रांडेड उत्पादों के प्रचार और बिक्री को काफी बदल दिया है आईपी मालिकों के लिए अवसर और चुनौती दोनों पैदा कर रहा है। सभी तकनीकी प्रगति के साथ, इंटरनेट ने वैध व्यापार और आईपी अधिकारों के अनधिकृत दोहन दोनों की सुविधा प्रदान की है। ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म पर पारंपरिक खुदरा विक्रेताओं से अलग होने का दावा करने वाले ई-कॉमर्स मध्यस्थों के उद्भव ने आईपी मालिकों के लिए अपने अधिकारों को लागू करने और व्यापार चिह्न उल्लंघन के निवारण के प्रयासों में कानूनी जटिलताओं को पेश किया है। इस अंतर ने आई. पी. प्रवर्तन को जटिल बना दिया है, क्योंकि ऐसी संस्थाएं अक्सर उल्लंघनकारी वस्तुओं की बिक्री के लिए दायित्व को कम करने के लिए मध्यस्थ स्थिति का दावा करती हैं। पारंपरिक खुदरा मॉडलों के विपरीत, जहां उल्लंघन के लिए जवाबदेही स्पष्ट रूप से जिम्मेदार थी, ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म एक बहु-स्तरीय पारिस्थितिकी तंत्र के भीतर काम करते हैं, जिससे अक्सर उल्लंघन के लिए जिम्मेदार लोगों की पहचान करना और उन्हें उत्तरदायी ठहराना मुश्किल हो जाता है।

43. ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म, उत्पादों और सेवाओं को अधिक आसानी से उपलब्ध और सुलभ बनाने के साथ-साथ ऑनलाइन प्लेटफॉर्म के माध्यम से उल्लंघन किए जा रहे अपने ब्रांड

और चिह्नों की रक्षा करने की मांग करने वाले आईपी मालिकों के लिए भी महत्वपूर्ण चुनौती पेश करते हैं। ई-कॉमर्स का प्रसार अब यहाँ रहने के लिए है और एक अपरिवर्तनीय वास्तविकता है, जो उल्लंघन की एक नई प्रजाति को जन्म देती है जिसे '***e-infringement*** कहा जा सकता है। उल्लंघन की इस प्रजाति में, व्यापार चिह्न उल्लंघन के पारंपरिक रूपों के विपरीत, कई पक्ष हैं जो अधिकारों के उल्लंघन में शामिल हो सकते हैं:

क) उल्लंघन करने वाले ब्रांड का मालिक जिसका उपयोग उत्पाद पर किया जा रहा है।

ख) खुदरा विक्रेता या विक्रेता जो उल्लंघनकारी उत्पाद बेच रहा है।

ग) ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म जो खुदरा विक्रेता को उत्पाद बेचने में सक्षम बना रहा है या एग्रीगेटर जो समान उत्पादों को एकत्र कर रहा है और उन्हें बिक्री के लिए उपलब्ध करा रहा है।

घ) वह पार्टी/संस्था जो प्रोडक्ट की वेयरहाउसिंग, इनवॉइस बनाने, पैकेजिंग, डिलीवरी और पेमेंट लेने का काम करती है।

ङ) वह पक्ष जो उत्पाद प्रदान करता है, यानि उल्लंघन करने वाले सामान।

च) अंत में, उल्लंघन करने वाले उत्पादों पर इस्तेमाल हो रहा ब्रांड

इस मुकदमे में 'सिंबल' ब्रांड का मालिकाना हक प्रतिवादी सं.1- अमेज़न टेक्नोलॉजीज आई.एन.सी. के पास है। रिटेलर, प्रतिवादी सं. 2- क्लाउडटेल इंडिया प्राइवेट लिमिटेड, ई-

कॉमर्स प्लेटफॉर्म www.amazon.in पर प्रोडक्ट बेचता है, जिसे प्रतिवादी सं.3, अमेज़न सेलर्स सर्विसेज प्राइवेट लिमिटेड संचालित करती है।

44. *e-fringement* में सबसे बडी चुनौती सबसे पहले प्रत्येक पक्ष पर जिम्मेदारी तय करने की होगी। ऐसे जटिल प्रश्न उत्पन्न होते हैं जिनमें मध्यस्थ दायित्व से संबंधित मुद्दे, सुरक्षित बंदरगाह संरक्षण की पात्रता के साथ-साथ अधिकार क्षेत्र के मुद्दे भी शामिल हैं। स्पष्ट रूप से, ई-कॉमर्स की बहु-स्तरीय प्रकृति ने ऑनलाइन व्यापार चिह्न उल्लंघन से उत्पन्न चुनौतियों का समाधान करने के लिए स्पष्ट कानूनी ढांचे की आवश्यकता को बढाते हुए, दायित्व की पहचान करना, विशेषता देना और आईपी अधिकारों को प्रभावी ढंग से लागू करना मुश्किल बना दिया है।

45. वर्तमान मामला एक ऐसा मामला होगा जो *e-infringement* मामले के रूप में योग्य हो सकता है। प्रतिवादी सं. 2- क्लाउडटेल इण्डिया प्राइवेट लिमिटेड (Cloudtail India Private Limited) द्वारा इस्तेमाल किया जा रहा ब्रांड 'सिंबल'(Symbol) यह माना गया है कि प्रतिवादी सं. 1 का है। कार्यवाही के दौरान, प्रतिवादी सं. 2 के लिए पेश हुए अधिवक्ता ने 5 सितंबर, 2022 को प्रतिवादी सं. 1 की ओर से पेश होकर कहा कि प्रतिवादी सं. 1 स्थायी रोक का आदेश मानने और उचित हर्जाना देने को तैयार होगा। यह आदेश महत्वपूर्ण है और इसे नीचे दिया गया है:

"***आई. ए. 14249/2022***

प्रतिवादी सं. 2/आवेदक के विद्वान वरिष्ठ अधिवक्ता ने कहा कि उक्त ***प्रतिवादी, प्रतिवादी सं. 1 की ओर से भी, निषेधाज्ञा का आदेश मानने और वादी को उचित हर्जाना देने के लिए तैयार है***/ वह प्रार्थना करते हैं कि एक सौहार्दपूर्ण समझौते पर पहुंचने की संभावना तलाशने के लिए पक्षों को दिल्ली उच्च न्यायालय मध्यस्थता और सुलह केंद्र भेजा जाए। वादी पक्ष के विद्वान अधिवक्ता निर्देश प्राप्त करने के लिए समय मांगते हैं। सूची 15 सितंबर, 2022 को दर्ज करें।

46. उपरोक्त आदेश के अनुसार, मामले को मध्यस्थता के लिए भेजा गया था, हालांकि, यह एक समझौते में सफल नहीं हुआ। यह उस स्तर पर है जब प्रतिवादी संख्या 2 और प्रतिवादी संख्या 3 ने प्रतिवादी संख्या 1 से अपनी भूमिका को चित्रित करने और अलग करने की मांग की, जिससे प्रतिवादी संख्या 2 के खिलाफ रुपये 4,78,484/- की राशि के लिए एक डिक्री पारित की गई। यह राशि प्रतिवादी संख्या 2 द्वारा की गई बिक्री का 20 प्रतिशत थी। प्रतिवादी संख्या 3 ने दावा किया कि यह केवल एक मध्यस्थ है और उसने वचन दिया कि जब भी भविष्य में उल्लंघन डिवाइस की चिह्न वाली सूची होगी, तो न्यायालय द्वारा निर्देश दिए जाने पर उसे हटा दिया जाएगा।

47. इस न्यायालय के समक्ष स्पष्ट रूप से प्रतीत होता है कि, तीनों कंपनियाँ जो एक-दूसरे के साथ घनिष्ठ रूप से जुड़ी हुई हैं या आपस में संबंधित हैं, ने यह दिखाने का प्रयास किया है कि वे एक-दूसरे से स्वतंत्र हैं, स्पष्ट रूप से जिम्मेदारी से बचने के इरादे से ऐसा किया गया है। उक्त प्रतिवादियों का इरादा साफ तौर पर उल्लंघन के नतीजों को किसी तरह कम करना और खत्म करना था।

48. किसी भी प्रतिवादी ने बी.एच.पी.सी. (BHPC)व्यापार चिह्न में वादी के अधिकारों पर विवाद नहीं किया है, जिसमें परिधान उत्पादों से संबंधित वर्ग 25 के तहत उनका पंजीकरण भी शामिल है। वादी द्वारा प्राप्त पंजीकरणों की सूची को **Exhibit PW 1/4** के रूप में प्रदर्शित किया गया है और प्रतिवादी संख्या 1 ने इसकी जानकारी होने के बावजूद वर्तमान कार्यवाही को नजरअंदाज करने का विकल्प चुना है। हालाँकि, 85 का इकाई अलग हो सकता है, लेकिन यह सार्वजनिक जानकारी की बात है कि 'www.amazon.in' मंच प्रतिवादी संख्या 1 के साथ निकटता से जुड़ा हुआ है।

49. प्रतिवादी संख्या 2 और प्रतिवादी संख्या 3 द्वारा लिखित बयान दायर किए गए हैं। प्रतिवादी संख्या 2 का रुख यह है कि आक्षेपित लोगो का उपयोग व्यापार चिह्न के अर्थ में नहीं किया जा रहा है। जहाँ तक प्रतिवादी संख्या 3 के रुख का संबंध है, उसने प्रस्तुत किया है कि जिन कथित सूचियों पर वादी ने आपत्ति जताई थी, उन्हें हटा दिया गया है। वादी के मामले से संबंधित लगभग सभी कथनों को जानकारी के अभाव में अस्वीकार कर दिया जाता है। इस प्रकार, दोनों में से कोई भी लिखित बयान कोई ठोस बचाव नहीं करता है।

50. यह देखते हुए कि 5 सितंबर, 2022 को प्रतिवादी संख्या 2 का अधिवक्ता भी प्रतिवादी संख्या 1 के लिए पेश हुआ है और मुकदमा पहले से ही प्रतिवादी संख्या 2 के तहत घोषित है, किसी भी बचाव पक्ष की पूर्ण अनुपस्थिति स्पष्ट रूप से जानबूझकर और सचेत है। इस प्रकार, जहां तक स्थायी निषेधाज्ञा की प्रार्थना का संबंध है, बी .सी.पी.एच.व्यापार चिह्न का स्वामित्व स्थापित किया गया है और ब्रांड 'सिम्बल' (Symbol)के तहत एक दासतापूर्ण अनुकरणीय लोगो के उपयोग द्वारा उल्लंघन भी स्थापित किया गया है। इसलिए, इस न्यायालय की राय है कि व्यापार चिह्न में वादी के अधिकारों की रक्षा की जानी चाहिए। वादअपने ने वादी दौरान के विवाद- द्वारा खरीदे गए उत्पादों में से एक को प्रस्तुत किया है। उत्पाद की एक चित्र नीचे दी गयी हैः

51. उपरोक्त चित्र के अवलोकन से पता चलेगा कि जिस लोगो का उपयोग किया गया है वह वादी बी.एच.पी.सी. के लोगो से शायद ही अलग है। प्रतिवादी संख्या 2 के खिलाफ दिए

गए हर्जाने वास्तव में इस न्यायालय के समक्ष डिमांड ड्राफ्ट के माध्यम से जमा किए गए हैं-जिससे अधिकारों को स्पष्ट रूप से स्वीकार किया जाता है और हर्जाने की डिक्री का पालन किया जाता है। प्रतिवादी संख्या 1 और प्रतिवादी संख्या 2 के बीच उक्त समझौते की संशोधित प्रति को 20 अप्रैल, 2022 के आदेश के माध्यम से प्रकट करने का निर्देश दिया गया था। संबंधित संशोधित समझौते के अनुसार जिसे दायर किया गया था, ब्रांड 'सिम्बल' स्पष्ट रूप से प्रतिवादी संख्या 1 के स्वामित्व में है:

> "2. *व्यापार चिह्न लाइसेंस*
>
> - *अमेज़न के चिन्हों के लिए लाइसेंस। अमेज़न वितरक को इस समझौते की अवधि के दौरान गैर-विशेष, गैर-हस्तांतरणीय, गैर-ऑसाइन करने योग्य और रद्द करने योग्य अधिकार और लाइसेंस प्रदान करता है कि वह इस समझौते में संलग्न प्रदर्शक ए में निर्दिष्ट किसी भी प्रकार के परिवर्तन के बिना व्यापार नामों, ट्रेडमार्क, सर्विस मार्क, विनिर्देश, डिज़ाइन, लोगो या प्रतीकों ("अमेज़न चिन्ह") का उपयोग, पुन:निर्माण, प्रदर्शन, प्रदर्शित करना, वितरण और संलग्न करना कर सके, केवल अधिकृत क्षेत्रफल के भीतर उत्पादों का निर्माण, वितरण या वितरण करवाने, और अधिकृत क्षेत्रफल के भीतर बिक्री या बिक्री करवाने, और उत्पादों का उत्पादन, उत्पादन करवाने, या आवश्यकतानुसार प्राप्त करने के उद्देश्य से, जो केवल पुनर्विक्रय के लिए तैयार तैयार माल हो सकते हैं और कोई भी कच्चा माल या उप-घटक नहीं हो सकते हैं, जो इस समझौते में संलग्न प्रदर्शक बी में निर्दिष्ट हैं। और जिसे पक्ष समय-समय पर ईमेल के माध्यम से अपडेट कर सकते हैं ("उत्पाद"), केवल इस समझौते की शर्तों का सख्ती से पालन करते हुए। अमेज़न अपने पूर्ण विवेकानुसार तय कर*

सकता है कि कौन से उत्पाद वितरक को इस अनुबंध के तहत वितरित और बेचने के लिए अधिकृत हैं। वितरक उस ट्रेडमार्क गाइडलाइंस का पालन करेगा जो प्रदर्शनी C के रूप में संलग्न है, जिसे अमेज़न समय-समय पर वितरक को लिखित नोटिस द्वारा अपडेट कर सकता है ("ट्रेडमार्क गाइडलाइंस")। वितरक उत्पादन, उत्पाद घटकों का उत्पादन, वितरण, विपणन, बिक्री या निपटान नहीं करेगा जिनमें अमेज़न के चिह्न शामिल हैं, या किसी सहायक सामग्री (जिसमें विपणन सामग्री शामिल है) जिसमें अमेज़न के चिह्न या उत्पाद शामिल हों, सिवाय इस समझौते में स्पष्ट रूप से अनुमति दिए जाने के।

XXX

7. प्रतिनिधित्व। वितरक प्रतिनिधित्व करता है और वारंट करता है किः (i) उत्पादों को ग्राहकों को बिक्री के लिए उपयुक्त प्रथम श्रेणी की स्थिति में हर समय संभाला, संग्रहीत, वितरित और बेचा जाएगा

और किसी भी घटना में सभी दोषों, या किसी भी प्रकार की सुरक्षा या स्वास्थ्य खतरों से मुक्त रखा जाएगा; (ii) यहाँ वितरक का प्रदर्शन किसी भी तीसरे पक्ष के बौद्धिक संपदा अधिकारों का उल्लंघन नहीं करेगा (सिवाय इसके कि वितरक किसी भी दावे के लिए Amazon के तरफ से उत्तरदायी नहीं होगा कि Amazon के अधिकारों का अनुदान (Amazon चिह्न के संबंध में सहित) (iii) प्रत्येक उत्पाद इकाई को ग्राहकों को केवल तभी बेचा जाएगा जब वह नई और अपनी सीलबंद मूल पैकेजिंग में हो, जब तक कि वितरक और Amazon के बीच अन्यथा सहमति न हो; (iv) इसके तहत वितरक का प्रदर्शन सभी लागू स्वास्थ्य, गोपनीयता, डेटा सुरक्षा, सुरक्षा और पर्यावरणीय नियमों सहित लागू कानून की सभी आवश्यकताओं के अनुरूप होगा; (v) रिपोर्ट सभी मामलों में सटीक और पूर्ण होगी; (vi) उत्पाद जानकारी और आयात दस्तावेज अधिकृत क्षेत्र में सभी लागू कानूनों

और नियमों का पालन करेंगे; (vii) इसके तहत वितरक का प्रदर्शन। (और इसके संबद्ध, नामित, अनुमत उत्तराधिकारी या समनुदेशित, एजेंट, उप-ठेकेदार, और वितरक के प्रदर्शन में भाग लेने वाला कोई भी अन्य व्यक्ति) समय-समय पर http://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html/ref =hp sn sup?nodeld-200885140 पर (या किसी भी उत्तराधिकारी साइट पर) प्रदर्शित Amazon की आपूर्तिकर्ता आचार संहिता सहित Amazon के आपूर्ति श्रृंखला मानकों का हर तरह से पालन करेंगे, जैसे कि वितरक Amazon के लिए एक आपूर्तिकर्ता थे, जिसमें बिना किसी सीमा के यह भी शामिल है कि किसी भी उत्पाद को उन सुविधाओं का उपयोग करके नियंत्रित, संग्रहीत या वितरित नहीं किया जाएगा जो काम करती हैं। 15 वर्ष से कम आयु के बच्चों द्वारा जबरन या जेल श्रम या श्रम या लागू क्षेत्राधिकार के भीतर न्यूनतम कार्य आयु, जो भी अधिक हो। Amazon प्रतिनिधित्व करता है और वारंट करता है किः (i) Amazon द्वारा वितरक को व्यापार चिह्न लाइसेंस (Amazon चिह्न के संबंध में) का अनुदान, किसी भी तीसरे पक्ष के किसी भी व्यापार चिह्न या कॉपीराइट का उल्लंघन या दुरुपयोग नहीं करता है और (ii) इस समझौते को लागू करने के परिणामस्वरूप अमेज़ॅन द्वारा किसी तीसरे पक्ष के साथ किए गए समझौते या समझ का उल्लंघन नहीं होगा।

8. *वारंटी। अमेज़न वितरक के प्रति उत्पादों के संबंध में, चाहे वह स्पष्ट हो या निहित, कोई भी प्रतिनिधित्व या वारंटी नहीं देता है, सिवाय इसके कि यहाँ विशेष रूप से कोई प्रावधान किया गया हो। इसके अलावा, पूर्ववर्ती वाक्य में अन्यथा प्रावधान न किए जाने की स्थिति में और जहाँ तक लागू कानून की अनुमति हो, अमेज़न सभी वारंटी का स्पष्ट रूप से खंडन करता है, जिसमें बिक्री योग्यता और*

किसी विशेष उद्देश्य के लिए उपयुक्तता की निहित वारंटी शामिल हैं लेकिन इन्हीं तक सीमित नहीं हैं।

10. क्षतिपूर्ति।

क. आमेजन (Amazon) क्षतिपूर्ति। अधिकार क्षेत्र वाली अदालत के अंतिम आदेश द्वारा निर्धारित वितरक की लापरवाही या जानबूझकर कदाचार के कारण आनुपातिक सीमा को छोड़कर, अमेज़ॅन वितरक और उसके सहयोगियों और उनके संबंधित अधिकारियों, निदेशकों, कर्मचारियों और एजेंटों को किसी भी दावे, देयता, नुकसान, क्षति, लागत या खर्च के खिलाफ क्षतिपूर्ति करेगा, जिसमें अदालत की लागत और अधिवक्ता और विशेषज्ञ गवाह का उचित शुल्क शामिल हैं, जो मुकदमे से पहले और अपील पर (सामूहिक रूप से, खर्च) किसी तीसरे पक्ष (सामूहिक रूप से, "दावे") द्वारा किए गए किसी भी वास्तविक या खतरे वाले दावे से उत्पन्न या संबंधित (i) झूठे या भ्रामक अभ्यावेदन के आधार पर और/ या वारंटी या वारंटी का उल्लंघन, जो अमेज़ॅन द्वारा वितरक को उत्पादों के संबंध में प्रदान किया गया है iii) अमेज़ॅन द्वारा वितरक को अधिकारों के अनुदान (अमेज़ॅन चिह्न से संबंधित) द्वारा किसी तीसरे पक्ष के किसी भी कॉपीराइट या व्यापार चिह्न अधिकारों का उल्लंघन। (भ) इस समझौते के अनुसार अमेज़ॅन द्वारा पूर्व-अनुमोदित नहीं विज्ञापन सामग्री; (म) अमेज़ॅन की पूर्व लिखित मंजूरी के बिना विज्ञापन सामग्री में वितरक द्वारा किए गए संशोधन; और/या (2) अमेज़ॅन के अनुरोध पर विज्ञापन सामग्री या अमेज़ॅन चिह्न के उपयोग और वितरण को रोकने या प्रतिस्थापित करने में वितरक की विफलता से उत्पन्न होने वाले दावे के लिए अमेज़ॅन के वितरक को क्षतिपूर्ति करने का कोई दायित्व नहीं होगा।

52. प्रतिवादी सं. 1 और प्रतिवादी सं. 2 के बीच अमेज़न ब्रांड लाइसेंस और वितरण समझौते में व्यापार चिह्न लाइसेंस, देयता और बौद्धिक संपदा संरक्षण खंडों का अवलोकन इंगित करता है कि क्लाउडटेल की ब्रांडिंग और वितरण गतिविधियों पर अमेज़न का महत्वपूर्ण नियंत्रण है। इस न्यायालय की राय में, समझौते के खंड स्पष्ट रूप से क्लाउडटेल द्वारा किए गए कथित उल्लंघन से खुद को दूर करने की अमेज़न की क्षमता को कम करते हैं। अनधिकृत व्यापार चिह्न उपयोग पर संविदात्मक प्रतिबंध, क्षतिपूर्ति दायित्वों के साथ मिलकर, वादी को व्यापार चिह्न उल्लंघन में अमेज़न की प्रत्यक्ष भागीदारी का तर्क देने के लिए मजबूत कानूनी आधार प्रदान करते हैं। समझौता एक लाइसेंस समझौता होने के कारण, प्रतिवादी संख्या1 एक लाइसेंस प्रदाता होने के नाते और प्रतिवादी संख्या 2 एक लाइसेंस प्राप्तकर्ता होने के नाते, लाइसेंस प्राप्तकर्ता द्वारा किसी भी तरह के उल्लंघन या गैरकानूनी उपयोग होने पर लाइसेंस प्राप्तकर्ता पर जिम्मेदारी आएगी। सिम्बोल शब्द चिह्न को लाइसेंस देते समय, अमेज़न घोड़े के चित्र वाले लोगो डिवाइस चिह्न के उपयोग से खुद को दूर करने में असमर्थ होगा। इस प्रकार, उल्लंघन के परिणाम स्पष्ट रूप से प्रतिवादी संख्या 1 पर पड़ते हैं। प्रतिवादियों को 20 अप्रैल, 2022 को बिक्री के आंकड़े और उनके आपसी संबंधों को बताते हुए एक हलफनामा दायर करने का भी निर्देश दिया गया था, जिस स्तर पर मामले को मध्यस्थता के लिए भेजे जाने की प्रार्थना की गई थी। प्रतिवादी संख्या 1 को 20

अप्रैल, 2022 को एकतरफा कार्रवाई की गई थी। अंतर संबंध को किसी भी प्रतिवादी द्वारा संतोषजनक रूप से समझाया या रिकॉर्ड पर नहीं रखा गया है। इस प्रकार, उल्लंघन के परिणाम स्पष्ट रूप से प्रतिवादी संख्या 1 पर पड़ते हैं। प्रतिवादियों को 20 अप्रैल, 2022 को बिक्री के आंकड़े और उनके आपसी संबंधों को बताते हुए एक हलफनामा दायर करने का भी निर्देश दिया गया था, जिस स्तर पर मामले को मध्यस्थता के लिए भेजे जाने की प्रार्थना की गई थी। प्रतिवादी संख्या 1 को 20 अप्रैल, 2022 को एकतरफा कार्रवाई की गई थी। अंतर संबंध को किसी भी प्रतिवादी द्वारा संतोषजनक रूप से समझाया या रिकॉर्ड पर नहीं रखा गया है। ऐसी परिस्थितियों में, न्यायालय को इस आधार पर आगे बढ़ना होगा कि प्रतिवादी संख्या 1 ने वर्तमान मुकदमे के लंबित होने के बारे में पूरी तरह से अवगत होने के कारण कोई बचाव दायर नहीं करने का फैसला किया है। इसने एक स्थायी निषेधाज्ञा का सामना करना चुना है और इस प्रकार, एकमात्र सवाल जो बचा है वह नुकसान के संबंध में है।

<u>साक्ष्य का विश्लेषण</u>

53. साक्ष्य निम्नलिखित गवाहों द्वारा वादी पक्ष ने प्रस्तुत किए हैं:

छ. PW-1 का साक्ष्य-श्री एली हदद

54. PW-1 वादी संख्या 1 के संस्थापक और वादी संख्या 2 के प्रबंध निदेशक हैं। उसे वादी के व्यवसाय की व्यक्तिगत जानकारी है। उक्त व्यक्तिगत जानकारी के आधार पर उन्होंने निम्नलिखित पहलुओं पर बयान दिया हैः

- वैधानिक पंजीकरण, प्रचार और विज्ञापन, अधिनिर्णय जो जीते गए हैं, आदि
- जैसे विवरण, लक्षित उपभोक्ताओं के बीच वादी के ब्रांड की प्रतिष्ठा, ब्रांड और चिह्न को लागू करने के लिए
- वादी द्वारा उठाए गए कदम, वादी द्वारा व्यापार चिह्न के मॉडल और लाइसेंस देने का तरीका, भारत में वादी के लाइसेंसधारी के बिक्री के आंकड़े।

55. बिक्री के आंकड़ों को प्रस्तुत करते हुए, PW-1 ने कहा कि दो प्रमुख व्यापार चिह्न लाइसेंस अनुबंध हैं जो वादी संख्या 2 द्वारा किए गए थे-एक मेजर ब्रांड्स इंडिया प्राइवेट लिमिटेड के साथ और दूसरा अपैरल ग्रुप एफजेडसीओ के साथ। प्रमुख ब्रांडों वाला पहला खुदरा स्टोर दिसंबर, 2014 में शुरू किया गया था। संचालन की पहली अवधि के दौरान, यानी दिसंबर 2013 से 31 जुलाई, 2015 (20 महीने) तक, प्रमुख ब्रांडों ने अपनी बिक्री में भारी सफलता देखी और टी. एल. ए. के तहत निर्धारित अपेक्षा को पार कर गया। वास्तविक बिक्री $3,836,326-की थी। हालांकि, संचालन के दूसरे वर्ष के तुरंत बाद बी.एच.पी.सी. ब्रांडेड उत्पादों की खुदरा बिक्री में गिरावट आई। 2015-2016 से 2019-2020 तक, बिक्री में गिरावट जारी है। वही PW.-1 हलफनामा में निर्धारित किया गया है और नीचे निकाला गया हैः

कालावधि **(1 अगस्त से 31 जुलाई वार्षिक रूप से)**	**राशि** **(अमेरिकी डॉलर में)**
2015-16 में	2,878,209
2016-17 में	3,657,308
2017-18 में	3,205,791
2018-19 में	3,231,500
2019 में	2,117,092

56. PW-1 ने यह कहने के लिए अपदस्थ किया था कि वादी कंपनी के डेटा तक उसकी व्यक्तिगत पहुंच है और कीमत, डिजाइन या गुणवत्ता में कोई महत्वपूर्ण बदलाव नहीं होने के बावजूद, बिक्री में गिरावट जारी रही।

57. PW-1 के अनुसार, बिक्री में गिरावट प्रतिवादियों द्वारा उल्लंघन के कारण हुई थी, जिसका पता केवल मई, 2020 में चला था, जब प्लेटफॉर्म 'www.amazon.in' पर तलाशी ली गई थी। PW-1 के अनुसार, ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म पर खरीदारी उपभोक्ताओं को दिखाई गई चित्रों पर आधारित होती है और इसे आसानी से भ्रमित किया जा सकता है। बी.एच.पी.सी. ब्रांड को तुरंत बी.एच.पी.सी. लोगो के साथ पहचाना जाता है। प्रतिवादी लोगो उपकरण के साथ उत्पादों की पेशकश करके, जो बी.एच.पी.सी. लोगो की एक करीबी बेईमान नकल है, बिक्री में गिरावट का कारण बना है।

58. PW-1 यह भी बताता है कि प्रतिवादी हिंसक मूल्य निर्धारण में संलग्न हैं। वादी के ब्रांडेड परिधानों की कीमत 2,500/- रुपये से 4,500/- रुपये के बीच थी, जबकि प्रतिवादियों

के उत्पाद की औसत खुदरा कीमत 375/- या Rs.399- रुपये थी। वादीयों के अनुसार, www.amazon.in, जो परिधान की खुदरा बिक्री के लिए सबसे बड़े ई-कॉमर्स प्लेटफार्मों में से एक है, ने बी.एच.पी.सी. के ब्रांड को पूरी तरह से तबाह कर दिया, जब उसने उल्लंघित सवस्तुओं को बहुत कम कीमत पर पेश किया। वादीयों की बिक्री पूरी तरह प्रभावित हुई। PW-1 के अनुसार, इसके कारण वादीयों के लाइसेंसी के बाजार का विनाश भी हुआ और वादीयों के लाइसेंसी को वादीयों के साथ टीएलए के तहत अपने लक्ष्यों को प्राप्त करने से रोक दिया गया।

59. PW-1 खाड़ी क्षेत्र के अन्य लाइसेंसधारी के साथ भारत में गिरते बिक्री आंकड़ों की तुलना करता है, जिसमें इसी अवधि के दौरान बिक्री लगभग 10 गुना बढ़ गई थी। जी. सी. सी. क्षेत्र के लिए वास्तविक बिक्री के आंकड़े नीचे दिए गए हैं:

कालावधि **(1 अगस्त से 31 जुलाई वार्षिक रूप से)**	**राशि** **(अमेरिकी डॉलर में)**
01 जनवरी 2013 से 31 जुलाई 2014	3,184,289
2014-15 में	12,009,081
2015-16 में	20,680,927
2016-17 में	27,389,718
2017-18 में	32,161,132

PW-1 के अनुसार, जी. सी. सी. क्षेत्र में उस तरीके से कोई उल्लंघन नहीं हुआ है जिस तरह से भारत में Amazon द्वारा किया गया था।

60. PW-1 का कहना है कि वास्तविक बिक्री में गिरावट के अलावा, इस तरह के मूल्य निर्धारण ने न केवल ऑनलाइन प्लेटफार्मों पर बल्कि सामान्य खुदरा ईंट और मोर्टार स्टोरों में भी वादी के ब्रांड को पूरी तरह से कमजोर कर दिया। ऐसा इसलिए है क्योंकि बी.एच.पी.सी. ब्रांड का जुड़ाव लक्षित उपभोक्ताओं के बीच एक लक्जरी ब्रांड से एक सस्ते ब्रांड में बदल गया था। वादी के अनुसार उल्लंघन करने वाले वस्तुओं में ऐसे की बिक्री ने प्रमुख ब्रांडों यानी इसके लाइसेंसधारी के चिह्न को पूरी तरह से नष्ट कर दिया। PW-1 यह भी बताता है कि Amazon जैसा मंच, जो उपभोक्ताओं के बीच इतना लोकप्रिय है, अपनी ऑनलाइन ई-कॉमर्स वेबसाइट पर इतने बड़े पैमाने पर उल्लंघनकारी गतिविधि में लिप्त है, जिसके परिणामस्वरूप वादी के व्यवसाय की नींव हिल गई है।

61. PW-1 एक अन्य प्रतियोगी यू. एस. पोलो एसोसिएशन के साथ Amazon के व्यावसायिक गठजोड़ पर भी प्रकाश डालता है, जिसे Amazon पर अपनी सूची से भी लाभ हुआ है। इस आरोप को आगे बढ़ाते हुए, PW-1 का कहना है कि जीसीसी क्षेत्र में बीएचपीसी ब्रांडेड उत्पादों की खुदरा बिक्री करने वाले 120 स्टोर हैं, जबकि यू. एस. पोलो एसोसिएशन के 35 स्टोर हैं, भारत में बी.एच.पी.सी. ब्रांड उत्पादों के केवल 20 स्टोर हैं जबकि यू. एस. पोलो एसोसिएशन के 350 स्टोर हैं।

62. इस प्रकार, PW-1 के अनुसार, प्रतिवादियों को लाभ तीन गुना था। उक्त लाभों में शामिल हैं:

- बी.एच.पी.सी. चिह्न के तहत उल्लंघनकारी बिक्री से लाभ।
- बी.एच.पी.सी. ब्रांड का अवमूल्यन करना, प्रीमियम उपभोक्ताओं के लिए इसकी अपील को कम करना।
- एक प्रत्यक्ष प्रतियोगी, यू. एस. पोलो एसोसिएशन की बाजार स्थिति को बढ़ावा देना।

63. अंत में, PW-1 यह भी गवाही देता है कि प्रतिवादी संख्या 1 निर्दोष उल्लंघनकर्ता नहीं था। वह 13 अक्टूबर, 2021 की एक रॉयटर्स प्रकाशन पर निर्भर करता है, जिसने कथित रूप से प्रतिवादी संख्या 1 द्वारा की गई एक व्यवस्थित अभियान का विश्लेषण किया, जिसमें नकली वस्तुओं का निर्माण और खोज परिणामों में हेरफेर शामिल था।

64. PW-1 एक स्वतंत्र विशेषज्ञ श्री गगनप्रीत सिंह पुरी-PW-3 द्वारा नुकसान की मात्रा निर्धारित करने पर निर्भर करता है। PW-1, आगे बताता है कि एक खुदरा भागीदार के साथ इसका प्रस्तावित संयुक्त उद्यम भी प्रतिवादियों द्वारा किए गए उल्लंघनों के कारण पूरी तरह से नष्ट हो गया था। PW-1 के अनुसार, यदि यह इच्छित सहयोग को साकार करता, तो वादी को पर्याप्त वित्तीय लाभ होता। PW-1 का यह दावा है कि प्रतिवादी की उल्लंघनकारी गतिविधियों के कारण, फुटकर भागीदारों ने सहयोग के साथ आगे नहीं बढ़े, जिसके परिणामस्वरूप सीधे वादी के लिए उद्यम मूल्य खो गया। खुदरा भागीदारों के साथ संयुक्त उद्यम को आगे बढ़ाने और प्रारंभिक सार्वजनिक पेशकश (IPO) प्रारंभ करने के खोए हुए अवसर के संबंध में, PW-1 ने प्रस्तावित संयुक्त उद्यम मूल्य में वादी के

हिस्से के रूप में अनुमानित 5 करोड़ अमेरिकी डॉलर के उचित मुआवजे का दावा किया है। PW-1 ने व्यवसाय योजना की बिक्री के आधार पर आर्थिक नुकसान को 33.78 मिलियन अमेरिकी डॉलर और न्यूनतम बिक्री के आधार पर टी. एल. ए. के संदर्भ में 21.85 मिलियन अमेरिकी डॉलर के रूप में मापा है। इसके अलावा, PW-1 इस बात पर प्रकाश डालता है कि प्रतिवादी की अनधिकृत गतिविधियों का वादी की क्षेत्रीय विस्तार योजनाओं पर व्यापक प्रभाव पड़ा। PW-1 ने यह कहने के लिए गवाही दी है कि वादी बांग्लादेश, श्रीलंका और पाकिस्तान में संचालन का विस्तार करने का इरादा रखते थे, भारत से अनुमानित रॉयल्टी का कम से कम आधा उत्पन्न करने की उम्मीद करते थे। हालाँकि, बाजार की विघटनकारी स्थितियों के कारण उल्लंघन हुआ, उक्त विस्तार के प्रयासों को विफल कर दिया गया। नतीजतन, PW-1 अमेरिकी डॉलर 16.89 मिलियन और अमेरिकी डॉलर 10.93 मिलियन के बीच खोई हुई रॉयल्टी आय के लिए मुआवजे का दावा करता है। PW-1 ने यह भी कहा कि वादी की प्रतिष्ठा को काफी नुकसान हुआ, जिससे खुदरा भागीदारों और उपभोक्ताओं के बीच विश्वास और विश्वास की हानि हुई। इसके अलावा, PW-1 ने विशेष रूप से दावा किया है कि याचिकाकर्ताओं को बीएचपीसी ब्रांड और चिह्नों में ग्राहकों के विश्वास को फिर से बनाने के लिए विपणन व्यय बढ़ाने के लिए मजबूर किया गया है, जो प्रतिवादियों के कार्यों से गंभीर रूप से क्षतिग्रस्त हो गए थे। इन अतिरिक्त विपणन लागतों के मुआवजे के रूप में, PW-1, 50 लाख अमेरिकी डॉलर के क्षतिपूर्ति नुकसान का दावा करता है। इसके अतिरिक्त, वादियों में से उल्लंघनकारी गतिविधियों के

कारण घटती ख्याति और प्रतिष्ठा के लिए उचित मुआवजे के रूप में 50 लाख अमेरिकी डॉलर की और मांग करता है।

छ2. साक्ष्य PW-2 – श्री संजय शेट्टी

65. PW-2, श्री संजय शेट्टी, मेजर ब्रांड्स (इंडिया) प्राइवेट के एक अधिकारी थे। उक्त PW-2-श्री संजय शेट्टी 2014 से बी.एच.पी.सी. ब्रांडों के तहत संचालन संभाल रहे थे और बी.एच.पी.सी. ब्रांड के तहत विभिन्न फुटकर दुकानों आदि की व्यक्तिगत जानकारी रखते थे। उनके साक्ष्य के अनुसार, कंपनी मेजर ब्रांड्स, जिसे अब अपैरल ग्रुप इंडिया कहा जाता है, ने परिधान उत्पादों सहित विभिन्न खुदरा उत्पादों के लिए भारत में 100 से अधिक खुदरा स्टोर खोले थे। इसलिए, PW-2 ने भारतीय फैशन बाजार में उपभोक्ता रुझानों के बारे में प्रत्यक्ष जानकारी होने का दावा किया और उसी के बारे में गवाही दी।

66. PW-2 ने बताया कि लक्षित ग्राहक उनके द्वारा पहने जाने वाले ब्रांडों को कैसे समझता है। PW-2 के अनुसार, किसी ब्रांड की सामाजिक अपील को बाजार की छवि के साथ-साथ उसके मूल्य निर्धारण से भी आंका जाता है। यहाँ तक कि गुणवत्ता को भी उत्पाद के मूल्य निर्धारण के आधार पर आंका जाता है। एक धारणा है कि सस्ती कीमत वाले उत्पाद कम गुणवत्ता वाले होते हैं और उच्च कीमत वाले उत्पाद उच्च गुणवत्ता वाले होते हैं। उनके अनुसार, विलासिता ब्रांडों को सम्मान मिलता है। PW-2 के अनुसार, जालसाजी के परिणामस्वरूप ब्रांड की विश्वसनीयता नष्ट हो जाती है। आम तौर पर, लक्जरी ब्रांड छूट

पर उत्पादों की पेशकश नहीं करते हैं। PW-2 के अनुसार, बीएचपीसी उत्पादों को किफायती विलासिता उत्पादों के रूप में रखा गया था। लक्षित दर्शक और ग्राहक आधार मुख्य रूप से ऊपर की ओर गतिशील युवा शहरी पेशेवरों का गठन करते हैं जो एक निश्चित मूल्य सीमा के भीतर बाजार में रुझानों का पालन करना चाहते थे। PW-2 के अनुसार, बीएचपीसी विशेष रूप से अपने दो प्रतिद्वंद्वियों, यू. एस. पोलो एसोसिएशन और राल्फ लॉरेन पोलो कंपनी के बीच स्थित था। अपैरल ग्रुप इंडिया के साथ टी. एल. ए. ने एक खंड प्रदान किया जिसमें लाइसेंसधारी को व्यावसायिक योजना की बिक्री और न्यूनतम बिक्री प्राप्त करने के लिए आवश्यक/अनिवार्य किया गया था, जिसके आधार पर रॉयल्टी का भुगतान किया जाएगा। PW-2 के अनुसार, ऑनलाइन खरीदारी ने मोबाइल फोन के प्रवेश के साथ खुदरा फैशन उद्योग को बाधित कर दिया है। हालाँकि, ऑनलाइन खरीदारी ब्रांडों के लिए गुणवत्ता और मूल्य निर्धारण को नियंत्रित करना मुश्किल बना देती है। इसे देखते हुए, कई ब्रांडों ने ऑनलाइन व्यवसाय में शामिल नहीं होने का विकल्प चुना है।

68. संचालन के पहले वर्ष में, व्यवसाय ने बहुत अच्छा प्रदर्शन किया। हालाँकि, इसके बाद बिक्री में गिरावट आई और PW-2 के अनुसार, प्रतिवादियों द्वारा उल्लंघन उसी के प्रमुख कारणों में से एक था। PW-2 ने भी PW-1 द्वारा दिए गए साक्ष्य को दोहराते हुए भारत क्षेत्र में गिरते बिक्री आंकड़ों की तुलना जीसीसी क्षेत्र के आंकड़ों से की है जो इसी अवधि के दौरान काफी बढ़ गए थे।

छ 3. PW-3 का साक्ष्य-श्री गगनप्रीत सिंह पुरी

69. PW-3 20 वर्षों के अनुभव के साथ एक चार्टर्ड एकाउंटेंट है। उन्होंने नुकसान की गणना के लिए विभिन्न मॉडलों के संबंध में बयान दिया। इस प्रकार, PW-3 ने आर्थिक नुकसान की मात्रा निर्धारित करने के लिए एक स्वतंत्र विशेषज्ञ के रूप में पदच्युत किया है। परिमाणीकरण तीन अलग-अलग अवधियों पर आधारित है अर्थात

i) 26 नवंबर, 2012 से 31 जुलाई, 2015 तक की पूर्व-उल्लंघन अवधि;

ii) 1 अगस्त, 2015 से 31 जुलाई, 2020 तक उल्लंघन की अवधि, उस अवधि से शुरू होती है जब प्रतिवादियों ने उत्पादों को लॉन्च किया था और जुलाई, 2020 तक बिक्री की जानकारी प्रदान की थी;

iii) 1 अगस्त, 2020 और उसके बाद की उल्लंघन अवधि।

70. PW-3 ने हानियों की गणना करने और मुआवजे की राशि निर्धारित करने के उद्देश्य से विभिन्न मॉडलों का उपयोग किया है, जिसके हकदार वादी हैं। इस उद्देश्य के लिए, PW -3 ने वादियों की स्थिति निम्नलिखित प्रकार से स्थापित की है:

> "5 जैसा कि जीएआर प्रकाशन में निर्धारित किया गया है, मैंने लाभ के नुकसान या आर्थिक नुकसान की गणना के लिए विश्व स्तर पर स्वीकृत पद्धतियों में से एक का उपयोग किया है, जिसमें निम्नलिखित की तुलना शामिल हैः

- वादी की वित्तीय स्थिति किसी भी उल्लंघन या नुकसान के कारण के अभाव में रही होगी (लेकिन स्थिति के लिए)
- वादी की वित्तीय स्थिति वास्तव में इस तरह के उल्लंघन या नुकसान के कारण (वास्तविक स्थिति) के परिणामस्वरूप है।
- नुकसान की गणना करने के लिए, PW-3 ने टी. एल. ए. को आधार के रूप में लिया है और वादी को हुए आर्थिक नुकसान का अनुमान लगाने के लिए रॉयल्टी के निर्धारित प्रतिशत को लागू किया है। 'लेकिन के लिए' प्रदर्शन परिदृश्य की गणना के लिए, PW-3 ने 1 अगस्त, 2015 और 31 जुलाई, 2020 के बीच की अवधि के लिए वास्तविक बिक्री डेटा पर विचार किया है, जो भारत में बी.एच.पी.सी. के व्यवसाय की शुरुआत के समय हुई परिचालन देरी के लिए समायोजन है। इसके अतिरिक्त, बाजार-आधारित मूल्यांकन के लिए, PW-3 ने बी.एच.पी.सी. के अनुमानित बिक्री रुझानों और बाजार की स्थिति को मान्य करने के लिए 14 जून, 2020 की वजीर रिपोर्ट सहित भारतीय फैशन बाजार से उद्योग साहित्य और अंतर्दृष्टि को शामिल किया है।
- PW-3 के अनुसार, वादी की 'बट-फॉर' स्थिति की गणना करने के बाद, 2015-16 से 2023-24 तक के सभी वर्षों के लिए बिक्री का कुल अनुमान लगभग 34.3 करोड़ डॉलर रहा होगा। PW-3 ने भी इसके बाद वास्तविक और नकली प्रदर्शन के आधार पर इसकी गणना की है और इस निष्कर्ष पर पहुंचा है कि वादी टी. एल. ए.

के तहत निर्धारित न्यूनतम बिक्री मानदंडों के आधार पर $21.85 मिलियन डॉलर और टी. एल. ए. के तहत निर्धारित व्यापार बिक्री योजना मानदंडों के आधार पर $33.78 मिलियन डॉलर के हकदार होंगे। PW-3 द्वारा निर्धारित गणना का सारांश नीचे दिया गया हैः

"6. ***कार्यकारी सारांश***

6.1 ऊपर सेक्शन 5 में उल्लिखित कार्यप्रणाली के आधार पर, मैंने आई.पी. उल्लंघन के कारण सेवादाता द्वारा झेले गए आर्थिक नुकसान की गणना की है, जैसा कि ऊपर सेक्शन 2.6 में सूचीबद्ध है।

बट-फॉर प्रदर्शन

6.2 टीएलए की धारा 4.2, भारत में बी.एच.पी.सी . के लिए अपेक्षित 'बिजनेस प्लान बिक्री' और 'न्यूनतम बिक्री' की मात्रा निर्धारित करती है।

6.3 मैंने बट-फॉर प्रदर्शन की गणना के लिए टीएलए को एक विश्वसनीय आधार के रूप में माना है। इसका तर्क निम्नलिखित है:

- *भारत में पूर्व-उल्लंघन अवधि के दौरान बी.एच.पी.सी की वास्तविक बिक्री मात्रा, संचालन में देरी को ध्यान में रखने के बाद, टी.एल.ए में निर्धारित 'व्यावसायिक योजना बिक्री' (21.92% अधिक) और 'न्यूनतम बिक्री' (74.17% अधिक) दोनों से अधिक थी। इसे मेरे रिपोर्ट के अनुभाग 7.6 से 7.11 में विस्तार से समझाया गया है।*
- वास्तविक मात्रा, टी. एल. ए. में निर्धारित "व्यावसायिक योजना बिक्री" (21.92%) और "न्यूनतम बिक्री" (74.17%) दोनों से अधिक थी। इसे मेरी रिपोर्ट की धारा 7.6 से धारा 7.11 में विस्तार से समझाया गया है।

• *इसके अलावा, टीएलए का अतिरिक्त परीक्षण करने के लिए, मुझे सूचित किया गया कि वादी का एम बी आई पी एल की एक सहायक कंपनी के साथ गल्फ कोऑपरेटिंग कंट्रीज ("GCC") क्षेत्र के लिए समान ट्रेड लाइसेंस एग्रीमेंट था GCC में बी.एच.पी.सी. के लिए टी एल ए में भी बी.एच.पी.सी. के लिए GCC में "बिजनेस प्लान सेल्स" और "न्यूनतम सेल्स" के समान मानक दिए गए थे। अधिवक्ता द्वारा मुझे GCC के लिए प्रदान की गई जानकारी के आधार पर, GCC में बी.एच.पी.सी. की वास्तविक बिक्री बी.एच.पी.सी. के लिए टी एल ए अनुसार न्यूनतम बिक्री से अधिक थी। चूँकि, वादी और एमबीआईपीएल की एक सहायक कंपनी के बीच व्यावसायिक संबंधों से किसी अन्य भौगोलिक स्थान के लिए न्यूनतम बिक्री, GCC में बी.एच.पी.सी. के लिए टी एल ए के अनुरूप थी, इससे वादी को हुए आर्थिक नुकसान के परिमाण के लिए टी एल ए अनुसार न्यूनतम बिक्री पर भरोसा करने में अतिरिक्त संतोष मिला। इसका विस्तृत विवरण मेरी रिपोर्ट के **अनुभाग 7.13 और अनुभाग 7.14 में दिया गया है।***

6.4 टी. *एल. ए. के अनुसार, व्यवसाय की पहली अवधि 1 जनवरी 2013 से 31 जुलाई 2014 तक, व्यवसाय की दूसरी अवधि अगस्त 2014 से जुलाई 2015 तक, व्यवसाय की 5वीं अवधि अगस्त 2017 से जुलाई 2018 तक और व्यवसाय की 10वीं अवधि अगस्त 2022 से जुलाई 2023 तक की परिकल्पना की गई थी।*

6.5 *मुझे बताया गया कि भारत में बी.एच.पी.सी. का पहला स्टोर खोलते हुए परिचालन में कुछ देरी हुई थी और कौंसिल द्वारा मुझे उपलब्ध कराई गई जानकारी के आधार पर, भारत में बी.एच.पी.सी. के लिए पहली बिक्री दिसंबर 2013 में हुई थी। दिसंबर 2013 से जुलाई 2014 (8 महीने) तक की बिक्री की तुलना, 1 जनवरी*

2013 से 31 जुलाई 2014 (19 महीने) तक टी. एल. ए. में परिकल्पित बिक्री के साथ, तुलनीय नहीं होगी।

6.6 *इसलिए, भारत में बी.एच.पी.सी. के वास्तविक व्यवसाय की पहली अवधि दिसंबर 2013 से जुलाई 2015 तक, वास्तविक व्यवसाय की दूसरी अवधि अगस्त 2015 से जुलाई 2016 तक (2015-16 तक), वास्तविक व्यवसाय की पांचवीं अवधि अगस्त 2018 से जुलाई 2019 तक (बी. वाई. 2018-19) और वास्तविक व्यवसाय की दसवीं अवधि अगस्त 2023 से जुलाई 2024 तक (बी. वाई. 2023-24) होगी। तदनुसार, मैं टी. एल. ए. के खंड 4.2 के अनुसार बिक्री की तुलना भारत में बी.एच.पी.सी. के वास्तविक व्यवसाय की संबंधित अवधि से करता हूं। इसे मेरी रिपोर्ट की* ***धारा 7.6 से धारा 7.11 में*** *विस्तार से समझाया गया है।*

6.7 टी.एल.ए. में 5वें अवधि तक "न्यूनतम बिक्री" के संबंध में वार्षिक जानकारी शामिल थी। इसके अलावा,टीएलए में यह भी बताया गया है कि व्यवसाय के 10वें वर्ष यानी 2023-24 तक न्यूनतम बिक्री की राशि 25.00 मिलियन अमेरिकी डॉलर तक होनी चाहिए।

छ4. PW-4 का साक्ष्य-श्री अरविंद ढींगरा

73. PW-4 बीएचपीसी के व्यावसायिक प्रदर्शन पर प्रतिवादियों की कथित उल्लंघन गतिविधियों के प्रभाव का आकलन करने के लिए वादी द्वारा नियुक्त एक स्वतंत्र विशेषज्ञ है। उन्होंने बयान दिया कि प्रतिवादियों की उल्लंघनकारी गतिविधियों के परिणामस्वरूप भारत में बी.एच.पी.सी. के व्यवसाय में उल्लेखनीय गिरावट आई है। अपने साक्ष्य में, वह इस प्रकार निष्कर्ष निकालते हैं:

• *बेवर्ली हिल्स पोलो क्लब* ब्रांड के मौलिक व्यावसायिक मापदंड, जैसे कि मूल्य निर्धारण और उत्पाद की गुणवत्ता, समीक्षाधीन अवधि के दौरान अपरिवर्तित रहे। तदनुसार, वह बयान देता है कि पहले वर्ष के बाद वादी के व्यावसायिक प्रदर्शन में गिरावट को किसी भी आंतरिक कारक के लिए जिम्मेदार नहीं ठहराया जा सकता है और यह प्रतिवादियों की उल्लंघनकारी गतिविधियों के लिए जिम्मेदार होगा।

• अपनी गवाही में उन्होंने कहा कि जुलाई 2015 और जुलाई 2020 के बीच बिक्री में गिरावट सीधे ऑनलाइन बाजारों में भारी छूट वाले उल्लंघन करने वाले उत्पादों की उपलब्धता से जुड़ी थी, विशेष रूप से Amazon पर, जो व्यापक पहुंच के साथ एक प्रमुख ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म है।

• यह मामला ब्रांड तोड़-फोड़ के एक उत्कृष्ट उदाहरण का प्रतिनिधित्व करता है, जहां एक बाजार की दिग्गज कंपनी ने एक उभरते हुए ब्रांड को बाधित कर दिया है, इसके बावजूद कि उसके पास मजबूत व्यावसायिक बुनियादी तत्व हैं। अपने बयान में, वह कहता है कि यह नुकसान जानबूझकर या अनजाने में किया गया हो सकता है, लेकिन प्रभाव वही रहता है, यानी वादी के व्यवसाय को हानिकारक नुकसान।

• उपरोक्त कारकों के आधार पर, PW-4 यह कहने के लिए गवाही देता है कि उसे कोई संदेह नहीं है कि बेवर्ली हिल्स पोलो क्लब ब्रांड के तहत वादी के व्यवसाय में महत्वपूर्ण गिरावट के लिए प्रतिवादियों की उल्लंघनकारी गतिविधियाँ सीधे जिम्मेदार थीं।

PW-4 के साक्ष्य शपथ पत्र के प्रासंगिक उद्धरण नीचे दिए गए हैं :

"XXX XXX XXX

24. *इसलिए, स्पष्ट रूप से, व्यापार में इस गिरावट के लिए बाहरी ताकतें जिम्मेदार थीं, यह देखते हुए कि बेवर्ली हिल्स पोलो क्लब ब्रांड के तहत बेचे जाने वाले उत्पादों की कीमत और गुणवत्ता काफी हद तक स्थिर रही।*

25. ***<u>जुलाई 2015 से जुलाई 2020 की अवधि के लिए भारत में बेवर्ली हिल्स पोलो क्लब ब्रांड की बिक्री की संख्या में गिरावट स्पष्ट रूप से बाजार में भारी छूट वाले विवादित उत्पादों की उपलब्धता के कारण हुई थी, और वह भी अमेज़न जैसे सर्वव्यापी मंच पर।</u>***

26. *मेरा कहना है कि यह मामला ब्रांडों की श्रेणीबद्ध तोड़फोड़ में से एक का प्रतिनिधित्व करता है-जहां बाजार के एक दिग्गज ने एक आगामी ब्रांड को तोड़ दिया है, जिसके सभी बुनियादी तत्व या तो जानबूझकर या अनजाने में मजबूत हो रहे थे।*

27. ***<u>इसलिए, इस और उपरोक्त कारणों को ध्यान में रखते हुए, मुझे कोई संदेह नहीं है कि उल्लंघनकारी गतिविधियाँ बेवर्ली हिल्स पोलो क्लब ब्रांड के तहत वादी के व्यवसाय में गिरावट के लिए सीधे तौर पर जिम्मेदार हैं।</u>***"

"छ5. PW-5 का साक्ष्य-श्री गेविन रॉलिंग

74. PW-5 एक स्वतंत्र विशेषज्ञ भी है जिसे ब्रांडेड फैशन व्यवसाय में 30 वर्षों का अनुभव है। उन्होंने इस व्यवसाय में अपने अनुभव के बारे में बताया है कि कैसे TKMAXX स्टोर के साथ एक सलाहकार के रूप में अपने कार्यकाल के दौरान, उसने न केवल ई-कॉमर्स का प्रत्यक्ष अनुभव प्राप्त किया, बल्कि ब्रांडेड परिधान, एक्सेसरीज़, फुटवियर को मूल और छूट वाले दामों पर बेचने की अवधारणा का भी ज्ञान हासिल किया। उसे नकल उत्पादों से निपटने का भी अनुभव है। वह ई-कॉमर्स के आगमन के साथ ब्रांड बिल्डिंग रणनीतियों की गतिशीलता में बदलाव को मान्यता देते हैं। PW-5 यह कहते हैं कि ऑनलाइन प्लेटफ़ॉर्म पर ब्रांड को नुकसान पहुँचाने वाले चार कारक हैं:

i) नकली/नकली उत्पादों की बिक्री;

ii) ब्रांड/लाइसेंसधारी द्वारा आक्रामक प्रचार और छूट की रणनीति;

iii) धूसर बाजार व्यापार;

iv) स्थापित ब्रांड, व्यापार चिह्न और शैलियों की प्रतिलिपि बनाना।

75. PW-5 का यह भी कहना है कि भारी छूट के कारण लक्जरी ब्रांडों पर हानिकारक प्रभाव पड़ सकता है। वह इस बात पर जोर देते हैं कि ब्रांडेड उत्पादों की छूट, चाहे वह स्वयं ब्रांड द्वारा हो या अधिकृत खुदरा विक्रेताओं द्वारा, गंभीर ब्रांड क्षरण और कुछ मामलों में विलुप्त होने का कारण बन सकती है। जी-स्टार रॉ, एक प्रीमियम डेनिम ब्रांड के साथ अपने अनुभव से आकर्षित करते हुए, वे बताते हैं कि अंधाधुंध छूट से कथित ब्रांड मूल्य में काफी कमी आती है, जिससे लक्जरी ब्रांडों के लिए अपनी प्रीमियम बाजार स्थिति को बनाए रखना मुश्किल हो जाता है। उनके अनुसार, ब्रांडेड उत्पादों पर भारी छूट से भारी नुकसान हो सकता है और ब्रांड भी विलुप्त हो सकते हैं

76. ब्रांड/व्यापार चिह्न की नकल के प्रभाव के संबंध में, PW-5 ने एक लोकप्रिय हाई स्ट्रीट फैशन ब्रांड का एक विशिष्ट उदाहरण प्रदान किया, जिसे अपने व्यापार चिह्न और विशिष्ट डिजाइन तत्वों की बड़े पैमाने पर नकल के कारण महत्वपूर्ण कमजोर पड़ने का सामना करना पड़ा। उन्होंने नोट किया कि बड़े पैमाने पर उल्लंघन किसी ब्रांड की विशिष्टता को नष्ट कर सकता है और इसकी आकांक्षी अपील को कम कर सकता है, जो

प्रीमियम और लक्जरी ब्रांडों की प्रतिष्ठा को बनाए रखने के लिए महत्वपूर्ण है। जहां तक बी.एच.पी.सी. ब्रांड का संबंध है, PW-5 उस जानकारी को निर्धारित करता है जो उसने वादी से सीखी है। उन्होंने कहा कि बी.एच.पी.सी. का हॉर्स एंड पोलो प्लेयर लोगो उल्लंघन करने वाले उत्पादों द्वारा उपयोग किए जाने वाले लोगो के समान है, जिससे उपभोक्ता भ्रमित हो जाते हैं और ब्रांड कमजोर हो जाते हैं। PW-5 के अनुसार, उल्लंघन करने वाले उत्पादों में लगभग समान लोगो का उपयोग जो मूल मूल्य के 10 प्रतिशत से भी कम पर बेचे जा रहे हैं, एफक्यूपीबी (फैशन, गुणवत्ता, मूल्य और ब्रांड) भागफल के तिरछे होने की ओर ले जाता है, जो ब्रांड की स्थिति और बाजार की धारणा का आकलन करने के लिए उपयोग किया जाने वाला एक प्रमुख मीट्रिक है। उनके शपथ पत्र के प्रासंगिक पैराग्राफ नीचे दिए गए हैं:

> "119. *शुरुआत के लिए, किसी को यह निष्कर्ष निकालने के लिए शर्लक होम्स होने की आवश्यकता नहीं है कि विवादित उत्पादों पर 'घोड़ा और पोलो खिलाड़ी' प्रतीक बीवर्ली हिल्स पोलो क्लब ब्रांड के 'घोड़ा और पोलो खिलाड़ी' प्रतीक के समान ही है। इसलिए, अपनी राय के उद्देश्य से, मैं मानूंगा कि ये दो चिह्न एक-दूसरे के लगभग समान पाए जाते हैं, हालांकि मैं इस बिंदु पर कोई राय व्यक्त नहीं करता, जो वकीलों द्वारा दिखाए जाने के लिए है। <u>एक बार जब ऐसे लगभग समान लोगो वाले वस्त्र उत्पाद उपभोक्ताओं के लिए उपलब्ध हो जाते हैं, तो मूल उत्पादों के पूर्ण मूल्य पर बाजार खो गया माना जाता है।</u>*
>
> 120. *इसलिए, जैसे ही कोई उपभोक्ता संदिग्ध उत्पादों को बिवर्ली हिल्स पोलो क्लब ब्रांड के तहत वादी के असली / मूल उत्पादों से जोड़ने लगेगा, यह तुरंत भारत में बिवर्ली हिल्स पोलो क्लब ब्रांड के लिए 'मृत्यूसंकेत' बजा देगा। स्पष्ट रूप*

से, यदि भारत में बिवर्ली हिल्स पोलो क्लब ब्रांड के असली परिधान की कीमत रू.3,000 और रू.4,000 के बीच थी, और संदिग्ध उत्पाद रू.375 की कीमत सीमा में बेचे जा रहे थे, लगभग 80% से 90% की कटौती, तो आप मूल ब्रांड को नष्ट मान सकते हैं। बीवर्ली हिल्स पोलो क्लब ब्रांड का 'एफक्यूपीबी' (फैशन, गुणवत्ता, कीमत और ब्रांड का स्तर) अनुपात पूरी तरह से नकारात्मक दिशा में झुक जाता है।

121.1 *समस्या को और भी गंभीर मान लेगा जब मैं समझता हूं कि एक अमेज़न - इकाई (अमेज़न टेक्नोलॉजीज) स्थानीय सहायक अमेज़न सेलर सर्विसेज प्राइवेट लिमिटेड की सहायता से एक ही मंच के स्वामित्व वाले मंच पर इन गतिविधियों को चला रही थी। ऐसा इसलिए है क्योंकि अमेज़न इकाइयों के उत्पादों को अमेज़न ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म पर जो आकर्षण और लाभ मिलता है, वह किसी से कम नहीं है। इससे अंतिम उपभोक्ताओं के लिए विवादित उत्पादों की अधिक दृश्यता होती और विवादित उत्पादों से भारत में बेवर्ली हिल्स पोलो क्लब ब्रांड को होने वाले नुकसान की संभावना और सीमा बढ़ जाती। गूगल द्वारा अपने सर्च-इंजन प्लेटफॉर्म पर दी जाने वाली भुगतान सेवाओं के बीच एक समानता स्पष्ट रूप से खींची जा सकती है। जुलाई 2015 से जुलाई 2020 की अवधि के लिए भारत में बेवर्ली हिल्स पोलो क्लब ब्रांड की बिक्री की संख्या में गिरावट इस बात का प्रमाण है कि इस तरह की क्षति हुई थी और इस तरह की गतिविधियों का प्रभाव गंभीर था। मुझे इसमें कोई संदेह नहीं है कि बिक्री में ऐसी गिरावट बाजार में विवादित उत्पादों की उपलब्धता के कारण हुई थी।"*

78. PW-5 आगे यह बयान देता है कि अमेज़न जैसे प्रमुख ई-कॉमर्स प्लेटफ़ॉर्म पर गहरे डिस्काउंट वाले उल्लंघनकारी उत्पादों की दृश्यता नुकसान को और बढ़ा देती है। उन्होंने इसे गूगल पर भुगतान किए गए सर्च विज्ञापन से जोड़कर समझाया, यह बताते हुए कि प्लेटफ़ॉर्म-स्वामित्व वाले ब्रांड या पसंदीदा लिस्टिंग असमान रूप से उपभोक्ता ध्यान

आकर्षित करते हैं, जिससे बी.एच.पी.सी.जैसे स्थापित ब्रांडों को होने वाले नुकसान की मात्रा बढ़ जाती है। PW-5 यह निष्कर्ष निकालते हैं कि जुलाई 2015 से जुलाई 2020 तक भारत में बी.एच.पी.सी. की बिक्री आंकड़ों में गिरावट, प्रतिवादियों की उल्लंघनकारी गतिविधियों द्वारा हुए गंभीर नुकसान का स्पष्ट प्रमाण है, जिससे कोई संदेह नहीं रह जाता कि नकली और गहरे छूट वाले उत्पादों की उपलब्धता का प्रत्यक्ष प्रभाव वादी के व्यवसाय पर पड़ा। PW-5 यह भी बताता है कि वादी की ख्याति अमेज़न द्वारा भारी छूट देने के कारण क्षतिग्रस्त हो गई है, और अमेज़न द्वारा उल्लंघनकारी लोगो का उपयोग वादी के ब्रांड पर सीधा हमला है।

<u>ज. निष्कर्ष</u>

79. न्यायालय ने दलीलों, रिकॉर्ड पर रखे गए दस्तावेजों और वादी के नेतृत्व में साक्ष्य का अध्ययन किया है। जैसा कि पहले ही ऊपर चर्चा की जा चुकी है, प्रतिवादी संख्या 1 मुकदमे को लड़ने में विफल रहा है, हालाँकि उसे मुकदमे की कार्यवाही की पूरी जानकारी है। वास्तव में, प्रतिवादी संख्या 2 के अधिवक्ता प्रतिवादी संख्या 1 के लिए पेश हुए थे और न्यायालय के समक्ष प्रस्तुतियाँ दी थीं। इस प्रकार, मुकदमे की विचाराधीनता प्रतिवादी संख्या 1 की जानकारी के भीतर है। उल्लङ्घन करने वाले उत्पादों को भारत में बेचा जा रहा था और इस प्रकार यह न्यायालय एक सक्षम अधिकार क्षेत्र का न्यायालय है। प्रतिवादी संख्या 2 और प्रतिवादी संख्या 3 क्रमशः खुदरा विक्रेता और प्लेटफॉर्म हैं जिन्हें पहले ही स्थायी निषेधाज्ञा का सामना करना पड़ चुका है। प्रतिवादी संख्या 2 ने वास्तव में

मौद्रिक हर्जाने की डिक्री का सामना किया है और न्यायालय में उक्त राशि जमा करके इसका पालन किया है। जैसा कि 5 सितंबर, 2022 के आदेश से स्पष्ट है, प्रतिवादी सं.1 और 2 प्रतिवादी सं. 2 के अधिवक्ता के रूप में जुड़े हुए हैं, जिन्होंने उक्त सुनवाई में प्रतिवादी सं.1 का प्रतिनिधित्व किया और कहा कि प्रतिवादी सं. 1 स्थायी निषेधाज्ञा भुगतने को तैयार है। ब्रांड के स्वामित्व और उल्लंघनकारी आचरण के लिए किसी भी बचाव या चुनौती के अभाव में, न्यायालय वास्तव में आदेश VIII नियम 10 सी. पी. सी. के प्रावधानों के साथ-साथ दिल्ली उच्च न्यायालय बौद्धिक संपदा प्रभाग नियम, 2022 (इसके बाद 'आई. पी. डी. नियम') के नियम 27 के संदर्भ में भी सबूत के बिना फैसला सुना सकती थी। आई. पी. डी. नियमों के नियम 27 के अनुसार, इस न्यायालय को वाणिज्यिक न्यायालय अधिनियम, 2015 द्वारा संशोधित आदेश XIII-ए, सी. पी. सी. के समान सिद्धांतों पर संक्षिप्त निर्णय लेने के लिए एक विशिष्ट आवेदन दायर करने की आवश्यकता के बिना एक संक्षिप्त निर्णय पारित करने का अधिकार था।

80. हालाँकि, वादी ने वर्तमान मुकदमे में नुकसान का दावा किया है और विश्व स्तर पर और भारत में अमेजन की गतिविधियों के व्यापक विस्तार पर विचार करते हुए, वादी ने वास्तविक नुकसान की मात्रा निर्धारित करने के लिए मामले में साक्ष्य का नेतृत्व करने का विकल्प चुना है। सभी पाँच गवाहों के साक्ष्य को इस न्यायालय द्वारा ऊपर संक्षेप में प्रस्तुत किया गया है। वादी की ओर से, दो गवाहों यानी PW-1 और PW-2 ने गवाही दी है-दोनों को वादी के ब्रांड की प्रतिष्ठा, उनके उपभोक्ता आधार, लाइसेंस मॉडल, व्यापार

चिह्न पंजीकरण और बिक्री के आंकड़ों जैसे महत्वपूर्ण पहलुओं के बारे में व्यक्तिगत जानकारी थी। उन्होंने वादी की गतिविधियों, वादी के स्वामित्व वाले अधिकारों, किए गए समझौतों और नुकसान के दावे के संबंध में बयान दिया है। उन्होंने वादी की गतिविधियों, वादीगणों के द्वारा स्वीकृत अधिकारों, किए गए समझौतों और हर्जाने के दावे के संबंध में गवाही दी है। उल्लंघन करने वाले चिह्नों और उत्पादों की जांच से पता चलता है कि यह एक ऐसा मामला है जहाँ यह निर्धारित करने के लिए कि क्या कोई ट्रेडमार्क उल्लंघन हुआ है, 'त्रि-परिचय परीक्षण' पूरा हुआ है:

- घोड़े के डिवाइस का लोगो लगभग समान है।

वादीगणों के डिवाइस चिह्न	**प्रतिवादी द्वारा प्रयुक्त चिह्न**

- वस्तुएं एक समान हैं-- परिधान।

- उपभोक्ता/व्यापार चैनल भी समान हैं।

न्यायालय ने पहले ही 2 मार्च, 2023 के आदेश के माध्यम से कहा है कि वादी किसी भी तरह से बी. एच. पी. सी. लोगो का उपयोग करने से प्रतिवादी संख्या 1 के खिलाफ स्थायी निषेधाज्ञा के हकदार हैं। इस प्रकार, वाद के पैराग्राफ 64 (ए), (बी) और (सी) के संदर्भ में प्रतिवादी संख्या 1 के तहत अभिनिर्धारित होने के लिए उत्तरदायी है।

81. जहाँ तक नुकसान के पहलू का संबंध है, इस न्यायालय ने इस पहलू पर काफी विचार किया है। ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म के आगमन के साथ, पारंपरिक तरीके से वस्तुओं और सेवाओं की बिक्री लगभग बाधित हो गई है। ई-कॉमर्स प्लेटफ़ॉर्म्स के आगमन के साथ ही पारंपरिक तरीके से वस्तुओं और सेवाओं की बिक्री लगभग बाधित हो गई है। उपभोक्ता अपने घरों की सुविधा से खरीदारी करना पसंद करते हैं। जोर तेजी से समीक्षा, ऑर्डर और डिलीवरी पर है। समय की कीमत अधिक होने के कारण, ई-कॉमर्स प्लेटफ़ॉर्म्स के माध्यम से बिक्री न केवल बढ़ी है बल्कि असाधारण सीमाओं तक पहुँच गई है। वैश्विक स्तर पर ई-कॉमर्स उद्योग के सबसे बड़े खिलाड़ियों में से एक अमेज़न है। प्रतिवादी संख्या 1 – अमेज़न टेक्नोलॉजीज आईएनसी. का मुख्यालय सिएटल, यू.एस.ए. में है, लेकिन यह विश्व के कई देशों में अपने ई-कॉमर्स व्यवसाय चलाता है, जिनमें भारत भी शामिल है। अधिकांश प्रमुख बाजारों में, अमेज़न प्लेटफ़ॉर्म अपने सहयोगी संस्थानों, सहायक कंपनियों या समूह कंपनियों के माध्यम से देश-आधारित वेबसाइट पर चलता है।

प्लेटफ़ॉर्म www.amazon.in अन्य ई-कॉमर्स प्लेटफ़ॉर्म की तरह अपनी वेबसाइट पर कम से कम दो प्रकार के उत्पादों की बिक्री करेगा अर्थात,

i) तीसरे पक्ष के खुदरा विक्रेताओं के उत्पाद जो इसके किसी भी समूह या सहयोगी कंपनी से किसी भी तरह से जुड़े नहीं हैं,

ii) ऐसे उत्पाद जो प्रमुख कंपनी- अमेज़न टेक्नोलॉजीज़ आईएनसी या समूह कंपनियों या सहयोगी कंपनियों या सहायक कंपनियों से संबंधित ब्रांडों के तहत खुदरा हैं।

82. वर्तमान मामले में, प्रतिवादी विशिष्ट आदेशों के बावजूद एक-दूसरे के बीच सटीक संबंध का खुलासा करने में विफल रहे हैं। हालाँकि, स्वीकार की गई स्थिति यह है कि ब्रांड 'प्रतीक' प्रतिवादी संख्या 1 का है। इसे अमेज़न ब्रांड लाइसेंस और वितरण समझौते के तहत प्रतिवादी संख्या 2 को लाइसेंस दिया गया था। प्रतिवादी संख्या 3 भी एक कंपनी है जो अमेज़न समूह का हिस्सा है। 83. आक्षेपित लोगो/चिह्न का उपयोग विवाद में नहीं है। प्रतिवादी संख्या 2 और प्रतिवादी संख्या 3 को पहले ही स्थायी निषेधाज्ञा का सामना करना पड़ चुका है। इस न्यायालय ने प्रतिवादी संख्या 1 को भी आदेश दिया है। सवाल यह है कि क्या प्रतिवादी संख्या 1 ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म पर इस तरह के स्पष्ट उल्लंघन के लिए हर्जाने का भुगतान करने के लिए उत्तरदायी होगा, जिसे e-infringementभी कहा जा

सकता है, क्योंकि यह वह संस्था थी जो प्रतिवादी संख्या 2 के उल्लंघन के लिए जिम्मेदार थी। इसका उत्तर स्पष्ट रूप से सकारात्मक है।

झ. नुकसान का आकलन

84. यह कानून में तय स्थिति है कि जब भी उल्लंघन साबित होता है, वादी हर्जाने के हकदार होते हैं। हर्जाना देने का मूल सिद्धांत वादी को उसके व्यापार चिह्न के अनधिकृत उपयोग के कारण हुए आर्थिक नुकसान की भरपाई करना है। व्यापार चिह्न अधिनियम, 1999 की धारा 135 के तहत, वादी के पास यह सुनिश्चित करते हुए नुकसान का दावा करने या लाभ के खातों को प्रस्तुत करने का विकल्प है कि उन्हें अपने व्यापार चिह्न के गैरकानूनी शोषण के लिए पर्याप्त रूप से मुआवजा दिया जाए। उक्त प्रावधान इस प्रकार हैः

> "135. *उल्लंघन या पासिंग ऑफ के मामलों में राहत—(1) उल्लंघन या पासिंग ऑफ के किसी भी मुकदमे में, जैसा कि धारा 134 में संदर्भित है, न्यायालय जो राहत प्रदान कर सकता है, उसमें निषेधाज्ञा (ऐसी शर्तों के अधीन, यदि कोई हों, जो न्यायालय उचित समझे) शामिल है और वादी के विकल्प पर, या तो क्षतिपूर्ति या लाभ का लेखा, इसके साथ या बिना किसी आदेश के उल्लंघन करने वाले लेबल और चिह्नों को नष्ट करने या मिटाने के लिए सौंपने का आदेश।*
>
> (2) *उप-धारा (1) के तहत निषेधाज्ञा के आदेश में निम्नलिखित मामलों में से किसी के लिए एकतरफा निषेधाज्ञा या कोई अंतर्वर्ती आदेश शामिल हो सकता है, अर्थात्ः*

क) *दस्तावेजों की खोज के लिए;*

(ख) उल्लंघन करने वाले सामान, दस्तावेजों या अन्य साक्ष्य का संरक्षण जो मुकदमे के विषय से संबंधित हैं;

(ग) प्रतिवादी को अपनी संपत्तियों के निपटान या व्यवहार से इस तरह से रोकना जिससे वादी की क्षति, लागत या अन्य आर्थिक उपचार की वसूली करने की क्षमता पर प्रतिकूल प्रभाव पड़ सकता है जो अंततः वादी को दिया जा सकता है।

(3) *उप-धारा (1) में किसी बात के होते हुए भी, न्यायालय नुकसान के रूप में (नाममात्र के नुकसान के अलावा) या किसी भी मामले में लाभ के कारण राहत नहीं देगा-*

(क) जहां किसी व्यापार चिह्न के उल्लंघन के मुकदमे में, उल्लंघन की शिकायत प्रमाणन व्यापार चिह्न या सामूहिक चिह्न के संबंध में है; या (ख) जहां उल्लंघन के मुकदमे में प्रतिवादी न्यायालय को संतुष्ट करता है-

(i) जिस समय उसने मुकदमे में शिकायत किए गए व्यापार चिह्न का उपयोग करना शुरू किया था, वह अनजान था और उसके पास यह विश्वास करने के लिए कोई उचित आधार नहीं था कि वादी का व्यापार चिह्न रजिस्टर पर था या कि वादी एक पंजीकृत उपयोगकर्ता था जिसका उपयोग अनुमत उपयोग के रूप में किया जा रहा था; और

(ii) *जब उसे व्यापार चिह्न में वादी के अधिकार के अस्तित्व और प्रकृति के बारे में पता चला, तो उसने तुरंत उन वस्तुओं या सेवाओं के संबंध में व्यापार चिह्न का उपयोग करना बंद कर दिया जिनके संबंध में वह पंजीकृत था; या जहां*

पारित करने के मुकदमे में, प्रतिवादी न्यायालय को संतुष्ट करता है—

(i) *जब उसने मुकदमे में शिकायत किए गए व्यापार चिह्न का उपयोग करना शुरू किया, तो वह अनजान था और उसके पास कोई उचित अधिकार नहीं था। यह विश्वास करने के लिए आधार कि वादी के लिए व्यापार चिह्न उपयोग में था; और*

(ii) जब उसे वादी के व्यापार चिह्न के अस्तित्व और प्रकृति के बारे में पता चला तो उसने तुरंत उस व्यापार चिह्न का उपयोग करना बंद कर दिया जिसकी शिकायत की गई थी।

85. ***टाइटन इंडस्ट्रीज बनाम नितिन पी. जैन और अन्य*** *में,* ***एम. ए. एन.यू./डी. ई./2590/2005,*** *इस न्यायालय के एकल विद्वान् न्यायाधीश ने इस बात पर प्रकाश डाला है कि व्यापार चिह्न और व्यापार अधिनियम, 1958 या व्यापार चिह्न अधिनियम, 1999 के तहत स्थापित व्यापार चिह्न उल्लंघन मुकदमों में, वादी के पास नुकसान या लाभ के खाते का दावा करने का विकल्प है। उक्त निर्णय ने यह भी दोहराया कि हर्जाना अधिकार का मामला है, जबकि लाभ का लेखा एक न्यायसंगत उपाय है, जो न्यायालय के विवेक पर दिया जाता है। उक्त निर्णय का प्रासंगिक उद्धरण नीचे दिया गया है:*

"17. नुकसान और/या लाभ के खाते के दावों पर अंग्रेजी न्यायालयों द्वारा निर्धारित उपरोक्त सिद्धांत अपकृत्यों में लागू सामान्य कानून

सिद्धांत पर आधारित हैं। अधिनियम की धारा 106 और व्यापार चिह्न अधिनियम, 1999 की धारा 135 में निहित इसके समकक्ष प्रावधान और कुछ नहीं बल्कि उपरोक्त सामान्य कानून सिद्धांतों के लिए विधायी अधिदेश हैं। इसलिए, एक बार जब इस प्रावधान में कहा गया है कि वादी लाभ के खाते में नुकसान या राहत के लिए राहत का दावा कर सकता है, तो इस प्रावधान में उपरोक्त सिद्धांतों को पढ़कर यह भी माना जाना चाहिए कि दोनों राहतों का दावा वादी के अधिकार के साथ वैकल्पिक रूप से किया जा सकता है ताकि खोज पर प्रकट जानकारी और मुकदमे में साक्ष्य के आलोक में मुकदमे के दौरान नुकसान और लाभ के बीच एक सूचित चुनाव किया जा सके।

86. वर्तमान मामले में, वादी ने शुरू में नुकसान और लाभ के खाते के प्रत्यर्पण दोनों के लिए प्रार्थना की है। हालाँकि, वादी ने केवल नुकसान के संबंध में साक्ष्य का नेतृत्व किया है और लाभ के लेखा को प्रस्तुत करने के लिए दबाव नहीं डालते हैं। इसके अलावा, चूंकि प्रतिवादी संख्या 1 ने अपना बचाव दाखिल नहीं किया है या अपने बिक्री के आंकड़े प्रस्तुत नहीं किए हैं, इसलिए लाभ के लेखे निर्धारित नहीं किए जा सकते हैं। तदनुसार, यह न्यायालय प्रतिवादी के लाभ की जांच करने के बजाय वादी को हुए वित्तीय नुकसान के आधार पर नुकसान का आकलन करेगा। नुकसान के आकलन के लिए सामान्य सिद्धांतों को ***केरली के लॉ ट्रेड मार्क्स एंड ट्रेड नेम्स (15वां संस्करण)*** में संक्षिप्त रूप से निर्धारित किया गया है। उसी का प्रासंगिक हिस्सा नीचे दिया गया हैः

"20-139 पेटेंट मामले में नुकसान के आकलन के लिए मूल सिद्धांतों पर जैकब जे. द्वारा गेरबर बनाम लेक्ट्रा में विचार किया गया था। निम्नलिखित सिद्धांत व्यापार चिह्न के उल्लंघन पर लागू होते हैं:

(1) <u>नुकसान केवल मुआवजे के लिए होते हैं, जिससे वादी को वही स्थिति प्राप्त हो जाए जिसमें वह होता अगर गलती नहीं होती।</u>

(2) सबूत का भार दावेदार पर है, लेकिन नुकसान का मूल्यांकन उदारता से किया जाना चाहिए।

(3) <u>जहाँ दावेदार ने अपने अधिकार का लाइसेंस दिया है, वहाँ नुकसान रॉयल्टी है।</u>

(4) यह अप्रासंगिक है कि प्रतिवादी कानूनी रूप से प्रतिस्पर्धा कर सकता था।

(5) जहां दावेदार ने अपनी खुद की बिक्री से अपने अधिकार का दोहन किया है, वह प्रतिवादी द्वारा की गई बिक्री पर खोए हुए लाभ का दावा कर सकता है जो उसने अन्यथा किया होगा, और अपनी खुद की बिक्री पर लाभ इस हद तक खो सकता है कि वह उल्लंघन के कारण अपनी कीमत कम करने के लिए मजबूर हो गया था।

<u>20-140 जैकब जे. ने यह भी सिद्धांत (5) के हिस्से के रूप में माना कि एक दावा करने वाला जिसे यह साबित करना पड़ा कि प्रतिवादी द्वारा की गई बिक्री उसके द्वारा की गई होती अगर उल्लंघन नहीं होता, उसे अन्य सभी उल्लंघनों के लिए उचित रॉयल्टी के आधार पर हर्जाने का अधिकार होगा।</u> व्यापार चिह्न मामलों के संबंध में यह संदेह व्यक्त किया गया है कि क्या यह विशेष सिद्धांत सभी प्रकार के व्यापार चिह्न मामलों पर लागू होता है। हालांकि, हाल ही में एक पेटेंट काउंटी कोर्ट व्यापार चिह्न उल्लंघन मामले में हर्जाना उपयोगकर्ता के आधार पर दिया गया था (अर्थात् काल्पनिक रॉयल्टी शुल्क दिया गया था) ऐसी परिस्थितियों में जहाँ ट्रेडमार्क के मालिक ने दूसरों

को व्यापार चिह्न का उपयोग करने की लाइसेंस दी थी और इसके उपयोग के लिए शुल्क लिया था।

20-141 यह ध्यान रखना महत्वपूर्ण है कि सामान्य प्रतिपूरक आधार पर खोई हुई बिक्री के लिए नुकसान का आकलन करने में, न्यायालय के लिए यह निर्धारित करना आवश्यक होगा कि प्रतिवादी के ग्राहकों के कितने अनुपात को भ्रमित किया गया है क मूल्यांकन पर आधार के उपयोगकर्ता) विपरीत।(इस आधार पर दावेदार उन व्यक्तियों को बिक्री के लिए हर्जाने का हकदार नहीं है जिन्हें गुमराह नहीं किया गया है, क्योंकि उन्हें उनके संबंध में कोई नुकसान नहीं हुआ है, और यकीनन, उन्हें बिक्री के संबंध में कोई कार्रवाई योग्य गलती नहीं की गई है। यदि वह ऐसे व्यक्तियों के संबंध में हर्जाने की वसूली करता है, तो उसे अधिक मुआवजा दिया जाएगा।

नुकसान के अन्य शीर्ष

20-142 सामान्य रूप से, उल्लंघन से होने वाली एकमात्र क्षति यह है कि दावा करने वाले की वस्तुओं या सेवाओं के बजाय प्रतिवादी की वस्तुएं या सेवाएं बेची जाती हैं, और परिणामस्वरूप पिछले की बिक्री कुछ हद तक घट जाती है। लेकिन ऐसा भी प्रतीत हो सकता है कि आगे और नुकसान हुआ है, उदाहरण के लिए, जब नकली वस्तुएं इतनी घटिया होती हैं कि वे दावा करने वाले की व्यावसायिक प्रतिष्ठा को नुकसान पहुंचाती हैं, या जब प्रतिस्पर्धा का दबाव दावा करने वाले को अपनी कीमतें कम करने के लिए मजबूर करता है और इस प्रकार नुकसान उठाना पड़ता है।

20-143 प्रतिवादी के आचरण के प्रभाव का प्रतिकार करने के लिए विज्ञापनों की लागत को ध्यान में रखा जा सकता है। इसके अलावा, उल्लंघन करने वाली सामग्री के विदेशी निर्माताओं को नोटिस देने की कानूनी लागत को वसूली योग्य माना गया है।

20-144 पेटेंट उल्लंघन के लिए नुकसान के क्षेत्र में यह अभिनिर्धारित किया गया है कि, बशर्ते कारण दिखाया गया हो, और नुकसान की दूरस्थता के रूप में सामान्य नियमों के अधीन, उल्लंघनकारी बिक्री के परिणामस्वरूप बेची गई वस्तुओं के लिए नुकसान की वसूली करना संभव है, भले ही ऐसी सहायक वस्तुएं स्वयं उल्लंघन न करें। ऐसा कोई कारण प्रतीत नहीं होता है कि यह सिद्धांत उचित परिस्थितियों में व्यापार चिह्न के उल्लंघन पर लागू नहीं होना चाहिए। "

87. फिर अगला सवाल यह होगा कि तब नुकसान की मात्रा क्या होनी चाहिए यानी मुआवजे का उचित उपाय क्या होना चाहिए? नुकसान को मोटे तौर पर तीन प्रकारों में वर्गीकृत किया जा सकता हैः

i) अनुमानित नुकसान,

ii) प्रतिपूरक नुकसान,

iii) दंडात्मक नुकसान।

88. जहां उल्लंघन साबित होता है, लेकिन वित्तीय नुकसान का प्रत्यक्ष प्रमाण उपलब्ध नहीं है, वहां अनुमानित नुकसान दिए जाते हैं। प्रतिपूरक क्षति का उद्देश्य वादी को उस स्थिति में बहाल करना है जिसमें वह होता लेकिन उल्लंघन के लिए, जिसका मूल्यांकन अक्सर खोए हुए लाभ या उचित रॉयल्टी दरों के आधार पर किया जाता है। दंडात्मक क्षति गंभीर या जानबूझकर उल्लंघन के मामलों में निवारक के रूप में काम करती है।

89. दिल्ली उच्च न्यायालय बौद्धिक संपदा अधिकार प्रभाग नियम, 2022, नियम 20 के तहत, कानून के तय किए गए सिद्धांतों के आधार पर नुकसान के अधिनिर्णय का निर्धारण करने के लिए प्रासंगिक कारकों को निर्धारित करता है। नियम 20 विशेष रूप से नुकसान का आकलन करने के लिए कार्यप्रणाली को रेखांकित करता हैः

> *"20. हानि/लाभ का लेखा-हानि/लाभ के खाते की मांग करने वाला एक पक्ष, ऐसे दावे का समर्थन करने वाले पक्षों को के नेतृत्व में किसी भी साक्ष्य, दस्तावेजी और/या मौखिक के साथ दावा की गई राशि और उसके संबंध में मूलभूत तथ्यों/खाता विवरणों का उचित अनुमान देगा। इसके अलावा, न्यायालय हर्जाने की मात्रा निर्धारित करते समय निम्नलिखित कारकों पर विचार करेगीः*
>
> (i) *क्षतिग्रस्त पक्ष द्वारा खोया हुआ लाभ*
> *(ii) उल्लंघन करने वाले पक्ष द्वारा अर्जित लाभ;*
> *(iii) आय की मात्रा जो क्षतिग्रस्त पक्ष ने रॉयल्टी के शुल्क सलाइसें/ से माध्यमअर्जित की होगी, अगर आईपीआर विषय का उपयोग विधिवत अधिकृत किया गया था;*
> *(iv) उल्लंघन की अवधि;*
> *(v) उल्लंघन के अंतर्निहित इरादेडिग्री की उपेक्षा/;*
> (vi) *क्षतिग्रस्त पक्ष द्वारा किए जा रहे नुकसान को कम करने के लिए उल्लंघन करने वाले पक्ष का आचरण; नुकसान की गणना में, न्यायालय इन नियमों के नियम 31 के तहत एक विशेषज्ञ की सहायता ले सकता है।*

90. व्यापार चिह्न उल्लंघन मामलों में हर्जाने के कानून को इस न्यायालय के माननीय खंडपीठ ने ***हिंदुस्तान यूनिलीवर लिमिटेड (Hindustan Unilever Limited)***

(पूर्वोक्त) में अच्छी तरह से स्थापित किया है। चूंकि इस मामले में प्रस्तुतियों का एक महत्वपूर्ण हिस्सा दंडात्मक हर्जाने की मांग की ओर निर्देशित किया गया है, इसलिए यह न्यायालय ***हिंदुस्तान यूनिलीवर लिमिटेड (पूर्वोक्त)*** में दिए गए दंडात्मक हर्जाने के कानूनी ढांचे की भी समीक्षा करेगी। उक्त निर्णय के संबंधित भाग नीचे दिए गए हैं:

> *" एकल न्यायाधीश के दृष्टिकोण की क्षतिपूर्ति के संबंध में परिशुद्धता*
>
> 61. *इस न्यायनिर्णय के इस खंड में, इस न्यायालय द्वारा यह चर्चा करने का प्रस्ताव है कि उक्त न्यायनिर्णय में एकल न्यायाधीश द्वारा क्षतिपूर्ति के अधिनिर्णय की परिशुद्धता कितनी सही है। जैसा कि पहले उल्लेख किया गया था, एकल न्यायाधीश ने महसूस किया कि वादी, रेकिट ने अपमान के कारण हुई हानि को साबित करने में असमर्थ रहे; फिर भी, दंडात्मक क्षतिपूर्ति का अधिनिर्णय देना आवश्यक था। प्रतिवादी,* ***हिंदुस्तान यूनिलीवर लिमिटेड*** *, दंडात्मक क्षतिपूर्ति के अनुदान पर प्रश्न उठाता है, जबकि वादी, रेकिट शिकायत करता है कि सामान्य या प्रतिपूरक क्षतिपूर्ति प्रदान की जानी चाहिए थी।*
>
> 62. *अंग्रेजी कानून में यह एक स्वीकृत सिद्धांत है कि मानहानि के मामले में सामान्य नुकसान भी"बड़े पैमाने पर" माने जाते हैं, जिसमें अपमान, बदनामी आदि शामिल हों। यह पहली बार साउथ हेटन कोल कंपनी लिमिटेड बनाम नॉर्थ-ईस्टर्न न्यूज एसोसिएशन लिमिटेड, [1894] 1 क्यू. बी. 133 में कहा गया था कि "यदि मामला मानहानि का है-चाहे वह किसी व्यक्ति, फर्म या कंपनी पर हो-तो कानून यह है कि नुकसान बड़े पैमाने पर है। किसी विशेष क्षति को साबित करना आवश्यक नहीं है; जूरी क्रमशः पक्षों के आचरण और*

मामले की सभी परिस्थितियों को ध्यान में रखते हुए ऐसे नुकसान दे सकती है जो वे उचित समझते हैं। यह महत्वपूर्ण है कि एक सफल वादी को ऐसे नुकसान की वसूली करने की अनुमति दी जाए जो उसकी प्रतिष्ठा के नुकसान की भरपाई करे। [...]

63. *वर्तमान मामले में, वादी (रेकिट) सफलतापूर्वक यह साबित करने में सक्षम रहा है कि एचयूएल ने विवादास्पद 30 सेकंड का विज्ञापन कई अवसरों पर प्रसारित किया (सटीक रूप से 2763 बार, एग्ज़िबिट PW-1/19 के अनुसार)। यह इन्नुएंडो चालाकी से इस प्रकार डिज़ाइन किया गया था कि यह सुझाव दे कि रेकिट का डिटॉल ओरिजिनल त्वचा को नुकसान पहुँचाता है। विज्ञापनक, यानी एचयूएल, यह जानता था कि वह अनुमेय 'पफिंग' और कानून द्वारा निषिद्ध के बीच की सीमा को पार कर रहा है। <u>रिकॉर्ड पर रखे साक्ष्यों, एचयूएल के गवाहों की गवाही के रूप में, यह है कि केवल जुलाई 2007 में ही अपने उत्पाद का विज्ञापन करने में 2.5 करोड़ रुपये खर्च किए गए थे।</u> एचयूएल ने मुकदमे के दौरान यह भी स्वीकार* किया कि *डिटॉल ओरिजिनल ब्रांड की कीमत 200 करोड़ रुपये थी। ऐसा मामला होने के कारण, यह न्यायालय मानता है कि एकल न्यायाधीश की सामान्य हर्जाना देने की अनिच्छा उचित नहीं थी। इस संदर्भ में यह उल्लेख करना आवश्यक होगा कि किसी अन्यथा सफल वादी के लिए, वस्तु की ख्याति को नुकसान पहुचने या उसके बारे में भ्रम फैलाने के मामले में हमेशा नुकसान की मात्रा को मापना संभव नहीं हो सकता; इसमें अनिवार्य रूप से एक गतिशीलता का तत्व होगा, क्योंकि उत्पाद की प्रकृति, जिस मौसम में वह बेचा जाता है, विज्ञापन के कारण उत्पन्न होने वाले संभावित भविष्य या दीर्घकालिक प्रभाव आदि के कारण यह प्रभावित होगा। इसलिए, दुनिया भर के न्यायालयों ने कुछ मोटे और त्वरित गणनाओं का सहारा लिया है।*

64. ***इस अदालत के समक्ष प्रस्तुत साक्ष्यों (जैसे कि विज्ञापन कितनी बार प्रसारित किया गया, हिंदुस्तान यूनाइटेड लिमिटेड के विज्ञापन खर्च की मात्रा, अपने उत्पाद का विज्ञापन करने के लिए रेकिट द्वारा खर्च की गई राशि आदि) के दृष्टिगत, यह अदालत इस राय पर है कि वादी को 20 लाख रुपये की राशि के सामान्य हानि के नुकसान की वसूली का हकदार है।*** *इसलिए संदिग्ध निर्णय और आदेश को इसी हद तक संशोधित किया जाता है, और रेकिट द्वारा की गई क्रॉस आपत्ति, इस संदर्भ में स्वीकृत की जाती है।*

XXX XXX XXX

67. *भारत में, सर्वोच्च न्यायालय ने रूक्स (पूर्वोक्त) और कैसल (पूर्वोक्त) में सिद्धांतों की पुष्टि की है। हालांकि, दिलचस्प बात यह है कि उन मामलों में इनका प्रयोग संवैधानिक अधिकारों के उल्लंघन या सार्वजनिक प्राधिकरणों द्वारा सत्ता के दुरुपयोग के संदर्भ में किया गया है (संदर्भ: गाजियाबाद विकास प्राधिकरण बनाम बलबीर सिंह, (2004) 5 एससीसी 6; लखनऊ विकास प्राधिकरण बनाम एम.के. गुप्ता, 1994 एससीसी (1) 243)। हालांकि, अभी तक सर्वोच्च न्यायालय ने उन मानकों का संकेत नहीं दिया है जिन्हें मानहानि, आर्थिक निहितार्थ वाले अपकृत्य दावों जैसे कि वस्तुओं की बदनामी, या बौद्धिक संपदा मामलों में दंडात्मक या अनुकरणीय क्षतिपूर्ति प्रदान करते समय लागू किया जाना है।* ***ऐसे मामलों की विशेषता यह होगी कि न्यायालयों को "इस तरह की अनुकरणीय या दंडात्मक क्षतिपूर्ति प्रदान करने में आनुपातिकता सुनिश्चित करने के लिए उचित मानक विकसित करने की आवश्यकता है।" कैसल में यह चेतावनी दी गई है कि "मानहानि एक दीवानी मामला है, न कि एक आपराधिक मामलों में, दंडात्मक क्षतिपूर्ति, यहाँ तक कि जहाँ दंडात्मक अधिनिर्णय उचित हो, और जूरी को इस तथ्य को नज़रअंदाज़ करने के लिए प्रोत्साहित नहीं***

<u>किया जाना चाहिए कि ऐसा अधिनिर्णय देते समय वे वादी की जेब में पैसा डाल रहे हैं...।"</u> ***<u>इस बात को कभी नहीं भुलाया जा सकता। इसके अलावा - और शायद सबसे महत्वपूर्ण बात - हर्जाने का दंडात्मक तत्व सामान्य (या सामान्य) हर्जाने के बाद ही दिया जाना चाहिए; दंडात्मक हर्जाना तभी दिया जा सकता है जब न्यायालय "संतुष्ट हो कि वादी के मुआवजे के लिए तय की गई राशि में दंडात्मक या दंडात्मक तत्व पर्याप्त रूप से पूरा नहीं हुआ है"।</u>*** *दूसरे शब्दों में, दंडात्मक हर्जाना हमेशा सामान्य हर्जाने के बाद ही दिया जाना चाहिए (इससे न्यायालय का तात्पर्य यह था कि यह हर्जाने के निर्धारण में एक तत्व हो सकता है, या पूरी तरह से एक अलग मद हो सकता है, लेकिन सामान्य हर्जाने के निर्धारण के बिना कभी नहीं)।*

68. ***<u>इस न्यायालय की राय है कि टाइम्स इंकॉर्पोरेटेड बनाम लोकेश श्रीवास्तव 116 (2005) डी. एल. टी. 569 में निर्णय पर भरोसा करने में विवादित निर्णय त्रुटिपूर्ण था।</u>*** *एक एकल न्यायाधीश ने व्यापार चिह्न उल्लंघन कार्रवाई में अपने एकतरफा फैसले में इस प्रकार व्यक्त किया:*

"इस न्यायालय को यह कहने में कोई संकोच नहीं है कि वह समय आ गया है जब न्यायालय व्यापार चिह्न , कॉपीराइट, पेटेंट आदि के उल्लंघन के लिए कार्रवाई कर रहे हैं। न केवल प्रतिपूरक हर्जाना देना चाहिए, बल्कि कानून तोड़ने वालों को हतोत्साहित करने और निराश करने की दृष्टि से दंडात्मक हर्जाना भी देना चाहिए, जो पैसे की लालसा के कारण मुक्ति से उल्लंघन करते हैं ताकि उन्हें एहसास हो कि यदि वे पकड़े जाते हैं, तो वे न केवल पीड़ित पक्ष को प्रतिपूर्ति करने के लिए उत्तरदायी होंगे, बल्कि दंडात्मक हर्जाने का भुगतान करने के लिए भी उत्तरदायी होंगे, जो उनके लिए वित्तीय आपदा का कारण बन सकता है। माथियास बनाम एकोर इकोनॉमी

लॉजिंग, आई.एन.सी. ने 347 एफ. 3डी 672 (7वें सी. आई. आर.) में रिपोर्ट किया गया। दंडात्मक हर्जाने के प्रावधान के अंतर्निहित कारकों पर चर्चा की गई और यह पाया गया कि दंडात्मक हर्जाने का एक कार्य आपराधिक न्याय प्रणाली पर बढ़ते दबाव को कम करना है, जिसके लिए यह छोटे अपराधों के आपराधिक अभियोजन के विकल्प के रूप में एक नागरिक व्यवस्था प्रदान करता है। यह भी पाया गया कि दंडात्मक हर्जाने का प्रावधान प्रतिवादी की धोखाधड़ी से लाभ कमाने की क्षमता को सीमित करने का अतिरिक्त उद्देश्य भी पूरा करता है, जिसके तहत वह पकड़े जाने और अभियोजन से बच निकलने का प्रयास करता है। यदि कोई अपराधी अपने द्वारा किए गए अपराधों में से केवल आधे समय ही पकड़ा जाता है, तो पकड़े जाने पर उसे दुगनी सजा दी जानी चाहिए ताकि उन समयों की भरपाई हो सके जब वह बच निकलता है। यह न्यायालय मानता है कि यह दृष्टिकोण इसलिए भी आवश्यक है क्योंकि वादी के लिए अपने द्वारा हुए वास्तविक नुकसान का प्रमाण देना बहुत कठिन है, क्योंकि ऐसे अपराधों में लिप्त प्रतिवादी अपने लेन-देन का उचित हिसाब-किताब नहीं रखते हैं, क्योंकि वे जानते हैं कि ये लेन-देन आपत्तिजनक और गैरकानूनी हैं। वर्तमान मामले में, दंडात्मक हर्जाने की मांग मात्र 5 लाख रुपये की है, जिसे आसानी से प्रदान किया जा सकता है। यदि यह राशि इससे भी अधिक होती, तो भी न्यायालय ऐसे हर्जाने की सजा प्रदान करने में संकोच नहीं करता। न्यायालय का मत है कि दंडात्मक हर्जाना वास्तव में दंडात्मक होना चाहिए, न कि अपर्याप्त और इसकी मात्रा उल्लंघन की गंभीरता पर निर्भर होनी चाहिए।

"<u>उचित सम्मान के साथ, यह न्यायालय उस तर्क को स्वीकार करने में असमर्थ है, जो रूक्स में वर्णित परिस्थितियों के बावजूद है और बाद में कैसल में इसकी पुष्टि की गई है।</u> उन दोनों

*फैसलों को सर्वोच्च न्यायालय से मंजूरी मिल गई है और ये देश के कानून हैं। **उन निर्णयों में हाउस ऑफ लॉर्ड्स का तर्क उन परिस्थितियों के बारे में स्पष्ट है जिनके तहत दंडात्मक अधिनिर्णय दिया जा सकता है।** यह अभिनिर्धारित करने में एक और कठिनाई कि कानून के प्रत्येक उल्लंघन के परिणामस्वरूप दंडात्मक क्षति हो सकती है और इसे आर्थिक या वाणिज्यिक कारणों से जुड़े मामलों में लागू करने की कार्यवाही हो सकती है, जैसे कि बौद्धिक संपदा और ऐसे अन्य मामलों में नहीं, यह होगी कि भले ही कानून दंड, जेल की सजा और जुर्माना (जैसे व्यापार चिह्न अधिनियम, कॉपीराइट अधिनियम, डिजाइन अधिनियम, आदि के तहत) प्रदान कर सकते हैं और ऐसे प्रावधान हमेशा जुर्माना, सजा या वैधानिक मुआवजे की राशि को सीमित कर सकते हैं, फिर भी दीवानी न्यायालय बिना किसी बाधा के आगे बढ़ सकती हैं, इस धारणा पर कि ऐसे कारणों में आपराधिक प्रवृत्ति शामिल है, और वादी की असमर्थता के बावजूद "दंडात्मक" नुकसान का अधिनिर्णय दे सकती हैं। किसी भी सामान्य क्षति को साबित करें। इसके अलावा, यह तर्क कि "दंडात्मक क्षति का एक कार्य मामूली अपराधों के आपराधिक अभियोजन के लिए एक नागरिक विकल्प प्रदान करके आपराधिक न्याय की एक अतिभारित प्रणाली पर दबाव को दूर करना है" स्पष्ट रूप से गलत है, क्योंकि जहां कानून यह प्रदान करता है कि एक अपराध किया गया है, यह सजा को इंगित करता है। इसके अलावा, यह तर्क कि 'दंडात्मक क्षतिपूर्ति का एक कार्य यह है कि यह मामूली अपराधों के आपराधिक मुकदमों के लिए एक नागरिक विकल्प प्रदान करके अति-व्यस्त आपराधिक न्याय प्रणाली पर दबाव को कम करता है' स्पष्ट रूप से गलत है, क्योंकि जहां कानून यह निर्धारित करता है कि एक अपराध हुआ है, वहां यह सजा भी इंगित करता है। कोई भी कानून किसी को भी मानहानि या व्यापार चिह्न*

के उल्लंघन के लिए भारी ***मौद्रिक जुर्माने के साथ दंडित करने के लिए अधिकृत नहीं करता है-जो सरकारी खजाने में नहीं, बल्कि निजी खजाने में जाता है।*** *इसके अलावा, जहां भी निर्धारित दंड और अपराधों के लिए अभियोजन पक्ष को उन्हें बिना किसी उचित संदेह के साबित करने की आवश्यकता होती है। इसलिए, यह कहना कि अतिभारित आपराधिक न्याय प्रणाली का नागरिक विकल्प जनहित में है, वास्तव में कानून के उल्लंघन को मंजूरी देना होगा। इससे अवांछनीय परिणाम भी मिल सकते हैं जैसे कि आकस्मिक और सिद्धांतहीन और अंततः असमान अधिनिर्णय।* ***अतः, यह न्यायालय घोषणा करता है कि लोकश श्रीवास्तव और माइक्रोसॉफ्ट कॉर्पोरेशन बनाम योगेश पापड़ और अन्य, 2005 (30) पीटीसी 245 (डेल) के निर्णय के आधार पर दंडात्मक हर्जाने निर्धारित करने में सक्षम होने के लिए कानून की व्याख्या और रूपरेखा निराधिकार है। उन निर्णयों को तदनुसार रद्द किया जाता है।*** *दंडात्मक हर्जाने देने के लिए, अदालतों को रूकज (उल्लिखित) में निर्दिष्ट श्रेणीकरण का पालन करना चाहिए और आगे केवल तभी ऐसे हर्जाने प्रदान करना चाहिए जब यह सुनिश्चित हो जाए कि गलत काम के लिए दिए गए हर्जाने परिस्थितियों में अपर्याप्त हैं, रूकज में वर्णित तीन श्रेणियों को ध्यान में रखते हुए और कैसल में दिए गए पांच सिद्धांतों का पालन करते हुए। इस कदम दर कदम तर्क का पालन नहीं करने का खतरा वादी को हुए नुकसान या चोट की सीमा की चर्चा के बिना, केवल इस सनक पर कि प्रतिवादी की कार्रवाई इतनी गलत है कि इसकी "आपराधिक" प्रवृत्ति है या मामला केवल रूक्स में उल्लिखित तीन श्रेणियों में से एक में आता है (कैसल को फिर से उद्धृत करने के लिए-ऐसी घटना "स्वयं जूरी को विशुद्ध रूप से अनुकरणीय चरित्र में नुकसान का अधिनिर्णयदेने का अधिकार नहीं देती है") ।*

91. उपरोक्त निर्णय में, डिवीजन बेंच ने माना है कि हाउस ऑफ लॉर्ड्स द्वारा ***रूक्स बनाम बर्नार्ड, [1964] 1 ऑल ई. आर. 367 और कैसेल एंड कंपनी लिमिटेड बनाम ब्रूम, [1992] एसी 1027 के*** निर्णयों में निर्धारित सिद्धांत दंडात्मक हर्जाने के अधिनिर्णयको नियंत्रित करते हैं। ***रूक्स (पूर्वोक्त)*** में, हाउस ऑफ लॉर्ड्स ने निर्धारित किया कि निम्नलिखित तीन परिस्थितियों में बढ़े हुए या दंडात्मक हर्जाने दिए जा सकते हैं-

क) सरकार के किसी भी कर्मचारी द्वारा दमनकारी, मनमाना या असंवैधानिक कार्रवाई;

ख) प्रतिवादी द्वारा गलत आचरण जो उसके द्वारा अपने लिए गणना की गई है जो दावेदार को देय मुआवजे से अधिक हो सकती है; और

ग) कोई भी मामला जहां अनुकरणीय हर्जाने क़ानून द्वारा अधिकृत हैं।

92. ऊपर चर्चा किए गए ***हिंदुस्तान यूनिलीवर लिमिटेड (उपरोक्त***) के निर्णय को देखते हुए, दंडात्मक हर्जाना केवल कुछ परिस्थितियों में ही दिया जा सकता है। हालांकि, किसी ब्रांड या लोगो के उल्लंघन के मामले में अनुमानित नुकसान और प्रतिपूरक नुकसान के अधिनिर्णयपर कोई रोक नहीं है। हर्जाने का अधिनिर्णय साक्ष्य के आधार पर होना चाहिए जो नुकसान की सीमा को दर्शाता है और यह अनुमानित रूप से भी हो सकता है। ***स्टोरी पार्चमेंट कंपनी***

बनाम पैटरसन पार्चमेंट पेपर कंपनी में, 51 एस. सी. टी. 248 पर रिपोर्ट किया गया। एक निर्णय जिस पर ***हिंदुस्तान यूनिलीवर लिमिटेड (पूर्वोक्त)*** की खंड पीठ ने विचार किया है। ***स्टोरी पार्चमेंट*** में प्रासंगिक टिप्पणियां इस प्रकार हैं:

> "*जहां अपकृत्य स्वयं ऐसी प्रकृति का है जो निश्चित रूप से नुकसान की राशि का पता लगाने में बाधा डालता है, तो घायल व्यक्ति को सभी राहत से वंचित करना न्याय के मौलिक सिद्धांतों की विकृति होगी, और इस तरह अपराधी को अपने कार्यों के लिए कोई संशोधन करने से राहत मिलेगी।* ***ऐसे मामले में, हालांकि नुकसान का निर्धारण केवल अटकलों या अनुमानों से नहीं किया जा सकता है, लेकिन यह पर्याप्त होगा यदि साक्ष्य उचित और उचित अनुमान के रूप में नुकसान की सीमा को दर्शाता है,हालांकि परिणाम केवल अनुमानित होगा।*** *अपराधी को शिकायत करने का अधिकार नहीं है कि उन्हें उस सटीकता और सटीकता के साथ नहीं मापा जा सकता है जो संभव होगा यदि मामला, जिसे बनाने के लिए अकेले वह जिम्मेदार है, अन्यथा था। अनिश्चितता का जोखिम घायल पक्ष के बजाय गलती करने वाले पर डाला जाना चाहिए। पता लगाने की कठिनाई अब वसूली के अधिकार के साथ भ्रमित नहीं है"।*

इस प्रकार, उचित अनुमान पर अनुमानित आधार पर हर्जाना दिया जा सकता है।

93. ***स्ट्रिक्स लिमिटेड बनाम महाराजा अप्लायंसेज लिमिटेड,*** 2023: डी. एच. सी.: 7695 में, इस न्यायालय ने ***गर्बर गारमेंट टेक्नोलॉजी आई एन सी***

बनाम लेक्ट्रा सिस्टम्स लिमिटेड, [1997] आर. पी. सी. 443 में यू. के. कोर्ट ऑफ अपील के फैसले पर भरोसा करते हुए ***स्ट्रिक्स लिमिटेड (पूर्वोक्त)***में आई. पी. उल्लंघन मुकदमों में हर्जाने पर कानून की सुलझी हुई कानूनी स्थिति की पुष्टि की।, इस न्यायालय ने अभिनिर्धारित किया कि पेटेंट उल्लंघन मुकदमों के संबंध में, यदि पेटेंटी वास्तविक आधार पर अपने नुकसान को साबित नहीं कर सकता है, तो उचित रॉयल्टी के आधार पर इसका आकलन करने की अनुमति है। ***स्ट्रिक्स लिमिटेड (पूर्वोक्त***) में इस न्यायालय के फैसले का प्रासंगिक उद्धरण नीचे दिया गया हैः "

"74. *उपर्युक्त निर्णयों के साथ-साथ आई. पी. डी. नियमों के अवलोकन से पता चलता है कि विभिन्न पहलुओं जैसे प्रतिवादी द्वारा की गई बिक्री, प्रतिवादी का बाजार हिस्सा, रॉयल्टी जो प्रतिवादी को भुगतान करना होगा यदि उल्लंघन करने वाला उत्पाद एक लाइसेंस प्राप्त उत्पाद होना था, को हर्जाना देने से पहले विचार करना होगा।*

75. *इसके अलावा, गर्बर गारमेंट टेक्नोलॉजी इंक. बनाम लेक्ट्रा सिस्टम्स लिमिटेड, [1997] आर. पी. सी. 443 में यूके कोर्ट ऑफ अपील के ऐतिहासिक निर्णय के अनुसार, <u>यदि पेटेंटी नुकसान को साबित नहीं कर सकता है, तो उचित रॉयल्टी के आधार पर इसका आकलन करने की अनुमति है।</u> जहां पेटेंटी पेटेंट किए गए उत्पाद का निर्माता है, पेटेंटी ने उचित लाभ अर्जित किया होगा यदि उल्लंघन करने वाले उत्पाद वास्तव में पेटेंटी द्वारा बेचे गए थे, तो यह उचित उपाय होगा। <u>यह आगे स्पष्ट किया जाता है कि एक बार उल्लंघन स्थापित हो जाने के</u>*

<u>बाद, न्यायालय यह निष्कर्ष निकाल सकता है कि पेटेंटी के एकाधिकार पर उचित आक्रमण से पेटेंटी को नुकसान होगा और तदनुसार, न्यायालय द्वारा नुकसान की गणना के लिए एक उचित और तार्किक उपाय अपनाया जा सकता है।</u>

76. *इस मामले के तथ्यों पर लौटते हुए, वादी के गवाह ने नुकसान का कोई सबूत नहीं दिया है और प्रतिवादी की बिक्री या लाभ का रिकॉर्ड पर खुलासा नहीं किया गया है। <u>प्रतिवादी ने कार्यवाही से दूर रहने का फैसला किया है और उसे कोई लाभ नहीं दिया जा सकता है।</u> ऐसे मामले में जहां साक्ष्य का नेतृत्व नहीं किया जाता है, नुकसान काल्पनिक होना चाहिए और उचित/निष्पक्ष आधार पर विचार किया जाना चाहिए। ऐसे मामले में, न्यायालय केवल रिकॉर्ड पर रखे साक्ष्य के आधार पर लाभ का व्यापक मूल्यांकन कर सकता है"*

94. ***केर्ली के ट्रेड मार्क और ट्रेड नाम पर कानून*** में, यह मान्यता दी गई है कि ***लॉर्ड जस्टिस रॉबिन जैकब*** द्वारा ***गेरबर गारमेंट टेक्नोलॉजी आई एन सी*** *(पूर्वोक्त)* में दी गई हानि की गणना पर मार्गदर्शन का उपयोग व्यापार चिह्न उल्लंघन के मामलों में हानि निर्धारण के लिए भी किया जा सकता है।

95. ***स्ट्रिक्स लिमिटेड (पूर्वोक्त)*** में तथ्यात्मक मैट्रिक्स के विपरीत, जहां न्यायालय को मात्रात्मक साक्ष्य के अभाव के कारण एक व्यापक मूल्यांकन पर भरोसा करना पड़ा, वर्तमान मामले में, वादी द्वारा वित्तीय डेटा प्रदान किया गया है। वादी ने **<u>PW-3</u>** के माध्यम से विशिष्ट साक्ष्य का नेतृत्व किया है, जिसने वादी को हुए वित्तीय नुकसान की मात्रा निर्धारित की है। यह न्यायालय को प्रतिवादी की उल्लंघनकारी गतिविधियों के कारण होने वाले आर्थिक नुकसान का वास्तविक मूल्यांकन करने में

सक्षम बनाता है। इस तरह के साक्ष्य की उपलब्धता को देखते हुए, इस मामले में नुकसान का निर्धारण अनुमानों पर नहीं बल्कि वादी के लिए उचित निवारण सुनिश्चित करते हुए किए गए नुकसान के तथ्यात्मक मूल्यांकन पर निर्भर करता है।

96. ***स्ट्रिक्स (पूर्वोक्त)*** में चर्चा यह स्थापित करती है कि नुकसान का आकलन करते समय, न्यायालय विभिन्न कारकों को ध्यान में रख सकता है। हर्जाना पर जाँच का अंतिम उद्देश्य वादी को हुए नुकसान की भरपाई करना और यह सुनिश्चित करना होगा कि उन्हें प्रतिवादी की उल्लंघनकारी कार्रवाइयों के कारण आर्थिक नुकसान न हो। तदनुसार, वादी को नुकसान के रूप में देय मुआवजे के निर्धारण के लिए, यह न्यायालय निम्नलिखित कारकों को ध्यान में रखेगाः

- उल्लंघन के कारण वादी को हुए वास्तविक नुकसान;
- जिसके माध्यम से वादी को उनकी मूल बाजार स्थिति में बहाल किया जा सकता है, जिसमें खोए हुए रॉयल्टी के संभावित दावे भी शामिल हैं।

इसके अलावा, जहां उल्लंघन जानबूझकर, *दुर्भावनापूर्ण,* शरारतपूर्ण या बेईमान द्वारा है, और प्रतिवादी कानूनी से अनुपस्थित रहने का विकल्प चुनता है, तो इसे सक्रिय रूप से भाग लेने की तुलना में बेहतर स्थिति में नहीं रखा जा सकता है। इस बात की पुष्टि इस कोर्ट के विद्वान एकल न्यायाधीश ने ***मैमर्स इंटर आइकिया सिस्टम्स बी.भी अन्य बनाम इम्तियाज अहमद और अन्य, 2016:डीएचसी:6431*** और ***कार्टियर इंटरनेशनल***

एजी और अन्य बनाम गौरव भाटिया और अन्य, 2016:डी एच सी:0026 मामलों में भी की है। तदनुसार, ऐसे मामलों में, न्यायालय हर्जाना देने में ज़्यादा सख़्त रवैया अपना सकता है, यह सुनिश्चित करते हुए कि प्रतिवादी को अपने गलत व्यवहार और कानूनी कार्यवाही में भाग न लेने का कोई फायदा न मिले।

97. वादी ने तीन स्वतंत्र गवाहों के साक्ष्य का नेतृत्व किया है जिन्होंने विभिन्न पहलुओं पर गवाही दी है जिन्हें ऊपर संक्षेप में प्रस्तुत किया गया है। ***हिंदुस्तान यूनिलीवर लिमिटेड (पूर्वोक्त)*** में इस न्यायालय की खंड पीठ ने माना है कि यदि प्रतिवादी का आचरण दुर्भावनापूर्ण है, तो अधिक नुकसान का आदेश दिया जा सकता है। इस न्यायालय द्वारा ***व्हाटमैन इंटरनेशनल लिमिटेड बनाम पी मेहता और अन्य, 2019: डीएचसीः 676*** में भी उक्त स्थिति की पुष्टि की गई है। उक्त निर्णय का प्रासंगिक उद्धरण नीचे दिया गया हैः

> "68. *जहां तक हर्जाने के लिए वादी के मामले का संबंध है, हिंदुस्तान यूनिलीवर लिमिटेड बनाम रेकिट बेंकिजर इंडिया लिमिटेड आर एफ ए (ओएस) 50/2008,31 जनवरी, 2014 को निर्णित फैसले को लागू करते हुए, प्रतिवादी हर्जाने के साथ-साथ दंडात्मक हर्जाने में भी वादी को क्षतिपूर्ति करने के लिए उत्तरदायी हैं।*
>
> 69. ***प्रतिवादियों का आचरण उन्हें अनुकरणीय नुकसान के लिए उत्तरदायी बनाता है*** *क्योंकि वे दोनों नकली वाटमैन पेपर बेच रहे हैं और साथ ही समान पैकेजिंग, रंग संयोजन और गेट अप के साथ विभिन्न निशानों के तहत समान फिल्टर पेपर भी बेच रहे हैं। जब स्थानीय आयुक्त ने परिसर का दौरा किया तो की गई एक भी जब्ती को देखते हुए, उनके पास जो स्टॉक था, उससे उन्हें 10 प्रतिशत*

लगभग रूपये 45 लाख कमीशन प्राप्त हुआ होगा। उन्होंने 1992 से लगातार व्यवसाय किया है और वादी को नुकसान का भुगतान करने के लिए उत्तरदायी हैं"

98. वर्तमान मामले में उपरोक्त सिद्धांतों को लागू करते हुए, यह न्यायालय अब उल्लंघन की सीमा और प्रकृति, प्रतिवादियों की दोषपूर्णता की डिग्री और वादी को पर्याप्त रूप से क्षतिपूर्ति करने के लिए आवश्यक नुकसान की मात्रा की जांच करेगा। यह न्यायालय अब हर्जाने की जांच में जिन कुछ महत्वपूर्ण पहलुओं पर विचार करता है, वे इस प्रकार हैं:

i) चिह्न- प्रतीक, जिसका स्वामित्व प्रतिवादी संख्या 1 के पास है, और यह तथ्य कि इन्होंने प्रतिवादी संख्या 2 के साथ मिलकर बी एच पी सी के प्रतीक के लगभग समान लोगो का उपयोग किया है। इसके चित्र नीचे दिए गए हैं:

वादी का डिवाइस चिह्न	**प्रतिवादी द्वारा प्रयुक्त चिह्न**
वादी का उत्पाद	**प्रतिवादी का उत्पाद**

ii) प्रतिवादी सं.1 को बी एच पी सी चिह्न और लोगो में याचिकाकर्ताओं के विशेष अधिकारों का भलीभांति पता है क्योंकि वह याचिकाकर्ताओं के साथ कई क्षेत्रों में, जिसमें यूके[1] भी शामिल है, मुकदमेबाजी में शामिल रहा है।वादी के विशेष अधिकारों से अच्छी तरह वाकिफ है क्योंकि यह यूके 1 सहित वादी के कई क्षेत्राधिकारों के साथ मुकदमेबाजी में शामिल रहा है।

99. प्रतिवादी संख्या 1 भी परिधान व्यापार में 'सिम्बल' नामक चिह्न के तहत परिधान बेचने के द्वारा शामिल है। उल्लंघन करने वाला हॉर्स लोगो 'सिम्बल' ब्रांडेड परिधानों पर इस्तेमाल किया गया था। यह एक ज्ञात तथ्य है कि प्रतिवादी संख्या 1 ई-कॉमर्स क्षेत्र में सबसे प्रमुख खिलाड़ियों में से एक है। परिणामस्वरूप, प्रतिवादी संख्या 1 के पास ई-कॉमर्स क्षेत्र में अपनी प्रमुख उपस्थिति का उपयोग करके अपने स्वयं के उत्पादों के साथ-साथ उन उत्पादों को बढ़ावा देने के तरीके और साधन हैं जिन्हें वह अन्यथा प्रचारित करना चाहता हो सकता है।

[1] *लाइफस्टाइल इक्विटीज सी वि और अन्य (प्रतिवादी) बनाम अमेज़न यूके सर्विसेज लिमिटेड और अन्य (अपीलकर्ता), [2024] यूकेएससी 8*

प्रतिवादी संख्या 1 अपनी स्वयं की प्लेटफार्मों के माध्यम से, अपने उत्पादों की गहरी छूट देकर और इसी तरह के मार्क/लोगो का प्रयोग करके प्रतिवादी के उत्पादों के साथ प्रतिस्पर्धा करने वाले उत्पादों के माध्यम से याचिकाकर्ता के ब्रांड/लोगो को कमजोर करने की क्षमता भी रखता है। वर्तमान तथ्यों में, प्रतिवादी ऐसे उत्पाद रख रहा है जिनकी कीमत याचिकाकर्ता के उत्पाद की लागत का केवल 10% है। इसके अलावा, यह भी स्पष्ट है कि प्रतिवादी संख्या 1 जानबूझकर भ्रम पैदा करने की रणनीति अपना रहा है, विभिन्न भूमिकाओं में होने का दिखावा कर रहा है—एक मध्यस्थ के रूप में, एक खुदरा विक्रेता के रूप में, और एक ब्रांड मालिक के रूप में - सभी इसका प्रयास इस जिम्मेदारी को टालने और व्यापार चिह्न उल्लंघन की जिम्मेदारी से बचने के लिए कर रहे हैं। हालाँकि, यह अच्छी तरह ज्ञात वास्तविकता है कि सभी तीन प्रतिवादी अमेज़न समूह की कंपनियों से संबंधित हैं और एक सुसंगठित व्यावसायिक इकाई के रूप में काम करते हैं। प्रतिवादी संख्या 1 ने यह चुनने में चयनात्मक व्यवहार किया है कि कब न्यायालय के सामने उपस्थित होना है और कब नहीं। जब न्यायालय ने 20 अप्रैल, 2022 के आदेश के माध्यम से तीनों प्रतिवादियों के बीच सटीक संबंध स्पष्ट करने का निर्देश दिया, इस प्रकार जांच से बचते हुए उस समय उसने स्थायी निषेधाज्ञा सहन करने पर सहमति दी। इस प्रकार, स्पष्ट कोशिश यह है कि उक्त तीन प्रतिवादियों के बीच सटीक संबंध को इस अदालत के समक्ष प्रकट न किया जाए। अतः, इस न्यायालय की राय में, यह न्यायालय के समक्ष किसी पक्ष का निष्कलंक आचरण नहीं है और प्रतिवादी का आचरण स्पष्ट रूप से दर्शाता है कि न्यायालय से महत्वपूर्ण जानकारी को

छिपाने का इरादा है, न कि किसी न्यायिक मंच पर उपस्थित किसी पक्ष से अपेक्षित निष्कलंक आचरण में संलग्न होने का।

100. प्रतिवादी संख्या 1 ने न्यायालय के समक्ष अपना बचाव तक दाखिल नहीं करने का विकल्प भी चुना। इसमें कोई विवाद नहीं है कि इसके पास 'सिम्बल'(SYMBOL) ब्रांड का मालिकाना हक है, जिसे उसने प्रतिवादी संख्या 2 को उपयोग करने की अनुमति दी है। सिंबल (SYMBOL) चिह्न के कुछ व्यापार चिह्न पंजीकरण नीचे दिए गए हैं:

क्र.सं.	**आवेदन सं.**	**श्रेणी**	**दिनांक**	**पंजीकृत स्वामी**	**चिह्न**
1	3284491	25	14/06/2016	अमेज़न टेक्नोलॉजीज़, आईएनसी.	
2	3284490	18	14/06/2016	अमेज़न टेक्नोलॉजीज़, आईएनसी.	
3	5758052	18	10/01/2023	अमेज़न टेक्नोलॉजीज़, आईएनसी.	SYMBOL

101. प्रतिवादी संख्या 1 और प्रतिवादी संख्या 2 के बीच समझौते से पता चलता है कि प्रतिवादी संख्या 1 व्यापार चिह्न के उपयोग, लाइसेंस देने और उल्लंघन चिह्न के वितरण पर नियंत्रण रखता है, जिससे वह वादी चिह्न के अनधिकृत उपयोग के लिए सीधे उत्तरदायी हो जाता है। यह समझौता प्रतिवादियों के बीच प्रत्यक्ष वाणिज्यिक और परिचालन सांठगांठ का प्रदर्शन है, जिससे यह स्पष्ट करता है कि प्रतिवादी संख्या 1 केवल मध्यस्थ होने की आड़ में दायित्व से बच नहीं सकता है।

102. उपरोक्त कारकों के अलावा जो प्रतिवादी संख्या 1 के आचरण को प्रदर्शित करते हैं, कुछ और कारक हैं जिन पर इस प्रकृति के मामले में नुकसान की गणना करते समय भी विचार करने की आवश्यकता होती है:

i) उल्लंघनकारी आचरण एक ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म पर होता है जहां उपभोक्ता वास्तविक उत्पाद के बजाय छवि को देखकर ऑर्डर करता है;

ii) उपभोक्ता उत्पाद या उसकी गुणवत्ता को महसूस नहीं करता है और एक लोगो की प्रमुखता से जाता है जो वादी के बीएचपीसी लोगो के लगभग समान है;

iii) लोगो में अंतर लगभग अस्तित्व में नहीं हैं और विशेष रूप से कंप्यूटर स्क्रीन या फोन या टैबलेट जैसे इलेक्ट्रॉनिक उपकरण पर; नग्न आंखों से मूल्यांकन नहीं किया जा सकता है।

iv) वादी का लोगो वादी के पंजीकृत व्यापार चिह्नों की प्रमुख विशेषता है और इस प्रकार एक समान या भ्रामक रूप से समान लोगो या उपकरण के उपयोग से वादी के चिह्न का उल्लंघन होता है;

v) उत्पाद समान हैं; उपभोक्ता का वर्ग समान है और लोगो लगभग समान हैं। इस प्रकार, यह ट्रिपल आइडेंटिटी का मामला है;

vi) प्रतिवादियों के उत्पादों का मूल्य निर्धारण न केवल वादी के ब्रांड मूल्य को कम कर रहा है, बल्कि वादी की ब्रांड इक्विटी को पूरी तरह से नष्ट करने के लिए है;

vii) PW-5, जो एक स्वतंत्र विशेषज्ञ थे, ने विशिष्ट उदाहरण दिए हैं कि कैसे ऑनलाइन जालसाजी ने ब्रांडों को नष्ट कर दिया है। PW-5 इस हद तक कहता है कि इस तरह का उल्लंघन एक ब्रांड को विलुप्त होने के कगार पर ले जा सकता है;

viii) भारी छूट पर उत्पादों की बिक्री उपभोक्ता को पूरी तरह से ब्रांड का परीक्षण बंद करने के लिए प्रेरित कर सकती है क्योंकि इससे कानून की गुणवत्ता और कम कीमत से जुड़े नकारात्मक सामाजिक प्रभाव हो सकते हैं।

103. ऊपर बताए गए कारकों ने इस न्यायालय को यह निष्कर्ष निकालने के लिए प्रेरित किया कि वादी मुआवजे के साथ-साथ खोई हुई बिक्री और रॉयल्टी दोनों पर नुकसान के हकदार हैं। अधिकांश अन्य मामलों के विपरीत जहां न्यायालय से ऐसी राशियों का अनुमान लगाने की अपेक्षा की जाती है, वर्तमान मामले में वादी और प्रमुख ब्रांडों के बीच व्यापार चिह्न लाइसेंस समझौता जो भारतीय और पड़ोसी बाजारों के लिए लाइसेंसधारी

था, नुकसान की गणना करने के लिए पर्याप्त आधार देता है जो दिया जाना चाहिए। समझौते के प्रासंगिक खंडों में लिखा हैः

104. रॉयल्टी से संबंधित खंड प्रासंगिक है और नीचे दिया गया हैः

"

4.1क - लाइसेंसी, लाइसेंसदाता को लाइसेंस प्राप्त माल की शुद्ध बिक्री का 7.5% के बराबर अर्जित रॉयल्टी का भुगतान करेगा। अर्जित रॉयल्टी रिपोर्ट में लागू अवधि में माल की श्रेणी और स्टोर स्थान के अनुसार बेची गई कीमत और इकाइयाँ दिखाई जाएँगी। 4.1ख अर्जित रॉयल्टी के अतिरिक्त, लाइसेंसी को न्यूनतम रॉयल्टी अनुसूची में परिभाषित वार्षिक आधार अवधि के अनुसार रिपोर्ट करने और रिपोर्टिंग मौसम के समाप्त होने के 45 दिनों के भीतर निम्नलिखित अनुसूची से जुड़ी बोनस रॉयल्टी का भुगतान करने की बाध्यता होगी: यदि वार्षिक बिक्री प्रति वर्ग फुट $600 प्रति वर्ग फुट से ऊपर जाती है, और बी.एच.पी.सी. व्यवसाय का सकल मार्जिन कम से कम 64% है, तो परिधान समूह उन अतिरिक्त बिक्री पर $600 प्रति वर्ग फुट से ऊपर अतिरिक्त 2% रॉयल्टी का बोनस भुगतान करेगा, जिसका तात्पर्य है कि उन अतिरिक्त बिक्री पर कुल रॉयल्टी 9.5% होगी। यदि प्रति वर्ग फुट वार्षिक बिक्री $750 प्रति वर्ग फुट से अधिक हो जाती है और बी.एच.पी.सी व्यवसाय पर सकल मार्जिन कम से कम 64% है, तो अपैरल ग्रुप उन अतिरिक्त बिक्री पर $600 प्रति वर्ग फुट से ऊपर 2.5% अतिरिक्त रॉयल्टी का बोनस देगा, जिसका मतलब है कि $600 प्रति वर्ग फुट से ऊपर उन अतिरिक्त बिक्री पर कुल 10% रॉयल्टी होगी। यह स्पष्ट किया गया और पक्षों के बीच सहमति है कि 64% अंतिम सकल मार्जिन मार्कडाउन और डिस्काउंट के बाद

है और इसे प्रतिशत के रूप में गणना किया जाता है ((नेट बिक्री माइनस लैंडेड कॉस्ट) विभाजित नेट बिक्री)।

4.2. लाइसेंसधारी बिक्री/अर्जित रॉयल्टी रिपोर्ट जमा करने के अलावा, अवधि के दौरान प्रत्येक तिमाही के लिए अर्जित रॉयल्टी का भुगतान करेगा, जो तिमाही के अंत के 20 दिनों के भीतर देय होगी। इसके अलावा कि पहले वर्ष के लिए न्यूनतम रॉयल्टी का भुगतान निम्नानुसार किया जाएगाः (i) इस लाइसेंस समझौते के निष्पादन पर 85,000 डॉलर, 1 जनवरी, 2013 को 85,000 डॉलर और पहला स्टोर खोलने पर 80,000 डॉलर (1 अगस्त, 2013 के बाद नहीं) का भुगतान किया जाएगा। पहले वर्ष के लिए न्यूनतम रॉयल्टी की शेष राशि का भुगतान तिमाही आधार पर किया जाएगा और 31 अक्टूबर और 31 जनवरी, 30 अप्रैल और 31 जुलाई की तुलना में प्रत्येक तिमाही में समान रूप से विभाजित किया जाएगा। रॉयल्टी भुगतान और बाद के वर्षों के लिए देय तिमाही रिपोर्ट उस वर्ष के 1 अगस्त से 31 जुलाई तक की बिक्री के लिए हैं। प्रत्येक वर्ष, लाइसेंसधारी उस वर्ष की प्रत्येक तिमाही में समान रूप से विभाजित और 31 अक्टूबर, 31 जनवरी, 30 अप्रैल और 31 जुलाई को देय न्यूनतम वार्षिक रॉयल्टी का भुगतान करने के लिए सहमत होता है।

अवधि	*व्यवसाय योजना बिक्री*	*न्यूनतम बिक्री*	*न्यूनतम रॉयल्टी*
01-01-2013 से 31-07-2013 तक	*$6,557,500*	*$4,590,250*	$49,813
01-814 से 31-07-	*$14,703,250*	*$10,292,275*	*$1,102,744*

2015 तक			
01-08-2015 से 31-07-2016 तक	*$24,460,143*	*$17,122,100*	*$1,834,511*
01-08-2016 से 31-07-2017 तक	*$32,636,029*	*$22,845,220*	*$1,71,392*
01-08-2017 से 31-07-2018 तक	*$41,267,756*	*$28,887,429*	*$2,166,557*

4.2. दोनों पक्षों के बीच इस बात पर सहमति बनी है कि यदि पहले कार्यकाल के लिए न्यूनतम शुद्ध बिक्री हासिल की जाती है तो दूसरे कार्यकाल का नवीनीकरण स्वचालित रूप से होगा, लेकिन तीसरे कार्यकाल का नवीनीकरण 10वें वर्ष के लिए 41 मिलियन अमेरिकी डॉलर की न्यूनतम शुद्ध बिक्री की उपलब्धि के अधीन होगा। यदि किसी विशेष वर्ष में अनुज्ञप्तिधारी द्वारा न्यूनतम बिक्री प्राप्त नहीं की जाती है तो अनुज्ञप्तिधारी उपचार की छह (6) महीने की सूचना देगा और यदि उपचार अवधि के भीतर न्यूनतम बिक्री का अंतर प्राप्त किया जाता है तो इसे अनुज्ञप्तिधारी द्वारा उल्लंघन नहीं माना जाएगा।"

105. 08 नवंबर, 2012 के उक्त समझौते के अनुसार, समझौता प्रारंभिक अवधि और नवीनीकरण के लिए तीन कार्यकालों के लिए था। प्रारंभिक कार्यकाल 2013 में शुरू हुआ और नवीनीकरण की अवधि पांच साल के प्रारंभिक कार्यकाल के बाद 1 अगस्त, 2018 से शुरू होने वाला लगातार तीन पांच साल का कार्यकाल था। इस प्रकार, समझौते की कुल अनुमानित अवधि थी;

- प्रारंभिक अवधि 1 जनवरी, 2013 से 31 जुलाई, 2018 तक।
- नवीकरण अवधि-हर पांच साल में 1 अगस्त, 2018 से शुरू होकर अंत में 31 जुलाई, 2033 को समाप्त होती है।

106. समझौते में यह भी प्रावधान है कि समाप्ति का एक कारण यह हो सकता है कि यदि खंड 8.1 के अनुसार वार्षिक न्यूनतम बिक्री हासिल नहीं की जाती है। यह इस बात के प्रमाण में आया है कि पहले वर्ष में हासिल की गई बिक्री समझौते में निर्धारित की गई बिक्री से अधिक थी।

107. हालांकि, दूसरे वर्ष यानी 2015 के बाद से बिक्री में गिरावट आनी शुरू हो गई। हालाँकि वादी ने 2020 में ऑनलाइन उल्लंघन का पता लगाया, लेकिन अब यह रिकॉर्ड में आ गया है कि प्रतिवादी 2015 से उल्लंघनकारी लोगो/चिह्न का उपयोग कर रहे थे।

108. साक्ष्य यह भी बताते हैं कि उल्लंघनकारी लोगो के तहत प्रतिवादियों द्वारा की गई बिक्री बेहद कम कीमतों पर थी, जिससे वादी के ब्रांड मूल्य में कमी आई। *इस प्रकार, नुकसान की मात्रा निर्धारित करने के तरीके के रूप में जटिल विश्लेषण में गए बिना, इस*

<u>मामले में नुकसान का आकलन करने के सबसे सरल तरीकों में से एक वादी की खोई हुई रॉयल्टी की मात्रा निर्धारित करना है।</u> यदि इसे खंड 4.1 (ख) के अनुसार बोनस रॉयल्टी के साथ लाइसेंस समझौते के संदर्भ में कम से कम लिया जाता है, तो वादी ने रॉयल्टी की पर्याप्त राशि खो दी है। जिस विशेषज्ञ ने साक्ष्य दिया है, यानी PW-3 ने दस साल की अवधि यानी 2015 से 2024 तक इसकी मात्रा निर्धारित की है। उन्होंने इसे निम्नलिखित तरीके से निर्धारित किया हैः

<u>मूल्यांकन तिथि के अनुसार न्यूनतम बिक्री पर आधारित आर्थिक हानि की गणना</u>,

व्यवसाय की अवधि	*व्यवसाय वर्ष*	*न्यूनतम बिक्री (ए) के आधार पर हानि रॉयल्टी*	*छूट की अवधि (बी)*	*डिस्काउंटिंग फैक्टर @ 12.64% (सी =1/(1+12.64%)^ बी)*	*मुल्यांकन तिथि के अनुसार आर्थिक नुकसान (ए *सी)*
दूसरी अवधि	*2015-16 में*	*146,306*	*(4.50)*	*1.71*	*250,029*
तीसरी अवधि	*2016-17 में*	*309,200*	*(3.50)*	*1.52*	*468,949*
चौथी अवधि	*2017-18 में*	*648,441*	*(2.50)*	*1.35*	*873,082*
पांचवीं अवधि	*2018-19 में*	*1,005,961*	*(1.50)*	*1.20*	*873,082*
छठी अवधि	*2019-20 में*	*1,195,353*	*(0.50)*	*1.06*	*1,268,459*

सातवी अवधि	*2020-21 में*	*1,198,197*	*0.50*	*0.94*	*1,128,404*
आठवी अवधि	*2021-22 में*	*1,291,032*	*1.50*	*0.84*	*1,079,373*
नौवी अवधि	*2022-23 में*	*1,390,715*	*2.50*	*0.74*	*1,032,216*
10वी अवधि	*2023-24 में*	*1,497,708*	*3.50*	*0.66*	*986,864*
कु.मू.[2]		*20,577,130*	*3.50*	*0.66*	*13,558,614*
कुल		***29,260,043***	***3.50***	***21,848,431***	***29,260,043***

109. यह मात्रा न्यूनतम बिक्री के आधार पर निर्धारित की गई है। हालांकि, व्यवसाय योजना की बिक्री के आधार पर, PW-3 ने इसे इस प्रकार बताया है:

<u>मूल्यांकन तिथि के अनुसार व्यवसाय योजना की बिक्री के आधार पर आर्थिक नुकसान की गणना।</u>

व्यवसाय की अवधि	*व्यवसाय वर्ष*	*न्यूनतम बिक्री (ए) के आधार पर हानि रॉयल्टी*	*छूट की अवधि (तालिका 19 बी)*	*डिस्काउंटिंग फैक्टर @ 12.64% (तालिका 19 सी)*	*मुल्यांकन तिथि के अनुसार आर्थिक नुकसान (ए *सी)*

[2] कुल मुल्यांकन

दूसरी अवधि	*2015-16 में*	*301,522*	*(4.50)*	*1.71*	*515,286*
तीसरी अवधि	*2016-17 में*	*559,271*	*(3.50)*	*1.52*	*848,220*
चौथी अवधि	*2017-18 में*	*1,029,388*	*(2.50)*	*1.35*	*1,386,000*
पांचवीं अवधि	*2018-19 में*	*1,540,957*	*(1.50)*	*1.20*	*1,841,929*
छठी अवधि	*2019-20 में*	*1,775,697*	*(0.50)*	*1.06*	*1,884,296*
सातवी अवधि	*2020-21 में*	*1,827,732*	*0.50*	*0.94*	*1,721,270*
आठवी अवधि	*2021-22 में*	*1,973,929*	*1.50*	*0.84*	*1,650,312*
नौवी अवधि	*2022-23 में*	*2,131,496*	*2.50*	*0.74*	*1,582,038*
10वी अवधि	*2023-24 में*	*2,301,279*	*3.50*	*0.66*	*1,516,351*
कु.मू[3]		*31,617,466*	*3.50*	*0.66*	*20,833,274*
कुल		***45,058,737***			***33,778,976***

110. इस तथ्य को ध्यान में रखते हुए कि प्रतिवादी जानबूझकर और जानबूझकर उल्लंघन में लिप्त हुए हैं और साथ ही विभिन्न कारक जो ऊपर दिए गए हैं, वादी ने अपनी व्यावसायिक योजना के आधार पर जो रॉयल्टी अर्जित की होगी, जो उन्होंने पहले वर्ष में स्पष्ट रूप से प्राप्त की होगी, वह वादी को क्षतिपूर्ति करने के लिए वर्तमान मामले में नुकसान का एक उचित उपाय है। वास्तव में, टी. एल. ए. के अवलोकन से पता चलेगा कि यदि आवश्यक बिक्री हासिल नहीं की जाती है, तो यह समझौते को समाप्त करने का

[3] कुल मुल्यांकन

कारण भी बन सकता है। ऑनलाइन उल्लंघन के परिणाम जो प्रतिवादियों ने किए हैं, इस न्यायालय की राय में पूरी तरह से अथाह हैं। ब्रांड मूल्य का क्षरण और अनदेखे लाभ जो प्रतिवादियों ने ब्रांड सिम्बल और वादी के अन्य प्रतियोगियों के तहत अपनी बिक्री के कारण अर्जित किए होंगे, जिन्होंने वर्तमान उल्लंघन के कारण भी लाभ उठाना चाहा था, इस न्यायालय की राय में भी वादी को दंडात्मक हर्जाने का हकदार बनाएगा। हालाँकि, चूंकि उक्त आंकड़े उपलब्ध नहीं हैं, इसलिए न्यायालय केवल रिकॉर्ड पर प्रदर्शित दस्तावेजों यानी व्यापार चिह्न लाइसेंसिंग समझौते के आधार पर अपनी जांच को प्रतिबंधित करता है।

111. लिखित प्रस्तुतियों के साथ दायर किए गए नुकसान के लिए वादी का दावा इस प्रकार हैः

<u>प्रतिपूरक क्षति के लिए दावे का शीर्ष</u>	*राशि*
व्यवसाय योजना की बिक्री पर आधारित हानि रॉयल्टी के लिए हर्जाना	***33.78 मिलियन अमेरिकी डॉलर***
एपेरल ग्रुप इंडिया के व्यवसाय योजना बिक्री के आधार पर खोए हुए मुनाफे के लिए हर्जाने	***44.92 मिलियन अमेरिकी डॉलर***
बांग्लादेश, श्रीलंका और नेपाल से रॉयल्टी के खोए हुए अवसर के लिए हर्जाने, व्यवसाय योजना बिक्री के आधार पर	***16.89 मिलियन अमेरिकी डॉलर***
एपेरल ग्रुप इंडिया के साथ प्रस्तावित संयुक्त उद्यम से खोए हुए उद्यम मूल्य के लिए हर्जाने	***50 मिलियन अमेरिकी डॉलर***
बढ़े हुए विपणन बजट के कारण हर्जाने	***5 मिलियन अमेरिकी डॉलर***
अपनी ख्याति और प्रतिष्ठा के नुकसान के कारण	***5 मिलियन अमेरिकी डॉलर***

हर्जाने	
कुल प्रतिपूर्ति हर्जाना	***155.59 मिलियन अमेरिकी डॉलर*** ***या*** ***रू. 1,260 करोड़***
अनुकरणीय हर्जाना	***मुआवजे के तौर पर दिए गए हर्जाने का <u>दोगुना</u>***

112. वादी ने PW-1 की गवाही के माध्यम से यह भी प्रदर्शित किया है कि वे प्रतिवादियों द्वारा उल्लंघन के प्रतिकूल प्रभावों का मुकाबला करने के लिए अपने विपणन व्यय को बढ़ाने के लिए मजबूर थे। PW-1 के अनुसार, बीएचपीसी ब्रांड में उपभोक्ता विश्वास को बहाल करने के लिए विज्ञापन और प्रचार प्रयासों को बढ़ाने की आवश्यकता प्रतिवादियों द्वारा व्यापार चिह्न उल्लंघन का एक प्रत्यक्ष और पूर्वानुमेय परिणाम था। जैसा कि ***हिंदुस्तान यूनिलीवर लिमिटेड*** (पूर्वोक्त) में खंड पीठ द्वारा अभिनिर्धारित किया गया है, विज्ञापन और प्रचार खर्च में वृद्धि के कारण नुकसान को राहत के रूप में दिया जाना चाहिए, विशेष रूप से उन मामलों में जहां गलत कार्य का पर सीधा प्रभाव पड़ा है और ब्रांड की बाजार धारणा का और उपचारात्मक विज्ञापन प्रयासों की आवश्यकता है। तदनुसार, यह न्यायालय मानता है कि **<u>5 मिलियन अमेरिकी डॉलर</u>** के बढ़े हुए विज्ञापन और विपणन खर्च के कारण अतिरिक्त प्रतिपूरक नुकसान वादी के पक्ष में दिए जाने के लिए उत्तरदायी हैं।

113. वादी ने ख्याति और प्रतिष्ठा के नुकसान के कारण नुकसान का भी दावा किया है। कमजोर पड़ने, कलंकित होने और ख्याति के नुकसान के कारण नुकसान का दावा, हालांकि महत्वपूर्ण है, अटकलबाजी बना हुआ है और प्रस्तुत साक्ष्य के आधार पर सटीक

रूप से गणना नहीं की जा सकती है। वादी ने प्रतिवादी की उल्लंघनकारी गतिविधियों के परिणामस्वरूप ख्याति और प्रतिष्ठा में कथित कमी के लिए मुआवजे के रूप में **50 मिलियन अमेरिकी डॉलर** की राशि की मांग की है। हालाँकि, जबकि ब्रांड की प्रतिष्ठा को नुकसान वास्तव में उल्लंघन का एक पूर्वानुमेय परिणाम है, वादी ने अपने व्यवसाय पर इस तरह के कमजोर पड़ने के मात्रात्मक वित्तीय प्रभाव को स्थापित करने के लिए ठोस सबूत प्रदान नहीं किए हैं। जैसा कि ***हिंदुस्तान यूनिलीवर लिमिटेड (पूर्वोक्त***) में मान्यता प्राप्त है, नुकसान को सिद्ध करने योग्य नुकसान में आधारित होना चाहिए, और सट्टा दावे मौद्रिक राहत का आधार नहीं बन सकते हैं। नतीजतन, दिए गए क्षतिपूर्ति नुकसान के अलावा, आगे कोई राशि नहीं दी जा रही है।

114. वादी ने एक संयुक्त उद्यम में प्रवेश करने और प्रारंभिक सार्वजनिक प्रस्ताव (*'आई. पी. ओ.')* शुरू करने के अवसर के नुकसान के लिए मुआवजे के रूप में **5 करोड़ अमेरिकी डॉलर** का भी दावा किया है। हालांकि, इस तरह के दावे कई बाहरी बाजार चर पर निर्भर हैं, जिनमें निवेश की शर्तें, नियामक अनुमोदन और व्यावसायिक वार्ता शामिल हैं। नुकसान प्रतिपूरक होना चाहिए और कुछ उचित आधार से उत्पन्न होना चाहिए और अटकलबाजी या दूरस्थ प्रकृति का नहीं हो सकता है। आई. पी. ओ. शुरू करने और अप्रत्याशित लाभ प्राप्त करने का कथित रूप से खोया हुआ अवसर स्वाभाविक रूप से अनिश्चित है और प्रतिवादी के उल्लंघन के कारण प्रत्यक्ष क्षतिपूर्ति योग्य नुकसान का गठन नहीं करता है। तदनुसार, यह दावा केवल प्रतिपूरक प्रतीत नहीं होता है और इसलिए इसे स्वीकार नहीं किया जाता है।

115. ब्रांड के कमजोर और धूमिल होने का आकलन वर्तमान में नहीं किया गया है और केवल एक अनुमान ही लग सकता है। याचिकाओं, दस्तावेज़ों और रिकॉर्ड पर उपलब्ध साक्ष्यों के आधार पर, यह न्यायालय इस विचार पर है कि वादी व्यवसाय योजना की बिक्री के आधार पर खोए हुए रॉयल्टी के लिए मुआवजा प्राप्त करने के हकदार हैं, अर्थात् **33.78 मिलियन अमेरिकी डॉलर** है जो कि **₹ 292,70,37,000/-[4] के बराबर है।**

116. उपरोक्त चर्चा के दृष्टिगत, यह न्यायालय पाती है कि वादी हकदार हैं

क) खोई हुई रॉयल्टी के लिए 33.78 मिलियन अमेरिकी डॉलर के बराबर ₹ 292,70,37,000/- की क्षतिपूर्ति; साथ ही

ख) विज्ञापन और प्रचार खर्च में वृद्धि के लिए 5 मिलियन अमेरिकी डॉलर के बराबर ₹ 43,32,50,000/- की क्षतिपूर्ति।

उक्त मुआवज़े की कुल रकम **38.78 मिलियन अमेरिकी डॉलर** है, जो आज की तारीख में ₹**336,02,87,000/-** यानी **तीन सौ छत्तीस करोड़ दो लाख सत्तासी हज़ार रुपये** के बराबर है।

झ. कार्यवाही की लागत

117. वाणिज्यिक मुकदमेबाजी में महत्वपूर्ण कानूनी खर्च शामिल होते हैं, और आईपी उल्लंघन के मामलों में, आईपी अधिकार धारकों द्वारा अपने कानूनी अधिकारों को लागू करने में होने वाली कानूनी लागत पर्याप्त हो सकती है। इसे स्वीकार करते हुए, ***यूफ्लेक्स***

[4] 24 फरवरी, 2025 को, $1 = ₹ 86.65

लिमिटेड बनाम तमिलनाडु सरकार और अन्य, (2022) 1 एस. सी. सी. 165 में सर्वोच्च न्यायालय ने वाणिज्यिक वाद में यथार्थवादी लागत प्रदान करने की आवश्यकता पर जोर दिया है। उक्त फैसले में, सर्वोच्च न्यायालय ने कहा है कि खर्च आमतौर पर नतीजे के हिसाब से होना चाहिए, जिसका मतलब है कि हारने वाला पक्ष जीतने वाले पक्ष के मुकदमे का खर्च उठाएगी। इस बात पर भी प्रकाश डाला गया है कि लागत कई उद्देश्यों को पूरा करती है, जिसमें क्षतिपूर्ति, निरोध, शीघ्र निपटान को प्रोत्साहित करना और न्याय तक पहुंच सुनिश्चित करना शामिल है। तदनुसार, वर्तमान एक वाणिज्यिक मुकदमा होने के कारण, ***यूफ्लेक्स लिमिटेड (पूर्वोक्त)*** में सर्वोच्च न्यायालय के फैसले के संदर्भ में वास्तविक लागत वादी के पक्ष में दी जानी चाहिए। ***यूफ्लेक्स लिमिटेड (पूर्वोक्त***) में निर्णय के प्रासंगिक उद्धरण नीचे दिए गए हैं:

> *"लागत*
>
> *53. कारण के अनुसार लागत एक सिद्धांत है जिसे अधिकांश देशों में अपनाया जाता है। हमारे न्यायिक प्रणाली में अक्सर लागत को लेकर हिचक दिखाई देती है, मानो यह अधिवक्ता पर कोई प्रभाव डालता हो। यह सही दृष्टिकोण नहीं है। राज्य के खिलाफ अधिकारों के प्रवर्तन के संघर्ष में अलग सिद्धांत लागू होते हैं, लेकिन व्यावसायिक मामलों में लागत कारण के अनुसार होनी चाहिए।*
>
> *54. भारत की कानून आयोग ने अपने रिपोर्ट संख्या 240 में लागत प्रदान करने के पहलू पर विचार किया है, विशेष रूप से सिविल मामलों के संदर्भ में।*
>
> *अशोक कुमार मित्तल बनाम राम कुमार गुप्ता [अशोक कुमार मित्तल बनाम राम कुमार गुप्ता, (2009) 2 एस. सी. सी. 656: (2009) 1 एस. सी. सी.*

(सी. आर. आई.) 836] और विनोद सेठ बनाम देविंदर बजाज [विनोद सेठ बनाम देविंदर बजाज, (2010) 8 एस. सी. सी. 1: (2010) 3 एस. सी. सी. (सी. आई. वी.) 212] में उच्चतम न्यायालय की टिप्पणियाँ इसके लिए प्रेरक थीं। न्यायिक फैसलों में सिविल मामलों में बहुत कम खर्च लगाने पर ध्यान दिया गया, जो अहंकार या लालच से किए गए परेशान करने वाले या फालतू मुकदमों को रोकने में नाकाम रहा, या जिसे "समय खरीदने" की रणनीति के तौर पर इस्तेमाल किया गया। इन दोनों न्यायिक फैसलों को संजीव कुमार जैन बनाम रघुबीर सरन चैरिटेबल ट्रस्ट [संजीव कुमार जैन बनाम रघुबीर सरन चैरिटेबल ट्रस्ट, (2012) 1 एस सी सी 455 : (2012) 1 एस सी सी (सिवी.) 275] मामले में अनुकरण किया गया। उक्त कार्यवाही में लॉ कमीशन ने भी अपने विचार प्रस्तुत किए। इस संदर्भ में इस न्यायालय ने कहा कि भारत के विधि आयोग की रिपोर्ट में निहित लागतों से संबंधित प्रावधानों में उचित परिवर्तनों का संसद और संबंधित उच्च न्यायालयों द्वारा पालन किया जाना चाहिए।

*55. हम यह ध्यान दे सकते हैं कि इन तीनों मामलों में चलती सामान्य बात लाभकारी सिद्धांतों की पुनरावृत्ति है: (**i) लागतें सामान्यतः परिणाम के अनुसार लगनी चाहिए; (ii) लगातार बढ़ती मुकदमेबाजी की लागत को ध्यान में रखते हुए यथार्थवादी लागतें दी जानी चाहिए; और** (iii) लागतों का उद्देश्य तुच्छ और परेशान करने वाली मुकदमेबाजी को रोकना होना चाहिए। [भारत के विधि आयोग की रिपोर्ट संख्या 240.]*

56. हम यह नोट कर सकते हैं कि भारत में यह प्रयास हमारे देश के लिए अद्वितीय नहीं है और कुछ हद तक यह उस सिद्धांत को अपनाता है जो इंग्लैंड में प्रचलित है कि खर्च घटना के बाद आते हैं। स्थिति संयुक्त राज्य अमेरिका में थोड़ी अलग हो सकती है, लेकिन वहां उन अलग सिद्धांतों का पालन होता है जहां चैंपर्टी प्रचलित है। इसमें कोई संदेह नहीं है कि भारत जैसे अधिकांश देशों में विवेकाधिकार न्यायालय के पास है। लागतों के लिए एक आनुपातिकता होनी चाहिए और यदि वे अनुचित हैं, तो संदेह का

समाधान भुगतान करने वाले पक्ष के पक्ष में किया जाएगा [यूके सिविल प्रक्रिया नियम 44.2]। इंग्लैंड के हैल्सबरी के कानूनों के अनुसार, <u>लागत देने के विवेकाधिकार का उपयोग न्यायिक रूप से और कारण और न्यायसांगत किया जाना चाहिए।</u> [खंड. 10, चौथा संस्करण, (पैरा 15) ।] इसमें निम्नलिखित सिद्धांत निर्धारित किए गए हैं

" यह तय करने में कि लागत के बारे में क्या आदेश (यदि कोई हो) देना है, न्यायालय को सभी परिस्थितियों को ध्यान में रखना चाहिए, जिनमें शामिल हैं:

(i) सभी पक्षों का आचरण;

(ii) क्या कोई पक्ष अपने मामले में सफल हुआ है, भले ही वह पूरी तरह से सफल नहीं हुआ हो; और

(iii) न्यायालय में कोई भुगतान या न्यायालय के ध्यान में लाए गए पक्ष द्वारा किए गए निपटान के लिए स्वीकार्य प्रस्ताव।

पक्षकारों के आचरण में शामिल हैं:

(क) संबंधित कार्रवाई शुरू होने से पहले और दौरान की गई कार्रवाई, और विशेष रूप से यह कि पक्षों ने किसी भी प्रासंगिक पूर्व- कार्रवाई प्रोटोकॉल का कितना पालन किया;

(ख) क्या किसी पक्ष के लिए किसी विशेष आरोप या मुद्दे को उठाना, आगे बढ़ाना या लड़ना उचित था;

(ग) जिस तरह से किसी पक्ष ने अपने मामले या किसी विशेष आरोप या मुद्दे का पीछा किया है या बचाव किया है; और

(घ) क्या कोई दावेदार जो अपने दावे में सफल रहा है, उसने पूरे या आंशिक रूप से अपने दावे को बढ़ा-चढ़ाकर पेश किया है। चौथा संस्करण। (पैरा 17) ।]

57. हम यह भी जोड़ सकते हैं कि ऑस्ट्रेलिया, हांगकांग और कनाडा में समान सिद्धांतों का पालन किया जाता है जो काफी हद तक सामान्य कानून सिद्धांत पर आधारित हैं। वास्तव में कनाडा में, मैनिटोबा विधि आयोग की

रिपोर्ट ने "सिविल मुकदमे में लागत अधिनिर्णय का विश्लेषण किया और छह व्यापक लक्ष्यों का उल्लेख कियाः

(क) क्षतिपूर्ति — सफल मुकदमों को कम से कम उनके कानूनी खर्चों के लिए आंशिक रूप से क्षतिपूर्ति मिलनी चाहिए;;

(ख) निरोध-संभावित वादियों को दावे के गुण-दोष का सावधानीपूर्वक आकलन करना चाहिए और कोई भी अनावश्यक कानूनी कार्रवाई करने से बचना चाहिए;

(ग) नियमों को समझने योग्य और समझने में सरल बनाया जाना चाहिए;

(घ) विवादों के शीघ्र निपटारे को प्रोत्साहित किया जाना चाहिए;

(ड.) लागत व्यवस्था को न्याय तक पहुंच की सुविधा प्रदान करनी चाहिए; और

(च) यह सुनिश्चित करने के लिए नियमों में लचीलापन होना चाहिए ताकि न्याय किया जा सके। [भारत के विधि आयोग का रिपोर्ट सं. 240]

58. हमने उपरोक्त बातें इसलिए प्रस्तुत की हैं ताकि यह समझा जा सके कि वाणिज्यिक मुकदमेबाजी करते समय, पक्षकारों को वाणिज्यिक हितों का मूल्यांकन करना चाहिए, जिसमें यह भी शामिल है कि मामला अदालतों द्वारा अनुकूल विचार न किए जाने की परिस्थितियों के क्या परिणाम हो सकते हैं। हम इस बात से अवगत हैं कि मामले के दिए गए तथ्यों में प्रतिवादी खंड पीठ के समक्ष सफल हुए हैं, हालांकि वे विद्वान एकल न्यायाधीश के समक्ष विफल रहे हैं। यह कहना पर्याप्त है कि हमारे सामने सभी पक्ष वित्तीय रूप से मजबूत हैं और इस कानूनी लड़ाई को इस न्यायालय तक ले जाने के लिए एक व्यावसायिक निर्णय लिया। इस प्रकार, उन्हें वर्तमान कार्यवाही में सफलता या विफलता के परिणामों और लागतों का सामना करना चाहिए। "

118. इन सिद्धांतों के अनुरूप, दिल्ली उच्च न्यायालय (मूल पक्ष) नियम, 2018 के अध्याय XXIII के नियम 2 में कहा गया है कि न्यायालय को सफल पक्ष द्वारा वहन किए गए

वास्तविक खर्चों द्वारा निर्देशित लागतों का निर्धारण करना चाहिए। नियम वास्तविक कानूनी शुल्क, गवाह खर्च, विशेषज्ञ शुल्क, कमीशन निष्पादन और अन्य वैध मुकदमेबाजी लागतों पर विचार करने के लिए प्रदान करता है, यह सुनिश्चित करते हुए कि प्रचलित पक्ष को पर्याप्त रूप से मुआवजा दिया गया है। इसके अतिरिक्त, सिविल प्रक्रिया संहिता, 1908 की धारा 35-क और 35-ख न्यायालयों को परेशान करने वाले या अनावश्यक मुकदमेबाजी से जुड़े मामलों में प्रतिपूरक और अनुकरणीय लागत लगाने का अधिकार देती है। दिल्ली उच्च न्यायालय (मूल पक्ष) नियम, 2018 के अध्याय XXIII का उक्त नियम 2 नीचे दिया गया हैः

> " 2. *<u>वास्तविक लागतों का अधिरोपण - इस अध्याय के नियम 1 में दिए गए खर्चों के अधिरोपण के अलावा, न्यायालय पक्षकारों द्वारा वहन की जाने वाली वास्तविक लागतों द्वारा निर्देशित और उन तक की लागतों का अधिनिर्णय करेगा, भले ही पक्षकारों द्वारा वाद को डिक्री देने या खारिज करने के समय उनकी मात्रा निर्धारित नहीं की गई हो।</u> इस संबंध में न्यायालय सभी प्रासंगिक कारकों को ध्यान में रखेगा, जिसमें अधिवक्ताओं/वरिष्ठ अधिवक्ताओं को भुगतान की गई वास्तविक फीस; प्रकाशन, प्रशस्ति पत्र आदि के लिए वास्तविक खर्च शामिल हैं (लेकिन प्रतिबंधित नहीं)। अभियोजन और मुकदमे के संचालन में होने वाली वास्तविक लागत, जिसमें कार्यवाही में भाग लेने, गवाहों, विशेषज्ञों की उपस्थिति प्राप्त करने आदि के लिए होने वाली लागत और खर्च शामिल हैं, लेकिन इन्हीं तक सीमित नहीं हैं। आयोगों का निष्पादन; और पक्ष द्वारा किए गए अन्य सभी वैध खर्च, जिन्हें न्यायालय किसी भी पक्ष को भुगतान करने का*

आदेश देता है। "उपरोक्त लागतों को लागू करने के अलावा, न्यायालय संहिता की धारा 35-क और 35-ख में या किसी भी लागू कानून के तहत प्रदान किए गए खर्चों के लिए एक डिक्री भी पारित कर सकता है।"

119. वर्तमान मुकदमे में, 29 मई, 2024 के आदेश के माध्यम से, इस न्यायालय ने वादी को वर्तमान मुकदमे में किए गए खर्च का हलफनामा दायर करने का भी निर्देश दिया था। याचिकाकर्ताओं द्वारा 1 जुलाई, 2024 के सूचकांक के माध्यम से लागत का आवश्यक हलफनामा दायर किया गया है। उक्त शपथपत्र पर श्री सिद्धांत गोयल, वर्तमान मुकदमे में वादी का प्रतिनिधित्व करने वाले विद्वान् अधिवक्ता द्वारा विधिवत हस्ताक्षर और सत्यापन किया गया है। न्यायालय ने उक्त हलफनामे और खर्च के हलफनामे के साथ दायर दस्तावेजों का भी अध्ययन किया है। उक्त शपथ पत्र में निर्धारित कुल लागत रु**.3,23,10,966.60**-अर्थात **तीन करोड़ तेइस लाख दस हजार नौ सौ छियासठ रुपये और केवल साठ पैसे**। तदनुसार, यूफ्लेक्स)पूर्वोक्त मूल और (नियम के नियमों पक्ष2 में सर्वोच्च न्यायालय के फैसले के अनुरूप, रु 3,23,10,966.60-वादी के पक्ष में दिए जाते हैं। 120. वादी चार सप्ताह के भीतर इस न्यायालय द्वारा दिए गए नुकसान के कारण देय अतिरिक्त न्यायालय शुल्क जमा करेंगे।

के. रिलीफ

121. तदनुसार वाद वादी के पक्ष में और प्रतिवादी संख्या 1 के खिलाफ निम्नलिखित शर्तों में घोषित किया जाता हैः

(i) स्थायी निषेधाज्ञा की डिक्री वाद के पैराग्राफ 64 (क), (ख) और (ग) के संदर्भ में दी जाती है।

(ii) प्रतिवादी संख्या 1 के खिलाफ वादी के पक्ष में **$38.78 मिलियन** के नुकसान की डिक्री, जो कि आज की दिनांक में **₹ 336,02,87,000.00** के बराबर है, दी जाती है। यदि उक्त राशि का भुगतान तीन महीने के भीतर किया जाता है, तो कोई ब्याज नहीं दिया जाएगा। हालाँकि, यदि प्रतिवादी संख्या 1 द्वारा इसका भुगतान नहीं किया जाता है, तो इस निर्णय की तिथि से उक्त राशि की पूरी प्राप्ति तक 5 प्रतिशत प्रति ब्याज देय होगा।

(iii) न्यायालय शुल्क के साथ-साथ **₹ 3,23,10,966.60 /**की लागत का आदेश।

122. प्रदान की गई राहत का विवरण संक्षेप में नीचे दिया गया है:

क्र.सं	**डिक्री विवरण**	**राशि /शर्तें** [5]
1	प्रतिपूरक क्षति	**33.78 मिलियन अमेरिकी डॉलर (₹ 292,70,37,000.00-)**
1ए	हानि रॉयल्टी	
1बी	विज्ञापन और प्रचार खर्च में वृद्धि	**5 मिलियन अमेरिकी डॉलर (₹ 43,32,50,000.00-)**
1सी	**कुल प्रतिपूरक क्षति**	**38.78 मिलियन अमेरिकी डॉलर (₹ 336,02,87,000.00-)**
2	**लागत**	**₹ 3,23,10,966.60- न्यायालय शुल्क के साथ**

[5] $1 = ₹ 86.65

3	**कुल राशि (नुकसान + लागत)**	**<u>₹ 339,25,97,966.60 /-+ न्यायालय शुल्क</u>**

123. डिक्री शीट उपरोक्त शब्दों में तैयार की जानी चाहिए।

124. सभी लंबित आवेदनों, यदि कोई हो, तो उसके साथ मुकदमे का निपटान कर दिया जाता है।

न्या. प्रतिभा एम. सिंह

25 फरवरी, 2025
डीजे/राहुल

<u>(Translation has been done through AI Tool: SUVAS)</u>

अस्वीकरण : *देशी भाषा में इसे समझ सकें एवं यह किसी अन्य प्रयोजन हेतु प्रयोग नहीं भाषा में निर्णय का अनुवाद मुकद्द्मेबाज़ के सीमित प्रयोग हेतु किया गया है ताकि वो अपनी 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।*