

दिल्ली उच्च न्यायालय: नई दिल्ली

निर्णय पारित: 14.12.2023

**आ.प्र.अ. (मू.प.) (वाणि.) 147/2022 व कैव 155/2022 व सि.वि.
संख्या. 27148/2022 व 27149/2022**

गूगल एलएलसी

..... अपीलकर्ता

बनाम

मेकमाईट्रिप (भारत) प्राइवेट

लिमिटेड व अन्य

..... प्रत्यर्थागण

इस मामले में पेश हुए अधिवाक्तागण:

अपीलकर्ता हेतु

:

श्री संदीप सेठी, वरिष्ठ अधिवक्ता के साथ श्री नील मेसन, श्री अंकित रस्तोगी, श्री विहान डांग, सुश्री अदिति उमापति और सुश्री वर्षा झावर, अधिवाक्तागण।

प्रत्यर्थागण हेतु

:

वरिष्ठ अधिवक्ता श्री अमित सिबल के साथ प्र-1 के लिए अधिवाक्तागण, श्री मोहित गोयल, श्री सिद्धांत गोयल, श्री दीपांकर मिश्रा, श्री अभिषेक कोटनाला, श्री कर्मण्य देव शर्मा, श्री ऋषभ शर्मा और श्री सक्षम ढींगरा और सुश्री मौली राजपूत।

श्री अंकुर संगल, सुश्री प्रजा मिश्रा और श्री शाश्वत रक्षित, प्र-2 और प्र -3 के लिए अधिवाक्तागण।

वरिष्ठ अधिवक्ता श्री अरुण कठपालिया
अधिवक्ता के साथ प्र-4 के लिए
अधिवक्तागण श्री आदित्य गुप्ता, श्री
रौनक कामत, श्री राहुल बजाज, श्री
सौहार्द अलुंग व सुश्री दीक्षा गुप्ता।

तथा

आ.प्र.अ (मू.प.) (वाणि.) 148/2022 व सि.वि.आ. 27356/2022

गूगल इंडिया प्राइवेट लिमिटेड

.....अपीलकर्ता

बनाम

मेकमायट्रिप (भारत) प्राइवेट लिमिटेड व अन्य

.....प्रत्यर्थीगण

इस मामले में उपस्थित हुए अधिवक्तागण

अपीलकर्ता हेतु

: वरिष्ठ अधिवक्ता, श्री अरुण कठपालिया
के साथ अधिवक्तागण श्री आदित्य
गुप्ता, श्री रौनक कामत, श्री राहुल बजाज,
श्री सौहार्द अलुंग और सुश्री दीक्षा गुप्ता।

प्रत्यर्थीगण हेतु

: वरिष्ठ अधिवक्ता श्री अमित सिब्बल के
साथ प्र-1 के लिए अधिवक्तागण श्री
मोहित गोयल, श्री सिद्धांत गोयल, श्री
दीपांकर मिश्रा, श्री अभिषेक कोटनाला, श्री
कर्मण्य देव शर्मा, श्री ऋषभ शर्मा एवं श्री
सक्षम ढींगरा और सुश्री मौली राजपूत।
प्र-2 और प्र-3 के लिए अधिवक्तागण
श्री अंकुर संगल, सुश्री प्रजा मिश्रा और श्री
शाश्वत रक्षित।

वरिष्ठ अधिवक्ता श्री संदीप सेठी श्री के
साथ प्र-4 के लिए अधिवक्तागण श्री नील

मेसन, श्री अंकित रस्तोगी, श्री बिहान
डांग, सुश्री अदिति उमापति और सुश्री वर्षा
झावर।

कोरम

माननीय न्यायाधीश श्री विभु बाखरु

माननीय न्यायाधीश श्री अमित महाजन

न्याय. विभु बाखरु

1. अपीलकर्ताओं ने सिविल वाद (वाणि.) 268/2022 में सिविल प्रक्रिया संहिता, 1908 (इसके बाद 'सि.प्र.सं.') के आदेश XXXIX नियम 1 और 2 के तहत दायर अंतर.आ. संख्या 6443/2022 में विद्वान एकल न्यायाधीश द्वारा पारित विज्ञापन अंतरिम आदेश दिनांक 27.04.2022 (इसके बाद 'आक्षेपित आदेश') पर आक्षेपित करते हुए वर्तमान अपील दायर की है।
2. प्रत्यर्थी [मेक माई ट्रिप (इंडिया) प्राइवेट लिमिटेड - इसके बाद 'एमआईपीएल'] ने अपने व्यापार चिह्न के अति लंघन, पासिंग ऑफ, गुडविल को कम करने, अनुचित प्रतिस्पर्धा और लाभ/क्षति आदि के खतों के प्रतिपादन को रोकने के लिए स्थायी निषेधाज्ञा के लिए उपरोक्त मुकदमा दायर किया था।
3. एमआईपीएल, *अन्य बातों के साथ-साथ*, प्रत्यर्थी संख्या 2 और 3 के खिलाफ स्थायी निषेधाज्ञा की डिक्री चाहता है जिसे प्रतिवादी संख्या 1 और 2 के रूप में व्यवस्थित किया गया है (इसके बाद 'बुकिंग नीदरलैंड' और 'बुकिंग इंडिया क्रमशः और 'बुकिंग.कोम' सामूहिक रूप से) गूगल एड्स कार्यक्रम के

माध्यम से मूल शब्द के रूप में अपने पंजीकृत शब्द चिहनों ('मेकमाईट्रिप', 'एमएमटी' और 'मेकमाईट्रिप होटल्स लिमिटेड') या उसके किसी भी भ्रामक संस्करण के लिए बोली लगाने, अपनाने या उपयोग करने से या किसी भी तरीके से इसका उपयोग करने से, जो भी इसके व्यापार चिह्न का अतिक्रमण हो।

4. एमआईपीएल ने मुकदमे में प्रतिवादी संख्या 3 और 4 के रूप में अपीलकर्ताओं के खिलाफ अनिवार्य निषेधाज्ञा की डिक्री की भी मांग की (इसके बाद क्रमशः 'गूगल इंडिया' और 'गूगल' के रूप में संदर्भित) उन्हें यह सुनिश्चित करने की आवश्यकता है कि बुकिंग नीदरलैंड और बुकिंग इंडिया गूगल विज्ञापन कार्यक्रम में मूल शब्द के रूप में एमआईपीएल के शब्द व्यापार चिह्न का उपयोग करके अपने व्यवसाय को बढ़ावा न दें।

5. आक्षेपित आदेश से, विद्वान एकल न्यायाधीश ने प्रतिवादीगण (गूगल, गूगल इंडिया, बुकिंग नीदरलैंड और बुकिंग इंडिया) को गूगल विज्ञापन कार्यक्रम पर मूल सूची के रूप में या बिना रिक्त स्थान के साथ या संयोजन के रूप में 'मेकमायट्रिप' चिह्न का उपयोग करने से रोक दिया था।

तथ्यात्मक संदर्भ

6. गूगल संयुक्त राज्य अमेरिका के कानूनों के तहत निगमित एक कंपनी है और जो गूगल खोज इंजन (www.google.com) और इसके देश

विशिष्ट प्रकार (इसके बाद 'खोज इंजन' के रूप में संदर्भित) का प्रबंधन करते हैं। गूगल खोज इंजन परिणाम पृष्ठ (इसके बाद 'एसईआरपी ') पर प्रायोजित लिंक और विज्ञापन (इसके बाद 'गूगल एड्स') प्रदर्शित करने के लिए खोज इंजन के साथ मिलकर विज्ञापन कार्यक्रम (गूगल एड्स कार्यक्रम) का प्रबंधन और संचालन भी करता है।

7. एमआईपीएल कंपनी अधिनियम, 1956 के तहत पंजीकृत कंपनी है। एमआईपीएल को शुरू में 13.04.2000 को ट्रेवल बाय वेब प्राइवेट लिमिटेड के रूप में शामिल किया गया था। हालांकि, बाद में, 02.08.2000 को, इसने अपना ट्रेडनेम बदलकर मेकमाईट्रिप.कोम प्राइवेट लिमिटेड कर दिया। इसके बाद, 28.06.2002 को, इसने नाम बदलकर मेकमाईट्रिप (इंडिया) प्राइवेट लिमिटेड कर दिया, जो इसका वर्तमान नाम है। इसने शुरुआत में एयरलाइन टिकट बुकिंग के साथ अपना कारोबार शुरू किया था, लेकिन अब यह भारत की सबसे बड़ी ट्रेवल कंपनियों में से एक बन गई है। एमआईपीएल का दावा है कि यह अपनी प्राथमिक वेबसाइट www.makemytrip.com और अन्य प्रौद्योगिकी उन्नत प्लेटफार्मों के माध्यम से भारत और विदेशों में यात्रा सेवाओं की एक श्रृंखला प्रदान करता है। एमआईपीएल का दावा है कि उसने यात्रा और पर्यटन उद्योग में कई पुरस्कार हासिल किए हैं। इसने एयरलाइंस सहित विभिन्न भागीदारों के साथ मेल-जोल भी किया है। एमआईपीएल का दावा है कि वह अपने ग्राहकों के साथ जुड़ने और अपनी सेवाओं को बढ़ावा देने के उद्देश्य से

कई सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर सक्रिय और व्यापक उपस्थिति बनाए रखता है।

8. एमआईपीएल का दावा है कि वह कई व्यापार चिह्न का पंजीकृत मालिक है जिसमें वाद में निर्धारित शब्द चिह्न भी शामिल हैं। इसमें 'मेकमाईट्रिप' और 'एमएमटी' शब्द चिह्न शामिल हैं।

9. एमआईपीएल ने उपरोक्त वाणिज्यिक मुकदमा [सि.वि (वाणि) 268/2022 होने के नाते], अन्य बातों के साथ-साथ यह आरोप लगाते हुए दर्ज किया था कि बुकिंग.कोम के लिंक/विज्ञापन प्रदर्शित करने के लिए गूगल एड्स प्रोग्राम में मूल सूची के रूप में अपने व्यापार चिह्न 'मेकमाई ट्रिप' और 'एमएमटी' का उपयोग व्यापार चिह्न अधिनियम, 1999 (इसके बाद 'व्यापार चिह्न अधिनियम') की धारा 29 के तहत इसके व्यापार चिह्न का उल्लंघन है।

10. एमआईपीएल की शिकायत गूगल एड्स प्रोग्राम में मूल शब्द के रूप में इसके व्यापार चिह्न के उपयोग पर केंद्रित है। किसी भी खोज प्रश्न के अनुसार एसईआरपी पर प्रदर्शित खोज परिणाम मुख्य रूप से दो प्रकार के होते हैं। एक को 'मूलभूत' या 'प्राकृतिक' के रूप में जाना जाता है और दूसरा 'अमूलभूत' या 'प्रायोजित' है। प्रायोजित खोज परिणामों का प्रदर्शन गूगल एड्स कार्यक्रम की सदस्यता लेने वाले विज्ञापनदाताओं के अनुसार है। प्रायोजित परिणामों का चयन गूगल एड्स कार्यक्रम को सशक्त बनाने वाले गूगल के मालिकाना सॉफ्टवेयर के उपयोग से किया जाता है। ये प्रायोजित परिणाम 'एड' अक्षरों के

साथ पूर्व-निर्धारित हैं। प्रायोजित परिणाम प्रदर्शित करने के लिए एसईआरपी में एक अलग अनुभाग भी हो सकता है।

11. गूगल एड्स प्रोग्राम को उन उत्पादों या सेवाओं के लिए प्रायोजित विज्ञापन प्रदर्शित करने के लिए निर्देशित किया जाता है, जो खोज प्रश्न से जुड़े होते हैं। गूगल एड्स प्रोग्राम एसईआरपी पर प्रायोजित विज्ञापनों को प्रदर्शित करने के लिए मूल शब्द का उपयोग करता है। जब कोई व्यक्ति खोज प्रश्न में डालता है, जो या तो मूल शब्द है या मूल शब्द समाहित करता है, तो मूल शब्द का चयन करने वाले विज्ञापनदाता की वेबसाइट के लिंक को एसईआरपी पर प्रदर्शित करने के लिए माना जाता है।

12. गूगल वास्तविक समय में मूल शब्द की नीलामी करता है। किसी विशेष मूल शब्द का चयन करने के इच्छुक विज्ञापनदाता उस अधिकतम मूल्य को निर्दिष्ट करते हैं जो वे भुगतान करने के इच्छुक हैं यदि कोई उपयोगकर्ता उनके विज्ञापन पर क्लिक करता है। गूगल प्रायोजित लिंक पर क्लिक करके विज्ञापनदाता के लैंडिंग पेज पर जाने वाले प्रत्येक उपयोगकर्ता के लिए बोली राशि का भुगतान करता है।

13. एमआईपीएल अपने विज्ञापनों (विज्ञापनों) के प्रदर्शन के लिए गूगल एड्स प्रोग्राम की सदस्यता भी लेता है। यह उसी के लिए प्रस्तावित मूल शब्द और बोलियों की एक सूची प्रस्तुत करता है। एमआईपीएल का दावा है कि वह अपनी वेबसाइट www.makemytrip.com का विज्ञापन करने के लिए गूगल के

एड्स प्रोग्राम का उपयोग करता है। एमआईपीएल अपने विज्ञापनों को प्रदर्शित करने के लिए मूल शब्द के रूप में अपने व्यापार चिह्न के लिए बुकिंग.कॉम द्वारा बोली लगाने से व्यथित है। एमआईपीएल के अनुसार, यह उसके व्यापार चिह्न का उल्लंघन है।

आक्षेपित निर्णय

14. विद्वान एकल न्यायाधीश ने विवाद पर संक्षेप में विचार किया था और *प्रथम दृष्टया* निष्कर्ष निकाला कि मूल शब्द के रूप में पंजीकृत व्यापार चिह्न का उपयोग व्यापार चिह्न उल्लंघन का गठन करता है। विद्वान एकल न्यायाधीश ने न्यायालय द्वारा भारत के संविधान में दिए गए पूर्व के मामलों *मैसर्स डीआरएस लॉजिस्टिक्स (प्रा.) लिमिटेड और अन्य बनाम गूगल इंडिया प्राइवेट लिमिटेड और अन्य: (2021) 88 पीटीसी 217 डेल* के निर्णय में की गई टिप्पणियों पर भरोसा किया था।

15. विद्वान एकल न्यायाधीश ने *प्रथम दृष्टया*, एमआईपीएल के तर्क को स्वीकार कर लिया कि अपने प्रतिद्वन्दी बुकिंग.कॉम द्वारा मूल शब्द के रूप में 'मेकमाईट्रिप' चिह्न का उपयोग व्यापार चिह्न अधिनियम की धारा 2(2)(ख), 29(4)(ग), 29(6)(घ), 29(7) और 29 (8)(क) के तहत उल्लंघन करता है। विद्वान एकल न्यायाधीश ने तर्क दिया कि बुकिंग.कॉम द्वारा एमआईपीएल के चिह्न का उपयोग विज्ञापन के प्रयोजनों के लिए एमआईपीएल के व्यापार चिह्न का उपयोग है। विद्वान एकल न्यायाधीश ने यह भी देखा कि गूगल

अपने प्रतिद्वंद्वी को एमआईपीएल के व्यापार चिह्न को मूल शब्द के रूप में बुक करने की अनुमति देकर एमआईपीएल की गुडविल को भुना रहा था।

16. विद्वान एकल न्यायाधीश *प्रथम दृष्टया* , यह पाया गया कि व्यापार चिह्न को मूल शब्द के रूप में उपयोग करने का यह अभ्यास एमआईपीएल के व्यापार चिह्न का अनुचित लाभ उठाने के समान है और व्यापार चिह्न अधिनियम की धारा 29(8) का उल्लंघन है। इसके अतिरिक्त, विद्वान एकल न्यायाधीश ने यह भी देखा कि सिद्धांत के रूप में मूल शब्द का उपयोग पासिंग ऑफ का गठन कर सकता है।

कारण और निष्कर्ष

17. वर्तमान अपील में उठाए गए मुद्दे गूगल एलएलसी बनाम डीआरएस लॉजिस्टिक्स (प्र) लिमिटेड व अन्य: तटस्थ उद्धरण 2023:डीएचएस:5615-डीबी में इस न्यायालय के पहले के निर्णय द्वारा आच्छादित किए गए हैं। उक्त मामले में, इस न्यायालय ने माना था कि मूल शब्द के रूप में व्यापार चिह्न का उपयोग गूगल के साथ-साथ विज्ञापनदाता द्वारा भी किया जाएगा।

18. इस न्यायालय ने माना था कि मूल शब्द के रूप में चिह्नों का उपयोग व्यापार चिह्न के रूप में उपयोग करने के बराबर नहीं होगा, इसलिए, मूल शब्द के रूप में ऐसे चिह्नों का उपयोग व्यापार चिह्न अधिनियम की धारा 29 (1) के तहत अतिक्रमण नहीं करता है। इसके अलावा, इस न्यायालय ने माना था

कि मूल शब्द के रूप में व्यापार चिह्न का उपयोग विज्ञापनदाता की वस्तुओं और सेवाओं के संबंध में किया जाता है। इस प्रकार, यदि प्रायोजित लिंक के तहत विज्ञापित वस्तुओं और सेवाओं को आच्छादित किया गया है और व्यापार चिह्न के तहत आच्छादित किए गए एक समान हैं, तो व्यापार चिह्न अधिनियम की धारा 29(4) का कोई आवेदन नहीं होगा। इस न्यायालय ने इस तर्क को खारिज कर दिया था कि व्यापार चिह्न का उपयोग मूल शब्द रूप में व्यापार चिह्न का उल्लंघन है। गूगल द्वारा विज्ञापन के प्रदर्शन के लिए व्यापार चिह्न का उपयोग करने वाले व्यापार चिह्न में कुछ भी अवैध नहीं था यदि इससे कोई भ्रम नहीं हुआ या इंटरनेट उपयोगकर्ताओं को यह विश्वास करने के लिए गुमराह नहीं किया गया कि प्रायोजित लिंक या प्रदर्शित एड्स व्यापार चिह्न के मालिकों से जुड़े थे। इस प्रकार, मूल शब्द के रूप में व्यापार चिह्न का उपयोग किसी भी भ्रम या अनुचित लाभ को अनुपस्थित करता है, जो कि व्यापार चिह्न का उल्लंघन नहीं करेगा।

19. एमआईपीएल गूगल एड्स प्रोग्राम में भी हिस्सा लेता है। वाद में यह कहा गया है कि जब कोई उपयोगकर्ता दस में से सात मामलों में 'मेकमाईट्रिप' की खोज करता है, तो बुकिंग.कॉम का प्रायोजित लिंक एमआईपीएल के लिंक में दूसरे स्थान पर दिखाई देता है। इस प्रकार, यह स्पष्ट है कि बुकिंग.कॉम एमआईपीएल के व्यापार चिह्न के लिए मूल शब्द के रूप में भी बोली लगाता है।

20. यह ध्यान रखना महत्वपूर्ण है कि गूगल के खोज इंजन का उपयोग करके एमआईपीएल के नाम या उसके व्यापार चिह्न की खोज,एसईआरपी पर मूलभूत खोज परिणामों में एमआईपीएल का वेब पता दिखाएगी। एमआईपीएल अनिवार्य रूप से दावा करता है कि बुकिंग.कॉम के विज्ञापन या लिंक एसईआरपी पर प्रायोजित लिंक के रूप में दिखाई नहीं देने चाहिए। प्रथम दृष्टया हम यह स्वीकार करने में असमर्थ हैं कि एमआईपीएल व्यापार चिह्न अधिनियम के तहत अपने अधिकारों के आधार पर ऐसे किसी भी अधिकार का दावा कर सकता है।

21. बुकिंग.कॉम यात्रा सेवाओं की पेशकश करने वाला एक प्रसिद्ध और लोकप्रिय मंच है। प्रथम दृष्टया हम यह स्वीकार करने में असमर्थ हैं कि एक इंटरनेट उपयोगकर्ता को यह विश्वास करने में गुमराह होने की संभावना है कि बुकिंग.कॉम द्वारा दी जाने वाली सेवाएं एमआईपीएल की हैं।

22. एकल न्यायाधीश का यह विचार कि बुकिंग.कॉम द्वारा मूल शब्द के रूप में व्यापार चिह्न 'मेकमाईट्रिप' का उपयोग, जो इसके प्रमुख प्रतिस्पर्धियों में से एक है, व्यापार चिह्न अधिनियम की धारा 29 (4) (ग) के तहत उल्लंघन के समान होगा, जो कि गलत है। ऐसा इसलिए है क्योंकि बुकिंग.कॉम द्वारा दी जाने वाली सेवाएं एमआईपीएल के व्यापार चिह्न द्वारा आच्छादित की गई सेवाओं के समान हैं। इन परिस्थितियों में व्यापार चिह्न अधिनियम की धारा 29(4) लागू नहीं होगी।

23. **रेनैस्संस होटल होल्डिंग्स इंक. बनाम बी विजया साई और अन्य: (2022)**

5 एससीसी 1 के मामले में सर्वोच्च न्यायालय के फैसले का उल्लेख करना

प्रासंगिक है उस मामले में, न्यायालय ने निम्नानुसार आयोजित किया है:

"57. उक्त अधिनियम की धारा 29 की उपधारा (4) के अवलोकन से पता चलता है कि यह उस स्थिति से संबंधित है जब विवादित व्यापार चिन्ह पंजीकृत व्यापार चिन्ह के समान या उससे मिलता-जुलता हो और उसका प्रयोग उन वस्तुओं या सेवाओं के संबंध में किया जाता है जो उन वस्तुओं या सेवाओं के संबंध में प्रयोग की जाती हैं जिनके लिए व्यापार चिन्ह पंजीकृत है। केवल ऐसी स्थिति में ही यह स्थापित करना आवश्यक होगा कि पंजीकृत व्यापार चिन्ह की भारत में प्रतिष्ठा है और उचित कारण के बिना चिन्ह का प्रयोग पंजीकृत व्यापार चिन्ह के विशिष्ट स्वरूप या प्रतिष्ठा का अनुचित लाभ उठाता है अथवा उसके लिए हानिकारक है। उक्त अधिनियम की धारा 29 की उपधारा (4) में खंड (क) और (ख) के बाद "और" शब्द का प्रयोग करने से विधायी आशय स्पष्ट हो जाता है। जब तक तीनों शर्तें पूरी नहीं हो जातीं, पंजीकृत व्यापार चिन्ह के मालिक के लिए अतिक्रमण का मुकदमा दायर करने का रास्ता खुला नहीं होगा जबकि विवादित व्यापार चिन्ह पंजीकृत व्यापार चिन्ह के समान है लेकिन उसका प्रयोग उन वस्तुओं या सेवाओं के संबंध में किया जाता है जो उन वस्तुओं या सेवाओं के संबंध में प्रयुक्त हैं जिनके लिए पंजीकृत व्यापार चिन्ह पंजीकृत है। संक्षेप में, जबकि उक्त अधिनियम की धारा 29 की उपधारा (2) उन स्थितियों से संबंधित है जहां व्यापार चिन्ह समान या समरूप है और ऐसे व्यापार चिन्ह द्वारा आच्छादित की गई वस्तुएं समान या समरूप हैं, उक्त अधिनियम की धारा 29 की उपधारा (4) उन स्थितियों से संबंधित है जहां व्यापार चिन्ह समान है, लेकिन वस्तुएं या सेवाएं उन वस्तुओं के समान नहीं हैं जिनके लिए व्यापार चिन्ह पंजीकृत है।

24. सर्वोच्च न्यायालय ने व्यापार चिह्न अधिनियम की धारा 29 की उप-धारा (4) के अन्य प्रावधानों पर ध्यान दिए बिना व्यापार चिह्न अधिनियम की धारा 29 की उप-धारा (4) के खंड (ग) को लेने के लिए उच्च न्यायालय को भी दोषी ठहराया। उक्त निर्णय का अनुच्छेद 68 नीचे दिया गया है:

"68. इस सिद्धांत की अनदेखी करते हुए, उच्च न्यायालय ने उक्त अधिनियम की धारा 29 की उप-धारा (4) में निहित अन्य प्रावधानों पर ध्यान दिए बिना उक्त अधिनियम की धारा 29 की उप-धारा (4) के खंड (ग) को अलग-थलग कर दिया है। इसी प्रकार, पुनः उक्त अधिनियम की धारा 30 की उपधारा (1) का अर्थ पर विचार करते हुए, उच्च न्यायालय ने उक्त अधिनियम की धारा 30 की उपधारा (1) के खंड (क) में निहित प्रावधानों की अनदेखी करते हुए उक्त अधिनियम की धारा 30 की उपधारा (1) के खंड (ख) को ही उठाया है।"

25. आक्षेपित निर्णय एक समान त्रुटि से ग्रस्त है। विद्वान एकल न्यायाधीश ने देखा था कि मूल शब्द के रूप में व्यापार चिह्न का उपयोग "वादी के व्यापार चिह्न के विशिष्ट चरित्र और प्रतिष्ठा का लाभ उठाने के बराबर है" और यह मानने के लिए आगे बढ़ा था कि मूल शब्द के रूप में 'मेकमाईट्रिप' चिह्न का उपयोग अन्य बातों के साथ-साथ व्यापार चिह्न अधिनियम की धारा 29 (4) (ग) के तहत उल्लंघन के बराबर है। इस बात पर विचार किए बिना कि व्यापार चिह्न अधिनियम की धारा 29 की उपधारा (4) के खंड (ख) के तहत निर्दिष्ट शर्तों को संतुष्ट नहीं किया गया था।

26. हम इस दृष्टिकोण को स्वीकार करने में भी असमर्थ हैं कि *पूर्व दृष्टया* का उपयोग मूल शब्द के रूप में एमआईपीएल का व्यापार चिह्न मेकमाईट्रिप व्यापार चिह्न अधिनियम की धारा 29 (8) का उल्लंघन है क्योंकि यह अनुचित लाभ के बराबर है और औद्योगिक या वाणिज्यिक मामलों में ईमानदार आचरण के विपरीत है और इस प्रकार, व्यापार चिह्न अधिनियम की धारा 29 (8) के तहत उल्लंघन करता है। प्रतियोगियों द्वारा प्रमुख शब्दों के रूप में व्यापार चिह्न का उपयोग, किसी भी भ्रम या छल को अनुपस्थित करता है, असल में उल्लंघन नहीं करता है। इन मुद्दों को *गूगल एलएलसी बनाम डीआरएस लॉजिस्टिक्स (प्रा) लिमिटेड और अन्य* (पूर्वोक्त) मामले में इस न्यायालय के निर्णय द्वारा पूरी तरह से आच्छादित किया गया है।

27. हम विद्वान एकल न्यायाधीश से भी सहमत नहीं हैं कि व्यापार चिह्न अधिनियम की धारा 29 की उपधारा (7) के उपबंध लागू होते हैं। उक्त उप-धारा तब लागू होती है जब कोई व्यक्ति किसी ऐसी सामग्री पर पंजीकृत व्यापार चिह्न लागू करता है जिसका उपयोग वस्तुओं की लेबलिंग या पैकेजिंग के लिए, व्यावसायिक पत्र के रूप में, या वस्तुओं या सेवाओं के विज्ञापन के लिए किया जाता है। वर्तमान मामले में, मूल शब्द के रूप में व्यापार चिह्नों के प्रयोग का यह अर्थ नहीं लगाया जा सकता है कि किसी भी प्रकार से लेबलिंग अथवा पैकिंग सामान के लिए, व्यावसायिक पत्र के रूप में अथवा वस्तुओं या सेवाओं के विज्ञापन के लिए प्रयुक्त की जाने वाली किसी सामग्री पर पंजीकृत व्यापार

चिन्ह का प्रयोग किया जा सकता है। श्री सिब्बल द्वारा यह तर्क दिया गया था कि आभासी दुनिया में मूल शब्द का उपयोग, गूगल एड प्रोग्राम को शक्ति प्रदान करने के लिए उपयोग किए जाने वाले सॉफ्टवेयर में व्यापार चिह्न लगाने के समान होगा। जो कि अयोग्य और निराधार है। व्यापार चिह्न किसी भी सामग्री पर लागू नहीं होता है जब इसे मूल शब्द के रूप में उपयोग किया जाता है। किसी भी सामग्री पर न तो गूगल और न ही विज्ञापनदाता व्यापार चिह्न लागू करता है। उनमें से कोई भी माल की लेबलिंग या पैकेजिंग के लिए या व्यावसायिक पेपर के रूप में उपयोग की जाने वाली किसी भी सामग्री के लिए ऐसा नहीं करता है। वस्तुओं या सेवाओं के विज्ञापन के लिए किसी भी सामग्री के लिए कोई आवेदन नहीं है।

28. *गूगल एलएलसी बनाम डीआरएस लॉजिस्टिक्स (प्रा) लिमिटेड और अन्य* (पूर्वोक्त) के मामले में निर्णय, उपरोक्त अपीलों में दलीलें सुनने के बाद प्रस्तुत किया गया था। इस प्रकार, इस न्यायालय ने पक्षों को *गूगल एलएलसी बनाम डीआरएस लॉजिस्टिक्स (प्रा) लिमिटेड और अन्य* मामले में इस न्यायालय के निर्णय के आलोक में तर्कों को संबोधित करने का एक और अवसर प्रदान किया। जबकि श्री सेठी, गूगल के लिए पेश होने वाले वरिष्ठ अधिवक्ता, ने प्रस्तुत किया कि इस अपील में उठाए गए सभी प्रश्न *गूगल एलएलसी बनाम डीआरएस लॉजिस्टिक्स (प्रा) लिमिटेड और अन्य* (पूर्वोक्त) मामले में निर्णय द्वारा आच्छादित किए गए थे, श्री सिब्बल ने एमआईपीएल के लिए पेश होने

वाले वरिष्ठ अधिवक्ता, ने तर्क दिया कि दो को छोड़कर सभी प्रश्न पूर्वोक्त निर्णय द्वारा आच्छादित किए गए थे।

29. उन्होंने कहा कि पहला सवाल व्यापार चिह्न अधिनियम की धारा 29 की उपधारा (2) के तहत एमआईपीएल के व्यापार चिह्न के उल्लंघन के संबंध में था। उन्होंने कहा कि चूंकि बुकिंग.कॉम द्वारा दी जाने वाली सेवाएं एमआईपीएल द्वारा दी जाने वाली सेवाओं के समान थीं और इसके व्यापार चिह्न का उपयोग उन सेवाओं के विज्ञापन के लिए मूल शब्द के रूप में किया गया था, इसलिए यह व्यापार चिह्न अधिनियम की धारा 29 की उप-धारा (2) के तहत उल्लंघन है। उन्होंने तर्क दिया कि दूसरा प्रश्न जिसकी जांच की आवश्यकता है, वह यह है कि क्या व्यापार चिह्न अधिनियम की धारा 29 की उप-धारा (4) के प्रावधान लागू नहीं होते हैं यदि वस्तुओं या सेवाओं के संबंध में मार्क्स का उपयोग किया जाता है, जो कि समान हो। उन्होंने प्रस्तुत किया कि उक्त दृष्टिकोण का समर्थन करने वाले यूरोपीय न्यायालय के फैसले थे।

30. हम इस तर्क से सहमत नहीं हैं कि व्यापार चिह्न अधिनियम की धारा 29 की उप-धारा (4) उन मामलों में लागू होगी जहां सामान और सेवाएं जिनके संबंध में कथित उल्लंघन मार्क्स का उपयोग किया जाता है, समान हो। व्यापार चिह्न अधिनियम की धारा 29 की उपधारा (4) को मात्र पढ़ने से यह संकेत मिलता है कि यह केवल तभी लागू होता है जब कोई व्यक्ति जो पंजीकृत व्यापार चिह्न का पंजीकृत मालिक नहीं है, या अन्यथा उसका उपयोग

करने का हकदार है, व्यापार के दौरान एक ऐसे मार्क्स का उपयोग करता है, जो माल या सेवाओं के संबंध में पंजीकृत व्यापार चिह्न के समान या समरूप है, जो उन लोगों के समान नहीं हैं जिनके लिए व्यापार चिह्न पंजीकृत है। यह मुद्दा *रेनेस्संस होटल होल्डिंग्स इंक बनाम बी विजया साई और अन्य* (पूर्वोक्त) के मामले में उच्चतम न्यायालय के निर्णय को ध्यान में रखते हुए अब अनिर्णीत नहीं है। उक्त मुद्दा *गूगल एलएलसी बनाम डीआरएस लॉजिस्टिक्स (पी) लिमिटेड और अन्य* (पूर्वोक्त) मामले में भी, इस न्यायालय के निर्णय द्वारा भी आच्छादित किया गया है।

31. जहां तक पहले प्रश्न का संबंध है, श्री सिब्लल ने तर्क दिया था कि बुकिंग.कॉम के विज्ञापनों को प्रदर्शित करने के लिए मूल शब्द के रूप में एमआईपीएल के व्यापार चिह्न का उपयोग व्यापार चिह्न अधिनियम की धारा 29 की उप-धारा (2) के तहत उल्लंघन है। उन्होंने कहा कि ऐसा इसलिए था क्योंकि एमआईपीएल के व्यापार चिह्न के तहत आने वाली सेवाएं बुकिंग.कॉम द्वारा दी जाने वाली सेवाओं के समान थीं। उन्होंने आगे तर्क दिया कि व्यापार चिह्न अधिनियम की धारा 29 की उप-धारा (3) के आधार पर यह माना जाना चाहिए कि एमआईपीएल के व्यापार चिह्न के उपयोग से भ्रम पैदा होगा। उन्होंने प्रस्तुत किया कि अनुमान का खंडन करने का बोझ प्रतिवादीगण के साथ रहेगा और यह केवल परीक्षण के चरण में ही किया जा सकता है। उन्होंने प्रस्तुत किया कि, इस प्रकार, पहली बार में, विज्ञापन अंतरिम निषेधाज्ञा जारी करने की

आवश्यकता थी। उन्होंने *सोधी ट्रांसपोर्ट कंपनी और अन्य बनाम उत्तर प्रदेश राज्य और अन्य: (1986) 2 एससीसी 486* में अपने तर्क के समर्थन में सर्वोच्च न्यायालय के निर्णय पर भरोसा किया।

32. विद्वान वरिष्ठ अधिवक्ता श्री सेठी, *गूगल एलएलसी* के लिए उपस्थित, ने उपरोक्त प्रस्तुतियों का प्रतिवाद किया। उन्होंने प्रस्तुत किया कि यह आवश्यक नहीं है कि अनुमान का केवल परीक्षण के चरण में खंडन किया जा सकता है। प्रतिवादीगण सीमा पर और आख्या पर सामग्री के आधार पर, इस तरह के अनुमान को दूर कर सकते हैं। उन्होंने *मेसो प्राइवेट लिमिटेड बनाम लिबर्टी शूज लिमिटेड: 2020 (1) माह एलजे 253*, के मामले में बॉम्बे उच्च न्यायालय के फैसले पर भरोसा किया।

33. *सोधी ट्रांसपोर्ट कंपनी और अन्य बनाम उत्तर प्रदेश राज्य और अन्य (पूर्वोक्त)* मामले में, उत्तर प्रदेश बिक्री कर अधिनियम, 1948 की धारा 28-ख का अर्थ न्यायालय के विचारार्थ आया। उक्त प्रावधान में वाहन के चालक या अन्य प्रभारी व्यक्ति की आवश्यकता थी, जो राज्य के बाहर किसी भी स्थान से आ रहा हो, राज्य में प्रवेश के बाद पहली चेक पोस्ट या बैरियर के प्रभारी अधिकारी से परागमन पास प्राप्त करने और राज्य से बाहर निकलने से पहले अंतिम चेक पोस्ट या बैरियर के प्रभारी अधिकारी को वितरित करने के लिए, ऐसा न करने पर "यह माना जाएगा कि उसके द्वारा ले जाया गया माल राज्य के भीतर बेचा गया है"। उक्त मामले में अपीलकर्ताओं ने कई आधारों पर

उक्त प्रावधान की संवैधानिक शक्तियों को चुनौती दी थी, जिसमें यह भी शामिल था कि यह व्यापार और वाणिज्य की स्वतंत्रता के मौलिक अधिकार का उल्लंघन करता है और भारत के संविधान के अनुच्छेद 19(1)(छ) के तहत गारंटीकृत व्यापार की स्वतंत्रता पर अनुचित प्रतिबंध लगाता है। सर्वोच्च न्यायालय ने उक्त चुनौती को खारिज करने में उच्च न्यायालय के फैसले को बरकरार रखा था। सर्वोच्च न्यायालय ने स्पष्ट किया कि उत्तर प्रदेश बिक्री कर अधिनियम, 1948 की धारा 28-ख ने खंडन योग्य धारणा बनाई कि माल राज्य में बेचा जाना चाहिए, अगर उक्त चेक पोस्ट पर अधिकारी को परागमन पास नहीं सौंपा गया था। यह समझाया गया था कि यह मालिक या वाहन के प्रभारी व्यक्ति के लिए यह स्थापित करने के लिए खुला था कि माल का निपटान एक अलग तरीके से किया गया था। उक्त निर्णय का अर्थ यह नहीं निकाला जा सकता है कि अनुमान का पूर्ण परीक्षण के बाद ही खंडन किया जा सकता है। सर्वोच्च न्यायालय ने यह भी कहा था कि "अनुमान के नियम प्रबुद्ध मानव ज्ञान और अनुभव से निकाले जाते हैं और तथ्यों और परिस्थितियों के संयोजन, संबंध और संयोग से तैयार किए जाते हैं"।

34. स्पष्ट रूप से, यह प्रतिवादीगण के लिए आख्या पर सामग्री के आधार पर न्यायालय को मनाने के लिए खुला है कि किसी भी गड़बड़ी की कोई संभावना नहीं है। यह सुझाव देना गलत है कि ऐसे मामलों में जहां व्यापार चिह्न, जो

भ्रामक रूप से समरूप है, समान वस्तुओं और सेवाओं के संबंध में उपयोग किया जाता है, निषेधाज्ञा का आवश्यक रूप से पालन करना चाहिए।

35. भारतीय साक्ष्य अधिनियम, 1872 की धारा 4 के प्रावधानों पर भरोसा भी उचित नहीं है। उक्त धारा में यथा निर्धारित अभिव्यक्ति का अर्थ भारतीय साक्ष्य अधिनियम, 1872 के अधीन उक्त अभिव्यक्ति के अर्थ के संबंध में है और यह आवश्यक नहीं है कि अभिव्यक्ति का वही अर्थ दिया जाए जो अन्य अधिनियमितियों में प्रयुक्त है।

36 .हम इस प्रश्न का और विस्तार से जांच करना उचित नहीं मानते हैं। आक्षेपित निर्णय, स्पष्ट रूप से इंगित करता है कि विद्वान एकल न्यायाधीश ने व्यापार चिह्न अधिनियम की धारा 29 (2) के तहत एमआईपीएल के व्यापार चिह्न के उपयोग को उल्लंघन के रूप में नहीं पाया था। इस प्रकार *कड़े शब्दों में*, इस अपील में यह प्रश्न नहीं उठता।

37. उपरोक्त के मद्देनजर, आक्षेपित आदेश को रद्द कर दिया जाता है। अपीलों का निपटान पूर्वोक्त शर्तों में किया जाता है।

विभु बाखरू, न्या.

अमित महाजन, न्या.

14 दिसम्बर 2023

आरके/जीएसआर

(Translation has been done through AI Tool: SUVAS)

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