

караштуу Интеллектуалдык менчик жана
инновациялар мамлекеттик кызматы
КЫРГЫЗПАТЕНТ
Государственная служба интеллектуальной
собственности и инноваций
Правительства Кыргызской Республики
ИНН 01506199310062
Чыгыш
Исходящий № 04/1795
27 06 2018

ARRANGEMENT ET PROTOCOLE DE MADRID
REFUS PROVISOIRE DE PROTECTION
Règle 17.1)

I. Office qui émet la notification:

Service de l'Etat de la Propriété Intellectuelle et Innovations du Gouvernement de la République Kirghize
62, rue Moskovskaya
Bichkek , 720021
République Kirghize

II. Numéro de l'enregistrement international: **1 420 001**

III. Nom du titulaire:

Danvistano Trading Ltd.
Corner Hutson & Eyre Street,
Blake Building, Suite 302
Belize City (BZ)

IV. Refus provisoire fondé sur un examen d'office

V. ☒ Refus provisoire pour tous les produits et/ou services

☐ Refus provisoire pour certains des produits et/ou services
[suivra l'indication des produits et/ou services qui sont touchés]

VI. Motifs de refus [(le cas échéant, voir la rubrique VII)]:

VII. La marque ne peut pas être enregistrée parce qu'elle peut induire un consommateur en erreur quant au produits (services) ou de leur producteur (voir l'annexe)

VIII. Dispositions essentielles correspondantes de la loi applicable [(voir le texte à la rubrique XII)]:
Point 1 partie 4 article 4

IX. Informations relatives à la suite de la procédure:

Délai pour présenter une requête en réexamen ou un recours: **deux mois à partir de la date de réception de la notification par le titulaire;**

Autorité auprès de laquelle la requête en réexamen ou le recours doit être déposé : **Service de l'Etat de la Propriété Intellectuelle et Innovations du Gouvernement de la République Kirghize**
(à l'adresse indiquée à la case 1);

Présentation de la réplique seulement par le mandataire dans la République de Kirghize.

X. Date: 27.06.2019

XI. Signature ou sceau officiel de l'office qui émet la notification:



XII. Extrait de la «LOI SUR LES MARQUES DE PRODUITS, MARQUES DE SERVICE ET LES APPELLATIONS D'ORIGINE DE LA RÉPUBLIQUE KIRGHIZE»

Article 2. Marque de produits ou de service

La marque de produits et la marque de services (ci- après dénommée «marque») se sont les signes qui permettent de distinguer les produits fabriqués et les services offerts par une personne physique ou morale des produits ou des services (ci- après dénommée «produits») du même type fabriqués ou offerts par une autre personne physique ou morale.

L'enregistrement de la marque est attesté par un certificat. Le certificat atteste la date de priorité et le droit exclusif du titulaire sur la marque pour les produits indiqués dans le certificat.

Sont enregistrés en La marque ne peut pas être enregistrée parce qu'elle peut induire un consommateur en erreur quant le lieu d'origine des produits (services) tant que marques les dénominations verbales, les signes figuratifs, les signes tridimensionnels et les autres signes ou leur combinaisons.

Une marque peut être enregistrée en n'importe quelle couleur ou en n'importe quelle association de couleurs.

Le caractère de produits pour lesquels s'adapte la marque ne peut pas constituer un obstacle pour l'enregistrement de la marque.

La présente loi ne s'applique pas aux signes non visuellement distinctifs ainsi que marques sonores et olfactifs.

Article 4. Motifs objectifs d'un refus d'enregistrement

Ne peuvent être enregistrées en qualité de marques les dénominations dépourvues de caractère distinctif ou consistant exclusivement en éléments:

- 1) qui sont devenues une désignation usuelle des produits d'un type déterminé;
- 2) qui constituent des symboles ou des termes courants concernant les produits et aussi pour lesquels on propose utiliser tels symboles ou termes en tant que marques;
- 3) qui indiquent l'espèce, la qualité, la quantité, les propriétés, la destination, la valeur des produits ou encore l'époque et le lieu d'origine, de leur production ou de leur écoulement.

Les signes indiqués dans les points 1, 2, 3 de première partie de l'article présent peuvent être inclus dans la marque en qualité d'éléments non protégés dans la mesure où ils ne prédominent pas dans celle-ci.

Ne peuvent être enregistrées les marques qui constituent exclusivement en signes ou indications qui constituent des armoiries, drapeaux ou emblèmes d'Etats, dénominations abrégées ou complètes d'organisations internationales, leur armoiries et drapeaux ou autres emblèmes, des poinçons officiels de contrôle, de garantie ou d'essai, des cachets, des décorations ou d'autres signes honorifiques, ou qui sont semblable à ceux-ci au point de prêter à confusion. Ces signes ou indications peuvent être inclus dans la marque en qualité d'éléments non protégés, sous réserve du consentement de leur titulaire ou de l'origine compétent.

Ne peuvent être enregistrées en qualité de marques les signes ou indications:

- 1) qui sont inexactes ou susceptibles d'induire le consommateur en erreur quant au produit, ou à son producteur;
- 2) qui sont constitués d'indications géographiques identifiant des vins ou des spiritueux protégées en vertu d'entrant en vigueur en ordre établi par la loi en vertu traités internationaux dont la République Kirghize est le pays membre, si telles désignations sont pour les vins ou les spiritueux qui ne sont pas originaires du lieu indiqué et aussi formellement pour indiquer le lieu vrais des produits. Mais qui donne une idée éronnée de ce que le produit est de l'autre territoire;
- 3) qui sont contraires aux intérêts d'ordre public, aux principes humanitaires ou à la morale.

Article 5. Autres motifs d'un refus d'enregistrement

Ne peuvent être enregistrées en qualité de marques pour les produits du même type les signes ou les indications identiques ou semblables au point de prêter à confusion:

- 1) à des marques enregistrées ou ayant fait l'objet d'une demande d'enregistrement dans la République Kirghize avec une date de priorité antérieure au profit d'un tiers, pour les produits du même type;
- 2) aux noms de commerce enregistrés ou présentés pour l'enregistrement dans la République Kirghize concernant les espèces identiques ou jumelées de l'activité ou les produits ou les services;
- 3) à des marques de tiers protégées en entrant en ordre établi par la loi en vertu de traités internationaux dont la République Kirghize est le pays membre, en qualité de marque de la dénomination semblable et ayant une date de priorité antérieure.

L'enregistrement en qualité de marque de la dénomination semblable au point de créer une confusion aux marques ou aux noms de commerce, indiquées dans les points 1, 2 et 3 de première partie de l'article présent, pour les produits similaires n'est admis qu'avec le consentement du titulaire. L'ordre de la représentation d'un tel consentement est défini par le gouvernement de la République Kirghize.

Ne peuvent être enregistrées en qualité de marques pour tous les produits les signes identiques ou qui sont semblables au point de prêter à confusion:

- 1) à des marques notoires, reconnus dans l'ordre dans la République Kirghize. Le gouvernement de la République Kirghize constate les critères de la notoriété de la marque dans la République Kirghize et l'ordre de l'approbation de la notoriété;
- 2) à des appellations d'origine des produits, protégées conformément à la loi présente, sauf les cas, quand ils sont inclus comme un élément non protégé dans la marque de produits, enregistré pour le nom de la personne qui a le droit d'usage de telle appellation.

Ne peuvent être enregistrées en qualité de marques les dénominations reproduisantes:

- 1) Les noms de commerce connus sur le territoire de la République Kirghize en qualité de marques pour tous les produits (ou leur partie), qui appartiennent à d'autres personnes, ayant le droit de ces noms avant la date de la priorité de la demande de marques pour les produits similaires;
- 2) Les noms connus des oeuvres scientifiques, littéraires ou artistiques, les personnages ou les citations, les oeuvres d'art ou ses fragments sans le consentement du titulaire ou son successeur;
- 3) Les prénoms, les noms, les pseudonymes ou au noms qui en dérivé, les portraits et facsimilés d'une personne connue sans le consentement de telles personnes, ses héritiers, en cas de ces dénominations sont les patrimoines d'histoire et de culture de la République Kirghize sans la permission du gouvernement de la République Kirghize;
- 4) Les modèles industriels, dont les droits appartiennent à d'autres personnes dans la République Kirghize, si le modèle industriel a une date de priorité antérieure en comparaison de la marque demandée pour l'enregistrement de la marque.

Company-Histories.com

learn how over 7,000 companies got started!

- [Home](#)
- [Search](#)
- [Submit](#)
- [Random](#)

Companies by Letter

[A](#) [B](#) [C](#) [D](#) [E](#) [F](#) [G](#) [H](#) [I](#) [J](#) [K](#) [L](#) [M](#) [N](#) [O](#) [P](#) [Q](#) [R](#) [S](#) [T](#) [U](#) [V](#) [W](#) [X](#) [Y](#) [Z](#)

ⓘ Ads by Google

vhs to dvd

repair television

annual accounts

Aiwa Co., Ltd.

Address:

1-2-11 Ikenohata
Taito-ku
Tokyo 110-8710
Japan

Telephone: (3) 3827-3111

Fax: (3) 3827-2888

<http://www.aiwa.co.jp>

Free stock:

Robinhood is giving away free shares. [Sign up and find out which one you'll get!](#)



Statistics:

Public Subsidiary of Sony Corporation

Incorporated: 1951 as AIKO Denki Sangyo Co., Ltd.

Employees: 10,685

Sales: ¥349.61 billion (US\$2.90 billion) (1999)

Stock Exchanges: Tokyo

NAIC: 33431 Audio & Video Equipment Manufacturing; 334119 Other Computer Peripheral Equipment Manufacturing; 335228 Other Major Household Appliance Manufacturing

Company Perspectives:

Known and trusted by customers worldwide, the Aiwa brand is a powerful, competitive marketing tool. This is crucial given that Aiwa's products compete in the standard price range, where most products are sold. Brand image builds trust in a product and clarifies the value it contains. The company has succeeded in popularizing the Aiwa identity, one that has become synonymous with value, through a clearly defined low-cost operations strategy. Aiwa's reputation for price and quality as well as design has helped the company to capture high market shares around the world.

Company History:

Aiwa Co., Ltd. is a leading manufacturer of audio products, including headphone stereos, minicomponent stereo systems, portable stereo systems, minidisc players, CD and cassette players, and car stereo systems. Nearly 86 percent of company revenues are derived from

Википедия

Aiwa

Материал из Википедии — свободной энциклопедии

Aiwa Co.,Ltd. — публичная компания, зарегистрированная в Японии в 1951 году, занимающаяся производством бытовой техники. С 2002 года является дочерней компанией транснациональной корпорации Sony.

Содержание

Перевод названия компании

История

- Ранняя история
- Конец 1980-х годов. Подход к грани банкротства
- 1990-е годы. Приобретение Sony
- Краткая хронология компании
- Руководители компании
- Дочерние компании

Категории товаров

- Аудиотехника
- Видеотехника
- Другая техника

Примечания

Литература

Ссылки

Перевод названия компании

Слово «Aiwa» по-арабски означает «да», благодаря этому на Ближнем Востоке компания была более популярна, чем Sony.

В китайском языке компания именуется как «Aika». А под названием Ai Hua продавались ставшие очень популярными в Китае стереофонические наушники.

История

Ранняя история

История возникновения компании Aiwa несколько туманна. В июне 1951 года компания Love Xing основывает компанию Aiko Denki Sangyo Co., Ltd. со специализацией на разработке и выпуске микрофонов. В июне 1958 года компания выпускает акции и распространяет их во внебиржевой сети дилеров по торговле ценными

Aiwa	
aiwa	
Тип	<u>Публичная компания</u>
Основание	<u>1951</u>
Упразднена	<u>2002 год</u>
Причина упразднения	Слияние с <u>корпорацией Sony</u>
Прежние названия	Aiko Denki Sangyo Co., Ltd.
Расположение	● <u>Япония</u> : <u>Токио</u>
Ключевые фигуры	Козо Озон (Председатель), Масаеси Моримото (Президент)
Отрасль	<u>Электротехническая промышленность</u>
Продукция	<u>Бытовая техника</u> <u>Электроника</u>
Число сотрудников	1114
Материнская компания	<u>Sony Corporation</u>
Сайт	<u>www.aiwa.com</u> (<u>http://www.aiwa.com</u>)
	 <u>Медиафайлы на Викискладе</u>

Menu

Search

Bloomberg

Sign In

Subscribe

[Quick Links](#)
[Stocks](#)
[Currencies](#)
[Commodities](#)
[Rates & Bonds](#)
[Sectors](#)
[Watchlist](#)

RECENTLY VIEWED COMPANIES

XYLECO INC Private Company	APPLE INC 199.80 ▲ +4.23	HON HAI 77.50 ▲ +1.20	AMAZON.COM INC 1,897.83 ▲ +19.56	ABBVIE INC 68.00 ▲ +2.30	TESLA INC 219.27 ▼ -0.49
--------------------------------------	---------------------------------------	------------------------------------	---	---------------------------------------	---------------------------------------

Aiwa Co Ltd/Tokyo

AIWA CO., LTD. manufactures and sells electronic equipment and electrical machinery. The Company's products are mainly classified into three lines including audio, visual, and information related equipment. Products include DVD players, TVs, and modem cables. Aiwa is a subsidiary of Sony Corp.

SECTOR	INDUSTRY	SUB-INDUSTRY	FOUNDED
Technology	Hardware	Consumer Electronics	--
ADDRESS	PHONE	WEBSITE	NO. OF EMPLOYEES
1-2-11 Ikenohata Taito-ku Tokyo, 110-8710 Japan	81-3-3827-3111	--	4739

Most Popular

XYLCL:US XYLECO INC Private Company
AAPL:US APPLE INC 199.80 USD ▲ +4.23 +2.16%
2317:TT HON HAI 77.50 TWD ▲ +1.20 +1.57%
AMZN:US AMAZON.COM INC 1,897.83 USD ▲ +19.56 +1.04%
ABBV:US ABBVIE INC 68.00 USD ▲ +2.30 +3.50%

История бренда AIWA

AIWA (</tag/aiwa>)

AIKO Denski Sangyo

кассетный магнитофон

Sony (</tag/sony>)

модем (</tag/modem>)

сертификат ISO-9000

4 года назад



(/img/2017_04/img_1005432.jpg)

Компания AIWA известна преимущественно в качестве производителя бытовой аудиоаппаратуры. Ее основали не так давно – в 1951 году. Поначалу ее называли AIKO Denski Sangyo. Современное название появилось через 8 лет.

В 1964 году данная компания разработала первый в Японии кассетный магнитофон, буквально покориw рынок. Но уже через пять лет история AIWA в качестве полностью самостоятельной фирмы заканчивается. Тогда контрольный пакет акций купила всемирно известная корпорация Sony, которой и сегодня принадлежит 50,6% акций.

Тем не менее, существенные финансовые вливания позволили увеличить темпы роста AIWA. В результате ее продукция успешно вышла и на международный рынок. В 1970 году открывается ее первое зарубежное предприятие – AIWA/Dransfield & Co. Это совместное предприятие открыли в Гонконге.

Примерно 10 лет потребовалось для того, чтобы началась активная работа на рынках Европы. И уже в 1976 году открывается

представительство AIWA (.../brand/aiwa) в Великобритании. А еще через год – и в Германии. Работа AIWA America Inc была начата в 1978 году. В настоящее время полноценные представительства и филиалы компании открыты уже более чем в десяти странах на планете.

Долгие годы корпорация занималась тем, что расширяла свое присутствие на новых территориях. Но не только. В 1987 году компанией был разработан первый в мире DAT-магнитофон XD-001, который оказал большое влияние на развитие цифровых устройств хранения информации. Причем не только компьютерных.

Но модельный ряд продукции тоже расширялся, и 1988 года AIWA работает на рынке профессиональных модемов. Тогда она представила модем PV-H2400, который работал со скоростью 4800 бит/с.

При этом главным направлением для AIWA были и остаются технологии хранения цифровой информации на магнитных носителях. В 1989 году на предприятиях корпорации стали выпускать самые портативные в мире DAT-магнитофоны HD-X1.

В 1991 году компания решила изменить корпоративный логотип. Она отказалась от привычной черной надписи «Aiwa» и стала использовать яркие красные буквы. Руководство корпорации было уверено, что новое написание будет более привлекательным для многих пользователей.

Сегодня AIWA – это компания, у которой капитал примерно в 150 миллионов долларов США. В головном офисе компании работает более 1,8 тысячи сотрудников. Компания AIWA – это не только представительства в странах Европы, Америки и Азии. Это также примерно два десятка предприятий, каждое второе из которых – с сертификатом ISO-9000.

Оставьте комментарий