

مقدمه :

توسعه و ترقی صنعت و تجارت، تولید اجناس متحد الشکل، افزایش فروش کارخانجات و گسترش روابط بین‌المللی، اهمیت زیادی به علائم تجارتي داده و کلیه کشورها مجبور شده‌اند تا برای حفظ حقوق و حمایت از تولیدکنندگان و جلوگیری از فریب خوردن مصرف‌کنندگان، مقرراتی برای علائم تجارتي وضع کنند. بطوری که امروزه درهمه کشورها برای ثبت و حمایت علائم تجارتي و صنعتی مقرراتی تصویب شده است. از جهت فراملی نخستین عهدنامه بین‌المللی که برای حمایت مالکیت‌های معنوی به امضای دولت‌ها رسید و اعتبار اجرایی پیدا کرد، کنوانسیون پاریس یا قرارداد پاریس بود که در بیستم مارس ۱۸۸۳ بتصویب رسید علت تصویب این کنوانسیون این بود که در سال ۱۸۸۲ میلادی نمایشگاه بزرگی از صنایع و محصولات بازرگانی کشورهای مختلف در پاریس برپا گردید.

در طی این نمایشگاه صاحبان صنایع و تجارت، محصولات خود را به معرض نمایش گذاشتند. حقوق دانان و وکلای دادگستری که از کشورهای مختلف برای بازدید این نمایشگاه به پاریس آمده بودند، پس از تبادل نظریه این نتیجه رسیدند که وسایل حمل و نقل سریع شده و ارتباطات مدرن بر راحتی محصولی را از کشوری به کشور دیگر می‌برد. پس لازم است تا تمامی کشورها از محصولات جدید حمایت کنند تا به این وسیله به رشد صنعت و تجارت در دنیا کمک کنند. لذا توافق کردند که یک کنوانسیون بین‌المللی در این باب تهیه و به امضای کشورها برسانند. نتیجه این

توافق پیدایش سندی بین‌المللی بنام «کنوانسیون پاریس برای حمایت مالکیت صنعتی» بود که در سال ۱۸۸۳ با امضای یازده کشور رسید. بعدها کشورهای زیادی به آن ملحق شدند. البته اصلاحات زیادی تاکنون در این قرارداد صورت گرفته که آخرین آن موافقتنامه واشنگتن در سال ۱۹۸۹ می‌باشد. کشورمان نیز در سال ۱۳۳۷ به این کنوانسیون جهانی ملحق شد و تا اصلاحات مادرید ۱۹۵۸ همکاری داشت ولی به اصلاحات ۱۹۶۷ لیسبون و بعد از آن نییسته است. (برای مطالعه بیشتر درباره مقررات این کنوانسیون ر.ک به «تحول حقوق مالکیت و مالکیت معنوی» تألیف دکتر علی صدارت).

از دیر باز دول عضو بفرمودند که برای حمایت مالکیت معنوی سازمانی بوجود آورند که علاوه بر جهانی بودن، دولتهای مستقیماً در اداره آن دخیل باشند. تصمیمات این سازمان دارای قدرت اجرایی بوده و برای حمایت این حقوق، نوعی هماهنگی و همگامی پدید آید. البته لازم به یادآوری است که ایجاد این وحدت با توجه به اختلاف وضع اجتماعی، جغرافیایی، سنن، عرف و عادت مردم کشورهای بسیار مشکل است، بهر حال در کنفرانس استکهلم سال ۱۹۶۷ تشکیل این سازمان جهانی مورد موافقت ۷۴ کشور عضو کنوانسیون پاریس قرار گرفت و تحت عنوان «سازمان جهانی حقوق مالکیت های معنوی» نامیده شد.

organisation Mondial de la propriete intellectuelle .
(O.M.p.i)

در ایران برای اولین بار در سال ۱۳۰۴ قانونی برای ثبت و حمایت علائم

در ایران برای اولین بار در سال ۱۳۰۴ قانونی برای ثبت و حمایت علائم تجارتي و صنعتی وضع گردید.

تجارتی و صنعتی وضع گردید که بعداً در سال ۱۳۱۰ مورد تجدید نظر قرار گرفت. آئین نامه ای نیز در سال ۱۳۲۸ برای ثبت اجباری علامت صنعتی بر روی بعضی از مواد دارویی، خوراکی و لوازم آرایشی تصویب گردید؛ همچنین آئین نامه قانون ثبت علامت و اختراعات که بدو^۱ در سال ۱۳۱۰ وضع شده بود در سال ۱۳۳۷ مورد اصلاح و تغییر واقع گردید.

(مبحث اول):

* تعریف و شناسائی علامت تجارتي:

ماده یک قانون ثبت علامت و اختراعات مصوب اول تیرماه ۱۳۱۰ علامت تجارتي را چنین تعريف کرده است: « علامت تجارتي عبارت از هر قسم علامتی است اعم از نقش تصوير، رقم، حرف، عبارت، مهر، لافاف و غیر آن که برای امتیاز و تشخیص محصول صنعتی تجارتي یا فلاحتی اختیار میشود. ممکن است یک علامت تجارتي برای تشخیص امتیاز محصول جماعتی از زارعین، ارباب صنعت یا تجار و یا محصول یک شهر یا ناحیه ای از مملکت اختیار شود. آنچه که در وحله اول با معان نظریه این تعريف به نظر می آید آن است که قانونگذار با آوردن عبارت (برای امتیاز و تشخیص محصول ..) علامت را صرفاً وسیله تشخیص محصول دانسته است، و چون خدمت، محصول نیست لذا تعريف شامل خدمات نمیشود. ولی در آئین نامه اصلاحی اجرای قانون مصوب تیرماه ۱۳۳۷ طبقه ۳۵ از جدول طبقه بندی علامت صنعتی و تجارتي به علامت مخصوص خدمات تخصیص داده شده است. البته ارزش علامت خدمات مندرج در آئین نامه اصلاحی قانوناً مورد تردید است، زیرا با توجه به ماده یک و صراحت ماده ۲۳ ق. ثبت علامت و اختراعات که آئین نامه اصلاحی

را منحصراً به اجرای مقررات مذکور در قانون کرده است، وضع علامت خدمات اضافه بر پیروی است که در قانون پیش بینی شده و بنابراین خارج از صلاحیت و اختیار مرجع تصویب کننده آئین نامه بوده است. به طور کلی علامت تجارتي هر چیزی است که اولاً برای شناساندن تولید کننده کالا و حمایت از حقوق وی در برابر دیگران به کار می رود، ثانیاً ضمانت خوبی ویدی کالا و محصول است، ثالثاً کمکی است به خریدار و مصرف کننده در انتخاب نوع کالا و رابعاً استفاده از آن در تبلیغات و آگهی های فروش؛ شاید بتوان گفت که یکی از مهمترین ثمرات عملی مترتب بر علامت در آگهی ها و تبلیغات است و بدین لحاظ علامت تجارتي یکی از پر ارزش ترین متعلقات یک تولید کننده است. در هیچیک از کشورهای جهان محدود حصری برای علامت تجارتي وجود ندارد و هر چه در متون قانونی بیان شده جنبه تمثیلی دارد. زیرا اختیار انتخاب و برگزیدن آن با اشخاص است، تا هر چه بخواهند بعنوان علامت تجارتي خود برگزینند و قانونگذار جز در موارد استثنایی محدودیتی برای این آزادی قائل نگردیده است. بنابراین نمی توان اشیاء و چیزهایی که ممکن است بعنوان علامت انتخاب شوند احصاء و جمع آوری نمود و تمامی آنها را در یک فهرست برشمرد.

(مبحث دوم):

* عناصر تشکیل دهنده یک علامت تجارتي:

ویژگیهای علامت تجارتي:

یک علامت تجارتي برای اینکه شناسائی و در برابر دیگران مورد حمایت واقع شود باید از خصوصیات چند برخوردار باشد که ذیلاً به اهم آنها اشاره می کنیم:

۱- علامت باید جدید و تازه

و مخصوص به خود باشد؛ منظور از جدید بودن علامت این نیست که علامت مزبور به هیچ وجه سابقه وجود خارجی نداشته باشد بلکه تازگی مربوط به استعمال آن در زمینه مورد نظر می باشد. قوانین کشورها برای تشخیص محصولات مختلف از یکدیگر، محصولات تجارتي و صنعتی را به طبقات مختلفی تقسیم نموده که صاحب علامت، هنگام ثبت علامت خود، طبقه یا طبقات محصولی که مورد نظر است را تعیین میکند و به این ترتیب اشخاص دیگر نمی توانند همان علامت را در آن طبقه یا طبقات به ثبت برسانند. البته اختیار نمودن علامتی که از طرف اشخاص دیگر برای کالائی معین بکار رفته است، برای محصولی که کاملاً با آن متفاوت باشد جایز شمرده میشود؛ بشرطی که استعمال یک علامت برای دو جنس مختلف ایجاد شبهه برای مصرف کننده نسبت به نوع جنس و سازنده آن نکند. مثلاً استفاده از هلال به عنوان علامت برای شناسائی تولیدات کارخانه صابون سازی مانع استفاده از همان علامت برای تمییز تولیدات یک کارگاه ورق سازی نمی باشد، زیرا اختلاط و تشابهی که قانون سعی در جلوگیری از وقوع آن دارد در این فرض قابل تصور نیست. همچنین اگر علامتی برای تمییز کالائی که در شهر معینی ساخته میشود، به کار رود استفاده از همان علامت برای تمییز کالائی از همان نوع ولی در شهری دیگر مانعی ندارد. البته مادامی که هر دو کالا در یک بازار با هم رقابت و تقابل نکنند، زیرا در این صورت احتمال مشتبه شدن بین آن دو برای مصرف کننده وجود خواهد داشت. البته واضح است که امروزه با گسترش شبکه های ارتباطی، مواصلاتی و توسعه شیوه های تجارت این باور که دو کالا (از یک جنس و بایک

نوع علامت) نمی‌توانند در یک بازار جمع شوند، بی‌بنیان و مردود است.

۲- علامت باید ظاهر و آشکار باشد: یعنی اینکه در مکان و محل مناسبی نصب گردد؛ البته قانون در این امر دخالتی ندارد و این به اختیار افراد گذاشته شده است. چون علامت خواه ظاهر و آشکار باشد، خواه مخفی و مستور در هر دو صورت مورد حمایت قانون است. همچنین این که علامت بر روی خود کالا نصب یا چسبیده شود، شرط نیست؛ چرا که در مورد بعضی از کالاها این امر امکان پذیر نمی‌باشد، بنابراین ممکن است علامت روی جعبه‌هایی که کالا در آن جاسازی و تعبیه شده قراردادده شود. مثل مواد غذایی و خوراکی، یا اینکه علامت بر روی اتیکت‌هایی چاپ شده و همراه با کالا یا روی کالانصب گردد. مثل پوشیدنی‌ها، همچنین ممکن است علامت بر روی قسمتی از کالا قراردادده شود مانند پارچه. البته این امر به نظر تولید کننده و مقتضای عرف تجاری و طبیعت خود کالا است؛ ولی مهم این است که علامت بایستی به طریق مناسب برای هر کالا به نحو ثابتی نصب گردد؛ بگونه‌ای که همیشه همراه کالا باشد.

۳- علامت نباید گمراه کننده باشد: علامت نباید مصرف کننده را از لحاظ تشخیص جنس یا مبداء آن به اشتباه بیاندازد، مثلاً برای پارچه پشمی نمی‌توان علامتی به عنوان «ابریشم باف» انتخاب نمود و یا برای پسته نامرغوبی عنوان «پسته رفسنجان» برگزید. در اینجا علامت دارای وصفی است که خود کالا آن کیفیت و وصف را ندارد و یا مبداء کالا خلاف واقع است و با انتخاب علامت مربوط به مبداء اصلی و مرغوب برای کالا، مصرف کننده را دچار شبهه میکند و ممکن است بر آن

اساس اقدام به خرید کند در حالی که به اشتباه و گمراهی افتاده است.

۴- علامت اختیاری است: طبق تبصره ماده یک قانون ثبت علائم و اختراعات، داشتن علامت تجاری اختیاری است مگر در مواردی که دولت آنرا الزامی قرار دهد. در اردیبهشت ماه سال ۱۳۲۸ آئین نامه ای در ۸ ماده بر حسب پیشنهاد وزارت دادگستری و موافقت وزارت اقتصاد ملی وقت و وزارت بهداری به تصویب هیأت وزیران رسید که بر اساس آن نصب و ثبت علائم در مورد کالاهای زیر که برای مصرف و استعمال مستقیم بر روی بدن انسان کاربرد دارد، اجباری اعلام گردید:

الف - داروهای اختصاصی مورد استعمال پزشکی یا دامپزشکی که بسانسخه پزشک یا بدون آن مصرف میشود. طبق تبصره ماده ۵ آئین نامه فوق، داروهای اختصاصی عبارت است از تمام اجناس دارویی یا طبی که برای استعمال داخلی یا خارجی انسان یا حیوانات اهلی بکار می‌رود.

ب - مواد غذایی که در لافاف و یا ظروف و به اسم مشخصی باشد مانند کنسرو مواد غذایی، آردهای مخصوص، چایهای مختلف، کاکائو، شکلات، آب نبات، مربا، ترشی، کره، روغنهای مختلف و غیره.

ج - مشروبات غیرالکلی، آبهای معدنی یا گازدار، آب میوه‌هایی که با اسم و ظروف مشخص به معرض فروش گذاشته میشود.

د - لوازم آرایش که برای استعمال مستقیم بر روی بدن انسان بکار میرود مانند صابون، خمیر، پودر، عطریات و ادوکلن و پماد.

علاوه بر این، ماده ۱۳ قانون مربوط به مقررات امور پزشکی و دارویی و مواد خوراکی و آشامیدنی مصوب ۱۳۳۴ نیز ثبت داروهای اختصاصی را اجباری



از جهت فراموشی نخستین عهدنامه بین المللی که برای حمایت مالکیت های معنوی به امضای دولت هارسید... کنوانسیون پاریس یا قرارداد پاریس بود.

کرده است.

یکی دیگر از خصوصیات علامت تجارتي دائمی بودن آن است. زیرا با تغییر تولید کننده و تاجر علامت تغییر نمی‌کند و به شخص بعدی منتقل می‌شود، یعنی علامت عنصری عینی است که متعلق به کالا می‌باشد و به همراه کارگاه و کارخانه به مالک جدید منتقل می‌گردد و این همان دائمی بودن علامت رami رساند. (۱)

(مبحث سوم):

* عناصر تشکیل دهنده یک علامت تجارتي :

علائم تجارتي رami توان احصاء نمود و در یک فهرست کلی ارائه کرد، با این حال عناصر تشکیل دهنده یک علامت تجارتي رami توان در چهار دسته کلی طبقه بندی نمود:

۱- اسامی که دارای شکل ممیزه و خاصی می‌باشند: برای اینکه اسم بتواند بعنوان علامت استفاده شود باید دارای شکل خاصی باشد مانند اینکه در داخل یک مربع یا دایره قرار گیرد، بطرز خاصی با حروف نوشته شود یا ترکیب چند حرف شکل ویژه‌ای پدیدار شود و یا اینکه حروف تشکیل دهنده اسم را با رنگ‌های مختلفی رنگ آمیزی کنند. بنابراین اسم یا علامتی مورد حمایت قانونگذار است که دارای شکل ویژه باشد بعبارت دیگر اسم به خودی خود نمی‌تواند مشمول جنبه حمایتی قانون قرار گیرد. در مورد امضاء هم چنین بوده است و شرط است که امضاء بر روی کالا به شکل متمایز و آشکار واقع شود.

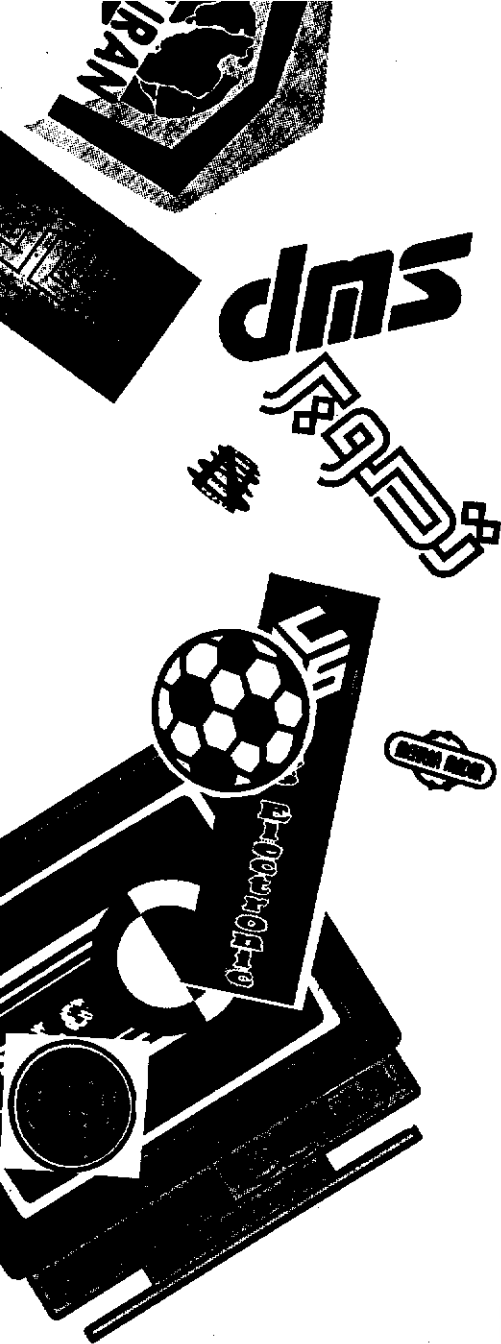
ثبت اسم توسط اشخاص مانع از این نخواهد بود که اشخاص دیگری نیز که دارای این نام هستند از استعمال آن منع گردیده و یا نتوانند آنرا بکار ببرند. قانون فرانسه این مورد را نیز پیش بینی کرده که هرگاه استعمال نام مزبور توسط اشخاصی که دارای آن نام می‌باشند، به

حقوق دارنده علامت که آنرا به ثبت رسانیده است لطمه وارد آورد، وی می‌تواند به دادگاه مراجعه و تقاضای منع استعمال نموده و یا ترتیب به کاربرد آنرا به گونه‌ای دیگر بخواهد.

۲- حروف و ارقام: اشخاص می‌توانند بعضی از حروف یا ارقام را برای تمییز کالاهایشان انتخاب کنند. خواه حروف دلالت بر اسم معین بکنند و خواه نکنند، مثل اینکه در روی صندوق کالا حرف «A» یا عدد «۳۳۳» یا «۵۵۵» باشد. در این صورت استفاده از همان ارقام و حروف یا استعمال حرف یا رقمی که احتمال مشتبه شدن بین دو علامت وجود داشته باشد، جایز نیست، مثلاً فردی از دو حرف «م. ت.» استفاده کند و فرد دیگری از دو حرف «م. ث.» در صورتی که تعداد نقاط حرف «ث.» واضح نباشد و یا بقدری حروف کوچک باشد که نتوان تشخیص داد که نقاط دو تاست یا سه تا! با این حال فرد دوم می‌تواند همان حروف یا ارقام فرد اول را به شکل دیگری بکار ببرد. مثل اینکه حروف را بزرگتر و یا با حجمی دیگر و متفاوت از فرد اولی استعمال کند و ضابطه در این مورد همان امکان اشتباه و خلط بین دو علامت است.

۳- رموز و تصاویر: رموز شکل خاصی است که تاجر برای متمایز ساختن کالای خود بر می‌گزیند. مانند شکل سفینه، شاخه درخت یا نخل یا اهرام ثلاثه و تصاویر عبارت از شکلهایی است که در برگیرنده شکل انسان مثل یک سرباز یا شکل حیوان مانند آهو، شیر یا پرنده می‌باشد. ملاک و ضابطه رموز و تصاویر، طبیعت آنهاست و نه شکل یا وضعیتی که در آن رمز یا تصویر یافت می‌شود. به عنوان مثال فرض کنید صاحب یک کارخانه صابون سازی شکل آهوی نشسته یا

شیر درنده را بعنوان علامت انتخاب می‌کند و صاحب کارخانه دیگری شکل یک آهوی ایستاده یا شیری که دهانش بسته است. در این صورت عمل تاجر دوم در حکم تقلید است زیرا هر چند وضعیت هر دو آهو یا هر دو شیر در دو علامت متفاوت است ولی طبیعت و ماهیت هر دو یکی است و احتمال خلط و مشتبه شدن وجود دارد. با اینحال عنصری که در علامت موجب تمییز آن بعنوان حقی در برابر دیگری می‌شود، همان وضعیت، رنگ یا شکلی است که رمز یا تصویر در آن قرار داده شده است. پس هر فردی می‌تواند، اصل شکلی را بعنوان علامت برای خود برگزیند ولیکن مورد حمایت قانون نیست، مگر اینکه شکلی متمایز و خاص از آن بسازد. مانند اینکه بارنگهای مخصوصی رنگ آمیزی کند و یا به آن کلمات، ارقام و یا برخی اسامی را که برای آن جنبه ماهوی داشته باشد، اضافه نماید. مثلاً استفاده از شکل گوسفند یا هر حیوان دیگری حق مباحی است برای هر فردی، تا آنرا بعنوان علامت انتخاب کند. حال اگر تاجر گوسفند را بعنوان علامت برگزیند و آنرا داخل دایره بگذارد، در حالی که علف می‌خورد، این شکل جنبه مالکیت خاص پدیدانموده و تقلید و شبیه سازی از آن جایز نیست. علامت همچنین ممکن است تمثال فرد مشهور و معروفی باشد که البته موافقت خود شخص یا ورثه‌اش (در صورت فوت او) برای استفاده از شکل وی بعنوان علامت لازم است و در صورت کسب اجازه، دیگران نمی‌توانند از آن تقلید کنند. اما آیا می‌توان گفت که استفاده از تمثال یک فرد مشهور، ماهیتاً یک فکر و ایده جدید و نو است و برای دیگران حق تقلید از آن وجود ندارد؟ مثلاً صاحب یک کارخانه صابون سازی تصویر نماینده معروفی



(مبحث چهارم):

*** علائم ممنوع و غیر قابل ثبت:**
 ماده ۵ قانون ثبت علائم و اختراعات، علائم ممنوع را بر شمرده است. بموجب این ماده هیچیک از علائم ذیل را نمی توان بعنوان علامت تجارتي اختیاری نمود و یا آنها را از اجزاء یک علامت تجارتي قرارداد:

۱- بیرق مملکتی ایران و هر بیرق دیگری که دولت ایران استعمال آنرا بصورت علامت تجارتي منع کند و همچنین نشانها، مدالها و برچسب های دولت ایران. علائم فوق علائمی است که متعلق به ملت و کشوراست و قابل تملک خصوصی نمیباشد. نشانها نیز چون در موارد خاص در مقابل خدمات برجسته به اشخاص داده میشود، بنابراین هر شخصی نمی تواند آنها را مورد استفاده قراردادهد.

۲- تمثال مگر با اجازه مخصوص.
 ۳- کلمات و یا عباراتی که موهم انتساب به مقامات رسمی ایران باشد از قبیل دولتی و امثال آن.
 استعمال چنین کلماتی ممکن است باعث ایجاد این تصور در مصرف کننده گردد که کالای مورد نظر بوسیله مقامات مزبور یا بوسیله اشخاص و مؤسسات وابسته به آنها ساخته شده است.

۴- علائم مؤسسات رسمی مانند هلال احمر و نظایر آن، بعضی از علائم جنبه ملی و بین المللی داشته و مؤسساتی که آنها را استعمال میکنند رسمی بوده و در موارد مخصوصی از آن استفاده میکنند. بنابراین دیگران نمی توانند از اینگونه علائم استفاده نمایند، زیرا ممکن است موجبات سوءاستفاده بعضی افراد سودجو را فراهم آورد.

۵- علائمی که مخل انتظامات و یا منافی عفت باشد: عبارت انتظامات عمومی هرگونه تفسیری را در بر

رابعد از موافقت وی بعنوان علامت انتخاب نموده و صاحب کارخانه صابون سازی دیگری بانمایند دیگری توافق میکند که از تصویر او بعنوان علامت استفاده کند. آیا در این حال تاجر اولی میتواند ادعا نماید که فکراستفاده از شکل اشخاص حقیقی را او ابداع کرده است و دیگری حق استعمال آنرا در علائم تجارتي ندارد؟ هر چند که تصویر شخصی که دیگری استعمال کرده غیر از تصویر شخصی است که خودش استعمال می کند؟

باید گفت که نمی توان چنین ادعایی را پذیرفت، چون حق هر تاجری است که در ترکیب علامتش از شکل شخص حقیقی یا هر شخصیت دیگری استفاده کند بشرط آنکه موجب التباس و خلط بین دو علامت نشود. حال اگر نماینده ای که تاجر دومی انتخاب کرده خیلی شبیه تاجر اولی باشد، بگونه ای که هر دو ریش خود را کوتاه کنند و بیک صورت موهای خود را شانه نمایند، بنحوی که برای مردم تشخیص و تمیز آن دو (مگر با دقت و تفحص زیاد) امکان پذیر نباشد، عمل تاجر دوم در حکم تقلید علامت تجارتي تاجر اول قلمداد میشود.^(۲)

۴- **جعبه ها و ظروفی که کالا در آن جای میگیرد:**

گاهی علامت از شکل یازنگ خاصی از جعبه ها و ظروفی که کالا در آن نهاده میشود، تشکیل میگردد. مثل شیشه های عطر و ادوکلن و نوشابه های گازدار و آبهای معدنی و زینت آلات و لوازم آرایشی و غیره، اگر تاجری که تولیدکننده نوشابه های گازدار است شکل شیشه، برای او بمنزله علامت تجارتي است، تاجر دیگری که همان تولیدات را دارد نمی تواند به همان شکل و ترتیب شیشه های خود را بسازد.

علائم تجارتي را می توان در چهار دسته کلی طبقه بندی کرد: ۱- اسامی که دارای شکلسل ممیزه و خاصی می باشند ۲- حروف و ارقام ۳- رموز و تصاویر ۴- جعبه ها و ظروفی که کالا در آن جای می گیرد.

می‌گیرد. به عبارت دیگر، هر علامتی که باعث اختلال در نظم عمومی جامعه شده و مردم را به شورش و عصیان بکشاند و همچنین هر چیزی که باعث لکه دار شدن عفت عمومی گردد، قابل ثبت نیست. بخش ۹ قانون علامات تجارتي مصوب ۱۹۳۸ انگلیس نیز همانند قانون مأمورد فوق رابعتوان علائم ممنوعه برشمرده است.

علاوه بر موارد مذکور در ماده ۵ ماده ۹ همان قانون دو مورد دیگر را نیز که متصدی ثبت، تقاضای ثبت متقاضی وارد خواهد نمود، متذکر میشود:

الف - در صورتی که علامت مخالف مقررات قانون باشد.

ب - در صورتی که علامت به اسم دیگری قبلاً ثبت شده باشد و یا شباهت علامت با علامتی دیگر که ثبت شده است باندازه ای باشد که ممکن است مصرف کنندگان عادی یعنی اشخاصی که اطلاعات مخصوصی ندارند را به اشتباه بیندازد. در صورتی که در اظهارنامه تقدیمی برای ثبت به اداره مالکیت صنعتی هر یک از موارد ممنوعه فوق یافت شود، اختطاری دایر بر رد علامت صادر و به متقاضی ثبت ابلاغ شده و علل رد صریحاً ذکر می‌گردد. تقاضاکننده می‌تواند از این تصمیم ظرف مدت ده روز از تاریخ ابلاغ به محاکم عمومی تهران شکایت کند. (مبحث پنجم):

*تحصیل حق مالکیت علامت تجارتي:

برای اینکه یک علامت تجارتي مورد حمایت قانون واقع شود باید آن علامت به ثبت برسد. ثبت علامت در اداره ثبت شرکتها و مالکیت صنعتی صورت می‌پذیرد. نخست باید اظهارنامه‌ای در سه نسخه از سوی متقاضی ارائه گردد. برگ دوم اظهارنامه پس از ثبت، تحویل متقاضی شده و

برگ سوم در سوابق ضبط گردیده و برگ اول جهت بررسی به کارشناس مربوطه ارجاع میشود. کارشناس مزبور ظرف مدت ۱۵ روزه تقاضای ثبت رسیدگی و در صورت عدم ملاحظه سابقه ثبت و یا مشابهت با علائم ثبت شده و تعیین طبقه کالا اقدام به تهیه پیش نویس آگهی تقاضای ثبت علامت تجارتي می‌نماید (ماده ۵ آئین نامه ق. ثبت علائم و اختراعات) پس از آن متقاضی باید آگهی تقاضای ثبت را در روزنامه رسمی منتشر کند. (ماده ۷ آئین نامه) پس از گذشت ۳۰ روز از تاریخ انتشار آگهی، تقاضای ثبت باید تقدیم اداره مالکیت صنعتی شود. (ماده ۹).

در صورت عدم وصول اعتراض در مهلت مقرر نسبت به تقاضای ثبت، دستور پرداخت حق الثبت علامت تجارتي به متقاضی داده میشود. بعد از آن متقاضی باید یک برگ تصدیق ثبت علامت تجارتي را ضمیمه مدارک خود نموده و بعد از درج آن در روزنامه رسمی، علامت در دفتر ثبت علائم تجارتي قید و گواهی رسید تصدیق ثبت تحویل متقاضی میشود. (ماده ۱۱) این تصدیق از تاریخ تسلیم اظهارنامه مربوطه به مدت ۱۰ سال اعتبار دارد در صورتی که صاحب علامت تمایل به استمرار سابقه ثبت داشته باشد میتواند حداکثر ظرف ششماه از تاریخ انقضاء اعتبار تصدیق ثبت، اقدام به تجدید ثبت علامت نماید و در صورت انقضای مدت ششماه، علامت ثبت شده دیگر اعتبار نداشته و از حمایت های قانونی برخوردار نخواهد بود. (ماده ۱۴ ق ثبت علائم و اختراعات).

در صورتی که شخصی آگهی تقاضای ثبت علامت تجارتي را در روزنامه رسمی مشاهده و یا به طریقی از وجود آن مطلع شود و آنرا علامت تجارتي خود میدانند (به

شرطی که قبلاً به ثبت رسانیده باشد یا اینکه آن علامت را با علامت تجارتي خود باندازه ای شبیه میدانند که باعث میشود مصرف کنندگان عادی به اشتباه (م ۱۶ قانون) بیافتند، می‌تواند ظرف مدت ۳۰ روز از تاریخ انتشار تقاضای ثبت علامت تجارتي در روزنامه رسمی، اعتراض خود را نسبت به ثبت کتباً به اداره مالکیت صنعتی تسلیم نماید.

اداره این اعتراض را ظرف مدت ده روز از تاریخ وصول به متقاضی ثبت علامت تجارتي طی اختطاری ابلاغ خواهد نمود. چنانچه متقاضی با ملاحظه اعتراض، تسلیم شود و مراتب انصراف خود را از ثبت علامت کتباً به اداره مالکیت صنعتی اعلام دارد، تقاضای وی کان لم یکن تلقی و بایگانی خواهد شد. ولی چنانچه تسلیم نشود، مراتب عدم تسلیم به معترض ابلاغ می‌شود و معترض می‌بایستی برای اثبات ادعای خود، دادخواستی با ضمیمه نمودن کلیه دلائل و مدارک ثبت شده، تقدیم دادگاه نموده و گواهی لازم را به اداره مالکیت صنعتی جهت ضبط در پرونده تسلیم نماید در این مرحله کلیه عملیات ثبتی علامت تجارتي تا اعلام نظر دادگاه متوقف خواهد ماند. اما اگر اعتراض راجع به علامت ثبت شده باشد معترض باید مستقیماً به دادگاه مراجعه و تقاضای ابطال ثبت را بنماید و نیازی به اعلام اداره مالکیت صنعتی نیست. (ماده ۱۸ قانون).

(مبحث ششم):

*دعای مربوط به علائم تجارتي:

طبق ماده ۴۶ قانون، رسیدگی به دعای حقوقی یا جزایی مربوط به اختراع یا علامات تجارتي در محاکم تهران به عمل خواهد آمد؛ اگرچه در مورد دعای جزایی، جرم در خارج

عناصر تشکیل دهنده یک علامت تجارتي بقراردیل است: ۱- علامت باید جدید و تازه باشد ۲- ظاهر و آشکار باشد. ۳- نباید گمراه کننده باشد. ۴- علامت اختیاری باشد.

علامت مجعول یا تقلیدی بوده و یا با دارا بودن علامتی که من غیرحق استعمال شده است از ایران صادر و یا به مملکت وارد کند، به حبس از سه ماه تا سه سال محکوم میشود.

بلاخره ماده ۱۲۴ میگوید: «اشخاص ذیل به حبس تا ششماه محکوم خواهند شد:

۱- کسانی که علامت تجارتي اجباری را در روی محصولی که اجباراً باید دارای آن علامت باشد، استعمال نکنند.

۲- کسانی که عالمأ محصولی را به معرض فروش گذاشته یا بفروشد که دارای علامتی نباشد که برای آن محصول اجباری است.»

متأسفانه در اصلاحاتی که اخیراً در قانون مجازات اسلامی درمبحث تعزیرات صورت گرفته، مواد فوق‌الاشاره حذف و تنها مستمسک و مستند قانونی برای مجازات متجاوزین حقوق مالکیت علامت تجارتي، تبصره ماده ۵۲۵ آن قانون (مصوب خرداد ماه ۱۳۷۵) میباشد که مقرر کرده است:

«هرکس عمداً و بدون داشتن مستندات و مجوز رسمی داخلی و بین‌المللی و به منظورالقاء شبهه در کیفیت تولیدات و خدمات از نام و علامت استاندارد ملی یا بین‌المللی استفاده نماید به حداکثر مجازات مقرر در این ماده محکوم خواهد شد.»

والسلام علی من التبع الهدی

پاورقی:

۱- دکتر محسن شفیق، القانون التجاري المصري ص ۲۵۷

۲- محمد منصوراحمد، العلامات التجارية - جریبه الفش التجاري جلد دوم ص ۲۱.

از تهران واقع یا کشف و یا متهم در خارج از تهران دستگیر شده باشد که در این مورد تحقیقات مقدماتی در محل وقوع، کشف جرم و یادستگیری متهم بعمل آمده و پیرونده برای رسیدگی به محاکم تهران ارجاع میشود. بنابراین بموجب این ماده مرجع رسیدگی به دعاوی حقوقی ناشی از حقوق مالکیت علامت تجارتي با تشکیلات فعلی دادگستری محاکم عمومی تهران است. علاوه بر این در مورد خساراتی که به مدعی خصوصی وارد میشود، ماده ۴۹ همان قانون مقرر میدارد: «در مورد خساراتی که خواه از مجرای حقوقی و خواه از مجرای جزایی در دعاوی مربوط به اختراعات و علائم تجارتي مطالبه میشود، خسارات شامل ضررهای وارده و منافعی خواهد بود که طرف از آن محروم شده است. بنابراین کسی که علامت او مورد تجاوز و استفاده غیرمجاز قرار گرفته، می‌تواند برای احقاق حقوق خود به دادگاه مراجعه و متجاوز به حق مالکیت علامت را مورد تعقیب قرار دهد. البته در قانون مجازات اسلامی (مبحث تعزیرات) مصوب ۱۳۶۲ ضمن مواد ۱۲۲، ۱۲۳ و ۱۲۴ ضمانت اجرای کیفری تجاوز به حق مالکیت علامت تجارتي را تبیین کرده است. ماده ۱۲۲ مقرر نموده است: «هرکس علامت تجارتي ثبت شده در ایران را عالمأ جعل کند، با علم به مجعول بودن استعمال نماید، در روی اوراق و اعلانات یا روی محصولات قرار دهد، با علم به مجعول بودن به معرض فروش گذاشته یا به فروش برساند، به الحاق یا کسر یا تغییر قسمتی از خصوصیات آن تقلید کند بنحوی که موجب فریب مشتری شود؛ به مجازات شلاق تا ۷۴ ضربه محکوم خواهد شد.»

ماده ۱۲۳ نیز در همین راستا می‌افزاید: «هرکس محصولی را که دارای

