

کانون وکلا

شماره ۷۹

فروردین - اردیبهشت ماه ۱۳۴۹

سال چهاردهم

دکتر شاهین آقایان

اصول بین‌المللی اعتبار علائم تجارتي و صنعتی

از دسامبر ۱۹۵۹ (مطابق آذر ماه ۱۳۳۸) دولت شاهنشاهی ایران رسماً به قرارداد پاریس ملحق شده و این الحاق فقط مربوط به اختراعات و علائم تجارتي و صنعتی است چون ما قوانین قسمتهای دیگر را نداریم:

طبق قرارداد پاریس اختراع و علامت تجارتي یا صنعتی ثبت شده ایجاد حق مالکیت برای صاحب آن میکند و مانند هر حق مالکیت قابل رعایت است و در دنیای امروز علامت مانند هر حقی که قابل نقل و انتقال باشد قابل معامله میباشد.

ایران در تیرماه ۱۳۱۰ قانون ثبت علائم و اختراعات را که اقتباس از قانون فرانسه است وضع کرد مقصود از وضع این قانون ورود در جامعه متمدن و ایجاد یک حق مالکیت جدیدی بود که تا آن تاریخ در ایران وجود نداشت.

محیط اجتماعی و قضائی ایران در ۱۳۱۰ چندان هم برای چنین قانون مساعد نبود یعنی جامعه با اهمیت آن پی نبرده بود ولی چون در این ۳۰ سال تغییرات زیادی در کلیه شئون اقتصادی سیاسی داده شده و کشور ما مقام بین‌المللی پیدا نموده است وقت آن رسیده که مقامات اداری و قوه قضائی دقت بیشتری در حفظ حقوق مالکیت اختراع و علامت از لحاظ تقلید یا جعل آنها مبذول دارند.

بدبختانه در این دو موضوع تا کنون نه کتابی ترجمه و تالیف شده و نه در دانشگاه مورد تدریس قرار گرفته است و بهمین علت در بعضی اوقات مقامات قضائی و دادگاه‌های ما حتی دیوان کشور اهمیت مالکیت علامت را آن طور که باید تشخیص نداده‌اند و غالباً آرائی صادر میشود که برخلاف اصل بین‌المللی است و یا اینکه چه قانون مخصوص و چه مواد قانون مجازات (فصل یازدهم ماده ۲۴۲/۲۴۴/۲۴۹/۲۴۹/۲۴۹ مکرر) مراتب را برای یک حقوق دان دقیق بقدر کافی توضیح داده معذالک بعضی از دادگاه‌های ما هنوز اهمیتی برای آن قائل نمیشوند بعضی از احکام صادره از دادگاه‌های ما مورد دقت کافی واقع نشده و شأن قضائی کشور را در خارجه جریحه دار کرده است .

اصول بین‌المللی اعتبارعلائم

مثلاً علامت یک مؤسسه معتبر داروسازی سویس که بحروف لاتین استعمال میشود یکنفر همان لغت را به حروف فارسی در ایران به ثبت رسانیده و مورد اعتراض کارخانه واقع شده دعوا در دادگستری به بحکومیت کارخانه و بر له تقلید کننده تمام شده است مقصود از این مقاله توضیح و تفسیر مقررات موجوده در دنیا است و برای اینکه مطلب کاملاً روشن شود ذیلاً مواد مربوطه را بطوریکه در دنیای امروز اجرا میشود توضیح میدهد.

قانون مصوبه تیر ماه ۱۳۱۰ نسبتاً مختصر است و این اختصار دو دلیل دارد اول اینکه در ۱۳۱۰ محیط مساعد نبود و بهترین دلیل آن اینست با اینکه در ماده ۶ و ۷ این قانون تعقیب جزائی پیش بینی شده مجازات آن قید نشده است فصل یازدهم قانون مجازات (دسیسه و تقلب در کسب تجارت) هنوز وجود نداشته در صورتیکه در فرانسه مولد متشابه موجود بوده و احتیاجی به تعیین مجازات در خود قانون علامت و اختراع نبوده است. بنابراین برای مجازات رقابت‌های مکارانه و جعل و تقلید درعلائم تجارتمذکور در قانون ۱۳۱۰ باید مراجعه به فصل یازدهم قانون مجازات کرد. ماده ۲۴۴ رقابت مکارانه «Frauduleuse» را جرم دانسته و آن را اینطور توضیح میدهد:

«رقابت مکارانه عبارت است از اینکه تاجری برای انصراف مردم از خرید با استعمال متاعی مشابه متاع خود را بوسیله اسباب چینی یا نسبتهای کذب یا بطور کلی بهر وسیله متقلبانه دیگر متوسل شده و بطور مستقیم یا غیر مستقیم تلویحاً یا تصریحاً در صدد معیوب یا نامرغوب جلوه دادن آن متاع بر آید.»

بدبختانه هنوز در قوه قضائی ما وسیله متقلبانه آنطوریکه باید فهمیده نشده است این جمله در ماده ۲۳۸ در فصل نهم قانون مجازات هم هست و خیلی از اوقات دروغ را در بعضی از پارک‌های ما تقلب نمیدانند در صورتیکه دروغ وقتی مقصودی داشته باشد که مستقیماً به نفع گوینده است بلاشک تقلب است چون گوینده باین وسیله میخواهد موضوعی را به کرسی بنشانند که حقیقت ندارد و از این خلاف حقیقت استفاده کند!

مثلاً وقتی ساعت فروشی راجع بفلان ساعت که از نظر صنعتی در درجه دوم یا سوم است اعلان میکند بهترین ساعت دنیا است این اعلان:

اولاً - خلاف حقیقت است.

ثانیاً - متقلبانه است چون مشتری عادی آن را حقیقت میداند مخصوصاً اگر روزنامه یا مجله که آن را چاپ کرده است معروف باشد.

ثالثاً - ساعت‌های بهتر را نامرغوب معرفی مینماید چون با اعلان اینکه کالای خودش درجه اول است و شاهکار صنعتی است با پرفروشترین ساعت دنیا است تلویحاً سایر ساعتها را در نظر مردم تنزل میدهد.

جعل علامت در صورتی است که جاعل عین علامت متعلق به غیر را استعمال میکند و در بعضی اوقات هم برای فرار از مسئولیت در یک گوشه آن نوشته است محصول مملکت «IRAN» این جمله را جاعل برای این قید میکند که در موقع گرفتاری دفاع کند که جعل

اصول بین‌المللی اعتبار علام

نکرده است چون در علامت قید دارد که محصول مملکت خودش است (در صورتیکه اصل آن محصول کشور دیگری است)!

محاکم و مقامات قضائی نباید برای چنین جمله‌ای ارزش قائل شوند بلکه باید در نظر بگیرند که در جعل قصد شرط است و تقلید علامت قصد سوء را می‌رساند زیرا جاعل خواسته است از معروفیت محصول شخص یا مؤسسه دیگری استفاده نماید یا بطوریکه در بالا قید شده است جنس را بجای جنس دیگر بفروشد (بند ب ماده ۴۴۹ قانون مجازات عمومی).

تقلید

در تقلید چه کلمه باشد و چه شکل مقلد کوشش مینماید بین کالای اصلی و اجناس خود ایجاد شباهتی بکند تا خریدار عادی غیرمتخصص را گول بزند مثلاً اگر کلمه است قسمت کوچکی از آنرا از اول و یا از آخر کم میکند بطوریکه در تلفظ لغت مذکور با شکل علامت یا بسته‌بندی آن شباهت وجود داشته باشد.

مثلاً علامت ثبت شده داروی « Tonicorin » حروف « IN » را از آخر کسر کرده « Tonicor » میکند و آن را به ثبت میدهد این عمل تقلب و قابل تعقیب است چون برای اینکه کالای خود را با استفاده از معروفیت علامت اولی بفروش میرساند مبادرت باین عمل مینماید بند ۴ از ماده ۴۴۹ چنین عملی را جرم میدانند چه آنکه میگوید:

« بنحوی که مشتری عادی (یعنی کسیکه اطلاعات مخصوص ندارد)

« فریب بخورد » ولی این شرط را چطور باید فهمید محدود است به اطلاعات مخصوص . در مثال فوق داروساز یا طبیب گول نمی‌خورد چون اصل دارو را میشناسد اما خریدار (مشتری عادی) اصل آن را نمیشناسد نسخه طبیب را به داروساز میدهد داروساز دارو را در کاغذ پیچیده به خریدار میدهد نودونه درصد از خریداران هم اسم داروئی که داده شده حرف بحرف یا کلمه مندرجه در نسخه تطبیق نمیکنند و به اطمینان اینکه همان داروئی است که طبیب نوشته از داروخانه خارج میشود خیلی از اوقات هم داروساز متقلب با اطبای بی‌ایمان تبانی کرده و پزشک بجای داروی اصلی داروی دارای علامت تقلبی را مینویسد این گونه تقلبات زود کشف میشود .

در ۳ سال اخیر نوع رقابت مکارانه دیگری جریان پیدا کرده که متقلب بتواند

کالای خود را به جای کالای دیگری جابجا نماید این وسیله جدید از این قرار است:

شخص علامتی را با اعلاناتی راجع به محصول خود منتشر میکند و در آن مثالی میزند مربوط به علامت معروفی مثلاً قالی ماشینی دارد در اعلان مینویسد: مثل قالی گرمان! یا آب لیمو غیر معروفی تهیه کرده در اعلانات علامتی که روی بسته‌بندی الصاق میکند قید میکند: مثل آب لیموی معروف شیراز! دستگاه قضائی کشورهای مختلف این نوع عمل را مطالعه کرده‌اند و بعضی از آراء و عقیده آنان در آخرین مقاله ذکر خواهد شد و همه به این عقیده رسیده‌اند که این گونه عملیات رقابت مکارانه است.

منطق این عقیده این است که هیچ عملی بیدلیل نیست بازرگانی یا صاحب صنایع

که کالائی دارد چرا در اعلانات خود به کالای مرغوب و معروف غیر اشاره میکند؟ صد درصد این کار را میکند تا در فکر مشتری معروفیت جنس مرغوب را یادآوری و مجسم کند تا در ذهن

اصول بین‌المللی اعتبار علائم

مشتری این فکر ایجاد شود که این محصول هم مثل آن محصول معروف است و با این ترتیب شخص متقلب غیرمستقیم از معروفیت محصول دیگری استفاده کرده کالای خود را بجای کالای دیگری فروخته از تعداد مشتری‌های جنس معروف میکاهد و بالنتیجه از زحمت و خرج صاحب کالای معروف استفاده کرده و جنس غیر معروف خود را با این حيله بجای مال معروف بفروش میرساند. با تمدن امروزه اعلان در مطبوعات، رادیو و تلویزیون مؤثر واقع میشود و بهترین دلیل این بیان هم وجود اعلانات است که اگر مؤثر نبود چاپ نمیشد یک صفحه اعلان در یک روزنامه مهم از ۳۰۰۰۰ تا ۴۰۰۰۰ ریال خرج دارد.

پس ثابت است که اعلان بسیار مؤثر است و از ۲۰ - ۳۰ سال باینطرف در کشورهای متمدن این اعمال نامشروع را رقابت صادقانه بازرگانی تشخیص داده‌اند و این نوع رقابت را «Parasitaire» اسم گذارده‌اند یعنی طفیلی، انگل و استفاده کننده مجانی از زحمت و خرج غیر! و امروز برای جلوگیری از اشتباه خریدار بین جنس اصل و کالای قلب انتشار اینگونه اعلانات و نوشتن روی بسته بندی عبارات خلاف واقع و قدغن است.

در ۲ سال اخیر فکر دیگری پیش آمده برای توضیح که ممکن است شباهت ظاهری وجود نداشته باشد ولی تلفظ لفظی که روی جنس قلب با تقلید گذارده شده است اشتباه پیش آید.

مثلاً مواد پاک‌کردنی معروفی هست به اسم این کالا در ایران تقلید شده بود به اسم «VIM» مشتری تقاضای «VIM» را مینماید فروشنده «GIM» را میدهد هر دو هم ماده پاک‌کننده است ولی به مشتری جنسی داده شده غیر از آنچه که او اراده خرید آن را داشته است. تا چند سال قبل اگر کسی مالک علامتی بود که جنس یا اجناس معینی ثبت شده بود برای شخص دیگری مانعی نداشت که عین همان علامت را برای اجناس طبقه دیگری به اسم خود ثبت کند ولی امروز این عمل را هم ناشایسته دانسته و آن را استفاده از زحمت و خرج صاحب علامت اصلی میدانند اولین حکم در این باب در ایالت متحده صادر شده و تاریخچه آن از اینقرار بود:

کارخانه کراواتی پشت کراواتهای ساخت خود کلمه «Philco» را روی اتیکتی چاپ و الصاق کرده بود کارخانه فیلکو که رادیو یخچال و اجناس مشابهی تهیه میکند به دادگاه مراجعه و چنین شکایت کرد لغت فیلکو معنی ندارد و اختراع ما است سالیان دراز ما چندین صدهزار دلار خرج تبلیغات کرده‌ایم و کالای درجه اول تهیه نموده‌ایم تا محصول ما در دنیا بعنوان کالای درجه اول معروف شد و این کارخانه کراوات با الصاق اتیکت فیلکو روی اجناس خود مشتری را گمراه میکند زیرا خریدار تصور خواهد کرد همانطور که محصولات فیلکو جنس درجه اول است آن کراواتها هم که همان علامت را دارد از اجناس مرغوب است و به این ترتیب کارخانه کراوات از معروفیت کلمه فیلکو استفاده نامشروع میکند!

نتیجه دعوا چنین شد که کارخانه کراوات محکوم به عدم استفاده علامت مذکور و پرداخت ده هزار دلار (۷۰۰۰۰ ریال)، خسارت در مقابل کارخانه فیلکو گردید در صورتیکه هیچ‌گونه ارتباطی بین یخچال رادیو و کراوات وجود نداشت.

اصول بین‌المللی اعتبار علائم

سؤال میشود چرا داد گاه چنین رایی را صادر کرد دلیل منطقی قضات این است که کارخانه کراوات بدون جهت این لغت را انتخاب نکرده است و مسلماً نفعی برای خود در آن داشته و آن نفع هم استفاده از معروفیت این کلمه بوده است و اگر غیر این بود امکان انتخاب لغت اختراعی که نامحدود است برای او آسان بود و میتوانست کلمه دیگری انتخاب کند لهذا چون قصد استفاده از نتیجه کوشش غیر را داشته عمل نامشروعی را انجام داده و باید محکوم شود. اصل فعلی حمایت علائم تجارتي و صنعتی امروز را این طور میتوان خلاصه کرد:

در هر موقع که شخصی یا مؤسسه‌ای علامت خود را شبیه یک علامت معروف موجود دیگری انتخاب میکند همین عمل دلیل استفاده نامشروع بوده و قابل مجازات است. همچنین است وقتی صاحب علامتی در تبلیغ مشخصات کالای خود را حواله میدهد با کالای مشابه دیگر یا وقتی صاحب علامت در تبلیغات خویش از طریق روزنامه یا رادیو یا تلویزیون لغت بهتر محکومتر قشنگتر دقیقتر و هر صفت تفضیلی دیگری استفاده مینماید.

چه آنکه وقتی صاحب علامت یک ساعتی میگوید دقیقترین ساعت دنیا یعنی بهتر از ساعت‌های موجود در دنیا است مفهوم آن این است که ساعت‌های دیگر به پای این ساعت نمیرسد و نتیجتاً در تعریف از کالای خود و غیر مرغوب کردن کالای دیگران کوشیده است بنابراین موضوع مشمول ماده ۴۴۴ قانون رقابت مکارانه است چون با این عمل از بازار همکاران خویش کاسته و به بازار خویش من غیر حق میفزاید مگر اینکه در دادگاه بتواند از راه عملی ثابت کند که گفته او صحیح بوده است.

در خاتمه اینکه چند نمونه از علامتهای تقلیدی از شباهت که مورد احکام محکومیت واقع شده است به اطلاع خواننده میرساند.

| | | |
|--------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>فرانسه علامت اصلی RITZ علامت محکوم شده TRECA-RITZ</p> | <p>فرانسه علامت اصلی PUX علامت محکوم شده NYLUX-YLUX</p> | <p>انگستان علامت اصلی PLIX علامت محکوم شده P ALEX A</p> |
| <p>یونان علامت اصلی CLIN علامت محکوم شده PECLIN</p> | <p>اطریش علامت اصلی CHANEL علامت محکوم شده CHANELLA</p> | <p>هلند علامت اصلی SATIN FINISH علامت محکوم شده SATIN SET</p> |
| | <p>مراکش علامت اصلی SAPTOL علامت محکوم شده SAPOL</p> | <p>تایلند علامت اصلی ROGER ET GALLET علامت محکوم شده ROY ET GALAN</p> |