

## منظور از علامت تجاری چیست؟

علامت تجاری، نشان مشخص و متمایز کننده‌ای است که کالاها و یا خدمات معین یک فرد و یا یک تشکیلات اقتصادی خاص را از دیگر موارد مشابه شناسائی می‌نماید. سابقه تاریخی آن به دورانهای باستانی بر می‌گردد که هنرمندان یا بازاریان علامت یا امضای مخصوص خود را بر روی قطعات هنری، یا کالاهای فروشی خود حک می‌کرده‌اند. در طول زمان و بتدریج، این علائم به نظام ثبت و حمایت از کالا تبدیل شدند. با کمک این نظام مصرف‌کنندگان می‌توانند کالا یا خدماتی را که علامت تجاری

خاصی ماهیت و کیفیت آنها را مشخص می‌نماید، شناسایی کرده و دقیقاً چیزی را بخرند که نیاز ایشان را برآورده می‌نماید.



## کارکرد یک علامت تجاری چیست؟

علامت تجاری حمایتی است از مالک آن، به این طریق که حق استفاده انحصاری از این علامت جهت مشخص کردن کالا یا خدماتی خاص را تنها به مالک و یا به کسی می‌دهد که مالک در مقابل گرفتن مبلغی، امتیاز استفاده از آن را به او واگذار کرده باشد. مدت زمان حمایت متفاوت است، اما تمدید این زمان در قبال پرداخت شهریه بیشتر، بدون هیچ محدودیتی امکان‌پذیر است. ضامن اجرا یا حمایت از امتیاز انحصاری یک علامت تجاری، دادگاهها هستند که در اکثر جوامع، قدرت و اختیار جلوگیری از تخلفات مربوطه را دارند.



در یک مفهوم گسترده‌تر ثبت علامت تجاری با به رسمیت شناختن حق تولیدکننده در بهره‌برداری مادی و معنوی از آن، این حق را تا سطح جهانی ترفیع می‌دهد و همچنین از فعالیت رقبای بی‌انصافی که با تقلب کالائی با کیفیتی نازلتر تولید کرده و قصد فروش انبوهی از آن را با همان علامت اصلی دارند، جلوگیری می‌نماید. نظام ثبت علامت تجاری، افراد ماهر و بنگاه‌های اقتصادی را به ساخت و ثبت کالا و خدمات در عادلانه‌ترین شرایط ممکن قادر می‌سازد و در نتیجه تجارت بین‌المللی را تسهیل می‌نماید.



## چه نوع علائم تجاری قابل ثبت هستند؟

تعداد علائم تقریباً نامحدودند. علامت تجاری می‌تواند تنها از یک یا ترکیبی از چند حرف، کلمه یا عدد تشکیل شده باشد. نقاشی، نشان، تصویر سه بعدی، شکل ظاهری یا شمایی از بسته‌بندی کالا، علائم شنیداری- مثل یک ملودی موسیقی و یا آواز یک خواننده- بوئی خوش و یا رنگی خاص، همگی می‌توانند در مقام یک علامت ویژه جهت مشخص کردن یک کالا بکار روند.

به غیر از علائم تجاری که نشان‌دهنده مرجع یا منبع صدور تجاری یک کالا و یا نشان‌دهنده منبع یک فعالیت خدمت‌رسانی می‌باشند، مقوله دیگری از علائم نیز وجود دارند، مثل علائم مشترک مربوط به یک گروه یا انجمن که اعضای آن، این علائم را بکار می‌برند تا بدان وسیله کیفیت و ارزش و یا خصوصیات ویژه گروه خود را معرفی نمایند. از جمله این گروهها می‌توان از انجمن معماران، مهندسان یا حسابداران نام برد. همچنین از دیگر علائم، گواهینامه‌ای است که در قبال تشخیص معیاری شناخته شده از کیفیت کار یا کالا به صاحبان آنها داده می‌شود.



البته این گونه علائم به هیچ وجه انحصاری نیستند، بلکه هر کس که بتواند کیفیت و ارزشی تعریف و تأیید شده از جانب سازمانهای مربوطه در قالب خدمات یا کالا به جامعه ارائه دهد، مشمول اعطای چنین گواهینامه‌هایی خواهد بود. مثلاً می‌توان از علامت تجاری "سیلتون" در کشور انگلستان نام برد که این علامت در واقع گواهی تأیید محصول تولیدکنندگان پنیر می‌باشد.

## یک علامت تجاری تحت چه شرایطی ثبت می‌شود؟

ابتدا فرم تقاضای ثبت علامت تجاری در یک دفتر تجاری رسمی و شناخته شده به همراه نمونه شکل ظاهری علامت و کلیه مشخصات آن از قبیل رنگ، قالب و ویژگی‌های سه بعدی آن تکمیل می‌شود. تقاضانامه باید فهرستی از کلیه خدمات یا کالاهائی را که این علامت تجاری برای مشخص کردن آنها بکار برده می‌شود، در بر داشته باشد. علامت باید شرایطی را حائز گردد تا بتوان آن را بعنوان یک علامت تجاری "رسمی" مورد حمایت قرار داد. اولاً باید متمایز از دیگر علائم باشد تا تشخیص آن توسط مصرف‌کننده از دیگر علائم کالاها آسان و واضح صورت گیرد. ثانیاً نباید گمراه‌کننده، اغفال‌کننده و یا در مقام هتک هنجارهای اخلاقی و عرف اجتماعی یک جامعه برآمده باشد. نهایتاً حقوق ثبتی مورد تقاضا، نباید عین یا شبیه به حقی باشد که قبلاً بوسیله دارندگان دیگر علائم تجاری کسب شده‌اند. رعایت این نکته، بعهدده وزارتخانه مربوطه با بررسی و تحقیق می‌باشد و کسانی که ممکن است مالکیت یک علامت خاص را داشته باشند شناسائی و دعوی ایشان بررسی می‌شود.





سازمان  
جهانی  
مالکیت  
فکری

## علامت تجاری چیست؟



### نشانی:

شیراز- بلوار جام جم، ساختمان مرکزی دانشگاه شیراز، طبقه پنجم،

معاونت پژوهشی

تلفن: ۰۷۱۱-۶۲۸۶۴۲۶

نمابر: ۰۷۱۱-۶۲۸۶۴۲۱

آدرس اینترنتی:

<http://research.shirazu.ac.ir>

E-mail: [vicerres@hafez.shirazu.ac.ir](mailto:vicerres@hafez.shirazu.ac.ir)

دفتر مالکیت فکری دانشگاه شیراز

<http://research.shirazu.ac.ir/ipo/ipo.htm>

### گستره حمایت از یک علامت تجاری تا چه حد است؟

تقریباً تمام کشورها از نظام ثبت و حمایت از علائم تجاری برخوردار می‌باشند. در هر دفتر یا اداره ملی، بایگانی کلیه موارد ثبت و تمدید شده وجود دارد، که بدین ترتیب کار بررسی و تحقیق و مخالفت احتمالی مدعیان مالکیت یک علامت تجاری خاص را آسان می‌کند. اما باید توجه داشت که گستره اطلاعات قابل بررسی در یک کشور و یا در مواردی که یک سازمان منطقه‌ای وجود داشته باشد، به چند کشور عضو آن سازمان محدود می‌شود.



به منظور جلوگیری از دوباره کاری در ثبت جداگانه در کشورهای مختلف، سازمان جهانی مالکیت فکری (WIPO)، مدیریت نظام جهانی ثبت علائم را بنا نهاده است. امور این سیستم تحت دو قرارداد انجام می‌گیرد، یکی توافقنامه مادرید در زمینه ثبت علائم تجاری در سطح بین‌المللی و دیگری پروتکل مادرید. فردی که با یکی از کشورهای عضو در ارتباط باشد (ملیتی یا تشکیلاتی) می‌تواند بر اساس تقاضای ثبت علائم تجاری در یکی از دفاتر آن کشور علامت را ثبت کرده و از مزایای ثبت علامت تجاری بین‌المللی در بعضی یا کلیه کشورهای اتحادیه مادرید بهره‌مند گردد. در حال حاضر بیش از ۶۰ کشور، به یک یا هر دو این توافقنامه‌ها پیوسته‌اند.

