

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



ISFAHAN
CHAMBER OF COMMERCE
INDUSTRIES, MINES & AGRICULTURE



اتاق بازرگانی
صنایع، معادن و کشاورزی
اصفهان

الزامات حقوقی و اقتصادی ثبت علامت تجاری

کمیسیون اقتصاد دانش بنیان

کمیته مالکیت معنوی و ارزش گذاری دارایی های نامشهود

خردادماه ۱۴۰۵

علامت تجاری

Trademark





حقوق مالکیت فکری

Intellectual Property rights





استراتژی مالکیت فکری

Intellectual Property Strategy



موضوعات حقوق مالکیت فکری

حقوق رقابت

رقابت غیر منصفانه

مالکیت ادبی - هنری

مالکیت صنعتی

بلاکچین

کریپتو کارنسی

متاورس

هوش مصنوعی

اقتصاد دانش بنیان

اقتصاد دیجیتال

تجارت الکترونیک

حقوق بین الملل

شاخه های حقوق مالکیت فکری

حقوق ویژه Sui Generis

- حق برگونه های گیاهی PVR
- بیوتکنولوژی
- پایگاه داده
- CGW

حقوق مرتبط (مجاور)

- حقوق اجرا کننده ها
- تولید کننده اثر صوتی و تصویری
- سازمانهای پخش رادیو تلویزیون

ادبی - هنری

- آثار علمی، ادبی و هنری
- آثار عکاسی
- فیلم و موسیقی
- نرم افزار
- آثار تجسمی
- معماری

مالکیت صنعتی

- اختراع
- علامت تجاری
- اسرار تجاری
- طرح صنعتی
- مدل های کاربردی
- نشانه های جغرافیایی
- مدارهای یک پارچه



علامت تجاری چیست؟





اسامی و عناوین مرتبط :

علامت صنعتی
نام بازرگانی
اسم تجاری
علامت بازرگانی
نشان جغرافیایی
نشانه مبدا
اسامی مبدا

لوگو
نام تجاری
علامت تجاری
علامت تجارتي
نشان تجاری
علامت خدماتی
برند



اسامی و عناوین مشابه :

علامت صنعتی
نام بازرگانی
اسم تجاری
علامت بازرگانی
نشان جغرافیایی
نشانه مبدا
اسامی مبدا

لوگو
نام تجاری
علامت تجاری
علامت تجارتي
نشان تجاری
علامت خدماتی
برند

علامت تجاری

 digikala



Snapp!

دیوار

تپسی =

نام تجاری

شرکت ایده گزین ارتباطات روماک

شرکت پیشگامان فن آوری و دانش آرامیس

شرکت فن گستران پیشرو بازار

شرکت آگه پردازان هوشمند



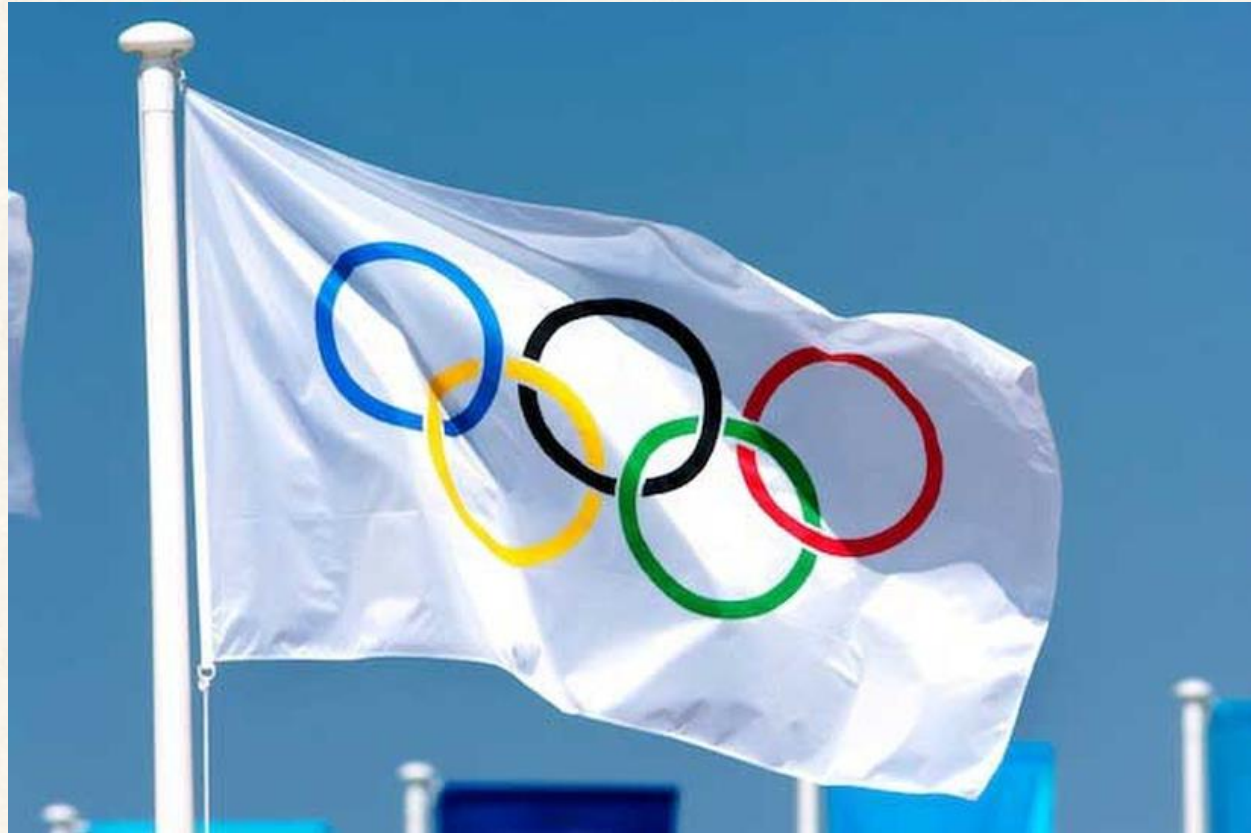
سابقه تاریخی و قانونی علامت تجاری در ایران



قوانین مرتبط با ثبت علامت تجاری

- قانون حمایت از مالکیت صنعتی مصوب ۱۴۰۳ .
- قانون ثبت اختراعات، طرح های صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶ .
- قانون تجارت الکترونیکی مصوب ۱۳۸۲
- قانون جهش تولید دانش بنیان مصوب ۱۴۰۱
- قانون الحاق دولت جمهوری اسلامی ایران به کنوانسیون تاسیس سازمان جهانی مالکیت معنوی مصوب ۱۳۸۰
- قانون الحاق دولت جمهوری اسلامی ایران به موافقتنامه های نیس و لوکارنو مصوب ۱۳۹۶
- قانون الحاق دولت جمهوری اسلامی ایران به موافقتنامه وین درباره تأسیس طبقه بندی بین المللی عناصر تصویری علائم مصوب ۱۴۰۴
- قانون تأمین مالی تولید و زیرساخت مصوب ۱۴۰۲
- آیین نامه اجرایی ماده (۷) قانون تأمین مالی تولید و زیرساخت ها (موضوع اموال و دارایی های قابل توثیق) مصوب ۱۴۰۴
- قانون حمایت حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸
- قانون حمایت از حقوق پدیدآورندگان نرم افزار های رایانه ای مصوب ۱۳۷۹
- قانون رفع موانع تولید رقابت پذیر و ارتقای نظام مالی کشور مصوب ۱۳۹۴
- قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان مصوب ۱۳۸۸
- قانون الحاق دولت ایران به اتحادیه عمومی بین المللی معروف به پاریس ۱۳۳۷ و اصلاحیه آن ۱۳۷۷
- قانون اجازه ثبت شعبه یا نمایندگی شرکت های خارجی مصوب ۱۳۷۶ و آیین نامه آن مصوب ۱۳۷۸

علامت تجاری



کنوانسیون های بین المللی مرتبط با ثبت علامت تجاری

- Paris Convention for the Protection of Industrial Property of March 20, 1883
- Madrid Agreement for the Repression of Falsa or Deceptive Indications of source on goods (1891).
- Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks of April 14, 1891
- Nice Agreement Concerning the International Classification of Goods and Services June 15, 1957
- Vienna Agreement Establishing an International Classification of the Figurative Elements of Marks, 1973.
- Nairobi Treaty on the Protection of the Olympic Symbol , 1981
- Agreement on Trade-Related Intellectual Property Rights (1994)TRIPs



علامت تجاری

| ردیف | شرح علامت | شرکت | شماره و سال ثبت | طبقه کالا | علامت تجاری ثبت شده |
|------|---|---------------------------|---------------------|-------------|---|
| ۱ | PACKARD | PACKARD MOTOR CAR COMPANY | ۱ ۱۳۰۶/۰۵/۰۱ | ۱۲ |  |
| ۲ | کلمات شرکت سهامی عام صنعتی ایران ناسیونال و عناصر تصویری | شرکت ایران خودرو | ۵۸۲۵۲ ۱۳۶۳/۰۳/۲۲ | ۳۹-۱۶-۱۲ |  |
| ۳ | کلمه پیکان با عناصر تصویری | شرکت ایران خودرو | ۷۹۳۸۴ ۱۳۷۵/۱۰/۱۸ | ۳۵-۱۲ |  |
| ۴ | عناصر تصویری | شرکت ایران خودرو | ۹۲۴۳۹ ۱۳۷۹/۱۰/۲۴ | ۴۵-۳۹-۳۵-۱۲ |  |



علامت تجاری

Interbrand
Best
Global
Brands
2022

| | | | | | |
|-----------------------------|-----------------------------------|-----------------------------|--|-----------------------------|---------------------------------|
| +18% 482,215 Sm | +32% 278,288 Sm | +10% 274,819 Sm | +28% 251,751 Sm | +17% 87,689 Sm | +10% 59,757 Sm |
| 11 +6% 48,647 Sm | 12 +32% 48,002 Sm | 13 +11% 46,331 Sm | 14 LOUIS VUITTON +21% 44,508 Sm | 15 +14% 41,298 Sm | 16 +14% 36,516 Sm |
| 21 +23% 30,660 Sm | 22 CHANEL +32% 29,259 Sm | 23 +27% 27,398 Sm | 24 J.P.Morgan +14% 24,335 Sm | 25 +16% 24,268 Sm | 26 HONDA +7% 22,837 Sm |
| 31 +15% 20,412 Sm | 32 +1% 19,622 Sm | 33 +4% 19,093 Sm | 34 +23% 18,694 Sm | 35 +14% 17,314 Sm | 36 +17% 17,311 Sm |
| 41 +23% 16,125 Sm | 42 +19% 15,931 Sm | 43 +17% 15,747 Sm | 44 +3% 15,487 Sm | 45 +4% 15,061 Sm | 46 +11% 14,976 Sm |

INTERBRAND BEST GLOBAL BRANDS

| | | | | |
|------------------|---------------------|------------------|------------------|---------------------|
| 01 Apple | 02 Microsoft | 03 Amazon | 04 Google | 05 Samsung |
| -4% 470.9 \$B | +10% 388.5 \$B | +7% 319.9 \$B | +9% 317.1 \$B | -10% 90.5 \$B |
| 06 Toyota | 07 Coca-Cola | 08 Instagram | 09 McDonald's | 10 Mercedes-Benz |
| +2% 74.2 \$B | -2% 60.1 \$B | +27% 57.3 \$B | 53.0 \$B | -15% 50.1 \$B |
| 11 Cisco | 12 Louis Vuitton | 13 YouTube | 14 BMW | 15 NVIDIA |
| +7% 48.7 \$B | -5% 48.4 \$B | +61% 48.4 \$B | -10% 46.8 \$B | +116% 43.2 \$B |
| 16 Oracle | 17 Disney | 18 SAP | 19 Facebook | 20 Adobe |
| +12% 42.1 \$B | -3% 41.4 \$B | +12% 41.3 \$B | +18% 41.2 \$B | +4% 41.0 \$B |
| 21 Hermès | 22 IBM | 23 Nike | 24 Chanel | 25 Tesla |
| +18% 40.9 \$B | +6% 39.4 \$B | -26% 33.7 \$B | -8% 30.5 \$B | -35% 29.5 \$B |

2025

1-50

| | | | | |
|-------------------|-------------------|------------------|--------------------|------------------|
| 26 J.P. Morgan | 27 Allianz | 28 Netflix | 29 Honda | 30 Hyundai |
| +8% 29.2 \$B | +20% 28.2 \$B | +42% 28.0 \$B | -7% 24.8 \$B | +7% 24.6 \$B |
| 31 BlackRock | 32 Booking.com | 33 Visa | 34 Sony | 35 IKEA |
| 23.7 \$B | 23.5 \$B | +9% 23.0 \$B | +7% 22.3 \$B | -9% 22.2 \$B |
| 36 MasterCard | 37 Accenture | 38 Pepsi | 39 Qualcomm | 40 PayPal |
| +14% 21.1 \$B | -4% 20.9 \$B | -3% 20.3 \$B | 20.1 \$B | +8% 19.8 \$B |
| 41 Zara | 42 Salesforce | 43 AXA | 44 GE Aerospace | 45 Airbnb |
| +9% 19.4 \$B | +12% 19.2 \$B | +9% 18.3 \$B | 18.2 \$B | +3% 17.9 \$B |
| 46 UPS | 47 UNIQLO | 48 Siemens | 49 adidas | 50 LEGO |
| -10% 17.9 \$B | 17.7 \$B | +11% 17.6 \$B | +12% 17.4 \$B | +19% 16.6 \$B |



چرایی و چگونگی ثبت علامت تجاری



علامت تجاری

اقسام کلی علائم تجاری

بصری (سنتی)

الف - نوشتاری

ب - تصویری

غیر بصری (مدرن)

ج - صوتی

د - بویایی

ه - لمسی



اصول حاکم بر علائم تجاری

۱- اصل ایده محوری

این اصل بر کل نظام حقوق مالکیت فکری حاکم است. مالکیت فکری حول محور حمایت از نوآوری‌ها و خلاقیت‌های فکری است.

۲- اصل سرزمینی بودن حمایت از علامت تجاری

کنوانسیون پاریس ۱۸۸۳ در ماده ۴ اصل رفتار ملی

۳- اصل تخصصی بودن کسب و کار موضوع حمایت

کالاها و خدمات به منظور ثبت علامت اساس موافقتنامه نیس که در سال ۱۹۵۷ به تصویب رسیده طبقه‌بندی شده‌اند. ماده ۹۹ قانون

۴- اصل شهرت در حمایت از علامت تجاری

کنوانسیون پاریس ۱۸۸۳ در ماده ۶ مکرر و ماده ۱۶ و بند ۷ ماده ۹۶ قانون و تبصره آن

۵- اصل شخصی بودن حمایت از علامت تجاری

ماده ۱۰۰ قانون ، ماده ۱۰۸ قانون

کارکرد های علائم تجاری

۱- کارکردهای حقوقی

- ۱-۱- شناسایی منشا و مبدا کالا
- ۱-۲- کارکرد تمایز بخشی علامت تجاری
- الف - معیارهای منفی (سلبی)
- ب - معیارهای مثبت (ایجابی)

۲- کارکردهای اقتصادی

- ۲-۱- کارکرد تضمین کیفیت و گارانتی
- ۲-۲- کارکرد تبلیغات و بازاریابی :
- ۲-۳- کارکرد کاهش هزینه جستجو
- ۲-۴- کارکرد اطلاع رسانی و ارتباطی علامت جمعی

انواع علامت تجاری

الف - علامت تجاری: (Trademark)

هر نشان قابل رؤیتی است که کالاهای اشخاص (حقیقی یا حقوقی) را از هم متمایز سازد. (بند ۱ ماده ۹۵)

ب - علامت خدماتی: (Service mark)

هر نشان قابل رؤیتی است که خدمات اشخاص (حقیقی یا حقوقی) را از هم متمایز سازد.

(خدمات مالی ، بانکی ، مسافرتی ، تبلیغاتی ، پخش مواد غذایی و ... مانند DHL و هما)

انواع علامت

ج - علامت جمعی: (Collective Marks)

بند ۲ ماده ۹۵

هر نشان قابل رؤیتی که برای تمایز محصولات یا خدمات گروهی از اشخاص از محصولات و خدمات سایر اشخاص به کار می رود و تحت نظارت مالک علامت جمعی ثبت شده ، توسط اعضا استفاده می شود.

-مالک می تواند : صنف ، تعاونی و یا اتحادیه و مانند آن باشد.

-عضویت در یک نهاد جمعی

-استفاده تحت نظارت مالک علامت

-اعطای علامت و سلب استفاده ، در قانون مسکوت است و نیازمند توجه در آئین نامه می باشد.



انواع علامت

د - علامت تأییدی : (Certification Mark)

بند ۳ ماده ۹۵ (نوآوری قانون جدید)

هر نشانی است که برای تأیید کیفیت یا ویژگی محصولات یا خدمات یا شیوه تولید کالا یا اجرای خدمات بکار می رود و هر شخصی که تأییدیه دارنده علامت یا نماینده وی را به دست آورد، می تواند از آن علامت برای کالا یا خدمات خود استفاده کند.

- شرط داشتن استانداردهای لازم یا نشات گرفته از مبدا خاص کالا یا خدمات خاص
- بدون نیاز به عضویت (سیستم درهای باز)
- گواهی مقام صلاحیتدار دائر بر تصدیق صلاحیت (نیازمند مجوز خاص است)
- عدم امکان استفاده مالک از آن علامت و امکان دریافت وجه

انواع علامت

هـ - علامت معروف : (Well-Known Marks)

بند ۴ و ۵ و ۷ و تبصره ماده ۹۶

منظور از علامت معروف ، علائم مذکور در ماده ۶ مکرر معاهده پاریس برای حمایت از مالکیت صنعتی بوده و تشخیص آن بر عهده مرجع ثبت است .

-علائم معروف عموماً از حمایت قوی تری نسبت به سایر علائم برخوردارند.

-دلیل حمایت از علامت تجاری مشهور: جلوگیری از سواری مجانی (Free riding)

انواع علامت

هـ - علامت معروف :

ماده ۶ مکرر معاهده پاریس

Article 6bis •

[Marks: Well-Known Marks] •

(1) The countries of the Union undertake, ex officio if their interested party, to legislation so permits, or at the request of an refuse or to cancel the registration, and to prohibit the use, of a constitutes a reproduction, an imitation, or a trademark which the translation, liable to create confusion, of a mark considered by competent authority of the country of registration or use to be well already the mark of a person entitled known in that country as being to the benefits of this Convention and used for identical or similar goods. These provisions shall also apply when the essential part of the mark constitutes a reproduction of any such well-known mark or an imitation liable to create confusion therewith

ماده ۶ - مکرر - ۱ - ممالک عضو اتحادیه تعهد می نمایند در صورتی که مقررات مملکت اجازه آن را بدهد - راسا - و یا بر حسب تقاضای ذینفع ثبت یک علامت کارخانه یا تجاری را رد یا باطل نمایند در صورتی که عین یا تقلید یا ترجمه ای باشد که باعث ایجاد اشتباه با علائم دیگری شود که از طرف مقامات صالحه کشور ثبت به عنوان علامت شخصی که مجاز است از قرارداد حاضر استفاده نماید شناخته شده باشد و برای اشیا عین آن یا مشابه آن به کار برد می شود.

و در صورتی که قسمت اصلی علامت عین چنین علامتی سرشناس (مشهور یا معروف) باشد و یا تقلیدی باشد که باعث ایجاد اشتباه با آن گردد به همان ترتیب رفتار خواهد شد.

انواع علامت

هـ - علامت معروف :

Famous Marks & Well-Known Marks

قابل حمایت بدون ثبت
ممنوعیت ثبت عین یا مشابه یا ترجمه علامت
علامت مشهور
علامت معروف
علامت نامی
مرجع تشخیص (تبصره ماده ۹۶)



نکات مهم در انتخاب علامت تجاری:

ممنوعیت های قانونی (ماده ۹۶-۱۱ مورد)

۱- علامتی که متمایز نسازد

۲- علامت خلاف موازین شرعی، قانونی و نظم عمومی

۳- گمراهی در مورد مبدا جغرافیایی یا خصوصیات آنها از قبیل کیفیت، کمیت و قیمت

۴- عین علامت یا نام تجاری که برای همان کالا و خدمات معروف باشد.

۵- عین، شبیه یا ترجمه علامت یا نام تجاری که برای همان کالا و خدمات در ایران معروف باشد. (مشروط به گمراهی عموم)

۶- علامتی که شبیه یا ترجمه علامت یا نام تجاری باشد که قبلا برای همان کالا یا خدمات در ایران به ثبت رسیده، یا تقاضا شده یا دارای حق تقدم است. (مشروط به گمراهی عموم)

۷- علامتی که عین، شبیه یا ترجمه علامت یا نام تجاری باشد که قبلا برای همان کالا یا خدمات در ایران، معروف شده، به ثبت رسیده، یا تقاضا شده یا دارای حق تقدم است. (مشروط به گمراهی عموم و به منافع مالک علامت قبلی لطمه وارد سازد)

۸- عین یا شبیه نشان نظامی، پرچم، یا سایر نشان های مملکتی یا نام یا نام اختصاری یا حرف اول یک نام یا نشا رسمی متعلق به یک کشور یا سازمان بین الدولی یا بین المللی باشد.

۹- شبیه علائم دوران تاریخی یا آثار باستانی

۱۰- علامت شبیه سازمانها یا مراجع تأیید کننده (استاندارد یا وزرات بهداشت)

۱۱- علامتی که عین طرح صنعتی ثبت شده دیگری برای همان کالا و خدمات باشد.



نکات مهم در انتخاب علامت تجاری:

- (1) رعایت الزامات قانونی (شرایط شکلی و ماهوی)
- (2) ممنوعیت استفاده از اسامی بیگانه
- (3) آسان بودن خواندن و نوشتن ، هجی کردن و بیاد سپردن آن برای مصرف کنندگان و رسانه های تبلیغاتی و عدم تحمل هزینه های بالای تبلیغاتی
- (4) توجه به معنای آن در زبان های خارجی (زمزم)
- (5) بلامانع بودن ثبت نام دامنه مرتبط با علامت تجاری
- (6) انجام جستجوی لازم به منظور تشخیص عدم مشابهت با نشان تجاری ، مباحث ادبی-هنری

ایجاد حق بر علامت تجاری

1. ثبت علامت تجارت

ماده 99 قانون : حقوق مقرر در این قانون برای علائم ثبت شده در ایران در حدود کالا و خدماتی است که علامت مذکور برای آن ها به ثبت رسیده است.

2. سبق در استفاده

ماده 105 قانون : چنانچه شخصی علامت متعلق به دیگری را با علم به اینکه او از علامت یاد شده استفاده می کرده است برای خود ثبت کند، استفاده کننده از علامت می تواند از دادگاه صالح، ابطال آن را تقاضا نماید، مشروط بر اینکه صاحب علامت حداقل یک سال قبل از تاریخ درخواست ثبت علامت از جانب ناقض ، استفاده مستمر از علامت داشته باشد.

تبصره : ثبت علامت از سوی سایر اشخاص مانع استمرار استفاده از علامت برای استفاده کننده مقدم نیست.



مرجع ثبت علامت تجاری

ماده ۱۳۴ : مرجع ثبت مالکیت صنعتی

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور

استثناء : اختراعات دفاعی

ستاد کل نیروهای مسلح و وزارت دفاع و پشتیبانی و مرجع ثبت

نمایندگی ایران در امور مالکیت صنعتی در وایپو . کنوانسیون های مرتبط

ضرورت ثبت علامت

1. ثبت علامت تجاری دلیلی است بر داشتن حق نسبت به علامت که در اختلافاتی که اشخاص ثالث طرف آن باشند، اهمیت خاصی پیدا می کند.
2. تضمین می کند که مصرف کنندگان بتوانند میان محصولات مختلف تمایز قائل شوند. (تضمین اصالت)
3. شرکت ها را قادر می سازد میان محصولات خود و یا رقبا تفاوت قائل شوند.
4. یک ابزار بازاریابی را در اختیار شرکتها قرار می دهد و مبنایی را جهت ایجاد تصویر مثبت و شهرت به عنوان برند ایجاد می کند.

ضرورت ثبت علامت

5. این فرصت را به وجود می آورد که مجوز بهره برداری از آن به دیگران اعطا گردد و به این ترتیب از طریق دریافت حق الامتیاز به منبع درآمد مستقیمی تبدیل شود.
6. ثبت علامت تجاری اجرای حقوق مالک علامت را ارزان تر و سهل تر می گرداند. (حل اختلافات)
7. شرکت ها را تشویق به سرمایه گذاری برای حفظ کیفیت محصول به منظور جلوگیری از فریب خوردن مصرف کنندگان می نماید.
8. دارایی با ارزشی را در کسب و کار تشکیل می دهد. (نقش استراتژیک در تجارت)



حقوق مالک علامت تجاری

1. حق استفاده انحصاری و جلوگیری از استفاده دیگران حتی علامت مشابه
2. نقل و انتقال (بطور جزیی یا کلی)
3. قرارداد اجازه بهره برداری
4. مطالبه ضرر و زیان



مدت اعتبار ثبت علامت تجاری

ده سال از تاریخ تسلیم اظهارنامه ثبت (ماده ۱۱۱)



قابل تمدید برای دوره های متولی ده ساله (مشروط به درخواست ۶ ماه قبل از انقضای اعتبار)



اگر تمدید نشود؟ تبصره ۱ ماده ۱۱۱ : مهلت ارفاقی تا ۶ ماه با پرداخت جریمه تکلیف قانونی مرجع ثبت : تبصره ۲ ماده ۱۱۱ : یک ماه قبل اطلاع بدهد .





علامت تجاری و مواعید زمانی در قانون

مواعید یک ماهه در قانون :

- ۱- ابلاغ به متقاضی
- ۲- رفع نقص
- ۳- ارائه نقشه ها
- ۴- اعتراض به نظر مرجع ثبت
- ۵- اعتراض به تصمیمات هیات موضوع ماده ۲۳
- ۶- ارائه دلایل نسبت به نظرات کارشناس
- ۷- پرداخت هزینه ثبت
- ۸- پاسخ به اعتراض ها
- ۹- اطلاع رسانی به دارنده جهت تمدید

ماده ۱۴۷: این مواعید برای اشخاص مقیم خارج از کشور ۶۰ روز لحاظ می شود.



علامت تجاری و مواعید زمانی در قانون

- موعد ۱۰ ساله
- موعد ۵ ساله
- موعد ۳ ساله
- موعد ۱ ساله
- موعد ۱۵ ماهه
- موعد ۶ ماهه
- موعد ۳ ماهه
- موعد ۳۰ روز
- موعد ۲۰ روز
- موعد ۱۰ روز
- موعد یک هفته



حفاظت از علامت تجاری

ثبت علامت

ژنریک شدن علامت

بهره برداری از علامت

مجوز بهره برداری از علامت

عدم بهره برداری عین علامت توسط دیگران

عدم بهره برداری مشابه علامت توسط دیگران

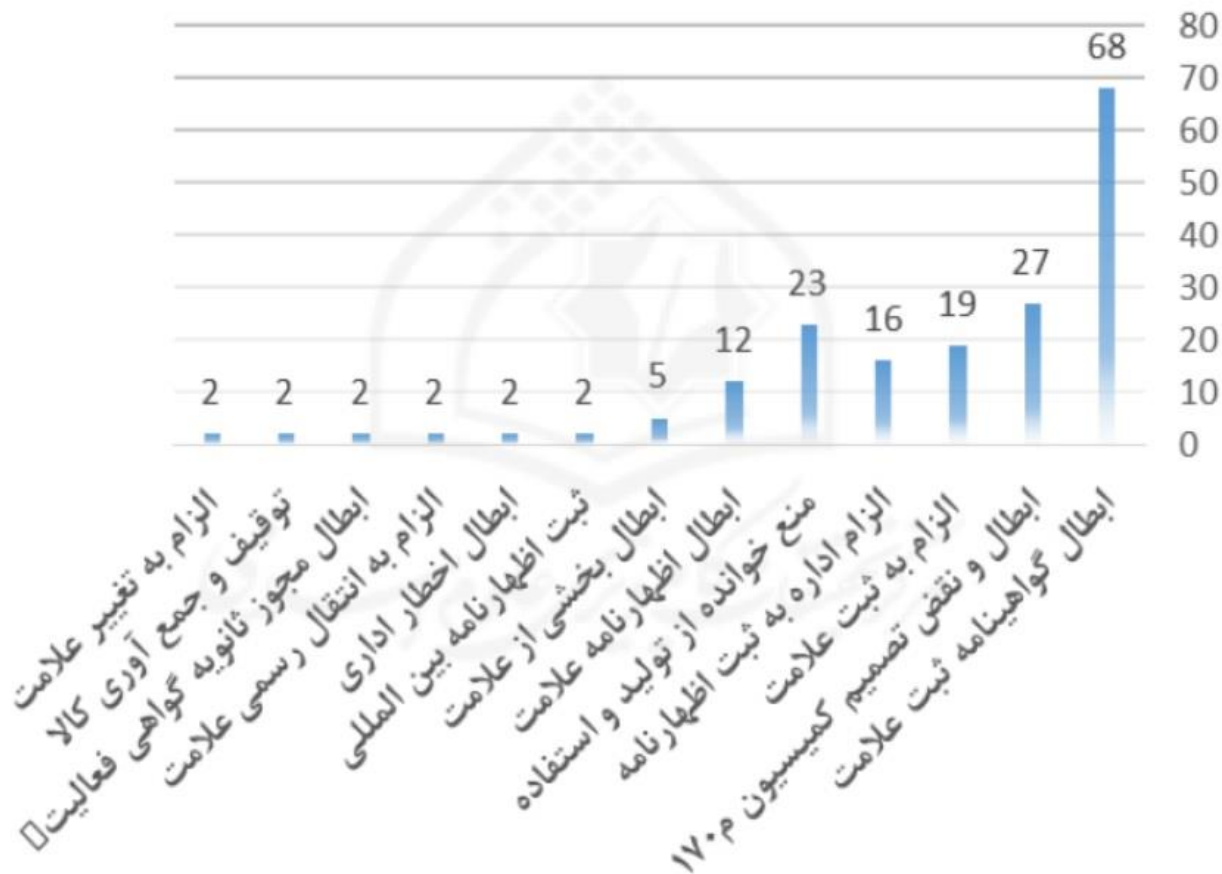


زوال مالکیت علائم تجاری

- ۱- اتمام مدت حمایت قانونی
 - ۲- انصراف از حق مالکیت
 - ۳- عدم بهره برداری از علامت تجاری
 - ۴- ابطال حق بدلیل استحاله
 - ۵- ابطال ثبت توسط دادگاه
- (۱۰ سال عدم تمدید) **ماده ۱۱۱**
(اعراض یا اسقاط؟) ، (رضایی یا تشریفاتی؟)
ماده ۱۴۴ آئین نامه
- ماده ۱۲۱** پانزده ماه پس از ثبت ، قوه قهریه **ماده ۱۱۰**
ماده ۹۵، بند ۱ ماده ۹۶ ، شرط ماهوی ثبت
ماده ۱۰۵ ، تبصره ۲ **ماده ۱۰۶** ، **۱۱۰**

علامت تجاری

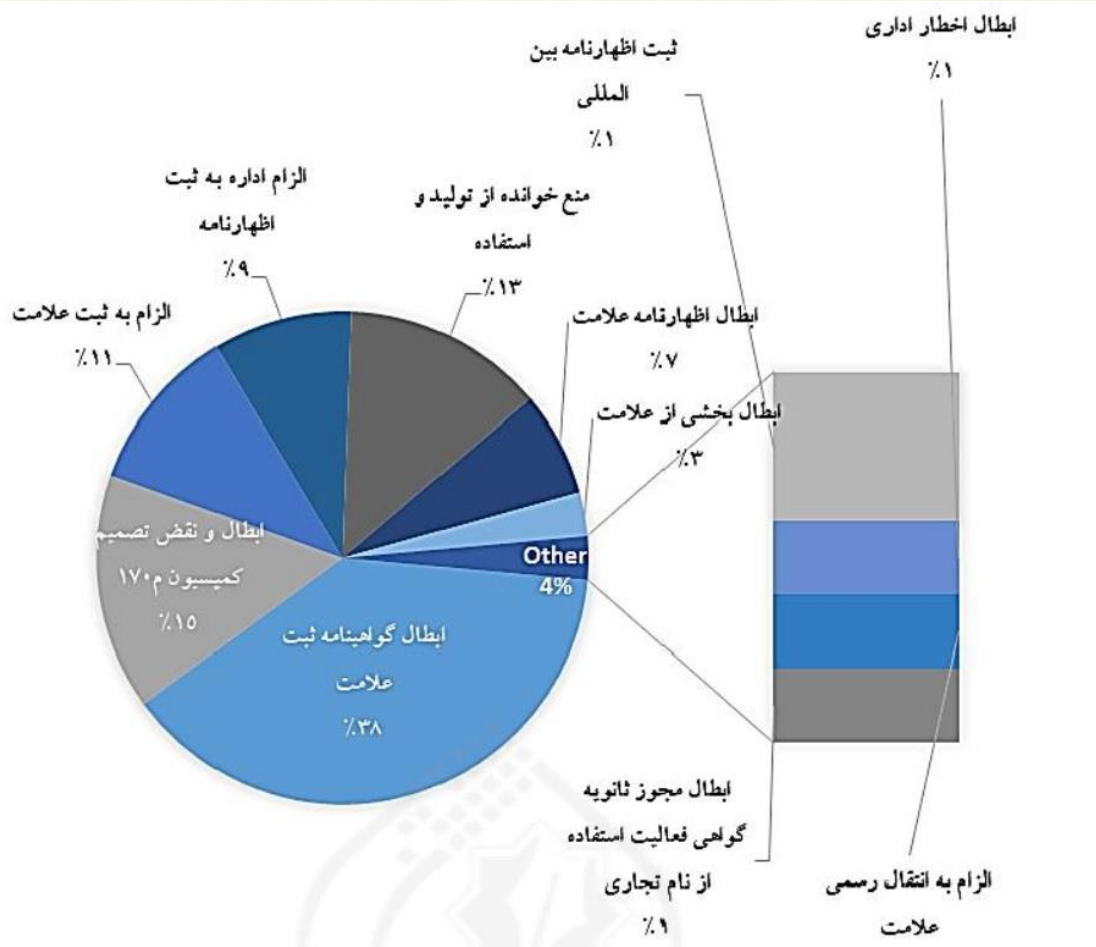
حقوق علائم تجاری در رویه قضایی
 فراوانی عنوان خواسته دعوا



- ابطال گواهینامه ثبت علامت
- ابطال و نقض تصمیم کمیسیون ماده ۱۷۰
- الزام به ثبت علامت
- الزام به ثبت اظهارنامه
- منع خوانده از تولید و استفاده
- ابطال اظهارنامه علامت
- ابطال بخشی از علامت
- ثبت اظهارنامه بین المللی
- الزام به انتقال رسمی علامت
- الزام به تغییر علامت

حقوق علائم تجاری در رویه قضایی

نسبت فراوانی خواسته ها به درصد



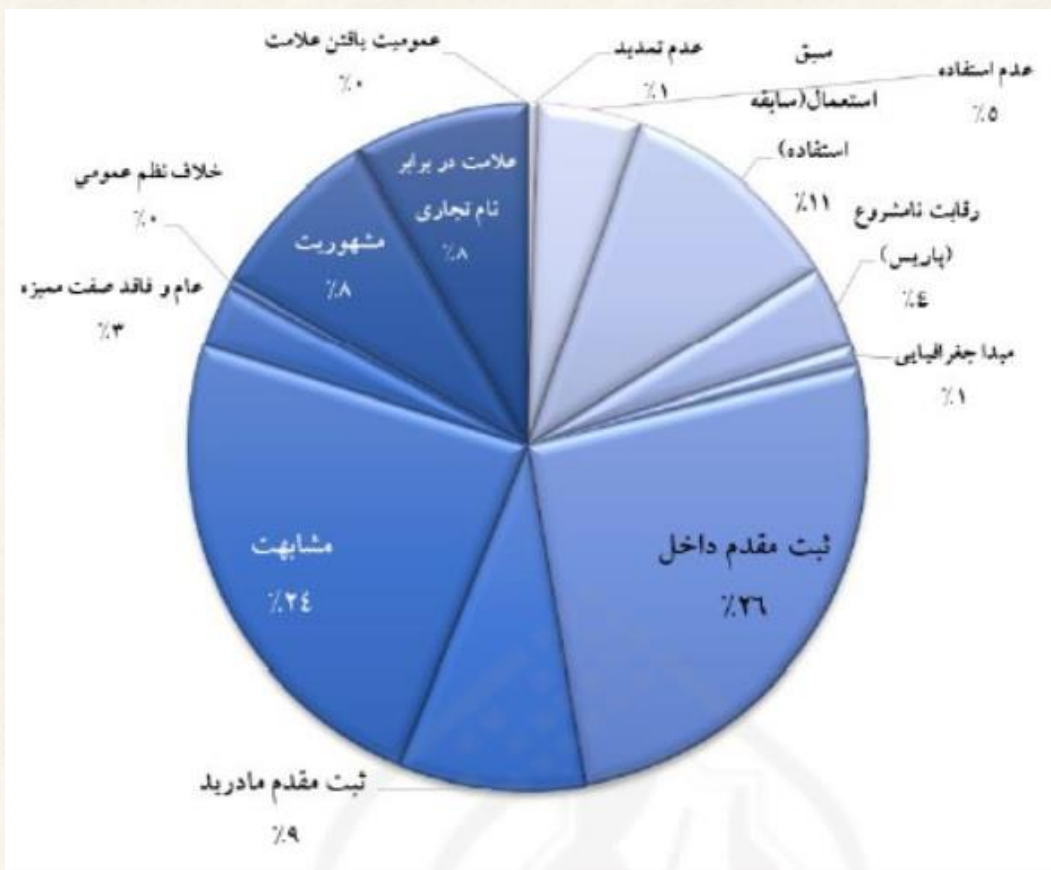
- 38%
- 15%
- 11%
- 9%
- 13%
- 7%
- 3%
- 1%
- 1%
- 1%

- ابطال گواهینامه ثبت علامت
- ابطال و نقض تصمیم کمیسیون ماده ۱۷۰
- الزام به ثبت علامت
- الزام به ثبت اظهارنامه
- منع خوانده از تولید و استفاده
- ابطال اظهارنامه علامت
- ابطال بخشی از علامت
- ثبت اظهارنامه بین المللی
- الزام به انتقال رسمی علامت
- الزام به تغییر علامت

علامت تجاری

حقوق علائم تجاری در رویه قضایی

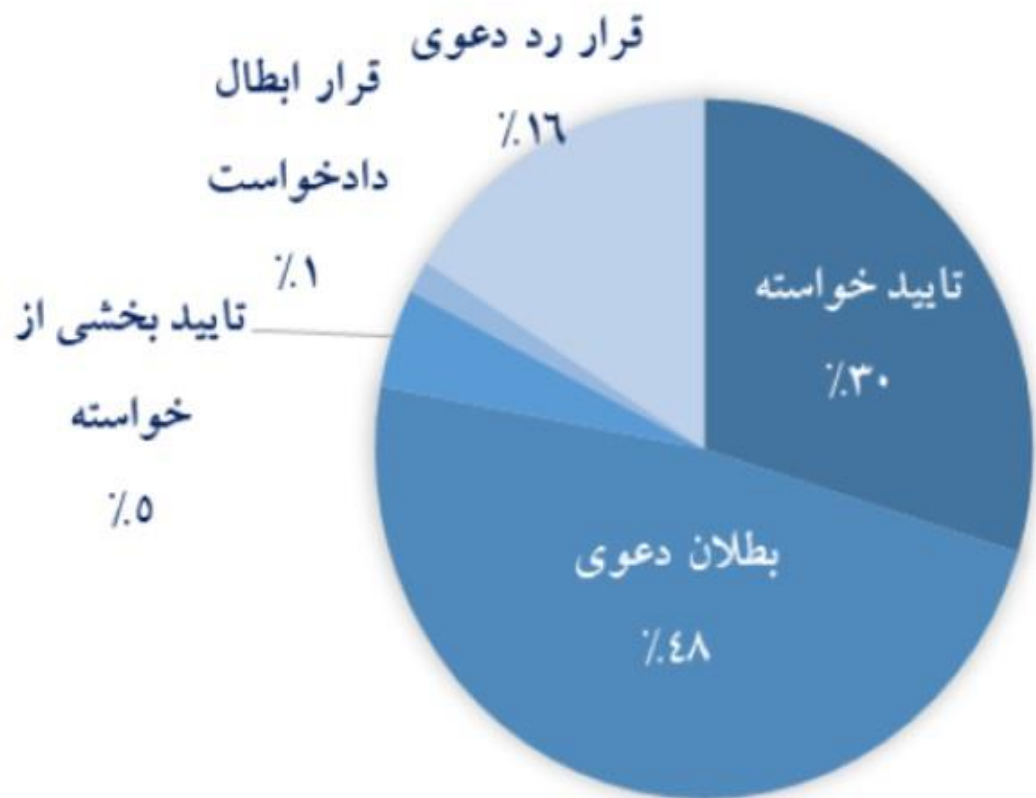
درصد فراوانی موضوعات دعاوی علامت تجاری



- ثبت مقدم داخلی
- مشابهنیت
- ثبت مقدم مادرید
- سبق استفاده
- مشهوریت (معروفیت)
- علامت در برابر نام تجاری
- عدم تمديد
- عام و فاقد وصف تمایز بخشی
- رقابت نامشروع

حقوق علائم تجاری در رویه قضایی

فراوانی نتیجه دعوا در مرحله نخستین



بطلان دعوی

تأیید خواسته

قرار رد دعوی

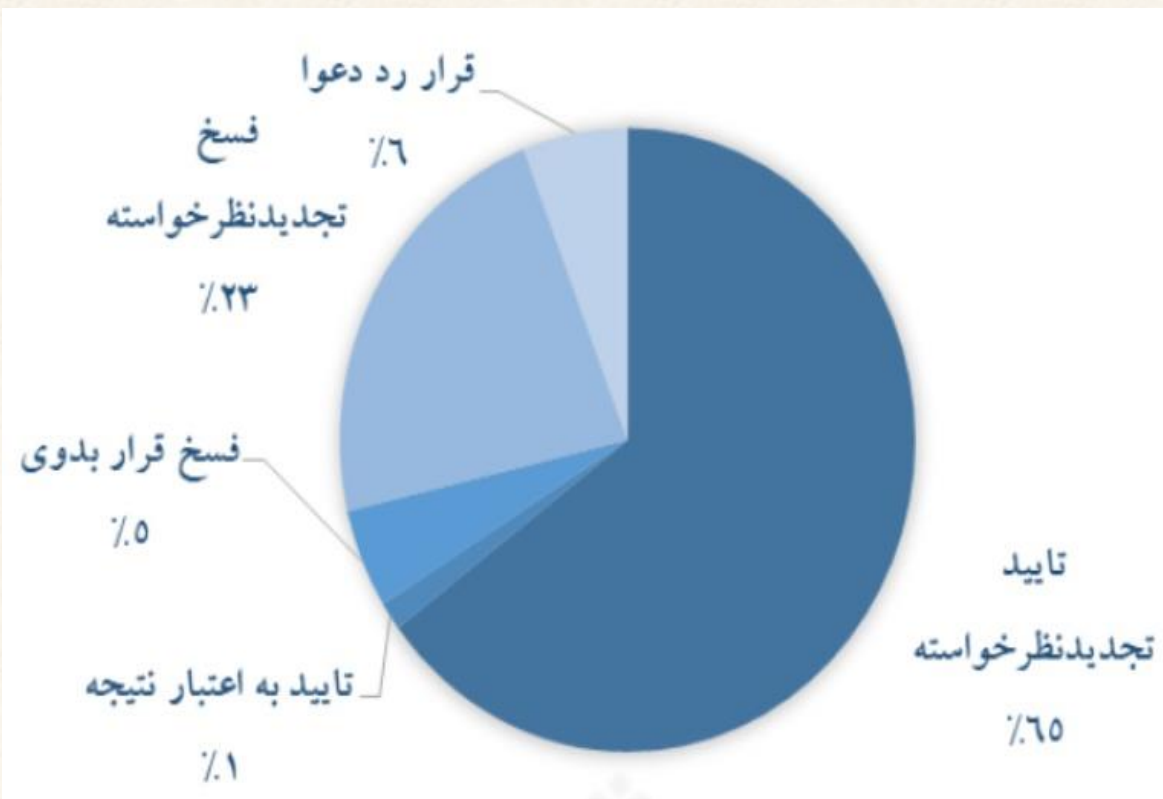
تأیید بخشی از خواسته

قرار ابطال دادخواست

علامت تجاری

حقوق علائم تجاری در رویه قضایی

نسبت نتایج تجدید نظر خواهی



- تأیید تجدید نظر خواهی
- فسخ تجدید نظر خواسته
- قرار رد دعوا
- فسخ قرار بدوی
- تأیید به اعتبار نتیجه

حقوق علائم تجاری در رویه قضایی

جهات صدور قرار رد دعوا



ذینفع نبودن خواهان

استرداد دعوی

تکلیف ماده ۱۲۱

تکلیف ماده ۱۲۵

اعتبار امر مختوم

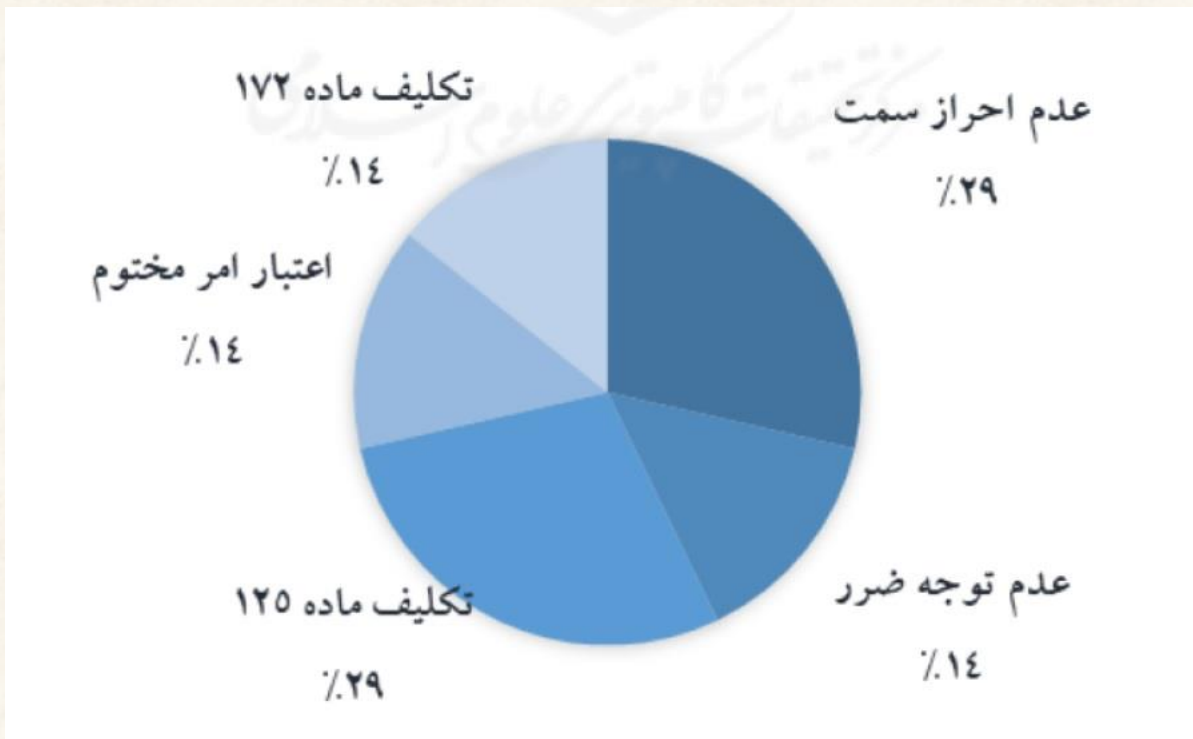
عدم توجه عوا به خواننده

نقض سمت خواهان

علامت تجاری

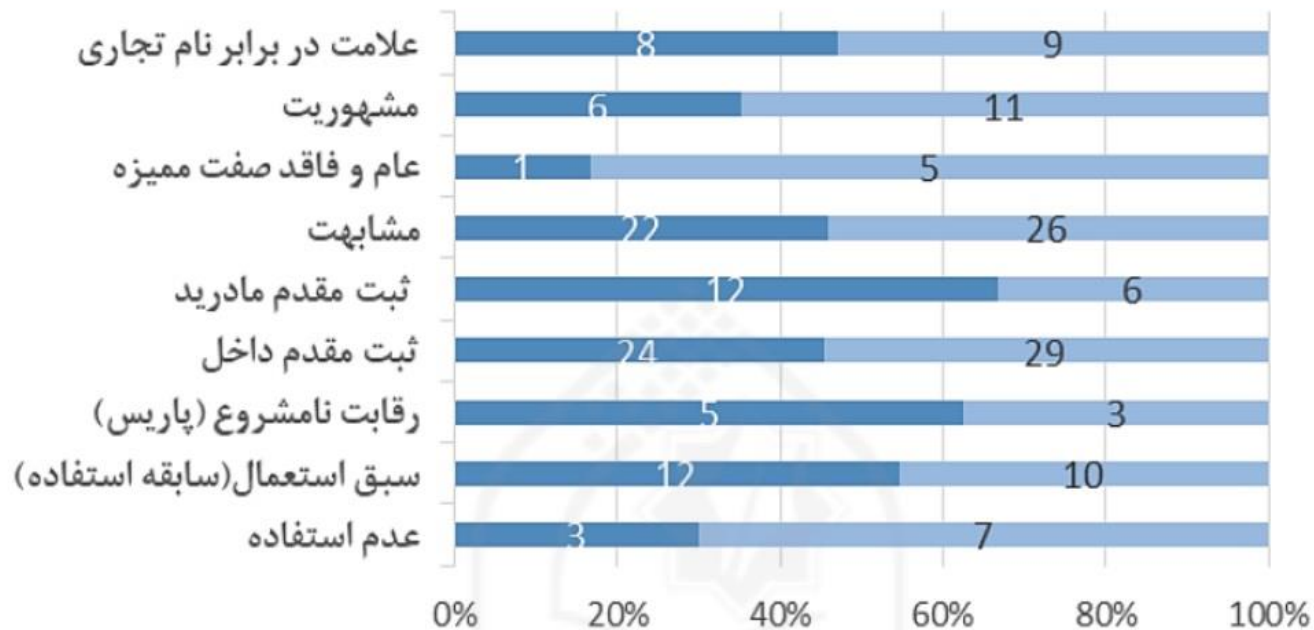
حقوق علائم تجاری در رویه قضایی

جهات و درصد قرار رد دعوا در تجدید نظر



- عدم احراز سمت
- تکلیف ماده ۱۲۵
- تکلیف ماده ۱۷۲
- عدم توجه ضرر
- اعتبار امر مختومه

علامت تجاری



حقوق علائم تجاری در رویه قضایی

نسبت آرای صادره له و علیه خواهان

| | عدم استفاده | سبق استعمال (سابقه استفاده) | رقابت نامشروع (پاریس) | ثبت مقدم داخل | ثبت مقدم مادرید | مشابهت | عام و فاقد صفت ممیزه | مشهوریت | علامت در برابر نام تجاری |
|-------------------------------|-------------|-----------------------------|-----------------------|---------------|-----------------|--------|----------------------|---------|--------------------------|
| مجموع آرای قطعی به نفع خواهان | 3 | 12 | 5 | 24 | 12 | 22 | 1 | 6 | 8 |
| مجموع آرای قطعی علیه خواهان | 7 | 10 | 3 | 29 | 6 | 26 | 5 | 11 | 9 |

حقوق علائم تجاری در رویه قضایی



نسبت آرای صادره
 له و علیه خواهان
 نسبت به عناوین دعوی

ISFAHAN
CHAMBER OF COMMERCE
INDUSTRIES, MINES & AGRICULTURE



اتاق بازرگانی
صنایع، معادن و کشاورزی
اصفهان

با سپاس از توجه شما

کمیسیون اقتصاد دانش بنیان

خردادماه ۱۴۰۵