

مالکیت فکری

بانک های اطلاعات مالکیت فکری
شرکت مدیریت دانش ارجمند

www.carestan.com

مقدمه (تقسیم بندی کاربردی IP)

Industrial property

- **Trade Marks**
- **Industrial Designs**
- **Trade Secrets**
- **Geographical Indications**
- **Topographies of Integrated Circuits**
- **Patents and Utility Models**
 - ▶ Product
 - ▶ Process

Copyright

- **Copyright and related rights**



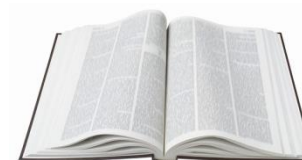
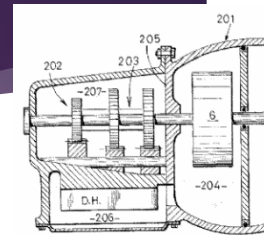
(نحوه ی حمایت از داری های فکری)

Legal right

What for?

How?

Legal right	What for?	How?
Patents	New inventions	Application and examination
Copyright	Original creative or artistic forms	Exists automatically
Trade marks	Distinctive identification of products or services	Use and/or registration
Registered designs	External appearance	Registration*
Trade secrets	Valuable information not known to the public	Reasonable efforts to keep secret



Google™



آثار خلاقانه و روش های حفاظت (مثال)

CREATIVE WORK	APPLICABLE LEGAL RIGHTS				
	Trade Secret	Copyright	Patent	Trademark	Unfair Competition No Rights
advertisement (billboard, card, flyer, sign)		■		■	
advertising copy		■			
architectural drawings, renderings		■			
arrangement of facts		■			
artwork (see specific entries)		■		■	
biography		■			
biological inventions	■		■		
blueprints		■			
book design				■	■
book titles					■
ideas by themselves	■				

تعاریف قانونی_ ماده ۳۰

- ▶ الف - علامت یعنی هر نشان قابل رؤیتی که بتواند کالاها یا خدمات اشخاص حقیقی یا حقوقی را از هم متمایز سازد.
- ▶ ب - علامت جمعی یعنی هر نشان قابل رؤیتی که باعنوان علامت جمعی در اظهارنامه ثبت معرفی شود و بتواند مبدأ و یا هرگونه خصوصیات دیگر مانند کیفیت کالا یا خدمات اشخاص حقیقی و حقوقی را که از این نشان تحت نظارت مالک علامت ثبت شده جمعی استفاده می کنند متمایز سازد.
- ▶ ج - نام تجارتي یعنی اسم یا عنوانی که معرف و مشخص کننده شخص حقیقی یا حقوقی باشد.

قانون (علائم غیر قابل ثبت-ماده ۳۲)

- ▶ الف - نتواند کالاها یا خدمات یک مؤسسه را از کالاها و خدمات مؤسسه دیگر متمایز سازد.
- ▶ ب - خلاف موازین شرعی یا نظم عمومی یا اخلاق حسنه باشد.
- ▶ ج - مراکز تجاری یا عمومی را به ویژه در مورد مبدأ جغرافیایی کالاها یا خدمات یا خصوصیات آنها گمراه کند.
- ▶ د - عین یا تقلید نشان نظامی، پرچم، یا سایر نشانهای مملکتی یا نام یا نام اختصاری یا حروف اول یک نام یا نشان رسمی متعلق به کشور، سازمانهای بین‌الدولی یا سازمانهایی که تحت کنوانسیونهای بین‌المللی تأسیس شده‌اند، بوده یا موارد مذکور یکی از اجزاء آن علامت باشد، مگر آن که توسط مقام صلاحیتدار کشور مربوط یا سازمان ذی‌ربط اجازه استفاده از آن صادر شود.

قانون (ماده ۳۲- ادامه)

- ▶ هـ- عین یا به طرز گمراه کننده‌ای شبیه یا ترجمه یک علامت یا نام تجاری باشد که برای همان کالاها یا خدمات مشابه متعلق به مؤسسه دیگری در ایران معروف است.
- ▶ و - عین یا شبیه آن قبلاً برای خدمات غیرمشابه ثبت و معروف شده باشد مشروط بر آن که عرفاً میان استفاده از علامت و مالک علامت معروف ارتباط وجود داشته و ثبت آن به منافع مالک علامت قبلی لطمه وارد سازد.
- ▶ ز - عین علامتی باشد که قبلاً به نام مالک دیگری ثبت شده و یا تاریخ تقاضای ثبت آن مقدم یا دارای حق تقدم برای همان کالا و خدمات و یا برای کالا و خدماتی است که به لحاظ ارتباط و شباهت موجب فریب و گمراهی شود.

قانون - روند اداری

- ▶ اظهارنامه ثبت‌علامت به همراه نمونه علامت و فهرست کالاها یا خدماتی که ثبت علامت برای آنها درخواست شده و براساس طبقه‌بندی قابل اجراء یا طبقه‌بندی بین‌المللی باشد، به اداره مالکیت صنعتی تسلیم می‌شود.
- ▶ پرداخت هزینه‌های ثبت علامت بر عهده متقاضی است.

قانون - حقوق ثبت علامت

الف - استفاده از هر علامت که در ایران ثبت شده باشد، توسط هر شخص غیر از مالک علامت، مشروط به موافقت مالک آن می باشد.

ب - مالک علامت ثبت شده می تواند علیه هر شخصی که بدون موافقت وی از علامت استفاده کند و یا شخصی که مرتکب عملی شود که عادتاً منتهی به تجاوز به حقوق ناشی از ثبت علامت گردد، در دادگاه اقامه دعوی نماید. این حقوق شامل موارد استفاده از علامتی می شود که شبیه علامت ثبت شده است و استفاده از آن برای کالا یا خدمات مشابه، موجب گمراهی عموم می گردد.

قانون - تمدید علامت

مدت اعتبار ثبت علامت ده سال از تاریخ تسلیم اظهارنامه ثبت آن می باشد.

این مدت با درخواست مالک آن برای دوره های متوالی ده ساله با پرداخت هزینه مقرر، قابل تمدید است. یک مهلت ارفاقی شش ماهه که از پایان دوره شروع می شود، برای پرداخت هزینه تمدید، با پرداخت جریمه تأخیر، در نظر گرفته می شود.

قانون - ابطال علامت (ماده ۴۱)

هر ذی نفع می تواند از دادگاه ابطال ثبت علامت را درخواست نماید.

در این صورت باید ثابت کند مفاد بند (الف) ماده (۳۰) و ماده (۳۲) این قانون رعایت نشده است.

ماده (۳۰) علامت یعنی هر نشان قابل رؤیتی که بتواند کالاها یا خدمات اشخاص حقیقی یا حقوقی را از هم متمایز سازد.

ماده (۳۲).....

ابطال ثبت یک علامت از تاریخ ثبت آن مؤثر است و آگهی مربوط به آن نیز در اولین فرصت ممکن منتشر می شود.

سمبل ها

Trademark Symbols



Registered Trademark



Trademark



Service Mark

چرا باید نام تجاری را ثبت کرد

- امکان بهره‌مند شدن از حمایت قانون و حقوق انحصاری
- کمک به خریداران در انتخاب کالا یا خدمات با کیفیت
- تسهیل در سفارش کالا برای فروشنده
- امکان تقسیم بازار برای فروشنده
- ارائه تصویری جذاب از شرکت در ذهن خریدار
- عرضه بهتر و راحت کالا و خدمات توسط شرکت‌های پخش
- اخذ مجوز و استانداردها

تعریف (خلاصه)

▶ علامت تجاری:

▶ اسم، اصطلاح،

▶ علامت،

▶ طرح و

▶ یا ترکیبی از همه اینها

با هدف شناسایی و تمیز دادن کالاها یا خدمات یک فروشنده یا گروهی از فروشندگان به کار می‌رود و

موجب متمایز شدن این کالاها و خدمات از کالاها و خدماتی می‌شود که توسط رقبا عرضه می‌شوند.

تعریف-خلاصه

- یک علامت تجاری، می‌بایست «متمایز و کاملاً مشخص باشد» و در عین حال، «فریبنده و موجب گمراهی مشتری نباشد».
- «یک علامت تجاری، کالاها و محصولات و خدمات یک شرکت خاص را مشخص نموده و آنها را از محصولات سایر رقبا متمایز می‌سازد.»

روند کلی حفاظت

- در برخی از کشورها، حمایت از علامت تجاری به دو طریق صورت می گیرد:
- از طریق ثبت
- استفاده مکرر
- در قانون ثبت اختراع، علامت تجاری ایران مصوب ۱۳۸۶، سابقه استعمال برای ثبت کننده، حق تقدم نمی آورد.

مدت زمان حفاظت از نام و نشان تجاری

- با توجه به قوانین ملی، مدت اولیه ثبت معمولاً ۱۰ سال است. با این حال برخلاف دیگر مصادیق مالکیت صنعتی، ثبت علامت ها می تواند بر اساس پرداخت منظم هزینه تمدید به طور دائمی حفظ شوند.

فرایند ثبت علامت - ثبت علامت در داخل کشور

- ثبت نام در وب سایت مالکیت فکری
- جستجوی نام و علامت پیشنهادی
- تشکیل اظهارنامه
- رفع نقص
- آگهی روزنامه نوبت اول
- پرداخت هزینه ثبت
- آگهی نوبت دوم

مدارک لازم

- تصویر شناسنامه و کارت ملی
- آگهی تاسیس (اشخاص حقوقی)
- آخرین آگهی تغییرات (اشخاص حقوقی)
- مجوزهای قانونی
- تصویر نام و نشان
- کارت بازرگانی (برای اسامی لاتین)
- معنی کلمه

مجوز فعالیت

- منظور از جواز یا پروانه کسب و کار، هر نوع مجوز فعالیت است که باید از اتحادیه‌های امور صنفی، اتاق صنایع و معاون بازرگانی، وزارتخانه و یا سایر مراجع ذیصلاح دریافت شود.»

انواع مجوزهای قانونی

- مجوزهای صنعتی شامل: جواز تأسیس و پروانه بهره‌برداری
- مجوز وزارت بهداشت
- پروانه کسب
- مجوز پروانه بهره‌برداری از معاون
- کارت بازرگانی
- مجوز مراکز رشد

انواع علائم تجاری قابل ثبت

- الف) علامت تجاری:
- ب) علامت خدماتی (Service Mark):
- علامت جمعی (Collective Marks)
- علامت گواهی کننده:
- علامت شناخته شده و مشهور (Well_Known)

مشاهده راهنما

ورود اعضا

متقاضیان مرکز مالکیت معنوی بدین وسیله به اطلاع می‌رساند در راستای تکریم متقاضیان محترم مرکز و برقراری هر چه بهتر نظم و عدالت در انجام خدمات مختلف مرکز مالکیت معنوی برای آن دسته از تقاضاهایی که نیاز به مراجعه حضوری متقاضیان محترم به واحدهای مرتبط با این مرکز وجود دارد، امکان نوبت دهی برخط فراهم شده است. لذا از این پس برای مراجعاتی که از مورخ 1400/05/09 به هر یک از واحدهای ادارات مختلف مرکز اعم از اداره ثبت علائم تجاری، ثبت اختراع و طرح های صنعتی از تاریخ مذکور دارید، قبلا نسبت به دریافت نوبت الکترونیکی در آدرس اینترنتی my.ssaa.ir اقدام نمایید.



امکانات نرم افزار آندروید:

مشاهده لیست اظهارنامه ها
مشاهده جزئیات اظهارنامه
مشاهده لیست ابلاغیه ها
مشاهده جزئیات ابلاغیه

نسخه: 1.0.0

دریافت فایل نصبی

ورود به سامانه

کاربر گرامی!

به منظور استفاده بهتر از سامانه می‌بایست از مرورگر فایرفاکس (FireFox) استفاده نمایید. لطفا در صورت دریافت خطای کد امنیتی تاریخچه (History) مرورگر خود را پاک کنید.

نام کاربری

رمز عبور

فراموشی رمز عبور

کد امنیتی:



لینک های مفید

- « ثبت نام
- « ورود کاربران
- « فراموشی رمز عبور
- « تولید حساب کاربری با گواهی امضا

آمار بازدیدکنندگان

« افراد آنلاین: 6 نفر

مشاهده راهنما

« ثبت نام متقاضی جدید

دریافت کد شناسایی

حساب کاربری

بارگذاری ضمایم

ثبت اطلاعات اولیه

اعتبارسنجی ایمیل

انتخاب نوع شخص

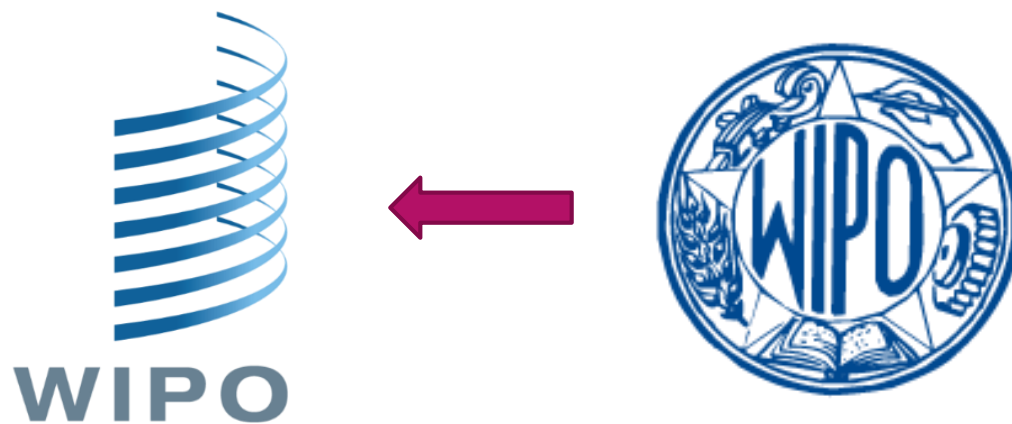
نکات زیر را بخوانید:

- جهت دریافت کلیه پیامک های مربوط به مرکز مالکیت معنوی می بایست علاوه بر ارسال عدد 5 به سر شماره 201212 جهت عضویت سرویس ارسال پیامک، به طور جداگانه بسته پیامک مبتنی بر محتوا نیز خریداری نمایید. نحوه خریداری بسته مذکور را می توانید در بخش سوالات متداول مطالعه نمایید.
- هر کد ملی، شناسه ملی، کد فراگیر اتباع خارجی برای انجام تمام فرآیندهای اداری خود نیاز دارند تنها یکبار ثبت نام کنند
- در صورتی که قبلاً ثبت نام کرده اید ولی گذرواژه خود را فراموش کرده اید [اینجا کلیک کنید](#)
- بیشتر از یکبار ثبت نام کردن منجر به بروز خطاهایی در آینده فعالیت های شما می گردد

نوع شخص مورد ثبت نام را انتخاب کنید:

- شخص حقیقی - مالک، وکیل، مخترع، طراح
- شخص حقوقی - شرکت ها و موسسات غیر تجاری و سازمانی و نهادهای دولتی و غیر دولتی
- شخص حقیقی - غیر ایرانی
- شخص حقوقی - غیر ایرانی

نشان تجاری (لوگو)



مدل های نام و نشان تجاری

- کلمات ابداعی یا کلمات «عجیب و غریب» Coined word
- علامت های قراردادی (Arbitrary Marks)
- علامت های اشاره ای (Suggestive Marks)

بعضی از معیارهای انتخاب نام تجاری

- سهولت خواندن، تلفظ و به خاطرآوری علامت
- داشتن معنی مناسب و بار مثبت معنایی
- مناسب بودن برای بازار هدف
- متمایز با دیگران و راهنما
- سازگاری با تمامی رسانه های تبلیغاتی سازگاری

تعریف برند

- ایجاد تمایز با نام، عبارت، نشان، طرح و... یا ترکیبی از این گزینه‌ها، برای شناساندن و فروش یک محصول یا خدمت
- برند ادراکی است که در ذهن مشتری شکل می‌گیرد (از طریق مصرف کالا و محصول یا تجربیات و شنیده‌ها)
- برند می‌تواند دو ویژگی اصلی داشته باشد، یکی ویژگی‌های ملموس مثل لوگو، رنگ سازمانی و ... و دیگری ویژگی‌های ناملموس مثل ادراک، خاطره‌ها، ذهنیت و ...

برند

- – از لحاظ قانونی قابل پشتیبانی باشد.
- – تلفظ آن ساده و روان باشد
- – به خاطر سپردن آن آسان باشد
- – شناسایی و تشخیص آرم کار دشواری نباشد.
- – توجه افراد را جلب کند.

برند از نظر مصرف کننده

- منشا یا منبع محصول
- واگذاری مسوولیت به تولید کننده محصول
- خطرپذیری کمتر
- هزینه پرس و جوی کمتر
- نشانه کیفیت
- وسیله ای نمادین برای اظهار شخصیت

مدیریت برند

- در عصر جدید ، رقابت بر سر چیز هایی نیست که شرکتها در کارخانه هایشان تولید می کنند، بلکه رقابت آینده میان چیزهایی است که شرکت ها پس از خروج محصول از کارخانه به آن می افزایند. نظیر بسته بندی ، خدمات ، تبلیغات ، حمایت از مصرف کننده و سایر چیزهایی که در نهایت ارزشی را به مشتری نهایی منتقل می کند و برای وی ارزشمند است.»

اهداف برند

- ۱- از برند خود چه انتظاری دارید و خواهان ارائه چه خدمتی از سوی آن به نفع شرکت هستید؟
- ۲- دوست دارید دیگران شما را چگونه بشناسند و در مورد محصولات و خدمات شما چگونه قضاوت کنند؟

مراحل چرخه برندسازی

- ۱- تعیین محصول:
- ۲- جایگاه:
- ۳- وعده:
- ۴- ارائه:
- ۵- پایداری و پیوستگی:
- ۶- تجزیه و تحلیل ادراک:

شرکت مدیریت دانش ارجمند

www.carestan.com