

اصول حاکم بر علائم تجاری

دکتر حسن لجم اورک

با دیباچه دکتر میرقاسم جعفرزاده
دانشیار دانشکده‌ی حقوق دانشگاه شهید بهشتی تهران



تقدیم به

پدر و مادر عزیزم

و همسر مهربانم

«به یاد پاک روان؛ استاد، برادر، دوست و همکار ارجمندم»

«دکتر بهنام غفاری فارسانی»

فهرست مطالب

۱۱	دیباچه
۲۱	مقدمه
۲۹	بخش اول: اصول حاکم بر شناسایی حق
۲۹	فصل اول - اصل ایده محوری علامت تجاری
۳۰	مبحث اول - ماهیت علامت تجاری
۳۲	مبحث دوم - کارکرد قانونی علامت تجاری
۳۳	گفتار اول - کارکرد شناسایی منشأ کالا و خدمات
۳۴	گفتار دوم - تمایزبخشی علامت تجاری
۳۵	مبحث سوم - کارکردهای اقتصادی علامت تجاری
۳۶	گفتار اول - کارکرد تضمین کیفیت و گارانتی
۳۷	بند اول - مفهوم کیفیت
۳۸	بند دوم - علائم تجاری ابزاری برای تضمین کیفیت مداوم کالاها و خدمات
۴۰	بند سوم - نقش علائم تجاری در ارتقاء کارایی و بازدارندگی
۴۱	گفتار دوم - کارکرد تبلیغاتی و بازاریابی
۴۴	گفتار سوم - کارکرد کاهش هزینه‌ی جستجو
۴۵	بند اول - کاهش هزینه‌های جستجو مربوط به خرید
۴۶	بند دوم - کاهش ریسک اطلاعاتی
۴۷	گفتار چهارم - کارکرد اطلاع‌رسانی و ارتباطی علامت تجاری

۶ □ اصول حاکم بر علائم تجاری

- مبحث چهارم - اصل ایده محوری در اختراعات و کپی‌رایت در قیاس با علائم تجاری ۵۰
- فصل دوم - اصل سرزمینی بودن حمایت از علامت تجاری** ۵۲
- مبحث اول - مفهوم اصل سرزمینی حمایت از علامت تجاری ۵۳
- مبحث دوم - جایگاه اصل سرزمینی بودن حمایت در کنوانسیون‌های بین‌المللی ۵۶
- گفتار اول - کنوانسیون پاریس ۵۶
- گفتار دوم - موافقت‌نامه‌ی مادرید ۵۷
- گفتار سوم - موافقت‌نامه‌ی تریپس ۵۹
- مبحث سوم - جایگاه اصل سرزمینی بودن حمایت در حقوق ملی ۶۱
- گفتار اول - حقوق آمریکا ۶۱
- بند اول - استثناء علامت مشهور ۶۲
- بند دوم - رویه‌ی قضایی دادگاه‌های آمریکا ۶۲
- گفتار دوم - حقوق اتحادیه‌ی اروپا ۶۴
- بند اول - علامت تجاری جامعه‌ی واحد اروپایی ۶۴
- بند دوم - سرزمینی بودن در چهارچوب علائم تجاری جامعه واحد اروپایی ۶۶
- گفتار سوم - حقوق سایر کشورها ۶۹
- گفتار چهارم - حقوق ایران ۷۲
- بند اول - قوانین ۷۲
- بند دوم - رویه‌ی قضایی ۷۳
- بند سوم - نقد و تحلیل رویه‌ی قضایی ۷۶
- مبحث چهارم - مقایسه آثار اصل سرزمینی بودن حمایت در علامت تجاری و اختراعات و کپی‌رایت ۷۸
- فصل سوم - اصل تخصصی بودن کسب و کار موضوع حمایت** ۷۹
- مبحث اول - مفهوم و گستره‌ی اصل تخصصی بودن کسب و کار موضوع حمایت ۸۰
- گفتار اول - مفهوم اصل تخصصی بودن ۸۰
- گفتار دوم - گستره‌ی اصل تخصصی بودن ۸۲

فهرست مطالب □ ۷

گفتار سوم - رابطه‌ی اصل تخصصی بودن با طبقات، کالاها و خدمات مشابه در حقوق علائم.....	۸۳
گفتار چهارم - استثنائات وارد بر اصل تخصصی بودن.....	۸۶
مبحث دوم - اصل تخصصی بودن کسب و کار موضوع حمایت در اسناد بین‌المللی و حقوق ملی.....	۸۸
گفتار اول - اسناد بین‌المللی.....	۸۸
بند اول - کنوانسیون پاریس.....	۸۸
بند دوم - موافقت‌نامه‌ی تریپس.....	۹۰
گفتار دوم - حقوق ملی.....	۹۳
بند اول - حقوق ژاپن.....	۹۳
بند دوم - حقوق انگلیس.....	۹۵
بند سوم - حقوق ایران.....	۹۶
بخش دوم: اصول حاکم بر اجرای حق.....	۹۹
فصل اول - اصل ضرورت استفاده از علامت تجاری در استمرار حمایت.....	۹۹
مبحث اول - مفهوم، جایگاه و اهمیت استفاده عملی از علامت در استمرار حق بر ثبت.....	۱۰۰
گفتار اول - اسناد بین‌المللی.....	۱۰۳
گفتار دوم - حقوق ملی.....	۱۰۴
مبحث دوم - مبانی نظری لزوم استفاده.....	۱۰۷
مبحث سوم - نقش استفاده عملی در توسل به ضمانت اجراها.....	۱۱۲
گفتار اول - ضمانت‌اجراهای مدنی.....	۱۱۲
بند اول - ابطال ثبت علامت ثبت شده.....	۱۱۲
الف - حقوق خارجی.....	۱۱۲
ب - حقوق ایران.....	۱۱۳
بند دوم - درخواست توقف فعالیت ثالث.....	۱۱۵
بند سوم - درخواست جبران خسارت.....	۱۱۹

۸ □ اصول حاکم بر علائم تجاری

- گفتار دوم - ضمانت اجراهای کیفری ۱۲۰
- مبحث چهارم - رابطه‌ی اصل لزوم استفاده و علامت معروف ۱۲۲
- فصل دوم - اصل محدودیت پذیری و استثناء پذیری حمایت از علامت تجاری ۱۲۳
- مبحث اول - سازوکارهای محدود کردن علائم تجاری ۱۲۵
- گفتار اول - مدل اتحادیه اروپا ۱۲۵
- گفتار دوم - مدل آمریکا ۱۲۹
- مبحث دوم - تحدید موضوع به استثنائات قانونی در مرحله اجرای حق ۱۳۰
- گفتار اول - تحدیدات و دفاعیات مبتنی بر حمایت از منافع عموم ۱۳۱
- بند اول - استفاده‌ی توصیفی ۱۳۲
- بند دوم - تبلیغات مقایسه‌ای ۱۳۶
- بند سوم - تقلید طنزآمیز ۱۳۷
- بند چهارم - ژنریک شدن علامت ۱۳۸
- مبحث سوم - تحدیدات و دفاعیات مبتنی بر حمایت از حقوق اشخاص ثالث ۱۳۹
- گفتار اول - تداخل یا همپوشانی ثبت‌ها ۱۳۹
- گفتار دوم - استفاده از نام خود ۱۴۱
- گفتار سوم - استفاده‌ی پیشین ۱۴۴
- گفتار چهارم - تعارض علامت تجاری با طرح ۱۴۶
- گفتار پنجم - تعارض علامت تجاری با نام تجاری ۱۴۸
- مبحث چهارم - تحدیدات و دفاعیات مبتنی بر عدم تحقق شرایط قانونی نقض ۱۵۰
- گفتار اول - عدم وجود گمراهی ۱۵۱
- گفتار دوم - اجرای حق ۱۵۲
- گفتار سوم - رضایت ۱۵۳
- فصل سوم - اصل رسیدگی تخصصی به دعاوی مربوط به علامت تجاری ۱۵۵
- مبحث اول - جنبه‌های مختلف دادگاه‌های تخصصی مالکیت فکری ۱۵۷
- گفتار اول - منطق و مزیت دادگاه‌های تخصصی ۱۵۷
- گفتار دوم - ساختار دادگاه‌های تخصصی در حقوق ملی ۱۶۰
- گفتار سوم - صلاحیت دادگاه‌های تخصصی ۱۶۲

فهرست مطالب □ ۹

مبحث دوم - قانون حاکم بر جرم نقض حقوق دارنده‌ی علامت تجاری و مرجع صالح.....	۱۶۴
گفتار اول - مرجع صالح برای رسیدگی (صلاحیت محلی و ذاتی).....	۱۶۷
گفتار دوم - قانون تجارت الکترونیکی به‌عنوان قانون حاکم.....	۱۶۸
بند اول - اعتبار کنونی قانون.....	۱۶۸
بند دوم - خاص بودن قانون تجارت الکترونیکی و عام بودن قانون ۱۳۸۶.....	۱۶۹
بند سوم - استثناء و خلاف قاعده بودن نسخ.....	۱۷۰
بند چهارم - رویه قضایی ایران.....	۱۷۱
گفتار سوم - قانون سال ۱۳۸۶ به‌عنوان قانون حاکم؛ اعتقاد به نسخ ضمنی قانون تجارت الکترونیکی در موضوع نقض علامت تجاری در فضای مجازی.....	۱۷۲
بند اول - نسخ ضمنی و جزئی.....	۱۷۳
بند دوم - اطلاق قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری مصوب ۱۳۸۶.....	۱۷۴
بند سوم - تفسیر به نفع متهم (ناقض).....	۱۷۶
بند چهارم - رویه قضایی.....	۱۷۶
مبحث سوم - اختلاف در صلاحیت.....	۱۷۷
گفتار اول - تشتت در آراء دیوان عالی کشور.....	۱۷۷
گفتار دوم - نقد قانون و ارائه‌ی راه‌حل.....	۱۸۲
فهرست منابع.....	۱۹۵
الف - فارسی.....	۱۹۵
- کتب.....	۱۹۵
مقالات.....	۱۹۷
رساله‌ها، پایان نامه‌ها و تقریرات.....	۱۹۸
رویه قضایی داخلی.....	۱۹۸
آراء مراجع کیفری.....	۲۱۱
آراء مراجع حقوقی.....	۲۴۷