

دیباچه مؤلف

فرش دستباف و زعفران در دنیا همواره تداعی گر نام ایران بوده است. سهم این دو محصول در صادرات غیرنفتی ما و در تجارت جهانی به خوبی نشان دهنده اهمیت و جایگاه آنها در اقتصاد ایران است. چند سالی است که فرش و زعفران ایران در معرض خطر بزرگی قرار گرفته‌اند: کپی برداری طرح فرشهای ما در هند و چین و عرضه محصول تولیدی به نام فرش ایرانی و نیز فروش زعفران ایران با عنوان زعفران اسپانیا.

جستجوی راه حلی برای پیشگیری از این سوء استفاده‌ها، تصویب قانون حمایت از نشانه‌های جغرافیایی و نبود منبعی که به تحلیل و تفسیر مفاد قانون یادشده و اسناد بین‌المللی مربوط پردازد، مهم‌ترین علل انتخاب موضوع حمایت از نشانه‌های جغرافیایی به عنوان موضوع پایان‌نامه کارشناسی ارشد اینجانب بوده که کتاب حاضر برگرفته از آن است.

آنچه در پیش روی خوانندگان عزیز قرار دارد، حاصل راهنمایی و هدایت دلسوزانه استاد ارجمندم، آقای دکتر عبدالرسول قدک، است که از هیچ تلاشی در شکل‌گیری ساختار اصلی و سازماندهی محتوای این اثر دریغ نکردند.

مشاوره‌های جناب آقای دکتر وحید در تکمیل اثر و داوری جناب آقای دکتر امینی و جناب آقای دکتر ساورایی در رفع نقایص آن نقش به‌سزایی داشته است. تدوین مبحث مربوط به ضمانت اجراهای کیفی نیز مرهون راهنماییهای ارزشمند جناب آقای دکتر کوشا بوده است.

همچنین مراتب قدردانی خود را از جناب آقای دکتر انصاری، مدیر محترم گروه حقوق سازمان «سمت»، که با درک عمیق از فقر منابع حوزه مالکیت فکری در انتشار این کتاب نقش اساسی داشتند، سرکار خانم فلاح شجاعی، کارشناس گروه حقوق، که زحمات فراوانی را در فرایند اجرایی کار متقبل گردیدند، سرکار خانم ممتحن، رئیس وقت اداره مالکیت صنعتی، به پاس راهنماییهای ارزنده‌شان، جناب آقای عزیزی، کارشناس وقت اداره مالکیت صنعتی، به جهت کمکهای تأثیرگذارشان، کارکنان کتابخانه مؤسسه حقوق تطبیقی که صبورانه منابع موجود را در اختیار اینجانب قرار دادند و تمامی کسانی که در شکل‌گیری این اثر نقش داشته‌اند اعلام می‌دارم.

بی‌تردید اصلاح کاستیها و غنی‌تر ساختن محتوای کتاب تنها با ارائه نظریات خوانندگان محترم امکان‌پذیر خواهد شد. مشتاقانه در انتظار دریافت این نظریات از طریق آدرس shayestehv@gmail.com هستم.

شوکت شایسته

چکیده

چند سالی است که فرشهای هندی و چینی با تقلید از طرح و با عنوان فرش ایرانی در سطح بین‌المللی عرضه می‌شود. همچنین زعفران بسته‌بندی نشده ایرانی که به اسپانیا صادر می‌شود، در آنجا در بسته‌بندی‌هایی با نام زعفران اسپانیا به فروش می‌رسد و حتی صادر می‌شود.

لطمه‌ای که این دو امر به صادرات فرش ایران با جایگاه نخست در تجارت جهانی فرش دستباف و نیز صادرات زعفران با سهم نود و شش درصدی از بازار بین‌المللی این کالا وارد ساخت، سبب دو رویداد بسیار مهم در نظام حقوق مالکیت فکری ایران شد: تصویب قانون حمایت از نشانه‌های جغرافیایی با هدف حمایت از نشانه‌هایی که بر وجود رابطه اساسی بین کیفیت، شهرت یا ویژگی‌های کالاها و نواحی مختلف کشورمان دلالت می‌کنند و الحاق به دو موافقت‌نامه بین‌المللی مادرید و لیسبون با هدف تأمین حمایت فراملی از نشانه‌های جغرافیایی محصولات ایرانی.

با وجود الگوبرداری قابل تحسین قانون ایران از موافقت‌نامه تریپس و نیز مزایای الحاق به دو موافقت‌نامه مادرید و لیسبون، از جمله امکان ثبت بین‌المللی نشانه‌ها که متأسفانه تریپس فاقد آن است، با توجه به اندک بودن تعداد اعضای موافقت‌نامه‌های یادشده از یک سو و فقدان سازوکاری برای حل اختلافات ناشی از نقض حقوق نشانه‌های جغرافیایی در آنها از سوی دیگر، به نظر می‌رسد مؤثرترین حمایت از نشانه‌های جغرافیایی کالاهای ایرانی مانند فرش و زعفران زمانی تأمین خواهد شد که ایران با عضویت رسمی در سازمان جهانی تجارت و به تبع آن موافقت‌نامه تریپس، هم تمامی اعضای آن سازمان را به حمایت از نشانه‌های جغرافیایی محصولات خود ملزم سازد و هم بتواند از طریق نهاد حل اختلاف پیش‌بینی شده در چهارچوب سازمان جهانی تجارت، از هرگونه بهره‌برداری غیرقانونی از نشانه‌های جغرافیایی ایرانی عملاً پیشگیری کند.

مقدمه

مشاهده عباراتی چون «فرش، زعفران، پسته و خاویار ایران، عطرهاى فرانسه، چای سیلان، ساعتهاى سوئیس، قهوه برزیل» بر روی محصولاتى که قصد خرید آنها را داریم، دو امر را به ذهن متبادر مى‌سازد: نخست اینکه محصول مورد نظر در کشور اشاره شده تولید گردیده و دوم اینکه محصول از کیفیتى کاملاً ممتاز و متمایز نسبت به سایر کالاهاى مشابه برخوردار است.

این مثالها و بسیاری از مثالهاى مشابه، «نشانه‌هاى جغرافیایی» هستند، یعنی واژه‌ها، علائم یا نمادهایی که نشان می‌دهند محصول در مکانی معین تولید شده و بین کیفیت، شهرت یا سایر ویژگیهای آن با مکان تولید محصول نیز رابطه اساسی وجود دارد، بدین معنا که اگر محصول در مکانی دیگر تولید می‌شد، فاقد کیفیت، شهرت یا ویژگیهای کنونی بود.

نشانه‌های جغرافیایی یکی از موضوعات مورد حمایت حقوق مالکیت فکری است و به تصریح بند ۲ ماده اول کنوانسیون پاریس برای حمایت از مالکیت صنعتی، یکی از زیرشاخه‌های حقوق مالکیت صنعتی محسوب می‌شود. برخلاف بیشتر شاخه‌های حقوق مالکیت فکری مانند حق مؤلف و حق اختراع که بر حمایت از «تلاش خلاقانه» بشر استوار است، در خصوص نشانه‌های جغرافیایی - و نیز علائم تجاری - حمایت متوجه «تلاش کارآفرینانه» فعالان عرصه تولید و تجارت است.^۱

نشانه‌های جغرافیایی و علائم تجاری دو ابزار مهم مورد استفاده در تجارت به‌منظور ایجاد امکان شناسایی محصولات از سوی مصرف‌کنندگان است، با این تفاوت که علائم تجاری، تولیدکننده محصول و نشانه‌های جغرافیایی، محل تولید محصول را معرفی می‌کنند. به بیان دیگر، کارکرد اصلی علائم تجاری تمیز کالاهاى یک تولیدکننده معین از کالاهاى سایر تولیدکنندگان و کارکرد اصلی نشانه‌های جغرافیایی تمیز محصولات تولیدشده در یک مکان معین از محصولات تولیدشده در سایر مکانهاست.

اهمیت وجود چنین شناسه‌هایی از منظر مصرف‌کنندگان در امکان تشخیص کالاهاى مرغوب از نامرغوب و از منظر تولیدکنندگان در امکان رقابت مؤثر با سایر رقبا خواهد بود، چرا که مصرف‌کنندگان با مشاهده علائم یا نشانه‌هایی که طی زمان به آنها اعتماد یافته‌اند، نه در خرید محصول دربردارنده علامت یا نشانه یادشده تردیدی به خود راه خواهند داد و نه از پرداخت قیمت بیشتر نسبت به دیگر کالاهاى مشابه ابایی خواهند داشت.

قوانین حامی نشانه‌های جغرافیایی از صدها سال قبل در اروپا وجود داشته است. در گذشته این مقررات را عمدتاً مقامات محلی و منطقه‌ای وضع می‌کردند. در قرون وسطی علائم صنفی ابزاری معمول برای تعیین مبدأ جغرافیایی محصولات بود. بسیاری از این علائم امروزه نیز معمول‌اند، مانند مورانو^۲ برای لیوان تولیدشده در جزیره‌ای با همین نام در نزدیکی ونیز.^۳

حمایت از نشانه‌های جغرافیایی از اواخر قرن نوزدهم با عنوان علائم تجاری جمعی و تصدیقی،^۴ رقابت

۱. International Bureau of WIPO, ۲۰۰۳ b, p. ۳.

۲. Murano

۳. O'Connor, ۲۰۰۴, p. ۲۱.

۴. collective marks and certification marks

غیرمنصفانه^۵ و passing off انجام می گرفته است.^۶ امروزه نیز در کشورهای مختلف ابزارهای متفاوتی برای حمایت از نشانه‌ها اعمال می شود که عبارت‌اند از:

الف) علائم تجاری جمعی و تصدیقی در امریکا، انگلستان، کانادا، استرالیا، مکزیک، ژاپن، چین، سوئیس،

ب) رقابت غیرمنصفانه در استرالیا، ژاپن، چین، سوئیس،

ج) passing off در انگلستان، کانادا، استرالیا،

د) حمایت از مصرف کننده در فرانسه، چک، چین،

ه) نظامهای خاص حمایتی در فرانسه، ایتالیا، آلمان، چک، استونی، مجارستان، مکزیک، نیوزیلند،

سنگاپور، مالزی، تایلند، هند، رومانی، روسیه، شیلی، برزیل، بلغارستان، ترکیه، سوئیس، اسلواکی، مصر و ایران.

اما آنچه موضوع بحث ما را تشکیل می دهد، حمایت از نشانه‌های جغرافیایی به عنوان زیرشاخه‌ای مستقل از حقوق مالکیت صنعتی و تحت رژیمهای اختصاصی حمایتی است. در سالهای اخیر تمایل فزاینده‌ای به تصویب قوانین خاص مربوط به نشانه‌ها در بین کشورهای جهان به وجود آمده است. تاریخچه حمایت مستقل از نشانه‌های جغرافیایی را باید در دو سطح ملی و بین‌المللی بررسی کرد:

۱. در سطح ملی «در فرانسه اولین قانونی که حمایت از نشانه‌های جغرافیایی را از طریق عنوان خاص مالکیت صنعتی، یعنی اسامی مبدأ^۷ پیش‌بینی می کرد تصویب شد. قانون فرانسوی ۱۶ می ۱۹۱۹ موجودیت اسامی مبدأ را شناسایی و شرایطی را برای حمایت از آنها وضع کرد».^۸

تا نیمه قرن بیستم، تنها تعداد انگشت‌شماری از کشورهای اروپایی نظیر فرانسه و پرتغال قوانینی را برای حمایت از اسامی مبدأ وضع کرده بودند،^۹ اما امروزه بیشتر کشورهای جهان دارای رژیمهای اختصاصی حمایتی از نشانه‌های جغرافیایی‌اند. به موازات این رژیمها حمایت از نشانه‌های جغرافیایی در قالب حقوق علائم تجاری، رقابت غیرمنصفانه و passing off همچنان امکان پذیر است.

در ایران پس از سالها تأخیر سرانجام در تاریخ ۱۳۸۳/۱۱/۷ قانونی با عنوان «قانون حمایت از نشانه‌های جغرافیایی» به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید تا شاید گامی در راستای حمایت از محصولات منحصر به فرد تولیدشده در مناطق مختلف کشور باشد. آیین‌نامه‌ای نیز پیرامون فرایند ثبت ملی نشانه‌های جغرافیایی با عنوان «آیین‌نامه موضوع ماده ۱۶ قانون حمایت از نشانه‌های جغرافیایی» در سال ۱۳۸۴ از سوی سازمان ثبت اسناد و املاک کشور تهیه شد و به تصویب ریاست قوه قضاییه رسید.

حمایت از «نشانه‌های جغرافیایی» نیز به این دلیل به عنوان محور پژوهش حاضر انتخاب گردید تا با رژیم حمایتی پذیرفته شده از سوی قانون‌گذار ایرانی منطبق باشد. از سوی دیگر اصطلاح «نشانه جغرافیایی» اصطلاح

۵. unfair competition

۶. www.wikipedia.org.

۷. برای آشنایی با مفهوم اسم مبدأ به فصل دوم از بخش اول مراجعه کنید.

۸. WIPO Intellectual Property Handbook, ۲۰۰۴, p. ۱۲۲.

۹. WIPO Training Manual, ۱۹۹۳, p. ۸۹.

برگزیده سازمان جهانی مالکیت فکری در منابع مختلف و نیز پیش‌نویس «معاهده ناظر بر حمایت از نشانه‌های جغرافیایی» است که در سال ۱۹۷۴ از سوی سازمان مذکور تدوین شده است.^{۱۰}

۲. قوانین ملی با این کاستی روبه‌رو بودند که نمی‌توانستند به منظور پیشگیری از انتساب غیرواقعی محل تولید کالاها که در خارج از قلمرو هر کشور رخ می‌داد، مورد استفاده قرار گیرند. از این‌رو با درک اهمیت همکاری‌های بین‌المللی در این خصوص، اسناد متعددی در سطح بین‌المللی تدوین و تصویب شدند که موضوع اصلی یا یکی از موضوعات آنها را نشانه‌های جغرافیایی یا مفاهیم مشابه تشکیل می‌دهد از این قبیل:

الف) «کنوانسیون پاریس برای حمایت از مالکیت صنعتی»^{۱۱} در ۲۰ مارس ۱۸۸۳ به دنبال خودداری گسترده مخترعان خارجی از شرکت در نمایشگاه بین‌المللی ابداعات وین از بیم نقض حقوق خود و با هدف حمایت از دستاوردهای فکری بشر در حوزه صنعت و تجارت به تصویب رسید و در سالهای ۱۹۰۰، ۱۹۱۱، ۱۹۲۵، ۱۹۳۴، ۱۹۵۸، ۱۹۶۷ و ۱۹۷۹ مورد تجدید نظر قرار گرفت. این کنوانسیون ۱۷۱ عضو دارد و ایران نیز در سال ۱۹۵۹ به آن ملحق شده است.

در ماده اول این کنوانسیون در زمره موضوعات حقوق مالکیت صنعتی به نشانه‌های منبع^{۱۲} و اسامی مبدأ اشاره شده و در ماده ۱۰ قواعد خاصی برای حمایت از نشانه‌های منبع - و نه اسامی مبدأ که در ماده ۱ از آن نام برده شده بود - وضع گردیده است.

ب) برخی کشورهای عضو کنوانسیون پاریس از جمله انگلستان و فرانسه که از حمایت ضعیف پیش‌بینی شده در ماده ۱۰ کنوانسیون از نشانه‌های منبع ناراضی بودند، تلاشی را برای گسترش حمایت یادشده از طریق اصلاح ماده ۱۰ آغاز کردند. این تلاش در قالب اصلاح ماده مذکور به نتیجه نرسید، اما متن پیشنهادی انگلستان و فرانسه از سوی دفتر بین‌المللی مالکیت فکری^{۱۳} به شکل پیش‌نویس یک موافقت‌نامه بین‌المللی با هدف اعطای حمایتی وسیع‌تر از آنچه در ماده ۱۰ کنوانسیون پاریس مقرر شده بود، به نشانه‌های منبع و مبارزه با تقلب گسترده در استفاده از این نشانه‌ها در کنفرانس مادرید ارائه شد. این طرح در ۱۴ آوریل ۱۸۹۱ با عنوان «موافقت‌نامه مادرید برای جلوگیری از نصب نشانه‌های منبع غیرواقعی یا گمراه‌کننده بر کالاها»^{۱۴} به تصویب رسید^{۱۵} و در سالهای ۱۹۱۱، ۱۹۲۵، ۱۹۳۴، ۱۹۵۸ و ۱۹۶۷ مورد تجدید نظر قرار گرفت. ایران در سال ۲۰۰۴ به این موافقت‌نامه ملحق شد. موافقت‌نامه مادرید ۳۵ عضو دارد.

ج) در کنفرانس لیسبون که در سال ۱۹۵۸ به منظور تجدید نظر در موافقت‌نامه مادرید برگزار شد، دفتر بین‌المللی مالکیت فکری و دولت پرتغال تصویب موافقت‌نامه‌ای جدید را برای ثبت بین‌المللی اسامی مبدأ با هدف تسهیل حمایت بین‌المللی از آنها پیشنهاد کردند. «تعدادی از کشورهای تجاری مهم مانند امریکا، آلمان و

^{۱۰}. WIPO Intellectual Property Handbook, ۲۰۰۴, p. ۱۲۱.

^{۱۱}. Paris Convention for the Protection of Industrial Property

^{۱۲}. برای آشنایی با مفهوم نشانه منبع به فصل دوم از بخش اول مراجعه کنید.

^{۱۳}. دفتر بین‌المللی مالکیت فکری سازمان سلف سازمان جهانی مالکیت فکری (وایپو) بوده است.

^{۱۴}. Madrid Agreement for the Repression of False or Deceptive indications of Source on Goods

^{۱۵}. Ladas, ۱۹۷۵, p. ۱۵۸۴.

ایتالیا به موافقت‌نامه مادرید ملحق نشده بودند ... مشکل اصلی، ثبت مبتنی بر قواعد خانگی بود. در کشورهای مثل فرانسه که ثبت از طریق تودیع تحصیل می‌شد، ثبت بسیار آسان‌تر از کشورهای که بررسی کاملی قبل از اعطای یک نام لازم بود، به دست می‌آمد. این بدین معنا بود که اتباع برخی دولتها در تحصیل ثبت بین‌المللی از تفوق غیرمنصفانه‌ای برخوردار بودند. بنابراین ثبت بین‌المللی نسبتاً از لحاظ تعداد اندک بود. مشکل دیگر ناتوانی دولتها در پرداختن به مسئله نامهایی بود که می‌توانستند به عنوان عام یا همنام تلقی شوند.^{۱۶}

دلیل سوم ارائه این پیشنهاد وجود این باور بود که ماده ۱۰ کنوانسیون پاریس و موافقت‌نامه مادرید حمایت مؤثری را از اسامی مبدأ تضمین نمی‌کنند. در واقع هدف از این پیشنهاد، بررسی موضوع اسامی مبدأ با توجه به تفاوت‌های آنها با نشانه‌های منبع بود. این طرح به تصویب «موافقت‌نامه لیسبون برای حمایت از اسامی مبدأ و ثبت بین‌المللی آنها»^{۱۷} در ۳۱ اکتبر ۱۹۵۸ منجر شد.^{۱۸} موافقت‌نامه لیسبون در سالهای ۱۹۶۷ و ۱۹۷۹ مورد تجدید نظر قرار گرفت. ایران نیز در سال ۲۰۰۵ به موافقت‌نامه یادشده ملحق شد. موافقت‌نامه لیسبون ۲۶ عضو دارد.

د) کشورهای صنعتی که از نقض حقوق مالکیت فکری اتباع خود در کشورهای در حال توسعه زیانهای فراوانی برده بودند، طی مذاکرات دور اوروگوئه در چهارچوب موافقت‌نامه عمومی تعرفه و تجارت (GATT) کوشیدند موضوع مالکیت فکری را هم در دستور کار قرار دهند. این تلاشها در قالب تصویب «موافقت‌نامه ناظر بر جنبه‌های مرتبط با تجارت حقوق مالکیت فکری (تریپس)»^{۱۹} از سوی ۱۱۱ کشور عضو گات در ۱۵ آوریل ۱۹۹۴ به ثمر نشست. فصل ۳ از بخش ۲ موافقت‌نامه تریپس، از مواد ۲۲ تا ۲۴ به نشانه‌های جغرافیایی اختصاص یافته است.

عضویت در سازمان جهانی تجارت مستلزم الحاق و اجرای موافقت‌نامه تریپس است.

ه) به منظور تشویق تولید محصولات کشاورزی متنوع، تأمین نیاز مصرف‌کنندگان اروپایی به اطلاعات صحیح در مورد مبدأ جغرافیایی و ویژگیهای محصولات و حمایت از نام کالاها در برابر سوء استفاده و تقلید^{۲۰}، شورای اروپا بر مبنای طرح ارائه‌شده از سوی کمیسیون اروپا و با توجه به نظریات پارلمان اروپا و کمیته اقتصادی و اجتماعی پیرامون طرح یادشده در ۱۴ جولای ۱۹۹۲ «آیین‌نامه ۲۰۸۱/۹۲ ناظر بر حمایت از نشانه‌های جغرافیایی و نام‌گذاریهای مبدأ»^{۲۱} برای محصولات کشاورزی و مواد غذایی را به تصویب رساند. این آیین‌نامه در ۲۰ مارس ۲۰۰۶ مورد تجدید نظر قرار گرفت و اصلاح اخیر با همان عنوان و با شماره ۵۱۰/۲۰۰۶^{۲۲} هم اکنون در سطح اتحادیه اروپا مجری است. اهمیت سند یادشده در مقایسه با موافقت‌نامه‌های منطقه‌ای نظیر موافقت‌نامه تجارت آزاد

^{۱۶}. O'Connor, ۲۰۰۴, p. ۳۲.

^{۱۷}. Lisbon Agreement for the Protection of Appellations of Origin and Their International Registration

^{۱۸}. Ladas, ۱۹۷۵, p. ۱۶۰۲.

^{۱۹}. The Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS)

^{۲۰}. www.europa.eu.int.

^{۲۱}. در بخش اول خواهیم دید که نام‌گذاری مبدأ را می‌توان تسامحاً مفهومی مترادف اسم مبدأ دانست.

^{۲۲}. Council Regulation No. ۵۱۰/۲۰۰۶ on the Protection of Geographical Indications and Designations of Origin for Agricultural Products and Foodstuffs

امریکای شمالی (NAFTA)،^{۲۳} موافقت‌نامه‌های تجارت آزاد امریکای لاتین،^{۲۴} پروتکل مرکوسور،^{۲۵} پروتکل امریکای مرکزی^{۲۶} و سایر موافقت‌نامه‌های چندجانبه دربردارنده موضوع نشانه‌های جغرافیایی^{۲۷} قابلیت اجرای مستقیم آن در قلمرو تمام کشورهای عضو اتحادیه اروپاست.

در سالهای اخیر شاهد صادرات فرشهای هندی و چینی با تقلید از طرح فرشهای ایرانی و با عنوان «فرش ایران» بوده‌ایم. به علاوه پسته و زعفران ایران که بدون بسته‌بندی به اسپانیا صادر می‌شود، در آنجا بسته‌بندی شده و با نام «پسته و زعفران اسپانیا» فروخته و حتی صادر می‌گردد. نخستین سؤالی که در مواجهه با لطمات جبران‌ناپذیر ناشی از این سوء استفاده‌ها بر صادرات غیرنفتی ایران مطرح می‌شود این است که چگونه می‌توان از این اقدامات پیشگیری کرد؟ یافتن پاسخ این سؤال مستلزم شناخت دقیق مفهوم نشانه‌های جغرافیایی و چگونگی حمایت از آنها در سطح ملی و بین‌المللی خواهد بود.

با تصویب قانون حمایت از نشانه‌های جغرافیایی در سال ۱۳۸۳ نیاز به شرح و تحلیل مواد این قانون که با الگوبرداری از موافقت‌نامه ناظر بر جنبه‌های مرتبط به تجارت حقوق مالکیت فکری (تریپس) تدوین گردیده، به شدت احساس می‌شود. از سوی دیگر الحاق ایران به موافقت‌نامه‌های مادرید و لیسبون در کنار کنوانسیون پاریس به عنوان سه سند بین‌المللی مؤثر در این حوزه - که مشابه آن در سایر شاخه‌های حقوق مالکیت فکری کمتر به چشم می‌خورد - ضرورت آشنایی بیشتر با این اسناد را آشکار می‌سازد.

تحلیل موافقت‌نامه تریپس نیز به عنوان جامع‌ترین سند در حوزه مالکیت فکری و با توجه به لزوم الحاق و اجرای آن از سوی تمام اعضای سازمان جهانی تجارت و نیز الهام گرفتن قانون‌گذار ایرانی از مقررات آن ضروری به نظر می‌رسد. علاوه بر این بررسی «آیین‌نامه ۵۱۰/۲۰۰۶ شورای اروپا ناظر بر حمایت از نشانه‌های جغرافیایی و نام‌گذارهای مبدأ برای محصولات کشاورزی و مواد غذایی» با عنایت به الزام تمام اعضای اتحادیه اروپا به اعمال مستقیم مقررات آن در قلمرو خود، یعنی دارا بودن هم‌زمان ماهیتی ملی و فراملی ضروری خواهد بود. برای انجام دادن این پژوهش از روش کتابخانه‌ای استفاده شده است. در حوزه نشانه‌های جغرافیایی فقر بسیار شدید منابع وجود دارد. به جز یک کتاب، که موضوع آن حمایت از نشانه‌های جغرافیایی است، سایر کتابهای در دسترس به عنوان یکی از موضوعات فرعی به نشانه‌های جغرافیایی پرداخته‌اند و فاقد هرگونه تحلیل و بررسی عمیق مواد اسناد بین‌المللی مربوطه‌اند. از سوی دیگر مقالات موجود در مجلات در این باره انگشت‌شمار و بعضاً غیرقابل دسترسی است. اصلی‌ترین منابع این پژوهش را مقالات همایشها و سمینارهای برگزار شده از سوی سازمان جهانی مالکیت فکری (وایپو)^{۲۸} پیرامون نشانه‌های جغرافیایی و نیز اسناد تهیه شده به وسیله دفتر بین‌المللی، دبیرخانه و کمیته دائمی حقوق علائم تجاری، طرحهای صنعتی و نشانه‌های جغرافیایی (SCT)^{۲۹} - که همگی از ارگانهای سازمان جهانی مالکیت فکری اند - تشکیل می‌دهد. درخصوص مقالات

^{۲۳}. North American Free Trade Agreement (۱۹۹۲)

^{۲۴}. Latin American Free Trade Agreements

^{۲۵}. MERCOSUR Protocol (۱۹۹۵)

^{۲۶}. Central American Protocol (۱۹۹۴)

^{۲۷}. Rangel Ortiz, ۱۹۹۷.

^{۲۸}. World Intellectual Property Organization (WIPO)

^{۲۹}. Standing Committee on the Law of Trademarks, Industrial Designs and Geographical Indications

ارائه شده در همایشها و سمینارها نیز با دو مشکل اصلی مواجه بودیم: نخست قدیمی بودن منابع و دسترسی نداشتن به اسناد جدید و دوم عدم امکان وثوق کامل به مطالب مقالات، به دلیل شخصی بودن نظریات مطرح شده در آنها.

شرکت در سمینار ملی وایپو در خصوص ثبت بین‌المللی علائم تجاری (نظام مادرید) و نشانه‌های جغرافیایی که در روزهای ۲۰ و ۲۱ آذر ۱۳۸۵ در تهران برگزار گردید، شرکت در کارگاه تخصصی برگزار شده برای کارشناسان اداره مالکیت صنعتی، مکاتبه با برخی کارشناسان وایپو، سازمان جهانی تجارت و اتحادیه اروپا و طرح برخی پرسشها و نیز مراجعه به مشروح مذاکرات مجلس در زمان تصویب قانون حمایت از نشانه‌های جغرافیایی برخی اقدامات انجام گرفته برای تکمیل این پژوهش بوده است.

پیش از ورود به بحث اصلی یعنی حمایت از نشانه‌ها آشنایی با مفهوم نشانه جغرافیایی و تحلیل و تبیین تفاوتها و شباهتهای این مفهوم با برخی مفاهیم مشابه ضروری به نظر می‌رسید. از این رو بخش اول کتاب به مفهوم نشانه‌های جغرافیایی و مفاهیم مشابه اختصاص یافته و در این بخش طی دو فصل به تبیین مفهوم نشانه جغرافیایی و مفاهیم مشابه آن پرداخته شده است. در دومین بخش که حمایت ملی از نشانه‌های جغرافیایی نام‌گذاری شده، در دو فصل چگونگی حمایت و ثبت ملی نشانه‌ها بررسی گردیده است. آشنایی با چگونگی حمایت ملی از نشانه‌ها از آن نظر اهمیت دارد که حمایت بین‌المللی از نشانه‌های جغرافیایی محصولات ایرانی مشروط به حمایت از آنها در سطح ملی است. در بخشهای اول و دوم، قوانین کشورهای آلمان، هند، مالزی، نیوزیلند و مجارستان که از مشابهتها و نیز تفاوتهایی با قانون ایران برخوردارند، بررسی شده است. از آنجا که بیشترین سوء استفاده از نشانه‌های جغرافیایی محصولات ممتاز ایرانی در خارج از ایران و در خصوص مهم‌ترین اقلام صادراتی غیرنفتی ما رخ می‌دهد، ضروری است بدانیم چگونه می‌توان از این نشانه‌ها در سطح بین‌المللی حمایت کرد. از این رو در بخش سوم نیز با عنوان حمایت بین‌المللی از نشانه‌های جغرافیایی، چگونگی حمایت و ثبت بین‌المللی نشانه‌ها موضوع بحث قرار گرفته است.