

## فهرست مطالب

مقدمه.....	۷
پیشگفتار.....	۹

### فصل ۱ مبانی قانونی نشان تجاری و مسائل مربوط به فرانچایز آن ..... ۲۱

صدور مجوز نشان تجاری و توافقنامه فرانچایز.....	۲۳
الف- چه وقتی مجوز نشان تجاری ضروری است.....	۲۴
ب- چه وقتی مجوز نشان تجاری ضروری نیست.....	۲۴
ج- نقش نشان‌های تجاری در انواع گوناگون نظام‌های فرانچایز.....	۲۴
مرور کلی مفاهیم اساسی.....	۲۶
الف- نشان‌های تجاری و نشان‌های خدماتی.....	۲۶
تعریف اداره ثبت اختراع ایران.....	۲۷
ب- نام‌های تجاری.....	۲۸
ج- سیمای تجاری.....	۲۹
د- ارزش نشان تجاری.....	۳۰
ه- نقش‌های نشان تجاری.....	۳۱
انواع نشان‌های تجاری.....	۳۱
مبحث یکم - شرایط وجودی ثبت علامت تجاری.....	۳۳
بند یکم - تمایز بخش بودن علامت.....	۳۳
بند دوم- قابل تملک بودن علامت.....	۳۵
بند سوم- تخصصی بودن علامت تجاری.....	۳۶
بند چهارم- سرزمینی بودن علامت تجاری.....	۴۳
بند پنجم - مقیم بودن متقاضی ثبت علامت تجاری در ایران.....	۴۴
نشانه‌هایی که به‌عنوان علائم تجاری و صنعتی قابلیت آن را دارند.....	۴۶
۱- علائم بیانی و قابل نوشتن.....	۴۶
۲- واژه‌های زبان رایج.....	۴۶
۳- واژه‌های خارجی.....	۴۶
۴- نو واژه (نئولوژیسم).....	۴۷
۵- نام‌های خانوادگی و نام‌های مستعار.....	۴۷

۴۸.....	۶- شعارها.....
۴۹.....	۷- اعداد، حروف و حروف اختصاری.....
۴۹.....	الف - اعداد.....
۴۹.....	ب- حروف.....
۵۰.....	ج- حروف اختصاری.....
۵۰.....	۸- علائم تصویری.....
۵۱.....	۹- علائم مرکب.....
۵۱.....	۱۰- علائم صوتی.....
۵۱.....	۱۱- علائم بویایی.....
۵۳.....	۱۲- مشخصات جغرافیایی، نشانه محل و نام‌های مبدا.....
۵۴.....	علائم غیرقابل ثبت.....
۵۵.....	چگونگی محافظت از علائم تجاری داخلی یا بین‌المللی.....
۵۵.....	مزایا و معایب ثبت در کشور مقصد و یا وایپو.....
۵۶.....	گزینش و حمایت‌پذیری نشان‌های تجاری.....
۵۷.....	الف- انتخاب نشان تجاری مناسب.....
۵۷.....	۱. طیف تمایز.....
۶۰.....	۲- عوامل دیگر در تعیین توان یک نشان تجاری.....
۶۲.....	۳- انتخاب نشان تجاری بهینه.....
۶۶.....	ب- انتخاب نشان تجاری موجود- تعیین نشان‌های تجاری.....
۶۶.....	۱- فرآیند جستجو.....
۶۶.....	۲- ملاحظات مقدماتی.....
۶۷.....	۳- پرهیز از پیامدهای ناخوشایند.....
۶۸.....	تعیین صحیح نشان تجاری و کاربرد.....
۶۸.....	الف- کاربرد نشان تجاری به عنوان شناسه منبع.....
۶۹.....	ب- فرسایش نشان تجاری ثبت شده.....
۷۱.....	ثبت علامت تجاری و الزاماتی که باید رعایت گردد.....
۷۳.....	چند نکته در خصوص برند/ علائم تجاری.....
۷۵.....	طرح دعوی.....
۷۵.....	موارد زوال حق مالکیت علامت تجاری.....
۷۵.....	عدم تمدید مدت اعتبار.....
۷۶.....	ابطال علامت تجاری.....
۷۶.....	موارد درخواست ابطال علامت تجاری از سوی ذی نفع.....
۷۷.....	موارد ابطال علامت تجاری از سوی دادگاه.....

- ۷۸.....اعراض از علامت تجاری
- ۷۸.....حفاظت از علائم تجاری
- ۷۹.....کاربرد و حفاظت علائم تجاری در فضای مجازی
- ۷۹.....الف- اسامی دامنه
- ۸۰.....قانون حمایت از مصرف‌کننده ضد سواستفاده از علامت تجاری
- ۸۱.....رویه حل اختلاف یکسان
- ۸۳.....ب. رسانه‌های اجتماعی
- ۸۶.....ج. بلاگ‌ها، سایت‌های طرفداران، سایت‌های گریپ و هشتک‌ها
- ۸۸.....مجوز علامت تجاری در قرارداد فرانچایز
- ۸۸.....الف. ملاحظات مهم
- ۸۸.....مستندات تفصیلی
- ۸۸.....کنترل کیفیت
- ۸۹.....اعمال واقعی کنترل
- ۸۹.....ب. مفاد مجوز معمول در قراردادهای فرانچایز
- ۹۵.....حفاظت از علامت تجاری بین‌المللی
- ۹۵.....ب. مناسب بودن
- ۹۵.....ج. قابلیت ثبت
- ۹۶.....د. اختیار
- ۹۶.....ه. ثبت
- ۹۷.....و. ثبت مجوزها
- ۹۸.....ز. حفاظت
- ۹۸.....خلاصه حفاظت از علامت تجاری بین‌المللی
- ۹۹.....ج- اجتناب از فرسایش علامت تجاری
- ۱۰۰.....د. سایر رفتارهایی که می‌تواند منجر به از دست رفتن حقوق علامت تجاری شود.
- ۱۰۱.....اجرای حقوق علامت تجاری
- ۱۰۱.....الف. موقعیت‌های متداولی که اقدامات اجرایی را در فرانچایز شکل می‌دهند
- ۱۰۱.....ب- حق طرح دعوی
- ۱۰۲.....ج. اثبات تخلف
- ۱۰۳.....د. دادخواهی
- ۱۰۳.....د- پاسبانی از علائم تجاری
- ۱۰۴.....اتحادیه‌ی بین‌المللی برای ثبت و حفاظت قانونی از علائم تجاری
- ۱۰۶.....حقوق مورد حمایت علامت تجاری ثبت شده چیست؟
- ۱۰۷.....حقوق مادی

- ۱- حق استفاده..... ۱۰۷
- ۲- نقل و انتقال..... ۱۰۸
- ۳- جلوگیری از استفاده دیگران..... ۱۰۹
- ۴- مطالبه ضرر و زیان..... ۱۱۰
- حقوق معنوی..... ۱۱۱
- ۱- عدم محدودیت در زمان..... ۱۱۱
- ۲- عدم محدودیت در مکان..... ۱۱۱
- ۳- غیرقابل انتقال..... ۱۱۱
- نتیجه‌گیری..... ۱۱۲

### فصل ۲ ساختاربندی روابط در فرانچایز..... ۱۱۳

- چرا فرانچایز؟؟..... ۱۱۵
- مزایای فرانچایز..... ۱۱۶
- الف- هویت و شناخت برند..... ۱۱۸
- ب- خطرات پایین شکست..... ۱۱۸
- ج- راه اندازی آسان..... ۱۱۸
- د- مشتریان بالقوه آماده..... ۱۱۹
- ه- پشتیبانی مالی تسهیل شده..... ۱۱۹
- معایب فرانچایز..... ۱۱۹
- الف- هزینه بالا..... ۱۲۱
- هزینه‌های اولیه..... ۱۲۱
- هزینه‌های در دست اقدام..... ۱۲۲
- ب- وابستگی..... ۱۲۲
- ج- قوانین محکم..... ۱۲۲
- مزایا بر فراز معایب..... ۱۲۳
- نتیجه..... ۱۲۳
- روش‌های دیگر در توسعه کسب و کار..... ۱۲۴
- الف- یکپارچه سازی عمودی..... ۱۲۴
- ب- سرمایه گذاری مشترک یا مشارکت..... ۱۲۴
- ج- صدور مجوز..... ۱۲۵
- د- نمایندگی‌ها..... ۱۲۶
- ه- نمایندگی‌های فروش..... ۱۲۷

فرانچایز تک واحدی.....	۱۲۸
فرانچایز چند واحدی.....	۱۳۱
الف- توسعه منطقه‌ای.....	۱۳۲
۱. توضیحات عمومی.....	۱۳۲
۲. مزایا.....	۱۳۳
۳. چالش‌ها.....	۱۳۴
۴. مقررات کلیدی.....	۱۳۶
ب- حقوق مربوط به فرانچایز فرعی.....	۱۳۷
۱. توضیحات کلی.....	۱۳۷
۲. مزایا.....	۱۳۹
۳. چالش‌ها.....	۱۴۰
۴. مقررات کلیدی.....	۱۴۱
ج) نماینده منطقه.....	۱۴۳
۱. توضیحات عمومی.....	۱۴۳
۲. مزایا.....	۱۴۵
۳. چالش‌ها.....	۱۴۶
۴. مقررات کلیدی.....	۱۴۷
۵. انواع پیش نویس قرارداد.....	۱۴۹
نتیجه گیری.....	۱۵۳

### فصل ۳ قوانین افشای فرانچایز..... ۱۵۵

تاریخچه قوانین افشای فرانچایز.....	۱۵۷
الف-قوانین ایالتی فرانچایز و افشای فرصت‌های کسب و کار.....	۱۵۷
ب-قانون فرانچایز FTC.....	۱۵۸
ج- دستورالعمل‌های UFOC توسط NASAA در سال ۱۹۹۳.....	۱۵۸
د- اصلاحات قانون FTC ۲۰۰۷.....	۱۵۹
ه- دستورالعمل‌های NASAA FDD در سال ۲۰۰۸.....	۱۶۰
دلایل افشا و الزامات افشا.....	۱۶۱
۱. مزایای کسب و کار.....	۱۶۱
۲. سند افشای فرانچایز.....	۱۶۲
الف-مباحث کلی در مورد موضوعات تحت پوشش FDD.....	۱۶۲
ب- زمان بندی سند افشا.....	۱۸۳
ج- چه کسی سند افشا را دریافت می‌کند؟.....	۱۸۳

۱۸۴	د- روش‌های افشاگری
۱۸۵	ه- شناسایی فروشندگان فرانچایز
۱۸۵	و- کنترل پروسه فروش
۱۸۶	ز- روش‌های اصلاح سند افشا
۱۸۷	موضوعات خاص مرتبط با افشا در پیشنهادات چند واحدی
۱۸۷	۱. قراردادهای توسعه منطقه ای
۱۸۸	۲. قراردادهای فرانچایز فرعی
۱۹۰	۳. قراردادهای نمایندگی منطقه

### فصل ۴ عناصر یک فرانچایز ..... ۱۹۳

۱۹۵	الف - نگاهی دقیق تر به عناصر یک فرانچایز
۱۹۵	۱. علامت تجاری
۱۹۵	۲. طرح بازاریابی
۱۹۶	۳. اجتماع منافع
۱۹۶	۴. هزینه
۱۹۷	ب- دلیل کافی برای فسخ
۱۹۷	الزامات قانونی "دلیل کافی"
۱۹۷	ج- موارد تفسیر دلیل کافی
۱۹۷	۱. گزارش کمتر از فروش یا عدم گزارش فروش یا پرداخت حق امتیاز
۱۹۸	۲. عدم رعایت استانداردها و سایر الزامات قراردادی
۱۹۸	۳. عدم رعایت فروش و سایر الزامات عملکردی
۱۹۸	۴. فروش محصولات رقیب
۱۹۸	۵. آسیب به شهرت فرانچایز دهنده
۱۹۹	۶. خروج از بازار توسط فرانچایز دهنده
۱۹۹	۷. اقدامات غیرمنصفانه توسط فرانچایز دهندگان
۱۹۹	۸. فسخ پس از انتقال توسط فرانچایز
۱۹۹	۹. رفتار غیر قابل تغییر توسط فرانچایز گیرنده
۲۰۰	الزامات رویه‌ای برای فسخ
۲۰۰	الف- الزامات رویه‌ای قانونی
۲۰۰	ب- نقض غیرقابل اصلاح

**فصل ۵ فرانچایز بین‌المللی ..... ۲۰۱**

- بین‌المللی شدن ..... ۲۰۳
- الف- محرک‌های توسعه بین‌المللی ..... ۲۰۴
- ب- ملاحظات کلی ..... ۲۰۵
۱. جو کسب و کار ..... ۲۰۵
۲. فرانچایز گیرندگان احتمالی یا فرانچایز گیرندگان کلان ..... ۲۰۵
۳. پذیرش برندها و محصول یا خدمات فرانچایز دهنده در عرصه بین‌الملل ..... ۲۰۵
۴. فضای نظارتی و کسب و کار ..... ۲۰۵
۵. مالیات و ارز ..... ۲۰۶
۶. سرمایه‌گذاری خارجی ..... ۲۰۶
۷. عوارض واردات، تعرفه‌ها، و کنترل صادرات ..... ۲۰۶
۸. عرضه‌کنندگان ..... ۲۰۶
۹. فضای حقوقی و فرانچایز ..... ۲۰۶
۱۰. اقتصاد واحد ..... ۲۰۷
- ج- منابع فرانچایز دهنده ..... ۲۰۷
- د- کنکاش موشکافانه کشور هدف ..... ۲۰۸
- ه- استخدام مشاوره محلی ..... ۲۰۹
- و- شناسایی و کاوش کشورها ..... ۲۱۱
۲. علائم تجاری و مالکیت معنوی ..... ۲۱۲
- ۲,۱. معرفی ..... ۲۱۲
- ۲,۳. ثبت ..... ۲۱۴
- ۲,۴. علائم تجاری جامعه ..... ۲۱۵
- ۲,۵. سیستم مادرید ..... ۲۱۷
- ۲,۶. موارد صدور مجوز ..... ۲۱۸
- ۲,۷. نام‌های دامنه و شبکه‌های اجتماعی ..... ۲۲۰
- ۲,۸. سایر حقوق مالکیت معنوی شامل کپی‌رایت و رموز تجارت ..... ۲۲۱
- الف- رموز تجارت ..... ۲۲۱
- ب- کپی‌رایت ..... ۲۲۲
- ج- ثبت اختراع ..... ۲۲۳
۳. ساختار تهمیدات بین‌المللی ..... ۲۲۳
- الف- فرانچایز کلان ..... ۲۲۴
- ب- فروش‌های فرانچایز تک واحدی مستقیم ..... ۲۲۶
- ج- توسعه منطقه / توسعه چند واحدی ..... ۲۲۶

۲۲۸.....	د- توافقنامه‌های نمایندگی منطقه.....
۲۲۸.....	ه- حق انتخاب و حقوق اولین امتناع.....
۲۲۹.....	و- مشارکت در سرمایه گذاری (سرمایه گذاری مشترک).....
۲۳۰.....	۴. موارد حقوقی.....
۲۳۰.....	الف- افشای فرانچایز.....
۲۳۰.....	۱. قوانین افشا.....
۲۳۳.....	۲. منشور اخلاقی.....
۲۳۳.....	۳. اصول قانون مدنی.....
۲۳۴.....	۴. سند افشای فرانچایز.....
۲۳۴.....	ب- ثبت نام.....
۲۳۵.....	۱- تاییدیه و تشکیل پرونده برای نام تجاری.....
۲۳۵.....	۲- تایید سرمایه گذاری خارجی.....
۲۳۵.....	۳- ثبت فرانچایز.....
۲۳۶.....	ج- محدودیت‌های بانک مرکزی / کنترل ارزی.....
۲۳۶.....	د- برنامه ریزی مالیات بین‌المللی.....
۲۳۷.....	مالیات‌های تکلیفی.....
۲۳۸.....	ه- قوانین بنگاه‌ها و پرداخت گرامت پس از فسخ.....
۲۳۹.....	۱- الزام مالکیت محلی.....
۲۳۹.....	۲- قانون رقابتی.....
۲۴۰.....	و- حریم خصوصی اطلاعات.....
۲۴۲.....	ز- کنترل صادرات/ واردات.....
۲۴۳.....	قرارداد فرانچایز اصلی.....
۲۴۵.....	الف- مسائل تجاری.....
۲۴۵.....	۱. قلمرو.....
۲۴۶.....	۲. هزینه‌ها.....
۲۴۹.....	۳. توسعه واحد.....
۲۵۰.....	۴. مدت قرارداد و تمدید آن.....
۲۵۱.....	۵. تغییرات در سیستم.....
۲۵۲.....	ب- مسائل حقوقی.....
۲۵۲.....	۱. رازداری و تعهد در برابر رقابت.....
۲۵۳.....	۲. محدودیت‌های انتقال.....
۲۵۴.....	۳. عدم تمدید و فسخ قرارداد.....
۲۵۶.....	۴. تعهدات پرداخت گرامت.....
۲۵۷.....	۵. اوراق اعتباری / ضمانت نامه‌ها.....



۲۵۹.....	۶. خسارات نقدی / شروط کیفی
۲۵۹.....	۷. قراردادِ فرانچایزِ فرعی.....
۲۶۱.....	حل اختلاف .....
۲۶۱.....	الف- مقدمه .....
۲۶۲.....	ب- انتخابِ قانون حاکم بر روابط .....
۲۶۳.....	ج- انتخابِ مرجع رسیدگی برای حل اختلافات .....
۲۶۴.....	د- واسطه‌گری و حل اختلافات بطور غیررسمی .....
۲۶۵.....	ه- داوریِ منازعات .....
۲۶۶.....	و- قوانینِ حاکم بر داوری بین‌المللی .....
۲۶۷.....	ز- روش‌های داوری .....
۲۶۸.....	ح- سایر موضوعات تاثیرگذار بر داوری بین‌المللی .....

### فصل ۶ مشاوره با فرانچایز گیرنده بالقوه (آنی)..... ۲۷۱

۲۷۳.....	الف- نقش وکیل .....
۲۷۴.....	ب- فرآیند مشاوره.....
۲۷۴.....	مشتری را بشناسید .....
۲۷۵.....	به مشتری آموزش دهید .....
۲۷۶.....	یک راهکار ایجاد کنید.....
۲۷۸.....	قرارداد را بررسی کنید.....
۲۷۹.....	ج- ساختارشکنی سند افشای فرانچایز (FDD).....
۲۸۲.....	با فرانچایز گیرندگان فعلی و سابق تماس بگیرید.....
۲۸۴.....	تحقیقات تکمیلی .....
۲۸۸.....	د. گزینه‌های جایگزین: هیچ کس مجبور به خرید فرانچایز نیست .....
۲۸۸.....	قابل مذاکره بودن قراردادهای فرانچایز .....
۲۹۰.....	چه چیزی را در مذاکره در نظر بگیرید .....
۲۹۳.....	ملاحظات ویژه برای مشتریانی که واحدهای موجود را خریداری می‌کنند.....
۲۹۳.....	نماینده‌گی سازندگان منطقه (اپراتورهای چند واحدی).....
۲۹۴.....	نماینده‌گی فرانچایز گیرندگان اصلی (موسوم به: فرانچایز گیرندگان فرعی) و نمایندگان منطقه .....
۲۹۵.....	انجمن‌های فرانچایز گیرندگان.....
۲۹۵.....	الف- تکامل انجمن‌های فرانچایز گیرنده .....

ب- ساختار یک انجمن .....	۲۹۷
ج- نقش وکیل در مشاوره انجمن‌های فرانچایز گیرنده .....	۲۹۹
حل اختلاف .....	۳۰۰
الف- مقدمه .....	۳۰۰
ب- حل و فصل اختلافات فرانچایز .....	۳۰۳
ج- میانجیگری در اختلافات فرانچایز .....	۳۰۴
د- دعوی قضایی و داوری - وقتی همه چیز شکست بخورد .....	۳۰۴
۱. مسائل رویه‌ای منحصر به فرد برای فرانچایز .....	۳۰۴
۲. مسائل اساسی منحصر به فرد برای فرانچایز .....	۳۰۷
نتیجه گیری .....	۳۱۱

منابع .....	۳۱۳
-------------	-----