

মেকিং এ মার্ক

ক্ষুদ্র ও মাঝারি শিল্প প্রতিষ্ঠানের জন্য
ট্রেডমার্ক বিষয়ক প্রাথমিক ধারণা

ব্যবসায়ের ক্ষেত্রে মেধা সম্পদ' গ্রহণালার অন্যান্য প্রকাশনা

১. সেরিং এ মার্ক : ক্ষুদ্র ও মাঝারি শিল্প প্রতিষ্ঠানের জন্য ট্রেডমার্ক বিষয়ক প্রাথমিক ধারণা।
WIPO প্রকাশনা নং ৯০০।
 ২. ব্রুকিং ওড : ক্ষুদ্র ও মাঝারি শিল্প প্রতিষ্ঠানের জন্য ইভালুইয়াল ডিজাইন বিষয়ক প্রাথমিক ধারণা।
WIPO প্রকাশনা নং ৪৯৮।
 ৩. ইনভেন্টিং দা ফিউচার : ক্ষুদ্র ও মাঝারি শিল্প প্রতিষ্ঠানের জন্য পেটেন্ট বিষয়ক প্রাথমিক ধারণা।
WIPO প্রকাশনা নং ৯১৭।
 ৪. ক্রিমোটভ এক্সপ্লোরেশন : ক্ষুদ্র ও মাঝারি শিল্প প্রতিষ্ঠানের জন্য কপিরাইট বিষয়ক প্রাথমিক ধারণা।
WIPO প্রকাশনা নং ৯১৮। (আসন্ন)
- যাবতীয় প্রকাশনা পাওয়া যাবে WIPO'র ই-বুকসপে, যার ঠিকানা: www.wipo.int/bookshop

সতর্কতামূলক ঘোষণা : এই নির্দেশিকায় অন্তর্ভুক্ত তথ্য কোনোভাবেই পেশাগত আইনি সহায়তার বিকল্প কিছু নয়। বিষয়বস্তু সম্পর্কিত মৌলিক ধারণা প্রদানই এই নির্দেশিকার উদ্দেশ্য।

WIPO স্বত্ব (২০০৬) আইননূপে অনুমতি ব্যতীত, কপিরাইট স্বত্বাধিকারীর লিখিত অনুমতি ছাড়া এই প্রকাশনার কোনো অংশই ইলেক্ট্রনিকালি বা মার্কিনিকালি, যে কোনো আকার বা ভাবে পুনরুৎপাদন বা বিতরণ করা যাবে না।

This publication has been translated and reproduced with the permission of the World Intellectual Property Organization (WIPO), the owner of the copyright, on the basis of the original English language version. The Secretariat of WIPO assumes no liability or responsibility with regard to the translation and transformation of the publication.

This translated publication was financed under the EU-WIPO Intellectual Property Rights Project for Bangladesh



ভূমিকা

এই নির্দেশিকা ব্যবসায়ের ক্ষেত্রে মেধা সম্পদ' গ্রহণালার প্রথম নির্দেশিকা। যে কোনো কোম্পানির মার্কেটিং ও ব্র্যান্ডিং কৌশলের মূল যে উপাদান সেই ট্রেডমার্ক-এর ওপরই এই নির্দেশিকা সীমাবদ্ধ।

এই নির্দেশিকায় ব্যবসায়িক দৃষ্টিকোণ থেকে ট্রেডমার্ককে ব্যাখ্যার চেষ্টা করা হয়েছে। বইটির তথ্য উপস্থাপনা বাস্তবিক এবং পাঠক মেনে সহজে আত্মস্থ করতে পারেন এ কারণে বিষয় ব্যাখ্যা করতে উদাহরণ ও ছবি ব্যবহার করা হয়েছে। ক্ষুদ্র ও মাঝারি শিল্প প্রতিষ্ঠানগুলোকে (SME) উৎসাহিত করা হয়েছে মেনে তারা তাদের সামগ্রিক ব্যবসায়িক কৌশলে ট্রেডমার্ক কৌশলকে একীভূত করার লক্ষ্যে এই নির্দেশিকা ব্যবহার করেন। বিশ্বব্যাপী SME'র ধারোজন মেনে যথাযথভাবে মৌটোনো সঙ্কল্প হয় তা নিশ্চিত করতে WIPO এই নির্দেশিকা আরো পরিমার্জিত করতে যে কোনো মতামতকে স্বাগত জানাচ্ছে।

জাতীয় প্রতিষ্ঠান ও স্থানীয় অংশীদারদের সহযোগিতায় এই নির্দেশিকার নির্দিষ্ট দেশ উপযোগী সংস্করণ উন্নয়ন করা যেতে পারে। দেশ উপযোগী সংস্করণ প্রস্তুতের কাজে এই নির্দেশিকাগুলোর কপি সংগ্রহ করতে WIPO'র সঙ্গে এসব প্রতিষ্ঠানকে যোগাযোগের অনুরোধ করা হচ্ছে।

কামিল ইদ্রিস
মহাব্যবস্থাপক, বিশ্ব মেধা সম্পদ সংস্থা

সূচি

১. ট্রেডমার্ক	পৃষ্ঠা
২. ট্রেডমার্ক রক্ষা	৩
৩. ট্রেডমার্কের ধরন	৬
৪. ট্রেডমার্ক ব্যবহার	১৫
৫. ট্রেডমার্ক কার্যকরীকরণ	২১

১. ট্রেডমার্ক

ট্রেডমার্ক কী?

ট্রেডমার্ক একটি চিহ্ন বা প্রতীক। এটি এক প্রতিষ্ঠান থেকে আরেক প্রতিষ্ঠানের উৎপাদিত বা সরবরাহ করা পণ্য বা সেবা আলাদা করতে সক্ষম।

পণ্য বা সেবা আলাদা করার কাজে ব্যবহৃত স্বতন্ত্র যে কোনো শব্দ, বর্ণ, সংখ্যা, অঙ্কন, ছবি, আকৃতি, রঙ, লোগো টাইপ, মোড়ক বা এগুলোর সংমিশ্রণ ট্রেডমার্ক হিসেবে গণ্য হতে পারে।

কোনো কোনো দেশে বিজ্ঞাপনের স্রোতান ও ট্রেডমার্ক হিসেবে বিবেচিত হয় এবং জাতীয় ট্রেডমার্ক অফিসে ট্রেডমার্ক হিসেবে সোঞ্জলো নিবন্ধিত হতে পারে। অনেক দেশ ট্রেডমার্কের ক্ষেত্রে কম প্রাধান্যত ধরণ, যেমন একরঙ, ত্রিমাত্রিক চিহ্ন (পেগের আকার বা মোড়ক), শ্রবণযোগ্য চিহ্ন (শব্দ) বা স্বাধ সঙ্কেত চিহ্ন (স্বাধ) ইত্যাদি নিবন্ধনের অনুমতি দেয়। তবে, ট্রেডমার্ক হিসেবে কি কি নিবন্ধিত হতে পারে সে বিষয়ে অধিকাংশ দেশ একটি মানদণ্ড নির্ধারণ করেছে, সাধারণত সেই চিহ্ন বা প্রতীকগুলোরই অনুমতি প্রদান করা হয় যেগুলো গোপ্য দেখা যায় বা নকশার মাধ্যমে উপস্থাপন করা যায়।

উদাহরণ

শব্দ:

YAHOO!

সৌজন্যে : ইয়াহু!

লোগোটাইপ :



পেঙ্গুইন বুকস লিমিটেডের অনুমতি সাপেক্ষে ব্যবহার করা হয়েছে

লোগোটাইপের সঙ্গে বর্ণের মিশ্রণ :



© ১৯৮৬ ডব্লিউ ডব্লিউ এক্স-এসসি ওয়াশিংটন ফর দ্য ওয়ার্ল্ড (পূর্বতন ওয়ার্ল্ড ওয়াইল্ডলাইফ ফাউন্ডেশন) ডব্লিউ ডব্লিউ এক্স নিবন্ধিত ট্রেডমার্ক স্বত্বাধিকারী

ত্রিমাত্রিক মার্ক (পেগের আকৃতি)



টবলেরণ © ক্রাফট ফুডস গ্রুপ © ১৯৮৬-এর একটি নিবন্ধিত ট্রেডমার্ক

ট্রেডমার্কের উপদেশ্য কী?

ট্রেডমার্কের প্রধান কাজ হচ্ছে তেজাককে একটি নির্দিষ্ট কোম্পানির পণ্য শনাক্ত (সেটা মালামাল বা সেবা) করতে সহায়তা করা, যেন সে অন্যান্য প্রতিযোগী প্রতিষ্ঠানের সরবরাহ করা হুবহু বা একই ধরনের পণ্যগুলো থেকে সেটা আলাদা করতে পারে। একটি নির্দিষ্ট পণ্যের ওপর সত্বস্ত তেজা ভবিষ্যতে আবারও এই পণ্য কিনতে বা ব্যবহার করতে অগ্রহী থাকে। এ কারণে তাদের, হুবহু বা একই ধরনের পণ্য থেকে সেগুলো সহজে আলাদা করার প্রয়োজন হয়।

প্রতিযোগী প্রতিষ্ঠান থেকে কোম্পানিগুলোকে তাদের নিজেদের নাম ও পণ্যগুলো আলাদা করার ক্ষমতা সৃষ্টি করে ট্রেডমার্ক একটি কোম্পানির ব্র্যান্ডিং ও মার্কেটিং কৌশলে নিয়ামক ভূমিকা পালন করে, তেজার চোখে কোম্পানির পণ্যের অবমূর্তি ও সুনাম সৃষ্টিতে অবদান রাখে। কোম্পানির অবমূর্তি ও সুনাম গড়ে তোলেন অর্থাৎ, যেটা অনুপাত তেজাশ্রেণী প্রতিষ্ঠার ভিত্তি এবং এই বিশ্বাস বা অস্থা কোম্পানির সুনাম বৃদ্ধি করে। তেজারা অংশ নির্দিষ্ট কিছু ট্রেডমার্কের সঙ্গে আনুভূতিক সম্পর্ক গড়ে তোলে, আর এই সম্পর্ক গড়ে ওঠে মূলত এ জাতীয় ট্রেডমার্ক সম্বলিত পণ্যের কার্জিত মান ও বৈশিষ্ট্যের ওপর ভিত্তি করে।

কোম্পানিগুলোকে তাদের পণ্যের মান বজায় রাখতে বা উন্নয়নে বিনিয়োগ করতে উৎসাহিত করে ট্রেডমার্ক, যেন বাজারে তাদের ট্রেডমার্ক সম্বলিত পণ্যগুলোর ইতিবাচক সুনাম বজায় থাকে।

ট্রেডমার্কের মূল্য

সতর্কভাবে নির্বাচিত ও প্রতিপালিত একটি ট্রেডমার্ক অধিকাংশ কোম্পানির জন্য একটি মূল্যবান ব্যবসায়িক সম্পদ। কোনো কোনো কোম্পানির ক্ষেত্রে এটা তাদের অধিকারের ঝুঁকি সর্বোচ্চ মূল্যবান সম্পদ। কোকা-কোলা বা IBM-এর মত বিশ্বের সবচেয়ে নাম করা ট্রেডমার্কের মূল্যমান ৫০ বিলিয়ন ডলারেরও বেশি। এর কারণ হচ্ছে তেজারা ট্রেডমার্ক ও এর সুনাম, অবমূর্তি এবং সেই মার্কা সংশ্লিষ্ট কার্জিত গুণমানকে গুরুত্ব দেয় এবং সেই ট্রেডমার্ক সম্বলিত পণ্যের ক্ষেত্রে বেশি পয়সা দিতে রাজি থাকে, যেটাকে তারা শনাক্ত করতে পারে এবং যেটা তাদের আকাঙ্ক্ষা পূরণ করে। সুতরাং, ইতিবাচক অবমূর্তি ও সুনামসহ একটি ট্রেডমার্কের মালিকানা যে কোনো প্রতিষ্ঠানকে অন্যান্য প্রতিযোগী প্রতিষ্ঠান থেকে এগিয়ে রাখে।



সৌজন্যে : আই বি এম ডয়েভলপমেন্ট জিএমবিএইচ

কেন আপনার কোম্পানি তার ট্রেডমার্ক রক্ষা করবে?

প্রতিযোগী প্রতিষ্ঠান থেকে নিজেদের পণ্য আলাদা করতে ট্রেডমার্ক ব্যবহারের গুরুত্ব অধিকাংশ ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠান অনুধাবন করলেও নিঃস্বনের মাধ্যমে ট্রেডমার্ক সুরক্ষার গুরুত্ব অনেকেই ঠিক ভাবে উপলব্ধি করে না।

সংশ্লিষ্ট ট্রেডমার্ক আইনের অধীনে নিঃস্বন, আপনার কোম্পানিকে একই নামে বা বিভ্রান্তিকরভাবে একই মার্কার হুবহু বা কাছাকাছি মানের পণ্য বিপণনে অন্যান্য কোম্পানিকে প্রতিহত করার একচ্ছত্র অধিকার প্রদান করে।

ট্রেডমার্ক নিবন্ধন ছাড়া একটি পণ্য বিপণনে আপনার বিনিয়োগ বৃথা যেতে পারে, কারণ প্রতিদ্বন্দ্বী প্রতিষ্ঠান হুবহু বা একই ধরনের পণ্যের ক্ষেত্রে একই বা বিভ্রান্তিকরভাবে একই মার্কা ব্যবহার করতে পারে। যদি কোনো প্রতিযোগী প্রতিষ্ঠান একই বা হুবহু ট্রেডমার্ক ব্যবহার করে তাহলে তেজা আপনার কোম্পানির পণ্য মনে করে প্রতিদ্বন্দ্বী প্রতিষ্ঠানের পণ্য কিনে চুকতে পারে। এ অবস্থা কেবল আপনার কোম্পানির সুনাম হ্রাস বা তেজাদের মধ্যে বিভ্রান্তি সৃষ্টি করবে না, পাশাপাশি কোম্পানির সুনাম ও অবমূর্তিও ক্ষুণ্ণ করবে, বিশেষ করে প্রতিযোগী প্রতিষ্ঠানের পণ্য যদি নিকট মানের হয়।

ট্রেডমার্কের মূল্য এবং বাজারে একটি পণ্যের সফলতা নির্ধারণে ট্রেডমার্কের যে গুরুত্ব তা বিবেচনায়ে নিয়ে এটা নিশ্চিত করা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ যে ট্রেডমার্কটি সংশ্লিষ্ট বাজারে নিবন্ধিত হয়েছে।

পাশাপাশি, অন্যান্য কোম্পানিগুলোকে একটি নিবন্ধিত ট্রেডমার্ক ব্যবহারের অনুমতি প্রদান খুবই সঙ্কট। এভাবে ট্রেডমার্ক আপনার কোম্পানির আয়ের একটি অতিরিক্ত উৎস হিসেবে বিবেচিত হতে পারে এবং হ্রাসক্ষমতা হ্রাসের ভিত্তিও হতে পারে।

মারা-মারা, আর্থিক প্রতিষ্ঠান থেকে অর্থ পাওয়ার ক্ষেত্রে তেজাদের মধ্যে দারুন সুনাম আছে এমন

একটি ট্রেডমার্ক ব্যবহার করা যেতে পারে, বিশেষ করে যেসব আর্থিক প্রতিষ্ঠান ব্যবসায়িক সাফল্যের জন্য হ্রাসের গুরুত্ব সম্পর্কে খুবই সচেতন।

ট্রেডমার্ক :

- তেজারা যেন পণ্যের মধ্যে পার্থক্য করতে পারে তা নিশ্চিত করে;
- কোম্পানিগুলোকে তাদের পণ্য আলাদা করার ক্ষমতা প্রদান করে;
- মার্কেটিং টুল এবং একটি ব্র্যান্ডের অবমূর্তি ও সুনাম সৃষ্টির ভিত্তি হিসেবে কাজ করে;
- রয়্যালটির মাধ্যমে আয়ের সরাসরি উৎস সৃষ্টিতে সাহায্য দেয়া যেতে পারে;
- ফ্র্যাঞ্চাইজ চুক্তির ক্ষেত্রে একটি গুরুত্বপূর্ণ উপাদান;
- মূল্যবান ব্যবসায়িক সম্পদ হতে পারে;
- পণ্যের মান বজায় রাখা ও উন্নয়নে কোম্পানিগুলোকে বিনিয়োগে উৎসাহিত করে;
- অর্থসংস্থানে সহায়তা করতে পারে।

২. ট্রেডমার্ক রক্ষা

কিভাবে আপনার কোম্পানি ট্রেডমার্ক সুরক্ষা করতে পারে?

নিবন্ধনের মাধ্যমে ট্রেডমার্ক সুরক্ষার অধিকার পাওয়া যেতে পারে অথবা কোনো কোনো দেশে ট্রেডমার্ক ব্যবহারের মাধ্যমেও এ অধিকার পাওয়া যায়। যদিও ব্যবহারের মাধ্যমে ট্রেডমার্ক সুরক্ষা করা যায়, তারপরও আপনাকে জাতীয় ট্রেডমার্ক অফিসের মাধ্যমে উপযুক্ত আবেদনপত্র পূরণ করে ট্রেডমার্ক নিবন্ধনের সুপারিশ করা হচ্ছে (কোনো কোনো ট্রেডমার্ক অফিসের অনলাইন নিবন্ধন ফর্ম রয়েছে)। ট্রেডমার্ক নিবন্ধন একটি কোম্পানিকে তার ট্রেডমার্ক রক্ষার আইনগত ভিত্তি প্রদান করে, বিশেষ করে যখন হস্তান্তর বা একই ধরনের বিশিষ্টতার ট্রেডমার্কের ক্ষেত্রে বিরোধের সৃষ্টি হয়। ট্রেডমার্ক নিবন্ধনের জন্য একজন ট্রেডমার্ক এজেন্টের সহায়তা কখনও কখনও বেশ সহায়ক হতে পারে (কোনো কোনো ক্ষেত্রে এটা বাধ্যতামূলক)।

আপনার কোম্পানির ব্যবসায়িক নাম (ট্রেড নেম) নিবন্ধন কি যথেষ্ট?

অনেকে বিশ্বাস করেন যে, রেজিস্ট্রি অফিসে তাদের ব্যবসা ও ব্যবসায়িক নাম (ট্রেড নেম) নিবন্ধন করলেই এই নাম আপনাকে আপনাই ট্রেডমার্ক হিসেবে সুরক্ষিত হবে। এটা খুবই ভুল ধারণা। ব্যবসায়ের নাম ও ব্যবসায়ের মার্কা বা ট্রেডমার্কের মধ্যে পার্থক্য জানা খুবই জরুরি।

ব্যবসায়ের নাম হচ্ছে আপনার ব্যবসা প্রতিষ্ঠানের পূর্ণাঙ্গ নাম, যেমন: 'গ্ল্যাক্সমার্ক ইন্টারন্যাশনাল লি:' এবং এই নাম আপনার কোম্পানিকে শনাক্ত করে। এ জাতীয় নাম প্রায়শ লি: ইনক: বা একই ধরনের অন্যান্য সংক্ষিপ্তকরণ শব্দের মাধ্যমে শেষ হয় এবং আপনার কোম্পানির আইনগত চরিত্র প্রকাশ করে।

অন্য দিকে, ট্রেডমার্ক হচ্ছে একটি চিহ্ন বা প্রতীক যা আপনার কোম্পানির পণ্যগুলোকে আলাদা করে। একটি কোম্পানির অনেকগুলো ট্রেডমার্ক থাকতে পারে। যেমন, গ্ল্যাক্সমার্ক ইন্টারন্যাশনাল লি: তার একটি পণ্য বিক্রি করতে পারে গ্ল্যাক্সমার্ক হিসেবে, অন্য একটি রেডমার্ক হিসেবে। একটি নির্দিষ্ট ট্রেডমার্ক ব্যবহার করে একটি কোম্পানি তার যাবতীয় পণ্য, একটি নির্দিষ্ট ধরনের সব পণ্য বা একটিমাত্র নির্দিষ্ট পণ্য চিহ্নিত করতে পারে। কোনো কোনো কোম্পানি তার ব্যবসায়িক নাম বা এর অংশ বিশেষ ট্রেডমার্ক হিসেবে ব্যবহার করে থাকে। এ ক্ষেত্রে তাদেরকে এই নাম বা এর অংশ বিশেষ ট্রেডমার্ক হিসেবে নিবন্ধন করতে হবে।

ট্রেডমার্ক নিবন্ধন আবেদনের অধিকার কার রয়েছে?

সাধারণত যে কোনো ব্যক্তি ট্রেডমার্ক নিবন্ধনের জন্য আবেদন করতে পারেন, যিনি ট্রেডমার্কটি ব্যবহার করতে আইনগত অধিকার রাখেন বা ইচ্ছা প্রকাশ করেন যে তৃতীয় কোনো পক্ষ তার ট্রেডমার্কটি ব্যবহার করুক। আবেদনকারী হতে পারে একজন ব্যক্তি বা একটি আইনগত সত্তা।

একটি কোম্পানির ট্রেডমার্ক নিবন্ধন কি বাধ্যতামূলক?

যদিও এটা বাধ্যতামূলক নয়, তবু পরামর্শ হচ্ছে ট্রেডমার্ক বেন নিবন্ধন করা হয়। কারণ, নিবন্ধনই ট্রেডমার্কের অধিকার ব্যবহার প্রতিরোধ করার একচ্ছত্র অধিকার প্রদান করে।

আবেদন ব্যতীল হওয়ার প্রধান কারণগুলো কি কি?

ট্রেডমার্ক নির্বাচনের সময় এটা জানা জরুরি যে, কোন কোন শ্রেণীর চিহ্নগুলো সাধারণত নিবন্ধনের জন্য গ্রহণযোগ্য নয়। ট্রেডমার্ক নিবন্ধনের আবেদনপত্র সাধারণত বাতিল হয় যেসব কারণে, সে কারণগুলোকে সাধারণভাবে বলা 'অ্যাবসলিউট হার্ডস' এবং হার্ডস:

- **জেনেরিক টার্মস:** উদাহরণ হিসেবে, যদি আপনার কোম্পানি চেরার বিক্রির জন্য 'চেরার' নামে ট্রেডমার্ক নিবন্ধিত করতে চায় তাহলে এটা প্রত্যাখ্যাত হতে পারে, কারণ 'চেরার' হচ্ছে এ পণ্যের জেনেরিক নাম।

- **ডেসক্রিপ্টিভ টার্মস:** এগুলো সেই শব্দ যেগুলো পণ্যের বর্ণনা দিতেই ব্যবসায় ব্যবহৃত হয়। উদাহরণ হিসেবে, চকোলেট বাজারজাতের ক্ষেত্রে 'সুইট' নামের ট্রেডমার্কটি প্রত্যাখ্যাত হতে পারে, কারণ এটা পণ্যের বর্ণনা প্রদান করে। আদলে, একটি মাত্র চকোলেট উৎপাদনকারী প্রতিষ্ঠানকে তাদের পণ্য বাজারজাতে 'সুইট' শব্দটির ওপর একচ্ছত্র অধিকার প্রদানের বিষয়টি অন্যায় বলে বিবেচিত হতে পারে। একইভাবে, গুণবাহক বা প্রশংসাসূচক শব্দ যেমন, 'সুগন্ধি', 'বেস্ট', 'ক্লাসিক' বা 'ইনোভেটিভ' ইত্যাদি শব্দগুলোর ব্যাপারেও একই ধরনের অভিযোগ উঠতে পারে, যদি না সেগুলো তিন স্বাতন্ত্র্যমূলক কোনো মার্কের অংশ বিশেষ হয়। এ ক্ষেত্রে, একটি সতর্কতামূলক ঘোষণা অন্তর্ভুক্ত করা প্রয়োজন হতে পারে, যেখানে বলা থাকবে এই মার্কের ই বিশেষ অংশের জন্য কোনো একচ্ছত্র অধিকার চাওয়া হচ্ছে না।

- **ডিসক্রিপ্টিভ ট্রেডমার্কস:** এগুলো সেই ট্রেডমার্ক যা পণ্যের ধরণ, মান বা ভৌগোলিক পরিচিতি বিষয়ে ভেতরকে ধোকা দেয় বা বিভ্রান্ত করে। যেমন, 'কাউ' বা পক্ষী ছবি সম্বলিত একটি ট্রেডমার্কের অধীনে মার্জারিন বিপণনের আবেদন সাধারণত প্রত্যাখ্যাত হবে, কারণ এটা ভোক্তাদের বিভ্রান্ত করার বলে বিবেচিত হবে, যেহেতু ভোক্তার এই মার্ককে দুগ্ধজাতীয় পণ্যের সঙ্গেই মিলিয়ে দেখতে অভ্যস্ত (যেমন, মাখন)।

- **জনশৃঙ্খলা বা নৈতিকতা বিরুদ্ধ বলে বিবেচিত মার্কা:** ধর্ম ও নৈতিকতার সর্বজন গ্রাহ্য নীতি-বিরুদ্ধ বলে বিবেচিত কোনো শব্দ ও অলঙ্কার সাধারণত ট্রেডমার্ক হিসেবে নিবন্ধনের অনুমতি পায় না।

- **পতাকা, কুলচিহ্ন, সরকারি ছাপ, রাষ্ট্র ও আন্তর্জাতিক সংস্থার প্রতীক** যা WPO এর আন্তর্জাতিক ব্যুরোতে অবহিত করা হয়েছে। সাধারণত আলাদাভাবে নিবন্ধনের বাইরে।

আবেদনপত্র 'রিজলিউট হার্ডস'-এ ব্যতীল হয় যখন কোনো ট্রেডমার্কের সঙ্গে পূর্ণপরিমিত কোনো ট্রেডমার্ক অধিকারের বিরোধ ঘটে।

একই ধরনের পণ্যের ক্ষেত্রে হুবহু (বা খুব কাছাকাছি) দুটি ট্রেডমার্ক ভোক্তাদের মাঝে বিভ্রান্তি তৈরি করে। কোন কোন ট্রেডমার্ক অফিস তাদের নিবন্ধন প্রক্রিয়ার নিয়মিত অংশ হিসেবে তাদের করা মার্কার সঙ্গে নিবন্ধিত কোনো ট্রেডমার্ক বা নিবন্ধিত নয় কিন্তু বহুল পরিচিত এমন কোনো মার্কার মিল আছে কি না তা পরীক্ষা করে দেখে। অন্য অফিসগুলো শিল্পে দেখার কাজটি তখনই করে যখন ট্রেডমার্ক প্রকাশের পর তৃতীয় কোনো পক্ষ সেটা চ্যালেঞ্জ করে। তবে, হুবহু বা একই ধরনের পণ্যের যে কোনটির ক্ষেত্রে কোনো ট্রেডমার্ক যদি নিবন্ধিত কোনো ট্রেডমার্কের একেবারে হুবহু নকল বা বিভ্রান্তিকরভাবে কাছাকাছি হয় তাহলে সেই আবেদন প্রত্যাখ্যাত বা বাতিল হবে।

এ কারণে, নিবন্ধিত বা বিদ্যমান কোনো মার্কার ধার কাছাকাছি বলে বিবেচিত হওয়ার ঝুঁকি আছে এমন মার্কাগুলো পরিহার করা বুদ্ধিমানের মত কাজ হবে।

ট্রেডমার্ক নির্বাচন বা তৈরির সময় কোন বিষয়গুলো বিবেচনায় নেয়া উচিত?

উপর্যুক্ত ট্রেডমার্ক নির্বাচন বা তৈরি করা একটা জটিল ধাপ, যেহেতু এটা আপনার ব্যবসায়ের বিপণন কৌশলের একটা গুরুত্বপূর্ণ উপাদান। সুতরাং, আপনার পণ্যের উপযুক্ত ট্রেডমার্ক কী? এক্ষেত্রে আপনাকে কোনো ধরাবাধা নিয়ম নেই। কিন্তু, বাকের প্রধানশর্ত ৫ টি চেকলিস্ট এক্ষেত্রে সহায়ক হতে পারে।

ট্রেডমার্ক নির্বাচনের ক্ষেত্রে ৫ টি চেকলিস্ট

- আপনার পছন্দের ট্রেডমার্ক সব ধরনের আইনগত আবশ্যিকতা পূরণ করছে কি না পরীক্ষা করে দেখুন (আবেদন বাতিল হওয়ার কারণগুলো দেখুন ৭ নং পৃষ্ঠায়)।
- খোঁজ করে নিশ্চিত হোন যে, আপনার ট্রেডমার্ক বিদ্যমান কোনো ট্রেডমার্কের হুবহু নকল বা বিভ্রান্তিকরভাবে কাছাকাছি নয় (১১নং পৃষ্ঠা দেখুন)।
- নিশ্চিত হোন যে, ট্রেডমার্কটি পড়তে, লিখতে, বানান করতে এবং মনে রাখতে সহজ এবং সব ধরনের বিজ্ঞাপনী মাধ্যমের সঙ্গে মানানসই।
- নিশ্চিত করুন যে, ট্রেডমার্ক অনাকাঙ্ক্ষিত অতিরিক্ত দোতালা নেই, হোক সেটা আপনার নিজের ভাষায় বা সম্ভব্য রক্ষতালি বাক্য অঞ্চলের কোনো ভাষায়।
- খোঁজ করে নিশ্চিত হোন যে, নিবন্ধনের জন্য অনুরূপ ডমেইন নেম (ইন্টারনেট ঠিকানা) খালি আছে (ট্রেডমার্ক ও ডমেইন নেম-এর মধ্যকার সম্পর্ক বিষয়ে আরো জানতে দেখুন পৃষ্ঠা ১৯)।

ট্রেডমার্ক হিসেবে এক বা একাধিক শব্দ নির্বাচনের সময় নিশ্চিত ধরনের শব্দ নির্বাচনের ক্ষেত্রে তার ভবিষ্যৎ ফলাফল বিবেচনায় নেয়া উচিত।

- **উদ্ভাবিত বা উদ্ভূত শব্দ** : এ শব্দগুলো হচ্ছে অস্তিত্বহীন বা বাস্তব কোনো অর্থ ছাড়াই উদ্ভাবিত শব্দ। উদ্ভাবিত শব্দগুলো সহজে সুরক্ষা করা যায় কারণ এগুলো স্বতচ্ছায়লক বলে বিবেচিত হওয়ার বেশি সম্ভাবনা থাকে। এর নেতিবাচক দিক হচ্ছে, ভোক্তাদের জন্য এটা মনে রাখা দুল্লার আর পণ্য বিজ্ঞাপিত করতে বেশি পরিশ্রমের প্রয়োজন হয়।

ইন্সট্যান কোডাক কোম্পানির নিবন্ধিত ট্রেডমার্ক হচ্ছে কোডাক।



Kodak

গৌজগো : ইন্সট্যান কোডাক কোম্পানি

- **অর্থনৈতিক মার্কা** : এগুলো এমন শব্দ যার অর্থের সঙ্গে যে পণ্যের বিজ্ঞাপন দেয়া হচ্ছে তার কোনো সম্পর্ক নেই। যদিও এ ধরনের মার্কাগুলো সহজেই সুরক্ষা করা যায়, তবু ভোক্তাদের মনে মাকা ও পণ্যের মাধ্যে যোগসূত্র তৈরি করতে ব্যাপক ভিত্তিক বিজ্ঞাপনী প্রচারণার প্রয়োজন হতে পারে।

উদাহরণ : মোবাইল ফোন বাজারজাতের জন্য ELEPHANT ট্রেডমার্ক।

- **ইঙ্গিতপূর্ণ মার্কা** : এই মার্কাগুলো এমন কিছু মার্কা যেগুলো পণ্যের এক বা একাধিক গুণের প্রতি ইঙ্গিত দেয়। ইঙ্গিতপূর্ণ মার্কার আবেদন হচ্ছে এগুলো বিজ্ঞাপনের একটি ফর্ম হিসেবে কাজ করে। সাধারণ্যে ঝুঁকি হচ্ছে, কোনো কোনো দেশে একটি ইঙ্গিতপূর্ণ মার্কা খুবই বর্ণনামূলক বা তেমনিক্রিপট ভাবে বিবেচিত হতে পারে।

উদাহরণ : বৈদ্যুতিক হিটার বাজারজাতের ক্ষেত্রে 'SUNNY' নামের ট্রেডমার্ক এই ইঙ্গিত দিতে পারে যে, পণ্যটির কাজ হচ্ছে তাপ উৎপন্ন করা এবং আপনার বাড়িকে উষ্ণ রাখা। এক্ষেত্রে, কোনো কোনো ট্রেডমার্ক অফিস এটাকে খুবই বর্ণনামূলক বলে ধরে নিয়ে নিবন্ধন নাও দিতে পারে।

আপনি যে ধরনের মার্কাই পছন্দ করুন না কেন, গুরুত্বপূর্ণ বিষয়টি হচ্ছে বিদ্যমান ট্রেডমার্ক অনুকরণ না করা। প্রতিযোগী প্রতিষ্ঠানের ট্রেডমার্ক থেকে সামান্য এদিক-ওদিক করা মার্কা বা জ্বল বালনে পরিচিত বা নশিত মার্কা নিবন্ধনের সুযোগ খুবই কম।

উদাহরণ : তরুণদের পোশাক সামগ্রীর ক্ষেত্রে EASY WEAR একটি নিবন্ধিত ট্রেডমার্ক। 'EEZY WARE' ট্রেডমার্ক ব্যবহার করে একই বা কাছাকাছি ধরনের পণ্য বিক্রির চেষ্টা করা খুবই অবিবেচকের মত কাজ হবে। কারণ, এটা বিদ্যমান মার্কার সঙ্গে বিভ্রান্তিকরভাবে কাছাকাছি বলে বিবেচিত হবে এবং নিবন্ধনের ক্ষেত্রে প্রত্যাখ্যাত হবে।

ট্রেডমার্ক নিবন্ধন – ধাপে ধাপে

আবেদনকারী

প্রথম ধাপ হিসেবে, আপনাকে যথাধাভাবে ট্রেডমার্ক আবেদনপত্র পূরণ করে পাঠাতে হবে বা জমা দিতে হবে। এখানে অঙ্কিত থাকবে আপনার কোম্পানির যোগাযোগের পূর্ণ ঠিকানা, মার্কার সচিত্র অঙ্করণ (একটি নির্দিষ্ট ফরম্যাট প্রয়োজন হতে পারে), পণ্য ও সেবার বর্ণনা এবং বা কোন শ্রেণীতে আপনার ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠান ট্রেডমার্ক নিবন্ধন লাভে আগ্রহী। সেই সঙ্গে প্রয়োজনীয় ফি পরিশোধ করতে হবে।

যেন রাখেন যে, কিছু ট্রেডমার্ক অফিসে (যুক্তরাষ্ট্র ও কানাডা) ট্রেডমার্ক ব্যবহারের প্রমাণ দাখিল করতে হয় বা আপনার কোম্পানি যে ট্রেডমার্কটি ব্যবহার করতে আগ্রহী সে বিষয়ক একটি ঘোষণা প্রয়োজন হয়। আবেদন প্রক্রিয়া বিষয়ক প্রয়োজনীয় তথ্য আপনি সংশ্লিষ্ট ট্রেডমার্ক অফিস থেকে পেতে পারেন।

ট্রেডমার্ক অফিস

ট্রেডমার্ক অফিসে ট্রেডমার্ক নিবন্ধনের ধাপগুলো এক এক দেশের ক্ষেত্রে এক এক রকম, তবে মোটামুটি তারা একই পদ্ধতি অনুসরণ করে।

আনুষ্ঠানিক পরীক্ষা: আবেদনপত্র প্রশাসনিক বাধ্যবাধকতার সঙ্গে সম্পূর্ণ কি না তা নিশ্চিত হতে ট্রেডমার্ক অফিস আবেদনপত্র পরীক্ষা করে থাকে (যেমন, ফি পরিশোধিত হয়েছে কি না এবং যথাধাভাবে আবেদনপত্র পূরণ করা হয়েছে কি না)।

পরবর্তী অনুসন্ধান: আবেদনপত্র সব ধরনের বাস্তবিক বাধ্যবাধকতার সঙ্গে সম্পূর্ণ কি না তা কোনো কোনো দেশের ট্রেডমার্ক অফিস পরীক্ষা করে দেখে (যেমন, আপনার মার্কটি ট্রেডমার্ক আইন অনুযায়ী নিবন্ধনের তালিকা বহির্ভূত শ্রেণীর অন্তর্ভুক্ত কিনা এবং সংশ্লিষ্ট শ্রেণীতে বিদ্যমান কোনো ট্রেডমার্কের সঙ্গে আবেদনকৃত ট্রেডমার্কের সাদৃশ্য রয়েছে কিনা ইত্যাদি)।

প্রকাশনা ও বিক্রয়িতা: তৃতীয় কোনো পক্ষ যেন প্রয়োজনে একটি নির্ধারিত সময়ের মধ্যে নিবন্ধনের বিরোধিতা করতে পারে এজন্য অনেক দেশে আবেদন করা ট্রেডমার্কটি একটি জার্নালে প্রকাশ করা হয়। কিছু দেশে নিবন্ধনের পর একবারই মাত্র ট্রেডমার্কটি প্রকাশ করা হয়, তবে নিবন্ধন বাতিল আবেদনের জন্য একটি নির্দিষ্ট সময় ধার্য থাকে।

নিবন্ধন: প্রত্যাখ্যান করার কোনো ভিত্তি নেই এ মর্মে সিদ্ধান্ত গ্রহণের পর ট্রেডমার্কটি নিবন্ধন করা হয় এবং নিবন্ধন সনদ ইস্যু করা হয় যা সাধারণত ১০ বছরের জন্য কার্যকর।

নবায়ন: প্রয়োজনীয় নবায়ন ফি প্রদান করে ট্রেডমার্কটি অনির্দিষ্ট সময়ের জন্য নবায়ন করা যেতে পারে, তবে নির্দিষ্ট কিছু পণ্য বা সেবার ক্ষেত্রে নিবন্ধনটি বাতিল হতে পারে যদি না সংশ্লিষ্ট ট্রেডমার্ক আইনে উল্লেখিত সময়ের মধ্যে এই মার্কটি ব্যবহার করা না হয়।

একটি ট্রেডমার্ক নিবন্ধনের জন্য কতদিন প্রয়োজন?

এক দেশে ট্রেডমার্ক নিবন্ধনের সময় এক এক রকম, সাধারণত সময় লাগে ৩ মাস থেকে ২ বছর। এটা নির্ভর করে অন্যান্য অনেক বিষয়ের ওপর, যেমন ট্রেডমার্ক অফিস পরবর্তী অনুসন্ধান পরিচালনা করছে কিনা ইত্যাদি। নিশ্চিত করুন যে, আপনি হাতে সময় নিয়েই নিবন্ধনের জন্য আবেদন করেছেন যেন সংশ্লিষ্ট পণ্য বিপণনে বা বিজ্ঞাপন প্রচারের ক্ষেত্রে যথা সময়ে এটা ব্যবহার করতে পারেন।

ট্রেডমার্ক তৈরি, সুরক্ষা ও ব্যবহারের সঙ্গে কতটা খরচ জড়িত?

ট্রেডমার্ক তৈরি ও নিবন্ধন সংশ্লিষ্ট খরচের উপযুক্ত বাজেট বিবেচনায় নেয়া খুবই গুরুত্বপূর্ণ:

- ট্রেডমার্ক হিসেবে ব্যবহৃত হবে এমন লোগো বা শব্দ তৈরির জন্য খরচ হতে পারে, অধিকাংশ কোম্পানি এই কাজটা আউটসোর্স করে বা অন্য প্রতিষ্ঠানকে দিয়ে করিয়ে নেয়।
- ট্রেডমার্ক অনুসন্ধানের জন্য খরচ হতে পারে (নিচে দেখুন)।
- নিবন্ধন প্রক্রিয়ার কাজে খরচ জড়িত আছে, এটা এক এক দেশে এক এক রকম এবং পণ্যের শ্রেণীর ওপরই নির্ভর করে (অথবা ট্রেডমার্ক শ্রেণী, ১২ নং পৃষ্ঠা দেখুন)।
- আপনার দেশের জাতীয় ট্রেডমার্ক অফিস ট্রেডমার্ক নিবন্ধনের প্রয়োজনীয় খরচের হিসাব জানাতে পারবে।

- নিবন্ধন প্রক্রিয়ায় সহায়তা পেতে যেসব কোম্পানি পেশাদার ট্রেডমার্ক এজেন্ট নিয়োগ করে তাদেরকে অভিজ্ঞ অর্ধ-খরচ করতে হয়, যদিও এতে নিবন্ধন প্রক্রিয়ার সঙ্গে জড়িত সময় বাড়ে।

আপনার পছন্দের ট্রেডমার্কের সঙ্গে অন্য কোনো নিবন্ধিত ট্রেডমার্কের বিরোধ রয়েছে কি না তা কিভাবে জানবেন? ট্রেডমার্ক অনুসন্ধান কী?

ট্রেডমার্ক নিবন্ধনের আবেদনপত্র জমা দেয়ার আগে আপনার নিশ্চিত হওয়া প্রয়োজন যে, প্রয়োজনীয় ট্রেডমার্ক অনুসন্ধানের কাজটি সম্পন্ন হয়েছে। এ কাজটি করা হয় এজন্য যে, আপনি যে ট্রেডমার্কটি ব্যবহার করতে আগ্রহী তা যেন ইতিমধ্যেই হুবহু বা একই ধরনের পণ্যের ক্ষেত্রে অন্য কোনো কোম্পানির মাধ্যমে নিবন্ধিত না হয়ে থাকে।

আপনি এ ক্ষেত্রে নিজেই ট্রেডমার্ক অনুসন্ধানের কাজটি করতে পারেন অথবা ট্রেডমার্ক এজেন্ট নিয়োগ করতে পারেন। জাতীয় ট্রেডমার্ক অফিসের মাধ্যমে (বিনামূল্যে করা যেতে পারে বা ফি প্রয়োজন হতে পারে) অথবা বাণিজ্যিকভাবে পরিচালিত ট্রেডমার্ক ডাটাবেজের মাধ্যমে এ কাজটি করতে পারেন। যে প্রক্রিয়ায় করা হোক না কেন, যেন রাখবেন যে এ জাতীয় ট্রেডমার্ক অনুসন্ধানের কাজটি হচ্ছে প্রাথমিক একটি ধাপ। আপনার পছন্দের ট্রেডমার্কটি যে বিদ্যমান বৈধ-নিবন্ধিত কোনো ট্রেডমার্কের সঙ্গে 'বিন্যাসিকভাবে একই ধরনের' না তা নিশ্চিত করার কাজটি কঠিন হতে পারে। এ কারণে ট্রেডমার্ক অফিসের রীতি আদালতের সিদ্ধান্তের সঙ্গে পরীচিত, একজন অভিজ্ঞ ট্রেডমার্ক এজেন্টের নির্দেশনা খুবই কার্যকর বলে বিবেচিত হতে পারে।

এজেন্টের সহায়তা নেয়ার আগে প্রাথমিক অনুসন্ধানের কাজটি করতে আপনি খোঁজ নিয়ে দেখুন আপনার জাতীয় ট্রেডমার্ক অফিসে অথবা একটি বাণিজ্যিক ডাটাবেজ কোম্পানির। বিনামূল্যের অনলাইন ট্রেডমার্ক ডাটাবেজ রয়েছে কিনা। WIPO'র ওয়েবসাইটে ট্রেডমার্ক ডাটাবেজের একটি তালিকা রয়েছে যার টিকান।

সুবিদ্যে এক পদ্ধতি

আধিকার দেখেই, ট্রেডমার্ক আবেদনপত্র পূরণের সময় আপনাকে পণ্য এবং/বা সেবার নাম উল্লেখ করতে হবে, যে পণ্য বা সেবার ক্ষেত্রে ট্রেডমার্কটি নিবন্ধন করতে ও ধারণ অনুযায়ী সেটাকে শ্রেণীভুক্ত করতে আপনি অগ্রহী। এই শ্রেণীভুক্তকরণের বিষয়টি বলতে এখানে **ট্রেডমার্ক শ্রেণীভুক্তকরণ পদ্ধতি** (ট্রেডমার্ক ক্লাসিফিকেশন সিস্টেম) বোঝাচ্ছে। ট্রেডমার্ক শ্রেণীভুক্তকরণ পদ্ধতি পণ্য বা সেবার ধরণ অনুসারে নিবন্ধিত ট্রেডমার্কগুলোর তথ্য সংরক্ষণের সুবিধা প্রদান করে। এই পদ্ধতি ট্রেডমার্ক ডাটাবেজ থেকে তথ্য অনুসন্ধানের কাজটি সহজ করে দেয়। তবে, যে যে শ্রেণীতে আপনি আপনার ট্রেডমার্ক ব্যবহার করতে অগ্রহী তার সবগুলো শ্রেণীতেই ট্রেডমার্ক নিবন্ধন বেশ জটিল একটি প্রক্রিয়া।

সর্বাধিক ব্যবহৃত শ্রেণীভুক্তকরণ পদ্ধতি হচ্ছে আন্তর্জাতিক ট্রেডমার্ক শ্রেণীভুক্তকরণ পদ্ধতি (শব্দ সংশ্লিষ্ট মার্ক বা ট্রেডমার্ক শ্রেণীভুক্তকরণের তথ্যাক্ষিপ্ত 'নির্মা' সিস্টেম), যেখানে পণ্যের ক্ষেত্রে ৩৪টি শ্রেণী এবং সেবার ক্ষেত্রে আনু ১১টি শ্রেণী রয়েছে। নিম্ন ক্লাসিফিকেশন পদ্ধতি বিষয়ে আরো

www.arbiter.wipo.int/trademark। পণ্য বা সেবার ধরণ অনুসারে ট্রেডমার্কগুলো বিভিন্ন শ্রেণীতে ভাগ করা হয় (আন্তর্জাতিক শ্রেণীভুক্তকরণ পদ্ধতি দেখুন সংযুক্তি ৩-এ)। আপনি এরপর হয়ত ৪টি ভিন্ন ভিন্ন ট্রেডমার্ক শ্রেণী সম্বন্ধে পরিচিত হয়ে উঠবেন।

তথ্য রয়েছে সংযুক্তি ৩-এ। এছাড়া দেখুন www.wipo.int/classification/en/mise/about ওয়েবসাইট।

উদাহরণ:

পণ্য কিভাবে শ্রেণীভুক্ত হয়? একটি উদাহরণ দেয়া যাক। আপনার কোম্পানি যদি ছুরি ও কাঁটা-চামচ বানিয়ে থাকে তাহলে আপনার ট্রেডমার্ক আবেদনপত্র দাখিল করতে হবে শ্রেণী ৮-এ উল্লেখিত অনুরূপ পণ্যের ক্ষেত্রে। যদি, আপনার কোম্পানি একই ট্রেডমার্ক ব্যবহার করে অন্যান্য রান্নাঘর সামগ্রী (যেমন পাত্র, প্যান, পাতিল) বাজারজাত করতে চায় তাহলে আপনাকে শ্রেণী ২১-এ উল্লেখিত অনুরূপ পণ্যের ক্ষেত্রেও ট্রেডমার্কটির নিবন্ধন নিতে হবে। কোনো কোনো দেশে প্রত্যেক শ্রেণীর পণ্যের জন্য আপনাকে আলাদা আলাদা আবেদন করার প্রয়োজন হবে, আবার অন্যদ্য দেশে একটামাত্র আবেদনের মাধ্যমে আপনি কয়েকটি শ্রেণীতে ট্রেডমার্ক নিবন্ধন করতে পারবেন।



ট্রেডমার্ক আবেদন দাখিলের ক্ষেত্রে ট্রেডমার্ক এজেন্টের প্রয়োজন রয়েছে কি?

সাধারণ নিয়ম অনুযায়ী, আধিকার দেখেই ট্রেডমার্ক আবেদনে ট্রেডমার্ক এজেন্ট নিয়োগের বাধ্যবাধকতা নেই; আপনি নিজেই এ আবেদনের কাজটি করতে পারেন। তবে, ট্রেডমার্ক অনুসন্ধানের দক্ষ এবং ট্রেডমার্ক নিবন্ধনের যাবতীয় প্রক্রিয়া সম্পর্কে অরণত একজন ট্রেডমার্ক এজেন্টের সেবা সময় বাঁচাতে সাহায্য করতে পারে। পাশাপাশি এটাও নিশ্চিত করতে পারে যে, উপযুক্ত ট্রেডমার্ক শ্রেণীতে আপনার ট্রেডমার্কটি সংরক্ষণের জন্য আবেদন করা হয়েছে এবং আবেদনপত্র 'অ্যাবসিলিউট হাউডস'-এ প্রত্যাখ্যাত হওয়ার সুযোগ কম। আপনি যদি বিদেশে ট্রেডমার্ক নিবন্ধনের জন্য আবেদন করেন তাহলে **ই দেশে বসবাসকারী একজন ট্রেডমার্ক এজেন্টের সেবা** আপনার প্রয়োজন হতে পারে। সংশ্লিষ্ট মোদা সম্পদ সম্পদ অফিস (সংযুক্তি ২ দেখুন) একজন এজেন্ট নিয়োগের প্রয়োজনীয়তার ব্যাপারে পরামর্শ দিতে পারে এবং অনুমোদিত ট্রেডমার্ক এজেন্টদের তালিকা আপনাকে সরবরাহ করতে পারে।

কতদিনের জন্য আপনার অনুমোদিত ট্রেডমার্কটি সংরক্ষিত?

ট্রেডমার্ক সংরক্ষণের নিয়মে হেরফের থাকলেও আধিকার দেশে নিবন্ধিত ট্রেডমার্ক ১০ বছর পর্যন্ত সুরক্ষিত। সময়ে সময়ে নবায়ন ফি প্রদান করে আনির্দিষ্ট সময়ের জন্য (সাধারণত, পরবর্তী ১০ বছর করে) নিবন্ধন নবায়ন করা যেতে পারে। এক্ষেত্রে আপনার প্রতিষ্ঠানের একজন যেন সময়মত নবায়নের ব্যাপারে দায়িত্বশীল থাকে, শুধুমাত্র নিজের দেশেই নয়, সবগুলো দেশেই, যেখানে আপনার ব্যবসায়িক স্বার্থ রয়েছে।

আইউসিপিএ এর মাধ্যমে ট্রেডমার্ক সৃষ্টি

ট্রেডমার্ক ডিজাইন একটি সৃষ্টিশীল কাজ। আধিকার দেশে একজন উদ্ভাবক তার সৃষ্টিশীল বা শৈল্পিক কাজের স্বত্ব ধারণ করেন, ট্রেডমার্ক ডিজাইন ও সৃষ্টিশীল কাজ একারণে এর স্বত্ব ও শিল্পী বা ডিজাইনারের। এজন্য, ট্রেডমার্ক ডিজাইনের কাজটি আর্জিসোস করা হলে বা অন্য কোনো ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠানের মাধ্যমে করিয়ে নিজে মূল প্রক্রিয়ায় কপিরাইট মালিকানাধার বিষয়টি স্পষ্ট করে উল্লেখ করা প্রয়োজন অথবা ট্রেডমার্কের ওপর স্বত্ব আপনার কোম্পানির সেটা আনুষ্ঠানিকভাবে নিশ্চিত করা প্রয়োজন।

আপনার নিজের দেশে ট্রেডমার্ক নিবন্ধন কি আন্তর্জাতিকভাবে বৈধ?

ট্রেডমার্ক নিবন্ধনের মাধ্যমে প্রাপ্ত আইনগত অধিকার সাধারণত **ই দেশে সীমিত** যে দেশে ট্রেডমার্কটি নিবন্ধিত হয়। সুতরাং, সাধারণ অর্থে আপনার নিজের দেশে নিবন্ধিত একটি ট্রেডমার্কের অধিকার কেবল আপনার নিজের দেশেই সীমাবদ্ধ, যদি না সেই ট্রেডমার্ক খুবই সুপরিচিত মার্কা হিসেবে বিবেচিত হয় (সুপরিচিত মার্কা বিষয়ে আরো তথ্যের জন্য পৃষ্ঠা ১৬ দেখুন)।

বিদেশে আপনার ট্রেডমার্ক সংরক্ষণের বিষয়টি কি বিবেচনা করা উচিত?

আপনার নিজের দেশে ট্রেডমার্ক নিবন্ধনের পেছনে যতগুলো কারণ রয়েছে সেগুলো বিদেশের বাজারে আপনার পণ্য বাজারজাতকরণের ক্ষেত্রেও প্রযোজ্য। এ কারণে, আপনার ট্রেডমার্কটি বিদেশে নিবন্ধনের সুপারিশ করা হচ্ছে, বিশেষ করে যদি অন্য কোনো দেশে তৃতীয় কোনো পক্ষকে আপনি আপনার ট্রেডমার্ক ব্যবহারের লাইসেন্স প্রদান করতে অগ্রহী হন।

স্বাতন্ত্র্যমূলক ট্রেডমার্ক সঞ্চলিত পণ্য রক্ষতালি আপনাদের পণ্যকে বিদেশের বাজারেও পরিচিত হতে সাহায্য করবে, বিদেশি ভোক্তাদের মধ্যে আপনার কোম্পানির সুনাম ও অবমূর্তি সৃষ্টিতে সহায়তা করবে, যেটা উচ্চ মূল্যবাহী অর্জনে ভূমিকা রাখবে।

বিদেশে আপনার কোম্পানির ট্রেডমার্ক

কিভাবে নিবন্ধন করতে পারেন?

নিজের দেশে ট্রেডমার্কটি একবার নিবন্ধনের পর তিনভাবে আপনি আপনার ট্রেডমার্কটি অন্যান্য দেশে নিবন্ধন করতে পারেন :

জাতীয় স্কট : যে সব দেশে আপনার ট্রেডমার্কটি সুরক্ষিত করতে চান সেসব দেশের জাতীয় ট্রেডমার্ক অফিসে ফি প্রদানের মাধ্যমে প্রয়োজ্য আধার আবেদন করা যেতে পারে। আগেই বলা হয়েছে, নিবন্ধনের জন্য কোনো কোনো সময় স্থানীয় একজন ট্রেডমার্ক এজেন্টের সেবা প্রয়োজন হতে পারে।

আঞ্চলিক স্কট : আপনি যদি এসব দেশে আপনার ট্রেডমার্কটি নিবন্ধন করতে চান, যে দেশগুলো একটি আঞ্চলিক ট্রেডমার্ক ব্যবস্থার সদস্য, তাহলে আপনি সংশ্লিষ্ট আঞ্চলিক অফিসে নিবন্ধনের জন্য আবেদন করতে পারেন। এটা সব সদস্য দেশগুলোর ক্ষেত্রে প্রযোজ্য হবে। আঞ্চলিক ট্রেডমার্ক অফিসগুলো হচ্ছে:

- দা আফ্রিকান ইন্ডিয়ান ইন্ডাস্ট্রিয়াল প্রোপার্টি অফিস

- দা বেলেজাম ট্রেডমার্ক অফিস

- দা আফিস ফর দা হারমানাইজেশন অব দা ইউরোনাল মার্কেট অব দা ইউরোপিয়ান ইউনিয়ন

- দা অর্গানাইজেশন আফ্রিকানো দ্যু ল্যা প্রোপার্টি ইউনাইটেড স্টেটস

আন্তর্জাতিক স্কট : আপনার নিজের দেশ যদি মাদ্রিদ সিস্টেম-এর সদস্য হয় এবং আপনার ট্রেডমার্কটি যদি নিজের দেশে কার্যকর করার জন্য নিবন্ধিত বা আবেদন করা হয়, তাহলে আপনি আপনার ট্রেডমার্কটি ৭০টির বেশি দেশে, যারা এ যুক্তির পক্ষ, নিবন্ধনের জন্য মাদ্রিদ সিস্টেম-এর (WIPO পরিচালিত) সহায়তা নিতে পারেন।

মাদ্রিদ সিস্টেম ব্যবহারের সুবিধা

মাদ্রিদ সিস্টেম ব্যবহারের মূল সুবিধা হচ্ছে ট্রেডমার্ক মালিক এই সিস্টেমের পক্ষ বা অংশীদার সবগুলো দেশে নিম্নরূপে নিবন্ধনের আবেদন করতে পারেন:

- একটি মাত্র আন্তর্জাতিক আবেদনপত্র,
- একটি মাত্র ভাষায়,
- ফি ও ডেডলাইনের ওপর নির্ভরশীল।

সুতরাং, একটিমাত্র পত্রটি অনুসরণ করে আন্তর্জাতিক নিবন্ধন সংরক্ষণ ও নবায়নের কাজটি সহজ।

ট্রেডমার্কের আন্তর্জাতিক নিবন্ধন বিষয়ে আরো তথ্য জানতে আপনার দেশের জাতীয় ট্রেডমার্ক অফিস বা WIPO প্রয়েবসাইট দেখুন www.wipo.int/madrid/। সংযুক্তি 8-এ মাদ্রিদ সিস্টেম-এর সদস্য দেশগুলোর তালিকা রয়েছে।

৩. ট্রেডমার্কের ধরণ

ট্রেড মার্কস	একটি নির্দিষ্ট প্রতিষ্ঠান উৎপাদিত নির্দিষ্ট পণ্য আলাদা করতে ব্যবহৃত মার্কা।
সার্ভিস মার্কস	একটি নির্দিষ্ট প্রতিষ্ঠান সরবরাহকৃত নির্দিষ্ট ধরণের সেবা আলাদা করতে ব্যবহৃত মার্কা।
কালেক্টিভ মার্কস	একটি সমিতি বা সংঘের সদস্যদের উৎপাদিত বা সরবরাহকৃত পণ্য বা সেবা আলাদা করতে ব্যবহৃত মার্কা।
স্যাটিফিকেশন মার্কস	এক সেট মানদণ্ডের সঙ্গে সঙ্গতিপূর্ণ পণ্য বা সেবা আলাদা করতে ব্যবহৃত মার্কা এবং একটি সনদ প্রদানকারী প্রতিষ্ঠানের মাধ্যমে সনদ প্রদানকৃত।
ডয়েল-নোন মার্কস	বাজারে সুপরিচিত বলে বিবেচিত মার্কা যেগুলো অতি পরিচিতির কারণে অধিক সুরক্ষিত থাকে।

সার্ভিস মার্কস কি?

একটি সার্ভিস মার্ক ধরণের দিক দিয়ে অনেকটা ট্রেডমার্কের কাছাকাছি। উভয়ই স্বতন্ত্রমূলক: ট্রেডমার্ক এক কোম্পানি থেকে অন্য কোম্পানির পণ্য আলাদা করে, অন্যদিকে সার্ভিস মার্ক সেবার ক্ষেত্রে একই কাজটি করে। সেবা যে কোনো প্রকারের হতে পারে, আর্থিক, ব্যাংকিং, অরণ, বিজ্ঞাপন বা ক্যাটারিং ইত্যাদি। ট্রেডমার্কের মত সার্ভিস মার্কও একই শর্তে নিবন্ধন, নবায়ন, বাতিল, স্বত্ব নিয়োগ এবং লাইসেন্স দেয়া যেতে পারে।

উদাহরণ:



কালেক্টিভ মার্কস কী :

একটি সমবায় বা সমিতি সাধারণত কালেক্টিভ মার্কের মালিক থাকে, যার সদস্যরা এই কালেক্টিভ মার্ক ব্যবহার করে তাদের নিজস্ব পণ্য বাজারজাত করতে পারে। এই কালেক্টিভ মার্ক ব্যবহারের ক্ষেত্রে সমিতি সাধারণত কিছু শর্ত জুড়ে দেয় (যেমন গুণগত মান) এবং স্বতন্ত্র কোনো কোম্পানিকে এই মার্কা ব্যবহারের অনুমতি প্রদান করে যদি সেই কোম্পানি ঐ শর্তগুলো পূরণ করে থাকে। এক গুচ্ছ কোম্পানির পণ্য হৌখভাবে বাজারজাতে কালেক্টিভ মার্ক কার্যকরী হতে পারে, যখন তারা ভোক্তাদের কাছে তাদের নিজস্ব পণ্য শনাক্ত করতে বা প্রধান পরিবেশকদের মাধ্যমে পরিচালনা করতে কষ্টকর পরিস্থিতির মুখোমুখি হন।

উদাহরণ : মেলিন্ডা কালেক্টিভ মার্ক ব্যবহার করে ইতালির আলো ডি নন এবং আলো ডি সোল'র ১৬টি আপেল উৎপাদনকারী সমন্বয় সমিতির ৫২০০ জন সদস্য যারা ১৯৮৯ সালে মেলিন্ডা কনসোর্টিয়াম প্রতিষ্ঠিত করে।



সৌজনে : মেলিন্ডা কনসোর্টিয়াম

সার্টিফিকেশন মার্কস কি?

নির্দিষ্ট গুণমানের সঙ্গে সম্পত্তি রক্ষা করলেই কেবল **সার্টিফিকেশন মার্ক** প্রদান করা হয়, তবে এই মার্ক সদস্য প্রতিষ্ঠানের মধ্যে সীমাবদ্ধ নয়। যে কেউ এই মার্ক ব্যবহার করতে পারে যদি তার পণ্য প্রতিষ্ঠিত বা নির্ধারিত মান অর্জন করে থাকে। অধিকাংশ দেশে কালেক্টিভ মার্ক ও সার্টিফিকেশন মার্কের মধ্যে প্রধান তফাৎটা হচ্ছে কালেক্টিভ মার্ক ব্যবহার করে নির্দিষ্ট একগুচ্ছ কোম্পানি, যেমন সমিতির সদস্যরা, অন্যদিকে সার্টিফিকেশন মার্ক যে কেউ ব্যবহার করতে পারে যদি কোনো কোম্পানি সার্টিফিকেশন মার্কের মালিক নির্ধারিত গুণমান পূরণ করে থাকে। সার্টিফিকেশন মার্কের ক্ষেত্রে অবশ্যক হচ্ছে সনদপ্রাপ্তির যোগ্যতা, অর্থাৎ

যে প্রতিষ্ঠান নিবন্ধনের জন্য আবেদন করছে সেই প্রতিষ্ঠান নির্দিষ্ট পণ্যের ক্ষেত্রে 'সনদপ্রাপ্তির যোগ্য'।

উদাহরণ : উলমার্ক সিম্বল বা প্রতীক হচ্ছে উলমার্ক কোম্পানির নিবন্ধিত ট্রেডমার্ক। উলমার্ক হচ্ছে মান নিয়ন্ত্রণের প্রতীক, ধরে নেয়া হয়, যে পণ্যে এই প্রতীক রয়েছে তা শতভাগ নতুন উলের তৈরি এবং উলমার্ক কোম্পানি নির্ধারিত গুণমান নিদেশনার সঙ্গে সঙ্গতিপূর্ণ। এটা বিশ্বের ১৪০টি দেশে নিবন্ধিত এবং ৬৫টি দেশে এই গুণমান পূরণ করতে সক্ষম এমন উৎপাদকদের এই লাইসেন্স প্রদান করা হয়েছে।



সৌজনে : দ্য উলমার্ক কোম্পানি

সুপরিচিত মার্কস কি?

একটি দেশের উপযুক্ত কর্তৃপক্ষের কাছে খুবই পরিচিত মার্কগুলো **ওয়েল-নোন মার্ক** (সুপরিচিত মার্ক) হিসেবে বিবেচিত। সুপরিচিত মার্কগুলো সাধারণত বেশি সুরক্ষিত। উদাহরণ হিসেবে, একটি নির্দিষ্ট অঞ্চলে সুপরিচিত মার্কগুলোর দাবি খুবই সুরক্ষিত, এমনকি যদি সেগুলো নিবন্ধিত নাও হয়ে থাকে।

সাধারণত ছব্বছ বা একই ধরনের পণ্যের ক্ষেত্রে বিভ্রান্তিমূলকভাবে কাছাকাছি মার্কা ব্যবহারের বিরুদ্ধে ট্রেডমার্ক সুরক্ষিত থাকে, কিন্তু সুপরিচিত মার্কগুলো সুরক্ষিত থাকে যদি অন্য পণ্যের ক্ষেত্রেও বিভ্রান্তিকরভাবে কাছাকাছি বা একই ধরনের মার্কা ব্যবহার করা হয়, তবে এটা সম্ভব যদি নির্দিষ্ট শর্তপূরণ করা হয়। এই দু'ই সুরক্ষার প্রধান উদ্দেশ্য হচ্ছে একটি সুপরিচিত মার্কার যাতে চড়া প্রতিহত করা এবং তাদের সুনাম বা খ্যাতির সম্ভাব্য ক্ষতি প্রতিরোধ করা।

উদাহরণ : ধরা যাক 'ওয়াডারকোলা' একটি বিখ্যাত কোমাল পানীয়ের ট্রেডমার্ক।

ওয়াডারকোলা ইনক. এর সব দেশে তার মার্কার সুরক্ষা পারে সেসব দেশে সুপরিচিত মার্কা শক্তভাবে সুরক্ষিত এবং যেখানে এই মার্কাটি কোমাল পানীয়ের ক্ষেত্রে সুপরিচিত।

সম্পর্কহীন পণ্য বা সেবার ক্ষেত্রেও এ সুরক্ষার সুবিধা পাওয়া যাবে। ধরা যাক, আরেকটি কোম্পানি টি-শার্ট থেকে সানগ্রাস পর্যন্ত বাজারজাত করে এবং ওয়াডারকোলা মার্কা ব্যবহার করে এগুলো বাজারে ছাড়ার সিদ্ধান্ত নিয়েছে, এ কাজটি করতে এই কোম্পানিকে ওয়াডারকোলা ইনক-এর অনুমতি নিতে হবে অন্যথায় ট্রেডমার্ক অপিকার অপেক্ষা জন্ম তার মাঝারি মুঠোখুঁচি হতে পারে।

৪. ট্রেডমার্ক ব্যবহার

ব্যবহার না করে কোনো ট্রেডমার্ক কি নিবন্ধন করা যায়?

ট্রেডমার্ক ব্যবহার করার আগে আপনি নিবন্ধনের জন্য আবেদন করতে পারেন, কিন্তু কোন কোন দেশ আনুষ্ঠানিকভাবে এটা নিবন্ধন করার না যদি না আপনি এটা ব্যবহারের প্রমাণ দাখিল করতে পারেন (যেমন, যুক্তরাষ্ট্র)। এছাড়া, অধিকাংশ ক্ষেত্রে নিবন্ধনের পর একটি নির্দিষ্ট সময় পর্যন্ত (সাধারণত ৩ থেকে ৫ বছর) ব্যবহার করা না হলে ট্রেডমার্ক নিবন্ধক তা বাতিল করতে পারেন। এর অর্থ হচ্ছে ট্রেডমার্কের ওপর আপনি অধিকার হারাবেন।

TM বা ®?

ট্রেডমার্কের পর ®, TM, SM বা সমগোত্রীয় প্রতীক ব্যবহার বাধ্যতামূলক নয় এবং এটা সাধারণত অতিরিক্ত কোনো আইনগত অধিকার প্রদান করে না। তবু, এই নির্দিষ্ট প্রতীক বা চিহ্নটা যে ট্রেডমার্ক তা অন্যদের বোঝানোর সহজ উপায় হচ্ছে এটা। এটা হতে পারে সম্ভাব্য ভঙ্গকারী ও জালিয়াতদের সতর্ক করার একটি পদ্ধতি। একবার একটি ট্রেডমার্ক নিবন্ধিত হয়ে গেলে ® প্রতীকটি ব্যবহার করা হয়, অন্যদিকে TM-এর অর্থ হচ্ছে নির্দিষ্ট এই প্রতীকটি একটি ট্রেডমার্ক। আর SM কখনও কখনও সার্ভিস মার্ক হিসেবে ব্যবহৃত হয়।

বিজ্ঞাপনে আপনার ট্রেডমার্ক কীভাবে ব্যবহার করা উচিত?

একটি নির্দিষ্ট ডিজাইন বা ফন্টে যদি আপনার ট্রেডমার্ক নিবন্ধিত হয় তাহলে নিশ্চিত করবেন যে যেভাবে ট্রেডমার্কটি নিবন্ধিত হয়েছে সেভাবেই হেন ব্যবহৃত হয়। এটা নিয়মিত তদারকি করবেন, কারণ আপনার কোম্পানির পণ্যের অবমূর্তির জন্য এটা গুরুত্বপূর্ণ। ক্রিপস বা নামপদ হিসেবে ট্রেডমার্ক ব্যবহার পরিহার করা উচিত, ভোক্তাদের কাছে যেন সেটা জেনেরিক টার্ম হিসেবে প্রতীয়মান না হয়।

তিনি তিন পণ্যের জন্য কি একই ট্রেডমার্ক ব্যবহার করা যায়?

একটি কোম্পানির তিন তিন পণ্যের ক্ষেত্রে সাধারণত তিন তিন ট্রেডমার্ক ব্যবহৃত হয়। প্রতিটি কোম্পানি তাদের ব্র্যান্ডিং কৌশলের ওপর নির্ভর করে সিদ্ধান্ত নেবে কোন কাজটি তারা করবে: যাবতীয় পণ্যের জন্য একই ট্রেডমার্ক ব্যবহার করবে, না কি প্রতিটি পণ্যের জন্য আলাদা আলাদা মার্কা ব্যবহার করবে।

একটি নতুন পণ্যকে বিদ্যমান ব্র্যান্ডের আওতাভুক্ত করার মাধ্যমে নতুন পণ্যটি হ্র মার্কার অবমূর্তি ও সুনাম থেকে লাভবান হয়। তবে, নতুন পণ্যের ক্ষেত্রে সুনির্দিষ্ট ও সঙ্গতিপূর্ণ একটি নতুন মার্কা ও লাভজনক বলে বিবেচিত হতে পারে এবং কোম্পানি নতুন ভোক্তাশ্রেণীকে লক্ষ্য করে হ্র পণ্যটি ছাড়তে পারে। যেমন শিশু, কিশোর/যুবক ইত্যাদি বা নতুন পণ্যের জন্য একটি নির্দিষ্ট অবমূর্তি তৈরি করতে পারে। অনেক কোম্পানি একটি বিদ্যমান ব্র্যান্ডের সঙ্গে নতুন একটি ব্র্যান্ড ব্যবহারের সিদ্ধান্ত অনেকসময় নিয়ে থাকে (যেমন NUTELLA® সাধারণত FERRERO-GI এর সঙ্গে ব্যবহৃত হয়)।



নুটেশা ®। সৌজন্যে: ফেররো এস.পি.এ.

এক একটি কোম্পানি এক এক ধরনের কৌশল ব্যবহার করে। আপনি যেটাই গ্রহণ করুন না কেন এটা নিশ্চিত করা প্রয়োজন যে, আপনার ট্রেডমার্ক সব শ্রেণীর পণ্য বা সেবার জন্য নিবন্ধিত, যেসব পণ্য বা সেবার ক্ষেত্রে এটা ব্যবহৃত হয় বা হবে।

ইন্টারনেটে ট্রেডমার্ক ব্যবহারের সময় কি কি বিষয় বিবেচনায় নেয়া প্রয়োজন?

ইন্টারনেটে ট্রেডমার্কের ব্যবহার বিতর্কিত আইনগত সমস্যার জন্ম দিয়েছে, যার সহজ বা সমজাতীয় কোনো সমাধান নেই। ট্রেডমার্ক অধিকার অঞ্চলগত, এই আইনগত রীতি একটি গুরুত্বপূর্ণ সমস্যার জন্ম দেয় (অর্থাৎ যে দেশ বা অঞ্চলে ট্রেডমার্কটি ব্যবহৃত হচ্ছে সেখানেই কেবল এটা সুরক্ষিত), অন্যদিকে ইন্টারনেটের আওতা বিশ্বব্যাপী। এটাই সমস্যা তৈরি করে যখন তিন তিন দেশের ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠানের মধ্যে হুবহু অথবা কাছাকাছি কোনো পণ্য বা সেবার ক্ষেত্রে হুবহু এক বা বিস্মিতকরভাবে কাছাকাছি ট্রেডমার্কের বিরোধ নিষ্পত্তির প্রশ্ন দেখা দেয়। কারণ, প্রত্যেকেই নিজ নিজ দেশে বেহতাবেই হ্র ট্রেডমার্কের নিবন্ধন পেরিয়েছে। এক্ষেত্রে আইনি ব্যবস্থা এখনও উন্নয়নের পর্যায়ে রয়েছে এবং বিরোধ নিষ্পত্তির ক্ষেত্রে এক এক দেশে এক এক পদ্ধতি অনুসরণ করা হয়ে থাকে।



ডমেইন নেম কি এবং ট্রেডমার্কের সঙ্গে এটা কীভাবে সম্পর্কিত?

ট্রেডমার্ক ও ডমেইন নেমের মধ্যে বিরোধ আরেকটি গুরুত্বপূর্ণ সমস্যা। ডমেইন নেম হচ্ছে ইন্টারনেট ঠিকানা এবং ওয়েবসাইট খুঁজে বের করার কাজে এটি সবসময় ব্যবহৃত হয়। যেমন wipo.int ডমেইন নামটি ব্যবহার করা হয় www.wipo.int এই ঠিকানায় WIPO'র ওয়েবসাইট খুঁজে পাবার কাজে।

সময়ের সাথে সাথে ডমেইন নেম ব্যবসায়িক পরিচয় হিসেবে জায়গা করে নিয়েছে এবং প্রায়শ এটা ট্রেডমার্কের সঙ্গে বিরোধের মুখোমুখি হয়। অধিকাংশ সময় জাতীয় আইন বা আদালত অন্য একটি কোম্পানি বা ব্যক্তির ট্রেডমার্ককে ডমেইন নেম হিসেবে নিবন্ধনকে ট্রেডমার্ক আইনের লঙ্ঘন বলে বিবেচনা করে, যা সাইবার ক্ষোষটিং বলে অধিক পরিচিত। যদি এটা ঘটে, তাহলে আপনার প্রতিষ্ঠানকে কেবল ডমেইন নেম পরিবর্তন বা বাতিল করতে হবে না, বিশাল অঙ্কের ক্ষতিপূরণ বা জরিমানাও প্রদান করতে হতে পারে। সুতরাং, এটা গুরুত্বপূর্ণ যে, আপনি এমন একটি ডমেইন নেম নির্বাচন করবেন যেটা অন্য কোনো কোম্পানির ট্রেডমার্ক, বিশেষ করে সুপরিচিত ট্রেডমার্ক নয়।

একটি বিশেষ ট্রেডমার্ক ইতিমধ্যেই সুরক্ষিত আছে কি না তা খুঁজে পেতে আপনি সরাসরি জাতীয় বা আঞ্চলিক ট্রেডমার্ক অফিসে যোগাযোগ করতে পারেন, এমনি প্রতিষ্ঠানের প্রায় সবগুলোই ইন্টারনেটের মাধ্যমে অনুসন্ধানযোগ্য ডাটাবেজ পরিচালনা করে। WIPO'র www.arbiter.wipo.int/trademark/ এই ওয়েবসাইটে এ ধরনের ডাটাবেজের তালিকা রয়েছে।

অন্যদিকে, ডমেইন নেম হিসেবে যদি আপনার ট্রেডমার্কটি ব্যবহৃত হয় বা অন্য কোনো ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠান যদি এটা ব্যবহার করে থাকে তাহলে এ জাতীয় অবৈধ ব্যবহার বন্ধ করতে বা আপনার কোম্পানির অধিকার ভঙ্গের বিষয়টি সুরাহা করতে আপনি পদক্ষেপ নিতে পারেন। এই ধরনের পরিস্থিতিতে, ডমেইন নেম বিরোধ নিষ্পত্তির একটি দারুন সমাধান হচ্ছে WIPO'র অত্যন্ত জনপ্রিয় অনলাইন প্রশাসনিক কার্যক্রমালী ব্যবহার, যেটা www.arbiter.wipo.int/domains/ এই ঠিকানায় পাওয়া যাবে। WIPO'র এই ওয়েবসাইটে রয়েছে একটি নমুনা অভিযোগ এবং ডমেইন নেম মামলার হাজার হাজার তালিকা, যেগুলোর সমাধান ইতিমধ্যেই হয়েছে।

অন্য কোম্পানির কাছে আপনার ট্রেডমার্ক কি লাইসেন্স দেয়া যেতে পারে?

অন্য কোম্পানির কাছে ট্রেডমার্ক লাইসেন্স দেয়া যায়। এক্ষেত্রে, ট্রেডমার্ক মালিক এর মালিকানা ধরে রাখেন এবং এক বা একাধিক কোম্পানির কাছে ট্রেডমার্ক ব্যবহারের সম্মতি দিয়ে থাকেন। রয়্যালটির ভিত্তিতে এটা নির্ধারিত হয় এবং

দ্রৈতমার্ক মালিকের সম্মতি প্রয়োজন হয়, যেটা সাধারণত আনুষ্ঠানিক লাইসেন্সিং চুক্তিতে উল্লেখ থাকে। লাইসেন্স প্রদানকারী বুজির ধরনের ওপর নির্ভর করে লাইসেন্স গ্রহীতার ওপর কিছু মাত্রার নিয়ন্ত্রণ রাখেন, যেন একটি নির্দিষ্ট গুণমান সবসময় বজায় থাকে।

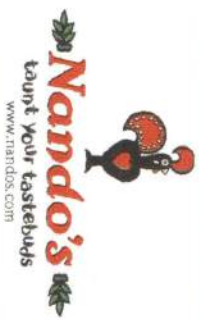
বাহ্যে, বিস্তৃত পরিসরের লাইসেন্সিং বুজির আওতায় দ্রৈতমার্ক লাইসেন্সিংয়ের বিষয়টিও প্রায়শ মঞ্জুর করা হয়ে থাকে। যেমন, ফ্রাঞ্চাইজিং বুজি বা একটি নির্দিষ্ট পণ্য উৎপাদনের জন্য পোটেন্ট, কারিগরী জ্ঞান বা কিছু মাত্রায় কারিগরী সহায়তাসহ অন্যান্য মেধা সম্পদের লাইসেন্সিং বুজি।

ফ্রাঞ্চাইজিং বুজির সঙ্গে দ্রৈতমার্কের সম্পর্ক কী?

একটি দ্রৈতমার্কের লাইসেন্সিং হচ্ছে ফ্রাঞ্চাইজিং বুজির মূল বিষয়। ফ্রাঞ্চাইজিং চুক্তিতে ফ্রাঞ্চাইজ গ্রহীতার ওপর দ্রৈতমার্ক মালিকের নিয়ন্ত্রণের মাত্রা সাধারণত দ্রৈতমার্ক লাইসেন্সিং বুজির চেয়ে বেশি। ফ্রাঞ্চাইজিংয়ের ক্ষেত্রে ফ্রাঞ্চাইজ প্রদানকারী নির্দিষ্ট নির্দেশনার ভিত্তিতে এবং রয়্যালটি বা ক্ষতিপূরণের বিনিময়ে তার ব্যবসার পদ্ধতি আরেক ব্যক্তিকে (ফ্রাঞ্চাইজ গ্রহীতা) ব্যবহারের অনুমতি প্রদান করেন (এর মধ্যে রয়েছে দ্রৈতমার্ক, কারিগরী জ্ঞান, গ্রাহক সেবা, সফটওয়্যার, সাজসজ্জা ইত্যাদি)।

উদাহরণ : মুরপির মাংস দিয়ে তৈরি খাবার বিক্রি করতে এমন একটি হোটেল পরিচালিত হচ্ছে NANDOS দ্রৈতমার্কের অধীনে। এ জাতীয় খাবার প্রস্তুত ও বিক্রি একটি পদ্ধতি উন্নয়ন করেছে তারা, যা বিশাল পরিমাণে বিক্রি হয় এবং এক্ষেত্রে সমজাতীয় একটি পদ্ধতি অনুসরণ করা হয়।

এই পদ্ধতির মধ্যে রয়েছে অনেকগুলো উপাদান যা NANDOS রেফ্রুটেরেটের ব্যবসায়িক সাফল্যে অবদান রেখেছে। এগুলোর মধ্যে রয়েছে রেসিপি, খাবার প্রস্তুতের পদ্ধতি যেটা সবসময় একই মান ধরে রেখেছে, কর্মীদের প্রশিক্ষণের ডিজাইন, ত্বনের ডিজাইন, মোড়কের ডিজাইন এবং ব্যবস্থাপনা ও হিসাবরক্ষণ পদ্ধতি। NANDOS তার জ্ঞান ও অভিজ্ঞতা ফ্রাঞ্চাইজ গ্রহীতার কাছে হস্তান্তর করে এবং স্থানীয় ফ্রাঞ্চাইজ গ্রহীতাদের ওপর তদারকি ও নিয়ন্ত্রণের অধিকার বজায় রাখে। ফ্রাঞ্চাইজিং বুজির একটি প্রধান উপাদান হচ্ছে ফ্রাঞ্চাইজ গ্রহীতা NANDOS দ্রৈতমার্ক ব্যবহারের অনুমতি পারে ও তা ব্যবহারে বাধ্য থাকবে।



সৌজন্য : ন্যান্ডাস গ্রুপ হোল্ডিংস লিঃ

অন্য কোনো কোম্পানির কাছে দ্রৈতমার্ক হস্তান্তর বা বিক্রয়ে কোনো বাধা-নিষেধ রয়েছে কি?

যে ব্যবসা প্রতিষ্ঠান বর্তমানে ট্রেড মার্কের মালিক তাদের স্বাধীনভাবে দ্রৈতমার্ক বিক্রয় বা স্বত্ব নিয়োগ বিষয়টি দিন দিন সম্ভবপর হয়ে উঠছে। বিক্রয় বা স্বত্ব নিয়োগ ক্ষেত্রে দ্রৈতমার্ক অফিসে বুজির একটি কপি বা এর অংশবিশেষ জমা দেয়ার প্রয়োজন হতে পারে।

আপনার দ্রৈতমার্কের যাবতীয় খুঁটিনাটি পরিবর্তনগুলো কি নিবন্ধনের প্রয়োজন?

অনেক দ্রৈতমার্ক অত্যন্ত জনপ্রিয় দ্রৈতমার্ক হলে অনেক দ্রৈতমার্ক সামান্য পরিবর্তিত হয়েছিল বা সময়ের সঙ্গে কোম্পানির অবমূল্য আধুনিকায়নে কিছুটা নতুন তবে আবির্ভূত হয়েছে বা একটি নতুন বিজ্ঞাপনী মাধ্যমে অভিযোজিত হয়েছে। মার্ক পরিবর্তন বা অভিযোজক করা যেতে পারে, তবে আপনার কোম্পানিকে এক্ষেত্রে সতর্ক হতে হবে এবং নির্দিষ্ট পরিবর্তনের ক্ষেত্রে নতুন আবেদন দাখিল ও কি প্রয়োজন হবে কি না সে বিষয়ে সংশ্লিষ্ট দ্রৈতমার্ক অফিস বা একজন দ্রৈতমার্ক এজেন্টের সঙ্গে পরামর্শ করতে হবে।



৫. দ্রৈতমার্ক কার্যকরীকরণ

অনুমতি ছাড়া যদি কেউ আপনার দ্রৈতমার্ক ব্যবহার করে তাহলে কি পদক্ষেপ নেয়া প্রয়োজন?

দ্রৈতমার্ক কার্যকর করার দায় প্রধানত দ্রৈতমার্ক মালিকের। দ্রৈতমার্ক মালিক হিসেবে আপনাকে খুঁজে বের করতে হবে কোথাও কোনো লঙ্ঘনের ঘটনা ঘটছে কি না এবং দ্রৈতমার্ক অধিকার কার্যকরীকরণে কি পদক্ষেপ নেয়া যেতে পারে তা নির্ভর করে আপনার কোম্পানির ওপর।

আপনি যদি মনে করেন কেউ আপনার দ্রৈতমার্ক অধিকার লঙ্ঘন করছে তাহলে একজন বিশেষজ্ঞের পরামর্শ নিন। আপনার নিজের দেশে বা প্রতিবেশী দেশগুলোতে জালিয়াতি বা লঙ্ঘনের বিরুদ্ধে পদক্ষেপ গ্রহণের তথ্য প্রদানের ক্ষেত্রে একজন মেধা সম্পদ আইনজ্ঞ হতে পারেন উপযুক্ত ব্যক্তি। পাশাপাশি কিভাবে আপনার অধিকার বাস্তবায়ন করা যায় সে বিষয়েও তিনি পরামর্শ দিতে পারেন।

আপনি যদি দ্রৈতমার্ক অধিকার লঙ্ঘনের শিকার হন, তাহলে প্রথম পদক্ষেপ হিসেবে অভিযুক্ত লঙ্ঘনকারীর কাছে চিঠি (সাধারণত পরিত্রিত 'সিজ অ্যান্ড ডিসিস্ট' পত্র হিসেবে) পাঠিয়ে একটি সম্ভাব্য সংঘাতের ব্যাপারে তাকে অবগত করতে পারেন। এ ধরনের চিঠি লিখতে একজন দ্রৈতমার্ক আইনজীবীর সহায়তা নেয়ার সুপারিশ করা হচ্ছে।

যদি আপনার মনে হয় ট্রেডমার্ক অধিকার লঙ্ঘনের এ ব্যাপারটি **ইচ্ছাকৃত** এবং এ ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠানের অবস্থান যদি আপনার জানা থাকে, তাহলে একজন ট্রেডমার্ক আইনজীবীর সহায়তায় তদ্বিশি ও বাজায়ত্তের আদেশ নিয়ে (সাধারণত, আদালত বা পুলিশের কাছ থেকে) এ কোম্পানি বা ব্যক্তিকে আগে থেকে না জানিয়েই একটি ব্যক্তি অভিযান পরিচালনা করা যেতে পারে।

বিচারিক কর্তৃপক্ষের কাছে এই ট্রেডমার্ক লঙ্ঘনকারী বাধ্য হবে ট্রেনব ব্যক্তির পরিচয় প্রকাশ করতে যারা জাল পণ্য বা সেবা উৎপাদন ও বিতরণের সঙ্গে জড়িত এবং একইসঙ্গে জানা যাবে তাদের বিতরণ নোটওয়ার্ক। জালিয়াতির বিরুদ্ধে কার্যকর পদক্ষেপ নেয়ার আপনার আদেশের ভিত্তিতে বিচারিক কর্তৃপক্ষ এ মর্মে আদেশ দিতে পারেন যে, জাল পণ্য ও উৎপাদন ধ্বংস করা হোক বা কোনো প্রকার ক্ষতিপূরণ ছাড়াই বাজায়ত্ত করা হোক।

জাল ট্রেডমার্ক সম্বলিত পণ্যের আয়দানি প্রত্যক্ষরূপে অনেক দেশে ট্রেডমার্ক মালিক জাতীয় ঙ্ক কর্তৃপক্ষের মাধ্যমে আন্তর্জাতিক সীমান্তে প্রয়োজনীয় ব্যবস্থা নিতে পারেন। ট্রেডমার্ক মালিক হিসেবে আপনার কোম্পানি সীমান্তে ঙ্ক কর্তৃপক্ষের সহায়তা নিতে পারেন, অর্থাৎ জাল পণ্য সংশ্লিষ্ট দেশে ছড়িয়ে পড়ার আগেই এ ব্যবস্থা নেয়া যেতে পারে। ঙ্ক কর্তৃপক্ষের সহায়তা নিতে হয়ত নির্ধারিত কি আদান করতে হতে পারে। আপনারকে এজন্য সংশ্লিষ্ট ঙ্ক কর্তৃপক্ষের সঙ্গে যোগাযোগ করতে হবে।

কিছু কিছু ক্ষেত্রে, ট্রেডমার্ক অধিকার লঙ্ঘন মোকাবেলার কার্যকর পদ্ধতি হচ্ছে **সালিশ-নিষ্পত্তি বা মধ্যস্থতা**। আদালত প্রক্রিয়ার চেয়ে সালিশ-নিষ্পত্তি খানিকটা কম আনুষ্ঠানিক, এ পদ্ধতিতে সময় লাগে কম এবং কম খরচে মীমাংসায় পৌঁছানো যায়। এছাড়া সালিশ-নিষ্পত্তির মাধ্যমে চূড়ান্ত করা বিষয় আন্তর্জাতিকভাবে সহজেই কার্যকর করা যায়। মধ্যস্থতার সুবিধা হচ্ছে বিরোধ নিষ্পত্তি প্রক্রিয়ায় উভয় পক্ষের নিয়ন্ত্রণ থাকে। এ প্রক্রিয়া আরেকটি প্রতিষ্ঠানের সঙ্গে ভালো ব্যবসায়িক সম্পর্ক ধরে রাখতে সহায়তা করে, যাদের সঙ্গে আপনার কোম্পানি ভবিষ্যতে সহযোগিতার সম্পর্ক গড়ে তোলার আশা করে। সালিশ-নিষ্পত্তি এবং মধ্যস্থতা বিষয়ে আরো তথ্যের জন্য www.arbiter.wipo.int/ এই টিকানায় দেখুন WIPO'র সালিশ-নিষ্পত্তি ও মধ্যস্থতা কেন্দ্র।

সংযুক্তি ১- সহায়ক ওয়েবসাইট

আরো তথ্যের জন্য :

- ব্যবসায়িক দৃষ্টিকোণ থেকে মেধা সম্পদ ইস্যু www.wipo.int/sme
 - সাধারণভাবে ট্রেডমার্ক সম্পর্কিত বিষয় www.wipo.int/labout-ip
 - www.ina.org (International Trademark Association)
 - ট্রেডমার্ক নিবন্ধন সংশ্লিষ্ট বাস্তব দিকগুলো বিষয়ে দেখুন সংযুক্তি ২ বা www.wipo.int/directory/en/urls.jsp
 - মার্কর আন্তর্জাতিক নিবন্ধনের জন্য মাদ্রিদ সিস্টেম www.wipo.int/madrid
 - নিম্ন চুক্তির অধীনে মার্কা নিবন্ধনের উদ্দেশ্যে পণ্য ও সেবার আন্তর্জাতিক শ্রেণীভুক্তকরণ www.wipo.int/classifications (under Nice Agreement)
 - ভিয়েনা চুক্তির অধীনে মার্কর অলঙ্কারিক উপাদান বিষয়ে আন্তর্জাতিক শ্রেণীভুক্তকরণ www.wipo.int/classifications (under Vienna Agreement)
 - ট্রেডমার্ক ও ডমেইন নামের মধ্যে বিরোধ এবং ডমেইন নামের ক্ষেত্রে বিরোধ নিষ্পত্তি কার্যবিধি www.arbiter.wipo.int/domains
 - www.icann.org
- ইন্ডাস্ট্রিয়াল প্রোপার্টি বা শিল্প সম্পদ অফিস কর্তৃক বিশ্বব্যাপী পরিচালিত অনলাইন ট্রেডমার্ক ডাটাবেজের তালিকা পাওয়া যাবে www.arbiter.wipo.int/trademark -এ সাইটে।

সংযুক্তি ২- ইন্টারনেট ঠিকানা জাতীয় ও আঞ্চলিক যোগাযোগ সম্পদ

আফ্রিকান যোগাযোগ সম্পদ সংস্থা	www.oapi.wipo.net
আলজেরিয়া	www.inapi.org
আলবেনিয়া	www.alpto.gov.al
আনডোরা	www.onpa.ad
আর্জেন্টিনা	www.inpi.gov.ar
অস্ট্রেলিয়া	www.ampatent.org
অস্ট্রিয়া	www.ipaustralia.gov.au
বাংলাদেশ	www.patent.bmvil.gov.bd
বার্মিংহাম	www.gulf-patent-office.org.sabahrainframe.html
বেলজিয়াম	www.caipo.org
বেলজিয়াম	www.belgospatent.org/english/about/history.html
বেলজিয়াম	www.mineco.fgov.be
বেলজিয়াম	www.belipo.biz
বেলগারাম	www.boip.int
বেলজিয়াম	www.oapi.wipo.net
বেলজিয়াম	www.senapi.gov.bo
বর্তমান	www.aripo.org
বর্তমান	www.inpi.gov.br
বর্তমান	www.bpo.bg
বর্তমান	www.oapi.wipo.net
বর্তমান	www.oapi.wipo.net
বর্তমান	www.oapi.wipo.net
বর্তমান	www.moc.gov.kh
বর্তমান	www.oapi.wipo.net
বর্তমান	www.opic.gc.ca
বর্তমান	www.oapi.wipo.net
বর্তমান	www.oapi.wipo.net
বর্তমান	www.dpi.cl
বর্তমান	www.sipo.gov.cn
বর্তমান	www.ipd.gov.hk
বর্তমান	www.economia.gov.mo
বর্তমান	www.satic.gov.cn
বর্তমান	www.sic.gov.co
বর্তমান	www.oapi.wipo.net
বর্তমান	www.registronacional.go.cr

কুই ভু আইভার	www.oapi.wipo.net
ক্রোয়েশিয়া	www.dzlv.hr
কিউবা	www.oapi.cu
সাইপ্রাস	www.mcit.gov.cy/mcit/drcor/drcor.nsf
চেক প্রজাতন্ত্র	www.upv.cz
ডেনমার্ক	www.oapi.wipo.net
ডেনমার্ক	www.dkpto.dk
ডেনমার্ক	www.seic.gov.donapi
ফিনল্যান্ড	www.egypo.gov.eg
এক সালভাদর	www.cri.gobds.sv
এক সালভাদর	www.epa.ee
এক সালভাদর	www.eapo.org
ইউরেনিয়াম পেন্টেক অফিস	www.oami.eu.int
ইউরোপিয়ান ইউনিয়ন (অফিস ফর হারমোনাইজেশন ইন দ্য ইন্টারন্যাশনাল মার্কেট- OHIM)	www.pth.fi
ফ্রান্স	www.inpi.fr
ফ্রান্স	www.oapi.wipo.net
ফ্রান্স	www.arpo.org
ফ্রান্স	www.sakpatenti.org.ge
ফ্রান্স	www.dpma.de
ফ্রান্স	www.aripo.org
ফ্রান্স	www.obl.gr
ফ্রান্স	www.sic.gob.hn/pintelec/indice.htm
ফ্রান্স	www.mszh.hu/english/index.html
ফ্রান্স	www.patent.is/focal/webguard.nsf/key2/indexeng.html
ফ্রান্স	www.ipindia.nic.in
ফ্রান্স	www.dgip.go.id
ফ্রান্স	www.patentoffice.ie
ফ্রান্স	www.justice.gov.il
ফ্রান্স	www.ubm.gov.it
ফ্রান্স	www.jipo.gov.jp
ফ্রান্স	www.jpo.go.jp
ফ্রান্স	www.mti.gov.jo
ফ্রান্স	www.kazpatent.org/english
ফ্রান্স	www.aripo.org
ফ্রান্স	www.gulf-patent-office.org.ssa

লাও পিপল'স ডেমোক্রেটিক রিপাবলিক

লাটভিয়া

লেবানন

লেসোটো

লিচেনস্টেইন

লিথুনিয়া

লুক্সেমবার্গ

মালগারি

মালদেব

মালি

মোক্কো

মোনাকো

মন্টেনেগ্রো

মরক্কো

মोजাম্বিক

নাইবিয়া

নেপাল

নেদারল্যান্ডস

নিউজিল্যান্ড

নাইজার

নরওয়ে

ওমান

পানামা

পেরু

ফিলিপাইনস

পোল্যান্ড

পورتুগাল

কাতার

রিপাবলিক অব কোরিয়া

রিপাবলিক অব মলদোভা

রুম্যানিয়া

রাশিয়ান ফেডারেশন

সেইন্ট ভিনসেন্ট অ্যান্ড দা গ্রেনাজাইনস

সৌদি আরব

সেনেগাল

সার্বিয়া

www.steala.wipo.net

www.lrv.lv

www.economy.gov.lb

www.aripo.org

www.european-patent-office.org

www.vpb.lt

www.etat.lulec

www.aripo.org

www.mipo.gov.my

www.oapi.wipo.net

www.lmpi.gob.mx

www.european-patentoffice.org/patlib/country/morocco

www.yupat.sv.gov.yu

www.ompic.org.ma

www.aripo.org

www.aripo.org

www.jp.np.wipo.net

www.octroiceentrum.nl

www.iponz.govt.nz

www.oapi.wipo.net

www.patentstyret.no

www.gulf-patent-office.org.sa

www.digepri.gob.pa

www.indecopi.gob.pe

www.ipophi.gov.ph

www.business.gov.pl/intellectual,property,protection,90.htm

www.inpi.pt

www.gulf-patent-office.org.sa

www.kipo.go.kr

www.agepi.md

www.osim.ro

www.rupio.ru

192.1.161.62.govt/cipoi/index.asp

www.gulf-patent-office.org.sa

www.oapi.wipo.net

www.yupat.sv.gov.yu

সিয়েরা লিওন

সিঙ্গাপুর

স্লোভাক রিপাবলিক

স্লোভেনিয়া

সোমালিয়া

দক্ষিণ আফ্রিকা

স্পেন

সুদান

সোয়াজিল্যান্ড

সুইডেন

সুইজারল্যান্ড

সিরিয়ান আরব রিপাবলিক

তাজিকিস্তান

থাইল্যান্ড

www.aripo.org

www.ispo.gov.sg

www.indprop.gov.sk

www.ull-sipo.sk/Default.htm

www.aripo.org

www.cipro.gov.za

www.oepm.es

www.aripo.org

www.aripo.org

www.prv.se

www.ige.ch

www.himaya.net

www.tipat.org

www.ipthailand.org

www.ippo.gov.mk

www.oapi.wipo.net

www.ipo.gov.th/home.asp

www.inorpl.ind.in

www.turkpatent.gov.tr

www.eapo.org

www.aripo.org

www.sdp.gov.ua

www.gulf-patent-office.org.sa

www.patent.gov.uk

www.aripo.org

www.uspto.go

www.dnpi.gub.uv

www.patent.uz

www.sapi.gov.ve

www.most.org.ye

www.aripo.org

www.aripo.org

দৃষ্টব্য : হালনাগাদ তথ্যের জন্য দেখুন www.wipo.int/members/en এবং www.wipo.int/directory/en/urfs.jsp

সংযুক্তি ৩- নিম্ন ক্লাসিফিকেশন

নিম্ন হস্তির অধীনে ট্রেডমার্ক নিবন্ধনের জন্য পণ্য ও সেবার আন্তর্জাতিক শ্রেণীভুক্তকরণ পণ্যসমূহ

১. শিল্প কারখানা, বিজ্ঞান, আলোকচিত্র, কৃষি, উদ্যানবিদ্যা এবং অরণ্যে ব্যবহৃত রাসায়নিক দ্রব্য; অপ্রক্রিয়াজাত কৃত্রিম রজন, অপ্রক্রিয়াজাত প্লাস্টিক; সার; অগ্নি নির্বাপক উপাদান; টেম্পারিং ও সোল্ডারিং প্রিপারেশন, খাদ্যদ্রব্য সংরক্ষণে রাসায়নিক উপাদান; চামড়া পাকা করার উপাদান; শিল্প কারখানায় ব্যবহৃত আঠা।
২. রঙ, বার্নিশ; জং প্রতিরোধে ও কাঠের ক্ষয় রোধে ব্যবহৃত প্রিজারভেটিভ; কালার্যান্টস; মডারেটস; অপারিশোবিভ প্রাকৃতিক রজন; ফয়েলে ব্যবহৃত ধাতু এবং চিক্নিশ্লী, ডেকোরেটর, ছাপাখানা এবং শিল্পীদের ব্যবহৃত পাউডার।
৩. ব্রিচিং প্রিপারেশন ও থোলাই কাজে ব্যবহৃত অন্যান্য বস্তু; ধোয়ামোছা, পালিশ, ঘষামাজা এবং এররাসিভ প্রিপারেশন; সাবান, সুগন্ধি দ্রব্য, তেল, ঝসাধনী, হেয়ার লোশান; দাঁতের মাজন।
৪. শিল্প কারখানায় ব্যবহৃত তেল ও গ্রিজ; লুব্রিকেট; বাইন্ডিং প্রিপারেশন; জ্বালানি ও আলোক স্ক্রবক; নোমাবাতি এবং প্রদীপের সলভেট।
৫. ফার্মাসিউটিক্যালস ও ডেটোরিনারি প্রিপারেশন; চিকিৎসার উদ্দেশ্যে স্যানিটারি প্রিপারেশন; চিকিৎসা কাজে অভিযোজিত পঞ্চা ব্যবস্থা বিষয়ক বস্তু, শিশুরের খাদ্য; গ্লাসটার, ড্রেসিং উপাদান; দাঁত গজানো বন্ধে ব্যবহৃত উপাদান, দন্ত চিকিৎসায় ব্যবহৃত সোম; ডিসইনফেক্ট্যান্ট; অনিষ্টকর পোকামাকড়/জীবজন্তু, ফাঙ্গাস নিধনের প্রিপারেশন।
৬. সাধারণ ধাতু ও এর খাদ; ধাতু নির্মাণের উপাদান; স্থানান্তরযোগ্য ধাতব ত্বনন; রেলগাইন নির্মাণে ব্যবহৃত ধাতু; বিন্দু অপরিবাহী তার এবং সাধারণ ধাতুর তার; লোহার কারবার, ধাতব যন্ত্রাংশের ক্ষুদ্র ক্ষুদ্র সামগ্রী; ধাতব পাইপ ও টিউব; সিন্দুক; অন্য কোনো শ্রেণীতে অন্তর্ভুক্ত নয় এমন সাধারণ ধাতুর সামগ্রী; আকারিক।
৭. শেশন ও শেশন টুল; মোটার ও ইঞ্জিন (ছুঁম উপযোগী যান ব্যতীত); মেশিন সংযোজক বস্তু ও সম্ভচার উপাদান (ছুঁম উপযোগী যান ব্যতীত); কৃষিতে ব্যবহৃত হাতে চালিত নয় এমন যন্ত্র; ড্রাম ড্রা দেয়ার ইনফিউরেটর।
৮. হাতে চালনা উপযোগী যন্ত্র; ছুরি কাঁটা-চামচ সামগ্রী; রেজার।
৯. বৈজ্ঞানিক, নৌচালনা সম্পর্কিত, জরীপ কাজে ব্যবহৃত, আলোকচিত্র ও চিত্রধারণে ব্যবহৃত, অপটিক্যাল, ওজনযন্ত্র, পরিমাপক, সংকেত প্রদানের কাজে ব্যবহৃত, পরীক্ষাকারে ব্যবহৃত (ভেনারিকি), জীনন বাঁচাতে ও শিষ্কাকাজে ব্যবহৃত সামগ্রী ও যন্ত্র; বিন্দু সঞ্চালন, রূপান্তর, সংগ্রহ ও নিয়ন্ত্রণের কাজে ব্যবহৃত সামগ্রী ও যন্ত্র; শব্দ ও ছবি ধারণ, বিতরণ বা পুনরুৎপাদনে ব্যবহৃত সামগ্রী, মাগনেটিক ডেটা ক্যারিয়ার, রেকর্ডিং ডিস্ক; স্বয়ংক্রিয় ডেভিং মেশিন এবং কয়েন বা মুদ্রা পরিচালিত

সামগ্রীর কৃৎকোশল; ক্যাশ রেজিস্টার, গণনা যন্ত্র, তথ্য প্রক্রিয়াজাত যন্ত্র এবং কম্পিউটার;

অগ্নিনির্বাপক যন্ত্র।

১০. সার্জিক্যাল, মেডিকেল, ডেন্টাল ও ডেটোরিনারি সামগ্রী ও যন্ত্র, কৃত্রিম পা, চোখ এবং দাঁত; অর্থোপেডিক সামগ্রী; ক্ষতস্থান সেলাহিয়ার সামগ্রী।
১১. আলো প্রজ্জ্বলন, তাপ উৎপাদন, বাষ্প উৎপাদন, রান্না, সংরক্ষণ, শুকানো, বায়ুচালনা, পানি সরবরাহ এবং স্যানিটারি উদ্দেশ্যে ব্যবহৃত সামগ্রী।
১২. যানবাহন; জন, স্থল ও অত্বরীক্ষ উপযোগী যানের সামগ্রী।
১৩. অ্যাম্বুল্যান্স; গোলবারকদ এবং স্কেনারক; বিস্ফোরক; আভসবাজি।
১৪. মূল্যবান ধাতু ও এর খাদ এবং মূল্যবান ধাতুর তৈরি পণ্য বা মূল্যবান ধাতুর আবেরণ দিয়ে তৈরি পণ্য যা অন্য কোনো শ্রেণীভুক্ত নয়; অলংকার, মূল্যবান পাথর; যাড়ি নির্মাণ সংশ্লিষ্ট যন্ত্র ও সূক্ষ্ম সময়নিরূপক সামগ্রী।
১৫. সঙ্গীত সংশ্লিষ্ট যন্ত্রপাতি।
১৬. কাগজ, কার্ডবোর্ড এবং এসব উপাদানে তৈরি পণ্য যা অন্য কোনো শ্রেণীভুক্ত নয়; ছাপানো সামগ্রী; বই বাঁধাই সামগ্রী; আলোকচিত্র; স্টেশনারি; স্টেশনারির কাজে বা বাড়িতে ব্যবহারযোগ্য আঠা; শিল্পীদের উপাদান; পেইন্ট ব্রাশ; টাইপরাইটার এবং অফিস স্টেশনারি (আসবাব ব্যতীত); শিক্ষা ও প্রশিক্ষণ কাজে ব্যবহৃত উপাদান (সামগ্রী ব্যতীত); মোড়কজাতকরণে ব্যবহৃত প্লাস্টিক উপাদান যা অন্য কোনো শ্রেণীতে অন্তর্ভুক্ত নয়; ছাপার হরফ; ছাপার রুক।
১৭. রাবার, গাটাপাটা জাতীয় রাবার, অ্যাসবেস্টজ জাতীয় খনিজ পদার্থ, অদ্র এবং এসব উপাদান দিয়ে তৈরি পণ্য যা অন্য কোনো শ্রেণীতে অন্তর্ভুক্ত নয়; উৎপাদনের জন্য ব্যবহৃত প্লাস্টিকের ছাঁচ; প্যাকিং ও বিন্দু অপরিবাহী সামগ্রী, ধাতুর তৈরি নয় এমন নখনীয় পাইপ।
১৮. চামড়া ও কৃত্রিম চামড়া এবং এসব উপাদান দিয়ে তৈরি পণ্য যা অন্য কোনো শ্রেণীভুক্ত নয়, পঙ্কর চামড়া, ছাল; ট্রাঙ্ক ও ক্রমণের ব্যাগ; ছাতা, বোদনিবারক ছাতা ও হাঁটার ছড়ি; চাবুক, ঘোড়ার সপে গাড়ি জুড়ে দেয়ার সরঞ্জাম এবং পর্যাপকার সামগ্রী।
১৯. নির্মাণ সামগ্রী (অধাতু); ত্বনের জন্য অধাতু দিয়ে তৈরি পাইপ; অ্যাসফল্ট, পিচ ও বিটুমিন; অধাতু নিয়ে নির্মিত স্থানান্তরযোগ্য বাড়ি, সৌধ যা ধাতুর তৈরি নয়।
২০. আসবাব, অয়না, ছবির ফ্রেম; কাঠ, কর্ক, নল খাগড়া, বেত, চট্টা, শিঁ, হাড়, আইজরি, ত্রিধির হাড়, সিন্দুক, অ্যামবার, মুক্কা, ষ্বেতমৃত্তিকা এবং এসব উপাদানের বিকল্প বা প্লাস্টিকের বিকল্প উপাদানে তৈরি পণ্য যা অন্য কোনো শ্রেণীভুক্ত নয়।
২১. গৃহকর্ষ বা রান্নাঘর সামগ্রী এবং পাত্র মূল্যবান ধাতু দিয়ে তৈরি নয় বা এ জাতীয় ধাতুর আবেরণযুক্ত নয়; চিক্নি ও স্পঞ্জ; ব্রাশ (পেইন্ট ব্রাশ ব্যতীত); ব্রাশ তৈরির উপাদান; ধোয়ামোছার উদ্দেশ্যে ব্যবহৃত সামগ্রী; ইস্পাতের ফালি; কার্কারহীন বা সামান্য কার্কার্শ সম্বলিত কাঁচ (ত্বনে ব্যবহৃত কাঁচ ব্যতীত); কাঁচের সামগ্রী, পোসিলিন এবং মাটির তৈরজপত্র যা অন্য কোনো শ্রেণীভুক্ত নয়।

২২. দড়ি, মৃত্তা, জাল, তালু, চাঁদেয়া, তপেপলিন, বস্ত্র এবং ব্যাগ (অন্য কোনো শ্রেণীভুক্ত নয়); প্যাড সামগ্রী (সাঁতার বা স্পোর্টসক ব্যতীত); অপ্রক্রিয়াজাত আশালো বস্ত্রশিল্প সামগ্রী।
২৩. বস্ত্রশিল্পে ব্যবহৃত মৃত্তা।
২৪. বস্ত্রশিল্প ও বস্ত্রশিল্প সামগ্রী যা অন্য কোনো শ্রেণীভুক্ত নয়; বিছানা ও টেবিলের চাপর।
২৫. পোশাক, জুতা, মাথায় ব্যবহার্য সামগ্রী।
২৬. ফিতা ও এম্ব্রয়ডারি, রিবন ও বিলুনি; বোতাম, হুক, পিন, সুই; কৃত্রিম ফুল।
২৭. কার্পেট, গালিচা, ম্যাট ও ম্যাটিং, লাইনোলিয়াম ও মোহর ঢাকার অন্যান্য কপড়; দেয়ালে ঝুলানোর সামগ্রী (বস্ত্রজাত নয়)।
২৮. খেলাধুলার সামগ্রী; জিমন্যাস্টিক এবং ক্রীড়া সংশ্লিষ্ট সামগ্রী, যা অন্য কোনো শ্রেণীভুক্ত নয়; ক্রিসমাসট্রি সাজানোর সরঞ্জাম।
২৯. মাংস, মাছ, পোলাট্রি; মাংসের নির্মাস; শুকনো ও রান্না করা ফলমূল ও শাকসবজি; জেলি, জ্যাম; ডিম, দুধ এবং দুগ্ধজাত সামগ্রী; তৈজ্য তেল ও চর্বি।
৩০. কার্ফি, চা, কোকা, চিনি, চালা, শর্করাজাতীয় খাদ্য, সাণ্ড, কৃত্রিম কার্ফি; আটা এবং নিরিয়াল থেকে তৈরি প্রিগারেশন, রুটি, পেট্রি ও কনফেকশনারি, বরফ, মধু, গুড়, স্কন্ট, বেকিং পাউডার; লবণ; সারিমা; ভিনেগার, সস; মরিচ; ইত্যাদি।
৩১. কৃষিজাত, উদ্যানজাত ও বনজ পণ্য এবং শস্য যা অন্য কোনো শ্রেণীভুক্ত নয়; জীবন্ত পশু; তরতাজা ফল ও শাকসবজি; বীজ, প্রাকৃতিক গাছ ও ফুল; পত্খাদ্য, মর্চ।
৩২. বিয়ার; বনিজ ও বায়বায়িত পানি এবং অন্যান্য নন-অ্যালকোহলিক পানীয়; ফলজাত পানীয় ও রস; সিরাপ এবং কোমল পানীয় বস্ত্রের অন্যান্য প্রিপারেশন।
৩৩. অ্যালকোহলিক বেসভারেজ (বিয়ার ব্যতীত)।
৩৪. তামাক; ধূমপান সামগ্রী; ম্যাচ।

সেবাসমূহ

৩৫. বিজ্ঞাপন; ব্যবসায় ব্যবস্থাপনা; ব্যবসায় প্রকাশন; অফিস কার্যদি।
৩৬. বীমা; আর্থিক বিষয়, অর্থসংক্রান্ত বিষয়; রিয়েল এস্টেট সংশ্লিষ্ট বিষয়।
৩৭. ভবন নির্মাণ; সংস্কার; স্থাপনা সেবা।
৩৮. টেলিযোগাযোগ।
৩৯. যানবাহন; পণ্য মোড়কজাত ও সংরক্ষণ, ভ্রমণ আয়োজন।

৪০. ম্যাটেরিয়াল রক্ষণাবেক্ষণ।
৪১. শিক্ষা; প্রশিক্ষণ; বিনোদন; ক্রীড়া ও সাংস্কৃতিক কার্যক্রম।
৪২. বৈজ্ঞানিক ও প্রযুক্তিক সেবা, গবেষণা ও এ সংশ্লিষ্ট ডিজাইনিং; শিল্প সংশ্লিষ্ট বিপ্লবণ ও গবেষণা সেবা; কম্পিউটার হার্ডওয়্যার ও সফটওয়্যার ডিজাইন ও উন্নয়ন; আইনগত সেবা।
৪৩. খাদ্য ও পানীয় সরবরাহ সেবা; অস্থায়ী আবাসন সেবা।
৪৪. চিকিৎসা সেবা; ভেটেরেনারি সেবা; মানুষ বা প্রাণীর জন্য সৌন্দর্য সেবা; কৃষি, উদ্যান এবং বনজ সেবা।
৪৫. ব্যক্তির প্রয়োজন মেটাতে অন্যান্যদের প্রদানকৃত ব্যক্তিগত ও সামাজিক সেবা; জান-মাল সুরক্ষায় নিরাপত্তা সেবা।

জানুয়ারি, ২০০৬-এ নিম্ন চুক্তির পক্ষ ছিল ৭৩টি দেশ। ট্রেডমার্ক নিবন্ধনের উদ্দেশ্যে দেশগুলো নিম্ন শ্রেণীভুক্তকরণ পদ্ধতি প্রণয়ন ও প্রয়োগ করছে।

দ্রষ্টব্য : হালনাগাদ তথ্যের জন্য দেখুন

www.wipo.int/classifications/fulltext/nice8/en/main.htm
এবং www.wipo.int/madrid/contact.html ওয়েবসাইট।

সংযুক্তি ৪

মাদ্রিদ ইউনিয়নের সদস্য

(জানুয়ারি ২০০৬ পর্যন্ত)

- আলবেনিয়া (এ অ্যান্ড পি)
আলজেরিয়া (এ)
অ্যান্টিগুয়া ও বারবুডা (পি)
আর্মেনিয়া (এ অ্যান্ড পি)
অস্ট্রেলিয়া (পি)
অস্ট্রিয়া (এ অ্যান্ড পি)
আজারবাইজান (এ)
বাইরুইন (পি)
বেলারুশ (এ অ্যান্ড পি ১)
বেলজিয়াম* (এ অ্যান্ড পি)
ভুটান (এ অ্যান্ড পি)
বসনিয়া ও হার্জেগোভিনা (এ)
বুলগেরিয়া (এ অ্যান্ড পি)
চীন (এ অ্যান্ড পি)
ক্রোয়েশিয়া (এ)
কিউবা (এ অ্যান্ড পি)
সাইপ্রাস (এ অ্যান্ড পি)
চেক রিপাবলিক (এ অ্যান্ড পি)
ডোমোক্রাটিক রিপাবলিক অব-
কোরিয়া (এ অ্যান্ড পি)
ডেনমার্ক (পি)
মিশর (এ)
এস্তোনিয়া (পি)
ইউরোপিয়ান কমিউনিটি (পি)
ফিনল্যান্ড (পি)
ফ্রান্স (এ অ্যান্ড পি)

- জর্জিয়া (পি)
জার্মানি (এ অ্যান্ড পি)
গ্রিস (পি)
হাঙ্গেরি (এ অ্যান্ড পি)
আইসল্যান্ড (পি)
ইরান (ইসলামিক রিপাবলিক অব) (এ অ্যান্ড পি)
আয়ারল্যান্ড (পি)
ইতালি (এ অ্যান্ড পি)
জাপান (পি)
কাজাখস্তান (এ)
কেনিয়া (এ অ্যান্ড পি)
কিরগিস্তান (এ)
লাটভিয়া (এ অ্যান্ড পি)
লেসোথো (এ)
লিথুয়েনিয়ান (এ অ্যান্ড পি)
লিম্বুনিয়া (পি)
লুক্সেমবার্গ* (এ অ্যান্ড পি)
মোনাকো (এ অ্যান্ড পি)
মঙ্গোলিয়া (এ অ্যান্ড পি)
মার্কেনেগ্রো (এ অ্যান্ড পি)
মরক্কো (এ অ্যান্ড পি)
মেক্সিকো (এ অ্যান্ড পি)
নামিবিয়া (এ অ্যান্ড পি)
নেদারল্যান্ডস* (এ অ্যান্ড পি)
নরওয়ে (পি)
পোল্যান্ড (এ অ্যান্ড পি)
পর্তুগাল (এ অ্যান্ড পি)
রিপাবলিক অব কোরিয়া (পি)

- রিপাবলিক অব মলদোভা (এ অ্যান্ড পি)
রুমানিয়া (এ অ্যান্ড পি)
রাশিয়ান ফেডারেশন (এ অ্যান্ড পি)
স্যান মারিনো (এ)
সার্বিয়া (এ অ্যান্ড পি)
সিয়েরা লিওন (এ অ্যান্ড পি)
সিঙ্গাপুর (পি)
স্লোভাকিয়া (এ অ্যান্ড পি)
স্লোভেনিয়া (এ অ্যান্ড পি)
স্পেন (এ অ্যান্ড পি)
সুদান (এ)
সোয়াজিল্যান্ড (এ অ্যান্ড পি)
সুইডেন (পি)
সুইজারল্যান্ড (এ অ্যান্ড পি)
নিরিয়ান আরব রিপাবলিক (এ অ্যান্ড পি)
তাজিকিস্তান (এ)
মেসোডোনিয়া (এ অ্যান্ড পি)
তুরস্ক (পি)
তুর্কমেনিস্তান (পি)
ইউক্রেন (এ অ্যান্ড পি)
যুক্তরাজ্য (পি)
যুক্তরাষ্ট্র (পি)
উজবেকিস্তান (এ)
ভিয়েতনাম (এ)
জাম্বিয়া (পি)

(এ) অর্থ হচ্ছে এ মুক্তির একটি পক্ষ
(পি) অর্থ হচ্ছে এ খটোকলের একটি পক্ষ

* বেলজিয়াম, লুক্সেমবার্গ বা নেদারল্যান্ডস
আলাদাভাবে স্বরক্ষার আবেদন না করে এই
বিভাগে বিবেচনা করে (বেলগিকার) আবেদন
করে পরস্পর বা স্বতন্ত্র ফি প্রদানের ওপর।

দ্রষ্টব্য :

হালনাগাদ তথ্যের জন্য দেখুন www.wipo.int/madrid/en/members/ ওয়েবসাইট।