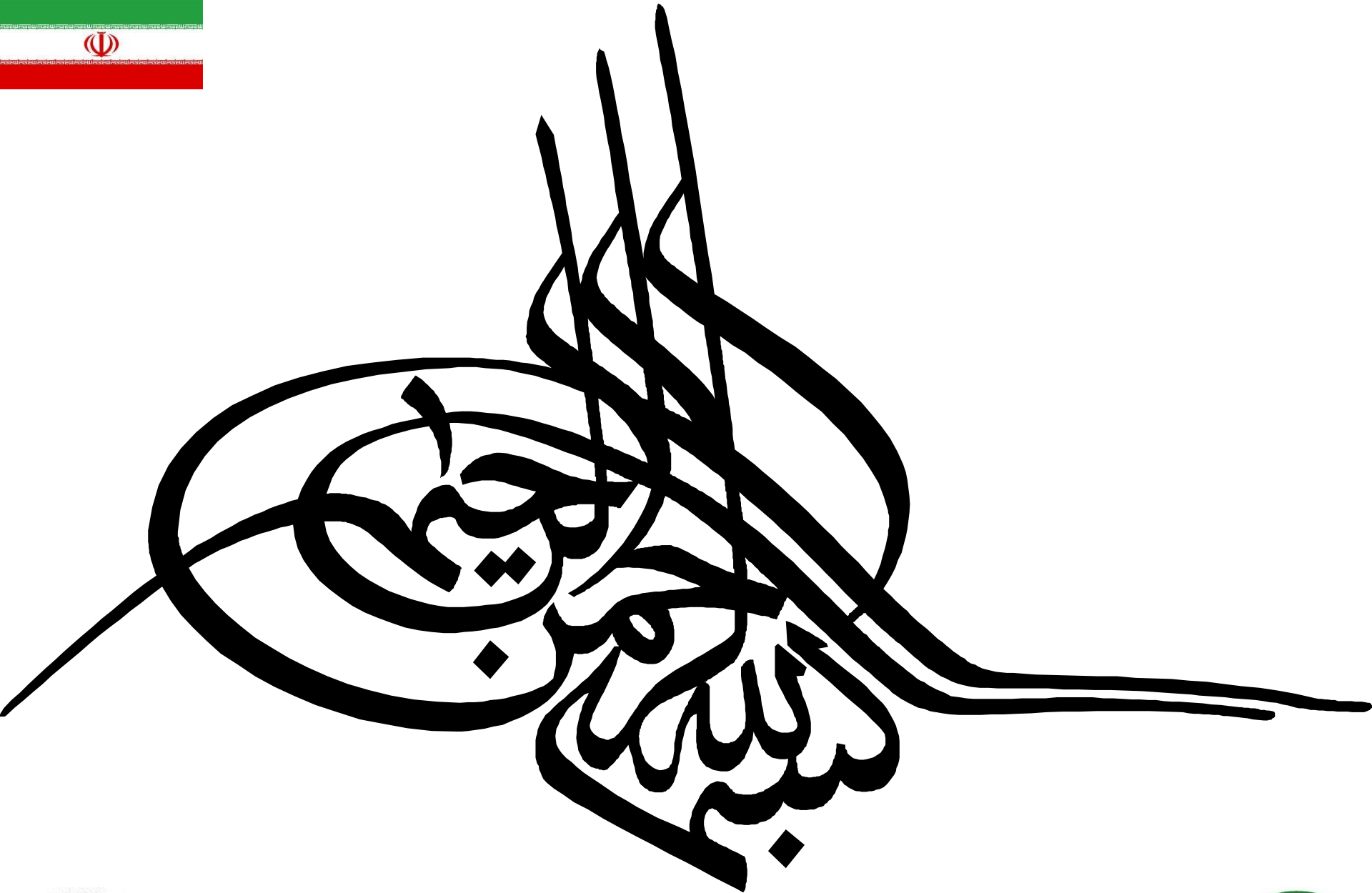




نظام میراث کشاورزی مهم جهانی (GIAHS) تجربیات جهان و ایران در خصوص علایم تجاری جمعی



شهره سلطانی
محمداصادق آزمندیان
کارگاه مشترک موسسه با دفتر برنامه ریزی، هماهنگی و حمایت از حقوق مالکیت صنعتی، دانش
سنتی و منابع ژنتیک وزارت دادگستری

۱۵ آبان ۱۴۰۱

برنامه کارگاه

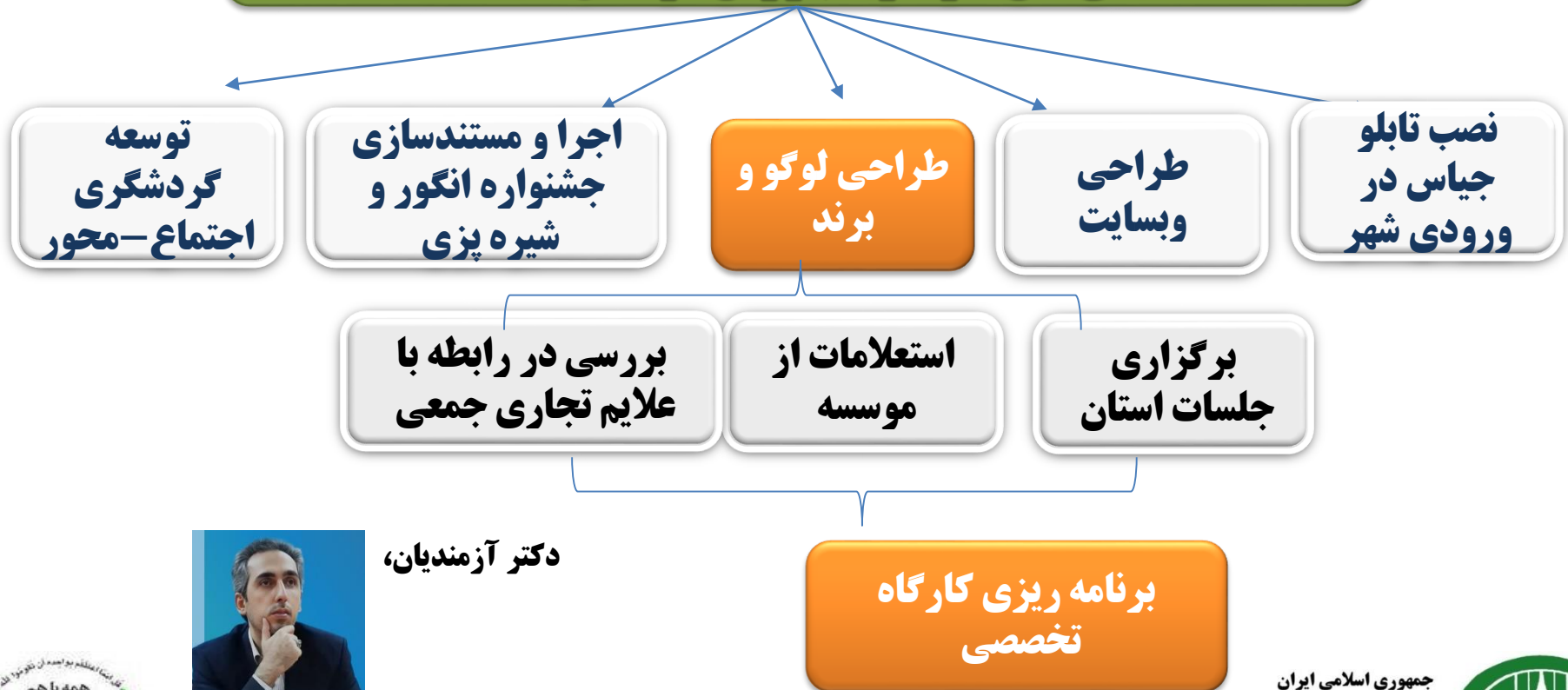
- ☐ مقدمه، بیان اهداف و انتظارات از برگزاری کارگاه
- ☐ علایم و نشانهای تجاری، حقوق مالکیت دانش سنتی
- ☐ روند ثبت علایم تجاری جمعی و بهره مندی کلیه اجزای جامعه از منافع علامت تجاری
- ☐ موضوعات حقوقی مربوط به طراحی، ثبت و بهره برداری از علامت تجاری جمعی در ایران
- ☐ تجارب جهانی در خصوص توسعه علایم تجاری در سایتهای جیاس
- ☐ آثار عملیاتی توسعه علایم تجاری بر تولید، بازاریابی، توسعه گردشگری، ارتقای کیفیت محصولات و توسعه دانش اجتماعات محلی



برنامه ریزی مشارکتی برای طراحی لوگو جیاس در دره جوزان شهرستان ملایر
طراحی چشم انداز آینده، شناسایی ذینفعان، نحوه مشارکت ذینفعان، نحوه ثبت و تجاری سازی لوگو، چالشهای آینده و نحوه غلبه بر چالشها

اهمیت کارگاه

اجرای برنامه عملیاتی پروپوزال تولید انگور و فرآورده های آن در دره جوزان از سال ۱۳۹۹



دکتر آزمندیان،

اهداف کارگاه

اهداف بلندمدت

— بهره مندی محصولات سایت و گروههای تولید کننده از مزایای علامت تجاری جمعی

— شناخته شدن علامت تجاری جیاس ملایر در سطح ملی و بین المللی

— توسعه بازار و رونق تجاری محصولات در سایت جیاس دره جوزان ملایر

— انتقال تجربه ملایر به سایر سایتهای جیاس کشور و جهان

اهداف میان مدت

— تکمیل برنامه مشارکتی برای طراحی و توسعه علامت تجاری جیاس در ملایر

— اجرای برنامه مشارکتی توسعه علامت تجاری سایت جیاس

— مستندسازی فرایند اجرای برنامه مشارکتی توسعه علامت تجاری سایت جیاس

— شناسایی چالشها و تدبیر راهکارهای غلبه بر چالشها

اهداف آنی

— طرح چشم انداز و چالشهای گروه هدف در رابطه با موضوع نشان تجاری جیاس

— آشنایی با مفهوم علایم تجاری جمعی و روندهای آن

— آشنایی با تجارب سایر کشورهای جهان در زمینه توسعه برند محصولات سایت جیاس

— برنامه ریزی مشارکتی برای طراحی و توسعه علامت تجاری جیاس در ملایر

— مستندسازی کارگاه و برنامه مشارکتی تهیه شده در کارگاه

مرور مفهوم جیاس

What is GIAHS?

Remarkable land use systems and landscapes which are rich in globally significant biological diversity evolving from the co-adaptation of a community with its environment and its needs and aspirations for sustainable development

• جیاس چیست؟

• نظامهای بهره برداری برجسته و چشم اندازهایی که دارای غنای قابل توجه جهانی از لحاظ تنوع بیولوژیکی بوده و حاصل سازگاری متقابل یک اجتماع با محیط آن، نیازها و تمایلات آن برای توسعه پایدار می باشد.

معیارهای پنجگانه جیاس

معیارهای جیاس

ارتباط معاصر

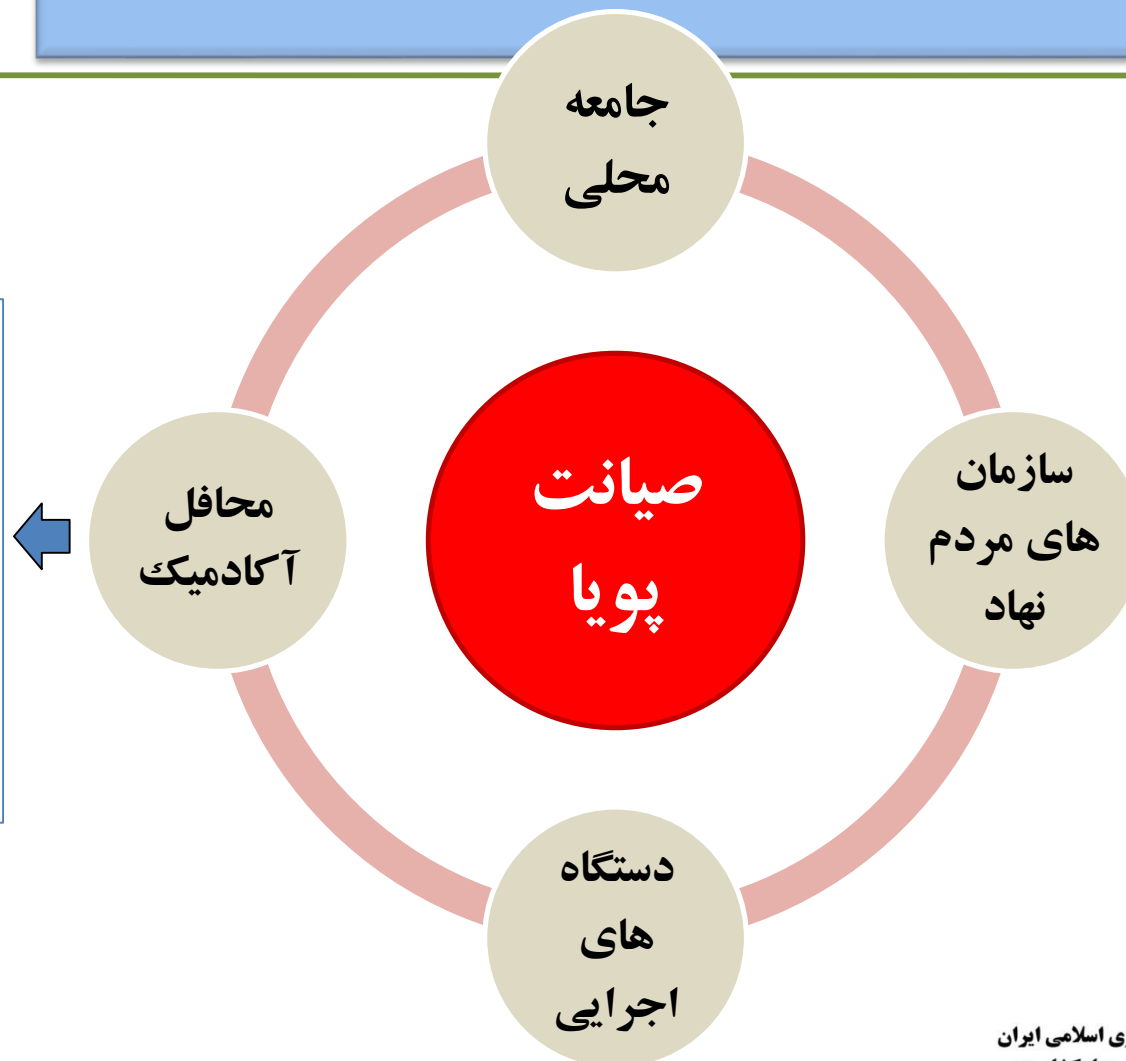
ارتباط تاریخی

ارتباط معاصر یک سایت جیاس بر پایه ظرفیت کنونی و آینده سایت برای فراهم نمودن امنیت غذایی و معیشت، سهمیم بودن در بهبود زندگی و کیفیت زندگی و تولید سایر کالاها و خدمات محلی، ملی و بین المللی برای جامعه خود و جامعه بزرگتر، استوار است.

هرسایت جیاس دارای تاریخ توسعه منحصر به فردی است و نشان می دهد که چگونه یک سایت جیاس در طول زمان با محیط پیرامون خود انطباق یافته است و چگونه کشاورزان دانش و فنون خاص خود را برای شکل دادن به چشم انداز و سیستم ها توسعه داده اند.



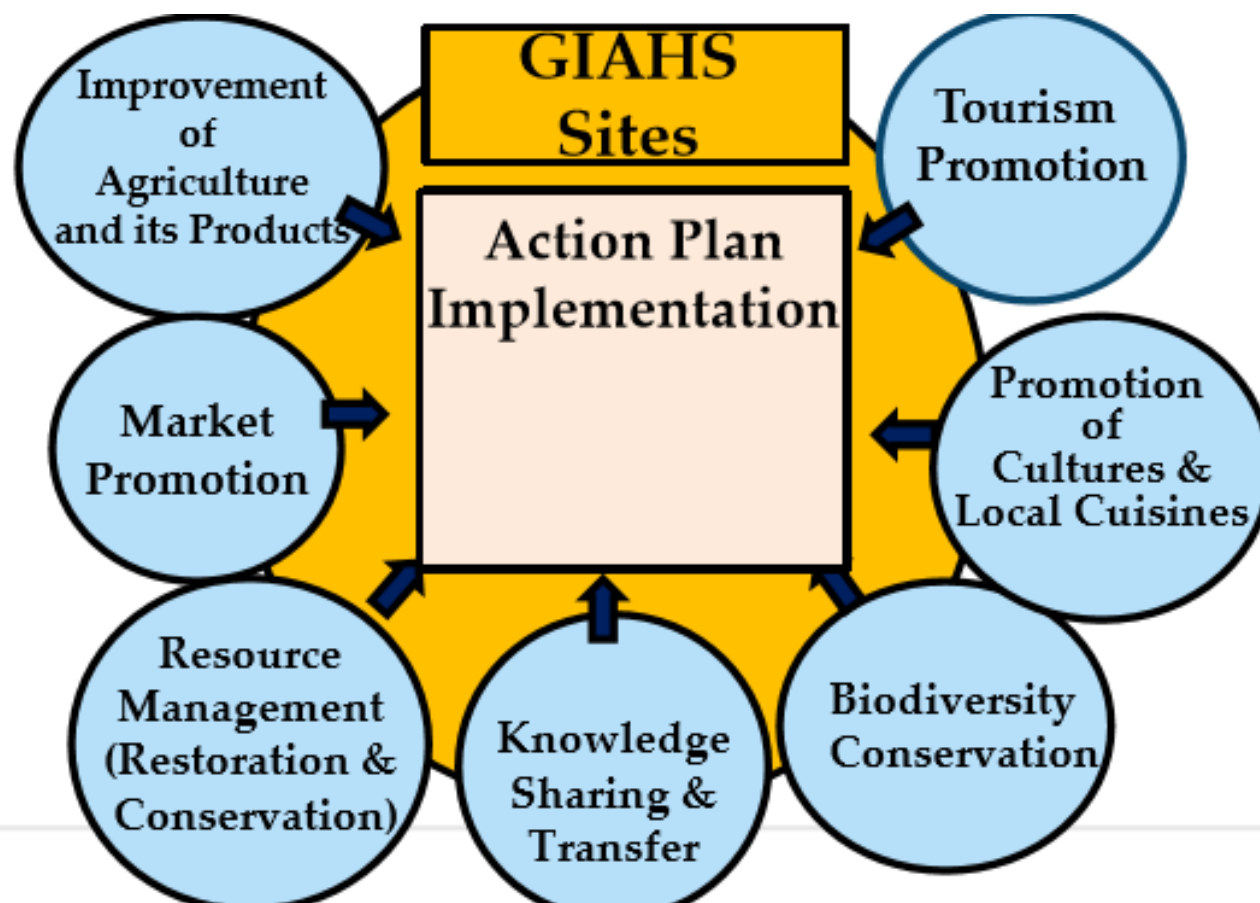
بازیگران اصلی جیاس



نقش ها

- تهیه و تکمیل پروپوزال
- بروز رسانی فناوری ها
- تحقیق و توسعه
- ظرفیت سازی و توانمند سازی
- ارزیابی و کنترل
- ارزشیابی و بازنگری

ماهیت چندوجهی برنامه عملیاتی جیاس برای صیانت پویا



اقدامات اصلی برای صیانت پویا و آثار مورد انتظار آنها

آثار مورد انتظار

- تغییر بینش کشاورزان محلی
- ارتقای کیفیت و کمیت محصولات کشاورزی سایت
- افزایش درآمد و رفاه خانوارهای کشاورز
- حفاظت از تنوع زیستی کشاورزی
- توسعه زنجیره ارزش برای کشاورزان
- توسعه گردشگری کشاورزی

ترویج اصول جیاس و سایتهای جیاس

افزایش آگاهی از ارزش سایتهای جیاس

چارچوب اصلی برای اجرای برنامه عملیاتی

بهبود منابع/ زیرساختهای کشاورزی

مشارکت جوامع روستایی در تصمیم گیری

توانمندسازی زنان در اجتماعات روستایی

حفاظت و بهره برداری پایدار از تنوع زیستی کشاورزی

بهبود فروش محصولات کشاورزی

گردشگری، فعالیتهای فرهنگی و آداب محلی

جمهوری اسلامی ایران
وزارت جهاد کشاورزی

موسسه پژوهشهای برنامه ریزی،
اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی



÷

Selected Measures from the Action Plan in Nishi-Awa Steep Slope Land Agriculture System (Japan)

Strategies	Measures
1. Support to new or young farmers (1) Measures to: ➢ increase new farmers ➢ empower women ➢ bring people back to the region for farming (2) Education for new farmers	• Subsidies and facility development support for young new farmers • Agri-tech schools for education on farming techniques/management • Delivery of newsletters/local agricultural products to people from this region; • Development of an agricultural model unique to this area for postretirement new farmers; • The initiative by women farmers group to promote the sales of local farm produce. • Promotion of farm labour contracts by the local Agricultural Cooperatives
2. Farmland conservation	• Farmland conservation advisors are appointed who assess the state of farmland and propose conservation measures to the village's business representatives. • Use of direct payments to mountainous regions by the Japanese MAFF for expand cultivation and restoration of abandoned lands
3. Promotion of Branding	• Approving regional products which convey the quality and techniques of the region
4. Creating new business through food, farming and tourism	• A business study group was formed (by local farmers, tourism, trade and manufacturing businesses, local government, urban companies) to create new businesses and services connecting the diverse industries of food, farming and tourism
5. Cross-industry collaboration and business creation	• Promotion of the collaboration among agriculture, forestry, food companies, traders and manufacturers for development of brand and new value-added products and new sales channels; • Conservation of the local crops and food culture by providing products and foods to school lunch, farmer's restaurants and hotels • Sales of local products at farmers markets

توسعه برند به عنوان یکی از فعالیتهای برنامه عملیاتی سایت جیاس ملایر



دست اندر کاران سایت میراث کشاورزی مهم جهانی انگور در دره جوزان ملایر داوطلب شدند تا به عنوان اولین سایت به اجرایی کردن برنامه عملیاتی پروپوزال جیاس بپردازند. در این راستا اولین جلسه هم اندیشی نظام جیاس تولید انگور در دره جوزان ملایر در تاریخ ۲۹ بهمن ۱۳۹۹ با حضور همکاران استانی و شهرستانی در مجموعه جهاد کشاورزی برگزار شد. پس از اجرای چهار جلسه هم اندیشی در سطح سیاست گذاران و همچنین کارشناسان، اجرای برنامه عملیاتی از فروردین ۱۴۰۰ آغاز شد.





علايم تجاری جمعی



جمهوری اسلامی ایران
وزارت جهاد کشاورزی
موسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی،
اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی



تعریف علامت تجاری در حقوق ایران

علامت تجاری عبارتند از:

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

ویژگی های علامت تاییدی

▶ متمایز کننده باشد

▶ ویژگی ها، کیفیات، مرغوبیت، مبدأ، روش ساخت و ... را تأیید نماید

▶ در گستره ملی، منطقه ای، بین المللی

▶ صاحب علامت باید نظارت داشته باشد

▶ صاحب علامت نباید از آن استفاده کند

مراحل ثبت اظهارنامه ثبت علامت تجاری

- الف- تسلیم اظهارنامه
- ب- ارزیابی Examination
- پ- انتشار آگهی Gazette
- ت- صدور گواهینامه

اهداف جیاس برای طراحی برند محصولات کشاورزی در ژاپن

حفاظت پویا از سایتهای جیاس ژاپن

-از آنجا که جیاس «میراث زنده» می باشد، حفاظت پویا از این سایتهای برای سازگاری با تغییرات محیطی بسیار اهمیت دارد.

-در کشورهای توسعه یافته مانند ژاپن، تهدیدهایی مانند خالی شدن روستاها از جمعیت، سالخوردگی، کمبود نیروی کاری جوان، بخش کشاورزی را تهدید می کنند.

-بنابراین توسعه جیاس برای احیای نواحی روستایی اهمیت دارد.

-یکی از مزایای ثبت جیاس، طراحی برند برای محصولات کشاورزی می باشد.

تجربه ژاپن در طراحی لوگو جیاس

۱۱:۳۰-۱۲:۳۰

منابع :

- پرتال جیاس سایت نوتوساتویاما
- متن سخنرانی های ارائه شده در کنفرانسهای مختلف جیاس
- مقالات پژوهشی منتشر شده

The 5th Conference of East Asia Research Association for Agriculture
Symposium 2: GIAHS for Branding of Agricultural Products
27 Aug 2018, Minabe-Tanabe, Wakayama, Japan

GIAHS for Branding of Agricultural Products in Japan



Akira Nagata

Visiting Senior Research Fellow
United Nations University

Institute for the Advanced Study of Sustainability (UNU-IAS)



Article

Enhancing Sustainability in Traditional Agriculture: Indicators for Monitoring the Conservation of Globally Important Agricultural Heritage Systems (GIAHS) in Japan

Sheryl Rose C. Reyes ^{1,*}, Aya Miyazaki ², Evonne Yiu ^{1,*,} and Osamu Saito ^{1,3,4,*}

¹ United Nations University Institute for the Advanced Study of Sustainability, Shibuya-ku, Tokyo 150-8925, Japan; sherylrose.reyes@gmail.com

² Graduate School of Arts and Sciences, The University of Tokyo, Komaba, Tokyo 153-8902, Japan; aya.miyazaki@gmail.com

³ Institute for Global Environmental Strategies (IGES), Hayama, Kanagawa 240-0115, Japan

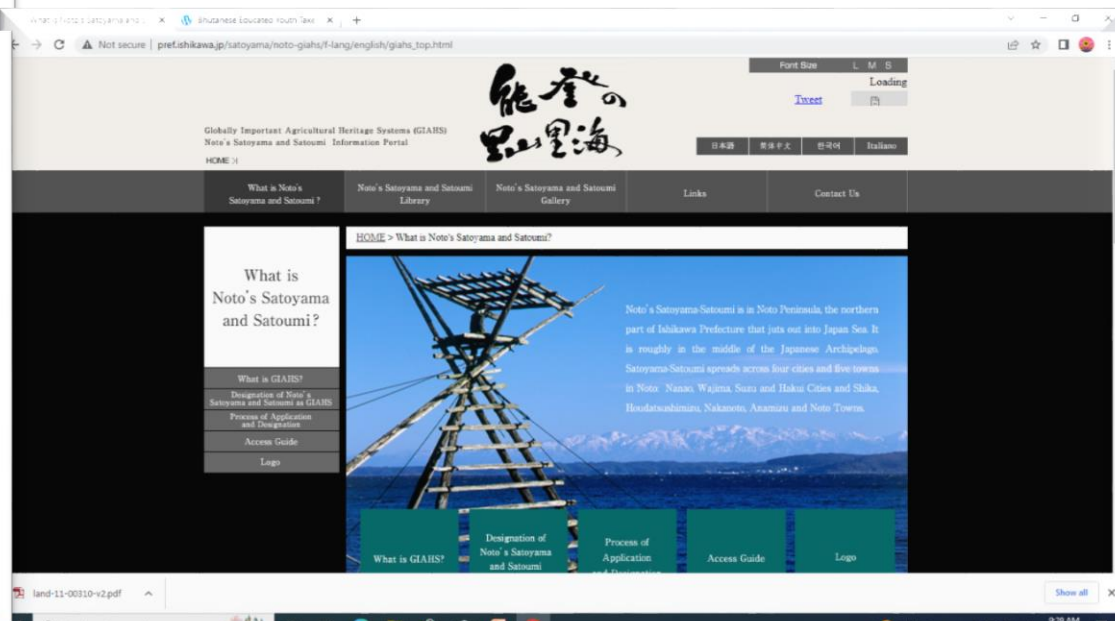
⁴ Institute for Future Initiatives, The University of Tokyo, Bunkyo-ku, Tokyo 113-8656, Japan

* Correspondence: yiu@unu.edu (E.Y.); o-saito@iges.or.jp (O.S.)

Received: 4 June 2020; Accepted: 8 July 2020; Published: 14 July 2020



Abstract: The advent of modern technology in agriculture has increased the efficiency of our food production but also poses pressures on the sustainability of our planet. The Globally Important Agricultural Heritage Systems (GIAHS) of the Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) has been developed to safeguard traditional agricultural systems of global importance, which harnesses the harmonious relationship between people and nature. First launched in the World Summit on Sustainable Development in 2002 to address the sustainable development of family agriculture and traditional farming practices for developing countries, it now has 59 sites located in 22 different countries as of March 2020. Despite almost two decades of its implementation, FAO has not set any requirements nor given guidance on monitoring of the conservation of GIAHS, but leaves it to the discretion of each GIAHS site to conduct voluntary self-evaluation. This study is a

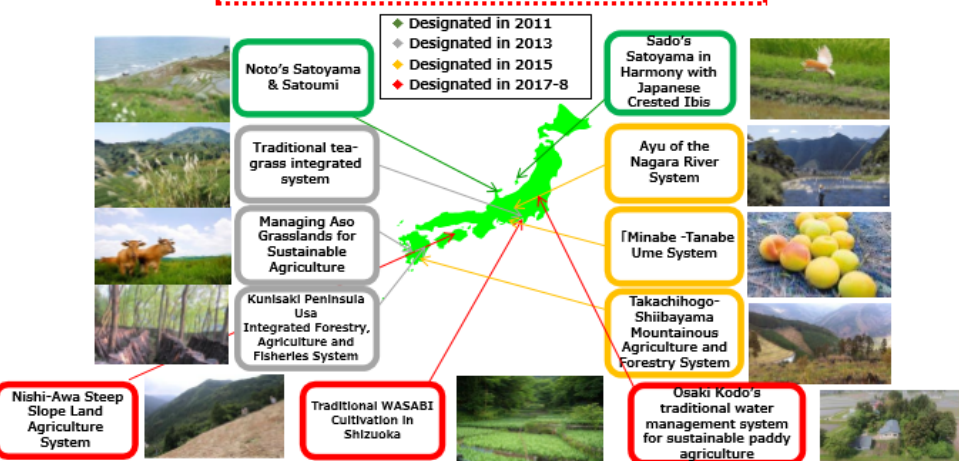


- بسیاری از سایتهای جیاس ژاپن در حال حاضر دارای لوگو یا برند خاص خود هستند.
- ایجاد برند برای محصولات کشاورزی سایتهای جیاس ژاپن به طور کلی زمان زیادی را می طلبد، اما زمانی که این برندها توسط مشتریان و توزیع کنندگان کالاها شناخته شده، برای حفاظت پویا از سایتهای جیاس اهمیت زیادی دارد.

13 GIAHS sites in 2022

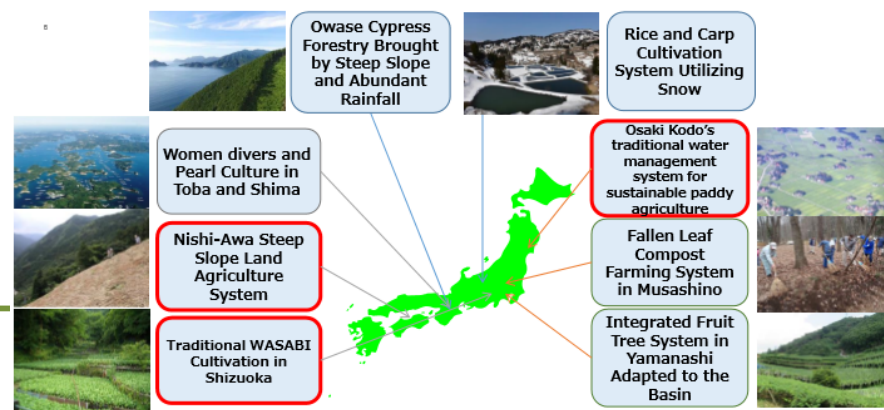
GIAHS in Japan

11 GIAHS sites in total as at August 2018



NIAHS in Japan

8 sites as at August 2018



◆ Designated as GIAHS

بهره برداری فعال از GIAHS

Active Utilization of GIAHS

Branding

- Value-adding on agricultural products "GIAHS brand"



- Increasing recognition of GIAHS
- Promoting public understanding of agriculture and rural areas

Tourism

- Agro-tourism
- Farmer's Inn and farming experiences



- Promoting tourism to rural areas from cities
- Increasing interest in agriculture

Pride and self-confident to the agriculture and community

- Awareness of local resources and values
- Pride to local community
- Local integrity and multi-stakeholder participation



- Strengthening solidarity of the community
- Increasing motivation on traditional farming and rural development

اطلاعات ۹ لوگوی طراحی شده برای سایتهای جیاس

Publicity: Design of Individual GIAHS Logo



- Creating attractive logo for each GIAHS site for **publicity and marketing purposes**
- Can be used on banners, posters, flags, publications etc., and also as certification marks
- Help **image building** and **differentiation** of various GIAHS
- Logo created by **designers** or **selected from public competitions**
- Now 9 out of 11 Japan GIAHS have their own logos



SADO, NIIGATA

大崎耕土
世界農業遺産



OSAKI, MIYAGI



ISHIKAWA



SHIZUOKA



世界農業遺産
高千穂郷・椎葉山地域
ASO GIATHS



国東半島宇佐地域
世界農業遺産
Kumakura Peninsula Utsa GIATHS





Designation Schemes for Products in GIAHS Sites

Sado



Eco-friendly rice produced in coexistence with the Japanese Crested Ibis in Sado

Shizuoka



Tea produced from Chagusaba traditional tea method through conserving semi-grasslands

Kunisaki

Shiitake mushroom



Shichittoi grass



Shitake mushrooms and shichittoi grass(for tatami-mats) produced through traditional methods in Kunisaki

Noto

With the increasing recognition and value of GIAHS, products which contribute to the conservation and succession of Noto's Satoyama & Satoumi are certified as "**Noto-no-Ippin**".

As of April 2016, 32 items are

[Examples]



Noto Dainagon Red Beans



Agehama Salt

【First Batch of Noto-no-Ippin Certified Product】

About 1.5 times the sales amount of the previous fiscal year (Average of 22 first certified products)

※ FY 2015 results

Case in Noto GIAHS



جمهوری اسلامی ایران
وزارت جهاد کشاورزی

موسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی،
اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی

13/04/1444

Noto's Satoyama and Satoumi (Ishikawa Prefecture)

There are unique landscapes such as rice paddies spreading on steep slopes and fences for protecting houses from sea breeze, and *Agehama* salt making method and *Ama* woman divers fishing etc. have been inherited since Edo period (1603-1868)



Shiroyone rice terrace

Source: MAFF website



Agehama salt making



Aenokoto ritual

10

GIAHS for Branding in Noto Initiatives by local stakeholders - “Noto Mai” Noto Rice

能登米生産者大会

～世界農業遺産を地域農業に活かす～

Creating highly valuable, safe, reliable, and eco-friendly rice called “Noto Mai” across the entire Noto region

“Noto Mai” Initiative
by 7 Agricultural
Corporate Associations
in the Noto region

Cutting down on pesticides
and chemical fertilizers by 30%

Source: Ishikawa Prefecture

جمهوری اسلامی ایران
وزارت جهاد کشاورزی

موسسه پژوهش‌های
اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی

GIAHS for Branding in Noto

Branding Initiative for Agricultural Products in Noto

Unique local products in Noto

Products with a rich history that have been passed down in Noto



Suitable products advertising GIAHS
"Noto's Satoyama and Satoumi"

Products that are produced in Noto
and distributed all over Japan

Designation as "Noto-no-Ippin"

Supporting expansion in the
market and increasing the quality
of the goods



Print logo mark of "Noto's Satoyama
and Satoumi" on product packages

Advertising "Noto's Satoyama and
Satoumi" through sales of the products
at department stores in
metropolitan or Kansai area

Source: Ishikawa Prefecture



اقدامات برندینگ جیاس در نوتو

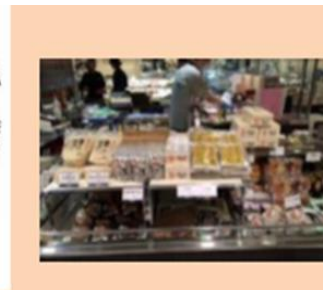
* چاپ لوگوی "ساتویاما و ساتومی نوتو"

* حمایت از توزیع در فروش و ارتقا کیفیت محصولات

* تبلیغ ساتویاما و ساتومی نوتو از طریق فروش

محصولات در فروشگاه های بزرگ واقع در شهرهای

بزرگ یامناطق kansai



اقدامات برندینگ جیاس در نوتو

محصولات منحصر به فرد در نوتو

محصولاتی که تاریخچه غنی دارند و محصولات آن ها

همچنان در نوتو تولید می شوند.

محصولاتی که در نوتو تولید و در سایر مناطق کشور ژاپن

توزیع می گردند.



“Noto no Ippin” Designation Scheme

31 products are designated as “Noto no Ippin” including rice, beans, vegetable, persimmon, mushroom, beef, milk, fish, shell, seaweeds, sea cucumber, cucumber, syrup, buckwheat, salt, cider, soy sauce, fish sauce



未来につなげる
「能登」の一品
Ishikawa JAPAN



چالش های طراحی برند جیاس

- بروز نتایج توسعه برند جیاس به **زمان نسبتاً طولانی** نیاز دارد.
- برند جیاس، **صرفاً یک لوگو نیست**، بلکه مجموعه ای از فعالیتها برای ارتقای محصولات می باشد.
- لازم است محصولات مورد نظر برای خریدار **جذابیت** داشته باشند.
- در ثبت و طراحی برند، **حفظ تعادل** میان استانداردهای سخت گیرانه مصرف کننده و پذیرش کشاورز ضروری است.
- وجود **نظام درست نشان گذاری (Labelling System)** اهمیت دارد زیرا جیاس یک **نظام** است و نه یک محصول کشاورزی.



جمهوری اسلامی ایران
وزارت جهاد کشاورزی

موسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی،
اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی

