



جامعة الجليلي بونعامة بخميس مليانة
كلية العلوم الحقوق و العلوم السياسية
قسم: الحقوق



العنوان:

الحماية الدولية للعلامة التجارية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي في العلوم القانونية والإدارية

تخصص: قانون أعمال

اعداد الطلبة:

✓ قوجيل نورالدين

✓ عقون إيمان

نوقشت علنا أمام اللجنة المكونة من:

أ/مخانق عبد الله.....(جامعة الجليلي بونعامة) رئيسا

د/شيكيرين ديلمي.....(جامعة الجليلي بونعامة) مشرفا

أ/سعيد مصطفى.....(جامعة الجليلي بونعامة) ممتحنا

السنة الجامعية: 2020/2019



جامعة الجيلاي بونعامة بخميس مليانة
كلية العلوم الحقوق و العلوم السياسية
قسم: الحقوق



العنوان:

الحماية الدولية للعلامة التجارية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي في العلوم القانونية والإدارية

تخصص: قانون أعمال

اعداد الطلبة:

✓ قوجيل نورالدين

✓ عقون إيمان

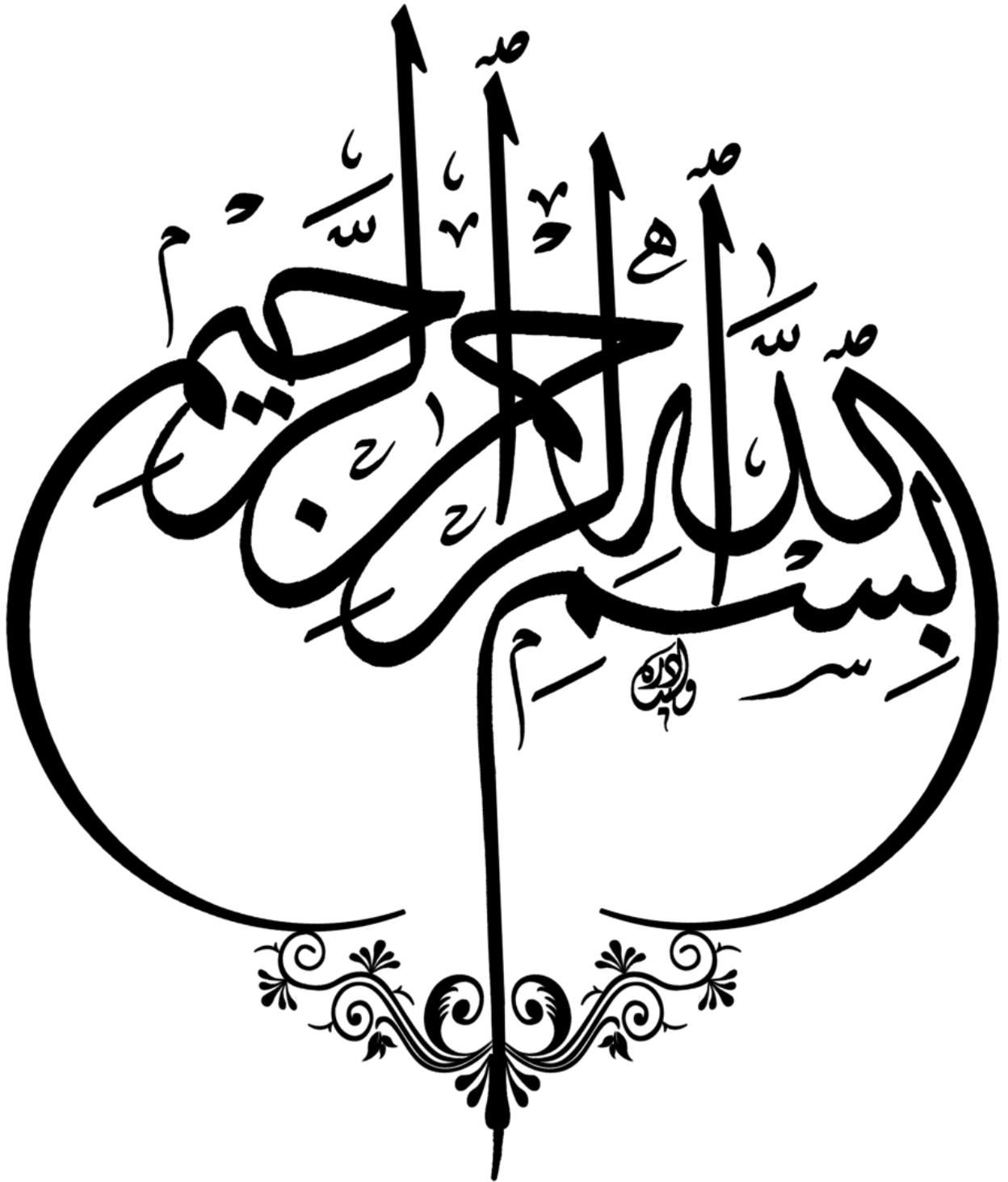
نوقشت علنا أمام اللجنة المكونة من:

أ/مخائق عبد الله.....(جامعة الجيلاي بونعامة) رئيسا

د/شيكيرين ديلمي.....(جامعة الجيلاي بونعامة) مشرفا

أ/سعدي مصطفى.....(جامعة الجيلاي بونعامة) ممتحنا

السنة الجامعية: 2020/2019





شكر وتقدير

أرى لزاما علي تسجيل الشكر و إعلامه و نسبة الفضل لأصحابه، استجابة لقول النبي ﷺ «من لم يشكر

الناس لم يشكر الله».

و كما قيل :

علامة شكر المرء إعلان حمده فمن كنتم المعروف منهم فما شكر

فالشكر أولا لله عز و جل على أن هداني لسلوك طريق البحث و التشبه بأهل العلم و إن كان بيني و بينهم مفاوز.

كما أخص بالشكر أستاذي الكريم و معلمي الفاضل المشرف على هذا البحث الدكتور شكيرين ديلمى، فقد كان

حريصا على قراءة كل ما أكتب ثم يوجهني إلى ما يرى بأرق عبارة و ألفت إشارة، فله مني وافر الشاء و خالص

الدعاء.

كما أشكر السادة الأساتذة و كل الزملاء و كل من قدم لي فائدة أو أعانني بمرجع، أسأل الله أن يجزيهم عني خيرا و

أن يجعل عملهم في ميزان حسناتهم.



إلى من علمني النجاح و الصبر... إلى من علمني العطاء بدون انتظار... أبي.

إلى من علمتني و عانت الصعاب لأصل إلى ما أنا فيه... إلى من كان دعاؤها سر نجاحي و
حنانها بلسم جراحي... أمي.

إلى جميع أفراد أسرتي العزيزة و الكبيرة كل باسمه أينما وجدوا.

إلى ملاكي في الحياة أينما كان.

إلى أصدقائي رفقاء دربي من داخل الجامعة و خارجها.

إلى الأستاذ المشرف الدكتور شكيرين ديلمي، إلى أساتذتي الكرام الذين أناروا دروبنا بالعلم
و المعرفة.

إلى كل من يقتنع بفكرة فيدعو إليها و يعمل على تحقيقها، لا يبغى بها إلا دروبنا بالعلم و
المعرفة.

إلى كل من يقتنع بفكرة فيدعو إليها و يعمل على تحقيقها، لا يبغى بها إلا وجه الله و منفعة
الناس.

إليكم أهدي ثمرة هذا العمل المتواضع.



أهدي هذا البحث المتواضع الذي أتمنى أن يكون مصدرا يستفيد منه

الباحث في مجال البحوث القانونية.

إلى ست الحبايب "أمي الغالية" التي كانت دعواتها النور الذي أستعين به.

إلى أبي الغالي حفظه الله ورعاه الذي أفاض علي بعطفه وكرمه وأحاطني

برعايته وحبه.

إلى إخواني وزوجاتهم وأخواتي وأزواجهم.

إلى كل صديقاتي المخلصات

إلى كل أهلي وأقاربي .

وإلى كل من ساعدني ووفر لي ظروف العمل الملائمة وشجعني على إتمام هذا

العمل.

إيمان عقون

مقدمة

مقدمة:

تقسم الملكية الفكرية على ثلاث مجموعات: الأولى ملكية صناعية وتشمل، براءات الاختراع والنماذج والرسوم الصناعية، والثانية ملكية أدبية وتشمل حقوق المؤلف والحقوق المجاور له، والمجموعة الأخيرة فهي الملكية التجارية التي تشمل الأسماء التجارية والعنوان التجاري وأخيرا العلامة التجارية، وهذه الأخيرة هي محور دراستنا في هذا البحث.

حيث حظيت الملكية الفكرية في الجزائر كما في العالم بأسره مكانة خاصة وذلك مواكبة للتوجه نحو اقتصاد السوق وكذا التفتح على التحولات التي مست كل الميادين، ومصطلح الملكية الفكرية إذا ما أطلق فيرا به الحق غير المادي إذا يرد حق الملكية الفكرية على النتاج الذهني أيا كان نوعه، حق المؤلف في مصنفاته العلمية أو الأدبية أو الفنية وحق المخترع على اختراعاته الصناعية وحق مالك العلامة في استعمال علامته التجارية لتمييز علامة منتجاته.

وستقتصر دراستنا على جانب من الملكية الصناعية وهي العلامة التجارية والتي تعد وسيلة من وسائل التمييز الخاصة بالمنتجات والتي أصبحت حقا يملكه الأفراد والشركات وهي وسيلة التعرف على نوع المنتج، كما أنها وسيلة لجلب المستهلك من خلال غرس القناعة لهذا المنتج العامل لهذه العلامة.

كما تعد العلامة التجارية من أبرز عناصر الملكية التجارية و أكثرها أهمية حيث تلعب دورا هاما في إنجاز المشروع التجاري و تعتبر العلامة التجارية أحد العناصر المعنوية للمحل التجاري التي تخول مالكيها حق الإستعمال و الإستغلال و التصرف الجائز قانونا و ينظر إليها أيضا باعتبارها مالا منقولا معنويا ذا قيمة إقتصادية بالغة ، تتراوح قيمتها بين علامة (آبل) بمبلغ 214 مليار دولار أمريكي و مبلغ 155 مليار دولار أمريكي لعلامة (جوجل)، كما أنها وسيلة لحماية الإبتكار و المنافسة المشروعة ، و تحوز على حماية التشريعات الوطنية و الدولية على حد سواء.

فبعد أن ثبت العجز في نصوص التشريعات الوطنية ، مما شكل خطرا على حماية العلامة التجارية ، و ما تلعبه من دور في المجال الأقتصادي التجاري عمدت الدول الحديثة إلى تنظيم أحكام خاصة لهاته العلامات ، كما كرست لها حماية خاصة بإنشاء عدة إتفاقيات

تدخلت التشريعات الدولية من خلال سن عدد من الإتفاقيات الدولية على رأسها إتفاقيات باريس و ترييس ، لترسم خطوط حمراء لا يمكن للتشريعات الوطنية النزول عنها ضمانا للحد الأدنى من الحماية للعلامة التجارية.

أهمية الموضوع:

موضوع العلامات التجارية أهمية بالغة مما جعلها دافعا لتناوله بالبحث والدراسة، وامام أهمية العلامة التجارية، وما تلعبه من دور في المجال الاقتصادي التجاري عمدت الدول الحديثة الى تنظيم أحكام خاصة بهاته العلامات، كما كرست لها حماية خاصة بإنشاء عدة إتفاقيات.

دوافع اختيار الموضوع:

أسباب اختيار الموضوع:

يعود اختيار الموضوع لأسباب علمية وأخرى شخصية و الأسباب العلمية: يعد موضوع العلامات التجارية من بين مواضيع ذات الصلة بمجال الأعمال والتجارة وذلك بالنظر الى أهمية هذا الموضوع في قطاعات الصناعة والتجارية على الصعيد الوطني والدولي على حد سواء لذلك يتعين القاء الضوء على الحماية الدولية للعلامة التجارية.

الأسباب الشخصية: ان الانتشار الواسع للعلامات المقلدة والمزورة بمختلف أنواعها على مستوى الأسواق والمساحات التجارية هذا ما دفعنا في اختيار موضوعنا هذا والمتعلق بالحماية الدولية للعلامة التجارية وكيف عالجت الإتفاقيات الدولية والمواد التي جسدت فيها الحماية بمختلف أنواعها.

صعوبات الدراسة:

اهم صعوبات هذه الدراسة تتمثل في عملية البحث عن الإتفاقيات التي تخص موضوع العلامات التجارية وبما أنها فرع من الملكية الفكرية وموضوع متشعب وحمايته غير مكرسة في قانون واحد.

وكذلك قلة المراجع في هذا المجال

وأخيرا بسبب انتشار وباء فيروس كورونا 19 مما اضطرنا للحجر المنزلي وعدم الانتقال للبحث عن المراجع مما سبب لتأخير كبيرا في عملية جمع المعلومات **المنهج المتبع**: هو المنهج التحليلي و المنهج الوصفي و المنهج الاستقرائي في هذه الدراسة باعتبارهما الأنسب والذي سوف يظهر من خلال النصوص والمواد المتعلقة بالعلامات التجارية والاتفاقيات الدولية وشرح مضمونها وكذا الآليات التي نشأت للحماية الدولية للعلامة التجارية.

اشكالية البحث: ومن خلال ما سبق ونظرا لأهمية الموضوع وتشعبه فإن محاولة الدراسة تتطلب الخوض في الإشكالية التالية:

- إلى أي مدى تمكنت الاتفاقيات الدولية من وضع نظام متكامل وقادر على توفير الحماية اللازمة للعلامة التجارية؟

خطة البحث:

قسمنا هذه الدراسة إلى فصلين حيث نتطرق في الفصل الأول إلى ماهية العلامة التجارية والحق فيها وفي الفصل الثاني الحماية المقررة دوليا للعلامة التجارية. و يندرج تحت كل فصل مبحثان.

أهداف الدراسة:

هو ابراز أهم ما جاء في الاتفاقيات الدولية لحماية العلامة التجارية. وكذلك تهدف الدراسة إلى توضيح الجوانب القانونية الهامة المتعلقة بالعلامات التجارية، ومن هذه الجوانب ما يتعلق بتسجيل العلامة التجارية وضرورة توافر شروط موضوعية وأخرى شكلية في العلامة التجارية المنوي تسجيلها.

الفصل الأول

ماهية العلامة التجارية

المبحث الأول: ماهية العلامة التجارية

ان العلامات التجارية هي فرع من الملكية الصناعية وفيها ترد الحقوق على علامات مميزة يضعها التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة على منتجاته أو سلعة أو خدماته حتى يميزها من غيرها من المنتجات والسلع والخدمات المماثلة¹.

وبذلك للعلامة التجارية دور كبير في الحياة الاقتصادية والتجارية في عالمنا المعاصر وتشكل في الكثير من المؤسسات والشركات التجارية واحدة من العناصر المعنوية ذات الأهمية الكبيرة بل انها قد تشكل أحيانا أكثر الأصول المملوكة من الشركة قيمة وأهمية فالعلامة التجارية تميز المنتجات أو الخدمات التي يقدمها المشروع التجاري عن تلك المقدمة من المشاريع الأخرى كما أنها تدل على الأصل الذي جاءت منه وعلى الجودة التي تميز بها فضلا عن أنها تجذب الزبائن إليها².

- كما أن العلامة التجارية يجب توافر شروط لقيامها منها موضوعية وأخرى شكلية وبهذا قسمت هذا الفصل الى مبحثين، المبحث الأول تطرقنا فيه الى ماهية العلامة التجارية والمبحث الثاني شروط اكتساب الحق في العلامة التجارية.

المطلب الأول: مفهوم العلامة التجارية

تعتبر العلامة التجارية والصناعية من أهم الوسائل لجذب الزبائن والعملاء لما تسهله عليهم من يسر في التعريف على ما يفضلونه من سلع أو خدمات من جهة، وحرص المنتج على تحسين منتجاته وخدماته ليضمن جودتها ورواجها من جهة أخرى فالعلامات التجارية أو الصناعية وسيلة من وسائل المنافسة المشروعة بين المنتجين والتجار³.

¹ - بورية سمية - الحماية القانونية للعلامة التجارية و الرسم و النماذج ، مأكرة ماستر ، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي -سنة 2013-2014 ص

13

² - فاطنة سرطوط - الحماية الدولية للعلامة التجارية . مأكرة ماستر ، جامعة زيان عاشور ، الجلفة ، سنة 2013/2014 ص5

³ - ادريس فاضلي المدخل الى الملكية الفكرية الملكية الأدبية والفنية والصناعة بدون طبعة جامعة الجزائر 2003/2004،

ص283.

الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية وتمييزها عن غيرها

أولاً: التعريف التشريعي للعلامة

تطرقت العديد من التشريعات إلى تعريف العلامة التجارية الخاصة بها فقد عرفها المشرع الأردني في المادة 02 من قانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952 والمعدل بالقانون رقم 34 لسنة 1999 إلى تعريف العلامة التجارية أنها: "أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره".¹

✓ اما المشرع الجزائري عرف العلامات التجارية هي إشارة يستخدمها التجار شعاراً لبضائعهم التي يقومون ببيعها بعد شراء سواء من تجار الجملة او من المنتج مباشرة، فالعلامة التجارية تشير إلى مصدر البيع.²

✓ كما عرفها كذلك الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات في المادة 1/2 كمايلي: " العلامات: كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والاحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيحه والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي او معنوي عن سلع وخدمات غيره.³

✓ وعرفها المشرع الفرنسي في المادة (1-711) من قانون الملكية الفرنسية للعلامة التجارية بأنها:

أي إشارة يمكنها عن طريق التبرير بالرسم ان تميز السلع أو الخدمات التي ينتجها الأشخاص، سواء كانوا أشخاص طبيعيين أو معنويين.⁴

¹-الدكتور عبد الله حسين الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية و التجارية ، دار وائل للنشر الطبعة الأولى ، 2000 ص 136 ص136.

²-عائشة شابي-مروة بن سديرة للحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، 2014/2013 ص14/13

³-الدكتور نوارة حسين، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، الأمل للطباعة والنشر والتوزيع تيزي وزو، السنة الجديدة ص48.

⁴ - عائشة شابي -مرجع سابق - ص 14

أما المشرع المصري فقد عرفها في المادة 63 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم 82 سنة 2002 على أنها العلامة التجارية هي كل ما يميز منتجا او سلعة كان او خدمة عن غيره و تشمل على وجه الخصوص الأسماء المتخذة شكلا مميزا، و الإمضاءات والكلمات والحروف والأرقام والرسوم، عناوين المجال، الدمغات والأختام والصور والنقوش البارزة ومجموعة الألوان التي تتخذ شكلا خاصا ومميزا، وكذلك أي خليط من هذه العناصر إذا كانت تستخدم أو يراد ان تستخدم أما في تمييز منتجات عمل صناعي أو استغلال زراعي او استغلال للغابات أو مستخرجات الأرض أو أية بضاعة وأما طريقة تحضيرها واما للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات وفي جميع الأحوال يتعين ان تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر¹.

ثانيا: التعريف الفقهي للعلامة

عرفت فقها من طرف عدة دارسين من بينهم "محمد حسين إسماعيل" الذي عرفها بأنها: "أداة مميزة تخص تاجرا أو صانعا لتمييز خدمته عما يشابهها وقد تكون رمزا، رسما، حرفا... إلخ تستهدف التدلil على أصل السلعة وضمان مزايا معنية فيها فتقيم بذلك علاقة بين مالك العلامة وعملائه وتمكنه من الاستئثار بثقتهم².

أما تعريف الفقه الجزائري للعلامة: فتمثل في أنها: كل رمز قابل للتمثيل الخطي يتميز عن غيره بصفات خاصة به وجديدة ومبتكرة وغير مخالفة للنظام العام والأدب العامة أي كان، تمثيل الرمز سواء كان ممثلا كلمات أو أسماء أشخاص او أحرف أو أرقام أو رسومات أو صور أو توضيب للسلع او الألوان المفردة او المركبة او الأصواب المميزة او الرائجة التي تتميز بها السلعة³.

¹ عائشة شابي، مرجع سبق ذكره، ص 13

²-الدكتور نواره حسين، مرجع سابق ص46-47.

³-عائشة الشابي، مروى بن سديرة، مرجع سابق ص15-16.

وعرفها "أحمد طه السنوسي" على أنها: "العلامة التجارية تتخذ لتمييز السلعة المادية، كما تتخذ التمييز الخدمة المعنوية، ولذلك فإنها أي صورة أو استشارة تستخدم للتعريف بالمادة Article بحيث تتخذ لفصل إنتاج شخص أو خدمة عن إنتاج أو خدمة الأشخاص الآخرين.¹ كما عرفها بعض الفقهاء أنها السمة المميزة التي يضعها التاجر على منتجات محله التجاري وهي علامة تجارية أو الضائع على المنتجات التي يقوم بضعها وهي علامة مصنع قصدت لتمييزها عن المنتجات الأخرى المشابهة لها والمعروضة في السوق وكذلك السمة التي تستعملها مؤسسة تقديم خدمات.²

وفي تعريف آخر قيل بأنها: "إشارة ترسم بها البضائع والسلع والمنتجات أو تعلم تمييزا لها عما يماثلها من سلع تاجرا آخر أو منتجات أرباب الصناعات الآخرين.³

ثانيا: التعريف القانوني للعلامة

عرفها المشرع الجزائري في المادة 02 من الأمر 57-66⁴ على أنها: تعتبر علامة المصنع أو علامة تجارية أو علامة خدمة الأسماء العائلية أو الأسماء المستعارة أو التسميات الخاصة أو الاختيارية أو المبتكرة والشكل المميز المنتجات أو شكلها الظاهر والبطاقات والأغشية والرموز والبصمات والطابع والاختام وطابع الرسوم المميزة و الأشرطة و الحواشي وتركيبات او ترتيبات الألوان و الرسوم والصور أو النقوش الناتئة و الحروف والأرقام والشعارات وبصفة عامة جميع السمات المادية التي تصلح لتمييز المنتجات أو الأشياء أو الخدمات لكل مؤسسة ويجوز اعتبار الإعلان علامة إذا وقع تسجيله لهذه الغاية.⁵

كما عرفت اتفاقية تريبس للعلامة التجارية في المادة 15 منها كمايلي: "تعتبر أي علامة او مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع و الخدمات التي تنتجها المنشأة عن تلك التي تنتجها

¹نوارة حسن، مرجع سبق ذكره، ص46-37.

²عائشة الشابي، مروى سديرة، مرجع سبق ذكره، ص15.

³صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية (براءات الاختراع، الرسوم الصناعية، النماذج الصناعية، العلامات التجارية، البيانات التجارية) الطبعة الثالثة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان 2012 ص253.

⁴المادة 2 الأمر رقم 57-66 المؤرخ في 19 مارس 1966 يتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية الجريدة الرسمية عدد 23 بتاريخ 22 مارس 1966، ص1.

⁵نوارة حسن، مرجع سابق ص47.

المنشآت الأخرى صالحة لأن تكون علامة تجارية وتكون هذه العلامات لاسيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية وحروفا وأرقاما وأشكالا ومجموعة ألوان وأي مزيج من هذه العلامات مؤهلة للتسجيل كعلامات تجارية وحين لا يكون في هذه العلامات ما يسمح بتمييز السلع والخدمات ذات الصلة يجوز للبلدان الأعضاء ان تجعل الصلاحية للتسجيل مشروطة بالتمييز المكتسب من خلال الاستخدام كما يجوز لها اشتراط أن تكون العلامات المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر كشرط تسجيلها.¹

الفرع الثاني: تمييز العلامة التجارية عن غيرها

بما ان العلامة تعتبر بمثابة عنصر من عناصر الملكية الصناعية ومن اجل عدم الوقوع في الغلط بين العلامة التجارية وما يشابهها من رموز وتسميات وجب ان يميز بينهما.²

أولاً: تمييز العلامة التجارية عن الاسم التجاري

الاسم التجاري هو كل ما يستخدمه التاجر فردا كان أو شركة لتمييز محله التجاري عن غيره من المحلات الأخرى المماثلة.

فيجب على كل تاجر أن يتخذ اسما تجاريا لمحله التجاري لاعتبارات تتعلق بالنظام العام ولتنظيم المنافسة بين التجار.

فالأصل ان يستخدم الاسم التجاري لتمييز المحل التجاري واجتذاب للعلماء فيوضع على واجهة المحل غالبا، على عكس العلامة التي هي كل رمز قابل للتمثيل الخطي ويستعمل من أجل التمييز سلع وخدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره.³

كما ان الاسم التجاري يعتبر إلزاميا وملكيته تعود للأسبقية في استعماله إلا أن العلامة التجارية تعود أسبقيتها إلى التسجيل وحمايتها تكون قانونية مدنية وجزائية على كافة التراب الوطني بينما الاسم التجاري حمايته مقتصرة على نطاق المكان فقط.¹

¹-أ دكدوك هدى، أهمية العلامة التجارية ودور تسجيلها في إضفاء الحماية القانونية اللازمة لها، مجلة آفاق للعلوم، جامعة الجلفة، العدد الرابع 2016 ص2.

²-بوربة سمية، مرجع سبق ذكره، ص16.

³-ادريس فاضلي، مرجع سابق، ص307.

يجوز استعمال الاسم التجاري، كعلامة تجارية لتمييز منتجات المتجر، شريطة أن يتخذ شكلا مميزا دون أن يؤثر ذلك على وظيفتها كاسم تجاري، وفي هذه الحالة لا يوجد ما يمنع من تمتعه بحماية قانونية مزدوجة طبقا لقانون العلامات التجارية وطبقا لقانون الأسماء التجارية في آن واحد.²

ثانيا: تمييز العلامة عن بلد المنشأ

عرف المشرع الجزائري: تسمية المنشأ في المادة الأولى من الأمر 76-65 كمايلي:

تعني تسمية المنشأ الاسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو جزء من منطقة أو ناحية مكان مسمى من شأنه أن يعين منتوجا ناشئا فيه وتكون جودة هذا المنتوج أو مميزاته منسوبة حصرا أو أساسا لبيئة جغرافية تشتمل على العوامل الطبيعية والبشرية.

كما عرفتها اتفاقية تريبس في المادة 1/22 كمايلي: تعتبر المؤشرات الجغرافية المؤشرات التي تحدد منشأ سلعة ما في أراضي لبلد عضو، أو في منطقة أو موقع في تلك الأراضي، حيث تكون التوعية أو السمعة أو السمات الأخرى لهذه السلعة راجعة بصورة أساسية إلى منشأها الجغرافي.³

فتسميات المنشأ تختلف عن العلامات التجارية من عدة جوانب من حيث الحرص ومن حيث الاستغلال ففي الأولى العلامة التجارية لا تهدف إلى تحديد المكان الجغرافي للمنتجات وغنما تمييزها عن المنتجات والخدمات المماثلة والمشابهة التي ينتجها أشخاص مختلفون في حين يعد الغرض من تسمية المنشأ تحديد المكان الجغرافي للبضائع أن ينتج فيها سلعا معينة أو يستفيد من تسمية المنطقة عكس العلامة التجارية التي يحتكرها صاحبها فقط على الآخرين.⁴

¹ -بورية سمية، مرجع سبق ذكره، ص17.

² -عتيق عائشة، العلامة التجارية وأثرها على سلوك المستهلك الجزائري (دراسة مقارنة) أطروحة دكتوراه، جامعة أبي بكر

بلقايد تلمسان، سنة 2018/2017، ص28.

³ -دكتوراه نوارة حسين، مرجع سابق، ص63.

⁴ -بورية سمية، مرجع سابق، ص18-19.

فتسمية المنشأ ترتكز على منطقة الإنتاج، خاصة إذا كانت لهذه المنطقة شهرة أو خصائص معينة تعود على نوعية المنتج، كما هو الحال في المياه المعدنية، بينما العلامة هدفها تمييز تلك السلع عن مثيلاتها والظهور في شكل مميز يجذب المستهلكين.¹

ثالثاً: تمييز العلامة عن الرسم الصناعي والنموذج

الرسم كما عرفه المشرع هو كل تركيب خطوط أو ألوان يقصد به إعطاء مظهر خاص لشيء صناعي أو خاص بالصناعات التقليدية فقيمة الرسم يستمد من مدى تجانسه مع البضاعة والذوق العام للجمهور وإعطاء البضاعة شكلاً جذاباً يميزها عن غيرها.²

إن الفرق الأساسي بين العلامة التجارية والرسم الصناعي فيمتمثل في الغاية لكل منهما إذا أن العلامة التجارية وسيلة لتمييز منتجات منشأة عما يماثلها عن منتجات المنشآت الأخرى، بينما للغاية من الرسم الصناعي هي إعطاء السلعة رونقاً وإبراز مظهرها العالمي.

إذ يمكننا القول أن كل رسم صناعي من الممكن أن يستخدم ليكون علامة تجارية إذ رأى مالكيها مصلحة في ذلك ولكن من الصعوبة لقول أن كل رسم صناعي هو علامة تجارية.³

أما النماذج الصناعية فيقصد بها كل شكل قابل للتشكيل ومركب بألوان أو بدونها أو ككل شيء صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية، يمكن استعماله كصورة أصلية لنوع وحدات أخرى ويمتاز عن النماذج المشابهة له بشكله الخارجي، كما هو الحال في قوالب الأحذية وزجاجات العطور وما إلى ذلك.⁴

كما أن هذه الرسوم والنماذج ترتب حقوق لملكها وهي الحق في استثمارها واستغلالها وهذا ما جاءت به المادة 02 من الأمر 86/66 يكون لكل صاحب رسم أو نموذج الحق في استغلال رسمه أو نمودجه وذلك ضمن الشروط المحددة في هذا الأمر.⁵

¹-عتيق عائشة، مرجع سابق، ص28.

²-الأستاذ رمزي حوحو، كاهنة زواوي، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى القانوني، جامعة بسكرة، للعدد الخامس، ص33.

³-بوربية سمية، مرجع سابق، ص19-20.

⁴-عتيق عائشة، مرجع سابق، ص29.

⁵-المادة 2 الأمر 86/66 المؤرخ في 28 أبريل 1966 المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية، ص406.

المطلب الثاني: أهمية العلامة التجارية

إن الاهتمام بالعلامة التجارية يعود الى عصر الرومان حيث استخدمت العلامة للحيلولة دون سرقة المنتجات، ثم استخدمت بشكل إلزامي في القرون الوسطى في ظل نظام الطوائف لتمييز كل طائفة عن الأخرى وقد كانت هناك علامات أخرى خاصة بكل من الصناع داخل الطائفة الواحدة حتى يسهل معرفة صانعها ومدى جودتها بحيث كانت تحطم او تصدر كل سلعة ليس عليها علامة ضمانا لحماية المستهلكين، وقد صدر اول قانون خاص بالعلامات التجارية في فرنسا عام (1857) وفي بريطانيا عام

(1879) وفي الولايات المتحدة الامريكية عام 1946.¹

فتحظى العلامات التجارية بأهمية تجارية واقتصادية ودعائية متزايدة، وقد أصبحت هذه الأهمية تتحكم في سلوك الشركات الكبرى تميل إلى سياسة العولمة مما يسير لها زيادة سيطرتها على السوق العالمية على حساب رواج العلامات على الصعيد المحلي، لذلك يتجه أصحاب العلامات لعولمة التسجيل منعا للقرصنة وبالتالي تعد العلامات التجارية واجهة.²

الفرع الأول: الأهمية الاقتصادية

إن استعمال العلامات التجارية يؤدي إلى ترويج السلع والخدمات داخل البلد وفي الخارج مما يكسب التاجر الشهرة المرتبطة بالعلامات التجارية وكلما اتسع نطاق تلك الشهرة كلما ازدادت قيمة العلامة التجارية مما يزيد الطلب على تلك السلع والخدمات وبالتالي زيادة القدرة على منافسة السلع والخدمات المشابهة مما يؤثر إيجابيا في الاقتصاد الوطني من خلال زيادة الأنشطة التجارية في السوق المحلي والخارجي، وهذا بدوره يؤدي إلى زيادة الإنتاج والعمالة وزيادة الإيرادات الضريبية للدولة وتحسين المستوى المعيشي للسكان.³

¹-دكتور عبد الله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص140.

²-عائشة شابي، مروى بن سديرة، مرجع سابق، ص17.

³-دكتور عبد الله الخشروم، مرجع سابق، ص142.

الفرع الثاني: الأهمية التجارية

تلعب العلامة التجارية دوراً أساسياً في جذب المستهلكين أو العملاء إلى السلع والخدمات التي تحمل تلك العلامة فالوظيفة الأساسية للعلامة التجارية هي ضمان جودة المنتج إذ تضمن العلامة التجارية نوعية البضاعة أو الخدمة ليكون المستهلك مطمئناً لما يشتريه فالعلامة التجارية تسهل للعميل معرفة المنتجات بمجرد النظر إلى علامتها التي تحدث في نفسه مقدار جودتها ومدى ملاءمتها وإشباعها لحاجاته ورغباته، كما تميز العلامة التجارية بين السلع والخدمات المماثلة المعروضة في السوق مما يساعد المنتج على الاحتفاظ بعملائه وجذب عملاء آخرين.¹

المطلب الثالث: أنواع العلامة

الفرع الأول: العلامة التجارية وعلامات الصنع وعلامة الخدمة

يقصد بالعلامة التجارية: كل إشارة أو دلالة أو رمز يضعها التاجر على المنتجات التي يقوم ببيعها وتهدف إلى تسيير التعرف على مصدر بيع المنتجات بحيث لا تختلط بغيرها من السلع المماثلة في الأسواق مما يساعد على سهولة التعرف عليها من قبل المشتريين أو المتعاملين معها.²

أما علامات الصنع: هي السمة المميزة التي يضعها الصانع على المنتجات التي يقوم بصنعها تمييزاً لها عن المنتجات المشابهة لها والمعروضة في السوق³ والتي يسعى من خلالها إلى جذب العملاء ولفت انتباههم إلى تلك المنتجات، فالعلامة الصناعية ميزة خاصة تكمن في الدلالة على مصدر الإنتاج ولقد جعلها المشرع إلزامية وذلك حسب ما جاءت به المادة 03 في فقرتها الأولى من الأمر 06/03 المتعلقة بالعلامات حيث نصت على "تعتبر علامة السلعة أو الخدمة إلزامية لكل سلعة بيعت أو عرضت للبيع عبر التراب الوطني".⁴

¹-دكتور عبد الله الخشروم، مرجع سابق، ص142.

²-عبد الله حسن الخشروم، مرجع سبق ذكره، ص135.

³-دكتورة نورة حسين مرجع سابق، ص45.

⁴ عمار شايب ، للنظام القانوني للعلامة التجارية ، مذكرة ماستر - جامعة أم البواقي ، سنة 2017، ص 18

اما بخصوص علامات الخدمة: هي تتخذ إشارات معينة لتمييز خدمات معينة كالستارات التي تضعها محطات خدمة السيارات كتقديم خدمة لتشجيع السيارات أو الستارات التي تتخذها الفنادق والمطاعم أو الخدمات التي يقدمها الافراد أو الشركات في المجالات الخدمية كخدمات السياحة والاعلان وغيرها.¹

كما عرفها المشرع الجزائري في المادة الثانية فقرة 3 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات بأنها² " كل أداء له قيمة " كما عرفها في المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق بمراقبة وجودة وقمع الغش فقولها " كل مجهود يقدم عدا تسليم المنتج ولو كان هذا التسليم لحقا بالمجهود المقدم أو داعما له".³

الفرع الثاني: العلامات الفردية والعلامات الجماعية

العلامة الفردية: هي العلامة التي يمتلكها شخص معين سواء شخص طبيعيا او معنويا وقد تكون علامة تجارية أو علامة سلعة أو علامة خدمة.

أما العلامة الجماعية: فيقصد بها المشرع في الفقرة 02 من نص المادة 02 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، العلامة التي تستعمل لإثبات المصدر والمكونات والإنتاج او كل ميزة مشتركة لسلع أو خدمات مؤسسات مختلفة، عندما تستعمل هذه المؤسسات العلامة تحت رقابة مالكيها.⁴

كما عرفها القانون الأردني المعدل بالعلامة التجارية الجماعية في المادة 02 بأنها " العلامة التي يستعملها شخصا اعتباري لتصديق مصدر بضائع ليست من صيغة او المواد المصنوعة منها أو جودتها او طريقة انتاجها او الدقة المنتجة في صنعها او غير ذلك من مميزات وخصائص تلك البضائع".⁵

¹ جلال وفاء محمدين ، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقا لإتفاقية الجوانب المتصلة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس)، دار الجامعة الجديدة للنشر ، مصر 2000 ص 116

² عمار شايب ، شايب مرجع سبق ذكره ، ص 19

³ المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 30 جوان 1990 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش ، جريدة الرسمية عدد 5 سنة 1999

⁴ -رمزي حوحو، كاهنة زواوي، مرجع سابق، ص 35.

⁵ -عبد الله حسن الخرشم، مرجع سابق، ص 137.

كما ألزم المشرع الجزائري صاحب العلامة الجماعية على أن يسهر على حسن استعمال علامته من خلال المادة 23 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات.

وإذا ما هو أقل أهل بهذا الالتزام فإن علامته تصبح معرضة للإلغاء من طرف الجهة القضائية المختصة وذلك طبقاً لنص المادة 25 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات.¹

كما ان الفرق الرئيسي بين العلامة الفردية، والعلامات التجارية الجماعية أن الأخيرة يجوز نقلها أو تحويلها الا بإذن المسجل، بينما يمكن نقل وتحويل الأولى بدون حاجة لمثل هذا الإذن.²

الفرع الثالث: العلامات المحلية والعلامات المشهورة

العلامة المحلية أو الوطنية: العلامة التي تم تسجيلها في بلدها أو أصبحت معروضة فيه، سواء كانت مدة العلامة علامة تجارية أو علامة سلعة أو علامة خدمة وسواء كانت ملك لشخص طبيعي أو معنوي.³

أما العلامة المشهورة: فقد عرفها المشرع الأردني بموجب المادة 2 من القانون المعدل على أنها " العلامة التجارية ذات الشهرة العالمية التي تتجاوز شهرتها البلد الأصلي الذي سجلت فيه واكتسبت شهرة في القطاع المعني من الجمهور في المملكة الأردنية الهاشمية" إذا أنه مع تطور التجارة وسهولة الاتصال بين دول العالم، كان هناك حاجة لوجود حماية العلامات التجارية المشهورة والتي تتجاوز شهرتها حدود الدولة التي سجلت فيها.⁴

العلامة المشهورة في اتفاقية تريبس واتفاقية باريس:

وضعت المادة (16) من اتفاقية تريبس ضابطاً يمكن الأعضاء في منظمة التجارة العالمية الاسترشاد به في تحديد مفهوم العلامة المشهورة وهو مراعاة مدى معرفة العلامة التجارية في قطاع الجمهور المعني، بما في ذلك معرفتها في البلد العضو المعني نتيجة ترويج العلامة

¹-رمزي حوحو، مرجع سبق ذكرهن ص35.

²-محمود أحمد عبد الحميد مبارك، العلامة التجارية وطرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين، أطروحة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين سنة 2006 ص11.

³-رمزي حوحو، ص35.

⁴-عبد الله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص137.

التجارية، فيما عجزت اتفاقية باريس والتي أسبغت الحماية في المادة (6) على العلامة المشهورة عن وضع أي ضابط لتحديد المقصود بالعلامة المشهورة، مما أثار جدلاً كبيراً واختلافاً حاداً في وجهات نظر الدول الأعضاء في اتحاد باريس بشأن ماهية الشهرة ومعياريها.¹ بالإضافة إلى الأنواع الرئيسية السابقة للعلامات التجارية هنالك أنواع أخرى أقل أهمية منها:

1- علامات احتياطية: هي ذات هدف وقائي لحماية السلع والخدمات والمنتجات التي لم تطرح بعد في الأسواق حيث يمكن لصاحب العلامة التجارية تسجيل علامات تجارية أخرى قريبة الشبه لاستعمالها لمنتجات وخدمات وسلع أخرى ذات صفات جديدة.²

وفي تعريف آخر يقصد بهاته العلامة ذات الهدف الاحتياطي المتمثل في الاحتياط لحماية السلع أو الخدمات أو المنتجات التي لم يضعها التاجر بعد ويحتفظ بها لاستعمالها على منتجات أخرى، أي مدخرة احتياطياً للمستقبل.³

2- علامات مانعة: هي العلامات التي تهدف إلى منع الغير من استعمالها وليس لدى مالكيها نية استعمالها، كأن يكون شخص صاحب علامة تجارية مستعملة ومسجلة فيقوم بتسجيل علامات أخرى قريبة إلى تلك العلامة المستعملة وتكون منافسة لها.⁴

وفي تعريف آخر منع الغير من إمكانية تسجيل أو استعمال علامة شبيهة من العلامة الأصلية، فيؤدي إلى تضليل المستهلك بين العلامتين ومثال ذلك قيام شخص بتسجيل علامة تجارية باسم "أوليفيتا" لتمييز منتجات الزيوت ثم يقوم بتسجيل علامة تجارية باسم "أوليفيتا" أي علامة مانعة الهدف منها هو منع الغير من تسجيل أو استعمال العلامة "أوليفيتا" على منتجات مشابهة لمنتجاته.⁵

¹-د عيسى العنزي، للحماية الدولية للعلامات التجارية وأثرها في النظم القانونية الوطنية لدول مجلس التعاون الخليجي، مجلة كلية القانون الكويتية العالمية، للعدد 2 التسلسلي 26 ن شوال 1440هـ، يونيو 2019م ص114.

²-عبد الله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص137.

³-محمود أحمد عبد الحميد مبارك، مرجع سابق، ص10.

⁴-عبد الله الخشروم، مرجع سبق ذكره، ص138.

⁵-محمود أحمد عبد الحميد مبارك، مرجع سابق، ص10.

3-علامات دفاعية: هي العلامات التي تهدف الى حماية علامة تجارية ضعيفة بحيث تكون مرتبطة بعلامة مستغلة بالفعل، مما يجعل عملية التقليد أو المنافسة غير المشروعة ضعيفة.¹

4-العلامات المجسمة:هناك نوع ثالث من العلامات التجارية، وهو مستحدث نوعا ما، ظهر نتيجة الطور التكنولوجي، وهي العلامة التجارية ثلاثية الأبعاد (العلامة المجسمة) فالبرغم من عدم النص عبيها في القانون صراحة، إلا أن الباحث يرى ان لا مانع من اعتبار العلامة التجارية ثلاثية الأبعاد علامة يمكن تسجيلها ومن ثم تتمتع بالحماية القانونية وفق نصوص قانون العلامات التجارية إذا انطبقت عليها بقية الشروط الواردة، ويرى الباحث أن المشرع م يستبعدا من نطاقه.²

المبحث الثاني: شروط اكتساب الحق في العلامة التجارية

القاعدة العامة في العلامات التجارية تقرر أنه حتى تقوم الحماية الواردة في القانون لابد من تسجيلها وحتى ينشأ الحق في حمايتها القانونية لابد من توفر شروط معينة منها شروط شكلية وأخرى شروط موضوعية في الطلب المقدم للحصول على تسجيل العلامة والشروط الشكلية قد وضحا القانون ولانثير لبس كبير، اذ هي عبارة عن إجراءات منصوص عليها في قانون العلامات التجارية³، اذ سيكون الحديث عن الشروط الشكلية والشروط الموضوعية اللازمة توفرها في العلامة التجارية من خلال مطبين على التوالي.

المطلب الأول: الشروط الموضوعية

تعرضت المادة الرابعة (4) والمادة الثانية والعشرون (22) من التشريع الجزائري الى الشروط الواجب توفرها في العلامة التجارية والمتمثلة في:

ان تكون مميزة وجديدة وغير مخالفة للنظام العام والآداب العامة.⁴

¹-عبد الله الخشروم، مرجع سبق ذكره، ص138.

²-محمود عبد الحميد مبارك، مرجع سبق ذكره، ص12-13.

³ محمود أحمد عبد الحميد مبارك ، مرجع سابق ، ص 23

⁴-ادريس فاضلي، مرجع سابق، ص287.

الفرع الأول: أن تكون العلامة التجارية مميزة

ويقصد بذلك أن يكون للعلامة شكلا مميزا بها وذلك بأن لا تكون العلامة التجارية شائع استعمالها وان يكون لها ذاتيتها وصفاتها الخاصة لمنع وقوع العملاء في الخلط بين المنتجات التي تحمل علامة تجارية مشابهة وتجعل من اليسر معرفتها اذ يجب أن تكون العلامة التجارية المنوي تسجيلها مؤلفة من أسماء أو حروف أو رسوم أو أرقام أو اشكال أو ألوان أو خليط من هذه الأشياء ذي صفة فارقة وقابلة للإدراك عن طريق النظر بشكل يكفل تمييز بضائع صاحب العلامة التجارية عن بضائع غيره.¹

كما نصت المادة 1/2 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات على أن العلامة هي كل من الرموز والأسماء والكلمات والأحرف والأرقام التي تستعمل لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره، فجميع السمات المادية التي تصلح لتمييز المنتجات والخدمات فيما بينها وتمنع لها شكلا معيناً مميزاً.²

كما أوضحت المادة الثانية والعشرون (22) من نفس التشريع بأن تكون باطلة لا أثر لها للعلامات الغالبة من كل طابع مميز... الخ يستفاد من احكام المادتين أنه لا يعد علامة تجارية ما يتألف من اشكال شائعة وعادية، بل يجب ان تؤدي العلامة دورها في تمييز المنتجات والسلع.³

والقانون الجزائري لما اشترط ان تكون العلامة مميزة، لم يقصد بهذا الشرط أن تتضمن العلامة شيئاً أيلاً مبتكراً لم يكن موجوداً من قبل وانما ان تكون مميزة مما يجعلها قابلة للتمييز عن غيرها من العلامات لمنع حصول اللبس لدى المستهلكين.⁴

¹- عبد الله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص 149.

²-دكتوراه نوارة حسين، مرجع سابق، ص 49-50.

³-ادريس فاضلي، مرجع سابق، ص 287.

⁴-رمزي حوحو، كاهنة زواوي، مرجع سابق، ص 37.

الفرع الثاني: ان تكون العلامة التجارية مشروعة

وتكون العلامة التجارية غير مشروعة إذا خالفت نص قانونيا او جاءت مخالفة للنظام العام او الآداب ولمسجل العلامات التجارية رفض تسجيل العلامة إذا كان لفظها يتنافى مع الأخلاق والآداب العامة.¹

وهذا ما أعده المشرع الجزائري في القانون المتعلق بالعلامات على انه يشترط على المنتج او الصانع أو التاجر قبل طلب إيداع أو تسجيل علامته أن تكون مستوفية لكل الشروط الموضوعية ومنها أن تكون مشروعة وغير مخالفة للنظام العام والآداب العامة والأخلاق الحسنة حيث نصت المادة 4/7 من الأمر رقم 03-06 على انه تستثني من التسجيل الرموز المخالفة للنظام العام أو الآداب العامة والرموز التي يحظر استعمالها بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الثنائية أو المتحدة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها.²

كما لا يجوز أن تتضمن العلامة ما من شأنه احداث تضليل أو أن تكون لها قابلية احداث الاختلاط مع غيرها مع العلامات، كالبينات الكاذبة عن مصدر المنتجات أو عن صفتها في مثل هذه الحالات يحق لصاحب العلامة ان يقيم دعوى ابطال إيداع العلامة التي من شأنها احداث اللبس وتضليل المستهلك.³

الفرع الثالث: ان تكون العلامة التجارية جديدة

يعتبر شرط الجودة من أهم الشروط الموضوعية اللازم توفرها في العلامة التجارية ويقصد به أن تكون العلامة جديدة بمعنى انه لم يسبق استعمالها أو تسجيلها من قبل أحد. ولكي تعتبر العلامة جديدة، يجب ان يتوفر فيها عنصرا مميزا لها على الأقل وتقدير جودة العلامة يكون بالظر الى مجموع عناصرها كوحدة واحدة فلا يوجد ما يمنع اشتراك بعض العناصر المكونة لعلامة ما مع عناصر مكونة لعلامة أخرى.⁴

¹- عبد الله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص150

²-نوار حسين ا، مرجع سابق، ص53.

³-ادريس فاضلي، مرجع سابق، ص288.

⁴-دكتور صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص279.

كما نصت المادة 5/7 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات على انه " تستثنى من تسجيل الرموز التي تحمل من بين عناصرها نقلا أو تقليدا لشعارات رسمية أو اعلام او شعارات أخرى أو اسم..."¹

فالجدة نسبية في مجال العلامات والمقصود هنا ليس الجدة في انشاء أو خلق العلامة أو ابتكارها، كما هو الشأن في مجال براءات الاختراع وكذلك الرسوم والنماذج الصناعية لكن الجدة المطلوبة هنا هي الجدة في الاستعمال والتي يجب أن تمتع اللبس والتضليل بالنسبة للمستهلكين.²

وتقتصر جدة العلامة التجارية حتى تتمتع بالحماية القانونية المقررة ان يتم استعمالها داخل إقليم الدولة، وتفقد حمايتها اذا سبق استعمالها في ولاية او في جهة من إقليم الدولة (في الشرق أو الغرب أو الوسط أو الجنوب) فيتعذر على التاجر والحالة هذه أن يستعمل هذه العلامة في جهة أخرى بحجة انها مستعملة فقط في جهة معينة من الدولة اما بالنسبة لوضع العلامة من خارج إقليم الدولة، في مثل هذه الحالة تتمتع بنفس الحماية الواردة في المادة (5/6) من اتفاقية باريس بشرط تسجيلها داخل الجزائر طبقا لنص المادة (19) من التشريع بالنسبة للمالك الجزائري.³

المطلب الثاني: الشروط الشكلية

بالإضافة للشروط الموضوعية للعلامات التجارية لابد من توافر شروط شكلية لتسجيل هذه العلامات وتمتعها بالحماية القانونية.⁴

الفرع الأول: من له الحق في الطلب

جرت العادة في مثل هذا الشأن من يقيم بإيداع تسجيل للعلامة يكون عادة صاحب الحق فيها ويكون جزائريا، ومع ذلك قد يكون غير جزائري مقيما أو غير مقيم في الجزائر، فمقتضى نص

¹نوارة حسين، مرجع سابق، ص51.

²رمزي حوحو، كاهنة زواوي، مرجع سابق، ص38.

³ادريس فاضلي، مرجع سابق، ص288.

⁴عبد الله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص153.

المادة السابعة (7) فإن الأجانب يستفيدون من التشريع الخاص بالعلامات عندما يقومون بالإجراءات المفروضة بموجبه.

وإذا كان صاحب العلامة مقيما في الخارج، فإنه يجب أن ينوب عنه ممثلا جزائريا مقيما بالجزائر.¹

الفرع الثاني: البيانات التي يجب توافرها

تنص المادة 13 من الأمر رقم 57/66 على أنه "يجب على كل من أراد إيداع علامة ان يسلم أو يوجه الى المصالح المختصة بواسطة رسالة مضمونة مع طلب الاشعار بالتسليم ما يلي:
1- طلب تسجيل يشتمل على نموذج العلامة وبيان المنتجات أو الخدمات التي تنطبق عليها هذه المادة.

2- ختم (كليشية) العلامة.

3- وكالة بخط اليد وذلك إذا كان الموعد يمثله الوكيل.²

الفرع الثالث: إجراءات الحصول على العلامة التجارية

أولا: الإيداع

أخذ المشرع الجزائري نظام الإيداع البسيط حيث يتم إيداع طلب التسجيل لدى المصلحة المختصة وهي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية أو بإرساله عن طريق البريد الموصي عليه مع علم الوصول مع وجوب أن يشتمل الطلب على البيانات المذكورة أعلاه في نص المادة (13).³

وتسلم أو ترسل الى الموعد أو وكيله نسخة من طلب التسجيل تحمل تأشيرة المصلحة المختصة وتتضمن تاريخ وساعة الإيداع.

¹-ادريس فاضلي، مرجع سابق، ص289.

²-المادة 13، الأمر 57/66 المؤرخ في 19 مارس 1966 يتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، الجريدة الرسمية عدد 23 بتاريخ 22 مارس 1966 ص2.

³-ادريس فاضلي، مرجع سابق، ص289.

ويجب أن يحرر الطلب على النموذج الذي تسلمه المصلحة المختصة ويشترط ان يحتوي على بيانات اجبارية ويعتبر تاريخ الإيداع هو تاريخ استلام المصلحة المختصة للطلب المذكور.¹

وإذا كان المودع شخصا طبيعيا او معنويا مقيم في الخارج وجب عليه لزوما تعيين نائب جزائري مقيم في الجزائر لياشر إجراءات الإيداع ويتكلف بعملية تسجيل العلامة ويجب أن يكون الطلب يشتمل على البيانات التالية:

- بيان المنتجات والخدمات التي تنطبق عليها العلامة.

- الشكل المميز الخاص بالمنتج او شكله الظاهر.

- الوكالة إذا كان صاحب العلامة أجنبي مقيم في الخارج ويتعذر عبيه الحضور شخصيا.²

وفي حالة تجديد العلامة التي تمضي عليها مدة عشر سنوات طبقا لنص المادة (20) من التشريع الجزائري فإنه يجب تقديم طلب التجديد التي تنتهي مدتها ستة أشهر من تاريخ انتهائها وفي حالة عدم تقديم طلب التجديد خلال تلك المدة تعتبر للعلامة باطلة ويجوز لكل ذي مصلحة تقديم طلب تسجيلها في نفس البضاعة او الخدمة... الخ³

ثانيا: طلب الفحص

يلعب الإيداع دورا مهما في اكتساب ملكية للعلامة لهذا يقوم المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بفحص الطلب المودع من ناحية الشكل ومن ناحية المضمون، فإن كان الفحص إيجابيا من الناحيتين يعد الإيداع مقبولا وعلى إثر ذلك تقوم الهيئة المختصة بتحرير محضر يثبت تاريخ الإيداع وساعته ومكانه وكذا رقم التسجيل ودفع الرسوم ونظرا للبيانات المدرجة فيها، تعد هذه الوثيقة ذا أهمية بالغة لفض النزاعات المحتملة التي يمكن ان تقع بين عدة مودعين.⁴

¹-رمزي حوحو، كاهنة زواوي، مرجع سابق، ص38-39.

²-نوارة حسين، مرجع سابق، ص56.

³-ادريس فاضلي، مرجع سابق، ص290.

⁴-رمزي حوحو، كاهنة زواوي، مرجع سابق، ص39.

ثالثا: التسجيل والنشر

التسجيل هو القرار الذي يصدره مدير المعهد الوطني والذي يؤدي الى قيد العلامة في فهرس خاص، أي في الدفتر العمومي الذي يمسكه المعهد¹ فيتضمن قيد العلامة في فهرس خاص يتضمن كافة العلامات وحقوق الملكية الصناعية والتجارية الأخرى والتي تم تسجيلها سابقا ويكون التسجيل أثر رجعي أي يعتبر تاريخ التسجيل هو تاريخ الإيداع² بعد عملية التسجيل والتوقيع على الطلب ينشر في النشرة الخاصة بالديوان الجزائري للملكية الصناعية على نفقة صاحب العلامة³ فيصدر قرار نشرها ليتم اعلام الجمهور أو حتى الصناعيين والتجار بالعلامة المسجلة واحتكارها من مستعملها الذي يحظى بحماية قانونية بعد تسجيلها وتأكيد ملكيته لها، حيث يتم إثر ذلك وضع كل نسخة من النسخ الخمسة رقم التسجيل وطابع المصلحة وتأشير مدير المعهد ثم توجه الى المودع او وكيله نسخة تكون بمثابة شهادة تسجيل وقد نصت المادة 30 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 على أنه " ننشر في النشرة الرسمية تسجيلات وتجديدات العلامات إضافة الى ابطالها والغائها⁴.

¹نوارة حسين، مرجع سابق، ص58.59.

² دفتاحي محمد، الحماية القانونية للعلامة التجارية والصناعية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، مجلة الحقيقة، جامعة

أدرار الجزائر، للعدد 28، ص9

³ إدريس فاضلي، مرجع سابق، ص 290

⁴نوارة حسين، مرجع سابق، ص58-59.

خلاصة الفصل

لقد تناولنا في هذا الفصل مفهوم العلامة التجارية على عدة مراحل حيث أن المشرع الجزائري أعطى لنا مفهوما واضحا للعلامة التجارية من خلال الأمر 06/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات التجارية.

فاتخذ تمييز السلع والخدمات كأساس يقوم عليه مفهومها كما أخذت مختلف التشريعات بهذا الأساس كالتشريع المصري والأردني، العلامة التجارية التي يتخذها التاجر لتمييز منتجاته عن المنتجات المشابهة لها.

كذلك يجب توافر الشروط الشكلية والموضوعية للعلامة التجارية حتى تكون صحيحة ومرتبطة لأثر قانوني ومن بين هاته الشروط شرط التسجيل الذي يعمل على اكتساب من خلاله العلامة التجارية.

الفصل الثاني

الحماية المقررة دوليا للعلامة التجارية.

من المعلوم أن الحماية المقررة للعلامات التجارية على المستوى الدولي تستمد من الاتفاقيات الدولية، ومن الغني عن البيان أن للقواعد الموضوعية المتعلقة لحماية العلامة التجارية على المستوى الدولي وإدارة في اتفاقيتين رئيسيتين هما اتفاقية باريس شأن أن الملكية الصناعية المبرمة في سنة 1883، (ولقد عدلت هذه الاتفاقية عدة مرات كان آخرها تعديل استكهولم 1967)، واتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (اتفاقية التريبس) وهي إحدى الاتفاقيات التي أسفرت عنها الدولة الثامنة للمفاوضات التجارية متعددة الأطراف التي عقدت تحت مظلة الجات والتي انتهت في سنة 1993 (دولة أوجواي) وتشرف على هذه الاتفاقية وتشرف على هذه الاتفاقية (اتفاقية التريبس) منظمة التجارة العالمية.¹

¹ حسام الدين الصغير، ندوة الويبودون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد أكتوبر 2004، ص20.

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للحماية في ظل اتفاقية تريبس وباريس.

لكي نتوصل إلى مفهوم واسع شامل لكلا الاتفاقيتين سوف نتطرق في هذا المبحث أهم مبادئ وأهداف اتفاقية تريبس المقررة لحماية للعلامة التجارية.

وكذلك إلى أغراض ومبادئ وكذلك نظام سنوية المنازعات المقررة اتفاقية باريس وبالتالي قسمنا هذا المبحث إلى مطلبين، المطلب الأول نتطرق فيه إلى أهم ما جاء في اتفاقية تريبس لحماية للعلامة التجارية والمطلب الثاني كيفية حماية العلامة التجارية في ظل اتفاقية باريس.

المطلب الأول: اتفاقية تريبس.

حظيت حقوق الملكية الفكرية لحماية خاصة على المستوى الدولي خطراً لكم للهائل من الاتفاقيات والمعاهدات المبرمة شأنها، ولقد زاد الاهتمام دولياً بهذه الحقوق بعد إنشاء منظمة التجارة العالمية في 15 أبريل 1994 ووجود اتفاقية دولية تدعى باتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية والمعروفة باختصار باتفاقية تريبس، وهي بلا شك من أهم الاتفاقيات الدولية على الإطلاق نظراً لما استحدثته من أحكام موضوعية جاءت مغايرة ومختلفة كما أنت به باقي الاتفاقيات الدولية السابقة خصوصاً فيما يتعلق الموضوع العلامات التجارية.¹

الفرع الأول: الإطار العام للاتفاقية.

إن اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المشهورة باسم التريبس TRIPS تشكل الملحق رقم (ج) الاتفاقية منظمة التجارة العالمية WTO والذي تمت المصادقة عليها في 15/4/1996 في مراكش بعد ثمان جولات من المفاوضات كان آخرها جولة أوروغواي بذلك لم تخرج هذه الاتفاقيات عن الإطار العام للاتفاقيات الدولية بشأن الحقوق الفكرية على وجه العموم إذا لم تمس إلا بالتغيير والإلغاء ما ورد في تلك الاتفاقيات بل أكدت على ما جاء في اتفاقية باريس واتفاقية بون وأضافت إلى ذلك التزامات جديدة متعلقة بكافة جوانب الحقوق الفكرية موزعة في 73 مادة وقع نصيب للعلامات التجارية في 7 مواد منها المواد من 15 إلى 20.²

¹مالكي ريم، حماية حقوق الملكية الفكرية في ظل اتفاقية تريبس، مذكرة ماستر، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي 2016/2017، ص 5.

²فاطمة سرطوط الحماية الدولية للعلامة التجارية، مذكرة ماستر جامعة زيان عاشور الجلفة، 2013/2014، ص 27

كما عرفت اتفاقية تريبس العلامات التجارية تعريفا واسعا في المادة 15 الفقرة 1 منها: " تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشأة الأخرى صالحة لأن تكون علامة تجارية وتكون هذه العلامات لاسيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية وحروق وأرقاما وأشكالا ومجموعات وألوان وأي مزيج من هذه العلامات مؤهلة للتسجيل كعلامات تجارية وحين لا يكون في هذه العلامات ما يسمح بتمييز للسلع والخدمات وحين الخدمات ذات الصلة يجوز للبلدان الأعضاء أن تجعل الصلاحية للتسجيل مشروطة بالتميز المكتسب من خلال الاستخدام".¹

فاتفاقية تريبس ومن خلال إطارها العام الذي جاءت فيه، تضمن أحكام عامة وأساسية فعليتها تتفرد عن باقي الاتفاقيات في مجال الملكية الصناعية ويظهر ذلك من خلال الهدف الذي ظهر في ديباجة والذي أكدت فيه على ضرورة تحكيم حماية حقوق الملكية الفكرية بصفة عامة وهو الحد من الصعوبات التي تعرقل التجارة الدولية مع ضرورة تشجيع الحماية للفعالية لهذه الحقوق وضمان أن لأصبح هذه التعابير والاجتماعات المتخذة لإنقاذها حواجز أمام تحرير التجارة الدولية.²

الفرع الثاني: أهداف اتفاقية تريبس.

يمكن إجمال اتفاقية تريبس في:

- تحقيق التنمية التكنولوجية وتمكين الدول النامية من إنشاء قاعدة تكنولوجية سليمة وقابلة للاستمرار.

- الإسهام في حماية وإنقاذ حقوق الملكية لتشجيع روح الابتكار التكنولوجي ونقل وتعميم التكنولوجيا بما يساعد على تحقيق المنفعة المشتركة لمنتجي ومستخدمي المعرفة التكنولوجية.

- منح حائز حقوق الملكية الفكرية من إساءة استخدامها على النحو الذي يؤثر سلبيا على النقل الدولي للتكنولوجيا.

¹المادة 01/15 من اتفاقية تريبس.

²لهناس رضا، الحماية القانونية لعناصر الملكية الصناعية في ظل اتفاقية تريبس trips مذكرة ماستر، جامعة زيان عاشور

الجلفة، 2014/2013، ص 07

- تحقيق للجودة للعالمية وإعداد قوي للعمل فنياً من خلال التدريب المصاحب لعمليات نقل التكنولوجيا.

- حفيز للنشاط الابتكاري من خلال توفير بيئة مكافئة له.¹

وكذلك ذكرت لنا نص المادة السابعة من اتفاقية تريبس أهداف الاتفاقية والتي تنص على أنه: " ينبغي أن يسهم كل من حماية وتنفيذ حقوق الملكية الفكرية في تشجيع روح الابتكار التكنولوجي ونقل وتعميم التكنولوجيا مما يحقق المنفعة المشتركة لمنتجي المعرفة التكنولوجية ومستخدميها بالأسلوب الذي يحقق الرفاهية الاجتماعية والاقتصادية بين الحقوق والواجبات.² وفي المقابل لا يجوز أن تؤدي حماية حقوق الملكية الفكرية إلى عرقلة نقل وتصميم التكنولوجيا أو أن تؤثر سلباً على قدرة الأعضاء على الابتكار التكنولوجي بتحقيق الرفاهية والرخاء.³

الفرع الثالث: مبادئ اتفاقية تريبس.

تناول الجزء الأول من اتفاقية التريبس المبادئ الأساسية التي تقوم عليها في المواد من 1-8 وتضمن ما يلي:

أولاً: طبيعة ونطاق الالتزامات (المادة الأولى)

تناولت المادة الأولى من الاتفاقية تحديد طبيعة ونطاق التزامات الدول الأعضاء وقد ألزمت الفقرة الأولى البلدان والأعضاء في المنظمة بمواجهة قوانينها وفوائدها وكافة للقواعد الداخلية المنظمة لحقوق الملكية الفكرية لمراعاة توافقها مع أحكام الاتفاقية غير أن الاتفاقية لم تفرض على الدول الأعضاء قواعد موضوعية أو إجرائية موجودة تتعلق بحقوق الملكية الفكرية بل ألزمتها التوفير حد أدنى من حقوق الملكية الفكرية ومعايير الحماية.⁴

ومن الجدير بالذكر أن اتفاقية التريبس لا تخاطب سوى الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية ولا تلزم سواها فنصوص الاتفاقية ليست ذات التنفيذ *mon self executing* ومن ثم

¹لهناس رضا، مرجع سابق، 14.

² المادة 07 من اتفاقية تريبس

³مالكي ربع، مرجع سابق، ص 14.

⁴حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية (في ضوء قانون حماية الملكية الفكرية الجديد واتفاقية

التريبس، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2005، ص 33.

فإن رعايا الدول الأعضاء لا يكتسبون حقوقا مباشرة من نصوص الاتفاقية ولا يجوز لهم للتمسك بأحكامها واستبعاد أحكام القوانين الوطنية، وتختلف اتفاقية التريبس في هذا الخصوص عن اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية 1883 وتعديلاتها فاتفاقية باريس شأنها في ذلك شأن اتفاقية برن لحماية الملكية المصنعات الأدبية والصينية 1886 وتعديلاتها.

وتتضمن نصوصا ذاتية التنفيذ self executing وتعتبر أحكامها جزءا من القانون الداخلي بمجرد المصادقة عليها ويجوز لكل شخص من رعايا الدول الأعضاء في اتحاد باريس التمسك بأحكامها من مختلف الدول الأعضاء الأخرى بغض النظر عن أحكام القوانين الوطنية¹،

ومن الجدير بالذكر أنه يشترط لقبول عضوية أي دولة أو إقليم جمركي منفصل يملك استقلالاً ذاتياً كاملاً في منظمة التجارة العالمية أن تقبل التجارة المتعددة الأطراف multilateral trade agreements المرفق بها الواردة في الملاحق 1، 2، 3، ومن أهم هذه الاتفاقيات اتفاقية التريبس وهي واردة في الملحق 1 (جيم) من ملاحق اتفاقية مراكش ومن ثم فإن قبول أي دولة كعضو في منظمة التجارة العالمية مشروط بقبولها للاتفاقية التريبس وكافة الاتفاقيات التجارية متعددة الأطراف الأخرى، ولا فكاك للدول في ترغيب في الانضمام لمنظمة التجارة العالمية من قبول أحكام اتفاقية التريبس²،

وقد ذكرت الفقرة الثانية من المادة الأولى من الاتفاقية أنه حينما يرد اصطلاح الملكية الفكرية في اتفاقية التريبس فهو يشير إلى فروع الملكية التي تناولتها الأقسام من 1 إلى 7 من الجزء الثاني من الاتفاقية وهي حقوق المؤلف والحقوق المتعلقة بها، العلامات التجارية، المؤشرات الجغرافية التصميمات الصناعية براءات الاختراع التصميمات التخطيطية للدوائر المتكاملة، حماية المعومات السرية ويتضح من ذلك الطبيعية الشاملة لاتفاقية التريبس³،

أما للفقرة الثالثة من المادة الأولى أوجبت على الدول الأعضاء تطبيق المعاملة المنصوص عليها في الاتفاقية على مواطني البلدان الأعضاء الأخرى ومن في حكمهم وهذا الحكم يضمن

¹ حسام الدين الصغير، ندوة للبيودون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، مرجع سابق، ص 13.

² حسام الدين الصغير، حلقة الويبو للوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية لفائدة الدبلوماسيين المصريين، 1 2007، ص 6،

WIPO/IP/JD/CAI/07/2

³ حسام الدين الصغير ندوة الويبودون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، مرجع سابق، ص 14.

لجميع مواطني البلدان الأعضاء في منطقة التجارة العالمية ومن فما حكمهم التمتع بالحد الأدنى من مستويات الحماية التي تقرها اتفاقية التريبس¹.

ثانياً: علاقة اتفاقية التريبس بالمعاهدات المبرمة في شأن الملكية الفكرية:

لم تسمح اتفاقية التريبس أحكام الاتفاقيات الدولية الرئيسية التي سبق إبرامها في مختلف مجالات الملكية الفكرية، بل شملت واستغرقت وطورت أحكام هذه الاتفاقيات.

وقد أحالت اتفاقية التريبس إلى القواعد الموضوعية التي قررتها الاتفاقيات الدولية الرئيسية المبرمة من قبل في شأن حقوق الملكية الفكرية وألزمت الدول الأعضاء بمراعاة أحكام المواد التالية:

1. المواد من 1 إلى 12 والمادة 19 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الفكرية الصناعية وفق لتعديل **استكهولم** 1967 المادة 2، 1 من اتفاقية تريبس وهي تتضمن القواعد المقررة لحماية مختلف صور الملكية الصناعية التي عالجتها الاتفاقية بما ذلك قواعد حماية للعلامة التجارية².

2. المواد من 1 إلى 21 من اتفاقية برن لحماية المصنفات الأدبية والفنية وفقاً لتعديل باريس 1971 وملحقها، فيما عدا المادة 6 مكرر من الاتفاقية أو الحقوق التابعة عنها المادة 9 من اتفاقية التريبس.

3. المواد من 2 إلى 7 باستثناء الفقرة 3 من المادة 668 والمادة 12 للفقرة 3 من المادة 16 من معاهدة الملكية الفكرية فيما يتصل بالدوائر المتكاملة (اتفاقية واشنطن 1986) (المادة 35 من اتفاقية التريبس)

4. كما أحالت اتفاقية التريبس إلى بعض المواد التي تضمنها اتفاقية روما لحماية فناني الأداء ومنتجات التسجيلات الصوتية وهيئات الإذاعة (اتفاقية روما 1961) وأوجبت الدول الأعضاء مراعاة أحكام هذه المواد³.

¹ حسام الدين الصغير، حلقة الويبو الوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية لفائدة الدبلوماسيين المصريين، مرجع سابق، ص 6.

² حسام الدين الصغير، ندوة الويبو الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، مرجع سابق، ص 14.

³ حسام الدين الصغير، حلقة للويبو الوطنية للتجريبية حول الملكية الفكرية لفائدة الدبلوماسيين المصريين، مرجع سابق، ص 6-7.

وأوجبت اتفاقية التريبس على جميع الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية تطبيق أحكام الاتفاقيات الدولية التي أحالت إليها دون تفرقة بين الدول التي انضمت إلى هذه الاتفاقيات الدولية والدول التي لم تنضم إليها وهكذا أجمعت اتفاقية التريبس أحكام الاتفاقيات الدولية الرئيسية في مجال الملكية الفكرية في وثيقة ولعدة فحقت الترابط فيما بينهما بعد أن كانت هذه الأحكام متفرقة ومعبرة في الاتفاقيات الدولية المختلفة، وألزمت جميع الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية بتطبيق أحكامها بغض النظر عن انضمامها إلى هذه الاتفاقيات الدولية أو عدم الانضمام إليها¹.

ولم تقف اتفاقية التريبس عند حد الإحالة إلى أحكام الاتفاقيات الدولية المبرمة في شأن الملكية الفكرية بل إنها اعتبرت أحكام هذه الاتفاقيات هي نقطة للبداية التي انطلقت منها نحو تدعيم وترسيخ حقوق الملكية الفكرية، فاستحدثت أحكاماً جديدة لم تنظمها الاتفاقيات الدولية من قبل، كما طورت أحكامها من أجل تدعيم حقوق الملكية الفكرية وترسيخها على المستوى الدولي.²

ثالثاً: مبدأ المعاملة الوطنية والمعاملة الخاصة لحق الدولة الأولى بالرعاية:

1. المبدأ المعاملة الوطنية:

تضمنت المادة 3 من الاتفاقية مبدأ المعاملة الوطنية، ويقضي هذا المبدأ تلتزم البلدان الأعضاء في منظمة التجارة العالمية بأن تعامل مواطني البلدان الأخرى ومن في حكمهم فيما يتعلق لحقوق الملكية الفكرية معاملة لا نقل عن المعاملة المقررة مواطنيها، فتمنحهم على الأقل نفس المزايا التي يتمتع بها رعاياها وتخصهم لنفس الالتزامات وهذا المبدأ يتوافق مع حكم المادة الثانية من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية التي سبقت اتفاقية التريبس في إرسائه مع ذلك يوجد اختلاف بين اتفاقية باريس واتفاقية تريبس في هذا الخصوص³.

كما تنص اتفاقية باريس على مواطني سائر الدول الأعضاء الأخرى المعاملة المنصوص عليها في الاتفاقية باريس واتفاقية برن واتفاقية المماتلة المنصوص عليها في اتفاقية باريس واتفاقية برن واتفاقية روما ومعاهدة الملكية الفكرية فيما يتصل بالدوائر المتكاملة وتراعي

¹ حسام الدين الصغير، ندوة الويبودون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، مرجع سابق، ص 14.15.

² حسام الدين الصغير، حلقة الويبو الوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية لفائدة الدبلوماسيين المصريين، مرجع سابق، ص 7.

³ حسام الدين الصغير، ندوة الويبودون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد مرجع سابق، ص 15.

اتفاقية تريبس الاستثناءات الواردة في الاتفاقيات المعنية ويطبق هذا المبدأ على جميع الحقوق الخاصة بالملكية الصناعية وتستنثى أيضاً من هذا المبدأ الإجراءات المنصوص عليها الاتفاقيات متعددة الأطراف المبرمة تحت رعاية المنظمة العالمية الملكية الفكرية والخاصة باكتساب حقوق الملكية الفكرية أو للحفاظ عليها¹.

لذلك فإن الأساس الذي يقوم عليه هذا المبدأ هو المساواة في المعاملة أي تمتع مواطنو الدول الأعضاء بالمزايا التي تمنحها الدول الأعضاء الأخرى لرعايا ويكون لهم ذات التعويض القانوني ضد أي تعد على حقوقهم إذا امتثلوا للشروط والتشكيلات المفروضة على مواطني الدول الأعضاء ومصطلح (مواطن) التي نصت عليه المادة السابقة يشمل كلا من الأعضاء الطبيعيين والاعتباريين الذي سيتوفون كل معايير الأهلية اللازمة والتي نصت عليها اتفاقية باريس، وبناء على ما تقدم فإن مواطني الدول الأعضاء جميعاً متساوون في الحماية الدولية المقررة وكذلك في مسألة التعويض فيما لو تعرضت حقوقهم لأي اعتداء سواء كان هذا الاعتداء تزوير أو تقليد لإحدى العلامات التجارية².

2. مبدأ حق الدولة الأولى بالرعاية:

وقد تضمنت المادة 4 من اتفاقية التريبس مبدأ المعاملة الخاصة لحق الدولة الأولى بالرعاية وبمقتضاه تلتزم الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية بالألا تميز في المعاملة بين رعايا الدول الأعضاء الأخرى وممن في حكمهم ومن ثم يجب على الدول الأعضاء المساواة بين الرعايا جميع الدول الأعضاء في الحقوق والالتزامات بمعنى أن تلتزم إذا منحت أي ميزة أو تفصيل أو امتياز أو حصانة لمواطني أي بلد عضو في المنظمة بأن تمنع جميع مواطني الدول الأعضاء الأخرى نفس الميزة والتفصيل أو الامتياز أو الحصانة، وهذا المبدأ يطبق أول مرة في مجال الملكية الفكرية³.

¹ حسن البدرابي، ندوة الويبو الوطنية حول إنفاذ حقوق الملكية الفكرية لموظفي الجمارك، 7/ 2004 WIPS/IPR/AMM/04/01

² إبراهيم إسماعيل إبراهيم، سماح حسن علي، الحماية الدولية للعلامة التجارية وفقاً للاتفاقية تريبس والقوانين للمقارنة، مجلة العلوم الإنسانية جامعة بابل للعدد الثاني حزيران 2015، ص 896.

³ حسام الدين الصغير، ندوة الويبو الدولية الإقليمية عن العلامة التجارية ونظام مدريد، مرجع سابق ص 15.

إذا يقرر هذا المبدأ في المادة 4 من اتفاقية تريبس المنح الفوري وغير المشروط لكل ميزة أو امتياز أو حصانة يقرها أحد أعضاء الاتفاقية لأي مواطني الدول الأخرى سواء كان من مواطني دول الأعضاء أم من غير دول الأعضاء مع وجود بعض الاستثناءات أشارت إليها المادة 5 من اتفاقية باريس فهذا المبدأ يساهم مساهمة فعالة في زيادة الثقة في التعاملات التجارية المتعلقة بالملكية الفكرية (العلامات التجارية) وذلك لأن جميع مواطني دول الأعضاء حتى وإن لم يكونوا طرفاً في الاتفاق الذي قرر تلك الميزة أو الحصانة¹.

رابعاً: استنفاد حقوق الملكية الفكرية:

من المعلوم أن حقوق الملكية الفكرية تحول لصاحبها للحق في منع للغير من استيراد المنتج المشمول بالحماية من سوق أي دولة، على أن تطبيق هذا المبدأ على إطلاقه يعني أنه بحقهما لك البراءة أو للعلامة (أو صاحب أي حق من حقوق الملكية الفكرية) أن يمنع الغير من استيراد كافة المنتجات المشمولة بالحماية بما في ذلك المنتجات التي طرحت للبيع في الخارج عن طريق صاحب البراءة أو العلامة سواء بنفسه أو بموافقته، مما يتيح لأصحاب حقوق الملكية الفكرية إمكانية تقسيم الأسواق وطرح المنتجات فيها بأسعار متفاوتة².

و تداركاً لهذا الوضع تأخذ تشريعات بعض الدول بمبدأ الاستنفاد الدولي international exhaustion لحقوق الملكية الفكرية وبمقتضى مبدأ الاستنفاد الدولي يسقط حق صاحب البراءة أو للعلامة (أو أي حق من حقوق الملكية الفكرية الأخرى) في منع الغير من استيراد المنتجات المشمولة بالحماية بمجرد أن يطرح تلك المنتجات للتداول في سوق أي دولة سواء بنفسه أو عن طريق لحد تابعة أو بموافقته وتقف للدول من مبدأ الاستنفاد الدولي مواقف متعارضة بحسب اختلاف مصالحها فهو من أكثر المسائل التي يثار حولها للجدل، ولم تأخذ اتفاقية تريبس أي موقف إيجابي من قضية استنفاد حقوق الملكية الفكرية³.

¹ إبراهيم إسماعيل إبراهيم، سماح حسين علي، مرجع سابق، ص 897.

² حسام الدين الصغير، ندوة الويبودون الإقليمية للعلامات التجارية ونظام مدريد مرجع سابق ص 16.

³ حسام الدين الصغير، حلقة الويبو الوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية لفائدة الدبلوماسيين المصريين، مرجع سابق ص 7-

ومن الغنى عن البيان أن الأخذ بمبدأ الاستنفاد الدولي لحقوق الملكية الفكرية يتيح الاستيراد الموازي « *paralle import* » ولذلك فإن من مصلحة الدول النامية أن تتبناه في تشريعاتها الوطنية لتوفير المنتجات المشمولة بالحماية في السوق المحلي بأقل أسعار السائدة عالمياً، وعلى وجه الخصوص المنتجات الدوائية¹.

خامساً: الأهداف والمبادئ

ذكرت المادة 7 من الاتفاقية أنها تهدف إلى إسهام حماية وإنفاذ حقوق الملكية الفكرية في تشجيع روح الابتكار التكنولوجي ونقل وتعميم التكنولوجيا بما يحقق المنفعة المشتركة لمنتجات المعرفة التكنولوجية ومستخدميها بالأسلوب الذي يحقق الرفاهة الاجتماعية والاقتصادية والتوازن بين الحقوق والواجبات².

كما أجازت المادة 1/8 من الاتفاقية للدول الأعضاء عند وضع أو تعديل قوانينها ولوائحها التنظيمية اتخاذ التعابير اللازمة لحماية المصلحة العامة والتنفيذية وخدمة المصلحة العامة في القطاعات ذات الأهمية الحيوية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية شريطة اتساق هذه التدابير مع أحكام الاتفاقية كما أجازت المادة 2/8 للدول الأعضاء أن تتخذ التدابير اللازمة لمنع حائزي حقوق الملكية الفكرية من إساءة استخدامها، أو منع اللجوء إلى ممارسات تسفر عن تقييد غير معقول للتجارة أو تؤثر سلباً على النقل الدولي للتكنولوجيا³.

ولا شك أن النصوص المتقدمة تتيح للدول النامية فرصة التخفيف من الآثار السلبية التي قد تتجم عن تطبيق الاتفاقية، ومن مصلحة الدول النامية عند وضع أو تعديل قوانينها بما يتوافق مع أحكام الاتفاقية إتباع سياسات تشريعية رشيدة تعتمد على الأغراض والمبادئ المتقدمة للتخفيف من الآثار السلبية التي يتوقع حدوثها عند تطبيق الاتفاقية⁴.

¹ حسام الدين الصغير، ندوة الويبودون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، مرجع سابق، ص 16.

² حسام الدين الصغير، حلقة الويبو الوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية لفائدة الدبلوماسيين المصريين، مرجع سابق ص 8.

³ حسام الدين الصغير، ندوة الويبودون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، مرجع سابق، ص 17.

⁴ حسام الدين الصغير، حلقة الويبو الوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية لفائدة الدبلوماسيين المصريين، مرجع سابق، ص 8.

الفرع الرابع: معايير حماية العلامة في اتفاقية تريبس

أولا: فروع الملكية الفكرية التي عالجتها الاتفاقية

تناولت اتفاقية التريبس في الجزء الثاني منها (المواد من 9 إلى 40) المعايير المتعلقة بتوفير حقوق الملكية الفكرية ونظامها واستخدامها وألزمت الاتفاقية الدول الأعضاء باحترام للحد الأدنى من معايير الحماية التي ذكرتها في مختلف فروع الملكية الفكرية التي عالجتها وهي:

1. حقوق المؤلف والحقوق المتعلقة بها.

2. العلامات التجارية.

3. المؤشرات الجغرافية.

4. التصميمات الصناعية.

5. براءة اختراع.

6. التصميمات التخطيطية الرسوم الطبوغرافية الدوائر المتكاملة.

7. المعلومات السرية.¹

وتناولت الاتفاقية في معالجتها لكل فرع من فروع الملكية الفكرية المتقدمة على حد المواد أو المسائل التي تنصب عليها للحماية the subject matter to be protected وما يتمتع به أصحابها من حقوق the rights to be conferred والاستثناءات التي يجوز تقريرها على هذه الحقوق permissille exeptions to those nights duration of

protection وللحد الأدنى لمدة الحماية² the minimum duration of protection

ورغم أن اتفاقية التريبس قد وضعت معايير لحماية حقوق الملكية الفكرية تفوق من حيث المستوى معايير الحماية التي قررتها الاتفاقيات الدولية السابقة إلا أن اتفاقية التريبس لم تنسخ أحكام الاتفاقيات الدولية المبرمة من قبل في مجالات الملكية الفكرية للرئيسية بل أسلوبا فريدا في تحديدها لمعايير الحماية عن طريق الزام كافة الدول الأعضاء بمراعاة تطبيق الأحكام الموضوعية التي تضمنها الاتفاقيات الدولية الرئيسية السابقة عليها وهي: اتفاقية باريس لحماية

¹ حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات، مرجع سابق، ص 41.

² حسام الدين الصغير، ندوة الويبودون الإقليمية عن العلامات التجارية نظام مدريد، مرجع سابق، ص 17-18.

الملكية الصناعية (أستكهولم 1967) اتفاقية برن لحماية المصنفات الأدبية والفنية (تعديل باريس 1971)¹.

ومعظم الأحكام الموضوعية التي نظمتها اتفاقية الملكية الفكرية فيما يخص بالدوائر المتكاملة (واشنطن 1989) كما أحالت اتفاقية التريبس إلى بعض مواد اتفاقية روما لحماية فنانى الأداء ومنتجى التسجيلات الصوتية وهيئات الإذاعة (روما 1961) كما عالجت عدداً من المسائل التي تناولت هذه الاتفاقيات وطورت وعدلت بعض أحكامها تقصد تدعيم مستوى حماية حقوق الملكية الفكرية وترسيخها²

ثانياً: معايير حماية العلامة التجارية في اتفاقية تريبس:

تناولت اتفاقية التريبس المعايير المتعلقة بحماية الحقوق الناشئة عن العلامة في القسم الثاني من الجزء الثاني من الاتفاقية في المواد من 15-21 وقد تضمنت هذه المواد ما يلي:

1. المواد القابلة للحماية:

تعتبر علامة تجارية كل علامة تكون قادرة على تمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأتها عن تلك التي تنتجها منشأة أخرى.

وتدخل في عداد العلامة التجارية الكلمات التي تشمل على أسماء شخصية والحروف والأرقام والأشكال والمجموعات والألوان أو أي مزيج منها وهي تصلح جميعها التسجيل كعلامة تجارية (المادة 15 فقرة 1 تريبس)³

ومن الغني عن البيان أن التعداد المتقدم وارد على سبيل المثال لا على سبيل الحصر وقد عدلت اتفاقية التريبس وطورت ما تضمنه اتفاقية تريبس للملكية الصناعية (تعديل أستكهولم 1967) فيما يتعلق بالعلاقة التجارية من عدة وجوه أهمها:

¹ حسام الدين الصغير، حلقة الويبو الوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية لفائدة الدبلوماسيين المصريين مرجع سابق، ص 9.

² حسام الدين الصغير، ندوة الويبودون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد مرجع سابق ص 18.

³ حسام الدين عبد الغني الصغير الجديد للعلامات التجارية مرجع سابق ص 43.

أ. أن اتفاقية التريبس لم تقصر العلامة التجارية على علامة السلعة، بل أضافت إلى مفهوم العلامة التجارية علامة للخدمة ومن ثم تشري على علامة الخدمة كافة المواد التي تعالج العلامة التجارية شأنها في ذلك شأن علامة السلعة¹.

ب. اتفاقية تريبس أبرزت خاصية العلامة التجارية في تمييز السلع والخدمات واتخذت خاصية التمييز كأساس تقوم عليه العلامة التجارية.

على أنه بالشبه للعلامات التي لا تصلح بذاتها التمييز للسلع والخدمات فقد أجازت الاتفاقية البلدان الأعضاء في منظمة التجارة العالمية أن تشترط لتسجيل العلامة أن تكون قابلة الإدراك بالنظر ومن ثم يجوز للبلدان الأعضاء استبعاد علامة الرائحة والعلامة الصوتية من التسجيل كعلامة تجارية (المادة 15 فقرة 1 تريبس)²

وقد أجازت الفقرة الثالثة من المادة 15 من الاتفاقية للدول الأعضاء أن تشترط تشريعاتها لتسجيل العلامة سبق استعمالها حيث أن تشريعات بعض الدول تشترط استعمال العلامة قبل تسجيلها وهذا هو الحال في الولايات المتحدة الأمريكية وكندا. ولا يجوز أن تحول طبيعة السلعة أو الخدمة التي يراد أن تستخدم العلامة في تمييزها دون تسجيل العلامة (المادة 15 فقرة 4).

وتلتزم الدول الأعضاء بنشر كل علامة تجارية إما قبل تسجيلها أو في أعقاب التسجيل وإتاحة فرصة الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية (المادة 15 فقرة 5)³.

2. الحقوق الممنوحة:

وفقاً للفقرة الأولى من المادة 1/16 من اتفاقية التريبس يتمتع صاحب العلامة التجارية المسجلة بالحق المطلق في منع للغير من استعمال علامته التجارية أو أي علامة مشابهة لها بصددها السلع أو الخدمات التي تميزها العلامة أو السلع المماثلة التي يؤدي استعمال للعلامة بصددها إلى احتمال حدوث لبس.

¹ حسام الدين الصغير، حلقة الويبودون الوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية لفائدة الدبلوماسيين المصريين، مرجع سابق، ص 9.

² حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية، مرجع سابق، ص 43.

³ حسام الدين الصغير، ندوة الويبودون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، مرجع سابق، ص 19.

وهذا الحكم يضمن لصاحب العلامة التجارية حداً أدنى من الحقوق ولم يكن لهذا الحكم مقابل في اتفاقية باريس للملكية الصناعية التي لم تحدد مضمون حق صاحب العلامة التجارية¹. ومن الجدير بالذكر اتفاقية باريس للملكية الصناعية تضمنت في المادة 6 مكرر أحكامها تتعلق بالعلامة المشهورة well known mark وأصبحت عليها الحماية ولو كانت غير مسجلة غير أن اتفاقية باريس لم تضع أي ضابط لتحديد المقصود بالعلامة المشهورة².

وقد طورت اتفاقية التريبس أحكام العلامة المشهورة، حيث غالبتها في المادة 16 فقرة 2.3 فعدلت أحكام اتفاقية باريس من عدة جوانب أهمها أنها توسعت في مفهوم العلامة المشهورة فلم تقصرها على علامة السلعة، بل أدخلت فيها أيضاً علامة الخدمة (المادة 16 فقرة 2 تريبس) كما وضعت ضابطاً يمكن للدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية الاسترشاد به في تحديد مفهوم العلامة المشهورة وهو مراعاة مدى معرفة العلامة التجارية في قطاع الجمهور المعني بما في ذلك معرفتها في البلد العضو المعني نتيجة ترويج العلامة التجارية³ (المادة 16 فقرة 2).

3. الاستثناءات

أجازت المادة 17 من الاتفاقية للبلدان الأعضاء أن تمنح استثناءات محدودة من الحقوق المقررة لصاحب العلامة التجارية شريطة مراعاة المصالح المشروعة لصاحب العلامة والغير ومن أمثلة هذه الاستثناءات: جواز الاستخدام للعادل للعبارات الوصفية للسلعة أو للخدمة بمعرفة الغير وقد تتضمن هذه العبارات الوصفية التعريف بالسلعة ومواصفاتها ودرجة جودتها، وكذلك استخدام ويشترط النص لجواز منح هذه الاستثناءات أن تكون محدودة، وأن تراعي المصالح المشروعة لصاحب العلامة التجارية⁴.

¹ حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية، مرجع سابق، ص 44-45.

² حسام الدين الصغير، حلقة الويبو الوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية لفائدة الدبلوماسيين المصريين، مرجع سابق، ص

11.

³ حسام الدين الصغير، ندوة الويبو الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، مرجع سابق، ص 20.

⁴ حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية، مرجع سابق، ص 46.

4. مدة الحماية:

وفقا للمادة 18 من اتفاقية التريبس فإن أقل مدة لحماية للعلامة التجارية هي سبع سنوات، ومن حق مالك العلامة أن يطلب تجديد للعلامة مرة أو عدة مرات متلاحقة إلى أجل غير مسمى¹.

5. وجوب استعمال العلامة

وفقا للمادة 1/19 من اتفاقية التريبس إذا كان استعمال العلامة التجارية شرطا لازما لاستمرار تسجيلها، فلا يجوز شطب تسجيل العلامة إلا بعد مضي 3 سنوات متواصلة دون استعمالها، لم يثبت صاحب العلامة وجود مبررات وجيهة تستنفذ إلى وجود عقبات تحول دون الاستخدام، مثل القيود التي قد تفرضها الحكومة على استيراد المواد الأولية التي تدخل في صناعة السلعة التي تستخدم للعلامة في تمييزها أو تضع قيودا على استعمالها².

وتعتبر استعمال العلامة التجارية بمعرفة شخص آخر برضاء صاحبها كما هو الحال في عقود الترخيص، بمثابة استخدام العلامة لأغراض تسجيلها³ (المادة 2/19).

6. تقييد استخدام العلامة بشروط أخرى:

خطرت المادة 20 من اتفاقية التريبس على الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية تقييد استخدام للعلامة في التجارة بشروط خاصة، وحضت بالذكر:

أ. تقييد استخدام العلامة عن طريق اشتراط وجوب استخدامها إلى جانب علامة تجارية أخرى،

كاشتراط استخدام العلامة الأجنبية إلى جانب علامة المنتج المحلي مع الربط بين العلامتين⁴.

ب. اشتراط استخدام العلامة بشكل خاص كاشتراط استخدام اسم نوعية المنتجات generic

mame وخاصة المنتجات الدوائية إلى جانب العلامة التجارية أو استخدامها بأسلوب يقلل من

¹ حسام الدين الصغير، ندوة الويبودون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، مرجع سابق، ص 20.

² حسام الدين الصغير، حلقة الويبو الوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية لفائدة الدبلوماسيين المصريين، مرجع سابق، ص

11-12.

³ حسام الدين الصغير، ندوة الويبودون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، مرجع سابق، ص 15.

⁴ حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامة التجارية، مرجع سابق، ص 47.

قدرتها على التمييز بين السلع والخدمات التي تنتجها منشأة معينة وتلك التي تنتجها منشأة أخرى¹.

7. الترخيص والتنازل:

أجازت المادة 21 من اتفاقية التريبس للدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية أن تضع شروط الترخيص باستخدام العلامة التجارية أو التنازل عنها، غير أنها خطرت الترخيص الإلزامي باستخدام العلامة التجارية².

وقد أجازت المادة 21 لصاحب العلامة أن يتنازل عن العلامة التجارية بصفة مستقلة دون أن يرتبط التنازل عنها بالتنازل عن المنشأة التي تستخدم العلامة في تمييز منتجاتها وبينما يتفق هذا الحكم مع الوضع الذي كان معمولاً به في التشريع الفرنسي قبل التريبس وبعض التشريعات الأخرى، إلا أنه يخالف تشريعات كثير من الدول الأخرى التي كانت لا تجيز التنازل عن العلامة إلا بالارتباط بالمتجر أو المشروع الذي تستخدم العلامة في تمييز منتجاته أو خدماته³.

المطلب الثاني: اتفاقية باريس.

تهدف اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية سنة 1883 والمعدلة في بروكسل 1900 وواشنطن 1911..... 1925 لندن 1943 لشبونة 1958 استوكهولم 1967 إلى توحيد حقوق الملكية الصناعية والتجارية مما من نطاق تنازع القوانين وبالتالي خروجها من أحكام القانون الدولي الخاص.

وقد تولد عن هذه الاتفاقية اتحاد دولي لتحقيق أهدافها ومكتب دولي للملكية الصناعية مقره جنيف، ولقد أبرمت هذه الاتفاقية لأجل غير محددة ومفتوحة لانضمام سائر الدول إليها فهي غير قادرة عن الدول المنشأة لها⁴.

¹ حسام الدين الصغير، حلقة الويبو الوطنية للتدريب حول الملكية الفكرية لفائدة الدبلوماسيين المصريين، مرجع سابق، ص 12.

² حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامة التجارية، مرجع سابق، ص 48.

³ حسام الدين الصغير، حلقة الويبو الوطنية للتدريب حول الملكية الفكرية لفائدة الدبلوماسيين المصريين، مرجع سابق، ص 13.

⁴ عبد الله حسين الخشوم، مرجع سابق، ص 21.

فقد أبرمت هذه الاتفاقية للقضاء على المنافسة غير المشروعة المتمثلة لأعمال التعدي ومن أهم مبادئها الرئيسية التي احتوتها تلك الاتفاقية، هي مبدأ المعاملة الوطنية أي المساواة بين الوطنيين والأجانب من رعايا الدول الأعضاء، حيث يخضعون لنفس الإجراءات التي يقوم بها الوطني، ويتمتعون بنفس المزايا التي يتمتع بها الوطني¹.

الفرع الأول: أغراض الاتفاقية.

لاشك أن اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية هي الدعامة الرئيسية التي يتركز عليها نظام الحماية الدولية لحقوق الملكية الصناعية. ووفقاً للمادة الأولى من الاتفاقية فقد أنشأت اتحاديتهم كافة الدول الأطراف في الاتفاقية أطلق عليه اتحاد باريس.

وقد قررت الاتفاقية في المادة الأولى فقرة (2) منها أن الحماية المقررة للملكية الصناعية في الاتفاقية تشمل براءات الاختراع، ونماذج المنفعة والرسوم والنماذج الصناعية والعلامات التجارية أو الصناعية وعلامات الخدمة والاسم التجاري وبيانات المصدر أو مسميات المنشأ وكذلك قمع المنافسة غير المشروعة².

كما أوجبت المادة 3 أن تؤخذ الملكية الصناعية أوسع معاينها فلا يقتصر تطبيقها على الصناعة والتجارة بمعناها الحرفي، وإنما تطبق كذلك على الصناعات الزراعية والإستراتيجية وعلى جميع المنتجات الطبيعية أو المصنعة³.

وكان الغرض الرئيسي من إبرام اتفاقية باريس أن يكون لكل شخص تابع أو مقيم بإحدى الدول الأطراف في الاتفاقية أو له منشأة تجارية فيها الحق في الحماية اختراعه أو رسومه أو نماذجه الصناعية أو علامة التجارية أو باقي صور الملكية الصناعية الأخرى التي ذكرتها المادة الأولى من الاتفاقية من كل دولة من دول اتحاد باريس، عن طريق معاملته بخصوص حماية

¹ زينة غانم عبد الجبار الصفار، المنافسة غير المشروعة الملكية الصناعية (دراسة مقارنة الطبعة الثانية، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2007م، ص 179.

² حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية، مرجع سابق، ص 14.

³ حسام الدين الصغير، حلقة الويبو الوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية لفائدة الدبلوماسيين المصريين، مرجع سابق، ص 4.

تلك الحقوق على قدم المساواة مع مواطني كل دولة من الدول الأعضاء في الاتحاد ووفقاً لقانون الوطني¹.

وبمجرد مصادقة الدول على اتفاقية باريس تصبح نصوص الاتفاقية جزءاً من القانون الوطني في تلك الدولة دون حاجة إلى أن تصدر الدولة قانوناً يتضمن القواعد الواردة في الاتفاقية وهذا يعني أن الأجانب يستمدون حقوقاً مباشرة من الاتفاقية ويجوز لهم التمسك بأحكامها أمام القضاء الوطني في كل الدول الأعضاء بالاتحاد باريس بغض النظر عن التشريع الوطني ولذلك فإن نصوص الاتفاقية ذاتية التنفيذ (على خلاف اتفاقية تريبيس)².

غير أن اتفاقية باريس لم يكن الهدف من إبرامها إلزام الدول الأطراف فيها بأن تضع في تشريعاتها الوطنية معايير standards معنية لحماية حقوق الملكية الصناعية، وإنما كان الهدف من إبرام الاتفاقية هو حماية رعايا كل الدولة من الدول الأعضاء في اتحاد باريس في كافة البلدان الأخرى الأعضاء في الاتحاد، عن طريق المبادئ التي قررتها الاتفاقية وأهمها مبدأي المعاملة الوطنية والأسبقية³.

وبالإضافة إلى هذين المبدأين تناولت الاتفاقية بعض الأحكام الخاصة لحماية مختلف صور الملكية الصناعية التي عالجتها وأوجبت على الدول الأعضاء احترامها، وهذه الأحكام تتضمن بعض القواعد الموضوعية لتوفير الحماية لبراءات الاختراع ونماذج المنفعة والرسوم والنماذج الصناعية والعلامات التجارية أو الصناعية والأسماء التجارية وبيانات المصدر أو المنشأ فضلاً عن قمع المنافسة غير المشروعة⁴.

الفرع الثالث: مبادئ الاتفاقية

وقد أرسيت اتفاقية باريس بعض المبادئ الهامة لكافة حقوق الملكية الصناعية والتجارية وهي:

¹ حسام الدين عبد الغني، الجديد في العلامات التجارية، مرجع سابق، ص 15.

² حسام الدين الصغير، حلقة الويبو الوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية لفائدة الدبلوماسيين المصريين، مرجع سابق، ص 4.

³ حسام عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية مرجع سابق، ص 15-16.

⁴ حسام الدين الصغير، ندوة الويبو الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، مرجع سابق، ص 4.

1. مبدأ المعاملة الوطنية:

منحت المادة الثانية من الاتفاقية رعايا الدول الأعضاء في الاتحاد نفس المزايا والحقوق التي يتمتعوا بها في دولهم وبالتالي لا فارق بين الوطني وغير الوطني في التمتع بالحقوق والمزايا دامت دولته عضواً في اتفاقية باريس¹.

وقد نصت المادة الثانية على هذا المبدأ بقولها: " يتمتع رعايا كل دولة من دول الاتحاد في جميع دول الاتحاد الأخرى، بالنسبة لحماية الملكية الصناعية بالمزايا التي تمنحها حالياً أو قد تمنحها مستقبلاً قوانين تلك الدول لمواطنيها وذلك دون الإخلال بالحقوق المنصوص عليها بصفة خاصة في هذه الاتفاقية ومن ثم فيكون لهم نفس الحماية إلى المواطنين ونفس وسائل اللطعن القانونية ضد أي إخلال بحقوقهم، بشرط إتباع الشروط والإجراءات المفروضة على المواطنين².

يقتضي هذا النص تساوي الأجانب بالمواطنين في المعاملة وتكون لهم ذات الحقوق التي يتمتع الوطنيون فيها يتعلق بحماية الملكية الصناعية، دون فرض أي قيد من أجل التمتع بهذه الحقوق وكقيد الإقامة أو التوطن في الدولة التي تطلب فيها الحماية، ويعتبر في حكم رعايا دول الاتحاد أو الذين لهم فيها منشأة صناعية أو تجارية فعلية³.

ولاشك أن مبدأ المعاملة الوطنية له دور كبير في تدعيم حماية حقوق الملكية الفكرية على المستوى الدولي لأن الأصل أن لكل دولة الحق في تقصر التمتع وحقوق الملكية الفكرية على مواطنيها، ولا تحترف بهذه الحقوق للأجانب غي أن الدول الأعضاء في اتحاد باريس تلتزم بمقتضى مبدأ المعاملة الوطنية المنصوص عليه في المادة 2 من الاتفاقية بأن تمنح رعايا كل دول الاتحاد ومن في حكمهم المزايا تمنحها قوانينها لمواطنيها فيما يتعلق بحقوق الملكية

¹ عبد الله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص 22.

² حسام الدين الصغير، مرجع سابق، ص 4.

³ إدريس فاضلي، مرجع سابق، ص 299.

الصناعية، ويبقى لهذه الدول الحق في حرمان الأجانب الذين لا يستفيدون من أحكام اتفاقية باريس من تلك المزايا أو تشترط لحمايتهم المعاملة بالمثل¹

حيث بلغ حرص اتفاقية باريس على تعزيز حماية العلامة التجارية أن توسعت بهذه الحماية لتتعدى مواطني دول الاتحاد لتشمل حتى المقيمين فيها أو الذين لهم منشآت صناعية أو تجارية حقيقية وفعالة بها وإن كانوا مواطني الدول غير أعضاء في الاتحاد الأمر الذي يكون له أبلغ الأثر في تشجيع غير مواطني الاتحاد على الاستثمار في دول الاتحاد².

وتبعاً لمبدأ المعاملة الوطنية، يكون الأجنبي الذي ينتمي إلى دولة من دول اتحاد باريس اكتساب الحقوق المتعلقة بمختلف صور الملكية الصناعية التي أشارت المادة الأولى من الاتفاقية إليها في كل دول اتحاد باريس ويعامل نفس معاملة مواطنيها³.

2. مبدأ الأسبقية:

إذا جعلت المادة الرابعة لكل من أودع في إحدى دول الاتحاد طلباً للحصول على براءة اختراع أو تسجيل نموذج منفعة أو رسم نموذج صناعي أو علامة صناعية أو تجارية حق أولوية في الحصول على هذا الحق⁴.

حيث تقتضي المادة الرابعة من اتفاقية باريس الدولية بأن يكون لكل من تقد بطلب تسجيل علامة تجارية في إحدى دول الاتحاد أن يتمتع بحق الأفضلية والأسبقية في باقي دول الاتحاد فيما يختص بتسجيل علامته خلال ستة أشهر من تاريخ تقديمه طلب التسجيل الأول⁵.

واثني عشر شهراً بالنسبة لبراءات الاختراع ونماذج المنفعة فعلى سبيل المثال يكون لكل من أودع طلباً لتسجيل علامة تجارية في فرنسا وهي دولة عضو في اتحاد باريس، حق أسبقية في تسجيل علامة مماثلة في مصر أودع في مصر طلباً للحصول على علامة مماثلة وذلك خلال ستة أشهر من تاريخ إيداع الطلب الأول في فرنسا ويترتب على ذلك أن أي طلب يودع في

¹ حسام الدين الصغير، مرجع سابق، ص 5.

² عيسى العنزي، الحماية الدولية للعلامات التجارية وأثرها في النظم القانونية الوطنية الدول مجلس التعاون الخليجي، مجلة كلية القانون الكويتية العالمية، الكويت العدد 2، العدد التسلسلي 26 يونيو 2019م، ص 99.

³ حسام الدين الصغير، حلقة الويبو الوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية لفائدة الدبلوماسيين المصريين، مرجع سابق، ص 4.

⁴ عبد الله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص 22.

⁵ إدريس فاضلي، مرجع سابق، ص 299.

مصر من أي شخص آخر عن نفس العلامة خلال الفترة من تاريخ إيداع الطلب الأول في فرنسا والطلب الثاني في مصر لا تكون له الأسبقية في مصر¹.

3. مبدأ قبول تسجيل جميع العلامات الأجنبية المسجلة في بلدها الأصلي:

ورد في اتفاقية باريس نص المادة السادسة الذي يقتضي بشأن تسهيل العلامات التجارية في جميع الدول الاتحاد أن يقبل إيداع كل علامة تجارية أو صناعية مسجلة تسجيلًا صحيحًا في بلدها الأصلي وأن تتمتع بالحماية بحالتها التي عليها في بقية دول الاتحاد.

ويقصد بالبلد الأصلي، الدولة التي يوجد إقليمها منشأً للعلامة أو موظف مالك للعلامة أو جنسيته ويعتبر تمتع العلامة بالحماية خارج حدودها بلدها امتداد للحماية القائمة في بلدها الأصلي متى تمت وفقاً لأحكام التشريع²

4. مبدأ عدم التعارض:

وبموجبه أجازت المادة 19 لدول الاتحاد الحق في إبراج اتفاقيات خاصة لحماية الملكية الصناعية على انفراد مرتبطة عدم تعارض هذه الاتفاقيات مع أحكام اتفاقية باريس³.

5. مبدأ استقلال العلامات:

يقصد استقلال العلامات في مفهوم المادة 6 أن تكون العلامات المسجلة تسجيلات صحيحة في بلدها الأصلي، ثم سجلت في دولة أو أكثر من دول الاتحاد، أنها مستقلة وقائمة بذاتها، ويترتب على ذلك فرضاً إذا انتهت مدة التسجيل في إحدى الدول لا يستتبع انتهاء مدة التسجيل في باقي الدول الأخرى، ولا يستتبع أيضاً تجديد التسجيل في البلد الأصلي للعلامة سريانه في جميع الدول المسجلة بها⁴.

¹ حسام الدين الصغير، مرجع سابق، ص 5-6.

² إدريس فاضلي، مرجع سبق ذكره، ص 299-300.

³ عبد الله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص 22.

⁴ إدريس فاضلي، مرجع سابق ص 300.

6. مبدأ الدولية:

إذا يجوز لكل دولة من خارج دول الاتحاد بموجب المادة 21 أن تتضمن الاتفاقية باريس وأن تصبح عضوا في الاتحاد على أن تودع وثائق الانضمام لدى المدير العام للاتحاد¹.

الفرع الثالث: الأحكام الموضوعية الخاصة لحماية العلامة

ذكرت اتفاقية باريس عدة قواعد موضوعية لتوفير حماية خاصة بالعلامات التجارية بالإضافة إلى مبدأ المعاملة الوطنية ومبدأ الأسبقية وقد وضعت الاتفاقية أحكاما تتعلق باشتراط استعمال العلامة (المادة 5) وأوجبت منح مهلة خاصة لسداد الرسوم (المادة 5 ثانيا) كما تضمنت عدة قواعد تتعلق بشروط تسجيل العلامة التجارية واستغلالها (المادة 6) وللعلامات المشهورة (المادة 6 ثانيا) وحظرت استعمال الدولة وعلامات الرقابة الرسمية وشعارات المنظمات الحكومية كعلامات تجارية² (المادة 6 ثالثا).

كما ذكرت بعض قواعد تتعلق بالتنازل عن العلامة المادة (6 رابعا) وحماية العلامة المسجلة في إحدى دول الاتحاد الأخرى بالحالة التي هي عليها (المادة 6 خامسا) وحماية علامات الخدمة (المادة 6 سادسا)، فضلا عن تسجيل العلامة باسم الوكيل بدون موافقة صاحبها (المادة 6 سابعا)، ومبدأ أن طبيعة المنتجات لا تحول دون تسجيل العلامة (المادة 7) والعلامات الجماعية (المادة 7 ثانيا) وممن الغني عن البيان المواد المتقدمة واجبة التطبيق في كل البلدان أعضاء المنظمة العالمية³.

1. القانون للواجب التطبيق على شروط تسجيل العلامة ومبدأ استقلالها:

وفقا للمادة 6 من الفقرة (1) من اتفاقية باريس فإن شروط إيداع وتسجيل العلامة التجارية يخضع للتشريع الوطني في كل دولة من دول الاتحاد، فالقانون الوطني للدولة التي يراد تسجيل العلامة فيها هو الذي يحدد شروط إيداع العلامة وإجراءات تسجيلها⁴.

¹ عبد الله حسين الخشروم، مرجع سبق ذكره، ص 22.

² حسام الدين الصغير، ندوة الويبودون الإقليمية عن العلامات التجارية نظام مدريد، مرجع سابق، ص 6.

³ حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية، مرجع سابق، ص 19.

⁴ حسام الدين الصغير، ندوة الويبودون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، مرجع سابق، ص 6.

ومع ذلك لا يجوز لأي دولة من حول الاتحاد أن ترفض تسجيل علامة مودعة في أي دولة من دول الاتحاد بمعرفة أحد رعايا دول الاتحاد أو تبطل تسجيلها استناداً إلى عدم إيداع العلامة أو تسجيلها أو تجديدها في بلد المنشأ فلو أودعت شركة فرنسية مثلاً طلباً لتسجيل ذات للعلامة التجارية في مصر، فلا يجوز رفض طلب تسجيل العلامة في مصر استناداً إلى أن الشركة الفرنسية لم تودع طلباً لتسجيل العلامة أو لم تسجلها في فرنسا¹.

ووفقاً للمادة 6 (3) من الاتفاقية تعتبر العلامة التي سجلت وفقاً للقانون في إحدى دول الاتحاد مستقلة عن العلامات التي سجلت في دول الاتحاد الأخرى بما في ذلك دولة المنشأ فإذا لم يجدد تسجيل العلامة أو أبطلت في دولة من الدول التي سجلت فيها، فلا يعني ذلك أن تفتقد العلامة الحماية أو يبطل تسجيلها في الدول الأخرى، ويعرف هذا المبدأ بمبدأ استقلال الحماية الخاصة بالعلامة في كل دولة².

ثانياً: العلامة المشهورة:

وضحت اتفاقية باريس في المادة (6 ثانياً) أحكاماً خاصة لحماية العلامة المشهورة فأوجبت على الدول الأعضاء في اتحاد باريس أن ترفض طلب تسجيل أو تطلب تسجيل أو تمنع استعمال أي علامة تشكل نسخاً أو تقليداً لعلامة ترى السلطة المختصة في الدول أنها علامة مشهورة إذا كان استعمال ذلك العلامة ترى السلطة المختصة في الدول أنها علامة مشهورة إذا كان استعمال ذلك العلامة بصدد منتجات مماثلة أو متشابهة يؤدي إلى وقوع لبس أو تضليل وهذا الحكم يقرر حماية من نوع خاص للعلامة المشهورة ولم تكن مسجلة³.

وذلك يجب منح مهلة لا تقل عن 5 سنوات من تاريخ التسجيل المطالبة بشطب مثل هذه العلامة ويجوز لدول الاتحاد أن تحدد مهلة يجب المطالبة بشطب أو منع استعمال العلامات التي سجلت أو استعملت بسوء نية.

فيبدو من هذا النص، هو حماية العلامات التجارية المشهورة من التقليد الذي يترتب عليه غش للجمهور.

¹ حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية، مرجع سابق، ص 20.

² حسام الدين الصغير، ندوة الويبودون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، مرجع سابق، ص 7.

³ حسام الدين عبد الغني، مرجع سبق ذكره، ص 21.

ولم تضع اتفاقية باريس أي معايير لقياس مدة شهرة العلامة بل تركت ذلك لتقدير الأجهزة الإدارية أو السلطات القضائية المختصة في كل دولة من دول الأعضاء في اتحاد باريس. ومن الغني عن البيان أن الحماية المقررة للعلامة المشهورة تقتصر على علامة السلعة دون علامة الخدمة، حيث أن نص المادة 6 ثانياً لا يتحدث عن العلامة المشهورة إلا بصدد علامات السلع¹.

ثالثاً: التنازل عن العلامة:

من المقرر في عديد من التشريعات من المقارنة أنه لا يجوز التنازل عن العلامة منفصلة عن المشروع الذي تستخدم العلامة في تمييز منتجاته، وقد وضعت المادة (5 رابعاً) من اتفاقية باريس أحكاماً تخاطب تلك التشريعات فقررت أنه إذا كان مقترناً بانتقال ملكية المشروع أو المحل التجاري الذي تخصه العلامة، فإنه يكفي لصحة هذا التنازل أن تنتقل ملكية جزء المشروع أو المحل التجاري الموجود في تلك الدولة إلى التنازل إليه مع منحه حقاً استشارياً في أن يصبح أو يبيع المنتجات التي تحمل العلامة المتنازل عنها في تلك الدولة². وهذه المادة لها أهمية كبيرة بالنسبة للشركات أو المشروعات التي تزاول نشاطها في دول مختلفة من خلال فروعها المنتشرة في كافة اتحاد العالم فقد يكون لدى الشركة رغبة في التنازل عن علامتها التجارية في دولة أو أكثر من هذه الدول مع احتفاظها بملكية العلامة في الدول الأخرى حينئذ يكفي وفقاً لحكم المادة 6 (رابعاً) من اتفاقية باريس لصحة تنازل عن العلامة أن يقترن ذلك بالتنازل عن ملكية جزء المشروع أو فروع الشركة الموجود في الدولة أو الدول التي يراد التنازل عن العلامة فيها³.

ومع ذلك تلتزم دول اتحاد باريس بتطبيق هذا الحكم إذا كان استعمال العلامة بمعرفة المتنازل إليه من شأنه تظليل الجمهور لاسيما فيما يتعلق بمصدر المنتجات التي تحمل العلامة أو تطبيقها أو صفاتها للجوهرية (المادة 6 رابعاً فقرة 2).

¹ حسام الدين الصغير، مرجع سابق، ص 7.

² حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية، مرجع سابق، ص 23.24.

³ حسام الدين الصغير، ندوة الويبودون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، مرجع سابق، ص 8.

وهذا يعني أنه يجوز للدول الأعضاء في اتحاد باريس أن تشترط لصحة التنازل عن العلامة أن يقترب التنازل بنقل ملكية المشروع الذي تستخدمه العلامة في تمييز منتجاته بكامل فروعهِ إلى المتنازل إليه¹.

رابعاً: حماية العلامة المسجلة في إحدى دول الاتحاد في سائر الدول الاتحاد الأخرى بالحالة التي سجلت عليها:

استثناء من مبدأ استقلال العلامة الذي قرره المادة 6 من اتفاقية باريس ومضمونه أن للعلامة التي سجلت في إحدى دول الاتحاد تعتبر مستقلة عن العلامات المماثلة التي تسجل في دول الاتحاد الأخرى بما في ذلك دول المنشأ، تلتزم المادة 6 خامساً من اتفاقية باريس الدول الأعضاء في الاتحاد بقبول إيداع كل علامة مسجلة طبق للقانون في دولة المنشأ كما يتم حمايتها بالحالة التي هي عليها في دول الاتحاد الأخرى².

وهذا يعني أنه لا يجوز لأي دولة من الدول الأعضاء في الاتحاد أن ترفض طلب تسجيل علامة تجارية سبق تسجيلها في دولة أخرى من دول الاتحاد استناداً إلى أن شكل العلامة لا يتفق مع التشريع الوطني ومن الغني من البيان أن هذا الحكم الاستثنائي الذي يضع قيوداً على التشريعات الوطنية فيما يتعلق بشكل العلامة يتيح لصاحب العلامة المسجلة في دولة من دول الاتحاد (بلد المنشأ) أن يسجل علامته في سائر دول الاتحاد الأخرى دون إجباره على إدخال أي تعديلات على شكلها³.

ولكي يستفيد صاحب العلامة المسجلة في إحدى دول الاتحاد من هذا الحكم الاستثنائي ويسجل علامته في سائر دول الاتحاد بالحالة التي هي عليها في بلد المنشأ يجب أن يوضح عند تقديمه لطلب تسجيل العلامة الشكل الذي سبق أن سجلت به العلامة في بلد المنشأ ويطلب تسجيلها بنفس هذا الشكل.

¹ حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية، مرجع سابق، ص 24.

² حسام الدين الصغير، ندوة الويبودون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، مرجع سابق، ص 8.

³ حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية، مرجع سابق، ص 25.

ولا يكفي أن تكون العلامة قد أودعت في بلد المنشأ أو سبق استعمالها بل يشترط أن تكون قد سجلت طبقاً لقانون دولة المنشأ، ويعرف هذا المبدأ بمبدأ قبول تسجيل العلامة بالحالة التي هي عليها¹.

ويقتصر تطبيق هذا المبدأ على شكل للعلامة فلا يمتد إلى الشروط الموضوعية التي يجب توافرها في التشريع الوطني لحماية العلامة فعلى سبيل المثال لا مجال لتطبيق مبدأ قبول تسجيل العلامة بالحالة التي عليها إذا كانت العلامة المسجلة في بلد المنشأ للاحق لتسجيل العلامة تستبعد العلامات المجسمة من نطاق الحماية المقررة للعلامات التجارية لأن اتفاقية باريس لا تلزم دول الأعضاء بمراجعة لحماية العلامة ثلاثية الأبعاد².

وقد ذكرت المادة 6 (خامساً) من اتفاقية باريس الأسباب التي يجوز للدولة فيها أن ترفض تسجيل العلامة التجارية أو الصناعية وتبطلها في الحالة المتقدمة على سبيل الحصر وهي:

1. إذا كان من شأن تسجيل العلامة من الإخلال بالحقوق المكتسبة للغير في الدولة التي تطلب فيها الحماية كما لو ثبت أن هناك علامة مماثلة أو مشابهة للعلامة المشهورة استعملها صاحبها مدة طويلة قبل ذبوع شهرة العلامة في البلد المعني³.

2. إذا كانت العلامة مجردة من أي صفة مميزة أو كان تكوينها قاصراً على إشارات أو بيانات يمكن أن تستعمل في التجارة للدلالة على نوع المنتجات وجودتها أو كميتها أو للغرض منها قيمتها أو محل منشأ المنتجات أو زمن الانتاج أو إذا كانت قد أصبحت شائعة في اللغة الجارية أو العادات التجارية المشروعة والمستقرة في الدولة التي تطلب فيها الحماية.

3. إذا كانت العلامة مخالفة للنظام العام والآداب العامة ولاسيما إذا كانت من طبيعة يترتب عليها تضليل الجمهور⁴.

¹ حسام الدين الصغير، ندوة الويبودون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، مرجع سابق، ص 8-9.

² حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية، مرجع سابق ص 26.

³ حسام الدين الصغير، ندوة الويبو دون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، مرجع سابق، ص 9.

⁴ حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية مرجع سابق، ص 26-27.

4. علامة الخدمة:

من المعلوم أن علامة الخدمة تستخدم لتمييز الخدمات التي يقدمها المشروع ونم أمثلة علامات الخدمة العلامات المميزة لشركات الطيران وعلامات الفنادق والمطاعم ووكالات السياحة تأجير السيارات وشركات الدعايا والإعلان، محلات غسيل وكوي الملابس وتنظيفها، ومن ثم فإن علامة الخدمة تقوم بذات وظيفة علامة السلعة مع اختلاف وحيد بينهما وهو أن علامة السلعة

تستخدم في تمييز السلع بينما يستخدم علامة الخدمة في تمييز الخدمات¹

ولم تكن الحماية المقررة في اتفاقية باريس للعلامة التجارية تشمل علامة الخدمة بل كانت قاصرة على علامة السلعة، وفي مؤتمر لشبونة الذي عقد في أكتوبر 1957 لتعديل الاتفاقية نوقش اقتراح يتضمن التوسع في الحماية المقررة في الاتفاقية للعلامة التجارية لتشمل علامة الخدمة من جميع الوجوه، غير أن المؤتمر لم يوافق على هذا الاقتراح واقتصر التعديل الذي جاءت به المادة (6 سادسا) التي أضيفت إلى اتفاقية على إلزام دول الاتحاد بحماية علامة الخدمة دون إلزامها بتسجيل تلك العلامة².

وقد نصت العلامة 6 (سادسا) على ذلك بقولها:

" تتعهد دول الاتحاد بحماية علامات الخدمة، ولا تلزم هذه الدول بأن تكفل التسجيل لتلك العلامات".

وهذا يعني أن اتفاقية باريس لا تلزم الدول أعضاء الاتحاد بتسجيل علامة الخدمة كعلامة تجارية، بل يكفيها وفقاً لنص المادة 6 سادسا حمايتها عن طريق قواعد المنافسة غير المشروعة أو بأي آلية قانونية أخرى³

الفرع الرابع: نظام تسوية المنازعات.

وضعت المادة 28 من اتفاقية باريس نظاماً هشاً لتسوية المنازعات التي قد تنشأ بين الأعضاء في اتحاد باريس بشأن تفسير أو تطبيق الاتفاقية حيث أجازت لها إذا لم يتم تسوية النزاع عن طريق المفاوضات أن تحرض النزاع على محكمة العدل الدولية¹.

¹ حسام الدين الصغير، ندوة الويبودون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، مرجع سابق، ص 9.

² حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية، مرجع سابق، ص 27.

³ حسام الدين الصغير، ندوة الويبو دون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، مرجع سابق، ص 10.

وقد نصت المادة 28 من الاتفاقية على ذلك بقولها:

1. كل نزاع بين اثنين أو أكثر من دول الاتحاد بشأن تفسير وتطبيق هذه الاتفاقية والذي لا تتم تسوية المفاوضات يمكن لأي من الدول المعنية عرضه أمام محكمة العدل الدولية بعريضة تقدم وفقاً لنظام المحكمة وذلك من لم تتفق الدول المعنية على طريقة أخرى للتسوية، وتقوم الدولة التي تعرض النزاع أمام المحكمة بإخطار المكتب الدولي الذي يتولى إحاطة دول الاتحاد الأخرى علماً بالموضوع.²

2. لكل دولة أن تعلن عند توقيعها للوثيقة الحالية أو بإيداعها لوثيقة..... أو انضمامها، أنها لا تعتبر نفسها ملتزمة بأحكام الفقرة (1) ولا تشري أحكام الفقرة (1) فيما يختص بكل نزاع بين تلك الدولة أو أية دولة أخرى من دول الاتحاد.

3. لكل دولة أصدرت إعلاناً طبقاً للفقرة (2) أن تسحب إعلانها في أي وقت بأخطاء يوجه للمدير العام.³

ولم تضع الاتفاقية أي قواعد تكفل احترام الدول الأعضاء لاتحاد باريس ما تصدره محكمة العدل الدولية من قرارات أو أحكام في المنازعات التي تنظرها شأن تطبيق حكم المادة 28، كما أن للفقرة الثانية من المادة 28 أجازت للدول التحفظ على هذا النص.

وقد تحفظت جمهورية مصر العربية على نص الفقرة الأولى من المادة 28 كما جاء بوثيقة انضمامها إلى الاتفاقية وفقاً لآخر تعديل لها في استكهولم في 14 يوليو 1967.⁴

وفقد ثبت عملياً إلى فشل نظام تسوية المنازعات بين دول الأعضاء في اتحاد باريس وفقاً لحكم المادة 28 من الاتفاقية فلم تلجأ أي دولة حتى الآن إلى محكمة العدل الدولية لتسوية المنازعات المتعلقة بتفسير أو تطبيق اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية.⁵

¹ حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية، مرجع سابق، ص 28.

² حسام الدين الصغير ندوة الويبودون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، مرجع سابق، ص 10.

³ حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية مرجع سابق، ص 29.

⁴ حسام الدين الصغير، ندوة الويبودون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، مرجع سابق، ص 10.

⁵ حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية مرجع سابق، ص 29-30.

ويختلف هذا الوضع عن الوضع القائم في اتفاقية التريس التي وضعت نظاماً لتسوية المنازعات بين الدول الأعضاء وفقاً للقواعد الواردة في مذكرة النظام بشأن قواعد والإجراءات التي تحكم تسوية المنازعات وأوجبت على جميع الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية الالتزام بالقواعد الواردة في مذكرة التفاهم¹.

المبحث الثاني: إجراءات تسجيل العلامة وفق الاتفاقيتين.

إن حماية العلامات التجارية في الأصل تقف عند الحدود الإقليمية للدولة التي تسجل فيها للعلامة التجارية ولا تتعدى تلك الحدود وذلك تطبيقاً بمبدأ السيادة الإقليمية لذا لا يسري أثر تسجيل العلامة التجارية، إلا في حدود إقليم الدولة التي تم تسجيل العلامة فيها، ولا يسري أثر التسجيل في أية دولة أخرى، عليه أن يسجلها في تلك الدولة الأمر الذي يفرض على صاحب العلامة أن يقوم بتسجيلها في كل دولة يرغب في حماية علامته في تلك الدولة².

المطلب الأول: تسجيل العلامة وفق اتفاقية التريس وباريس تتمثل هذه الإجراءات في شروط تسجيل العلامات في اتفاقية باريس.

الفرع الأول: شروط التسجيل وفقاً لاتفاقية تريس.

القاعدة في اتفاقية تريس هي عدم جواز رفض تسجيل العلامات التجارية بناءً على أسباب أخرى غير عدم قابليتها للحماية طبقاً لعبارة المادة 2/15 نظامها توافرت متطلبات الحماية الواردة في تلك العبارات فلا يجوز لأي دولة عضو أن ترفض تسجيل الشارة كعلامة تجارية، كقاعدة عامة ومع ذلك يظل من الضروري مراعاة أحكام المادة السادسة من اتفاقية باريس المساس بالحقوق المكتسبة للغير في الدولة التي تطلب فيها الحماية أو إذا كانت يمكن أن تستعمل في التجارة للدلالة على نوع السلعة أو جودتها أو كميتها أو الغرض في اللغة التجارية generic لدرجة تفقدتهما القدرة على تمييز السلع في الدول التي تطلب فيها الحماية أو إذا كانت العلامة مخالفة للنظام العام أو الآداب العامة ولاسيما إذا كانت مظلة للجمهور³، ومن الملاحظ أن اتفاقية تريس قد أجازت الدول الأعضاء فيها أن تشترط جعل صلاحية للعلامة

¹حسام الدين الصغير، ندوة الويبودون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، مرجع سابق، ص 11.

²صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص 435.

³جلال وفاء محمد، مرجع سابق، ص 107.

للتسجيل مشروطة بالتميز المكتسب لها من خلال الاستخدام وذلك في الحالات التي يكون فيها أي علامة ما يسمح بتمييز السلع والخدمات ذات الصلة، لذا يجوز للدول الأعضاء في اتفاقية تريبس أن تقبل تسجيل العلامات الوصفية لكن تشترط أن يثبت طالب التسجيل وجود معنى آخر مميز لها أنه بالرغم من استعمال علامة ذات اسم وصفي فإن ذلك الاسم الوصفي قد أكسب في أذهان الناس القدرة على تمييز هذه السلعة بالذات¹.

إذ يجوز لمكتب العلامات التجارية في بلد ما عضو وبصدد حالة يعينها رفض تسجيل اسم العلم أو اسم الجغرافي أو مجموعة من الأرقام أو الأحرف أو مجموعة بسيطة من الألوان لعدم اكتسابها معنى مميزا secondary meaning وبالتالي عدم اعتبارها علامة تجارية فإنه لا يجوز لنفس مكتب العلامات أن يقرر قاعدة عامة من شأنها منع تسجيل جميع أسماء الأعلام أو الأرقام الوصفية حتى ولو كانت لها القدرة على تمييز السلع².

ولا يجوز مطلقاً أن تكون طبيعة البضاعة أو الخدمة المنوي تسجيلها عقبة تحول دون تسجيل العلامة التجارية في الدولة العضو³ (المادة 4/15 من اتفاقية تريبس).

إذ جاءت هذه الإضافية لتحديد من قدرة الدولة للعضو على رفض تسجيل علامة تجارية لبضائع أو خدمات مخالفة للنظام العام أو الآداب العامة قد تأتي من خلال شكل العلامة التجارية مما يثير إشكالية في تسجيل مثل تلك العلامات التجارية وذلك على الرغم من أن اتفاقية (trips) شمع برفض تسجيل أي اختراع يخالف النظام العام أو الآداب وهذا كله سوف يثير مشكلات عملية كثيرة مع الاحتفاظ بحق الدولة في تقييد أية سلعة أو خدمة مخالفة للنظام العام والآداب⁴.

ولقد أجازت اتفاقية تريبس الدول الأعضاء أن تجعل تسجيل العلامة معلقاً على الاستخدام الفعلي لها وهذا أو جوازي وعليه فقد يجيز قانون إحدى الدول الأعضاء تسجيل العلامة

¹ ريم سعود سماوي بإجراء الاختراع في الصناعات الدوائية (التنظيم القانوني للتراخيص الاتفاقية في ضوء منظمة التجارة العالمية w.t.o الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع الأردن، 1432هـ، 2011م، ص 60.

² جلال وفاء محمد، مرجع سبق ذكره، ص 108.

³ المادة 4/15 من اتفاقية تريبس.

⁴ ريم سعود سماوي، مرجع سابق، ص 61.

التجارية دون اشتراط استخدامها فعلياً من جانب المتقدم للتسجيل، أي أنه لا يشترط وجود استخدام فعلي وقت التقدم بطلب التسجيل إذ يتعين وفقاً لاتفاقية تريبس منح طالب التسجيل فترة ثلاث سنوات اعتباراً من تاريخ تقديم الطلب للقيام باستعمال العلامة فإذا لم يقيم طلب التسجيل باستعمال العلامة التجارية خلال تلك المدة فإنه ينبغي شطب تسجيل العلامة¹ لا يجوز شطب علامة بسبب عدم الاستعمال بعد انقضاء ثلاث سنوات متواصلة².

المنصوص عليها في الاتفاقية إذا اثبت مالك للعلامة قيام أسباب مبررة تستند إلى وجود عقاب حقيقة تحول دون هذا وخارجة عن إرادة مالك للعلامة المعنية أو أية عوائق حكومية أخرى وفي ذلك حماية للشركات الدولية الكبرى في المالكات لعلامات تجارية مسجلة لا تستطيع استعمالها في أسواق معينة كأسواق بعض الدول النامية بسبب قيام تلك الدول بفرض قيود معنية على الاستيراد للدفاع عن مصالحها الوطنية كالحفاظ على الآداب أو النظام العام فيها أو غير ذلك من الأسباب³.

ذلك أن إلغاء تسجيل العلامة التجارية في هذه الحالات قد يدفع شركة أخرى محلية إلى محاولة القيام بتسجيل ذات العلامة دون المساهمة في المحل التجاري والسمعة التجارية ولاشك أن ذلك سيؤدي إلى تضليل الجمهور والمستهلكين في السوق المحلية لتلك الدولة فيعتقدون أن منتجات الشركة المحلية هي نفس منتجات الشركة الأصلية والتي طورت العلامة التجارية وإذا تستفيد الشركة المحلية بطريقة غير مشروعة من سمعة الشركة الدولية، وعليه فقد تم السماح باستمرار تسجيل العلامة حتى بعد انقضاء فترة الثلاث سنوات على عدم الاستعمال عند وجود عقاب تحول دون ذلك⁴.

المبحث الأول : ماهية العلامة التجارية

¹ جلال وفاء محمددين، مرجع سابق، ص 109.

² ريم سعود سماوي، مرجع سابق، ص 60.

³ فاطمة سرطوط، مرجع سابق، ص 71.

⁴ جلال وفاء محمددين، مرجع سابق، ص 111، 112.

إن العلامات التجارية هي فرع من الملكية الصناعية و فيها ترد الحقوق على علامات مميزة يضعها التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة على منتجاته أو سلعته أو خدماته حتى يميزها عن غيرها من المنتجات و السلع و الخدات المماثلة.

و بذلك للعلامة التجارية دور كبير في الحيات الإقتصادية و التجارية في عالمنا المعاصر فتشكل في الكثر من المؤسسات و الشركات التجارية واحدة من العناصر المعنوية > ات الأهمية الكبيرة بل أنها قد تشكل أحيانا أكثر الأصول المملوكة من الشركة قيمة و أهمية فالعلامة التجارية تميز المنتجات أو الخدمات التي يقدمها المشروع التجاري عن تلك المقدمة من المشاريع الأخرى كما أنها تدل على الأصل الذي جاءت منه و على الجودة التي تتميز بها فضلا عن أنها تجذب الزبائن إليها.

كما أن العلامة التجارية يجب توافر شروط لقيامها منها موضوعية و أخرى شكلية و لهذا قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين ، المبحث الأول تطرقنا فيه الى ماعية العلامة التجارية و المبحث الثاني إلى شروط إكتساب الحق في العلامة التجارية.

وطبقا للمادة 2/19 من اتفاقية تريبس¹ (2/19 اتفاقية تريبس)، لا يشترط استخدام العلامة من مالكةا نفسه كشرط لاستمرار تسجيلها إذ يعتبر استخدام العلامة من قبل أي شخص آخر استخداما لها لأغراض استمرار تسجيلها طالبا أن هذا الاستخدام خاضع للرقابة أو السيطرة مالك العلامة ومثال ذلك أن استخدام العلامة التجارية من قبل الشخص المرخص له استعمالها العلامة من جانب مالك العلامة يكفي للمحافظة على التسجيل ولكن بشرط خضوع هذا الاستخدام لرقابة مالك العلامة².

1. إيداع للعلامات التجارية:

وقد أحالت اتفاقية تريبس على اتفاقية باريس بشأن شروط إيداع العلامات التجارية وتسجيلها في بلد معين (المادة السادسة من اتفاقية باريس) إذا تخضع العلامات في هذا الخصوص إلى

¹2/19 اتفاقية تريبس.

²قائمة شروط مرجع سبق ذكره، ص 71-72.

القوانين الوطنية للبلد المراد إيداع وتسجيل العلامة فيه وطبقا لمبدأ المعاملة الوطنية فإنه يحق لأي مواطن أي شخص مقيم في بلد عضو في منظمة التجارة العالمية أو لأي شركة لها في ذلك البلد تجاريا أو مصنعا مثلا إيداع طلب تسجيل العلامة في أي بلد آخر يكون عضوا في منظمة التجارة العالمية بموجب نفس الشروط المطبقة على المواطنين المقيمين الذين لهم أعمال في ذلك البلد العضو الآخر ولا يجوز رفض أي طلب للقيام بالتسجيل كما لا يجوز شطب أي تسجيل لعلامة تجارية بحجة أن مالك للعلامة لم يقيم بتسجيلها في البلد المنشأ¹.

كما أن أي علامة مسجلة في بلد عضو يجب اعتبارها مستقلة عن العلامات المسجلة في البلدان الأخرى بما في ذلك بلد المنشأ وعليه فإن إلغاء تسجيل العلامة التجارية أو نقله لمصلحة شخص آخر في بلد ما لا يؤثر في صحة التسجيل الذي جرى في بلد آخر ومثال ذلك أنه يجوز لمواطن فرنسي أو لشركة فرنسية إيداع طلب تسجيل علامة تجارية في مصر وهذا الطلب يخضع لنفس القواعد الموضوعية والإجرائية التي يخضع لها طلب تسجيل علامة مودع من مصري أو من شركة مصرية في مصر أيضا ويجوز لمكتب العلامات المصري أن يرفض تسجيل علامة تجارية لأي سبب يتعلق بالعلامة ذاتها كعدم قدرتها على تمييز السلع أو سبق تسجيل نفس العلامة والتي تنطبق على طلب أودعه شخص مصري أو شركة مصرية ولكن لا يجوز لمكتب العلامات المصري أن يرفض تسجيل العلامة المودعة من الشخص الفرنسي أو الشركة الفرنسية لمجرد القيام بإيداع العلامة في فرنسا أو بمجرد إلغاء هذا التسجيل².

ولا يجوز للدول الأعضاء أن تشترط الاستخدام الفعلي للعلامة لطلب تسجيلها بل ويمنع رفض طلب التسجيل إذا كان مؤسسا على عدم الاستخدام قبل اقتضاء ثلاث سنوات من تاريخ تقديم الطلب، كما لا يؤثر مطلقا صبيحة السلع والخدمات المواد استخدام العلامة بشأنها ولا تكون عائقا يحول دون تسجيلها وإذا كان استخدام العلامة التجارية شرطا لاستمرار تسجيلها فلا

¹ جلال وفاء محمد، مرجع سبق ذكره، ص 113.

² جلال وفاء محمد، مرجع سابق، ص 114.

يجوز إلغاء التسجيل إلا بعد انقضاء ثلاث سنوات متواصلة على الأقل من عدم استخدامها ويجوز لصاحب العلامة إثبات وجود أسباب وجيهة منشأها عقاب مستقلة عنه حالت دون هذا الاستخدام¹.

وقد أجازت اتفاقية تريبس في المادة (21) التراخيص العقدية للعلامات التجارية والتي تبرم بين مالك للعلامة والمرخص لهم وكما يحق لصاحب العلامة التجارية التنازل عنها للغير مع نقل المنشأة أو من دون نقلها (المادة 21) وبخصوص هذه الحماية للعلامة التجارية فهي سبع سنوات قابلة للتجديد لمدة مماثلة ولعدد غير محدود من المرات² (مادة 18) .

الفرع الثالث: شروط التسجيل وفق اتفاقية باريس

وفقاً للمادة السادسة فقرة (1) فإن من شروط إيداع وتسجيل العلامة التجارية يخضع للتشريع الوطني في كل دولة من دول الاتحاد وبذلك لم تحدد اتفاقية باريس شروط إيداع العلامات التجارية وتسجيلها في الدولة المطلوب الإيداع أو التسجيل فيها بل تركت تحديد تلك الشروط للقانون الوطني الذي يحدد شروط إيداع العلامة وإجراءات تسجيلها لكل دولة عضو ودون فرض إجراءات معينة³ (المادة 1/6 باريس).

ومع ذلك لا يجوز لأي دولة عضو من الاتحاد أن ترفض تسجيل علامة موزعة في أي دولة من دول الاتحاد بمعرفة أحد رعايا دول الاتحاد أو تبطل تسجيلها استناداً على عدم إيداع العلامة أو تسجيلها أو تحديدها في بلد المنشأ⁴.

الفرع الرابع: آثار تسجيل العلامة وفقاً لاتفاقية باريس

آثار تسجيل العلامة:

إن احتكار استعمال ملكية العلامة منحصر داخل إقليم الدولة فلا يمتد هذا الحق ولا الحماية المقررة له خارج الإقليم فالعلامة شبيهة من حيث المكان أيضاً ويجوز أن تشغل العلامة خارج حدود الدولة وتمتع بالحماية المقررة لها إذا ما قام صاحبها بتسجيلها في ذلك البلد خلال ستة

¹فاطمة سرطوط، مرجع سابق، ص 73.

²ريم سعود سماوي، مرجع سابق، ص 61.

³المادة 1/6 اتفاقية باريس

⁴فاطمة سرطوط، مرجع سابق، ص 63.

أشهر وكانت لهذا البلد اتفاقية مع بلد تسجيلها الأصلي أو كان هذا البلد عضو في اتفاقية باريس الفقرة (4) فقرة (ج)، فإذا لم تسجل العلامة خلال مدة ستة أشهر سقط حق صاحبها في الأسبقية وبالتالي في الحماية¹.

وقد استثنت المادة السادسة مكرر (2) (المادة 6 مكرر من اتفاقية باريس) من اتفاقية باريس للدولة، حالة ما إذا كان للعلامة التجارية الأجنبية شهرة خاصة في تمييز منتجات شخص من رعايا دول الاتحاد فإنه يجوز استعمال إذ كانت العلامة داخل إقليم حتى ولم تكن العلامة التجارية مسجلة دولياً كالعلامة التجارية "كوداك" فيها من الشهرة ما يجعلها تتمتع بحماية قانونية خارج إقليمها دون خاصة إلى إبراء تسجيل².

المطلب الثاني: آليات الحماية للعلامة التجارية.

إن بيان وتوضيح الإجراءات الخاصة بالحماية المدنية والجزئية للعلامة التجارية والجزء المقرر لها وفقاً لاتفاقية ترييس وباريس من الأمور الأساسية التي كان من الضروري توضيحها شيء من التفصيل لذلك فإن التعدي على العلامة التجارية أمر خطير لا بد من تلاقيه والمبدأ الأساسي الذي اتفقت عليه اتفاقية ترييس وباريس هو أن هذه الحماية لا تقرر إلا على العلامة التجارية المسجلة وفقاً للقانون دون سواها من العلامات غير المسجلة إذا لصاحب الحق في العلامة التجارية المسجلة أن يرفع دعوى جزائية فضلاً عن المدينة المطالبة بالتعويض وهذا إخلاف ملا حضناه في العلامة الغير المسجلة التي لا يحق لصاحبها رفع دعوى جزائية فمن أهمية هذه الدعوى أنها وسيلة رادعة ... لكل معتدي³.

حيث أصبح الاعتداء على العلامة التجارية أكثر خطورة قواعد وأحكام قانونية بحماية العلامة التجارية من اعتداء الغير ونتطرق إلى الحماية المدنية ثم للحماية الجنائية للعلامة التجارية⁴.

¹ إدريس فاضلي، مرجع سابق، ص 291.

² إدريس فاضلي، مرجع سبق ذكره، ص 291.

³ إبراهيم إسماعيل إبراهيم، سماح حسين علي، مرجع سابق، ص 900.

⁴ فاطمة سرطوط، مرجع سابق، ص 83.

الفرع الأول: الحماية المدنية وفق الاتفاقية تريبس.

ركزت اتفاقية تريبس فيما يتعلق بالحماية المدنية للعلامة التجارية على جانبين، الأول تعلق بوضع مبادئ توجيهية عامة لإجراءات الخاصة بتلك الحماية أما الجانب الثاني فقد حدد أهم الجزاءات المقررة.

المبادئ التوجيهية العامة:

نجد أن المادة 41-42 من اتفاقية تريبس اشترطت في الإجراءات ما يلي:

1. أن تكون تلك الإجراءات عادلة ومنظمة لكل من طرفي الدعوى المادة (41).
2. يجب ألا تكون تلك الإجراءات معقدة أو باهظة التكاليف (المادة 41).
3. أتاحت (المادة 42) أيضا لكل من طرفي الدعوى الحق بتقديم الوثائق اللازمة لإثبات ما يدعوه.

4. وأخيرا سمحت لصاحب الحق في العلامة التجارية باتخاذ إجراءات قضائية مدنية ليتمكنوا من اللجوء القضاء المطالبة بالحماية المدنية¹.

2. الجزاءات المدنية:

قررت اتفاقية تريبس جزاءات معينة على كل من يعتدي على العلامة التجارية والتي تمثلت ب:

1. وقف التعدي إن أشارت الفقرة 1 المادة 44 إلى أن للسلطة القضائية صلاحية في إيقاف المتعدي على العلامة التجارية.

2. دفع تعويضات لأصحاب الحق بالعلامة التجارية فمن الطبيعي أن تقرر الاتفاقية للسلطات القضائية لأي دولة تعد عضوا في منظمة التجارة العالمية صلاحية الأمر بدفع التعويضات مناسبة وهذا ما قرره للفقرة 1 المادة 45 من الاتفاقية، ولقد حولت الفقرة 2 المادة 45 منها للسلطة القضائية إلزام المعتدي بدفع مصروفات الدعوى فضلا عن أتعاب المحاماة، وقد

¹ إبراهيم إسماعيل إبراهيم سماح حسين علي، مرجع سابق، ص 897.

أجازت الاتفاقية أيضا حق المدعي بالمطالبة بالأرباح التي حصل عليها المتعدي جزاء هذا الاعتداء¹.

الفرع الثاني: الحماية الجنائية وفق اتفاقية تريبس:

تضمنت المادة 61 من اتفاقية تريبس²، هذا الطريق من طرف الحماية تفترض أحكام هذه المادة ألزمت الاتفاقية الدول الأعضاء بتطبيق الإجراءات والعقوبات في مجالين أساسيين من مجالات حقوق الملكية الفكرية هما:

1. العلامات التجارية المسجلة إذا قلدت تقليدا عمديا.

2. حقوق المؤلف إذ إنتحلت

فقد أجازت الاتفاقية تطبيق الإجراءات والعقوبات للجنائية على مجالات حقوق الملكية الفكرية بشرط أن يتخذ التعدي عليها طابع العمد واقع نطاق تجاري³.

كما أشارت المادة 61 على ضرورة وضع إجراءات جنائية وفرض جزاءات في حالات التقليد المعتمد للعلامات المسجلة وتتضمن الجزاءات التي يمكن فرضها الحبس أو الغرامة المالية أو كليهما وكذلك المصادرة والإتلاف لتلك السلع أو المعدات المستخدمة.

1. الإجراءات الجنائية:

نصت المادة 41 و 61 من اتفاقية تريبس والتي يمكن إجمالها الآتي:

1. أن تكون تلك الإجراءات عادلة ومنظمة

2. أن لا تكون مرهقة أو مكلفة

3. أن تكون العلامة التجارية مسجلة

4. ضرورة تضمن التشريعات الوطنية آلية استحصال الأدلة الجنائية وتقييمها والمحافظة عليها⁴

الجزاءات:

¹ إبراهيم إسماعيل إبراهيم سماح حسين علي، مرجع سابق، ص 898.

² المادة 61 من اتفاقية تريبس.

³ فاطمة سرطوط، مرجع سابق، ص 85.

⁴ إبراهيم إسماعيل إبراهيم سماح حسين علي، مرجع سابق، ص 900.

تشمل الجزاءات المقررة بالآتي:

1. السجن باعتباره من العقوبات السالبة للحرية لمن يقوم بالاعتداء على العلامة المسجلة.

2. الغرامة المالية، وتركت تحديد مبلغ الغرامة للتشريعات الوطنية

3. المصادرة

4. الإلتلاف

إن اتفاقية تريبس تطرقت لصورة واحدة من صور الاعتداء على العلامة التجارية ألا وهي التقليد المعتمد للعلامة وبذلك تركت مهمة تحديدا أشكال وصور الاعتداء الأخرى للمشروع. وكذلك مدة العقوبة السالبة للحرية والمبلغ الغرامات المالية وفتحت المجال لتلك التشريعات لتقرير جزاءات أخرى¹.

الفرع الثالث: الحماية المدنية وفقا لاتفاقية باريس:

تستند الحماية المدنية المقررة للعلامة التجارية إلى القواعد العامة في القانون المدني وهي تحول لصاحبها الحق في المطالبة بالتعويض إذا ما وقع اعتداء على علامته بأي صورة من الصور عن طريق رفع دعوى المنافسة غير المشروعة² (المادة 10 اتفاقية باريس).

وهذه الدعوى مسؤولة يجوز أن يرفعها كل من أصابه ضرر من جراء الاعتداء على العلامة على المتسبب في وقوعه لتعويضه عما لحقه من ضرر بينما لا ترفع الدعوى الجنائية إلا من مالك العلامة أو ممن آلت إليه ملكيتها فإن دعوى المنافسة غير المشروعة لا يشترط رفعها من مالك العلامة إذا يجوز لكل من لحقه ضرر رفعها سواء كان مالكا للعلامة أو غير مالك لها³.

الفرع الرابع: الحماية الجزائية وفق اتفاقية باريس:

تضمنت المادة 9 من اتفاقية باريس مصادرة المنتجات عند استرداد التي تحمل علامة تجارية وضعت تطريق غير مشروع إلا أنه يلاحظ على اتفاقية باريس، أنها لم تقرر عقوبات محددة

¹ إبراهيم إسماعيل إبراهيم سماح حسين علي، مرجع سابق، ص 901.

² المادة 10 من اتفاقية باريس

³ فاطنة سرطوط، مرجع سابق، ص 84.

في حالة تزوير أو تقليد أو اغتصاب العلامة التجارية، وتعتقد أنها قد تركت الأمر للمشرع الوطني بينما اكتفت بمصادرة السلع التي تحمل علامة مقلدة¹.

¹ زينة غانم عبد الجبار الصفار، مرجع سابق، ص 182.

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل الذي تناولناه أدركنا أن الحماية المقررة للعلامات التجارية على المستوى الدولي تستمد من الاتفاقيات الدولية.

فتناولنا في المبحث الأول الإطار المفاهيمي لاتفاقية تريبس وباريس حيث تطرقنا إلى أهم الأهداف والمبادئ والمعايير والأحكام الموضوعية الخاصة لحماية العلامة في كلتا الاتفاقيتين. أما المبحث الثاني فتناولنا فيه إجراءات تسجيل العلامة التجارية وحمايتها وفق الاتفاقيتين باريس وتريبس فالقاعدة العامة في الاتفاقيتين هي عدم جواز رفض تسجيل العلامات التجارية مع مراعاة أحكام المادة السادسة من اتفاقية باريس والتي تقضي بعدم جواز رفض تسجيل للعلامات أو إبطالها إلا إذا كان من شأنها المساس بالحقوق المكتسبة للغير في الدولة التي تطلب فيها الحماية.

أما بخصوص آليات الحماية فكان لا بد من وضع إجراءات رادعة وزاجرة كل معتدي على العلامة التجارية فالمبدأ الأساسي الذي اتفقت عليه الاتفاقيتين تريبس وباريس هو أن هذه الحماية لا تقرر إلا على العلامة التجارية المسجلة إذ وضعت حماية مدنية وجزائية ضد اعتداءات الغير.

خاتمة

الخاتمة:

عالجت الدراسة الحماية الدولية للعلامة التجارية وبين لنا الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية تعريف العلامة التجارية بأنها رمز يوضع على المنتجات أو يتخذ شعارا للخدمات ويهدف إلى تسهيل مصدر صناعة المنتجات ومصدر بينها أو مصدر الخدمات مما يساعد على اجتذاب المستهلكين وهي كل سمة قابلة لتمييز السلع والخدمات، أما بخصوص الحماية الدولية للعلامة التجارية ومن خلال ما سبق بالتطرق لموضوع حماية العلامات التجارية على المستوى الدولي، نجد أن أولى الأمور المستقر عليها موجودة إجماع على أهمية موضوع الملكية الصناعية وضرورة حماية الحقوق المرتبطة بها.

هذا ما كشف الحاجة إلى الاهتمام بهذا الموضوع وتوفير الحماية الدولية لحقوق الملكية الصناعية من خلال الاتفاق على قواعد عامة تسري على كافة الدول بما يحقق حماية أوسع لنطاق هذه الحقوق على المستوى الدولي وعليه فقد سعى المشروع جاهدا لتجسيد هذه الحماية وترجمتها واقعا ، كما بينا في دراستنا الشروط الواجب توافرها في العلامة حتى تتمتع بالحماية بأن تكون مشروعة وأن تكون جديدة وأن تكون مميزة وأيضا الحق في الملكية للعلامة الذي يثبت لصاحبه من تاريخ الإيداع وتسجيل العلامة لدى المعهد الجزائري الوطني للملكية الصناعية.

فظهرت الجهود الدولية لإيجاد تنظيم قانوني شامل يكفل هذه الحقوق ويتأقلم مع مختلف التطورات التي يعرفها العالم.

لأجل ذلك تبنى المشروع الجديد الاتفاقيات الدولية على رأسها اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية في إطار المنظمة العالمية للتجارة والمعروفة باتفاقية تريبس وثاني اتفاقية هي اتفاقية باريس بشأن الملكية الصناعية المبرمة في سنة 1883، ولقد عدلت هذه الاتفاقية عدة مرات كان آخرها تعديل استكهولم 1967 حيث تعد ما بين الاتفاقيتين بمثابة الإطار العام لنظام الحماية ومن أهم الأهداف والنتائج التي أرتيناها في الدراسة فاتفاقية تريبس تهدف إلى حماية الحقوق الفكرية وتنفيذها الإسهام في تشجيع الابتكار التكنولوجي وأنه يمثل حلا وسطا بين المصالح المتعارضة للدول التي ساهمت في

إنشائه بين الطموحات الدول المتقدمة ومواقف الدول النامية حيث تعتبر اتفاقية تريبس من أهم أكثر الاتفاقيات التي تم التوصيل إليها على أساس متعدد الأطراف شمولاً وأهمية سواء لما احتوته وتضمنه من مبادئ وأنواع الحقوق التي شملتها بالحماية ومن أهم النتائج التي توصلنا إليها من خلال دراسة اتفاقية تريبس بأنه هاته الاتفاقية ليست ذاتية التنفيذ ولذا رعايا الدول الأعضاء لا يكتسبوا حقاً مباشراً من الاتفاقية بل يكتسبون هذه الحقوق من القوانين الوطنية التي يتم إصدارها على نحو متوافق مع أحكام اتفاقية تريبس وإعمال الاختيارات المتاحة بها بتلائم مع مصالح الدولة العضو.

وكما وضحت لنا اتفاقية باريس وتريبس أن العلامة التجارية الغير المسجلة لا تستفيد من حماية الجزائية وهي لا تحول لصاحبها الحق في الاستعمال الدعوى الجزائية فنظراً لأهمية العلامات التجارية وكثيراً ما تتعرض الاعتداءات مما جعل كلتا الاتفاقيتين وضع إجراءات رادعة لحماية العلامة التجارية.

كما جاء في اتفاقية باريس بأنه لا يجوز رفض أي طلب يودعه مواطن من مواطني إحدى الدول المتعاقدة لتسجيل علامة ما.

الاتفاقية متاحة لكل الدول ويجب إيداع وثائق التصديق والانضمام لدى المدير العام لليوبيو. كما نظمت اتفاقية باريس لتعزيز حماية العلامة التجارية عدة مبادئ من أهمها مبدأ المعاملة الوطنية والذي تميز بالمساواة بين الأجانب والمواطنين ومبدأ الأسبقية أو الأفضلية الذي يقضي الأولوية لكل من أودع طلب الحصول على علامة تجارية.

ومما تجدر الإشارة إليه أن اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة (تريبس) كان نصيب العلامات التجارية فيها بخصوص المواد 6 مواد فقد نظمت الاتفاقية أنواع العلامات العاجلة للحماية والحقوق الممنوحة لمالك العلامة ومدة الحماية التي لا تقل عن سبع سنوات ويكون تسجيل العلامة قابلاً للتجديد وحماية للعلامات التجارية من الغش والنقليد.

فضلاً عن ذلك توجد اتفاقيات دولية أخرى شأن العلامة التجارية تضمنت أحكاماً لا تختلف عن ما سبق بيانه في اتفاقية باريس وتريبس كاتفاق رئيس شأن التصنيف الأولى للسلع والخدمات لأغراض تسجيل العلامات لسنة 1957 واتفاق فينا للتصنيف الدولي للعناصر

التصويرية الرمزية للعلامات لسنة 1973 وبروتكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1989 ومعاهدة قانون العلامات لسنة 1994 للعلامات لسنة 1986 ومعاهدة قانون العلامات لسنة 1994 واتفاقية المنظمة الإفريقية الملكية الفكرية O .A.D.I لسنة 1977.

قائمة المراجع

قائمة المراجع :

النصوص القانونية :

- 1- المادة 2 من الأمر 57-66 المؤرخ في 19 مارس 1966 يتعلق بعلامات و العلامات التجارية الجديد ، جريدة الرسمية عدد 23 بتاريخ 22 مارس 1966
- 2- المادة 2 من الأمر 86/66 المؤرخ في 28 أبريل 1966 المتعلق بالرسوم و النماذج الصناعية
- 3- الأمر 06/03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات

الإتفاقيات الدولية :

- 1- إتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية 1994 (تريبس)، موقع الأنترنت : www.tas.gov
- 2- إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية 1975، موقع الأنترنت : www.IRAQIFI.ORG

المراسم التنفيذية :

- 1- المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 30 جوان 1990 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش ، الجريدة الرسمية عدد 5

الكتب :

- 1- إدريس فاضلي ، المدخل إلى الملكية الفكرية للملكية الأدبية و الفنية و الصناعية بدون طبعة ، جامعة الجزائر 2004/2003
- 2- جلال وفاء محمد ، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقا لإتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة عن حقوق الملكية الفكرية (تريبس) د.ط دار الجامعة الجديدة للنشر ، مصر 2004.
- 3- حسام عبد الغني الصغير ، ن الجديد في العلامات التجارية في ضوء قانون حماية حقوق الملكية الفكرية و إتفاقية تريبس ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية 2005.
- 4- ربيع سعود سبوي ، براءات الإختراع في الصناعات الدوائية (التنظيم القانوني للتراخيص لإتفاقية في ضوء منظمة التجارة الدولية W.T.O) الطبعة الأولى ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، الاردن ، 2011.
- 5- زينة غانم عبد الجبار الصفار – المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية (دراسة مقارنة) الطبعة الثانية ، دار حامد للنشر و التوزيع ، الأردن 2007
- 6- صلاح زين الدين ، الملكية الصناعية و التجارية (براءات الإختراع ، للرسوم الصناعة للنماذج الصناعية للعلامة التجارية ، البيانات التجارية) الطبعة الثالثة ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، عمان 2012.
- 7- عبد الله ، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية و التجارية ، دار وائل للنشر الطبعة الأولى 2000.
- 8- نواره حسين ، الملكية الصناعية في القانون الجزائري ، الأمل للطباعة و النشر و التوزيع ، تيزي وزو الجزائر .

المجلات :

- 1- إبراهيم إسماعيل إبراهيم ، سباح حسين علي ، الحماية الدولية للعلامة التجارية وفقا للإتفاقية تريبس و القوانين المقارنة ، مجلة العلوم الإنسانية ، جامعة بابل ، العدد الثاني حزيران 2015
- 2- أ.دكوك هدى ، أهمية العلامة التجارية و دور تسجيلها في إضفاء الحماية القانونية اللازمة لها ، مجلة أفق للعلوم ، جامعة الجلفة العدد الرابع 2016.
- 3- الاستاذ رمزي حوحو ، كاهنة زاوي ، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري منتدى القانوني ، جامعة بسكرة ، العدد الخامس .
- 4- عيسى العنزي ، الحماية الدولية للعلامات التجارية و أثرها في النظم القانونية الوطنية مجلس التعاون الخليجي –مجلة كلية القانون الكويتية العالمية ، الكويت العدد 2 العدد التسلسلي 26 يونيو 2019
- 5- دفتاحي محمد ، الحماية القانونية للعلامة التجارية و الصناعية في القانون الجزائري و الإتفاقيات الدولية ، مجلة الحقيقة ، جامعة أدرار ، الجزائر، العدد 28

الدراسات الأكاديمية :

- 1- عتيق عائشة ، العلامة التجارية و أثرها على سلوك المستهلك الجزائري (دراسة مقارنة) أطروحة دكتوراه ، جامعة أبي بكر بلقايد – تلمسان – سنة 2017/2018.
- 2- محمو أحمد عبد الحميد ، مبارك للعلامة التجارية و طرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين ، أطروحة ماجيستر ، جامعة النجاح الوطنية فلسطين سنة 2006
- 3- باي حسينة ، حماية العلامة التجارية المشهورة بين التشريع الجزائري و الإتفاقيات الدولية ، مذكرة ماستر –جامعة محمد بوضياف ، المسيلة 2018/2019
- 4- بهناس رضا ، الحماية القانونية لعناصر الملكية الصناعية في ظل إتفاقية تريبس TRIPS مذكرة ماستر ، جامعة زيان عاشور ، الجلفة 2013/2014
- 5- بورية سمية ، الحماية القانونية للعلامة التجارية و الرسم و النموذج ، مذكرة ماستر ، جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي ، سنة 2013/2014
- 6- عمار شايب ، النظام القانوني للعلامة التجارية ، مذكرة ماستر ، جامعة أم البواقي 2017/2018
- 7- عائشة شابي ، مروة بن سديرة الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري ، مذكرة ماستر ، جامعة 08 ماي 1945 قالمة 2013/2014
- 8- فاطنة سرطوط ، الحماية الدولية للعلامة التجارية ، مذكرة ماستر ، جامعة زيان عاشور الجلفة 2013/2014

9- مالكي ريم ، حماية حقوق الملكية الفكرية في ظل إتفاقية تريبس ، مذكرة ماستر ، جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي ،
2017/2016.

النـدوات :

1- حسام الدين الصغير ، حلقة الويبو الوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية لفائدة الدبلوماسيين المصريين ، 2017/1
WIPO/IP/JD/CAT/07/2

2- حسام الدين الصغير ، ندوة الويبو دون الإقليمية عن العلامات التجارية و نظام مدريد أكتوبر 2004
WIPO/TM/CAS/04/1

3- حسن البدرابي ، ندوة الويبو الوطنية حول إنفاذ حقوق الملكية الفكرية لموظفي الجمارك 7/2004
WIPO/IPR /AMM/04/1

الملاحق

اتفاق جوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة (اتفاق تريبس) الأحكام العامة والمبادئ الأساسية

من إعداد المكتب الدولي للويبو

أولا - ملاحظات عامة

1. الاتفاق العام بشأن التعريفات الجمركية والتجارة منظمة التجارة العالمية واتفاق تريبس
 2. الترتيبات الانتقالية والتعاون الفني (الجزء السادس)
 3. الترتيبات المؤسسية (الجزء السابع)
 4. ترتيبات التعاون مع الويبو .
- ثانيا - الأحكام العامة والمبادئ الأساسية والأحكام الختامية (الجزء الأول والجزء السابع)

1. تعريف الملكية الفكرية .
2. الإدراج بالأحالة الى اتفاقية باريس واتفاقية برن
3. مبدأ المعاملة الوطنية
4. مبدأ الدول الأكثر رعاية
5. حماية الموضوعات الحالية
6. الاستثناءات
7. الاستثناءات الأمنية

ثالثا - المعايير المتعلقة باتاحة حقوق الملكية الفكرية ونطاقها والانتفاع بها (الجزء الثاني)

1. العلامات التجارية (القسم 2)
 2. البيانات الجغرافية (القسم 3)
 3. النماذج الصناعية (القسم 4)
 4. البراءات (القسم 5)
 5. تصميمات الدوائر المتكاملة (الطوبوغرافيا) (القسم 6)
 6. حماية المعلومات غير المكشوف عنها (القسم 7)
 7. مكافحة الممارسات المنافية للمنافسة المشروعة في التراخيص التعاقدية (القسم 8)
- رابعا - انفاذ حقوق الملكية الفكرية (الجزء الثالث)

1. الالتزامات العامة (القسم 1)
2. الاجراءات وسبل الانتصاف المدنية والادارية (القسم 2)
3. التدابير المؤقتة (القسم 3)
4. المتطلبات الخاصة بالتدابير الحدودية (القسم 4)
5. الاجراءات الجنائية (القسم 5)
- 6.

خامسا - اكتساب حقوق الملكية الفكرية والحفاظ عليها وما يتصل بها من الاجراءات (الجزء الرابع)

سادسا - منع النزاعات وتسويتها (الجزء الخامس)

1. الشفافية
2. تسوية النزاعات .

أولا - ملاحظات عامة

1. الاتفاق العام بشأن التعريفات الجمركية والتجارة ومنظمة التجارة العالمية واتفاق تريبس

1. اختتمت مفاوضات جولة أوروغواي للتجارة متعددة الأطراف والتي عقدت في اطار الاتفاق العام بشأن التعريفات الجمركية والتجارة (الغات) في 15 ديسمبر/كانون الأول 1993 . وقد تم اعتماد الاتفاق الذي يتضمن نتائج تلك المفاوضات ، وهو الاتفاق الذي يؤسس منظمة التجارة العالمية (اتفاق منظمة التجارة العالمية) بمدينة مراكش في 15 أبريل/نيسان 1994 .
2. اشتملت تلك المفاوضات ، للمرة الأولى في اطار الاتفاق العام بشأن التعريفات الجمركية والتجارة ، على مناقشات حول جوانب حقوق الملكية الفكرية التي تؤثر على التجارة العالمية . وقد أسفرت تلك المفاوضات عن اتفاق جوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة (اتفاق تريبس) ، والمضمن في مرفق مع اتفاقية منظمة التجارة العالمية
3. دخلت اتفاقية منظمة التجارة العالمية ، بما في ذلك اتفاق تريبس (والملزوم لجميع الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية) ، حيز التنفيذ في الأول من يناير/كانون الثاني 1995 . وقد أسفرت الاتفاقية الأولى عن انشاء منظمة جديدة وهي منظمة التجارة العالمية والتي باشرت أعمالها اعتبارا من الأول من يناير/كانون الثاني 1995

2. الترتيبات الانتقالية والتعاون الفني (الجزء السادس)

4. لا يلتزم أي من البلدان الأعضاء بتطبيق أحكام اتفاق تريبس قبل انتهاء فترة زمنية عامة مدتها سنة واحدة تلي تاريخ نفاذ اتفاق منظمة التجارة العالمية (أي قبل الأول من يناير/كانون الثاني 1996) (المادة 65-1) . وعلى الرغم من ذلك يمكن منح بعض الدول فترات انتقالية اضافية . ويشار الى تاريخ انتهاء الفترة الانتقالية المعنية للدولة العضو بتاريخ نفاذ الاتفاقية لتلك الدولة .

5. يجوز لأي بلد من البلدان النامية الأعضاء في منظمة التجارة العالمية ، وكذلك الدول الأخرى السائرة في طريق التحول الى نظام الاقتصاد الحر والتي تنفذ عمليات اصلاح هيكلية لنظام حقوق الملكية الفكرية فيها وتواجه مشاكل في اعداد وتنفيذ قوانين الملكية الفكرية ولوائحها التنظيمية ، تأجيل تطبيق الاتفاق لفترة زمنية أخرى مدتها أربع سنوات (أي حتى الأول من يناير/كانون الثاني 2000) فيما عدا الأحكام المتعلقة بالمعاملة الوطنية ومعاملة الدول الأكثر رعاية (المادة 65-2 والمادة 65-3)
 6. يجوز لأي بلد من البلدان النامية التي يلزمها الاتفاق بتوسيع نطاق حماية المنتجات المغطاة ببراءات اختراع والتي تتمتع بمثل هذه الحماية في أراضيها ، يجوز لذلك البلد تأجيل تطبيق أحكام الاتفاق الخاص بتلك المنتجات لفترة اضافية مدتها خمس سنوات (أي حتى الأول من يناير/كانون الثاني 2005)
 7. يجوز لأي بلد من البلدان الأعضاء الأقل نموا أن يؤجل تطبيق أحكام الاتفاق لفترة زمنية مدتها عشر سنوات اعتبارا من تاريخ تطبيق الاتفاق (أي حتى الأول من يناير/كانون الثاني 2006) ، فيما عدا الأحكام المتعلقة بالمعاملة الوطنية ومعاملة الدولة الأكثر رعاية . ويتم تمديد تلك المهلة بناء على طلب مبرر (المادة 66-1)
 8. يلزم اتفاق تريبس البلدان الأعضاء المتقدمة ، وبناء على الطلب وفقا لأحكام وشروط يتم الاتفاق عليها ، باتاحة التعاون التقني والمالي الذي يخدم مصالح البلدان الأعضاء النامية والأقل نموا ، ويشمل هذا التعاون المساعدة في اعداد القوانين والمساعدة فيما يتعلق بإنشاء أو تعزيز المكاتب والهيئات المحلية ، بما في ذلك تدريب موظفيها (المادة 67)
3. الترتيبات المؤسسية (الجزء السابع)

9. أنشأت اتفاقية منظمة التجارة العالمية هيكلًا تنظيميًا ثلاثيًا للمنظمة . يحث المؤتمر الوزاري الدرجة العليا ويجتمع مرة واحدة كل عامين على الأقل (المادة 6-1) . ويتمتع المؤتمر بسلطة اتخاذ القرارات حول جميع الموضوعات الخاصة باتفاقية منظمة التجارة العالمية . ويحثل المجلس العام الدرجة الثانية ويتألف من ممثلين لكل الدول الأعضاء ، ويجتمع "كلما كان ذلك مناسبًا" للقيام بمهامه ومهام المؤتمر الوزاري خلال الفترات التي تفصل بين اجتماعات المؤتمر (المادة 4-2) . ويقوم المجلس العام بمهام هيئة فض المنازعات وهيئة مراجعة السياسات التجارية (المادة 4-3 والمادة 4-4)
 10. كذلك أنشأت اتفاقية منظمة التجارة العالمية (المادة 4-5) مجلسا يعنى بجوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة (مجلس تريبس) ، ويقوم المجلس ، تحت الاشراف العام للمجلس العام ، بمراقبة تنفيذ اتفاق تريبس (المادة 5-4) . وتكون عضوية مجلس تريبس مفتوحة لممثلي جميع البلدان الأعضاء . ووفقا لأحكام اتفاق تريبس (الجزء السابع المادة 68) يكلف مجلس تريبس بمراقبة تنفيذ اتفاق تريبس وامتثال البلدان الأعضاء بالتزاماتها المترتبة على ذلك الاتفاق . كما يقوم المجلس بمراجعة تنفيذ اتفاق تريبس بعد انقضاء الفترة الانتقالية الخاصة بالبلدان النامية (أي بعد الأول من يناير/كانون الثاني 2000) ومرة كل عامين بعد ذلك (أو كلما تفرض التطورات الجديدة اجراء تعديلات وتغييرات) (المادة 71-1) . وقد عقد مجلس تريبس اجتماعه الأول في 9 مارس/آذار 1995
4. ترتيبات التعاون مع الويبو

11. ينص اتفاق تريبس على التشاور بهدف وضع ترتيبات لاقامة علاقة تعاون متبادلة بين منظمة التجارة العالمية والويبو في مجال الملكية الفكرية . وتشتمل مقدمة الاتفاق على العبارة التالية : "رغبة منها في اقامة علاقة تعاون متبادلة بين منظمة التجارة العالمية والمنظمة العالمية للملكية الفكرية وكذلك المنظمات الدولية الأخرى المعنية
12. وينص اتفاق تريبس أيضا على أنه يجوز للمجلس ، أثناء تأديته لمهامه ، التشاور مع أي مصدر يراه ملائما وكذلك أن يسعى المجلس ، بالتشاور مع المنظمة العالمية للملكية الفكرية ، الى وضع ترتيبات مناسبة للتعاون مع هيئات تلك المنظمة ، وذلك في غضون سنة واحدة من اجتماعه الأول (المادة 68) . وينص الاتفاق أيضا على اجراء المشاورات حول مجالات محددة للتعاون بين المنظمة العالمية للملكية الفكرية ومنظمة التجارة العالمية . وتنص المادة 63-2 ، على وجه الخصوص ، والخاصة بتبليغ الأعضاء القوانين واللوائح التنظيمية الى مجلس تريبس "يسعى مجلس تريبس الى التخفيف الى أقصى حد من العبء الذي تتحمله الأعضاء من جراء تطبيق ذلك الالتزام ، وله أن يقرر التنازل عن الالتزام بتبليغ القوانين واللوائح التنظيمية اليه مباشرة اذا نجحت المشاورات مع الويبو بشأن انشاء سجل مشترك يتضمن تلك القوانين واللوائح التنظيمية . وينظر المجلس أيضا ، في هذا الصدد ، في أي عمل يكون ضروريا بشأن الاخطارات امتثالا للالتزامات المنصوص عليها في هذا الاتفاق والنابعة من أحكام المادة 6 (ثالثا) من اتفاقية باريس (1967)
13. ولهذا الغرض فقد تم توقيع اتفاق بين المنظمة العالمية للملكية الفكرية ومنظمة التجارة العالمية في 22 ديسمبر/كانون الأول 1995 ، لتقنين التعاون بين المنظمين في مجالات تبليغ القوانين والاجراء التنظيمية للملكية الفكرية ، الافادة بشعارات الدولة والشعارات الأخرى والمساعدات التقنية القانونية والتعاون التقني مع الدول النامية ، وقد دخل الاتفاق حيز التنفيذ في الأول من يناير/كانون الثاني 1996 .

ثانيا - الأحكام العامة والمبادئ الأساسية والأحكام الختامية (الجزء الأول والجزء السابع)

14. ان المبدأ الأساسي الذي يحكم طبيعة ومدى الالتزامات التي يفرضها اتفاق تريبس يتوقف على التزام الأعضاء بانفاذ أحكام الاتفاق وتطبيق المعاملة المنصوص عليها في الاتفاق على مواطني الدول الأعضاء الأخرى . ويقصد باصطلاح "مواطن" سائر الأعضاء الطبيعيين أو الاعتباريين الذين يستوفون معايير الأهلية اللازمة للحماية المنصوص عليها في اتفاقية باريس واتفاق برن واتفاقية روما ومعاهدة واشنطن للملكية الفكرية فيما يختص بالدوائر المتكاملة ، لو أن جميع الأعضاء في منظمة التجارة العالمية كانت أعضاء في تلك الاتفاقيات
15. للأعضاء حرية تحديد الطريقة الملائمة لتنفيذ أحكام اتفاق تريبس في اطار أنظمتها وممارساتها القانونية ، ولها أن تنفذ حماية أوسع من الحماية التي يتطلبها هذا الاتفاق شريطة ألا تخل تلك الحماية الاضافية بأحكام هذا الاتفاق . (المادة 1-1 والمادة 1-3)

1. تعريف الملكية الفكرية

16. ينص اتفاق تريبس على أنه ولأغراض هذا الاتفاق ، فان اصطلاح الملكية الفكرية يشير الى جميع فئات الملكية الفكرية التي تتناولها الأقسام من 1 الى 7 من الجزء الثاني من اتفاق تريبس ، وتحديدًا حق المؤلف والحقوق المتعلقة به والعلامات التجارية والبيانات الجغرافية والرسوم والنماذج الصناعية وبراءات الاختراع وتصميمات الدوائر المتكاملة (طوبوغرافياتها) والمعلومات غير المكشوف عنها (المادة 1-2)

2. الإدراج بالأحالة الى اتفاقية باريس واتفاقية برن 2.

17. يقوم اتفاق تريبس على مبادئ تعود للقرن السابق وضمنت في اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية واتفاقية برن لحماية الأعمال الأدبية والفنية . وقد تم في واقع الأمر ، ادماج جميع الأحكام الأساسية في هاتين الاتفاقيتين بالإشارة مباشرة في اتفاق تريبس
18. وفيما يتعلق بالملكية الصناعية ، يشترط اتفاق تريبس على الأعضاء للالتزام بالمواد من 1 إلى 12 ، والمادة 19 من اتفاقية باريس وذلك فيما يتصل بالأجزاء 2 و3 و4 من الاتفاقية (المادة 2-1) . ويشمل ذلك جميع الأحكام الأساسية في اتفاقية باريس
19. وفي مجال حق المؤلف ، يطلب من الدول الأعضاء مراعاة المواد من 1 وحتى 21 من اتفاقية برن وملحقها . وعلى الرغم من ذلك ، فإن الدول الأعضاء لا تتمتع بحقوق ولا تتحمل التزامات بناء على المادة 6 (ثانياً) من اتفاقية برن والخاصة بالحقوق المعنوية أو الحقوق النابعة عنها (المادة 9-1)
20. وعلى الرغم من ذلك فإن اتفاق تريبس ينص على أنه ليس في الأجزاء من الأول وحتى الرابع من هذا الاتفاق ما يحد من الالتزامات القائمة التي قد تترتب على الأعضاء بعضها تجاه البعض بناء على اتفاقية باريس واتفاقية برن (المادة 2-2)

3. مبدأ المعاملة الوطنية

21. ينص اتفاق تريبس على مبدأ المعاملة الوطنية بأن يطبق كل عضو على مواطني سائر الدول الأعضاء الأخرى المعاملة المنصوص عليها في الاتفاقية وذلك وفقاً للحقوق المماثلة المنصوص عليها في اتفاقية باريس واتفاقية برن واتفاقية روما ومعاهدة الملكية الفكرية فيما يتصل بالذوات المتكاملة . ويراعي اتفاق تريبس الاستثناءات الواردة في الاتفاقيات المعنية . ويطبق هذا المبدأ على جميع الحقوق الخاصة بالملكية الصناعية وحق المؤلف . وفيما يتعلق بفناني الأداء ومنتجي التسجيلات الصوتية وهينات الإذاعة ، لا يطبق هذا الالتزام إلا فيما يتعلق بالحقوق المنصوص عليها في هذا الاتفاق (المادة 3) . وتستثنى أيضاً من هذا المبدأ الإجراءات المنصوص عليها في الاتفاقيات متعددة الأطراف المبرمة تحت رعاية المنظمة العالمية للملكية الفكرية والخاصة باكتساب حقوق الملكية الفكرية أو الحفاظ عليها (المادة 5)

4. معاملة الدولة الأكثر رعاية

22. يضيف اتفاق تريبس مبدأ الدولة الأكثر رعاية ، والذي لم يرد سابقاً ، فيما يتعلق بالملكية الفكرية ، وفي الاتفاقيات المتعددة الأطراف على الأقل . وينص هذا المبدأ على أن أي ميزة أو أفضلية أو حصانة يمنحها عضو لمواطني أي بلد آخر (عضواً كان أو غير عضو) يجب منحها فوراً ودون أي شرط لمواطني سائر الأعضاء ، مع وجود بعض الاستثناءات المحددة (المادة 4) . وكما هو الحال في مبدأ المعاملة الوطنية ، تستثنى من هذا المبدأ الإجراءات المنصوص عليها في الاتفاقيات المتعددة الأطراف المبرمة تحت رعاية المنظمة العالمية للملكية الفكرية والخاصة باكتساب حقوق الملكية الفكرية أو الحفاظ عليها (المادة 5)

5. حماية الموضوعات الموجودة

23. يتضمن اتفاق تريبس أحكاماً محددة تتعلق بتطبيق الاتفاق على موضوع حقوق الملكية الفكرية الموجودة في بلد عضو معين في تاريخ تطبيقه للاتفاق . وبينما لا يفرض الاتفاق أي التزام فيما يتعلق بالأعمال التي حدثت قبل تاريخ تطبيق الاتفاق في عضو معين (المادة 70-1) ، إلا أن الاتفاق يفرض التزامات فيما يتعلق بجميع المواد القائمة والمحمية في تاريخ تطبيق الاتفاق الحالي في البلد العضو المعني ، أو المواد التي تستوفي عند ذلك أو لاحقاً معايير الحماية المحددة بموجب الاتفاق (المادة 70-2) . ولكن يتعين تحديد الالتزامات المتعلقة بحق المؤلف بالنسبة إلى المصنفات والالتزامات الموجودة والالتزامات المتعلقة بحقوق منتجي التسجيلات الصوتية وفناني الأداء في التسجيلات الصوتية الموجودة ، بناء على المادة 18 من اتفاقية برن فقط (المادة 70-2)
24. يجوز لأي عضو فرض تعويضات محددة بسبب أعمال بدأ إنجازها أو استثمرت فيها مبالغ هامة ، قبل تاريخ قبول البلد العضو المعني للاتفاق ، وأصبحت تلك الأعمال تعديداً بسبب تطبيق اتفاق تريبس . ويجب أن تشمل تلك التعويضات ، على دفع مكافأة عادلة على الأقل (المادة 70-4)
25. هنالك بعض الاستثناءات لهذه القواعد العامة . وعلى وجه الخصوص ، ليس هنالك أي التزام باعادة الحماية للموضوع الذي أصبح ملكاً عاماً (المادة 70-3) . بالإضافة إلى ذلك ، فإن بعض الالتزامات المتعلقة ببرامج الحاسوب والمصنفات السينمائية والصوتية (المادة 11 والمادة 14-4) لا تطبق على الأصل أو النسخ التي تم شراؤها قبل تاريخ تطبيق اتفاق تريبس (المادة 70-5) . وبالإضافة إلى ذلك ، فإن الأحكام الخاصة بالانتفاع دون تصريح (المادة 31) وعدم التمييز فيما يتعلق بتكنولوجيات (المادة 27-1) لا تطبق على استخدام دون ترخيص من صاحب الحق حين يكون الترخيص بذلك الاستخدام قد منح من قبل الحكومة قبل تاريخ العلم بالاتفاق الحالي (المادة 70-6)
26. يسمح بتعديل أي طلبات لحقوق الملكية الفكرية تكون قيد النظر في تاريخ تطبيق اتفاق تريبس ، من أجل المطالبة بحماية معززة ينص عليها الاتفاق الحالي ، شرط ألا يشمل هذا التعديل إضافة مواد جديدة (المادة 70-7)

6. التحفظات

27. يحظر على الأعضاء ابداء أي تحفظات بشأن أي حكم من أحكام اتفاق تريبس دون موافقة سائر البلدان الأعضاء الأخرى (المادة 72)

7. الاستثناءات الأمنية

28. يمنح هذا الاتفاق استثناء عاماً للدول الأعضاء من اتخاذ أي إجراءات قد تمس مصالحها الأمنية الأساسية . وعلى وجه الخصوص ، لا يلزم الاتفاق أي عضو بتقديم أي معلومات يعتبر الإفصاح عنها منافياً لمصالحه الأمنية الأساسية . وبالإضافة إلى ذلك ، يمكن لأي عضو اتخاذ إجراءات يعتبرها ضرورية لحماية مصالحه الأمنية الأساسية فيما يتعلق بالمواد القابلة للانفجار أو المواد التي تشتت منها ، أو فيما يتعلق بتجارة الأسلحة والذخائر والمعدات الحربية والتجارة في سلع و مواد أخرى تتم التجارة فيها بصورة مباشرة أو غير مباشرة بغية تزويد المؤسسات العسكرية باحتياجاتها أو اتخذت في أوقات الحرب أو الطوارئ الأخرى في العلاقات الدولية . كما يجوز لأي من الدول الأعضاء اتخاذ أي إجراء في سياق القيام بالتزاماتها بموجب ميثاق الأمم المتحدة لصون الأمن والسلام الدوليين (المادة 37)

ثالثاً - المعايير المتعلقة باتاحة حقوق الملكية الفكرية ونطاقها والانتفاع بها

(الجزء الثاني)

29. يشتمل الجزء الثاني من اتفاق تريبس على الحد الأدنى من المعايير المتعلقة باتاحة حقوق الملكية الفكرية ونطاقها والانتفاع بها . ويتألف هذا الجزء من ثمانية أقسام تتعلق بحق المؤلف والحقوق المجاورة والعلامات التجارية والبيانات الجغرافية والرسوم والنماذج الصناعية وتصميمات الذوات المتكاملة (طوبوغرافياتها) وحماية المعلومات غير المكتشف عنها ومكافحة الممارسات المنافية للمنافسة المشروعة في التراخيص التعاقدية (لا يتناول تعريف الملكية الفكرية الوارد في المادة 1-2 الموضوع الأخير)

1. العلامات التجارية (القسم 2) 1.

30. تشمل العناصر الأساسية للمعايير المتعلقة باتاحة حقوق العلامات التجارية ونطاقها والانتفاع بها ، على الآتي:-
- تعتبر كل إشارة تسمح بتمييز السلع والخدمات الخاصة بمنشأة ما عن سلع المنشآت الأخرى وخدماتها مؤهلة لأن تكون علامة تجارية (ويشمل ذلك علامات الخدمات) (المادة 1-15) .
 - يجوز اشتراط الإدراك بالنظر لتسجيل الاشارات المجردة من أي صفة تمييزية أو تلك التي تكتسب التمييز عن طريق الانتفاع (المادة 1-15)
 - يجوز للأعضاء أن تجعل التسجيل رهنا بالانتفاع (المادة 2-15) ، غير أنه لا يجوز اعتبار الانتفاع شرطا لإيداع طلب لتسجيلها كما لا يجوز رفض طلب التسجيل لمجرد عدم الانتفاع المزمع بالعلامة خلال ثلاث سنوات بعد تاريخ الإيداع (المادة 3-15)
 - لا يجوز أن تكون طبيعة السلع والخدمات التي يراد استخدام العلامة التجارية بشأنها عقبة تحول دون تسجيل العلامة (المادة 4-15)
 - تلتزم الأعضاء بنشر كل علامة تجارية واطاحة فرصة معقولة لتقديم الالتماسات لالغاء تسجيل العلامة ، ويجوز للأعضاء أيضا ااطاحة فرصة للاعتراض على تسجيل علامة تجارية (المادة 5-15)
 - يتمتع مالك العلامة التجارية بالحق الاستثنائي في منع أي شخص آخر من الانتفاع باشارات أو علامة مشابهة بالنسبة الى سلع وخدمات مماثلة أو مشابهة ، متى كان من شأن ذلك الانتفاع أن يسفر عن احتمال حدوث لبس . ويفترض احتمال حدوث لبس عندما تكون السلع أو الخدمات مماثلة (المادة 1-16) ، ويجوز للأعضاء النص على استثناءات محدودة كالانتفاع المشروع بعبارات الوصف (المادة 17)
 - يجوز منح بعض الحقوق لمالك العلامات التجارية المشهورة أو العلامات المشهورة المتعلقة بالخدمات (المادة 2-16 و المادة 3-16)
 - يسري التسجيل الأول للعلامة التجارية وكل تجديد للتسجيل مدة لا تقل عن سبع سنوات ، ويسمح بتجديد التسجيلات لعدد غير محدد من المرات (المادة 18)
 - إذا كان الانتفاع مشترطا لاستمرار التسجيل ، فلا يجوز الغاء التسجيل إلا بعد انقضاء مدة لا تقل عن ثلاث سنوات متواصلة من عدم الانتفاع ، إلا في حالة تبرير عدم الانتفاع بأسباب شرعية (المادة 1-19)
 - تحظر أي عرقلة لا مبرر لها للانتفاع بالعلامة (المادة 20)
 - يحظر الترخيص الاجباري للعلامات (المادة 21)
 - يجوز التنازل عن العلامات التجارية مع أو بدون انتقال ملكية المشروع الذي تعود العلامة التجارية اليه (المادة 21)

2. البيانات الجغرافية (القسم 3)

31. تشمل العناصر الأساسية لمعايير ااطاحة والانتفاع بالحقوق الخاصة بالبيانات الجغرافية على الآتي :-
- يعرف الاتفاق "البيانات الجغرافية" بأنها البيانات التي تحدد سلعة ما بمنشئها في أراضي أحد الأعضاء أو منطقة أو موقع في تلك الأراضي ، حيث تكون نوعية السلعة أو شهرتها أو سماتها الأخرى راجعة بصورة أساسية الى منشئها الجغرافي (المادة 22)
 - تلتزم الأعضاء بتوفير الوسائل القانونية للأطراف المعنية لمنع استخدام أية وسيلة تبيّن أو توحي ، بأسلوب يضلّل الجمهور ، بأن السلعة المعنية نشأت في منطقة جغرافية خلاف مكان المنشأ الحقيقي (المادة 2-22) (أ)
 - تلتزم البلدان الأعضاء برفض التسجيل أو ابطاله بالنسبة الى علامة تجارية تتضمن بيانات مضللة (المادة 3-22) ، كما توفر الوسائل التي تمنع أي استخدام يشكل عملا من أعمال المنافسة غير المنصفة حسب معنى المادة (10) ثانيا) من اتفاقية باريس (المادة 2-22) (ب)
 - تطبق تدابير الحماية على البيانات الجغرافية المطابقة للحقيقة بحرفها والمضللة مع ذلك (المادة 2-22) كما تطبق بالنسبة للخمر والمشروبات الروحية حتى إذا كان المنشأ الحقيقي للسلع مبيّنا أو كان البيان الجغرافي مستعملا في شكل ترجمة أو مصحوبا بعبارات مثل "نوع" أو "طراز" أو "نسق" أو "تقليد" أو ما يماثل ذلك (المادة 1-23)
 - لا تلتزم الحماية بالنسبة الى مؤشر جغرافي معين خاص ببلد عضو آخر حيث يكون المؤشر مطابق للاسم الدارج لهذه السلع والخدمات ، أو انتاج الكرمة ، مطابق للاسم الدارج لنوع من الأعناب الموجودة في أراضي ذلك البلد العضو اعتبارا من تاريخ نفاذ اتفاق منظمة التجارة العالمية (المادة 6-24)
 - يتضمن الاتفاق موجّهات لتوفير الحماية الاضافية للبيانات الجغرافية المتعلقة بالأنبذة والمشروبات الروحية (المادة 23) ويشمل ذلك الحماية متعددة الأطراف بالنسبة للأنبذة التي تحمل مؤشرات جغرافية متماثلة الاسم (المادة 3-23) وبعض الاستثناءات لحقوق أساسية كحقوق الأولوية (المادة 4-24) وفي حق استخدام الأسماء الشخصية (المادة 8-24) وتحديد مهل زمنية للتسجيل في بعض الحالات (المادة 7-24)
 - يجوز منح بعض الحقوق لمالك العلامات التجارية المشهورة أو العلامات المشهورة المتعلقة بالخدمات (المادة 2-16 و المادة 3-16)
 - لتسهيل حماية المؤشرات الجغرافية الخاصة بالخمر ، تجرى مفاوضات في مجلس الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية حول انشاء نظام دولي للاخطار بالمؤشرات الجغرافية وتسجيلها بالنسبة للخمر ويصبح نافذا في البلدان الأعضاء المشاركة في النظام (المادة 4-23)

3. التصميمات الصناعية (القسم 4)

32. تشمل العناصر الأساسية للمعايير المتكاملة باتاحة حقوق التصميمات الصناعية ونطاقها والانتفاع بها على الآتي :-
- تلتزم الأعضاء بمنح الحماية للتصميمات الصناعية المبتكرة بصورة مستقلة الجديدة أو الأصلية ويجوز للأعضاء تحديد بعض معايير منح الحماية (المادة 1-25)
 - ينبغي ألا تسفر شروط منح الحماية لتصميمات المنسوجات ، والتي قد ترد في قانون الرسوم والنماذج الصناعية أو قانون حق المؤلف ، عن اضعاف غير معقول لفرص الحصول على هذه الحماية ، ولا سيما أي شروط تتعلق بالتكلفة أو الفحص أو النشر (المادة 25)
 - لصاحب التصميم الصناعي المتمتع بالحماية حق منع الأطراف الثالثة من صنع أو بيع أو استيراد السلع المحتوية أو المجسدة لتصميم متمتع بالحماية ، حين يكون القيام بذلك لأغراض تجارية ، مع جواز منح استثناءات محدودة (المادة 2-26)
 - تدوم مدة الحماية الممنوحة ما لا يقل عن عشر سنوات (المادة 3-26)

4. براءات الاختراع (القسم 5)

33. تتضمن الشروط الأساسية للمعايير المتعلقة باتاحة حقوق براءات الاختراع ونطاقها والانتفاع بها على الآتي :-
- تتاح امكانية الحصول على براءات الاختراع لأي منتجات وعمليات في ميادين التكنولوجيا ، شريطة أن تكون جديدة ومنطوية على خطوة ابداعية وقابلة للتطبيق الصناعي (المادة 27-1) ، ويجوز للبلدان أن تستثني الاختراعات التي يكون منع استغلالها التجاري في أراضيها ضروريا لحماية النظام العام أو الآداب بما في ذلك حماية الحياة أو الصحة البشرية أو الحيوانية أو النباتية أو لتجنب الأضرار الشديدة بالبيئة ، شريطة ألا يكون ذلك الاستثناء ناجما فقط عن حظر قوانينها لذلك الاستغلال (المادة 27-2) ويجوز أيضا للبلدان الأعضاء استثناء طرق التشخيص والعلاج والجراحة اللازمة لمعالجة البشر أو الحيوانات خلاف الأحياء الدقيقة والطرق البيولوجية في معظمها لإنتاج النباتات أو الحيوانات خلاف الأساليب والطرق غير البيولوجية والبيولوجية الدقيقة (المادة 27-3) وعلى البلدان الأعضاء منح الحماية لأنواع النباتات اما عن طريق براءات الاختراع أو بنظام فعال خاص بهذه الأنواع أو بأي مزيج منهما (المادة 27-3)
 - تمنح براءات الاختراع ويتم التمتع بحقوق ملكيتها أيا كان مكان الاختراع أو مجال التكنولوجيا وسواء كانت المنتجات مستوردة أو منتجة محليا (1-27)
 - تحول الحقوق الاستثنائية لمالك البراءة ، حين يكون موضوع البراءات منتجا ماديا ، حق منع أطراف ثالثة من صنع أو استخدام أو عرض أو بيع أو استيراد ذلك المنتج ، كما تعطيه ، حين يكون موضوع البراءة عملية صناعية ، حق منع أطراف ثالثة من استخدام العملية واستخدام وعرض وبيع أو بين أو استيراد المنتج الذي يتم الحصول عليه مباشرة بهذه الطريقة لهذه الأغراض (المادة 28-1) ، ويجوز الاتفاق للأعضاء فرص استثناءات محدودة (المادة 30)
 - لأصحاب البراءات الحق في التنازل عنها للغير أو تحويلها للغير واتاحتها للتخصيص (المادة 28-2)
 - تفرض بعض الشروط الخاصة بالكشف عن الاختراع في طلب الحصول على البراءة (المادة 29)
 - حين يسمح باستخدام براءة الاختراع دون الحصول على موافقة صاحب الحق في البراءة (ويعرف عادة بالتخصيص الاجباري) بما في ذلك الاستخدام من قبل الحكومة بتعيين احترام أحكام مفصلة (المادة 31) ويكون هذا الاستخدام في حالة تعلقه بتكنولوجيا أشباه الموصلات محدودا لأغراض مفصلة (المادة 31ج))
 - تتاح فرصة لاعادة النظر أمام القضاء في أي قرار بالغاء البراءة أو إسقاطها (المادة 32)
 - لا تنتهي مدة الحماية المتاحة قبل انقضاء 20 سنة اعتبارا من تاريخ الإيداع (المادة 33)
 - يقع عبء اثبات أن طريقة تصنيع منتج تختلف عن الطريقة المشمولة ببراءة اختراع ، على الشخص المتهم بالتعدي في بعض الحالات (المادة 34)
34. وبالإضافة الى الالتزامات السابقة ، فان أي عضو لا يمنح الحماية بموجب البراءات للمستحضرات الصيدلانية والمنتجات الزراعية الكيميائية وفقا للمادة 27 من اتفاق تريبيس ، اعتبارا من دخول اتفاق منظمة التجارة العالمية حيز التنفيذ (أي في الأول من يناير/كانون الثاني 1995) ، عليه أن يقبل بإيداع طلبات البراءات لتلك المستحضرات والمنتجات ، وعليه أن يفعل ذلك اعتبارا من الأول من يناير/كانون الثاني 1995 . وما أن يصبح اتفاق تريبيس قابلا للتطبيق في البلد العضو ، يلتزم ذلك البلد أن يطبق على تلك الإيداعات معايير الأهلية للبراءة كما لو تم تطبيق تلك المعايير في تاريخ الإيداع وتاريخ الأولوية للطلب . وفي حالة استيفاء الطلب لمعايير الأهلية للحماية ، فان العضو يلتزم بتوفير حماية البراءة لما تبقى من مدتها اعتبارا من تاريخ الإيداع (المادة 70-8)
35. على أن البلد العضو ملزم بمنح حق استثنائي في التسويق ، بشأن الاختراع موضع الطلب المذكور ، لمدة خمس سنوات اعتبارا من منح الموافقة على التسويق وينتهي حق التسويق متى رفض العضو طلب البراءة المودعة فيه أو منح البراءة على أساس ذلك الطلب ، على أن الرفض أو المنح اذا وقع بعد أكثر من خمس سنوات لاحقة للحصول على الموافقة على التسويق في العضو ، فان حق التسويق في العضو ينقضي عندئذ بعد خمس سنوات من منح الموافقة على التسويق في العضو ، وذلك اذا أودع طلب للبراءة ومنحت براءة وتم الحصول على موافقة على التسويق في عضو آخر ، بعد دخول اتفاقية منظمة التجارة العالمية حيز التنفيذ (المادة 70-9)
- التصميمات التخطيطية (الرسوم الطوبوغرافية) للدوائر المتكاملة (القسم 6)**
36. يتضمن اتفاق تريبيس جميع الأحكام الهامة من معاهدة الملكية الفكرية فيما يختص بالدوائر المتكاملة ، وباستثناءات قليلة . وتوفر معاهدة الملكية الفكرية فيما يختص بالدوائر المتكاملة نظاما للحماية القانونية للتصميمات التخطيطية (طوبوغرافياتها) للدوائر المتكاملة ، وتتضمن أحكاما ، ضمن موضوعات أخرى ، حول الموضوعات المحمية والشكل القانوني للحماية والمعاملة الوطنية ونطاق الحماية واستغلالها وتسجيلها والكشف عنها أثناء فترة الحماية . ويشترط اتفاق تريبيس
- أن تلتزم الأعضاء بمنح الحماية للتصميمات التخطيطية (طوبوغرافيات الدوائر المتكاملة) وفقا للمواد من 2 وحتى 7 (فيما عدا المادة 3-6 والتي تشتمل على أحكام تتعلق بالتخصيص الاجباري) والمادة 12 والمادة 16-3 من معاهدة الملكية الفكرية فيما يختص بالدوائر المتكاملة (المادة 35)
 - يستعيبض اتفاق تريبيس عن مدة السنوات الثماني الدنيا المنصوص عليها في المادة 8 من معاهدة الملكية الفكرية فيما يختص بالدوائر المتكاملة بمدة تتراوح ما بين 10 الى 15 سنة دنيا (المادة 38)
 - بالإضافة الى الأفعال التي تحظرها معاهدة الملكية الفكرية فيما يختص بالدوائر المتكاملة ، ينص اتفاق تريبيس على عملا محظورا اضافيا وهو أي عمل يتعلق بأي سلعة تتضمن دائرة متكاملة ، عندما تتضمن تلك السلعة تصميمات منسوخا بصورة غير قانونية (المادة 36)
 - ينص اتفاق تريبيس على أن بعض الأعمال التي تتم بحسن نية لا تعتبر مخالفة للقانون (تجزئ المادة 6-4 من معاهدة الملكية الفكرية فيما يختص بالدوائر المتكاملة الاستثناءات المماثلة بصورة صريحة) ، ولكن يتم دفع اتاوة معقولة لصاحب الحق مقابل المخزون منها بعد توجيه الاخطار (المادة 37-1)
6. حماية المعلومات غير المكشوف عنها (القسم 7)
37. ينص اتفاق تريبيس على أنه وفي أثناء ضمان الحماية الفعالة للمنافسة غير المنصفة حسب ما تنص عليه المادة 10 (ثانيا) من اتفاقية باريس ، تلتزم البلدان الأعضاء بحماية المعلومات غير المكشوف عنها والبيانات المقدمة للحكومات أو الهيئات الحكومية وفقا للأحكام التالية (المادة 39-1)
- للأشخاص الطبيعيين والاعتباريين حق منع الإفصاح عن المعلومات التي تقع تحت رقابتهم بصورة قانونية لآخرين أو حصولهم عليها أو استخدامهم لها دون الحصول على موافقة منهم ، بأسلوب يخالف الممارسات التجارية النزاهة (المادة 39-2)

- للأشخاص الطبيعيين والاعتباريين حق منع الإفصاح عن المعلومات التي تقع تحت رقابتهم بصورة قانونية لأخرين أو حصولهم عليها أو استخدامها لها دون الحصول على موافقة منهم ، بأسلوب يخالف الممارسات التجارية النزيهة (المادة 39-2)
- يتم توفير مثل تلك الحماية للمعلومات السرية (أي المعلومات غير المعروفة عامة لدى الأوساط التي تتعامل مع النوع المعني من المعلومات) - وتكون ذات قيمة تجارية نظرا لكونها سرية ، كما أخضعت لاجراءات معقولة بغية الحفاظ على سريتها (المادة 39-2)
- تلتزم الأعضاء بحماية الاختبارات السرية أو أي بيانات أخرى تم تقديمها للحصول على الموافقة على تسويق الأدوية أو المنتجات الكيماوية الزراعية التي تستخدم مواد كيماوية جديدة ، وتتم حماية هذه البيانات من الاستخدام التجاري غير المنصف والكشف عنها ، في حالات محددة (المادة 39-3)

7. الرقابة على الممارسات غير التنافسية في التراخيص التعاقدية (القسم 8)

38. توافق البلدان الأعضاء على امكانية أن يترتب على بعض الممارسات أو الشروط المتعلقة بترخيص حقوق الملكية الفكرية والتي تقيد المنافسة ، آثار سلبية على التجارة ، وقد تعرقل نقل التكنولوجيا وتعميمها. (المادة 39-1) ، ويسمح اتفاق تريبس للأعضاء أن تحدد في تشريعاتها الممارسات أو شروط الترخيص التي يمكن أن تشكل في حالات معينة اساءة لاستخدام حقوق الملكية الفكرية ويكون لها أثر سلبي على المنافسة في السوق ذات الصلة كما يجوز لأي من البلدان اتخاذ تدابير ملائمة لمكافحة ومنع هذه الممارسات (المادة 40-2)
39. يلتزم كل من البلدان الأعضاء بالدخول في مشاورات ، حين الطلب ، مع أي عضو آخر لضمان الامتثال لهذه التشريعات (المادة 40-3) أو عندما يخضع أحد مواطني البلد العضو للمحاكمة في بلد عضو آخر (المادة 40-4)

رابعا - انفاذ حقوق الملكية الفكرية (الجزء الثالث)

1. الالتزامات العامة (القسم 1)

40. يقتضي اتفاق تريبس أن تكفل الأعضاء اجراءات انفاذ محددة لتسهيل اتخاذ تدابير فعالة ضد أي تعد على حقوق الملكية الفكرية التي يشملها الاتفاق ، وتشمل تلك الاجراءات توقيع جزاءات عاجلة لمنع التعدي وجزاءات تعد رادعة لتعديت أخرى . وتطبق هذه الاجراءات بالأسلوب الذي يضمن تجنب اقامة حواجز أمام التجارة المشروعة ويوفر ضمانات ضد اساءة استعمالها (المادة 41-1)
41. تكون اجراءات انفاذ حقوق الملكية الفكرية منصفة وعادلة ، ولا يجوز أن تكون معقدة أو باهظة التكاليف بصورة غير ضرورية ، ولا أن تنطوي على مهل غير معقولة أو تأخير لا داعي له (المادة 41-2) . ويفضل أن القرارات المتخذة بصدد موضوع أي من القضايا مكتوبة ومعللة . وتتم اتاحتها على الأقل للأطراف المعنية بالقضية دون أي تأخير لا لزوم له ، وألا تستند تلك القرارات إلا الى الأدلة التي أعطيت للأطراف المتخاصمة فرصة عرض وجهة نظرها فيها (المادة 41-3) . وتتاح للأطراف محل دعوى في قضية ما فرصة مراجعة القرارات الادارية النهائية وعلى الأقل الجوانب القانونية للأحكام القضائية الأولى المتخذة بصدد موضوع هذه القضية (إلا في حالة صدور حكم ببراءة المتهم في قضية جنائية) (المادة 41-4)
42. ومع ذلك ، فإن اتفاق تريبس لا يلزم الأعضاء باقامة نظام قضائي خاص بانفاذ حقوق الملكية الفكرية منفصل عن النظام الخاص بانفاذ القوانين بصفة عامة . كما لا ينشئ الاتفاق التزاما فيما يتصل بتوزيع الموارد بين انفاذ حقوق الملكية الفكرية وانفاذ القوانين بصفة عامة (المادة 41-5)

2. الاجراءات والجزاءات المدنية والادارية (القسم 2)

43. ينص اتفاق تريبس على المبادئ التوجيهية الخاصة بالاجراءات المدنية والادارية الواجب اتباعها لانفاذ حقوق الملكية الفكرية وتشتمل على الأحكام الخاصة بالاجراءات العادلة والمنصفة (المادة 42) ، الأدلة (المادة 43) ، الأوامر القضائية (الأدلة 44) ، التعويضات (المادة 45) ، وجزاءات أخرى كصلاحية الأمر بالتخلص من المواد والمعدات التي تستخدم في صنع السلع موضع التعدي (المادة 46) ، وحق الحصول على المعلومات كصلاحية أن تأمر السلطات المتعدي باعلام صاحب الحق بهوية الأطراف الأخرى المشتركة في انتاج السلع أو الخدمات المتعدية وتوزيعها وقنوات التوزيع التي تستعملها (المادة 47) ، تعويض المدعي عليه (المادة 48) ، وأن تتفق الاجراءات الادارية مع المبادئ المنصوص عليها في هذا القسم (المادة 49)

3. التدابير المؤقتة (القسم 3)

44. ينص اتفاق تريبس على موجبات خاصة بالتدابير المؤقتة للحيلولة دون حدوث تعد على أي حق من حقوق الملكية الفكرية ، ولا سيما منع السلع المتعدية من دخول القنوات التجارية القائمة في مناطق اختصاصاتها ، ويشمل ذلك السلع المستوردة فور تخليصها جمركيا ، وصون الأدلة ذات الصلة فيما يتعلق بالتعدي المزعم ، واتخاذ تدابير مؤقتة دون علم الطرف الآخر اذا كان من المرجح أن يسفر أي تأخير عن الحاق أضرار يصعب تعويضها أو حين يوجد احتمال في اتلاف الأدلة (المادة 50)
4. المتطلبات الخاصة بالتدابير الحدودية (القسم 4)

45. ينص اتفاق تريبس على بعض الاجراءات الخاصة بالتدابير الحدودية لتمكين صاحب الحق الذي لديه أسباب مشروعة للظن بوجود احتمال استيراد سلع فيها تزوير لعلامة تجارية أو انتحال لحق المؤلف من التقدم بالتماس مكتوب بأن توقف السلطات الجمركية اجراءات الافراج عن تلك السلع وتداولها بحرية . وتطبق المبادئ التوجيهية فيما يتعلق بوقف الاجراء لدى السلطات الجمركية (المادة 51) ، تطبيق مثل هذه الاجراءات (المادة 42) ، وتقديم ضمان أو كفالة موازية له (المادة 53) ، واخطار وقف الاجراءات (المادة 54) ، ومدة الوقف (المادة 55) ، وتعويض مستورد السلع وصاحبها (المادة 56) ، الحق في المعايينة والحصول على المعلومات (المادة 57) ، والاجراءات التي تتخذ بدون طلب (المادة 85) ، الجزاءات (المادة 59) ، والواردات قليلة الشأن (المادة 60)

5. الاجراءات الجنائية (القسم 5)

46. يقتضي اتفاق تريبس أن تنص الأعضاء في قوانينها على اجراءات وعقوبات جنائية تطبق على الأقل في حالات التقليد المتعمد للعلامات التجارية المسجلة أو انتحال حقوق المؤلف على نطاق تجاري ، وأن تنص الأعضاء أيضا على الجزاءات كالحبس أو الغرامة المالية والحجز ومصادرة واتلاف السلع المتعدية أو أية مواد ومعدات تستخدم بصورة رئيسية في ارتكاب الجرم
- خامسا - اكتساب حقوق الملكية الفكرية والحفاظ عليها وما يتصل بها من الاجراءات (الجزء الرابع)

47. ينص اتفاق تريبس على أحكام عامة حول المبادئ الخاصة بالاجراءات المتعلقة باكتساب حقوق الملكية الصناعية والحفاظ عليها . ويجوز للبلدان الأعضاء أن تشترط لاكتساب أو استمرار حقوق الملكية الصناعية المنصوص عليها في الاتفاق (باستثناء حماية المعلومات غير المكشوف عنها)، الالتزام باجراءات وشكليات معقولة على أن تظل هذه الاجراءات والشكليات متسقة مع أحكام هذه الاتفاقية (المادة 62-1) . ويجب أن تتيح اجراءات المنح أو التسجيل ، منح أو تسجيل الحق في غضون مدة زمنية معقولة تجنباً لتقليل مدة الحماية بغير مبرر (المادة 62-2) . تخضع الاجراءات المتعلقة باكتساب حقوق الملكية الفكرية والحفاظ عليها ، اجراءات الالغاء الاداري ، وحيثما تنص على ذلك قوانين البلدان الأعضاء ، للمبادئ المطبقة في الانفاذ (المادة 62-4 ، المرجع في المادة 41-2 والمادة 41-3) وأن تخضع معظم القرارات الادارية النهائية لاعادة النظر فيها من قبل سلطة قضائية أو شبه قضائية (المادة 62-5)
48. ينص الاتفاق أيضا على أن تطبيق أحكام المادة 4 من اتفاقية باريس الخاصة بحق الأولوية ، مع ما يلزم من تعديل ، على العلامات الخاصة بالخدمات.

سادسا - منع النزاعات وتسويتها (الجزء الخامس)

1. الشفافية

49. يلزم الاتفاق الدول الأعضاء بأن تنشر أو تضع في متناول الجمهور قوانينها ولوائحها التنظيمية وقراراتها القضائية النهائية وقراراتها الادارية ذات التطبيق العام واتفاقاتها الثنائية المتعلقة بموضوعات اتفاق تريبس (المادة 63-1)
50. كما يلزم الاتفاق البلدان الأعضاء باخطار مجلس اتفاق جوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة بتلك القوانين . وفي المقابل يلتزم المجلس بالسعي لتقليل الأعباء الملقاة على عاتق البلدان الأعضاء وذلك بالدخول في مشاورات مع المنظمة العالمية للملكية الفكرية حول امكانية انشاء سجل مشترك يضم هذه القوانين واللوائح التنظيمية . (المادة 63-2)
51. كما يلتزم المجلس بهذا الخصوص بدراسة أي اجراء يكون ضروريا بشأن الاخطارات بناء على الالتزامات التي ينص عليها اتفاق تريبس والنابعة عن أحكام المادة 6 (ثانيا) من اتفاقية باريس

2. تسوية النزاعات

52. يعتبر نظام تسوية النزاعات الذي أنشأ بموجب اتفاقية منظمة التجارة العالمية ، من أهم عناصر اتفاق تريبس . ويطبق اتفاق تريبس أحكام المادة 22 والمادة 23 من الاتفاقية العامة للتعريفات والتجارة لعام 1994 (اتفاقية منظمة التجارة العالمية) ، والتي تفصلها مذكرة التفاهم الخاصة بمنظمة التجارة العالمية حول القوانين والاجراءات التي تحكم تسوية النزاعات (والمضمنة كمرق مع اتفاق منظمة التجارة العالمية) ، والتي تطبق على المشاورات وتسوية النزاعات بموجب اتفاق تريبس (المادة 64-1)
53. وعلى الرغم من ذلك ، لا تطبق أحكام الفقرتين 1 (ب) و 1 (ج) من المادة 23 من الاتفاقية العامة للتعريفات والتجارة لعام 1994 - والتي تشير الى ما يسمى بمجالات تسوية النزاعات في حالة "عدم الاعتداء" - ، على تسوية النزاعات بموجب اتفاق تريبس لفترة لا تقل عن خمس سنوات اعتبارا من تاريخ دخول اتفاق منظمة التجارة العالمية حيز التنفيذ (أي حتى الأول من يناير/كانون الثاني 2000 على أقل تقدير) . ويدرس المؤتمر الوزاري أي تمديدات لتلك الفترة ويقرر فيها بالاجماع (المادة 64-2 والمادة 64-3)

الأصل : بالعربية

التاريخ : 2004/2/-



المنظمة العالمية
للملكية الفكرية

اتفاقية باريس للملكية الصناعية

تعتبر اتفاقية باريس بمثابة الدستور فيما يتعلق بالحماية الدولية لحقوق الملكية الصناعية، حيث أنها تمثل أولى الاتفاقيات الدولية في هذا المجال، وتضم القواعد الأساسية للحماية الدولية لكل عناصر الملكية الصناعية ولا تقتصر على عنصر واحد منها. والمواد من 1 حتى 12 والمادة 19 من اتفاقية باريس أصبحت واجبة التطبيق أيضاً بموجب اتفاقية الترييس التي تلزم الدول الأعضاء بتطبيق أحكام بعض الاتفاقيات الدولية في مجال الملكية الفكرية ومنها المواد المذكورة من اتفاقية باريس. النصوص الموضوعية في اتفاقية باريس يمكن تقسيمها إلى ثلاثة أقسام رئيسية هي: مبدأ المعاملة الوطنية، مبدأ الأسبقية ومجموعة القواعد التي يجب على جميع الدول إتباعها بخصوص حماية عناصر الملكية الصناعية المختلفة.

مبدأ المعاملة الوطنية

بحسب هذا المبدأ، يجب أن يتمتع رعايا كل دولة من دول اتفاقية باريس في جميع دول الاتفاقية الأخرى، بالنسبة لحماية الملكية الصناعية، بالمزايا التي تمنحها حالياً أو قد تمنحها مستقبلاً قوانين تلك الدول للمواطنين، وذلك دون الإخلال بالحقوق المنصوص عليها بصفة خاصة في هذه الاتفاقية. ومن ثم فيكون لهم نفس الحماية التي للمواطنين ونفس وسائل الطعن القانونية ضد أي إخلال بحقوقهم، بشرط إتباع الشروط والإجراءات المفروضة على المواطنين. ومع ذلك لا يجوز أن يفرض على رعايا دول الاتفاقية أي شرط خاص بالإقامة أو بوجود منشأة في الدولة التي تطلب فيها الحماية للتمتع بأي حق من حقوق الملكية الصناعية. يحتفظ صراحة لكل دولة من دول الاتفاقية بأحكام تشريعها المتعلقة بالإجراءات القضائية والإدارية وبالاختصاص وكذلك بتحديد محل مختار أو تعيين وكيل، والتي قد تقتضيها قوانين الملكية الصناعية.

مواطني الدول غير الاعضاء في اتفاقية باريس يتمتعون أيضاً بحق المعاملة الوطنية تحت الاتفاقية إذا كانوا مقيمين أو كان لديهم منشأة تجارية أو صناعية حقيقية في إحدى الدول الاعضاء.

مبدأ الأسبقية

تنص الاتفاقية على مبدأ الأسبقية فيما يتعلق ببراءات الاختراع، نماذج المنفعة، العلامات والنماذج الصناعية. هذا المبدأ يعني أنه يكون للذي يودع للمرة الأولى طلباً لتسجيل أحد عناصر الملكية الصناعية في إحدى الدول الاعضاء بالاتفاقية الحق بالأسبقية، خلال مدة 12 شهراً بالنسبة لبراءات الاختراع ونماذج المنفعة وستة أشهر بالنسبة للعلامات والنماذج الصناعية، لتقديم نفس طلب ايداع في أي دولة أخرى عضو في الاتحاد وتعتبر هذا الطلب وكأنه قدم بتاريخ ايداع الاول. بهذا يكون لهذه الايداعات اللاحقة التي تمت ضمن المدد المذكورة حق بالأسبقية على أي ايداع حاصل لنفس عنصر الملكية الصناعية يقدم من قبل اشخاص آخرين بعد تاريخ

الايداع الاول وقبل تاريخ الايداع اللاحق. ايضاً هذه الايداعات اللاحقة لن تتأثر بما يكون قد حصل من حوادث بعد تاريخ الايداع الاول ويكون من شأنه أن يؤثر على الايداع الثاني مثل أن يكون الاختراع قد تم الاعلان عنه أو أن تكون العلامة قد استعملت من شخص اخر أو أن يكون النموذج الصناعي قد تم تطبيقه من شخص اخر. هذا الحق بالاسبقية يحرر المودع من ضرورة أن يتقدم بطلبات عديدة في نفس الوقت في الدول العديدة التي تريد الايداع فيها، وهذا له اهمية خاصة بالنسبة لبراءات الاختراع حيث يكون للمخترع المجال بأن يتقدم بالطلبات التالية خلال مدة 12 شهراً من الايداع الاول. ويعتبر منشأ لحق الاولوية كل ايداع له حكم الايداع الوطني الصحيح بمقتضى التشريع الداخلي لكل دولة من دول الاتحاد أو بمقتضى معاهدات ثنائية أو متعددة الاطراف مبرمة فيما يلي بين دول الاتحاد.

قواعد الحماية

اتفاقية باريس تنص على مجموعة من القواعد التي يجب على الدول الاعضاء اتباعها في حماية عناصر الملكية الصناعية أهمها ما يلي:

بالنسبة لبراءات الاختراع

القاعدة العامة هي وطنية البراءة الممنوحة في دولة معينة من دول الاتحاد عن نفس الاختراع واستقلالها عن غيرها من البراءات الممنوحة في الدول الاعضاء الاخرى. وهذا يعني أن منح براءة معينة عن اختراع في دولة متعاقدة لا يلزم باقي الدول الاعضاء على منح براءة لذات الاختراع. ايضاً، منح البراءة في دول عضو لا يمكن أن يرفض، أو أن البراءة تبطل أو تنتهي لأن البراءة عن ذات الاختراع قد تم رفضها أو ابطالها أو إنهاؤها في أي دولة اخرى عضو. المخترع له الحق لأن يسمى كذلك في البراءة الممنوحة له على الاختراع.

ايضاً من القواعد أن منح البراءة لا يجوز أن يرفض أو أن يتم إبطال البراءة لأن بيع المواد الخاضعة للبراءة، أو المواد التي تم الحصول عليها نتيجة لمالية صنع تم الحصول على براءة بشأنها، تخضع تحت القانون الوطني للدولة المعنية لتقييدات أو ضوابط أو موانع معينة.

الاتفاقية تنص على أنه في حال أن أي بلد عضو ينص على إجراءات قانونية معينة لمنح ترخيص إجباري ليمنع إساءة استخدام الحق الاحتكاري الحصري الذي تمنحه البراءة، فإن هذه الاجراءات القانونية يجب أن تكون مضبوطة ومحدودة. بناء على ذلك، في حال أن الترخيص الاجباري يكون سبب منحه هو عدم وضع صاحب البراءة الاختراع محل البراءة في التطبيق العملي، فإن الترخيص الاجباري لا يمنح الا بناء على طلب مقدم بعد ثلاثة أو اربعة سنوات لا يقوم فيها مالك البراءة بالتطبيق الجدي للاختراع محل البراءة ويجب رفض طلب الترخيص الاجباري في حال أن مالك البراءة أن عدم التطبيق يعود لاسباب مبررة. ايضاً تنص الاتفاقية على أن ابطال البراءة يجب ان لا يتم طالما أن منح ترخيص اجباري لها يكون كافياً لمنع إساءة استخدامها. في هذه الحالة يجب أن يمر على الاقل سنتان من تاريخ منح الترخيص الاجباري عليها.

بالنسبة للعلامات

اتفاقية باريس لا تتعرض لشروط واجراءات تسجيل العلامات التي تبقى خاضعة للتشريع الوطني لكل دولة من الدول الاعضاء. هذا مبني على القاعدة الاساسية في قانون العلامات التجارية وهي الاقليمية أو الوطنية، وبناء عليه لا يجوز رفض طلب تسجيل مقدم من أي من رعايا الدول الاعضاء في دولة اخرى، أو أن يتم ابطال تسجيل قائم، لسبب أن العلامة لم يتم التقدم بطلب تسجيلها في بلد المنشأ. وايضاً هذا يستتبع أن تسجيل العلامات مستقل في كل من الدول الاعضاء كما هو الحال في براءات الاختراع، فيمجرد أن يتم تسجيل علامة في دولة عضو تصبح هذه العلامة مستقلة عن التسجيلات الاخرى لنفس العلامة في البلدان الاخرى ولا تتأثر بهم في حال أن هذه التسجيلات أو احدها تم ابطاله أو عدم تحديده. عندما يتم تسجيل علامة في بلد المنشأ، فإنه يجب أن يتم قبول تسجيلها وحمايتها في الدول الاعضاء الاخرى في الشكل الاساسي التي سجلت فيه في بلد المنشأ. هذا لا يعني أن طلب تسجيل العلامة لا يمكن رفضه في الدول الاخرى، ولكن هذا الرفض يكون فقط في حالات محددة هي: (1) إذا كان من شأنها الإخلال بالحقوق المكتسبة للغير في الدولة التي تطلب فيها الحماية. (2) إذا كانت مجردة من أية صفة مميزة أو كان تكوينها قاصراً على إشارات أو

بيانات يمكن أن تستعمل في التجارة للدلالة على نوع المنتجات وجودتها أو كميتها أو الغرض منها أو محل منشأ المنتجات أو زمن الإنتاج، أو إذا كانت قد أصبحت شائعة في اللغة الجارية أو في العادات التجارية المشروعة والمستقرة في الدولة التي تطلب فيها الحماية. (3) إذا كانت مخالفة للأداب أو النظام العام ولا سيما من طبيعة يترتب عليها تضليل الجمهور. ومن المتفق عليه أنه لا يجوز اعتبار علامة مخالفة للنظام العام لمجرد عدم مطابقتها لأحد أحكام التشريع الخاص بالعلامات إلا إذا كان هذا الحكم يتعلق في حد ذاته بالنظام العام.

عندما يكون استعمال العلامة المسجلة في البلد العضو اجبارياً، التسجيل لا يمكن إبطاله إلا بعد مرور فترة زمنية معقولة، و فقط في حال أن صاحب العلامة لم يستطع تبرير عدم استعمال العلامة خلال هذه الفترة.

اتفاقية باريس نصت للمرة الأولى على الصعيد الدولي على قواعد لحماية العلامة المشهورة، حيث تقرر اعطاء العلامات المشهورة حماية في البلدان التي لم تسجل فيها بعد وذلك استثناء من مبدأ وطنية قانون العلامات التجارية والتي كانت نفس الاتفاقية قد كرسه في المادة رقم (6) السابقة، فنصت في المادة (6) مكرر 1 على:

(1) تتعهد دول الاتحاد، سواء من تلقاء نفسها إذا جاز تشريعها ذلك، أو بناء على طلب صاحب الشأن، برفض أو إبطال التسجيل و بمنع استعمال العلامة الصناعية أو التجارية التي تشكل نسخاً أو تقليداً أو ترجمة يكون من شأنها إيجاد لبس بعلامة ترى السلطة المختصة في الدولة التي تم فيها التسجيل أو الاستعمال أنها مشهورة باعتبارها فعلاً العلامة الخاصة بشخص يتمتع بمزايا هذه الاتفاقية ومستعملة على منتجات مماثلة أو مشابهة. كذلك تسري هذه الأحكام إذا كان الجزء الجوهري من العلامة يشكل نسخاً لتلك العلامة المشهورة أو تقليداً لها من شأنه إيجاد لبس بها.

(2) يجب منح مهلة لا تقل عن خمس سنوات من تاريخ التسجيل للمطالبة بشطب مثل هذه العلامة. ويجوز لدول الاتحاد أن تحدد مهلة يجب المطالبة بمنع استعمال العلامة خلالها.

(3) لا يجوز تحديد أية مهلة للمطالبة بشطب أو منع استعمال العلامات التي سجلت أو استعملت بسوء نية"

الاتفاقية تلزم الدول الاعضاء على رفض تسجيل ومنع استعمال العلامات التي تتضمن شعارات شرفية يمكن أو تحدث لبساً لدى الجمهور. واتفاقية باريس تنص على وجوب حماية العلامات الجماعية وعلى حماية علامة الخدمة، ولكنها لا تلزم بتسجيل علامات الخدمة. كما تنص على أنه لا يجوز بأية حال أن تكون طبيعة المنتج الذي يتعين أن توضع العلامة عليه الصناعية أو التجارية حائلاً دون العلامة.

النماذج الصناعية

تنص اتفاقية باريس على وجوب حماية النماذج الصناعية في كل من الدول الاعضاء، وأن الحماية يجب أن لا ترفض لأن المواد التي تضم النموذج لم يتم تصنيعها في البلد الذي تطلب الحماية فيه.

الاسماء التجارية

تنص اتفاقية باريس على وجوب حماية الاسم التجاري في جميع دول الاتحاد دون الالتزام بإيداعه أو تسجيله سواء أكان جزءاً من علامة تجارية أم لم يكن.

بيانات مصدر المنتجات

تنص الاتفاقية على الاتفاقية على وجوب اتخاذ الاجراءات اللازمة في كل بلد عضو لمنع الاستخدام المباشر أو غير المباشر لبيانات مصدر المنتجات غير الحقيقية سواء تعلق ذلك بمصدر المنتجات أو بشخصية المنتج أو غير ذلك.

المنافسة غير المشروعة

اتفاقية باريس تنص على قواعد عامة فيما يتعلق بالمنافسة غير المشروعة، وعلى الرغم من أهمية هذه المبادئ العامة ومن أنه قد تم تبنيها لاحقاً كما هي في الكثير من القوانين الوطنية، إلا أنها قليلاً ما تحظى بنفس الاهتمام الذي تحظى به بقية مواد الاتفاقية بحسب المادة 10 من الاتفاقية:

- (1) تلتزم دول الاتحاد بأن تكفل لرعايا دول الاتحاد الأخرى حماية فعالة ضد المنافسة غير المشروعة.
- (2) يعتبر من أعمال المنافسة غير المشروعة كل منافسة تتعارض مع العادات الشريفة في الشؤون الصناعية أو التجارية.
- (3) ويكون محظوراً بصفة خاصة ما يلي:
 - 1- كافة الأعمال التي من طبيعتها أن توجد بأية وسيلة كانت لبسا مع منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري.
 - 2- الادعاءات المخالفة للحقيقة في مزاوله التجارة والتي من طبيعتها نزع الثقة عن منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري.
 - 3- البيانات أو الادعاءات التي يكون استعمالها في التجارة من شأنه تضليل الجمهور بالنسبة لطبيعة السلع أو طريقة تصنيعها أو خصائصها أو صلاحيتها للاستعمال أو كميتها.

الفہرست

رقم الصفحة	قائمة المحتويات
	تشكر.
	اهداء.
أ	مقدمة.
	- الفصل الأول : ماهية العلامة التجارية وأحقتها
	○ المبحث الأول : ماهية العلامة التجارية
	▪ المطلب الأول : مفهوم العلامة التجارية
	• الفرع الأول : تعريف العلامة التجارية و تمييزها عن غيرها
	• الفرع الثاني : تمييز العلامة التجارية عن غيرها
	▪ المطلب الثاني : أهمية العلامة التجارية
	• الفرع الأول : الأهمية الاقتصادية
	• الفرع الثاني : الأهمية التجارية
	▪ المطلب الثالث : أنواع العلامة التجارية
	• الفرع الأول : علامة الصنع و علامة الخدمة
	• الفرع الثاني : العلامات الفردية و العلامات الجماعية
	• الفرع الثالث : العلامات المحلية و العلامات المشهورة
	○ المبحث الثاني : شروط إكتساب الحق في العلامة التجارية
	▪ المطلب الأول : الشروط الموضوعية
	• الفرع الأول : أن تكون العلامة تجارية مميزة
	• الفرع الثاني : أن تكون العلامة تجارية مشروعة
	• الفرع الثالث : أن تكون العلامة تجارية جديدة
	○ المبحث الثالث : الشروط الشكلية
	• الفرع الأول الجهة المختصة
	• الفرع الثاني : إجراءات الحصول على العلامة التجارية
	- الفصل الثاني : الحماية المقررة دوليا للعلامة التجارية
	○ المبحث الأول : الإطار المفاهيمي لإتفاقية تريبس و إتفاقية باريس
	▪ المطلب الأول : إتفاقية تريبس
	• الفرع الأول : الإطار العام للإتفاقية
	• الفرع الثاني أهداف الإتفاقية
	• الفرع الثالث : مبادئ إتفاقية تريبس
	• الفرع الرابع : معايير حماية العلامة في إتفاقية تريبس
	▪ المطلب الثاني : إتفاقية باريس
	• الفرع الأول : أغراض الإتفاقية
	• الفرع الثاني : مبادئ الأتفاقية

	• الفرع الثالث : الأحكام الموضوعية الخاصة بحماية العلامة التجارية
	• الفرع الرابع : تسوية المنازعات
	○ المبحث الثالث : تسجيل العلامة التجارية و آليات حمايتها
	▪ المطلب الأول : إجراءات تسجيل العلامة التجارية وفق إتفاقيات باريس و تريبس
	• الفرع الأول : شروط التسجيل وفق إتفاقية تريبس
	• الفرع الثاني : الحقوق المكتسبة من التسجيل
	• الفرع الثالث : شروط التسجيل وفق إتفاقية باريس
	• الفرع الرابع : أثر التسجيل وفق الإتفاقية
	▪ المطلب الثاني : آليات الحماية للعلامة التجارية
	• الفرع الأول : الحماية المدنية لإتفاقية تريبس
	• الفرع الثاني : الحماية الجزائية لإتفاقية تريبس
	• الفرع الثالث : الحماية المدنية لإتفاقية باريس
	• الفرع الرابع : الحماية الجزائية لإتفاقية باريس
	- الخاتمة
	قائمة المراجع.
	الملاحق
	الفهرس