

الأحكام المنظمة للعلامة التجارية في الاتفاقيات الدولية

أ. عافية صالح مسعود النقرات

باحثة في مجال القانون

afytalnqratalnqra@gmail.com

Provisions regulating trademarks in international agreements

Afia Saleh Masoud Alnqrata

Researcher in the field of law

تاريخ النشر: 2019-01-07

تاريخ القبول: 2018-12-26

تاريخ الاستلام: 2018-12-04

الملخص

مما لا شك فيه أن العلامات التجارية تحظى في وقتنا الحاضر بالاهتمام وتوفير الحماية في كل بلدان العالم تقريباً ، وتلجأ كل دولة إلى تنظيم إجراءات تسجيل العلامات التجارية وتحفظ كل دولة بمكتب تسجيل وطني أو إقليمي تسجل فيه العلامات التجارية يشتمل على معلومات كاملة عن جميع الطلبات والتسجيلات والتجديدات التي تساهم في تبسيط إجراءات الفحص والبحث والاعتراض إن وجد ، ومن المعلوم أن آثار تسجيل العلامات التجارية يقتصر داخل البلد الذي سجلت فيه أو البلدان المعنية في حال التسجيل على المستوى الإقليمي تبعاً لمبدأ إقليمية القوانين ولذلك بقيت الدول حرة في وضع التشريعات التي تراها مناسبة لحماية العلامات التجارية داخل حدودها الإقليمية .

الكلمات الدالة: المنظمات الدولية ، العلامة التجارية ، اتفاقية باريس ، اتفاقية التريس ، اتفاقية مدريد .

Abstract

There is no doubt that, nowadays, trademarks receive attention and protection in almost all countries of the world. Each country resorts to organizing trademark registration procedures. Each country maintains a national or regional registration office in which trademarks are registered, which includes complete information about all applications, registrations, and renewals. Which contributes to simplifying examination, search and objection procedures, if any It is known that the effects of trademark registration are limited within the country in which they are registered or the countries concerned in the event of registration at the regional level, in accordance with the principle of territoriality of laws. Therefore, countries remain free to establish the legislation they deem appropriate to protect trademarks within their regional borders.

Keywords: International organizations, trademark, Paris Agreement, TRIPS Agreement, Madrid Agreement.

المقدمة:

نتيجة للتطور الصناعي والتجاري الهائل والمتسارع الذي يشهده العالم في وقتنا الحاضر وأثر انتشار وسائل الاتصال المختلفة والتي تساهم بيسر وسهولة في نقل التكنولوجيا والسلع والخدمات من دولة إلى أخرى بسرعة متناهية ، أمام ذلك شعر كبار المستثمرين أصحاب الشركات أن هناك تفاوت بين التشريعات من بلد إلى بلد ، وأن هذه التشريعات سواء الوطنية أو الإقليمية عاجزة عن توفير الحماية للعلامات التجارية في حال الاعتداء عليها خارج النطاق الإقليمي ، وبدأ البحث عن وسائل أكثر جدية لتوفير الحماية للعلامات التجارية على المستوى الدولي أي خارج النطاق الإقليمي كما هو في داخله ومن هنا ظهرت الحاجة إلى إبرام اتفاقيات دولية تنظم مثل هذه الحماية بين الدول المختلفة وكانت الحاجة متساوية أيضاً لإيجاد إطار دولي يعمل على تنظيم الاتفاقيات الإقليمية والدولية المتخصصة والإشراف عليها .

وتعتبر قوانين العلامات التجارية حديثة نسبياً حيث يرجع ظهورها إلى بدايات القرن التاسع عشر حيث حصل في هذا القرن أول اعتراف قانوني فعلي للعلامة التجارية فقد سنت فرنسا أول تشريع للعلامات التجارية سنة 1857م ، وألمانيا سنة 1875م ، وأقرت بريطانيا قانون تسجيل العلامات التجارية في سنة 1875م ، كما أقرت الامبراطورية العثمانية (تركيا) قانوناً لحماية العلامة التجارية 1879م وإسبانيا سنة 1929م وباكستان سنة 1940م وقد تأخرت الولايات المتحدة الأمريكية بالاعتراف بالعلامة التجارية إلى ما قبل النصف الثاني من القرن التاسع عشر بقليل ، إذ سنت قانون العلامات التجارية سنة 1946 ، كما أخذت الدول في أنحاء العالم بسن قوانينها في مجال العلامات التجارية (1) .

وعلى الصعيد الدولي فقد تم توقيع عدد من المعاهدات والاتفاقيات التي أرسيت أسس اكتساب الأشخاص لحقوقهم في مجال علاماتهم التجارية على الرغم من الدمار الذي لحق بالتجارة العالمية نتيجة الحرب العالمية الأولى والثانية ، ومن أهم هذه الاتفاقيات :

1. اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883م والتي تركز عليها معظم قوانين العلامات التجارية .
 2. اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية TRIPS لسنة 1994م .
 3. اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات التجارية لسنة 1891م حيث تهدف هذه الاتفاقية إلى تأمين حماية مواطني الدولة العضو فيها ، فيما يتعلق بعلاماتهم السلعية والخدمية المسجلة في دولة المنشأ وذلك عن طريق تسجيل تلك العلامات في المكتب الدولي في دولة المنشأ ، وتم مراجعة هذه الاتفاقية في بروكسل عام 1900م ، وواشنطن عام 1911م ، ولاهاي 1925م ، ولندن 1943م ، ونييس عام 1957م ، وستكهولم 1970م .
- وعلى الصعيد العربي فقد أخذت الدول بسن القوانين بشأن العلامات التجارية فكان في تونس قانون العلامات التجارية عام 1963م ، وفي المغرب قانون حماية الملكية الصناعية عام 1916م ، وفي مصر قانون العلامات والرسوم والنماذج الصناعية رقم 57 لسنة 1939م الملغي الذي حل محله قانون الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002م ، وفي

(1) د. سميرة القليوبي : "الوجيز في التشريعات الصناعية" ، دار الاتحاد العربي للطباعة ، القاهرة ، ص 280 .

ليبيا قانون العلامات التجارية رقم 40 لسنة 1956 الملغي والذي حل محله قانون رقم 23 لسنة 2010م وغيرها من البلدان العربية .

وسوف نقوم بدراسة العلامة التجارية في كل من اتفاقية باريس واتفاقية التريس واتفاقية مدريد وبروتوكولها وفي أبرز المنظمات الدولية في هذا البحث .

خطة البحث:

المبحث الأول : العلامة التجارية في اتفاقية باريس

المبحث الثاني : العلامة التجارية في اتفاقية التريس

المبحث الثالث : اتفاقية مدريد وبروتوكولها وأبرز المنظمات الدولية في مجال حماية العلامة التجارية

المبحث الأول : العلامة التجارية في اتفاقية باريس

كان لرغبة الدول المتقدمة في إيجاد تنظيم دولي يحقق الحماية الفعلية للملكية الصناعية على المستوى الدولي بدلاً من الأسلوب التقليدي الذي كان سائداً كالاتفاقيات الثنائية أو مبدأ المعاملة بالمثل هو السبب الرئيسي وراء وجود هذه الاتفاقية في وقت ترافق مع تطور تكنولوجي وصناعي كبير أدى إلى انتشار الصناعة وتوسع التجارة الدولية ⁽¹⁾ . وتعد اتفاقية باريس النموذج الفذ لأول اتفاقية دولية في مجال حماية الملكية الصناعية بما فيها العلامات التجارية حيث بسطت تلك الحماية على المستوى الدولي لأول مرة بعد أن كانت مقصورة على ما توفره التشريعات الداخلية للدول من حماية ولا تتعدى ذلك إلا في حالات استثنائية.

ودخلت الاتفاقية حيز التنفيذ في 7 يولييه 1883 وهي تتكون في البداية من (19) مادة ثم عدلت في بروكسل بتاريخ 14 ديسمبر 1900 ، وواشنطن في 2 يونيو 1911 - ولاهاي في 6 نوفمبر 1925 ولندن في 2 يونيو 1934 ، ولشبونة في 31 أكتوبر 1958 ، واستكهولم في 14 يوليو 1967 والمنقحة في أكتوبر 1979م ⁽²⁾ .

وترتب على اتفاقية باريس قيام نظام دولي لحماية الملكية الصناعية يعتبر بمثابة دستور يسمو فوق قوانين الدول الأعضاء في اتحاد باريس بحيث لا يجوز أن تتعارض قوانين الدول الأعضاء مع أحكام اتفاقية باريس ، ويسري النظام الدولي في كل من الاتحاد بجوار القوانين الخاصة بكل دولة على حده ، بمعنى أن العلامة التجارية كإحدى فروع الملكية الصناعية تتمتع بحماية دولية في خارج حدود موطنها إلى جانب الحماية الوطنية لها ، فبمجرد مصادقة الدول على اتفاقية باريس تصبح نصوص الاتفاقية جزءاً من القانون الوطني في تلك الدول ، و أنه لا حاجة إلى أن تصدر الدولة قانوناً يتضمن القواعد الواردة في الاتفاقية ، وهذا يعنى أن نصوص الاتفاقية ذاتية التنفيذ على خلاف الوضع بالنسبة لاتفاقية التريس ⁽³⁾ .

(1) د. عبد الله حميد سليمان الغوييري : "العلامة المشهورة وحمايتها ضمن اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس) - وقانون العلامات التجارية الأردني ، رسالة دكتوراه في الحقوق - جامعة القاهرة ، 2006م ص 25 .

(2) د. محمد عبد الرحمن الشمري : "حماية العلامة التجارية في ضوء اتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (التريس)" ، رسالة دكتوراه في الحقوق - جامعة القاهرة ، 2004م ، ص 36 .

(3) د. حسام الدين عبد الغنى الصغير : "الجديد في العلامات التجارية في ضوء قانون حماية حقوق الملكية الفكرية الجديد واتفاقية التريس" ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، 2005م ، ص 15 .

غير أن اتفاقية باريس لم يكن الهدف من إبرامها إلزام الدول الأطراف فيها بأن تضع في تشريعاتها الوطنية معايير معينة لحماية حقوق الملكية الصناعية ، وإنما كان الهدف من إبرام الاتفاقية هو حماية رعايا كل دولة من الدول الأعضاء في اتحاد باريس في كافة البلدان الأخرى الأعضاء في الاتحاد عن طريق المبادئ التي قررتها الاتفاقية وأهمها مبدأ أنهما : المعاملة الوطنية والأسبقية . وبالإضافة إلى هذين المبدأين نجد أن الاتفاقية قد تناولت بعض الأحكام الخاصة بحماية مختلف صور الملكية الصناعية التي عالجتها ، كما أوجبت 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 تسميات المنشأ ، فضلاً عن قمع المنافسة غير المشروعة (1).

وسوف نستعرض في هذا المبحث أحكام العلامة التجارية في اتفاقية باريس في أربعة مطالب كالاتي :

المطلب الأول : أغراض الاتفاقية وطبيعة الالتزامات

لاشك أن اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية هي الدعامة الرئيسية التي يركز عليها نظام الحماية الدولية لحقوق الملكية الصناعية .

ووفقاً للمادة الأولى من الاتفاقية فقد أنشئ اتحاد يضم كافة الدول الأطراف في اتفاقية 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 الصناعية والعلامات التجارية أو الصناعية ، وعلامات الخدمة والاسم التجاري وبيانات المصدر ، أو مسميات المنشأ وكذلك قمع المنافسة غير المشروعة .

كما أوجبت المادة الأولى فقرة (3) أن تؤخذ الملكية الصناعية بأوسع معانيها فلا يقتصر على الصناعة والتجارة بمعناها الحرفي ، وإنما تطبق كذلك على الصناعات الزراعية والاستخراجية وعلى جميع المنتجات الطبيعية أو المصنعة (2).

وإن الغرض الرئيسي من إبرام اتفاقية باريس ، هو أن يكون لكل شخص تابع أو مقيم في إحدى الدول الأطراف في الاتفاقية ، وله منشأة تجارية فيها - الحق في حماية اختراعه أو رسومه أو نماذجه الصناعية أو علامته التجارية ، أو باقي صور الملكية الصناعية الأخرى التي ذكرتها المادة الأولى من الاتفاقية في كل دولة من دول اتحاد باريس ، عن طريق معاملته بخصوص حماية تلك الحقوق على قدم المساواة مع مواطني كل دولة من الدول الأعضاء في الاتحاد ، ووفقاً لقانونها الوطني 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

(1) د. وائل محمد رفعت : "التسجيل الدولي للعلامات التجارية وأثره في التشريع المصري" ، رسالة دكتوراه في الحقوق - جامعة القاهرة ، ص 110.

(2) د. حسام الدين عبد الغنى الصغير : "الجديد في العلامات التجارية في ضوء قانون حماية حقوق الملكية الفكرية الجديد واتفاقية التريس" ، مرجع سابق ، ص 14 .

يستمدون حقوقاً مباشرة من الاتفاقية ، ويجوز لهم التمسك بأحكامها أمام القضاء الوطني في كل الدول الأعضاء في اتحاد باريس بغض النظر عن التشريع الوطني ⁽¹⁾.

المطلب الثاني : مبدأ المعاملة الوطنية ومبدأ الأسبقية

وسوف نوضح مفهوم مبدأ المعاملة الوطنية ثم مبدأ الأسبقية.

أولاً : مبدأ المعاملة الوطنية

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 يكون لهم نفس الحماية التي للمواطنين ونفس وسائل الطعن القانونية ضد أي إخلال بحقوقهم ، بشرط إتباع الشروط والإجراءات المفروضة على المواطنين وتبعاً لمبدأ المعاملة الوطنية ، يكون للأجنبي الذي ينتمي إلى دولة من دول اتحاد باريس اكتساب الحقوق المتعلقة بمختلف صور الملكية الصناعية التي أشارت إليها المادة الأولى من الاتفاقية - في كل دول اتحاد باريس ويعامل نفس معاملة مواطنوها ، لا تقتصر الحماية المقررة لرعايا دول اتحاد باريس على مواطنيه فقط بل يعامل رعايا الدول غير الأعضاء في اتحاد باريس نفس معاملة رعايا دول الاتحاد بشرط أن يكونوا مقيمين في إقليم إحدى دول الاتحاد أو لهم بها منشآت صناعية أو تجارية حقيقية وفعالة ⁽²⁾.

وعلى ذلك فإن المزايا التي يمكن لأحد مواطني الاتحاد التمتع بها في ظل مبدأ المعاملة الوطنية تتمثل في اكتساب الحق في العلامة ، والاستفادة من المزايا التي يقررها ورود هذا الحق والتحمل بالتزامات الناشئة عنه ، وإمكانية حمايته بالدعاوى والوسائل القانونية اللازمة للدفاع عن الحق في ملكية العلامة ، كما أنه يستفيد من الجزاءات الجنائية، والتعويضات المدنية التي يوفر لها القانون الوطني لحماية العلامة التجارية ، وبناء على هذا المبدأ فإن رعايا دول الاتحاد يتساوون بالمواطنين في أي دولة عضو ، وقد تكون لهم ذات الحقوق والمزايا التي يتمتع بها المواطنون إذا ما قام هؤلاء بإتباع الشروط والاجراءات المفروضة على المواطنين ⁽³⁾ .

ولكى يستفيد الشخص من مبدأ المعاملة الوطنية لابد أن يتحقق أحد أمرين هما :

الأول : أن يكون منتزِعاً لأحد الدول الأعضاء في الاتفاقية .

⁽¹⁾ وائل محمد رفعت : "التسجيل الدولي للعلامات التجارية وأثره في التشريع المصري" ، مرجع سابق ، ص 109 ؛ وانظر أيضاً : د. حسام الدين عبد الغنى الصغير : "الإطار الدولي للحماية في مجال العلامات التجارية" ، ندوة الويبو دون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد ، المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) والمعهد الوطني للملكية الصناعية (فرنسا) بالتعاون مع المكتب المغربي للملكية الصناعية والتجارية بوزارة الصناعة والتجارة والمواصلات الدار البيضاء ، 7-8 ديسمبر / 2004م ، ص 4 .

⁽²⁾ وائل محمد رفعت: "التسجيل الدولي للعلامات التجارية وأثره في التشريع المصري" ، مرجع سابق ، ص 110-111.

⁽³⁾ د. محمد عبد الرحمن الشمري : "حماية العلامة التجارية في ضوء اتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (التريس)" ، مرجع سابق ، ص 38 .

الآخر : أن يكون مقيماً في أحد الدول الأعضاء في الاتحاد ، حتى ولم يكن منتماً لدولة عضو في الاتحاد "الاتفاقية" ومن ثم فإن لم يتوافر أحد الأمرين السابقين فلا يستفيد الأجانب من المزايا التي قررتها اتفاقية باريس (1).

ثانياً : مبدأ الأسبقية

وقد نصت على هذا المبدأ المادة الرابعة من الاتفاقية ، وفقاً لمبدأ الأسبقية يتمتع كل من أودع في إحدى دول الاتحاد طلباً قانونياً للحصول على براءة اختراع أو لتسجيل نموذج منفعة أو رسم أو نموذج صناعي أو علامة تجارية أو صناعية هو أو خلفه فيما يختص بإيداع طلبات مماثلة في الدول الأخرى بحق أسبقية إذا أودعها خلال المواعيد المحددة في الاتفاقية ، وهي اثني عشر شهراً من تاريخ إيداع الطلب الأول بالنسبة لبراءات الاختراع ونماذج المنفعة ، وستة شهور بالنسبة للرسوم والنماذج الصناعية والعلامات التجارية والصناعية ، 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 إذا 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 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 مصر (2).

ويشترط للإفادة من حق الأسبقية ما يلي :

- (1) أن يطلب صاحب الشأن التسجيل في الدولة التي يريد تقرير حق الأولوية له على أرضها وذلك خلال ستة أشهر ، ويسري هذا الميعاد من تاريخ إيداع طلب التسجيل في دولته الأصلية ولا يدخل يوم الإيداع في احتساب المدة .
- (2) أن يقدم صاحب الشأن إقراراً يبين فيه تاريخ الإيداع والدولة التي تم فيها الإيداع وتحدد كل دولة المهلة القصوى التي يتعين تقديم هذا الإقرار بالإضافة إلى طلب المستندات الواجب إرفاقها بالطلب (3).
- وقضت محكمة القضاء الإداري المصرية بأنه : "تتمتع العلامة المسجلة بالمكتب الدولي بالحماية في كل من الدول المتعاقدة المعنية كما لو أودعت فيها مباشرة وذلك ابتداء من تاريخ تسجيلها لدى المكتب الدولي كما تتمتع بحق الأسبقية المقررة في اتفاقية باريس " (4).
- وقضت محكمة القضاء الإداري المصرية بقولها : "أن التسجيل لا ينشئ بذاته حقاً في ملكية العلامة التجارية وإنما هذا الحق هو وليد استعمال العلامة ولا يقوم التسجيل إلا قرينة على هذا الحق يجوز دحضها لمن يدعى أسبقيته في استعمال العلامة" (1).

(1) د. محمد بن براك الفوزان : "النظام القانوني للاسم التجاري والعلامة التجارية في القوانين العربية - دراسة مقارنة" منشورات مكتبة القانون والاقتصاد ، الرياض ، ط1 ، 2012م ، ص 202 .

(2) د. حسام الدين عبد الغنى الصغير : "الجديد في العلامات التجارية في ضوء قانون حماية حقوق الملكية الفكرية الجديد واتفاقية التريس" ، مرجع سابق ، ص 18 .

(3) د. عبد الله حميد سليمان الغوييري : "العلامة المشهورة وحمايتها ضمن اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس) - وقانون العلامات التجارية الأردني ، مرجع سابق ، ص 28 .

(4) محكمة القضاء الإداري المصرية ، الطعن رقم 30015 لسنة 59 ق ، بتاريخ 2009/3/21م ، دائرة المنازعات الاقتصادية والاستثمار ، الدائرة السابعة ، المنظومة الإلكترونية للأحكام المصرية ، 2018م .

المطب الثالث : الأحكام الموضوعية الخاصة بحماية العلامة التجارية في اتفاقية باريس

ذكرت اتفاقية باريس عدة قواعد موضوعية لتوفير حماية خاصة بالعلامات التجارية بالإضافة إلى مبدأ المعاملة الوطنية ومبدأ الأسبقية وسوف نوضحها فيما يلي :

أولاً : مبدأ الاستقلالية والقانون الواجب التطبيق

وهو ما نصت عليه الفقرة (3) من المادة السادسة من الاتفاقية : "تعتبر العلامة التي سجلت طبقاً للقانون في إحدى دول الاتحاد مستقلة عن العلامات التي سجلت في دول الاتحاد الأخرى بما في ذلك دولة المنشأ ، فلا يعني ذلك أن تفقد العلامة الحماية أو يبطل تسجيلها في الدول الأخرى ، وهو ما يعرف بمبدأ استقلال الحماية الخاصة بالعلامة في كل دولة ، وأن 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 تسجيلها .

ومع ذلك لا يجوز لأي دولة من دول 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 دول المنشأ ، فلو أودعت شركة فرنسية مثلاً طلباً لتسجيل علامة تجارية في إيطاليا ، ثم تقدمت بطلب لاحق لتسجيل ذات العلامة 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 فرنسا ⁽²⁾، وأن كلاً من مصر وفرنسا أطرافاً في اتفاقية باريس بشأن الملكية الصناعية .

ثانياً : العلامة المشهورة :

لقد عالجت المادة (6 / ثانياً) من الاتفاقية العلامة المشهورة ووضعت لها أحكام خاصة بحيث أوجبت على الدول الأعضاء أن تنص في تشريعاتها الداخلية برفض أو إبطال تسجيل ومنع استعمال أي علامة تشكل نسخاً أو تقليداً أو ترجمة يكون من شأنها إيجاد لبس بعلامة ترى الدولة التي يتم فيها التسجيل أو الاستعمال أنها مشهورة ومستعملة على منتجات مطابقة أو مشابهة وأعطيت العلامة المشهورة هذه الحماية لسمعتها وشهرتها في البلد التي يراد حمايتها فيه بغض النظر إن كانت مسجلة أم لا ولا تضع اتفاقية باريس أي معايير يمكن القياس عليها ، أو تحدد إن كانت العلامة مشهورة أم لا وتركت للتشريعات الوطنية المختصة في كل دولة من دول اتحاد باريس تقدير ذلك ومن الجدير بالذكر أن اتفاقية باريس تضمنت حماية العلامات المشهورة بصدد تسجيلها أو استعمالها على سلع مماثلة مشابهة للسلع التي تميزها العلامة المشهورة ولا تمتد إلى استعمالها على سلع غير مماثلة أو غير مشابهة ، كما ذهبت إليه اتفاقية باريس ⁽³⁾ .

⁽¹⁾ محكمة القضاء الإداري المصرية ، الطعن رقم 28871 لسنة 67 ق ، بتاريخ 2016/3/22م ، حكم غير منشور المنظومة الإلكترونية للأحكام المصرية ، 2018م .

⁽²⁾ د. حسام الدين عبد الغنى الصغير : "الجديد في العلامات التجارية في ضوء قانون حماية حقوق الملكية الفكرية الجديد واتفاقية التريس" ، مرجع سابق ، ص 20 .

⁽³⁾ د. عبد الله حميد الغويري : "العلامة المشهورة وحمايتها" ، مرجع سابق ، ص 30 .

ولم تضع اتفاقية باريس أي معايير لقياس مدى شهرة العلامة ، بل تركت ذلك لتقدير الأجهزة الإدارية أو السلطات الإدارية المختصة في كل دولة من الدول الأعضاء في اتحاد باريس .

وقضت محكمة القضاء الإداري المصرية بأنه : "لا يكفي للاعتداد بالعلامة المشهورة أن تكون مشهورة عالمياً ، بل يتعين أن تكون مشهورة أيضاً في الدولة التي تسعى للحصول على حمايتها الأمر الذي أكد عليه المشرع المصري بالنص عليه صراحة في المادة (62) من قانون حماية الملكية الفكرية ، وعلى أن تكون العلامة مشهورة عالمياً وفي جمهورية مصر العربية ومن ثم فإن إقامة الدليل على شهرة العلامة التجارية خارج النطاق الإقليمي للبلاد لا يكفي للاعتراف بشهرتها داخل البلاد" (1).

وتلتزم الدول الأعضاء في اتحاد باريس بأن توفر الحماية للعلامة المشهورة وفقاً للمادة السادسة من الاتفاقية عن طريق اتخاذ الجهات الإدارية المختصة من تلقاء نفسها أو بناء على طلب يقدم إليها من ذوي الشأن الإجراءات التالية (2):

1. رفض طلب تسجيل العلامة المماثلة أو المشابهة للعلامة المشهورة إذا قدم الطلب من شخص غير صاحب العلامة .

وقضت محكمة القضاء الإداري المصرية في هذا الشأن بأنه : "على مصلحة التسجيل التجاري أن ترفض من تلقاء نفسها أي طلب لتسجيل علامة مطابقة لعلامة مشهورة يتضمن استخدام العلامة لتمييز منتجات تماثل المنتجات التي تستخدم العلامة المشهورة في تمييزها" (3).

2. شطب تسجيل العلامة التجارية المسجلة المماثلة أو المشابهة للعلامة المشهورة ، ويجب أن تمنح الدولة مهلة لذوي الشأن لا تقل عن خمس سنوات من تاريخ تسجيل العلامة للمطالبة بشطبها خلال هذه الفترة ما لم تكن العلامة قد سجلت بسوء نية ، ففي هذه الحالة الأخيرة يجوز طلب شطب تسجيل العلامة دون التقيد بأي مدة .

3. منع استخدام العلامة المشهورة بمعرفة الغير ، وتترك للدولة حرية تحديد المهلة التي يجب أن يقدم خلالها طب منع استخدام العلامة المشهورة ، ومع ذلك يجوز تقديم طلب منع استخدام العلامة المشهورة دون التقيد بأي مدة إذا كان الانتفاع بالعلامة المشهورة بسوء نية (4).

ثالثاً : التنازل عن العلامة

كان من المقرر في عديد من التشريعات 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 التنازل عن العلامة لا يعتبر صحيحاً طبقاً لتشريع إحدى دول الاتحاد إذا كان مقترناً بانتقال

(1) محكمة القضاء الإداري المصرية ، الطعن رقم 10599 لسنة 67 ق ، بتاريخ 2016/2/16م ، حكم غير منشور المنظومة الإلكترونية للأحكام المصرية ، 2018م .

(2) د. حسام الدين عبد الغنى الصغير : "حماية العلامات التجارية المشهورة" ، حلقة الويبو الوطنية التدريبية حول لملكية الفكرية للدبلوماسيين ، سلطنة عمان ، 2005م ، ص 3 .

(3) محكمة القضاء الإداري المصرية ، الدائرة الأولى ، الطعن رقم 4353 لسنة 67 ق ، بتاريخ 2016/2/16م المنظومة الإلكترونية للأحكام المصرية ، 2018م .

(4) د. حسام الدين عبد الغنى الصغير : "الجديد في العلامات التجارية" ، مرجع سابق ، ص 22 - 23 .

ملكية المشروع أو المحل التجاري الذى تخصه العلامة ، فإنه يكفي لصحة هذا التنازل أن تنتقل ملكية جزء من المشروع أو المحل التجاري الموجود في تلك الدولة إلى المتنازل إليه مع منحه حقاً استثنائياً في أن يصنع أو يبيع المنتجات التي تحمل العلامة المتنازل عنها في تلك الدولة (1).

ونصت الاتفاقية أيضاً على حق مالك العلامة في التنازل عنا وترك أمر انتقال المحل التجاري مع العلامة التجارية إلى التشريعات الداخلية لكل دولة من الدول الأعضاء من حيث وجوب انتقال المحل التجاري مع العلامة التجارية أم لا (2).

ويكفي لصحة التنازل عن العلامة أن يقتصر ذلك بالتنازل عن ملكية جزء المشروع أو فرع الشركة الموجود في الدولة أو الدول التي يراد التنازل عن العلامة فيها دون حاجة للتنازل عن ملكية أجزاء المشروع أو فروع الشركة الكائنة في دول أخرى ، ومع ذلك لا تلتزم دول اتحاد باريس بتطبيق هذا الحكم إذا كان استعمال العلامة بمعرفة المتنازل إليه من شأنه تضليل الجمهور ولا سيما فيما يتعلق بمصدر المنتجات التي تحمل العلامة أو طبيعتها أو صفاتها الجوهرية (المادة 6 رابعاً فقرة 2) وهذا يعني أنه يجوز للدول الأعضاء في اتحاد باريس أن تشترط لصحة التنازل عن العلامة أن يقتصر التنازل بنقل ملكية المشروع الذى تستخدمه العلامة في تمييز منتجاته بكامل فروعه إلى المتنازل إليه (3).

رابعاً : علامة الخدمة :

من المعلوم أن علامة الخدمة تستخدم لتمييز الخدمات التي يقدمها المشروع ، ومن أمثلة علامات الخدمة العلامات المميزة لشركات الطيران وعلامات الفنادق والمطاعم ووكالات السياحة ووكالات تأجير السيارات وشركات الدعاية والإعلان ومحلات غسيل وكي الملابس وتنظيفها ومن ثم فإن علامة الخدمة تقوم بذات وظيفة علامة السلع مع اختلاف وحيد بينهما وهو أن علامة السلع تستخدم في تمييز السلع بينما تستخدم علامة الخدمة في تمييز الخدمات (4).

ومن الجدير بالذكر أن الحماية المقررة في اتفاقية باريس للعلامات التجارية لم تشمل علامة الخدمة بل كانت قاصرة على علامة السلعة ، وفي مؤتمر لشبونة الذى عقد في أكتوبر 1958 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 الذى

جاءت به المادة 6 (سادساً) التي أضيفت إلى الاتفاقية على إلزام دول الاتحاد بحماية علامة الخدمة دون إلزامها بتسجيل تلك العلامة وقد نصت المادة 6 (سادساً) على ذلك بقولها : "تتعهد دول الاتحاد بحماية علامات الخدمة ، ولا تلتزم 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 (سادساً) حمايتها عن طريق قواعد المنافسة

(1) د. وائل محمد رفعت : " التسجيل الدولي للعلامات التجارية " ، مرجع سابق ، ص 116 .

(2) د. عبد الله حميد الغويرى : "العلامة المشهورة وحمايتها" ، مرجع سابق ، ص 31 .

(3) د. وائل محمد رفعت : " التسجيل الدولي للعلامات التجارية " ، مرجع سابق ، ص 117 .

(4) د. حسام الدين الصغير : "دعوة الويبو دون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد" ، مرجع سابق ص 9 .

غير المشروعة أو أي آلية قانونية أخرى غير أن هذا لا يمنع الدول الأعضاء في الاتحاد حماية علامة الخدمة كعلامة تجارية إذا شئت ⁽¹⁾.

المطلب الرابع : نظام تسوية المنازعات

وضعت المادة 28 من اتفاقية باريس نظاماً 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 تعرض النزاع على محكمة العدل الدولية .

وقد نصت المادة 28 من الاتفاقية على ذلك بقولها :

1. كل نزاع بين اثنين أو أكثر من دول الاتحاد بشأن تفسير أو تطبيق هذه الاتفاقية والذي لا تتم تسويته بالمفاوضات يمكن لأي من الدول المعنية عرضه أمام محكمة العدل الدولية بعريضة تقدم وفقاً لنظام المحكمة ، وذلك ما 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. لكل دولة أن تعلن عند توقيعها للوثيقة الحالية أو إيداعها لوثيقة تصديقها أو انضمامها ، أنها لا تعتبر نفسها ملتزمة بأحكام الفقرة (1) ولا تسري أحكام الفقرة (1) فيما يختص بكل نزاع بين تلك الدولة وأي دولة أخرى من دول الاتحاد .

3. لكل دولة أصدرت إعلاناً طبقاً للفقرة (2) أن تسحب إعلانها في أي وقت بإخطار يوجه للمدير العام ⁽²⁾. وقد ثبت عملياً نظام تسوية المنازعات بين الدول الأعضاء في اتحاد باريس وفقاً لحكم المادة 28 من الاتفاقية فلم تلجأ أي دولة حتى الآن إلى محكمة العدل الدولية لتسوية المنازعات المتعلقة بتغيير أو تطبيق اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية ، ويختلف هذا الوضع عن الوضع القائم في اتفاقية التريس التي وضعت نظاماً لتسوية المنازعات بين الدول الأعضاء وفقاً للقواعد الواردة في مذكرة التفاهم بشأن القواعد والإجراءات التي تحكم تسوية المنازعات وأوجبت على جميع الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية الالتزام بالقواعد الواردة في مذكرة التفاهم ولقد تحفظت جمهورية مصر العربية على نص الفقرة الأولى من المادة (28) من الاتفاقية .

المبحث الثاني : العلامة التجارية في اتفاقية التريس

تعد اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة باتفاقية تريس إحدى الاتفاقيات الثلاثة التي تمخضت عنها جولة الأورغواي ، وهي اتفاقية التجارة السلعية واتفاقية تجارة الخدمات واتفاقية الملكية الفكرية تريس ، وتعد اتفاقية تريس من أهم الاتفاقيات الدولية التي أسفرت عنها نتائج مفاوضات جولة الأورغواي لمفاوضات الجات التجارية متعددة الأطراف والتي دخلت حيز التنفيذ في الأول من يناير كانون الثاني 1995م والتي ولجت في عهد جديد لحماية حقوق الملكية الفكرية وقد عهد لمنظمة التجارة العالمية السهر على تنفيذ اتفاقيات جولة الأورغواي هذا

⁽¹⁾ د. وائل محمد رفعت : " التسجيل الدولي للعلامات التجارية " ، مرجع سابق ، ص 119 - 120 .

⁽²⁾ د. وائل محمد رفعت : " الجديد في العلامات التجارية " ، مرجع سابق ، ص 28 - 29 .

وتحكم اتفاقيات جولة الأورغواي التجارة الدولية الآن . وسأتناول في هذا المبحث مضمون الاتفاقية وأهم المبادئ والأحكام الخاصة بالعلامات التجارية التي وردت بالاتفاقية ⁽¹⁾.

المطلب الأول : مضمون الاتفاقية

تتضمن اتفاقية التريس ثلاث وسبعين مادة مقسمة إلى سبعة أجزاء ⁽²⁾ ، تناول الجزء الأول أحكاماً عامة ومبادئ أساسية ، والجزء الثاني تناول المعايير المتعلقة بتوفير حقوق الملكية الفكرية ونطاق استخدامها ، وتناول الجزء الثالث الالتزام بتنفيذ حقوق الملكية الفكرية ، والجزء الرابع اكتساب حقوق الملكية الفكرية واستمرارها وما يتصل بها من الإجراءات فيما بين أطرافها ، وتناول الجزء الخامس منع المنازعات وتسويتها ، والجزء السادس الترتيبات الانتقالية ، والجزء السابع والأخير تناول الترتيبات المؤسسية والأحكام النهائية .

ويرى غالبية فقهاء القانون أن الاتفاقية وجدت لخدمة مصالح الدول المتقدمة ، ويرى البعض الآخر من الفقهاء أنها تحقق قدرًا من التوازن بين حماية مصالح الدول المتقدمة والدول النامية ⁽³⁾ ، وتم التوصل إلى صيغة توفيقية بين المصالح والآراء المتعارضة والتي أسفرت نتائجها عن التوقيع على اتفاقية تريس ، وسوف نتناول تعريف العلامة التجارية في اتفاقية التريس.

تعريف العلامة التجارية في اتفاقية التريس ⁽⁴⁾، نصت المادة (1/15) من الاتفاقية على أنه : "تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة لأن تكون علامة تجارية" . وتكون هذه العلامات لاسيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية وحروفاً وأرقاماً وأشكالاً ومجموعات ألوان ، وأي مزيج من هذه العلامات مؤهلة للتسجيل كعلامات تجارية ، وحيث لا يكون في هذه العلامات ما يسمح بتمييز السلع ، والخدمات ذات الصلة ، يجوز للبلدان الأعضاء أن تجعل الصلاحية للتسجيل مشروطة بالتمييز المكتسب من خلال الاستخدام كما يجوز لها اشتراط أن تكون العلامات المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر كشرط لتسجيلها".

ويرى بعض الفقه ⁽⁵⁾ أن الاتفاقية تركت للدول الأعضاء حرية وضع بعض الشروط مثل إدراك العلامة بالنظر ، ورغم ذلك تظل الدول باستطاعتها تسجيل علامات يمكن إدراكها بحواس أخرى كاللمس أو الشم أو السمع ، كما يؤكد البعض من الفقه أن العلامات المجسمة وإن لم يرد ذكرها في التعريف السابق إلا أنها تظل مشمولة بالحماية .

المطلب الثاني : الأحكام العامة والمبادئ الأساسية لاتفاقية التريس

تناول الجزء الأول من اتفاقية التريس المبادئ الأساسية التي تقوم عليها وتتضمن ما يلي:

أولاً : طبيعة ونطاق الالتزامات : يثار التساؤل حول طبيعة العلامة ، هل تعد من المحسوسات السمعية أو البصرية أم تعتمد على حاسة الشم ، وأعطت اتفاقية التريس إمكانية اشتراط أن تكون العلامات مما يمكن إدراكها بصرياً فهذا

(1) د. عبد الله حميد الغويري : "العلامة المشهورة وحمايتها"، مرجع سابق، ص 14 - 15 .

(2) د. سميرة القليوبي : "الملكية الصناعية" ، دار النهضة ، ط 5 ، 2005م، ص 32-33.

(3) د. محمد عبد الرحمن الشمري : "حماية العلامة التجارية في ضوء اتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة" ، مرجع سابق ص 13.

(4) د. محمد بن براك الفوزان : "النظام القانوني للاسم التجاري والعلامة التجارية في القوانين العربية دراسة مقارنة" مرجع سابق ، ص 167.

(5) د. سميرة القليوبي : "الملكية الصناعية - العلامات التجارية والصناعية" ، مرجع سابق ، ص 99.

يعني أنها تعترف ضمناً بكافة صور العلامات ، سواء ما اعتمدت على حاسة السمع ، أو الشمالخ ، ومن ثم فهي لا تمنع الدول الأعضاء من حماية مثل هذه الأنواع من العلامات ⁽¹⁾ ويبدو في هذا المقام أن اتفاقية التريس وسعت من مفهوم العلامات التجارية حيث أدخلت صراحة علامة الخدمة ، ضمن تعريف العلامات التجارية ، كما أضافت الاستعمال وأسبقيته لتشمل ما لا يمكن إدراكه بالبصر مثل الصوت والرائحة ⁽²⁾.

ولقد تناولت المادة الأولى من الاتفاقية تحديد طبيعة ونطاق التزامات الدول الأعضاء وقد ألزمت الفقرة الأولى البلدان الأعضاء في المنظمة بمراجعة قوانينها ولوائحها وكافة القواعد الداخلية المنظمة لحقوق الملكية الفكرية لمراعاة توافقها مع أحكام الاتفاقية ⁽³⁾ .

غير أن الاتفاقية لم تفرض على الدول الأعضاء قواعد موضوعية أو إجرائية موحدة تتعلق بحقوق الملكية الفكرية ، بل ألزمتها بتوفير حد أدنى من حقوق الملكية الفكرية ومعايير الحماية وهذا يعني أن مستويات الحماية تتفاوت في البلدان الأعضاء بسبب اختلاف سياساتها وفلسفاتها في معالجة موضوعات الملكية الفكرية ⁽⁴⁾ .

واتفاقية التريس لا تخاطب سوى الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية ولا تلزم سواهما فنصوص الاتفاقية ليست ذاتية التنفيذ ومن ثم فإن رعايا الدول الأعضاء لا يكتسبون حقوقاً مباشرة في نصوص الاتفاقية ، ولا يجوز لهم التمسك بأحكامها واستبعاد أحكام القوانين الوطنية ، وتختلف اتفاقية التريس في هذا الخصوص عن اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية 1883 وتعديلاتها حيث تتضمن اتفاقية باريس نصوصاً ذاتية التنفيذ وتعتبر أحكامها جزءاً من القانون الداخلي بمجرد المصادقة عليها ونشرها إذا كان القانون الداخلي للدولة يوجب ذلك بالكيفية التي ينص عليها ، ويجوز لكل شخص من رعايا الدول الأعضاء في اتحاد باريس التمسك بأحكامه في مختلف الدول الأعضاء الأخرى ، بغض النظر عن أحكام القوانين الوطنية ⁽⁵⁾.

وقد أوجبت الفقرة الثالثة من المادة الأولى على الدول الأعضاء تطبيق المعاملة المنصوص عليها في الاتفاقية على مواطني البلدان الأعضاء الأخرى ومن في حكمهم ، وهذا الحكم يضمن لجميع مواطني البلدان الأعضاء في منظمة التجارة العالمية ومن في حكمهم التمتع بالحد الأدنى من مستويات الحماية التي تقدرها اتفاقية التريس .

واتفاقية التريس تمثل تحولاً في تاريخ الملكية الفكرية ، إذ ربطت بينها وبين مبادئ التجارة الدولية ، وهي لا تمثل قانوناً موحداً ، بل تتضمن الحد الأدنى لمعايير الحماية لفروع الملكية الفكرية التقليدية والحديثة ، وتترك للدول حرية إتباع الطريقة المناسبة لإدماجها في قوانينها الوطنية فهي لا تلزم الدول بتطبيق قواعد موحدة لحماية حقوق الملكية الفكرية كما رأينا وهي بخلاف أغلب الاتفاقيات الدولية في مجال الملكية الفكرية ، وتشتمل على قواعد قانونية

(1) د. جلال وفاء محمدين : "الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقاً لاتفاقية التريس" ، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية ، 2004م ، ص 106

(2) د. ولاء الدين محمد أحمد : "الحماية القانونية للعلامات التجارية في القانون الدولي الخاص" ، رسالة دكتوراه كلية الحقوق - جامعة عين شمس ، 2006م ، ص 282

(3) د. محمد عبد الرحمن الشمري : "حماية العلامة التجارية في ضوء اتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة" ، مرجع سابق ص 23 .

(4) د. حسام الدين عبد الغني : "الجديد في العلامات التجارية" ، مرجع سابق ، ص 33 .

(5) د. وائل محمد رفعت : "التسجيل الدولي للعلامات التجارية وأثره في التشريع المصري" ، مرجع سابق ص 124.

موضوعية ، وقواعد إنفاذ توضح كيفية تطبيق تلك القواعد الموضوعية كما تتميز من ناحية أخرى بوجود آلية لتسوية المنازعات التي قد تنشأ بين الدول بصدد تلك القواعد التي أوردتها أو بصدد إنفاذها بإتباع نظام متعدد الأطراف ⁽¹⁾.

ثانياً : المعاملة الوطنية والمعاملة الخاصة بحق الدولة الأولى بالرعاية :

تضمنت المادة الرابعة من اتفاقية التريس مبدأ المعاملة الخاصة بحق الدولة الأولى بالرعاية وبمقتضاه تلتزم الدول الأعضاء في منطقة التجارة العالمية بالأولوية في المعاملة بين رعايا الدول الأعضاء الأخرى ومن في حكمهم ، ومن ثم يجب على الدول الأعضاء المساواة بين جميع رعايا الدول الأعضاء في الحقوق والالتزامات وهذا المبدأ يطبق لأول مرة في مجال الملكية الفكرية إذ لم يسبق لأي اتفاقية دولية في مجال الملكية الفكرية الأخذ به ، وقد أجازت المادتين (3 ، 4) للدول الأعضاء الاستفادة من الاستثناءات التي ذكرتها من الالتزام بتطبيق مبدأي المعاملة الوطنية والمعاملة الخاصة بحق الدولة الأولى بالرعاية ، كما استبعدت المادة (5) المبدأين من التطبيق على الاتفاقيات المتعددة الأطراف التي أبرمت تحت مظلة الويبو وتتعلق بالجوانب الإجرائية الخاصة باكتساب حقوق الملكية الفكرية أو استمرارها ⁽²⁾.

ثالثاً : استنفاد حقوق الملكية الفكرية

من المعلوم أن حقوق الملكية الفكرية تخول لصاحبها الحق في منع الغير من استيراد المنتج المشمول بالحماية من سوق أي دولة على أن تطبيق هذا المبدأ على إطلاقه يعني أنه يحق لمالك العلامة 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 العلامة سواء بنفسه أو بموافقة ، مما يتيح لأصحاب حقوق الملكية الفكرية إمكانية تقسيم الأسواق وطرح المنتجات فيها بأسعار متفاوتة ⁽³⁾.

وبمقتضى الاستنفاد الدولي سقط حق صاحب العلامة أو البراءة 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 أحد تابعيه أو بموافقة.

ولم تأخذ اتفاقية التريس أي موقف إيجابي في قضية استنفاد حقوق الملكية الفكرية ومن ثم فإن تبني تشريعات الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية لمبدأ الاستنفاد الدولي لا يخالف اتفاقية التريس. ومن مصلحة الدول النامية أن تأخذ بمبدأ الاستنفاد الدولي في تشريعاتها الوطنية لتوفير المنتجات المشمولة بالحماية في السوق المحلي بأقل الأسعار السائدة عالمياً ، وأهمها المنتجات الدوائية .

رابعاً : أهداف الاتفاقية تهدف اتفاقية التريس إلى تشجيع روح الابتكار التكنولوجي ونقل وتعميم التكنولوجيا بما يحقق المنفعة المشتركة لمنتجي المعرفة التكنولوجية ومستخدميها ، بالأسلوب الذي يحقق الرفاهية الاجتماعية والاقتصادية والتوازن بين الحقوق والواجبات .

⁽¹⁾ د. حسام بدراري : " التوجه الفكري لمشروع القانون المصري الخاص بحقوق الملكية الفكرية، والرؤية التشريعية" بحث مقدم لدعوة الملكية الفكرية : الحماية الشرعية والقانونية ، مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي ، جامعة الأزهر القاهرة ، 2002 م .

⁽²⁾ د. وائل محمد رفعت: "التسجيل الدولي للعلامات التجارية " ، مرجع سابق ، ص 126 - 127 .

⁽³⁾ د. حسام الدين الصغير : "الجديد في العلامات التجارية" ، مرجع سابق ، ص 39 .

وأن اتفاقية الترس تخاطب الدول وليس الأفراد ، كما أنها لا تقبل الأعمال بذاتها في أي دولة عضو في منظمة التجارة العالمية ، إلا إذا نص القانون الوطني للدولة المعنية على ذلك فنصوص الاتفاقية ليست ذاتية التنفيذ ، وهي لا تنشأ حقوقاً والتزامات مباشرة لرعايا الدول الأعضاء من الأشخاص الطبيعيين والاعتباريين ، وإنما تلزم الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية بالعمل على توفيق أوضاعها القانونية بما يتلاءم وأحكام الاتفاقية ، ومن ثم فإن رعايا الدول الأعضاء لا يكتسبون حقوقاً مباشرة من نصوص الاتفاقية ، ولا يجوز لهم التمسك بأحكامها واستبعاد القوانين الوطنية (1).

وأجازت الاتفاقية للدول الأعضاء عند وضع أو تعديل قوانينها ولوائحها التنظيمية اتخاذ التدابير اللازمة لحماية الصحة العامة والتغذية وخدمة المصلحة العامة في القطاعات ذات الأهمية الحيوية للتنمية الاقتصادية والتكنولوجية ، شريطة اتساق هذه التدابير مع أحكام الاتفاقية

خامساً : علاقة اتفاقية الترس بالمعاهدات المبرمة في شأن الملكية الفكرية

أوجبت اتفاقية الترس 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 . وجمعت اتفاقية الترس أحكام الاتفاقيات الدولية الرئيسية في مجال الفكرية في وثيقة واحدة فحققت الترابط فيما بينها ، بعد أن كانت هذه الأحكام متفرقة ومبعثرة 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 . ولم تقف اتفاقية الترس عند حد الإحالة إلى أحكام الاتفاقيات الدولية المبرمة في شأن الملكية الفكرية ، بل إنها اعتبرت أحكام هذه الاتفاقية هي نقطة البداية التي انطلقت منها نحو تدعيم وترسيخ حقوق الملكية الفكرية وترسيخها على المستوى الدولي .

ومن الغنى عن البيان انه لا يوجد من بين الاتفاقيات الدولية التي أحالت إليها الترس أي اتفاقية تعالج العلامات التجارية سوى اتفاقية باريس (2) .

سادساً : العضوية في اتفاقية الترس .

تنص المادة (12) من إعلان مراكش ، والذي تم بموجبه تأسيس منظمة التجارة العالمية على ان أي دولة أو إقليم جمركي منفصل متمتع بالاستقلال التام في تسيير علاقاته التجارية الخارجية والأمور الأخرى المنصوص عليها في الاتفاقية ، وفي الاتفاقيات التجارية المتعددة الأطراف يحق له الانضمام إلى هذه الاتفاقية بناء على الشروط التي سيتم الاتفاق عليها بينها وبين منظمة التجارة العالمية (3).

وبعد مجلس الترس أحد المجالس المتخصصة التابعة لمنظمة التجارة العالمية حيث يهتم بصفة أساسية بالإشراف على سير اتفاقية الجوانب التجارية المرتبطة بحقوق الملكية الفكرية وتتمثل عضوية المجلس من ممثلي جميع أعضاء

(1) د. محمد عبد الرحمن الشمري : "حماية العلامة التجارية في ضوء اتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة" ، مرجع سابق ص 28 .

(2) د. حسام الدين الصغير : الإطار الدولي للحماية في ضوء العلامات التجارية ، ندوة الويبو دون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد ، مرجع سابق ص 14-15 .

(3) د. محمد عبد الرحمن الشمري : "حماية العلامة التجارية في ضوء اتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة" ، مرجع سابق ص 29 .

منظمة التجارة العالمية ، ويقوم المجلس بوضع القواعد الإجرائية المنظمة له ، على ان تكون هذه القواعد خاضعة لموافقة المجلس العام ، ويحق للمجلس أن يقوم بإنشاء مجالس فرعية كلما تطلب الأمر القيام بوظائف أو أية مهام توكل إليه ⁽¹⁾.

وما كان للمنظمة العالمية للملكية الفكرية من خبرة فنية كبيرة في مجال الملكية الفكرية فإنها تمثل في اجتماعات المجلس كمراقب دون الاشتراك في عملية اتخاذ القرارات ⁽²⁾.

المطلب الثالث : معايير حماية العلامة التجارية في اتفاقية التريس

تناولت اتفاقية التريس المعايير المتعلقة بحماية الحقوق الناشئة عن العلامة التجارية وفقاً للآتي ⁽³⁾:

1 - المواد القابلة للحماية :

تعتبر العلامة التجارية كل علامة تكون قادرة على تمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها منشأة أخرى وتدخل في عداد العلامات التجارية الكلمات التي تشتمل على الأسماء والحروف والأشكال ومجموعات الألوان أو أي مزيج منها وهي تصلح جميعها للتسجيل كعلامة تجارية، وقد عدلت اتفاقية التريس وطورت ما تضمنته اتفاقية باريس للملكية الصناعية (تعديل استكهولم 1967) فيما يتعلق بالعلامة التجارية من عدة وجوه :

أ- إن اتفاقية التريس لم تقصر العلامة التجارية على علامة السلعة بل أضافت إلى مفهوم العلامة التجارية علامة الخدمة ، وتسري على علامة الخدمة كافة المواد التي تعالج علامة السلعة.

ب- إن اتفاقية التريس ابرزت خاصية العلامة التجارية في تمييز السلع والخدمات واتخذت خاصية التمييز كأساس تقوم عليه العلامة التجارية .

وبالنسبة للعلامات التي لا تصلح بذاتها لتمييز السلع والخدمات فقد أجازت اتفاقية التريس للبلدان الأعضاء في منظمة التجارة العالمية ، أن تشترط لتسجيل هذه العلامات اكتساب خاصية التمييز عن طريق الاستعمال ، وكما أجازت للدول أن تشترط لتسجيل العلامة أن تكون قابلة للإدراك بالإنظر ، ومن ثم يجوز للبلدان الأعضاء استبعاد علامة الرائحة والعلامة الصوتية ⁽⁴⁾ .

واتفاقية التريس تتميز عن غيرها من الاتفاقيات الدولية التي أبرمت في مختلف مجالات الملكية الفكرية باهتمامها البالغ بإنفاذ حقوق الملكية الفكرية ، فالاتفاقية لم تهتم بوضع قواعد موضوعية لتوفير حد أدنى من مستويات حماية حقوق الملكية الفكرية في مختلف الدول الأعضاء بل اهتمت أيضاً بوضع قواعد إجرائية صارمة لضمان تنفيذ معايير الحماية التي نصت عليها في الدول الأعضاء ولا مثيل لهذه القواعد الإجرائية في الاتفاقيات الدولية المبرمة من قبل في مجال الملكية الفكرية ⁽⁵⁾ .

⁽¹⁾ د. ولاء الدين محمد إبراهيم : "الحماية القانونية للعلامات التجارية في القانون الدولي الخاص" ، مرجع سابق ص 287 .

⁽²⁾ د. منير زهران: "سوية المنازعات المتعلقة بالملكية الفكرية" ، مجلة المحاماة ، العدد الأول ، 2001م ، ص 557.

⁽³⁾ د. حسام الدين الصغير : "الجديد في العلامات التجارية" ، مرجع سابق، ص 42 .

⁽⁴⁾ المادة 15 من اتفاقية التريس .

⁽⁵⁾ د. براك ناصر النون : "تقليد العلامة التجارية وأضرارها وسبل حمايتها" ، بحث مقدم للاتحاد العربي لحقوق الملكية الفكرية ، ص 15 .

2. الحقوق الممنوحة

يتمتع صاحب العلامة التجارية المسجلة وفقاً لاتفاقية التريس بالحق المطلق في منع الغير من استعمال علامته التجارية أو أي علامة مشابهة لها بصدد السلع والخدمات التي تميزها العلامة أو السلع المماثلة التي يؤدي استعمال العلامة إلى احتمال حدوث لبس، وهذا يضمن لصاحب العلامة التجارية حد أدنى من الحقوق ولم تحدد اتفاقية باريس مضمون حق صاحب العلامة التجارية⁽¹⁾.

وبالنسبة للعلامة المشهورة قد تحدثت اتفاقية باريس عن العلامة المشهورة بصدد علامة المنتجات دون علامة الخدمات، ولم تضع أي ضابط لتحديد المقصود بالعلامة المشهورة بينما عالجت اتفاقية التريس العلامة المشهورة في المادة (16) وطورت أحكامها ، والعلامة المشهورة في اتفاقية التريس لم تعد مقصورة على علامة السلعة بل أدخلت معها علامة الخدمة، واتفاقية التريس قد وضعت ضابطاً عاماً يمكن للدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية الاسترشاد به في تحديد مفهوم والعلامة المشهورة .

حيث قررت أنه : "..... وعند تقرير ما إذا كانت العلامة التجارية مشهورة تراعي البلدان الأعضاء مدى معرفة العلامة التجارية في قطاع الجمهور المعني بما في ذلك معرفتها في البلد العضو المعني نتيجة ترويج العلامة التجارية"⁽²⁾.

ولقد توسعت اتفاقية التريس في نطاق الحماية المقررة للعلامة المشهورة فحظرت استخدام العلامة المشهورة إذا كانت مسجلة على سلع أو خدمات غير مماثلة للسلع أو الخدمات التي تستخدم العلامة في تمييزها إذ توافر شرطين : الأول أن يؤدي استخدام العلامة المشهورة على السلع والخدمات غير المماثلة إلى الاعتقاد بوجود صلة بين تلك السلع أو الخدمات الغير مماثلة وصاحب العلامة المشهورة المسجلة ؛ والثاني : أن يؤدي استخدام العلامة على سلع غير مماثلة إلى المساس بمصلحة صاحب العلامة وتعرضه للضرر⁽³⁾ .

3. الاستثناءات :

أجازت اتفاقية التريس للبلدان الأعضاء أن تمنحهم استثناءات محدودة من الحقوق المقررة لصاحب العلامة التجارية، شريطة مراعاة المصالح المشروعة لصاحب العلامة والغير ومن أمثلة هذه الاستثناءات جواز الاستخدام العادل للعبارات الوصفية للسلعة أو الخدمة بمعرفة الغير وقد تتضمن هذه العبارات الوصفية التعريف بالسلعة ومواصفاتها ودرجة جودتها وكذلك استخدام الأسماء الشخصية والأسماء الجغرافية بحسن نية ، ويشترط لجواز منح هذه الاستثناءات أن تكون محدودة وأن تراعي المصالح المشروعة لصاحب العلامة التجارية⁽⁴⁾ .

4. وجوب استعمال العلامة :

وفقاً للمادة 1/19 من اتفاقية التريس إذا كان استعمال العلامة التجارية شرطاً لازماً لاستمرار تسجيلها ، فلا يجوز شطب تسجيل العلامة إلا بعد مضي ثلاث سنوات متواصلة دون استعمالها مالم يثبت صاحب العلامة وجود

(1) د. حسام الدين الصغير : "الجديد في العلامات التجارية" ، مرجع سابق ، ص45 .

(2) د. محمد بن براك الفوزان : "النظام القانوني للاسم التجاري والعلامة التجارية في القوانين العربية، مرجع سابق ص209 .

(3) د. حسام الدين الصغير : "حماية العلامة التجارية المشهورة" ، حلقة الويبو الوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية للدولوماسيين ، مرجع سابق ، ص4

(4) د. وائل محمد رفعت : " التسجيل الدولي للعلامات التجارية وأثره في التشريع المصري" ، مرجع سابق ، ص132.

مبررات وجيهة تستند إلى وجود عقبات تحول دون الاستخدام، مثل القيود التي تفرضها الحكومة على استيراد المواد الأولية التي تدخل في صناعة السلعة التي تستخدم العلامة في تمييزها أو تضع قيوداً على استعمالها ، ويعتبر استعمال العلامة التجارية بمعرفة شخص آخر برضى صاحبها كما هو الحال في عقود الترخيص بمثابة استخدام للعلامة لأغراض تسجيلها (1).

5. تقييد استخدام العلامة :

حظرت اتفاقية الترس على الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية تقييد استخدام العلامة التجارية لشروط خاصة وتناولت على سبيل المثال تقييد استخدام العلامة عن طريق اشتراط وجوب استخدامها إلى جانب علامة تجارية أخرى ، كاشتراط استخدام العلامة الأجنبية إلى جانب علامة المنتج المحلي مع الرابط بين العلاقتين ، ومن أجل ذلك رفضت تشريعات الدول العربية أن تشترط عند معالجتها لأحكام العلامة التجارية أن ترجع العلامة إلى اللغة العربية أو اشتراط اللغة العربية لتسجيل العلامة التجارية ، وتقييد استخدام العلامة عن طريق اشتراط شكل خاص للاستخدام مثل ضرورة استخدام اسم نوعية المنتجات إلى جانب العلامة التجارية (2).

6. مدة الحماية :

بالنسبة لمدة الحماية للعلامة التجارية في اتفاقية الترس هي 7 سنوات ومن حق مالك العلامة تجديدها إلى ما لانهاية (3). وبعد أن تناولت الأحكام العامة للعلامة التجارية في كل من اتفاقية باريس واتفاقية الترس سوف نتناول اتفاقية مدريد وبروتوكولها المتعلقة بالتسجيل الدولي للعلامات التجارية ، وأبرز المنظمات الدولية في مجال حماية العلامة التجارية .

المبحث الثالث : اتفاقية مدريد وبروتوكولها وأبرز المنظمات الدولية

في مجال حماية العلامة التجارية

يسمح اتفاق مدريد لكل شخص من مواطني إحدى الدول المتعاقدة في الاتفاق ضمان حماية علامته التجارية المسجلة في بلده الأصلي في جميع الدول الأخرى الأطراف في الاتفاق وفقاً لنظام اتفاقية مدريد للتسجيل الدولي للعلامات يسمح بتسجيل العلامات التجارية وعلامات الخدمة بأثر يسري في عدة دول بعد إتباع إجراء واحد لمباشرة التسجيل الدولي تحت إشراف المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) ، فيمكن لأي شخص أن يتقدم لتسجيل علامته لدى الجهات المختصة بالتسجيل في بلده الأصلي ، وبعد قبول طلبه بتسجيل علامته التجارية يحق له أن يتقدم بطلب إلى المكتب الدولي التابع للمنظمة العالمية للملكية الفكرية لتسجيل علامته التجارية لدى الدول التي يرغب في حماية علامته فيها (4).

وكخطوة إجرائية لاتفاقية مدريد جعلت من المكتب الدولي جهة واحد للتسجيل الدولي يتم من خلاله التسجيل الدولي للعلامة ، بدلا من تعدد طلبات التسجيل في الدول المختلفة، على أن يقوم المكتب بأخطار تلك الدول بالتسجيل

(1) د. حسام الدين الصغير : "الجديد في العلامات التجارية" ، مرجع سابق، ص 47 .

(2) د. محمد بن براك الفوزان : "النظام القانوني للاسم التجاري والعلامة التجارية في القوانين العربية، مرجع سابق ص 210 .

(3) د. عبد الله حميد الغوييري : "العلامة المشهورة وحمايتها ضمن اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة، مرجع سابق" ص 24 .

(4) د. عبد الله حميد سليمان الغوييري : "العلامة المشهورة وحمايتها ضمن اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة" مرجع سابق ص 32 .

الدولي، وتترك مدة معينة لرد الدول سواء بالموافقة أو بالرفض، كما تعطي إمكانية لصاحب التسجيل الدولي إضافة أو حذف دول أخرى من السجل الدولي حسب رغبته (1).

وكما أقرت اتفاقية مدريد مبدأ المعاملة الوطنية الذي نصت عليه اتفاقية باريس حيث نصت على " يتعين معاملة مواطني البلدان التي لم تنضم إلى هذا الاتفاق والذين يستوفون الشروط المنصوص عليها في اتفاقية باريس، معاملة مواطني البلدان المتعاقدة (2). وسوف نتناول في المطلب الأول مزايا ومبادئ اتفاقية مدريد

المطلب الأول : مزايا ومبادئ التسجيل الدولي للعلامات

إذا ما نظرنا من زاوية مالك العلامة التجارية نجد أن نظام التسجيل الدولي يحقق مزايا وأهداف عديدة أهمها :

الفرع الأول : مزايا وأهداف التسجيل الدولي للعلامات التجارية :

يتمثل الهدف في اتفاق مدريد في التخلص من صعوبات التسجيل الفردي المتعدد من جهة والتوفير في الرسوم والنفقات والمصاريف وعدم إهدار الوقت بلا طائل ، فضلاً عن توفير أقصى حماية للعلامة من جهة أخرى، وذلك حيث أنه من المعلوم أن التاجر أو الصانع الذي يرغب بحماية علامته التجارية في عدد من الدول، يجب عليه عادة أن يخضع لكثير من الإجراءات التشكيلية المتبعة في المكاتب الوطنية، لتسجيل العلامات التجارية ، وذلك في كل دولة على حدة كالحاجة لتقديم الطلب بلغات متعددة وأيضاً وجود فترات حماية متفاوتة ناتجة عن تواريخ التجديد المختلفة والحاجة لتعيين وكيل محلي في بعض الحالات ، فضلاً على أن تقديم الطلبات المحلية في كل دولة يؤدي إلى تحمل تكاليف باهظة جداً لطالب التسجيل كالرسوم المحلية ورسوم الوكلاء المحليين وتكاليف الترجمة في كل دولة ومن ثم يعمل الاتفاق على تيسير تسجيل العلامات التجارية في جميع الدول الأعضاء للاتحاد الدولي لحماية حقوق الملكية الصناعية (3).

ومن مزايا التسجيل الدولي للعلامات التجارية تسهيل عمليات الإيداع وخفض نفقات التسجيل، فصاحب العلامة يقوم بكتابة طلب واحد فقط للتسجيل، ولا ينتظر قرار كل مكتب بمفرده بل يكون هناك مدة زمنية تعلن الدولة خلالها إذا ما رغبت رفضها تسجيل العلامة فإن ذلك يعد بمثابة قبول لتسجيل العلامة وحمايتها في الدول المتعاقدة.

وإن نظام التسجيل في الدول الأعضاء يخفف العبء على مكاتب التسجيل الدولي في دراسة مدى التطابق مع الإجراءات الشكلية المتبعة من عدمه، وفي المقابل تحصل المكاتب في الدول الأعضاء على مقابل مادي من توزيع الرسوم الدولية التي حصلها المكتب الدولي، ورغم هذه المزايا إلى أن الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا وبعض الدول الأخرى أخذوا على اتفاقية مدريد بعض العيوب وهي :

1. عدم سماح اتفاق مدريد للتسجيل الدولي إلا للعلامات الوطنية المسجلة في بلد المنشأ، وعدم قبوله للطلبات المقدمة لتسجيل علامات تجارية، وبتزايد ذلك إذا ما وضعنا في الاعتبار وجود بعض من الدول التي تأخذ مدة طويلة في إجراءات التسجيل الوطني وذلك قد يمثل إعاقة كبرى في التسجيل الدولي للعلامة .

(1) د. ولاء الدين محمد إبراهيم : "الحماية القانونية للعلامات التجارية في القانون الدولي الخاص" ، مرجع سابق ص 268 .

(2) د. وائل محمد رفعت : "التسجيل الدولي للعلامات التجارية وأثره في التشريع المصري" ، مرجع سابق ص 138.

(3) د. وائل محمد رفعت : "مرجع سابق " ، ص 138 - 139.

2. قصر المدة الممنوحة للدول (سنة) والتي تعد بمثابة فترة سماح للدول كي تعبر عن قبولها أو رفضها من صلب حمايتها القانونية عليها⁽¹⁾ ولقد عالج بروتوكول مدريد 1989 ذلك .

الفرع الثاني : مبادئ اتفاقية مدريد:

أولاً : المعاملة الوطنية

يظهر ذلك في تمتع مواطني البلدان الأعضاء في حماية علامتهم، لدى جميع البلدان الأطراف الأخرى شريطة أن يتم إيداع العلامة في السجل الدولي بالمكتب الدولي، عن طريق إدارات بلد المنشأ إلى من ينتمون إليها علماً بأن المقصود ببلد المنشأ تلك البلد التي تكون عضو في اتفاقية مدريد وفي ذات الوقت يكون للمودع فيها إما مؤسسة صناعية أو تجارية حقيقية وفعالة أو أن يقع فيه محل إقامته، أو أن يتمتع بجنسيتها⁽²⁾.

وإن آلية عمل نظام التسجيل الدولي في العلامات التجارية تقوم على أن يودع شخص ما طلباً دولياً في مكتب الويبو الدولي في جنيف ويحدد في طلبه هذا الدول المتعاقدة التي يريد حماية علامته التجارية فيها ومن ثم يقوم مكتب الويبو الدولي بتسجيل العلامة التجارية في السجل الدولي، ثم يبلغ التسجيل إلى الدولة المعنية التي يمكنها رفض منح الحماية .

ويحق لكل دولة معينة في طلب التسجيل أن ترفض حماية العلامة التجارية إذا كانت لا تستوفي الشروط المطلوبة في قوانينها الوطنية بعبارة أخرى يمكن لكل دولة معينة في الطلب أن تقوم بالتحقق أن العلامة مميزة وغير خادعة وأنها لا تتعارض مع علامات أخرى موجودة .

ثانياً : استمرارية الحماية

يمكن حماية العلامة التجارية فعلياً إلى ما لانهاية ولكن في النظام الدولي وفي الأنظمة الوطنية أيضاً يجب تجديد التسجيل الدولي عن طريق دفع الرسوم كل عشرة سنوات وعليه فإنه من فوائد نظام مدريد تمكين مستعملو العلامات التجارية حماية علاماتهم في الوقت نفسه في عدد كبير من الدول ، وبالنظر أن القرار بمنح أو رفض الحماية لعلامة تجارية بالنسبة لبلد معين يعود لتلك البلد فإنه إذا لم ترفض الحماية من قبل ذلك البلد فإنه يمكن أن تجدد إلا ما لانهاية ونص اتفاقية مدريد على أن مدة حماية العلامة الدولية عشرون سنة قابلة للتجديد لمدة مماثلة تبدأ من تاريخ انتهاء المدة السابقة وذلك بمجرد دفع الرسوم المستحقة⁽³⁾.

ثالثاً : إحلال التسجيل الدولي محل التسجيلات الدولية السابقة :

ويعني ذلك أنه إذا ما سبق وأودعت علامة في بلد واحد أو أكثر من البلدان المتعاقدة ثم تم تسجيلها دولياً بعد ذلك في المكتب الدولي ، فإن التسجيل الدولي يحل محل كافة التسجيلات الوطنية السابقة دون الإخلال بالحقوق المكتسبة للغير⁽⁴⁾.

⁽¹⁾ د. ولاء الدين محمد إبراهيم : "الحماية القانونية للعلامات التجارية في القانون الدولي الخاص"، مرجع سابق ص 270.

⁽²⁾ د. ولاء الدين محمد إبراهيم ، المرجع السابق ص 272 .

⁽³⁾ د. عبدالله حميد سليمان الغوييري: "العلامة المشهورة وحمايتها ضمن اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة، مرجع سابق" ص 33 .

⁽⁴⁾ د. ولاء الدين محمد إبراهيم : "الحماية القانونية للعلامات التجارية في القانون الدولي الخاص" ، مرجع سابق ص 273.

ويجب الإشارة إلى أنه من الضروري وفقاً لنظام مدريد أن يقوم طالب التسجيل بتسجيل العلامة التجارية في وطنه قبل أن يقوم بإيداع طلب دولي ، وهذا الإجراء يعتبر مطلباً أساسياً لنظام التسجيل الدولي .

وإذا تم استخدام نظام مدريد لطلب تسجيل دولي وبعد أن أودع الطلب الدولي ثم رفض الطلب الوطني فسيكون لذلك بالطبع أثره المماثل على التسجيل الدولي ، لأنه توجد علاقة تبعية بين الحماية الوطنية والحماية الدولية لفترة خمس سنوات حيث يؤدي هذا إلى إلغاء التسجيل الدولي، أما إذا كان الرفض على المستوى الوطني جزئياً فقط فينطبق ذلك على التسجيل الدولي ويكون إلغاء التسجيل جزئياً أيضاً .

وفي حال تم تسجيل علامة تجارية في وطن مقدم طلب التسجيل الدولي وحصول مقدم الطلب على تسجيل دولي تمتد آثاره إلى مجموعة من الدول الأخرى ، وبعد ذلك قامت دولة مقدم الطلب بعد عام من إيداع الطلب الدولي بإلغاء تسجيل العلامة التجارية فهل تظل العلامة التجارية تتمتع بالحماية في نظام مدريد ؟

الإجابة هي لا تتمتع بالحماية ، ولكن بعد انقضاء فترة السنوات الخمس فإن التسجيل الدولي يصبح مستقلاً عن التسجيل في دولة المنشأ وتستمر فاعلية الحماية في حال إلغائه في دولة المنشأ⁽¹⁾.

وختلاصة القول أن اتفاق مدريد يتعامل مع إجراءات التسجيل الدولي للعلامات لدى المكتب الدولي للويبو في جنيف ، وتسمى التسجيلات التي تجرى بموجب هذا الاتفاق تسجيلات دولية نظراً لأن كل تسجيل منه يسري في كل الدول المتعاقدة وعلى أثر إتمام التسجيل الدولي يتكفل المكتب الدولي بنشره وتبليغه للدول المتعاقدة على أن ينشد مودع الطلب حماية العلامة في أراضيها خلال مهلة مدتها سنة واحدة على أن تبين أسباب ذلك وفي هذه الحالة تستمر الإجراءات لدى المكتب الوطني أو المكتب الإقليمي، وإذا لم يصدر هذا الإعلان خلال سنة واحدة فإن التسجيل الدولي يكون له ذات الأثر المترتب على تسجيل وطني أو إقليمي .

المطلب الثاني : بروتوكول مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات 1989

بروتوكول مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات هو معاهدة دولية تتيح لمواطني الدول الأعضاء إجراء يمكنهم من حماية علامتهم بالنسبة إلى السلع والخدمات في أسواق التصدير وتم اعتماد بروتوكول مدريد سنة 1989م ودخل حيز التنفيذ في الأول من ديسمبر 1995م وتم تعديل البروتوكول في 3 أكتوبر 2006م ، وبروتوكول مدريد هو معاهدة مستقلة عن اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات الذي أعتمد في سنة 1891م ، والعضوية في بروتوكول مدريد ليست مشروطة بالعضوية في اتفاق مدريد ، وبعد هذا البروتوكول مكملاً لاتفاقية مدريد في شأن التسجيل الدولي للعلامات ، وقد تم اعتماده بهدف حل الصعوبات التي واجهت التسجيل الدولي للعلامات بناءً على اتفاق مدريد والتي تتلخص في صعوبة توفير الحماية خارج نطاق الدول الأعضاء في اتفاق مدريد ، وضرورة تسجيل العلامة في دولة الأصل كشرط مسبق لتقديم الطلب الدولي ، ومن ثم يتعرض صاحب العلامة لفقد الأولوية نظراً لطول الفترة المطلوبة لعملية التسجيل الوطني⁽²⁾، ولقد عالج بروتوكول مدريد القصور الموجود في اتفاق مدريد حيث سمح بالحصول على التسجيل الدولي بمجرد تقديم طلب تسجيل علامة تجارية في بلد المنشأ، وأيضاً مد فترة السماح

⁽¹⁾ المادة 6/3 من اتفاقية مدريد الخاصة بالتسجيل الدولي للعلامات .

⁽²⁾ د. خالد محمد المهيري : "الحماية القانونية للملكية الصناعية" ، رسالة دكتوراه ، كلية الحقوق - جامعة الإسكندرية ص136

إلى 18 شهر بدلاً من 12 شهر كما كان في اتفاق مدريد وكما قدم البروتوكول أحكام جديدة لم تكن موجودة في اتفاق مدريد وهي :

أ- إمكانية تقديم الطلب باللغة الإنجليزية .

ب- إمكانية تحويل التسجيل الدولي في حالة شطبه إلى طلبات وطنية لتسجيل علامة تجارية.

ج- إمكانية حصول الدولة المطلوب الحماية فيها على رسوم خاصة يطلق عليها الرسم الفردي عند طلب التسجيل الدولي ، وذلك بدلاً من أخذ نصيب من الإيراد الناجم عن الرسوم ، التي يقوم بتحصيلها المكتب الدولي ويقوم بتوزيعها على الأعضاء⁽¹⁾.

ولقد شكل غياب بعض الدول الرئيسية عن اتفاقية مدريد في ميدان العلامات التجارية مثل الولايات المتحدة الأمريكية، والمملكة المتحدة واليابان مشكلة حقيقية دأبت المنظمة العالمية للملكية الفكرية على حلها حيث تمت عدة محاولات من شأنها خلق نظام جديد حول التسجيل الدولي للعلامات التجارية . وقد تم ذلك في 27/6/1989 وهو ما يعرف ببروتوكول مدريد للتسجيل الدولي للعلامات.

ويهدف هذا البروتوكول إلى إدخال بعض السمات الجديدة في نظام التسجيل الدولي للعلامات والهدف من تلك التغييرات والسمات إزالة الصعوبات التي تحول دون انضمام بعض البلدان في اتفاق مدريد ، وإقامة روابط بنظام العلامات التجارية الذي تطبقه الجماعة الأوروبية وما إن تصبح الجماعة الأوروبية طرفاً في البروتوكول حتى يكون في الإمكان أن يستند طلب التسجيل الدولي المقدم بناءً على البروتوكول إلى طلب أو تسجيل لدى مكتب الجماعة الأوروبية وأن يستفيد التسجيل الدولي الذي يجرى بناءً على البروتوكول من آثار التسجيل الأوروبي ، ويمكن إيداع طلبات التسجيل باللغة الإنجليزية بالإضافة إلى اللغة الفرنسية⁽²⁾.

ويتم الانضمام لبروتوكول مدريد لأي دولة تكون طرفاً في اتفاقية باريس أن تنضم إلى بروتوكول مدريد من غير أن تدفع أي اشتراك مالي إضافي ، ويتولى توقيع وثيقة الانضمام رئيس الدولة أو الحكومة أو وزير الخارجية وفقاً لنظام البلد القانوني وتودع الوثيقة لدى المدير العام للويبو ويدخل بروتوكول مدريد حيز النفاذ بالنسبة إلى البلد المنضم بعد ثلاثة أشهر من تاريخ إيداع وثيقة الانضمام ويجوز أن تحتوي وثيقة الانضمام على بعض الإعلانات المنصوص عليها في البروتوكول وتعتبر جميع الأطراف المتعاقدة بموجب بروتوكول مدريد أعضاء في جمعية اتحاد مدريد، ومن أهم الوظائف التي تطلع بها الجمعية اعتماد تعديلات اللائحة التنفيذية المشتركة للاتفاق والبروتوكول التي تنظم تطبيق أحكام النصين .

ويسمح بالانضمام إلى بروتوكول مدريد للشركات القائمة في البلد المنضم بالحصول على الحماية لعلامتها ، والحفاظ على تلك الحماية في عدد قد يزيد إلى ما لا نهاية له بواسطة إجراء بسيط ومنخفض التكلفة ، إذ يكفي إيداع طلب دولي واحد بلغة واحدة، يرد فيه تعيين البلدان التي تكون الحماية منشودة فيها وتسديد مجموعة واحدة من الرسوم بعملة واحدة هي الفرنك السويسري كل ذلك لدى مكتب العلامات التجارية الوطني، ومن ثم تنتقي الحاجة إلى إيداع طلبات مفصلة في كل بلد تكون الحماية منشودة فيه ، ولا حاجة أيضاً إلى تسديد الرسوم بعملات وطنية مختلفة أو تجديد

(1) د. ولاء الدين محمد إبراهيم : "الحماية القانونية للعلامات التجارية في القانون الدولي الخاص" ، مرجع سابق ص 271

(2) د. وائل محمد رفعت : " التسجيل الدولي للعلامات التجارية وأثره في التشريع المصري " ، مرجع سابق ص 148-149.

التسجيلات الوطنية المختلفة، ويمكن قيد أي تغيير لاحق يؤثر في تسجيل العلامة (كالتغيير في الملكية أو العنوان) في السجل الدولي بموجب إجراء واحد بسيط⁽¹⁾.

ولقد انضمت دول كالولايات المتحدة والمملكة المتحدة إلى بروتوكول مدريد دون اتفاق مدريد ، بينما تمسكت دول أخرى باتفاق مدريد فقط ولم تنضم إلى البروتوكول ومنها مصر ومجموعة أخرى انضمت إلى كلا من الاتفاق والبروتوكول معاً مثل ألمانيا والمجر والتشيك.

المطلب الثالث : أبرز المنظمات الدولية في مجال حماية العلامات

كان من نتيجة الاهتمام العالمي بالملكية الفكرية والتطور التكنولوجي الهائل وما نتج عنه من تحرير التجارة على مستوى العالم وإزالة الحواجز أمام التجارة الدولية ، ظهرت الحاجة لتنظيم الاتفاقيات الإقليمية والدولية ، وارتفعت الأصوات مناديه بضرورة إنشاء هيئات دولية متخصصة في الدفاع عن مصالح الدول الأعضاء ومحاربة الغش وكل ما من شأنه تضليل المستهلكين ومساعدة الدول الأعضاء في تنظيم وتعديل تشريعاتها بما يتلاءم والنقل التجارية والصناعية الهائلة بما يكفل لها التوافق مع بقية دول العالم في مجال قوانين الملكية الفكرية، وسوف نتطرق في هذا المطلب لأبرز المنظمات الدولية في مجال الحماية للعلامة التجارية .

الفرع الأول : منظمة التجارة العالمية :

تعد منظمة التجارة العالمية من أهم المنظمات العاملة في مجال حماية حقوق الملكية الفكرية وهي الناتج الذي أفرزته التطورات بعد الحرب العالمية الثانية، وقد قامت الدول المنتصرة بعد الحرب بمحاولة وضع نظام اقتصادي يحميها من التعرض إلى هزات عنيفة وقامت بإتباع أسلوب التعاون الاقتصادي بين الدول عن طريق اتفاقيات ثنائية في مجالات النشاط الاقتصادي وكانت أكثر الدول رغبة في العمل على ذلك هي الولايات المتحدة الأمريكية في محاولة منها لتحرير التجارة معتمدة في ذلك على قوة اقتصادها وخروجها من الحرب منتصرة.

وقد انعقد سنة 1947م مؤتمر حول التعريفات الجمركية وتم التوصل إلى اتفاق على تخصيص التعريفات الجمركية وتم التوقيع عليه سنة 1947 وأودع لدى الأمم المتحدة تحت عنوان الاتفاق العام للتعريفات الجمركية والتجارة (جات) ودخلت حيز التنفيذ في عام 1948 وهي تهدف إلى تحرير التجارة الدولية⁽²⁾ ، ويتعين لكل دولة تريد الدخول في منظمة التجارة العالمية تطبيق قوانين الملكية الفكرية وإلا فتحرم تلك الدولة من الدخول في منظمة التجارة العالمية⁽³⁾ ورغم وجود الكثير من الاتفاقيات الدولية والتي انضم إليها كثير من دول العالم المتقدم منها والنامي، والتي تهدف إلى حماية حقوق الملكية الفكرية إلا أن الدول الصناعية الكبرى وعلى رأسها الولايات المتحدة وأوروبا رأيت عدم كفاية تلك الاتفاقيات لتحقيق معدلات أعلى لحماية حقوق الملكية الفكرية وذلك للأسباب التالية :

1. أن هذه الاتفاقيات لا تتضمن قواعد ملزمة للدول الأعضاء التي تتخلف عن أحكامها والآثار الناجمة عنها ، وكما تقتدر إلى أحكام فعالة لفض وتسوية المنازعات بين الأعضاء مما يجعل الدول تلجأ إلى تطبيق تشريعاتها الوطنية أو اتخاذ إجراءات انفرادية لتسوية المنازعات مما يؤدي إلى عرقلة التجارة الدولية .

(1) د. وائل محمد رفعت ، المرجع السابق ص152 - 153.

(2) د. عبد الله حميد الغوييري : "العلامة المشهورة وحمايتها ضمن اتفاقية الجوانب " ، مرجع سابق ، ص35 - 36.

(3) د. إحسان سمارة : "مفهوم حقوق الملكية الفكرية وضوابطها في الإسلام" ، مجلة العلوم الإنسانية ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2005م ، ص 9.

2. وجوب إدراج قواعد خاصة بحقوق الملكية الفكرية ، في إطار اتفاقيات الجات ، وذلك لمكافحة التجارة الدولية في السلع المقلدة وحماية الأسرار التجارية باعتبارها أحد فروع الملكية الفكرية .

وقد انتشرت ظاهرة الغش التجاري وتقليد العلامات التجارية وأدى هذا التقليد الغير مشروع لبراءة الاختراع أو العلامات التجارية إلى آثار سلبية على المنتج الأصلي نتيجة انخفاض جودة هذه السلع المقلدة عند استخدامها بواسطة المستهلك .

3. أن الشركات الكبرى وبخاصة متعددة الجنسيات في الدول المتقدمة وبخاصة التي تعمل في مجال التكنولوجيا المتطورة تحرص على حماية حقوق الملكية الفكرية والاحتفاظ بأسرارها الصناعية في ظل المنافسة الدولية الحادة بين هذه الشركات، لذا أخذت هذه الشركات تمارس ضغوطاً على حكوماتها لحماية منتجاتها في الأسواق من المخاطر الاعتماد عليها⁽¹⁾.

وتتمتع منظمة التجارة العالمية بطابع دستوري نظراً لتضمن الأحكام الأساسية للمنظمة ونشاطها وعلاقتها بأشخاص القانون الدولي والمنظمات الدولية الأخرى ولها سلطات واسعة مثل الرقابة والتفتيش على جميع الدول وفرض العقوبات والمقاطعة وأعطت الاتفاقية منظمة التجارة العالمية صفة القانون الأعلى وألزمت الدول الأعضاء تعديل تشريعاتها الداخلية ومطابقة قوانينها وإجراءاتها الإدارية وفقاً للقواعد المنظمة⁽²⁾.

وتهدف المنظمة الإشراف على تنفيذ الاتفاقيات المنظمة للعلاقات التجارية بين الدول الأعضاء، وتنظيم المفاوضات التي تتم بين الدول الأعضاء، لتحقيق مزيد من تحرير التجارة والفصل في المنازعات التي قد تنشأ بين الدول الأعضاء ، والمتعلقة بتنفيذ الاتفاقيات التجارية الدولية ، ومراقبة السياسات التجارية للدول الأعضاء وفقاً للآليات المتفق عليها في المنظمة⁽³⁾.

وقد انضمت مصر إلى اتفاقية منظمة التجارة العالمية وذلك بقرار جمهوري رقم 1995/72 ونشر بالجريدة الرسمية في 1995/6/15م⁽⁴⁾.

الفرع الثاني : المنظمة العالمية للملكية الفكرية {الويبو}

المنظمة العالمية للملكية الفكرية الويبو منظمة دولية تأسست سنة 1970 ويقع مقرها في جنيف "سويسرا" وتكرس عملها للمساعدة على ضمان الحماية لحقوق المبدعين وأصحاب الملكية في جميع أنحاء العالم، وتؤدي هذه الحماية الدولية دوراً هاماً في سبيل تعزيز الاستفادة من إنجازات الفكر الإنساني وحمايته وحفز الإبداع البشري وتوسيع آفاق العلوم والتكنولوجيا .

وتبرز الويبو في إطار الأمم المتحدة كحقل ترسي فيه الدول الأعضاء القواعد والممارسات وتنسقها بهدف حماية حقوق الملكية الفكرية وتعمل الويبو مع الدول الأعضاء فيها من أجل إزاحة الغموض عن الملكية الفكرية لدى عامة

(1) د. نبيل محمد صبيح : " حماية العلامات التجارية والصناعية في التشريع المصري وفي ظل اتفاقية الجات " ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1999م ، ص 22- 23 .

(2) د. عبد الله حميد سليمان الغويري : "العلامة المشهورة وحمايتها ضمن اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة" مرجع سابق ص 38 .

(3) د. نبيل محمد صبيح : " حماية العلامات التجارية والصناعية في التشريع المصري " ، مرجع سابق ، ص 19 .

(4) د. سميرة القليوبي : "الملكية الصناعية" ، مرجع سابق ، ص 241 .

الجماهير، عن طريق قطاع الأعمال حتى واضعي السياسات معززة بذلك وعي الجميع بفوائدها وفهمها على الوجه المناسب والاستفادة منها.

وفي سنة 1947م أصبحت الويبو إحدى الوكالات المتخصصة للأمم المتحدة المكلفة بإدارة موضوعات الملكية الفكرية.

وبعد إبرام اتفاق تعاون مع منظمة التجارة العالمية سنة 1996م بسطت الويبو الدور المنوط بها وأثبتت مدى أهمية حقوق الملكية الفكرية في إدارة التجارة في عهد العولمة.

وتهدف المنظمة إلى جعل أنظمة تسجيل الملكية أيسر استعمالاً بتنسيق الإجراءات وتبسيطها وتسهيل معاهدة قانون العلامات 1994م ومعاهدة قانون البراءات سنة 2000م وتنسيقها وتيسيرها للحصول على البراءات وحماية العلامات التجارية في البلدان الأطراف فيها وتعتبر مصر وليبيا من ضمن الدول الأعضاء في المنظمة العالمية للملكية الفكرية الويبو⁽¹⁾.

الفرع الثالث: المجمع العربي للملكية الفكرية :

يعد المجمع العربي للملكية الفكرية تجمعاً مهنيّاً عربياً خاصاً غير رسمي تأسس في مدينة ميونخ في ألمانيا في 1987/2/22 تحت اسم المجمع العربي لحماية الملكية الصناعية وتم اختيار مدينة ميونخ الألمانية باعتبارها مركزاً لحماية الملكية الصناعية والأبحاث المتعلقة بها في أوروبا وتضافرت جهود عدد من الشخصيات والمؤسسات المهنية وحصل المجمع على تأييد رسمي عربي من معظم الدول العربية⁽²⁾.

وقد قام المجمع بتوفير المساعدة للدول العربية من حيث إعداد مسودات قوانين الملكية الفكرية أو الأنظمة المقررة لها أو تدريب الكوادر الفنية ومن هذه الدول الأردن وتونس واليمن وليبيا والإمارات وعمان وفلسطين استناداً إلى علاقة التعاون القائمة بين المجمع ومنظمة التجارة العالمية والمنظمة العالمية للملكية الفكرية .

ويشارك المجمع في نشر المعلومات ومتابعة الفعاليات والتطورات المهنية في العالم ساعياً إلى نشر ثقافة الملكية الفكرية في العالم العربي لمواكبة التطورات في العالم مما يساهم في حماية كل من المستهلك والمنتج وتنظيم مهنة الملكية الفكرية وتفعيلها ورفع مستواها ومستوى المتعاملين فيها بطريقة تخدم ممارسة المهنة ، وعقد المجمع عدد من الندوات المتقدمة منها ندوة الملكية الفكرية والتكنولوجيا في عمان⁽³⁾.

والمجمع العربي لحماية الملكية الفكرية يتمتع بصفة عضو مراقب في المنظمة العالمية للملكية الفكرية، وعضو في قائمة المنظمات الغير حكومية ذات المركز الاستشاري لدى المجلس الاقتصادي والاجتماعي التابع للأمم المتحدة ، ويهدف إلى تحسين وتوحيد التشريعات العربية في مجال الملكية الفكرية عن طريق دراسة الجوانب المتعددة لبراءات الاختراع والعلامات التجارية واقتراح الخطوط الأساسية لوضعها في شكل قوانين وكذلك تعزيز الوعي بضرورة الحماية الدولية للملكية الفكرية بمختلف تفرعاتها لدى المعنيين في الوطن العربي⁽⁴⁾.

(1) د. عبد الله حميد سليمان الغويري : "العلامة المشهورة وحمايتها ضمن اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة" مرجع سابق ص 39 - 40 .

(2) د. طلال أبو غزالة : " معجم الملكية الفكرية " ، 2000م ، ص 15 .

(3) د. عبد الله حميد سليمان الغويري : "العلامة المشهورة وحمايتها ضمن اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة" مرجع سابق ص 44 .

(4) د. محمد محمد الشلش : " حقوق الملكية الفكرية بين الفقه والقانون " ، مجلة جامعة النجاح الوطنية ، فلسطين 2000م ، ص 14 .

ومن جانب آخر وانطلاقاً من تعزيز التعاون العربي في مجال حماية الملكية الفكرية كان لابد من وجود كيان قوي في إطار الاتحادات العربية يساعد على حماية الملكية الفكرية والحفاظ على هوية العربية وتشجيع الاختراعات والابتكارات ومن هنا تم تأسيس الاتحاد العربي لحماية حقوق الملكية الفكرية عام 2005 ضمن الاتحادات النوعية المتخصصة ومقره القاهرة ويسعى إلى تحقيق الأهداف التالية :

1. تعزيز الوعي بضرورة حماية الملكية الصناعية في الوطن العربي من خلال تشجيعه لتطوير القوانين ، كقوانين العلامات التجارية والصناعية وبراءات الاختراع وقوانين الحماية الفكرية .
 2. تعزيز الوعي بضرورة الحماية لدى المعنيين في الوطن العربي وتوحيد التشريعات العربية في هذا المجال وتوحيد المواثيق بما يتلاءم مع نصوص الاتفاقيات الدولية في مجال حماية الملكية.
 3. التوعية والتثقيف في مجال الحماية بوسائل الإعلان التخصصي والمؤتمرات والندوات والأبحاث والدراسات بهدف حماية المنتج والمستهلك على السواء .
 4. تنظيم هذه المهنة وتنشيطها ورفع مكانتها بما يخدم منتسبيها والمجتمعين المحلي والدولي بالإضافة إلى تدريب الكوادر العربية في حقل الملكية الصناعية والتجارية⁽¹⁾.
- ومن خلال ما تم تناوله في هذا البحث من عرض لأهم الاتفاقيات الدولية وأبرز المنظمات في مجال حماية الملكية الفكرية سوف نعرض أهم النتائج والتوصيات في خاتمة البحث.

الخاتمة:

أولاً النتائج:

1. إن العلامة التجارية هي وسيلة التعرف الوحيدة على البضائع والمنتجات التي نتداولها في حياتنا اليومية ، إذ تُعبّر هذه العلامات عن صفات تلك المنتجات والبضائع ، فضلاً عما لها من تأثير على قرار المستهلك الخاص بشراء تلك المنتجات التي تحمل تلك العلامة وذلك لارتباطها في ذهنه بمستوى الجودة .
2. توافق القانون المصري والليبي مع اتفاقية باريس في الأخذ بمبدأ المعاملة بالمثل وحق الأسبقية.
3. إن نظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات التجارية الذي تديره الويبو يمنح صاحب العلامة التجارية فرصة لحماية علامته في عدة بلدان ، وذلك بإيداع طلب واحد فقط لدى المكتب الدولي ويترتب على ذلك الآثار المترتبة على طلب تسجيل وطني لعلامة مودع في كل بلد ما لم يرفض المكتب الوطني في البلد المعين منح الحماية خلال فترة محددة ، فإن العلامة تتمتع بذات الحماية كما لو كانت العلامة مسجلة لدى ذلك المكتب الوطني .

ثانياً التوصيات:

1. نوصي بضرورة النص على القواعد المنظمة لإجراءات التسجيل الدولي في ليبيا اسوة ببعض التشريعات التي ضمنت تلك الإجراءات في تشريعاتها الوطنية ومن ثم سد ذلك الفراغ التشريعي .

(¹) د. سالم بن محمد الحميدي : ورقة عمل مقدمة لأعمال الندوة العلمية حول التشريعات المتعلقة بحماية الصناعة وتطويرها ، المركز العربي للبحوث القانونية والقضائية ، بيروت - لبنان ، 2015م ، ص 9-10.

2. نوصي بضرورة دعم مكتب العلامات التجارية بالإمكانيات المادية والبشرية والتكنولوجية اللازمة وكذلك عمل فروع له ، الأمر الذي من شأنه تيسير الوصول والانتفاع بأكبر قدر من الحماية من خلال تشجيع المنتجين على تسجيل علاماتهم التجارية حيث أن النظام المركزي لا يسمح بذلك .

المصادر والمراجع:

أولاً: الكتب:

1. جلال وفاء محمددين : "الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقاً لاتفاقية التريس" ، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية ، 2004م
2. حسام الدين عبد الغنى الصغير : "الجديد في العلامات التجارية في ضوء قانون حماية حقوق الملكية الفكرية الجديد واتفاقية التريس" ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، 2005م .
3. سميحة القليوبي : "الملكية الصناعية " ، دار النهضة ، ط5 ، 2005م.
4. سميحة القليوبي : "الوجيز في التشريعات الصناعية" ، دار الاتحاد العربي للطباعة ، القاهرة .
5. طلال أبو غزالة : "معجم الملكية الفكرية " ، 2000م .
6. محمد بن براك الفوزان : "النظام القانوني للاسم التجاري والعلامة التجارية في القوانين العربية – دراسة مقارنة" منشورات مكتبة القانون والاقتصاد ، الرياض ، ط1 ، 2012م .
7. نبيل محمد صبيح : " حماية العلامات التجارية والصناعية في التشريع المصري وفي ظل اتفاقية الجات " ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1999م .

ثانياً: الرسائل:

1. خالد محمد المهيري : "الحماية القانونية للملكية الصناعية "، رسالة دكتوراه ، كلية الحقوق – جامعة الإسكندرية
2. عبد الله حميد سليمان الغوييري : "العلامة المشهورة وحمايتها ضمن اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس) – وقانون العلامات التجارية الأردني ، رسالة دكتوراه في الحقوق – جامعة القاهرة ، 2006م .
3. محمد عبد الرحمن الشمري : "حماية العلامة التجارية في ضوء اتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (التريس)" ، رسالة دكتوراه في الحقوق – جامعة القاهرة ، 2004م.
4. وائل محمد رفعت : "التسجيل الدولي للعلامات التجارية وأثره في التشريع المصري" ، رسالة دكتوراه في الحقوق – جامعة القاهرة .
5. ولاء الدين محمد أحمد : "الحماية القانونية للعلامات التجارية في القانون الدولي الخاص "، رسالة دكتوراه كلية الحقوق – جامعة عين شمس ، 2006م

ثالثاً: الدوريات والمجلات:

1. إحسان سمارة : "مفهوم حقوق الملكية الفكرية وضوابطها في الإسلام" ، مجلة العلوم الإنسانية ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2005م

2. براك ناصر النون : "تقليد العلامة التجارية وأضرارها وسبل حمايتها" ، بحث مقدم للاتحاد العربي لحقوق الملكية الفكرية .
3. حسام الدين عبد الغنى الصغير : "الإطار الدولي للحماية في مجال العلامات التجارية" ، ندوة الويبو دون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد ، المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) والمعهد الوطني للملكية الصناعية (فرنسا) بالتعاون مع المكتب المغربي للملكية الصناعية والتجارية برعاية وزارة الصناعة والتجارة والمواصلات الدار البيضاء ، 7-8 ديسمبر 2004م .
4. حسام الدين عبد الغنى الصغير : "حماية العلامات التجارية المشهورة" ، حلقة الويبو الوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية للدبلوماسيين ، سلطنة عمان ، 2005م .
5. حسام بدرأوي : " التوجه الفكري لمشروع القانون المصري الخاص بحقوق الملكية الفكرية، والرؤية التشريعية" بحث مقدم لندوة الملكية الفكرية : الحماية الشرعية والقانونية ، مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي ، جامعة الأزهر القاهرة ، 2002م .
6. سالم بن محمد الحميدي : ورقة عمل مقدمة لأعمال الندوة العلمية حول التشريعات المتعلقة بحماية الصناعة وتطويرها ، المركز العربي للبحوث القانونية والقضائية ، بيروت - لبنان ، 2015م .
7. محمد محمد الشلش : " حقوق الملكية الفكرية بين الفقه والقانون " ، مجلة جامعة النجاح الوطنية ، فلسطين 2000م .
8. منير زهران: "تسوية المنازعات المتعلقة بالملكية الفكرية" ، مجلة المحاماة ، العدد الأول ، 2001م .

رابعاً: الاتفاقيات الدولية:

1. اتفاقية التريس .
 2. اتفاقية مدريد الخاصة بالتسجيل الدولي للعلامات .
- #### خامساً: أحكام المحاكم:
1. حكم محكمة القضاء الإداري المصرية ، الدائرة الأولى ، الطعن رقم 4353 لسنة 67 ق ، بتاريخ 2016/2/16م منظومة قوانين الشرق .
 2. حكم محكمة القضاء الإداري المصرية ، الطعن رقم 10599 لسنة 67 ق ، بتاريخ 2016/2/16م ، حكم غير منشور منظومة قوانين الشرق .
 3. حكم محكمة القضاء الإداري المصرية ، الطعن رقم 28871 لسنة 67 ق ، بتاريخ 2016/3/22م ، حكم غير منشور منظومة قوانين الشرق .
 4. حكم محكمة القضاء الإداري المصرية ، الطعن رقم 30015 لسنة 59 ق ، بتاريخ 2009/3/21م ، دائرة المنازعات الاقتصادية والاستثمار ، الدائرة السابعة ، منظومة قوانين الشرق .