



جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق

الموضوع:

الحماية الدولية للعلامة التجارية

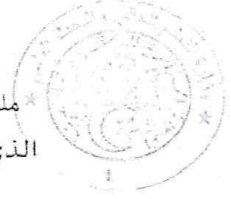
مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق
تخصص: قانون اعمال

إشراف الأستاذة:
بن حليمة ليلي

إعداد الطالبة:
❖ لبيبات نور الهدى شيماء

السنة الجامعية: 2020/ 2021

ملحق بالقرار رقم 10822... المؤرخ في 27 جوان 2020
الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مؤسسة التعليم العالي والبحث العلمي: جامعة محمد بوضياف المسيلة - كلية الحقوق والعلوم

نموذج التصريح الشرقي
الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

أنا الممضي أسفله.
السيد (ذ): **ليبات نورالهدى** تشيهاة الصيفة: طالب. أستاذ. باحث **طالبة**
الجان (ذ) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 200328262 والصادرة بتاريخ: 24-04-2016
المسجل (ذ) بكلية / معهد **الحقوق والعلوم السياسية** قسم **الحقوق**
والمكلف (ذ) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج. مذكرة ماستر. مذكرة ماجستير. أطروحة دكتوراه).
عنوانها: **الحماية الدولية للعلامة التجارية**
أصرح بتسري في أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية
المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه.

التاريخ: 2021-07-04

توقيع المعني (ذ)

الإهداء

الحمد لله الذي وفقنا لإتمام هذا
العمل الذي انتهى بفضلته وكرمه علينا
أهدي ثمرة هذا الجهد المتواضع إلى من أدين
لهما بالفضل بعد الله تبارك وتعالى
إلى من أعتبرهما من أبواب الجنة إلى أمي التي تنتظر
لحظة نجاحي
وسعت لسعادتي، إلى من تكد لأرتاح ونوّرت عقلي بدروب
النّجاح.
إلى أبي الغالي الذي علّمني أن الحياة علم وأخلاق
وأن الصّبر مفتاح النّجاح.
إلى الذي مازال يفيض على بعطفه وحنانه ما تعاقب
الليل والصباح.
إلى أخي وأخواتي الذين أشاركهم طعم الحياة،
وشاركتهم أجمل اللحظات.

كلمة شكر و عرفان

لا إله إلا الله وحده لا شريك له، له الملك وله الحمد وهو على كل شيء قدير، ربّ لك الحمد كما ينبغي لجلال وجهك وعظيم سلطانك، كما يسّرت لي إعداد وانجاز هذه المذكرة

ومن ثم أقول إنّ كل الامتنان والعرفان موصول إلى كل من ساهم وشجع على المضي قدما في إكمال هذه المذكرة والوصول بها إلى هذا المثال، وأخصّ بالذكر: الأستاذة: بن حليمة ليلي التي كانت نعم الأستاذ المشرف، وذلك لما بذلته من جهد وما قدّمت من نصائح وإرشادات.

Abreviation

المختصرات

trips traid of intellectuel property rights.

Wipo world intellectual property organization.

Wto world trade organization .

P page.

باللغة العربية :

تربس اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة.

الويبو المنظمة العالمية للملكية الفكرية.

ص الصفحة.

ط الطبعة.

في القرن الماضي وقبل نشوء أي اتفاقية دولية في مجال حماية الملكية الصناعية كان من الصعب تأمين حماية حقوق الملكية الصناعية في مختلف بلدان العالم لأن القوانين كانت مختلفة جدا بين دولة وأخرى، ومن هنا نشأت رغبة قوية في تخطي الصعوبات العملية.

وقد إهتمت الهيئات الدولية بتنظيم التشريعات الصناعية فأبرمت المعاهدات والاتفاقيات الدولية لحماية هذه الحقوق، فعلى الصعيد الدولي نجد أن معاهدة باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة (1883) تعتبر الوثيقة العظمى، التي يركز عليها قانون العلامات التجارية والتي مازالت سارية المفعول بالرغم من الدمار الذي لحق بالتجارة والإقتصاد الدوليين جراء حربين عالميتين فصلت بينهما بضع سنين، وأن أكبر خطوة منفردة في الإدارة الدولية لحماية الملكية الفكرية بوجه عام وحقوق الملكية الصناعية والتجارية المتمثلة بالعلامات التجارية على وجه الخصوص اتخذت في هذا القرن تتمثل في عقد جولة (أورغواي) لمفاوضات الجات G.A.A.T مع إتفاقية مراكش.

ومن خلال هذه الاتفاقيات تأسست منظمة التجارة العالمية W.T.O التي تتكون من ثلاث أدوات قانونية أساسية وهي اتفاقية الجات 1994، والاتفاق العام بشأن التجارة في الخدمات (الجات)، والاتفاقية التي تهمنا وهي المتعلقة باتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس).

ومن المعلوم أن حماية العلامة التجارية في الأصل تقف عند الحدود الإقليمية للدولة التي تسجل فيها العلامة التجارية ولا تتعدى تلك الحدود وذلك تطبيقا لمبدأ السيادة الإقليمية، لذا لا يسري أثر تسجيل العلامة التجارية إلا في حدود إقليم الدولة التي تم تسجيل العلامة فيها ولا يسري أثر ذلك التسجيل في أي دولة أخرى وبالتالي إذا ما رغب صاحب العلامة في حماية علامته في دولة أخرى عليه أن يسجلها في تلك الدولة، الأمر الذي يفرض على صاحب العلامة ان يقوم بتسجيلها في كل دولة يرغب في حماية علامته فيها.

لذلك مسألة تنظيم أحكام العلامة التجارية ومحاربة التعدي عليها لم تقف عند الحدود الإقليمية لكل دولة، ولم تبق حكرا على التشريعات الوطنية، خاصة أن الحماية الوطنية للعلامة

التجارية قد أصبحت غير فعالة في حماية العلامات الأجنبية ، وذلك لسهولة انتقال المنتجات والبضائع والخدمات عبر الدول من خلال التجارة الدولية، الأمر الذي أدى إلى إبرام اتفاقيات دولية بهذا الصدد ، ففي عام 1883 تم إخراج إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية ، والتي لا زالت تعتبر العمود الفقري للإتفاقيات الدولية في مجال الحقوق الفكرية بوجه عام ثم تلتها عدة اتفاقيات خاصة بالعلامات التجارية كما تم إنشاء منظمات عالمية في سبيل حماية العلامات التجارية ضد الإستخدام الغير مشروع لهذه العلامة بما يضر صاحب العلامة الأصلي أو الجمهور الذي يثق بهذه العلامة ، مثل المنظمة العالمية للملكية الفكرية ومنظمة التجارة العالمية لتحقيق السلم والأمن الدوليين .

أولا . أهمية الموضوع : تأخذ العلامة التجارية أهمية بالغة كونها من أهم عناصر الملكية الصناعية والتجارية ، والتي إزدادت أهميتها مع التطور الذي شهدته التجارة على المستويين الداخلي والدولي ، والتي ارتبطت في البداية بتسويق السلع والمنتجات ثم إمتد مجالها فيما بعد إلى مجال تقديم الخدمات ، هذه الأخيرة التي أصبحت تأخذ مكانة هامة في مجال التجارة المعاصرة .

ثانيا . أسباب اختيار الموضوع : من أهم الأسباب التي دفعت بنا إلى اختيار موضوع الحماية الدولية للعلامة التجارية ما يلي :

الأسباب الذاتية و تتمثل في: أن موضوع العلامات التجارية موضوع مهم اقتصاديا ودوليا وهو موضوع جديد لم يأخذ حقه الكافي من الدراسات والأبحاث.

الأسباب الموضوعية و تتمثل في : أن موضوع العلامة التجارية أصبح يكتسي أهمية بالغة خاصة مع التطورات التي شهدتها العلامة التجارية دوليا مما يفرض علينا البحث فيه للإحاطة بالمعلومات الكافية حول الموضوع خاصة بالقوانين والاتفاقيات التي تقدم الحماية الدولية للعلامة التجارية.

ثالثا . إشكالية الموضوع :

نظرا للتطورات العالمية الراهنة خاصة التكنولوجية منها والاقتصادية، والحركة التجارية الكبيرة للسلع والخدمات وسهولة تداولها من بلد لآخر بعد تحرير التجارة العالمية، ازدادت حالات تزوير وتقليد العلامات التجارية على المستوى الدولي، هذا ما أدى إلى إنشاء الاتفاقيات والمنظمات الدولية التي تهدف إلى حماية العلامة التجارية ومن هنا يمكننا طرح الإشكالية التالية:

- إلى أي مدى أسهمت هذه الأطر القانونية الدولية في توفير الحماية للعلامة التجارية؟ وتندرج تحت هذه الإشكالية الرئيسية مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي:
- هل وفقت الاتفاقيات الدولية التي أنشأت في سبيل حماية العلامة التجارية؟
- وماهي المنظمات الدولية التي تأسست قصد حماية العلامة التجارية، وماهي آلية عملها؟

رابعا . منهج البحث: لقد اعتمدنا في دراسة موضوع الحماية الدولية للعلامة التجارية والاتفاقيات والمنظمات الدولية المنهج التحليلي لتحليل مواد و نصوص الاتفاقيات والمعاهدات، كما استعنا ببعض المناهج الأخرى مثل المنهج الوصفي .

خامسا . الدراسات السابقة : تعد هذه الدراسة التي نقوم بإعدادها ليست الدراسة الوحيدة والأولى في هذا الموضوع بل سبقتها دراسات أخرى نذكر منها :

أطروحة دكتوراه للطالب ميلود سلامي، بعنوان النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، بجامعة الحاج لخضر باتنة، سنة 2011\2012.

- أطروحة دكتوراه للطالبة سماح محمدي، تحت عنوان الحماية القانونية للعلامة التجارية، بجامعة باتنة 1، 2015\2016.

- رسالة ماجستير للطالبة بوبشظولة بسمة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، جامعة محمد لمين دباغين سنة، 2014\2015.

سادسا. صعوبات البحث: من الصعوبات التي واجهتنا في اعداد هذا البحث المتواضع هو انه كان من الصعب الحصول على المراجع لعدم توفرها في المكتبة بسبب الاستعمال واحتكارها من طرف الطلبة كما ان معظم المراجع المتوفرة لم تتعمق في دراسة الحماية الدولية للعلامة التجارية .

سابعا. خطة البحث: ومن أجل الوصول بهذا البحث إلى نتائج سليمة ومنطقية ,ارتأينا تقسيمه إلى الخطة التالية :

خطة :

- الفصل الأول : أحكام حماية العلامة التجارية في الاتفاقيات الدولية .
- المبحث الأول : حماية العلامة التجارية في اتفاقية باريس (1883).
- المبحث الثاني : اتفاقية مدريد للتسجيل الدولي للعلامات .
- المبحث الثالث : حماية العلامات التجارية في اتفاقية ترينس .
- الفصل الثاني : أحكام حماية العلامة التجارية في اطار المنظمات العالمية .
- المبحث الأول : حماية العلامة التجارية في اطار المنظمة العالمية للملكية الفكرية wipo.
- المبحث الثاني : حماية العلامة التجارية في اطار منظمة التجارة العالمية wto.

الفصل الأول: أحكام حماية العلامة التجارية في الاتفاقيات الدولية .

إن مسألة تنظيم العلامة التجارية ومنحها الحماية القانونية اللازمة لم يبقى مهمة وطنية فقط، بل و تم إبرام إتفاقيات دولية التي تسعى لتقديم الحماية العلامة التجارية وانظمت اليها العديد من الدول كما أنه من المعروف أنه بعد التصديق على هذه الاتفاقيات فإنها تسمو على القوانين الداخلية للدول الأعضاء فيها ولا يجوز أن تتعارض قوانين هذه الدول الأعضاء فيها مع مضمون الاتفاقية وسندرس البعض من هذه الاتفاقيات ، سنتطرق إلى حماية العلامة في إتفاقية باريس في (المبحث الأول) و إلى إتفاقية مدريد للتسجيل الدولي للعلامات في (المبحث الثاني)و حماية العلامات التجارية في إتفاقية ترينس في (المبحث الثالث).

المبحث الأول: حماية العلامة التجارية في إتفاقية باريس(1883)

تعد إتفاقية باريس أول اتفاقية دولية تتعلق بحماية العلامات التجارية وبقية حقوق الملكية الصناعية الاخرى¹ ، وقضت اتفاقية باريس بتشكيل إتحاد لحماية العلامة التجارية في الدول الموقعة عليها والمنظمة إليها ، وبمقتضى المادة الثانية من هذه الاتفاقية يتمتع رعايا كل دولة من دول الإتحاد في جميع دول الإتحاد الاخرى بالمزايا الممنوحة او التي ستمنحها مستقبلا قوانين تلك الدولة لمواطنيها فيما يتعلق بحماية العلامة التجارية شرط إتباع الشروط والأوضاع المفروضة على المواطنين² ، لذلك سنتناول أغراض الاتفاقية وطبيعة الالتزامات في(المطلب الأول) والاشارة الى مبادئ اتفاقية باريس (المطلب الثاني).

المطلب الأول أغراض الاتفاقية وطبيعة الالتزامات

تعتبر إتفاقية باريس الأساس في حماية الحقوق الصناعية خاصة المتعلقة بالعلامة التجارية لذا سنتطرق لأغراض هذه الاتفاقية في (الفرع الأول) وشروط تسجيل العلامة في إتفاقية باريس في (الفرع الثاني) .

1- ميلود سلامي ، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية ، أطروحة دكتوراه ، (غير منشورة)، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، 2012/2011 ، ص100.
2- الدكتور حمدي غالب الجغبير ، العلامات التجارية، الطبعة الأولى، لبنان (بيروت) ، منشورات الحلبي الحقوقية ، 2012 ، ص

الفرع الأول : أغراض إتفاقية باريس .

لاشك أن إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية هي الدعامة الرئيسية التي يرتكز عليها نظام الحماية الدولية لحقوق الملكية الصناعية ، ووفقا للمادة الأولى من الاتفاقية فقد أنشئ إتحاد يضم كافة الدول الأطراف في الاتفاقية أطلق عليه إتحاد باريس ،وقد قررت الاتفاقية في المادة الأولى الفقرة (2) منها أن الحماية المقررة للملكية الصناعية في الاتفاقية تشمل براءات الاختراع ، ونماذج المنفعة والرسوم والنماذج الصناعية والعلامات التجارية او الصناعية وعلامات الخدمة والإسم التجاري وبيانات المصدر أو مسميات المنشأ وكذلك قمع المنافسة غير المشروعة،¹

كما أوجبت المادة الأولى فقرة (3) من نفس الاتفاقية أن تؤخذ الملكية الصناعية بأوسع معانيها فلا يقتصر تطبيقها على الصناعة والتجارة بمعناها الحرفي ، وإنما تطبق كذلك على الصناعات الزراعية والإستخراجية وعلى جميع المنتجات الطبيعية أو المصنعة، وكان الغرض الرئيسي من إبرام اتفاقية باريس هو أن يكون لكل شخص تابع أو مقيم في إحدى الدول الأطراف في الاتفاقية و له منشأة تجارية فيها ، الحق في حماية إختراعه 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 إتحاد باريس ، عن طريق معاملته بخصوص حماية تلك الحقوق على قدم المساواة مع مواطني كل دولة من الدول الأعضاء في الإتحاد ووفقا لقانونها الوطني،

وبمجرد مصادقة الدول على اتفاقية باريس تصبح نصوص الاتفاقية جزءا من القانون الوطني في تلك الدولة ،دون حاجة إلى أن تصدر الدولة قانونا يتضمن القواعد الواردة في الاتفاقية .

¹ - حسام الدين الصغير ،"الاطار الدولي للحماية في مجال العلامات التجارية، " ندوة الويبو دون الاقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد ،الدار البيضاء ، جامعة المنوفية ، 2004 ،الصفحة 4.

الفصل الاول: أحكام حماية العلامة التجارية في الاتفاقيات الدولية

وهذا يعنى أن الأجانب يستمدون حقوقا مباشرة من الاتفاقية ويجوز لهم التمسك بأحكامها أمام القضاء الوطني في كل الدول الأعضاء في إتحاد باريس بغض النظر عن التشريع الوطني لذلك فان نصوص الاتفاقية ذاتية التنفيذ .

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 مبدأى المعاملة الوطنية والأسبقية.¹

الفرع الثاني: شروط تسجيل العلامة فياتفاقية باريس .

تحدد شروط إيداع و تسجيل العلامات الصناعية أو التجارية في كل دولة من دول الإتحاد عن طريق تشريعها الوطني ، مع ذلك لا يجوز رفض طلب تسجيل علامة مودعة من قبل أحد رعايا دولة من دول الإتحاد في أي دولة من دول الإتحاد أو إبطال صحتها إستنادا إلى عدم إيداعها أو تسجيلها أو تجديدها في دولة المنشأ ، تعتبر العلامة التي سجلت طبقا للقانون في إحدى دول الإتحاد مستقلة عن العلامات التي سجلت في دول الإتحاد الأخرى بما في ذلك دولة المنشأ،²

ومع ذلك يجوز لدول الإتحاد أن تبطل أو ترفض تسجيل العلامات التجارية في

الحالات التالية :

أولا- العلامات التي من شأنها المساس بالحقوق المكتسبة للغير في الدول التي تطلب

فيها الحماية .

ثانيا- العلامات المجردة من أي صفة مميزة والتي تتكون فقط من إشارات أو بيانات

قد تستعمل في التجارة للدلالة على نوع المنتجات وصفتها أو بيان الغرض منها وقيمتها

وكذا مصدرها أو زمن إنتاجها أو التي أصبح استعمالها في البلد الذي طلبت فيه الحماية

¹-حسام الدين الصغير، المرجع السابق، الصفحة 4.
²- انظر المادة (6) الفقرة الاولى من اتفاقية باريس.

الفصل الاول: أحكام حماية العلامة التجارية في الاتفاقيات الدولية

دارجا في اللغة التجارية أو في العرف القانوني للتجارة ،على أن تراعي ظروف الواقع وعلى الأخص مدة إستعمال العلامة عند تقدير الصفة المميزة لهذه العلامة .¹

ثالثا - العلامات المخالفة للأداب والنظام العام ويترتب عليها تظليل الجمهور و المتفق عليه أنه لا يجوز إعتبار العلامة مخالفة للنظام العام لمجرد عدم مطابقتها لأحد أحكام التشريع الخاص بالعلامات إلا إذا كان هذا الحكم يتعلق في حد ذاته بالنظام العام.²

المطلب الثاني : مبادئ اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية.

من المبادئ التي تضمنتها اتفاقية باريس لسنة 1883 حتى تخفف من الإختلافات الجوهرية للتشريعات الداخلية للدول الأعضاء في الاتفاقية ، مبدأ المعاملة الوطنية (الفرع الأول) ومبدأ الأسبقية (الفرع الثاني)³.

الفرع الأول : مبدأ المعاملة الوطنية.

إن الأساس الذي يقوم عليه هذا المبدأ هو المساواة في المعاملة⁴ ، والمقصود بالمساواة في المعاملة هو أن جميع المنتمين إلى دولة من دول الاتحاد يتمتعون في كل دولة من هذه الدول بالمعاملة المقررة فيها لمواطنيها⁵ ، أي أن الاتفاقية تقضي بوجود منح كل دولة متعاقدة مواطني الدول المتعاقدة الأخرى الحماية نفسها التي تمنحها لمواطنيها فيما يتعلق بالملكية الصناعية ، كما تمنح مواطني الدول الغير متعاقدة الحماية إذا كانوا يقيمون في الدولة المتعاقدة أو يملكون فيها مؤسسة صناعية أو تجارية حقيقية وفعلية، وعليه فإن الإتفاقية تعطي لرعايا الدول المنظمة إليها الحق في التمتع بالمزايا الممنوحة أو التي تمنحها في المستقبل دون الإخلال بالحقوق المنصوص عليها في الإتفاقية⁶.

¹ - المادة السادسة الفقرة (5) من الاتفاقية .

² -الدكتور صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية ، الطبعة الثانية ، عمان ، دار الثقافة ، 2010 ، الصفحة 437.

³ - فتحي نسيم، الحماية الدولية لحقوق الملكية الفكرية ، رسالة ماجستير، (غير منشورة)، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 2012، الصفحة 9.

⁴ - إبراهيم إسماعيل إبراهيم ، " الحماية الدولية للعلامة التجارية وفقا لاتفاقية تريبس ، " مجلة العلوم الإنسانية" ، العدد الثاني ، (2015) ، الصفحة 896 .

⁵ -الدكتور حمدي غالب الجغبير، مرجع سابق ، ص 432 .

⁶ - فتحي نسيم، المرجع السابق، ص 9 .

الفصل الاول: أحكام حماية العلامة التجارية في الاتفاقيات الدولية

وحسب المادة (2) الفقرة الأولى من إتفاقية باريس " يتمتع رعايا كل دولة من دول الإتحاد في جميع دول الإتحاد 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 الإتفاقية، ومن ثم فيكون لهم نفس الحماية التي للمواطنين ونفس وسائل الطعن القانونية ضد أي إخلال بحقوقهم ، بشرط إتباع الشروط والإجراءات المفروضة على المواطنين "1.

الفرع الثاني : مبدأ الأسبقية .

يتمتع أصحاب العلامات التجارية بحق الأسبقية في مدة ستة أشهر من تاريخ تقديمهم طلب الإيداع في إحدى دول الإتحاد وذلك بالنسبة للإيداع الذي يجرونه بعد التاريخ المذكور في الدول الأخرى للإتحاد وخلال مهلة الأسبقية لا يمكن الإحتجاج على المودع الأول بأي استعمال أو إيداع لاحق للعلامة يقوم به الغير. 2

ولما كانت المساواة في ظل قاعدة المعاملة الوطنية تؤدي إلى احتساب مدة الحماية من تاريخ التسجيل في الدولة الأجنبية ، فإن حق الأسبقية يعتبر إستثناء على هذه القاعدة³، كما أن تقرير حق الأسبقية يرمي إلى تيسير التعاون الدولي⁴.

المبحث الثاني : إتفاقية مدريد للتسجيل الدولي للعلامات (1891)

أبرمت هذه الإتفاقية بتاريخ 14 أبريل 1891 ودخلت حيز التنفيذ سنة 1892 وتهدف الإتفاقية إلى تيسير إجراءات تنظيم الحماية الدولية للعلامات والتوفير في النفقات وقد انضمت الجزائر إليها عام 1972⁵.

1- إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية ،الصادرة سنة 1883، المعدلة ببروكسل في 1900 .

2- القاضي انطوان ناشف ، الاعلانات والعلامات التجارية، دون طبعة ، بيروت، منشورات الحلبي الحقوقية ، 1999، ص144.

3- المادة (4) من إتفاقية باريس.

4 -عباس حلمي المنزلاوي، الملكية الصناعية، بدون طبعة، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية ، 1983، ص36.

5-فتحي نسيمه، مرجع سابق، ص30.

المطلب الأول : التسجيل الدولي للعلامات.

وقد نصت عليه المادة (2) من بروتوكول مدريد ، فبمقتضى هذه الاتفاقية يعود لكل شخص تابع لإحدى الدول المتعاقدة أو الموقعة أو المقيم فيها أو يملك محل عمل فيها أن يطلب إيداع علامته إيداعاً دولياً في المكتب الدولي لحماية الملكية الصناعية في سويسرا (برن) شرط أن تكون العلامة قد أودعت أولاً في الدولة التي يتبع لها طلب الإيداع.¹

كما نصت إتفاقية مدريد على قاعدة أمره وهي وجوب تسجيل العلامة في دولة المنشأ قبل تسجيلها دولياً ، والمقصود هنا أنه لا يسمح لرعايا الدول الأعضاء بإيداع علاماتهم في دول أخرى إلا إذا تم تسجيلها في دولة المنشأ ، والتسجيل الدولي يتحقق بواسطة إجراء موحد لدى المنظمة العالمية للملكية الفكرية ، وبعد مراقبة انتظام الإيداع يتولى المكتب الدولي للمنظمة تسجيل العلامة وإعلان الإدارات الوطنية للدول المعنية.²

فالتسجيل الدولي للعلامات يتم بتقديم طلب التسجيل الدولي للعلامة التجارية إلى المكتب الدولي للتسجيل مرفقاً بالرسوم المقررة ، وذلك بعد أن يقدم الطلب إلى المعهد الوطني للتسجيل في البلد الأصلي الذي يقوم بإدراجه في السجل الوطني للعلامة التجارية باسم طالب التسجيل، وبعدها يقوم المكتب بالتأكد من طلب التسجيل الدولي من كونه يتعلق بنفس البضائع أو المنتجات أو الخدمات المسجلة وطنياً وفقاً للمادة الثالثة الفقرة (1) من الإتفاقية التي تنص على كما يلي: " يجب تقديم طلب التسجيل الدولي على الإستمارة المنصوص عليها في اللائحة التنفيذية ، وعلى الإدارة المختصة في بلد منشأ العلامة أن تشهد أن البيانات الواردة في هذا الطلب تطابق البيانات الواردة في السجل الوطني ، وأن تذكر تواريخ وأرقام إيداع وتسجيل العلامة في بلد المنشأ ، وكذلك تاريخ طلب التسجيل الدولي " .

وبينت الفقرة الثالثة من المادة (3) من الإتفاق أنه على طالب التسجيل الذي يطالب بلون معين كعنصر مميز للعلامة ، أن يعلن ذلك وأن يرفق طلبه ببيان يوضح فيه اللون أو مجموعة الألوان التي يطالب بها ، وأن يرفق طلبه بنسخ ملونة عن العلامات المذكورة ، ويقوم المكتب الدولي بعد ذلك بفحص طلبات التسجيل الدولي المقدمة إليه للتأكد من استيفائها

¹- انطوان ناشف، مرجع سابق، ص 145.

²- فتحي نسيم، المرجع السابق، ص 30.

الفصل الاول: أحكام حماية العلامة التجارية في الاتفاقيات الدولية

لشروط الإتفاق وأنظمته ، فإذا تبين له ذلك يقوم بتسجيل العلامات التجارية المودعة فوراً ، ويذكر في التسجيل تاريخ طلب التسجيل الدولي في بلد المنشأ ، شرط أن يكون قد تسلم الطلب خلال شهرين إعتباراً من ذلك التاريخ ، وإذا لم يتسلم المكتب الدولي الطلب خلال تلك المدة ، تعين عليه أن يقيده في تاريخ تسلمه ويخطر الإدارات المعنية فوراً بذلك التسجيل.¹

وبعد تسجيل العلامة من طرف المكتب الدولي ومن أجل الأشهر عن العلامات المسجلة في البلدان المتعاقدة ، تتسلم المكاتب الوطنية للتسجيل من المكتب الدولي عدداً من النسخ المنشورة في النشرات الدورية التي يعدها المكتب الدولي.²

وتتمتع بذلك العلامة التجارية بالحماية الدولية كما لو أنها أودعت في كل دولة على حدى ، وذلك إبتداءً من تاريخ التسجيل أما إذا كان الطلب غير مستوفٍ للشروط المتطلبة فيقوم المكتب الدولي بإرجاء التسجيل ومن ثم إشعار المعهد الوطني (المحلي) بذلك لكي يتدارك مع طالب التسجيل ما اعترى الطلب من نقائص خلال ثلاثة أشهر من تاريخ إشعار طالب التسجيل أو وكيله وكذا معهد التسجيل المحلي ، هذه المدة قابلة للتتمديد مرة واحدة من قبل المكتب الدولي ، وإذا انقضت هذه المدة فإن الطلب يعد لاغياً ، ويمكن إستعادة رسوم التسجيل التي دفعت سابقاً.³

كما تعتبر إتفاقية مدريد أول إتفاقية تتعامل مع التسجيل الدولي للعلامات لذا سنحاول ذكر أهم ما جاء فيها :

الفرع الأول : الغرض من إتفاقية مدريد للتسجيل الدولي للعلامات .

إن التاجر أو الصانع أو المقدم من الخدمة والذي يرغب بحماية علامته في مجموعة من الدول عادة ما يخضع للكثير من الإجراءات الشكلية التي تتبعها المكاتب الوطنية لتسجيل العلامة التجارية في كل دولة ، كما أن تقديم هذه الطلبات للتسجيل المحلي يؤدي إلى تحمل تكاليف باهظة جداً لطالب التسجيل كالرسوم المحلية ورسوم الوكلاء المحليين

¹-المادة (3) من إتفاقية مدريد .

²- ميلود سلامي ، المرجع السابق ، ص 106 .

³-ميلود سلامي ، المرجع السابق ، ص 107.

الفصل الاول: أحكام حماية العلامة التجارية في الاتفاقيات الدولية

وتكاليف الترجمة في كل دولة ومن هنا يتضح الغرض من اتفاقية مدريد والذي يتمثل أساسا في :

- تسهيل تسجيل العلامات التجارية على المستوى الدولي .
- التوفير في الرسوم والنفقات والمصاريف والمحافظة على الوقت .
- توفير حماية للعلامة على نطاق واسع¹.

الفرع الثاني : المبادئ الرئيسية لاتفاقية مدريد للتسجيل الدولي للعلامات.

لاتفاقية مدريد ثلاثة مبادئ رئيسية وسنذكرها فيما يلي :

أولا - المعاملة الوطنية لفئات معينة من الأشخاص: ويتجلى هذا المبدأ من خلال تمتع مواطني البلدان الأعضاء بحماية علاماتهم لدى جميع البلدان الأطراف الأخرى، شريطة أن يتم ايداع وتسجيل العلامة في السجل الدولي بالمكتب الدولي عن طريق مكتب بلد المنشأ، وحسب ما جاء في المادة الأولى الفقرة الثالثة من اتفاق مدريد نجد أن المقصود ببلد المنشأ أنه البلد الذي يكون عضوا في اتفاق مدريد ، وفي نفس الوقت يكون للمودع فيه إما مؤسسة صناعية، أو تجارية حقيقية و في حالة عدم وجود مؤسسة يجب أن يكون للمودع محل إقامة في أحد بلدان الاتحاد أو أن يكون من رعاياه ويتحدد البلد الأصلي بموطن المؤسسة أو محل إقامة المالك أو جنسيته .

ثانيا - مدة الحماية وإستمرارها : يتم تسجيل أي علامة تجارية لدى المكتب الدولي لمدة 20 سنة ، ويجوز تجديد التسجيل لنفس المهلة إعتبارا من تاريخ إنقضاء المدة السابقة مع عدم جواز أن يشمل التجديد أي تعديل للتسجيل السابق في صيغته الأخيرة ،

ثالثا -احلال التسجيل الدولي محل التسجيلات الوطنية السابقة :حيث أنه وبمقتضى هذا الاتفاق، اذ سبق وأن أودعت علامة في بلد واحد أو أكثر من البلدان المتعاقدة ، ثم بعد ذلك تم تسجيلها دوليا من طرف المكتب الدولي بإسم صاحبها نفسه أو من آلت اليه حقوقه ، فإن

¹ -ميسة عبد الوهاب ، سعداني كمال ، حماية العلامات التجارية في القانون الدولي ، مذكرة ماستر ، نوقشت بكلية الحقوق والعلوم السياسية قسم الحقوق ،جامعة الشهيد حمه لخضر ، الوادي، 2016\2017، ص42.

الفصل الاول: أحكام حماية العلامة التجارية في الاتفاقيات الدولية

التسجيل الدولي يحل محل التسجيلات الوطنية السابقة وذلك دون الإخلال بالحقوق المكتسبة نتيجة لهذه التسجيلات.¹

المطلب الثاني : أثر التسجيل الدولي للعلامات .

ليس للتسجيل الدولي أي أثر في بلد العلامة الأصلي ، حيث أنها محمية في ذلك البلد بموجب تسجيلها المحلي (الوطني)،الذي يشكل بدوره الأساس للتسجيل الدولي ،أما بالنسبة لباقي الدول الأعضاء في إتفاقية مدريد فإن للتسجيل الدولي أثر فيها ، في حدود الدول المطلوب حماية العلامة بها ، شريطة تقديم طلب صريح من مالك العلامة بواسطة مكتب التسجيل في دولته ، يعلم به المدير العام للمنظمة العالمية للملكية الفكرية (wipo) بأن الحماية النابعة من التسجيل الدولي سوف تمتد لتلك الدول ،وعليه تتمتع العلامة المسجلة دوليا ومن تاريخ التسجيل في كل دولة من الدول المعنية ، بنفس الحماية التي تتمتع بها العلامة التجارية ، كان قد تم تقديم طلب مباشر لتسجيل تلك العلامة في تلك الدول.²

المبحث الثالث : إتفاقية تريرس.

تعد إتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية المعروفة بإتفاقية تريرس"trips"باللغة الفرنسية ،إحدى الإتفاقيات الثلاثة الملحقة لمنظمة التجارة العالمية التي تمخضت عنها جولة أورغواي المذكورة سابقا، و قد جمعت هذه الإتفاقية أحكاما مستحدثة موضوعية وشكلية بشأن كافة الجوانب المتصلة بالملكية الفكرية، فتضمنت نصوص تتعلق بحقوق المؤلف والعلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية والنماذج الصناعية وبراءات الإختراع وتصميمات الدوائر المتكاملة لحماية المعلومات السرية ومكافحة الممارسات غير التنافسية في التراخيص التعاقدية ،وبذلك فهي لم تخرج عن الإطار العام للإتفاقيات الدولية بشأن الحقوق الفكرية عامة ، فأكدت على ما جاء ضمن إتفاقية باريس وإتفاقية برن، وأضافت التزامات جديدة موزعة على (73) مادة خصصت منها (7) مواد للعلامات وذلك في المواد من (15)الى (21).³

¹-إبارة سعيد، "نظام مدريد كآلية للتسجيل الدولي للعلامات التجارية ،" المجلة الأكاديمية للبحث القانوني ، العدد2، (2016) ص423.

²-صلاح زين الدين ، العلامات التجارية وطنيا ودوليا ، الطبعة الأولى،عمان ،دار الثقافة للنشر والتوزيع 2009 ، ص 294.

³-سماح محمدي ،الحماية القانونية للعلامة التجارية، اطروحة دكتوراه ، (غير منشورة) ، جامعة باتنة 1 ،باتنة 2015 ،ص 184.

الفصل الأول: أحكام حماية العلامة التجارية في الاتفاقيات الدولية

كما تضمنت الاتفاقية الإجراءات التحفظية والوقائية الكفيلة بمنع وقوع التعدي على حقوق الملكية الصناعية¹.

المطلب الأول: أسباب نشوء اتفاقية تربرس وأهم مبادئها.

في هذا المطلب سنتطرق إلى أسباب أو إعتبرات نشأة اتفاقية تربرس في (الفرع الأول) وسنتطرق كذلك إلى مبادئ اتفاقية تربرس في (الفرع الثاني) (الفرع الأول: أسباب نشوء اتفاقية تربرس).

الأسباب التي دفعت إلى نشأة اتفاقية تربرس كثيرة ويمكن ردها إلى ما يلي :

أولاً- انتشار صناعة التقليد والقرصنة بشكل واسع خلال السبعينات والثمانينات في الدول النامية خاصة دول (جنوب شرق آسيا) ، حيث كانت تقوم في تلك الدول صناعات بأكملها على أساس نسخ وتقليد العلامات المعروفة عالمياً ، وبيعها بأسعار زهيدة جداً في أسواق العالم وكذلك نسخ الأفلام وأشرطة السينما أو التلفزيون وبرامج الحاسب الآلي .

ثانياً - نجاح تلك الدول ، فقد تمكنت من خلال ما يعرف بإسم الهندسة العكسية من فك أسرار براءات إختراع الدول المتقدمة، والتوصل إلى طرق صنع مختلفة لتصنيع نفس المنتجات وطرحها في الأسواق دون الحاجة للحصول على ترخيص مسبق من مالك الحق في البراءة، مما أثر على مصالح الدول المتقدمة التي تنفق الكثير في مجال البحث العلمي والتطوير، حيث أصبحت حاجتها للقضاء على هذه الاعمال حاجة ماسة، خاصة وأنه في مجال الصناعات ذات التقنية العالية ، كلما زادت نسبة الإنفاق على البحث العلمي زادت الحاجة لتعزيز الحماية².

ثالثاً - سعي الدول النامية بشدة إلى اختصار الطريق بواسطة التقليد والقرصنة ، فمقلدو البضائع ذات التقنية العالية لا يساهمون بنفقات البحث الأولية ، إضافة إلى توفير بضائع مقلدة ذات تقنية عالية بأسعار أرخص،

رابعاً- غياب الحماية القانونية الفعالة لحقوق الملكية الفكرية ، لدى العديد من الدول النامية شجع صناعة التقليد والقرصنة .

1- محمد مصطفى عبد الصادق ، الحماية القانونية للعلامات التجارية اقليمية ودولياً ، دون طبعة ، البحرين ، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع ، 2011 ، ص396.

2- صلاح زين الدين ، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، المرجع السابق ، ص295 .

الفصل الاول: أحكام حماية العلامة التجارية في الاتفاقيات الدولية

خامسا- عدم كفاية الحماية الدولية من خلال الإتفاقيات الدولية على توفير حد أدنى مقبول دوليا من الحماية القانونية للحقوق الفكرية ، ذلك أن بعض نصوص الإتفاقيات التي تشرف عليها الويبو أثبتت عدم فاعليتها في تحقيق الغاية المطلوبة منها ، نظرا لخلو هذه الإتفاقيات من النصوص اللازمة لضمان تنفيذها ، كنصوص للتعويض أو الجزاءات التي يمكن المطالبة بإيقاعها في حالة تعرض صاحب الحق الأجنبي إلى اجراءات تمييزية في حقه أو إذا كان مستوى الحماية الممنوحة له غير كاف.

سادسا- عدم احتواء الإتفاقيات الدولية الناطمة للحقوق الفكرية على أسلوب موحد لتسوية النزاعات بين الدول الأعضاء ، مما أثر على فاعلية هذه الإتفاقيات ¹.

سابعا- ازدياد الأهمية الدولية لحقوق الملكية الفكرية على المستوى التجاري الدولي ، جعل الدول المتقدمة ترى أن المستويات المتدنية من الحماية الممنوحة لهذه الحقوق من قبل الدول النامية له أثر سلبي على تشجيع التجارة الدولية وبالذات على أهم نظرياتها² ، كما أن تصنيع سلع ذات قيمة تقنية ولكن بسعر أدنى سيؤدي إلى إغراق السوق المحلي للدولة المقلدة، كذلك قد يتم طرح هذه السلع المقلدة في أسواق الدولة صاحبة السلعة الأصلية مما سيأثر على الوضع التنافسي للسلع الاصلية ، فالسلع المقلدة المستوردة بأسعارها المتدنية ستنافس السلع الأصلية في سوقها المحلي .

ثامنا - ادراك الولايات المتحدة لوضعها الاقتصادي المتراجع ، على الرغم من نفوذها السياسي والعسكري ، ورغبتها في إعادة السيطرة والهيمنة من جديد على مقدرات العالم قبل أن تفلت زمام الأمور منها نهائيا خلال القرن الحادي والعشرين مما حدا بها إلى السعي في وضع الدول الأخرى داخل بوتقة قانونية واحدة ملزمة .

تاسعا- سعي الولايات المتحدة الأمريكية إلى احتكار المعرفة والتكنولوجيا مما سيحقق لها القدرة على تعديل هياكل الإنتاج وتعديل تقسيم العمل على النطاق الدولي بالصورة التي تعزز سيطرتها³.

1- صلاح زين الدين ، العلامات التجارية وطنيا ودوليا ، المرجع السابق ، ص 296 .

2- وهي نظرية الميزة النسبية comparative advantage .

3- صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا ، مرجع سابق ، ص 315.

الفرع الثاني : مبادئ اتفاقية تربرس .

أولا – مبدأ المعاملة الوطنية :

إن تطبيق هذا المبدأ يتقيد بحماية ما يرد عليه من استثناءات وفقا للمعاهدات التي أقرتها إتفاقية تربرس ، وهي "معاهدة باريس لحماية الملكية الصناعية حسب تعديلها لعام 1967 ، ومعاهدة واشنطن لحماية الدوائر المتكاملة لسنة 1989، ومعاهدة برن عام 1971، ومعاهدة روما عام 1961".¹

وتقضي المادة الثالثة من إتفاقية تربرس بأن تمنح كل دولة عضو للأجانب المنتمين إلى أي دولة أخرى من الدول الأعضاء معاملة لا تقل عن تلك التي تمنحها للمواطنين في شأن حماية الملكية الفكرية، وعليه فإن هذا المبدأ يرسى نوعا من المساواة بين الأشخاص المنتمين إلى الدول الأخرى الأعضاء في الإتفاقية وبين الوطنيين المنتمين إلى دولة معينة عضو في الإتفاقية وتطبق هذه المساواة من حيث تحديد المستفيدين من هذه الحماية وكيفية الحصول عليها ونطاقها ومدتها ونفاذها.²

وهذا المبدأ يتوافق مع حكم المادة الثانية من إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية التي سبقت إتفاقية تربرس في إرساء المعاملة الوطنية ، فقد أعطت إتفاقية باريس وفقا للمادة (1/2) الدول الأعضاء في اتحاد باريس معاملة رعايا الدول الأعضاء الأخرى نفس معاملة مواطنيها وتمنحهم نفس المزايا التي تمنحها حاليا أو مستقبلا قوانين تلك الدول مواطنيها أما إتفاقية تربرس فهي توجب على الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية معاملة مواطني الدول الأخرى معاملة لا تقل عن معاملة مواطنيها، ويجب ضمان هذا الحق دون الحاجة إلى شرط الإقامة أو وجود منشأة تجارية في الدول المطلوب فيها الحماية، ويمتد حق المعاملة الوطنية طبقا لنص المادة 03 من إتفاقية تربرس إلى مواطني الدول غير الأعضاء في الإتفاق ممن يقيمون، أو لديهم منشأة تجارية أو صناعية عاملة في أي دولة عضو في الإتفاقية.³

ولكن يلاحظ أن مبدأ المعاملة الوطنية يتعين تطبيقه فقط عندما يكون المنتج أو الخدمة أو العنصر المتعلق بحقوق الملكية الفكرية قد تم دخوله إلى السوق الوطنية وعليه فإن تقرير

¹-ميلود سلامي، مرجع سابق ، ص 24.

²-جلال وفاء محمدين ،الحماية القانونية للملكية الصناعية، بدون طبعة ، الاسكندرية ، دار الجامعة الجديدة للنشر،

2000، ص 23.

³-سماح محمدي ، مرجع سابق ، ص 191 .

الفصل الاول: أحكام حماية العلامة التجارية في الاتفاقيات الدولية

رسوم جمركية على سلعة مستوردة لا يعتبر كقاعدة عامة اعتداء على مبدأ المعاملة الوطنية حتى ولو لم تكن المنتجات المحلية عليها نفس الضريبة أو الرسم المعادل¹.

المطلب الثاني: معايير حماية العلامة التجارية في إتفاقية تريبس.

تناولت إتفاقية تريبس حماية العلامة التجارية في القسم الثاني من الجزء الثاني من الإتفاقية في المواد من 15 إلى 21 وقد تضمنت هذه المواد ماييلي:

1-المواد القابلة للحماية :

تعتبر علامة تجارية كل علامة تكون قادرة على تمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة ما، عن تلك التي تنتجها منشأة أخرى ، وتدخل في عداد العلامة التجارية الكلمات التي تشتمل على أسماء شخصية والحروف والأرقام والأشكال ومجموعات الألوان أو أي مزيج منها، وهي تصلح جميعها للتسجيل كعلامة تجارية (المادة 15 فقرة 1 تريبس).

ومن الغنى عن البيان أن التعداد المتقدم وارد على سبيل المثال لا على سبيل الحصر، وقد عدلت إتفاقية تريبس وطورت ما تضمنته إتفاقية باريس للملكية الصناعية (تعديل استكهولم 1967) فيما يتعلق بالعلامة التجارية من عدة وجوه أهمها :

(أ) أن إتفاقية تريبس لم تقصر العلامة التجارية على علامة السلعة ، بل أضافت إلى مفهوم العلامة التجارية علامة الخدمة ، ومن ثم تسرى على علامة الخدمة كافة المواد التي تعالج العلامة التجارية شأنها في ذلك شأن علامة السلعة.

(ب) أن إتفاقية تريبس أبرزت خاصية العلامة التجارية في تمييز السلع والخدمات، واتخذت خاصية التمييز كأساس تقوم عليه العلامة التجارية.²

2-الحقوق الممنوحة :

ووفقا للفقرة الأولى من المادة 16 من إتفاقية تريبس يتمتع صاحب العلامة التجارية المسجلة بالحق المطلق في منع الغير من إستعمال علامته التجارية أو أي علامة مشابهة لها بصدد السلع أو الخدمات التي تميزها العلامة ، أو السلع المماثلة التي يؤدي استعمال العلامة

¹-جلال وفاء محمدين ، المرجع السابق ،ص 24 .
²-انظر في أهمية النص على ذلك في إتفاقية تريبس.

الفصل الاول: أحكام حماية العلامة التجارية في الاتفاقيات الدولية

بصددها إلى احتمال حدوث لبس 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.

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 .²

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 ومنشأ السلعة ، ويشترط النص لجواز منح هذه الاستثناءات أن تكون محدودة، وأن تراعى المصالح المشروعة لصاحب العلامة التجارية

4- مدة الحماية :

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

5- وجوب استعمال العلامة :

ووفقا للمادة 1/19 من اتفاقية تريبس ، إذا كان استعمال العلامة التجارية شرطا لازما لاستمرار تسجيلها، فلا يجوز شطب تسجيل العلامة إلا بعد مضي 3 سنوات متواصلة دون استعمالها ، ما لم يثبت صاحب العلامة وجود مبررات وجيهة تستند إلى وجود عقبات تحول

¹- انظر مضمون المادة 116 من اتفاقية تريبس.

²- حسام الدين الصغير، الاطار الدولي للحماية في مجال العلامات التجارية ، ندوة الويبو دون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد ، الدار البيضاء، جامعة المنوفية، 2004، ص17.

الفصل الاول: أحكام حماية العلامة التجارية في الاتفاقيات الدولية

دون الإستخدام ، مثل القيود التي قد تفرضها الحكومة على إستيراد المواد الأولية التي تدخل في صناعة السلعة التي تستخدم العلامة في تمييزها، أو تضع قيودا على استعمالها¹.

6-تقييد استخدام العلامة بشروط أخرى :

حظرت المادة 20 من اتفاقية التربس على الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية تقييد استخدام العلامة في التجارة بشروط خاصة، وخصت بالذكر:

1-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 العلامتين .

2-اشتراط استخدام العلامة بشكل خاص كاشتراط استخدام إسم نوعية المنتجات وخاصة المنتجات الدوائية إلى جانب العلامة لتجارية ، أو استخدامها بأسلوب يقلل من قدرتها على التمييز بين السلع والخدمات التي تنتجها منشأة معينة وتلك التي تنتجها منشأة أخرى².

7- الترخيص والتنازل: أجازت المادة 21 من اتفاقية تربس للدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية أن تضع شروطا للترخيص باستخدام العلامة التجارية أو التنازل عنها، غير أنها حظرت الترخيص الإجباري باستخدام العلامة التجارية.

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 تربس وبعض التشريعات الأخرى، إلا أنه يخالف تشريعات كثير من الدول الأخرى التي لا تجيز التنازل عن العلامة إلا بالارتباط بالمتجر أو المشروع الذي تستخدم العلامة في تمييز

¹-حسام الدين الصغير ، المرجع السابق ،ص20.

²- حسام الدين الصغير، المرجع السابق ،ص21.

الفصل الاول: أحكام حماية العلامة التجارية في الاتفاقيات الدولية

منتجاته أو خدماته، مثل قانون العلامات والبيانات التجارية المصري الملغي رقم 57 لسنة 1939¹.

يُنصح بالامتثال للحد الأدنى من معايير تريس من أجل تجنب الإنتقام السياسي والتجاري والإجراءات التأديبية في إطار منظمة التجارة العالمية، من ناحية أخرى قد يؤدي توفير الحماية التي تتجاوز الحد الأدنى من المعايير إلى إعاقة المنافسة في السوق المحلية وتوفير دخل إضافي لأصحاب حقوق الملكية الفكرية الأجانب.²

¹- حسام الدين الصغير، المرجع نفسه ، ص21.

²- john reves ، trad related aspects of intellectual property rights،staff research paper ، productivity commission،1999،p15.

الفصل الثاني: أحكام حماية العلامة التجارية في إطار المنظمات العالمية.
كان من نتيجة الإهتمام العالمي بالملكية الفكرية والتطور التكنولوجي الهائل، وما نتج عنه من تحرير للتجارة على مستوى العالم وإزالة الحواجز أمام التجارة الدولية ، ظهور الحاجة لتنظيم الإتفاقيات الإقليمية والدولية، فارتفعت الأصوات منادية بضرورة إنشاء هيئات دولية متخصصة تضطلع بمهمة تكريس التعاون والدفاع عن مصالح الدول الأعضاء ومحاربة الغش وكل ما من شأنه تضليل المستهلكين، ومساعدة الدول الأعضاء في تنظيم وتعديل تشريعاتها بما يتلائم والنقلة التجارية والصناعية الهائلة حتى يكفل لها التوافق مع بقية دول العالم في مجال قوانين الملكية الفكرية، لذلك سأطرق ضمن هذا الفصل لأبرز المنظمات في مجال حماية العلامات التجارية والتي تسعى إلى مساعدة البلدان من أجل توفير الرخاء الاقتصادي والاجتماعي وتشجيع حماية عناصر الملكية الفكرية والصناعية بما يسهم في زيادة الاستقرار والأمن لمراعاة الحقوق المحمية في السوق العالمية الذي تحتدم فيه أعمال المنافسة ، وذلك من خلال مبحثين ¹.

المبحث الأول: المنظمة العالمية للملكية الفكرية.

اتجه المجتمع الدولي بعد إنشاء منظمة الأمم المتحدة أكثر من أي وقت مضى، إلى تكثيف جهوده من أجل الحفاظ على السلم والأمن الدوليين والتعاون الدولي، لذا فقد تم تشجيع الدول على إنشاء المنظمات الدولية، الإقليمية والعالمية لتكون فضاء لتأطير صور التعاون، في مختلف المجالات ذات الإهتمام المشترك بين الدول، وعلى هذا الأساس تم إنشاء منظمات دولية ووكالات دولية ذات تخصصات مختلفة كمنظمة العمل الدولية ومنظمة الأغذية والزراعة ومنظمة التربية والعلوم والثقافة ومنظمة الصحة العالمية ، وسنتطرق في هذا المبحث إلى مفهوم المنظمة العالمية للملكية الفكرية في (المطلب الأول) وأجهزة المنظمة العالمية للملكية الفكرية وأنشطتها في (المطلب الثاني) ².

¹- سماح محمدي، المرجع السابق، ص172.

²-محمد إبراهيم الصايغ، دور المنظمة العالمية للملكية الفكرية في حماية الملكية الفكرية ،رسالة الماجستير، جامعة الجزائر ،الجزائر، 2011/2012، ص5.

المطلب الأول: مفهوم المنظمة العالمية للملكية الفكرية.

في هذا الجزء من البحث سنتطرق إلى تعريف بالمنظمة العالمية للملكية الفكرية (في الفرع الأول) وأهداف هذه المنظمة في (الفرع الثاني) .

الفرع الأول: التعريف بالمنظمة العالمية للملكية الفكرية .

تختصر بتسمية wipo هي منظمة دولية تابعة لإحدى وكالات الأمم المتحدة مقرها جنيف السويسرية يرجع تاريخها إنشائها إلى سنة 1883، تأسست هذه المنظمة بموجب اتفاقية تم توقيعها في ستوكهولم عام 1967 "تحت عنوان اتفاقية إنشاء المنظمة العالمية للملكية الفكرية"، ودخلت هذه الاتفاقية حيز التنفيذ عام 1970 تتولى المنظمة حاليا إدارة 26 اتفاقية تنص كلها على حقوق متفق عليها دوليا وقواعد ومعايير مشتركة لحمايتها وتوافق الدول الموقعة على هذه المعاهدات وعلى تطبيقها ويزداد الدور الذي تؤديه المنظمة أهمية في تسهيل الانتفاع بأنظمتها على الصعيدين الوطني والدولي من خلال تنسيق الإجراءات وتبسيطها هذا ويبلغ عدد الأعضاء في الويبو حاليا 188 دولة منها الجزائر¹، والعضوية في الويبو متاحة لكل دولة عضو في منظمة الأمم المتحدة أو إحدى وكالاتها المتخصصة، وعلى الدولة الراغبة في الإنضمام أن تودع وثيقة انضمامها أو تصديقها لدى المدير العام بجنيف². كما أن المنظمة العالمية للملكية الفكرية تعمل من أجل تعزيز حماية حقوق الملكية الفكرية³. وتهدف المنظمة أساسا إلى تنسيق القوانين والتشريعات الوطنية ذات العلاقة بالملكية الفكرية حتى يسهل عليها الاستجابة بشكل أفضل وأسرع لطلبات الحماية التي تتلقاها من مختلف الدول، وتعد الويبو أيضا مصدرا لتبادل المعلومات وتقديم المساعدة الفنية والقانونية حول الملكية الفكرية ومن ثم تسهيل تسوية المنازعات القائمة بين الدول الأطراف حول الملكيات⁴.

1- التي انضمت اليها في 14 جويلية 1967 ووقعت عليها في 16 جانفي 1975 ودخلت حيز التنفيذ في 16 افريل 1975 وهذا بموجب الامر (2-75) المتضمن مصادقة الجزائر على اتفاقية انشاء هذه المنظمة.

2- بويشطولة بسمه ، الحماية القانونية للعلامة التجارية، رسالة ماجستير، (غير منشورة)، جامعة محمد لمين دباغين ، سطيف 2014\2015، ص 129 .

3- المنظمة العالمية للملكية الفكرية، <http://ar.wikipedia.org/wiki/> 20\05\2020 .

4- ليلي شيخة، اتفاقية حقوق الملكية الفكرية ذات العلاقة بالتجارة الدولية واشكالية نقل التكنولوجيا الى الدول النامية ، رسالة ماجستير، (غير منشورة)، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، 2006\2007، ص 21.

الفرع الثاني: أهداف المنظمة العالمية للملكية الفكرية .

بينت المادتان الثالثة والرابعة من اتفاقية إنشاء المنظمة العالمية للملكية الفكرية الغرض الذي من أجله وجدت هذه المنظمة وسبل تحقيق هذه الأغراض .

فأما غرض وجود هذه المنظمة فقد بينته إجمالاً المادة الثالثة من الاتفاقية وهو :

-دعم حماية الملكية الفكرية في جميع أنحاء العالم عن طريق التعاون بين الدول، والتعاون مع أية منظمة دولية أخرى متى كان ذلك ممكناً خاصة التي لها علاقة مع موضوع الملكية الفكرية .

- ضمان التعاون الإداري بين الاتحادات الدولية الناشطة في مجال حماية الملكية الفكرية.

أما سبل تحقيق وتفصيل مجمل الغرضين السالفين فقد تكفلت بهما المادة الرابعة من اتفاقية إنشاء المنظمة العالمية للملكية الفكرية وهي :

1- العمل على دعم اتخاذ الإجراءات التي تهدف إلى تيسير الحماية الفعالة للملكية الفكرية في جميع أنحاء العالم وإلى تنسيق التشريعات الوطنية في هذا المجال.
2- القيام بالمهام الإدارية لاتحاد باريس، وللاتحادات الخاصة المنشأة فيما يتعلق باتحاد "برن" .

3-تولي المهام الإدارية الناشئة عن تنفيذ أي اتفاق دولي يهدف إلى دعم حماية الملكية الفكرية أو المشاركة في هذه المهام.

4 - تشجيع إبرام الاتفاقيات الدولية التي تهدف إلى تدعيم حماية الملكية الفكرية .

5 -عرض تعاون المنظمة العالمية للملكية الفكرية على الدول التي تطلب المساعدة القانونية الفنية في مجال الملكية الفكرية.

6-جمع المعلومات الخاصة بحماية الملكية الفكرية ونشرها، وإجراء الدراسات في هذا المجال وتشجيعها، ونشر نتائج تلك الدراسات .

الفصل الثاني: أحكام حماية العلامة التجارية في إطار المنظمات العالمية

7-توفير الخدمات التي تيسر الحماية الدولية للملكية الفكرية، وتنهض بأعباء

التسجيل في هذا المجال، ونشر البيانات الخاصة بالتسجيل حيثما كان ذلك ملائماً.

8 -اتخاذ أي إجراء آخر.¹

المطلب الثاني : أجهزة المنظمة العالمية للملكية الفكرية وأنشطتها .

حتى تقوم المنظمة بدورها على أكمل وجه يجب أن يكون لديها أجهزة فعالة تساعد في تحقيق الأهداف المرجوة وفي هذا المطلب سنتناول أجهزة المنظمة العالمية للملكية الفكرية في(الفرع الأول) وتحديد أنشطتها في (الفرع الثاني) .

الفرع الأول : أجهزة المنظمة

أولاً- الجمعية العامة : وتتشكل من الدول الاعضاء في الاتفاقية وتمثل كل حكومة بمندوب واحد يكون ممثلاً للدولة واحدة بصوت واحد ويجوز ان تشارك الدول الاطراف في هذه المعاهدة والتي ليست اعضاء في أي من الاتحادات في اجتماعات الجمعية العامة بصفة مراقبين ، أما النصاب القانوني للاجتماعات فهو 50% وتجتمع مرة كل ثلاث سنوات في دورة عادية ولها الحق في الاجتماع عن طريق دورة استثنائية بدعوة من المدير العام بناء على طلب من لجنة التنسيق او 1/4 من الدول الاعضاء في الجمعية ، وتبت في قراراتها بأغلبية ثلثي الاصوات المشتركة في الاقتراع مبدئياً وفي بعض المسائل الاخرى تشترط اما الاغلبية 3/4 من الاصوات المشتركة في الاقتراع او 9/10 منها .

ثانياً- المؤتمر: ويتشكل من كل الدول الاطراف في الاتفاقية وتمثل كل الحكومة بصوت واحد عن طريق مندوبها ويجتمع المؤتمر في دورة عادية كل ثلاث سنوات وفي دورة استثنائية في نفس الوقت والمكان الذي تجتمع فيه الجمعية العامة ، والنصاب القانوني المطلوب في المؤتمر هو 1/3 عدد الدول الاعضاء .

ثالثاً- لجنة التنسيق : تتشكل من الدول الأطراف في هاته الاتفاقية ويمثل كل حكومة مندوب واحد بصوت واحد يصوت باسمها فقط ، وتتميز مهام لجنة التنسيق بالطابع التقني والاجرائي

1- محمد ابراهيم الصايغ ،مرجع سابق ،ص 13 .

الفصل الثاني: أحكام حماية العلامة التجارية في إطار المنظمات العالمية

فهي تقدم المشورة في أجهزة الاتحادات والجمعية العامة والمؤتمر والمدير العام، وتعد مشروع جدول أعمال الجمعية العامة وجدول أعمال المؤتمر وترشح لمنصب المدير العام اين تعرض اسمه على الجمعية العامة كما تعين المدير العام بالنيابة في حالة شغور منصب المدير العام بين دورتين للجمعية العامة، وتجتمع لجنة التنسيق مرة واحدة سنويا في دورة عادية كما تجتمع في دورة استثنائية بدعوة من المدير العام تكون بمبادرة منه وبناء على طلب من رئيس اللجنة او 1/4 عدد أعضائها، اما النصاب القانوني المطلوب فيتطلب الاغلبية البسيطة (50%+1) للأصوات المشتركة في الاقتراع .

رابعا -المكتب الدولي: ويمثل سكريتاريا المنظمة ويسيره المدير العام الذي تعينه الجمعية العامة ويعين لمدة ستة سنوات قابلة للتجديد لمدة محددة .¹

الفرع الثاني :انشطة المنظمة العالمية للملكية الفكرية .

تسعى الويبو الى تقديم الخدمات التالية :

-اسداء النصح والمشورة وتنظيم التدريب من طرف موظفي الويبو والخبراء الذين تختارهم او يتم ذلك عن طريق الاجتماعات الدولية التي تنظمها الويبو لهذه الغاية .

-اتاحة برامج التدريس والتدريب الشاملة على الصعيدين الوطني والاقليمي للموظفين المسؤولين عن نظام الملكية الفكرية ،بمن فيهم الجهات المكلفة بإنفاذ الحقوق وفئات المنتفعين التقليديين والجدد لتوعيتهم بأهمية الملكية الفكرية ،ومساعدتهم على تكوين ثرواتهم الاقتصادية الخاصة والعمل على تحديث المكاتب الوطنية للملكية الفكرية وتوسيع نطاقها من خلال الانتفاع الافضل بنظام الملكية الفكرية .

-امداد البلدان النامية بمساعدة واسعة لاكتساب الموارد الخاصة بتكنولوجيا المعلومات وتبسيط الاجراءات الادارية حتى يتسنى لهذه البلدان ادارة ثرواتها المتعلقة بالملكية الفكرية ، ومن شأن هذه المساعدة اتاحة الفرصة التي تكفل لهذه البلدان النامية المشاركة في شبكة الويبو العالمية للمعلومات .

¹ميسة عبدالوهاب ، سعداني كمال ،مرجع سابق ،ص54 .

الفصل الثاني: أحكام حماية العلامة التجارية في إطار المنظمات العالمية

-تشرف الويبو على سلسلة من الأنشطة لصالح الدول النامية وبلدان أخرى وبالتعاون معها ومساعدة أعضاء منظمة التجارة العالمية على تنسيق تشريعاتها المتعلقة بالملكية الفكرية وهيئاتها الإدارية المعنية بذلك، وتشجيع حماية الملكية الفكرية من خلال وضع القواعد والمعايير الدولية وتطبيقها في كل انحاء العالم.¹

المبحث الثاني: منظمة التجارة العالمية.

أنشئت منظمة التجارة العالمية في 1995، وهي واحدة من اصغر المنظمات العالمية عمرا حيث ان منظمة التجارة العالمية هي خليفة الاتفاقية العامة للتعريفات والتجارة (الجات) والتي أنشئت في أعقاب الحرب العالمية الثانية ، ولقد تطور النظام من خلال سلسلة من المفاوضات أو الجولات التجارية التي انعقدت تحت راية الجات ، وقد تنازلت الجولات الأولى بصفة أساسية عن خفض التعريفات ، وشملت المفاوضات التالية مواضع أخرى مثل مقاومة الإغراق ولإجراءات التي لا تخص التعريفات ، كما أدت الجولة الأخيرة من 1986 إلى 1994، إلى إنشاء المنظمة التجارية العالمية.²

المطلب الأول: مفهوم منظمة التجارة العالمية.

إن بيان مفهوم منظمة التجارة العالمية يتطلب التطرق إلى تعريفها وأهدافها وخصائصها وسنتناول هذه الموضوعات في الفروع التالية:

الفرع الأول: تعريف منظمة التجارة الدولية.

للمنظمة العالمية للتجارة عدة تعاريف من أهمها:

- تعرف منظمة التجارة العالمية بأنها منظمة دولية تعمل على حرية التجارة العالمية من خلال انتقال السلع والخدمات والأشخاص بين الدول، وما يترتب على ذلك من آثار إقتصادية وسياسية واجتماعية وثقافية وبيئية وحماية الملكية الفكرية .

- وهي عبارة عن إطار مؤسسي واحد يجمع كل الاتفاقيات والوثائق القانونية التي تم التفاوض بشأنها في جولة أوروغواي، وتغطي التجارة في السلع والخدمات، وحماية حقوق الملكية الفكرية، بالإضافة إلى إجراءات تسوية المنازعات، ومع الرصد المنتظم للسياسات

¹-بوشطولة بسمة ، مرجع سابق ،ص 132 .

²- منظمة التجارة العالمية، <http://www.aspip.org>، تاريخ الزيارة 29/05/21.

الفصل الثاني: أحكام حماية العلامة التجارية في إطار المنظمات العالمية

التي يطبقها أعضاء المنظمة وبالإضافة إلى ذلك هناك عددا من القرارات والإعلانات الوزارية التي تكمل الاتفاقيات التي تم التوصل إليها¹.

من خلال هذه التعاريف نلاحظ أن منظمة التجارة العالمية، هي منظمة إقتصادية عالمية النشاط ذات شخصية قانونية مستقلة، وتعمل ضمن منظومة النظام الإقتصادي العالمي الجديد، على إدارة وإقامة دعائم النظام التجاري الدولي وتقويته في مجال تحرير التجارة الدولية، وزيادة التبادل الدولي والنشاط الإقتصادي العالمي، وتقف على قدم المساواة مع صندوق النقد الدولي والبنك الدولي، في رسم وتوجيه السياسات الإقتصادية الدولية المؤثرة على الأطراف المختلفة في العالم، للوصول إلى إدارة أكثر كفاءة وأفضل للنظام الإقتصادي العالمي².

كما يمكن تعريفها بأنها (هيئة تقوم بإنشائها مجموعة من الدول لتحقيق أغراض ومصالح مشتركة بينها ، وتكون لها إرادة ذاتية مستقلة يتم التعبير عنها في المجتمع الدولي وفي مواجهة الأعضاء فيها بواسطة أجهزة دائمة خاصة بها³، وفي هذا المطلب سنتطرق إلى أهداف المنظمة في (الفرع الأول) واختصاصاتها في (الفرع الثاني).

الفرع الثاني: أهداف المنظمة

تهدف منظمة التجارة العالمية إلى تحرير التجارة الدولية ، ومن أجل ذلك يجب على أعضائها أن يستهدفوا رفع مستويات المعيشة وتحقيق العمالة الكاملة واستمرار كبير في نمو حجم الدخل الحقيقي والطلب الفعلي و زيادة الإنتاج المتواصل والإتجار في السلع والخدمات بما يتيح الاستخدام الأمثل لموارد العالم وفقا لهذه التسمية وذلك مع توخي حماية البيئة والحفاظ عليها ودعم الوسائل الكفيلة بتحقيق ذلك بصورة تتلائم واحتياجات واهتمامات كل

¹- بن عيسى شافية ، اثار وتحديات الإنظام للمنظمة العالمية للتجارة على القطاع المصرفي الجزائري، رسالة ماجستير، (غير منشورة) ، جامعة الجزائر3 ، الجزائر ، 2010 \ 2011 ، ص 20 .

²- بن عيسى شافية ، المرجع السابق ، ص 20 .

³- سهيل حسين الفتلاوي ، منظمة التجارة العالمية ، الطبعة الاولى ، عمان ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، 2006 ، ص 48.

الفصل الثاني: أحكام حماية العلامة التجارية في إطار المنظمات العالمية

منها في مختلف مستويات التسمية الاقتصادية في أن واحدا¹، وفي هذا الإطار تسعى المنظمة إلى تحقيق الأهداف التالية:

أولاً- تحقيق التنمية: تسعى المنظمة العالمية للتجارة إلى رفع مستوى المعيشة للدول الأعضاء والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية لجميع الدول، وخاصة الدول النامية التي تزيد نسبة عدد أعضائها في المنظمة عن 75% من مجموع الدول الأعضاء، بحيث تمنح المنظمة لهذه الدول معاملة تفضيلية خاصة، فتمنحها مساعدات تقنية والتزامات أقل تشددا من غيرها، وتعفى الدول الأقل نموا من بعض أحكام اتفاقيات منظمة التجارة العالمية.

ثانياً- حل المنازعات بين الدول الأعضاء: لم تكن الجات كافية لفض المنازعات بين الدول الأعضاء التي قد تنشأ بسبب الاختلاف حول تفسير أحكام وإتفاقيات جولة أوروغواي نظرا لكثرتها وتشعبها وبسبب المشاكل كان من الضروري إنشاء آلية فعالة وذات قوة رادعة، تمثلت هذه الآلية في منظمة التجارة العالمية.

ثالثاً- إيجاد آلية تواصل بين الدول الأعضاء: تلعب الشفافية دورا مهما في تسهيل المعاملات التجارية بين الدول، خاصة مع تعدد التشريعات وتنوع القطاعات التجارية والابتكارات، لذلك تفرض معظم إتفاقيات منظمة التجارة العالمية على الدول الأعضاء إخطار غيرها بالتشريعات التجارية والأحكام ذات العلاقة بشؤون التجارة الدولية.

رابعا- تقوية الاقتصاد العالمي: وذلك من خلال تحرير التجارة من جميع القيود، وتسهيل الوصول إلى الأسواق العالمية، بالإضافة إلى زيادة الطلب على الموارد الاقتصادية والاستغلال الأمثل لها، مما يسمح برفع مستوى الدخل الوطني الحقيقي للدول الأعضاء.² ومن ثم فإن المنظمة تعمل لزيادة فاعلية الاقتصاد الدولي والدفع والتكامل الاقتصادي بالتجارة الدولية إلى التنوع، وفي الوقت ذاته تعطي فترة سماح مناسبة للاقتصاديات المتخلفة حتى تستكمل قدراتها وتنمي مصادر هذه القدرة لتصبح مؤهلة لعصر الأسواق المفتوحة.³

¹- ابراهيم احمد خليفة ، النظام القانوني لمنظمة التجارة العالمية ، بدون طبعة ، الاسكندرية ، دار الجامعة الجديدة، 2008 ، ص 18 .

²- بن عيسى شافية ، مرجع سابق ، ص 27 .

³- فلاح حميد ، دور المنظمة العالمية للتجارة في بعث مفهوم جديد لفكرة السيادة ، أطروحة دكتوراه ، جامعة الجزائر 1 - بن يوسف بن خدة ، الجزائر، 2015\2016 ، ص 81 .

الفرع الثالث : إختصاصات منظمة التجارة العالمية .

للمنظمة عدة إختصاصات إشرافية وإدارية على كافة الاتفاقات الداخلة تحت مظلتها، وقد حصرت المادة الثالثة من اتفاقية الإنشاء هذه المهامات في خمس نقاط:

أولاً- تسهل المنظمة تنفيذ وإدارة وإعمال هذا الاتفاق والاتفاقات التجارية متعددة الأطراف وتعزز أهدافها ، كما توفر الأطار لتنفيذ وإدارة أعمال الاتفاقات التجارية متعددة الأطراف .

ثانياً- توفر المنظمة محفلا للتفاوض فيما بين أعضائها بشأن علاقتها التجارية متعددة الأطراف في المسائل التي تتناولها الاتفاقات الواردة في ملاحق هذا الاتفاق ، وللمنظمة كذلك أن توفر محفلا لمزيد من المفاوضات فيما بين أعضائها بشأن علاقتها التجارية متعددة الأطراف ، وإطارا لتنفيذ نتائج مثل هذه المفاوضات على النحو الذي يقرره المؤتمر الوزاري .

ثالثاً- تدير المنظمة سير التفاهم بشأن القواعد والإجراءات التي تنظم تسوية المنازعات

رابعاً- تدير المنظمة آلية مراجعة السياسة التجارية .

خامساً- تتعاون المنظمة مع صندوق النقد الدولي والبنك الدولي للإنشاء و التعمير ووكالاته بغية تحقيق أكبر قدر من التناسق في وضع سياسة الاقتصادية العالمية.¹

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لمنظمة التجارة العالمية.

يقصد بأجهزة منظمة التجارة العالمية، المؤسسات التي تتبع المنظمة والتي تضطلع لمسؤولية تحقيق أهدافها، وتضم منظمة التجارة العالمية العديد من الأجهزة التابعة لها والتي أطلق عليها "هيكل المنظمة" وسنتناولها في فرعين (الفرع الأول) الأجهزة العامة و(الفرع الثاني) الأجهزة المتخصصة.²

¹-ضيف الله دهيم عوض الرشيدى، اليات تطبيق قرارات منظمة التجارة العالمية على الدول الاعضاء فيما يتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية ،رسالة ماجستير ،(غير منشورة)،جامعة الشرق الاوسط ، الشرق الاوسط ، 2011 ،ص26 .

²- سهيل حسين الفتلاوي ، مرجع سابق ،ص 125 .

الفرع الأول: الأجهزة العامة.

وهي أجهزة رئيسية في المنظمة تخول لها القيام بمسؤولياتها وتحقيق أهدافها، وسنذكر الأجهزة العامة (المؤتمر الدولي، المجلس العام، الأمانة، جهاز تسوية المنازعات، وجهاز إستعراض السياسة التجارية) فيما يلي:

أولاً-المؤتمر الدولي: يكتسي المؤتمر الوزاري أهمية بالغة بالنسبة لمنظمة التجارة العالمية وتوضح أهمية هذا الجهاز بالنسبة لكل من تشكيله واختصاصه، فالمؤتمر يتكون من ممثلي جميع الأعضاء المادة (1/4) من اتفاقية مراكش هكذا فإن مبدأ المساواة واجب الاحترام في هذا الشأن، ولا يقتصر أعمال مبدأ المساواة على التشكيل فقط بل يمتد إلى عملية التصويت فكل عضو في إجتماعات المؤتمر صوت واحد (المادة 1/9 من اتفاقية مراكش) بل و يتحقق احترام المساواة بين الدول الأعضاء لمنح كل دولة عضو الحق في أن تطلب إلى المؤتمر الوزاري إتخاذ القرارات المتعلقة بإختصاص منظمة التجارة العالمية.

وبرغم من أن إجتماعات المؤتمر الوزاري دورية، بإجتماعه مرة على الأقل كل سنتين فإن المؤتمر يتمتع بخصيصة أساسية تتمثل في أن اختصاصه عام وشامل فهو يطلع بالمهام الرئيسية للمنظمة وكل ما يتصل بأداء الوظائف المنظمة من مسائل، ولقد أحسن واضعو اتفاقية مراكش صنعا بأن أكدوا على النطاق المتسع الاختصاص للمؤتمر الوزاري بالنص على أن للمؤتمر الوزاري سلطة اتخاذ القرارات في جميع المسائل التي ينص عليها أي من الاتفاقيات التجارية متعددة الأطراف (المادة 1/4 من مراكش) ومع وضع هذه القاعدة فإن واضعي اتفاقية مراكش قد أكدوا على مسائل معينة تدخل في نطاق اختصاص المؤتمر الوزاري¹.

ثانياً-المجلس العام: يتألف المجلس العام من ممثلي الدول الأعضاء جميعهم في منظمة التجارة العالمية ويجتمع في أي وقت يتطلب ذلك ويأتي المجلس العام في المرتبة الثانية بعد المجلس الوزاري ويقوم بأعمال المؤتمر الوزاري خلال المدة التي تفصل بين إجتماعاته وهو يختلف عن المؤتمر الوزاري من جهة كونه ينعقد في أي وقت يطلب منه، في

¹-مصطفى سلامة، منظمة التجارة العالمية، ط الثانية، الاسكندرية، دار الجامعة الجديدة لنشر، 2008، ص 38.

الفصل الثاني: أحكام حماية العلامة التجارية في إطار المنظمات العالمية

حين أن المؤتمر الوزاري يكون التمثيل فيه غير دائم ،والمجلس العام أشبه بممثلي الدول الأعضاء في الجمعية العامة للأمم المتحدة ، اذ يكون التمثيل فيه بشكل دائم للدول ويختص المجلس بما يأتي :

- 1- القيام بمهام المؤتمر الوزاري في الفترات التي تفصل بين اجتماعاته .
- 2-القيام بالأعمال الموكلة اليه بموجب اتفاقية المنظمة .
- 3-وضع القواعد والإجراءات الخاصة بتسيير أعماله .
- 4-إقرار القواعد الخاصة بإجراءات اللجان التي ينشئها المجلس الوزاري.
- 5-القيام بمهام جهاز تسوية المنازعات بين الدول الأعضاء في المنظمة.
- 6-القيام بمهام جهاز مراجعة السياسة التجارية¹.

ثالثا-الأمانة: تعد الأمانة هي الجهاز الإداري الرئيسي والضروري للمنظمة ويرأسها الموظف الإداري الأكبر ويطلق عليه المدير العام الذي يعينه المؤتمر الوزاري ويعتمد الأنظمة التي تحدد سلطاته وواجباته وشروط خدماته وفترة شغله المنصب وفيما يتعلق بمسألة تعيين موظفي المنظمة ،فالمدير العام هو الذي يعينهم ويحدد واجباتهم وشروط خدمتهم وفقا للقواعد التي يعتمدها المؤتمر الوزاري ،وتكون مسؤوليات المدير العام ومسؤوليات موظفي الأمانة دولية بحتة وترتبطا على ذلك ، أنه لا يجوز للمدير العام ولا موظفي الأمانة أن يسعوا أو أن يقبلوا في معرض قيامهم بواجباتهم تعليمات من أي حكومة أو جهة أخرى خارج المنظمة ،وعلى أعضاء المنظمة أن يحترموا الطابع الدولي لمسؤوليات المدير العام وموظفي الأمانة وأن لا يحاولوا التأثير عليهم في أداء واجباتهم . من الجدير بالذكر أن جميع هذه الأحكام تعد تطبيقا للقواعد العامة التي تطبق على الوظيفة الدولية ، وتختص الأمانة وكقاعدة عامة بجميع المسائل الإدارية في المنظمة والتي تنص عليها اتفاقية إنشاء المنظمة والاتفاقات التجارية متعددة الأطراف ،ومثال للمسائل الإدارية ما يقدمه المدير العام إلى لجنة الميزانية والمالية والإدارة من تقديرات ميزانية المنظمة السنوية

¹-سهيل حسين الفتلاوي، مرجع سابق، ص130 .

الفصل الثاني: أحكام حماية العلامة التجارية في إطار المنظمات العالمية

وبياناتها المالية السنوية وللقيام بالمهام الإدارية للمنظمة تم إنشاء مجموعة من الإدارات أو الأقسام الداخلية التي تختص كل منها بمسائل معينة.¹

رابعا- جهاز تسوية المنازعات: ولقد نصت المادة (2) من اتفاق التفاهم على انشاء هذا الجهاز²، و توقع واضعوا اتفاقات التجارة العالمية أن المشكلة التي تواجه تنظيم التجارة الدولية لا تكمن فقط في تحديد قواعد تحكم المعاملات التجارية فيما بين الدول، بل في ضرورة العمل على إحترام هذه القواعد، بمواجهة ما قد ينشب في العمل من خلافات تتعلق بتطبيق النصوص وتفسيرها، فالمنازعات في المجال التجاري أمر وارد والقواعد القانونية المنظمة للعلاقات الاقتصادية الدولية تتأثر بصفة أساسية بالظروف والاحوال الاقتصادية، وهذه القواعد ترتبط كذلك في تكوينها ومضمونها وتطبيقها بمدى ثبات و تغير الظروف الاقتصادية.³

ويضم جهاز تسوية المنازعات ممثلي الدول الأعضاء جميعهم وهو بمثابة جمعية عامة، وللجهاز أن يعين رئيسا له ويضع القواعد الخاصة بالإجراءات التي يتبعها، وعندما ينعقد المجلس لتسوية المنازعات فإنه ينعقد لهذه الصفة ولا ينعقد بصفة المجلس العام، وإن كان يضم أعضاء المجلس العام جميعهم، ولم تشترط اتفاقية منظمة التجارة العالمية شروطا معينة للممثلين في الجهاز فهو يشمل الدول جميعهم وقراراته تصدر بالأغلبية.

ويلاحظ أن جهاز تسوية المنازعات تغلب عليه الصفة الاقتصادية أو السياسية وكان ينبغي أن يكون جهازا قانونيا يختار فيه عدد محدود من الأعضاء يراعي في اختيارهم المؤهلات القانونية أو الخبرة في الأمور الاقتصادية، ذلك أن تفسير المعاهدات يتطلب هذه الشروط ولا يعتمد على رغبة الدول الأعضاء التي تراعي مصالحها في التفسير وإن كانت تتناقض مع الاتفاقية، غير أن المنظمة اختارت أن تكون تسوية النزاعات على أساس التنازلات وليس على أساس القانون للوصول إلى قواعد ترضي الأطراف في منظمة التجارة العالمية لدفع العلاقات التجارية العالمية.⁴

¹- ابراهيم احمد خليفة، المرجع السابق، ص 84 .

²حسين البداري، "تسوية المنازعات في اطار منظمة التجارة"، ندوة الويبو الوطنية المتخصصة للقضاة والمدعين العامين والمحامين، صنعاء(اليمن)، 2004، ص 5 .

³-مصطفى سلامة، مرجع سابق، ص 45 .

⁴- سهيل حسين الفتلاوي، المرجع السابق، ص 130 .

خامسا - آلية أو جهاز استعراض السياسة التجارية: يعد تأسيس آلية أو جهاز لإستعراض السياسة التجارية أحد مظاهر الأجهزة المستحدثة التي أثمرت عن مفاوضات أوجواي للتجارة العالمية ، فإنه في ظل جات 1947 كانت اجتماعات الأطراف المتعاقدة تمثل نوعا من الإستعراض العام للسياسة التجارية للدول الأعضاء ، غير أن هذه الاجتماعات لم يكن هناك من اطار تنظيمي محدد يحكمها ، ويحدد الهدف منها وأسلوب ممارستها ، لذا تم النص في الملحق (3) لاتفاقية مراكش لعام 1994 ، بإنشاء آلية لاستعراض السياسة التجارية، والهدف من وراء انشاء هذه الآلية يتمثل في القيام بتقويم عام وشامل للعلاقة بين السياسات والممارسات من ناحية والنظام الدولي التجاري من ناحية أخرى ¹.

الفرع الثاني: الأجهزة المتخصصة .

أولاً- المجالس. إن الغرض الرئيسي من إنشاء منظمة التجارة العالمية وضع تنظيم قانوني لقطاعات التجارة الدولية المختلفة ، فلا ضرر أن يتواجد بجوار التنظيم الشامل للتجارة الدولية والذي تضطلع به الأجهزة العامة للمنظمة أجهزة أخرى متخصصة يقوم كل جهاز منها بمباشرة اختصاصه في مجال من مجالات التجارة الدولية الرئيسية ،(السلع ،الخدمات، حقوق الملكية الفكرية) ،لذا تم النص في اتفاقية مراكش لعام 1994 على إنشاء ثلاثة مجالس يختص كل واحد منها بأحد قطاعات التجارة الدولية وقد خصصت الفقرة الخامسة من المادة الرابعة لاتفاقية مراكش ، على إنشاء هذه المجالس الثلاثة التالية :

1-مجلس شؤون التجارة للسلع: والذي يشرف على سير اتفاقات التجارة متعددة الأطراف الواردة في الملحق ("1" ألف) من اتفاقية مراكش.

2-مجلس شؤون التجارة في الخدمات: ويشرف على سير الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات (اتفاقية الخدمات الواردة في الملحق "1" اتفاقية مراكش)

3-مجلس شؤون الجوانب المتصلة بالتجارة لحقوق الملكية الفكرية: ويطلق عليه مجلس الملكية الفكرية ،يقوم هذا المجلس بالإشراف على سير اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية.²

ثانيا :اللجان الفرعية وهي أربعة .

¹ مصطفى سلامة، مرجع سابق، ص52 .
² مصطفى سلامة ،مرجع سابق، ص55 .

الفصل الثاني: أحكام حماية العلامة التجارية في إطار المنظمات العالمية

1-لجنة التجارة والتنمية: التي تهتم بالعالم الثالث وبالأخص الدول الأقل نمواً.

2-لجنة التجارة والبيئة: وتختص بدراسة تأثير التجارة على البيئة .

3-لجنة القيود المفروضة لأهداف ترتبط بميزان المدفوعات: وتقدم الاستشارات

بالقيود التي ترد على التجارة لأهداف ترتبط بميزان المدفوعات.

4-لجنة الميزانية والمالية والإدارة : وتشرف على المسائل الداخلية للمنظمة ،وقد

بلغت مساهمة الأعضاء عام2000 حوالي 74مليون دولار امريكي ويتناسب حجم اسهام كل

عضو مع أهمية تجارته الخارجية ،فتبلغ حصة الولايات المتحدة الأمريكية 15.7% من

ميزانية المنظمة ،بينما تبلغ مساهمة الدول الإسلامية 5.5 % من ميزانية المنظمة وقد دفعت

ماليزيا وتركيا والامارات العربية المتحدة اكثر من ثلثي هذه النسبة ¹.

¹ منظمة التجارة العالمية ، <https://ar.wikipedia.org> 106\2021.

عالجت هذه الدراسة دور الاتفاقيات الدولية في حماية الملكية الصناعية، وبالأخص العلامة التجارية التي لها دورا اقتصاديا فعال بالنسبة للمؤسسات والشركات باعتبارها مصدر يؤمن الأموال والمداخيل اللازمة لاستمرار نشاط وتوسع هذه الكيانات ، مما يمكنها من أخذ مكانة في السوق خاصة بوجود المنافسة غير شرعية وغير الأخلاقية ، كالتقليد والقرصنة والاستخدام غير المشروع .

فمن أجل حماية هذه العلامة أو المجهودات الفكرية والابداعية والتي أثمرت بعد سنين بحث وضمان استمرارها ، أدرجت الدول الصناعية الكبرى موضوع حماية حقوق الملكية الفكرية في مفاوضات التجارة الدولية التي أفضت إلى استحداث اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية لسنة 1994(تربس) ، التي تعد من أهم اتفاقيات منظمة التجارة العالمية، فأصبحت كافة الدول المنظمة اليها مجبرة على حماية الأصناف المختلفة لحقوق الملكية الفكرية وفق معايير محددة من حيث الأصناف التي تدخل في الحماية ومدتها وأليتها .

وقد عالجتنا في هذه الدراسة التسجيل و الحماية الدولية للعلامة التجارية من خلال استعراض أهم الاتفاقيات الدولية في هذا المجال و لاسيما منها اتفاقية باريس لحقوق الملكية الصناعية لسنة 1883 ، كما تطرقنا الى أبرز المنظمات في مجال حماية العلامات التجارية والتي تسعى إلى مساعدة البلدان من أجل توفير الرخاء الاقتصادي والاجتماعي وتشجيع حماية عناصر الملكية الفكرية والصناعية بما يسهم في زيادة الاستقرار والأمن عالميا وتحريير التجارة الدولية ،ومن خلال هذه الدراسة توصلنا الى النتائج التالية :

أولا-النتائج: وتتمثل فيما يلي:

- تعتبر اتفاقية باريس الأساس في حماية الحقوق الصناعية خاصة المتعلقة بالعلامة

التجارية.

- بعد الانضمام للاتفاقيات الدولية التي تسعى لتقديم الحماية للعلامة التجارية والتصديق على هذه الاتفاقيات فإنها تسمو على القوانين الداخلية للدول الأعضاء فيها ولا يجوز ان تتعارض قوانين هذه الدول الأعضاء فيها مع مضمون الاتفاقية.
- تطوير المعايير القانونية الدولية التي تسعى لحماية العلامة التجارية وتوحيدها بسن قواعد قانونية دولية تتسم بالشمولية والعمومية .
- تشرف المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) على سلسلة من الأنشطة لصالح الدول النامية وبلدان أخرى وبالتعاون معها و مساعدة أعضاء منظمة التجارة العالمية على تنسيق تشريعاتها المتعلقة بالملكية الفكرية وهيئاتها الإدارية المعنية بذلك، و تشجيع حماية الملكية الفكرية من خلال وضع القواعد والمعايير الدولية وتطبيقها في كل أنحاء العالم.

ثانيا-الاقتراحات :

- يجب على الدول النامية الانضمام لمنظمة التجارة العالمية لأنه ليس أمر تخييري بل اصبح أمر حتمي لا يمكن تجاهله ولا بد منه .
- نظرا لاستمرار التطور العلمي والتكنولوجي ،لابد من العمل المستمر على توسيع مضمون الاتفاقيات الحديثة في ظل هذا التطور العالمي الكبير المستمر من القلم والكتاب الى لغة الارقام ولا نعرف ماذا بعد؟

قائمة المصادر والمراجع

المصادر والمراجع باللغة العربية :

01-قائمة المصادر:

أولا: القرآن الكريم

ثانيا :الاتفاقيات والمعاهدات الدولية

1-اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883،الامر66-48 المؤرخ في 1966/02/25، الجريدة الرسمية العدد16 ،لسنة 1966 .

2-اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891 ، الامر72-10 المؤرخ في 1972/03/22 ، الجريدة الرسمية العدد 32 ،لسنة1972 .

3-اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية لسنة 1994 .

02-قائمة المراجع :

أولا :الكتب

1-احمد الجعبير ،العلامات التجارية ، منشورات الجلبى الحقوقية ،لبنان (بيروت)،2012 .

2-صلاح زين الدين ،الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة عمان ،2010 .

3-أنطوان ناشف ،الإعلانات والعلامات التجارية ،منشورات الجلبى الحقوقية ،بيروت ،1999 .

4-صلاح زين الدين ،العلامة التجارية وطنيا ،دار الثقافة للنشر والتوزيع ،عمان ،2009 .

5-جلال وفاء محمدين ،الحماية القانونية للملكية الصناعية ،دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية،2000 .

6-محمد مصطفى عبد الصادق ، الحماية القانونية للعلامات التجارية إقليمية ودولياً، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع،البحرين،2011 .

7-إبراهيم احمد خليفة ،النظام القانوني لمنظمة التجارة العلمية ،دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية،2008 .

8-سهيل حسين الفتلاوي ، منظمة التجارة العلمية ،دار الثقافة للنشر والتوزيع ،عمان،2006.

9-مصطفى سلامة ،منظمة التجارة العالمية ،دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع، الإسكندرية،2008 .

10-عباس حلمي المنزلاوي ،الملكية الصناعية ،ديوان المطبوعات الجامعية ،1983 .

ثانياً: المجلات والدوريات

01-إبراهيم إسماعيل إبراهيم ، الحماية الدولية للعلامة التجارية وفقاً لاتفاقية ترينس، مجلة العلوم الإنسانية ، العدد الثاني،2015 .

02-بارة السعيد ،نظام مدريد كآلية للتسجيل الدولي للعلامات التجارية ،المجلة الاكاديمية للبحث القانوني ،العدد الثاني،2016 .

ثالثاً : المؤتمرات والندوات والمحاضرات

01-حسام الدين الصغير، الاطار الدولي للحماية في مجال العلامات التجارية ، ندوة الويبو دون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد ،جامعة المنوفية ،الدار البيضاء،2004 .

02-حسن البداري ،تسوية المنازعات في اطار منظمة التجارة ،ندوة الويبو الوطنية المتخصصة للقضاة والمدعين العامين والمحامين ،صنعاء،2004 .

رابعاً :الاطروحات والرسائل

- 01-ميلود سلامي ،النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية،(أطروحة دكتوراه) ،غير منشورة ،جامعة باتنة ،2012/2011 .
- 02-فتحي نسيمه ، الحماية الدولية لحقوق الملكية الفكرية ، (رسالة ماجستير)، غير منشورة، جامعة تيزي وزو ، 2012.
- 03-ميسة عبد الوهاب ، سعداني كمال ،حماية العلامات التجارية في القانون الدولي ،(مذكرة ماستر) ،جامعة الوادي ،2017/2016 .
- 04-سماح محمدي ،الحماية القانونية للعلامات التجارية إقليميا ودوليا ، (أطروحة دكتوراه) ،غير منشورة ،جامعة باتنة ،2015 .
- 06-محمد إبراهيم الصايغ ،دور المنظمة العالمية للملكية الفكرية في حماية الملكية الفكرية ،(رسالة ماجستير) ،غير منشورة ،جامعة الجزائر،2012/2011 .
- 07-بوبشطولة بسمة ، الحماية القانونية للعلامة التجارية ،(رسالة ماجستير) ،غير منشورة ،جامعة سطيف ،2015/2014 .
- 08-ليلي شيخة ، اتفاقية حقوق الملكية الفكرية ذات العلاقة بالتجارة الدولية واشكالية نقل التكنولوجيا في الدول النامية ،(رسالة ماجستير)، غير منشورة ،جامعة باتنة،2007/2006.
- 09-بن عيسى شافية ،اثر وتحديات الانضمام للمنظمة العالمية للتجارة على القطاع المصرفي الجزائري ،(رسالة ماجستير) ،غير منشورة ،جامعة الجزائر ،2011/2010 .
- 10-فلاح حميد ،دور المنظمة العالمية للتجارة في بعث مفهوم جديد لفكرة السيادة،(أطروحة الدكتوراه) ،غير منشورة ،جامعة الجزائر ،2016/2015 .

11-ضيف الله دهيم عوض الرشيدى ،آليات تطبيق قرارات منظمة التجارة العالمية على الدول الأعضاء فيما يتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية ،(رسالة ماجستير)، غير منشور ،جامعة الشرق الأوسط ،2011 .

خامسا :المراجع الإلكترونية

01-المنظمة العالمية للملكية الفكرية

، تاريخ الزيارة 20/05/2021 . <http://ar.wikipedia.org/wiki/>

02-الموقع الإلكتروني للمنظمة العالمية للملكية الفكرية ،ميثاق المنظمة العالمية للملكية الفكرية

، تاريخ الزيارة <http://www.wipo.int/treaties/ar/convention/trtdocs> ، تاريخ الزيارة 22/05/2021 .

03-موقع منظمة التجارة العالمية

،تاريخ الزيارة 25/05/2021 . <http://www.aspip.org>

04- منظمة التجارة العالمية

، تاريخ الزيارة 01/06/ 2021 . <http://ar.wikipedia.org>

المراجع باللغة الأجنبية :

1. john reves , trad related aspects of intellectual property rights , staff research paper, productivity commission,1999.

فهرس المحتويات

الإهداء

كلمة شكر و عرفان

01	مقدمة:
06	الفصل الأول :: أحكام حماية العلامة التجارية في الاتفاقيات الدولية
06	المبحث الأول: حماية العلامة التجارية في إتفاقية باريس (1883)
06	المطلب الأول أغراض الإتفاقية وطبيعة الالتزامات
07	الفرع الأول : أغراض إتفاقية باريس .
08	الفرع الثاني :شروط تسجيل العلامة فيإتفاقية باريس .
09	المطلب الثاني : مبادئ إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية.
09	الفرع الأول : مبدأ المعاملة الوطنية.
10	الفرع الثاني : مبدأ الأسبقية
10	المبحث الثاني : إتفاقية مدريد للتسجيل الدولي للعلامات (1891)
11	المطلب الأول : التسجيل الدولي للعلامات.
12	الفرع الأول : الغرض من إتفاقية مدريد للتسجيل الدولي للعلامات
13	الفرع الثاني : المبادئ الرئيسية لإتفاقية مدريد للتسجيل الدولي للعلامات.
14	المطلب الثاني : أثر التسجيل الدولي للعلامات
14	المبحث الثالث : إتفاقية ترينس.
15	المطلب الأول :أسباب نشوء إتفاقية ترينس وأهم مبادئها.
15	الفرع الأول :أسباب نشوء إتفاقية ترينس .
17	الفرع الثاني : مبادئ إتفاقية ترينس
18	المطلب الثاني: معايير حماية العلامة التجارية في إتفاقية ترينس.
22	الفصل الثاني: أحكام حماية العلامة التجارية في إطار المنظمات العالمية
22	المبحث الأول: المنظمة العالمية للملكية الفكرية.
23	المطلب الأول: مفهوم المنظمة العالمية للملكية الفكرية.
23	الفرع الأول :التعريف بالمنظمة العالمية للملكية الفكرية
24	الفرع الثاني: أهداف المنظمة العالمية للملكية الفكرية
25	المطلب الثاني :أجهزة المنظمة العالمية للملكية الفكرية وأنشطتها .

25	الفرع الأول : أهداف المنظمة
26	الفرع الثاني:.....
27	المبحث الثاني: منظمة التجارة العالمية.....
27	المطلب الأول :مفهوم منظمة التجارة العالمية.....
27	الفرع الأول: تعريف منظمة التجارة الدولية.....
28	الفرع الثاني: أهداف المنظمة.....
30	الفرع الثالث : إختصاصات منظمة التجارة العالمية
30	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لمنظمة التجارة العالمية.....
31	الفرع الأول: الأجهزة العامة.....
34	الفرع الثاني :الأجهزة المتخصصة
36	الخاتمة:
38	قائمة المصادر والمراجع.....
44	ملخص:.....

ملخص:

بعد أن ثبت العجز في القوانين الوطنية التي تسعى لحماية العلامة التجارية، أصبح الوضع يشكل خطراً على حقوق الملكية الفكرية والصناعية بالأخص (العلامة التجارية) وصل إلى حد تضارب القوانين الوطنية التي تحكم ذات العلامة التجارية، هذا ما يجعلها تخضع لحماية فاعلة في دولة ويحرمها من ذلك في دولة أخرى .

ولقد جاء هذا البحث بهدف إبراز أهم الاتفاقيات الدولية والمنظمات الدولية التي تهدف إلى تقديم الحماية الدولية للعلامة التجارية، وقد عالجتنا في هذه الدراسة التسجيل والحماية الدولية للعلامة التجارية من خلال استعراض أهم الاتفاقيات الدولية في هذا المجال ولإسيما منها اتفاقية باريس لحقوق الملكية الصناعية لسنة 1883، وكذلك اتفاقية مدريد وتريبس، وبالنسبة للمنظمات الدولية فهي تتمثل في (المنظمة العالمية للملكية الفكرية ومنظمة التجارة العالمية).

وقد انضمت العديد من الدول لهذه الاتفاقيات والمنظمات الدولية التي تسعى إلى حماية الدولية للعلامة التجارية ومساعدة البلدان من أجل توفير الرخاء الاقتصادي والاجتماعي وتشجيع حماية عناصر الملكية الفكرية والصناعية بما يسهم في زيادة الاستقرار والأمن عالمياً وتحرير التجارة الدولية.

Résumé:

Après que l'échec des lois nationales visant à protéger la marque ait été prouvé, la situation est devenue une menace pour les droits de propriété intellectuelle et industrielle en particulier (la marque) et a atteint le point de conflits de lois nationales régissant la même marque, ce qui le soumet à une protection effective dans un pays et le prive de celle dans un autre pays.

Cette recherche est venue dans le but de mettre en évidence les accords internationaux les plus importants et les organisations internationales qui visent à fournir une protection internationale pour la marque. Dans cette étude, nous avons traité de l'enregistrement et de la protection internationale de la marque en passant en revue les accords internationaux les plus importants dans ce domaine. En particulier, la Convention de Paris sur les droits de propriété industrielle de 1883. Outre l'Accord de Madrid et l'Accord sur les ADPIC, et pour les organisations internationales, elle est représentée par (l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle et l'Organisation mondiale du commerce).

De nombreux pays ont adhéré à ces accords et organisations internationales qui cherchent à protéger la marque internationale et à aider les pays à assurer la prospérité économique et sociale et à encourager la protection des éléments de propriété intellectuelle et industrielle d'une manière qui contribue à accroître la stabilité et la sécurité à l'échelle mondiale et à libéraliser le Commerce.

