



المعهد القومي للملكية الفكرية
The National Institute of Intellectual Property
Helwan University, Egypt

المجلة العلمية للملكية الفكرية وإدارة الابتكار

دورية نصف سنوية محكمة يصدرها

المعهد القومي للملكية الفكرية

جامعة حلوان

المجلد الأول - العدد الأول

٢٠١٨

الهدف من المجلة:

تهدف المجلة العلمية للملكية الفكرية وإدارة الابتكار إلى نشر البحوث والدراسات النظرية والتطبيقية في مجال الملكية الفكرية بشقيها الصناعي والأدبي والفني وعلاقتها بإدارة الابتكار والتنمية المستدامة من كافة النواحي القانونية والاقتصادية والإدارية والعلمية والأدبية والفنية.

ضوابط عامة:

- تعبر كافة الدراسات والبحوث والمقالات عن رأى مؤلفيها ويأتي ترتيبها بالمجلة وفقاً لإعتبارات فنية لا علاقة لها بالقيمة العلمية لأى منها.
- تنشر المقالات غير المحكمة (أوراق العمل) فى زاوية خاصة فى المجلة.
- تنشر المجلة مراجعات وعروض الكتب الجديدة والدوريات.
- تنشر المجلة التقارير والبحوث والدراسات الملقاه فى مؤتمرات ومنتديات علمية والنشاطات الأكاديمية فى مجال تخصصها دونما تحكيم فى أعداد خاصة من المجلة.
- يمكن الاقتباس من بعض مواد المجلة بشرط الاشارة إلى المصدر.
- تنشر المجلة الأوراق البحثية للطلاب المسجلين لدرجتى الماجستير والدكتوراه.
- تصدر المجلة محكمة ودورية نصف سنوية.

ألية النشر فى المجلة:

- تقبل المجلة كافة البحوث والدراسات التطبيقية والأكاديمية فى مجال حقوق الملكية الفكرية بكافة جوانبها القانونية والتقنية والاقتصادية والإدارية والاجتماعية والثقافية والفنية.
- تقبل البحوث باللغات (العربية والانجليزية والفرنسية).
- تنشر المجلة ملخصات الرسائل العلمية الجديدة، وتعامل معاملة أوراق العمل.
- يجب أن يلتزم الباحث بعدم إرسال بحثه إلى جهة أخرى حتى يأتيه رد المجلة.
- يجب أن يلتزم الباحث بإتباع الأسس العلمية السليمة فى بحثه.
- يجب أن يرسل الباحث بحثه إلى المجلة من ثلاثة نسخ مطبوعة، وملخص باللغة العربية أو الانجليزية أو الفرنسية، فى حدود ٨ - ١٢ سطر، ويجب أن تكون الرسوم البيانية والإيضاحية مطبوعة وواضحة، بالإضافة إلى نسخة إلكترونية Soft Copy، ونوع الخط Romanes Times New ١٤ للعربى، و١٢ للانجليزي على B5 (ورق نصف ثمانيات) على البريد الإلكتروني: ymgad@niip.edi.eg
- ترسل البحوث إلى محكمين متخصصين وتحكم بسرية تامة.
- فى حالة قبول البحث للنشر، يلتزم الباحث بتعديله ليتناسب مع مقترحات المحكمين، وأسلوب النشر بالمجلة.

مجلس إدارة تحرير المجلة	
أ.د. ياسر محمد جاد الله محمود	أستاذ الاقتصاد والملكية الفكرية وعميد المعهد القومي للملكية الفكرية (بالتكليف) - رئيس تحرير المجلة
أ.د. أحمد عبد الكريم سلامة	أستاذ القانون الدولي الخاص بكلية الحقوق بجامعة حلوان والمستشار العلمي للمعهد - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة
أ.د. وكيل المعهد للدراسات العليا والبحوث	سكرتير تحرير المجلة
أ.د. جلال عبد الحميد عبد اللاه	أستاذ الهندسة الانشائية بكلية الهندسة بالمطرية بجامعة حلوان - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة
أ.د. هناء محمد الحسيني	أستاذ علوم الأطعمة بكلية الاقتصاد المنزلي بجامعة حلوان - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة
أ.د. وزير مفوض / مها بخيت محمد زكي	مدير إدارة الملكية الفكرية والتنافسية بجامعة الدول العربية - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة
اللواء أ.د. عبد القدوس عبد الرزاق العبيدلي	رئيس مجلس إدارة جمعية الإمارات للملكية الفكرية - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة
السفير / مساعد وزير الخارجية لشئون المنظمات الدولية	عضو مجلس إدارة تحرير المجلة

المراسلات

ترسل البحوث إلى رئيس تحرير المجلة العلمية للملكية الفكرية وإدارة الابتكار بجامعة حلوان جامعة حلوان - ٤ شارع كمال الدين صلاح - أمام السفارة الأمريكية بالقاهرة - جاردن سيتي

ص.ب: ١١٤٦١ جاردن سيتي

ت: ٢٠٢ ٢٥٤٨١٠٥٠ + محمول: ٢٠١٠٠٣٠٠٥٤٨ + ف: ٢٠٢ ٢٧٩٤٩٢٣٠ +

<http://www.helwan.edu.eg/niip/>

ymgad@niip.edu.eg

إفتتاحية العدد:

لا شك أن إنشاء المعهد القومي للملكية الفكرية بجامعة حلوان كان حلما للعالم العربي بأسره، وتحقق الحلم بفضل المولى عز وجل ليتم إنشاؤه فى مصرنا العزيزة ليكون منبرا رسميا للتنوير ونشر ثقافة الملكية الفكرية فى ربوع الوطن العربي. وجاء ذلك بقرار رئيس مجلس الوزراء بتفويض من فخامة السيد رئيس جمهورية مصر العربية فى ٢٠١٦. ولقد نظم المعهد مؤتمره العلمى الأول فى ابريل ٢٠١٨ تحت عنوان دور الملكية الفكرية فى تحقيق التنمية المستدامة، ليركز على البعد الاقتصادى والتنموى للملكية الفكرية، وما يمكن أن تلعبه لإحداث طفرة اقتصادية غير معهودة فى تاريخ الاقتصاد المصرى والعربى، والقدرة على ملاحقة التطور العلمى المتسارع الذى تشهده مجتمعات الدول المتقدمة.

ويحمل هذا العدد باكورة الانتاج العلمى لأبناء المجتمع المصرى نحو بناء جيل جديد متخصص فى مجال الملكية الفكرية. وبطبيعة الحال فى الكتابة فى هذا المجال الخصب والحيوى تحتاج المزيد من التدريب، وهو ما يعكس أن أوراق العمل المقدمة فى هذا المؤتمر تحتاج المزيد من الجهد والعمل لتطويرها مستقبلا لتأصيل علمى متميز فى هذا المجال بشتى تخصصاته الفريدة. ونأمل من المولى عز وجل أن تكون بداية طيبة على الطريق نحو بناء اقتصاد مصرى ممنهج بفلسفة علمية ممزوجة بملكية فكرية أصيلة للمصريين.

وتؤكد هيئة تحرير المجلة على أن جميع الأفكار التى تتناولها البحوث والأوراق المقدمة لا تعكس رأى الجامعة أو المعهد، وإنما تعبر عن وجهة نظر أصحابها، ويعدوا مسئولين مسئولية كاملة عن حقوق الملكية الفكرية التى تخص الغير فيما ورد بأوراق عملهم.

وندعو المولى عز وجل أن يجد القارئ المتخصص العون والفائدة.

رئيس التحرير

أ.د. ياسر محمد جادالله

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع	
١١	أطر حماية عقود نشر المصنفات الادبية في القوانين الداخلية والاتفاقيات الدولية.....	[١]
٣١	الأحكام العامة للترخيص باستعمال العلامة التجارية.....	[٢]
٦٥	فلسفة الادارة الجماعية لحقوق المؤلف: دراسة مقارنة بين نصوص القانون الفرنسي والقانون المصري المتعلقة بحقوق المؤلف وكذلك عرض موقف الاتفاقيات الدولية.....	[٣]
٨٣	دور حماية الملكية الفكرية فى دعم البحث العلمى والتطوير.....	[٤]
١١٩	حماية الملكية الفكرية بموجب براءات الاختراع والتنمية المستدامة فى مصر.....	[٥]
١٣٩	الأهمية الاقتصادية لتسجيل العلامات التجارية دولياً.....	[٦]
١٥٧	الأثار المترتبة على تخلف الشكلية فى عقود استغلال حقوق الملكية الفكرية.....	[٧]
١٧٥	المعرفة الفنية والعلامة التجارية المنقولة بعقد الامتياز التجارى....	[٨]
١٨٩	انعكاسات اتفاقية التريبس على الصحة العامة والحصول على الدواء فى الدول النامية.....	[٩]
٢٠٩	تداخل الاختصاصات بين أحكام التصميمات الصناعية وأحكام حقوق المؤلف.....	[١٠]
٢٤١	الاطار القانونى للتعويض العادل فى التراخيص الاجباريه لبراءات الاختراع فى القانون المصرى.....	[١١]
٢٦٩	حماية العلامة التجارية طبقاً للقانون المصرى.....	[١٢]
٢٩٥	سياسة الملكية الفكرية فى الجامعات الحكومية المصرية فى ضوء سياسة الويبو النموذجية للملكية الفكرية فى الجامعات	[١٣]
٣٣٥	سبل تسوية المنازعات فى الملكية الفكرية.....	[١٤]
٣٥٥	أصول الملكية الفكرية بين التقييم والتسويق.....	[١٥]
٣٧٣	الشروط اللازمة فى العلامة التجارية واجراءات تسجيلها داخل جمهورية مصر العربية.....	[١٦]
٣٩٧	أطر الحماية الجنائية للمؤشرات الجغرافية فى القانون المصرى والقوانين المقارنة.....	[١٧]
٤١١	الملكية الفكرية فى اقتصاد المعرفة.....	[١٨]
٤٢٥	حقوق المؤلف فى التريبس.....	[١٩]
٤٥٩	نحو سياسة تسويق ناجحة للملكية الفكرية.....	[٢٠]
٤٨٩	النظام القانونى للنسخة الخاصة.....	[٢١]
٥١٧	استراتيجيات الملكية الفكرية بالتطبيق على صناعة البرمجيات فى مصر.....	[٢٢]
٥٤٩	الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية وفقاً لأحكام القانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ والاتفاقيات الدولية.....	[٢٣]

الأهمية الاقتصادية لتسجيل العلامات التجارية دولياً

نيرفانا محمد عصام عبد العزيز ترك

الأهمية الاقتصادية لتسجيل العلامات التجارية دولياً

نيرفانا محمد عصام عبد العزيز ترك^١

مقدمة البحث:

أصبحت الملكية الفكرية أداة فعالة فى التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وما تحمله من أفكار وإبداع، بما من شأنه أن يعمل على تشجيع الاستثمار وتفعيل الأنشطة الاقتصادية وخلق فرص عمل للشباب والسعي من أجل تحقيق التنمية المستدامة أى التنمية التي ستحافظ على الموارد المختلفة و التي تتمتع بها البلاد من أجل ان تبقى لتنميتها وإستثمارها من الأجيال القادمة من شباب مصر. وأصبح من الأمور الشائعة الحديث عن أهمية العلامة التجارية، غير انه من الضروري الحديث فى هذا البحث إعتباراً للزاوية المنظور إليها للعلامة التجارية من خلال طريقة تسجيلها. إذ يجدر بالذكر أن العلامة التجارية يتم حمايتها بطريقتين داخل جمهورية مصر العربية:

الطريقة الاولى:

عن طريق إيداعها بالمكتب المصرى للعلامات التجارية والنماذج الصناعية.

الطريقة الثانية:

عن طريق إيداعها بواسطة المكتب الدولى للعلامات التجارية (الوايبو) وطلب حمايتها داخل جمهورية مصر العربية وفقاً لنظام مدريد للتسجيل الدولى. وقد أهتم معظم الباحثين بالعلامات التجارية المسجلة عن طريق المكتب المحلى وفى هذا البحث يتم التركيز على العلامات التجارية التي يتم تسجيلها عن طريق نظام مدريد الدولى وبخاصة فى مصر مع الاهتمام بالعلامات التي تم تسجيلها من للتسجيل المصريين (كبلد المنشأ) لحمايتها خارج مصر من خلال إستخدام نظام مدريد. وغالباً ما يكون قد فات الاوان عندما يدرك المصدرون والتجار أهميه تسجيل علاماتهم التجارية فى الخارج عندما يضطرون لمواجهة الموزرين والمعتدين على حقوقهم مما يترتب عليه عواقب بالغة التكلفة بالنسبة لمجمل أعمالهم واستراتيجيات التصدير بشركاتهم.

^١ باحث فنى - المكتب المصرى للعلامات التجارية والنماذج الصناعية والمؤشرات الجغرافية.

لذا وجدت انه يتحتم على ان أطرح هذا الموضوع الهام والموثر فى تنمية البلاد وحمائتها من خلال قوانين حماية الملكية الفكرية. وهو موضوع متميز عن غيره من الموضوعات السابقة والتي لم تطرح من قبل.

اشكالية البحث:

- كيف نستطيع أن نصل بالتسجيل الدولى للعلامات فى مصر الى ما يلى؟
- إحداث طفرة إقتصادية قوية فى مصر من خلال تطوير وتطبيق أحدث الطرق التكنولوجية فى مجال تسجيل العلامات التجارية بمصر.
- الفوائد العائدة على الاستثمار والتنمية الاقتصادية من التسجيل الدولى وحماية العلامة التجارية وهو محور من محاور الاقتصاد الوطنى وزيادة العملة الصعبة.
- توفير فرص عمل للشباب والقضاء على البطالة ورفع مستوى معيشة الافراد.
- الإعتلاء من شأن مصر بإسترجاع مكانتها العظيمة بين باقى الدول بريادتها وتاريخها الطويل فى العلامات التجارية حوالى ما يقترب من قرن من الزمان.
- كيفية إستغلال نظام مدريد لإحداث نهضة فى مجال حقوق الملكية الفكرية فى مصر بصورة عامة وفى مجال العلامات التجارية بصورة خاصة.
- أهمية حماية حقوق الملكية الفكرية فى تقدم الدول الناميه من منظور نظام مدريد للتسجيل الدولى للعلامات والتطور الناشئ لاسخدام المصريين له.
- السعى لتحقيق التوازن فى الخلل التجارى لميزان المدفوعات فى مصر من خلال زيادة فى حجم الصادرات المصرية مقابل نقص فى حجم الواردات.

فرضية وتساؤلات البحث:

تهدف الدراسة الى إختبار وتحديد مدى صحة أو خطأ فرض الدراسة، وذلك من خلال توصيف الأهمية الاقتصادية لتسجيل العلامة التجارية دوليا وذلك من خلال طرح عدة تساؤلات وهى كما يلى:

ان تسجيل العلامة التجارية دوليا وفى دول بالخارج له تأثير إقتصادى على مصر ام لا؟

والعكس اى تسجيل العلامة الدولية (القادمة من الخارج) فى مصر له مزايا إقتصادية أيضا ام لا؟

هل سيدر على مصر بالمنافع والارباح ام لا؟

هل سيزيد الاستثمار وتدفقات النقد الاجنبى ام لا؟

هل سيفتح منافذ جديدة متنوعة لتسويق المنتج المصرى سواء سلعة او خدمة

ام لا؟

هل سيؤدي الى زيادة تدفق العملة الاجنبية داخل البلاد ام لا؟
هل سيؤدي الى زيادة التنافسية على المنتج المصرى والسعى الى بناء وتشبيد
المزيد من المصانع ؟

طريق المعالجة:

منهج البحث هو المنهج الاستقرائى:

هو المنهج الذى يعتمد على فهم وتفسير العلاقات المختلفة والانتقال من
الجزئيات الى الكليات.
وذلك من خلال استعراض العلاقة بين زيادة حجم التسجيل الدولى للعلامات
التجارية فى مصر سواء الدولية القادمة الى مصر من الخارج او العلامات المصرية
التي ستحمى وستسجل بالخارج.
وبما إن التسجيل الدولى للعلامات التجارية هو فى الواقع، حق من حقوق
الملكية الفكرية والوصول من خلال استخدام هذا المنهج البحثى الى آثار هذه الزيادة
على التنمية الاقتصادية للبلاد مما يؤدي الى زيادة الاستثمار وارتفاع قيمة وحجم
الصادرات المصرية.

خطة البحث:

مبحث تمهيدى:

يتلخص نظام مدريد فى تأسيس مكتب لاستقبال العلامات المراد تسجيلها من
بلد المنشأ للدول المراد حماية العلامة فيها.
فيقوم بإيداع العلامة وترقيمها بعد إدخالها على نظام مدريد ثم يقوم بالاشهار
عنها وإخطار الدول المراد حماية العلامة بها (ومن الجدير بالذكر ان هذا المكتب
لا يقوم بفحص العلامة فحصا فنيا ولا يصدر قرار من قبول او رفض وانما يراجع
المنتجات على الفئات ويراجع بيانات طالب التسجيل ويتأكد من تحصيل الرسوم)
دون التدخل فى قرارات الدول المراد حماية العلامة بها(من قبول او رفض).
ثم يقوم بإخطار مقدم العلامة حال رفضها - فى دولة ما بأسباب الرفض
حتى يتمكن من النظم من هذا القرار وتعيين وكيل له فى تلك الدولة إن كان متمسكا
بتسجيل تلك العلامة فيها وعدم قناعته بهذا الرفض.

المبحث الاول: الملامح العامة لأهمية الانضمام لإتحاد مدريد

عانت مصر من قلة حجم تسجيل العلامات التجارية المحلية دوليا إلا على
فئة بسيطة جدا نظرا لنقص الوعي بأهمية التسجيل الدولى للعلامات التجارية.

إلا ان مؤخرا أنتشر الوعي بمعرفة قيمة التسجيل الدولي للعلامات وإستخدام نظام مدريد وخصوصا بعد إنضمام مصر لبروتوكول مدريد وتطور إستخداماته والتعديلات التى طبقت عليه فى السنوات الاخيرة، وهى كما يلي:

- يغطى نظام مدريد فعليا ١١٦ دولة على مستوى العالم (إتفاق وبروتوكول مدريد)
- بدأ نظام مدريد وفقا لاتفاقية مدريد للتسجيل الدولي للعلامات التجارية سنة ١٨٩١، ثم تم تعديله في عدد من الدول ترتيبها كالآتي:
- فى واشنطن ١٩١١، فى هنجاريا ١٩٢٥، فى لندن ١٩٣٤، فى نيس ١٩٥٧، فى ستوكهولم سنة ١٩٦٧ ثم سنة ١٩٧٩، وأخيرا تمت الموافقة النهائية عليه فى بروكسل سنة ١٩٩٠.
- ومن أوائل الدول إنضماما اليها: بلجيكا، فرنسا، سويسرا، أسبانيا، إيطاليا، هولندا، البرتغال وأنضمت مصر إليها فى ١ يوليو ١٩٥٢.
- آخر دولة أنضمت إليها موننتجرو فى ٢٠٠٦ ليكتمل عدد الدول الاعضاء بالاتفاقية الى ٥٥ دولة.
- أما بروتوكول مدريد للتسجيل الدولي للعلامات التجارية، فقد انشئ سنة ١٩٨٩، ثم تم التعديل النهائى له سنة ٢٠٠٦ ثم سنة ٢٠٠٧، فانضمت له العديد من الدول وعلى رأسهم مصر بتاريخ ٣ سبتمبر ٢٠٠٩.
- وليكتمل عدد الدول المنضمة له بإنضمام اخر دولة له حديثا وهى تايلند فى ٧ نوفمبر ٢٠١٧ وليصل العدد النهائى الى مئة دولة وهو نفس عدد الدول الأعضاء فى إتحاد مدريد بالإضافة الى المنظمات التى تحتوى على عدد كبير من الدول بداخلها.

مثال: المنظمة الافريقية للملكية الفكرية

والاتحاد الاوروبى

^١ هذا وقد تقرروفا للفريق العامل بالتطوير القانونى لنظام مدريد فى نوفمبر ٢٠١٥، أن تصبح جميع البلدان المتعاقدة بموجب إتفاقية مدريد ملزمة أيضا بموجب البروتوكول.

حتى لا يتسنى لاي بلد الانضمام الى الاتفاقية وحدها مستقبلا ولايتسنى إيداع طلبات بناء على الاتفاقية فقط ويكون الانضمام بعد ذلك للاتفاقية والبروتوكول معا. وبذلك تم تجميد العمل بالمادة ١٤(١) و ٢(أ) من الإتفاق منذ هذا التاريخ

وثيقة الوايبو (نوفمبر ٢٠١٥)، الدورة الثالثة عشر، جنيف^١

ونعود مرة أخرى الى المميزات التي عادت على مصر نتيجة الانضمام الى نظام مدريد منها على سبيل المثال لا الحصر:

العلامات المصرية (المنشأ) و التي خرجت للحماية بالخارج واسباب هذا التطور مما أدى بدوره الى نهضة إقتصادية.
فكرة منظومة الملكية الفكرية وبخاصة النظام الدولي (نظام مدريد)، فتح فرص عمل وتسهيل تسجيل العلامات التجارية المحلية بالخارج مما أدى الى التنوع فى إنشاء خطوط إنتاج جديدة بالمصانع المصرية مما يساعد على فتح أسواق تسويقية جديدة للمنتج المصرى بالخارج.

مثال علامة : النساجون الشرقيون

وقد قامت بتسجيل علامتها المحلية فى مصر ونذكر جزء من هذه العلامات كالآتي: ٢٥٩٤٧٨ - ٢٥٩٤٧٩ - ٢٥٩٨٧٩ - ٢٥٩٨٨٠ - ٢٥٩٨٧٨ - ٢٦٠٠٠٣

على الفئات التالية:

١٦ - ١٧ - ١٨ - ١٩ - ٢٠ - ٢٦ - ٢٨ - ٢٩ - ٦ - ٧ - ٨ - ٩ - ١٠ - ٣٥ - ٣٧ - ٣٨ - ٣٩ - ٤٠ - ٤١

فى المكتب المصرى للعلامات التجارية ثم قامت بتسجيل العلامة المحلية (المصرية) دوليا بهذه العلامة رقم (٦٨٤٦٠٩) Oriental Weavers

شكل العلامة



النساجون الشرقيون
Oriental Weavers

الفئة: ٢٧ وتحتوى على المنتجات الاتية : سجاد وسجاجيد آلية.
الدول تم التسجيل بها: ألبانيا، أرمينيا، البوسنة، بلغاريا، هولندا، سويسرا، الصين، كوبا، التشيك، كرواتيا، هنجاريا، إيران، كزاخستان، ليبيريا، لاتفيا، المغرب،

¹ <http://www.wipo.int/madrid/monitor/en/showData.jsp?ID=ROM.0684609>, on 2 March 2018 at 8 p.m.

موناكو، مقدونيا، مولدوفا، فيتنام، أوكرانيا، طاجستان، سان مارينو، منغوليا، بولندا، البرتغال، رومانيا، سيبيريا، السودان، سلوفانيا، سلوفاكيا.

لذا فحجم التصدير فى زيادة وإرتفاع، بالإضافة للاشتراك فى معظم المعارض والمحافل الدولية مما يعلى من شأن العلامة سواء بمنتجاتها أو بخدماتها. ونتيجة لزيادة الوعى بالتسجيل الدولى مؤخرًا، سعى التجار وأصحاب العلامات المصرية للتصدير عن طريق حماية علامتهم مما يعود عليهم بالعملة الصعبة مع زياده حجم هذه الصادرات.

فإذا قمنا بعمل مقارنة لقياس حجم التسجيل الدولى للعلامات التجارية المصرية بالخارج (التسجيل المحلى/ دولى) خلال أخر خمس سنوات من (٢٠١٣-٢٠١٧) أى بعد إنضمام مصر لبروتوكول مدريد ومقارنة ذلك مع حجم التسجيل الدولى من (٢٠٠٤-٢٠٠٨) أى قبل الانضمام للبروتوكول، بنسبة زيادة ١٠٠٠% أو أكثر فكانت تتراوح بين (٣-٥) وأصبحت الان (30-20) علامة.^٢ حيث ان اجمالى العلامات التى تم تسجيلها اعتبارا من (٢٠٠٤-٢٠٠٨) تساوى ١٢ علامة فى حين انه فى ٢٠١٧ تساوى ١١٤ اى نسبة زيادة تقترب من ١٠٠٠%.

وقد قدرت نسب الزيادة السنوية حوالى ٩٢٠% - ٢٣٠٠% - ٨٥٠% - ١٦٠٠% - ٤٥٠% تقريبا ونسبة الزيادة السنوية ٩٥٠%.

أما فيما يخص العلامات الدولية المطلوب حمايتها فى مصر فنسبة الزيادة يقترب من ١٠٠% = ٣٧٠٠/١٩٢٩ % تقريبا، أن مجموع الزيادة كلها تقترب من ١٠٠%، وبالرغم من قلة العدد (حجم التسجيل الدولى للعلامات التجارية فى مصر) إلا ان العدد زاد بالفعل بعد الانضمام لبروتوكول مدريد وأرتفعت النسبة كثيرا رغم أنها مازالت ضعيفة نسبيا بالمقارنة بحجم تسجيل العلامات التجارية المقدمة دوليا داخل مصر والتي بدورها قد زادت بنسبة ٢٠٠% فكانت تتراوح بين (1950 - ٢٩٠٠) علامة قبل الانضمام للبروتوكول وأصبحت (3700-4300) علامة بعد الانضمام للبروتوكول.

كما نلاحظ ذلك فى الرسم البيانى والاحصائيات التالية:

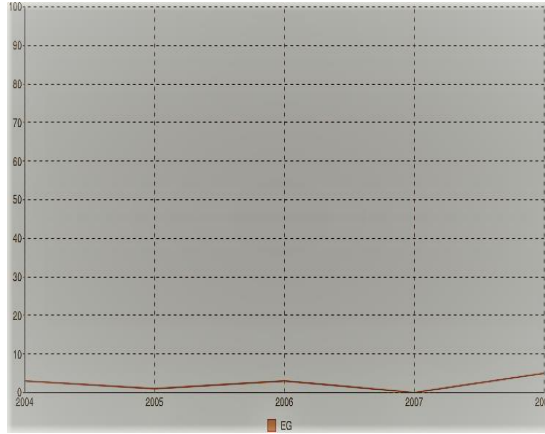


^١ قاعدة بيانات المكتب المصرى للعلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية، جهاز تنمية التجارة الداخلية،

٢٥ فبراير ٢٠١٨

٢ إعداد الباحث (فبراير ٢٠١٨)

أولاً: رسم بياني يوضح حجم تسجيل العلامات المصرية بالخارج وتطورها منذ عام ٢٠٠٤ و حتى نهاية ٢٠٠٨ (لمدة خمس سنوات)



Office of origin	2004	2005	2006	2007	2008
EG	3	1	3	0	5
Total	3	1	3	0	5

وبالمقارنة مع:

٢ رسم بياني يوضح حجم تسجيل العلامات المصرية بالخارج وتطورها منذ عام ٢٠١٣ و حتى نهاية ٢٠١٧ (آخر خمس سنوات)

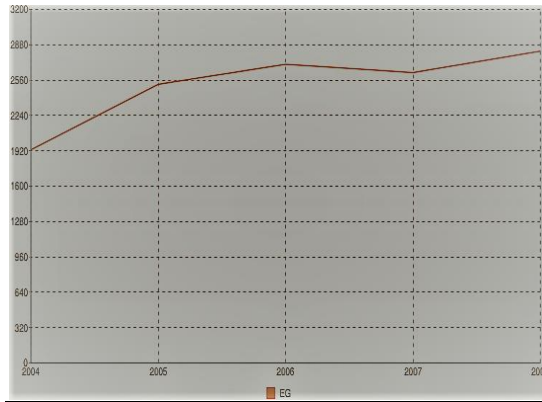


¹ <http://www.wipo.int/madrid/en/statistics/index.jsp?type=1>, on 19 Feb 2018 At 9:06

² <http://www.wipo.int/madrid/en/statistics/index.jsp?type=1>, on 19 Feb 2018 At 9:06

Office of origin	2013	2014	2015	2016	2017
EG	28	23	25	16	22
Total	28	23	25	16	22

ثانياً: ارسـم بياني يوضح حجم تسجيل العلامات الدولية في مصر وتطورها منذ عام ٢٠٠٤ و حتى نهاية ٢٠٠٨ (أى لمدة خمس سنوات)

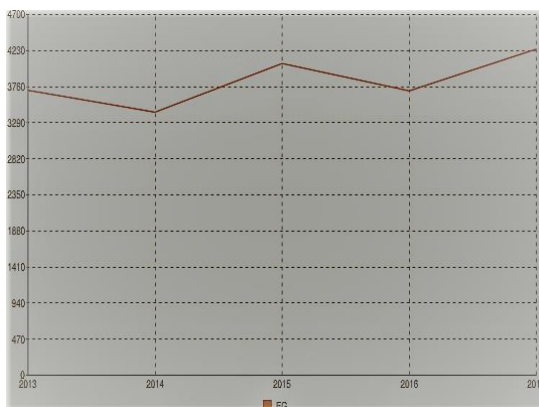


Office of Origin	2004	2005	2006	2007	2008
EG	1929	2522	2703	2628	2878
Total	1929	2522	2703	2628	2878

¹ <http://www.wipo.int/madrid/en/statistics/index.jsp?type=1>, on 9 Feb 2018 At 9:06

وبالمقارنة مع:

ارسم بياني يوضح حجم تسجيل العلامات الدولية في مصر وتطورها منذ عام ٢٠١٣ و حتى نهاية ٢٠١٧ (آخر خمس سنوات)



Office of origin	2013	2014	2015	2016	2017
EG	3712	3427	4061	3705	4248
Total	3712	3427	4061	3705	4248

هذا بالإضافة إلى:

- أن الانضمام إلى نظام مدريد لتسجيل العلامة التجارية المحلية والتي تصير من خلاله إلى علامة دولية.
- مما يسهل الحصول على حماية العلامات التجارية في بلدان أخرى.
- يكفل نظام مدريد مزايا عديدة لأصحاب العلامات التجارية، فبدلاً من إيداع عدة طلبات وطنية في جميع البلدان المعنية وتحريرها بلغات مختلفة وفقاً للقواعد والأنظمة والإجراءات الوطنية والإقليمية المتباينة ودفع عدد كبير من الرسوم المختلفة (التي غالباً ما تكون مرتفعة).
- يمكن أن يتم التسجيل الدولي بمجرد إيداع طلب لدى المكتب الدولي (عن طريق المكتب الوطني) بلغة واحدة (الانجليزية أو الفرنسية أو الإسبانية)

¹ <http://www.wipo.int/madrid/en/statistics/index.jsp?type=1>, on 10 Feb 2018 At 9:06

^٢ يراجع في ذلك ويتفصيل أكثر جلال وفاء محبين، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقاً لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية، ٢٠٠٤، ج.م.ع. والدكتور بلال عبد المطلب بدوى تطوّر الاتيات الدولية، دار الجامعة الجديدة ٢٠٠٠، ج.م.ع.

- ويتسديد مجموعة واحدة من الرسوم فقط وتوفير مصاريف الترجمة من لغته الام الى إحدى لغات المنظمة.
- توفير مصاريف وأتعاب المحاماه كل على حدى.
- التعامل بعملة واحدة وهى الفرنك السويسرى ومن خلال مكتب واحد وهو المكتب الدولى ممثلا فى (الوايبو)، مما يوفر إجراءات تغيير العملة وإختلاف سعر الصرف من دولة الى أخرى وسهولة تيسير الاجراءات.
- أذن فهو قرار إيجابى سريع وموحد، فعند إرسال مالك العلامة طلب التسجيل لعدة دول ولو فى عدة قارات مختلفة من خلال الوايبو، لا ينتظر رد كل دولة على حدى وفقا لظروفها، بل عليه انتظار رد الوايبو كردا واحدا فعلا وسريعا بالنسبة لكل الدول معا.
- إذا نقل التسجيل الدولى الى الغير أو طرأ أى تغيير آخر كتغيير الاسم أو العنوان أو أحدهما، تقيد تلك البيانات باتخاذ إجراء واحد ويسرى أثرها على جميع الاطراف المتعاقدة المعنية.
- تيسيرا لعمل المنتفعين بنظام مدريد، ينشر المكتب الدولى دليل التسجيل الدولى للعلامات بناء على إتفاق مدريد وبروتوكول مدريد.
- لذا جاء الاحتياج الشديد له من قبل الدول المختلفة ومالكي العلامات التجارية لما له من فوائد كثيرة عليهم: فهو الأسرع والأبسط والأرخص.

المبحث الثانى: مزايا التسجيل الدولى للعلامات التجارية فى مصر

نستخلص من هذه الدراسة ما يلى :

من المقارنات السابقة يتضح ان زيادة تسجيل العلامات التجارية بالخارج نسبته تقارب ١٠٠٠ % بما يعنى اهتمام المنتجين بزيادة صادراتهم تبعا لحماية علاماتهم بالخارج ويظهر ذلك جليا فى الزيادة المستمرة لتسجيل العلامات المصرية بالخارج عن طريق نظام مدريد.

كما اوضحنا سابقا فان هذا النظام ليس هو الطريقة الوحيدة لحماية العلامات فمن الممكن تسجيلها كذلك عن طريق ايداعها بالمكاتب المحلية بالخارج.

وهذه المقارنات ما هى الا مؤشر على زيادة اهتمام المنتجين بحماية علامتهم بالخارج بما يعنى زياده التصدير وما يتبعه من زياده خطوط الانتاج وإستحداث وظائف جديدة لتستمر دائرة النجاح والتفوق.

لذا فاهتمامنا بالملكية الفكرية فى مصر سيؤدى بالطبع الى طفرة اقتصادية كبيرة فى البلاد.

ومن ضمن مميزات مدريد:

أن المؤسسات الوطنية تقوم على تسويق نفسها فى الخارج وبمنأى عن مكاتب العلامات التجارية الوطنية، فى كل دول العالم والتي تتم معالجتها من خلال المكتب الدولى WIPO ويتم تعويض المكتب الوطنى من خلال توزيع رسوم

التسجيل وأعمال أخرى مثال (طلب إمتداد حماية، ترخيص بالانتفاع، تجديد، تغيير المالك، تغيير عنوان، أسبقية الخ....).

مما يعود بالارباح المادية للمكاتب الوطنية من خلال تطبيقات نظام مدريد، بل ومضاعفة هذه الارباح كمصدر إضافي للدخل.

و بالرغم أن المساحة والفرق شاسع بين عدد العلامات المصرية المسجلة دوليا خارج مصر وعدد العلامات المقدمة للتسجيل دوليا في مصر، فهي حتى بعد زيادتها الضخمة ١٠٠٠ % لم تصل نسبة العلامات المحلية الخارجة من مصر الى العلامات الدولية الداخلة إليها اي لم تصل الى ال ١% من حجم التسجيلات الدولية المطلوب حمايتها في مصر وهذه النسبة الضئيلة توضح حجم العمل المطلوب انجازه حتى نرتقى بالعلامات المحلية الى ما هو منظر ومتوقع منها.

فلازالت نسبة التسجيل للخارج أكبر من العلامات المقدمة للتسجيل دوليا في مصر، مقارنة بالحجم الفعلي لعدد العلامات المصرية المسجلة دوليا وقلة عددها عن المنتظر والمتوقع في المستقبل.

وبالرغم من زياده كلتا منهما بعد انضمام مصر للبروتوكول نتيجة زياده الوعي الفكرى لدى المستثمرين والتجار المصريين بأهمية الملكية الفكرية بصورة عامة وضرورة تسجيل وحماية العلامة التجارية دوليا بصورة خاصة.

مما يعكس العبء الملقى على الباحثين بمكتب العلامات التجارية بخاصة والمهتمين بمجال الملكية الفكرية بصورة عامة.

عبء العملة الاجنبية:

يعتبر التسجيل الدولى للعلامة المصرية بالخارج بالعملة الاجنبية (الفرنك السويسرى) وفرق سعر العملة عن سعر الجنيه المصرى يشكل عبئا ماديا على أصحاب العلامات، إلا إن إنخفاض سعر الجنيه المصرى يمنح هؤلاء المصدرين عدة إمتيازات منها على سبيل المثال لا الحصر:

يؤدى الى تنافسية شديدة للمنتج أو السلعة أو الخدمة بالخارج مما يحقق الارباح نتيجة للتصدير ومنافسة للاسواق وإنخفاض الاجور وتكلفة الانتاج مثال: (كهرباء - موارد طبيعية - نقل بضائع - الخ....) فى مصر بالمقارنة بمثيلاتها من الدول الاخرى، مما له أكبر الاثر للتشجيع على الاستثمار.

ومما يذكر فى هذا الصدد زيادة الصادرات حاليا بنسبة أن (١٥-٢٠%)، نتيجة الى زيادة التصنيع بنسبة تساوى زيادة الصادرات، بالاضافة الى ان المنتج المصرى قد حل محل المنتج المستورد، مما يؤدى الى زيادة الاشغال بالمصانع على أمل تحقيق التعادل فى الخلل التجارى.

ونلاحظ ان منتجات فئات بعينها يقل الطلب على تسجيلها داخل مصر مثال:

المنسوجات، السجاد، المفروشات، الملابس وخصوصا القطنية، المنتجات البترولية ومشتقات البترول، صناعة الاخشاب، الفواكه والخضروات، الخ...

وذلك لأن مصر تتفوق على غيرها من الدول الأخرى في تصنيع هذه المنتجات والتي تتميز بها مصر عن غيرها من الدول.
لذا نلاحظ إقبال الدول على تسجيل وحماية علامتها في مصر والتي تحتوى على فئات لمنتجات أو خدمات لا تنافس المنتجات المصرية. بالإضافة الى أنه يتوقف بالطبع على نوعية مستهلكي هذه المنتجات. ولكن يختلف الوضع هنا لأن هناك فئات أخرى مثل:

٠٥ مستحضرات طبية وصحية وصيدلانية لغايات طبية.
١٠ أجهزة وأدوات طبية وجراحية وطب أسنان وبيطرية.
١٢ المركبات وأدوات النقل البرى والبحرى والجوى (أجهزة ومعدات طيران، الخ....)

٢٨ أدوات اللعب والرياضة والأدوات الجيمنازية (الفيديو- ادوات الجيم- سترات القفز، السياحة ومتطالباتها، الخ....)

٣١ الغلال والمنتجات الزراعية ومنتجات البساتين والغابات.
٣٢ البيرة والمياه المعدنية والمشروبات الغازية وغيرها من المشروبات الغير الكحولية.

٣٣ المشروبات الكحولية ماعدا البيرة.

٣٤ التبغ وأدوات التدخين وأعواد الثقاب.

و لأن مصر تصنف منذ زمن طويل من الدول السياحية الجاذبة للسياح، لذا كان عليها ان تستورد أنواع متخصصة من الطعام، الشراب، الملابس، التبغ، السيارات، الحلويات وفتح مطاعم أجنبية متنوعة، إنشاء صالات جيم رياضية ونوادي، أدوات للغطس (شرم الشيخ) على سبيل المثال، كما لا يوجد بها غابات، الخ.....

أما الفئة ٩ مثلا فهي من ضمن الفئات الأكثر تسجيلا في مصر (عدا التليفزيونات لوجود مصانع تجميع تليفزيونات في مصر).

لذا من الممكن تسجيل منتجات بعينها ضمن فئات، مثال: الفئة (٢٥) تسجيل علامات دولية في مصر لهذه الفئة في منتجات محددة من الفئة مثل: أنواع متخصصة جدا من الملابس، لأن مصر تشتهر بالملابس القطنية.

كل ما سبق سيؤدى بالطبع الى :

^٢ أن هناك علاقة طردية بين زياده عدد العلامات التجارية المسجلة داخيا وخارجيا وزيادة الاستثمار وتدفقات النقد الأجنبي.

^١ ورشة عمل من الدورة التدريبية لحماية العلامة التجارية لقضاة المحاكم الاقتصادية المنعقدة (ديسمبر ٢٠١٤)، القرية الذكية، وزارة الاتصالات
إعداد الباحث، في ٤ مارس ٢٠١٨^٢

مما سيفتح منافذ جديدة متنوعة لتسويق المنتج المصري سواء سلعة ام خدمة، ويؤدي الى زيادة تدفق العملة الاجنبية داخل البلاد وإرتفاع مستوى معيشة المواطنين.

وزيادة التنافسية على المنتج المصري والسعي الى إنشاء المزيد من المصانع، لتغطية ثغرات الانتاج في المجالات التي يوجد بها نقص وإحتياج أكثر من جانب المواطنين لهذه السلع والخدمات.

¹أحدث إحصائية للويابو عن أكثر وأهم العلامات شهرة وتسجيلا لنظام مدريد وفقا لأكثر الفئات والدول تسجيلا لعام ٢٠١٦

- ١ - L'Oreal
- ٢ - Glaxo Group Limited
- ٣ - BMW
- ٤ - Lidl
- ٥ - Novartis
- ٦ - Philips Electronics
- ٧ - Boehringer Ingelhem
- ٨ - Biofarma
- ٩ - Daimler AG
- ١٠ - Nestle

اما أكثر الدول تقديمًا لاستمارات للتسجيل الدولي (نظام مدريد) عالميا

- الولايات المتحدة الأمريكية
- ألمانيا
- فرنسا
- الصين
- سويسرا
- إيطاليا
- المملكة المتحدة
- اليابان
- استراليا
- هولندا



¹ Madrid yearly Review 2017, WIPO on 1st of March 2018

أما عن الفئات الأكثر إقبالا للتسجيل عالميا فهي على الترتيب كما يلي:

- الكمبيوتر والالكترونيات
- خدمات رجال الاعمال
- الخدمات التكنولوجية
- خدمات تعليمية وتدريبية وشغل وقت الفراغ
- الملابس

توصيات البحث:

لقد رأينا وتوصلنا في هذا البحث الى أن المستقبل سيكون له أثر كبير في حماية العلامات التجارية كما يلي:

أولاً: التشجيع على إجراء المزيد من التجارب وزيادة حجم البحث والتطوير في مجال الملكية الفكرية بصورة عامة من أجل دفع مسيرة الاهتمام بالتنمية المستدامة.

ثانياً: انه مع شديد الاسف، هناك إنتهاكات كثيرة وشديدة لحقوق الملكية الفكرية في مجال التسجيل الدولي للعلامات التجارية بشكل عام في مصر وأن الحماية كانت ضعيفة جداً، لذا يجب التركيز على وضع حلول لسد هذه المعوقات.

ثالثاً: علينا الأخذ والأقتضاء بسياسة التكتلات مثل : إتحاد جامعه الدول العربية للملكية الفكرية والتركيز على تأسيس لجنة خاصة تهتم وترعى كل ما يتعلق بالعلامات التجارية وتفعيل الاجراءات لتطبيقها سريعاً.

رابعاً: ضرورة تفعيل جميع بنود قانون حماية العلامات التجارية على وجه السرعة.

خامساً: إنشاء وعمل قاعدة بيانات إلكترونية (أرشفة إلكترونية) لحفظ كل ماله علاقة بالتسجيل الدولي منذ بداية حماية العلامات التجارية في مصر.

سادساً: جهود جامعة الدول العربية في الحد من إنتهاك حقوق الملكية الفكرية والتنافسية.

¹ Madrid yearly Review 2017, WIPO on 1st of March 2018

إعداد الباحث، في ١٠ مارس ٢٠١٨^٢

قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

- ١ - وثيقة الوايبو (نوفمبر ٢٠١٥)، MM/LD/WG/13/7، الدورة الثالثة عشر، جنيف
- 2- قاعدة بيانات المكتب المصرى للعلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية (فبراير ٢٠١٨)، جهاز تنمية التجارة الداخلية، ج.م.ع
- ٣ - د. محمين، جلال وفاء، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقاً لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (٢٠٠٤)، ص ٤٩٩، ج.م.ع
- ٤ - د. عبد المطلب، بلال بدوى (٢٠٠٠)، تطور الاتيات الدولية، دار الجامعة الجديدة ص ٩٠، ج.م.ع
- ٥- ورشة عمل من الدورة التدريبية لحماية العلامة التجارية لقضاة المحاكم الاقتصادية المنعقدة (ديسمبر ٢٠١٤) فى هيئة تنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات بالقرية الذكية، وزارة الاتصالات، ج.م.ع

ثانياً: المراجع باللغة الإنجليزية

1. <http://www.wipo.int/madrid/en/statistics/index.jsp?type=1>
On 19 Feb 2018
2. Madrid Yearly Review 2017- WIPO, on 1st of March 2018
3. <http://www.wipo.int/madrid/monitor/en/showData.jsp?ID=ROM.0684609>, on 3 March 2018

