



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

الكتاب الأول

ديسمبر ٢٠١٩



**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 وفقا 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 باتباع 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 للانجليزى على B5 (ورق نصف ثمانيات) على البريد الالكتروني: [ymgad@niip.edi.eg](mailto: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 الاله	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
أ.د. اللواء 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 الى 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: ٢٠٢٢٥٤٨١٠٥٠ + ممول: ٢٠١٠٠٣٠٠٥٤٨ + ف: ٢٠٢٢٧٩٤٩٢٣٠ +

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

ymgad@niip.edu.eg



## إفتتاحية العدد:

استكمالاً لمسيرة المعهد القومي للملكية الفكرية بجامعة حلوان، الذي أصبح منبراً رسمياً للتنوير ونشر ثقافة الملكية الفكرية في ربوع الوطن العربي، من خلال عقد العديد من إتفاقيات التعاون بين الجهات والمؤسسات المعنية بمجال الملكية الفكرية سواء داخل جمهورية مصر العربية أو خارجها.

نظم المعهد مؤتمره العلمي الثاني للملكية الفكرية فى إبريل ٢٠١٩ تحت عنوان: "الملكية الفكرية وصعود الإقتصاد المصرى على منحنى التقدم التكنولوجى". للتأكيد على أهمية الملكية الفكرية وتأثيرها على المستويين الإقتصادى والتنموى، ومدى تأثير التقدم التكنولوجى لتوفير سبل حماية الملكية الفكرية.

ويقدم هذا العدد الانتاج العلمى لأبناء المجتمع المصرى فى تخصصات مختلفة نحو بناء جيل جديد متخصص فى مجال الملكية الفكرية. وبطبيعة الحال فإن الكتابة فى هذا المجال الغصب والحيوى تحتاج المزيد من التدريب، وهو ما يعكس أن أوراق العمل المقدمة فى هذا المؤتمر تحتاج المزيد من الجهد والعمل لتطويرها مستقبلاً لتأصيل علمى متميز فى هذا المجال بشتى تخصصاته الفريدة. ونأمل من المولى عز وجل أن يقدم المعهد القومى للملكية الفكرية لأبناء المجتمع المصرى الطريق نحو بناء إقتصاد 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.

وفى النهاية تتوجه إدارة المجلة لكل من الدكتور/ محمد سمير محمد محمود، خبير الحوكمة ببرنامج دعم وتطوير التعليم الفنى والتدريب المهني، والأستاذة/ إيمان عبد الحميد يس، منسق المؤتمر العلمى الثانى للمعهد القومى للملكية الفكرية، وذلك على الجهود المتميز الذى بذلاه لتنسيق وتجهيز العدد ومراعاة النواحي العلمية فى ضبط الأوراق المقدمة للنشر بالمجلة فلهم كل الشكر والتقدير والاحترام.

وندعو المولى عز وجل أن يجد القارئ المتخصص العون والفائدة.

رئيس التحرير

أ.د. ياسر محمد جادالله





## قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
١١	[١] مقاييس التقييم الاقتصادي للعلامات التجارية في أدبيات التمويل .....
٤١	[٢] دور الإعلام الإلكتروني في تسهيل انتهاك حقوق الملكية الفكرية .....
٦٧	[٣] الحرية التعاقدية في نطاق حق المؤلف والقيود الواردة عليها .....
٩٧	[٤] إنتهاك حقوق الملكية الفكرية الموسيقية بواسطة الإنترنت .....
١٣١	[٥] حقوق الملكية الفكرية في مجال تكنولوجيا الطباعة ثلاثية الأبعاد ومدى تأثيرها على الاقتصاد العالمي .....
١٤٧	[٦] النظام القانوني للمصنفات السمعية البصرية .....
١٧٩	[٧] هل يستطيع مقدم خدمة الانترنت (الوسيط) تقديم حماية للمادة الإعلامية .....
	[٨] قاعدة قانون الإرادة ومدى إنطباقها على عقود نشر المصنفات الأدبية .....
٢١٣	[٩] نطاق قواعد قانون المنافسة في حقوق التأليف .....
٢٤١	[١٠] دور الإعلام في التوعية بأهمية حماية حقوق الملكية الفكرية كمتطلبات للصعود الاقتصادي: دراسة للقائم بالاتصال بقنوات التلفزيون المصري .....
٢٥٥	[١١] الاستغلال الاقتصادي لحق المؤلف .....
٢٨٣	[١٢] مسئولية وسائل الاعلام التقليدية والحديثة في إطار حماية حق المؤلف ودور المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في الرقابة على ذلك ...
٣٣١	[١٣] الحق الفكري للمصور: دراسة مقارنة .....
٣٧٧	[١٤] دور براءات الاختراع في تحقيق التقدم التكنولوجي .....
٤١٥	[١٥] أطر الحماية الدولية للمؤشرات الجغرافية في ضوء الاتفاقيات الدولية والقانون المصري .....
٤٤١	[١٦] النظام القانوني لحماية العلامة المشهورة: دراسة مقارنة .....
٤٧٥	[١٧] الاستثناءات من الحقوق الاستثنائية لبراءات الاختراع في قانون الملكية الفكرية المصري: دراسة مقارنة بين التشريع المصري والتشريعات المقارنة .....
٥١١	[١٨] القانون الواجب التطبيق على عقود الترخيص باستغلال براءات الاختراع .....
٥٤٧	[١٩] الحماية الدولية للعلامة التجارية في عقد الامتياز التجاري .....
٥٨٣	[٢٠] النظام القانوني للعلامة التجارية ومشتقاتها .....
٦٠٩	



أطر الحماية الدولية للمؤشرات الجغرافية فى ضوء الاتفاقيات الدولية والقانون  
المصري

محمود شوقى محمود عبد الفتاح



## أطر الحماية الدولية للمؤشرات الجغرافية فى ضوء الاتفاقيات الدولية والقانون المصري

محمود شوقى محمود عبد الفتاح

### مقدمة:

المؤشرات الجغرافية هى أحد أهم فروع الملكية الفكرية نظراً لدورها فى تشجيع التجارة الدولية كما انها تشكل وسيلة هامة للتعرف على منشأ السلع والخدمات فهم تستخدم فى تشجيع التجارة، إذ توضح للمستهلك المنشأ الجغرافى للمنتجات الذى غالباً ما يرتبط بصفات معينة يبحث عنها المستهلك.

واليوم وما نشاهدة فى وقتنا الحاضر من كثرة فى المنتجات والسلع وسهولة انتقالها بين الدول الأمر الذى دفع بعض الدول الى الأعتناء بهذة المنتجات وخصوصاً تلك المنتجات التى اكتسبت شهرة خاصة لدى جمهور المستهلكين نتيجة لما تتمتع به هذة المنتجات من مزايا عديدة تعود بصورة أساسية إلى بعض العوامل الطبيعية كالمناخ ونوع التربة ودرجة الحرارة.

ومثال ذلك استخدام مؤشر روكفورت (Roquefort) ومؤشر دارجلينغ (Darjeeling) لنوع شهير من الشاي، وإستخدام عبارة (القطن المصرى) على المنتجات القطنية<sup>(١)</sup>.

فالمؤشرات الجغرافية تعتبر أداة لتمييز بعض السلع أو المنتجات تعود نوعيتها أو خصائصها أو شهرتها من مكان نشأتها وتتأثر بعوامل جغرافية عديدة كالمناخ والتربة وغيرها من العوامل الجغرافية المرتبطة بالمؤشر الجغرافى.

### أهمية واشكالية البحث:

تظهر أهمية حماية المؤشرات الجغرافية فى أنها تعتبر أداة لتفادى مشكلة نقص المعلومات لدى المستهلكين وذلك بالنظر إلى الخصائص التى تتمتع بها السلع والمنتجات وذلك حينما يكون المستهلك غير قادر

(١) سمحية القليوبى (٢٠٠٩)، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، الطبعة الثامنة، ص ٦٢٧.

على التعرف على خصائص السلعة، ولتلافى تلك الصعوبة فإن هناك بعض الوسائل للتغلب على هذه المشكلة مثل العلامات التجارية والأسماء التجارية وشهادات الضمان والشهرة التجارية فالعلامة هي عبارة عن دلالة للشركة التي تنتج سلعة معينة ومن ثم تساعد المستهلك في تقييم السلعة ومن ثم لا يقع فريسة لأعمال التضليل لذلك يجب أن تكون مميزة ومختلفة عن غيرها من العلامات التجارية، والأمر كذلك ينطبق على المؤشرات الجغرافية حيث تلعب دوراً في ربط نوعية سلعة معينة أو خصائصها أو شهرتها مع منطقة أو إقليم جغرافي فالمؤشر الجغرافي على هذا النحو يعتبر أداة لضمان توافق خصائص السلعة مع ما ينشده المستهلك ويتوقعة لذلك كان لحمايتها أهمية لتجنب الاستعمال المضلل والمزيف وكذلك أعمال المنافسة غير المشروعة التي تقسم الأسواق وتؤثر على سمعة المنتج الذي يحمل اسم المؤشر الحقيقي<sup>(1)</sup>.

وأيضاً تظهر أهمية المؤشرات الجغرافية في كونها أداة لحماية الأثر الثقافي وأداة من أدوات تنمية المجتمعات البشرية حيث يتراكم داخل هذه المجتمعات تقاليد متعددة ترجع بأصولها إلى البيئة الجغرافية وتشكل جزء من اقتصاد هذه المجتمعات حيث يتم تحضير السلع والمنتجات وإعدادها وتخزينها في مناطق جغرافية معينة وفضلاً عن ذلك فإنها تعد وسيلة لترويج السلع والخدمات التي تنتمي لمنطقة معينة مثل ( Naba valle ) بالنسبة لسلع النبيذ أو ( Roquefort ) بالنسبة لسلع الجبن<sup>(2)</sup>.

لذلك ولهذه الأهمية سوف نوضح في هذا البحث النصوص القانونية التي تجرم الأعتداء على المؤشرات الجغرافية في القانون المصرى والقوانين المقارنة وكذلك العقوبات المقررة على هذا الأعتداء، الأمر الذى يدفعنا للتساؤل هل القواعد القانونية المنصوص عليها في القوانين الوطنية والدولية كافية لتحقيق الحماية الفعالة للمؤشر الجغرافي، وما هو موقف الإتفاقيات والمعاهدات الدولية من ذلك الأمر وهو ما سوف نحاول الوصول إليه من خلال هذا البحث.

(1) Albrecht Conrad , 1996 The protection of Geographical indications in the TRIPS Agreement , Trademark Rep. vol.11, p.14

(2) Albrecht Conrad , supra .p.4-5

وقد خصصت إتفاقية التريبس القسم الثالث بالكامل (المواد من ٢٢ إلى ٢٤) لحماية المؤشرات الجغرافية وتنص في هذا الخصوص المادة (٢٢) فقرة ١ من الإتفاقية على "تعتبر المؤشرات الجغرافية هي المؤشرات التي تحدد منشأ سلعة ما في أراضى بلد عضو، أو فى منطقة أو موقع تلك الأراضى، حين تكون النوعية أو السمعة أو السمات لهذه السلعة راجعة بصورة أساسية إلى منشأها الجغرافى<sup>(١)</sup>."

بيد أن الإتفاقية لم تفرض على الدول الأعضاء قواعد موضوعية أو إجرائية موحدة تتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية بل ألزمتها بتوفير حد أدنى من حقوق الملكية الفكرية ومعايير الحماية ويجوز للدول الأعضاء تشديد هذه المعايير شريطة عدم مخالفة أحكام الإتفاقية وتترك للدول الأعضاء حرية تحديد الطريقة الملائمة لتنفيذ إتفاقية التريبس فى إطار أنظمتها وأساليبها القانونية وتعد إتفاقية التريبس على هذا النحو الإتفاقية الأولى التى تحمل تنظيمياً متكاملًا لفرع مهم من فروع الملكية الفكرية وهو المؤشرات الجغرافية<sup>(٢)</sup>.

ونظراً لأهمية المؤشرات الجغرافية على المستوى الدولى فإن الحق فى المؤشر الجغرافى يكتسب طابعاً عالمياً وهو الأمر الذى جعل حمايتها على المستوى الوطنى غير كافياً لذلك كان لابد من إيجاد وسيلة لفرض حماية تتجاوز المستوى الوطنى وتمكن صاحبها من المحافظة على حقة والتمتع به ويتحقق ذلك بالإنضمام إلى الإتفاقيات الدولية بإعتبارها الحماية الفعالة لهذا الحق على الصعيد الدولى.

غير أن هناك العديد من الإتفاقيات الدولية التى أبرمت بغرض حماية المؤشرات الجغرافية على المستوى الدولى ومنع الأعتداءات التى تقع عليها ولعل أهم هذه الإتفاقيات هى بطبيعة الحال إتفاقية التريبس، ومما لا شك فيه أن نصوص إتفاقية التريبس ليست ذاتية التنفيذ فقد ألزمت الإتفاقية الدول الأعضاء بمراجعة قوانينها ولوائحها الداخلية بما يتوافق مع

(١) مادة (٢٢) من إتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية ( إتفاقية التريبس ) .

(٢) حسام الصغير (١٩٩٩)، أسس إتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية ( إتفاقية التريبس) دراسة تحليلية تشمل أوضاع الدول النامية مع الإهتمام ببراءات الأختراع، دار النهضة العربية، ص ٨٨.

أحكام الإتفاقية فهي لا تفرض على الدول الأعضاء قواعد موضوعية وإجرائية موحدة بل تلزم الدول الأعضاء بتوفير حد أدنى من حقوق الملكية الفكرية وعايير الحماية<sup>(١)</sup>.

لذلك سوف نتناول في هذا البحث الحماية الدولية للمؤشرات الجغرافية طبقاً للإتفاقيات الدولية (المبحث الأول) وكذلك آليات الحماية فى القانون المصرى (المبحث الثانى).

### المبحث الأول: الحماية الدولية للمؤشرات الجغرافية طبقاً للإتفاقيات الدولية

من المتفق عليه أن هناك ثلاث إتفاقيات دولية أبرمت لحماية المؤشرات الجغرافية على المستوى الدولى قبل إتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية وهي بطبيعة الحال إتفاقية التريبس، غير أن الحماية المنصوص عليها طبقاً لهذه الإتفاقيات لم تستطع إيجاد حماية فعالة للمؤشرات الجغرافية وهذه الإتفاقيات هى إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية ١٨٨٣ وإتفاقية لشبونة ١٩٥٨ وإتفاقية مدريد عام ١٨٩١ وسوف نتناول فى هذا البحث الحماية الدولية للمؤشرات الجغرافية طبقاً للإتفاقيات الدولية قبل إتفاقية التريبس (المطلب الأول) وكذلك الحماية الدولية طبقاً لإتفاقية التريبس (المطلب الثانى) .

### المطلب الأول: الحماية الدولية للمؤشر الجغرافى طبقاً للإتفاقيات متعددة الأطراف وفقاً لاتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية ١٨٨٣:

تعتبر إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية والمبرمة عام ١٨٨٣ من أقدم المعاهدات الدولية متعددة الأطراف المبرمة لحماية الملكية الصناعية ومنها بطبيعة الحال المؤشرات الجغرافية بإعتبارها فرع مهم من فروع الملكية الصناعية حيث أنها أرست مجموعة من القواعد الموحدة التى يجب أن تكون محل نظر الدولة العضو فى الإتحاد لكى توفر الحد

(١) حسام الصغير (١٩٩٩)، أسس إتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية، المرجع السابق، ص ١١٧.



الأدنى من الحماية فى القوانين الوطنية المتعلقة بحماية حقوق الملكية الصناعية<sup>(١)</sup>.

وتناولت الإتفاقية الحق فى المؤشر الجغرافى بصفة إحدى صور الملكية الصناعية فنصت على " تشمل حماية الملكية الصناعية براءة الاختراع ونماذج المنفعة والرسوم والنماذج الصناعية أو التجارية وعلامات الخدمة والاسم التجارى ومؤشر المصدر وكنية الاصل وكذلك قمع المنافسة غير المشروعة ولم تعرف الإتفاقية المقصود بمؤشر المصدر وبكنية الأصل<sup>(٢)</sup>.

وتناولت الإتفاقية الملكية الصناعية والتجارية بأوسع معانيها فلا يقتصر تطبيق الإتفاقية على الصناعة والتجارة بمعناها الحرفى وإنما تطبق على أيضاً على المنتجات المصنعة أو الطبيعية مثل الأنبذة والحبوب أوراق التبغ والفواكة والمواشى والمعادن والمياه المعدنية والبيرة والزهور والدقيق<sup>(٣)</sup>.

وتتضمن الإتفاقية مبادئ أساسية والتي تتمثل فى مبدا المعاملة الوطنية والذى يعتبر من اهم المبادئ التى جاءت بها حيث نصت على " يتمتع رعايا كل دولة من دول الإتحاد فى جميع دول الإتحاد الأخرى بالنسبة لحماية الملكية الصناعية بالمزيا التى تمنحها حالياً أو قد تمنحها مستقبلاً قوانين تلك الدول لمواطنيها وذلك دون الإخلال بالحقوق المنصوص عليها بصفة خاصة فى هذه الإتفاقية ومن ثم يكون لهم نفس الحماية التى يتمتع بها المواطنين ونفس وسائل الطعن القانونية ضد أى إخلال بحقوقهم بشرط إتباع الشروط والأجراءات المفروضة على المواطنين<sup>(٤)</sup>.

(١) اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية الموقعة فى ٢٠ مارس ١٨٨٣ والمعدلة ببروكسل فى ١٤ ديسمبر ١٩٠٠ ، وواشنطن فى ٢ يونية ١٩١١ ، ولاهاى فى ٦ نوفمبر ١٩٢٥ ، ولندن فى ٢ يونية ١٩٣٤ ، ولشبونة فى ٣١ أكتوبر ١٩٥٨ ، وسنكهولم فى ١٤ يولية ١٩٦٧ .

(٢) المادة ٢ فقرة ١ من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية .

(٣) المادة ١ فقرة ٣ من الإتفاقية .

(٤) المادة ٢ من الإتفاقية .

ويتبين من نص هذه المادة أن رعايا كل دول إتحاد باريس الأعضاء في الإتفاقية يتمتعون بكل المزايا التي تمنحها كل دولة لمواطنيها في ظل تشريعاتها الوطنية حاضراً أو مستقبلاً.

كما نصت الإتفاقية على وجوب منح نفس الحماية لرعايا الدول التي ليست طرفاً في تلك الإتفاقية بشرط ان يكون هؤلاء الرعايا يقيمون في دولة عضو في إتفاقية باريس أو يملكون فيها مؤسسة صناعية أو تجارية حقيقية وفعالة<sup>(١)</sup>.

كذلك تضمنت الإتفاقية مبدأ الحق في الأولوية ( الأسبقية ) حيث نصت على " لصاحب الحق والذي أودع في إحدى دول إتحاد باريس طلب تسجيلها حق الأسبقية في تسجيل نفس هذا الحق، إذا أودع طلبه بذلك في دولة أخرى عضو أيضاً في هذا الإتحاد وذلك في خلال ٦ أشهر اعتباراً ومن تاريخ إيداع الطلب الأول".

فعلى سبيل المثال يكون لكل من أودع طلب لتسجيل مؤشر جغرافي في فرنسا ب'تبارها دولة عضو في الإتفاقية بحق الأسبقية في تسجيل نفس المؤشر في مصر، إذا ما أودع في مصر طلباً للحصول على نفس المؤشر إذا كان ذلك في خلال ٦ أشهر من تاريخ الطلب الأول في فرنسا.

ومن أهم مزايا هذا المبدأ أن المودع لطلب الحماية في عدة بلدان لا يضطر إلى تقديم كل طلباتة في وقت واحد وإنما يتمتع بمهلة ٦ أشهر لأختيار البلدان التي يرغب في إيداع الحماية فيها.

ويترتب على ذلك أنه لا يجوز للغير تقديم طلب لتسجيل نفس الحق أو الشروع في إستغلاله بإعتبار كل تسجيل بهذا الشكل يعتبر باطلاً ، كما أن كل استغلال لذلك الحق يعتبر تعدى معاقب عليه بالعقوبات المقررة لحماية هذا الحق.

كذلك نصت المادة (١٠) أولاً من الإتفاقية على أن الحظر المفروض على السلع التي تحمل علامة تجارية أو اسماً تجارياً بطريق

(١) صلاح زين الدين (٢٠١١)، المدخل إلى الملكية الفكرية، نشأتها ومفهومها ونظامها وأهميتها وتكييفها وتنظيمها وحمايتها، ط٣، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ص ١٣٥ .

غير مشروع بموجب المادة (٩) يمتد إلى الأستعمال المباشر وغير مباشر لبيان مخالف للحقيقة عن مصدر المنتجات أو عن شخصية المنتج أو الصانع أو التاجر وتفرض المادة (٩) قيوداً على استيراد تلك المنتجات لذلك تلزم الإتفاقية الدول الأعضاء في إتحاد باريس حظراً باستيراد المنتجات التي تحمل المؤشرات المزورة أو مصادرتها عند استيرادها داخل الدولة بعد الإفراج عنها.

ومن ثم فإنه وفقاً للفقرتين الأولى والثانية من المادة (٩) من الإتفاقية فإن المنتجات التي تحمل بيان مخالف للحقيقة عن مصدرها يجب ان تصدر عند الأستيراد في الدول الاعضاء في المعاهدة كما تتم المصادرة أيضاً في الدولي التي وضع فيها بيان المصدر أو في الدولة التي تم استيراد المنتج إليها وهذه المصادرة تقع بناء على طلب النيابة العامة أو أية سلطة مختصة أخرى أو من صاحب مصلحة في ذلك.

وفي عام ١٩٥٨ وضعت الإتفاقية الأساس الدولي للحماية ضد أعمال المنافسة غير المشروعة فقد أضيفت المادة (١٠) ثانياً لمواجهة حالات المنافسة غير المشروعة حتى لا تقتصر حماية حقوق الملكية الفكرية على إجراءات الجمارك والتي تتمثل في حظر استيراد السلع أو مصادرتها<sup>(١)</sup>.

وقد نصت المادة (١٠) ثانياً على:

تلتزم دول الأتحاد بأن تكفل لعايا دول الأتحاد الأخرى حماية فعالة ضد المنافسة غير المشروعة .

- ١- يعتبر من اعمال المنافسة غير المشروعة كل منافسة تتعارض مع العادات الشريفة في الشئون الصناعية والتجارية .
- أ- يكون محظوراً بصفة خاصة خاصة ما يلي :
- ب- كافة الأعمال التي من طبيعتها أن توجد بأى وسيلة كانت لبساً مع منشأه أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجارى .

(1) Irene calboli , 2006 the first ten years of TRIPS agreement : expanding the protection of Geographical indications of origin under TRIPS: "Old" debate or "new" opportunity? Marquette intellectual property law review , vol.10 .

- ج- الإدعاءات المخالفة للحقيقة في مزاوله والتي من طبيعتها نزع الثقة عن منشأه أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجارى .
- ح- البيانات أو الإدعاءات التي يكون استعمالها فى التجارة من شأنه تضليل الجمهور بالنسبة لطبيعة السلع أو طريقة تصنيعها أو خصائصها أو صلاحيتها للاستعمال أو كميتها<sup>(١)</sup>.

وعلى الرغم من أن إتفاقية أن إتفاقية باريس تحظى بتأييد واسع إلا أنها يؤخذ عليها أنها لا تشكل إطاراً عاماً لتوفير حماية فعالة للمؤشرات الجغرافية فأليات الحماية بها تقتصر على بعض التدابير الحدودية الخاصة بحظر استيراد المنتجات التي تحمل مؤشرات مزوة أو مصادرتها، ومع ذلك فقد سمحت المادة ٦/٩ من الإتفاقية الاستعاضة عن هذه التدابير بالدعاوى والوسائل التي يكفلها القانون الوطنى لمواطنى الدولة<sup>(٢)</sup>.

ويذهب رأى فى الفقه الفرنسى إلى ان الحماية المنصوص عليها فى إتفاقية إتفاقية باريس تعتبر حماية قاصرة نظراً لأن الحظر لان الحظر المنصوص عليه فى المادة التاسعة من الإتفاقية لم يمتد إلى المنتجات التي توضع عليها عبارات من جنس أو نوع، بخلاف أن منح القضاء السلطة فى بيان المقصود بالبيانات المخالفة للحقيقة قد يفتح المجال إلى اعتبار مؤشرات المصدر أسماء عامة وهو الأمر الذى يؤدى إلى تضيق نطاق حماية المؤشرات الجغرافية<sup>(٣)</sup>.

أما فيما يتعلق بنظام فض المنازعات فى إطار إتفاقية باريس فقد وضعت الإتفاقية نظاماً لتسوية المنازعات التي من الممكن أن تنشأ بين الدول الاعضاء فى إتحاد باريس بشأن تفسير أو تطبيق الإتفاقية فإذا لم يتم

١ المادة (١٠) فقرة ١، ٢، ٣ من إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية .

٢ حسام الصغير (٢٠٠٥)، مكافحة الإتجار الدولى فى السلع المقلدة ودور الجمارك فى مكافحة الأعتداء على حقوق الملكية الفكرية، مجلة التشريع، السنة الثانية، ابريل ٢٠٠٥، العدد الخامس، ص ١٣.

3 Nobert Olszak , 2003 Appellations d'origine et indications de provence re'p.com . Dalloz , oct . no 363 , p.39

تسوية النزاع عن طريق المفاوضات بين الدول فإنه يعرض النزاع على محكمة العدل الدولية<sup>(١)</sup>.

ويعيب إتفاقية باريس أنها لم تضع قواعد فعالة لإنفاذ نصوص الإتفاقية ولم تنشأ هيئة لفض النزاع على غرار ما فعلت إتفاقية التريبس .

اتفاقية مدريد بشأن قمع بيانات مصدر السلع الزائفة أو المضللة :

أبرمت إتفاقية مدريد بتاريخ ١٤ إبريل ١٨٩١ وتم تعديلها أكثر من مرة وعقدت هذه الإتفاقية بشأن حماية وقمع بيان مصدر السلع الزائفة أو المضللة وقد اتبعت المنهج المطبق في إتفاقية باريس ١٨٨٣ بحماية مؤشرات المصدر حيث أنها فرضا إجراءات حدودية تتعلق بحظر استيراد السلع التي تحمل مؤشرات مصدر زائفة أو مصادرتها<sup>(٢)</sup>.

ومع ذلك فإن مستوى الحماية بها تعدى إتفاقية باريس وتتميز عليها من عدة أمور كما يلي :

- ١- أن إجراءات الحظر التي تتخذ في مواجهة السلع المخالفة تمتد إلى تلك التي تستخدم المؤشرات المضللة في تعيينها ولا تقتصر على السلع ذات المؤشرات الزائفة. (مادة ٢/١ من الإتفاقية) .
- ٢- أن الحظر يمتد إلى استعمال أية بيانات ذات طابع إعلاني من شأنها ان تضلل الجمهور بالنسبة إلى مصدر السلع .
- ٣- أن الإتفاقية لا تجيز للجدول الاعضاء مطلقاً التعامل مع مؤشرات المصدر لمنتجات الخمر على أنها أسماء عامة<sup>(٣)</sup>.

ووفقاً لإتفاقية مدريد فإن كل السلع التي تحمل بياناً زائفاً أو مضللاً للمصدر ويشار فيه مباشرة أو غير مباشر إلى أن احدى الدول المتعاقدة او اى مكان فيها هو البلد أو المكان الأصلي لها فإنه يجب حجزها عند

١ المادة (٢٨) من إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية .

٢ إتفاقية مدريد

3 Albrecht Conrad , The protection of Geographical indications in the TRIPS Agreement , Trademark Rep , p. 25.

الإستيراد أو حظر استيرادها أو إتخاذ التدابير والعقوبات الأخرى فى هذا الشأن<sup>(١)</sup>.

ويعيب إتفاقية مدريد انها حصرت ١٨٩١ مثل إتفاقية باريس ١٨٨٣ فى انها حصرت حماية المؤشرات الجغرافية على إتخاذ بعض الأجراءات الحدودية بحظر استيراد السلع وكذلك حظر بيعها فى حالة الاستيراد دون ان تضع تنظيم متكامل لها .

وتختلف إتفاقية مدريد عن إتفاقية باريس فى أنها لا تفترض وجود الغش أو التدليس أو استعمال بيان مضلل أو مزور مع اسم تجارى للقمع من الاستعمال ، ومع ذلك يرى جانب من الفقة الفرنسى أن عدم تعديل إتفاقية مدريد يجد أساسه فى كون الإتفاقية لا تعتبر إتحاد خاص حيث أنها تفرض فقط على الدول الأعضاء فيها النص فى تشريعاتها على بعض الأحكام لقمع بيانات المصدر غير الصحيحة أو المضللة<sup>(٢)</sup>.

وكذلك لم تحظ بتأييد واسع وهو ما يقلل من أهميتها على المستوى الدولى وخاصة وأن الولايات المتحدة الأمريكية لم تكن طرفا فى هذة الإتفاقية .

اتفاقية لشبونة ١٩٥٨ بشأن حماية تسميات المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولى :

أبرمت إتفاقية لشبونة بتاريخ ٣١/١٠/١٩٥٨ وهى تتعلق بحماية تسميات المنشأ وتسجيلها على المستوى الدولى ، ويعد هذا الأتفاق هو اتفاق خاص تديره المنظمة العالمية للملكية الفكرية (wipo)<sup>(٣)</sup>.

١ صلاح زين الدين (٢٠١٠)، الملكية الصناعية والتجارية، براءات الأختراع، الرسوم الصناعية، النماذج الصناعية، العلامات التجارية، البيانات التجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص ٤٥١.

٢ فرحة زواوى صالح (٢٠٠٦)، الكامل فى القانون التجارى الجزائرى، الحقوق الفكرية، ابن خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر، ص ٣٩٩.

٣ إتفاقية لشبونة بشأن حماية تسميات المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولى فى ٣١ أكتوبر ١٩٥٨ والمعدلة فى استوكهولم فى ١٤ يولية ١٩٦٧.

وتعتبر إتفاقية لشبونة خطوة جادة نحو حماية المؤشرات الجغرافية من خلال تبني نظام تسجيل مصمم على نموذج التسجيل الدولي للعلامات التجارية بموجب اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات التجارية<sup>(١)</sup>.

وقد حددت الإتفاقية المقصود بتسمية المنشأ فقد نصت على " التسمية الجغرافية لأي بلد أو إقليم أو جهة التي تستخدم للدلالة على أحد المنتجات الناشئة في هذا البلد أو الإقليم أو الجهة الذي تعود جودته أو خصائصه كلية أو أساساً إلى البيئة الجغرافية بما في ذلك العوامل الطبيعية أو البشرية"<sup>(٢)</sup>.

وطبقاً للإتفاقية فإن البلدان الأعضاء داخل أراضيها تتعهد بأن تعمل على حماية تسمية المنشأ الخاصة بمنتجات البلدان الأعضاء الأخرى في الإتحاد الخاص، تلك التسميات المعترف بها والخاضعة بهذه الصفة لحماية بلد المنشأ والمسجلة لدى المكتب الدولي للملكية الفكرية.

لذلك يعتبر الشرط الأساسي والرئيسي في الإتفاقية لحماية تسمية المنشأ أن تكون تلك التسمية معترفاً بها ومحل حماية بلد المنشأ، وأن تكون مسجلة لدى المكتب الدولي للملكية الفكرية مع الوضع في الإعتبار أن الإتفاقية لم تلزم الدول الأعضاء أي شكل محدد لتسجيل المؤشر الجغرافي ويكون لها حرية الأختيار بين النظام الإداري أو النظام القضائي<sup>(٣)</sup>.

ووفقاً للإتفاقية في حالة إذا ما توافرت شروط التسجيل أصبحت تسميات المنشأ محل حماية في أراضي الدول الاعضاء في الإتفاقية ضد أي تجاوز أو تقليد أو انتحال حته ولو كانت هناك إشارة إلى المنشأ الحقيقي للمنتج<sup>(٤)</sup>.

ومع ذلك فإن أي تسمية تتمتع بالحماية في أحد بلدان الإتحاد الخاص بمقتضى الإجراءات المنصوص عليها في المادة (٥) من الإتفاقية فإنه لا

1 Albrecht Conrad , Supra , p.25.

٢ المادة ١/٢ من الإتفاقية .

3 Albrecht Conrad , Supra , p.26

٤ المادة ٢/١ من الإتفاقية .

يجوز النظر للمؤشر الجغرافى على أنه اسم عام للسلعة طالما ظلت مشمولة بالحماية على أساس أنها تسمية منشأ فى بلد المنشأ<sup>(١)</sup>.

لذلك فإن أهم ما يميز إتفاقية لشبونة عن إتفاقية باريس وإتفاقية مدريد أنها تجاوزت فى حمايتها تلك الإجراءات الحدودية لحظر استيراد السلع الزائفة أو المضللة وكذلك مصادرتها فى حالة الاستيراد إلى إنشاء نظام متكامل لحماية المؤشرات الجغرافية ضد أعمال التقليد أو التزوير أو الانتحال.

وبالرغم من ان هذا النظام يعمل بشكل جيد إلا ان امتداده الجغرافى محدود وذلك بسبب قلة البلدان التى تتمتع بنظام داخلى لحماية تسمية المنشأ ، لذلك لم تحظ الإتفاقية بتأييد واسع على المستوى الدولى لعدة اسباب حيث ان تطبيق هذا النظام يفترض وجود نظام وطنى لتسجيل المؤشرات الجغرافية على نفس النظام الفرنسى لتسجيل تسمية المنشأ وهو الامر الذى يتطلب تغيير الانظمة الداخلية لكثير من الدول<sup>(٢)</sup>.

كذلك أيضاً ووفقاً للقاعدة التى أرسنها الإتفاقية فقد نصت على عدم جواز النظر إلى المؤشر الجغرافى على أنه اسم عام للسلعة لا تخضع لأى استثناء على نحو يتعارض مع الاوضاع المستقرة لتلك الأسماء وبالحقوق المكتسبة عليها فى العديد من الدول ومن بينها الولايات المتحدة الامريكية والتي لم تنضم إلى الإتفاقية<sup>(٣)</sup>.

### **المطلب الثانى: إتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية لافكرية (إتفاقية باريس):**

تعتبر إتفاقية التريبيس من أهم الإتفاقيات الدولية التى دعت إلى إقامة تناسق أو توافق بين القوانين والقواعد الداخلية للدول وسياسيتها الداخلية فى مجال مهم من مجالات التجارة وهو حماية حقوق الملكية الفكرية.

١ المادة ٦ من الإتفاقية .

2 Albrecht Conrad , Supra , p.26

3 Jinghua zou, 2005 Rice and chesse, anyone? The flight over TRIPS geographical indications continues, 30 Brooklyn j.intnmatn , p.1151



لذلك تناولت الإتفاقية تحديد طبيعية والتزامات الدول الأعضاء ونطاقها في مجال حماية حقوق الملكية الفكرية حيث نصت على " وتشمل حقوق الملكية الفكرية حقوق المؤلف والحقوق المجاورة لها والعلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية والتصميمات والنماذج الصناعية وبراءات الاختراع والتصميمات التخطيطية للدوائر المتكاملة وحماية المعلومات السرية وأخيراً مكافحة الممارسات غير التنافسية"<sup>(١)</sup>.

لذلك ألزمت الإتفاقية الدول الاعضاء مراجعة قوانينها بما يتوافق مع أحكام الإتفاقية ومع ذلك لم تفرض على الدول الأعضاء قواعد إجرائية موحدة تتعلق بحقوق الملكية الفكرية بل ألزمتها بتوفير الحد الأدنى من حقوق الملكية الفكرية ومعايير الحماية ، لذلك يجوز للدول الأعضاء تشديد هذه المعايير بشرط عدم مخالفة أحكام الإتفاقية، وقد تركت الإتفاقية للدول الأعضاء حرية تحديد الوسيلة المناسبة لتنفيذ الإتفاقية في إطار انظمتها القانونية لذلك تعتبر الإتفاقية على هذا النحو الإتفاقية الدولية الأولى التي تحمل تنظيماً متكاملًا لفرع مهم من فروع الملكية الفكرية وهو المؤشرات الجغرافية<sup>(٢)</sup>.

ومن ثم تعتبر إتفاقية التريبس إطار قانونى تجارى دولى يتضمن قواعد قانونية لحماية حقوق الملكية الفكرية ومن ضمن تلك الحقوق التى قررت الإتفاقية توفير حماية لها المؤشرات الجغرافية وذلك فى القسم الثالث فى المواد من ٢٢ إلى ٢٤، وطبقاً لذلك فقد حددت الإتفاقية المقصود بالمؤشرات الجغرافية حيث نصت على " تعتبر المؤشرات الجغرافية هى المؤشرات التى تحدد منشأ سلعة ما فى أراضى بلد عضو، أو فى منطقة أو موقع تلك الأراضى، حين تكون النوعية أو السمعة أو السمات لهذه السلعة راجعة بصورة أساسية إلى منشأها الجغرافى"<sup>(٣)</sup>.

وقد حددت الإتفاقية معايير حماية المؤشرات الجغرافية والتى تمثل الحد الأدنى من مستويات الحماية للدول الأعضاء وتركت لها حرية تحديد

١ المادة الأولى من إتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية ( إتفاقية التريبس ) .  
٢ حسام الصغير (٢٠٠٤)، الجديد فى العلامات التجارية فى ضوء قانون حماية حقوق الملكية الفكرية وإتفاقية التريبس، دار الفكر الجامعى، مصر، ص ٣٣ .  
٣ المادة (٢٢) فقرة (١) من الإتفاقية .

الطريقة الملائمة لحماية هذه المؤشرات ، وقد حظرت الإتفاقية الدول الاعضاء أثناء إعداد وتقنين قواعد الحماية فى قوانينها الداخلية من الإنتقاص من الحماية المقررة للمؤشرات الجغرافية المكفولة للمؤشر الجغرافى والتي كانت قائمة فى الدولة العضو قبل اتفاقية التريبيس<sup>(١)</sup>.

ومن الجدير بالذكر أن أحكام إتفاقية التريبيس ليست تلقائية التنفيذ فهى لا تخاطب الأشخاص الطبيعيين او الإعتباريين بل تخاطب الدول التى يقع عليها التزام بمراجعة قوانينها الداخلية بما يتوافق مع أحكام الإتفاقية وإلا سوف تعرض نفسها للجزاء المنصوص عليها فى الإتفاقية<sup>(٢)</sup>.

وقد أحالت اتفاقية التريبيس إلى القواعد القواعد القانونية المنصوص عليها فى الإتفاقيات الدولية الأخرى المبرمة فى مجال حقوق الملكية الفكرية ومن بين ذلك الإحالة الى المواد من ١ إلى ١٢ والمادة ١٩ من إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية ووفقاً لتعديل استوكهولم، وهى تتضمن القواعد القانونية المقررة لحماية مختلف صور الملكية الصناعية والتي عالجتها الإتفاقية، بما فى ذلك قواعد حماية العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية، هذا فضلاً عن بعض الأحكام فى إتفاقية برن لحماية المصنفات الفنية والأدبية، واتفاقية واشنطن للدوائر المتكاملة واتفاقية روما لحماية فنانى الأداء ومنتجى التسجيلات الصوتية وهيئات الإذاعة<sup>(٣)</sup>.

فقد جمعت إتفاقية التريبيس جميع أحكام الإتفاقيات الدولية المبرمة فى مجال حماية حقوق الملكية الفكرية فى وثيقة واحدة وهو الامر الذى يحقق الترابط بين أحكام الإتفاقيات الدولية بعد أن كانت موزعة بين عدة إتفاقيات ، لذلك ألزمت جميع الدول الأعضاء بضرورة تطبيق أحكام

١ المادة (٢٤) فقرة (٣) .

٢ مختار بربوى (٢٠١٠)، قانون العلامات التجارية، الجزء الأول، القسم الثالث، الأموال التجارية، دار النهضة العربية، مصر، ص ٢٢ .

٣ حسام الصغير (٢٠٠٤)، الجديد فى العلامات التجارية فى ضوء حماية حقوق الملكية الفكرية واتفاقيات التريبيس، مرجع سابق، ص ٣٥ .

الإتفاقيات والمعاهدات التي احوالت إليها دون تفرقة بين الدول التي انضمت إلى هذه الإتفاقيات الدولية والدول التي لم تنضم إليها<sup>(١)</sup>.

ومن أهم المزايا التي تتمتع بها إتفاقية التريبس أنها دعت إلى اتباع سياسة لمناهضة التمييز العنصرى بين الدول الأعضاء بها فقد نصت على مبدأ المعاملة الوطنية، ووفقا لهذا المبدأ تلتزم الدول الأعضاء بان تعامل مواطنى الدول الأعضاء الأخرى فى الإتفاقية ومن فى حكمهم فيما يتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية معاملة لا تقل عن التي تمنحها لمواطنيها فتمنحهم على الأقل نفس المزايا التي يتمتع بها رعاياها<sup>(٢)</sup>.

وكذلك تضمنت الإتفاقية مبدأ المعاملة الخاصة بحق الدولة الأولى بالرعاية والذي ينص على التزام الدول الاعضاء بألا تميز فى المعاملة بين رعايا الدول الأعضاء الأخرى ومن فى حكمهم.

### الاستنفاد الدولى لحقوق الملكية الفكرية :

ومن المتفق عليه أن حقوق الملكية الفكرية تخول لصاحبها الحق فى منع الغير من استيراد المنتج المشمول بالحماية من سوق أية دولة غير أن إطلاق هذا المبدأ يتيح لأصحاب الحقوق تقسيم الأسواق وطرح المنتجات فيها بأسعار متفاوتة ، وهو الأمر الذى جعل تشريعات بعض الدول تأخذ بمبدأ الاستنفاد الدولى لحقوق الملكية الفكرية ، ووفقاً لهذا المبدأ يسقط حق مالك البراءة أو العلامة التجارية أو المؤشر الجغرافى أية حق من حقوق الملكية الفكرية فى منع الغير من استيراد المنتجات المشمولة بالحماية بمجرد أن يطرح هذه المنتجات للتداول فى سوق أى دولة سواء بنفسه أو عن طريق أحد تابعية أو بموافقة<sup>(٣)</sup>.

ومن الجدير بالذكر أن إتفاقية التريبس لم تأخذ أية موقف إيجابى من مبدأ استنفاد حقوق الملكية الفكرية ، غير أن تبنى تشريعات الدول الاعضاء لمبدأ الاستنفاد الدولى لا يعد مخالفاً لأحكام إتفاقية التريبس طبقاً للمادة (٦) من الإتفاقية ، هذا وقد قرر إعلان الدوحة الذى عقد فى مدينة

١ حسام الصغير (٢٠٠٤)، الجديد فى العلامات التجارية، مرجع سابق، ص ٣٦ .

٢ المادة (٣) من الإتفاقية .

٣ حسام الصغير (٢٠٠٤)، الجديد فى العلامات التجارية، مرجع سابق ص ٣٨ .

الدوحة بقطر في نوفمبر ٢٠٠١ أنة يجوز لكل طرف في الإتفاقية أن يتبنى في سياسته الخاصة إزاء مبدأ الاستنفاد الدولي لحقوق الملكية الفكرية<sup>(١)</sup>.

وتعتبر إتفاقية التريبس من أول الإتفاقيات الدولية المبرمة في مجال حقوق الملكية التي اهتمت بوضع نظام لتسوية المنازعات التي قد تنشأ بين الدول الأعضاء وقد احوالت في هذا الشأن إلى أحكام إتفاقية الجات المتعلقة بالتفاهم في شأن تسوية المنازعات<sup>(٢)</sup>.

### مضمون قواعد حماية المؤشرات الجغرافية في إتفاقية التريبس :

من المعلوم أن إتفاقية التريبس فرقت فيما يتعلق بالمؤشرات الجغرافية بين نوعين من الحماية هو الحماية العامة التي تثبت للسلع للمؤشرات التي تعين السلع عامة، وكذلك الحماية الإضافية التي تثبت للمؤشرات التي تعين سلع الخمور والمشروبات الكحولية .

### أولاً : الحماية العامة للمؤشرات الجغرافية :

مظاهر التعدي على المؤشر الجغرافي :

طبقاً لنص المادة (١/٢٢) من الإتفاقية فقد ألزمت إتفاقية التريبس البلدان الأعضاء بتوفير كافة الوسائل اللازمة لمنع استخدام أية وسيلة في تسمية سلعة ما أو عرضها بطريقة توحي بأن السلعة المعينة نشأت في منطقة جغرافية غير المنشأ الحقيقي لها بطريقة تضلل الجمهور عن المنشأ الحقيقي لها .

ويشترط طبقاً للإتفاقية لإثبات وجود تعدي على المؤشر الجغرافي أن يكون هناك تسمية سلعة ما أو عرضها بطريقة زائفة أو مضللة ، وكذلك أن تكون تلك التسمية أو هذا العرض يضلل الجمهور عن المنشأ الحقيقي لها.

١ ضحى مصطفى عماره، حقوق الملكية الفكرية وحماية الأصناف النباتية ، رسالة دكتوراه حقوق المنوفية ، ٢٠١٠ ، ص ١٢٥ .

٢ المادة (٦٤) من الإتفاقية .

وقد استعملت الإتفاقية عبارة " أية وسيلة فى تسمية سلعة ما أو عرضها " لتحديد نطاق الاعمال المحظورة والتي تمثل انتهاك لحقوق الملكية الفكرية والتعدى على الحق فى المؤشر الجغرافى ، غير أن هناك ثلاث طرق يمكن خلالها ربط المؤشر بالسلعة التي يميزها وهى النوعية أو الشهرة أو أية خاصية أخرى للسلعة والتي ينبغى أن تنسب أساساً لمنشئها الجغرافى<sup>(١)</sup>.

وأيضاً فإن نطاق الحظر طبقاً للإتفاقية لا يقتصر فقط على التعدى على المؤشر الجغرافى بإستخدام اسم جغرافى بل يمتد ليشمل الأسماء الأخرى والرموز والصور والمعالم الطبيعية والتاريخية التي تمثل مؤشر جغرافى وهو ما يطلق عليه المؤشرات غير المباشرة<sup>(٢)</sup>.

ومن أمثلة ذلك الأسماء العديدة للجبن فى فرنسا أو كلمة بسمتى التي يثير ذكرها على الفور فى الذهن ذلك النوع من الأرز المزروع فى الهند والذي يتميز بنكهة طبيعية ومذاق خاص وقيمة غذائية عالية، وإستخدام عبارة (القطن المصرى) على المنتجات القطنية<sup>(٣)</sup>.

وبناء على ذلك فقد قضت إحدى المحاكم الألمانية بحظر استيراد نوع من النبيذ الإيطالى المعبأ فى زجاجات تماثل الزجاجات الألمانية ذات الشكل الخاص والمعبأ بها نبيذ "Bocksbented" فى منطقة "Badeu" الجغرافية وسببت المحكمة حكمها أن شكل الزجاجات الإيطالية دفع المستهلك الألمانى إلى التعامل معها على أنها تحمل النبيذ الألمانى الشهير المنشأ .

وقد ألغت محكمة العدل الأوروبية هذا الحكم تأسيساً على قيام المنتجين الإيطالين بإستخدام الزجاجات بحسن نية لفترة طويلة من الزمن .

وينصب عمل التضليل على المنشأ الجغرافى للسلعة ، بمعنى أن يوحى المؤشر المضلل أن أعمال زراعة السلعة أو تعدينها أو تصنيعها قد

١ المادة (٢٢) فقرة (١) من الإتفاقية .

2 Albrecht Conrad , Supra , p.35 .

٣ سمحية القليوبى (٢٠٠٩)، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، الطبعة الثامنة، ص ٦٢٧.

تمت فى موقع جغرافى معين، فى حين أن تلك الأعمال تمت فى موقع جغرافى آخر وبطريقة تمثل خداعاً للجمهور عن المنشأ الحقيقى للسلعة .

ولا يعتبر المؤشر الجغرافى الذى يحمل اسم جغرافى لا يمثل المنشأ الحقيقى للسلعة محظوراً إذا لم يؤدى إلى تضليل المستهلك ومثال ذلك المؤشر الجغرافى لأحد أنواع البيرة الأمريكية وهو " Budweiser " فهذا المؤشر يحمل اسم جغرافى لمنطقة فى ألمانيا تدعى " Budweis " وفيها تخمر البيرة الألمانية التى تطرح تحت مؤشر " Budweiser " من سبعمئة عام وعلى الرغم من أن المؤشر الأمريكى يعد مزوراً وغير حقيقى فإنه لا يعد غير مشروع أو محظور لأن المستهلك الأمريكى لا يعرف البيرة الألمانية ولا يربط عند التعامل على السلعة الأمريكية عند طرحها فى السوق بين اسم المؤشر ومكان معين للإنتاج فى ألمانيا فالبيرة التى تحمل مؤشر " Budweiser " تعتبر فى نظره سلعة أمريكية منذ بداية طرحها فى السوق عند بدء الإنتاج وبالتالى فإن كل مؤشر جغرافى مضلل هو بالتبعية مؤشر مزيف أو يتضمن اسماً أو دلالة جغرافية غير حقيقية ، والعكس غير صحيح<sup>(١)</sup>.

ولم تحدد الإتفاقية المقصود بالجمهور الذى انخدع بمثل تلك الاعمال المضللة وهو امر تركته الإتفاقية للتشريعات الوطنية للدول الأعضاء وطبقاً للمفاهيم القانونية السائدة فيها .

### أعمال المنافسة غير المشروعة:

أحالت إتفاقية الترييس فيما يتعلق بأعمال منافسة غير المشروعة إلى إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية حيث نصت على " منع استخدام أية وسيلة فى تسمية سلعة أو عرضها على نحو يؤدى إلى تضليل الجمهور عن المنشأ الحقيقى للسلعة، وكذلك إلى أى استخدام يشكل عمل من اعمال المنافسة غير المشروعة ووفقاً لما نصت عليه المادة (١٠) ثانياً من إتفاقية باريس ١٨٨٣<sup>(٢)</sup>.

1 Albrecht Conrad , Supra , p.43 .

٢ المادة (٢/٢٢) - أ من إتفاقية الترييس .

وبالرجوع إلى إتفاقية باريس والتي تشكل دعامة رئيسة في مجال حماية حقوق الملكية الصناعية إلا أن حماية المؤشرات الجغرافية من خلالها تعتبر حماية قاصرة والتي تتعلق بحظر استيراد السلع وحظر مصادرتها، وحيث أنه بموجب المادة (١٠) ثانياً والتي أضافت فقرة جديدة والتي بمقتضاها بتلتزم الدول الأعضاء في الإتحاد بأن تكفل لرعايا دول الإتحاد الأخرى حماية فعالة ضد المنافسة غير المشروعة، ومن أمثلة هذه الأعمال والتي تشكل عملاً من أعمال المنافسة غير المشروعة البيانات أو الإدعاءات التي يكون استعمالها في التجارة من شأنه تضليل الجمهور بالنسبة لطبيعة السلعة أو طريقة تصنيعها أو مصدرها أو صلاحيتها للإستعمال أو كميتها<sup>(١)</sup>.

ويرى البعض أن الغرض من إحالة إتفاقية التريبس إلى إتفاقية باريس هو في الحقيقة مد لنطاق المادة (١٠) ثانياً من إتفاقية باريس لتشمل المؤشرات الجغرافية بالنسبة للدول الأعضاء في إتفاقية التريبس أما البعض الآخر فيرى أن الإتفاقية تهدف إلى إبراز مبدأ المنافسة غير المشروعة بوصفه إحدى المبادئ الفعالة لحماية المؤشرات الجغرافية.

أما الففة الفرنسي فيما يتعلق بالإحالة التي نصت عليها إتفاقية باريس فإنه يميز بين ناحيتين الأولى: والتي يكون المؤشر الجغرافي محمياً بموجب سند خاص فإن الدعوى المخصصة لحماية تكون دعوى خاصة ضد أعمال التقليد أو الاغتصاب ، ومن ناحية أخرى إذا لم يكن المدعى صاحب حق فإن حماية المؤشر الجغرافي من خلاله تكمن دعوى المنافسة غير المشروعة<sup>(٢)</sup>.

### العلامات التجارية المتضمنة مؤشرات جغرافية مضللة:

الزمت الإتفاقية الدول الاعضاء بها برفض تسجيل العلامة التجارية التي تتضمن مؤشر جغرافي مضلل أو إغائة ولكي يسرى هذا الحظر فإنه يتعين أن يتعلق المؤشر بسله لم تنشأ في المنطقة الجغرافية المشار إليها ، وكذلك أن يكون استخدام المؤشر في العلامة التجارية بطريقة تضلل

1 Albrecht Conrad , Supra , p.36 .

2 Denis Rochard, 1999 La protection international des indications geographiques, these, poitiers , p . 306

الجمهور عن المنشأ الحقيقي للسلعة ، ويتضح من ذلك على جواز تسجيل العلامة التجارية التي تتضمن مؤشر جغرافي غير مضلل فقد نصت الإتفاقية على " تلتزم البلدان الأعضاء من تلقاء نفسها ، إن كانت تشريعاتها تسمح بذلك أو بناء على طلب من لة مصلحة فى ذلك برفض تسجيل علامة تجارية تشمل أو تتألف من مؤشر جغرافي فيما يتعلق بسلع لم تنشأ فى الأراضى المشار إليها أو إلغائه، إن كان استخدام المؤشر فى العلامة التجارية فيما يخص هذه السلع فى البلد العضو ذا طبيعة تضلل الجمهور فيما يتعلق بالمنشأ الحقيقى للسلع<sup>(١)</sup>.

وتطبيقاً لذلك فإنه يتعين على الدول الأعضاء رفض تسجيل العلامة التجارية من تلقاء نفسها أو إلغائه إذا كلن تشريعها الوطنى يسمح بذلك ويتعين على هذه الدول فحص سجل العلامات التجارية لديها ومراجعتها لإلغاء العلامة التجارية التى تتضمن مؤشر جغرافى مضلل ، وهذا الإلتزام يكون أيضاً بناء على طلب مقدم من صاحب مصلحة فى الرفض أو الإلغاء، ويستثنى من ذلك العلامات المسجلة أو المكتسبة بالإستعمال بحسن نية قبل نفاذ إتفاقية الترييس<sup>(٢)</sup>.

### المؤشرات الجغرافية المترادفة :

توسعت إتفاقية الترييس فى مجال حماية المؤشرات الجغرافية لتشمل المؤشرات الجغرافية المترادفة ، وتلك المؤشرات هى عبارة عن أسماء جغرافية تنطق وتكتب بالطريقة نفسها ولكنها تحدد الأصل الجغرافى للسلع التى تنشأ فى أماكن يختلف بعضها عن بعض مثل المؤشرات التى تعين الملابس المصنوعة فى " paris" بفرنسا وهى " paris" بولاية تكساس الأمريكية<sup>(٣)</sup>.

وقد نصت المادة ٥/٢٤ الإتفاقية على " تطبق تدابير الحماية المنصوص عليها فى الفقرات ١ و ٢ و ٣ ضد المؤشرات الجغرافية التى تصور كذباً للجمهور أن السلع المعنية نشأت فى أراضى أخرى، على

١ المادة (٢٢) فقرة (٣) من إتفاقية الترييس .

٢ المادة (٢٤) فقرة (٥) من إتفاقية الترييس .

٣ المادة (٢٤) فقرة (٥) من إتفاقية الترييس.



الرغم من أنها صحيحة حرفياً فيما يتعلق بالأراضي أو المنطقة أو الموقع الذى نشأت فيه السلع.

وترجع نشأة المؤشرات المترادفة إلى فى الغالب فى حالة الهجرة التى يقوم بها سكان بعض المدن أو القرى من دولة إلى دولة أخرى وقيامهم بإطلاق أسماء مدنهم القديمة على الجديدة وإتخاذها مؤشراً جغرافياً لمدنهم<sup>(١)</sup>.

والمؤشرات المترادفة تؤدي فى بعض الأحيان إلى تضليل المستهلك عن المنشأ الحقيقى للسلعة ويعتقد أنها نشأت فى إقليم جغرافى معين وفى الحقيقة أنها نشأت فى إقليم آخر ولا يشترط أن يكون البيان الذى أدى إلى التضليل زائفاً بل قد يكون حقيقياً ولمواجهة هذا الوضع كان لابد من تدخل الإتفاقية لعلاج هذا الأمر، لذلك تسرى على المؤشرات الجغرافية المترادفة نفس القواعد والأحكام والتى تلزم الدول الأعضاء بتوفير حماية لمنع المؤشرات المضللة وإلغاء تسجيل العلامات ذات المؤشرات المضللة ورفضها .

### ثانياً : الحماية الخاصة للمؤشرات الجغرافية :

نظمت إتفاقية التريبس إلى جانب الحماية العامة للمؤشرات الجغرافية بمقتضى المادة (٢٢) من الإتفاقية ، فقد قررت الإتفاقية حماية إضافة للمؤشرات المستخدمة فى تمييز منتجات الخمور والمشروبات الكحولية وهى فى الحقيقة تعد مشابهة للحقيقة للحماية المقررة بموجب إتفاقية مدريد ١٨٩١ حيث نصت على " تلتزم البلدان الأعضاء بتوفير الوسائل القانونية للأطراف المعنية لمنع استخدام المؤشرات الجغرافية التى تحدد منشأ الخمور أو المشروبات الروحية ، عندما لا تنشأ تلك السلع فى المكان المشار إليه فى المؤشر<sup>(٢)</sup> .

وقد ألزمت الإتفاقية الدول الأعضاء بإحترام هذا المعيار حتى ولو كان الأصل الحقيقى للسلع مشار إليه أو كان المؤشر الجغرافى مترجماً أو مقروناً بكلمات مثل نوع أو صنف أو نمط أو تقليد أو ما يشابهها .

1 Jinghua zou, supra , p.1155 .

٢ المادة (٢٣) فقرة (١) إتفاقية التريبس

وعلى العكس تماماً من الحماية العامة المقررة للمؤشرات الجغرافية بموجب المادة (٢٢) من الإتفاقية فإن المؤشرات الجغرافية التي تميز سلع الخمور والمشروبات الكحولية تعد محلاً للحماية دون حاجة لتوفير فعل التضليل أو عناصر المنافسة غير المشروعة<sup>(١)</sup>.

ويفسر من ذلك الخلاف الحاصل والمحتدم بين الولايات المتحدة الأمريكية ودول الإتحاد الأوربي حول مدى الحماية المقررة للمؤشرات الجغرافية ، فحيث ذهبت الولايات المتحدة الأمريكية إلى ان مؤشر " California Chablis" من الممكن أن يستخدم كمؤشر جغرافي لتمييز سلعة الخمور التي تنشا في مدينة كاليفورنيا فكلمة "Chablis" تعتبر اسم عام لنوع من أنواع الخمور ولا تعتبر مؤشر جغرافي مؤهل للحماية ، واقتران كلمة " California" بهذا الأسم تبداً أي شك في اعتبار المؤشر الجغرافي في هذه الحالة مضللاً ، أما دول الإتحاد الأوربي فقد رأيت أن كلمة " Chablis" مؤشر لتمييز نوع من الخمور التي تنشا في منطقة " Chablis" بفرنسا وهذه المنطقة تتمتع بخصائص معينة والتي لها تأثير مميز في هذا النوع من الخمور وشهرتها وقد سارت الإتفاقية على رأى دول الإتحاد الأوربي وأقرت حماية خاصة للخمور والمشروبات الكحولية تعد أداءه فعالة ضد تحول المؤشرات الجغرافية التي تميزها إلى أسماء عامة<sup>(٢)</sup>.

ومن أجل توفير حماية المؤشرات الجغرافية المتعلقة بالخمور والمشروبات الكحولية فقد نصت إتفاقية التريبس على إجراء مفاوضات في مجلس التريبس حول إنشاء نظام دولي للأخطار بالمؤشرات الجغرافية وتسجيلها فيما يتعلق بالخمور المؤهلة للحماية في البلدان المشاركة في النظام<sup>(٣)</sup>.

ولم تنجح تلك المفاوضات في ظل هذا الإنقسام السائد للدول في الوصول إلى نظام دولي للتسجيل فقد انقسمت الآراء إلى فريقين ، الفريق الأول ويمثلة دول الإتحاد الأوربي وسويسرا ويرى أنصار هذا الفريق إلى

1 Irene calboli , Subra, p.192.

2 Albrecht Conrad , Supra , p.39-40 .

٣ المادة (٢٣) فقرة (٤) من إتفاقية التريبس .

ضرورة وضع نظام ملزم للأخطار وتسجيل المؤشرات الجغرافية والتي تحظى بحماية غير مشروطة في أسواق الدول الاعضاء بعد قيدها في السجل المعد لذلك، أما الفريق الثانى والذى يمثل الولايات المتحدة الأمريكية واستراليا واليابان ونيوزلاندا إلى إنشاء نظام ائيارى للإخطار المؤشرات الجغرافية وتسجيلها ولا يلزم إلا الدول التى قبلت الأشتراك فى هذا النظام<sup>(١)</sup>.

وقد لاقى التفرقة التى أقامتها إتفاقية الترييس بين سلع الخمور والمشروبات الكحولية من ناحية، وباقى المنتجات من ناحية أخرى انتقادا لدى البعض فعلى سبيل المثال يمكن لمنتج ما أن يستخدم المؤشر الجغرافى " geneva " على واجة ساعة حائط برغم ان هذه السلعة لم تصنع فى جينف بل فى الصين طالما أنه أشار إلى المنشأ الصينى ، وكذلك أيضا يجوز للتاجر الكينى أن يسوق الشاى المنتج فى بلده والذى يستخدم المؤشر " Darjeeling " المتعلق بالشاى الهندى طالما أنه استخدم عبارة مثل شاى " Darjeeling " انتاج كينيا أو شاى " Darjeeling " الكينى، فى حين ان منتج الخمر الأمريكى لا يمكنه استخدام مؤشر " Champagne " حنة لو تضمن المؤشر الأصل الجغرافى الحقيقى فى أمريكا أو استخدم عبارات مثل نوع او صنف أو نمط أو مايشابهها .

تلك هى التفرقة التى أقامتها إتفاقية الترييس بين المؤشرات الجغرافية التى تستخدم لتمييز السلع عامة بخلاف سلع الخمور والمشروبات الكحولية وقد أدت تلك التفرقة إلى الإنتقاص من الحماية المكفولة للمؤشرات الجغرافية التى تميز السلع وتعمل على إضعاف شهرتها وحرمان أصحاب الحقوق من الإستفادة منها بالشكل المطلوب لتطوير منتجاتهم ، ولمعالجة هذا الأمر فإنه يجب إلغاء هذه التفرقة وتوحيد الحماية لتسرى على جميع انواع السلع.

### الحماية الخاصة للمؤشرات المترادفة :

نظمت الإتفاقية قواعد الحماية للمؤشرات الجغرافية المترادفة التى تستخدم فى تمييز سلع الخمور والمشروبات الكحولية بموجب المادة

1 Irene calboli , Subra, p.195-196.

(٣/٢٣) من الإتفاقية ، مثل مؤشر " Rioga " للخمر الذى ينشأ فى أسبانيا وكذلك مؤشر " Rioga " لنوع الخمر الذى ينشأ فى الأرجنتين ، وتنشأ هذه المشكلة فى الغالب فى حالة هجرة السكان من مدنهم القديمة مع قيامهم بإطلاق أسماء مدنهم القديمة على موطنهم الجديد<sup>(١)</sup>.

وقد أقرت الإتفاقية الحماية للمؤشرات الجغرافية المترادفة ولكنها تركت لكل عضو تحديد الطريقة الملائمة للتفريق بينهما مع الوضع فى الإعتبار المعاملة المنصفة للمنتجين المعنين وعدم تضليل المستهلك.

### المبحث الثانى: الحماية الدولية للمؤشرات الجغرافية طبقاً للقانون المصرى

عرف المشرع المصرى القواعد الخاصة بحماية المؤشرات الجغرافية لأول مرة بقانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ وذلك فى الباب الأول من الكتاب الثانى .

ويقصد بالمؤشرات الجغرافية طبقاً للقانون المصرى " المؤشر الذى يحدد منشأ سلعة معينة فى منطقة أو جهة فى إحدى دول منظمة التجارة العالمية أو التى تعامل مصر معاملة المثل ، وذلك طالما أن نوعية هذه السلعة وسمعتها أو سمعتها والمؤثرة فى ترويجها ترجع بصورة أساسية إلى منشأها الجغرافى<sup>(٢)</sup>.

وهذا يعنى أن المشرع المصرى اشترط لى يتمتع المؤشر الجغرافى بالحماية فى مصر، أن تكون نوعية السلعة أو سمعتها أو سمعتها والمؤثرة فى ترويجها ترجع بصورة أساسية إلى منشأها الجغرافى، وأن تقع المنطقة الجغرافية والتى تعتبر منشأ السلعة فى دولة عضو فى منظمة التجارة العالمية أو تعامل مصر معاملة المثل.

وكذلك أيضاً فقد اشترط المشرع المصرى لمنح الحماية للمؤشر الجغرافى أن يكون المؤشر الجغرافى محل الحماية قد اكتسب حماية سابقة

1 Irene calboli , Subra, p.195-196

٢ المادة (١/١٠٤) من القانون المصرى لحماية حقوق الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ .

فى بلد المنشأ، حيث أن لا حاجة لحماية المؤشر الجغرافى فى مصر طالما أنه لا يتمتع بالحماية فى بلد المنشأ<sup>(١)</sup>.

ومن ذلك يتضح أن المشرع المصرى تبنى الحد الأدنى من معايير الحماية والتي حددتها إتفاقية التريبس، والتي ألزمت الدول الأعضاء بتعديل قوانينها بما يتوافق مع أحكام الإتفاقية.

وقد قصد المشرع المصرى من حماية المؤشرات الجغرافية أن تكون تلك المؤشرات ممثلة للحقيقة وهى نشأة المنتجات أو السلع فى المنطقة الجغرافية لبلد المنشأ المشار إليه، بلد المنشأ المشار إليه والمثال على ذلك استخدام عبارة القطن المصرى على المنتجات القطنية أو البن البرازيلى على أنواع القهوة أو استخدام عبارة الأرز الهندى على أصناف الأرز<sup>(٢)</sup>.

### مظاهر التعدى على المؤشرات الجغرافية وطرق حمايتها :

أن المشرع المصرى قد حظر من استخدام أى مؤشر جغرافى على سلع أو منتجات إذا كان ذلك المؤشر يودى إلى تضليل الجمهور إلى الإعتقاد بأن هذه السلع نشأت فى البلد الذى يشير إليه المؤشر الجغرافى وقد حدد المشرع المصرى حالات لا يجوز فيها استخدام المؤشر الجغرافى.

وهذه الحالات هى :

لا يجوز لأى شخص فى جهة ذات شهرة خاصة فى إنتاج السلع أن يضع على السلع التى يتاجر فيها مؤشرات جغرافية توحى بطريقة تضلل الجمهور بأنها نشأت فى الجهة ذات الشهرة الخاصة<sup>(٣)</sup>.

فلا يجوز للتاجر الذى يقيم فى إقليم "Requefor" بفرنسا أن يستخدم ذلك المؤشر على الجبن الذى يتاجر فيه والذى لا يتوافر فيه الخصائص

١ المادة (٢/١٤٠) من القانون المصرى .

٢ سمحية القليوبى (٢٠٠٩)، الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص ٦٢٨.

٣ المادة (١٠٥) من القانون المصرى لحماية حقوق الملكية الفكرية .

التي يتمتع بها المنتج الأصلي من حيث إنتاجه من أنواع معينة من الاغنام ومعالجته في كهوف خاصة<sup>(١)</sup>.

- لا يجوز استخدام أية وسيلة في تسمية أو عرض سلعة ما توحى بطريقة تضلل الجمهور بأنها نشأت في منطقة جغرافية معينة على خلاف المنشأ الحقيقي للسلعة<sup>(٢)</sup>.

- لا يجوز لمنتج سلعة في جهة ذات شهرة خاصة في إنتاجها أن يضع مؤشراً جغرافياً على ما ينتج من سلع شبيهة في مناطق أخرى يكون من شأنها أن توحى بأنها منتجة في الجهة المشار إليها<sup>(٣)</sup>.

تواجه هذه الحالة قيام منتج السلعة في دولة ما تتمتع بشهرة خاصة في إنتاجها ويكون لصاحب عذة السلعة منتجات شبيهة يتم إنتاجها في مناطق أخرى ثم يقوم بوضع المؤشر الجغرافي للمنتجات الأولى على المنتجات الشبيهة التي لا تنتمي إلى هذه الدولة .

ومن الغنى عن البيان أن المشرع المصري أجاز تحول المؤشرات الجغرافية إلى أسماء عامة وذلك باستخدام أسماء جغرافية على السلع والمنتجات إذا أصبحت تدل في الاصطلاح التجارى على جنس المنتج دون النشأة الجغرافية له<sup>(٤)</sup>.

والمثال على ذلك استخدام التاجر لأسم جغرافى مثل كلمة الدمياطى أو السويسرى على عبوات الجبن لا يعتبر مخالفاً للقانون المصرى وذلك بسبب أن هذه الأسماء تدل على جنس المنتج ذاته دون مكان نشأته<sup>(٥)</sup>.

١ أمين مصطفى محمد (٢٠١٠)، الحماية الجنائية لحقوق الملكية الصناعية في ضوء الإتفاقيات الدولية والقوانين الوطنية، دار الجامعة الجديدة ، ص ١٣١ .

٢ المادة (١٠٦) من القانون المصرى .

٣ المادة (١٠٧) من القانون المصرى . وينظر أيضاً د . سمحى القليوبى ، الملكية الصناعية ، المرجع السابق ، ص ٦٢٨ .

٤ المادة (١٠٨) من القانون المصرى لحماية حقوق الملكية الفكرية .

٥ سمحى القليوبى (٢٠٠٩)، الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص ٦٣٠.

**العلامات التجارية المتضمنة مؤشر جغرافى :**

عرف المشرع المصرى العلامات التجارية فى المادة (١٦٣) من القانون المصرى لحماية حقوق الملكية الفكرية ويقصد بها " كل ما يميز منتجاً سلعة كان او خدمة عن غيرة وتشمل على وجه الخصوص الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً والامضاءات والكلمات والحروف والأرقام والرسوم والرموز وعناوين المحال والدمغات والأختام إذا كانت تستخدم فى تمييز منتجات عمل صناعى أو استغلال زراعى أو استغلال للغابات أو لمستخرجات الأرض ، إما للدلالة على مصدر المنتجات أو البضائع أو نوعها أو طريقة تحضيرها إما للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات.

وكسائر حقوق الملكية الفكرية يترتب على اكتساب ملكية العلامة أن يكون لصاحبها الحق فى احتكار استغلالها دون غيرة فى تمييز المنتجات والسلع التى تميزها .

أما المشرع المصرى فقد اشترط لتسجيل العلامة التجارية التى تتضمن مؤشر جغرافى ، أن يكون إنتاج السلعة بصفة مستمرة من طالب التسجيل فى المنطقة الجغرافية ذات الشهرة الخاصة، وكذلك ألا يؤدي استخدام العلامة إلى تضليل الجمهور عن المنشأ الحقيقى للسلعة<sup>(١)</sup>.

ويهدف المشرع المصرى من هذه الشروط لتسجيل العلامة المتضمنة مؤشر جغرافى وهو عدم استمرار طالب التسجيل للعلامة فى إنتاج السلع بنفس بلد المنشأ التى تشير إليه ويتحول إلى منطقة أخرى<sup>(٢)</sup>.

ومن الجدير بالذكر أن القانون المصرى تضمن إستثناء مالك العلامة المتضمنة على مؤشر جغرافى قبل العمل بأحكام قانون الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ أو قبل منح المؤشر الجغرافى الحماية فى بلد المنشأ، ففى حالة قيام أحد الأشخاص بإستعمال علامة تجارية متضمنة مؤشر جغرافى وكان ذلك قبل صدور قانون الملكية الفكرية المصرى

١ المادة (١٠٩) والمادة (١١٠) من القانون المصرى لحماية حقوق الملكية الفكرية.

٢ سمحية القليوبى (٢٠٠٩)، الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص ٦٣٠.

ونفاذ العمل به فيكون له الحق في تسجيلها في مصر إذا كان حسن النية<sup>(١)</sup>.

ولا شك أن هذا الحكم يحمى حقوق حسنى النية في حالة استخدامهم علامة تجارية متضمنة مؤشر جغرافى قبل حماية هذا المؤشر في بلد المنشأ أو قبل صدور قانون حقوق الملكية الفكرية المصرى الجديد.

أما إتفاقية التريبس فلا تجيز تسجيل العلامة التجارية التى تتضمن مؤشر جغرافى يستخدم لتمييز سلع لم تنشأ فى المنطقة الجغرافية المشار إليها ، إذا كان استخدام المؤشر فى العلامة من شأنه أن يضلّل الجمهور عن المنشأ الحقيقى للسلعة كما سبق أن اشرنا إليه سابقاً<sup>(٢)</sup>.

### خاتمة :

تعتبر المؤشرات أداة لتعيين سلع تستمد نوعيتها أو خصائصها أو شهرتها من مكان إنتاجها وتؤدى دوراً مهماً فى مشكلة نقص المعلومات لدى المستهلك وفى الحفاظ على الإرث الثقافى والمعرفة التقليدية فى المجتمعات البشرية .

وقد اتجهت إتفاقية التريبس إلى حماية المؤشرات الجغرافية من أشكال التعدى عليها التى تتجسد فى ثلاثة أنواع وهى : أولاً : استعمال المؤشرات الجغرافية المزيفة أو المضللة ، ثانياً : تسجيل المؤشرات الجغرافية بصفتها علامات تجارية ، ثالثاً : تحول المؤشرات الجغرافية إلى أسماء عامة.

ولم تفرض الإتفاقية على الدول الأعضاء قواعد موضوعية أو إجرائية موحدة تتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية بل ألزمتها بتوفير حد أدنى من حقوق الملكية الفكرية ومعايير الحماية ويجوز للدول الأعضاء تشديد هذه المعايير شريطة عدم مخالفة أحكام الإتفاقية وترك للدول الأعضاء حرية تحديد الطريقة الملائمة لتنفيذ إتفاقية التريبس فى إطار أنظمتها وأساليبها القانونية وتعد إتفاقية التريبس على هذا النحو الإتفاقية

١ المادة (١١١) من القانون المصرى .

٢ المادة (٢٢) فقرة (٤) من إتفاقية التريبس .



الأولى التى تحمل تنظيمًا متكاملًا لفرع مهم من فروع الملكية الفكرية وهو المؤشرات الجغرافية.

أما فى مصر فإن المشرع المصرى قد حرص فى قانون حماية حقوق الملكية الفكرية على تبني المبادئ الرئيسة لحماية المؤشرات الجغرافية المنصوص عليها فى إتفاقية التريبيس باستثناء الأحكام المنصوص عليها فى الإتفاقية التى تعين الخمور والمشروبات الكحولية وذلك نزولاً على مبادئ الشريعة الإسلامية إذ يسرى على هذه المؤشرات فى القانون المصرى ما ينطبق على غيرها.

ولم يرصد المشرع المصرى فى إطار الرخصة المتاحة لة فى إتفاقية التريبيس وسيلة خاصة لإعمال معايير الحماية وهو موقف يقلل من فاعلية الحماية وجديتها.

## المراجع

## المراجع باللغة العربية :

- أمين مصطفى محمد (٢٠١٠)، الحماية الجنائية لحقوق الملكية الصناعية فى ضوء الإتفاقيات الدولية والقوانين الوطنية، دار الجامعة الجديدة، مصر.
- حسام عبد الغنى الصغير (١٩٩٩)، أسس ومبادئ اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (اتفاقية التريبس)، دراسة تحليلية تشمل أوضاع الدول النامية مع الأهتمام ببراءة الاختراع، دار النهضة العربية، مصر.
- حسام عبد الغنى الصغير (٢٠٠٥)، مكافحة الإتجار الدولى فى السلع المقلدة ودور الجمارك فى مكافحة الأعتداء على حقوق الملكية الفكرية (٢٠٠٥)، مجلة التشريع، السنة الثانية، العدد الخامس، ابريل ٢٠٠٥.
- حسام عبد الغنى الصغير (٢٠٠٤)، الجديد فى العلامات التجارية فى ضوء قانون حماية حقوق الملكية الفكرية واتفاقية التريبس، دار الفكر الجامعى، مصر.
- سميحة القليوبى (٢٠٠٩)، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر.
- صلاح زين الدين (٢٠٠٠)، الملكية الصناعية التجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- صلاح زين الدين (٢٠١١)، المدخل إلى الملكية الفكرية، نشأتها ومفهومها ونظامها وأهميتها وتكييفها وتنظيمها وحمايتها، ط٣، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، براءات الأختراع، الرسوم الصناعية، النماذج الصناعية، العلامات التجارية، البيانات التجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- فرحة زاوى صالح (٢٠٠٦)، الكامل فى القانون التجارى الجزائرى، الحقوق الفكرية، ابن خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر.
- مختار بربرى (٢٠١٠)، قانون العلامات التجارية، الجزء الأول، القسم الثالث، الأموال التجارية، دار النهضة العربية، مصر.

- ضحى مصطفى عماره (٢٠١٠)، حقوق الملكية الفكرية وحماية الأصناف النباتية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة المنوفية، مصر.

#### المراجع باللغة الأجنبية :

- Albrecht Conrad, The protection of Geographical indications in the TRIPS Agreement, Trademark Rep.1996
- Irene calboli, the first ten years of TRIPS agreement: expanding the protection of Geographical indications of origin under TRIPS: "Old" debate or "new" opportunity? Marquette intellectual property law review, vol.10, 2006.
- Nobert Olsson, Appellations d'origine et indications de Provence re'p.com. Dalloz, oct. 2003.
- Jinghua zou, Rice and chesse, anyone? The flight over TRIPS geographical indications continues 30 Brooklyn j.intrnation L.2005 .
- (5)Denis Rochard, La protection international des indications geographiques, these, poitiers, 1999.

