

الحماية الدولية للعلامات التجارية وفقا لاتفاق مدريد للتسجيل الدولي للعلامات التجارية لعام 1891

International protection of trademarks in accordance with the Madrid

Agreement on International Registration of Markes of 1891

بونترعة شمامة

جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة¹ (الجزائر) ، bouterachemama@gmail.com

تاريخ النشر: 2023/03/31

تاريخ القبول: 2023/02/14

تاريخ الاستلام: 2022/11/05

ملخص:

إن وجود نظام دولي فعال لتسجيل العلامات التجارية يلعب دورًا حيويًا في حماية هذه العلامات و تعزيز التنمية الاقتصادية و المنافسة المشروعة على الصعيدين الوطني و الدولي، بحيث لا تنحصر حماية مثل هذه العلامات ضمن أراضي الدولة التي سجلت فيها، إنما تمتد لتشمل العديد من الدول على الصعيد الدولي.

و من هنا جاء اتفاق مدريد للتسجيل الدولي للعلامات التجارية لعام 1891، و الذي ارتكز في أحكامه على اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، لِيُوفّر إمكانية الحصول على حماية العلامات التجارية في مختلف الدول المتعاقدة، عن طريق إيداع طلب دولي واحد لدى المكتب الدولي التابع لمنظمة " الويبو"، و الذي يتولى تسجيلها و نشر تلك التسجيلات، و تبليغها للأطراف المتعاقدة، و يَجَل هذا الطلب محل مجموعة كاملة من الإجراءات و الشكليات في المكاتب الوطنية المختلفة، فيكون للتسجيل الدولي وفقا لاتفاق مدريد نفس الأثر في جميع البلدان المتعاقدة المعنية، كما لو أن العلامة التجارية قد تم تسجيلها مباشرة أمام المكاتب الوطنية لتلك البلدان.

كلمات مفتاحية: العلامات التجارية، المنافسة المشروعة، التسجيل الدولي، اتفاق مدريد، الحماية الدولية.

Abstract:

The existence of an effective international trademarks registration system plays a vital role in protecting these marks and promoting economic development and legitimate competition at the national and international levels, so that the protection of such marks is not limited to the territory of the country in which they are registered, but extends to many countries internationally.

Hence the Madrid Agreement on International Registration of Trademarks of 1891, the provisions of which are based on the Paris Convention for the Protection of Industrial Property, provides the possibility of obtaining the protection of trademarks in various

Contracting States by depositing a single international application with the International Office of the Organization. "WIPO", which registers and publishes such registrations, communicates them to the Contracting Parties, replacing a full range of procedures and formalities in the various national offices, and international registration in accordance with the Madrid Agreement has the same effect in all the Contracting Countries concerned, as if the trademark had been registered directly to the national offices of those countries.

Keywords: trademarks ; legitimate competition; international registration ; the Madrid Agreement ; international protection.

1- مقدمة

تحتلّ العلامات التجارية بأهمية كبيرة من بين فروع الملكية الصناعية الأخرى، إذ يستخدمها كل من الصانع و التاجر و مقدم الخدمة في تمييز أنشطتهم الاقتصادية المختلفة، فهو من الأساليب المهمة التي يلجأ إليها التجار و الصناع لتعريف المستهلكين بسلعهم و خدماتهم و تمييزها عما يشابهها من السلع و الخدمات المنافسة، و من خلالها أيضا يمكن للمستهلك أن يتعرف على السلعة التي يريدونها دون أن يختلط عليه الأمر.

و يرجع التفكير في حماية العلامة التجارية إلى العهود الماضية، أين كان الاعتداء على العلامة بالتقليد أو القرصنة أو غيرها من أشكال الاعتداء يُعتبر جُرمًا معاقب عليه، الأمر الذي تطلب ضرورة تسجيلها لإسباغ الحماية القانونية عليها فصدرت تبعا لذلك تشريعات وطنية تقرر الحماية على الإقليم الوطني، بيّد أن الملاحظ أن حماية العلامات التجارية كانت قاصرة فقط على الحدود الجغرافية للدول التي سُجلت فيها تلك العلامات، إعمالاً لمبدأ الإقليمية، و بذلك بدت هذه القوانين عاجزة عن حماية تلك العلامات التي تسجل على أراضي دولة أجنبية و تتعرض لانتهاكات على الصعيد الوطني، و السبب في هذا القصور هو عدم شمول الحماية للعلامات التجارية التي تسجل في الخارج، إعمالاً لمبدأ الإقليمية الذي يتطلب ضرورة تسجيلها في كل دولة يرغب مالك العلامة حمايتها فيها، وفي ذلك تعقيدات و صعوبات كثيرة يتحملها صاحب العلامة من تباين أنظمة التسجيل الوطنية، و هدر الجهد و الوقت و التكاليف.

أمام هذا الوضع، بدأت ملامح هذا التنظيم تتطور شيئاً فشيئاً مع اتساع نطاق العلامات و امتداده من نطاق إقليمي إلى نطاق دولي، و ذلك على نحو بدّا مناسباً مع طبيعة الحياة التجارية التي تتطلب انتقال السلع من بلد إلى آخر، مع استلزام هذا الانتقال بالضرورة توفير حماية قانونية للعلامات التجارية التي تميز هذه السلع عن غيرها، و ليس داخل الدول التي يتم فيها الإنتاج فقط، و إنما في كافة الدول التي يتم فيها الاستهلاك، تلك الحماية التي لن تتأكد و تنظم إلا بالتسجيل الذي يعد مناط الحماية القانونية التي يتمتع بها صاحب العلامة، لذا كان من المحمّم قيام نظام للتسجيل الدولي للعلامات، يهدف إلى حمايتها في الدول المختلفة التي يرغب صاحب العلامة حمايتها و تسجيلها فيها.

أن نظام التسجيل الدولي ليس بالنظام الحديث على المجتمع الدولي، و إنما يمكن ارجاع بدايته إلى اتفاقية باريس لعام 1883 لحماية عناصر الملكية الصناعية، التي سمحت بتسجيل العلامات الأجنبية في السجلات الوطنية للدول الأعضاء في اتحاد باريس.

و كخطوة للأمام في سلسلة حماية العلامات التجارية خارج النطاق المحلي، و لمزيد من التيسير و التسهيل على أصحاب العلامات التجارية، فبدلاً من أن يتجول أصحابها بعدد من الدول، بُغية حماية علاماتهم فيها و اصطدامهم بإجراءات متباينة و مختلفة، إضافة إلى هدر الجهد و المال و الوقت، جاء اتفاق مدريد للتسجيل الدولي للعلامات التجارية عام 1891، و الذي يعد بمثابة التطور العملي و الإجرائي لاتفاقية باريس، كخطوة هامة لحماية العلامات التجارية دولياً، بتيسير إجراءات تسجيلها، و توجيه جهة التسجيل من خلال المكتب الدولي التابع للمنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويو) و ما زاد من أهمية اتفاق مدريد، أنه أول اتفاق دولي يتعامل مع التسجيل الدولي من الناحية الموضوعية و الإجرائية ببيان شروطه و إجراءاته، و إثر هذا التسجيل على العلامة، و مدته و تجديده، و مدى إمكانية منح الحماية على أساسه أو رفضها، الأمر الذي دفعنا لاختياره كموضوع للدراسة.

و جدير بالذكر، أنه بعد اتفاق مدريد، رَعَتْ نظام التسجيل الدولي مجموعة من الاتفاقيات الدولية، أهمها، بروتوكول اتفاق مدريد لعام 1989، و الذي جاء ببعض الأحكام المختلفة بعض الشيء عن اتفاق مدريد، كما كان له الأثر في توسيع و زيادة تفعيل منظومة مدريد (الاتفاق و البروتوكول).

و إضافة إلى البروتوكول، تم إبرام اتفاقية قانون العلامات عام 1994 و التي عُنِيَتْ بالجوانب الضرورية لطلب التسجيل بهدف تمكين مالك العلامة من توفير الوقت و المال و خاصة في مرحلة طلب التسجيل¹.

إشكالية الدراسة.

تقوم إشكالية الدراسة على تساؤل رئيسي مفاده أنه: إذا كان اتفاق مدريد للتسجيل الدولي للعلامات التجارية، قد جاء لبسيط إجراءات التسجيل على مالك العلامة، و اضاء أقصى حماية لها خارج بلد منشأها، فهل حقق الاتفاق الغاية المرجوة منه؟

أهمية و أهداف الدراسة.

تكمن أهمية و أهداف هذه الدراسة في معرفة و بيان الآلية التي يتم من خلالها تسجيل العلامات التجارية دولياً وفقاً للاتفاق، و بيان الآثار المترتبة على هذا التسجيل، سواءاً بالنسبة لبلد منشأ العلامة، أو بالنسبة للبلدان الأطراف في اتفاق

¹ بلال عبد المطلب بدوي، تطور الآليات الدولية لحماية حقوق الملكية الصناعية، دار النهضة العربية القاهرة، 2006، ص 21، 22.

مدريد، و بيان الأهداف التي يسعى الاتفاق إلى تحقيقها و المتمثلة في التسهيل على مالك العلامة فيما يتعلق بإجراءات تسجيل علامته دوليا في الدول الأعضاء، و بالتالي حمايتها فيها من أي اعتداء.

تقسيم الدراسة و منهجها.

ستتم معالجة الإشكالية المطروحة من خلال ثلاث نقاط أساسية نتناول في **الأولى** دوافع إبرام اتفاق مدريد للتسجيل الدولي للعلامات التجارية و أغراضه، و في **نقطة ثانية** آلية التسجيل الدولي للعلامات التجارية وفقا للاتفاق، و في **نقطة ثالثة** الآثار المترتبة على هذا التسجيل الدولي.

و قد اعتمدنا في دراستنا على المنهج التاريخي، و الوصفي التحليلي.

2. دوافع إبرام اتفاق مدريد و اغراضه

نظرا للأهمية التي تلعبها العلامات التجارية في مجال الصناعة فقد ظهرت الحاجة إلى حمايتها، و تكون حماية تلك العلامات بموجب القانون الوطني، و مقتصرة على إقليم الدولة التي سجلت فيها استنادا إلى مبدأ إقليمية القوانين، و إذا ما أراد الصانع أو التاجر مالك العلامة التوسع في تجارته و الانتقال بها إلى الأسواق الدولية، فإنه يتوجب عليه تسجيل علامته في كل بلد يرغب استخدامها فيه، إلا أن اختلاف الإجراءات و القوانين التي تحكم الأمر من بلد إلى آخر، إضافة إلى إهدار الوقت و المال و الجهد، يُعَدُّ عائقا أمام تحقيق الحماية المنشودة، فاستهدى المجتمع الدولي إلى آلية التسجيل الدولي لإضفاء أقصى حماية على العلامة التجارية دوليا، و تسييرا على مالكةا في العديد من الأمور.

فجاء اتفاق مدريد لعام 1891 لتحقيق الغاية المرجوة، فكان أول اتفاق دولي يُعنى بالتسجيل الدولي من الناحية الموضوعية و الإجرامية.

فلما كان للاتفاق أهمية كبرى، و لما كان محل الدراسة الحالية فلا ضير من التطرق إلى دوافع و ظروف إبرامه في نقطة أولى، و بيان أغراضه في نقطة ثانية.

1.2 ظروف و دوافع إبرام اتفاق مدريد:

إن نظام التسجيل الدولي ليس بالنظام الحديث على المجتمع الدولي إنما يمكن ارجاع بدايته إلى اتفاقية باريس 1883 لحماية عناصر الملكية الصناعية، إذ كان موضوع الاتفاقية الرئيسي يتعلق بالعلامات التجارية في دول اتحاد باريس، حيث أعطت مجالا لجميع مواطني دول الاتحاد الحصول على حماية علاماتهم في جميع الدول الأعضاء، شريطة تسجيل علاماتهم الخاصة، مع اعطائهم أولوية التسجيل خلال 6 أشهر، من تاريخ التسجيل في بلد المنشأ¹.

و بذلك فتحت اتفاقية باريس وجود ما يسمى بالتسجيل الدولي للعلامات التجارية، و ذلك من خلال تسجيلها في أكثر من دولة من دول اتحاد باريس، أو جميعها، إذا ما رغب مالك العلامة.

¹ محمد محبوبي، الحماية الدولية لعلامات التجارة أو الصناعة أو الخدمة، المجلة المغربية لقانون الأعمال و المقاولات العدد 11، 2006، ص 32.

و لحرص الجماعة الدولية على تحقيق مزيد من التعاون الدولي فيما بين أعضائها، خاصة تحسين و تطوير العلامات التجارية الدولية، و محاولة إرساء نظام للتسجيل الدولي للعلامات يسمح لصاحب العلامة المسجلة في بلدها الأصلي أن يكفل حمايتها في باقي دول الاتحاد المطلوب توفير الحماية لها فيها، تطرّق ممثلو بعض الدول أثناء مؤتمر مراجعة اتحاد باريس المنعقد في روما سنة 1886، لمدى إيجابية انشاء نظام دولي لتسجيل العلامة، و ذلك رغبة منهم في الحفاظ على علاماتهم على الصعيد الدولي، مما أدى إلى انعقاد مؤتمر مدريد سنة 1891، و الذي كان سببا في إبرام اتفاق مدريد للتسجيل الدولي للعلامات التجارية بتاريخ 14 أبريل 1891، و الذي دخل حيز النفاذ في 15 جويلية 1892¹، و قد جرى تعديله عدّة مرات، كان أولها في بروكسل سنة 1900، ثم واشنطن سنة 1911، و لاهاي سنة 1925، ثم في لندن سنة 1934 ثم في نيس سنة 1957، و في ستوكهولم سنة 1967، و آخرها عام 1979².

و قد ابرم هذا الاتفاق من أجل وضع نظام دولي للتسجيل بغرض تسهيل تسجيل العلامة على المستوى الدولي، و من ثمة تفادي تكرار تسجيله في كل دولة يرغب المستفيد في الحصول على الحماية فيها، بما يترتب على ذلك من تعقيدات و ارتفاع تكلفة التسجيل، و من هنا فإن غرض هذا الاتفاق ليس وضع قانون مّوحد أو توحيد قوانين الدول الموقعة المنظمة لها أو اقرار حماية خاصة لها، و إنّما فقط وضع مسطرة للتسجيل ذات طابع دولي، تسمح انطلاقا من تسجيل واحد بإقرار الحق على العلامة في كل أو بعض دول اتحاد مدريد، بحيث يكتسب المستفيد انطلاقا من التسجيل الأول مجموعة علامات وطنية تخضع للقوانين الوطنية لكل دولة جرى فيها التسجيل اللاحق.

و قد تناول الاتفاق موضوع التسجيل على العلامة، و مدته و تجديده، و مدى إمكانية منح الحماية بناءً على هذا التسجيل أو رفض ذلك.

وقد أنشأ الاتفاق اتحادًا عرف ب"اتحاد مدريد"، و لهذا الأخير جمعية تضم في عضويتها كل الدول الأعضاء في الاتحاد، كما يتوفر الاتحاد على مكتب دولي يجنّف يتولى الإجراءات الإدارية للتسجيل، و كل ذلك تحت إشراف المنظمة العالمية للملكية الفكرية، و للاتحاد أيضا ميزانيته الخاصة³.

و جدير بالذكر أنه ألحق بالاتفاق بروتوكول يعرف بروتوكول اتفاق مدريد تم إبرامه بعد حوالي 100 سنة من إبرام اتفاق مدريد و ذلك في 27 جوان 1989، ليشكلا معًا ما يعرف ب" نظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات التجارية"

¹ الراوي عماد عويد سعيد، الحماية القانونية للعلامات التجارية و الصناعية في المعاهدات الدولية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، معهد البحوث و الدراسات العربية، القاهرة، 2011، ص 78.

² محمد محبوبي، النظام القانوني للعلامات التجارية في ضوء التشريع المغربي المتعلق بحقوق الملكية الصناعية و الاتفاقيات الدولية، الطبعة الثانية، دار أبي رقرق للطباعة و النشر، الرباط، 2011، ص 229

³ فؤاد معلال، شرح القانون المغربي الجديد، الطبعة الأولى، دار الآفاق المغربية للنشر و التوزيع، الدار البيضاء، 2005، ص 632.

تبسيطا لإجراءات التسجيل، كما تم إبرام لائحة تنفيذية مشتركة بين هاتين الاتفاقيتين و التي دخلت حيز التنفيذ في 01 أبريل 1996¹.

2.2 أغراض اتفاق مدريد للتسجيل الدولي للعلامات التجارية

أنّ الغرض من وضع هذا الاتفاق هو العمل على وضع نظام دولي لتسجيل العلامات، و ذلك بغية التيسير على جميع الدول الأعضاء في الاتحاد الدولي لحماية حقوق الملكية الصناعية، فيكون للشخص المنتمي لأي من الدول المتعاقدة في الاتفاقية أن يضمن لعلامته التجارية المسجلة في بلده الأصلي حماية في جميع دول الاتحاد إذا ما اتبع الإجراءات الخاصة بإيداع العلامة التي قد سجلها في بلده الأصلي لدى المكتب الدولي لحماية الملكية الصناعية، و يتم الإيداع عن طريق تقديم طلب إلى مكتب الملكية الصناعية في بلد لعلامة الأصلي، و بذلك حاول الاتفاق القضاء على العقبات التي يمكن أن تواجه الفرد من ضرورة تسجيل علامته فيها، و ذلك بتوفير الجهد و الوقت و النفقات و المصاريف التي يمكن أن يتكبدها فيما لو أقدم على ذلك.

و بالرغم من أن اتفاق مدريد استخدم على نطاق واسع و لفترة تجاوزت القرن من الزمن، إلا أن هناك العديد من الدول التي توانت عن الانضمام إليه، و من أهم هذه الدول نجد الولايات المتحدة الأمريكية و اليابان.

3. آلية التسجيل الدولي للعلامات التجارية وفقا لاتفاق مدريد

جاء اتفاق مدريد للعمل على تنظيم تسجيل العلامات التجارية دوليا بإشراف المكتب الدولي التابع لمنظمة "الويو" من خلال استلام الطلبات و قيدها في السجل الخاص بذلك، و نشرها في النشرة الدورية و إرسالها لكل ذي صفة و مصلحة في ذلك.

و حتى تكتمل عملية التسجيل وفقا للاتفاق، و تكتسي الطابع القانوني، لابد من توفر شروط محددة يجب مراعاتها و سوف نستعرض تلك الشروط في نقطة أولى، كما أنه يستلزم للسير في عملية التسجيل وفقا للاتفاق إجراءات و ضوابط معينة، نوضحها في نقطة ثانية

1.3 شروط التسجيل الدولي للعلامات التجارية وفقا لاتفاق مدريد

إن عملية التسجيل الدولي للعلامات التجارية محددة بضوابط قانونية معينة في اتفاق مدريد للتسجيل الدولي للعلامات، و إن هذه الضوابط و الشروط قد تكون شكلية، و قد تكون موضوعية، و فيما يلي توضيح لكل منها.

1.1.3 الشروط الشكلية

حتى يقبل طلب العلامات للتسجيل، لابد من توافر حملة من الشروط الشكلية منها ما يتعلق بذات الطلب و كيفية تقديمه، و منها ما يتعلق بصاحب الطلب، و منها ما يتعلق بالعلامة...إلخ.

¹ بارة سعيدة، نظام مدريد كآلية للتسجيل الدولي للعلامات التجارية، المجلة الأكاديمية للبحث العلمي، المجلد 14، العدد 02، 2016، ص 419.

أ- كيفية تقديم الطلب الدولي و لغته

من البديهي أن طلب التسجيل إجراء طبيعي، إذ لا يمكن أن يتم تسجيل علامة تجارية على المستويين المحلي و الدولي، إلا إذا توفر هذا الطلب، و تزيد أهميته في عملية التسجيل الدولي.

و قد أوضحت اتفاقية مدريد وجوب تقديم الطلب الدولي على الاستثمارات المنصوص عليها في اللائحة التنفيذية، و إن نظام مدريد ألزم مكاتب المنشأ بأن تقدم لمن يريد أن يودع طلب دوليا لتسجيل علامته التجارية استثمارات معدة لذلك¹.

فالمكتب الدولي للويو يزود تلك المكاتب بهذه الاستثمارات، و ما على مكتب المنشأ إلا أن يقدمها لمن يريد أن يودع طلبا لتسجيل العلامات لدى المسجل الدولي للعلامات، و بالتالي يمكننا تعريف **الاستثمار** بأنها: " ذلك النموذج الذي يعده المكتب الدولي للويو لغايات إيداع الطلب الدولي لتسجيل العلامات لدى المسجل الدولي للعلامات، و يوزعها على المكاتب المكلفة بتسجيل العلامات لدى الأطراف المتعاقدة في نظام مدريد، و التي تكون مكتب منشأ لتلك العلامات حسب مقتضى الحال".

و يجب على الإدارة المختصة في المكتب الوطني مطابقة البيانات الواردة في هذا الطلب، مع البيانات الواردة في السجل الوطني، و هذا ما قرره المادة الثالثة من اتفاق مدريد، بحيث لا يجوز إيداع طلب لتسجيل العلامة دوليا، إذا لم يكن قد تم تسجيلها أولا لدى مكتب العلامات في الطرف المتعاقد الذي تربطه بمودع الطلب أحد الروابط اللازمة لهذا الغرض، فلا بد من إيداع الطلب الدولي لدى المكتب الدولي بواسطة مكتب المنشأ، فلا ينظر المكتب في أي طلب يقدم إليه من المودع مباشرة بل يعيد إلى مرسله دون اتخاذ أي إجراء نحو تسجيل العلامة دوليا².

و يتم الإيداع عن طريق قيام صاحب العلامة بتقديم طلب تسجيل دولي من نسختين على النموذج الخاص-كما سبق بيانه- بحيث يحتفظ بالنسخة الأولى في المكتب الوطني، أما الثانية، فيتم رفعها موقعة من الإدارة الوطنية إلى المكتب الدولي بما تاريخ الطلب و ما يفيد دفع الرسوم الخاصة به، و يتم تحرير هذا الطلب وفقا لاتفاق مدريد باللغة الفرنسية فقط³.

هذا من حيث شكلية الإجراء بتقديم الطلب الدولي للعلامات، أما من حيث زمان إيداع الطلب الدولي لمكتب المنشأ حسب اتفاق مدريد و ما قرره **المادة الثامنة** من نظام مدريد، فإنه يجوز للمودع إيداع طلب لتسجيل الدولي

¹ يعقوب يوسف صرخوه، النظام القانوني للعلامات التجارية، دار السلاسل للطباعة و النشر، الكويت، 1992، ص 254.

² خالد ممدوح إبراهيم، حقوق الملكية الفكرية، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2010، ص 177.

³ نفس المرجع، ص 175. و أيضا: عبد الفتاح بيومي حجازي، مقدمة في حقوق الملكية الفكرية و حماية المستهلك في قانون التجارة الالكترونية، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005، ص 19

للعلامات بعد تسجيل العلامة موضوع طلب التسجيل الدولي أمام المسجل الوطني للعلامات، أي بعد حصول مودع الطلب الدولي للعلامات على شهادة نهائية تفيد تملكه لتلك العلامة، و أن عملية تسجيل تلك العلامة أمام المسجل الوطني قد استنفدت كافة طرق الطعن و الالتماس و الاعتراض.

و بالتالي فإن عملية تقديم الطلب الدولي لتسجيل علامة لدى المسجل الوطني للعلامات لدى مكتب المنشأ يعتبر إيداعا لطلب التسجيل الدولي للعلامات، و في حالة مخالفة تلك الشكلية و تقديم الطلب الدولي مثلا إلى المسجل الدولي للعلامات مباشرة أو تقديمه من خلال مكتب لا يُعَدُّ مكتب منشأ، فإن المكتب الدولي من خلال المسجل الدولي للعلامات لا ينظر في ذلك بل يعيده إلى مرسله.

أما من حيث توقيع الطلب الدولي، فإن مكتب المنشأ المودع من خلاله طلب التسجيل الدولي ملزم بوضع توقيع على الاستمارة المقدمة إليه، في حين يكون توقيع المودع على ذلك الطلب متوقف على مكتب المنشأ فيما إذا كان يطالب المودع به للتوقيع على الاستمارة أم لا، فإنه يجب على المودع أن يضع توقيعيه أيضا بالإضافة إلى توقيع مكتب المنشأ، أما إذا كان مكتب المنشأ لا يطالب بوضع توقيعيه، فإنه يجوز إيداع طلب التسجيل الدولي بتوقيع مكتب المنشأ فقط¹.

ب- بيانات الطلب الدولي

يتضمن الطلب مجموعة من البيانات الضرورية، منها ما يتعلق بالمودع و منها ما يتعلق ببلد المنشأ، و منها ما يتعلق بالعلامة محل التسجيل الدولي.

• البيانات المتعلقة بالمودع

ابتداءً إن اتفاق مدريد للتسجيل الدولي لا يطبق إلا ضمن النطاق الجغرافي للأطراف المتعاقدة في اتفاقية مدريد، و كذلك لا يشمل إلا الأشخاص الذين لهم بدول أطراف المتعاقدة في الاتفاق علاقات أو روابط، إذ تمثل تلك الروابط حسب المادة الثالثة الفقرة 03 بامتلاك مؤسسة صناعية و تجارية حقيقية أو جدية، أو بالاقامة أو بالتمتع بجنسية إحدى دول الأعضاء الأطراف في اتفاق مدريد للتسجيل الدولي للعلامات.

و قد يكون المودع شخصا طبيعيا أو معنويا، و قد تضمنت القاعدة 09 الفقرة 04 من اللائحة التنفيذية المشتركة على أهم البيانات الخاصة بالمودع، و التي يجب أن يتضمنها الطلب الدولي كإسم المودع وفقا للتعليمات الإدارية، و عنوان المودع، و اسم الوكيل أن وجد و عنوانه وفقا للتعليمات الإدارية، و ان كان هناك عنوان خاص بالمراسلات، و تحديد وسيلة الاتصال به كرقم الهاتف، و في حالة وجود وكيل للمودع يجب ان توضع البيانات الخاصة بالوكيل حتى يتسنى مخاطبته. كما بينت المادة 12 من التعليمات الإدارية لتطبيق اتفاق مدريد و بروتوكول الاتفاق كيفية كتابة الاسم إذا كان الشخص طبيعيا أو معنويا أو كان عبارة عن حروف.

¹ عصام فايز محمود خزاعلة، النظام القانوني للتسجيل الدولي للعلامات التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الملكية الفكرية، جامعة آل البيت، كلية الدراسات الفقهيّة و القانونية، الأردن، 2007، ص 57.

أما بالنسبة لإيداع عدة طلبات دولية لدى المسجل الدولي للعلامات من قبل عدة اشخاص يملكون نفس العلامة محل التسجيل الدولي، فإن القاعدة 08 من اللائحة التنفيذية، أجازت لعدة مودعين أن يودعوا معا طلبا دوليا يخضع للاتفاق وحده، أو يخضع لكل من الاتفاق و البروتوكول، إذا كانوا يملكون معا التسجيل الأساسي، و إذا كان بلد المنشأ كما هو محدد في المادة الأولى الفقرة 03 من الاتفاق هو ذاته بالنسبة إلى كل منهم.

و بالنسبة لطلب الأولوية، فلما كان لمودع الطلب الوطني للتسجيل الوطني للعلامات حق الانتفاع بأولوية إيداع سابق، كذلك الأمر ذاته، فله الانتفاع أمام المسجل الدولي للعلامات بأولوية إيداع سابق في أحد الأطراف المتعاقدة، شريطة بيان اسم المكتب الوطني الذي تم فيه إيداع ذلك الطلب و رقمه و بيان السلع و الخدمات التي ينطبق عليها المطالبة بالانتفاع بالأولوية.

● البيانات المتعلقة ببلد المنشأ.

يحدد المودع في هذه البيانات المكتب الوطني في بلد المنشأ الذي قام فيه التسجيل، و يتولى المسجل مهام مكتب المنشأ فيما يتعلق باستقبال طلبات التسجيل الدولي، فيحق لكل من تقدم للمسجل بطلب تسجيل أساسي أو يملك تسجيلاً أساسياً، التقدم للمسجل (بصفته مكتب المنشأ) بطلب تسجيل دولي¹.

و في ضوء ذلك، يجب على المودع أن يوضح سبب اختياره هذه الدولة و ذلك من خلال اختياره لأحد الخيارات الآتية: أما أن يكون مواطناً في بلد المنشأ العضو في الاتفاق، أو أن يكون مقيماً في بلد المنشأ، أو أن يكون له شركة تجارية أو صناعية ذات وجود حقيقي في بلد المنشأ.

● البيانات الخاصة بالعلامات: و تتمثل هذه البيانات في:

- شكل العلامة التجارية:

يتعين أن يتضمن الطلب الدولي صورة مستنسخة من العلامة و يجب أن تكون مطابقة للعلامة الواردة في الطلب الأساسي، و في هذا الموضوع ألزمت القاعدة التاسعة مقدم الطلب وضع صورة مستنسخة من العلامة، و التي يجب أن يكون مقاسها ملائماً لإدراجها في الاستمارة الرسمية، و يجب أن تكون هذه الصورة واضحة باللونين الأبيض و الأسود و الألوان، إذا ما كانت الألوان عنصراً مميزاً للعلامة²، و في هذه الحالة يطلب من صاحب العلامة أن يحدد الألوان المستخدمة

¹ السيد التوفيق المطاع، بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، ندوة الويبو الوطنية حول الملكية الفكرية، صنعاء 10-11 جويلية 2004، ص 3.

² ولأء الدين محمد أحمد إبراهيم، الحماية القانونية للعلامات التجارية في القانون الدولي الخاص، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، جامعة عين شمس، كلية الحقوق، القاهرة، 2006، ص 68.

في العلامة و التي تميزها علما بأنه في حالة ما إذا رغب في حماية لون العلامة الملونة إضافة إلى الواردة في طلب التسجيل كما ترفق هذه النسخ بالإخطارات الصادرة عن المكتب الدولي¹.

- التسجيل الوطني للعلامة

و معنى ذلك أنه لتسجيل علامة تجارية دوليًا لابد من التسجيل أولاً في بلد المنشأ، فوفقاً لاتفاق مدريد، يجب أن تكون العلامة التجارية مسجلة داخل الإقليم الوطني مسبقاً في إحدى دول اتحاد مدريد، و هذا ما قرره المادة الأولى الفقرة 2 من الاتفاق.

إذن حتى يتم إيداع طلب التسجيل الدولي للعلامات أمام المسجل الدولي، فإنه يشترط التسجيل المسبق أمام المسجل الوطني (مكتب المنشأ)، كشرط لقبول الإيداع الدولي للعلامات إذا كان الطلب خاضعاً للاتفاق، و يقوم صاحب العلامة بكتابة رقم و تاريخ العلامة في بلد المنشأ، و ذلك في حالة التسجيل وفقاً لاتفاق مدريد.

- وصف العلامة

يجب وصف العلامة وصفاً دقيقاً كما هي مسجلة في بلد المنشأ، حيث يتم تحديد ما إذا كانت العلامة مجسمة أي ذات ثلاث أبعاد، أو كانت علامة صوتية أو علامة جماعية أو علامة جودة... إلخ.

- نطاق حماية العلامة

و يشمل النطاق الموضوعي، و يعني ذلك السلع و الخدمات التي تميزها العلامة منفردة أو ضمن فئات، و أن يبين أن أمكن الصنف أو الأصناف المقابلة لها²، تبعاً للتصنيف المعد بموجب اتفاق نيس بشأن التصنيف الدولي للسلع والخدمات لأغراض تسجيل العلامات.

و النطاق الجغرافي، إذ يحدد من خلاله صاحب العلامة الدول التي يرغب في حماية علامته فيها غير دولة المنشأ و عموماً، يقبل في التسجيل الدولي للعلامات وفقاً لاتفاق مدريد كل علامة تجارية أو صناعية سجلت في بلدها الأصلي وفقاً للشروط و الإجراءات المتبعة في ذلك البلد، و تبعاً لذلك تلتزم دول الاتحاد بقبول تسجيل العلامة الأجنبية، مادامت تلك العلامة قد استوفت شروط تسجيلها بحسب قانون بلد الأصل.

ت- تاريخ و رسوم طلب التسجيل الدولي

يعتبر تاريخ تقديم طلب التسجيل الدولي من البيانات المهمة في استمارة طلب التسجيل، و ذلك لأنه المعيار الأساسي في تحديد أولوية التسجيل، و من ثمة فهو بيان مهم يجب على مكتب بلد المنشأ ذكره بوضوح و يكون تاريخ تقديم طلب التسجيل الدولي هو نفسه تاريخ التسجيل الدولي في حالة ما إذا تسلم المكتب الدولي الطلب خلال شهرين من تاريخ تقديم الطلب في بلد المنشأ، أما إذا تسلمه بعد ذلك، فيكون تاريخ التسجيل الدولي هو تاريخ استلام المكتب

¹ خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص 179.

² ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري و الاتفاقيات الدولية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، جامعة الحاج لخضر، كلية الحقوق و العلوم السياسية، باتنة، 2014، ص 109.

الدولي للطلب، و على إثر ذلك يقوم على الفور بإبلاغ الإدارات الوطنية به، و هذا ما قرره المادة الثالثة الفقرة 04 من اتفاق مدريد.

و قد أجاز اتفاق مدريد لبلد المنشأ أن يقوم بتحصيل رسم وطني من التسجيل الدولي للعلامة، و ذلك مقابل قيامها بإجراءات تقديم الطلب الدولي و متابعتها لدى المكتب الدولي، إلا أنه عرض على بلد المنشأ عند تقديم الطلب الدولي تحصيل رسم دولي يتم سداده مقدماً بالعملة السويسرية (الفرنك السويسري) أما مباشرة للمكتب الدولي أو من خلال المكتب الوطني الذي يقوم بتحصيلها و تحويلها إلى المكتب الدولي¹.

و تتعدد أنواع الرسم الدولي منها الرسم الأساسي، و الرسم الإضافي، و الرسم التكميلي و رسم الترتيب². و جدير بالذكر في هذا المقام إلى أن رسوم التسجيل تدفع نقداً للمكتب الدولي و كما اسلفنا بالفرنك السويسري أو بحوالة بريدية أو بشيك بريدي أو بواسطة شيك مسحوب لدى أحد الأبنك الذي يوجد مقره أو إحدى وكالاته في سويسرا. و هذا الرسوم محددة على النحو التالي ، بالفرنك السويسري³:

1- رسم أساسي

- إذا لم تكن إي صورة مستنسخة من العلامات بالألوان، وقيمتها 633 فرنك سويسري.

- إذا كانت صورة مستنسخة من العلامات بالألوان، وقيمتها 903 فرنك سويسري.

2- رسم إضافي عن كل صنف من أصناف السلع بعد الصنف الثالث، وقيمتها 73 فرنك سويسري.

3- رسم تكميلي عن تعيين كل دولة متعاقدة معينة، وقيمتها 73 فرنك سويسري.

2.1.3 الشروط الموضوعية

تتمثل الشروط الموضوعية اللازم توافرها في العلامة التجارية في شرط الصفة المميزة، و شرط الجدة و شرط المشروعية و شرط القابلية للإدراك بالنظر، و الشروط الموضوعية هذه لا بد منها لوجود العلامة من الناحية الواقعية، و يتوجب على المسجل الوطني التحقق من توافرها لإسباغ الحماية على العلامة، غير أنه باستقراء نصوص اتفاق مدريد لا نجد أية إشارات تدل على قيام المسجل الدولي للعلامات و فيما يلي سنتناول تلك الشروط الموضوعية بشيء من الشرح.

¹ خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص 180.

² لمزيد من التفصيل و الشرح لأنواع الرسم الدولي أنظر: ولاء الدين محمد أحمد إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص 71 و ما بعدها.

³ محمد محبوبي، النظام القانوني للعلامات التجارية في ضوء التشريع المغربي المتعلق بحقوق الملكية الصناعية و الاتفاقيات الدولية، مرجع سبق ذكره، ص 233

أ- الصفة المميزة للعلامة

إن هذا الشرط تابع من الوظيفة الأساسية للعلامة لدورها في النطاق التجاري و الصناعي و هو تمييز البضائع و الخدمات و المنتجات عن غيرها من البضائع و الخدمات و المنتجات المشابهة، و يجب أن تكون العلامات التجارية التي يمكن تسجيلها مؤلفة من حروف أو رسوم أو علامات أو خليط من ذلك لها صفة فارقة، أي قادرة على تمييز بضائع صاحبها عن بضائع غيره من الناس.

و يقصد بذلك أن يكون للعلامة شكل مميز خاص بها، أي أن تتصف العلامة بطبيعة ذاتية تمنع من الخلط بغيرها، و تجعل من اليسر معرفتها، و تكون العلامة مميزة متى تم وضعها بطريقة هندسية معينة، كأن تتخذ شكلا دائريا أو مربعا أو مسدسا مميزا، أو متى تم رسمها بشكل زخرفي معين، أو متى تم حفرها بشكل بارز مميز أو بأي شكل آخر له صفة مميزة (فارقة)¹.

ب- الجودة في العلامة التجارية

لا يكفي أن تكون العلامة التجارية مميزة، بل يجب أن تكون جديدة، بمعنى أنه لم يسبق استعمال نفس العلامة داخل حدود الدولة على ذات السلع أو المنتجات المراد استخدام العلامة التجارية عليها. و لكي تكون العلامة جديدة، يجب أن يتوفر فيها على الأقل عنصر مميز لها، و تفقد العلامة شرط الجودة، إذا ما ثبت أن أحد الناس قد قام باستعمالها أو تسجيلها لتمييز منتجاته أو بضائعه أو خدماته. و عموما فإن المقصود بشرط الجودة في العلامة، ليس الجودة المطلقة تماما، أي لم يسبق استعمالها نهائيا، بل إن المقصود بشرط جودة العلامة، الجودة النسبية التي تمنع اللبس أو التضليل في مصدر المنتجات أو البضائع²

ت- مشروعية العلامة

إن مشروعية العلامة من ضمن الشروط الموضوعية التي يبحث عنها و يتحقق منها المسجل الوطني للعلامات، و لا يبحث فيها المسجل الدولي، و إن المسجل الوطني للعلامات يتحقق من مشروعية العلامة من خلال النظام القانوني الداخلي لتلك الدولة، و بالتالي يمكن القول بأن العلامة التجارية تكون مشروعة إذا كانت غير مخالفة للنظام العام والآداب العامة في تلك الدولة المراد تسجيل تلك العلامة أمام المسجل الوطني لها.

ث- شرط قابلية العلامة التجارية للإدراك بالنظر

و يعني هذا الشرط أن تكون العناصر الداخلة في تكوين العلامة التجارية يمكن إدراكها بصورة ملموسة في الأسماء والإيماءات و الرموز و الحروف و الصور و الأحكام و النقوش... إلخ. و في الواقع، لم تعد العلامات التجارية محصورة في الرمز المادي الذي يعتمد على حاسة البصر، بل ظهرت علامات تعتمد على الحواس الأخرى كحاسة السمع و الشم، أي صار بالفعل من الممكن تسجيل علامة صوتية أو علامة سمعية

¹ صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنية و دولية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الأردن، 2006، ص 96.

² نفس المرجع، ص 99

ومن هذه العلامات علامة " زئير الأسد" الخاصة بشركة " متروجولين ماير" منتجة الأفلام السينمائية، و علامة صوت احتكاك الأظافر بسطح أواني المطبخ النظيفة الالامعة الخاصة بشركة " يونيلفر" عن مستحضرات أواني المطبخ¹.

2.3 إجراءات التسجيل الدولي للعلامات التجارية وفقاً لاتفاق مدريد

إذا ما توافرت الشروط المطلوبة (الشكلية و الموضوعية) فإنه سوف تبدأ إجراءات التسجيل الدولي و التي تتمثل في تقديم طلب التسجيل إلى المكتب الدولي من خلال اتباع إجراءات محددة، و من ثمّ قيام المكتب الدولي بفحص الطلب و البتّ فيه، ليتم بعدها نشر التسجيلات الدولية، و فيما يلي شرح لكل مرحلة.

1.2.3 تقديم الطلب الدولي إلى المكتب الدولي

و تبدأ هذه المرحلة بإيداع طلب التسجيل الدولي من قبل المكتب الوطني المتلقي للتسجيل الأساسي، و يسمى " مكتب المنشأ"، لحساب المستفيد لدى المكتب الدولي للملكية الصناعية بجنيف، حيث يتلقى المسجل الدولي للعلامات طلبات التسجيل من خلال مكتب المنشأ حيث يلجأ من يرغب في إيداع طلب دولي لتسجيل علامة لدى المسجل الدولي للعلامات إلى مكتب المنشأ و الحصول على الاستمارة التي يعدها المكتب الدولي للويو، و ما عليه إلا اختيار الاستمارة التي تناسب غايته في تقديم الطلب الدولي المتعلق بالعلامة، حيث يقوم بتعبئة الاستمارة و دفع الرسوم، و من ثمة يقوم مكتب المنشأ بالمصادقة على صحة البيانات و المعلومات الواردة في الاستمارة بأنها صحيحة، و موافقة لطلب الإيداع الوطني لتلك العلامة محل التسجيل الدولي أو للعلامة المسجلة في سجل العلامات لدى مكتب المنشأ.

بعد ذلك ينتقل الطلب من المكتب الوطني إلى المكتب الدولي للويو للاطلاع عليه و التحقق من مدى موافقة لاتفاق مدريد و ذلك بفحصه بدقة.

2.2.3 فحص الطلب الدولي من قبل المكتب الدولي

عندما يستقبل المكتب الدولي طلبات التسجيل الدولي للعلامات التجارية، فإنه يتحقق فيما إذا كان الطلب الدولي يتوافق مع المتطلبات الشكلية وفقاً لاتفاق مدريد، و لا يقوم بفحص الطلب من الناحية الموضوعية، حيث أن هذه المهمة و مسألة رفض الحماية للعلامات التجارية للأسباب الموضوعية السابق تناولها، يُعهد بها إلى السلطات المعنية في الأطراف المتعاقدة التي ينص قانونها على ذلك و السبب في ذلك هو الاختلاف بين التشريعات فيما يتعلق بالشروط الموضوعية التي تتطلبها في العلامات حتى تقبل حمايتها، و يجوز لهذه الأطراف رفض آثار التسجيل الدولي، إذا لم تكن شروط منح الحماية بناءً على قوانينها الوطنية مستوفاة بالنسبة لأي من العلامات التجارية أو جميعها، في الوقت الذي لا يجوز لها أن ترفض آثار التسجيل الدولي بسبب عدم توافر الشروط الشكلية.

فإذا كانت طلبات التسجيل كاملة يستمر المكتب الدولي في إجراءات تسجيل العلامة التجارية، و إشعار الدول المعنية بذلك، و نشرها في المجلة المختصة، أما إذا كان الطلب غير مستوفٍ للشروط المطلوبة يقوم المكتب الدولي بإرجاء التسجيل، و من

¹ صلاح زين الدين، مرجع سبق ذكره، ص 198.

ثمة إشعار المكتب الوطني بذلك لكي يتم مع مودع الطلب التسجيل - تدارك النواقص في الطلب، و إذا لم يتم الانتهاء من تنظيم الطلب حسب الأحوال في غضون 03 أشهر من تاريخ الإشعار، قابل للتمديد 03 أشهر أخرى من قبل المكتب الدولي، يتم إشعار طالب التسجيل أو وكيله و المكتب الدولي بذلك، فإذا مضت مدة الإشعار أو مدة التمديد عندئذ، يعتبر الطلب لاغياً و يمكن استعادة رسوم التسجيل التي تكون قد دفعت مسبقاً¹.

و باعتبار أن الوظيفة الرئيسية للمكتب الدولي هي تسجيل العلامات التجارية الدولية، كان لابد من وسيلة قانونية للربط بين أنشطة المكتب و مكاتب التسجيل الوطني و مالك العلامة، لذلك تعتبر وسيلة الإخطارات و ما يترتب عليها من آثار قانونية ملزمة للأطراف و الأداة التي يعتمد عليها المكتب الدولي في وظيفته، حيث يرسل إخطارات إلى المكاتب الوطنية و صور منها إلى مالكي العلامات.

كذلك من أهم الوظائف التي يقوم بها المكتب الدولي في عملية التسجيل البحث عن الأسبقية، و هو إجراء مهم يقوم به المكتب الدولي في حالة وجود طلب إيداع آخر مقدم إلى المكتب الدولي من أي طرف متعاقد، و في هذا الموضوع يجوز أن يتضمن الطلب الدولي مطالبة بالأولوية بناء على المادة الرابعة من اتفاقية باريس، إما استناداً إلى طلب مودع لدى مكتب المنشأ، و إما إلى طلب سابق مودع لدى مكتب بلد آخر طرف في اتفاقية باريس أو مكتب تابع لعضو في منظمة التجارة العالمية.

و قد نصت على ذلك المادة الرابعة الفقرة الثانية من اتفاق مدريد بقولها: "تتمتع كل علامة كانت محل تسجيل دولي بحق الأولوية المنصوص عليه في المادة (04) من اتفاقية باريس دون أن يستلزم الأمر اتخاذ الإجراءات المنصوص عليها في الفقرة (د) في المادة المذكورة".

3.2.3 قيد التسجيل الدولي و نشره

يقوم المكتب الدولي بمجرد استلامه الطلب الدولي و التحقق من استيفائه لكلفة الشروط و المتطلبات، أو بعد إجراء التصحيحات المطلوبة، و ذلك في الحالة التي يطلب المكتب الدولي إجراءها عند وجود مخالفات، و تسديد الرسوم المطلوبة، بقيد و تسجيل العلامة التجارية موضوع الطلب في السجل الدولي، و يرسل إلى مكتب المنشأ مستخرجاً من التسجيل يشتمل على البيانات المقيدة في السجل الدولي من أجل أن يسلم إلى مالك العلامة و يعتبر هذا المستخرج دليلاً على تمتع العلامة بالحماية الدولية من تاريخ التسجيل².

و بعد عملية القيد و التسجيل يتولى المكتب الدولي مهمة نشر التسجيلات الدولية إلى الأطراف المتعاقدة، ذلك أن نشر التسجيلات الدولية التي لها ذات الأثر في جميع الأطراف المتعاقدة المعنية، يعتبر أحد السمات الأساسية لنظام التسجيل الدولي حيث يتم نشر تسجيلات الدولية من قبل المكتب الدولي، في النشرة الدورية الدولية للعلامات التجارية تحت تسمية La

¹ فواز عبد الرحمان علي دودة، التسجيل الدولي للعلامات التجارية و أثره في التشريع اليمني، أطروحة مقدمة لنيل

شهادة الدكتوراه في الحقوق، جامعة القاهرة، كلية الحقوق، 2013، ص 243.

² فؤاد معلال مرجع سبق ذكره، ص 634.

gazette OMPI des marques internationales¹، و يقوم المكتب الدولي بإرسال صورة عن نشرة التسجيل الدولي، إلى كل مكتب معين.

و في هذا الصدد ، فيما يتعلق بالمنشورات يقوم المكتب الدولي بإصدار مجلة الويبو للعلامات التجارية على الورق كل أسبوع، و على أقراص مدمجة (CD-ROM) كل أربعة أسابيع، حيث ينشر فيها العلامات الجديدة التي تم قبولها خلال الشهر، و العلامات التي تم تجديدها و التي تم إبطالها خلال الشهر، و التعديلات التي قيدت في السجل الدولي كالتنازل الكلي أو الجزئي عن العلامات أو زيادة أو نقصان في قائمة السلع و الخدمات التي يشملها نطاق العلامة².

و جدير بالذكر أن الإدارات الوطنية، تتسلم من المكتب الدولي عددا من النسخ عن نشرته الدورية دون مقابل و يُعد هذا الإشهار كافيا، و لا يطالب المودع بأي إشهار آخر.

و ما يجب التنويه إليه أن الإدارات الوطنية للبلدان المعنية بعد إخطارها بالتسجيل الدولي للعلامات من قبل المكتب الدولي، يمكن لها تقبل إضفاء الحماية على العلامة المسجلة دوليا و المبلغة إليها، أو رفض منح الحماية بعد فحصها من حيث الجوهر، و تقوم بتبليغ أسباب هذا الرفض إلى المكتب الدولي في أجل سنة ابتداء من تاريخ تسجيل العلامة.

4. آثار و مدّة التسجيل الدولي.

إن المكتب الدولي بعد تلقيه للطلب الدولي لتسجيل العلامة من مكتب المنشأ و تحقيقه من توافر كل الشروط و الإجراءات الشكلية المطلوبة لتسجيل العلامات دوليا، يقوم بقيد ذلك التسجيل في السجل الدولي المعد لذلك و نشره في النشرة الدورية، و إرساله للأطراف المتعاقدة المعنية في طلب التسجيل و المطلوب حماية العلامة فيها، و بالتالي فإنه لا بدّ من أن يترتب على ذلك التسجيل آثار قانونية، سواء بالنسبة لدولة المنشأ، أو بالنسبة للأطراف المتعاقدة المعنية في طلب التسجيل الدولي، و لا شك أيضا أن للتسجيل الدولي مدّة معينة حددها اتفاق مدريد و فيما يلي شرح موجز لآثار التسجيل حسب كل حالة، و بيان مدته.

1.4 آثار التسجيل الدولي في دولة منشأ العلامة

ليس للتسجيل الدولي أي اثر في بلد العلامة الأصلي، حيث أنها محمية في ذلك البلد بموجب تسجيلها المحلي (الوطني)، الذي يشكل بدوره الأساس للتسجيل الدولي.

و جدير بالذكر أن العلامة المسجلة أو التي طلب تسجيلها لدى مكتب المنشأ تظل أساس التسجيل الدولي لمدة 05 سنوات اعتبارا من تاريخ تسجيلها، بحيث يفقد التسجيل الدولي حمايته في حدود ما يبطل من أثر التسجيل الأساسي، إما نتيجة لشطبه بقرار من مكتب المنشأ أو بحكم من المحكمة أو شطبه الطوعي من قبل المودع، و إما نتيجة لعدم تجديده خلال مهلة السنوات الخمس، لذلك يلغى التسجيل الدولي الذي يستند إلى طلب كودع لدى مكتب المنشأ في حال رفض الطلب أو التخلي عنه خلال فترة السنوات الخمس، أو إذا بطل أثر التسجيل الناجم عن ذلك الطلب خلال تلك الفترة، و يجب على مكتب المنشأ

¹ فؤاد معلال مرجع سبق ذكره، ص 634.

² فواز عبد الرحمان علي دودة، مرجع سبق ذكره، ص 244.

أن يُخطر المكتب الدولي بالقرارات المتعلقة برفض الطلب، أو ببطالان أثر التسجيل الأساسي للعلامة في بلد المنشأ، بهدف شطب التسجيل الدولي، و نشر قرار الشطب في الجريدة، و تحاط الأطراف المتعاقدة المعنية علماً بذلك¹.

بعد انتهاء السنوات الخمسة هذه يستقل التسجيل الدولي للعلامة عن التسجيل الوطني، أي أنّ التسجيل الدولي ينفصل عن التسجيل الوطني للعلامة، و بالتالي فإن الحماية التي يوفرها التسجيل الدولي للعلامة في دول اتحاد مدريد، لن تتأثر بفقدان الحماية الوطنية للعلامة، لأنها تصبح تحت مظلة الحماية الدولية الناتجة عن التسجيل الدولي للعلامة وفقاً لأحكام اتفاق مدريد.

2.4 آثار التسجيل الدولي في الدول المتعاقدة

يعد قيد التسجيلات الدولية للعلامة المطلوب حمايتها في السجل الدولي و نشرها و إرسالها إلى أطراف المتعاقدة المعنية و المطلوب حماية هذه العلامة على أراضيها، فإنه قد يكون الأثر المترتب على ذلك هو رفض أحد الأطراف المتعاقدة المذكورة منح الحماية لتلك العلامة، حيث أشارت المادة الخامسة من اتفاق مدريد بالسماح لأي من الدول المطلوب الحماية في إقليمها رفض منح الحماية للعلامة في أراضيها، إذا كانت تشريعاً لا تسمح بتسجيل تلك العلامة، و ذلك حتى على مواطنيها مع العلم بأنه لا يجوز رفض منح الحماية لمجرد أن التشريع الوطني لا يسمح بالتسجيل إلاّ لعدد محدود من الفئات، و عدد من السلع و الخدمات، و لو كان ذلك جزئياً².

إنّ الإدارات التي تريد رفض منح الحماية ملزمة بإخطار المكتب الدولي بالرفض مع بيان الأسباب خلال المهلة المنصوص عليها في تشريعاتها الوطنية على أن لا تتجاوز مدة السنة (12 شهراً) من تاريخ التسجيل الدولي للعلامة، و من تاريخ طلب مدّ الحماية المقدم وفقاً للمادة الثالثة من الاتفاق.

و على المكتب الدولي أن يعرض على الفور صورة من إخطار الرفض إلى الإدارة المختصة في بلد المنشأ، و إلى صاحب العلامة أو وكيله، علماً بأنه يحق لصاحب الشأن اللجوء إلى طريق الطعن ذاتها، كما لو كان أودع العلامة بنفسه مباشرة في البلد الذي رفضت فيه الحماية، و ذلك إذا ما كانت الإدارة المذكورة قد أخطرت المكتب الدولي باسمه³.

و الأسباب التي يمكن أن يستند إليها المكتب الوطني المعني برفض التسجيل الدولي لعلامة تجارية، هي عادة الأسباب التي يستند إليها في رفض التسجيل الوطني، و من هذه الأسباب:

- العلامات التي من شأنها المساس بالحقوق المكتسبة للغير في الدول التي تطلب فيها الحماية.
- العلامات المجردة من أية صفة مميزة.
- العلامات المخالفة للأداب أو النظام العام، و على الأخص العلامات التي من شأنها تضليل الجمهور.

¹ ولاء الدين محمد أحمد إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص 82.

² حسين عقيل عابد، التسجيل الدولي للعلامات التجارية، الطبعة الأولى، المصرية للنشر و التوزيع، القاهرة، 2018، ص 206.

³ نفس المرجع، ص 207.

و ما يجب التنويه إليه، أنّه في الوقت الذي تملك فيه الأطراف المتعاقدة المعنية في طلب التسجيل الدولي الصلاحية في رفض منح الحماية للعلامة التجارية المطلوب حمايتها على أراضيها، فإنها أيضا تملك الصلاحية في منح الحماية المطلوبة لتلك العلامة إذا ما توافرت فيها الشروط المطبقة في قانون ذلك البلد المتعاقد.

فمكتب الطرف المتعاقد المعين الذي لم يرسل إشعارا يرفض منح الحماية للعلامة المطلوب حمايتها، في غضون فترة الرفض (12 شهرا)، أو قام بإرسال إخطار يرفض منح الحماية و قام بسحب ذلك الرفض في وقت لاحق، عليه أن يرسل بيانا إلى المكتب الدولي يفيد بأنه تمّ منح الحماية لعلامة موضوع التسجيل الدولي في هذا البلد المتعاقد المعين، و في هذه الحالة فإنه سوف يكون للتسجيل الدولي ذات الأثر في كل طرف متعاقد معين، كما لو كان طلبا مودعا حسب الأصول لحماية العلامة بناء على قانون ذلك الطرف المتعاقد المعين، و مع ذلك فإنه لن يترتب أية عواقب قانونية في الحالة التي يتخلف فيها المكتب المعني في إرسال بيان منح الحماية، حيث أن العلامة التي هي موضوع التسجيل الدولي، ستكون محمية طالما أنّه لم يتم إرسال أي إخطار برفض منح الحماية خلال فترة الرفض المحددة.

3.4 مدة التسجيل الدولي و تجديده

وفقا للمادة السادسة من اتفاق مدريد فإن مدة التسجيل الدولي هي 20 سنة، شرط دفع الرسوم المحددة، و بصرف النظر عن مدة التسجيل الوطني، و يمكن تجديد التسجيل الوطني للعلامة لمدة 20 سنة، تحسب من تاريخ انتهاء مدة التسجيل السابقة و هو ما قرره المادة السابعة من اتفاق مدريد.

و يرسل المكتب الدولي عادة قبل "ستة أشهر" من تاريخ انتهاء التسجيل الدولي اشعارات تذكير غير رسمية لمالك التسجيل أو أي مندوب له وارد اسمه في ملف التسجيل، ليقوم هذا الشخص بالتجديد اللازم و دفع الرسوم المطلوبة، فإذا تأخر صاحب الشأن بإبداء رغبته في التسجيل مدة 06 أشهر من تاريخ انتهاء فترة الحماية، اعتبر متنازلا عن الحماية المطلوبة للعلامة¹. و يجب أن ترسل إشعارات إلى مكاتب الدول المعنية حول إجراءات التسجيل و التجديد و التغيير و رفض الحماية و عدم الصلاحية و تنشر في مجلة العلامات، التي يبعث منها عدّة نسخ مجانية إلى كل مكتب، كما يجب أن تكون المطبوعات متوفرة بكفاية في جميع الدول الأطراف في اتفاق مدريد.

5. خاتمة:

في ختام هذه الدراسة، توصلنا إلى أن مناهج الحماية القانونية للعلامات التجارية دوليا هو التسجيل الدولي، إذ أرسى اتفاق مدريد للتسجيل الدولي للعلامات لعام 1891 نظاما مميزا في مجال التسجيل الدولي للعلامات التجارية، جعله يتفوق على ما جاءت به اتفاقية باريس لحماية عناصر الملكية الصناعية لعام 1883، حيث أوجد جهة واحدة للتسجيل الدولي و هي المكتب الدولي التابع لمنظمة "الويو"، و بالتالي يترتب على التسجيل الدولي وفقا لاتفاق مدريد منافع عديدة

¹ محمد محبوبي، الحماية الدولية لعلامات التجارة و الصناعة و الخدمة، مرجع سبق ذكره، ص 42.

لمالك العلامة التجارية، تتمثل في تقديم طلب واحد و بلغة واحدة بدلا من إيداع طلبات منفصلة و بلغات متعددة، كما أن مالك العلامة يسدد الرسوم المطلوبة لمكتب واحد هو المكتب الدولي، بدلا من تسديدها لكل مكتب بصورة منفردة، و أيضا تسهيل الإجراءات و تحديد تسجيل العلامة التجارية و تسيير إجراءات تعديلها.

كما تظهر أهمية نظام التسجيل الدولي وفقا لاتفاق مدريد أيضا في حالة إلغاء التسجيل المحلي للعلامة، إذ يترتب على ذلك إلغاء التسجيل الدولي الذي تم في الأصل بناء على تسجيل العلامة داخل دولتها الأصلية.

و بالرغم من المزايا التي حققها اتفاق مدريد في سبيل تسيير إجراءات التسجيل الدولي للعلامات التجارية، بغية حمايتها في كل الدول التي يرغب صاحبها إسباغ الحماية عليها فيها.

و بالرغم من المزايا التي حققها اتفاق مدريد في سبيل تسيير إجراءات التسجيل الدولي للعلامات لعام 1891، بغية توفير أقصى حماية دولية للعلامات التجارية خارج إقليمها، إلا أن هناك حملة من المثالب التي أُخِذَتْ عليه نوجها فيما يلي:

- عدم سماح اتفاق مدريد للتسجيل الدولي، إلا للعلامات الوطنية المسجلة في بلد المنشأ، و يَعْظُمُ هذا المأخذ إذا ما وضعنا في الاعتبار وجود بعض الدول التي تأخذ مدة طويلة في الفحص و إتمام إجراءات التسجيل.
- قصر المدة الممنوحة للدول (12 شهرا) و التي تعد بمثابة فترة سماح كي تعبر عن قبولها أو رفضها لإسباغ الحماية على العلامة التجارية المسجلة دوليا.
- اقتصار التسجيل الدولي وفقا لاتفاق مدريد على لغة واحدة و هي اللغة الفرنسية.
- ارتباط التسجيل الدولي بالتسجيل الوطني (الأساسي) في دولة المنشأ لمدة خمس سنوات، و بالتالي فإن إلغاء أو إنقضاء التسجيل الوطني في بلد المنشأ خلال هذه الفترة يؤدي إلى إلغاء التسجيل الدولي في جميع الدول التي سجلت العلامة فيها بموجبه.
- كما رأت بعض الدول، بأن اتفاق مدريد يضع جدول رسوم منخفضة بالمقارنة مع الرسوم المفروضة على مقدمي الطلبات الوطنية، خاصة الدول المزودة بنظام فحص سابق، و بذلك تكون لتقديم إعانات للعلامات الدولية على حساب العلامات الوطنية.

و رغم السلبيات التي اعترت اتفاق مدريد للتسجيل الدولي للعلامات التجارية لعام 1891، و التي تَمَّ تداركها في بروتوكول اتفاق مدريد لعام 1989، إلا أن اتفاق مدريد يبقى ضرورة عالمية كآلية للتسجيل الدولي للعلامات، لذا تدعو الدول إلى ضرورة الانضمام إليه.

6. قائمة المراجع:

- السيد التوفيق المطاع، بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، ندوة الويبو الوطنية حول الملكية الفكرية، صنعاء 10-11 جويلية 2004.
- الراوي عماد عويد سعيد، الحماية القانونية للعلامات التجارية و الصناعية في المعاهدات الدولية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، معهد البحوث و الدراسات العربية، القاهرة، 2011.
- بارة سعيدة، نظام مدريد كآلية للتسجيل الدولي للعلامات التجارية، المجلة الأكاديمية للبحث العلمي، المجلد 14، العدد 02، 2016، ص ص 419-433.
- بلال عبد المطلب بدوي، تطور الآليات الدولية لحماية حقوق الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006.
- حسين عقيل عابد، التسجيل الدولي للعلامات التجارية، الطبعة الأولى، المصرية للنشر و التوزيع، القاهرة، 2018.
- خالد ممدوح إبراهيم، حقوق الملكية الفكرية، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2010.
- صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا و دوليا، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2006.
- عبد الفتاح بيومي حجازي، مقدمة في حقوق الملكية الفكرية و حماية المستهلك في قانون التجارة الالكترونية الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005.
- عصام فايز محمود خزاغلة، النظام القانوني للتسجيل الدولي للعلامات التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الملكية الفكرية، جامعة آل البيت، كلية الدراسات الفقهية و القانونية، الأردن، 2007.
- فؤاد معلال، شرح القانون المغربي الجديد، الطبعة الأولى ، دار الآفاق المغربية للنشر و التوزيع، الدار البيضاء 2005.
- فواز عبد الرحمان علي دودة، التسجيل الدولي للعلامات التجارية و أثره في التشريع اليمني، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، جامعة القاهرة، كلية الحقوق، 2013.
- محمد محبوبي، الحماية الدولية لعلامات التجارة أو الصناعة أو الخدمة، المجلة المغربية لقانون الأعمال و المقاولات، العدد 11، 2006، ص ص 28-46.
- محمد محبوبي، النظام القانوني للعلامات التجارية في ضوء التشريع المغربي المتعلق بحقوق الملكية الصناعية و الاتفاقيات الدولية، الطبعة الثانية، دار أبي رقرق للطباعة و النشر، الرباط، 2011.
- ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري و الاتفاقيات الدولية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، جامعة الحاج لخضر، كلية الحقوق و العلوم السياسية، باتنة، 2014.
- ولاء الدين محمد أحمد إبراهيم، الحماية القانونية للعلامات التجارية في القانون الدولي الخاص، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، جامعة عين شمس، كلية الحقوق، القاهرة، 2006.
- يعقوب يوسف صرخوه، النظام القانوني للعلامات التجارية، دار السلاسل للطباعة و النشر، الكويت، 1992.