مجلـــة العلـــوم التربـــوية والدراســـات الإنســـانيـــة
ISSN: 2709-0302 (online)
Humanities and Educational Sciences Journal
ISSN: 2617-5908 (print)

الجديد في العلامات التجارية في ضوء قانون العلامات التجارية واتفاقية (تريبس)(*)

د/ عادل عبد الغني الرفاعي
أستاذ مشارك، عميد كلية العلوم الإنسانية
جامعة السعيد – اليمن

*) تاريخ تسليم البحث 1/2/2025 تاريخ قبوله للنشر 13/2/2025
*) موقع المجلة: http://hesj.org/ojs/index.php/hesj/index

الجديد في العلامات التجارية في ضوء قانون العلامات التجارية واتفاقية (تريبس)

د/ عادل عبد الغني الرفاعي
أستاذ مشارك، عميد كلية العلوم الإنسانية
جامعة السعيد – اليمن

الملخص

يتضمن البحث على تطوير حماية العلاقات التجارية والأحكام الجديدة للعلامات التجارية في ضوء قانون العلامات التجارية اليمني، واتفاقية تربس وتفرع عن ذلك تطوير حماية العلامة التجارية الدولية وفقاً لاتفاقيتي باريس وتريبس أضف إلى ذلك اشراف منظمة التجارة العالمية على تنفيذ الدول الأعضاء لاتفاقية تربي ومشكلات الحماية التجارية في الجمهورية اليمنية وتطرقت إلى حماية العلامة التجارية المشهورة وكيفية أن الحماية امتدت لتشمل العلامات ولو كانت المنتجات والسلع والخدمات مختلفة وفق شروط نص عليها القانون لنرى أن قانون العلامة التجارية والمؤشرات الجغرافية لسنة ٢٠١٠م، قد اتت نصوصه في أغلبها وفق ما نصت عليه اتفاقية تربس واختتمت البحث بنتائج وتوصيات.

الكلمات المفتاحية: العلامة التجارية، القانون، اتفاقية تربس.

New in trademarks in the light legally Trademarks and Agreement (TRIPS)

Dr. Adel Abdel-Ghaniai Al-Raifaie
Associate Professor, Dean of the College of Humanities
Al-Saeed University - Yemen

Abstract

The research includes developing the protection of commercial relations and the new provisions for trademarks in light of the Yemeni Trademark Law and the TRIPS Agreement, and the development of international trademark protection branched out from that in accordance with the Paris and TRIPS Agreements. In addition, the World Trade Organization supervises the implementation of the TRIP Agreement by member states and the problems of trade protection in the Republic of Yemen. It also addresses the protection of the famous trademark and how protection has been extended to include trademarks Even if the products, goods and services were different according to the conditions stipulated by the law, we would see that the provisions of the Trademark and Geographical Indications Law of 2010 AD were mostly in accordance with what was stipulated by the TRIPS Agreement, and the research concluded with results and recommendations.

Keywords: trademark, law, TRIPS Agreement.

مقدمة الدراسة:

تم نسخ قانون الحقوق الفكرية اليمني الصادر سنة (١٩٩٤) (بالقانون رقم ١٣) لسنة (٢٠١٠م) بشأن العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية، وتم العمل به بعد مرور ثلاثة أشهر من تاريخ نشره بالجريدة الرسمية، وقد جاء هذا القانون بتعديلات جوهرية في مواضيع هامة مقارنة بالقانون القديم، وكانت الغاية من وراء إصدار هذا القانون هي متابعة المشرع اليمني للمستجدات على الساحة الدولية من اتفاقيات ورغبة منه في مسايرتها، وتعديل وتكييف النصوص المتعلقة بالعلامات التجارية بما يتوافق مع تلك المستجدات وما تفرضه الاتفاقيات من التزامات على الجمهورية اليمنية، والتي أصبحت عضوًا في منظمة التجارة العالمية.

وبناءً على ما سبق، تمحورت إشكالية البحث حول مدى صحة وصوابيه موقف المشرع اليمني من التغيرات والتعديلات التي تتماشى مع الاتفاقية الخاصة بحقوق الملكية الفكرية (تريبس)، وعلى ضوء ذلك، يتكون هذا البحث من مبحثين، وكل مبحث سيقسم إلى مطلبين على النحو الآتي:

المبحث الأول: تطور حماية العلامات التجارية والأحكام الجديدة للعلامة التجارية في قانون العلامات التجارية اليمني

المطلب الأول: تطور حماية العلامة التجارية الدولية

الفرع الأول: تطور حماية العلامة التجارية في ضوء اتفاقية باريس

الفرع الثاني: تطور حماية العلامة التجارية في ضوء اتفاقية تريبس (TRIPS)، المطلب الثاني: الأحكام الجديدة للعلامة التجارية في قانون العلامات التجارية اليمني

المبحث الثاني: إشراف منظمة التجارة العالمية على تنفيذ الدول الأعضاء لاتفاقية تريبس ومشكلات الحماية للعلامة التجارية في الجمهورية اليمنية

المطلب الأول: إشراف منظمة التجارة العالمية على تنفيذ الدول الأعضاء لاتفاقية تريبس

المطلب الثاني: مشكلات الحماية للعلامات التجارية في الجمهورية اليمنية

الخاتمة

نتائج الدراسة

توصيات الدراسة

المبحث الأول: تطور حماية العلامات التجارية الدولية والأحكام الجديدة للعلامة التجارية في قانون العلامات التجارية اليمني

وسيتضمن على حماية العلامات التجارية الدولية (المطلب الأول)، والأحكام الجديدة للعلامات التجارية في قانون العلامات التجارية اليمني (المطلب الثاني).

المطلب الأول: تطور حماية العلامات التجارية الدولية

سأتناول تطور حماية العلامات التجارية في اتفاقية باريس (الفرع الأول)، وتطور حماية العلامات التجارية في ضوء اتفاقية تريبس (الفرع الثاني).

الفرع الأول: تطور حماية العلامات التجارية في اتفاقية باريس (١٩٦٧)

تعتبر اتفاقية باريس المبرمة بتاريخ (٢٠) مارس (١٨٨٣م) أقدم وثيقة لحماية حقوق الملكية الصناعية حيث مثلت دستورًا لحمايتها، فقد جاءت في خضم المتغيرات التي شهدها العالم في القرن الـ(١٩) الميلادي، بسبب طغيان الرأسمالية، وما حدث في الجانب الاقتصادي من عيوب أفرزتها الثورة الصناعية، وما صاحب ذلك من تقدم تكنولوجي وعلمي، الشيء الذي أدى إلى تعقيد وتنوع العلاقات، والذي أدى إلى انتقال حقوق الملكية الصناعية بسهولة إلى خارج الحدود الوطنية، وكان وراء ذلك وجود نظام اقتصادي يقوم على حرية تداول المنتجات والسلع والخدمات بين الدول، فكان من الطبيعي أن تطرح حماية حقوق الملكية الصناعية – ومنها حماية العلامات التجارية – مشاكل عند اجتيازها لحدود الدول، فالمنتجات أو السلع والخدمات التي تحمل العلامة تكون عرضة لمشاكل تتعلق بحمايتها عبر الحدود مدعوة في كثير من الأحيان، إلى اجتياز جدود دولة ما، كما أنه قد تكون العلاقة مملوكة لأحد رعايا دولة أجنبية غير تلك التي تم فيها الإيداع والتسجيل(١).

فما هي الحماية التي يوفرها القانون الدولي للعلامة في مثل هذه الأوضاع وغيرها؟ وكيف عالجت اتفاقية باريس حماية العلامة التجارية؟

بالرجوع إلى اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، نجد أنها اعتمدت مبادئ بواسطتها عملت على حماية العلامة التجارية، والمبادئ هي:

١ – مبدأ المساواة.

٢ – مبدأ الأولوية.

٣ – مبدأ استقلال العلامات.

٤ – مبدأ قبول التسجيل العلامة الاجنبية كما هي مسجلة في بلدها الاصلي.

المبدأ الأول: المساواة

وبموجبه تكون المساواة بين المواطنين والأجانب، من حيث أن نفس الحماية التي تقرها لمواطنيها القوانين الداخلية لكل دولة عضو في اتفاقية باريس أو تنتمي للمنظمة العالمية للتجارة، يستفيد رعايا الدول الأعضاء

(١) د/ قواد معلول، الملكية الصناعية والتجارية المنشورات مركز قانون الالتزامات والعقود / كلية الحقوق، فاس المغرب، ط١، (٢٠٠٩م)، ص٢٤.

الأخرى شريطة استيفائهم للشروط والإجراءات المقرر في القانون الداخلي[1] وفي ذلك أتى نص المادة الثانية في فقرتها الأولى بقولها: (يتمتع رعايا كل دولة من دول الاتحاد في جميع دول الاتحاد الأخرى بالنسبة لحماية الملكية الصناعية بالمزايا التي تمنحها حاليًا أوقد تمنحها مستقبلًا قوانين تلك الدول للمواطنين...).

ونصت المادة الثالثة على أنه يعامل نفس معاملة رعايا دول الاتحاد رعايا الدول غير الأعضاء في الاتحاد المقيمين في إقليم إحدى دول الاتحاد أو الذين لهم عليها منشآت صناعية أو تجارية حقيقية وفعلية، وعلى ضوء ما سبق، تستفيد العلامات التجارية اليمنية من حماية مماثلة لحمايتها في الخارج، حيث يكفي في كل دولة يرغب في الحصول على الحماية فيها، طبقًا للشروط والإجراءات التي يوجبها قانونها، حتى تستفيد من نفس الحماية التي يقررها ذلك القانون لمواطنيها، ويطبق نفس الحكم بالنسبة للعلامات التجارية الأجنبية في الجمهورية اليمنية، من حيث الاستفادة من الحماية المقررة للعلامات الوطنية، ولكن بشرط وهو استيفاؤها للشروط والإجراءات المنصوص عليها في القانون اليمني، وذلك بدلالة نص المادة (الثانية/ ٣) من اتفاقية باريس التي قررت أنه "يحتفظ صراحة لكل دولة من دول الاتحاد بأحكام تشريعها المتعلقة بالإجراءات القضائية والإدارية، وبالاختصاص، وكذلك بتحديد محل مختار أو تعيين وكيل، والتي قد تقتضيها قوانين الملكية الصناعية".

العلامة التجارية المشهورة وفقًا لاتفاقية باريس:

تعتبر اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية كأول أساس قانوني دولي لحماية العلامة التجارية المشهورة، وذلك وفقًا لنص المادة (٦/ ثانيًا)، التي قررت أنه: "تتعهد دول الاتحاد، سواء من تلقاء نفسها إذا جاز تشريعها ذلك، أو بناءً على طلب صاحب الشأن، برفض أو إبطال التسجيل، وبمنع استعمال العلامة الصناعية أو التجارية التي تشكل نسخة أو تقليدًا أو ترجمة يكون من شأنها إيجاد لبس بعلامة ترى السلطة المختصة في الدولة التي تم فيها التسجيل أو الاستعمال أنها مشهورة باعتبارها فعلًا العلامة الخاصة بشخص يتمتع بمزايا هذه الاتفاقية ومستعملة على منتجات مماثلة أو مشابهة، كذلك تسري هذه الأحكام إذا كان الجزء الجوهري من العلامة يشكل نسخة لتلك العلامة المشهورة أو تقليدًا لها من شأنه إيجاد لبس بها).

من خلال النص أعلاه يتبين الآتي:

١- بالغت اتفاقية باريس في حماية العلامة التجارية المشهورة، وذلك بالتشديد على احترام حق مالكها.

٢- ألزمت الاتفاقية الدول الأعضاء برفض تسجيل أي علامة مماثلة أو مشابهة للعلامة المشهورة من تلقاء ذاتها، أو بناءً على طلب من له مصلحة، ابتداءً أو شطب تسجيلها إذا كانت مسجلة، والتوقف عن استعمالها إن كانت مستعملة.

٣- من خلال النص أعلاه، يتضح أن الاتفاقية قد استبعدت العلامة الخاصة بالخدمات (علامة الخدمة).

٤- إن الحماية لا تشمل إلا العلامات المماثلة أو المشابهة فقط، بمعنى آخر، إذا استخدمت العلامة المشهورة لمنتجات متباينة، فلا محل للمسائلة وهو ما كان ينص عليه قانون الحق الفكري اليمني القديم لسنة (١٩٩٤)،

(١) د/ فواد معلول، مرجع سابق ص٢٥-١٢ ٢.

وفي ذلك أتى حكم المحكمة التجارية بصنعاء حيث اعتبرت منتوج زيوت السيارات والذي يحمل علامة "رولكس" لا يعتبر تقليد لعلامة (رولكس) الموضوعة على الساعات السويسرية الشهيرة وذلك لاختلاف المنتجين إذ أن الساعات تندرج ضمن الفئة (١٤)، بينما يندرج منتج الزيوت ضمن الفئة (٤)، وأضافت ذات المحكمة بقولها: "ومن المعلوم وفقًا للمادة (٨٩) من قانون الحق الفكري اليمني أن الحماية لا تمنح إلا للعلامة التجارية التي سبق تسجيلها لنفس الصنف أو منتجات مماثلة أو مشابهة، فإن استعمال هذه العلامة (رولكس ROLEX) من قبل المطعون ضدها شركة إنتاج الزيوت لهذه الصناعات الفارقة يعتبر أمرًا سائغًا ويجعل من قرار مسجل العلامات التجارية متوافقًا مع أحكام القانون[١].

٥- تشمل الحماية للعلامة التجارية المشهورة في الدول التي لم تسجل فيها العلامة المشهورة، بمعنى آخر، لم تشترط الاتفاقية ضرورة تسجيل العلامة كشرط أساسي للحصول على الحماية، لا في البلد المطلوب فيه الحماية، ولا في أي بلد من بلدان الاتحاد، مادام أن مالك العلامة المشهورة يعتبر أحد رعايا إحدى دول الاتحاد (باريس)، ومادام أنه يقوم باستعمالها[٢].

٦- تحديد مدة زمنية محددة كمهلة للمطالبة بشطب علامة مشابهة للعلامة التجارية المشهورة قدرها خمس سنوات إن ثبت تسجيلها بحسن نية، وعدم تحديد مدة زمنية للمطالبة بشطب تسجيل بسوء نية، أو منع استعمال علامة معتدية بسوء نية.

المبدأ الثاني: مبدأ الأولوية (الأسبقية)

بمقتضى هذا المبدأ، يكون لكل شخص تقدم بطلب لتسجيل علامة تجارية في إحدى دول الاتحاد، حق الأسبقية والأفضلية في باقي دول الاتحاد بالنسبة لتسجيل علامته في غضون ستة أشهر محسوبة من تاريخ تقديم طلب التسجيل الأول[٣]، وفي ذلك، جاء نص المادة الرابعة من اتفاقية باريس، حيث قررت أنه: كل من أودع طبقًا للقانون في إحدى دول الاتحاد طلبًا للحصول على براءة اختراع أو علامة صناعية أو تجارية، يتمتع هو أو خلفه فيما يختص بالإيداع في الدول الأخرى بحق أولوية خلال المواعيد المحددة فيما بعد.

ونصت المادة الرابعة على أن (مواعيد الأولوية... هي ستة أشهر.... والعلامات الصناعية والتجارية)، وتسري هذه المواعيد ابتداءً من تاريخ إيداع الطلب الأول، ولا يدخل يوم الإيداع في احتساب المدة.

المبدأ الثالث: مبدأ استقلال العلامات

وفي ذلك قضت نص المادة (٦/ ٣) من اتفاقية باريس على أنه: (تعتبر العلامة التي سُجلت طبقًا للقانون في إحدى دول الاتحاد مستقلة عن العلامات التي سُجلت في دول الاتحاد الأخرى بما في ذلك دولة المنشأ).

---

(١) حكم رقم ١٠٩/ ١٧، بتاريخ (٥-١-١٩٩٧)، عن المحكمة التجارية صنعاء، غير منشور.

(٢) الحماية القانونية للعلامة المشهورة، وفقًا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية ((تربس))، والتشريع اليمني، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة اسيوط، (٢٠١١)، ص١٨٢-١٨٣.

(٣) د. عبد الفتاح بيومى حجازي، حقوق الملكية الفكرية وحماية المستهلك، من عقود التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي: (٢٠٠٥) ص١٦.

وبمقتضى ذلك، فإن العلامات التجارية الصادرة خلال مدة الأولوية لدول الاتحاد تكون مستقلة بعضها عن بعض، وتخضع كل منها لقانون البلد الذي صدرت فيه، بمعنى آخر، إذا سُجلت العلامة التجارية في دولة أخرى أو أكثر من دول الاتحاد، فتعتبر كل من تلك العلامات التجارية ابتداءً من تاريخ تسجيلها مستقلة من حيث أسباب بطلان العلامة أو سقوط الحق عليها، أو من حيث مدة الحماية القانونية وسائر الشروط الموضوعية، فإذا سقطت إحداها، لا يجب أن تسقط الأخرى، بل تستمر لأن شروط ومدة كل تختلف في كل من الدولتين، حيث أن كل منهما تحيا حياتها مستقلة عن الأخرى وفقًا لأحكام قانون تلك الدولة التي منحت فيها شهادة تسجيل العلامة التجارية فإذا ما تقرر بطلان علامة أو سقوط الحق فيها لعدم التجديد مثلًا، في إحدى البلدان، فإن ذلك لا يترتب عليه بالضرورة إنتاج نفس الأثر في باقي البلدان التي سُجلت فيها تلك العلامة ونفس الشيء بالنسبة للتجديد(١).

المبدأ الرابع: مبدأ قبول تسجيل العلامة الأجنبية كما هي مسجلة في بلدها الأصلي

بموجب هذا المبدأ، يجب على كل دولة من دول الاتحاد قبول إيداع كل علامة تجارية سبق تسجيلها في بلدها الأصلي بشكل قانوني، كما هي، وفي الحالة التي هي عليها، وفي ذلك، نصت المادة (٦/ خامسًا) في الفقرة الأولى على أنه:

يُقبل إيداع كل علامة تجارية أو صناعية مسجلة طبقًا للقانون في دولة المنشأ، كما يتم حمايتها بالحالة التي هي عليها في الدول الأخرى للاتحاد، وذلك مع مراعاة التحفظات الواردة في هذه المادة، ويجوز لتلك الدول أن تطلب قبل إجراءات التسجيل النهائي تقديم شهادة تسجيل العلامة في دولة المنشأ صادرة من السلطة المختصة بها، ولا يُشترط أي تصديق بالنسبة لهذه الشهادة.

وإذا كان المبدأ هو قبول تسجيل العلامة التي سبق تسجيلها في أي دولة من دول الاتحاد، فإنه وردت على هذا المبدأ استثناءات وفقًا للمادة (٦/ خامسًا) من اتفاقية باريس، ومن تلك الاستثناءات:

١- إذا كان من شأنها الإخلال بالحقوق المكتسبة للغير في الدولة التي يُطلب فيها الحماية.

٢- إذا كانت مجردة من أية صفة مميزة، أو كان تكوينها قاصرًا على إشارات أو بيانات يمكن أن تُستعمل في التجارة للدلالة على نوع المنتجات وجودتها أو كميتها أو الغرض منها أو قيمتها أو محل منشأ المنتجات أو زمن الإنتاج، أو إذا كانت قد أصبحت شائعة في اللغة الجارية أو في العادات التجارية المشروعة والمستقرة في الدولة التي يُطلب فيها الحماية (مادة ٦/ خامسًا/ ١،٢).

٣- إذا كانت مخالفة للآداب أو النظام العام، ولا سيما من طبيعة يترتب عليها تضليل الجمهور.

ومن المتفق عليه أنه لا يجوز اعتبار علامة مخالفة للنظام العام لمجرد عدم مطابقتها لأحد أحكام التشريع الخاص بالعلامات، إلا إذا كان هذا الحكم يتعلق في ذاته بالنظام العام، ومع ذلك، يخضع هذا النص لتطبيق المادة (١٠/ ثانيًا)، وهذه المادة الأخيرة تتعلق بالمنافسة غير المشروعة (مادة ٦/ خامسًا/ ٣).

(١) د/ قواد معلال، مرجع سابق، ص٦٢٨.

الفرع الثاني: تطور حماية العلامة التجارية في ضوء اتفاقية تريبس

لم تكن اتفاقية باريس تكتسب الطابع الدولي المرجو لها بسبب عدم انضمام العديد من الدول إليها، أضف إلى ذلك قصور الاتفاقيات السابقة عن توفير مستوى وافي من الحماية الدولية لكافة مجالات الملكية الفكرية من ذلك على سبيل المثال، لم تتضمن الاتفاقيات السابقة قواعد لمعاقبة من يخالف أحكامها، وافتقرت إلى أحكام فعالة لتسوية المنازعات، مما كان يترتب عليه مشاكل وتوترات تجارية(١).

فتم الاقتراح من قبل الدول الصناعية الكبرى، ولا سيما الولايات المتحدة الأمريكية، بعقد محادثات جولة الأورغواي عام (١٩٨٦م)، لتعديل الاتفاقية العامة للتعريفات والتجارة (الجات) بحيث يدرج موضوع الملكية الفكرية في تلك المحادثات، ونتج عن ذلك إبرام اتفاقية عامة تتعلق بجوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة "تربس"، والتي ألحقت باتفاقية منظمة التجارة العالمية الموقعة في مراكش بالمغرب بتاريخ (١٥/ ٤/ ١٩٩٤م)(٢).

وقد انضمت الجمهورية اليمنية إلى هذه الاتفاقية في عام (٢٠١٤م)(٣).

ويثور التساؤل عما إذا كانت اتفاقية "تربس" قد التزمت باتفاقية باريس من عدمه.

لم تنسخ اتفاقية "تربس" الاتفاقيات الدولية الرئيسية، ومنها اتفاقية باريس، وعلى العكس من ذلك، فإنها تحيل إلى المواد (١-١٢-١٩) من اتفاقية باريس التي تتضمن القواعد المقررة لحماية مختلف صور الملكية الصناعية، بما في ذلك الحماية الخاصة بالعلامات التجارية، وألزمت اتفاقية "تربس" جميع الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية بتطبيق أحكام الاتفاقيات الدولية التي أحالت إليها، دون تفرقة بين الدول التي انضمت إلى هذه الاتفاقية والدول التي لم تنضم إليها.

معايير حماية العلامة التجارية في اتفاقية "تريبس":

تناولت اتفاقية "تربس" المعايير المتعلقة بحماية الحقوق الناشئة عن العلامات التجارية في القسم الثاني من الجزء الثاني من الاتفاقية في المواد من (١٥-٢١) وقد تضمن ما يلي:

المواد القابلة للحماية: نصت المادة (١٥/ ١) من اتفاقية "تربس" على أنه: "تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة لأن تكون علامة تجارية، وتكون هذه العلامات، لا سيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية وحروفًا وأرقامًا وأشكالًا ومجموعات ألوان، وأي مزيج من هذه العلامات، مؤهلة للتسجيل كعلامات تجارية، وحين لا يكون في هذه العلامات ما يسمح بتمييز السلع والخدمات ذات الصلة، يجوز للبلدان الأعضاء أن تجعل الصلاحية للتسجيل

(١) د/ كامران الصالحي تسوية منازعات الملكية الفكرية في اتفاقيات التجارة الدولية بحث منشور في *مجله الشريعة والقانون*، الامارات العربية، ع٤٤، اكتوبر (٢٠١٠م)، ص٣٥٤.

(٢) د/ فواد معلال، مرجع سابق، ص٣٩.

(٣) القانون رقم (١٩) لسنة (٢٠١٤م)، بشأن الموافقة على بروتوكول انضمام الجمهورية اليمنية إلى منظمة التجارة العالمية، والصادر بتاريخ (١١/ ٥/ ٢٠١٤م).

مشروطة بالتمييز المكتسب من خلال الاستخدام، كما يجوز لها اشتراط أن تكون العلامات المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر كشرط لتسجيلها".

يلاحظ من خلال نص المادة أعلاها أن التعداد للعلامات التجارية أتى على سبيل المثال وليس الحصر بدلالة اللفظ "أو أي مزيج منها".

واتفاقية "تربس" وسعت وطورت ما قررته اتفاقية باريس من عدة أوجه، أهمها:

١- رأينا أن اتفاقية باريس قصرت الحماية على العلامات الصناعية والتجارية دون العلامة الخدمية، بينما من خلال المادة أعلاه من اتفاقية "تربس"، نراها أضافت إلى الحماية العلامة الخدمية، كعلامة "شيراتون" على سبيل المثال.

٢- عملت اتفاقية "تربس" على إبراز خاصية العلامة التجارية في تميز السلع والخدمات، واتخذت خاصية التميز كأساس تقوم عليه العلامة التجارية(١).

٣- أجازت اتفاقية "تربس" أن تكون العلامة مما تدرك بالنظر، وعليه يجوز للبلدان الأعضاء استبعاد العلامة الخاصة بالشم، وتلك الخاصة بالصوت، وهو ما اشترطه القانون الخاص بالعلامات التجارية اليمني لسنة (٢٠١٠م) من حيث أنه لابد للعلامة أن تكون مما تدرك بالنظر.

٤- بالنسبة للعلامات التي لا تصلح لتمييز السلع والخدمات، فإنه يجوز للدول الأعضاء اشتراط الاستعمال حتى يتم تسجيل العلامة، ذلك أن بعض التشريعات تشترط ذلك كما في التشريعين الأمريكي والكندي اللذين يشترطان استعمال العلامة قبل تسجيلها.

٥- قررت المادة (١٥/ ٤) من اتفاقية "تربس" أنه: "لا يجوز مطلقًا أن تكون طبيعة السلع أو الخدمات التي يراد استخدام العلامة التجارية بشأنها عقبة تحول دون تسجيل العلامة".

٦- تلتزم البلدان الأعضاء وفقًا للمادة (١٥/ ٥) من اتفاقية "تربس" بنشر كل علامة تجارية، إما قبل تسجيلها أو بعدها فورًا، وبإعطاء فرصة معقولة لتقديم الاعتراضات بإلغاء التسجيل، كما يجوز للبلدان الأعضاء إتاحة فرصة الاعتراض على تسجيل علامة تجارية.

الحقوق الممنوحة وفقًا لاتفاقية "تربس":

أعطت اتفاقية "تربس" صاحب العلامة المسجلة الحق المطلق في منع جميع الأطراف الثالثة التي لم يحصل على موافقة صاحب العلامة حق الاستئثار من استخدام العلامة ذاتها أو علامة مماثلة في أعمالها التجارية بالنسبة للسلع والخدمات ذاتها أو المماثلة التي سجلت بشأنها العلامة التجارية – جدة نسبية – حين يمكن أن يسفر ذلك الاستخدام عن احتمال حدوث لبس (م١٦/ ١)، وهذا الحكم يضمن لصاحب العلامة التجارية حدًا أدنى من الحقوق، ولم يكن لهذا الحكم مقابل في اتفاقية باريس للملكية الصناعية التي لم تحدد مضمون حقوق صاحب العلامة التجارية(٢).

(١) د/ حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية، دار الفكر الجامعي: الاسكندرية ط١، (٢٠٠٣م)، ص٤٣.

(٢) د/ حسام الصغير، مرجع سابق، ص٤٥.

العلامة المشهورة وفقًا لاتفاقية تربس:

تنص الفقرة الثانية من المادة (١٦) من اتفاقية تريس على أنه: "تطبق أحكام المادة (٦ مكرر) من معاهدة باريس (١٩٦٧م)، حيث نصت الأخيرة على أن تتعهد دول الاتحاد، سواء من تلقاء نفسها إذا أجاز تشريعها ذلك، أو بناءً على طلب صاحب الشأن، برفض أو إبطال التسجيل، ومنع استعمال العلامة الصناعية أو التجارية التي تشكل نسخة أو تقليدًا أو ترجمة يكون من شأنها إيجاد لبس بعلامة ترى السلطة المختصة في الدولة التي تم فيها التسجيل أو الاستعمال أنها مشهورة باعتبارها فعلًا العلامة الخاصة بشخص يتمتع بمزايا هذه الاتفاقية أو مستعملة على منتجات مماثلة أو مشابهة – مع ما يلزم من تبادل على الخدمات، وعند تقرير ما إذا كانت العلامة التجارية معروفة جيدًا، تراعي البلدان الأعضاء مدى معرفة العلامة التجارية في قطاع الجمهور المعني بما في ذلك: معرفتها في البلد العضو المعني نتيجة ترويج العلامة.

ونصت الفقرة الثالثة من نفس المادة على أنه: "تطبق أحكام المادة (٦ مكرر) من معاهدة باريس (١٩٦٧) مع ما يلزم من تبديل على السلع أو الخدمات غير المماثلة لتلك التي سجلت بشأنها علامة تجارية، شريطة أن يدل استخدام تلك العلامة التجارية بالنسبة لتلك السلع والخدمات على صلة بين تلك السلع أو الخدمات وصاحب العلامة التجارية المسجلة، وشريطة احتمال أن تتضرر مصالح صاحب العلامة التجارية المسجلة من جراء ذلك الاستخدام".

يتضح من نص المادة (١٦/ ١/ ٢) من اتفاقية تربس الآتي:

١ – أضافت اتفاقية تربس الحماية القانونية للعلامة الخدمية المشهورة.

٢ – مدت الحماية للعلامة المشهورة لتشمل حتى المنتجات والسلع والخدمات غير المماثلة لتلك التي سجلت بشأنها علامة تجارية، ولكنها اشترطت ما يلي:

الشرط الأول: أن تكون العلامة مشهورة.

الشرط الثاني: أن تكون العلامة التجارية المشهورة مسجلة في إحدى الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية.

الشرط الثالث: أن يؤدي استخدام العلامة على المنتجات أو السلع أو الخدمات غير المماثلة أو المشابهة إلى حمل الغير على الاعتقاد بوجود صلة بين تلك السلع أو الخدمات وصاحب العلامة التجارية المسجلة، وأن يلحق ضررًا بصاحب العلامة التجارية المشهورة.

ولتوضيح ذلك، نأتي بهذا المثال: فلو افترضنا أن منتجًا للزيوت استخدم علامة "Kit-Kat" لتمييز ما يقوم بصناعته من الزيوت، فبذلك يكون قد استخدم العلامة الخاصة بنوع من أنواع الشوكولاتة، وهي علامة مشهورة، فيجوز لمالك هذه العلامة الأخيرة أن يرفع دعوى لمنع منتج الزيوت من استخدام العلامة التجارية المشهورة إذا توافرت الشروط الآتية:

١ – أن تكون العلامة المشهورة "Kit-Kat" الخاصة بالشوكولاتة مسجلة في إحدى الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية.

٢- أن يعتقد المستهلك وهو يشترى الزيت الذي يحمل نفس العلامة أن منتج الشوكولاتة "Kit-Kat" هو من يقوم أيضًا بإنتاج الزيوت.

٣- أن يلحق الضرر بمالك العلامة المشهورة "Kit-Kat"، فإذا انتفى أحد الشروط، فلا يكون هناك محل للمسائلة بالنسبة لمنتج الزيوت وفقًا لاتفاقية تربس.

التنازل عن العلامة التجارية وفقًا لاتفاقية تريبس:

تنص المادة (٢١) من اتفاقية تريبس على أنه: "يجوز للبلدان الأعضاء تحديد شروط الترخيص باستخدام العلامات التجارية أو التنازل عنها، على أن يُفهم أنه غير مسموح بالترخيص الإلزامي باستخدام العلامات التجارية، وأن لصاحب العلامة التجارية حق التنازل عنها للغير مع أو بدون نقل المنشأة التي تنتمي إليها العلامة إلى صاحب العلامة الجديدة"، وهذا بخلاف ما كان منصوصًا عليه في اتفاقية باريس، وبالتالي، يحق للتاجر أن يبيع علامته منفصلة عن البضائع التي تحملها أو خدماته، أو يتصرف بها منفردة بأي نوع من أنواع التصرف.

المطلب الثاني: الجديد في قانون العلامات التجارية اليمني لعام (٢٠١٠م)

يلاحظ أن قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية لعام (٢٠١٠م) قد أدخل تعديلات جوهرية فرضتها اتفاقية تربس على الدول المنضمة أو تلك التي ترغب في الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية، خصوصًا في الحقوق التي وضعتها اتفاقية تربس الخاصة بحقوق الملكية الفكرية، وبالتالي تم إلغاء قانون الحقوق الفكرية اليمني لعام (١٩٩٤م)، ومن التعديلات الهامة التي أتى بها قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية اليمني ما يلي:

أولًا: بخصوص تعريف العلامة التجارية

في قانون الحقوق الفكرية اليمني القديم، لم يشترط أن تكون العلامة التجارية مما تدرك بالنظر، حيث قررت المادة (٨٥/ ١) من تعريفها للعلامة التجارية ما يلي: "العلامة الصناعية أو التجارية هي التي تتخذ شعارًا لتمييز منتوجات مشروع صناعي أو زراعي أو تجاري أو صناعات استخراجية، أو للدلالة على خدمات أحد المشروعات".

وبخلاف ذلك، نجد أن قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية لسنة (٢٠١٠م) اشترط أن تكون العلامة مما تدرك بالنظر بدلالة المادة (٣)، التي قررت ما يلي: "العلامة التجارية هي كل ما يأخذ شكلًا مميزًا قابلًا للإدراك بالنظر ...الخ" ويعني ذلك أن القانون اليمني قد عدل من تعريف العلامة التجارية ليتماشى مع ما نصت عليه اتفاقية تر يبس، حيث نصت الأخيرة بعد أن عرفت العلامة التجارية على أنه: "كما يجوز لأي من دول الأعضاء اشتراط أن تكون العلامات المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر كشرط لتسجيلها".

ثانيًا: لم يستوعب قانون الحقوق الفكرية اليمني القديم العلامة الخاصة بالمنشأة الحرفية من خلال تعريفه للعلامة كما مر بيان ذلك، غير أن قانون العلامة التجارية شملها بالحماية القانونية حيث قرر في المادة الثالثة على أنه: "...هي كل ما يأخذ شكلًا مميزًا... لتمييز سلع أو خدمات منشأة تجارية أو صناعية أو زراعية أو حرفية....".

ثالثًا: بخلاف قانون الحق الفكري الذي نص على أنه لا تصلح كعلامة تجارية صور الغير ما لم يوافق على استعمالها، أضاف قانون العلامات التجارية الجديد بجانب صورة الغير اسمه أيضًا، بقوله في المادة (٤/ ٧): "٧- اسم الغير أو صورته ما لم يوافق مسبقًا على استعمالها"، وذلك عند تنصيصه للعلامات التي لا يجوز تسجيلها.

رابعًا: نجد أن أساس ملكية العلامة التجارية وفقًا للقانون اليمني القديم يستند إلى أسبقية الاستعمال، ولا يعدو أثر تسجيلها أن يكون مقررًا لحق الملكية، فالتسجيل يعتبر مجرد قرينة على الملكية يجوز للغير إثبات ما يخالفها، وهو بذلك يكون قد اعتنق النظام الفرنسي بدلالة نص المادة (٨٩/ ب) التي تنص على: "يجب أن تكون العلامة متميزة ومختلفة جوهريًا عن غيرها من العلامات، وبناءً عليه لا تقبل التسجيل: (ب) العلامة المشابهة لعلامة غير مسجلة مستعملة في السابق من قبل الغير في اليمن بالنسبة إلى منتجات أو خدمات مماثلة أو مشابهة"، وهذا بخلاف قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية، حيث أسند ملكية العلامة التجارية وفقًا للنظام الإنجليزي، الذي بمقتضاه تكون واقعة أسبقية التسجيل منشأة لحق ملكية العلامة التجارية بحيث يقتصر أثر تسجيلها على مجرد تقرير هذا الحق، ومتى انقضت مدة محدودة على التسجيل دون منازعة من الغير يصبح هذا التسجيل منشئًا لحق ملكية العلامة، بحيث لا يجوز المنازعة في ملكيتها، ويعني ذلك أن انقضاء أو مضي فترة دون اعتراض أو منازعة في التسجيل يؤدي إلى صدور التسجيل منشئًا لحق الملكية في العلامة(١).

بخصوص العلامة التجارية المشهورة:

نجد أن قانون الحق الفكري اليمني القديم منع تسجيل أي علامة إذا كانت مطابقة كليًا (تزوير) أو جزئيًا (تقليد) أو ترجمة لعلامة مشهورة، حتى وإن لم تكن مسجلة في الجمهورية اليمنية، بدلالة نص الفقرة (ح) من المادة (٨٩)، حيث نصت على انه: "يجب أن تكون العلامة متميزة بصورة جوهرية عن غيرها من العلامات، وبناءً عليه لا تقبل لتسجيل العلامة المطابقة كليًا أو جزئيًا أو المقلدة أو المترجمة لعلامة مشهورة أو لاسم تجاري معروف للغير، بحيث يمكن أن يؤدي استعمال العلامة المطلوب تسجيلها إلى اختلاط الأمور على الجمهور".

ونصت الفقرة (١) من المادة (٨٩) أيضًا على أنه: "...يجب أن تكون العلامة متميزة بصورة جوهرية عن غيرها من العلامات، وبناءً عليه لا تقبل للتسجيل: العلامة المشابهة لعلامة مودعة أو مسجلة لصالح الغير، أو جرى إيداعها بعد ذلك من الغير المتمتع بأسبقية خاصة عن منتجات أو خدمات مماثلة أو مشابهة"، والنص أعلاه يتناغم مع ما نصت عليه اتفاقية باريس حيث ألزمت هذه الأخيرة الدول الأعضاء برفض تسجيل أي علامة مماثلة أو مشابهة للعلامة المشهورة بدلالة نص المادة (٦/ ثانيًا) من الاتفاقية، بمعنى آخر، ووفقًا لقانون الحق الفكري اليمني القديم واتفاقية باريس، فإن الحماية لا تشمل إلا العلامات المماثلة أو المشابهة فقط، مما يترتب عليه أنه إذا استخدمت العلامة المشهورة لمنتجات مختلفة فلا محل للمسائلة.

(١) د/ ثروت عبد الحميد، الملكية التجارية والصناعية في الانظمة السعودية، عن عمادة شؤون المكتبات، جامعة الملك سعود، الرياض، (١٩٨٧م)، ص١٥٠.

وعلى عكس ما سبق، جاء نص المادة السادسة من قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية الجديد، والتي نصت على: "لا يجوز تسجيل علامة مطابقة أو مشابهة أو مترجمة لعلامة تجارية مشهورة في الجمهورية على منتجات أو خدمات مماثلة أو مطابقة، ولو لم تكن العلامة التجارية المشهورة مسجلة فيها، ويسري نفس الحكم على العلامة، التجارية المشهورة متى كانت مسجلة في الجمهورية بالنسبة لمنتجات أو خدمات غير مطابقة أو مشابهة لتلك المطلوب تسجيل العلامة بالنسبة إليها، طالما كان من شأن هذا التسجيل حمل الغير على الاعتقاد بوجود صلة بين تلك المنتجات أو الخدمات والعلامة التجارية المشهورة، أو كان من شأن ذلك الاستخدام أن يلحق ضررًا بصاحب العلامة التجارية المشهورة".

فوفقا لنص المادة أعلاه، فإن الحماية القانونية تشمل أيضًا المنتجات أو السلع أو الخدمات التي لا تماثل أو تشابه المنتجات أو السلع أو الخدمات ذات الشهرة العالمية، متى توافرت الشروط التالية:

الشرط الأول: أن تكون العلامة التجارية مشهورة في الجمهورية اليمنية وعلى النطاق الدولي أيضًا، حيث جاء في عجز المادة (٦): "لتحديد ما إذا كانت علامة تجارية ما علامة مشهورة يراعى مدى معرفتها في قطاع الجمهور المعني، بما في ذلك معرفتها في الجمهورية نتيجة ترويجها وتسويقها".

الشرط الثاني: أن تكون العلامة المشهورة مسجلة في إحدى الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية وفي الجمهورية اليمنية.

الشرط الثالث: أن يؤدي استخدام العلامة على المنتجات غير المماثلة أو المشابهة إلى حمل الغير على الاعتقاد بوجود صلة بين صاحب العلامة المشهورة وتلك المنتجات، مما يوحي بأن هذه الأخيرة هي أيضًا من منتجات الشركة المالكة للعلامة المشهورة، أو أن يكون من شأن ذلك الاستخدام أن يلحق ضررًا بصاحب العلامة التجارية المشهورة.

ونرى أن القانون اليمني الحالي قد كَيف النص الخاص بالعلامة التجارية وفق ما نصت عليه اتفاقية "تربس" كما مر بيان ذلك، غير أن هناك اختلافًا بين المادة الخاصة بالعلامة المشهورة في القانون اليمني وبين النص الذي قررته اتفاقية "تربس".

يكمن هذا الاختلاف في أن اتفاقية "تريبس" تتطلب توافر شرطين معًا بعد شرط أن تكون العلامة التجارية مشهورة:

الشرط الأول: أن يدل استخدام العلامة التجارية بالنسبة لتلك السلع والخدمات على وجود صلة بين تلك السلع والخدمات وصاحب العلامة التجارية المسجلة.

الشرط الثاني: أن يكون هناك احتمال بأن تتضرر مصالح صاحب العلامة التجارية المسجلة من جراء ذلك الاستخدام.

في حين أن النص اليمني اكتفى بتوافر أحد الشرطين فقط.

التصرفات الواردة على العلامة التجارية

فيما يتعلق بالتصرفات الواقعة على العلامة التجارية، نجد أن قانون الحق الفكري اليمني القديم حظر نقل العلامة التجارية منفصلة عن المشروع الذي تميز منتجاته أو سلعه أو خدماته بدلالة نص المادة (١/١٠٠)، التي قررت على أنه: "لا يجوز التصرف في العلامة إلا مع المشروع المستخدم لها في تمييز منتجاته أو خدماته".

ولما رأت الجمهورية اليمنية لأن تكون عضوًا في منظمة التجارة العالمية، كان من الضروري تعديل نصوص قوانينها لتتوافق مع نصوص اتفاقية "تربس".

وبالرجوع إلى هذه الأخيرة، نجد أن المادة (٢١) تنص على أنه: "يجوز للبلدان الأعضاء تحديد شروط الترخيص باستخدام العلامات التجارية أو التنازل عنها، على أن يفهم أنه غير مسموح بالترخيص الإلزامي باستخدام العلامات التجارية، وبأن لصاحب العلامة التجارية حق التنازل عنها للغير مع أو بدون نقل المنشأة التي تنتمي إليها العلامة التجارية إلى صاحب العلامة الجديد".

وبنفس المعنى أتى نص المادة (١/٢٥) من قانون العلامات التجارية اليمني الجديد، حيث قررت على أنه: "يجوز نقل ملكية العلامة التجارية المسجلة أو رهنها مع أو بدون المحل التجاري أو المنشأة التي تستخدم العلامة في تمييز سلعها أو خدماتها وفقًا للضوابط والإجراءات التي تحددها اللائحة".

المبحث الثاني: إشراف منظمة التجارة العالمية على تنفيذ الدول الأعضاء لاتفاقية "تريبس" ومشكلات الحماية للعلامة التجارية في الجمهورية اليمنية

يتضمن هذا المبحث على مطلبين اثنين:

المطلب الأول: إشراف منظمة التجارة العالمية على تنفيذ الدول الأعضاء لاتفاقية "تريبس"

المطلب الثاني: مشكلات الحماية للعلامة التجارية في الجمهورية اليمنية

المطلب الأول: إشراف منظمة التجارة العالمية على تنفيذ دول الأعضاء لاتفاقية "تريبس"

إن أهم ما تمخضت عنه جولة أوروجواي (١٩٨٦-١٩٩٣) بتغييرات جوهرية في نظام الملكية الفكرية، ومنها وضع آلية لمراجعة التشريعات الوطنية (الفرع الأول)، ونظام لتسوية المنازعات التي قد تنشأ بين الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمي (الفرع الثاني)

الفرع الأول: وضع آلية لمراجعة التشريعات الوطنية

ألزمت الفقرة الأولى من المادة (٦٣) من اتفاقية "تريبس" الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية، بنشر القوانين واللوائح التنظيمية والأحكام القضائية والقرارات الإدارية النهائية العامة التطبيق التي يسري مفعولها في أي من البلدان الأعضاء فيما يتصل بموضوع هذه الاتفاقية، "إتاحة حقوق الملكية الفكرية ونطاقها واكتسابها وإنفاذها، والحيلولة دون إساءة استخدامها"، وحين لا يكون هذا النشر ممكنًا من الوجهة العملية، نتاج بصورة علنية بلغة قومية وبأسعار تمكن الحكومات وأصحاب الحقوق من التعرف عليها، كما يجب نشر الاتفاقيات المتعلقة بموضوع هذه الاتفاقية، والتي تكون سارية المفعول بين الحكومة أو هيئة حكومية في أي من البلدان الأعضاء والحكومة أو هيئة حكومية في بلد عضو آخر.

وألزمت الفقرة الثانية من نفس المادة الدول الأعضاء بإخطار مجلس الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية بالقوانين واللوائح التنظيمية المشار إليها في الفقرة الأولى من المادة (٦٣).

ووفقًا للأستاذ حسام الدين الصغير، فإن هذا يعني أن التشريعات الوطنية الصادرة في شأن الملكية الفكرية تخضع للمراجعة من قبل مجلس الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية، وهذا يعكس دور "تريبس" في مراقبة تنفيذ الدول الأعضاء لالتزاماتها(١).

وألزمت الفقرة الثالثة من نفس المادة البلدان الأعضاء بالاستعداد لتقديم المعلومات المشار إليها في الفقرة الأولى أعلاه استجابةً لطلب مكتوب من بلد عضو آخر في مجال الملكية الفكرية.

ونصت الفقرة الرابعة من المادة ذاتها على أنه يمكن لأحد البلدان الأعضاء الامتناع عن الإفصاح عن معلومات سرية قد يؤدي الإفصاح عنها إلى عرقلة إنفاذ القوانين أو قد يكون في غير المصلحة العامة أو يلحق الضرر بالمصالح التجارية لمؤسسات أعمال معينة، سواء كانت عامة أو خاصة.

الفرع الثاني: وسائل تسوية المنازعات وفقًا لاتفاقية "تريبس"

سيتضمن هذا الفرع الوسائل الودية (**الفقرة الأولى**)، والوسائل القضائية (**الفقرة الثانية**).

الفقرة الأولى: الوسائل الودية لتسوية المنازعات

تتمثل بأسلوبين:

أولًا: التشاور

يُعتبر التشاور العنصر الأساسي في وسائل تسوية المنازعات بموجب الاتفاق العام، يظهر ذلك بوضوح في الحالات التي تتخذ فيها دولة من دول منظمة التجارة العالمية إجراءات مخالفة لالتزاماتها بموجب اتفاقية "تربس"، مما يترتب عليه آثار سلبية على الدول الأعضاء الأخرى، في هذه الحالة، يحق لأي دولة متضررة من هذه الإجراءات أن تتقدم بطلب لإجراء مشاورات مع الدولة المخالفة عبر جهاز تسوية المنازعات (DSB)، بهدف سحب وإلغاء الإجراءات المخالفة(٢).

ثانيًا: المساعي الحميدة والتوفيق والوساطة

المساعي الحميدة:

هي تدخل ودي من طرف محايد، سواء كان دولة أو منظمة دولية، بهدف مساعدة الأطراف المتنازعة في حل هذا الخلاف(٣).

التوفيق والوساطة:

التوفيق: تدخل طرف ثالث للتحقيق في أساس المنازعة وما يتضمنها من وقائع وملابسات وتقديم تقرير الأطراف المتخاصمة يتضمن مقترحات لتسوية المنازعات.

---

(١) د/ حسام الدين الصغير، مرجع سابق، ص٩٣.

(٢) د/ كامران الصالحي، مرجع سابق، ص٣٩٢.

(٣) عماد محمد عبد الرحمن، الحماية القانونية للتصاميم الصناعية في التشريع اليمني –دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، جامعة تعز كلية الحقوق (٢٠٢٣م)، ص١٥٤.

الوساطة: فهي عبارة عن قيام دولة أو أكثر أو منظمة دولية أو أكثر، من غير الأطراف المتنازعة من تلقاء نفسها أو بطلب من المتنازعين أو الغير، وذلك لتقريب وجهات النظر بين الأطراف المتنازعة لحثها على التفاوض أو استئنافها عند انقطاعها أو بتقديم أسس لحل التنازع وإزالة الخلاف بينها(١)، ويمكن أن تتم هذه الوسائل طواعية وفي أي وقت شريطة أن يوافق عليها أطراف النزاع، وتتم إجراءاتها بسرية تامة، وبخاصة المواقف التي يتخذها طرف النزاع خلال هذه الإجراءات، ويجوز لطرفي النزاع انهائها في أي وقت وفقًا لاتفاقية (تربس):

الفقرة الثانية: الوسائل القضائية لتسوية المنازعة

تلجا الأطراف المتنازعة إلى هذا النوع من الوسائل في حال ما إذا فشلت الوسائل الودية، ويمقتضى هذا النوع من التسوية يعرض النزاع على التحكيم المساعد بأنشاء فرق التحكيم وهو على نوعين التحكيم المساعد بأنشاء فرق التحكيم، والتحكيم السريع وقبل أن نبينهما سنبين الأسباب التي تجعل الأطراف المتنازعة إلى اللجوء إلى التحكيم، الأسباب التي تجعل الطراف النزاع إلى اللجوء إلى التحكيم تتمثل الأسباب لما يمتاز به التحكيم من خصائص آهمها(٢):

١- السرية وهي العنصر المهم للتاجر، حيث لا يمكن أن تتوفر له هذه السرية في حال لجوئه إلى المحاكم.

٢- الخبرة العملية التي يتمتع بها المحكمون عادة في مجالس الحكم بخلاف القضاة في محاكم القضاء، حيث قد يكون القاضي فقيها في القانون إلا أن معلوماته عن التجارة والصناعة والاستيراد والتصدير والاستثمار وطبيعة عقودها الدولية واسلوب عملها قد يكون محدودًا.

٣- جمود النصوص القانونية لدى قضاة المحاكم والتي قد ينتج عنها تدعيم عدم الثقة بين طرفي النزاع وقد تزيد الحقد والانتقام فيما بينهما، بينما اللجوء إلى مجالس التحكيم قد يوفر عدالة مرنة تبقي على المودة بين أطراف النزاع.

٤- بساطة التحكيم في إجراءاته قياسًا على الروتيني القانوني.

٥- عدم ضياع الحقوق المالية لأطراف النزاع "وتحقق الخسائر من جراء عدم تحصيل صاحب الدين حقه إلا بعد وقت طويل تستغرقه المحاكم".

اولًا: التحكيم المساعد بإنشاء فرق التحكيم: سمي بالتحكيم المساعد بسبب أن وظيفة فرق التحكيم المشكلة للنظر في النزاع يقتصر عملها على مساعدة جهاز تسوية المنازعات على القيام بمهامه الموكلة اليه بموجب مذكرة التفاهم والاتفاقيات الدولية المشمول هو ذلك عن طريق وضع تقييم موضوعي للمنازعة المطروحة أمامها، وتقديم التوصيات والاقتراحات، ورفعها إلى الجهاز الذي يتمتع بصلاحية رفض أو اعتماد ذلك التقييم(٣) ويتم اللجوء إلى

(١) عماد محمد عبد الرحمن، مرجع سابق، ص١٥٤.

(٢) محمد زهدني مجني، التجارة وفض نزاعاتها وتسويتها عن طريق التحكيم ندوق حماية حقوق الملكية الفكرية وطرق حسم منازعاتها، صنعاء، (١٢-١٣)، يوليو، (١٩٩٩).

(٣) آيت تفاني حفيظة، النظام القانوني لحماية حقوق الملكية الصناعية في ظل اتفاقية تربس، اطروحة دكتوراه كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزى آوزو، (٢٠١٨م)، ص٣٣٤.

هذا النوع الأسلوب في حالة لم تسفر المشاورات عن التوصل إلى تسوية وديه للنزاع، فيجوز للطرف الشاكي طلب فريق التحكيم(١).

ويتم اللجوء إلى هذا الأسلوب في حالة لم تسفر المشاورات عن التوصل إلى تسوية ودية للنزاع فيجوز للطرف الشاكي طلب فريق التحكيم ويتم إنشاء فريق التحكيم من قبل جهاز تسوية المنازعات بناء على الطلب المقدم من الطرف الشاكي، والذي يجب أن يحدد الأساس القانوني لشكواه، وأن يبين الإجراءات التي اتخذها الطرف الآخر وتسببت في الإضرار به(٢).

ثانيًا: التحكيم السريع (الاتفاقي): يقصد به ذلك الإجراء الذي يرفع على أساسه النزاع إلى محكم أو هيئة مؤلفة من عدة محكمين ويصدر المحكم أو هيئة التحكيم حكمًا في النزاع يكون ملزمًا للأطراف وهو ما نصت عليه المادة (٢٥) من مذكرة التفاهم، ويختلف التحكيم السريع عن وسيلة التحكيم المساعد بطلب إنشاء فرق التحكيم سواء من حيث القواعد والإجراءات ومدى الالتزام به حيث لا يجتاح التحكيم السريع إلى القرار الصادر بموجب التحكيم السريع لاعتماد جهاز تسوية المنازعات، بخلاف قرارات وتوصية فرق التحكيم المساعد، حيث أن الأطراف التي توافق على التحكيم السريع تلتزم أيضًا بقراراته، من دون حاجة إلى اعتمادها من قبل الجهاز والذي يتم فقط إخطاره بالقرار عن طريق إرسال نسخة من قرار التحكيم اليه وإلى مجلس منظمة التجارة الدولية واللجان ذات الصلة.

ومما يجدر الإشارة إليه أن قرار التحكيم يعتبر نهائيًا وغير قابل للطعن أمام جهاز الاستئناف، فهو يحوز حجية الأمر المقضي به، وبالتالي فهو يحتل مرتبة أعلى من قرارات التحكيم ومن قرارات الاستئناف(٣).

اعتماد الاستئناف: يقوم جهاز تسوية المنازعات بأنشاء جهاز دائم للاستئناف للنظر في القضايا المستأنفة من هيئات التحكيم، وتعد هيئة الاستئناف للنظر بمثابة محكمة استئنافية مما يشكل إضافة جديدة إلى نظام تسوية المنازعات لم تعهد مثله اتفاقية الجات(٤).

المطلب الثاني: مشكلات الحماية في الجمهورية اليمنية للعلامات التجارية

أصبحت الملكية الفكرية ذات أهمية قصوى للتنمية وللاقتصاد العالمي، ومحورًا بارزًا للتعاون أو الصراع الدولي، وحمايتها تحتل مكانة خاصة بالنسبة لليمن لدخولها في الاقتصاد العالمي، وتوطين العلم والتكنولوجيا في حدود المتاح والممكن، إذا كان هناك ما هو ممكن في ظل العولمة(٥)، بعد أن انضمت الجمهورية اليمنية إلى منظمة التجارة

(١) د/ حسام الدين الصغير، مرجع سابق، ص١٠٣.

(٢) عماد عبد الرحمن، مرجع سابق، ص١٥٦.

(٣) د/ كامران الصالحي، مرجع سابق، ص٤٠٠.

(٤) د/ نجيب عبيد آلية تسوية المنازعات وفقًا لاتفاقية تربس ومنظمة التجارة العالمية، ندرة حماية حقوق الملكية الفكرية وطرف حسم نزاعاتها بشكل تمام (١٢-١٣)، يوليو (١٩٩٩م).

(٥) د/ محمد أحمد المخلافي، العولمة والملكية الفكرية مؤسسة العفيف الثقافة، ط١، (٢٠٠٢م)، ص١٤١.

العالمية، سوف تعاني اليمن من انتشار جرائم المنافسة غير المشروعة، مثل التزوير وتقليد العلامات التجارية والغش فيها دون دفع المقابل المالي لأصحاب هذه العلامات التجارية، أكان ذلك على منتجات مماثلة أو مشابهة، أو منتجات غير مماثلة أو مشابهة إذا تعلق الأمر بالعلامات التجارية المشهورة في حال ما إذا تحققت الشروط التي بيناها سابقًا ويتم بيع المنتجات والسلع تلك التي تحمل علامات الغير التجارية بأسعار منخفضة، وقد يتم تداولها في الأسواق الداخلية أو تصديرها إلى الخارج، ويسهل ذلك من مبدأ التجارة، حيث يؤدي هذا الأخير إلى تدفق المنتجات والسلع بصورة كبيرة إلى ساحة المنافسة العالمية(١)، وإلى سرعة المبتكرات، وإلى استيراد وتصدير المنتجات والسلع التي تحمل أو توسم على علامات تجارية مزورة أو مقلدة، لا سيما في موضوع المؤشرات الجغرافية والبيانات التجارية المطابقة أو المشابهة للمنتج الأصلي في بلد المنشأ(٢)، أضف إلى ذلك عقود التراخيص باستعمال العلامات التجارية وما يفرضه مالك العلامات التجارية من شروط مجحفة على المرخص له باستعمال العلامات التجارية من تحصيل مبالغ مالية باهظة ومرهقة، مما يجعل الفرق في الأسعار كبيرًا بين المنتج الأصلي والمقلد، فإن المستهلك في بلد فقير كاليمن سوف يضطر إلى شراء المنتج المقلد، الأمر الذي سيترتب عليه مخاطر كبيرة على صحة السكان وانتشار الأمراض، علاوة على مخاطر المسؤولية الدولية، حيث ربطت اتفاقية منظمة التجارة العالمية الحرية المطلقة للتجارة الدولية والأسواق بالحماية المطلقة لحقوق الملكية الفكرية(٣).

وبما أن الجمهورية اليمنية قد وقعت على الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية، تكون بذلك ملزمة باتخاذ كافة التدابير الفاعلة المؤسسية العملية ومن ذلك التدابير الحدودية لمنع استيراد أو تصدير المنتجات أو السلع عليها علامات وضعت عليها بدون وجه حق وبدون ترخيص من أصحاب هذه الحقوق، بمعنى آخر، على الجمهورية اليمنية منع دخول المنتجات أو السلع إلى أراضيها أو خروجها منها أو تداولها فيها إذا كانت تحمل علامات تجارية مزورة أو مقلدة، لأن ذلك يُعتبر خرقًا من قبل الجمهورية اليمنية لالتزاماتها الواردة في اتفاقية "تربس"، وإلا سيترتب على ذلك تعرضها لدعاوى دولية من قبل حكومات البلدان الأعضاء في منظمة التجارة العالمية، وفقًا لأحكام الجزء الخامس الخاص بمنع المنازعات وتسويتها، وبالتالي اتخاذ التدابير والجزاءات ضد الجمهورية اليمنية من قبل منظمة التجارة العالمية وأعضائها(٤).

إن اهتمام الدول الصناعية الكبرى في مجال حماية الحقوق الفكرية، بما في ذلك العلامات التجارية، وحثها الدول الأخرى على تعديل قوانينها بما يكفل حماية حقوقها الفكرية، جعل هذه الدول تضع إجراءات وقائية وفرض عقوبات صارمة على كل من يتعدى على هذه الحقوق، باعتبارها أهم مشكلة تؤرق اقتصادياتها، والجمهورية اليمنية إحدى هذه الدول، حيث تواجه بعض المشاكل الخاصة بتقليد حقوق العلامات التجارية،

(١) قانون رقم (١٩) لسنة (٢٠١٤) بشأن بروتوكول انضمام الجمهورية اليمنية إلى منطقة التجارة العالمية.

(٢) د/ محمد أحمد المخلافي، آثر العولمة على نقل التكنلوجيا، مركز الدراسات والبحوث، اليمن، صنعاء، ط١، (٢٠٠١م)، ص١٠٧.

(٣) المرجع السابق، نفس الصفحة.

(٤) محمد أحمد المخلافي، أثر العولمة على نقل التكنلوجيا، مرجع سابق، ص١٠٩.

بصفة خاصة من حيث تتبع الجريمة منذ وقوعها ورفعها للجهات القضائية، بالإضافة إلى فرض العقوبات الرادعة على مرتكبيها[1].

إضافة إلى ذلك، كما مر بيان ذلك، يمثل أهم المشاكل والعوائق التي تواجه مكافحة جريمة التعدي على العلامات التجارية، في بلدنا، تدفق السلع إلى الأسواق المحلية بجميع أنواعها ومصادرها من جميع أنحاء المعمورة، مما يؤدي إلى عمليات التزوير والتقليد وكافة صور الغش للعلامات التجارية العادية والمشهورة، رغم تسجيل هذه العلامات لدى الجهات المختصة في الجمهورية اليمنية بهدف الحصول على حماية قانونية، إلا أن عمليات التعدي على العلامات التجارية ما زالت مستمرة لعدة أسباب[2]:

١- عدم وجود رقابة كافية على المنافذ الجمركية والحدودية، سواء كانت برًا أو بحرًا أو جوًا، مما يترتب عليه إمكانية دخول سلع مزورة ومقلدة لعلامات تجارية مسجلة في اليمن.

٢- صعوبة تتبع مصادر التقليد للعلامات التجارية، حيث يكون مصدر التقليد في دول أخرى، خاصة في منطقة شرق آسيا أو في الداخل.

٣- معظم الصانعين في عمليات التزوير والتقليد من صغار التجار والموردين، حيث يقومون بأعمال بيع صغيرة، وليس لهم أماكن بيع ثابتة، وأحيانًا قد يكون ذلك من قبل تجار معروفين.

٤- معظم القضايا في المحاكم لا تستطع هذه الأخيرة الفصل فيها بسبب صعوبة التوصل إلى مصدر تقليد السلع الحقيقي للتخلص من هذا المصدر.

٥- تفتقر الجهات المختصة لأجهزة تحريات خاصة يمكنها من الوصول إلى المصدر الأساسي لعمليات التزوير والتقليد، لاتخاذ ما يفرضه القانون.

٦- وجود حلقة مفقودة بين قوانين الملكية الفكرية بما فيها من عقوبات وبين أجهزة الرقابة على الحدود.

٧- ضعف الوعي الرسمي والشعبي بأهمية موضوع الملكية الفكرية.

٨- الإغراء للمستهلك، ويكون ذلك بعرض البضائع التي تحمل علامات تجارية مزورة أو مقلدة بأسعار تقل بكثير عن البضائع التي تحمل العلامات التجارية الأصلية.

٩- ضعف الصناعات المحلية وعدم إشباع حاجيات المستهلك، مما يجعله يعتمد على السلع المستوردة.

الخاتمة:

وفي ختام تناولنا للبحث حول الجديد في العلامات التجارية في ضوء قانون العلامات التجارية واتفاقية "تريبس"، تم التوصل إلى عدة نتائج وتوصيات بالصورة الآتية:

(١) عبده إبراهيم سعد، حماية الحقوق الملكية والفكرية وتأثيرها على الاستثمار في الجمهورية اليمنية، ندوة حقوق الملكية الفكرية وطرق حسم منازعتها، صنعاء، (١٢-١٣)، يوليو، (١٩٩٩م).

(٢) عبد إبراهيم سعد، مرجع سابق، .

أولًا: نتائج الدراسة:

١- تعتبر العلامات التجارية عنصرًا مهمًا من عناصر الملكية الصناعية وتمثل رأس مال مهم للتاجر.

٢- سنت الجمهورية اليمنية نصوصًا لحماية العلامات التجارية وعدّلتها بما يتوافق مع التزاماتها كعضو في منظمة التجارة العالمية.

٣- حماية العلامات المشهورة: تشمل الحماية أيضًا العلامات التجارية المشهورة غير المماثلة إذا تحققت الشروط مثل التسجيل، أو أحدث استعمالها ضررًا بمالك العلامة أو حدث لبس لدى المستهلك.

٤- الالتزام الدولي: يجب على الجمهورية اليمنية حماية العلامات التجارية وفقًا لما تفرضه اتفاقية "تريبس" بما يتماشى مع متطلبات جميع الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية.

٥- التغلب على المعوقات: على الجمهورية اليمنية التغلب على المشاكل والمعوقات التي تمنع من تتبع مصدر تقليد وتزوير العلامات التجارية.

ثانيًا: توصيات الدراسة:

١- لما كانت الجمهورية اليمنية عضو في منظمة التجارة العالمية، يجب أن تعزز حماية العلامات التجارية وتشجع المستثمرين الأجانب والوطنين على أن تكون علاماتهم في مأمن من أي اعتداء.

٢- لا يمكن توفير الحماية للعلامات التجارية بأنواعها بمنأى عن تطوير أنظمة ومصالح ومكاتب ذات العلاقة بالحماية يتطلب وتوفير الدعم الكافي من خلال برامج التعليم والتدريب والتوعية على المستويين الرسمي والشعبي.

٣- توفير بيئة اجتماعية مناسبة حتى يتسنى معرفة ماهي الملكية الفكرية وما يتفرع عنها من حقوق ومنها العلامات التجارية ومعرفة أهمية حماية تلك الحقوق.

٤- تعريف الصناع والتجار بمخاطر المنافسة غير المشروعة مثل التقليد والتزوير وتأثيرها على مشروعاتهم.

٥- يجب على الحكومة اليمنية، ممثلة بوزارة التعليم العالي، تضمين مادة حماية الحقوق الفكرية كمقرر دراسي في الجامعات.

٦- إعمالًا لمبدأ المعاملة الوطنية لابد من كفالة حماية الملكية الفكرية دون تمييز.

٧- على المشرع اليمني إعادة النظر في المواد (٦٣-٦٧) من القانون التجاري، والتي ذكرت صورًا للمنافسة غير المشروعة على سبيل الحصر، وجعلها على سبيل المثال ليتسنى للمحاكم ورجال القانون من أن يجتهدوا في هذا المجال لكي يحدوا من طرق وأساليب الحيل للغش الصناعي والتجاري والخدمي.

٨- تحسين الأجهزة: تطوير وتحسين أجهزة حماية الملكية الفكرية، خاصة أجهزة الشرطة والجمارك والاهتمام بتعزيز دور المركز اليمني للتوفيق والتحكيم ونشر الوعي بأهميته، حيث أن جهاز تسوية المنازعات في منظمة التجارة العالمية لا ينظر في أي قضايا متنازع عليها إلا بعد استنفاد كل طرق تسوية المنازعات بشكل ودي من خلال المشاورات الثنائية.

٩- المساعي الحميدة والتوفيق والوساطة: ولهذا يجب على المحكمين والموفقين في المركز وغيرها من مراكز التحكيم استيعاب أحكام اتفاقية "تريبس"، وغيرها من الاتفاقيات الدولية ذات الصلة.

١٠- لابد من تأهيل كوادر متخصصة من الباحثين من خلال ابتعاثهم إلى الدول المصنعة للتكنولوجيا والاستفادة من أساليب البحث في الدول المتقدمة صناعًا.

المصادر والمراجع:

د/ قواد معلال (الملكية الصناعية والتجارية المنشورات مركز قانون الالتزامات والعقود/ كلية الحقوق، فاس المغرب، ط١، ٢٠٠٩م.

الحماية القانونية للعلامة المشهورة، وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية ((تربس))، والتشريع اليمني، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة اسيوط،٢٠١١.

د.عبد الفتاح بيومى حجازي، حقوق الملكية الفكرية وحماية المستهلك. من عقود التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، ٢٠٠٥.

د/ كامران الصالحي تسوية منازعات الملكية الفكرية في اتفاقيات التجارة الدولية بحث منشور في مجله الشريعة والقانون، الامارات العربية، عدد (٤٤) اكتوبر ٢٠١٠م.

القانون رقم (١٩) لسنة ٢٠١٤م، بشأن الموافقة على بروتوكول انضمام الجمهورية اليمنية إلى منظمة التجارة العالمية، والصادر بتاريخ ١١-٥-٢٠١٤م.

د/ حسام الدين عبد الغنى الصغير، الجديد في العلامات التجارية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية ط١، ٢٠٠٣م.

د/ ثروت عبد الحميد، الملكية التجارية والصناعية في الانظمة السعودية، عن عمادة شؤون المكتبات، جامعة الملك سعود، الرياض، ١٩٨٧م.

عماد محمد عبد الرحمن، الحماية القانونية للتصاميم الصناعية في التشريع اليمني -دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، جامعة تعر كلية الحقوق ٢٠٢٣م.

محمد زهدي مجني، التجارة وفض نزاعاتها وتسويتها عن طريق التحكيم ندوق حماية حقوق الملكية الفكرية وطرق حسم منازعاتها، صنعاء، (١٢-١٣يوليو,١٩٩٩).

آيت تفاني حفيظة، النظام القانوني لحماية حقوق الملكية الصناعية في ظل اتفاقية تربس، اطروحة دكتوراه كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزى آوزو، ٢٠١٨م.

د/ نجيب عبيد آلية تسوية المنازعات وفقا لاتفاقية تربس ومنظمة التجارة العالمية، ندرة حماية حقوق الملكية الفكرية وطرف حسم نزاعاتها بشكل تمام (١٢-١٣) يوليو ١٩٩٩م.

د/ محمد أحمد المخلافي، العولمة والملكية الفكرية مؤسسة العفيف الثقافة، ط١، ٢٠٠٢م.

قانون رقم (١٩) لسنة ٢٠١٤ بشأن بروتوكول انضمام الجمهورية اليمنية إلى منطقة التجارة العالمية.

د/ محمد أحمد المخلافي، آثر العولمة على نقل التكنلوجيا، مركز الدراسات والبحوث، اليمن، صنعاء، ٢٠٠١.

عبده إبراهيم سعد، حماية الحقوق الملكية والفكرية وتأثيرها على الاستثمار في الجمهورية اليمنية، ندوة حقوق الملكية الفكرية وطرق حسم منازعتها، صنعاء، (١٢-١٣) يوليو ١٩٩٩م.