

A



WIPO/STrad/INF/6

الأصل: بالإنكليزية

التاريخ: 30 أغسطس 2010

اللجنة الدائمة المعنية بقانون العلامات التجارية والرسوم والنماذج الصناعية والبيانات الجغرافية

الجوانب التقنية والإجرائية المتعلقة بتسجيل
علامات التصديق والعلامات الجماعية

وثيقة من إعداد الأمانة

المحتويات

الصفحة

3 أولاً. مقدمة
3 ثانياً. اعتبارات عامة
3 (أ) العلامات الجماعية
5 (ب) علامات التصديق
5 (ج) السمات المشتركة والسمات المعينة
6 ثالثاً. إجراءات إيداع الطلبات
7 (أ) وضع المودع واختصاصه
8 (ب) محتوى الطلب
9 (ج) نظام العلامات الجماعية
9 "1" موعد الإيداع وطريقته
9 "2" محتوى النظام
10 (د) نظام علامات التصديق
10 "1" موعد الإيداع وطريقته
11 "2" محتوى النظام
12 (هـ) تعديل النظام
12 رابعاً. شؤون تعقب التسجيل
12 (أ) تغيير النظام عقب التسجيل
13 (ب) الترخيص
13 (ج) التنازل عن التسجيل
13 (د) إبطال التسجيل
14 (هـ) إلغاء التسجيل
14 خامساً. الخلاصة

المرفق: أمثلة على العلامات الجماعية وعلامات التصديق

أولاً. مقدمة

1. منذ الدورة الحادية والعشرين (من 22 إلى 26 يونيو 2009) وحتى الدورة الثالثة والعشرين (من 30 يونيو إلى 2 يوليو 2010) نظرت اللجنة الدائمة المعنية بقانون العلامات التجارية والرسوم والنماذج الصناعية والبيانات الجغرافية (اللجنة) في عدد من وثائق العمل التي تطرقت إلى تسجيل علامات التصديق والعلامات الجماعية (انظر الوثائق SCT/21/3 و SCT/22/3 و SCT/23/3).
2. وقد استندت تلك الوثائق إلى معلومات قدمها أعضاء اللجنة في ردودهم على استبيان المنظمة العالمية للملكية الفكرية بشأن قانون العلامات التجارية والممارسات المتعلقة بها على النحو الوارد في وثيقة المنظمة WIPO/STrad/INF/1 (التي يُشار إليها فيما يلي باسم "الاستبيان").
3. وبالإضافة إلى ذلك قدم أعضاء اللجنة التالية أسماؤهم تقارير مكتوبة عن جوانب محددة ضمن قوانينهم وممارساتهم تتعلق بتسجيل علامات التصديق والعلامات الجماعية: أستراليا وبيلاروس والبرازيل والصين والجمهورية التشيكية وإستونيا وفنلندا وفرنسا وغواتيمالا واليابان والمكسيك والنرويج وباكستان وجمهورية كوريا وجمهورية مولدوفا والاتحاد الروسي وسنغافورة وسلوفينيا والسويد والمملكة المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية وفيت نام والاتحاد الأوروبي، كما تقدمت المنظمة الأفريقية للملكية الفكرية بمساهمة. ويرد النص الكامل للتقارير المقدمة على صفحة المنتدى الإلكتروني للجنة على الإنترنت.
4. واتفقت اللجنة في دورتها الثالثة والعشرين (من 30 يونيو إلى 2 يوليو 2010) على أن تتولى الأمانة وضع اللمسات الأخيرة على الوثيقة SCT/23/3 الخاصة بالجوانب التقنية والإجرائية المتعلقة بتسجيل علامات التصديق والعلامات الجماعية، وذلك بإدراج جميع التعليقات التي أبدتها الوفود خلال تلك الدورة وأن تنشرها باعتبارها وثيقة مرجعية في سلسلة الوثائق الإعلامية المتاحة على الموقع الإلكتروني <http://www.wipo.int/sct/en/wipo-strad/>.
5. وترد في الوثيقة WIPO/STrad/INF/6 محاولات الغرض منها إعطاء نبذة عما يشيع وروده في تشريعات العلامات التجارية لأعضاء اللجنة من جوانب تقنية وإجرائية تتعلق بتسجيل علامات التصديق والعلامات الجماعية. وليست الأمثلة المسافة على العلامات المحددة سوى حالات توضيحية بطبيعتها ولا يمكن أن تقوم مقام المرجع لتناول مسائل محددة في ولايات قانونية معينة.

ثانياً. اعتبارات تمهيدية

(أ) العلامات الجماعية

6. منذ سنة 1911 أدرجت حماية العلامات التجارية في اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية (اتفاقية باريس). وتنص المادة 7(ثانياً) التي أدرجت في مؤتمر المراجعة الذي عقد في واشنطن سنة 1911 ثم فصلت في مؤتمر المراجعة الذي عقد في لندن سنة 1934 على أن تتعهد دول الاتحاد¹ بقبول إيداع وحماية العلامات الجماعية الخاصة بالجمعيات التي لا يتعارض وجودها مع قانون دولة المنشأ حتى وإن كانت تلك الجمعيات لا تمتلك منشأة صناعية أو تجارية.
7. وينص هذا الحكم كذلك على أن تقرر كل دولة الشروط الخاصة التي يجب توافرها لحماية العلامة الجماعية، ويجوز لها أن ترفض الحماية إذا كانت العلامة تتعارض مع المصلحة العامة. ومع ذلك لا يجوز رفض حماية تلك العلامات بالنسبة لأية جمعية لا يتعارض وجودها مع قانون بلد المنشأ استناداً إلى أن تلك الجمعية ليس لها مقر في الدولة التي تطلب فيها الحماية أو أنها لم تؤسس وفقاً لتشريع هذه الدولة.²
8. ولا يرد تعريف للعلامات الجماعية في المادة 7(ثانياً) من اتفاقية باريس. وهذه المادة تنسحب فقط على العلامات الجماعية "الخاصة بالجمعيات" التي تكون عموماً جمعيات مصنعي أو بائعي السلع المنتجة في بلد أو إقليم معين أو

التي لها خصائص أو مواصفات مشتركة. ولا ينسحب هذا الحكم على العلامات الجماعية الخاصة بالدول أو غيرها من الهيئات العامة.³

9. ولدول الأطراف في اتفاقية باريس الحرية في وضع أو تطبيق الشروط المعينة التي توافق بموجبها على حماية العلامات الجماعية، وهي الشروط ذاتها التي ينبغي أن تطبق على العلامات الوطنية والعلامات المشمولة في اتفاقية باريس على حد سواء. ويجوز أن تتعلق شروط الحماية بسمة الجمعية التي تطلب الحماية، كما يجوز أن تتعلق بسمة العلامة الجماعية والضمانة التي تقدمها الجمعية المعنية بشأن الانتفاع السليم بالعلامة.
10. ويجوز للدول أن ترفض حماية علامة جماعية إذا كانت تتعارض مع المصلحة العامة. وفي الواقع تم عموماً الخصائص المشتركة لسلع أو خدمات معينة والتي تشير إليها أية علامة جماعية عن ضمانة للجودة. وقد توجد مصلحة عامة في الإشارة بشكل صحيح إلى هذه الخصائص. وإذا تعارض قبول العلامة مع هذه المصلحة العامة، فيجوز رفض تنظيمها وحمايتها.⁴ ومع ذلك يجوز أيضاً رفض علامة جماعية إذا كانت تتعارض مع مصلحة طرف آخر.⁵

العلامات الجماعية في الأنظمة الوطنية

11. سعياً إلى ضمان الاتساق مع المادة 7 (ثانياً) من اتفاقية باريس، فإن الدول الأطراف في الاتفاقية التي لم تكن لديها أحكام بالفعل تتعلق بحماية العلامات الجماعية قد سنت التشريع المناسب في هذا الصدد. وعليه فقد طلب من أعضاء منظمة التجارة العالمية كذلك توفير الحماية لهذه العلامات بموجب المادة 2 من اتفاق جوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة (اتفاق تريبيس).⁶ وتتمتع العلامات الجماعية في الوقت الراهن بحماية واسعة على المستويين الوطني والإقليمي على النحو المبين في موجز الردود على الاستبيان بشأن قانون العلامات التجارية والممارسات المتعلقة بها (الوثيقة SCT/11/6) الوارد في الوثيقة WIPO/STrad/INF/1 والمشار إليه فيما يلي باسم "الاستبيان".⁷
12. ولا تعرف التشريعات الوطنية المختلفة العلامات الجماعية بالطريقة نفسها، بل يمكن القول إنها إشارات تميز سلع أو خدمات أعضاء الجمعية صاحبة العلامة وبيع أو خدمات سائر المشايخ. والسمة الرئيسية لأية علامة جماعية هي أنها تستخدم لتبين للجمهور المعني أن السلع أو الخدمات منشؤها عضو في جمعية معينة. وقد تتضمن أية سمات إضافية مثل الجودة أو الدقة المشتركتين أو المنشأ الجغرافي أو أية خصائص أخرى تحددها الجمعية.⁸
13. ويجوز أن ينص التشريع الوطني على أكثر من نوع واحد للعلامات الجماعية⁹ ولكن لن تشير إليها هذه الوثيقة بالتفصيل. وتجدر الإشارة عموماً إلى أن هذه العلامات تختلف عن العلامات التجارية الفردية¹⁰ لأن العلامات التجارية الفردية تستخدم لتمييز سلع وخدمات تاجر واحد معين (مصدر تجاري منفرد) عن سلع وخدمات سائر التجار. ويجوز لعدد من التجار الانتفاع بعلامة جماعية، شريطة أن يكونوا أعضاء في الجمعية وأن يمثلوا لأنظمة الانتفاع بالعلامة.
14. ويجوز تحويل طلب تسجيل علامة تجارية ما، في ولاية قانونية واحدة، إلى طلب تسجيل علامة جماعية عن طريق تقديم التماس قبل أن يصدر قرار التسجيل. وينبغي أن يصطحب أي التماس تحويل يودعه مودع العلامة التجارية بنظام الانتفاع بالعلامة الجماعية ويطلب جديد يوقعه رئيس الجمعية المصرح له بإيداع طلب تسجيل العلامة الجماعية باسمه. وينبغي أن يكون الشخص الذي يودع طلب التحويل مؤهلاً للانتفاع بالعلامة الجماعية. وتنطبق القاعدة ذاتها على مالك الحقوق المحولة بموجب العلامة التجارية المحولة. ويجوز كذلك تحويل طلب تسجيل علامة جماعية إلى طلب تسجيل علامة تجارية قبل التسجيل عن طريق تقديم التماس يوقعه رئيس الجمعية ويصحبه تصريح بتحويل الطلب من الأشخاص المؤهلين للانتفاع بالعلامة الجماعية. وينبغي أن يوقع طلب تسجيل العلامة التجارية الجديد شخص مؤهل لإيداع طلب تسجيل علامة تجارية. وحينئذ يستوفي التماس

التحويل الشروط المفروضة، يضمن المكتب تحويل العلامة التجارية ويحتفظ بتاريخ التسجيل والإيداع. وتدون المعلومات الوجيهة في السجل وتُنشر في الجريدة الرسمية.¹¹

(ب) علامات التصديق

15. لا تنظم اتفاقية باريس أو التنقيحات التي أدخلت عليها لاحقا علامات التصديق على وجه الخصوص. فقد وجدت هذه العلامات لفترة طويلة في الأنظمة الوطنية إلى جانب العلامات الجماعية وأحيانا قبل إدراجها في الأنظمة الوطنية.¹² ويبدو أن اقتراحا قدم أثناء الأعمال التحضيرية لاتفاق تريبس بأن تذكر على وجه الخصوص علامات الخدمة [و] [أو] العلامات الجماعية [و] [أو] علامات التصديق في تعريف الموضوعات المناسبة للحماية بصفها علامة تجارية.¹³ ولم يحتفظ بهذا الاقتراح كجزء من النص الحالي للمادة 15 من اتفاق تريبس لكن صياغته تدل على أن العلامات التجارية تشترك مع علامات التصديق في العديد من العناصر على النحو المبين أدناه.

علامات التصديق في الأنظمة الوطنية

16. وفقا للاستبيان يكفل عدد كبير من الدول الحماية لعلامات التصديق (48 ردا من أصل 79 ردا).¹⁴ وتتضمن التقارير الواردة من الدول الأعضاء بعض المعلومات عن إحصاءات التسجيل.¹⁵ وفي بعض الحالات، تشمل الأرقام الواردة كلا من العلامات الجماعية وعلامات التصديق.¹⁶ وقد تبدو هذه الأعداد متواضعة إذا قورنت بالعدد الإجمالي للعلامات التجارية المسجلة، ويبدو أنها آخذة في الارتفاع على المستويين الوطني والدولي.¹⁷
17. وقد نُظمت علامات التصديق بطرق مختلفة في ولايات قانونية شتى، شأنها في ذلك شأن العلامات الجماعية. ويجوز القول إن أية علامة تصديق هي إشارة تستخدم أو يعتمد استخدامها لتمييز السلع أو الخدمات التي يتم التعامل معها أو توريدها أثناء التجارة والتي يصدقها صاحب علامة التصديق من حيث منشأ السلع أو مادتها أو طريقة تصنيعها أو من حيث أداء الخدمات أو جودتها أو دقتها أو غير ذلك من الخصائص، عن السلع أو الخدمات الأخرى التي يتم التعامل معها أو توريدها أثناء التجارة ولكنها ليست مشمولة بهذا التصديق.
18. وكما تنص بعض القوانين الوطنية فإن صاحب علامة التصديق ليس المستخدم النهائي للعلامة، لكنه الطرف المسؤول عن التصديق أو ختم الموافقة الذي تحمله العلامة في نهاية المطاف للمستهلكين،¹⁸ أي إن صاحب علامة التصديق هو المصدق الذي يمارس الرقابة المشروعة على الانتفاع بعلامة التصديق بغض النظر عن نوع التصديق.
19. وعليه فإن السمة النمطية لعلامة التصديق في غالبية الأنظمة هي أنها لا تستخدم من جانب صاحب العلامة¹⁹ لكن من جانب مستخدميها المصرح لهم لكي يضمنوا للجُمهور المعني أن السلع أو الخدمات لها خاصية معينة. ويتعين على أي شخص يريد الحصول على تصريح للانتفاع بالعلامة أن يبين وجود هذه الخاصية. ومع ذلك فقد ألغى شرط عدم الانتفاع بالعلامة من جانب صاحبها مؤخرا في نظام وطني واحد على الأقل.²⁰

(ج) السمات المشتركة والسمات المعينة

20. تشترك العلامات الجماعية وعلامات التصديق في عدد من السمات، بحيث يجوز لأشخاص، غير صاحب العلامة، الانتفاع بكليهما ماداموا يمثلون لأنظمة الانتفاع بها وللمعايير التي يحددها صاحب العلامة.²¹ وفي حالات معينة يجوز أن تستمد تلك الأنظمة من القوانين والقواعد السارية، ويجوز لطرف آخر مؤهل لتصديق مادة ما أن يضع هذه المعايير. ويسمح عموما بالإشارة إلى مثل هذه الصكوك.

21. وفي غالبية البلدان التي تكفل الحماية للعلامات الجماعية وعلامات التصديق على حد سواء يمكن الفرق الرئيسي بينهما في أن العلامات الجماعية لا ينتفع بها سوى من جانب مجموعات معينة من التجار يكونوا أعضاء في جمعية على سبيل المثال، في حين يجوز لأي شخص يمتثل للمعايير المحددة أن ينتفع بعلامات التصديق دون أن يكون مجبرا على الانضمام إلى أية جمعية.

22. ويمكن القول إن علامات التصديق تؤدي وظيفة الضمان في حين تؤدي العلامة الجماعية وظيفة التعريف. ومع ذلك يبدو أن هذا التمييز قد يكون مليئا بقدر كبير من الثغرات. ومن الجلي أن قيام أية جهة بوضع علامة تصديق على منتجاتها يعني المطالبة بجودة معينة، بل ويعني كذلك تمييز هذه المنتجات عن المنتجات المنافسة التي لا تحمل ضمانا للجودة، غير أن الانتفاع بعلامة جماعية يسمح للمستهلك بالتعرف على منتج ما يعلق عليه بعض مواصفات الجودة. ويقتصر في الواقع غرض الضمان الذي توفره العلامة الجماعية على الربط بين العلامة التجارية والمجموعة التي تنتفع بها، في حين لا يمكن لعلامة التصديق أن تضمن هذا الربط لأنه يمكن لأي شخص أن يستخدم هذه العلامة مادام يمتثل لنظام الانتفاع بالعلامة.²²

ثالثا. إجراءات إيداع الطلبات

23. تتشابه شروط إيداع الطلبات المتعلقة بالعلامات الجماعية وعلامات التصديق أساسا مع شروط إيداع الطلبات المتعلقة بالعلامات التجارية الفردية؛ ومع ذلك قد يلتمس تقديم توضيحات ووثائق دعم إضافية عند الإيداع أو في وقت لاحق من إجراءات التسجيل. ورهنا بنوع الفحص ونظام الاعتراض اللذين يطبقهما المكتب، تنشر الطلبات الخاصة بالعلامات الجماعية وعلامات التصديق لأغراض الاعتراض. وقد ينص القانون الوطني على إجراءات إضافية، منها أن تتدخل هيئات مسؤولة عن التحقق من الامتثال لبعض الشروط.²³ وفي العديد من البلدان تفرض رسوم أكثر على الطلبات المتعلقة بالعلامات الجماعية وعلامات التصديق؛ أو يجوز تسديد رسوم إضافية أثناء الفحص.²⁴

24. وتفحص علامات التصديق والعلامات الجماعية بناء على أسباب الرفض المتاحة في القانون الوطني كعلامات تجارية فردية. والغرض من إجراء هذا الفحص هنا أيضا هو ضمان أن تكون العلامة قادرة على أن تؤدي وظيفة التمييزية الأساسية. ومن المهم أثناء النظر في السمة التمييزية للعلامات الجماعية وعلامات التصديق مراعاة أن الوظيفة التمييزية لهذه العلامات تختلف عن الوظيفة التمييزية للعلامات التجارية العادية. وتكفل بعض التشريعات الوطنية إمكانية منح الحماية للإشارات التي قد توظف في التجارة لبيان المنشأ الجغرافي للمنتجات أو الخدمات بصفها علامات جماعية وعلامات تصديق، وذلك استثناء من الأسباب المعتادة لرفض العلامات العادية.

25. ويمكن تعريف الوظيفة التمييزية لعلامة جماعية بأنها تميز سلع أو خدمات أعضاء الجمعية صاحبة العلامة عن سلع أو خدمات سائر المشاريع، وقد تفسر الوظيفة التمييزية لعلامة تصديق على أنها إشارة لتمييز السلع أو الخدمات المصدقة عن السلع أو الخدمات غير المصدقة.²⁵ واستثناء من الأسباب المعتادة لرفض العلامات العادية، قد يكون من الممكن أن تشكل الإشارات التي تستخدم في التجارة لبيان المنشأ الجغرافي للمنتجات أو الخدمات علامات جماعية أو علامات تصديق.²⁶

26. وقد تنطبق على الطلبات الخاصة بالعلامات الجماعية وعلامات التصديق أسباب إضافية للرفض لا تنطبق على الطلبات الخاصة بالعلامات التجارية الفردية. فقد ترفض الطلبات الخاصة بالعلامات الجماعية وعلامات التصديق على سبيل المثال إذا كان الجمهور معرضا للتضليل فيما يتعلق بخاصية العلامة أو دلالتها، وخاصة إذا كان من المرجح أن تعتبر هذه العلامة شيئا غير علامة جماعية أو علامة تصديق.

(أ) وضع المودع وصلحياته

27. من المقبول عموماً أن تكون جمعية هي مودع طلب تسجيل علامة جماعية. ومصطلح "جمعية" ليس معرّفًا دائماً في القوانين الوطنية، لكنه يفسر عموماً على أنه مجموعة أو منظمة مكونة من أعضاء.²⁷ ويجوز للأشخاص الذين يشكلون أية جمعية أن يكونوا أشخاصاً طبيعيين أو أشخاصاً معنويين. وأثناء البتّ في أهلية المودع باعتباره جمعية، يجوز التساؤل أهذه الجمعية المحتملة شكل من أشكال العضوية؟²⁸ وعادة ما تتألف هذه الجمعيات من مصنعين ومنتجين وموردين للخدمات وتجار. وفي بعض الأنظمة، يجوز للجمعيات التي لا تتخذ شكلاً قانونياً أن تكون مؤهلة باعتبارها مودعاً،²⁹ لكن العكس هو القاعدة العامة على ما يبدو، بحيث تعتبر الجمعيات التي لا تتخذ شكلاً قانونياً غير مؤهلة بطبيعة الحال لكي تحصل على حقوق الملكية.³⁰ وفي بعض الحالات يجوز أن يشترط لإيداع طلب تسجيل أن تُقدّم نسخة من الصك القانوني لإنشاء الجمعية أو أية وثيقة أخرى تبين الشخصية المعنوية للمودع.³¹
28. ويجوز للجمعيات أن تودع طلبات لتسجيل علامة جماعية تتكون من إشارات أو بيانات قد توطّف في التجارة لبيان المنشأ الجغرافي للسلع أو الخدمات، الأمر الذي يعد استثناء من القاعدة العامة التي تمنع تسجيل هذه الإشارات أو البيانات باعتبارها علامات فردية. ولا يصرح لصاحب علامة جماعية تتكون من إشارات أو بيانات جغرافية بالاعتراض على الانتفاع بهذه الإشارات من جانب شخص آخر يحق له الانتفاع بالاسم الجغرافي.³² وفي ولاية قانونية واحدة، يقتضي القانون أن تنص الأنظمة الخاصة بالانتفاع بالعلامات على التصريح لأي شخص تكون سلعه وخدماته ناشئة في المنطقة الجغرافية المعنية بأن يصبح عضواً في المنظمة.³³
29. وقد يفرض الاشتراط بأن يكون مودع طلب تسجيل علامة جماعية جمعيةً إلى طرح مشكلات أمام مالكي علامات التصديق الذين لا يستوفون هذا الشرط والذين يريدون أن يسجلوا علامات التصديق الخاصة بهم باعتبارها علامات جماعية في ظل غياب أي تشريع ينظم علامات التصديق. وقد تكون إحدى الطرق للتغلب على هذه الصعوبة هي تسجيل علامة التصديق باعتبارها علامة فردية لخدمة معينة هي تصديق الامتثال للمعيار الذي تصدقه علامة التصديق.
30. ويجوز أن تقدم طلبات تسجيل علامات التصديق من مصادر مختلفة هي: الأفراد الحواص، أو الشركات، أو البلديات أو منظمات الحكومات أو أية هيئة قانونية أخرى تمارس رقابة مشروعة على الانتفاع بالعلامة.³⁴ ومع ذلك قد يستبعد الأفراد كذلك من امتلاك علامة تصديق.³⁵ وتجدر الإشارة إلى أن امتثال المنتجات والخدمات للمعايير المنصوص عليها يجوز أن يصدقه ما يسمى بهيئات أو منظمات التصديق، وفي حين يبدو أن هذه الهيئات والمنظمات يمكنها كذلك أن تودع طلبات تسجيل علامات تصديق،³⁶ قد يمنعها القانون من القيام بذلك ويتيح لها أن تودع طلبات تسجيل علامات فردية فقط.³⁷
31. وفي بعض الولايات القانونية يجوز للأفراد أو المنظمات الخاصة أن تودع طلبات تسجيل علامات تصديق تستخدم لتصديق المنشأ الجغرافي وأن تمتلكها. وتعّد الهيئات الحكومية عادة على أنها في أفضل وضع لسن وتنظيم المعايير الخاصة بعلامات التصديق المستخدمة في الإشارة للمنشأ الجغرافي، ومع ذلك لا يوجد شرط قانوني بأن تكون هذه الهيئة الحكومية هي صاحبة العلامة. ويجوز للجمعيات التجارية أو الأفراد أو غير ذلك من الهيئات الخاصة أن تسجل هذه العلامات شريطة أن تمتثل إلى جميع شروط إيداع طلبات تسجيل علامات التصديق.³⁸ ومع ذلك عندما تتكون علامة التصديق في هذه الأنظمة من مصطلح جغرافي على نحو حصري أو أساسي، فيجوز للمكتب أن يتحقق من سلطة المودع في مراقبة استخدام المصطلح³⁹ إذا كانت هذه السلطة غير واضحة في سجل الطلب. وفي العديد من الولايات القانونية، لا يكون صاحب علامة التصديق التي تبين المنشأ الجغرافي مع ذلك مؤهلاً لحظر الانتفاع بهذه الإشارات وفقاً للممارسات الشريفة في الشؤون الصناعية والتجارية.⁴⁰

(ب) محتوى طلب التسجيل

32. يحتوي طلب تسجيل العلامة الجماعية أو علامة التصديق على عناصر طلب تسجيل العلامة الفردية مع بعض الخصوصيات. وترد غالبية البيانات أو العناصر التالية في طلبات تسجيل العلامات التجارية:⁴¹

"1" طلب التسجيل؛

"2" واسم مودع الطلب وعنوانه؛

"3" واسم دولة يكون مودع الطلب من مواطنيها إذا كان من مواطني دولة ما، واسم دولة يكون لمودع الطلب فيها محل إقامة، إن وجد، واسم دولة تكون لمودع الطلب فيها منشأة صناعية أو تجارية حقيقية وفعالة، إن وجدت؛

"4" وإذا كان مودع الطلب شخصا معنويا، الطابع القانوني لذلك الشخص والدولة وكذلك الوحدة الإقليمية، عند الاقتضاء، داخل تلك الدولة التي تُظَم بناء على قانونها الشخص المعنوي المذكور؛

"5" وإذا كان لمودع الطلب ممثل، اسم ذلك الممثل وعنوانه؛

"6" وإذا كان مودع الطلب يرغب في الاستفادة من أولوية طلب سابق، إقرار يطالب فيه بأولوية ذلك الطلب السابق، مع البيانات والإثباتات المؤيدة لإقرار؛

"7" وتصوير للعلامة؛

"8" وبيان يبين، عند الاقتضاء، نوع العلامة فضلا عن أية مقتضيات محددة تنطبق على ذلك النوع من العلامات؛

"9" وبيان يبين، عند الاقتضاء، أن مودع الطلب يرغب في أن تسجل العلامة وتُنشر بالحروف والأرقام المعيارية التي يستعملها المكتب؛

"10" وبيان يبين، عند الاقتضاء، أن مودع الطلب يرغب في المطالبة بلون كسمة مميزة للعلامة؛

"11" ونقل حرفي للعلامة أو لبعض أجزاء العلامة؛

"12" وترجمة للعلامة أو لبعض أجزاء العلامة؛

"13" وأسماء السلع و/أو الخدمات المطلوب تسجيلها، مجموعة وفقا لأصناف تصنيف نيس، على أن تكون كل مجموعة مسبقة برقم الصنف الذي تنتمي إليه تلك المجموعة من السلع أو الخدمات في ذلك التصنيف ومُقدّمة حسب ترتيب أصناف التصنيف المذكور؛

"14" وإعلان، حسب الاقتضاء، عن نية الانتفاع بالعلامة أو الانتفاع الفعلي بها.

33. ويجوز تحقيق العنصر رقم "8" وهو بيان أن الطلب يتعلق بعلامة جماعية أو علامة تصديق على ما يبدو عن طريق وضع علامة في الإطار المناسب في استمارة الطلب، إذا نصت هذه الاستمارة على هذه الإشارة، أو عن طريق تضمين الاستمارة إشارة إلى ذلك بالكلمات. ومن العناصر التي يشجع ملاحظتها هو الالتماس من المودع أن يُضمّن الطلب النظام الخاص بالانتفاع بالعلامة.⁴² وفي العديد من الحالات، إذا لم يقدم هذا النظام أو إذا كان معيبا أو غير كامل، يمنح المودع الفترة المناسبة لكي يقدم النظام أو يستكمله أو يعدله.

34. وقد تتكون العلامات الجماعية وعلامات التصديق من كلمات فقط أو رسوم ونماذج فقط أو توليفة من الكلمات والرسوم والنماذج. وعادة ما لا يُشترط بأن تظهر هذه العلامات في شكل خاص أو أن تشمل أية صياغة معينة. ومع ذلك قد يطالب بخصائص معيارية وبلون ما باعتبارها من سمات العلامة، كما هو الحال بالنسبة إلى أية علامة تجارية.

35. ويُشترط في أنظمة معينة إدراج وثائق إضافية، منها مقتطفات من سجل الجمعية أو الشركة أو المؤسسة، أو تقرير عن مجال نشاط المودع، أو نظام الجمعية أو وثيقة تشهد بأن المودع شخص معنوي، على النحو المبين أعلاه.⁴³ وفي بعض الحالات قد يجدد نظام الجمعية الطريقة التي يراقب بها صاحب العلامة أو ينوي أن يراقب بها الانتفاع بالعلامة (في حالة العلامة الجماعية على سبيل المثال). وفي هذه الحالات، يجوز للمودع أن يشير إلى ذلك الأمر في الطلب.
36. وقد يلتمس من المودع أن يذكر على نحو منفصل الخصائص أو المعايير أو السمات الأخرى للسلع أو الخدمات المصدقة أو التي يعتزم تصديقها (في حالة علامة التصديق على سبيل المثال). وينبغي أن تدرج جميع الخصائص أو السمات التي تصدقها العلامة في البيان وأن تشرح بتفصيل معقول.⁴⁴ ويجوز أن يلتمس تقديم بيان منفصل بأن المودع لا أو لن يشارك في إنتاج أو تسويق السلع أو الخدمات التي يقدم طلب تسجيل العلامة بشأنها.
37. وتتضمن غالبية الولايات القانونية شرط إيداع النظام الذي يحكم الانتفاع بالعلامات الجماعية وعلامات التصديق لعدد من الأسباب. ومن الضروري أن يكون النظام واضحا ومتاحا لكي يتمكن أي شخص يعتزم الانتفاع بالعلامة من النفاذ إلى المعلومات الوجيهة ومن فهم الشروط التي يجب على أي منتفع مصرح له أن يستوفيها لكي ينتفع بالعلامة.⁴⁵ ويفضل أن يتألف النظام من وثيقة قائمة بذاتها تتضمن المعلومات المطلوبة.⁴⁶ ومع ذلك من المقبول إرفاق وثائق أخرى بهذا النظام ترد بها قائمة مرجعية شاملة. وعادة ما يكون النظام مفتوحا أمام الجمهور للاطلاع عليه عندما ينشر الطلب.⁴⁷
38. وعلى الرغم من أن أنظمة الانتفاع بالعلامات الجماعية وأنظمة الانتفاع بعلامات التصديق لها هدف مشترك، وهو وضع القواعد الخاصة بشروط الانتفاع بالعلامات، فيوجد بينها عدد من الاختلافات، مما يقتضي تناولها على نحو منفصل.

(ج) نظام العلامات الجماعية

"1" موعد الإيداع وطريقته

39. يودع نظام العلامات الجماعية عموما مع طلب التسجيل. وإذا لم تكن هذه هي الحالة ففتح حملة للسماح بالامتثال لهذا الشرط، ويكون ذلك عادة في شكل تمديد للحد الزمني المبدئي.⁴⁸ ومع ذلك لا يطلب المكتب في بعض الأنظمة من المودع أن يودع القواعد التي تحكم الانتفاع بالعلامات الجماعية،⁴⁹ أو يستعاض عن هذا الشرط بإشارة عامة إلى السمات الخاصة لهذه القواعد. وأحيانا لا تطلب القواعد عند إيداع الطلب، لكن تطلب لاحقا أثناء الإجراءات، لأغراض النشر على سبيل المثال.⁵⁰

"2" محتوى النظام

40. إن قائمة المحتويات المحتملة لنظام العلامات الجماعية المعروضة في الفقرات التالية ليست شاملة، لكنها توضح المحتويات التي قد تعد بمثابة "المعيار" في غالبية الولايات القانونية. ويبدو جليا أن البلدان التي تكفل تسجيل أكثر من نوع واحد من أنواع العلامات الجماعية، تكفل كذلك محتويات محددة للأنظمة التي تحكم الانتفاع بهذه العلامات. وتخضع هذه الأنظمة للفحص، وإذا صدر أي اعتراض عليها، فيجوز تعديلها أو تنقيحها حتى تبدو مقبولة للمكتب.

تفاصيل تتعلق بالمودع

41. كما ذكر آنفا (في الجزء ثالثا(أ))، فإن مودع طلب تسجيل علامة جماعية عادة ما يكون جمعية من مصنعين أو منتجين أو موردين للخدمات أو تجار تكون لها شخصية قانونية لتمتلك الحقوق باسمها. ومن شأن النظام أن يجدد بطبيعة الحال اسم هذه الجمعية وعنوان مكتبها ومجال عملها والهيئات المصرح لها بتمثيل المنظمة.⁵¹

الأشخاص المصرح لهم بالانتفاع بالعلامة

42. ينبغي توضيح فئة الأشخاص المصرح لهم بالانتفاع بالعلامة تحت هذا العنوان. ويجوز لكل عضو من أعضاء الجمعية التي تودع الطلب الانتفاع بالعلامة أو يجوز أن يقتصر هذا الانتفاع على بعض الفئات الفرعية من الأعضاء، وهم الأعضاء الذين يتمتعون بمؤهلات معينة، وفي هذه الحالة ينبغي ذكر الشروط المحددة بوضوح. ونشترط بعض المكاتب أن يحدد النظام بدقة الأشخاص الذين يصرح لهم في أي وقت بالانتفاع بالعلامة.⁵³ ومع ذلك قد يكون من الممكن الإشارة إلى وجود سجل بالمنتفعين المصرح لهم، وإلى مكان هذا السجل.⁵³

شروط العضوية في الجمعية

43. عادة ما تضع الجمعية شروطا للعضوية يجب على الشخص استيفاؤها قبل أن يقبل للعضوية. فعلى سبيل المثال، قد يشترط للعضوية أن يكون الشخص قد عمل في الميدان الخاص بعمل الجمعية لفترة معينة قبل أن يسمح له بالانضمام إليها. ويجب الإشارة إلى جميع شروط العضوية لكي يتمكن المنتفعون بالعلامة الجماعية المحتملون من الاطلاع بوضوح وبموضوعية على هذه الشروط التي يجب استيفاؤها قبل أن يسمح لهم بالانضمام إلى الجمعية وبالتالي الانتفاع بالعلامة الجماعية.⁵⁴ وعلى النسق ذاته، إذا تعين الانتفاع بالعلامة الجماعية لتحديد بعض أعضاء الجمعية فقط، فينبغي كذلك توضيح الشروط التي تنطبق على هؤلاء الأعضاء.

شروط الانتفاع بالعلامة

44. يجوز لأعضاء الجمعية الانتفاع⁵⁵ بعلامة جماعية على منتجاتهم وفيما يتعلق بخدماتهم في مقابل الامتثال للقواعد التي تحددها الجمعية نفسها. وعليه يجوز أن تحدد الجمعية الطريقة التي ينبغي الانتفاع بها بالعلامة. فيجوز للجمعية مثلا أن تقرر أن ينتفع بالعلامة الجماعية فقط على المادة المطبوعة في شكل معين. وينبغي أن تحدد شروط الانتفاع هذه أو أية إشارات مشابهة في النظام. وطبقا لتقرير واحد مقدم ينبغي ذكر الحقوق والواجبات الناشئة عن الانتفاع بالعلامات الجماعية.⁵⁶

العقوبات المفروضة في حال سوء الانتفاع بالعلامة

45. إذا كانت الجمعية تنوي أن تفرض أية عقوبات على أي عضو يسيء الانتفاع بالعلامة، فينبغي ذكر هذه العقوبات تحت هذا العنوان.⁵⁷ وقد يتضمن سوء الانتفاع بالعلامة الانتفاع بها بطريقة لا تستوفي شروط الانتفاع بالعلامة أو الانتفاع بالعلامة عندما لا يسمح للشخص بالقيام بذلك. وقد يتضمن سوء الانتفاع بالعلامة كذلك الانتفاع بها في إعلان يضلل المستهلك أو أي انتهاك آخر للملكية الصناعية أو في المنافسة غير المشروعة أو أي انتهاك لقوانين حماية المستهلك. ويجوز أن تشمل العقوبات التعليق المؤقت أو النهائي للانتفاع بالعلامة أو حتى الطرد من الجمعية.

(د) نظام علامات التصديق

"1" موعدا الإيداع وطريقته

46. من المقبول عموما كذلك أنه ينبغي إيداع نظام الانتفاع بعلامة التصديق مع طلب التسجيل أو في أسرع وقت من الناحية العملية بعد إيداع الطلب. وبطبيعة الحال تتضمن التشريعات الوطنية تدابير مساعدة تسمح بالامتثال لهذا الشرط. وتمديد المهل المبدئية هو الشكل المعتاد للمساعدة.⁵⁸

"2" محتوى النظام

47. تحاول القائمة التالية لمحتويات النظام المتعلق بعلامات التصديق تلخيص أهم العناصر التي تكفلها غالبية الأنظمة القانونية. وحتى في الحالة التي يجوز أن يودع فيها النظام باعتباره مستندا منفصلا، فإنه يخضع للفحص، ويجوز أن تقدم اعتراضات عليه إذا كان المكتب غير مقتنع بعنصر واحد أو أكثر من العناصر المقدمة. وطبقا لتقرير مقدم من دولة عضو واحدة، ليس من الضروري أن يضع المودع المعايير التي تجيز للآخرين أو تمنعهم من الانتفاع بعلامة التصديق بوضعها على سلعهم و/أو فيما يتعلق بخدماتهم. فيجوز لطرف آخر أن يحدد هذه المعايير، مثل المواصفات التي تصدر عن وكالة حكومية أو المعايير التي تعد من خلال البحث الذي تجريه منظمة بحث خاصة.⁵⁹

تفاصيل تتعلق بالمودع

48. لا توجد قيود على ما يبدو بشأن من يودع طلبا لتسجيل علامة تصديق، مادام هذا المودع يتمتع بشخصية قانونية، وما لم ينص القانون الوطني على خلاف ذلك.⁶⁰ وكما ذكر آنفا في الجزء ثالثا (أ)، فيجوز أن تقدم طلبات تسجيل علامات تصديق من مصادر مختلفة هي: الأفراد الحواسب، أو الشركات، أو البلديات، أو منظمات الحكومة، أو أية هيئة قانونية أخرى تمارس رقابة مشروعة على الانتفاع بالعلامة. ومن المهم أن نلاحظ أن المودع، وهو صاحب علامة التصديق لاحقا، لا يمكنه أن يشارك في توريد السلع المصدقة. وثمة عنصر إضافي وهو أنه يجب على المودع أن يكون مختصا في تصديق السلع والخدمات التي يتعين تسجيل العلامة بشأنها.⁶¹

الأشخاص المصرح لهم بالانتفاع بالعلامة

49. يوضح النظام الشروط التي يجب على المنتفع المقبول استيفائها للانتفاع بالعلامة على سلعه أو فيما يتعلق بالخدمات التي يقدمها.⁶² وغالبية علامات التصديق متاحة لكي ينتفع بها أي شخص تحمل سلعه أو خدماته الخصائص المصدقة.⁶³ ونظرا لطبيعة السلع والخدمات المصدقة فمن الممكن مع ذلك أن تكون العلامة متاحة فقط لبعض أنواع المنتفعين، كأن تكون متاحة فقط لمنتفعين لديهم مؤهلات خاصة. وينبغي الإشارة إلى هذا التقييد. والقاعدة العامة هي أن علامة التصديق ينبغي أن ينتفع بها شخص غير مالئها، يتيح نظام قانوني واحد على الأقل لصاحب العلامة أن ينتفع بعلامة التصديق على السلع والخدمات التي يبيعها.⁶⁴

الخصائص التي يتعين على العلامة تصديقها

50. هذا هو العنصر الرئيسي في أية علامة تصديق، أي أن تحمل السلع أو الخدمات خصائص معينة يصدقها صاحب العلامة. ويجب على المودع أن يحدد هذه الصفات أو الخصائص المعينة للسلع أو الخدمات والمصدقة بموجب العلامة. ولا ينبغي لنظام الانتفاع أن يكتفي بإيراد قائمة بالسلع والخدمات المصدقة أو أن يقدم إشارات عامة لا تكشف عن الطبيعة الفعلية للتصديق. فهدفه من هذه الناحية هو تقديم بيان واضح وموضوعي يسمح لأي شخص يقرأه بأن يعرف بدقة الخصائص المصدقة.⁶⁵

اختبار الانتفاع بالعلامة والإشراف عليه

51. يتضمن النظام بطبيعة الحال توضيحا للطريقة التي يختبر بها صاحب العلامة وجود الخصائص. ولا يلزم أن يجري صاحب العلامة الاختبار بنفسه، لكن إذا كانت هذه هي الحالة فيلزم بيان من سيجريه بالنيابة عنه وبأية طريقة. وينبغي توضيح الطريقة التي سيدشرف بها صاحب العلامة بالتالي على الانتفاع بالعلامة. ويتألف الغرض من النظام في هذا الصدد من شقين، الشق الأول هو أن يتمكن أي شخص يرغب في الانتفاع بالعلامة من الاطلاع على عملية الاختبار الذي سيخضع له. أما الشق الثاني فهو أن يطمئن المكتب، لاعتبارات تتعلق

بالمصلحة العامة، من إجراء الاختبار المناسب حتى يكون الجمهور على ثقة من أن العلامة وصاحبها يتبعان مسار التصديق الصحيح.⁶⁶ وفي نظام قانوني واحد على الأقل يجب أن يتضمن نظام الانتفاع بندا يتعلق بالواجبات الواقعة على المنتفع بالعلامة بأن يخضع العلامة للمراقبة وأن يسدد أية رسوم تتعلق بالتصديق.⁶⁷

52. وفي حين يتعين في غالبية الأنظمة أن تذكر في النظام الطريقة التي يمارس بها المودع المراقبة على الانتفاع بالعلامة، يجوز للمودع في نظام واحد على الأقل⁶⁸ أن يذكر في يمين يؤديه أو إعلان يصدره أنه يمارس المراقبة المشروعة على الانتفاع بعلامة التصديق أو أن لديه حسن نية في ممارسة هذه المراقبة. وتقبل هذه الإفادة ما لم يكن المكتب على علم بوقائع تشير إلى أنه لا ينبغي قبولها.

الرسوم المتعلقة بتشغيل العلامة

53. تذكر الرسوم المفروضة فيما يتعلق بمخطط التصديق، إن وجدت، بانتظام في نظام الانتفاع أو تلحق به باعتبارها مرفقا.⁶⁹ وتسمح هذه المعلومات للمنتفعين المحتملين بالقيام بوضوح إلى هذه المعلومات المتعلقة بالرسوم وحسب. وبالإضافة إلى ذلك، يمكن للمكتب، من ناحية المصلحة العامة، أن يضمن أن الرسوم ليست مرتفعة بشكل مبالغ فيه ويجول دون نفاذ المنتفعين المحتملين إلى المخطط. وفي غالبية الأنظمة لا يوجد شرط بأن يستخدم مخطط التصديق على أساس "لا يحقق الربح". ومع ذلك ينبغي أن تتناسب الرسوم مع طبيعة ضرورة التصديق، ولا سيما في حال كانت علامة المالك هي معيار السلع والخدمات المعنية بحكم الأمر الواقع.

إجراءات تسوية المنازعات

54. عادة ما يتضمن النظام إجراءات تسوية المنازعات. وقد تنشأ تلك المنازعات بين صاحب العلامة وأي منتفع مصرح له أو منتفع محتمل بشأن استيفاء السلع أو الخدمات شروط التصديق أو عدم استيفائها، الأمر الذي قد يدفع مالك العلامة إلى أن يتخذ قرارا بعدم السماح بالانتفاع بالعلامة. ومع ذلك قد تنشأ المنازعات أيضا بشأن أية مسألة تتعلق بعلامة التصديق. ويبدو من المهم وجود آلية طعن في قرار مالك العلامة لضمان العدالة والمساواة. وينبغي لهذه الآلية أن تسمح لشخص مستقل أو لهيئة مستقلة، مثل محكم متخصص أو محكمة، بالنظر بشكل نهائي في المسألة.⁷⁰

(هـ) تعديل النظام

55. عندما تقبل أية علامة والنظام الخاص بها وتنتشر لأغراض الاعتراض، يجوز للمودع أن يلتمس تعديل النظام الذي يحكم الانتفاع بالعلامة. وتكفل بعض المكاتب استشارة معينة لتقديم هذا الالتماس. ولا تدون التعديلات تلقائيا، ولكنها تخضع للفصح بالطريقة ذاتها التي يخضع لها النظام الجديد المقدم. ولا يكون للنظام المعدل أية آثار ما لم يوافق عليه المكتب.⁷¹ وإن رأى المكتب أن التعديلات مناسبة، فينشر النظام المعدل كذلك لأغراض الاعتراض. وتنتشر غالبية التعديلات نظرا لأنها قد تؤثر في قدرة المنتفعين بالعلامة الحاليين والمحتملين على النفاذ إلى النظام. ولا يلزم نشر التعديلات الطفيفة، مثل تغيير عنوان المودع.

رابعاً. شؤون تعقب التسجيل

(أ) تغيير النظام بعد التسجيل

56. في غالبية الأنظمة القانونية لا يكون لأي تغيير يدخل على النظام الذي يحكم الانتفاع بعلامة جماعية أو علامة تصديق مسجلة تأثير ما لم يودع النظام المعدل لدى المكتب ويوافق عليه وحتى ذلك الحين، وفي بعض الحالات حتى يسدد رسماً.⁷² وقبل أن يوافق المكتب على أي نظام معدّل، فإنه يفحصه وإذا لزم الأمر ينشره. وإذا فعل

المكتب ذلك جاز تقديم مذكرة اعتراض وجاز إبداء ملاحظات. وعندما يوافق المكتب على التغييرات، قد يتعين تدوينها في السجل. ويكون النظام المعدل مفتوحاً كذلك ليطلع عليه الجمهور.⁷³

(ب) الترخيص

57. من الشائع أن يرخص مالكو العلامات التجارية لأطراف أخرى استخدام علاماتهم التجارية. وعلى غرار العلامات التجارية الفردية يجوز من حيث المبدأ الترخيص بالانتفاع بالعلامات الجماعية وعلامات التصديق، وفي إطار قوانين بعض البلدان يتعين تسجيل اتفاقات الترخيص لدى المكتب لكي تكون نافذة.⁷⁴ ومع ذلك يمكن للقانون الوطني أن ينص على تقييدات معينة تمنع أصحاب هذين النوعين من العلامات من إبرام اتفاقات ترخيص.⁷⁵ ونشير التقارير المقدمة من بعض الدول الأعضاء إلى أنه ليس من الممكن بموجب القانون الوطني الترخيص بالانتفاع بالعلامات الجماعية، نظراً لأن الانتفاع بهذه العلامات يقتصر على أعضاء جمعية المنتجين أو التجار أو موردي الخدمات.⁷⁶ ويتضمن تشريع وطني واحد حظراً معيناً على منح التراخيص فيما يتعلق بالعلامات الجماعية، لأن ذلك قد يؤدي إلى الخلط في طبيعة المنتجات التي تغطيها العلامة. وفي هذه الولاية القانونية يجوز لصاحب العلامة أن يصرح للمنتج بالانتفاع بالعلامة الجماعية على منتجاته إذا كانت تستوفي جميع الشروط الواردة في نظام الانتفاع، لكن لا يمنح الانتفاع بالعلامة على أساس ترخيص.⁷⁷

(ج) التنازل عن التسجيل

58. يجوز التنازل عن علامات التصديق والعلامات الجماعية إلى صاحب علامة جديد بالطريقة نفسها التي يجري بها التنازل عن العلامات التجارية الفردية.⁷⁸ ومع ذلك يمكن للقانون الوطني أن ينص على ألا يكون أي تنازل يتعلق بعلامات التصديق نافذاً دون موافقة المكتب⁷⁹ حتى يتأكد من أن صاحب العلامة الجديد لديه الاختصاص اللازم ليدير مخطط التصديق.⁸⁰ وعليه يلزم المتنازل إليه أن يستوفي الشروط المنطبقة على صاحب علامة جماعية أو علامة تصديق قبل تثبيت التنازل.

59. ويتطلب أي تغيير في ملكية أية علامة جماعية أو علامة تصديق إدخال تعديل على نظام الانتفاع. ويلزم أن تتضمن هذه التعديلات اسم صاحب العلامة الجديد وأي تعديل آخر لازم يعكس هوية الهيئة الجديدة التي تملك العلامة، مثل تعديل شروط العضوية وما إلى ذلك. وينبغي تقديم التماس التعديل بالطريقة اللازمة لإجراء تعديلات قبل التسجيل وإيداعها في آن واحد مع التماس تسجيل التنازل.

60. ويلاحظ مع ذلك أن بعض التقارير المقدمة من الدول الأعضاء تشير إلى عدم جواز التنازل عن الحقوق في علامة جماعية أو نقلها،⁸¹ في حين لا تجيز دول أعضاء أخرى التنازل عن علامات التصديق أو تقديمها كضمانة.⁸²

(د) إبطال التسجيل

61. على غرار العلامة الفردية يجوز الإعلان عن إبطال أية علامة جماعية أو علامة تصديق إذا سجلت في انتهاك لأي شرط من شروط التسجيل. ومع ذلك يجوز وجود أسباب إضافية لإبطال أية علامة تصديق، في حال كان المودع يضطلع بعمل من ذات نوع السلع أو الخدمات المصدقة أو في حال لم يكن له اختصاص في تصديق السلع والخدمات المعنية. وقد تشمل الأسباب المحتملة الأخرى لإبطال كل من العلامات الجماعية وعلامات التصديق احتمال تضليل الجمهور فيما يتعلق بخاصية العلامة أو دلالتها، أو افتقار نظام الانتفاع للمعلومات اللازمة أو تعارضها مع السياسات العامة أو مبادئ الأخلاق.⁸³ ويجوز إيداع إجراءات الإبطال لدى المكتب. وفي ولاية قانونية واحدة، يجوز إعلان بطلان العلامات الجماعية أو علامات التصديق في الحالات التي يكون فيها النظام غير منطبق ويكون مالك العلامة غير قادر على استدراك النقص.⁸⁴

(ه) إلغاء التسجيل

62. تنطبق أسباب إلغاء العلامات الفردية بالقدر ذاته على علامات التصديق والعلامات الجماعية. ومع ذلك يجوز إلغاء علامات التصديق والعلامات الجماعية للأسباب الإضافية التالية: "1" في حالة علامات التصديق، أن يكون صاحب العلامة بدأ عملاً فيه إمداد بالسلع أو الخدمات المصدقة؛ "2" أن تكون طريقة الانتفاع بالعلامة تؤدي إلى أن تصبح العلامة مضللة فيما يتعلق بخاصيتها أو دلالتها؛ "3" أن يكون صاحب العلامة لا يحترم النظام الذي يحكم الانتفاع بها أو لا يضمن احترامه؛⁸⁵ "4" أن يكون تعديل قد أدخل على النظام بشكل يجعل محتواه لا يعود يتماشى مع المحتوى اللازم للأنظمة التي تحكم الانتفاع بالعلامة،⁸⁶ أو أن يكون النظام المعدل مخالفاً للسياسة العامة أو مبادئ الأخلاق المقبولة، في حالة علامات التصديق؛ "5" أن يفقد صاحب العلامة الاختصاص في تصديق السلع أو الخدمات التي تسجل العلامة بخصوصها.⁸⁷ وورد في أحد التقارير المقدمة السببان الإضافيان التاليان: "1" أن أية تعديلات على نظام الانتفاع أو أي تغيير في الظروف تجعل النظام غير منطوق،⁸⁸ "2" أن يصرح مالك العلامة بالانتفاع بها بما يخالف القانون ونظام الانتفاع.⁸⁹

خامساً. الخلاصة

63. تحتوي هذه الوثيقة على لمحة عامة عن الجوانب التقنية والإجرائية المتعلقة بتسجيل علامات التصديق والعلامات الجماعية، ولا سيما على أساس الخلاصات المبدئية الواردة في الردود على الاستبيان بشأن قانون العلامات التجارية والممارسات المتعلقة به، كما تحتوي على معلومات إضافية قدمها أعضاء اللجنة في مساهماتهم الفردية على النحو المتفق عليه في الدورة العشرين للجنة.
64. وفي حين تحتوي الأنظمة على اختلافات كبيرة في تفاصيل القواعد والإجراءات الخاصة بالمكتب، فثمة تفاهم شائع على ما يبدو بشأن وظائف هذه العلامات في السوق. فينظر للعلامات الجماعية عموماً على أنها تفضل الترتيبات التعاونية، بما يسمح بتوزيع النشاط الاقتصادي وجمع الموارد. والعلامات الجماعية إذ تُرى على أنها مبدأ تنظيمي للنشاط الاقتصادي، فقد تساعد المجتمع على تعزيز وضع سوقه، وبناء سمعته، وحماية هذه السمعة من المنافسة غير المشروعة، وتحسين تنظيم نشاطه الاقتصادي الجماعي.⁹⁰
65. وتسجل علامات التصديق لتحقيق غاية المصلحة العامة لتضمن طبيعة المنتجات أو الخدمات المعينة أو خصائصها أو صفاتها. ومن شأن وجود علامة تصديق على منتج أو خدمة أن يقدم الإرشادات وما ينبج عنها من ثقة للمستهلك لاتخاذ قرار بالقيام بشراء معين أم لا. ويشجع وضع علامات التصديق على السلع أو الخدمات إلى جانب العلامات الفردية.
66. وقد يسهم تعزيز تعميق فهم العلامات الجماعية وعلامات التصديق في الولايات القانونية المختلفة في زيادة الفعالية في الانتفاع بحقوق الملكية الفكرية هذه، ويزيد النفاذ إلى أنظمة الحماية والتسجيل حول العالم. وقد يسهم إجراء تحليل أعمق للأحكام القانونية الوجيهة والإجراءات الإدارية كذلك في نشر المعلومات عن إمكانيات الحماية التي توفرها الأسواق المحتملة.

[يلي ذلك المرفق]

¹ أي، الاتحاد المنشأ بموجب اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية.

² المادة 7 (ثانيا) (2) و(3).

³ رفض مؤتمر المراجعة الذي عقد في لندن سنة 1934 اقتراحا بتوسيع تغطية هذا الحكم في هذا الصدد. انظر الصفحات 193/194 و 409 و 467 و 517 من *Actes de Londres*.

وانظر، "Guide to the Application of the Paris Convention for the Protection of Industrial Property"

by Professor G. H. C. Bodenhausen, WIPO Publication No.611 (E), page 130

⁴ بالإشارة إلى التعليق الوارد في مرجع Bodenhausen نفسه، صفحة 129.

⁵ انظر التقرير الوارد من وفد غواتيمالا. وينطبق سبب الرفض ذاته كذلك على علامات التصديق.

⁶ تنص المادة 2 من اتفاق ترييس على أنه فيما يتعلق بالأجزاء الثاني والثالث والرابع من الاتفاق الحالي، تلتزم البلدان الأعضاء بمراعاة أحكام المواد من 1 حتى 12

والمادة 19 من معاهدة باريس (1967م)". انظر WIPO Publication No. 223 (E), 1996, p. 16.

⁷ انظر الجزء الثاني، الإشارات القابلة للتسجيل، الجزء الفرعي 5، الأنواع المعينة للعلامات، دال. العلامات الجماعية، الصفحتان 36 و 37، المتاح على الموقع التالي:

<http://www.wipo.int/sct/en/>. وقد استكملت الوثيقة WIPO/STrad/INF/1 برودود إضافية وردت عقب تاريخ أول نشر لها.

⁸ انظر على وجه الخصوص التقارير المقدمة من وفود بيلاروس والنرويج والاتحاد الروسي المنشورة على الموقع التالي:

<http://www.wipo.int/sct/en/comments/>.

⁹ انظر على وجه الخصوص التقارير المقدمة من وفود فرنسا واليابان والنرويج والسويد والولايات المتحدة الأمريكية.

¹⁰ يستخدم مصطلح العلامات التجارية "الفردية" للإشارة إلى "العلامات التجارية للسلع والخدمات"، وإلى "العلامات التجارية النموذجية"، وإلى "العلامات

التجارية العادية" وما إلى ذلك، على النحو الوارد في تقارير الدول الأعضاء.

¹¹ انظر التقرير المقدم من وفد الاتحاد الروسي. ويمكن الاطلاع على التوضيحات المفصلة لشروط هذا التحويل على الموقع التالي:

<http://www.wipo.int/sct/en/comments/>.

¹² في بعض الأنظمة وضعت أحكام علامات "الضمان" بنفس شروط أحكام علامات التصديق. انظر التقرير المقدم من وفد إستونيا.

¹³ بالإشارة إلى الجزء جيم - مشروع 23 يوليو 1990 (W/96) "1 [...] ألف - 3 - يشمل مصطلح "العلامة التجارية" علامات الخدمة، فضلا عن

العلامات الجماعية [و] [أو] علامات التصديق [...]". انظر

.GERVAIS, Daniel "The TRIPS Agreement: Drafting History and Analysis", Sweet & Maxwell, London, 1998, p. 104

¹⁴ انظر الجزء الثاني، الإشارات القابلة للتسجيل، الجزء الفرعي 5، الأنواع المعينة للعلامات، هاء. علامات التصديق، الصفحتان 39 و 40.

¹⁵ ما يزيد على 480 علامة تصديق مسجلة أو في انتظار التسجيل في أستراليا. انظر التقرير المقدم من وفد أستراليا.

¹⁶ يودع ما بين 80 و 100 علامة تصديق وعلامة جماعية في المملكة المتحدة في كل عام. انظر التقرير المقدم من وفد المملكة المتحدة. و 66 علامة جماعية مسجلة في

الجمهورية التشيكية. انظر التقرير المقدم من وفد الجمهورية التشيكية. وأقل من 50 علامة تصديق جماعية في الفترة من سنة 2005 إلى سنة 2008 في فرنسا. انظر

التقرير المقدم من وفد فرنسا.

¹⁷ بالإشارة إلى البيان الذي أدلى به وفد أسبانيا الوارد في الفقرة 306 في الوثيقة SCT/20/5 Prov، وهي تقرير الدورة العشرين للجنة الدائمة المعنية بقانون

العلامات التجارية والرسوم والنادج الصناعية والبيانات الجغرافية. وحتى فبراير 2009، سجلت 1 122 علامة جماعية و/أو علامة تصديق لدى المكتب الدولي للويو

بموجب نظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات (قاعدة بيانات ROMARIN).

¹⁸ انظر التقرير المقدم من وفد الولايات المتحدة الأمريكية.

¹⁹ انظر التقارير المقدمة من وفود فنلندا وفرنسا وسنغافورة والمملكة المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية وفييت نام. وانظر كذلك المادة 188 من قرار مجموعة بلدان

الأنديز رقم 2000/486 "أحكام شائعة بشأن الملكية الصناعية".

²⁰ نظرا لمشاركة منظمة حكومية مستقلة تضمن أن قواعد التطبيق تتماشى مع مبادئ المنافسة وتحقق المصلحة العامة، والمتصود هو لجنة المنافسة والمستهلك في

أستراليا. انظر التقرير المقدم من وفد أستراليا.

²¹ انظر LANCRENON Thibault "Ballade dans la brume des marques collectives", in Propriétés Intellectuelles, October 2004, No. 13, p. 848

²² انظر المرجع ذاته، الصفحة 847.

²³ يشترط لتسجيل علامات التصديق في أستراليا أن تخصص لجنة المنافسة والمستهلك في أستراليا مسألتي المنافسة والمصلحة العامة لتضمن أن القواعد لا تستبعد

بشكل غير عادل الأشخاص المؤهلين للانتفاع بالعلامة وأن سلطات التصديق لديها الاختصاصات اللازمة (انظر التقرير المقدم من وفد أستراليا).

²⁴ انظر على وجه الخصوص التقارير المقدمة من وفود فنلندا والنرويج وسلوفينيا والولايات المتحدة الأمريكية.

²⁵ انظر التقرير المقدم من وفد المملكة المتحدة.

²⁶ انظر التقارير المقدمة من وفود أستراليا واليابان والنرويج وباكستان وجمهورية مولدوفا وسنغافورة والمملكة المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية وفييت نام والجماعة

الأوروبية.

[تابع الحواشي من الصفحة السابقة]

- ²⁷ مع ذلك قد يشمل مودعو طلبات تسجيل العلامات الجماعية كذلك في بعض الأنظمة: سلطات الدولة أو منظمات القانون العام أو الاتحادات أو جمعيات الاتحادات (انظر التقرير المقدم من المنظمة الأفريقية للملكية الفكرية).
- ²⁸ تتضمن الإرشادات الموجودة في أي شكل من أشكال الجمعيات فيها أعضاء سداد رسوم العضوية واستخراج بطاقات/أرقام العضوية وعقد اجتماعات للأعضاء وتحديد شروط العضوية (انظر التقرير المقدم من وفد المملكة المتحدة).
- ²⁹ انظر التقرير المقدم من وفد أستراليا.
- ³⁰ انظر على وجه الخصوص التقارير المقدمة من وفود اليابان والمكسيك وجمهورية مولدوفا وسلوفينيا والمملكة المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية وفييت نام والجماعة الأوروبية.
- ³¹ انظر التقريرين المقدمين من وفدي الجمهورية التشيكية والبرازيل.
- ³² انظر على وجه الخصوص التقريرين المقدمين من وفدي جمهورية مولدوفا وسنغافورة.
- ³³ انظر التقرير المقدم من وفد الجماعة الأوروبية.
- ³⁴ يجوز كذلك للملكي البيانات الجغرافية إيداع طلبات تسجيل علامات تصديق في أستراليا (انظر التقرير المقدم من وفد أستراليا).
- ³⁵ انظر على وجه الخصوص التقرير المقدم من وفد غواتيمالا.
- ³⁶ انظر على وجه الخصوص التقرير المقدم من وفد جمهورية مولدوفا.
- ³⁷ انظر التقريرين المقدمين من وفدي الجمهورية التشيكية والجماعة الأوروبية.
- ³⁸ انظر على وجه الخصوص التقرير المقدم من وفد الولايات المتحدة الأمريكية.
- ³⁹ انظر التقرير المقدم من وفد فييت نام.
- ⁴⁰ انظر في جملة أمور التقارير المقدمة من وفود باكستان وسنغافورة والمملكة المتحدة.
- ⁴¹ بإشارة عامة إلى المادة 3 والقاعدة 3 من معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات ولأحتها التنفيذية، التي أبرمت في سنغافورة في 22 مارس 2006. وانظر WIPO Publication No. 259(E) والموقع التالي: <http://www.wipo.int/treaties/en/ip/singapore/>.
- ⁴² أشارت جميع التقارير إلى ضرورة تقديم الأنظمة الخاصة بالانتفاع بالعلامة.
- ⁴³ انظر على وجه الخصوص التقارير المقدمة من وفود فنلندا واليابان والولايات المتحدة الأمريكية.
- ⁴⁴ انظر التقرير المقدم من وفد الولايات المتحدة الأمريكية.
- ⁴⁵ انظر التقرير المقدم من وفد المملكة المتحدة.
- ⁴⁶ انظر التقرير المقدم من وفد الصين.
- ⁴⁷ انظر على وجه الخصوص التقارير المقدمة من وفود باكستان وسنغافورة والمملكة المتحدة.
- ⁴⁸ يجوز في بعض الأنظمة تمديد المهلة لمدة شهرين من تاريخ الإيداع، وإلى تسعة أشهر في أنظمة أخرى، مع إمكانية تمديدتها لفترات أخرى. وبالنسبة إلى هذه الطلبات التي تودع في وقت لاحق، قد يطلب من المودع أن يودع استمارات خاصة أو أن يسدد رسوما إضافية. انظر على وجه الخصوص التقارير المقدمة من وفود المكسيك وجمهورية مولدوفا وسنغافورة والمملكة المتحدة والجماعة الأوروبية.
- ⁴⁹ انظر التقرير المقدم من وفد أستراليا.
- ⁵⁰ انظر التقرير المقدم من وفد فرنسا.
- ⁵¹ انظر على وجه الخصوص التقارير المقدمة من وفود بيلاروس والنرويج وسلوفينيا والاتحاد الروسي وفييت نام والجماعة الأوروبية.
- ⁵² انظر التقارير المقدمة من وفود بيلاروس والجمهورية التشيكية والنرويج وجمهورية مولدوفا والاتحاد الروسي وفييت نام والجماعة الأوروبية. وتشترط المادة 182 من قرار مجموعة بلدان الأنديز رقم 2000/486 أن تقدم القائمة الفعلية لأعضاء الجمعية.
- ⁵³ انظر التقرير المقدم من وفد المملكة المتحدة.
- ⁵⁴ المرجع ذاته.
- ⁵⁵ في إستونيا بشكل الانتفاع بعلامة جماعية من جانب عضو واحد على الأقل من أعضاء الجمعية التي تملك هذه العلامة الجماعية انتفاعا بهذه العلامة. انظر التقرير المقدم من وفد إستونيا.
- ⁵⁶ انظر التقرير المقدم من وفد الصين.
- ⁵⁷ انظر على وجه الخصوص التقارير المقدمة من وفود بيلاروس والنرويج وجمهورية مولدوفا والاتحاد الروسي وسلوفينيا والمملكة المتحدة وفييت نام والجماعة الأوروبية.
- ⁵⁸ تتراوح المهل بين شهرين وتسعة أشهر أو أية مهلة معقولة يحددها المكتب (انظر على وجه الخصوص التقارير المقدمة من وفود جمهورية مولدوفا وباكستان وسنغافورة والمملكة المتحدة).
- ⁵⁹ انظر التقرير المقدم من وفد الولايات المتحدة الأمريكية.
- ⁶⁰ طبقا للقانون الوطني في فنلندا، لا يمكن إيداع طلب تسجيل علامة تصديق سوى من جانب سلطة أو جمعية أو مؤسسة يكون واجبها هو التحقق من السلع أو الخدمات أو مراقبتها، أو إصدار توجيهات تتعلق بها (انظر التقرير المقدم من وفد فنلندا والتقرير المقدم من وفد جمهورية مولدوفا).
- ⁶¹ انظر على وجه الخصوص التقارير المقدمة من وفود باكستان وسنغافورة والمملكة المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية.

[تابع الحواشي في الصفحة التالية]

[تابع الحواشي من الصفحة السابقة]

⁶² في إستونيا يشكل الانتفاع بعلامة ضمان بتصريح من مالكيها انتفاعاً بالعلامة. انظر التقرير المقدم من وفد إستونيا.

⁶³ انظر على وجه الخصوص التقريرين المقدمين من وفدي أستراليا والمملكة المتحدة.

⁶⁴ انظر التقرير المقدم من وفد أستراليا.

⁶⁵ انظر على وجه الخصوص التقريرين المقدمين من وفدي المملكة المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية.

⁶⁶ انظر التقارير المقدمة من وفود باكستان وسنغافورة والمملكة المتحدة وفييت نام.

⁶⁷ انظر التقرير المقدم من وفد فييت نام.

⁶⁸ انظر التقرير المقدم من وفد الولايات المتحدة الأمريكية.

⁶⁹ انظر التقارير المقدمة من وفود باكستان وسنغافورة والمملكة المتحدة وفييت نام.

⁷⁰ انظر على وجه الخصوص التقارير المقدمة من وفود أستراليا وسنغافورة والمملكة المتحدة.

⁷¹ انظر على وجه الخصوص التقارير المقدمة من وفود باكستان والمملكة المتحدة والصين.

⁷² انظر التقرير المقدم من وفد غواتيمالا.

⁷³ انظر على وجه الخصوص التقارير المقدمة من وفود باكستان وجمهورية مولدوفا والاتحاد الروسي وسنغافورة وسلوفينيا والسويد (انظر كذلك المادة 187 من قرار

مجموعة بلدان الأنديز رقم 2000/486).

⁷⁴ فيما يتعلق بالعلامات الجماعية انظر المادة 183 من قرار مجموعة بلدان الأنديز رقم 2000/486، وفيها علامات التصديق انظر التقرير المقدم من وفد فييت نام.

⁷⁵ بموجب قانون الاتحاد الروسي ليس من الممكن منح تراخيص للانتفاع بالعلامات الجماعية لأن هذه الطريقة لها تداعيات سلبية، أي أنها تضلل المستهلك فيما

يتعلق بالمصدر التجاري للسلع. وانظر المزيد في التقرير المقدم من وفد الاتحاد الروسي إلى الدورة الثالثة والعشرين للجنة البائمة المعنية بقانون العلامات التجارية

والرسوم والنماذج الصناعية والبيانات الجغرافية.

⁷⁶ انظر على وجه الخصوص التقريرين المقدمين من وفدي الجمهورية التشيكية والمكسيك.

⁷⁷ انظر التقرير المقدم من وفد الاتحاد الروسي.

⁷⁸ طبقاً للقوانين في الاتحاد الروسي وصرى، لا يمكن التنازل عن أية علامة جماعية. وانظر المزيد في التقرير المقدم من الاتحاد الروسي للدورة الثالثة والعشرين للجنة

البائمة المعنية بقانون العلامات التجارية والرسوم والنماذج الصناعية والبيانات الجغرافية، والفقرة 159 من الوثيقة SCT/22/9 Prov.

⁷⁹ انظر على وجه الخصوص التقارير المقدمة من وفود باكستان والمملكة المتحدة والمنظمة الأفريقية للملكية الفكرية.

⁸⁰ انظر التقريرين المقدمين من الصين وأستراليا. وفي أستراليا يجب الحصول على إذن من لجنة المنافسة والمستهلك في أستراليا قبل القيام بالتنازل عن علامة تصديق

مسجلة.

⁸¹ انظر على وجه الخصوص التقارير المقدمة من وفود أستراليا والجمهورية التشيكية والمكسيك والاتحاد الروسي.

⁸² انظر التقرير المقدم من وفد مولدوفا.

⁸³ على سبيل المثال لا تقبل القواعد التي تفرق على أساس الجنس أو العقيدة أو العرق (انظر التقرير المقدم من الجماعة الأوروبية).

⁸⁴ انظر التقرير المقدم من وفد إستونيا.

⁸⁵ فضلاً عن ذلك إذا كان عضو من أعضاء المنظمة الجماعية التي تملك علامة جماعية سمح لشخص من غير الأعضاء بالانتفاع بالعلامة الجماعية في انتهاك لمواد إنشاء

المنظمة (انظر التقرير المقدم من وفد الجمهورية الكورية).

⁸⁶ كذلك إذا عدلت تفاصيل القواعد ولم يصدر إشعار بهذا التعديل (انظر التقرير المقدم من وفد السويد).

⁸⁷ كذلك أن يسمح صاحب علامة التصديق بالانتفاع بها لأغراض تختلف عن التصديق أو يرفض تمييز تصديق السلع أو الخدمات أو يرفض مواصلة تصديقها لأي

شخص يحافظ على المعايير أو الشروط التي تصديقها هذه العلامة (انظر التقرير المقدم من وفد الولايات المتحدة الأمريكية).

⁸⁸ انظر الحاشية 83 الواردة أعلاه.

⁸⁹ المرجع ذاته.

⁹⁰ انظر GHAFELE, Roya, "Creating the missing link: Applying collective marks to create clusters"

. Journal of Intellectual Property Law and Practice, 2009, Vol. 4, No. 1, pp. 58 and 59

أمثلة على العلامات الجماعية وعلامات التصديق

يتضمن هذا المرفق أمثلة على العلامات الجماعية وعلامات التصديق التي قدمها أعضاء اللجنة في تقاريرهم الفردية.

أمثلة على العلامات الجماعية المسجلة:

المثال رقم 1

أستراليا (رقم التسجيل 679462)



مسجلة منذ 29 نوفمبر 1995.

ويملكها Industry Funds Forum، أستراليا، فيما يتعلق بخدمات المعاشات التقاعدية.

المثال رقم 2

أستراليا (رقم التسجيل 800879)

CA PERFORMANCE VIEW

مسجلة منذ 20 يوليو 1999

ويملكها معهد المحاسبين المعتمدين في أستراليا، فيما يتعلق بالخدمات الاستشارية في مجال الأعمال، بما في ذلك الخدمات المقدمة في مجال قياس مؤشرات الأعمال الرئيسية ورصدها لتقييم التقدم المحرز تجاه تحقيق الأهداف الاستراتيجية.

المثال رقم 3

أستراليا (رقم التسجيل 873103)

AFAQ

مسجلة منذ 19 أبريل 2001.

وتملكها الجمعية الفرنسية للتصديق من قبل الأطراف الأخرى لأنظمة ضمان جودة الشركات (المعروفة بمختصر AFAQ)، فرنسا، فيما يتعلق بإدارة أعمال تصديق جودة أنظمة الإدارة؛ وإدارة الأداء الفردي؛ وتوفير المعلومات عن الأعمال؛ والاستفسارات والمعلومات الإحصائية عن الأعمال وتصديق وتقييم جودة أنظمة الإدارة باعتبارها خدمات لمراقبة الجودة واختبارها في مجال الإدارة وإدارة الأعمال والتصنيع والتسويق والتمويل وتنظيم الإدارة وإدارة الأداء الفردي؛ وتقديم أطراف أخرى لخدمات تصديق وتقييم نظام إدارة البيئة بهدف الإنشاء إذا كانت الشركات المعنية تستوفي المعايير اللازمة.

المثال رقم 4

أستراليا (رقم التسجيل 1179932)



مسجلة منذ 31 مايو 2009

وتملكها جمعية International Accreditation Forum Inc.، الولايات المتحدة الأمريكية، فيما يتعلق بخدمات تقدمها جمعية دولية من منظمات تتألف من هيئات التصديق والهيئات المقبولة والمنسبين والكيانات، وهذه الخدمات هي تقديم التعليم والتدريب لهيئات التصديق للمواءمة بين أنشطة تقييم الامتثال للمعايير الدولية وضمان الاتساق في تنفيذها، بما يسمح بمواءمة واتساق المعايير لكي تعود بالنفع على الصحة العامة والسلامة والرفاهية، ولكي تيسر التجارة على المستويين الدولي والمحلي، وكذلك تنظيم وعقد مؤتمرات واجتماعات لأفرقة عاملة خاصة يمكن تبادل معلومات تتعلق بالتصديق فيها ووضع مبادئ توجيهية توافقية وإدارتها.

المثال رقم 5

النرويج (رقم التسجيل غير مقدّم): علامة جماعية لجمعية.



يمكن لاتحاد حماية جبن الغرانة بادانو (Grana Padano) أن يكفل الحق في الانتفاع بعلامة Grana Padano الجماعية للمصانع التي تقوم بالإنتاج أو التجفيف أو التغليف المسبق لمنتجات الجبن التي تحمل تسمية المنشأ Grana Padano أو تسمية الجودة Grana Padano. ويخضع هذا الحق لتقديم التماس عقب قبول امتثال منتجات هذه المصانع لشروط معينة واردة في "نظام الانتفاع بالعلامة الجماعية لاتحاد حماية جبن الغرانة بادانو". وتشير هذه الشروط إلى المواد الخام والمعالجة والإنتاج وظروف النظافة والظروف الصحية وأي شرط آخر فيزيائي-كيميائي أو شرط يتعلق بالحواس أو الإنتاج.

ويجوز لموظفي الاتحاد القيام بالمراقبة والإشراف حينما يبدو ذلك مناسباً.

وفي حالة عدم استيفاء النظام أو انتهاكه، تقرر اللجنة التنفيذية للاتحاد العقوبات وفقاً لجسامة الفعل. ويمكن لهذه العقوبات أن تتخذ شكل تحذير كتابي، وعقوبات مالية، وتعليق الحقوق الممنوحة، والإلغاء النهائي للحقوق، فضلاً عن دعاوى قضائية أو إدارية.

المثال رقم 6

النرويج (رقم التسجيل الدولي 655337)، الصنف 32: علامة جماعية لجمعية.

MÜNCHNER BIER

صاحب هذه العلامة هو جمعية *Verein Münchener Brauereien e.V.*، ميونخ، ألمانيا. وسجلت هذه العلامة لجة في الصنف 32.

وفيما يلي ترد أحكام نظام العلامة التجارية المنشورة التي تحكم علامة *Münchner Bier* الجغرافية الجماعية:

1. صاحب العلامة التجارية

1.1 تحمل الجمعية التي تملك العلامة التجارية اسم *Verein Münchener Brauereien e.V.* ويقع المكتب الرئيسي في مدينة ميونخ وهي محل الولاية القانونية ومحل أداء الادعاءات الناشئة عن هذا النظام.

2.1 ووفقاً للفقرة 7 من النظام الأساسي للجمعية، فإنها تمثل قانونياً برئيس، وفي حال غيابه بنائب رئيس.

3.1 والغاية من الجمعية هي، في جملة أمور، حماية اسم *Münchner Bier* الذي له منشأ جغرافي، والحفاظ على حقوق العلامة التجارية في الداخل والخارج.

2. الهدف من العلامة التجارية
- 1.2 تعرّف العلامة التجارية اسم München Bier.
- 2.2 وثبتت العلامة التجارية أن المنتج الذي تحدده ينشأ عن دائرة عمل موجودة داخل الحدود البلدية لمدينة ميونخ وأنه يمثل لتعريف الجعة.
(الفقرة 9 من قانون الجعة المبدئي) المنطبق على التفتيش الرسمي للمواد الغذائية.
- 3.2 ووفقاً لشهادة صادرة عن الغرفة التجارية والصناعية لمدينة ميونخ بتاريخ 28-2-1972، يمتد محل المنشأ إلى الحدود البلدية لمدينة ميونخ.
3. تشكيل العلامة التجارية وشكلها
- 1.3 تتألف العلامة من كلمتي München Bier.
- 2.3 وتتعرف اللجنة الوطنية لضمان الجودة والتسليم (RAL) بالعلامة التجارية باعتبارها ضماناً للمنشأ الجغرافي الألماني وتديرها (RAL-RG 0172).
4. الحقوق المتعلقة بالعلامة التجارية
- 1.4 يستمد صاحب العلامة التجارية الحقوق من تسجيل العلامة، وخاصة في حالة الانتفاع غير القانوني بالعلامة أو أي تدخل آخر في العلامة التجارية أو في الانتفاع بها.
5. المنتفعون المصرح لهم
- 1.5 يحق لأي مصنع لجعة München Bier يستوفي الشروط الواردة في المادة 2.2 أن ينتفع بالعلامة التجارية.
- 2.5 ويجوز للمنتفعين المصرح لهم الانتفاع بالعلامة التجارية فقط للمنتجات التي تستوفي شروط العلامة München Bier وفقاً للمادة 2.2. ولا يحق للتجار الانتفاع بالعلامة التجارية للمنتجات التي تدخل في النوع المذكور آنفاً والتي يجلبها المصنعون إلى الأسواق دون تحديد مسبق للعلامة التجارية سوى بموافقة من الجمعية. ويجوز للجمعية أن ترفض أو تلغي هذه الموافقة إذا كان التاجر المعني لا يضمن أو لم يعد يضمن أنه سيستوفي الشروط الواردة في المادة 2.2.
- 3.5 ولا يجوز تعديل نظام العلامة التجارية الذي يتعلق بأوساط المنتفعين. ويتعين إخطار مكتب البراءات في ألمانيا بتعديل الشروط الواردة في المادة 2.2. وتلتزم الجمعية بوضع تاريخ سابق على التعديلات إذا رأى مكتب البراءات في ألمانيا أو سلطة الاحتكار الاتحادية ذلك ضرورياً لضمان إبقاء المنتفع المصرح له حراً، أو بسبب تقييد ناتج غير مصرح به على المنافسة.
6. حقوق الأعضاء وواجباتهم
- 1.6 إن صاحب العلامة التجارية مؤهل لما يلي وملتزم به:
 - 1.1.6 رصد أن يمثل المنتفعون المصرح لهم لأحكام هذا النظام والانتفاع بالعلامة التجارية بالتصميم الموحد الذي تعده الجمعية؛
 - 2.1.6 واتخاذ الإجراءات ضد أي انتفاع غير مصرح به أو غير صحيح بالعلامة التجارية وضد أي تدخل في الانتفاع المصرح به للعلامة التجارية أو أي انتهاك له؛
 - 3.1.6 وتسجيل العلامة التجارية، عند الاقتضاء، باعتبارها علامة جماعية أو علامة تصديق لدى الدول الأخرى وعلى الصعيد الدولي.

- 2.6 ويلتزم المنتفعون بالعلامة التجارية بما يلي:
- 1.2.6 الانتفاع بالعلامة وفقاً للنظام وبالشكل الصحيح؛
- 2.2.6 وإخطار صاحب العلامة التجارية بأي انتفاع بها ينتهك القانون أو النظام؛
- 3.2.6 والقيام بأي شيء في سلطتهم لتعزيز سمعة العلامة التجارية وحمايتها، وخاصة تعزيز الغرض منها باعتبارها ضماناً للمنشأ الجغرافي. ويلتزم المنتفع بالعلامة التجارية بنفسه كذلك باتخاذ الإجراءات القانونية ضد إساءة الانتفاع بالعلامة وبطلب تعويض عن الأضرار، إذا سمحت الجمعية بذلك.
- 3.6 ويتولى المنتفعون بالعلامة التجارية المسؤولية عن الانتفاع بالعلامة لتعريف منتجاتهم. ولا يكون صاحب العلامة التجارية أو وكالاته أو ممثلوه المصرح لهم مسؤولين عن الأطراف الأخرى.
7. البند الأخير
- 1.7 تدير اللجنة الوطنية لضمان الجودة والتسليم (RAL) العلامة الجماعية München Bier باعتبارها ضماناً للمنشأ الجغرافي في ألمانيا.
- 2.7 وتعترف اللجنة الوطنية لضمان الجودة والتسليم (RAL) بنظام العلامة التجارية هذا.
- 3.7 وتلتزم الجمعية بعرض أية تعديلات تدخل على نظام العلامة التجارية على اللجنة الوطنية لضمان الجودة والتسليم (RAL) ليعلق عليها الخبراء قبل إخطار مكتب البراءات في ألمانيا بها وفقاً للمادة 5.3.

المثال رقم 7

النرويج (رقم التسجيل غير مقدم): علامة جماعية باعتبارها علامة تصديق لسلطة عامة.



علامة جماعية مسجلة لمديرية إدارة الطبيعة تبين رمزا يستخدم على سبيل المثال على الوثائق العامة التي تتعلق باختبار الصيادين، ومن قبل المدربين المصرح لهم والأشخاص الذين يجتازون الاختبار المذكور.

أمثلة على علامات التصديق المسجلة:

المثال رقم 1

أستراليا (رقم التسجيل 498188)، الصنف 29.



تملكها مؤسسة القلب الوطنية، فيما يتعلق بما يلي: "اللحوم، والأسماك، والدواجن والطرائد؛ ومستخرجات اللحوم؛ والفواكه والخضروات المحفوظة والمجففة والمطهية؛ والجوز المعد؛ والجيلي والمرابي؛ والحليب ومنتجاته؛ وزيت وسمن الطعام؛ والمواد الحافظة وصلصة السلطات؛ ومنتجات البيض؛ ومجائن الفول السوداني؛ والحساء وعصائر الخضروات للطهي".
تحدد قواعد الانتفاع بهذه العلامة الخصائص التي يجب وجودها في الطعام المعد قبل أن يمكن الانتفاع بالعلامة على أغلفته عندما يباع.

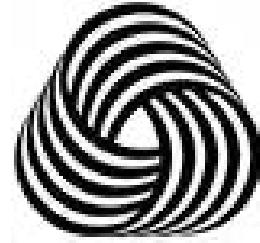
وفي هذه الحالة تكفل القواعد مستويات مسموح بها من محتوى المواد المختلفة، بما في ذلك الدهون المشبعة والدهون المحولة ومستويات الألياف والمحتوى من الملح والسكر والطاقة.
وعلى مؤسسة القلب أن ترصد الانتفاع بالعلامة لتضمن أنها ينتفع بها فقط بموجب اتفاقات تتعلق بالأغذية التي تستوفي الشروط.

المثال رقم 2

أستراليا (رقم التسجيل غير مقدّم)



تصدق السلع المصنوعة من مزيج من الأصواف



تصدق السلع المصنوعة من الصوف الجديد الصافي

مسجلتان منذ سنتي 1964 و1974 وما بعدهما.

وتملكها شركة Woolmark Company Pty Ltd، فيما يتعلق بطائفة عريضة من السلع التي تتضمن منتجات الملابس والمنسوجات والتنظيف.

المثال رقم 3

أستراليا (رقم التسجيل 283819)

LIEBFRAUENMILCH

مسجلة منذ 9 ديسمبر 1974.

ويملكها صندوق التثيت *HAUS DES DEUTSCHEN WEINES*، ألمانيا الغربية، فيما يتعلق بالنبيذ.

المثال رقم 4

أستراليا (رقم التسجيل 883669)

HILLTOPS



مسجلة منذ 26 يوليو 2001.

وتملكها شركة Hilltops Incorporated، نورث ساوث ويلز، أستراليا، فيما يتعلق بالنبيذ.

المثال رقم 5

أستراليا (رقم التسجيل 909889)

ASTI

مسجلة منذ 18 أبريل 2002

ويملكها اتحاد *Consorzio per la Tutela dell'Asti*، إيطاليا، فيما يتعلق بالنبيذ والنبيذ الرغوي.

المثال رقم 6

أستراليا (رقم التسجيل 1091788)

MONTEFALCO SAGRANTINO

مسجلة منذ 19 سبتمبر 2005.

ويملكها اتحاد *Consorzio Tutela Vini Montefalco*، مونتفالكو، إيطاليا، فيما يتعلق بالنبيذ.

المثال رقم 7

أستراليا (رقم التسجيل 815585، ورقم التسجيل الدولي 869991)



مسجلة منذ 29 نوفمبر 1999.

ويملكها اتحاد *Consorzio Del Prosciutto di Parma*، بارما، إيطاليا، فيما يتعلق بلحوم الخنزير المطبوخة والمملحة.

المثال رقم 8

أستراليا (رقم التسجيل 852577)



مسجلة منذ 6 أكتوبر 2000.

وتملكها شركة Coffee Marks Ltd.، كغستون، جامايكا، فيما يتعلق بالقهوة والبن.

المثال رقم 9

أستراليا (رقم التسجيل 998593)



مسجلة منذ 20 أبريل 2004.
ويملكها مجلس الشاي، الهند، فيما يتعلق بالشاي.

المثال رقم 10

أستراليا (رقم التسجيل 1239072، ورقم التسجيل الدولي 959458)



تاريخ الإيداع 31 مارس 2008.
وتملكها جمعية Yunnan Province Pu'er Tea Association، مقاطعة يونان، الصين، فيما يتعلق بالشاي.

المثال رقم 11
فرنسا (رقم التسجيل غير مقدّم)، الأصناف 5 و29 و30 و31 و32 و33



مسجلة منذ 2 فبراير 1997، وجدد التسجيل في 17 سبتمبر 2007.
وهي علامة شبة تصويرية أودعتها وزارة الزراعة والصيد، الإدارة العامة للأغذية.

المثال رقم 12

المملكة المتحدة (رقم التسجيل غير مقدّم)



يطلب مودع هذه العلامة باللونين الأحمر والأزرق باعتبارهما عنصرين للعلامة.

[نهاية المرفق والوثيقة]