



<https://utq.edu.iq/thiqar>

UTjlaw@utq.edu.iq

الحماية الدولية للمؤشرات الجغرافية (دراسة تحليلية)

أ.د. طارق كاظم عجيل

م.م. أسيل نجم عبد الله

كلية القانون - جامعة ذي قار

law6phd23@utq.edu.iq

Lawcouncil1@utq.edu.iq

المقدمة:

تُعد المؤشرات الجغرافية صورة مهمة من صور الملكية الفكرية التي تعمل على تمييز منتجات مرتبطة بمنشأ جغرافي معين، وتتمتع بخصائص أو سمات مميزة تضيف إليها أهمية خاصة في نظر المستهلك، لذا ومن أجل التعرف على هذا الموضوع قررنا تقسيم المقدمة إلى الفقرات الآتية:

أولاً: أهمية الموضوع

تتبع أهمية الموضوع من كون المؤشرات الجغرافية تُشكل أداة فعالة تكشف بصدق وبدون أي تضليل عن منتجات ذات أهمية معينة، فلها أهمية كبيرة من الناحية الاجتماعية إذا لها دور فعال في التنمية الاجتماعية للمكان المعني، مضافاً إلى أهميتها الاقتصادية إذا تُشكل أداة سوقية فعالة لمنتجات منشأ جغرافي معين، ومن ثم لا بد من توفير الحماية لها، حيث أن ذلك يؤدي إلى حماية المستهلك من أي خداع أو تضليل ممكن أن يقع فيه ويؤدي أيضاً إلى حماية المعارف التقليدية والمنتجات المعروفة في ذلك المنشأ بالذات، ويؤدي إلى الحد من المنافسة غير المشروعة.

ثانياً: إشكالية الموضوع

يُثير هذا الموضوع جملة من المشاكلات القانونية، التي ترتبط باختلاف التشريعات الدولية في توفير الحماية للمؤشرات الجغرافية، حيث يقصر بعضها هذه الحماية على صورة معينة من المؤشرات الجغرافية وحالات معينة من الأفعال التي يجب توفير الحماية ضدها دون غيرها.

ثالثاً: منهجية البحث

تعتمد هذه الدراسة المنهج التحليلي، وذلك من خلال تحليل نصوص التشريعات الدولية أهمها اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، واتفاقية مدريد بشأن قمع بيانات المصدر الزائفة أو المضللة، واتفاقية لشبونة بشأن حماية تسميات المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولي، واتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة حقوق الملكية الفكرية، وأخيراً وثيقة جنيف لاتفاق لشبونة بشأن تسميات المنشأ والبيانات الجغرافية، من أجل معرفة طرق الحماية التي وفرتها هذه التشريعات ومدى كفاءتها في حماية المؤشرات الجغرافية، لا بد من الإشارة إلى أنه توجد معالجات وطنية للموضوع، ولكننا قصرنا نطاق دراستنا على الحماية الدولية.

رابعاً: خطة البحث

سيتم تقسيم هذا البحث إلى مطلبين، حيث يتناول المطلب الأول مفهوم المؤشرات الجغرافية، وعلى فرعين، تطرقنا في الأول إلى التعريف بالمؤشرات الجغرافية، فيما تناول الثاني صور المؤشرات الجغرافية، أما المطلب الثاني فخصص لموقف التشريعات الدولية من حماية المؤشرات الجغرافية، وعلى فرعين أيضاً تناول الأول منه الاتفاقيات الدولية التي تناولت المؤشرات الجغرافية بمعناها الضيق، فيما حُصص الثاني منها للاتفاقيات الدولية التي تناولت المؤشرات الجغرافية بمعناها الواسع.

المطلب الأول

مفهوم المؤشرات الجغرافية

تُستخدم المؤشرات الجغرافية للدلالة على الأصل الجغرافي للمنتجات وإلى ضمان جودة هذه المنتجات أو أي خصائص أخرى يمكن أن تشير إلى الأصل الجغرافي للمنتج، لذا ومن أجل أن نفهم المقصود بهذا المصطلح سننتقل إلى التعريف بالمؤشرات الجغرافية في الفرع الأول، فيما سنخصص الفرع الثاني لبيان صور المؤشرات الجغرافية.

الفرع الأول

التعريف بالمؤشرات الجغرافية

سنتناول في هذا الفرع تعريف المؤشرات الجغرافية في اللغة في الفقرة الأولى، فيما نخصص الثانية لتعريف المؤشرات الجغرافية في التشريعات الدولية وعلى النحو الآتي.

أولاً: تعريف المؤشرات الجغرافية لغة:

المُؤشِّرَات لغة: الإشارة : العلامة⁽¹⁾، والمُؤشِّرَة: شريط يوضع بين صفحات الكتاب للإشارة إلى موضع معين، ويقال: مُؤشِّر وعلى- الكتاب: أي وضع عليه إشارة برأيه⁽²⁾.

أما الجغرافية: فهو مصطلح حديث نسبياً، فلم يكن هذا المصطلح معروف قديماً في اللغة العربية، لذ حيث تم تعريفه بأنه " علم يدرُس الظواهر الطبيعية لسطح الأرض كالجبال والسهول والصحارى والحيوان والأنسان، كما يدرس الظواهر البشريّة لهذا السطح مما صنعه الإنسان "⁽³⁾، يلاحظ على هذا التعريف اللغوي لعلم الجغرافية، أن هذا العلم يعنى بدراسة توزيع الحياة النباتية والحيوانية على سطح الأرض، حيث يُعد المؤشر الجغرافي، كالجنسية التي تربط الفرد بدولة معينة، فعن طريقه نستطيع معرفة مكان إنتاج المنتج.

ثانياً: تعريف المؤشرات الجغرافية في التشريعات الدولية:

لقد بُدلت محاولات كثيرة في سبيل تحديد تعريف واضح للمؤشرات الجغرافية، من قبل التشريعات الدولية: فُتعد اتفاقية جوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة (اتفاقية تريبس)⁽⁴⁾، التي دخلت حيز التنفيذ في الأول من يناير/ كانون الثاني/ ١٩٩٥ أول اتفاقية دولية تشير إلى موضوع " المؤشرات الجغرافية" حيث تم تخصيص القسم الثالث من الجزء الثاني من الاتفاقية وتحت عنوان " المؤشرات الجغرافية" وقد عرفت المادة (٢٢) من الاتفاقية " المؤشرات الجغرافية" بأنها "١- وفي هذه الاتفاقية، تعتبر المؤشرات الجغرافية هي تلك المؤشرات التي تحدد منشأ سلعة ما في أراضي بلد عضو أو في منطقة أو في موقع من تلك الأراضي، حين تكون النوعية أو السمعة أو السمات الأخرى لهذه السلعة راجعة بصورة أساسية إلى مكان منشأها الجغرافي". يتضح لنا ومن خلال التعريف الذي أورده اتفاقية تريبس، أن المؤشرات الجغرافية لا تقتصر على أسماء الأماكن الجغرافية، إنما أي إشارة إلى ذلك المكان، حتى ولو كانت غير جغرافية، كالأعلام والرموز المعروفة فيه أو المعالم الأثرية أو أية إشارة مميزه فيه، بحيث يستطيع المستهلك من خلالها أن يعرف بان السلعة تنتمي إلى منشأ جغرافي معين دون غيره، مثالها: برج أيفيل الذي يعين سلعة فرنسية أو تاج محل الذي يعين سلعة هندية⁽⁵⁾. ويلاحظ أن هناك اتفاقيات دولية أخرى سبقت اتفاقية تريبس في معالجة الموضوع ، لكن تحت مسميات مختلفة وشروط مختلفة، حيث أشار اتفاق لشبونة بشأن حماية تسميات المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولي المؤرخ في (٣١) أكتوبر/ تشرين الأول لسنة ١٩٥٨ والمعدل في ستوكهولم

في (١٤) يوليو/ تموز ١٩٦٧، إلى تعريف فكرتي تسمية المنشأ وبلد المنشأ في المادة (٢) والتي جاء فيها: "

1- تعني تسمية المنشأ، طبقاً لهذا الاتفاق، التسمية الجغرافية لأي بلد أو إقليم أو جهة التي تستخدم للدلالة على أحد المنتجات الناشئة في هذا البلد أو الإقليم أو الجهة، والتي تعود جودته أو خصائصه كلية أو أساساً إلى البيئة الجغرافية، بما في ذلك العوامل الطبيعية والبشرية.

2- بلد المنشأ هو البلد الذي يمثل اسمه تسمية المنشأ التي اشتهر بها المنتج، أو هو البلد الذي يقع فيه الإقليم أو الجهة التي يمثل اسمها تسمية المنشأ التي اشتهر بها المنتج".

بيد أن مصطلح المؤشرات الجغرافية، هو أوسع وأشمل من التسميات الأخرى، كون التسميات الأخرى تدخل كلها في نطاق المصطلح المذكور ويستوعبها.

وقد جاءت وثيقة جنيف بشأن تسمية المنشأ والمؤشرات الجغرافية بتعريف يشابه التعريف الذي جاء في اتفاقية تريبيس حيث نصت المادة (2/1/٢) من وثيقة جنيف على ما يلي: " أي مؤشر محمي في طرف المنشأ المتعاقد ويتألف من منطقة جغرافية أو يشتمل عليه ويحدد سلعة ما منشئها، حيث تعود نوعية السلعة أو شهرتها أو سماتها أساساً إلى منشئها الجغرافي"⁽⁶⁾.

وبالمقارنة بين التعريفين المذكورين في كل من اتفاق تريبس ووثيقة جنيف، نلاحظ التشابه بينهما، حيث نلاحظ أن كل من اتفاقية تريبيس ووثيقة جنيف اشترط أن تكون هنالك رابط بين السلعة ومنشئها الجغرافي، واكتفى لتحقيق هذا الرابط أن تعود النوعية أو السمعة أو السمات الأخرى للسلعة بصورة أساسية لمنشئها الجغرافي، إلا أنه لا يوجد مانع من تحقق أي رابط آخر بين السلعة ومنشئها الجغرافي، لأن هذه الروابط إنما جاءت على سبيل المثال وليس على سبيل الحصر بدليل عبارة "السمات الأخرى" أي أنها تركت المجال مفتوحاً لتحقيق أي رابط آخر يدل وبشكل قاطع على أن السلعة ترجع إلى منشأ جغرافي معين. ومن خلال ما تقدم يتبين لنا أن التعريفات الواردة أعلاه بعضها وسع من تعريف المؤشر الجغرافي والبعض الآخر ضيق من نطاق التعريف، وعليه يمكن تعريف المؤشرات الجغرافية بأنها: عبارة عن إشارة أو دلالة أو علامة التي توضع على منتجات أنتجت في بلد معين أو إقليم أو مكان معين أو جهة معينة فيه بحيث أن الجودة أو السمعة أو السمات المميزة الأخرى لهذه المنتجات تعود لذلك المنشأ الجغرافي من بينها العوامل الطبيعية أو البشرية.

الفرع الثاني

صور المؤشرات الجغرافية

تتخذ المؤشرات الجغرافية ثلاثة صور مهمة وهي:

أولاً: دلالات المنشأ.

تُعرف دلالة المنشأ بأنها: " كل مؤشر يدل على المنطقة الجغرافية التي تم فيها تصنيع أو استخلاص منتج بعينه بصرف النظر عن درجة الجودة فهي دلالة للمنشأ فقط"⁽⁷⁾ مثالها: الفستق الحلبي أو التفاح الأمريكي، ولا مانع من توافر الصفات المميزة للمنتج المعني كالجودة وغيرها⁽⁸⁾.

فقد يكون لهذا المنشأ صدى يرتبط بالجودة أو السمات الأخرى المميزة، وقد لا يكون، إلا أن المنشأ وفي جميع الأحوال يجذب اهتمام المستهلك لغاية في نفسه لا تعيننا⁽⁹⁾.



ثانياً: بيانات المصدر.

يعرف بيان المصدر بأنه: " العبارة أو الإشارة المستعملة للدلالة على أن منتجات أو خدمات ما مصدرها بلد أو مجموعة من بلدان أو جهة أو مكان معين"⁽¹⁰⁾. لقد وردت الإشارة إلى مصطلح بيان المصدر في كل من معاهدة باريس بشأن حماية الملكية الصناعية⁽¹¹⁾، واتفاقية مدريد بشأن قمع بيانات مصدر السلع الزائفة أو المضللة⁽¹²⁾، بيد أن كل من الاتفاقيتين المذكورتين لم تعط تعريفًا واضحاً لهذا المصطلح. تنص المادة الأولى من معاهدة باريس بأنه: "٢- تشمل حماية الملكية الصناعية براءات الاختراع ونماذج المنفعة والرسوم والنماذج الصناعية والعلامات الصناعية أو التجارية وعلامات الخدمة والاسم التجاري وبيانات المصدر أو تسميات المنشأ وكذلك قمع المنافسة غير المشروعة". ونصت الفقرة الأولى من المادة العاشرة من ذات الاتفاقية على أنه: "١- تسري أحكام المادة السابقة في حالات الاستعمال المباشر أو غير المباشر لبيان مخالف للحقيقة عن مصدر المنتجات أو عن شخصية المنتج أو الصانع أو التاجر". وقد يبدو للوهلة الأولى من نص المادة الأولى الفقرة الثانية من معاهدة باريس بأن عبارتي "بيان المصدر" و" تسمية المنشأ" عبارتان متشابهتان، بيد أنهما في الواقع مختلفتين، ذلك أن تسميات المنشأ تشمل صفات معينة ترتبط بجودة المنتج وتعود هذه الجودة في الأساس إلى المكان الجغرافي الذي نشأ فيه هذا المنتج، في حين أن بيان المصدر لا يتضمن أية خصائص معينة تتعلق بالجودة أو المكان الجغرافي⁽¹³⁾. وعليه فإن بيان المصدر يشير في الأساس إلى مكان تصنيع المنتج، مثال على ذلك الشكولاتة السويسرية، هي ليست علامة على جودة المنتج إنما هي تحدد فقط مكان الصنع، فالهدف من حماية بيان المصدر هو حماية المستهلك ضد التحريف، والمنتج ضد المنافسة غير المشروعة⁽¹⁴⁾، ومع ذلك فقد توجد جودة معينة أو سمات بعينها مرتبطة بالمنتج وقد لا توجد، وهذا يبدو واضحاً عند شراء سلعة معينة تم تغليفها في بلد معين، فليس للتغليف ما يميز هذه السلعة في كونها مصنوعة في بلد معين، بيد أنه قد يتولد في ذهن المستهلك أن التغليف في بلد معين يوفر له سمات أو جودة معينة تكون مفضلة لديه في هذا البلد أو البيئة الجغرافية دون غيرها، فإذا وجد مثل هذا التصور فأنتنا نكون أمام صورة خاصة من صور المؤشرات جغرافية⁽¹⁵⁾.

ثالثاً: تسميات المنشأ.

يقصد بتسمية المنشأ، اسم جغرافي يعطي حماية خاصة لمنتجات متوافر فيها الشروط المنصوص عليها في القانون⁽¹⁶⁾، أن تسمية المنشأ ضمان ليس فقط للمنشأ إنما ضمان للجودة أيضاً⁽¹⁷⁾. ومثال تسمية المنشأ "رو كفور" للجنة المصنوعة في إقليم رو كفور في فرنسا، وتسمية "شمبانيا" للنبذ المنتج في إقليم شمبانيا في شمال شرق فرنسا⁽¹⁸⁾. فتسمية المنشأ تركز على منطقة الإنتاج، خاصة إذا كان لهذه المنطقة شهرة أو مزايا معينة ترجع إلى نوعية المنتج⁽¹⁹⁾. بيد أن متطلبات تسمية المنشأ هي أعلى من تلك الخاصة بالمؤشر الجغرافي، والدليل على ذلك أنه لا يكفي لحماية تسمية المنشأ أن ترجع جودته إلى مكان المنشأ، بل يجب أن تكون الجودة والخصائص الأخرى حصراً أو أساساً هي بسبب مكان المنشأ بما في ذلك العوامل الطبيعية والبشرية، بعبارة أخرى فإن تسمية المنشأ تمنح للمنتج الذي يستمد تطوره وخصائصه المميزة من مكان زراعته أو تصنيعه، فإذا كان المنتج يمكن تصنيعه في مكان آخر وله نفس الجودة، فهو لا يستحق تسمية المنشأ، أما المؤشر الجغرافي ليس من الضروري أن تتم جميع عمليات الإنتاج والمعالجة وتطوير المنتجات في المنطقة الجغرافية المحددة، يكفي تحقق واحد من هذه الروابط



بالنسبة للمؤشر الجغرافي لكي يتمتع بالحماية⁽²⁰⁾. مثال على ذلك: جينة " الروكفور الفرنسية"، حتى تكتسب تسمية منشأ يجب أن تكون جودة هذا المنتج في فرنسا إضافة إلى كون مكان تصنيع المنتج في فرنسا أيضاً، أما بالنسبة للمؤشر الجغرافي فيكفي توافر أحد هذه الروابط الجودة أو مكان الصنع حتى يتمتع بالحماية. وتعرف اتفاقية لشبونة بشأن حماية تسميات المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولي تسمية المنشأ بانها: " ١- تعني تسمية المنشأ التسمية الجغرافية لأي بلد أو إقليم أو جهة، والتي تعود جودته وخصائصه كلية أو أساساً إلى البيئة الجغرافية، بما في ذلك العوامل الطبيعية والبشرية. ٢- بلد المنشأ هو البلد الذي يمثل اسمه تسمية المنشأ التي اشتهر بها المنتج، أو هو البلد الذي يقع فيه الإقليم أو الجهة التي يمثل اسمها تسمية المنشأ التي اشتهر بها المنتج"⁽²¹⁾. كما عرفت وثيقة جنيف بشأن تسميات المنشأ والمؤشرات الجغرافية تسميات المنشأ في المادة (٢) فقرة (١) بند (١): " أية تسمية محمية في طرف المنشأ المتعاقد، وتتألف من اسم منطقة جغرافية أو تشتمل عليها، وتستخدم لتعيين سلعة ما بمنشئها في تلك المنطقة الجغرافية، وحيث تعود نوعيتها وخصائصها كلياً أو أساساً إلى البيئة الجغرافية بما في ذلك العوامل الطبيعية والبشرية التي أكسبت السلعة شهرتها " ويتضح لنا من خلال التعريفين الذين أوردتهما اتفاقية لشبونة ووثيقة جنيف إن تعريف المؤشرات الجغرافية يستند أساساً إلى تعريف تسمية المنشأ، وكلامها يشترط وجود رابط بين السلعة ومكان نشأتها، بيد أن الصلة بين المنتج ومكان النشأة يجب أن يكون أقوى في حالة تسمية المنشأ عنه في حالة المؤشرات الجغرافية، ويظهر ذلك بوضوح من خلال العبارة الأخيرة من كل من اتفاق لشبونة ووثيقة جنيف السابق ذكرهما حيث اشترط أن تعود جودة المنتج وخصائصه كلياً أو أساساً إلى البيئة الجغرافية بما في ذلك العوامل الطبيعية والبشرية، بينما التعريف الوارد في اتفاق تريبس اشترط فقط أحد هذه الروابط وليس جميعها، بمعنى أن يكون المنشأ هو مصدر المواد الأولية ومكان الإعداد والتحويل وتصنيع المنتج، أما بالنسبة للمؤشرات الجغرافية فيكفي أن يوجد رابط واحد من الروابط المنسوبة للمنشأ الجغرافي سواء كانت مزية أو خاصة في المنتج أو سمعته فقط⁽²²⁾. وعليه يمكن القول أن تسمية المنشأ هي صورة خاصة من المؤشرات الجغرافية، وهي مفهوم أضيق من مفهوم المؤشر الجغرافي، فكل تسمية منشأ هي مؤشر جغرافي وليس كل مؤشر جغرافي هو تسمية منشأ، وكما أن اتفاق لشبونة ذكر عبارة (التسمية الجغرافية) هذا يعني أن التسمية غير الجغرافية لا تدخل في نطاق الحماية المنصوص عليها في هذا الاتفاق، إنما يدخل في نطاق اتفاق تريبس⁽²³⁾.

المطلب الثاني

موقف التشريعات الدولية من حماية المؤشرات الجغرافية

اختلف موقف التشريعات الدولية في حماية المؤشرات الجغرافية، فبعضها جعل الحماية قاصرة على صورة معينة دون غيرها، وبعضها الآخر وسع الحماية للمؤشرات الجغرافية، لذا من أجل أن نوضح ذلك سنقسم هذا المطلب إلى فرعين، نتناول في الأول الاتفاقيات الدولية التي تناولت المؤشرات الجغرافية بمعناها الضيق، فيما نبحت في الثاني الاتفاقيات الدولية التي تناولت المؤشرات الجغرافية بمعناها الواسع.

الفرع الأول

الاتفاقيات الدولية التي تناولت المؤشرات الجغرافية بمعناها الضيق

سنتناول هذه الاتفاقيات الدولية على ثلاث فقرات وعلى النحو الآتي:

أولاً: اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية

تشكل اتفاقية باريس التي تم توقيعها في (٢٠) مارس (١٨٨٣)، ودخلت حيز النفاذ في (٧) يوليو (١٨٨٤)، أول اتفاقية دولية متعددة الأطراف لحماية حقوق الملكية الصناعية⁽²⁴⁾، حيث تُعد العمود الفقري لحماية حقوق الملكية الصناعية بشكل عام⁽²⁵⁾، وتشتمل اتفاقية باريس على (٣٠) مادة جاءت بقواعد تنظيمية وعامة تطبق على جميع أنواع حقوق الملكية الصناعية،⁽²⁶⁾ عدا (الأصناف النباتية والدوائر المتكاملة) بما في ذلك المؤشرات الجغرافية بمعناها الضيق وتحت مسمى بيانات المصدر وتسميات المنشأ، وبذلك تمثل الإطار القانوني الأول لحماية المؤشرات الجغرافية⁽²⁷⁾. والغاية من هذه الاتفاقية هو حماية رعايا كافة الدول الأعضاء لدى الدول الأعضاء الأخرى كلها، عن طريق المبادئ التي جاءت بها هذه الاتفاقية، وليس إلزامهم بأن يتم وضع تشريعاتهم الوطنية وفق معايير معينة لحماية حقوق الملكية الصناعية⁽²⁸⁾. ومن أهم المبادئ التي جاءت بها هذه الاتفاقية هي:

1- مبدأ المعاملة الوطنية.

مفاد هذا المبدأ، بأنه لكل من رعايا الدول الأعضاء أن يتمتعوا بالمزايا ذاتها الممنوحة أو التي ستمنح مستقبلاً لمواطنيها بعضها البعض⁽²⁹⁾، وكذلك لرعايا الدول غير الأعضاء التمتع بالحماية إذا كانوا يقيمون في أحد الدول الأعضاء أو يملكون مؤسسة صناعية أو تجارية فيها بشرط أن تكون حقيقية وفعالة⁽³⁰⁾، ومن ثم فإن الحماية لا تقتصر فقط على الدول الأعضاء بل تتعداها لتشمل الدول غير الأعضاء بيد أنها في الحالة الأخيرة مقرونة بشرط الإقامة أو امتلاك مؤسسة صناعية أو تجارية حقيقية أو فعلية وليس وهمية أو صورية⁽³¹⁾.

2- مبدأ الحق في الأولوية " الأسبقية".

أشارت إلى هذا المبدأ المادة الرابعة من اتفاقية باريس، ومقتضاه أن كل من قدم طلب للحصول على أحد حقوق الملكية الصناعية المذكورة بالاتفاقية يتمتع بالأسبقية في سائر دول الاتحاد عند التقييد بالمدة المحددة في الاتفاقية وهي " (١٢) شهراً من تاريخ إيداع الطلب الأول بالنسبة لبراءات الاختراع ونماذج المنفعة، وستة أشهر بالنسبة للرسوم والنماذج الصناعية والعلامات التجارية والصناعية"⁽³²⁾، ويُعد أحد المبادئ التي كرستها اتفاقية تريبس في القوانين الوطنية بطريق الإحالة⁽³³⁾. منحت اتفاقية باريس الحماية للمؤشرات الجغرافية ضد الاستعمال الزائف " المخالف للحقيقة" وجعلت عقوبتها مصادرة المنتجات⁽³⁴⁾، حيث نصت المادة (٩) منها على أنه:

" ١- كل منتج يحمل بطريق غير مشروع علامة صناعية أو تجارية أو اسماً تجارياً عند الاستيراد في دول الاتحاد التي يكون فيها لهذه العلامة أو لهذا الاسم حق الحماية القانونية. ٢- توقع المصادرة أيضاً في الدولة التي وضعت فيها العلامة بطريق غير مشروع أو في الدول التي تم استيراد المنتج إليها. ٣- تقع المصادرة بناء على طلب النيابة العامة أو أية سلطة مختصة أخرى أو من صاحب مصلحة سواء أكان شخصاً طبيعياً أو معنوياً وذلك وفقاً للتشريع الداخلي لكل دولة. ٤- لا تلتزم السلطات بتوقيع المصادرة على المنتجات في تجارة عابرة. ٥- إذا كان تشريع الدولة لا يجيز المصادرة عند الاستيراد فيستعاض عن ذلك بحظر الاستيراد أو المصادرة داخل الدولة. ٦- إذا كان تشريع الدولة لا يجيز المصادرة عند الاستيراد ولا حظر الاستيراد ولا

المصادرة داخل الدولة فيستعاض عن هذه الإجراءات بالدعاوي والوسائل التي يكفلها قانون تلك الدولة لرعاياها في الحالات المماثلة، وذلك حتى يتم التعديل اللازم في التشريع". وقد أرست هذه الاتفاقية الأساس القانوني ضد أعمال المنافسة غير المشروعة، وذلك بموجب المادة العاشرة الفقرة الثانية منها، وتُعد هذه الاتفاقية بمجرد المصادقة عليها في أحد الدول بمثابة قانون وطني يجب تطبيقه⁽³⁵⁾. ولا بد من الإشارة في أن الحماية التي توفرها اتفاقية باريس للمؤشرات الجغرافية وأن كانت تبدو فعالة، بيد أنها محدودة للغاية حيث تقتصر على الحالة التي يكون فيها المؤشر الجغرافي مخالف للحقيقة " مزيف"، فقد يكون المؤشر الجغرافي مطابق للحقيقة مع ذلك يؤدي إلى تضليل الجمهور، مثال ذلك: أن توجد المؤشرات الجغرافية بدولتين ويتم استخدامه فان استخدامه بأي من الدولتين لا يمكن عده بأي حال من الأحوال مخالف للحقيقة، بيد أنه يؤدي إلى تضليل المستهلك⁽³⁶⁾.

ثانياً: اتفاقية مدريد بشأن قمع بيانات المصدر الزائفة أو المضللة

وسعت اتفاقية مدريد المبرمة في (١٤) أبريل/ نيسان/ (١٨٩١) من مستوى الحماية الممنوحة للمؤشرات الجغرافية إلى ما يتجاوز المؤشرات الجغرافية التي يتم تحديدها بأنها زائفة " كاذبة" لتشمل المؤشرات الجغرافية التي يتم تحديدها بأنها مضللة " خادعة"⁽³⁷⁾. أشارت هذه الاتفاقية بأن المنتجات التي تحمل مؤشرات جغرافية زائفة أو مضللة تكون حمايتها إما عن طريق الحجز عليها في البلد المصدر أو المستورد، أو عن طريق حظر الاستيراد إذا كان البلد لا يجيز الحجز، أما في الحالة التي لا يجيز فيها البلد الحجز ولا الحظر عند الاستيراد عندئذ يتم اتباع الأساليب القانونية المتبعة في ذلك البلد في الحالات المماثلة⁽³⁸⁾. المادة (٣) من اتفاقية مدريد لا تحظر المؤشرات الجغرافية الزائفة أو المضللة على المنتجات فحسب، بل تمتد لتشمل الإعلانات المضللة في جميع أنواع الاتصالات التجارية، بيد أنه فشل في قمع المؤشرات الجغرافية المستخدمة مع عبارات الترجمة أو مع الإضافات مثل " نوع ، النمط، الطريقة"⁽³⁹⁾. وأعطت المادة (٤) من الاتفاقية المذكورة الدول الأعضاء حرية رفض حماية المؤشرات الجغرافية التي يعدها عامة بموجب قانونه الوطني، واستثنت من ذلك المنتجات المتعلقة بالنبيذ يجب عليهم حمايتها دائماً، وأن كانت معتبره عامة، ولعل هذا هو السبب في أنها لم تحظ سوى بتأييد عدد قليل من الدول⁽⁴⁰⁾.

ثالثاً: اتفاقية لشبونة بشأن حماية تسميات المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولي.

تمنح هذه الاتفاقية المبرمة في (٣٢) تشرين الثاني / أكتوبر (١٩٥٨) والتي دخلت حيز النفاذ في (٥) نوفمبر (١٩٨٣)، نظاماً دولياً للتسجيل حيث يمكن بواسطته للبلد الذي يرغب في نظام وطني لحماية المؤشرات الجغرافية أن يطلب تسجيل المؤشرات الجغرافية على الصعيد الدولي⁽⁴¹⁾، حيث تتعهد الدول الأعضاء بحماية المؤشرات الجغرافية المسجلة لدى المكتب الدولي للملكية الفكرية⁽⁴²⁾. أن الغاية من هذا الاتفاق هو تحسين مستوى الحماية الممنوحة للمؤشرات الجغرافية بمقتضى الاتفاقيات الدولية السابقة، حيث أنه لم يميز بين النبيذ والمنتجات الأخرى بل يوفر الحماية لجميع المنتجات، والميزة الأكثر أهمية بالنسبة لهذه الاتفاقية هي أنها تقدم تعريفاً دقيقاً للمؤشرات الجغرافية بمعناها الضيق وتحدد شروطها وتأثيرات الحماية⁽⁴³⁾. ولا تقتصر الحماية بموجب هذه الاتفاقية على المؤشرات الجغرافية الزائفة أو المضللة بل تمتد لتشمل أيضاً أي انتحال أو تقليد حتى لو كانت مقرونة بترجمة أو مصحوبة بعبارات مثل " النوع، الطراز، النموذج" أو ما يماثلها⁽⁴⁴⁾، ولا يمكن أن تتحول المؤشرات الجغرافية إلى أسماء عامة طالما تمت

حمايتها في بلد المنشأ، أي أنه يشترط لحماية المؤشرات على الصعيد الدولي بمقتضى هذه الاتفاقية أن تكون محمية مقدماً في بلدها الأصلي، ومن ثم لا يمكن قبول التسجيل الدولي طالما أنها غير محمية على الصعيد الوطني أو مشكوك بحمايتها⁽⁴⁵⁾. أن اتفاقية لشبونة تتطلب من الدول الأعضاء إجراء تعديلات وتغييرات كثيرة على قوانينها، وتتطلب وجود نظام وطني خاص للتسجيل على غرار نظام التسجيل الفرنسي، كل ذلك أدى إلى أن يكون عدد الدول الأعضاء الموقعة عليها قليلاً جداً⁽⁴⁶⁾.

الفرع الثاني

الاتفاقيات الدولية التي تناولت المؤشرات الجغرافية بمعناها الواسع

سنتناول في هذا الفرع اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة لحقوق الملكية الفكرية " الترييس " في فترة أولى، فيما نخصص الفقرة الثانية الجهود الدولية المبذولة من أجل توفير حماية أكثر فعالية للمؤشرات الجغرافية بعد اتفاقية ترييس.

أولاً: اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة لحقوق الملكية الفكرية " الترييس "

يُعد اعتماد اتفاقية ترييس أحد المعالم البارزة التي أسفرت عنها جولة أورجواي التي أبرمت في إطارها اتفاقيات الجات، والتي استمرت من عام (١٩٧٦) إلى (١٩٩٣)، وقد تم اعتمادها في (١٦) أبريل (١٩٩٤)، ودخلت حيز النفاذ في الأول من يناير (١٩٩٥) في البلدان المتقدمة، والأول من يناير (٢٠٠٠) في البلدان النامية، والأول من يناير (٢٠٠٦) في البلدان الأقل نمواً⁽⁴⁷⁾، وقد وضعت هذه الاتفاقية أحكاماً عامة وتفصيلية، ومن بين أهدافها العامة هو تحرير التجارة العالمية بواسطة تشجيع الحماية الفعالة والمناسبة لحقوق الملكية الفكرية، وضمان ألا تكون الإجراءات والتدابير التي يتم اتخاذها لتنفيذ هذه الحقوق عوائق أمام التجارة المشروعة والعدالة⁽⁴⁸⁾. أن اتفاقية ترييس لا تخاطب إلا الدول الأعضاء فيها ولا تلزم سواها، كما أن رعايا الدول الأعضاء لا يكسبون حقوق مباشرة من نصوصها، وإنما يجب على دولهم أن تجعل من تشريعاتها متناسباً وأحكام هذه الاتفاقية، والسبب في ذلك يعود إلى أن نصوص اتفاقية ترييس ليست ذاتية التنفيذ⁽⁴⁹⁾، بخلاف اتفاقية باريس حيث أن الأخيرة يوجد فيها نصوص ذاتية التنفيذ؛ وعليه ما أن يتم المصادقة عليه تُعد جزءاً من التشريعات الوطنية⁽⁵⁰⁾، وأشارت إلى مبدأ الاستنفاد الدولي⁽⁵¹⁾، ولم تأخذ الاتفاقية أي موقف من المبدأ المذكور، ومن ثم فإن تبني الدول الأعضاء لهذا المبدأ لا يعد مخالفاً لأحكام الاتفاقية، وقد أقر الإعلان حول اتفاقية ترييس والصحة العامة " إعلان الدوحة " في اجتماعه الوزاري الرابع في نوفمبر/ تشرين الثاني (٢٠٠١) بأنه يحق لكل طرف في الاتفاقية أن يستخدم أسلوبه الخاص في الاستنفاد الدولي⁽⁵²⁾، كما أن اتفاقية ترييس لم تنسخ الاتفاقيات السابقة ولم تلغيها بل تعمل على تدعيمها وتعزز وجودها⁽⁵³⁾، وقد جمعت الأحكام الرئيسية التي قررتها الاتفاقيات السابقة بشأن حقوق الملكية الفكرية، بشكل وثيقة واحدة تحقق التلازم فيما بينها في الوقت الذي كانت فيه موزعة في اتفاقيات متفرقة⁽⁵⁴⁾، وهي بذلك تعد الاتفاقية الدولية الأولى التي تحمل تنظيمياً متكاملًا لكافة حقوق الملكية الفكرية من ضمنها المؤشرات الجغرافية⁽⁵⁵⁾. لقد تناولت اتفاقية ترييس المؤشرات الجغرافية وكما أشرنا سابقاً في القسم الثالث، في المواد (٢٢-٢٤)، وتنص على نموذج للتنظيم مزدوج الحماية، هي حماية عامة لكافة المنتجات، وحماية خاصة ومعززة لمؤشرات الخمور والمشروبات الروحية، أشارت إلى استثناءات معينة من الحماية، وصرفت الحماية عن بعض المؤشرات الجغرافية، وأشارت أخيراً إلى انتهاء مدة الحماية، لذا سنتناول الأحكام التي قررتها هذه الاتفاقية على النحو الآتي:

1- اتفاقية تريبس والحماية العامة للمؤشرات الجغرافية.

أشارت اتفاقية تريبس في المادة (٢٢) إلى الأحكام العامة المتعلقة بالمؤشرات الجغرافية، وقسمتها إلى أربع فقرات، فبعد أن عرفت المؤشرات الجغرافية في الفقرة الأولى، ألزمت الدول الأعضاء فيها بتوفير الوسائل القانونية لحمايتها من أي تعد من شأنه أن يضلل المستهلك⁽⁵⁶⁾، " منع استخدام أية وسيلة في تسمية أو عرض سلعة ما توحى بأن السلعة المهنية نشأت في منطقة جغرافية غير المنشأ الحقيقي، بأسلوب يضلل الجمهور بشأن المنشأ الجغرافي للسلعة"⁽⁵⁷⁾. نلاحظ أن الاتفاقية استخدمت عبارة " أية وسيلة في تسمية سلعة ما أو عرضها" ، هذا يعني أن مدى الحظر لا يكون فقط على حالات التعدي على المؤشر باستعمال تسمية جغرافية فحسب، بل يتجاوز ذلك ليشمل أي مؤشر يمكن أن يشير إلى مكان معين سواء كان صوراً أو رموزاً أو معالم معروفة في مكان بعينه، وأن لم تكن اسم بلد معين أو مكان أو منطقة معينة فيه، مادامت معروفة أنها تخص ذلك الموقع المعين بالذات، وفي قضية لأحد المحاكم الألمانية قضت " بحظر استيراد نبيذ (Bocksbent) في منطقة (Badeu) الجغرافية، وبنت المحكمة حكمها على أن شكل الزجاج الإيطالية دفع المستهلك الألماني للاعتقاد على أنها تحمل النبيذ الألماني الشهير"⁽⁵⁸⁾ وقد تم إلغاء هذا الحكم بالاستناد إلى أن المنتجين الإيطاليين كانوا حسني النية في استخدامهم لهذا المؤشر لفترات طويلة⁽⁵⁹⁾. فيما أشارت المادة (٢٢/ب) إلى منع استخدام أي عمل يشكل منافسة غير مشروعة، بالمخالفة للعادات السليمة الجارية في المجالات التجارية والصناعية، حيث يمنع اللجوء إلى أي عمل من شأنه إثارة اللبس أو الخلط بين المنتجات والتي من شأنها المساس بالثقة، وغيرها من الأعمال التي تشكل منافسة غير مشروعة بالإحالة إلى المادة (١٠) مكرر من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية⁽⁶⁰⁾، ويفسر الفقه الفرنسي هذه الإحالة بالنقرقة بين حالتين: الأولى، أن يكون المؤشر الجغرافي محمياً بنص خاص، بالتالي فإنه يكون محمي بدعوى خاصة هي دعوى التقليد، والحالة الثانية: إذا لم يكن محمي فأن دعوى حمايته هي دعوى المنافسة غير المشروعة⁽⁶¹⁾ كما تلتزم الدول الأعضاء، من أجل توفير الحماية بأن ترفض تسجيل أي علامة تشتمل على مؤشر جغرافي بصورة كلية أو جزء منه ترتبط بسلع لا تنتمي إلى المنشأ الحقيقي، بأن تنص على ذلك بنشرها من تلقاء نفسها، أو بناء على طلب من له مصلحة في ذلك، ولا يقتصر على رفض تسجيل العلامات التجارية الحديدية فحسب بل يمتد ليشمل حتى إلغاء العلامات التجارية المسجلة مسبقاً، طالما أنها تضلل المستهلك⁽⁶²⁾. كما تمتد حماية المؤشرات الجغرافية إلى المؤشرات الجغرافية المترادفة⁽⁶³⁾، فالأخيرة هي مؤشرات حقيقة وليست كاذبة بيد أنها تضلل المستهلك، ويحصل ذلك غالباً عندما يهاجر أشخاص من بلد واحد وكانوا معروفين بإنتاج سلعة معينة في بلدهم الأصلي، ومن ثم هاجروا إلى بلد آخر واستمروا بإنتاج هذه السلعة، ولكن ليس في ذات المنشأ الجغرافي إنما في بيئة جغرافية أخرى ويضعون عليها اسم بلدهم الأول الذي كان يشتهر بهذه المنتجات، وليس البيئة الجغرافية الجديدة التي هاجروا إليها⁽⁶⁴⁾، ومن ثم فإن اتفاقية تريبس تعمل على حظر جميع الأعمال التي يكون من شأنها أن تضلل المستهلك عن المنشأ الحقيقي للسلعة، بصرف النظر عن كونها حقيقة أو زائفة، طالما أنها تحدث إرباك لدى المستهلك، بأن السلعة نشأت في مكان معين في حين أنها نشأت في مكان آخر⁽⁶⁵⁾.

2- اتفاقية تريبس والحماية الخاصة لمؤشرات الخمر والمشروبات الروحية.

أعطت اتفاقية تريبس الخمر والمشروبات الروحية، حماية إضافية لأهميتها الاقتصادية والتجارية، ولما تدره من عائدات المالية كبيرة التي ترجع إلى منتجها، لذا فقد أفردت لها المادة (٢٣-٢٤)، بالرغم من تقارب أحكام هاتين المادتين مع الحماية العامة المنصوص عليها في المادة (٢٢) سالفة الذكر⁽⁶⁶⁾، بيد أنها تختلف عنها في أنها حماية شبه تلقائية، بعبارة أخرى لا تحتاج لتطبيقها إلى إثبات وجود تضليل أو أعمال منافسة غير مشروعة، أما يتم الاكتفاء بأن المؤشرات الجغرافية الموضوعة على الخمر والمشروبات الروحية ليست من ذات المنشأ الحقيقي⁽⁶⁷⁾. وهنالك من يرى أن السبب في إعطاء المؤشرات الجغرافية المتعلقة بالخمر والمشروبات الروحية، حماية أفضل من بقية المنتجات، يعود إلى حقيقة أن أصحاب هذه المؤشرات من المنتجين والتجار كانوا أول من أدرك الفوائد التجارية التي يمكن استمداها من استخدام المؤشرات الجغرافية⁽⁶⁸⁾. بيد أن هذه السبب في اعتقادنا ليس كافياً، لتبرير الاختلاف في الحماية بين الخمر والمشروبات الروحية، وبقية المنتجات لأخرى، وكان من الأفضل توسيع نطاق الحماية لتشمل كافة المنتجات الأخرى، وخاصة أن مد الحماية للمنتجات الأخرى يوفر تجارة أكثر عدالة ويعزز التجارة الدولية. حيث ألزمت المادة (١/٢٣) من الاتفاقية الدول الأعضاء بتوفير الوسائل القانونية لحظر استخدام المؤشرات التي تعين منشأ الخمر والمشروبات الروحية لم تنشأ في المكان الذي تشير إليه، حيث يمكن لصاحب المصلحة أن يمنع الغير من هذا الاستعمال غير المشروع للمؤشر الجغرافي ويطالب بالتعويض، دون أن تكون هنالك أي حاجة لأثبات أن المستهلك قد وقع في تضليل⁽⁶⁹⁾، ولو قام المنافس بوضع إشارة إلى المنشأ الحقيقي أو اردفها بعبارات أو ترجمة النوع (kind)، أو طراز (type)، أو نمط أو نموذج (style)، أو تقليد (imitation).⁽⁷⁰⁾ كما ألزمت الاتفاقية الدول الأعضاء برفض أو الغاء تسجيل العلامة التجارية التي تشتمل على مؤشرات جغرافية مخالفة فيما يتعلق بالخمر والمشروبات الروحية، وتختلف هذه الحالة عن الحالة المنصوص عليها في المادة (٢/٢٢) في أنها لم تشترط أن تكون مضللة ويترتب عليها أعمال منافسة غير مشروعة كما هو الحال بالنسبة للحماية العامة⁽⁷¹⁾ كما عالجتها الاتفاقية حماية المؤشرات الجغرافية المترادفة فيما يتعلق بالخمر والمشروبات الروحية، وتعطي الحماية للمنتجين الذين يستخدمون هذه المؤشرات، بيد أنها منحت الحق لكل دولة عضو أن تعين كيفية أن تفرق بينها بما يضمن المعاملة العادلة للمنتجين، وعدم تضليل أو حدوث إرباك لدى المستهلك⁽⁷²⁾، ونصت المادة (٤/٢٤) بأنه: " لتسهيل حماية المؤشرات الجغرافية الخاصة بالخمر، تجري مفاوضات في مجلس الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية حول إنشاء نظام دولي للإخطار بالمؤشرات الجغرافية وتسجيلها بالنسبة للخمر المؤهلة للحماية في البلدان الأعضاء المشاركة في النظام" حيث تجري مفاوضات من أجل إنشاء نظام متعدد الأطراف للإخطار وتسجيل بشأن الخمر والمشروبات الروحية من أجل تسهيل حمايتها، و يقتصر فقط على الدول التي تشارك فيه⁽⁷³⁾.

3- زيادة نطاق الحماية للمؤشرات الجغرافية المتعلقة بالخمر والمشروبات الروحية.

تناولت المادة (١/٢٤) من اتفاقية تريبس مسألة زيادة الحماية المعطاة للمؤشرات الجغرافية المرتبطة بالخمر والمشروبات الروحية، وذلك من خلال إجراء المفاوضات من أجل تحقيق هذا الهدف، ولا يجوز للدول الأعضاء أن تتمسك بالاستثناءات المنصوص عليها في الفقرات (٤-٨) من هذه المادة حتى تنهرب من هذه المفاوضات أو تأخرها. والسبب في هذا النص، أن واضعي

الاتفاقية يعتقدون أن الحماية الممنوحة لمؤشرات الخمر والمشروبات الروحية لم تضمن حتى الحد الأدنى من الحماية الممنوحة لبقية المنتجات، لذا فهي تلزم الأطراف فيها بزيادة الحماية، لما تمثله الخمر والمشروبات الروحية من أهمية تجارية واقتصادية على المستويين المحلي والدولي⁽⁷⁴⁾. وقد ألزمت الفقرة الثانية من المادة الثانية مجلس تريبس بالتزامات معينة، حيث ألزمت بضرورة مراجعة تطبيق أحكام القسم الثالث، على أن تتم أول مراجعة خلال سنتين من تاريخ دخول الاتفاقية حيز النفاذ، ويقع على الأعضاء مهمة تنبيه المجلس إلى أي موضوع يمكن أن يكون له تأثير على الأخذ بالالتزامات التي تم النص عليها، كما ويلتزم المجلس بناء على طلب من الأعضاء فيه بأن يجري مشاورات بشكل فردي أو جماعي بشأن أي مسألة ترتبط بالمؤشرات الجغرافية ولم يتم التوصل إلى حل بشأنها، ويتخذ من هذه التدابير ما يلزمه لتحقيق هذه الأهداف. ومنعت الاتفاقية الدول الأعضاء فيها من انقاص الحماية المعطاة للمؤشرات الجغرافية التي كانت موجودة قبل تاريخ سريان الاتفاقية⁽⁷⁵⁾، وذلك من أجل المحافظة على الحقوق المكتسبة من جراء تمتع تلك المؤشرات بالحماية في ظل ذلك القانون في الدولة المعنية⁽⁷⁶⁾.

4- الاستثناءات من تطبيق الأحكام المنصوص عليها في المادتين (٢٢-٢٣) من اتفاقية تريبس.

أوردت اتفاقية تريبس استثنائين على تطبيق الأحكام السالفة الذكر وهي:
الاستثناء الأول: أشارت إليه المادة (٤/٢٤) من اتفاقية تريبس، على عدم التزام الدول الأعضاء بحظر الاستخدام المستمر أو المترادف للمؤشرات الجغرافية الخاصة ببلد عضو لتعريف بخمر أو مشروبات روحية، على سلع ينتجها رعاياها أو المقيمين فيها، إذا كان استخدامهم مستمراً لمدة لا تقل عن (١٠) سنوات سابقة على (١٥) أبريل (١٩٩٤)، أو في حالة إذا كان الاستخدام قد تم بحسن نية قبل ذلك التاريخ. ومعنى هذا الاستثناء أن استخدام المؤشرات الجغرافية المتعلقة بالخمر والمشروبات الروحية، لتمييز منتجات من غيرهما، قبل تاريخ إنشاء منظمة التجارة العالمية، لا يُعد تعدياً على المؤشرات الجغرافية الخاصة بها، طالما اختلف المنتج عيناً وجنساً وصفةً، ومثال ذلك: استخدام مؤشر شمبانيا الذي يدل على نوع من المشروبات الروحية المعروفة في فرنسا، على منتجات أخرى من غير الخمر كالملابس مثلاً لا يُعد تعدي عليه طالما كان مختلف عنه، ويجب أن يكون هذا الاستخدام لمدة لا تقل عن (١٠) سنوات، ويستثنى من هذه المدة أن يكون الاستخدام بحسن نية، أي أنه مستخدم المؤشر الجغرافي لم يقصد تحقيق أي غرض غير مشروع من جراء هذا الاستخدام، ولا ينطق هذا الاستثناء إلا على الحالات السابقة على إنشاء المنظمة بمدة عشر سنوات، أو أقل منها إذا كان بحسن نية، وبالتالي فلا يمكن تطبيقه على الحالات اللاحقة لإنشاء المنظمة⁽⁷⁷⁾.

الاستثناء الثاني: نصت عليه الفقرة (٥) من المادة ذاتها، وهو حالة العلامة التجارية التي تشتمل على مؤشر جغرافي بشكل كلي أو جزئي، إذا كان استخدامها أو تسجيلها قد تم بحسن نية، إما قبل سريان اتفاقية تريبس في البلد العضو، أو قبل منح الحماية القانونية للمؤشر الجغرافي في البلد المعني، ويمكن تحقق هذه الشروط بصورة منفردة أو مجتمعة، بيد أنه يجب توافر حسن النية في كلا الشرطين، بمعنى أنه كان قد تم تسجيل أو استخدام العلامة التي تحتوي على مؤشر جغرافي قبل سريان اتفاقية تريبس وكان حسن النية لا يعلم أن ذلك يشكل تعدياً، أو قبل منح الحماية القانونية للمؤشر الجغرافي في البلد المعني وكان حسن النية أيضاً⁽⁷⁸⁾.

5- صرف الحماية عن بعض أنواع المؤشرات الجغرافية.

أجازت اتفاقية تريبس للدول الأعضاء، عدم تطبيق أحكام المواد (٢٢ و٢٣) بالإضافة إلى المادة (٢٤) الفقرات (من ١ الى ٥) في حالات معينة:

أ- المؤشرات الجغرافية ذات الأسماء المألوفة " الشائعة".

حيث أعفت اتفاقية تريبس الدول الأعضاء، من تطبيق أحكام المؤشرات الجغرافية على منتجات تحمل مؤشرات تمثل أسماء مألوفة وشائعة للعامة لتدل على بعض السلع والخدمات⁽⁷⁹⁾ حيث تفقد المؤشرات الجغرافية مدلولها الجغرافي، فلا يؤدي وظيفتها الرئيسية في السماح للمستهلك بالتعرف على البيئة الجغرافية للمنتجات، ويكون بالإمكان استخدامها على جميع المنتجات بصرف النظر عن بيئتها الجغرافية⁽⁸⁰⁾، مثال ذلك: تسمية (زمزم) حيث أن هذه التسمية تشير إلى نوع من المياه الطبيعية ذات الصفات المميزة المستخرجة من بئر (زمزم) بمكة المكرمة، بيد أنه لا يمكن منع أي شخص آخر من أن يستخدم ذات التسمية⁽⁸¹⁾. تقرر اتفاقية تريبس حكماً آخر وهو: " ولا يلزم أي من الأحكام التي ينص عليها هذا القسم أيّاً من البلدان الأعضاء بتطبيق هذه الأحكام فيما يتعلق بإشارة جغرافية خاصة بأي بلد عضو آخر فيما يتعلق بإنتاج للكرمة التي تعتبر المؤشر الدال عليها مطابقة للاسم الدارج لنوع من الأعناب الموجودة في أراضي ذلك البلد العضو اعتباراً من تاريخ نفاذ اتفاق منظمة التجارة العالمية"⁽⁸²⁾.

ب- تقديم طلبات استخدام أو تسجيل المؤشرات الجغرافية المستخدمة أو المسجلة بشكل غير مشروع.

تحصل هذه الحالة عندما يقوم شخص ما بتسجيل أو استخدام علامة تجارية تشتمل على مؤشر جغرافي بشكل غير مشروع، ويقدم أصحاب الحق في المؤشرات الجغرافية إلى الجهة المعنية بطلبات لتسجيل أو استخدام المؤشرات الجغرافية، ويشترط لتقديم هذا الطلب أن يكون قد تم خلال مدة خمس سنوات من تاريخ معرفة الاستخدام المخالف أو التسجيل المخالف بعد نشرها في الجريدة الرسمية وعدم توافر سوء النية⁽⁸³⁾، بعبارة أخرى أن القاعدة العامة في اتفاقية تريبس أن تسجيل المؤشرات الجغرافية حق مضمون للدول الأطراف، بيد أنه قد يحصل أن يقوم شخص ما باستخدام أو تسجيل المؤشر الجغرافي بشكل منافي للحقيقة وعند ذبوع ذلك الاستخدام أو التسجيل، يتقدم أصحاب المؤشرات الجغرافية المعنيون إلى الجهة المختصة بالدولة بطلب من أجل تسجيل مؤشراتهم الجغرافية، فقد استنتجت اتفاقية تريبس من القاعدة العامة لهذه الدولة أن تشترط أن يكون تقديم الطلب خلال مدة خمس سنوات، من تاريخ معرفة الاستخدام أو التسجيل المخالف⁽⁸⁴⁾.

6- انتهاء الحماية الممنوحة للمؤشرات الجغرافية.

تنتهي الحماية الممنوحة للمؤشرات الجغرافية بموجب اتفاقية تريبس، بانتهائها في البلد المنتج المعني، أو في حالة أصبحت غير مستخدمة في ذلك البلد⁽⁸⁵⁾. ونحن نؤيد ما يذهب إليه البعض، بأن الحماية القانونية للمؤشرات الجغرافية لا يمكن أن تنتهي طالما أنها تم اكتسابها بالطرق القانونية، ولا يمكن أن تسقط الحماية إلا في حالات معينة ونادرة جداً، هي إذا أصبح الإقليم غير صالح لإنتاج السلعة نهائياً، بسبب حدوث كوارث معنية، أو في حالة أن يكونوا الأشخاص الذين ينتجون هذه السلعة توقفوا عن مزاولة نشاطهم لأسباب معينة⁽⁸⁶⁾، مثال ذلك عدم قدرتهم على المنافسة بسبب ارتفاع أجور الأيدي العاملة، أو شحة المياه اللازمة للزراعة.

ثانياً: الجهود الدولية المبذولة من أجل توفير حماية أكثر فعالية للمؤشرات الجغرافية بعد اتفاقية تريبيس.

أن الأحكام التي أقرتها اتفاقية تريبيس تمثل الحدود الدنيا لحماية حقوق الملكية الفكرية من بينها المؤشرات الجغرافية، وعليه؛ فإن أي اتفاقية يتم أبرامها بعد اتفاقية تريبيس وتتعلق بحقوق الملكية الفكرية من قبل أعضاء منظمة التجارة العالمية ستعمل على طرح معايير أكثر صرامة من سابقتها، وهذا ما يطلق عليه باتفاقية (التريبيس بلس)⁽⁸⁷⁾، ومن أهم الاتفاقيات الدولية التي تم إبرامها بعد اتفاقية تريبيس هي وثيقة جنيف لاتفاق لشبونة بشأن تسميات المنشأ والبيانات الجغرافية⁽⁸⁸⁾ لقد تم اعتماد هذه الوثيقة في (٢٠) مايو (٢٠١٥) عن المؤتمر الدبلوماسي المنعقد في جنيف من (١١-١٢) مايو (٢٠١٥)، وقد ساوت هذه الوثيقة بالحماية بين تسميات المنشأ والمؤشرات الجغرافية، وكانت أحكامها أكثر وضوحاً وتفصيلاً من اتفاقية تريبيس، ومن أهم الأحكام التي جاءت بيها هذه الوثيقة:

أعطت لكل دولة عضواً فيها الحرية الكاملة في اختيار نوع التشريعات التي تضمن لها الحماية المنصوص عليها في هذه الوثيقة، على أن تتوفر في تلك التشريعات الشروط الموضوعية المنصوص عليها في هذه الوثيقة، ولا تؤثر الحماية الممنوحة بموجب هذه الوثيقة على أي صورة من صور الحماية التي تمنحها الأعضاء لمؤشرات جغرافية بموجب اتفاقيات أخرى وطنية أو دولية، ولا على أي حقوق تتمتع بها الأعضاء بموجب اتفاقيات دولية أخرى⁽⁸⁹⁾.

مع أن المؤشرات الجغرافية لا تمنح حق الملكية عليها لمن سبق تسجيلها، لأنه حق لجميع المنتجين في البيئة الجغرافية، بيد أنها تمنحه حقوق تفوق حقوق صاحب العلامة التجارية العادية، حيث يحظر على الغير أن يستخدم المؤشرات الجغرافية المسجلة على سلع وأن كانت مطابقة للسلع الأصلية إذا كان هذا الاستعمال يؤدي إلى تضليل المستهلك حول المنشأ الحقيقي للسلعة⁽⁹⁰⁾.

ويمتد الحظر إلى السلع والخدمات غير المطابقة إذا كانت تولد الاعتقاد لدى المستهلك بأنه توجد علاقة بين المنتجين للسلع التي تحمل المؤشرات الأصلية وبين السلع المخالفة التي تحمل ذات المؤشر وكان هذا الاستعمال يؤدي إلى الإضرار بمصلحتهم بصورة غير مشروعة أو يضعف من سمعة المؤشرات أو يتم الاستفادة منها دون وجه حق⁽⁹¹⁾. كذلك الحال بالنسبة للعلامة التجارية التي تشتمل على مؤشر جغرافي ينطبق عليها الحكم ذاته إذ أشارت الوثيقة إلى رفض أو إبطال تسجيلها سواء كانت سواء كانت مطابقة أو مخالفة للسلع والخدمات الحقيقية بناء على طلب الدولة المتعاقدة إذا كان قانونها يجيز لها ذلك⁽⁹²⁾، وهي بذلك أوسع من اتفاقية تريبيس إذ تقتصر الأخيرة على حالة رفض التسجيل أو الإبطال في حالة المؤشرات الجغرافية المخالفة

فحسب⁽⁹³⁾، بيد أنه يستثنى من هذه الحالة إذا كانت الغير قد أكتسب المؤشرات الجغرافية بحسن نية⁽⁹⁴⁾. كما حظرت وثيقة جنيف الاستخدام المضلل للمؤشرات الجغرافية المسجلة عن طريق اللجوء إلى أي أفعال من شأنها أن تضلل المستهلك حول منشأ السلعة الحقيقي أو طبيعتها أو منشأها⁽⁹⁵⁾، وهو ما يقابل المادة (١/٢٢) من اتفاقية تريبيس، بيد أن الأخيرة قصرت الحظر على الممارسات التي تؤدي إلى تضليل المستهلك فحسب حول المنشأ الفعلي للمنتجات، دون التضليل في مجال مصدر السلعة أو طبيعتها هو ما أشارت إليه وثيقة جنيف كذلك فإن المؤشرات الجغرافية طبقاً لهذه الوثيقة لا يمكن أن تتحول إلى أسماء عامة ما دامت مسجلة ومحمية في بلد المنشأ⁽⁹⁶⁾، وتنتهي حماية المؤشرات الجغرافية وفقاً لوثيقة جنيف، إما عن طريق التخلي، ويكون

ذلك بإخطار يقدم للمكتب الدولي من قبل جهة الإدارة المختصة أو من قبل المستفيدين، وقد يكون التخلي كلياً أو جزئياً، ويجب أن يكون الإخطار مصحوباً ببيانات تؤكد التسجيل الدولي كالتسمية التي يتألف منها المؤشر الجغرافي، ويجوز سحب هذا الإخطار شريطة دفع رسوم التعديل ويدون المكتب الدولي الإخطار بالتخلي أو سحبه، ويبلغ الإدارات التي يعينها الأمر بذلك، وللأخيرة أن ترفض التسجيل الدولي في أراضيها، وتعلم المكتب الدولي بذلك خلال مدة معينة⁽⁹⁷⁾، وكذلك الحال بالنسبة لشطب المؤشرات الجغرافي يتبع بشأنها ذات الخطوات المتبعة بالتخلي⁽⁹⁸⁾.

الخاتمة:

لقد خُصّ البحث في موضوع (الحماية الدولية للمؤشرات الجغرافية - دراسة تحليلية-) إلى جملة من النتائج والتوصيات:

أولاً: النتائج

1. أن المؤشرات الجغرافية هي عبارة عن إشارة أو دلالة أو علامة التي توضع على منتجات أنتجت في بلد معين أو إقليم أو مكان معين أو جهة معينة فيه بحيث أن الجودة أو السمعة أو السمات المميزة الأخرى لهذه المنتجات تعود لذلك المنشأ الجغرافي من بينها العوامل الطبيعية أو البشرية.

2. تتخذ المؤشرات الجغرافية ثلاث صور مهمة، فأما أن تكون في صورة دلالة المنشأ، أو بيان المصدر، أو تسميات المنشأ، وجميع هذه الصور يستوعبها مصطلح المؤشرات الجغرافية، طالما توافرت فيها خصائصها.

3. توجد عدة اتفاقيات دولية لتوفير الحماية للمؤشرات الجغرافية على المستوى الدولي، حيث تمثل اتفاقية باريس الإطار القانوني الأول لهذه الحماية، ثم توسع نطاق هذه الحماية بموجب اتفاقية مدريد بشأن قمع بيانات المصدر الزائفة أو المضللة، وتوسع أكثر بموجب اتفاقية لشبونة بشأن حماية تسميات المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولي، ثم توسعت الحماية بصورة أكثر اتساعاً وشمولاً بموجب اتفاقية تريبيس، حيث أقرت الأخيرة مستويين من الحماية عامة وخاصة، ووضعت استثناءات عليها، واستبعدت بعض أنواع المؤشرات الجغرافية من الحماية.

4. تم بذل جهود دولية بعد اتفاقية تريبيس من أجل توفير حماية أكثر وأشد صرامة، وأطلق عليها باتفاقية تريبيس بلس، وتمخض عنها وثيقة جنيف لاتفاقية لشبونة بشأن تسميات المنشأ والبيانات الجغرافية.

ثانياً: التوصيات

نوصي بأن تكون وثيقة جنيف لاتفاقية لشبونة بشأن تسميات المنشأ والبيانات الجغرافية مطبقة على أرض الواقع وليس مجرد حبراً على ورق وذلك بقيام الدول الأعضاء في الاتفاقيات الدولية الأخرى ومنها العراق بالانضمام إليها لكونها توفر حماية أكثر شمولاً واتساعاً للمؤشرات الجغرافية.

الهوامش

- (1) - جبران مسعود، معجم الرائد، ط٧، دار العلم للملايين، بيروت- لبنان، ١٩٩٢، ص ٧٥.
- (2) - إبراهيم أنيس- عبد الحليم منتصر- عطية الصوالحي- محمد خلف الله أحمد، المعجم الوسيط، ط٤، مكتبة الشروق الدولية، مصر، ٢٠٠٤، ص ١٩.
- (3) - مجمع اللغة العربية، المعجم الوجيز، بدون طبعة، مجمع اللغة العربية، مصر، ١٩٨٩، ص ١٠٨؛ ينظر في نفس المعنى: إبراهيم أنيس- عبد الحليم منتصر- عطية الصوالحي- محمد خلف الله أحمد، مصدر سابق، ص ١٢٦؛ جبران مسعود، المصدر سابق، ص ٢٧٧.
- (4) - الاتفاق المتعلق بالجوانب التجارية لحقوق الملكية الفكرية (اتفاق تريبس)، وهو أحد الاتفاقيات التي تديره منظمة التجارة العالمية (WTO) الذي دخل حيز النفاذ في الأول من يناير/ كانون الثاني/ ١٩٩٥، والمعتمدة في 15 أبريل/ نيسان 1994، والمعدلة في 23 يناير/ كانون الثاني 2017، ويشار إليه باللغة الانجليزية Agreement on Trade- Related Aspects of in tellectual poroerty Rights: (Trips) ويبلغ عدد الدول الاعضاء فيها (١٦٤).
- (5) - See: Kasturi Das, Protection of geographical indications, An over view of select issues with particular reference to india, Center for trade and development, New Delhi, 2007,p,3, Electronic copy available at: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1587372, Last visit in 2018/12/22.
- (6) - وثيقة جنيف لاتفاق لشبونة بشأن تسميات المنشأ والمؤشرات الجغرافية واللانحة التنفيذية لها، التي اعتمدها المؤتمر الدبلوماسي في ٢٠ مايو ٢٠١٥، لا بد من الإشارة أن هذه الوثيقة لم تدخل حيز النفاذ بعد، حيث اشارت المادة (٢/٢٩) منها بأنه " تدخل هذه الوثيقة حيز النفاذ بعد أن تودع خمسة أطراف مؤهلة وفقاً للمادة ٢٨ وثنان تصديقها أو انضمامها بثلاثة أشهر".
- (7) - د. ريم سعود سماوي، براءات الاختراع في الصناعات الدوائية، ط١، دار الثقافة للنشر، عمان، ٢٠٠٨، ص ٦٢.
- (8) - د. مدحت الدبيسي، موسوعة حقوق الملكية الفكرية (التشريعات والمعاهدات الدولية)، المجلد الأول، دار محمود للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٨، ص ١١٥.
- (9) - د. محمد حسام محمود لطفى، حقوق الملكية الفكرية (المفاهيم الاساسية) دراسة لأحكام القانون رقم (٨٢) لسنة (٢٠٠٢) في ضوء اراء الفقه واحكام القضاء المقارن، ط٢، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠١٢، ص ٩٧.
- (10) - د. محمد الفروحي، الملكية الصناعية والتجارية (تطبيقاتها ودعاواها المدنية والجنائية)، ط١، مطبعة النجاج الجديدة، الدار البيضاء، ٢٠٠٢، ص ٣٦٥.
- (11) - اتفاقية باريس بشأن حماية الملكية الصناعية، المؤرخة في (٢٠) مارس/ آذار (١٨٨٣) والمعدلة بستوكهولم ١٤ يوليو/ تموز والمنقحة في (٢) أكتوبر/ تشرين الأول (١٩٧٩)، يبلغ عدد الدول الاعضاء فيها (١٧٧)، ولا بد من الإشارة أن العراق أصبح عضواً في هذه الاتفاقية في (٢١) أكتوبر (١٩٧٥).
- (12) - تنص المادة الأولى الفقرة الثانية من اتفاق مدريد بشأن قمع بيانات مصدر السلع الزائفة أو المضللة، المؤرخ في ١٤ ابريل / نيسان ١٨٩١، ودخل حيز النفاذ في ٢٦ ابريل ١٩٧٠ ويبلغ عدد الدول الاعضاء فيه (٣٦) دولة على أنه: "٢- يقع الحجز على حد سواء في البلد الذي وضع فيه بيان المصدر الزائف أو المضلل"، ويبلغ عدد الدول الاعضاء في هذه الاتفاقية (٣).
- (13) - ينظر: بلباي علي، الملكية الفكرية في ظل منظمة التجارة العالمية للملكية الفكرية، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، ٢٠١٦، ص ٦٠.
- (14) - Gaëlle Beauregard, les indications géographiques au service de la communauté: les produits alimentaires, revue peopriété intellectuelle, Vol.20, No.3, 2018, p.58, Article Electronic copy available at:

<https://www.lespci.ca/s/1192>, Last visit in 2018/12/24.

(15) - د. محمد حسام محمود لطفي، مصدر سابق، ص ٩٨؛ مدحت الدبيسي، مصدر سابق، ص ١١٦؛ ينظر في نفس المعنى: د. نعيم مغيب، الماركات التجارية والصناعية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠٠٥، ص ٣٤-٣٥.

(16) - المحامي سمير فرنان بالي، قضايا القرصنة التجارية والصناعية والفكرية، الجزء الأول، ط ١، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، ٢٠٠١، ص ٢٥.

(17) - Patrick Tafforeau Cédric Monnerie, Droit de la propriété intellectuelle, Gualino éditeur, paris, 2015, p.473.

(18) - زاوي الكاهنة، المنافسة غير المشروعة في الملكية الصناعية، اطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم الساسية، جامعة محمد خضير، بسكرة، ٢٠١٤، ص ٨١.

(19) - رمزي حوحو وزواوي الكاهنة، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، بحث منشور، مجلة المنتدى القانوني، جامعة محمد خضير، بسكرة، العدد الخامس، ٢٠٠٦، ص ٣٣.

(20) - See: Gaëlle Beauregard, Op.cit, p.57-58.

(21) - ينظر: المادة الثانية اتفاق لشبونة بشأن حماية تسميات المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولي، المؤرخ في (٣١) تشرين الأول (١٩٥٨)، كما وتم تعديله بستوكهولم في (١٤) تموز (١٩٦٧) وُعدّل أيضاً (٢٨) ايلول (١٩٧٩) والنافذة في (٤) تشرين الثاني (١٩٨٣)، ويبلغ عدد الدول الاعضاء فيها (٢٩) دولة.

(22) - د. عجة الجيلاني، موسوعة حقوق الملكية الفكرية: العلامة التجارية (خصائصها وحمايتها)، ج ٤، ط ١، منشورات زين الحقوقية، بيروت، ٢٠١٥، ٢٥١.

(23) - See: Ramona Teuber, Geographical indications of origin as atool of product differentiation- the case of coffee, Revue: Journal of international food & Agribusiness marketing, Vol.22, No.4-3, 2010, p.3. Article Electronic copy available at: <https://doi.org/10.1080/08974431003641612>, Last visit in 2018/12/22.

(24) - د. محمد حسام محمود لطفي، تأثير اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية " تريبس" على تشريعات البلدان العربية، بدون ناشر، القاهرة، ٢٠٠٠، ص ٤.

(25) - جاسم محمد عكلة الساعدي، الملكية الفكرية ودوارها المتعددة، ط ١، مؤسسة الناظر للطبع والتوزيع والنشر الاعلاني، بغداد، ٢٠١٣، ص ٥٥؛ د. هايدي عيسى حسن، تنازع القوانين في مسائل الملكية الفكرية، ط ١، دار لمار للنشر والتوزيع والترجمة، القاهرة، ٢٠١٩، ص ٤٦١.

(26) - د. عبد الله حميد سليمان الغويري، العلامة التجارية وحمايتها (العلامة المشهورة وحمايتها)، دار الفلاح للنشر والتوزيع، الاردن، ٢٠٠٨، ص ٢٥.

(27) - See: François-Xavier Kalinga, LA protections géographiques son intérêt pour les pays en development, Thèse de doctorat en droit, université de strasbourg, strasbourg, 2010,p.35.

(28) - د. حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية، ط ١، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، ٢٠٠٨، ص ١٥-١٦.

(29) - ينظر: المادة (١/٢) من اتفاقية باريس بشأن حماية حقوق الملكية التجارية.

(30) - ينظر: المادة (٣) من اتفاقية باريس.

(31) - د. صلاح زين الدين، المدخل الى الملكية الفكرية (نشأتها، مفهومها، نطاقها، أهميتها، تكييفها، تنظيمها وحمايتها)، ط ٣، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١١، ص ١٣٥.

(32) - د. حسام الدين عبد الغني الصغير، مصدر سابق، ص ١٨؛ د. صلاح زين الدين، المدخل الى الملكية الفكرية، مصدر سابق، ص ١٩٧؛ د. عبد الله حميد سليمان الغويري، مصدر سابق، ص ٢٧.

(33) - د. حسين عقيل عابد، التسجيل الدولي للعلامات التجارية والجرائم المتعلقة به، ط ١، المصرية للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠١٨، ص ٥١، ص ١٩٧.

- (34) - القاضي. محمد عبد الفتاح نشأت، ص ١٠، بحث متاح على الموقع الاتي: <http://www.economy.gov.lb/public/uploads/files/IPRService/WorkshopAr2.pdf>
تاريخ الزيارة ٢٠١٨/١٢/٢٢؛ ينظر في نفس المعنى: د. عبد السلام حسين بن جاسم، حماية حقوق الملكية الفكرية حسب اتفاقية Trips في منظمة التجارة العالمية والدول الاعضاء في مجلس التعاون لدول الخليج العربي، ط ١، منشأة المعارف، الاسكندرية، ٢٠١٣، ص ٢٩٣.
(35) - د. خالد عبد الفتاح محمد خليل، مشكلات إنفاذ وتنزع قوانين الملكية الفكرية، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، ٢٠١٧، ص ٣٥.
(36) - القاضي. محمد عبد الفتاح نشأت، المصدر نفسه، ص ١٣؛ ينظر في نفس المعنى:
-François-Xavier Kalinda, Op. Cit, p.39.
(37) - ينظر: المادة (١/١) من اتفاقية مدريد.
(38) - ينظر: المادة الاولى الفقرات (٣-٤-٥) من اتفاقية مدريد.
(39) - د. عبد السلام حسين بن جاسم، مصدر سابق، ص ٢٩٤.
(40) - ينظر: القاضي. محمد عبد الفتاح نشأت، مصدر سابق، ص ١٣؛ ينظر في نفس المعنى:
François-Xavier Kalinda, Op. Cit, p.41.
(41) - القاضي: محمد عبد الفتاح نشأت، المصدر نفسه، ص ١٤.
(42) - ينظر: المادة (٢/١) من اتفاقية لشبونة بشأن حماية تسميات المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولي، المؤرخ في (٣١) تشرين الاول (١٩٥٨)، كما وتم تعديله بستوكهولم في (١٤) تموز (١٩٦٧) وعُدل أيضاً (٢٨) ايلول (١٩٧٩) والنافذة في (٤) تشرين الثاني (١٩٨٣)، ويبلغ عدد الدول الاعضاء فيها (٢٩) دولة.
(43) - See: François-Xavier Kalinda, Op. Cit, p.43.
(44) - ينظر: المادة (٣) من اتفاقية لشبونة.
(45) - قتاتلية أحلام، نظام تسميات المنشأ في التشريع الجزائري، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ٠٨ ماي ١٩٤٥، قالمه، ٢٠١٥، ص ١١٨.
(46) - Albrecht Conrad, The protection of geographical indications in the trips agreement, Trademark Rep. Vol.11, 1996, p.26.
أشار اليه: د. هشام فضلي، حقوق الملكية الفكرية وحماية المؤشرات الجغرافية: دراسة مقارنة في اتفاقية تريبس والقوانين الوطنية، بحث منشور في مجلة كلية الحقوق للبحوث القانونية والاقتصادية، جامعة الاسكندرية، العدد ١، ٢٠١٢، ص ٦٥٦.
(47) - د. محمد حسام محمود لطفي، مصدر سابق، ص ١٢.
(48) - د. محمد أمين يوسف، مصدر سابق، ص ١٨٣.
(49) - د. محمد حسام محمود لطفي، مصدر سابق، ص ٢٠.
(50) - د. حسين عقيل عابد، مصدر سابق، ص ١٩٤.
(51) - ومقتضى هذا المبدأ يسقط حق صاحب البراءة أو العلامة أو المؤشر الجغرافي أو أي حق من حقوق الملكية الفكرية في منع الغير من استيراد المنتجات المشمولة بالحماية بمجرد أن يطرح هذه المنتجات التي تتداول في سوق اي دولة سواء بنفسه أو بواسطة تابعيه بموافقتة. ينظر لمزيد من التفصيل: د. حسام الدين عبد الغني الصغير، مصدر سابق، ص ٣٩.
(52) - ضحى مصطفى فهمي عمارة، حقوق الملكية الفكرية وحماية الاصناف النباتية الجديدة، اطروحة دكتوراه، جامعة المنوفية، مصر، ٢٠١٠، ص ١٢٣-١٢٤.
(53) - د. جلال وفاء محمد، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقاً لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية " تريبس"، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، ٢٠٠٤، ص ٤٧.
(54) - د. حسام الدين عبد الغني الصغير، مصدر سابق، ص ٣٥.
(55) - د. هشام فضلي، مصدر سابق، ص ٦٥٧.

(56) - ينظر: د. صبري حمد خاطر، تفريد قواعد تريبس في قوانين الملكية الفكرية "دراسة مقارنة"، دار الكتب القانونية، مصر، ٢٠١٢، ص ١٠٤، ص ١٠٣.
(57) - المادة (١/٢/٢٢) من اتفاقية تريبس.

(58) - Albrecht Conrad, Op.cit, p35.

- أشار اليه: د. هشام فضلي، المصدر السابق، ٦٦٧.
(59) - د. هشام فضلي، المصدر السابق، ص ٦٦٧، هامش رقم ٢.
(60) - ينظر: د. محمد حسام محمود لطفى، مصدر سابق، ص ٤٦؛ د. حميد محمد علي اللهيبي، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية في إطار منظمة التجارة العالمية، ط٢، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، ٢٠١٦ ص ٢٥١.

(61) - Denis Rochard, La protection international des indications géographiques, these Poitiers, 1999, p.306.

- أشار اليه: د. هشام فضلي، مصدر سابق، ص ٦٧٢.
(62) - ينظر: المادة (٣/٢٢) من اتفاقية تريبس.
(63) - ويعني هذا المصطلح "اسماء جغرافية تكتب وتنطق بالطريقة ذاتها، لكنها تحدد الاصل الجغرافي للسلع التي تنشأ في أماكن مختلفة بعضها عن بعض الاخر" د. هشام فضلي، مصدر سابق، ص ٦٧٤.

(64) - See: Kasturi Das, Op. Cit, p.22-23.

(65) - د. حميد محمد علي اللهيبي، مصدر سابق، ص ٢٥٣؛ ينظر في نفس المعنى: د. جلال وفاء محمدين، مصدر سابق، ص ١٢٤.

(66) - د. حميد محمد علي اللهيبي، المصدر مصدر سابق، ص ٢٥٤.
(67) - علاء الدين عبد الله، النظام القانوني لحماية المؤشرات الجغرافية: دراسة في القانون الأردني والمقارن، بحث منشور: مجلة جامعة الإمارات العربية المتحدة، الإمارات العربية المتحدة، المجلد 21، ص 317.

(68) - Félix Addor, Alexander Grazioli, Une milledre protection des indications géographiques sur le plan internationaux: Une question qui nous concerne tous!, Revue internationale de la propriété industrielle et artistique, Vol. 209, No.21, 2002, p.4, Electronic copy available at:

https://www.ige.ch/fileadmin/user_upload/Juristische_Infos/f/communication_ec_rite_02-03-12.pdf, , Last visit in 2018/12/22.

(69) - د. ريم سعود سماوي، مصدر سابق، ص ٦٣؛ د. عبد الله حسين الخرشوم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، ط١، دار وائل للنشر، عمان، ٢٠٠٥، ص ٣٨.
(70) - د. ناصر جلال، حقوق الملكية الفكرية واثارها على اقتصاديات الثقافة والاتصال وإعلام، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ٢٠٩٥، ص ١٣٧؛ القاضي: محمد عبد الفتاح نشأت، مصدر سابق، ص ١٣٧.
(71) - تنص المادة (٢/٢٣) من اتفاقية تريبس بأنه "تلتزم البلدان الاعضاء برفض أو الغاء تسجيل أي علامة تجارية بشأن الخمر تشمل أو تتألف من مؤشر جغرافي يحدد منشأ الخمر، أو بشأن المشروبات الروحية تشمل أو تتألف من مؤشر جغرافي يحدد منشأ المشروبات الروحية، من تلقاء نفسها إذا كانت تشريعاتها تسمح بذلك، أو بناء على طلب من طرف معني في يتعلق بالخمر أو المشروبات الروحية التي لم تنشأ في تلك الاماكن".

(72) - ينظر: المادة (٣/٢٣) من اتفاقية تريبس.
(73) - د. وائل انور بندق، موسوعة حقوق الملكية الفكرية (الاتفاقيات الدولية وقوانين الدول العربية)، المجلد الاول، دار الفكر الجامعي، القاهرة، بدون سنة، ص ٢٩٨.

(74) - د. حميد محمد علي اللهيبي، مصدر سابق، ص ٢٦٣.

(75) - ينظر: المادة (٣/٢٤) من اتفاقية تريبس.

(76) - د. حميد محمد علي اللهيبي، مصدر سابق، ص ٢٦١.



- (77) - د. حميد محمد علي اللهبي، مصدر سابق، ص ٢٥٨.
- (78) - د. حميد محمد علي اللهبي، مصدر سابق، ص ٢٦٠.
- (79) - ينظر: المادة (٧/٢٤) من اتفاقية تريبس.
- (80) - محمد المسلومي، دور حقوق الملكية الفكرية في حماية المستهلك، بحث منشور، مجلة مسالك في الفكر والسياسة والاقتصاد، العدد (٤)، ٢٠٠٥، ص ٩٣-٩٤.
- (81) - د. حميد محمد علي اللهبي، مصدر سابق، ص ٢٦٦.
- (82) - المادة (٦/٢٤) من اتفاقية تريبس.
- (83) - ينظر المادة (٧/٢٤) من اتفاقية تريبس.
- (84) - د. حميد محمد علي اللهبي، مصدر سابق، ص ٢٦٦-٢٦٧.
- (85) - ينظر المادة (٩/٢٤) من اتفاقية تريبس.
- (86) - د. حميد محمد علي اللهبي، مصدر سابق، ص ٢٦٨.
- (87) - سيلول موسونجو و. جراهام داتقليد، الاتفاقيات المتعددة الاطراف وعالم تريبس بلس، ترجمة مكتبة الاسكندرية، تحرير ومراجعة هالة السلماوي، اصدارات مكتب كويكر التابع للأمم المتحدة بجنيف، برنامج كويكر للشؤون الدولية أتوا، متاح على الموقع الالكتروني:

<https://www.bibalex.org/a2k/attachments/TranslatedMaterials/TMfileu2x2j1454dqyogfcgj0zbxfc.pdf> ، تاريخ الزيارة ٢٠١٩/٤/٢٥.

- (88) - وثيقة جنيف لاتفاق لشبونة بشأن تسميات المنشأ والمؤشرات الجغرافية واللائحة التنفيذية لها، التي اعتمدها المؤتمر الدبلوماسي في ٢٠ مايو ٢٠١٥، لا بد من الاشارة أن هذه الوثيقة لم تدخل حيز النفاذ بعد، حيث اشارت المادة (٢/٢٩) منها بأنه "تدخل هذه الوثيقة حيز النفاذ بعد أن تودع خمسة اطراف مؤهلة وفقاً للمادة ٢٨ وثنائق تصديقها أو انضمامها بثلاثة أشهر"، ينظر موقع منظمة الويبو مشار اليه سابقاً.
- (89) - ينظر: المادة (١٠) الفقرة (١-٣) من وثيقة جنيف.
- (90) - ينظر: المادة (١/١/١١) من وثيقة جنيف.
- (91) - ينظر المادة (٢/١/١١) من وثيقة جنيف.
- (92) - ينظر: المادة (٣/١١) من وثيقة جنيف.
- (93) - ينظر: المادة (٣/٢٢) من اتفاقية تريبس.
- (94) - ينظر: المادة (١/١٣) من وثيقة جنيف.
- (95) - ينظر: المادة (١/١١) (ب) من وثيقة جنيف.
- (96) - ينظر: المادة (١٢) من وثيقة جنيف.
- (97) - القاعدة (٤-١/١٦) من وثيقة جنيف.
- (98) - ينظر: القاعدة (١٧) من وثيقة جنيف.

References

أولاً: المعاجم اللغوية

١. جبران مسعود، معجم الرائد، ط٧، دار العلم للملايين، بيروت- لبنان، ١٩٩٢.
٢. إبراهيم أنيس- عبد الحليم منتصر- عطية الصوالحي- محمد خلف الله أحمد، المعجم الوسيط، ط٤، مكتبة الشروق الدولية، مصر، ٢٠٠٤.
٣. مجمع اللغة العربية، المعجم الوجيز، بدون طبعة، مجمع اللغة العربية، مصر، ١٩٨٩.
٤. إبراهيم أنيس- عبد الحليم منتصر- عطية الصوالحي- محمد خلف الله أحمد، مصدر سابق، ص ١٢٦؛ جبران مسعود، المصدر سابق، ص ٢٧٧.

ثانياً: الكتب القانونية

١. جاسم محمد عكلة الساعدي، الملكية الفكرية وأوارها المتعددة، ط١، مؤسسة الناظر للطبع والتوزيع والنشر الاعلاني، بغداد، ٢٠١٣.

2. د. جلال وفاء محمد، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقاً لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس)، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، ٢٠٠٤.
3. د. خالد عبد الفتاح محمد خليل، مشكلات إنفاذ وتنفيذ قوانين الملكية الفكرية، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، ٢٠١٧.
4. د. حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية، ط١، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، ٢٠٠٨.
5. د. حسن عقيل عابد، التسجيل الدولي للعلامات التجارية والجرائم المتعلقة به، ط١، المصرية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018.
6. د. حميد محمد علي اللهيبي، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية في إطار منظمة التجارة العالمية، ط٢، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، ٢٠١٦.
7. د. ريم سعود سماوي، براءات الاختراع في الصناعات الدوائية، ط١، دار الثقافة للنشر، عمان، ٢٠٠٨.
8. المحامي سمير فرنان بالي، قضايا القرصنة التجارية والصناعية والفكرية، الجزء الأول، ط١، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، ٢٠٠١.
9. د. صبري حمد خاطر، تفريد قواعد تريبس في قوانين الملكية الفكرية، دار الكتب المصرية، مصر، 2012.
10. د. صلاح زين الدين، المدخل الى الملكية الفكرية، ط٣، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١١.
11. د. عبد الله حميد سليمان الغويري، العلامة التجارية وحمايتها، دار الفلاح للنشر والتوزيع، الاردن، ٢٠٠٨.
12. د. عبد السلام حسين بن جاسم، حماية حقوق الملكية الفكرية حسب اتفاقية Trips في منظمة التجارة العالمية والدول الاعضاء في مجلس التعاون لدول الخليج العربي، ط١، منشأة المعارف، الاسكندرية، ٢٠١٣.
13. د. عجة الجيلاني، موسوعة حقوق الملكية الفكرية: العلامة التجارية (خصائصها وحمايتها)، ج٤، ط١، منشورات زين الحقوقية، بيروت، ٢٠١٥.
14. د. محمد حسام محمود لطفي، تأثير اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية " تريبس " على تشريعات البلدان العربية، بدون ناشر، القاهرة، ٢٠٠٠.
15. د. محمد أمين يوسف، الملكية الفكرية والابتكار وبراءة الاختراع من منظور قانوني، ط١، دار الكتب والدراسات العربية، الاسكندرية، ٢٠١٧.
16. د. مدحت الدبيسي، موسوعة حقوق الملكية الفكرية (التشريعات والمعاهدات الدولية)، المجلد الأول، دار محمود للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٨.
17. د. محمد الفروجي، الملكية الصناعية والتجارية (تطبيقاتها ودعاواها المدنية والجنائية)، ط١، مطبعة النجاح الجديدة، الدار البيضاء، ٢٠٠٢.
18. د. ناصر جلال، حقوق الملكية الفكرية وأثارها على اقتصاديات الثقافة والاتصال والاعلام، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ٢٠١٥.

19. د. نعيم مغبغب، الماركات التجارية والصناعية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠٠٥.

20. د. هايدي عيسى حسن، تنازع القوانين في مسائل الملكية الفكرية، ط١، دار لمار للنشر والتوزيع والترجمة، القاهرة، ٢٠١٩.

21. د. وائل بندق، موسوعة حقوق الملكية الفكرية (الاتفاقيات الدولية وقوانين الدول العربية)، المجلد الاول، دار الفكر الجامعي، القاهرة، بدون سنة.

ثالثاً: الرسائل والاطاريح العلمية

1. بلباي علي، الملكية الفكرية في ظل منظمة التجارة العالمية للملكية الفكرية، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، ٢٠١٦.

2. زواوي الكاهنة، المنافسة غير المشروعة في الملكية الصناعية، اطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم الساسية، جامعة محمد خضير، بسكرة.

3. ضحى مصطفى فهمي عمارة، حقوق الملكية الفكرية وحماية الاصناف النباتية الجديدة، اطروحة دكتوراه، جامعة المنوفية، ٢٠١٠.

4. قتاتليه أحلام، نظام تسميات المنشأ في التشريع الجزائري، رسالة ماجستير، جامعة ٨٠ ماي ١٩٤٥، قالمة، ٢٠١٥.

رابعاً: البحوث المنشورة

1. رمزي حوحو وزواوي الكاهنة، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، بحث منشور، مجلة المنتدى القانوني، جامعة محمد خضير، بسكرة، العدد الخامس، ٢٠٠٦.

2. سيلول موسونجو و. جراهام داتفلد، الاتفاقيات المتعددة الاطراف وعالم تريبس بلس، ترجمة مكتبة الاسكندرية، تحرير ومراجعة هالة السلماي، اصدارات مكتب كويكر التابع للأمم المتحدة بجنيف، برنامج كويكر للشؤون الدولية أتاوا، متاح على الموقع الالكتروني:

<https://www.bibalex.org/a2k/attachments/TranslatedMaterials/TMfileu2x2jl454dqyogfcgj0zbxfc.pdf>

3. علاء الدين عبد الله، النظام القانوني لحماية المؤشرات الجغرافية: دراسة في القانون الأردني والمقارن، بحث منشور: مجلة جامعة الإمارات العربية المتحدة، الإمارات العربية المتحدة، المجلد 21.

4. محمد المسلموي، دور حقوق الملكية الفكرية في حماية المستهلك، بحث منشور، مجلة مسالك في الفكر والسياسة والاقتصاد، العدد الرابع، ٢٠٠٥.

5. د.محمد حسام محمود لطفي، حقوق الملكية الفكرية (المفاهيم الاساسية) دراسة لأحكام القانون رقم (٨٢) لسنة (٢٠٠٢) في ضوء اراء الفقه واحكام القضاء المقارن، ط٢، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠١٢.

6. القاضي محمد عبد الفتاح نشأت، الحماية الدولية للمؤشرات الجغرافية، بحث منشور على الموقع الآتي:

<http://www.economy.gov.lb/public/uploads/files/IPRService/WorkshopAr2.pdf>

7. د. هشام فضلي، حقوق الملكية الفكرية وحماية المؤشرات لجغرافية: دراسة مقارنة في اتفاقية تريبس والقوانين الوطنية، بحث منشور، مجلة كلية الحقوق للبحوث القانونية والاقتصادية، جامعة الاسكندرية، العدد الاول، ٢٠١٢.

خامساً: الاتفاقيات والوثائق الدولية

1. اتفاقية باريس بشأن حماية حقوق الملكية الفكرية المؤرخة في (٢٠) مارس لسنة (١٨٨٢) المعدلة.

2. مدريد بشأن قمع بيانات المصدر الزائفة أو المضللة المؤرخ في (١٤) نيسان (١٨٩١).

3. اتفاقية لشبونة بشأن حماية تسميات المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولي المؤرخ في (٣١) تشرين الأول (١٩٥٨) المعدلة.

4. اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة لحقوق الملكية الفكرية تريبس لسنة ١٩٩٥ المعدلة.

5. وثيقة جنيف لاتفاقية لشبونة بشأن تسميات المنشأ والمؤشرات الجغرافية المعتمدة في (٢٠) مايو لسنة (٢٠١٥).

سادساً: المصادر الأجنبية

1. Félix Addor, Alexander Grazioli, Une milleure protection des indications géographques sur le plan internationaux: Une question qui nous concerne tous!, Revue internationale de la propriété industrielle et artistique, Vol. 209, No.21, 2002, p2, Electronic copy available at :

https://www.ige.ch/fileadmin/user_upload/Juristische_Infos/f/communication_ecrire_02-03-12.pdf.

2. François-Xavier Kalindaf, LA protections géographiques son intérêt pour les pays en development, Thèse de doctorat en droit, université de strasbourg, strasbourg, 2010.

3. Gaëlle Beauregard, les indications géographiques au service de la communauté: les produits alimentaires, revue propriété intellectuelle, Vol.20, No.3, 2018, p.58, Article Electronic copy available at: <https://www.lescpi.ca/s/1192>.

4. Kasturi Das, Protection of geographical indications, An over view of select issues with particular reference to india, Center for trade and development, New Delhi, 2007, Electronic copy available at :https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1587372.

5. Ramona Teuber, Geographical indications of origin as atool of product differentiation- the case of coffee, Revue: Journal of international food & Agribusiness marketing, Vol.22, No.4-3, 2010, p.3. Article Electronic copy available at: <https://doi.org/10.1080/08974431003641612>

International protection of geographical indications (An analytical study)

Aseel Najim Abdullah

Prof. Dr Tariq Kadhum Ajeel

College of Law - Dhi Qar University

Lawcouncil1@utq.edu.iq

law6phd23@utq.edu.iq

Abstract:

Geographical indications are an important means of providing protection for products of good quality, reputation or specific characteristics belonging to a specific geographical origin, including natural and human factors. However, with the exception of the TRIPS Agreement and the international efforts undertaken thereafter, none of them addressed the whole subject.

Keywords: geographical indication, appellations of origin, source statement.