

WIPO/IP/DIPL/SAA/07/1

الأصل : بالعربية
التاريخ : ٢٠٠٧/٣/-



المنظمة العالمية
للملكية الفكرية



الجمهورية اليمنية

حلقة الويبو الوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية لفائدة الدبلوماسيين

تنظيمها
المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)

بالتعاون مع
وزارة الخارجية

صنعاء، ٢٠ و ٢١ مارس/آذار ٢٠٠٧

الملكية الفكرية وفرص النمو الاقتصادي*

الدكتور حسن البدر اوي
مساعد وزير العدل للشؤون البرلمانية
وزارة العدل
القاهرة

* الآراء في هذه الوثيقة هي آراء الكاتب وليست بالضرورة آراء المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) أو دول أعضائها

أن تنمية أي بلد تتوقف إلى حد كبير على درجة إبداع مواطنيها من ذوي العقول الخلاقة في مجال العلم والأدب والفن ، كما أن تقدم أي مجتمع يتوقف على مدى تشجيع أصحاب الإبداع الفكري وتهيئة الوسائل القانونية والمادية التي تكفل لهم الطمأنينة والاستقلال في عملهم الخلاق ، فقد أظهرت نتائج تجارب الشعوب أن تشجيع الإنتاج الفكري وحمايته يمثل عنصراً هاماً وأساسياً لكل التطورات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية.

وإذا كان الإنتاج المادي يشكل عنصراً هاماً في بناء الأمم وتقدمها ، فإن الإنتاج الفكري لا يقل أهمية في دوره عن الإنتاج المادي ، حيث يتم من خلاله إرساء الأسس لجميع صور التقدم ، حتى أصبحت درجة تقدم أي شعب تقاس بمدى ما وصل إليه من تعليم وثقافة ، وبمستوى الحماية التي تتوفر للإبداع الفكري الوطني .

وعلى ذلك فإن الملكية الفكرية أصبحت من الموضوعات الهامة التي تلقي الاهتمام المتزايد إزاء التطور التكنولوجي وتداعياته ، وبات من الضروري ملاحقة هذا التطور المتسارع في هذا الشأن والاهتمام بحماية حقوق الملكية الفكرية والتصدي لمحاولات الاعتداء عليها باعتبارها من الحقوق التي ترد على ملكية الإنسان لنتاج ذهنه وتفكيره وإبداعاته الفكرية والعقلية إذ هي الملكية التي تتصل بشخصيته وتؤتي ثمارها بالانتشار سواء على المستوى المحلي أو الدولي ، فضلاً عن أثرها على قضية التنمية الاقتصادية .

فالفرضية التي قامت عليها الملكية الفكرية عبر التاريخ هي أن الاعتراف والمكافأة المقترنيتين بملكية الاختراعات والمصنفات الإبداعية يحفزان الأنشطة الابتكارية والإبداعية التي تعمل بدورها على تنشيط النمو الاقتصادي .

ولعل في ذلك ما يبرر أسباب وجوب حماية الملكية الفكرية ، إذ أن :
أولاً: تقدم البشرية ورفاهيتها يكمن في قدرتها على إنجاز ابتكارات جديدة في مجالات التكنولوجيا والثقافة .

ثانياً: الحماية القانونية الممنوحة لتلك الابتكارات الجديدة تشجع على إنفاق مزيد من الموارد لفتح المجال لابتكارات أخرى .

ثالثاً: النهوض بالملكية الفكرية وحمايتها يؤدي إلي دفع عجلة النمو الاقتصادي وبتيح فرص عمل وصناعات جديدة ويرفع من نوعية الحياة وإمكانية التمتع بها .

ومن شأن نظام الملكية الفكرية إذا كان فعالاً ومنصفاً أن يساعد جميع البلدان على الاستفادة من الملكية الفكرية باعتبارها أداة قديرة تسهم في تحقيق التنمية الاقتصادية والرخاء الاجتماعي والثقافي ويساعد نظام الملكية الفكرية على التوفيق بين مصالح المبتكر ومصالح الجماهير بضمان محيط يستطيع فيه النشاط الإبداعي والابتكاري أن يزدهر بما يعود بالفائدة على الجميع .

وقد اعترف عدد كبير من واضعي السياسات في القوي الاقتصادية الجديدة ، خلال التسعينات بدور نظام الملكية الفكرية المهم في تشجيع القطاع الخاص على الاستثمار في البحث والتطوير لا سيما في ميداني الصناعة والعلوم ، وأبرزت دراسات عدة أن نظام الملكية الفكرية السليم عنصر أساسي في تشجيع الاستثمار الأجنبي المباشر، وعلى سبيل المثال، يشهد مستوى الاستثمار الأجنبي المباشر في الهند زيادة ثابتة منذ إصلاح نظام البراءات والعلامات التجارية في أوائل التسعينات وحصل تطور أكبر في البرازيل التي شهدت زيادة هائلة في الاستثمار الأجنبي المباشر عقب تطبيق قانون جديد بشأن الملكية الصناعية في سنة ١٩٩٦ { من ٤,٤ مليار دولار أمريكي سنة ١٩٩٥ إلي ٣٢,٨ مليار دولار أمريكي في سنة ٢٠٠٠ } .

وارتفع أيضا إقبال الشركات على حماية اختراعاتها بموجب براءات على الصعيد العالمي ولا سيما في اليابان والولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا ، واستغرقت اليابان ٩٥ سنة لمنح المليون الأول من البراءات ولم تستغرق سوي ١٥ سنة لمنح المليون الثاني من البراءات وهناك زيادة أيضا في طلبات البراءات في البلدان النامية .

ويلاحظ اتجاه مماثل وجلي في إجمالي طلبات البراءات الدولية المودعة بناء على معاهدة التعاون بشأن البراءات التي تديرها الويبو ، وقد استغرق بلوغ ٢٥٠٠٠٠ طلب في ١٨ سنة في حين تضاعف ذلك العدد في غضون ٤ سنوات فقط .

الأصول الفكرية وقيمة المشروع التجاري :

تحتل الأصول الفكرية حيزا أخذاً في الاتساع كمقياس لاستمرارية الشركة وأدائها في المستقبل ، وفي سنة ١٩٨٢ كانت ٦٢ في المائة من أصول الشركات في الولايات المتحدة الأمريكية أصولاً مادية، ومع حلول سنة ٢٠٠٠ ، تقلصت تلك النسبة لتتناهز ٣٠ في المائة وفي مستهل التسعينات، كانت

الأصول غير المادية في أوروبا تمثل أكثر من ثلث مجموع الأصول وبلغت نسبتها في هولندا مثلا ما يزيد على ٣٥ في المائة من مجموع الاستثمارات العامة والخاصة مع حلول سنة ١٩٩٢ .

وتبين دراسة أجريت مؤخرا أن ٤٠ في المائة من قيمة الشركة في المتوسط والتي تقوم على أصول غير ملموسة لا تظهر في ميزانياتها بأي شكل من الأشكال .

ونظراً إلي ذلك يشار إلي الملكية الفكرية أحيانا على أنها "قيمة خفية" ، ومن الواضح الآن أن البراءات وحق المؤلف والحقوق المجاورة والعلامات التجارية والبيانات الجغرافية والأسرار التجارية كلها عوامل تساهم في قيمة الشركة سواء كانت خفية أو جلية .

استخدام أصول الملكية الفكرية في المعاملات التجارية :

هناك إقرار متزايد بأن الملكية الفكرية أصبحت اليوم من الأصول القيمة أن لم تكن أكثرها قيمة، في المعاملات التجارية سواء تعلق الأمر بعقود الترخيص أو اتفاقات التصنيع أو الشراء أو التوزيع أو حالات الاندماج أو الاقتناء، وغالباً ما تكون تراخيص استعمال البراءات والمواد المشمولة بحق المؤلف والعلامات التجارية مقترنة بنقل المهارات في شكل تدريب ، وصارت عنصرًا تتزايد أهميته في تلك المعاملات ، وينتشر الآن التراجع عن النظر إلي نظام الملكية الفكرية على أنه يمنح حقوقاً استثنائية تمارس من خلال صد المنافسين ، وعلى أرض الواقع يسود الانتفاع بنظام الملكية الفكرية بغية ترخيص المنتجات والتكنولوجيا بقدر ما ينتفع به لمنع الآخرين من استخدامها، وتعود تلك التراخيص بالإتاوات على أصحاب الملكية الفكرية وتوزع المنتجات والتكنولوجيا على المرخص لهم الذين ما كانوا لينفذوا إليها لولا ذلك، وفي ظل المعاملات التجارية ، قد يكتسب المرخص لهم أيضاً حقوقاً لابتكار بعض التحسينات أو المصنفات المشتقة وبالتالي تطوير أصول الملكية الفكرية الخاصة بهم والتي يمكن لهم فيما بعد تبادل تراخيصها مع الآخرين أو ترخيصها للغير، ومن شأن ذلك أن يرسى سلسلة خصبة من الاختراعات والمعاملات التجارية .

وخلص تقرير أصدرته شركة برايس - واترهاوس - كويرز في سنة ١٩٩٩ إلي أن قيمة السوق العالمية لتراخيص الملكية الفكرية تجاوزت ١٠٠ مليار دولار أمريكي ، ويدل ذلك على أهمية أصول الملكية الفكرية في اقتصاد اليوم .

وعلى ذلك فقد أصبحت الملكية الفكرية ، بفضل انتشار الإقرار بقيمتها الاقتصادية، عنصراً مهماً في إدارة الشركات التجارية، ويساهم المسؤولون عن الملكية الفكرية في تكوين محافظ لها وزنها في

أصول الشركة من الملكية الفكرية بغية استعمالها في حالات الاندماج والاقتران والمشروعات المشتركة والاتفاقات التعاونية بشأن البحث والتطوير وعقود الترخيص، شأنهم في ذلك شأن المسئولون عن المنتجات الذين يساعدون على إنشاء محافظ من المنتجات، وتتسأ تلك المحافظ من أصول الملكية الفكرية وفقاً لاستراتيجيات محددة تستهدف مجالات قطاعية معينة بالاستناد إلى أسواق المنتجات والتكنولوجيا وفرص الترخيص المتبادل، وتقيم الشركات فيما بينها تحالفات كي تعزز قيمة أصولها من الملكية الفكرية وتحصل على مزايا تنافسية مقيدة للطرفين من خلال الترخيص المتبادل .

في إمكان تلك التحالفات أن تتيح للشركات المعنية وزناً أكبر بكثير في مجال اختصاصها التكنولوجي، أو تسمح لها بوضع المعايير التكنولوجية في نطاق عملها .

نحو إنشاء استراتيجية للملكية الفكرية للشركات :
نظرية الخطوات الثلاثة :

الخطوة الأولى: تدقيق موجودات الملكية الفكرية :

وذلك بإعداد تقرير لتدقيق حقوق الملكية الفكرية يكون وسيلة لتوثيق جميع موجودات الملكية الفكرية القائمة، والتعرف على أصول جديدة قد تكون الشركة غير منتهية إلى أنها مالكة لها .

الخطوة الثانية: استراتيجية الملكية الفكرية :

ذلك ببناء استراتيجية شاملة للملكية الفكرية تهتم بتطوير أساليب العمل على إنفاذ حقوق الملكية الفكرية، وتنفيذ واضح للسياسات الداخلية الخاصة بها .

الخطوة الثالثة: استغلال موجودات الملكية الفكرية :

بوضع سياسة لاستغلال حقوق الملكية الفكرية على أشمل وجه، ولعل من أنجح هذه السياسات إنشاء برنامج ترفيهي لاستغلال هذه الحقوق .

ما هي أهم الأسباب الداعية للقيام بتدقيق موجودات الملكية الفكرية؟

١- تقييم صحي للملكية الفكرية :

天 السماح للشركة بأن تحلل وتدقق فعالية السياسات والإجراءات الداخلية المعمول بها .

٢- إدارة موجودات الملكية الفكرية وبرنامج استغلال هذه الحقوق :
天 تحسين طريقة منسقة للاستغلال والانتفاع من حقوق الملكية الفكرية .

٣- تدقيق المعاملات التجارية :
天 العمل على تدقيق المعاملات التجارية بين الشركة والأطراف الأخرى بخصوص أية تنازلات أو واجبات أو عقود ترخيص أو حقوق التوزيع أو الصفقات الأخرى التي تؤثر على حقوق الملكية الفكرية التابعة للشركة .

كيفية تدقيق أعمال الملكية الفكرية ؟

١. يقوم المدقق { غالباً محام أو خبير ملكية فكرية } بإجراء عدة لقاءات مع ممثلي الشركة .
٢. يركز المدقق عمله على بالتعرف على أصول الملكية الفكرية .
٣. تحليل محفظة موجودات الملكية الفكرية {IP Portfolio} ليقرر أي من الموجودات تحتاج للحماية .
٤. ويمكن للمدقق أن يساعد بتطوير قواعد للتعامل مع حقوق الملكية الفكرية من خلال التعرف على هذه الحقوق ومتابعتها .

ثم ماذا بعد إتمام عملية التدقيق :

بعد إتمام عملية تدقيق حقوق الملكية الفكرية تحتاج الشركة بأن تحافظ على استراتيجية للملكية الفكرية ، بأن تكون تلك الاستراتيجية فعالة وطويلة الأجل لكي تضمن أن حقوق الملكية الفكرية محفوظة بشكل سليم .

تطبيقات على بعض مجالات الملكية الفكرية المختلفة :

أولاً : البراءات :

تجمع الشركات البراءات وتنتفع بها في عقود الترخيص والمشروعات المشتركة والمعاملات الأخرى التي تدر الربح .

ويمكن للشركات كلها، سواء كانت من الشركات متعددة الجنسيات أو من الشركات الصغيرة والمتوسطة ، أن تستفيد من جمع أصول الملكية الفكرية والدخول في معاملات لترخيص الملكية الفكرية .

ومن شأن تلك الأنشطة أن تشجع على التنافس وتتيح فرصاً تجارية مربحة مما يفضي إلى إنشاء فرص للعمل والتدريب وتنمية الموارد البشرية وتوفير السلع والخدمات المطلوبة وزيادة العائدات للشركات والدخل للأفراد .

والهدف من البراءات اليوم، أكثر من أي وقت مضى، هو ترخيص أصول الملكية الفكرية وتقسيمها وتوزيعها وليس التقاضي بشأنها، ويعود ذلك الترخيص بمنافع جمة. فقد حققت شركة أي بي أم على سبيل المثال عائدات بلغت ١,٧ مليار دولار أمريكي بفضل ترخيص البراءات في سنة ٢٠٠٠ فقط، وكذلك حصلت شركة تكساس إنسترومنت على مبلغ ٥٠٠ مليون دولار أمريكي، وزادت العائدات العالمية المخصصة من ترخيص البراءات من ١٠ مليار دولار أمريكي سنة ١٩٩٠ إلى ١١٠ مليار دولار أمريكي سنة ٢٠٠٠، وينبغي ألا تدفع هذه الأرقام المدهشة إلى الاعتقاد بأن ترخيص التكنولوجيا حكر على كبريات الشركات متعددة الجنسيات أو مقصور على مؤسسات البحث المرموقة فيوسع الشركات الصغيرة والمتوسطة التي تملك أصولاً من البراءات أن تساهم أيضاً في مثل هذه العلاقات التجارية المدعومة بالبراءات أما الشركات الصغيرة والمتوسطة التي لا تملك أصولاً من البراءات فعليها أن تعتمد على العامل الزمني للاستفادة في الأسواق من ميزة أو خدمة عالية الجودة أو عوامل أخرى، والبلدان النامية والبلدان المتقدمة في ذلك سيان .

استراتيجية الملكية الفكرية في مجال براءة اختراع :

{ أقل ما يمكن عمله } :

١. عدم القيام بالإفشاء عن الاختراع .
٢. توثيق الاختراع في كافة مراحله .
٣. القيام بالبحث والتحرى عن براءات اختراع مشابهة .
٤. تقييم الأهمية التجارية للاختراع .
٥. تقديم طلبات براءات اختراع .

{ خطوات أكثر فاعلية } :

١. اتفاقيات التوظيف والاستشارة .
٢. اعتماد سياسة براءة اختراع للشركة .
٣. مراقبة التكنولوجيا .
٤. برنامج ترخيص .
٥. برنامج انفاذ .

ثانياً: العلامات التجارية :

تؤدي العلامات التجارية وظيفة قيمة على مستوى الاقتصاد الكلي إذ تساعد على تعريف مصدر المنتجات والتكنولوجيا وتساهم بالتالي في تعزيز المساءلة أمام المستهلك، وتؤدي أيضاً دوراً استراتيجياً في الشركات على مستوى التسويق، والانتفاع بالعلامات لأغراض الترويج لدى المستهلك هو أكثر الاستعمالات شيوعاً إذ يساهم في تعزيز مبيعات المنتجات، بيد أن استعمال العلامات صار أكثر تطوراً وتنوعاً .

وتساعد العلامات التجارية على توطيد العلاقة مع المستهلك، وتبين الدراسات أن دور استبقاء المستهلك في تحقيق الأرباح يعادل دور استقطاب مستهلكين جدد، وقد ساهم خفض حالات فقدان الزبائن بنسبة خمسة في المائة فقط في توليد ٨٥ في المائة من الأرباح الإضافية في فرع أحد المصارف و ٥٠ في المائة من الأرباح الإضافية في شركة تأمين و ٣٠ في المائة من الأرباح الإضافية في شركة محطات صيانة السيارات ، وإلي جانب النهوض بمبيعات المنتجات وتوطيد العلاقة مع المستهلك ، فإن العلامات التجارية تساعد مالكيها على زيادة نسبة الأرباح والرد على المنافسة غير المشروعة وتوسيع حصتها من السوق والحفاظ عليها وتمييز منتجاتها وطرح منتجات جديدة وتحصيل الإتاوات من خلال برامج الترخيص ، ودعم الشراكات الاستراتيجية والتحالفات التسويقية وتأكيد وزن الشركات في المعاملات المالية .

والعلامة التجارية هي أيضاً أحد العناصر الأساسية في عقود الامتياز، وتقدر الرابطة الدولية للحاصلين على حقوق الامتياز أن عقود الامتياز تمثل ثلث جميع المبيعات بالتجزئة في الولايات المتحدة الأمريكية، بما في ذلك مبيعات شركات مثل ماكدونالدز وكوكا كولا وجنرال موتورز وريماكس، وتعد استراتيجية الانتفاع بالعلامة التجارية مع عقود الامتياز نموذجاً تجارياً فعالاً في العديد من البلدان .

ومن تجليات مستوى التعقيد الذي يبلغه الانتفاع بالعلامات التجارية الترخيص الذي يخص شخصية هاري بوتر من سلسلة كتب الأطفال الشهيرة بقلم ج . ك . راولين ، وكانت شركة وارنر براذرز هي التي اكتسبت حقوق تسويق المصنف على الصعيد العالمي، واندثشت أمام نجاح الفيلم السينمائي "هاري بوتر وحجرة الساحر" الذي سجل إحصائيات في التاريخ، فحققت الشركة أرباحاً تبلغ حوالي ٩٣,٥ مليون دولار في الأيام الثلاثة الأولى، وكانت شركة وارنر براذرز قد قسمت حقوق الترخيص فيما بين مختلف شركائها التجاريين والحاصلين على تراخيصها ، إذ حصلت "هاسبرو" على حقوق توزيع البطاقات التجارية والألعاب الإلكترونية للأطفال، وحصلت منافستها

"ماتيل" على حقوق صنع اللعب، وحصلت شركة أخرى على حقوق صنع الحلوى التفاعلية، وحصلت شركة "إلكترونيك آرتس" { وهي شركة متخصصة في صنع برامج التسلية عن طريق الحاسب } على حقوق صنع ألعاب هاري بوتر على الحاسب والفيديو، وحصلت كوكا كولا أيضا على حقوق أخرى تتعلق بتسويق الفيلم السينمائي، وفي ظل هذه الشبكة المعقدة من الاتفاقيات والعقود ، يصبح ترخيص العلامة التجارية وسيلة تمكن من "توسيع نطاق العلامة" والاشتراك في التسويق بحيث يساعد كل منتج على بيع المنتجات الأخرى من خلال تعزيز شعبية الشخصية المعنية .

ولقد تغيرت أوجه الانتفاع بالعلامات التجارية وزادت تعقيدا مع تزايد أهمية التكنولوجيا كأحد مكونات المشروعات التجارية ، مثل استعمالها للدلالة على احترام معايير السلامة واستيفاء المواصفات التقنية وتطابق التشغيل في الأنظمة التقنية المعقدة، وهناك اتجاه آخر تقوده التكنولوجيا حيث أثار بروز الإنترنت عددا من القضايا الصعبة فيما يتعلق بتداخل أسماء الحقوق والعلامات التجارية .

وأصبحت بعض العلامات التجارية "إيقونات ثقافية" إذ تجاوز نطاق الانتفاع بها دائرة الترخيص التجارية إلى الأفراد والمنظمات الخيرية والأمم التي تسعى إلى التعريف بخصائصها المميزة ، وعلى سبيل المثال تسعى نجمة ريكيافيك { أيسلندا } المطربة بيورك ، إلى نقل الصورة المنعشة وغير التقليدية التي تعكس طبيعة البلد، وعمدت اللجنة الصينية الأولمبية إلى إعادة تصميم الرمز الأولمبي للتعبير عن الحركة التي تميز تمارين تاي تشي الرياضية ، أما أسبانيا فتروج للأنشطة السياحية من خلال رمز أسبانيا المشمسة .

والعلامات التجارية أداة تجارية فعالة تساعد على إيصال صورة متكاملة ومركزة عن المنتجات والتكنولوجيا والثقافات والأفراد، ويمكن تجديد العلامات التجارية بلا نهاية على عكس البراءات وحق المؤلف ، وتشكل بالتالي ثروة قوية جدا من أصول الملكية الفكرية، وتصبح أكثر فعالية عند إدماجها ضمن استراتيجية تجارية وتسويقية شاملة، قد تغطي معاملات الترخيص والبيع التي تخص منتجات ناجحة وأشكال أخرى من الملكية الفكرية، بيد أنها قد تتضرر في حال كانت المنتجات والتكنولوجيا التي تميزها دون تطلعات المستهلك .

استراتيجية الملكية الفكرية في مجال العلامات التجارية :

{ أقل ما يمكن عمله } :

كتابة العلامة التجارية بخط واضح والحروف الرئيسية باللغة الإنجليزية .

١. عدم اختصار أو تغيير العلامة التجارية .

٢. إذا كانت العلامة التجارية مسجلة فيجب الإشارة لها بعلامة R .
٣. إضافة جملة تحذيرية علامة تجارية مسجلة لشركة X .
٤. البحث عن العلامة التجارية قبل الاستعمال والتسجيل .

خطوات أكثر فاعلية :

١. التسجيل مبكرا بالمكتب المختص للعلامات التجارية {محليا ودوليا} .
٢. تسجيل عنوان انترنيت لاسم يطابق العلامة التجارية .
٣. مراقبة الجودة .
٤. البدء بتطوير محفظة لعلامات تحمل موضوعا متناسقا .

McDonalds "Mc" Family Which Includes "McDLT" "MoNuggets,"
"McMuffin", and "Mckids".

خطوات أكثر تقدما على صعيد الفاعلية :

١. اتخاذ سياسة لتسجيل العلامة دولياً بصورة منظمة .
٢. إجراء تدقيق منتظم .
٣. اتخاذ برنامج انفاذ .
٤. استخدام خدمة مراقبة العلامة التجارية .
٥. برنامج ترخيص { إذا كان ذلك مناسباً } .

حق المؤلف والأنشطة الثقافية :

حق المؤلف باب في القانون ينص على حماية مصنفات التأليف الأصلية مثل الكتب والرسوم الهندسية المعمارية والمؤلفات الموسيقية وبرامج الحاسب، وتفسح الحماية القانونية المكتوبة لتلك المصنفات سجل أمام تطور الأنشطة الثقافية وانتشارها بالإضافة إلي المشروعات التكنولوجية القائمة على برامج الحاسب وسائر مجالات التكنولوجيا .

ففي الولايات المتحدة الأمريكية مثلا بلغ إجمالي مساهمة القطاعات القائمة على حق المؤلف في سنة ٢٠٠١ حوالي ١٤١,٢ مليار دولار أمريكي في اقتصاد البلد مما يشكل حوالي ٧,٧٥ في المائة من الناتج المحلي الإجمالي .

وفيما يلي نبذة موجزة عن التأليف الموسيقي وهي مثال عن دور حق المؤلف والحقوق المجاورة في الأنشطة الثقافية، والأغنية، أو بالأحرى القطعة الموسيقية، هي نقطة البداية في المشروع ككل الذي يقوم عليه النموذج التجاري في قطاع الموسيقى، ويملك كاتب الأغنية أو الملحن جميع حقوق المؤلف في العمل الموسيقي عند تثبيته أي عندما يثبت ماديا إما بالعلامات الموسيقية { النوتة } أو بالتسجيل التناظري أو الرقمي، وبعد الإبداع أو التثبيت، حسب التشريع الوطني، تدخل الحماية بموجب حق المؤلف حيز التنفيذ تلقائيا ودون أية إجراءات شكلية إضافية .

وقد طرح ظهور التكنولوجيا الجديدة في وسائل الإعلام والمعلومات والاتصالات وتطورها مثل مسجلات شرائط الفيديو في نهاية السبعينات والثورة الرقمية في الثمانينات وشبكة الإنترنت في التسعينات – تحديات مستمرة أمام قوانين حق المؤلف والقطاع الثقافي والأوساط الثقافية التي تنشط وتزدهر في إطار تلك القوانين .

واكتسحت الأقراص المدمجة سوق الأسطوانات التقليدية والشرائط الموسيقية ففتحت بذلك فرصة أمام شركات الموسيقى لبيع منتجاتها من جديد في شكل أقراص مدمجة ، ويلاحظ اليوم تطور مماثل في قطاع الإنتاجات السمعية البصرية في أشكال رقمية، وتتميز أقراص الفيديو الرقمية بجودة الصورة ودقتها وأسعارها المعقولة، وظهر اليوم جيل جديد من مستهلكي الإنتاجات السمعية البصرية بذلك الشكل الجديد، بما فيها تلك التي كانت في عداد المنتجات غير المجدية اقتصاديا، بيد أن محتويات أقراص الفيديو الرقمية تتميز أيضا بسهولة نسخ محتوياتها ونشرها على مواقع الإنترنت، وهكذا تصبح ملايين النسخ عرضة للقرصنة .

وتبذل في القطاع السمعي البصري جهود جمة لمنع تلك الممارسات أو وقفها في حين حدوثها ، والمطالبة بتوقيع عقوبات مدنية أو جنائية على مرتكبيها، وتعد التدابير التكنولوجية، كالتشفير مثلا، من الوسائل الأساسية في منع القرصنة الرقمية، ولذلك الغرض تضم أحدث معاهدات الويبو في مجال حق المؤلف والحقوق المجاورة، وهما معاهدة الويبو بشأن حق المؤلف ومعاهدة الويبو بشأن الأداء والتسجيل الصوتي، أحكاما خاصة تحظر التحايل على تدابير الحماية التكنولوجية في المصنفات المحمية بموجب حق المؤلف .

استراتيجية الملكية الفكرية – حق المؤلف :

{ أقل ما يمكن عمله } :

١. الإعلان عن حقوق المؤلف { حسن البدر اوي C جميع الحقوق محفوظة 2004 } .

٢. التحقق من أي شخص قد يعتدى على حقوق المؤلف التابعة للشركة .
٣. علاقة الشركة بالموظفين والمستشارين يجب أن تكون منظمة .
٤. اتخاذ تدابير الحماية التكنولوجية حفاظاً على الحقوق .
٥. وضع نظام انفاذ فعال .

... وبعد ...

فإذا كانت حقوق الملكية الفكرية قد احتضنتها نظرية القانون وعلومه من أجل توفير الحماية لها، أو بعبارة أخرى إذا كان القانون قد أجاب على سؤال هو : كيف تحمي حقوق الملكية الفكرية ، فإن علم الاقتصاد يجيب على سؤال أولى وهو : لماذا تحرص الدول على حماية تلك الحقوق .

[نهاية الوثيقة]