

SCT/40/3

الأصل: بالإنكليزية

التاريخ: 12 سبتمبر 2018

اللجنة الدائمة المعنية بقانون العلامات التجارية والتصاميم الصناعية والمؤشرات الجغرافية

الدورة الأربعون

جنيف، من 12 إلى 16 نوفمبر 2018

**ملخص مختلف ممارسات الفحص المتعلقة بالعلامات التجارية التي تتكون من أسماء بلدان أو تحتوي
عليها**

وثيقة من إعداد الأمانة

1. بناء على طلب من اللجنة الدائمة المعنية بقانون العلامات التجارية والتصاميم الصناعية والمؤشرات الجغرافية (لجنة العلامات)، عُقدت جلسة إعلامية بشأن أسماء البلدان (انظر الوثيقة SCT/IS/CN/GE/18/1) في 24 أبريل 2018، في إطار الدورة التاسعة والثلاثين للجنة العلامات التي عُقدت في جنيف في الفترة من 23 إلى 26 أبريل 2018 (ويشار إليها فيما يلي باسم "الجلسة الإعلامية"). وكانت الجلسة الإعلامية في شكل مائدة مستديرة عُقدت بإدارة منسق وتناولت الممارسات التي تتبعها المكاتب فيما يتعلق بفحص العلامات التجارية التي تتكون من أسماء بلدان أو تحتوي عليها، مع مراعاة وجهات نظر المستخدمين.
2. وفي ختام الدورة التاسعة والثلاثين للجنة العلامات، "أحاط الرئيس علماً برضا لجنة العلامات عن الجلسة الإعلامية بشأن أسماء البلدان. والتمس الرئيس من الأمانة أن تُعد وثيقة تلخص فيها مختلف ممارسات الفحص المتعلقة بالعلامات التجارية التي تتكون من أسماء بلدان أو تحتوي عليها، كما عرضها المتحدثون في الجلسة الإعلامية المذكورة" (انظر الفقرتين 12 و13 من الوثيقة SCT/39/10).

3. وتحتوي هذه الوثيقة على الملخص المطلوب، وهو مُستق وفقاً للخطوات التي تتخذها المكاتب في فحص العلامات التي تتكون من أسماء بلدان أو تحتوي عليها، كما نوقشت خلال الجلسة الإعلامية. وينقسم الملخص إلى ثلاثة أجزاء هي: (أ) تحديد ما إذا كانت العلامة الواردة في الطلب تتعلق باسم أحد البلدان، (ب) ورفض أسماء البلدان بعينها، (ج) وتقييم الطابع المميز أو الوصفي أو المضلل للعلامة.

4. وعلاوة على ذلك، ناقش المتحدثون في الجلسة الإعلامية مسألة أسماء البلدان باعتبارها من عناصر سيادة الدولة أو من عناصر شهرة البلد أو سمعته. وتلخص هذه الوثيقة أيضاً المناقشات التي دارت بشأن هذه النقطة.

ملخص ممارسات الفحص

(أ) تحديد ما إذا كانت العلامة الواردة في الطلب تتعلق باسم أحد البلدان

5. في بداية عملية الفحص، تحتاج المكاتب إلى تحديد ما إذا كان طلب العلامة يتعلق فعلاً باسم أحد البلدان. وأبرزت الممارسات التي عُرضت خلال الجلسة الإعلامية اتباع نهجين للتحقق من ذلك: (1) نهج يستند إلى قائمة محدّدة مسبقاً بأسماء البلدان، (2) ونهج يترك الحرية للفاحصين في استخدام جميع أنواع الأدلة المتاحة لهم.

النهج المستند إلى قائمة محدّدة مسبقاً بأسماء البلدان

6. وفقاً لهذا النهج، يستند الفاحصون إلى مصدر حدّده المكتب مسبقاً لبيان أن اسماً ما يتعلق باسم أحد البلدان. ويمكن، على سبيل المثال، أن يكون المصدر مكوناً من قائمة وضعها المكتب وحدثها أو قائمة الدول الأعضاء في الأمم المتحدة أو قاعدة البيانات الخاصة بالمادة 6^(ثالثاً) أو الاتفاقات الثنائية بين البلدان أو معايير الويبو.

7. وترى المكاتب التي تتبع هذا النهج أن استخدام مصدر رسمي لتحديد أن اسم ما هو اسم لأحد البلدان يضمن اتساق الممارسات، فضلاً عن ضمان المساواة في معاملة جميع البلدان.

النهج غير المستند إلى قائمة محدّدة مسبقاً بأسماء البلدان

8. في مكاتب أخرى، لا يعتمد الفاحصون على مصدر محدّد مسبقاً لبيان أن مصطلحاً ما هو اسم لأحد البلدان. وفي تلك المكاتب، يجوز للفاحصين استخدام جميع أنواع الأدلة المتاحة لهم، بما في ذلك البحث على شبكة الإنترنت والتعويل على ما يملكونه من معارف وثقافة. وعادة ما يتعلق السؤال الأساسي في تلك المكاتب بالدلالة الأولى للمصطلح لدى المستهلك العادي. ويلزم أن يقيم الفاحصون في تلك المكاتب إن كان المستهلك العادي ينظر إلى المصطلح باعتباره اسم بلد في سياق استخدامه في الطلب المودع. فعلى سبيل المثال، قد يعتبر المستهلك العادي، حسب السياق، الاسم نفسه اسم بلد أو اسماً بدون دلالة جغرافية (فكلمة فرنسا تشير، مثلاً، إلى اسم بلد واسم امرأة في الوقت ذاته). وبالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يعتبر المستهلكون بعض المصطلحات، التي ليست أسماء رسمية لبلدان بعينها، أنها تشير إلى أحد البلدان وعليه تمثل دلالة جغرافية (مثل الأسماء التاريخية للبلدان والأسماء الرمزية والترجمات أو العبارات التي تستخدم عادة للإشارة إلى أحد البلدان).

9. وبشكل عام، ترى المكاتب التي تتبع هذا النهج أن اتساق الممارسات يمكن تيسيره من خلال عقد اجتماعات منتظمة وتبادل المعلومات وتدريب الفاحصين.

(ب) رفض أسماء البلدان بعينها

10. تنص بعض الولايات القضائية على حظر تسجيل أسماء البلدان عندما تكون العنصر الوحيد الذي تتكون منه العلامة. وفي تلك النظم، ما إن يصدر القرار بأن العلامة المبيّنة في الطلب تتكون من اسم أحد البلدان، يرفض المكتب تسجيل اسم البلد، دون إجراء عمليات فحص أخرى لتحديد الطابع المميز للعلامة.*

11. وفي بعض الأحيان، يستند هذا الحظر العام لتسجيل اسم أحد البلدان إلى حكم محدّد في القانون، ويسوّغ هذا الحظر استحالة امتلاك مشروع فردي اسم بلد من البلدان.

12. وبشكل عام، متى احتوت العلامة على اسم بلد ما بالإضافة إلى عناصر أخرى، تقوم المكاتب المذكورة آنفاً بتقييم الطابع المميّز أو الوصفي أو المضلل للعلامة في مجملها.

(ج) تقييم الطابع المميّز أو الوصفي أو المضلل للعلامة

13. أوضحت الفقرتان 10 و12 أعلاه أن بعض المكاتب لا تقيّم الطابع المميّز أو الوصفي أو المضلل للعلامة فيما يتعلق باسم بلد ما إلا إن كانت العلامة تحتوي على اسم بلد إلى جانب عناصر أخرى، وتمتنع عن ذلك التقييم عندما تكون مكونة من اسم بلد فقط. وتجري مكاتب أخرى ذلك التقييم على جميع العلامات التي تتكون من أسماء بلدان أو تحتوي عليها.

14. وأبرزت الجلسة الإعلامية مختلف النهج التي تتبعها المكاتب لتقييم الطابع المميّز أو الوصفي أو المضلل للعلامة التي تتكون من أسماء بلدان أو تحتوي عليها؛ وأبرزت الجلسة تحديداً أوجه تباين في مراعاة وتقييم دور المستهلك وجمه نظره. ويرد أدناه ملخص تلك النهج.

الطابع المميّز

15. تُرفض العلامات التي تتكون حصراً من أسماء بلدان في بعض المكاتب لأنها تعتبر غير مميّزة بالقدر الكافي. وحينما لا تكون العلامة مكونة حصراً من اسم بلد بل تحتوي عليه، يرجح بقدر كبير احتمال اعتبار المكتب تلك العلامة علامة مميّزة.

16. وفي مكاتب أخرى، يمكن اعتبار كلا من العلامات التي تتكون من أسماء بلدان أو تحتوي عليها علامات مميّزة، حسب وجهة نظر المستهلك إزاءها وبمراعاة السلع والخدمات التي يُلتمس بشأنها الحصول على حماية العلامة. وعلى الرغم من الطبيعة الاستثنائية لاعتبار علامة تتكون من اسم بلد فقط علامة مميّزة، لا تستبعد بعض المكاتب إمكانية هذا الأمر في ظل ظروف مقيدة للغاية، مثلاً في حالة اكتساب السمة التمييزية.

الطابع الوصفي

17. عندما تكون العلامة مكونة حصراً من اسم أحد البلدان ويكون منشأ السلع أو الخدمات في ذلك البلد، فإن الطابع الوصفي يشكّل عادة مسوّغاً لرفضها. وبشكل عام، متى احتوت العلامة على اسم بلد ما بالإضافة إلى عناصر أخرى، يجري عموماً تقييم السمة الوصفية للعلامة ككل.

* في نظم قانونية أخرى، يمكن تجاوز ذلك الرفض رهناً بتصريح من الهيئة المختصة في البلد المعني.

18. وتقيم بعض المكاتب السمة الوصفية للعلامة وما إذا كانت العلامة تتكون حصراً من اسم بلد أو تحتوي عليه، مع مراعاة وجهة نظر المستهلك. ولذلك فإن مدى وصف اسم البلد لمنشأ السلع والخدمات أمر يحدده المكتب في كل حالة على حدة. فعلى سبيل المثال، تتساءل بعض المكاتب عما إذا كان من الواقعي أن يعبر الاسم الجغرافي عن منشأ السلع (كأن نقول القطب الشمالي للتعبير عن الموز). وتحلل مكاتب أخرى أيضاً مدى احتمال تصديق المشتري أن منشأ السلع أو الخدمات هو البلد المعني فعلاً بعد أن تكون قد تبينت أن العلامة تتعلق باسم بلد وأنه منشأ تلك السلع والخدمات. وتجب بعض المكاتب على هذه الأسئلة مع مراعاة الوضع وقت إيداع الطلب فقط، بينما تراعي مكاتب أخرى أي احتمال متعلق بإمكانية إنتاج السلع في البلد في المستقبل.

19. وفي حالة العلامات التي تحتوي على اسم بلد بالإضافة إلى عناصر مميزة أخرى، تقبل بعض المكاتب تسجيل العلامة عندما يكون منشأ السلع في ذلك البلد، شريطة أن تكون قائمة السلع منحصرة على السلع التي تنشأ في ذلك البلد. والغرض الأساسي من هذا النهج هو تجنب تضليل المستهلك فيما يتعلق بمنشأ السلع.

20. وترى مكاتب أخرى أن اسم البلد عنصر وصفي يلزم التنازل عنه حتى في حالة دمج مع عناصر أخرى في العلامة.

21. وتضع بعض المكاتب في قوانينها نصوصاً خاصة بشأن الانتفاع العادل يُحظر بموجبه على صاحب العلامة التي تحتوي على مصطلح جغرافي وصفي أن يمنع آخرين من استخدامه.

الطابع المضلل

22. عندما تكون العلامة مكونة حصراً من اسم أحد البلدان ولا يكون منشأ السلع أو الخدمات في ذلك البلد، فإن الطابع المضلل يشكل عادة مسوّغاً لرفضها.

23. وفي بعض المكاتب، تخضع الطبيعة المضللة للعلامة إلى التقييم مع مراعاة وجهة نظر المستهلك العادي فيما يتعلق بمنشأ السلع، مع مراعاة كل حالة على حدة. وفي تلك المكاتب، لا يؤدي عدم وجود منشأ السلع في المكان المشار إليه، بالضرورة، إلى اعتبار العلامة مضللة. ولكنها تُعتبر مضللة إن ثبت ما يلي: (1) عدم وجود منشأ السلع في المكان، (2) واحتمال ظنّ المشتري أن منشأ تلك السلع يوجد في ذلك المكان (مثلاً عندما يكون لاسم البلد سمعة جيدة تتعلق بالسلع أو الخدمات المذكورة في الطلب). وعلاوة على ذلك، قد يُشترط وجود عنصر ثالث للخلوص إلى أن العلامة مضللة وهو (3) أن يكون المنشأ غير الصحيح المبين في العلامة عاملاً مؤثراً بالفعل في اتخاذ المستهلك لقرار شراء السلع أو استعمال الخدمات.

أسماء البلدان باعتبارها من عناصر السيادة أو من عناصر شهرة البلد أو سمعته

24. في ختام المناقشات، طُرح السؤال بشأن ما إذا كان للبلدان الحق في التحكم في اسمها. وأجاب بعض المتحاورين على هذا السؤال بالإيجاب، ما يبرر المعاملة التي تولى إلى أسماء البلدان في مكاتبتهم خلال فحص طلبات العلامات التجارية التي تتكون من أسماء بلدان أو تحتوي عليها. ووفقاً لذلك الرأي، لا تكمن مشكلة تسجيل أسماء البلدان في التضليل الذي قد ينجم عنه فقط، بل كذلك في الاحتكار الذي يكتسبه كيان خاص ويؤدي إلى حرمان البلد نفسه من التحكم في اسمه.

25. ويشير رأي آخر إلى أن ذلك النهج لا يراعي بالقدر الكافي سياق الاستخدام ولا وجهة نظر المستهلك. وحسب ذلك الرأي، فإن اعتبار اسم البلد ملك للبلد يُنشئ سؤالاً آخر ليست له إجابة إلى الآن وهو العنصر الذي يملكه البلد

بالتحديد (هل يشمل اسمه الرسمي فقط أم يشمل الصيغ الأخرى لاسمه وأسمائه الرمزية والأشكال المختصرة للاسم وترجماته؟).

26. وطرح سؤال آخر في هذا الصدد عن ما إذا كان اسم البلد عنصراً أساسياً من عناصر شهرة البلد أو سمعته. والسؤال المترتب عليه هو ما إذا كان ينبغي أن تكون البلدان في وضع يسمح لها بالسيطرة على السمعة والشهرة المرتبطتين باسمها من خلال آليات معترف بها دولياً. وردّ بعض المتحاورين بالإيجاب على السؤال الأخير. ومع ذلك، رد متحاورون آخرون قائلين إن الإجابة على هذا السؤال تستلزم مراعاة الواقع الدستوري لكل بلد. ففي بعض البلدان، لا تتمتع الحكومات بسلطة دستورية للسيطرة على سمعة البلد أو شهرته، بل تتمتع فقط بالقدرة على تنظيم حالات إحداث الالتباس والتضليل لدى المستهلك.

الخاتمة

27. أظهرت الجلسة الإعلامية نهجين واسعين تتبعهما المكاتب في فحص أسماء البلدان في طلبات تسجيل العلامات التجارية. ففي بعض الولايات القضائية، تُعامل أسماء البلدان باعتبارها فئة خاصة من العلامات قد يتم استبعادها بعينها من التسجيل كعلامات تجارية. ويمكن تفسير ذلك تحديداً بأن أسماء البلدان تعتبر في تلك الولايات القضائية عنصراً من عناصر سيادة الدولة وتستحق بتلك لصفة أن تُشمل بالحماية. أما في ولايات قضائية أخرى فإن أسماء البلدان تُعامل شأنها شأن أي مصطلح جغرافي آخر، ولا تُستبعد من التسجيل إلا في حالة افتقارها إلى الطابع المميز أو في حالة اعتبارها وصفية أو مضللة. وعادة ما تكون وجهة نظر المستهلك العنصر الأساسي الذي يُراعى لتحديد ما إذا كان يمكن تسجيل اسم بلد كعلامة أو لا.

28. إن لجنة العلامات مدعوة إلى النظر في هذه الوثيقة.

[نهاية الوثيقة]