

SCT/43/8

الأصل: بالإنكليزية
التاريخ: 14 أكتوبر 2020

اللجنة الدائمة المعنية بقانون العلامات التجارية والتصاميم الصناعية والمؤشرات الجغرافية

الدورة الثالثة والأربعون
جنيف، من 23 إلى 26 نوفمبر 2020

الردود على الاستبيان الخاص بحماية العلامات الوطنية في الدول الأعضاء

وثيقة من إعداد الأمانة

1. في ختام الدورة الثانية والأربعين للجنة الدائمة المعنية بقانون العلامات التجارية والتصاميم الصناعية والمؤشرات الجغرافية (لجنة العلامات)، دعا رئيس اللجنة وفد بيرو إلى موافاة الأمانة باقتراح مشروع استبيان بشأن حماية العلامات الوطنية في الدول الأعضاء. ودعا الرئيس الأعضاء إلى تقديم الأسئلة التي يرغبون في إدراجها في مشروع الاستبيان قبل 31 ديسمبر 2019 (الفقرة 23 من الوثيقة SCT/42/8). وتلقت الأمانة، بحلول ذلك التاريخ، مساهمات من الدول الأعضاء التالية: أستراليا والبرازيل وإكوادور وبيرو وسويسرا.

2. وجمعت الأمانة كل الأسئلة التي تلقتها في الوثيقة SCT/43/3 Rev.2، وأعدت على أساسها مشروع استبيان بشأن حماية العلامات الوطنية في

الدول الأعضاء. ونُشرت الوثيقة SCT/43/7 Prov. على الصفحة الإلكترونية المخصصة للجنة العلامات، وظل باب التعليق عليها عبر المنتدى الإلكتروني للجنة العلامات مفتوحاً حتى 31 مايو 2020.

3. وتلقت الأمانة، بحلول ذلك التاريخ، تعليقات من الدول الأعضاء التالية: بيلاروس وشيلي وكوستاريكا واليابان وبيرو والولايات المتحدة الأمريكية (6). وأرسل الاتحاد الأوروبي أيضاً تعليقاته (1). وفضلاً عن ذلك، أرسلت المنظمات غير الحكومية التالية تعليقاتها إلى الأمانة: الاتحاد الدولي لمحامي الملكية الفكرية (FICPI) والجمعية الدولية للعلامات التجارية (INTA) (2).

4. واستناداً إلى التعليقات الواردة، أعدت الأمانة النسخة النهائية من الوثيقة SCT/43/7 "استبيان بشأن حماية العلامات الوطنية في الدول الأعضاء" ودعت الدول الأعضاء إلى الرد على الاستبيان بحلول 23 سبتمبر 2020 عن طريق أداة إلكترونية لاستطلاع الآراء متاحة باللغات الإنكليزية والعربية والصينية والفرنسية والروسية والإسبانية.

5. وتلقت الأمانة، بحلول ذلك التاريخ، ردوداً من الدول الأعضاء التالية: الجزائر، والبحرين، والبرازيل، وكندا، وكولومبيا، وكوستاريكا، وكرواتيا، والجمهورية التشيكية، والدانمرك، وإكوادور، وإستونيا، وفرنسا، وجورجيا، وألمانيا، وهنغاريا، وآيسلندا، واليابان، وقيرغيزستان، وليتوانيا، ومدغشقر، والمكسيك، والجبل الأسود، والمغرب، وهولندا، وعمان، وبيرو، والفلبين، والبرتغال، وجمهورية كوريا، وجمهورية مولدوفا، والمملكة العربية السعودية، وسيشيل، وسنغافورة، وإسبانيا،

والسودان، والسويد، وسويسرا، وتايلند،
وأوكرانيا، والمملكة المتحدة، والولايات
المتحدة الأمريكية، وأوروغواي، وأوزبكستان،
وفيت نام (44). وأرسل الاتحاد الأوروبي أيضاً
رده على الاستبيان (1).

6. ويعرض مرفق هذه الوثيقة كل الردود الواردة
على الاستبيان على شكل بيانات إحصائية.

7. إن لجنة
العلامات مدعوة إلى
النظر في مضمون
هذه الوثيقة.

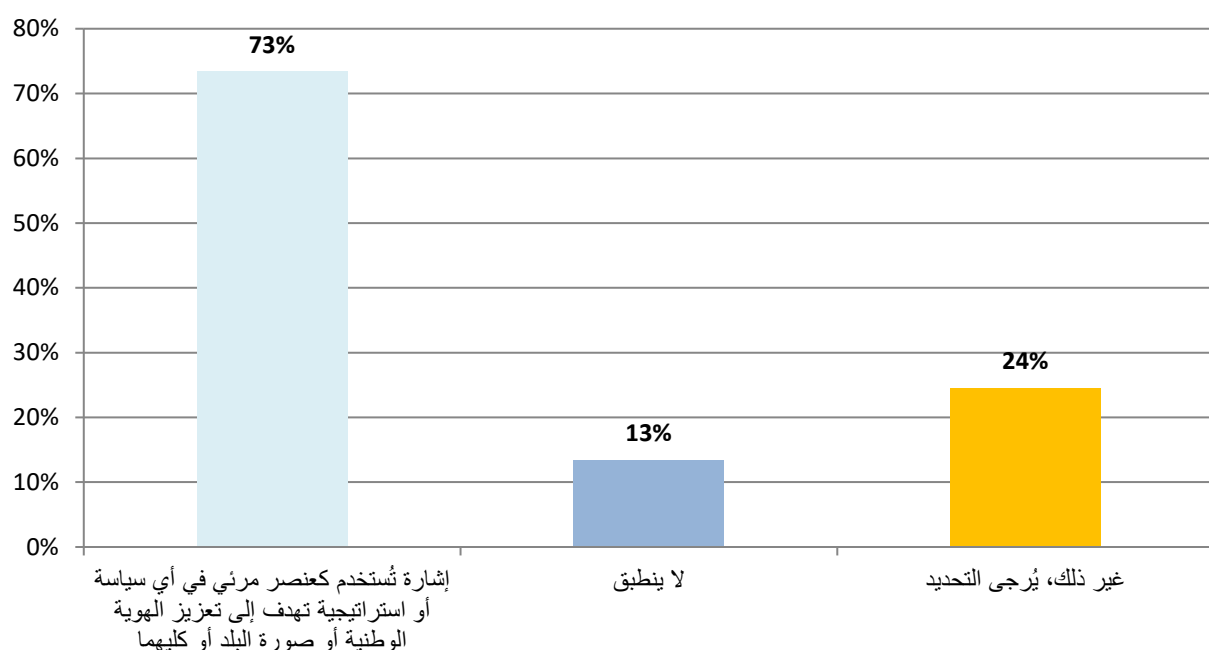
[يلي ذلك المرفق]

استبيان بشأن حماية العلامات الوطنية في الدول الأعضاء

الجزء الأول: تعريف العلامة الوطنية والأساس المنطقي السياساتي والمحتوى

السؤال 1 - في البلد المجيب، يمكن وصف العلامة الوطنية بأنها:

(يحتمل السؤال أكثر من إجابة واحدة)



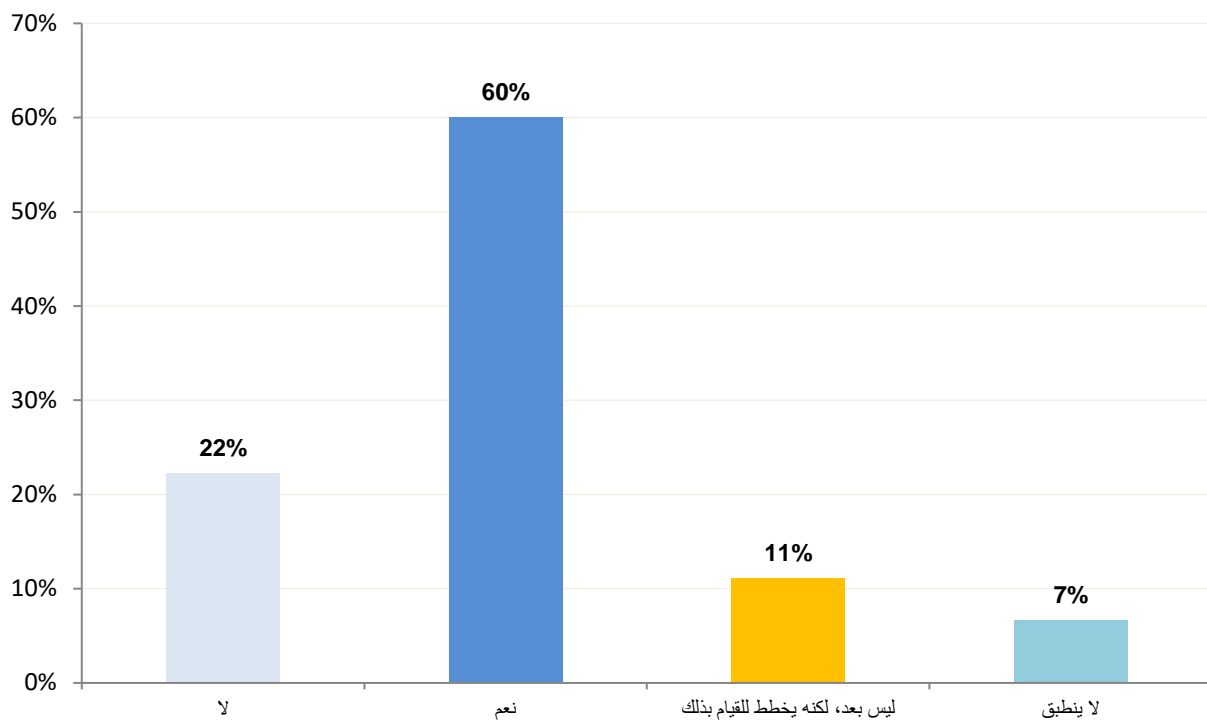
الردود	الاختيارات
33	إشارة تُستخدم كعنصر مرئي في أي سياسة أو استراتيجية تهدف إلى تعزيز الهوية الوطنية أو صورة البلد أو كليهما
6	لا ينطبق
11	غير ذلك، يُرجى التحديد
45	مجموع المجيبين

البلد	غير ذلك، يُرجى التحديد
-------	------------------------

1.	مساعدة صناعة الأغذية والزراعة الكندية في تمييز منتجاتها محلياً ودولياً بوصفها منتجات كندية.	كندا
2.	تُفهم العلامة الوطنية بأنها الإشارة المستخدمة لتمييز القيم الاجتماعية والاقتصادية للبلد وتنوعه البيولوجي وصورته وسمعته وغيرها من القيم، والترويج لها وإبرازها.	إكوادور
3.	تحديد إجراءات الدولة وإعلاناتها تحديداً أفضل بغية توضيح المعلومات وجعلها مفهومة للمواطنين (علامة الدولة).	فرنسا
4.	لا نطلق مصطلح العلامة الوطنية على الإشارة المرئية أو الهوية المحددة لسياسات البلد أو استراتيجياتها فحسب. وإنما هي مزيج فريد ومتعدد الأبعاد من العناصر يشير إلى الإدراك والفهم المباشرين وغير المباشرين لثقافة البلد وتراثه وقيمه وشعبه وسياساته وسلوكياته وسمعه وصورته في أذهان الجمهور المستهدف.	ليتوانيا
5.	إشارة تُستخدم كعنصر مرئي أو غير مرئي في أي سياسة أو استراتيجية تهدف إلى تعزيز الهوية الوطنية أو صورة البلد.	مدغشقر
6.	التوسيم الوطني هو العملية التي تساعد في رسم صورة جيدة وإيجابية للبلد.	الجبل الأسود
7.	ليس لدينا مفهوم العلامة الوطنية كما هو موصوف. ومع ذلك، يمكن تسجيل العلامات التجارية (العلامات الفردية والجماعية وعلامات التصديق) المتعلقة بالهوية الوطنية و/أو صورة البلد وفقاً لقواعد العلامات التجارية المعمول بها.	هولندا
8.	العلامة التجارية هي ميزة يضعها التاجر ليميز منتجاته / خدماته عن بقية المنتجات/الخدمات المطروحة في الأسواق	عمان
9.	إشارة تُستخدم في سياسة أو استراتيجية تهدف إلى تعزيز الهوية الوطنية أو صورة البلد أو كليهما.	إسبانيا

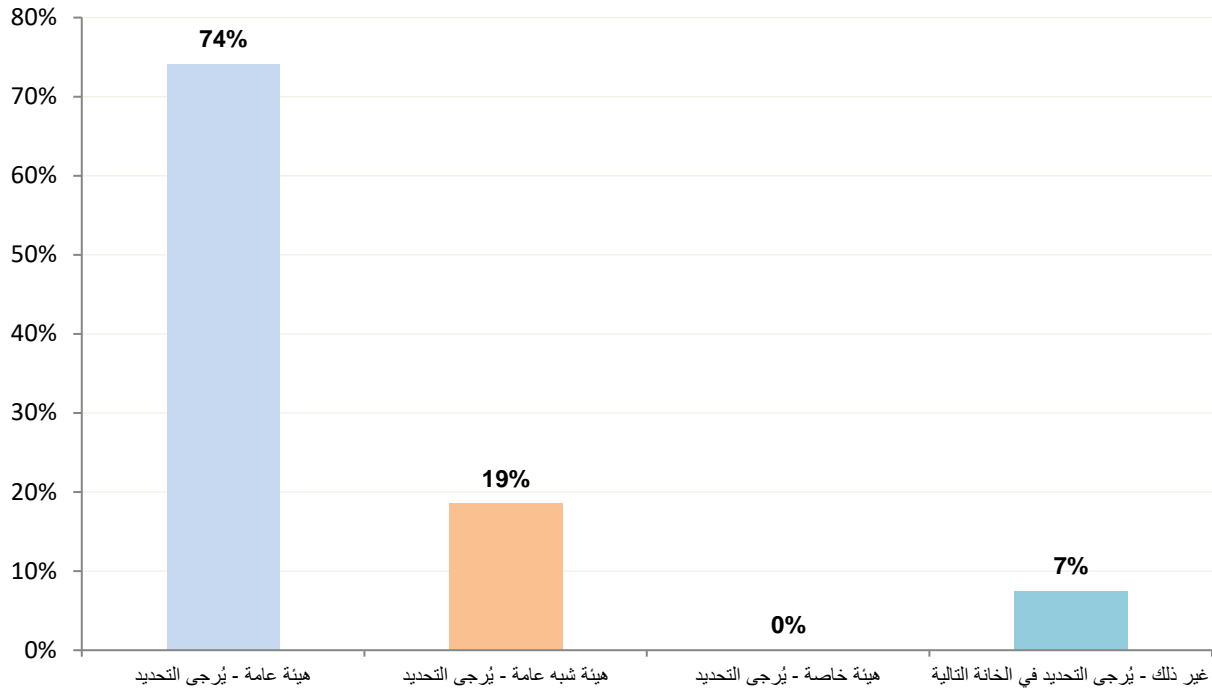
10. إشارة ذات نطاق وطني تُستخدم لتحديد الأنشطة التي تقوم بها الدولة مثل الأنشطة المضطلع بها في إطار برامج السياحة أو الترويج لمنتجات محددة أو الطاقة أو مسائل أخرى.	سويسرا
11. إشارة أو مجموعة من الإشارات تُستخدم بهدف الترويج للبلد في العالم.	أوكرانيا

السؤال 2 - هل اتخذ البلد المجيب أي [قرار] لوضع واستخدام إشارة يمكن وصفها على أنها علامة وطنية؟



الاختيارات	الردود
لا	22% 10
نعم	60% 27
ليس بعد، لكنه يخطط للقيام بذلك	11% 5
لا ينطبق	7% 3
مجموع المجيبين	45

إذا كانت الإجابة نعم، أي من الجهات التالية اتخذت القرار:



الردود		الاختيارات
20	%74	هيئة عامة - يُرجى التحديد
5	%19	هيئة شبه عامة - يُرجى التحديد
0	%0	هيئة خاصة - يُرجى التحديد
2	%7	هيئة أخرى - يُرجى التحديد
27		مجموع المجيبين

البلد	يُرجى التحديد
البرازيل	1 وزارة السياحة
كندا	2 حكومة كندا: وزارة الزراعة والأغذية الزراعية الكندية (AAFC)
كولومبيا	3 اتخذت الحكومة هذا القرار مباشرة في عام 2004.
كوستاريكا	4 اتخذ مكتب رئيس الجمهورية هذا القرار بالتنسيق مع مجلس كوستاريكا للسياحة (ICT) ووكالة كوستاريكا لترويج التجارة الخارجية (PROCIMER).
كرواتيا	5 وزارة السياحة والرياضة وغرفة التجارة الكرواتية
الدانمرك	5 اتخذت مؤسسة VisitDenmark هذا القرار
إكوادور	7 رئاسة الجمهورية.
إستونيا	3 اسم الهيئة شبه العامة هو Enterprise Estonia وهي تعمل تحت إشراف وزارة الشؤون الاقتصادية والاتصالات. ومؤسسة Enterprise Estonia هي مؤسسة وطنية تهدف إلى تنمية اقتصاد إستونيا. ويمكن الاطلاع على مزيد من المعلومات عبر الموقع الإلكتروني التالي: https://www.eas.ee/eas/?lang=en
فرنسا	6 جهاز المعلومات الفرنسي (يخضع لسلطة رئيس الوزراء).
ألمانيا	7 الحكومة الاتحادية
هنغاريا	1 وكالة السياحة المجرية
آيسلندا	2 هيئة من القطاعين العام والخاص اسمها "Promote Iceland" بالتعاون مع وزارة السياحة.
ليتوانيا	3 اتخذت حكومة جمهورية ليتوانيا خطوات لإنشاء العلامة الوطنية. ولا تزال المسابقة على

	إنشاء العلامة الوطنية جارية فلم تكن النتيجة النهائية معروفة في تاريخ إرسال الرد على الاستبيان.
الجبل الأسود	4 حكومة الجبل الأسود، وزارة الاقتصاد
المغرب	5 توجد علامات بحسب القطاع (الصناعة الحرفية والزراعة وما إلى ذلك). واتخذت القطاعات المعنية، مثل قطاع الصناعة التقليدية وقطاع الزراعة (وكالة التنمية الزراعية والمؤسسة المستقلة لمراقبة وتنسيق الصادرات)، هذا القرار.
عمان	6 عند ادخال البيانات يتطلب تحديد بان الطلب وطني اضافة الى الرقم التسلسلي للطلب واخيرا ان الاستمرات بين الطلب الوطني الدولي مختلفة تماما
بيرو	7 وكالة تشجيع الصادرات والسياحة في بيرو (PROMPERÚ).
جمهورية كوريا	3 الجهاز الكوري للثقافة والإعلام
جمهورية مولدوفا	8 على مر السنين، تم استحداث عدة علامات وطنية وحمايتها بوصفها علامات تجارية (رقم 21864، و26104، و32253 http://www.db.agepi.md/marcireprezentanti/Search.aspx). وسنشير في الاستبيان إلى الإشارة المسجلة بوصفها العلامة التجارية رقم 27307. وفي البداية، كانت الإشارة مسجلة باسم وكالة السياحة وهي هيئة إدارية مركزية تابعة للحكومة. ثم أعيد تنظيم وكالة السياحة عن طريق الدمج مع (استيعاب) وكالة الاستثمار.
سنغافورة	9 اتخذ القرار بالاشتراك بين هيئة عامة - وهي وزارة الاتصالات والمعلومات - وهيئتين شبه عامتين تابعتين لوزارة التجارة والصناعة هما مجلس السياحة في سنغافورة ومجلس التنمية الاقتصادية في سنغافورة.

إسباني أ	١ حكومة إسبانيا، عن طريق وزارة الشؤون الخارجية والاتحاد الأوروبي والتعاون (MAEUEC)
سويسرا	٢ قدّمت شركة فيدرالية طلب العلامة بموجب القانون العام. وهذه الشركة هي المسؤولة عن تشجيع الطلب على السفر وقضاء العطلات في سويسرا.
تايلند	٣ هيئة عامة: وزارة الزراعة والتعاونيات، ووزارة التجارة، وغيرهما. وهيئة شبه عامة: هيئة تايلند للسياحة وغيرها
أوكرانيا يا	٤ مجلس وزراء أوكرانيا
فيت نام	٥ وزارة الصناعة والتجارة

صور للعلامة (العلامات) الوطنية المستخدمة في البلدان المجيبة:

البلد	الصورة
1. البرازيل ل	
2. كندا	
3. كولومبيا ا	
4. كوستاريكا كا	
5. كرواتيا	<p>HRVATSKA, PUNA ŽIVOTA FULL OF LIFE</p> <div><p>Hrvatska kvaliteta</p><p>Croatian Creation</p><p>Izvorno hrvatsko</p><p>Croatian Quality</p></div>

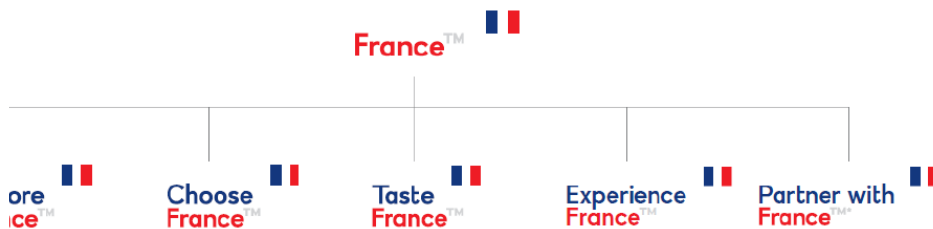


6. الدانمر
ك



7. إستونيا

8. فرنسا علامة فرنسا :



علامة الدولة :



9. جورجيا



10. ألمانيا





11. هنغاريا

INSPIRED BY ICELAND



13. الجبل
الأسود



14. المغرب



15. بيرو



16. جمهورية
مولد وفا



17. سنغافور
ة



18. إسبانيا



19. سويسرا



20. تايلند





21. أوكرايني
ا



UruguayNatural

22. أوروغوا
ي

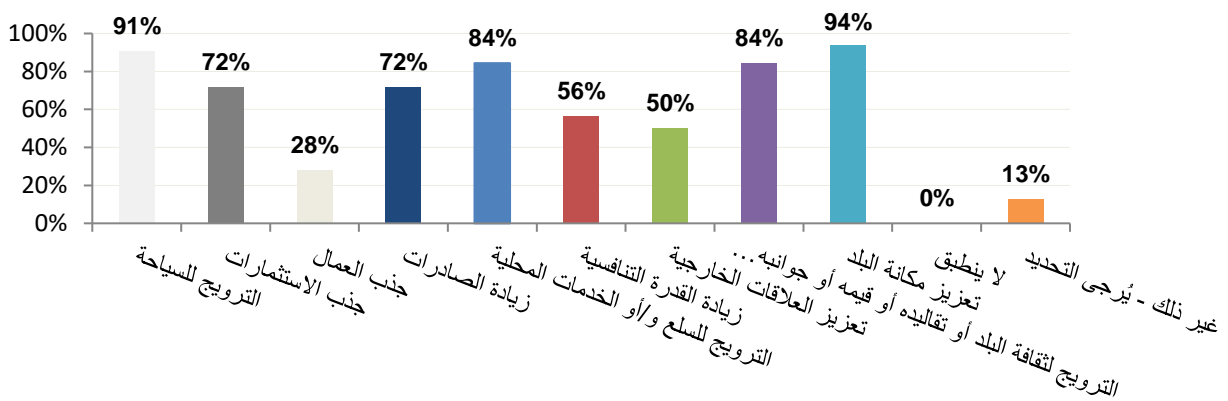


Vietnam Value

23. فييت
نام

السؤال 3 - ما هو الأساس المنطقي للسياساتي
الكامن وراء استحداث العلامة الوطنية المُشار
إليها في السؤال 2؟

(يحتمل السؤال أكثر من إجابة واحدة)



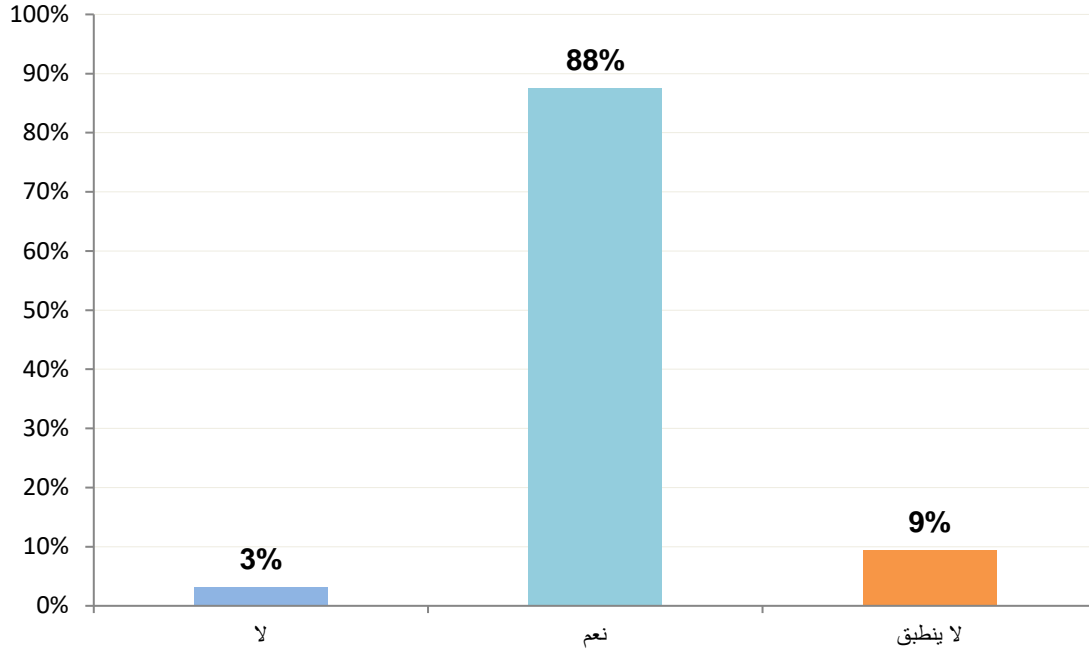
الردود	الاختيارات
29 %91	الترويج للسياحة
23 %72	جذب الاستثمارات
9 %28	جذب العمال
23 %72	زيادة الصادرات
27 %84	الترويج للسلع و/أو الخدمات المحلية
18 %56	زيادة القدرة التنافسية
16 %50	تعزيز العلاقات الخارجية
27 %84	الترويج لثقافة البلد أو تقاليده أو قيمه أو جوانبه الإيجابية داخلياً وخارجياً
30 %94	تعزيز مكانة البلد
0 %0	لا ينطبق
4 %13	غير ذلك - يُرجى التحديد
32	مجموع المجيبين

البلد	غير ذلك - يُرجى التحديد
ألمانيا	1. استقطاب الخريجين والمرشحين لنيل درجة الدكتوراه.
فرنسا	2. جعل تصريحات الدولة أوضح للمواطن (علامة فرنسا وعلامة الدولة).
أوكرانيا	3. وفقاً لمفهوم الترويج لأوكرانيا في العالم ومصالحتها في الفضاء المعلوماتي العالمي المعتمدين بموجب المرسوم رقم 739-p الصادر عن مجلس وزراء أوكرانيا بتاريخ 2016-10-11: - الترويج لأوكرانيا في موارد المعلومات العالمية وموارد المعلومات الوطنية في البلدان الأجنبية من أجل تعزيز مصالحها السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وتعزيز أمنها القومي والحفاظ على سلامة أراضيها؛ - رسم صورة إيجابية لأوكرانيا عن طريق نشر معلومات محايدة عن مزاياها التنافسية ومواطن قوتها وإنجازاتها على

المستوى العالمي وتعاونها على نطاق واسع مع المجتمع الدولي؛ - الاندماج في الفضاء المعلوماتي العالمي وتأكيد صورة أوكرانيا كشريك تجاري موثوق به ودولة ذات تاريخ وثقافة زاخرين وإمكانات كبيرة في الإنتاج والتصدير والسياحة والاستثمار؛ - الاضطلاع بأعمال منتظمة وسريعة ومنسقة ومشاركة بين المؤسسات في مجال إعداد معلومات صادقة وغير متحيزة عن أوكرانيا ونشرها في الفضاء المعلوماتي العالمي، وبخاصة فيما يتعلق بمناطقها المحددة، فضلاً عن تعزيز جاذبية أوكرانيا في مجالي السياحة والاستثمار.

4. الترويج للإسبانية. إسبانيا

السؤال 4 - (أ) هل تحتوي العلامة الوطنية، كلياً أو جزئياً، على اسم البلد (في صيغته الكاملة أو المختصرة)؟



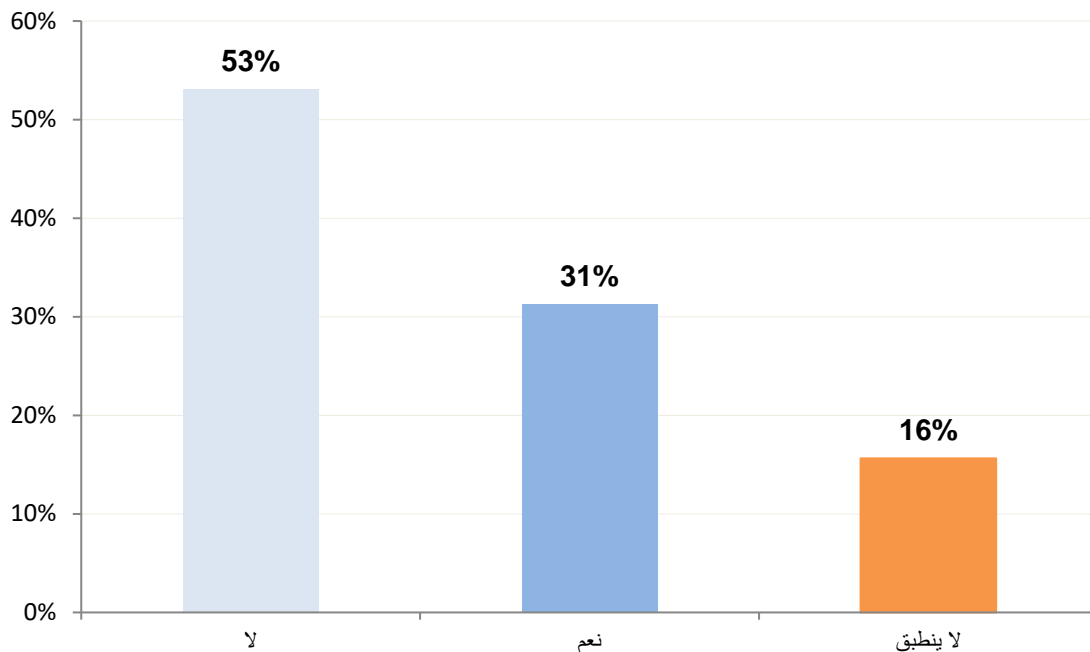
الردود	الاختيارات
1 3%	لا
28 88%	نعم
3 9%	لا ينطبق
32	مجموع المجيبين

إذا كانت الإجابة لا، يُرجى تحديد السبب.

الردود	البلد
1. يظهر اسم البلد في علامات وطنية أخرى للمالك نفسه. ومن الناحية العملية، تُستخدم العلامة حالياً مع اسم البلد.	سويسرا

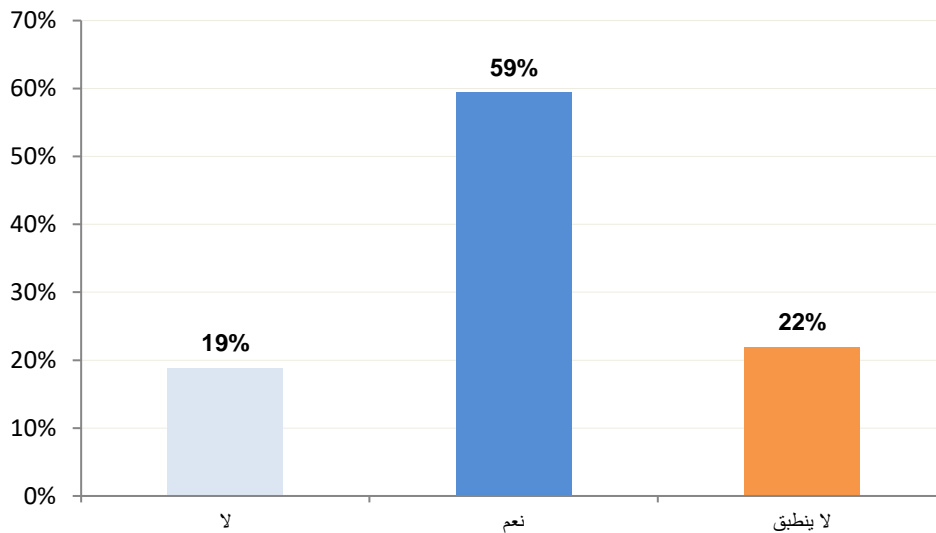
(ب) هل تحتوي العلامة الوطنية، كلياً أو جزئياً، على إشارة (إشارات) كانت موضوع إخطار بموجب المادة 6 (ثالثاً) من اتفاقية باريس لحماية

الملكية الصناعية (المُشار إليها فيما يلي باسم "اتفاقية باريس")؟



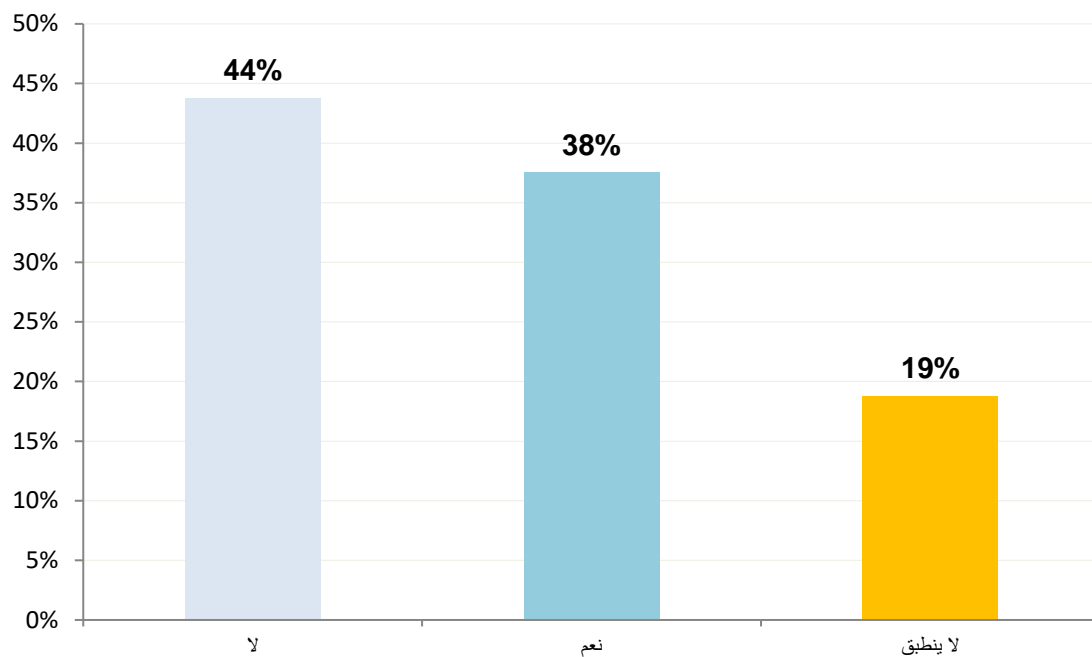
الاختيارات	الردود
لا	17 53%
نعم	10 31%
لا ينطبق	5 16%
مجموع المجيبين	32

(ج) هل تحتوي العلامة الوطنية، كلياً أو جزئياً،
على عناصر محمية بموجب علامة مسجلة؟



الاختيارات		الردود
لا	6	19%
نعم	19	59%
لا ينطبق	7	22%
مجموع المجيبين		32

(د) هل تحتوي العلامة الوطنية، كلياً أو جزئياً،
على رموز أخرى (على سبيل المثال: حيوانات
ونباتات وآثار)؟



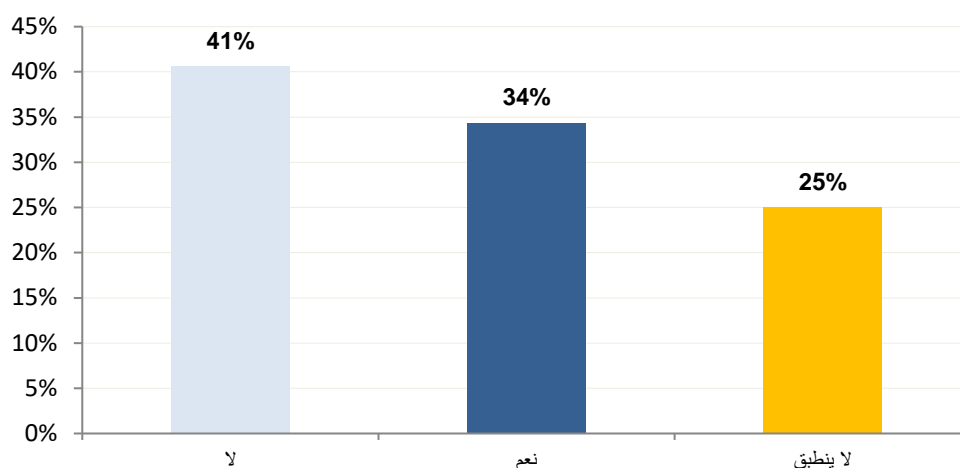
الاختيارات	الردود
لا	44% 14
نعم	38% 12
لا ينطبق	19% 6
مجموع المجيبين	32

إذا كانت الإجابة نعم، يُرجى التحديد.

الردود	البلد
1. يتكون الشعار من خمسة أشكال هندسية تمثل مناطق كولومبيا الخمس. ولكل منها لون ودلالة: فالأصفر للثروة، والأزرق للبحار وكل الموارد المائية في البلد، والأخضر للجبال والسهول، والأحمر للموهبة ودفع الشعب، والأرجواني لمجموعة متنوعة من الزهور (السحلبية). ويتكون عنصر الكلمة من "CO" وهو رمز البلد على الإنترنت وهو الرمز الدولي المكون من حرفين الذي عرفت به المنظمة الدولية لتوحيد المقاييس (ISO) البلد منذ عام 1974.	كولومبيا
2. عنصر على شكل قلب مع ألوان وشكل يشبه العلم الدانمركي	الدانمرك
3. إشارة على شكل حلزوني تمثل تركيز تنوع العالم في مركز الشكل.	إكوادور
4. زهور داليا بالألوان الوطنية لألمانيا	ألمانيا
5. ألوان العلم الوطني ولكن ليس على شكل علم.	هنغاريا
6. النسر ذو الرأسين.	الجبل الأسود
7. العلامة ربما تأخذ اشكال عديدة رسمة حيوان او نبات اي شكل يميزها عن بقية العلامات	عمان
8. تتكون الإشارة من رمز "شجرة الحياة" المرسوم على الطراز الوطني.	جمهورية مولدوفا

إسبانيا	9. شعار النبالة الوطني للعلامة الوطنية "Marca España" (علامة إسبانيا) وعنصر تصويري يشبه كرة أرضية للعلامة الوطنية "España Global" (إسبانيا العالمية).
سويسرا	10. إديلويس (كف الأسد).
تاييلند	11. الفيل والأرز والطاووس وغيرها
أوكرانيا	12. الرمز الدولي لدولة أوكرانيا "UA"

السؤال 5 - هل استُبدلت العلامة الوطنية أو عُدلت في السنوات الأخيرة؟



الردود	الاختيارات
13 41%	لا
11 34%	نعم
8 25%	لا ينطبق
32	مجموع المجيبين

إذا كانت الإجابة نعم، يُرجى الإشارة، إذا أمكن، إلى عدد المرات التي استُبدلت أو عُدلت فيها العلامة الوطنية والإشارة، وأسباب ذلك والسنوات التي طرأ فيها الاستبدال أو التعديل.

الردود	البلد
1. تغيرت في عام 2019 وحلت محل العلامة المنشأة في عام 2015.	البرازيل

2. عُيِّلَت العلامة الوطنية مرة واحدة في عام كولومبيا 2012.

وأطلقت الحملة الأولى تحت شعار "Colombia es Pasión" (كولومبيا الحبيبة) في عام 2005 وأدت إلى تسجيل علامات تجارية مختلفة. وتهدف العلامة إلى تحسين صورة الكولومبيين في العالم بالتعبير عن إبداعهم وحيلتهم ومواهبهم ودفئهم.

وفي عام 2012، أي بعد سبع سنوات من حملة "كولومبيا الحبيبة" الرامية إلى رفع مكانة البلد، اعتُبر من الضروري الاستعاضة عنها بعلامة تحتوي على عنصر أكثر عقلانية وحقائق وبيانات يمكن التحقق منها ولا تكون جملة وإنما اسم البلد ورمزها الدولي. ولذلك استُبدلت بالعلامة الوطنية الحالية.

3. فيما يخص علامة فرنسا: فرنسا

- إنشاء شعار France.fr في عام 2008؛
- إنشاء علامة فرنسا وعلامات للقطاعات الفرعية في عام 2019
وفما يخص علامة الدولة:

- إنشاء علامة حكومية في عام 1999 تجمع بين كل الهيئات الحكومية تحت شعار لماريان قابل للتعديل؛

- إنشاء علامة للدولة في عام 2020 تنطبق على الجهات العاملة للدولة فضلاً عن المستوى الوزاري والخدمات اللامركزية: ويستند هذا المعرف الجديد المتجانس للدولة إلى علامة ماريان المنقحة. وبتوحيد مختلف علامات الدولة، وُضعت هذه العلامة بوصفها استراتيجية لعلامة الدولة.

4. ثلاث مرات في السنوات العشرين الماضية من أجل تحديث العلامة ودمج شعار مصور ومكتوب جديد. وكانت أحدث مرة في عام 2018.

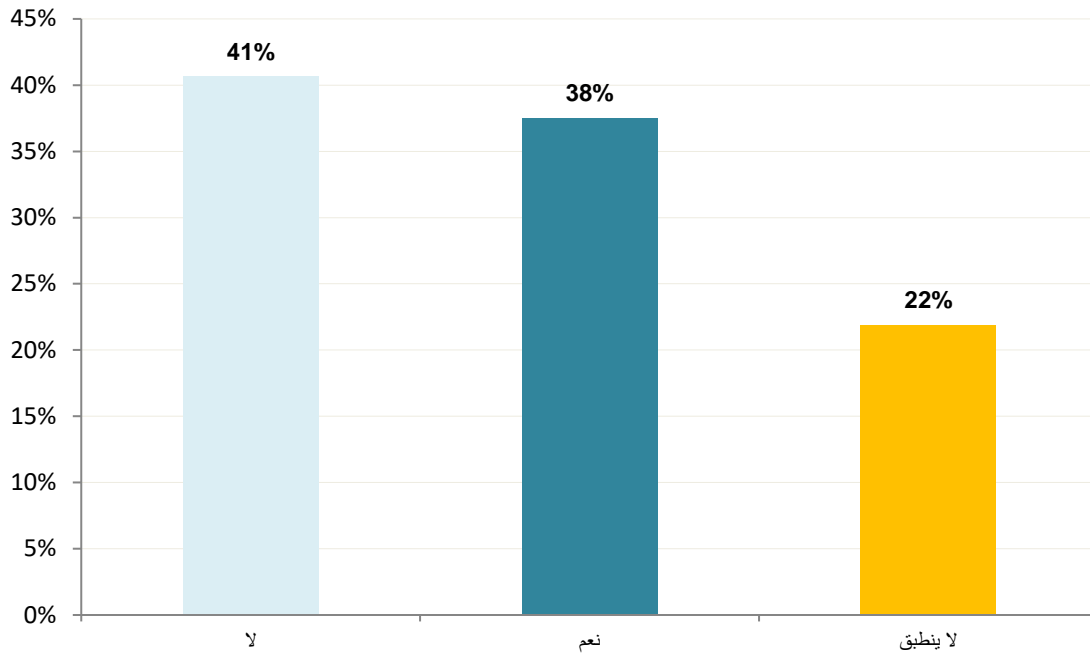
هنغاريا

آيسلندا	5. حُذِّثَت العلامة الوطنية مرة بعد تحديث السياسة التي تنظم العلامة. وتتكون النسخة الحالية من كلمات وصورة.
ليتوانيا	6. مرة واحدة. وأول محاولة لإنشاء العلامة الوطنية وتسجيلها كعلامة تجارية كانت في عام 2008 (المالك - وزارة السياحة) للخدمات المدرجة في الأصناف 35 و39 و41 من تصنيف نيس. وانقضت مدة التسجيل. وأسباب قرار الاستبدال هي الرؤية والاستراتيجية الجديدتان للترويج لليتوانيا في الخارج في الفترة 2020-2030
مولدوفا	7. في البداية، صُممت علامة تحتوي على كلمة مولدوفا ثم صُممت علامة تحتوي على شكل مماثل وعبارة "Invest Moldova" (الاستثمار في مولدوفا). وتشدد هذه الإشارة البديلة على جاذبية الاستثمارات في جمهورية مولدوفا.
سنغافورة	8. كانت في سنغافورة بعض العلامات للسياحة والأعمال التجارية على مر السنين. السبعينيات - Surprising Singapore (سنغافورة المفاجآت) 1996 - Singapore New Asia (سنغافورة آسيا الجديدة) 2004 - Uniquely Singapore (سنغافورة الفريدة) 2010 - YourSingapore (السياحة) / جاهزة للمستقبل وكان مجلس السياحة في سنغافورة يتولى إدارة استخدام علامة سنغافورة الوطنية للأعمال. وفي عام 2017، قرر مجلس التنمية الاقتصادية ومجلس السياحة في سنغافورة أنه من المنطقي إنشاء علامة مشتركة وموحدة.
إسبانيا	9. أنشئت العلامة الوطنية "Marca España" في عام 2012 وحلت محلها العلامة الوطنية "España Global" في عام 2018 بعد تغير الحكومة.

10. سُجِّلَت النسخة الأولى من العلامة في عام 1995. ثم سُجِّلَت عدة علامات ولكن دون تغيير العنصر الأساسي (إيديلويس مع صليب سويسري). ثم أُودعت العلامات اللاحقة لمنتجات/خدمات جديدة مع عناصر تصويرية إضافية.

الجزء الثاني: الاعتراف والملكية والإدارة

السؤال 6 - هل العلامة الوطنية معترف بها رسمياً بموجب صك قانوني مخصص (قانون أو لائحة أو تشريع أو إجراء أو اعتراف مثلاً) في البلد المضيف؟



الردود		الاختيارات
13	%41	لا
12	%38	نعم
7	%22	لا ينطبق
32		مجموع المجيبين

إذا كانت الإجابة نعم، يُرجى تقديم الرابط إلى الصك القانوني المخصص المعني.

الردود	الب لد
www.embratur.gov.br/piembratur-l new/opencms/estrutura/manual-marca- brazil.pdf	الب راز يل

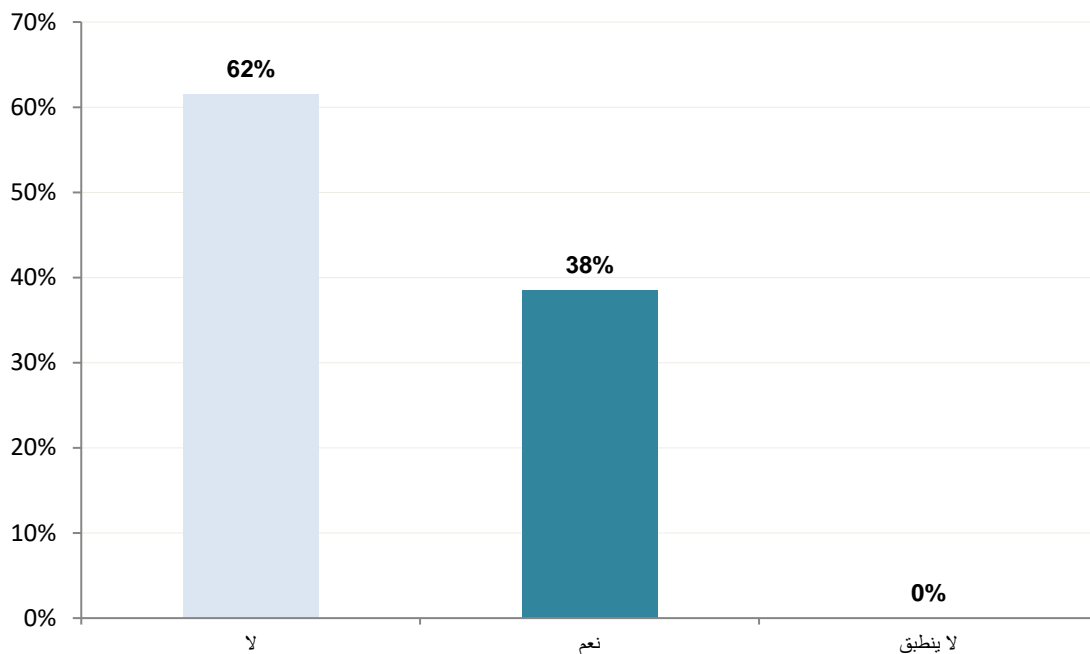
كند ا	2 قانون العلامات التجارية، القسم 9 (1) (ن).
كوس تار يكا	3 - لائحة تنفيذ واستخدام العلامة الوطنية لكوستاريكا، المرسوم التنفيذي رقم 37669-RE- COMEX-TUR والمكمل بالمرسوم التنفيذي رقم 38356-RE-COMEX-TUR. - لائحة ترخيص العلامة الوطنية لتشجيع السياحة في كوستاريكا، المرسوم التنفيذي رقم 38271- MP-TUR. - اللائحة المنظمة لاستخدام العلامة الوطنية.
الد انم رك	4 https://www.retsinformation.dk/eli/lta/2019/1243
إكو ادو ر	5 https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec075es.pdf
هنغ اري ا	5 https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=A17H1725.KOR&txtreferer=00000001.txt
الج بل الأس ود	7 http://www.sluzbenilist.me/pregled-dokumenta/?id={A2CA1CCE-C569-4E2A-842F-%206817969082DE}
عما ن	3 الصك القانوني هي شهادة تسجيل العلامة التجارية
بير و	9 https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/otorgan-caracter-oficial-a-la-marca-pais-peru-decreto-supremo-n-003-2012-mincetur-751496-2/#:~:text=DECRETO%20SUPREMO%20N%C2%B0%20003
إسب اني ا	9 https://www.boe.es/buscar/pdf/2012/BOE-A-2012-8672-consolidado.pdf
أوك ران يا	1 لائحة مجلس الوزراء في أوكرانيا رقم 416 بتاريخ 10-5-2018 "بعض المسائل المتعلقة بشكل إشارة (علامة) أوكرانيا"

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/416-2018-%D0%BF#Text>

أور
وغو
اي <https://marcapaisuruguay.gub.uy/convenios/2>

في
ت
نام http://vanban.chinhphu.vn/portal/page/portal3/chinhphu/hethongvanban?%20class_id=2&_page=1&mode=detail&document_id=198011

السؤال 7 - هل يرد تعريف مصطلح "العلامة الوطنية" في الصك القانوني المخصص والمُشار إليه في السؤال 6؟



الردود	الاختيارات
8 %62	لا
5 %38	نعم
0 %0	لا ينطبق
13	مجموع المجيبين

إذا كانت الإجابة نعم، يُرجى تقديم التعريف.

الردود	البلد
--------	-------

1. - لائحة تنفيذ واستخدام العلامة الوطنية لكوستاريكا، المرسومان التنفيذيان رقم RE-COMEX-TUR-37669 ورقم 38356-RE-COMEX-TUR. تنص المادة 5 على ما يلي: "العلامة الوطنية لكوستاريكا هي أداة استراتيجية للقدرة التنافسية وتعريف البلد وترسيخ سمعته والترويج له وجذب الجماهير الداخلية والخارجية وتعزيزاً لتنمية الصادرات والاستثمار والسياحة."

- لائحة ترخيص العلامة الوطنية لتشجيع السياحة في كوستاريكا، المرسوم التنفيذي رقم 38271-MP-TUR. وتنص المادة 3(ب) على ما يلي: "العلامة الوطنية لكوستاريكا هي أداة استراتيجية للقدرة التنافسية وتعريف البلد وترسيخ سمعته والترويج له وجذب الجماهير الداخلية والخارجية تعزيزاً لتنمية الصادرات والاستثمار والسياحة."

- وتقدّم اللوائح المنظمة لاستخدام العلامة الوطنية التعريف التالي: "العلامة الوطنية هي أداة تنافسية وتسويقية تهدف إلى استقطاب السياح والمستثمرين والمشتريين الأجانب إلى البلد بطريقة متكاملة ومنسقة وتعاونية."

2. تُفهم العلامة الوطنية بأنها الإشارة المستخدمة لتمييز الهوية الثقافية للبلد وقيمه الاجتماعية والاقتصادية وسياساته وتنوعه البيولوجي وصورته وسمعته وغيرها من القيم، والترويج لها وإبرازها.

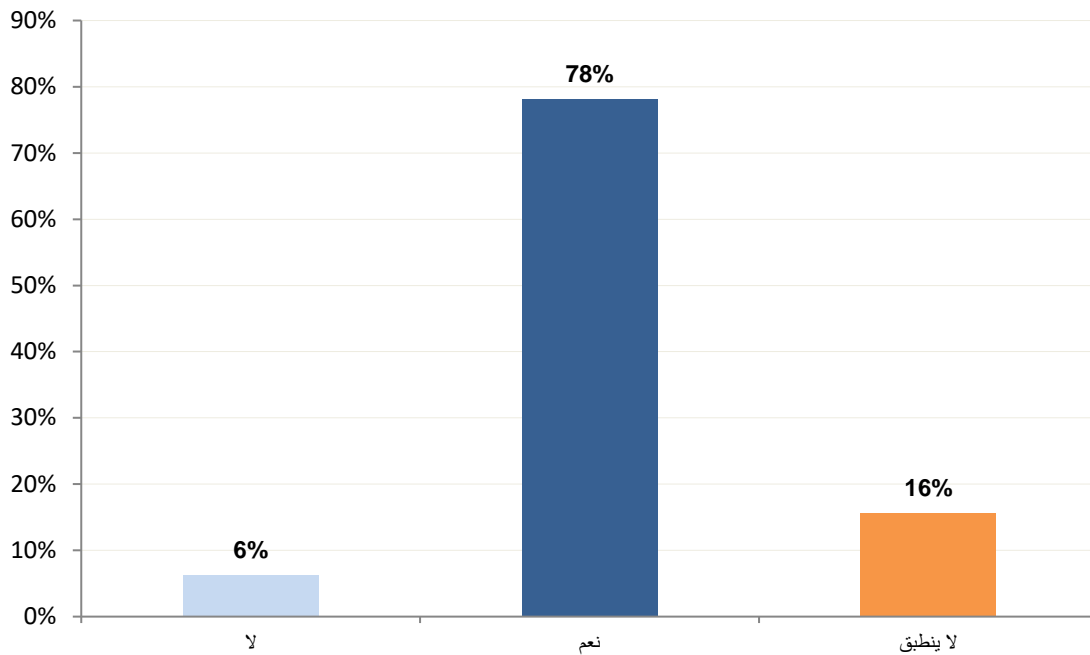
3. مجموعة من القيم الملموسة وغير الملموسة، والإمكانات الطبيعية والاقتصادية، ومنتجات وخدمات الجبل الأسود، والأعمال التجارية وفرص الحياة في الجبل الأسود، والتراث الثقافي والتاريخي والطبيعي، والموارد البشرية،

أي الإمكانيات والموارد والأنشطة التي تعزز الاعتراف بمكانة الجبل الأسود وقدرة البلد التنافسية وتساهم في السمعة الجيدة للبلد وصورته المستدامة.

4. رمز مميز لبيرو يهدف إلى عكس صورة إيجابية للبلد في الخارج وتمييزه عن البلدان الأخرى في المنطقة والعالم، وتعزيز السياحة الوافدة، وجعل منتجاتنا التصديرية أكثر قدرة على المنافسة، وتعزيز تدفق رأس المال الاستثماري. وهذه الأهداف تفيد البلد وتساهم في تنميته.

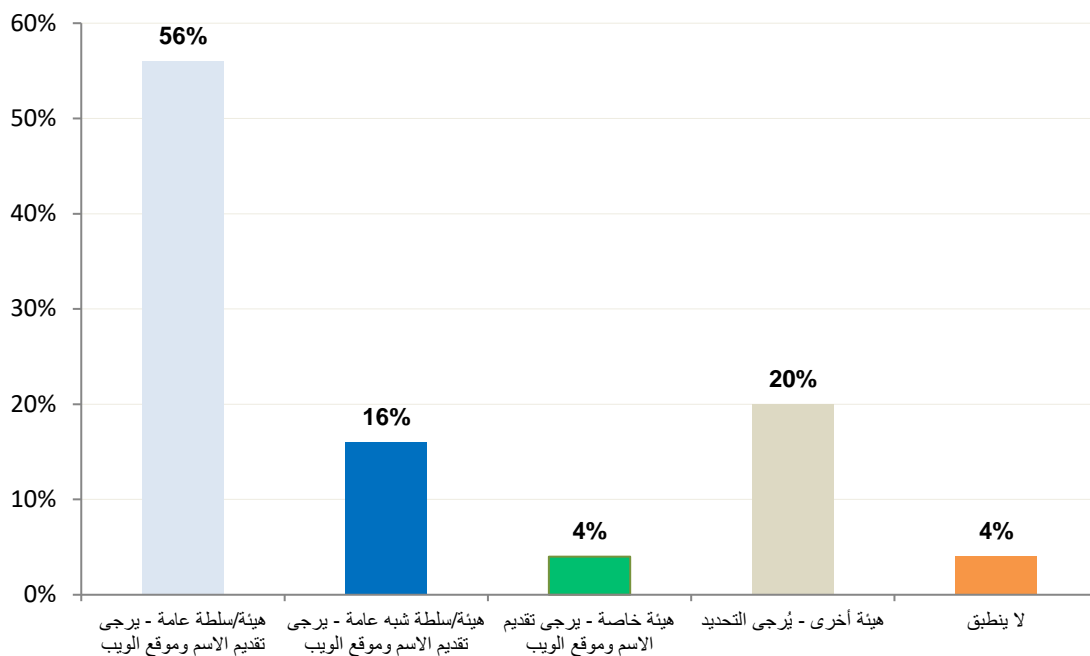
5. تؤدي علامة البلد دور شبكة أمان وإطار مرجعي ومؤشر للجودة يتعلق بمنتجات البلد وخدماته فضلاً عن مناطق الجذب السياحي في البلد بوصفه بلداً للاستثمارات، ويزرع شعوراً بالفخر الوطني في جميع أنحاء البلاد. وتشمل المجالين العام والخاص كليهما وتشير إلى كل جوانبهما الإيجابية بما يعود بالفائدة على البلد ككل.

السؤال 8 - هل يوجد مالك للعلامة الوطنية في البلد المجيب؟



الردود	الاختيارات
2 %6	لا
25 %78	نعم
5 %16	لا ينطبق
32	مجموع المجيبين

إذا كانت الإجابة نعم، يُرجى الإشارة إلى
الصفة القانونية للمالك وهل مالك العلامة
الوطنية هو؟



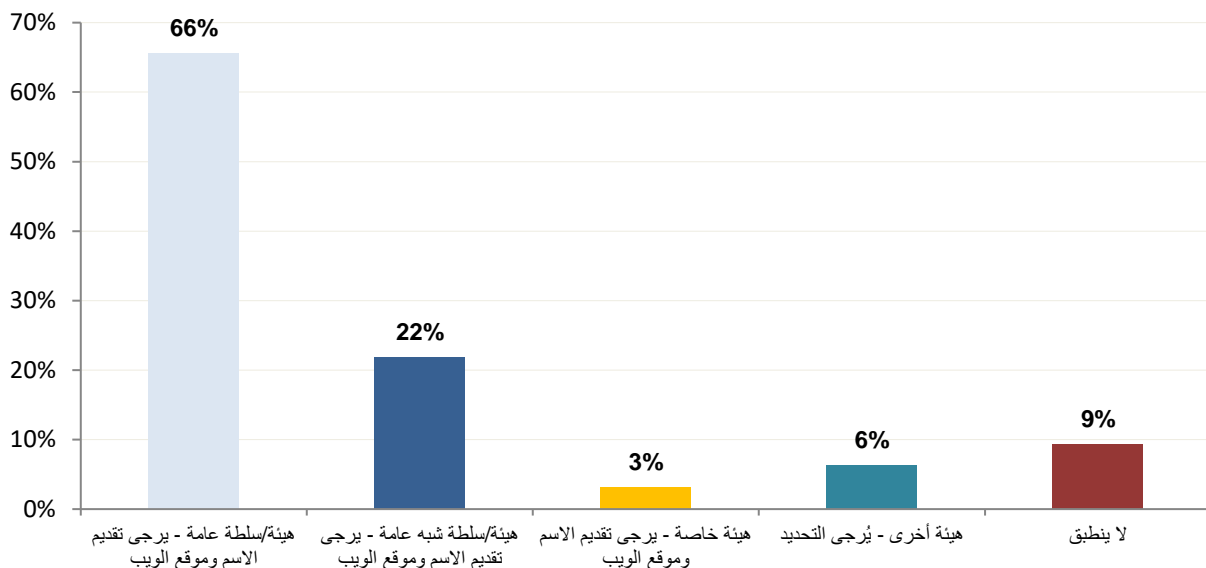
الردود	الاختيارات
14 %56	هيئة/سلطة عامة - يرجى تقديم الاسم وموقع الويب
4 %16	هيئة/سلطة شبه عامة - يرجى تقديم الاسم وموقع الويب
1 %4	هيئة خاصة - يرجى تقديم الاسم وموقع الويب
5 %20	هيئة أخرى - يرجى التحديد
1 %4	لا ينطبق
25	مجموع المجيبين

البلد	يُرجى التحديد
البرازيل ل	1 وزارة السياحة - www.turismo.gov.br
كندا	2 حكومة كندا: وزارة الزراعة والأغذية الزراعية الكندية (AAFC) https://brandcanada.agr.gc.ca/intro/join-joignez-eng.html
كولومبيا ا	3 كما جاء في الإجابة عن السؤال 2، فإن العلامة الوطنية كاستراتيجية للترويج كانت قراراً حكومياً. وثُقِّدت الاستراتيجية في إطار عقد الثقة التجارية المبرم بين وزارة التجارة والصناعة والسياحة و"فيدوكولديكس" للتجارة الخارجية. ومن ثم، فهي استراتيجية حكومية تملك بموجبها "فيدوكولديكس" للتجارة الخارجية تسجيلات العلامات التجارية القائمة في كولومبيا، بما فيها العلامة الوطنية، بوصفها جهة إدارة وكالة ProColombia الحكومية المعنية بتشجيع الصادرات والتي تشرف عليها وزارة التجارة والصناعة والسياحة.
كوستاريكا كا	4 الجهتان المالكتان: مجلس السياحة في كوستاريكا (https://www.ict.go.cr/en/) ووكالة كوستاريكا لترويج التجارة الخارجية (PROCIMER) (https://www.procomer.com/)
كرواتيا	5 وزارة السياحة والرياضة (https://mint.gov.hr/en) وغرفة التجارة الكرواتية (https://www.hgk.hr)
الدانمرك ك	5 ممولة جزئياً من مصادر عامة
إكوادور	7 رئاسة الجمهورية.
إستونيا	3 مؤسسة Enterprise Estonia https://www.eas.ee/eas/?lang=en
فرنسا	9 الدولة الفرنسية ممثلة في رئيس الوزراء - جهاز المعلومات الحكومي

	https://www.gouvernement.fr/service-d-information-du-gouvernement-sig
جورجيا	١ بلدية تبليسي (العنوان: Shartava str 0160, Tbilisi, Georgia) الموقع الإلكتروني: http://tbilisi.gov.ge/?lang=en
ألمانيا	١ مبادرة لاند دي إيدن (أرض الأفكار)، land-der-ideen.de
هنغاريا	٢ وكالة السياحة المجرية https://mtu.gov.hu/
آيسلندا	٣ Promote Iceland / Íslandsstofa www.islandsstofa.com
المغرب	٤ مثالان: قطاع الصناعة التقليدية: https://mtataes.gov.ma/ar/ - http://www.agriculture.gov.ma/ar/pages/organismes-sous-tutelle/ - قطاع الزراعة: المستقلة - لمراقبة - وتنسيق - المصادرات
عمان	٥ مالك العلامة الوطنية ربما يكون هيئه عامة او خاصة حيث نص قانن العلامات التجارية الخليجي الموحد من الذي يحق له تسجيل العلامة التجارية.
بيرو	٥ وكالة تشجيع الصادرات والسياحة في بيرو (PROMPERÚ) https://www.promperu.gob.pe/ - https://peru.info/es-pe/marca-peru
جمهورية كوريا	٧ الجهاز الكوري للثقافة والإعلام
جمهورية مولدوفا	٣ وكالة الاستثمار المولدوفية، http://invest.gov.md/moldovan-investment-agency
سنغافورة	٣ الجهتان المالكتان المشاركتان (1) و (2) هما سلطتان/هيئتان شبه عامتين في حين أن الجهة (3) سلطة/هيئة عامة: (1) مجلس السياحة في سنغافورة https://www.stb.gov.sg/content/stb/en.html (2) مجلس التنمية الاقتصادية (3) وزارة (https://www.edb.gov.sg)

الاتصالات والمعلومات (https://www.mci.gov.sg)	
إسبانيا	١ وزارة الخارجية.
سويسرا	١ سويسرا للسياحة https://www.myswitzerland.com/fr-ch/
تايلند	٢ سلطة/هيئة عامة: وزارة الزراعة والتعاونيات، ووزارة التجارة، سلطة/هيئة شبه عامة - هيئة السياحة في تايلند وغيرهما
أوكراني	٣ قدمت وزارة السياسة الإعلامية في أوكرانيا طلباً لتسجيل العلامة الوطنية كعلامة تجارية.
أوروغواي	٤ هيئة شبه عامة: Uruguay XXI (وكالة تشجيع الاستثمارات والصادرات والعلامة القطرية)، مكتب رئيس الجمهورية.
فيتنام	٥ www.moit.gov.vn

السؤال 9 - في البلد المجيب، الجهة التي تتولى إدارة العلامة الوطنية هي:
(يحتمل السؤال أكثر من إجابة واحدة)



الردود

الاختيارات

21	%66	هيئة/سلطة عامة - يرجى تقديم الاسم وموقع الويب
7	%22	هيئة/سلطة شبه عامة - يرجى تقديم الاسم وموقع الويب
1	%3	هيئة خاصة - يرجى تقديم الاسم وموقع الويب
2	%6	هيئة أخرى - يُرجى التحديد
3	%9	لا ينطبق
32		مجموع المجيبين

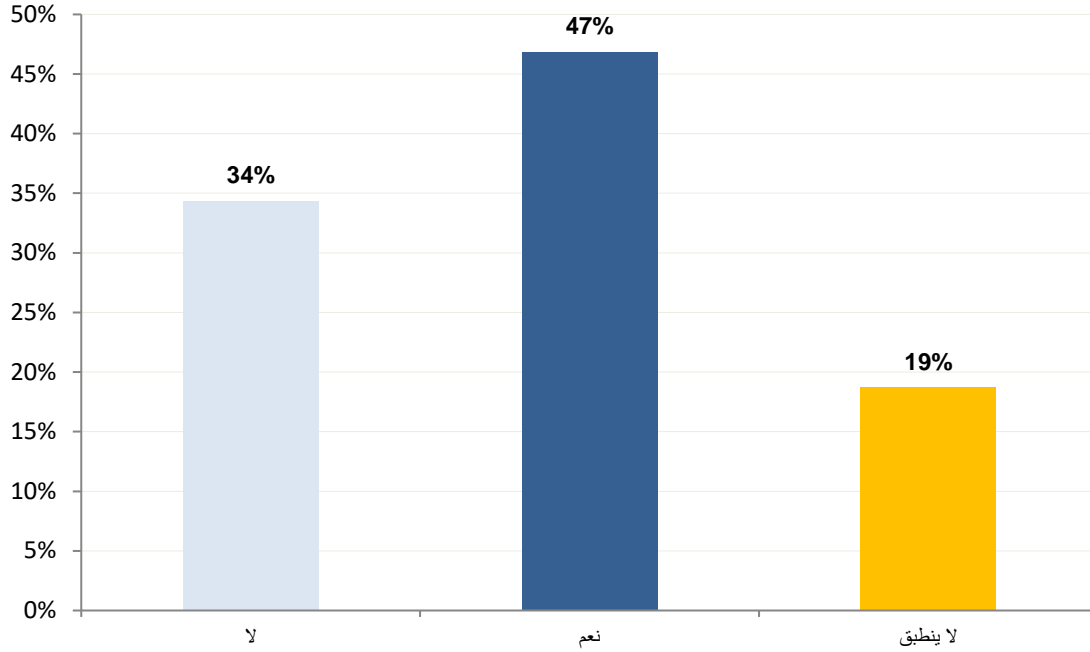
البلد	يُرجى التحديد
البرازيل	1 وزارة السياحة - www.turismo.gov.br
	2 حكومة كندا: وزارة الزراعة والأغذية الزراعية كندا الكندية (AAFC) https://brandcanada.agr.gc.ca/intro/join-joignez-eng.html
كولومبيا	3 "فيدوكولديكس" للتجارة الخارجية بوصفها جهة إدارة وكالة ProColombia الحكومية المعنية بتشجيع الصادرات في إطار عقد الثقة التجارية المبرم مع وزارة التجارة والصناعة والسياحة كما ورد في الإجابة السابقة.
كوستاريكا	4 الجهتان المالكتان: مجلس السياحة في كوستاريكا (https://www.ict.go.cr/en/) ووكالة كوستاريكا لترويج التجارة الخارجية (PROCIMER) (https://www.procomer.com/)
كرواتيا	5 وزارة السياحة والرياضة (https://mint.gov.hr/en) وغرفة التجارة الكرواتية (https://www.hgk.hr)
إكوادور	5 اللجنة الاستراتيجية للعلامات، وزارة السياحة - https://www.turismo.gob.ec/
إستونيا	7 مؤسسة Enterprise Estonia https://www.eas.ee/eas/?lang=en

فرنسا	3 الدولة الفرنسية ممثلة في رئيس الوزراء - جهاز المعلومات الحكومي (https://www.gouvernement.fr/service-d- information-du-gouvernement-sig)
ألمانيا	3 لاند دير إيدين (أرض الأفكار)
هنغاري	3 وكالة السياحة المجرية (https://mtu.gov.hu/)
آيسلند	Promote Iceland / Íslandsstofa
ليتوانيا	2 نظراً إلى أن العلامة الوطنية مزيج فريد ومتعدد الأبعاد من العناصر يشير إلى الإدراك والفهم المباشرين وغير المباشرين لثقافة البلد وتراثه وقيمه وشعبه وسياساته وسلوكياته وسمعته وصورته في أذهان الجمهور المستهدف، فمن الصعب تحديد مالكها. وفي الوقت نفسه، إذا اعتبرنا أن العلامة الوطنية تتكون من مفهوم العلامة واستراتيجيتها وتصورها، فإن مالكها هو مصمم العلامة الوطنية أو استراتيجيتها أو تصورها. وكما هو الحال في ليتوانيا - فإن مكتب حكومة ليتوانيا هو صاحب استراتيجية الترويج لليتوانيا في الخارج في الفترة 2020-2030. الموقع الإلكتروني: (https://lrvt.lt/en/)
الجبل الأسود	3 وزارة الاقتصاد في الجبل الأسود، (https://mek.gov.me)
عمان	4 وزارة التجارة والصناعة - دائرة الملكية الفكرية
بيرو	5 وكالة تشجيع الصادرات والسياحة في بيرو (PROMPERÚ) - (https://www.promperu.gob.pe/) (https://peru.info/es-pe/marca-peru)
جمهورية كوريا	5 الجهاز الكوري للثقافة والإعلام
جمهورية مولدوفا	7 وكالة الاستثمار المولدوفية، (http://invest.gov.md/moldovan-investment- agency). بموجب قرار الحكومة رقم 2018/322

مولدوف	بشأن تنظيم وتشغيل وكالة الاستثمار، تتحمل الوكالة المسؤولية عن إدارة وترويج العلامة الوطنية والعلامات القطاعية للبلد https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=119170&lang=ro
سنغافو	3 تدير الجهات المالكة الثلاث العلامة الوطنية. سنغافو والجهتان (1) و (2) هما سلطتان/هيئتان شبه عامتين في حين أن الجهة (3) سلطة/هيئة عامة: (1) مجلس السياحة في سنغافورة https://www.stb.gov.sg/content/stb/en.htm (1) (2) مجلس التنمية الاقتصادية (https://www.edb.gov.sg) (3) وزارة الاتصالات والمعلومات (https://www.mci.gov.sg)
إسباني	د وزارة الخارجية (كانت اللجنة العليا لماركا إسبانيا والترويج للإسبانية فيما يخص علامة "Marca España" والآن مكتب وزير الدولة لإسبانيا غلوبال فيما يخص علامة "España Global". http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/PoliticaExteriorCoope
سويسرا	د سويسرا للسياحة https://www.myswitzerland.com/fr-ch/
تايلند	1 سلطة/هيئة عامة: وزارة الزراعة والتعاونيات، تايلند ووزارة التجارة، سلطة/هيئة شبه عامة - هيئة السياحة في تايلند وغيرهما
أوكرانيا	2 وزارة الثقافة والسياسة الإعلامية في أوكرانيا https://mkp.gov.ua/
أوروغواي	3 https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/
أوزبكستان	4 وكالة ترويج الصادرات التابعة لوزارة الاستثمارات والتجارة الخارجية في جمهورية أوزبكستان
فيتنام	5 وزارة الصناعة والتجارة

الجزء الثالث: استخدام العلامة الوطنية
للبلد المجيب

السؤال 10 - هل يخضع استخدام العلامة الوطنية
لشروط الامتثال لقانون أو لقواعد محددة في
البلد المجيب؟



الردود	الاحتمالات
11	لا
15	نعم
6	لا ينطبق
32	مجموع المجيبين

إذا كانت الإجابة نعم، يُرجى تقديم الرابط إلى
القوانين أو القواعد ذات الصلة.

البلد	يُرجى التحديد
البرازيل	http://www.embratur.gov.br/piembratur-new/opencms/estrutura/manual-marca-brazil.pdf
كندا	https://brandcanada.agr.gc.ca/pdf/marquena-dabrand-eng.pdf
كوستاريكا	لائحة ترخيص العلامة الوطنية لتشجيع السياحة في كوستاريكا، المرسوم التنفيذي رقم 38271-MP-TUR

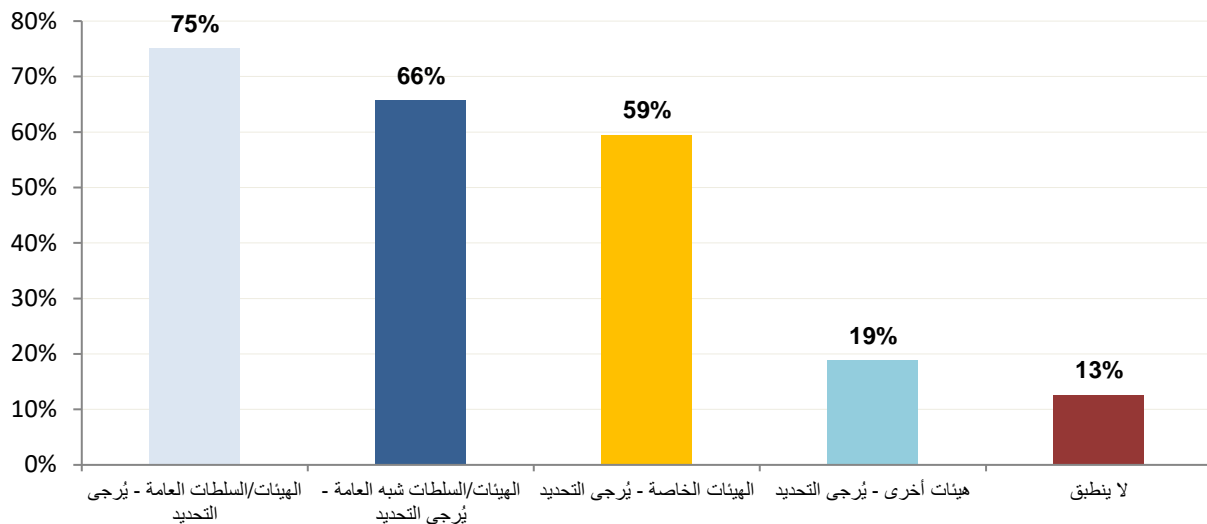
	اللائحة المنظمة لاستخدام العلامة الوطنية .
الدان مرك	4 قانون العلامات التجارية الدانمركي https://www.retsinformation.dk/eli/lta/2019/88
إكوادور	5 https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec070es.pdf
فرنسا	5 يخضع استخدام العلامة الوطنية للامتثال لتشريعات الاتحاد الأوروبي بشأن وسم المنتجات/الخدمات.
ليتوانيا	7 وافقت حكومة ليتوانيا على استراتيجية الترويج لليتوانيا في الخارج في الفترة 2020-2030. والعلامة الوطنية واستراتيجية استخدامها قيد الإعداد والصياغة
الجبل الأسود	3 http://www.sluzbenilist.me/pregled-dokumenta/?id={A2CA1CCE-C569-4E2A-842F-6817969082DE}
بيرو	9 https://peru.info/Portals/0/Images/Licenciatarario/reg_ES_oficial.pdf
جمهورية كوريا	10 قانون العلامات التجارية
سيشيل	11 قانون الملكية الصناعية لعام 2014
سنغافورة	2 توجد مبادئ توجيهية لاستخدام العلامة ليست قانوناً. ومع ذلك، توجد أيضاً بعض العلامات تحت العلامة الوطنية قد سُجِّلَت بموجب قانون العلامات التجارية في سنغافورة. والتشريعات المتعلقة بالملكية الفكرية في سنغافورة متاحة على الموقع الإلكتروني التالي: https://www.ipos.gov.sg/resources/ip-legislation.
أوكرانيا	3 تُحدّد قواعد استخدام إشارة (علامة) أوكرانيا طبقاً للمعايير الفنية (كتيب العلامات) https://mkip.gov.ua/files/UkraineNOW-brandbook.pdf
أوروغواي	4 الاتفاق والكتيب https://marcapaisuruguay.gub.uy/convenios/

<https://marcapaisuruguay.gub.uy/manual-de-marca/>

فیت نام	1331/QĐ- رقم BCT بتاريخ 4 مارس 2008
------------	--

السؤال 11 - ما هي الجهات التي يمكنها استخدام العلامة الوطنية؟

(يحتمل السؤال أكثر من إجابة واحدة)



الردود	الاختيارات
24	الهيئات والسلطات العامة - يُرجى التحديد
21	الهيئات والسلطات شبه العامة - يُرجى التحديد
19	الهيئات الخاصة - يُرجى التحديد
6	هيئات أخرى - يُرجى التحديد
4	لا ينطبق
32	مجموع المجيبين

البلد	يُرجى التحديد
كندا	<p>لعلامة الكندية متاحة للكيانات الكندية التي لها دور في إنتاج أغذية ومنتجات أغذية زراعية كندية أو الترويج لها أو دعمها. ويجب استيفاء أحد الشرطين التاليين على الأقل للتمكن من استخدام علامة كندا:</p> <p>- المكونات أو المدخلات تزرع أو تُحصَد في كندا.</p>

- المكونات (المحلية أو الخارجية أو المزيج بينهما)
حوّلت إلى منتج جديد في كندا.

2 وفقاً للمادة 6 من لائحة ترخيص العلامة
الوطنية لتشجيع السياحة في كوستاريكا، يمكن
للجهات التالية استخدام العلامة الوطنية:
الأشخاص الطبيعيون والاعتباريون الذين يُمنحون
رخصة استخدام؛ ووكالات القطاع العام،
للاستخدام الدولي وتشجيع السياحة في
كوستاريكا؛ ومنظمو الأحداث ذو الأهمية العامة
بموجب مرسوم تنفيذي؛ والمؤسسات التي تنظم
أو تؤيد الأحداث الرسمية المأذون بها والتي
ستعقد في الخارج والتي أعلنت وزارة الثقافة
والشباب في كوستاريكا أنها ذات أهمية
ثقافية؛ ومنظمو الأنشطة التي أعلن مجلس
السياحة في كوستاريكا أنها ذات أهمية
سياحية؛ ومنظمو الأنشطة أو الأحداث في الخارج
التي تؤيدها هيئة السياحة في كوستاريكا أو
تكون ضيفاً خاصاً فيها؛ وهيئات القطاع العام
أو الخاص التي أبرمت اتفاقاً سارياً وفعالاً
للتعاون مع مجلس السياحة في كوستاريكا بشأن
مبادرات لتشجيع السياحة في كوستاريكا؛
والغرف والرابطات والمنظمات التي تسعى إلى
الترويج لكوستاريكا كوجهة سياحية على
الصعيد العالمي.

3 قد تتمكن سلطات/هيئات أخرى من استخدام
العلامة الوطنية بموجب اتفاقات محددة.
الدائم
رك

4 <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec070es.pdf>
إكوادور

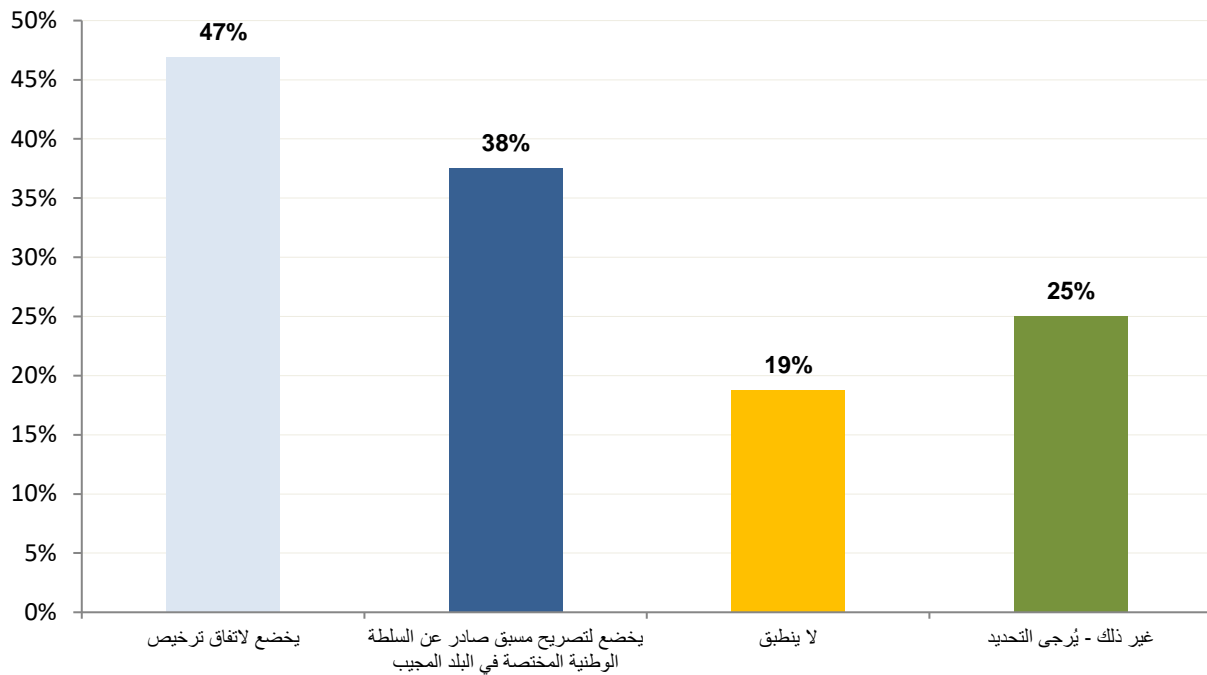
5 فيما يخص علامة الدولة وعلامة فرنسا: كل
الهيئات الإدارية المركزية، وإداراتها،
والوفود المشتركة بين الوزارات،
والمقاطعات، والسفارات، وكل المرافق
اللامركزية.
وفيما يخص علامة الدولة وعلامة فرنسا:
المشغلون الحكوميون كما هم معروفون في مرفق
مشروع الميزانية المعنون "المشغلون
الحكوميون".
فرنسا

	وفيما يخص علامة فرنسا: كل الهيئات التي وضعت استراتيجية للنهوض بصورة فرنسا في الخارج في القطاعات الاقتصادية والسياحية والثقافية.
5 وكالة السياحة المجرية	هنغاري ا
7 سياسة الاستخدام (مفهوم اللوائح المتعلقة باستخدام العلامة الوطنية) قيد الصياغة.	ليتوان يا
3 يمكن لكل الأطراف المعنية التي تستوفي الشروط المحددة أن تستخدم العلامة الوطنية.	مدغشقر
3 الأشخاص الاعتباريون والطبيعيون، وهيئات الدولة، وهيئات الدولة الإدارية، وهيئات البلدية المختصة، والهيئات الحكومية المحلية، والمحاكم، ومكتب المدعي العام للدولة، والشركات المملوكة للدولة التي تقوم بأنشطة ذات مصلحة عامة، والبعثات الدبلوماسية والقنصلية، والمؤسسات والمرافق التي أسسها الجبل الأسود أو البلدية، وأصحاب المشاريع، والمنظمات، والجمعيات الأخرى.	الجبل الأسود
3 الأشخاص الطبيعيون أو الاعتباريون الذين حصلوا على ترخيص أو اعتماد من مالك العلامة (على غرار علامات التصديق).	المغرب
1 يحق استخدام العلامة التجارية الوطنية كل ما ذكر أعلاه	عمان
2 - أي شخص اعتباري وطني أو أجنبي يحكمه القانون العام؛ - أي شخص اعتباري وطني أو أجنبي، سواء كان مقيماً أو غير مقيم في البلد، يقوم بأنشطة اقتصادية هادفة أو غير هادفة للربح؛ - أي شخص اعتباري وطني أو أجنبي يحكمه القانون الخاص، سواء كان مقيماً أو غير مقيم في البلد، يقوم بأنشطة اقتصادية هادفة أو غير هادفة للربح؛ - أي شخص طبيعي أو اعتباري وطني أو أجنبي، سواء كان مقيماً أو غير مقيم في البلد، يقوم بأنشطة اقتصادية هادفة للربح أو غير ربحية.	بيرو

جمهورية كوريا	3 أي هيئات عامة تحصل على إذن الاستخدام من مالك الحقوق.
سنغافورة	4 يجوز للجهات المالكة المشاركة (سلطة/هيئة عامة وسلطتان/هيئتان شبه عامتين) استخدام العلامات. ويجوز الترخيص باستخدام العلامات لأطراف أخرى بما فيها السلطات/الهيئات شبه العامة والهيئات الخاصة.
إسبانيا	5 تمنح إدارة España Global الإذن شريطة أن يكون هناك تعاون مع الكيان المعني.
سويسرا	5 مالك العلامة.
أوكرانيا	7 سلطات الدولة، وسلطات الحكم الذاتي المحلية، والمؤسسات، والكيانات، والمنظمات بكل أشكالها.
أوروغواي	3 كل مؤسسات الدولة، والسلطة الإدارية، وجميع الأشخاص الخاضعين للقانون الخاص الذين يُمنحون رخصة استخدام.
فيتنام	8 السلطات العامة: الوزارات: إنشاء وتنفيذ مشاريع في إطار برنامج العلامات الوطنية في فيتنام (البرنامج)؛ وتلفزيون فيتنام (VTV)، وصوت فيتنام (VOV)، ووكالة الأنباء الفيتنامية (VNA): إنشاء وتنفيذ مشاريع البث والدعاية في إطار برنامج العلامات الوطنية في فيتنام. الهيئات الخاصة: المؤسسات التي لديها منتجات ذات قيمة والتي تشارك في البرنامج.

السؤال 12 - كيف يُصرَّح باستخدام العلامة الوطنية؟

(يحتمل السؤال أكثر من إجابة واحدة)

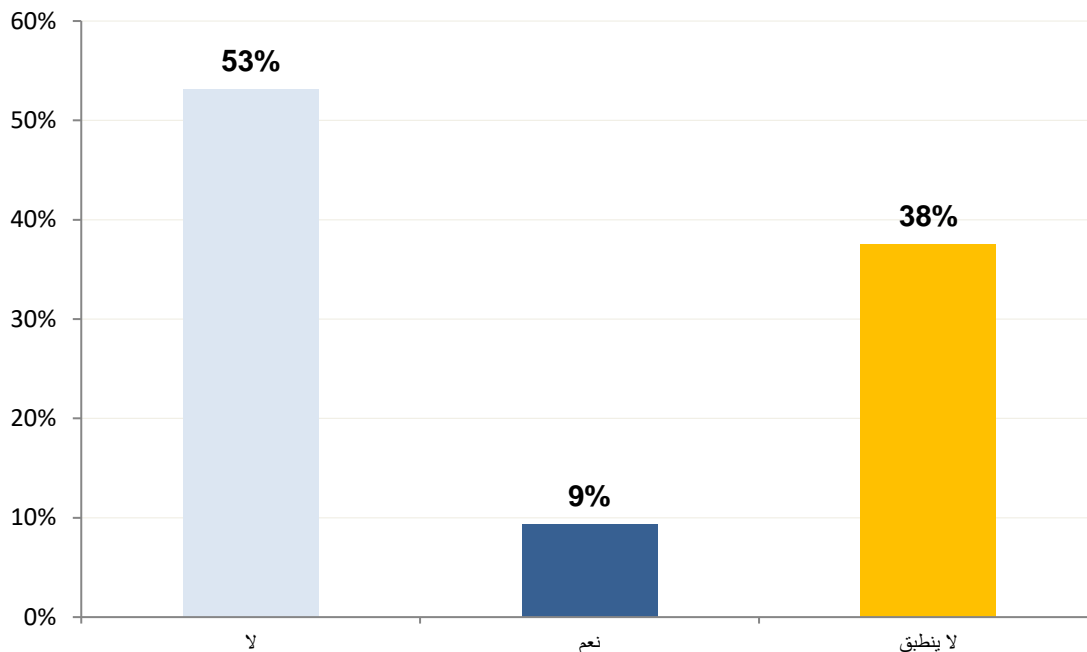


الردود	الاختيارات
15	يخضع لاتفاق ترخيص
12	يخضع لتصريح مسبق صادر عن السلطة الوطنية المختصة في البلد المضيف
6	لا ينطبق
8	غير ذلك - يُرجى التحديد
32	مجموع المجيبين

البلد	يُرجى التحديد
كولومبيا	1. عملاً بالتوجيه الرئاسي رقم 3 لعام 2019، يجب على الوزارات والإدارات المركزية واللامركزية والمنظمات والهيئات نشر العلامة الوطنية ووضعها واستخدامها في كل الفعاليات والوثائق والأدوات والمواد الترويجية والمطبوعة ومشاريع التواصل التي تتعلق بالترويج لصورة كولومبيا في الخارج. ويجري تنسيق هذه العملية مع ProColombia مباشرة.
الدانمرك	2. يجب أن يتم ذلك بالاتفاق والتنسيق مع VisitDenmark وباتباع دليل العلامة

فرنسا	3. قواعد استخدام مختلف العلامات الفرعية لعلامة فرنسا / قواعد الاستخدام متاحة على الإنترنت لعلامة الدولة
ليتوانيا	4. سياسة الاستخدام (مفهوم اللوائح المتعلقة باستخدام العلامة الوطنية) قيد الصياغة
مدغشقر	5. لم تُحدد أساليب التصريح بعد.
الجبل الأسود	6. يكتسب الأشخاص الاعتباريون والطبيعيون وأصحاب المشاريع والمنظمات والجمعيات الأخرى الحق في استخدام شعار العلامة الوطنية بالطريقة المحددة في المواد 20 إلى 23 من قانون العلامة الوطنية. تحدد لائحة تضعها الحكومة شروط العلامة الوطنية وطريقة الحصول عليها واستخدامها بالنسبة لهيئات الدولة، وهيئات الدولة الإدارية، وهيئات البلدية المختصة، والهيئات الحكومية المحلية، والمحاكم، ومكتب المدعي العام للدولة، والبعثات الدبلوماسية والقنصلية، والشركات المملوكة للدولة التي تقوم بأنشطة ذات مصلحة عامة، والمؤسسات والمرافق التي أسسها الجبل الأسود أو البلدية.
عمان	7. توجد اجراءات ترخيص لاستخدام العلامة ويتم توثيقها بالجهة المختصة - دائرة الملكية الفكرية بالوزارة
أوكرانيا	8. إشارة (علامة) لأوكرانيا متاحة للاستخدام الحر

السؤال 13 - هل يُشترط على المستخدمين دفع رسوم مقابل استخدام العلامة الوطنية؟

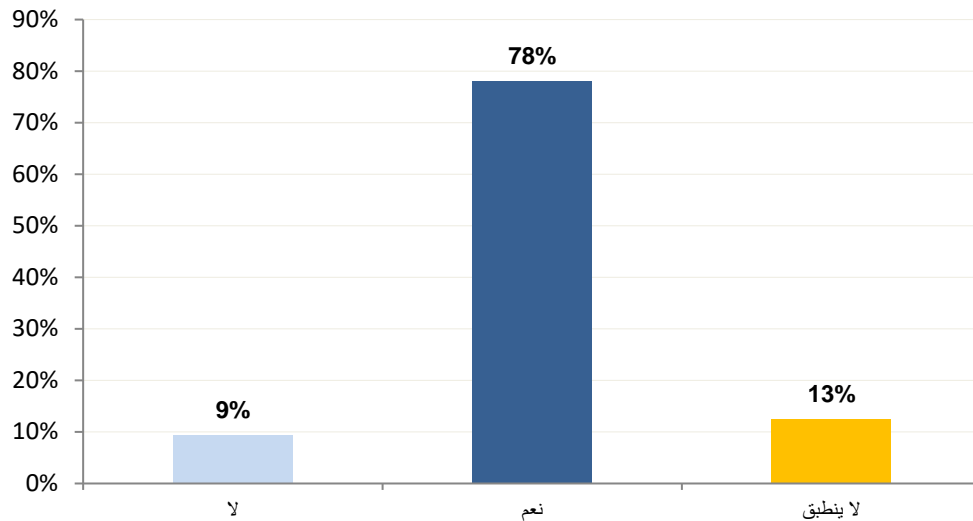


الاختيارات	الردود
لا	53% 17
نعم	9% 3
لا ينطبق	38% 12
مجموع المجيبين	32

إذا كانت الإجابة نعم، يُرجى بيان مبلغ الرسوم (بالعملة المحلية) وإلى أي جهة تُدفع الرسوم.

الردود	البلد
1. تُسدد الرسوم للمالك.	ألمانيا
2. تُسدد الرسوم لمؤسسة "Promote Iceland" في إطار جزء معيّن من المشروع، ومع ذلك لا يلزم سداد أي رسوم في أغلب الحالات.	آيسلندا
3. الرسوم 200 ريال عماني إلى وزارة التجارة والصناعة الجهة المختصة بحماية العلامة التجارية	عمان

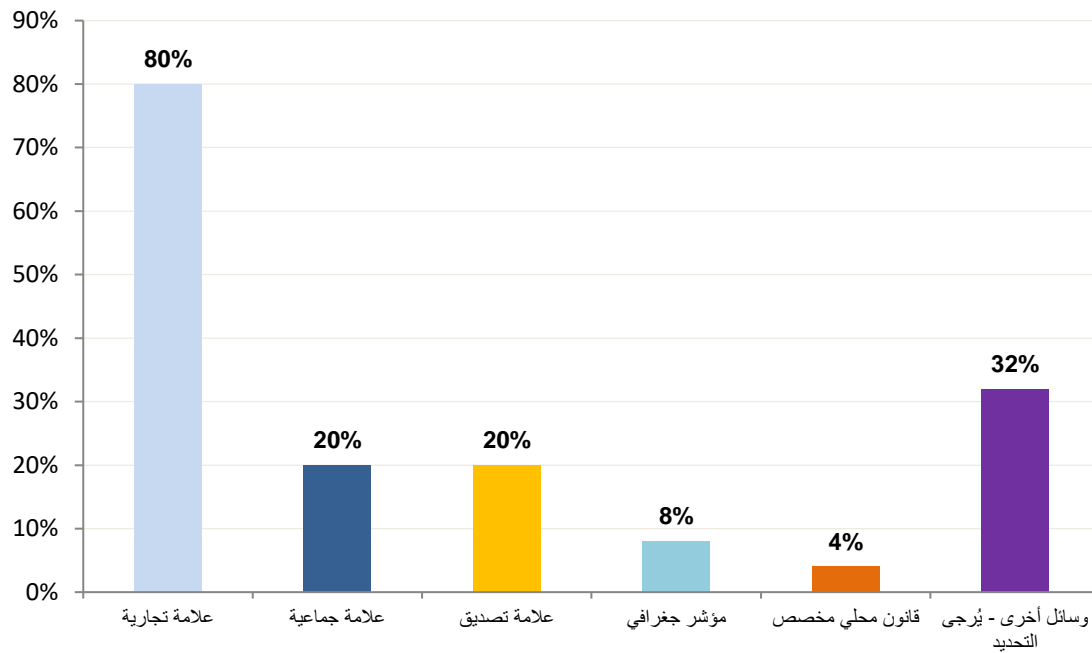
الجزء الرابع: حماية العلامة الوطنية
للبلد المجيب على المستوى الوطني
السؤال 14 - هل تستفيد العلامة الوطنية من
الحماية في البلد المجيب؟



الاختيارات		الردود
لا	9%	3
نعم	78%	25
لا ينطبق	13%	4
مجموع المجيبين		32

إذا كانت الإجابة نعم، يُرجى بيان وسائل
الحماية:

(يحتمل السؤال أكثر من إجابة واحدة)



الاختيارات	الردود
علامة تجارية	20
علامة جماعية	5
علامة تصديق	5
مؤشر جغرافي	2
قانون محلي مخصص	1
وسائل أخرى - يُرجى التحديد	8
مجموع المجيبين	25

البلد	وسائل أخرى - يُرجى التحديد
كندا	<p>1 علامة رسمية. الفقرة الفرعية 9(1) (ن) من قانون العلامات التجارية:</p> <p>لا يجوز لأي شخص أن يعتمد فيما يتعلق بعمل تجاري وعلامة تجارية أو غير ذلك أي علامة تتكون من أو تشبه تقريباً (ن) أي شارة أو شعار أو علامة</p> <p>"1" اعتمدها وتستخدمها أي من قوات صاحبة الجلالة على النحو المحدد في قانون الدفاع الوطني،</p>

	<p>"2" أو أي جامعة،</p> <p>"3" أو اعتمدها وتستخدمها أي سلطة عامة في كندا كعلامة رسمية لسلع أو خدمات، ويكون المسجل قد قام، بناء على طلب صاحبة الجلالة أو الجامعة أو السلطة العامة بحسب الحال، بإخطار الجمهور باعتمادها واستخدامها؛</p>
ليتوانيا	<p>2 توجد خطة لحماية العلامة الوطنية الجديدة كعلامة تجارية عندما سيتم إنشاء تلك الإشارة واعتمادها. سُجِّلَت الإشارة السابقة كعلامة تجارية ويمكن العثور عليها عبر الموقع الإلكتروني التالي:</p> <p>https://search.vpb.lt/pdb/trademark/details/20082745b</p>
عمان	3 الحماية تكون بموجب القانون الوطني
بيرو	4 مصنف (حق المؤلف).
جمهورية كوريا	5 يجوز لأي شخص يعمل في أعمال تجارية غير ربحية في جمهورية كوريا الحصول على تسجيل لشعار عمله التجاري.
سنغافورة	<p>5 يُسجَّل شعار سنغافورة كشعار للدولة (المادة 6(ثالثاً)) وكرسم لفظي بموجب القاعدة 13 من قواعد العلامات التجارية ويمكن أن يحتج به مكتب الملكية الفكرية ضد أي طلب لعلامة تجارية تحتوي على الرسم اللفظي أو تتكون منه. وعلى الرغم من أن التسجيل بموجب القاعدة 13 لا يمنح حقوقاً قانونية أو حماية قانونية، فإنه يجوز لمالك الرسم اللفظي منع الغير من تسجيل علامات تجارية مشابهة. وتُسجَّل بعض العلامات الأخرى تحت العلامة الوطنية كعلامات تجارية في سنغافورة.</p>
تايلند	7 إشارات رسمية
أوكرانيا	<p>3 لائحة مجلس الوزراء في أوكرانيا رقم 416 بتاريخ 10-5-2018 "بعض المسائل المتعلقة بشكل إشارة (علامة) أوكرانيا".</p>

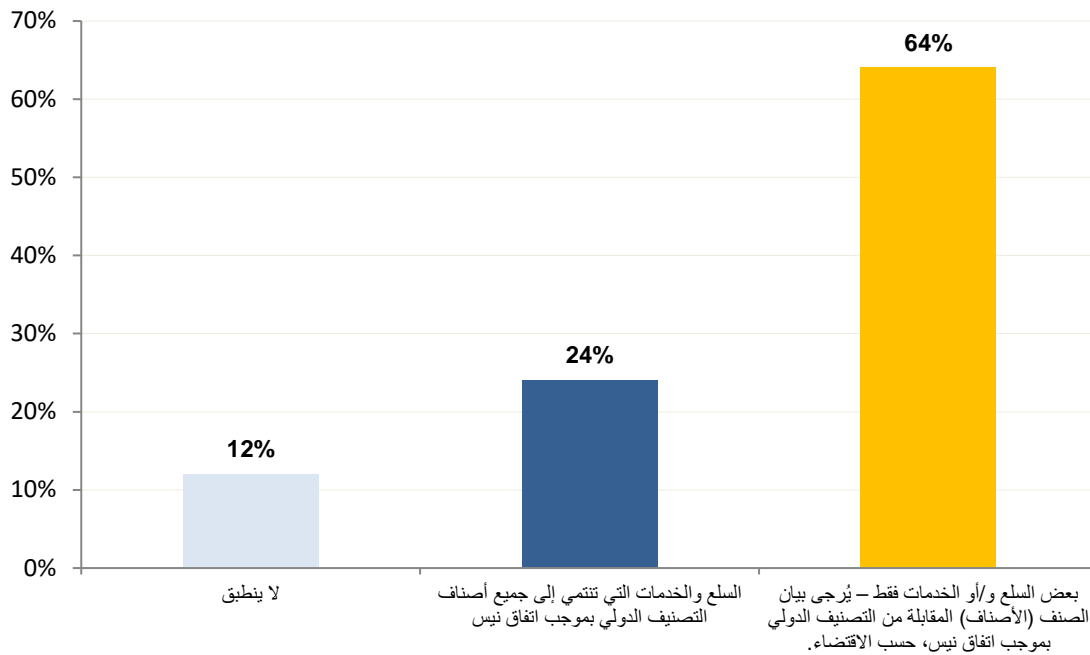
يُرجى تقديم الرابط إلى التسجيل أو التصديق المقابل، إن وجد.

البلد	يُرجى التحديد
كولومبيا	<p>1 رقم الملف رقم الشهادة الإشارة</p> <p>468472 12141200 علامة جماعية</p> <p>468474 12141204 علامة جماعية</p> <p>468478 12141208 علامة جماعية</p> <p>468477 12141212 علامة جماعية</p> <p>SD2017/0064968 598668 علامة تجارية لسلع</p> <p>SD2017/0064980 586023 علامة تجارية لسلع</p> <p>SD2017/0064986 586011 علامة تجارية لسلع</p> <p>SD2017/0064991 586012 علامة تجارية لسلع</p> <p>SD2019/0001810 640097 علامة تجارية لخدمات</p> <p>SD2019/0001813 640099 علامة تجارية لخدمات</p> <p>SD2019/0047705 636155 علامة تجارية لخدمات</p> <p>SD2019/0047711 636156 علامة تجارية لخدمات</p>
كوستاريكا	<p>2 تسجيل "Essential Costa Rica" رقم 228803</p> <p>تسجيل "Essential Costa Rica" رقم 229122</p> <p>تسجيل "Essential Costa Rica" رقم 229857</p> <p>تسجيل "Essential Costa Rica" رقم 232668</p>
كرواتيا	<p>3 https://it-app.dziv.hr/Pretrage/hr/z/Detaljno.aspx/20150201</p> <p>https://it-app.dziv.hr/Pretrage/hr/z/Detaljno.aspx/20150199</p> <p>https://it-app.dziv.hr/Pretrage/hr/z/Detaljno.aspx/20150359</p> <p>https://it-app.dziv.hr/Pretrage/hr/z/Detaljno.aspx/20150358</p> <p>https://it-app.dziv.hr/Pretrage/hr/z/Detaljno.aspx/20160881</p>

	https://it-app.dziv.hr/Pretrage/hr/z/Detaljno.aspx/20160880	
الدا نمرك	https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/004325536	1
إستو نيا	العلامة التجارية للاتحاد الأوروبي 017902836 https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/017902836 العلامة التجارية للاتحاد الأوروبي 017902837 https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/017902837 العلامة التجارية الإستونية رقم 56619 https://andmebaas.epa.ee/avalik/#/trademarks?nr=M201800512&ln=et	5
جورج يا	http://www.sakpatenti.gov.ge/en/search_engine/view/60669/3/	5
آيسل ندا	https://www.hugverk.is/trademark/v0080982 https://www.hugverk.is/trademark/v0082578	7
المغ رب	3 رابط العلامة التجارية (كمثال): http://search.ompic.ma/web/pages/consulterMarque.do?id=2653531&debutRes=0&finRes=10	3
بيرو	9 الشهادة P000179302 الشهادة T00002566 شهادة العلامة الوطنية INDECOPI	9
جمهو رية مولد وفا	10 العلامة التجارية 27307 - http://www.db.agepi.md/marcireprezentanti/Details.aspx?id=15oFtTl7iuf15YQ2WpZNec الطلب 044733 - http://www.db.agepi.md/marcireprezentanti/Details.aspx?id=15oFtTl7ivfl5daGwRdLKe الطلب 044734 - http://www.db.agepi.md/marcireprezentanti/Details.aspx?id=15oFtTl7ivfl5daGwRdxU2	10
سنغا فورة	1 أرقام العلامات التجارية المسجلة: ، 40201804360Y، 40201804358Y، 40201804356V .40201804361T	1

	رسم لفظي: L202005646P شعار الدولة (المادة 6 (ثالثا) - رقم SG27) A202007812T تفاصيل العلامات التجارية والرسوم اللفظية والمادة 6 (ثالثا) متاحة على منصتنا للإيداع الإلكتروني والبحث - https://www.ip2.sg/RPS/WP/CM/SearchSimple/IP.aspx	
إسبانيا	2 علامة España: http://consultas2.oepm.es/ceo/jsp/busqueda/busqRapida.xhtml علامة España Global: http://consultas2.oepm.es/ceo/jsp/busqueda/busqRapida.xhtml	
سويسرا	3 https://www.swissreg.ch/srclient/de/tm/738275	
أوكرانيا	4 https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/416-2018-%D0%BF#Text	
فيتنام	5 http://wipopublish.noip.gov.vn/wopublish-search/public/trademarks;jsessionid=5E275F9D0697F2A662607A5BE00EA1F6?0#	

السؤال 15 - حماية العلامة الوطنية في البلد المجيب تغطي السلع/الخدمات التالية:

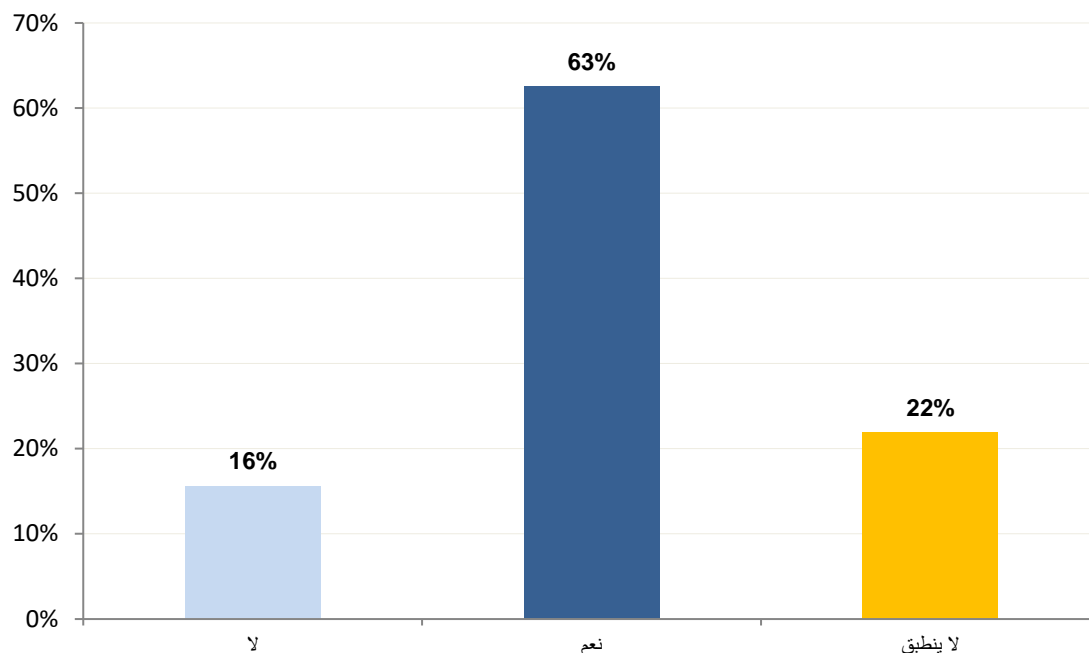


الردود	الاختيارات
3	لا ينطبق
6	السلع والخدمات التي تنتمي إلى جميع أصناف التصنيف الدولي بموجب اتفاق نيس
16	بعض السلع و/أو الخدمات فقط - يُرجى بيان الصنف (الأصناف) المقابلة من التصنيف الدولي بموجب اتفاق نيس، حسب الاقتضاء.
25	مجموع المجيبين

البلد	بعض السلع و/أو الخدمات فقط - يُرجى بيان الصنف (الأصناف) المقابلة من التصنيف الدولي بموجب اتفاق نيس، حسب الاقتضاء
كولومبيا	1. الأصناف 16 و 18 و 21 و 25 و 35 و 41
كوستاريكا	2. هي محمية في إطار كل الأصناف إلا الصنف 35 لأن طرفاً ما له حقوق سابقة على مصطلح "Esencial".
الدانمرك	3. الأصناف 16 و 35 و 39 و 41
إكوادور	4. الأصناف 25 و 21 و 35
إستونيا	5. العلامة التجارية للاتحاد الأوروبي 017902836؛ تصنيف نيس: 9 و 16 و 41 العلامة التجارية للاتحاد الأوروبي 017902837؛ تصنيف نيس: 9 و 16 و 36 و 41 العلامات التجارية الإستونية رقم 56619؛ تصنيف نيس: 41
فرنسا	6. فيما يخص علامة فرنسا: 9 و 16 و 35 و 36 و 38 و 39 و 41 و 42 و 43 و 44 و 45 وفما يخص علامة الدولة: 16 و 35 و 41 و 42 و 44
جورجيا	7. الصنفان 16 و 35
ألمانيا	8. الأصناف: 8 و 16 و 21 و 25 و 35 و 41 و 42 و 45
آيسلندا	9. V0080982: 16 و 35 و 39 (قضية طعن جارية) V0082578: 29-33 و 43 (قضية طعن جارية)
ليتوانيا	10. سُتعرّف لاحقاً. كانت العلامة السابقة غير المستخدمة محمية للخدمات التي تنتمي إلى الأصناف 35 و 39 و 41
المغرب	11. تختار كل منظمة المنتجات و/أو الخدمات التي تغطي قطاع نشاطها.
عمان	12. الحماية تكمن بالنسبة للعلامات المحمية فقط ماعدا العلامات التي تعتبر مشهورة فهي مغطاة بموجب اتفاقية باريس المادة 6 ثانياً
جمهورية مولدوفا	13. الأصناف 16 و 35 و 39 و 41 و 42 و 43 من التصنيف الدولي بموجب اتفاق نيس.

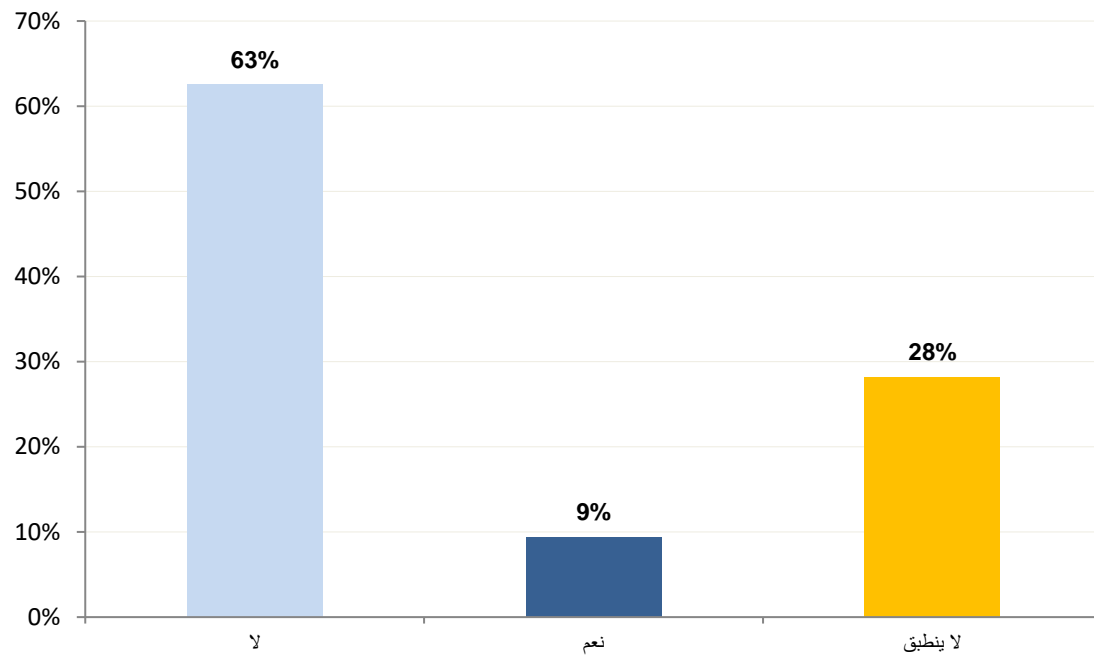
سنغافورة	14 تُسجّل بعض العلامات تحت العلامة الوطنية كعلامات تجارية للسلع والخدمات من الأصناف 5 و 10 و 14 و 16 و 18 و 25 و 28 و 35 و 39 و 41 و 43 من تصنيف نيس.
إسبانيا	15 Marca España مسجلة في الأصناف الخمسة والأربعين (45) من تصنيف نيس. España Global مسجلة في الأصناف 9 و 16 و 35 و 38 و 39 و 41.
سويسرا	16 الأصناف 9 و 14 و 16 و 35 و 39 و 41 و 43

السؤال 16 - هل تُعتبر العلامة الوطنية أحد أصول الملكية الصناعية في البلد المضيف؟



الردود	الاختيارات
5 %16	لا
20 %63	نعم
7 %22	لا ينطبق
32	مجموع المجيبين

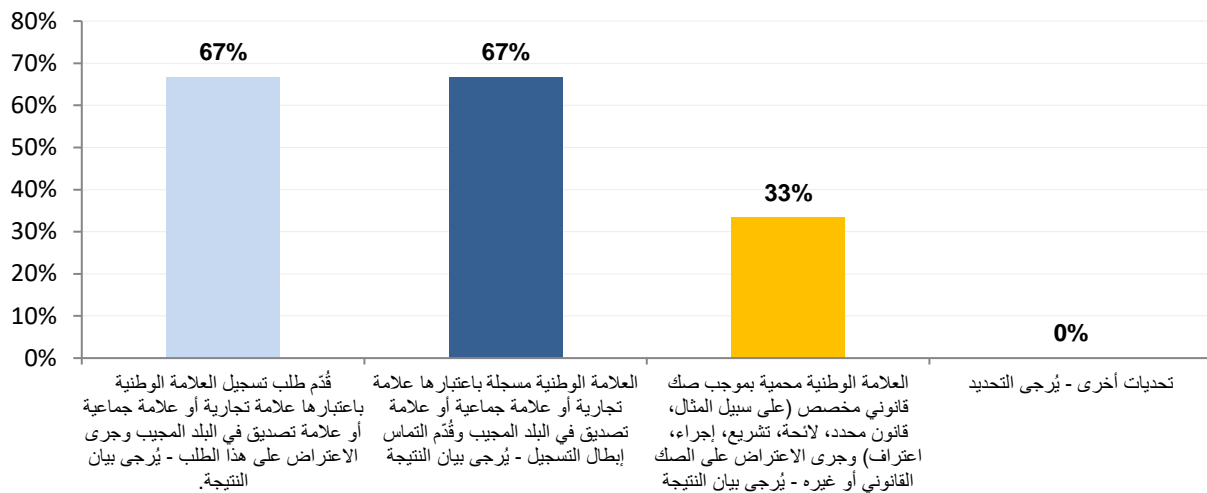
السؤال 17 - هل واجهت حماية العلامة الوطنية في البلد المجيب أي تحديات في هذا البلد؟



الردود		الاختيارات
20	%63	لا
3	%9	نعم
9	%28	لا ينطبق
32		مجموع المجيبين

إذا كانت الإجابة نعم، فما هي أوجه هذه التحديات:

(يحتمل السؤال أكثر من إجابة واحدة)



الردود	الاختيارات
2 67%	قدم طلب تسجيل العلامة الوطنية باعتبارها علامة تجارية أو علامة جماعية أو علامة تصديق في البلد المضيف وجرى الاعتراض على هذا الطلب - يرجى بيان النتيجة. ¹
2 67%	العلامة الوطنية مسجلة باعتبارها علامة تجارية أو علامة جماعية أو علامة تصديق في البلد المضيف وقدم التماس إبطال التسجيل - يرجى بيان النتيجة. ²
1 33%	العلامة الوطنية محمية بموجب صك قانوني مخصص (على سبيل المثال، قانون محدد، لائحة، تشريع، إجراء، اعتراف) وجرى الاعتراض على الصك القانوني أو غيره - يرجى بيان النتيجة
0 0%	تحديات أخرى - يرجى التحديد
3	مجموع المجيبين

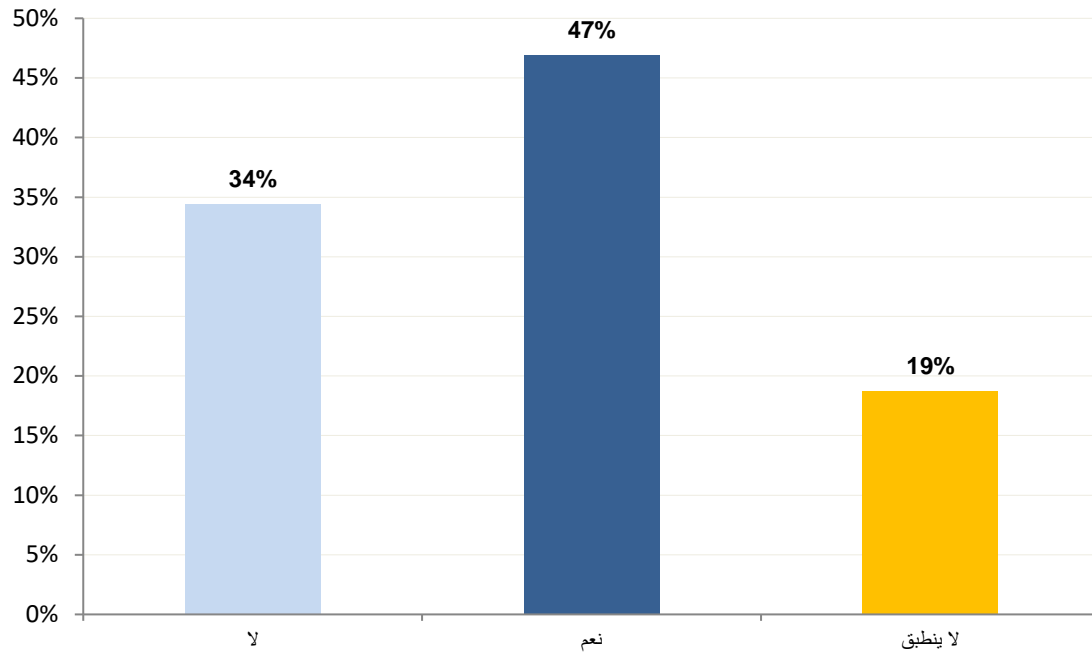
البلد	يرجى التحديد
-------	--------------

1. ² قضية طعن في كل من التسجيلين جارية أمام مجلس آيسلندا للطعن في حقوق الملكية الفكرية الصناعية.

2. ¹ رُفض الطعنان. إسبانيا

الجزء الخامس: حماية العلامة الوطنية
للبلد المجيب في الخارج

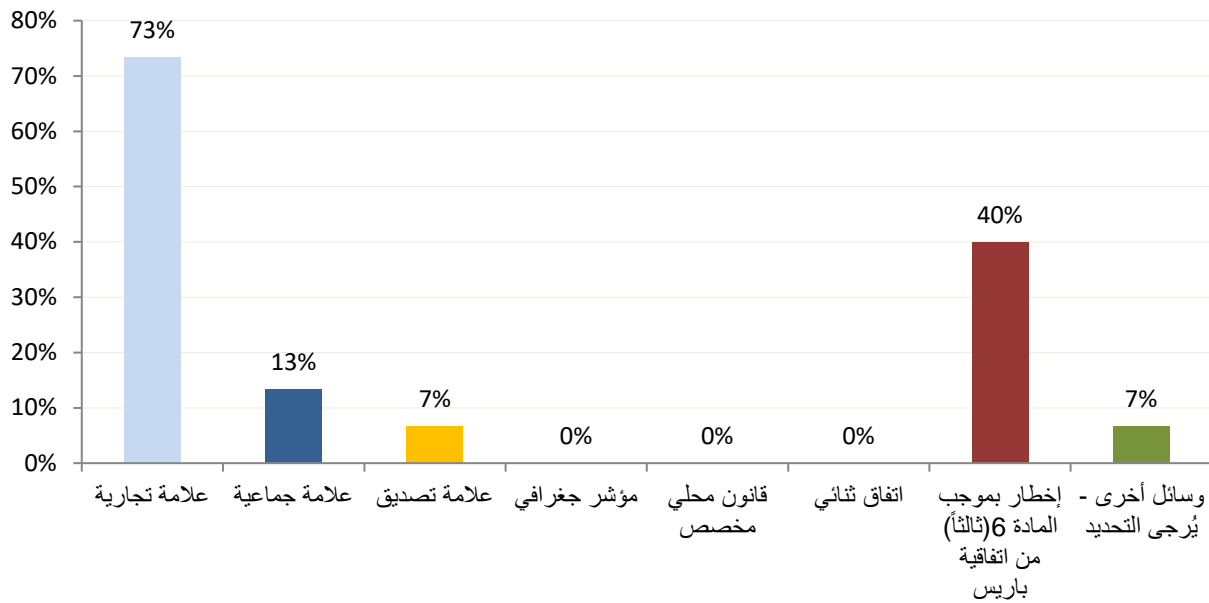
السؤال 18 - هل تستفيد العلامة الوطنية للبلد المجيب من حماية بلدان/مناطق أخرى غير حماية البلد المجيب (مشار إليها فيما يلي "بالحماية في الخارج")؟



الردود		الاختيارات
11	34%	لا
15	47%	نعم
6	19%	لا ينطبق
32		مجموع المجيبين

إذا كانت الإجابة نعم، يُرجى بيان وسائل الحماية:

(يحتمل السؤال أكثر من إجابة واحدة)



الردود	الاختيارات
11 73%	علامة تجارية
2 13%	علامة جماعية
1 7%	علامة تصديق
0 0%	مؤشر جغرافي
0 0%	قانون محلي مخصص
0 0%	اتفاق ثنائي
6 40%	إخطار بموجب المادة 6 (ثالثاً) من اتفاقية باريس
1 7%	وسائل أخرى - يُرجى التحديد
15	مجموع المجيبين

البلد	وسائل أخرى - يُرجى التحديد
كوستاريكا	1. تاريخ النشر: 2014-9-30 تصنيف فيينا: 2001-5-27 ، 2003-1-29

يُرجى تقديم الرابط إلى التسجيل أو التصديق المقابل، أو صك قانوني مخصص آخر، إن وجد.

البلد	الردود
كولومبيا	1. بيرو http://sistemas.indecopi.gob.pe/osdconsultaspublicas/Default2.asp?Nro_exp_EUIPO=000644616-2015 http://sistemas.indecopi.gob.pe/osdconsultaspublicas/Default2.asp?Nro_exp_EUIPO=000644617-2015 إكوادور CO كولومبيا الصنف 35. الملف رقم 2015-52433 الأرجنتين CO كولومبيا الصنف 35 https://portaltramites.inpi.gob.ar/MarcasConsultas/Resultado?acta=3467019 CO كولومبيا - الصنف 41 https://portaltramites.inpi.gob.ar/MarcasConsultas/Resultado?acta=3467020 البرازيل CO كولومبيا الصنف 35 https://gru.inpi.gov.br/pePI/servlet/MarcasServletController?Action=detail&CodPedido=3300928 شيلي https://ion.inapi.cl/Marca/BuscarMarca.aspx كوستاريكا CO كولومبيا الصنفان 35 و 41. الملف رقم 2016-0000091 المكسيك CO كولومبيا الصنف 35. الملف رقم 1533623 بنما CO كولومبيا الصنفان 35 و 41. الملف رقم 246623 كندا CO كولومبيا الصنفان 35 و 41. الملف رقم 1760612 التسجيل الدولي رقم 1188605 - CO كولومبيا https://www3.wipo.int/madrid/monitor/es/showData.jsp?ID=ROM.1188605

التسجيل الدولي رقم 1172086 - CO كولومبيا
<https://www3.wipo.int/madrid/monitor/es/showData.jsp?ID=ROM.1172086>

الولايات المتحدة الأمريكية
مكتب الاتحاد الأوروبي للملكية الفكرية
سويسرا
المملكة المتحدة
إسرائيل
الاتحاد الروسي
الصين
اليابان
جمهورية كوريا
سنغافورة

2 تاريخ النشر: 30-9-2014 تصنيف فيينا: 27-5-2001
أريك أ

3 <https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/004325536> الداء
نمرك

4 <https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/017902837> إستو
نيا
<https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/017902836>

5 العلامة التجارية للاتحاد الأوروبي، رقم الإيداع: 011102753
ألمانيا
<https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/011102753>

5 التسجيل الدولي رقم 1094966
آيسلندا

7 رابط العلامة التجارية (كمثال):
المغرب <https://www3.wipo.int/madrid/monitor/fr/showData.jsp?ID=ROM.1260278>

3 <https://www.wipo.int/cgi-bin/ifetch5?SPA+SIXTER+15-00+21657674-KEY+256+0+1421+F-SPA+1+8+1+25+SEP-0/HITNUM,B-SPA+CC%2fPE> بيرو

[https://portaltramites.inpi.gob.ar/MarcasCon
sultas/Resultado?acta=3137274](https://portaltramites.inpi.gob.ar/MarcasCon
sultas/Resultado?acta=3137274)

[https://portaltramites.inpi.gob.ar/MarcasCon
sultas/Resultado?acta=3137275](https://portaltramites.inpi.gob.ar/MarcasCon
sultas/Resultado?acta=3137275)

[https://portaltramites.inpi.gob.ar/MarcasCon
sultas/Resultado?acta=3137276](https://portaltramites.inpi.gob.ar/MarcasCon
sultas/Resultado?acta=3137276)

[https://portaltramites.inpi.gob.ar/MarcasCon
sultas/Resultado?acta=3137277](https://portaltramites.inpi.gob.ar/MarcasCon
sultas/Resultado?acta=3137277)

[https://portaltramites.inpi.gob.ar/MarcasCon
sultas/Resultado?acta=3137278](https://portaltramites.inpi.gob.ar/MarcasCon
sultas/Resultado?acta=3137278)

[https://portaltramites.inpi.gob.ar/MarcasCon
sultas/Resultado?acta=3137279](https://portaltramites.inpi.gob.ar/MarcasCon
sultas/Resultado?acta=3137279)

[https://portaltramites.inpi.gob.ar/MarcasCon
sultas/Resultado?acta=3137280](https://portaltramites.inpi.gob.ar/MarcasCon
sultas/Resultado?acta=3137280)

[https://portaltramites.inpi.gob.ar/MarcasCon
sultas/Resultado?acta=3137281](https://portaltramites.inpi.gob.ar/MarcasCon
sultas/Resultado?acta=3137281)

[https://portaltramites.inpi.gob.ar/MarcasCon
sultas/Resultado?acta=3137283](https://portaltramites.inpi.gob.ar/MarcasCon
sultas/Resultado?acta=3137283)

[https://portaltramites.inpi.gob.ar/MarcasCon
sultas/Resultado?acta=3137284](https://portaltramites.inpi.gob.ar/MarcasCon
sultas/Resultado?acta=3137284)

[https://www3.wipo.int/branddb/es/showData.js
p?ID=EMTM.010491521](https://www3.wipo.int/branddb/es/showData.js
p?ID=EMTM.010491521)

[https://www3.wipo.int/branddb/es/showData.js
p?ID=UYTM.476640](https://www3.wipo.int/branddb/es/showData.js
p?ID=UYTM.476640)

[https://www3.wipo.int/branddb/es/showData.js
p?ID=UYTM.476635](https://www3.wipo.int/branddb/es/showData.js
p?ID=UYTM.476635)

[https://www3.wipo.int/branddb/es/showData.js
p?ID=UYTM.476633](https://www3.wipo.int/branddb/es/showData.js
p?ID=UYTM.476633)

[https://www3.wipo.int/branddb/es/showData.js
p?ID=UYTM.476639](https://www3.wipo.int/branddb/es/showData.js
p?ID=UYTM.476639)

[https://www3.wipo.int/branddb/es/showData.js
p?ID=UYTM.476637](https://www3.wipo.int/branddb/es/showData.js
p?ID=UYTM.476637)

[https://www3.wipo.int/branddb/es/showData.js
p?ID=UYTM.476631](https://www3.wipo.int/branddb/es/showData.js
p?ID=UYTM.476631)

[https://www3.wipo.int/branddb/es/showData.js
p?ID=UYTM.476638](https://www3.wipo.int/branddb/es/showData.js
p?ID=UYTM.476638)

<https://www3.wipo.int/branddb/es/showData.js>
p?ID=UYTM.476634

<https://www3.wipo.int/branddb/es/showData.js>
p?ID=UYTM.476636

<https://www3.wipo.int/branddb/es/showData.js>
p?ID=UYTM.476632

<https://www3.wipo.int/branddb/es/showData.js>
p?ID=AUTM.1655651

<https://www3.wipo.int/branddb/es/showData.js>
p?ID=CLTM.1039346

<https://www3.wipo.int/branddb/es/showData.js>
p?ID=CLTM.1039350

<https://www3.wipo.int/branddb/es/showData.js>
p?ID=CLTM.1039338

<https://www3.wipo.int/branddb/es/showData.js>
p?ID=CLTM.1039345

<https://www3.wipo.int/branddb/es/showData.js>
p?ID=CLTM.1039342

<https://www3.wipo.int/branddb/es/showData.js>
p?ID=CLTM.1039341

<https://www3.wipo.int/branddb/es/showData.js>
p?ID=CLTM.1039340

<https://www3.wipo.int/branddb/es/showData.js>
p?ID=CLTM.1039339

<https://www3.wipo.int/branddb/es/showData.js>
p?ID=CLTM.1039354

<https://www3.wipo.int/branddb/es/showData.js>
p?ID=CLTM.1039343

<https://marcia.impi.gob.mx/marcas/search/details/RM201101237197?s=dfc945b6-a9d6-4613-964f-dd47fde0c2e7&m=1>

<https://marcia.impi.gob.mx/marcas/search/details/RM201101237178?s=dfc945b6-a9d6-4613-964f-dd47fde0c2e7&m=1>

<https://marcia.impi.gob.mx/marcas/search/details/RM201101237181?s=dfc945b6-a9d6-4613-964f-dd47fde0c2e7&m=1>

<https://marcia.impi.gob.mx/marcas/search/details/RM201101237183?s=dfc945b6-a9d6-4613-964f-dd47fde0c2e7&m=1>

<https://marcia.impi.gob.mx/marcas/search/details/RM201101237185?s=dfc945b6-a9d6-4613-964f-dd47fde0c2e7&m=1>

<https://marcia.impi.gob.mx/marcas/search/details/RM201101237188?s=dfc945b6-a9d6-4613-964f-dd47fde0c2e7&m=1>

<https://marcia.impi.gob.mx/marcas/search/details/RM201101237192?s=dfc945b6-a9d6-4613-964f-dd47fde0c2e7&m=1>

<https://marcia.impi.gob.mx/marcas/search/details/RM201101237192?s=dfc945b6-a9d6-4613-964f-dd47fde0c2e7&m=1>

<https://marcia.impi.gob.mx/marcas/search/details/RM201101237199?s=dfc945b6-a9d6-4613-964f-dd47fde0c2e7&m=1>

<https://marcia.impi.gob.mx/marcas/search/details/RM201101237203?s=dfc945b6-a9d6-4613-964f-dd47fde0c2e7&m=1>

<https://www3.wipo.int/branddb/es/showData.jsp?ID=CRTM.2011-011736>

<https://www.chinatrademarkoffice.com/search/tmdetails/33/15657983.html?ln=spa>

<https://www.chinatrademarkoffice.com/search/tmdetails/35/15657982.html?ln=spa>

<https://www.chinatrademarkoffice.com/search/tmdetails/39/15657981.html?ln=spa>

<https://www.chinatrademarkoffice.com/search/tmdetails/41/15657980.html?ln=spa>

<https://www.chinatrademarkoffice.com/search/tmdetails/35/19135823.html?ln=spa>

<https://www.chinatrademarkoffice.com/search/tmdetails/42/15657979.html?ln=spa>

<https://www.chinatrademarkoffice.com/search/tmdetails/30/15657985.html?ln=spa>

<https://www.chinatrade.markoffice.com/search/tmdetails/31/15657984.html?ln=spa>

<https://www.chinatrade.markoffice.com/search/tmdetails/25/15657987.html?ln=spa>

<https://www.chinatrade.markoffice.com/search/tmdetails/29/15657986.html?ln=spa>

https://servicios.dinapi.gov.py/agente/procesar_busqueda_mov_expediente_v2.php?id=1575887

https://servicios.dinapi.gov.py/agente/procesar_busqueda_mov_expediente_v2.php?id=1575878

https://servicios.dinapi.gov.py/agente/procesar_busqueda_mov_expediente_v2.php?id=1575879

https://servicios.dinapi.gov.py/agente/procesar_busqueda_mov_expediente_v2.php?id=1575883

https://servicios.dinapi.gov.py/agente/procesar_busqueda_mov_expediente_v2.php?id=1575886

https://servicios.dinapi.gov.py/agente/procesar_busqueda_mov_expediente_v2.php?id=1575881

https://servicios.dinapi.gov.py/agente/procesar_busqueda_mov_expediente_v2.php?id=1575871

https://servicios.dinapi.gov.py/agente/procesar_busqueda_mov_expediente_v2.php?id=1575873

https://servicios.dinapi.gov.py/agente/procesar_busqueda_mov_expediente_v2.php?id=1575874

https://servicios.dinapi.gov.py/agente/procesar_busqueda_mov_expediente_v2.php?id=1575876

<https://trademark-search.marcaria.com/es/resultado?applicant=PROMPERU&country=BR&status=0&mode=4>

جمهو
رية
مولد
وفا

IR1523813 العلامة التجارية الدولية
<https://www3.wipo.int/madrid/monitor/en/>

إسبانيا
نيا

[https://www.wipo.int/cgi-
6te/iffetch5?SPA+SIXTER+15-00+21608148-
KEY+256+0+643+F-SPA+2+14+1+25+SEP-
0/HITNUM,B-SPA+CC%2fES](https://www.wipo.int/cgi-bin/6te/iffetch5?SPA+SIXTER+15-00+21608148-KEY+256+0+643+F-SPA+2+14+1+25+SEP-0/HITNUM,B-SPA+CC%2fES)

**السؤال 19 - إذا كانت العلامة الوطنية للبلد
المجيب محمية في الخارج، يُرجى تحديد قائمة
البلدان/المناطق المعنية، فيما يتعلق بكل
وسيلة من وسائل الحماية.**

(يحتمل السؤال أكثر من إجابة واحدة)

الردود	الاختيارات
9 60%	علامة تجارية
1 7%	علامة جماعية
1 7%	علامة تصديق
0 0%	مؤشر جغرافي
0 0%	قانون محلي مخصص
0 0%	اتفاق ثنائي
6 40%	إخطار بموجب المادة 6 (ثالثاً) من اتفاقية باريس
0 0%	وسائل أخرى - يُرجى التحديد
15	مجموع المجيبين

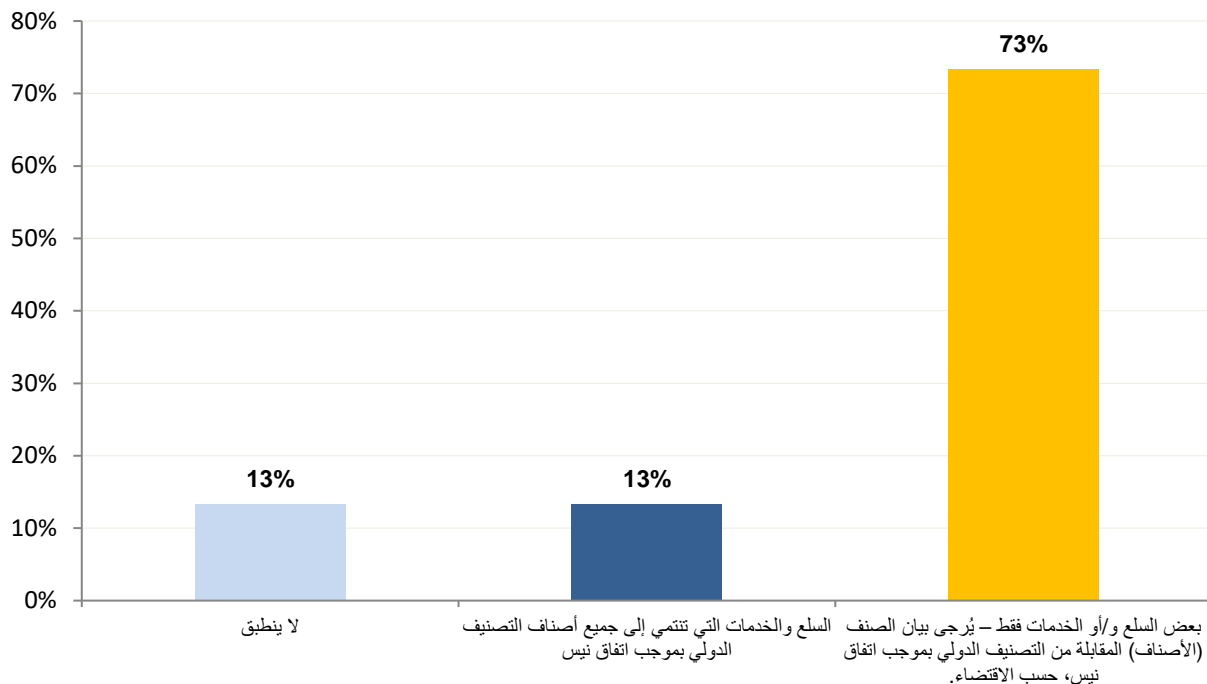
المجيب	علامة تجارية
1. كولومبيا	بيرو، إكوادور، الأرجنتين، البرازيل، شيلي، كوستاريكا، المكسيك، بنما، كندا،

الولايات المتحدة، الاتحاد الأوروبي، سويسرا، المملكة المتحدة، إسرائيل، روسيا، الصين، اليابان، جمهورية كوريا، سنغافورة.	
2. الدانمرك	علامة تجارية للاتحاد الأوروبي
3. إستونيا	الاتحاد الأوروبي
4. ألمانيا	نطاق تسجيل العلامات التجارية للاتحاد الأوروبي
5. آيسلندا	الاتحاد الأوروبي والنرويج على أساس IR 1094966. إبطال في الولايات المتحدة الأمريكية في عام 2019.
6. الجبل الأسود	ألبانيا، صربيا، البوسنة والهرسك، مقدونيا، الصين
7. بيرو	الأرجنتين، بوليفيا، البرازيل، كولومبيا، إكوادور، شيلي، باراغواي، أوروغواي، الاتحاد الأوروبي، كوستاريكا، المكسيك، أستراليا، الصين
8. جمهورية مولدوفا	كندا، الاتحاد الأوروبي، المملكة المتحدة، تركيا، الولايات المتحدة الأمريكية، بيلاروس، سويسرا، الصين، الاتحاد الروسي، أوكرانيا
9. سويسرا	الولايات المتحدة الأمريكية، الاتحاد الأوروبي، مصر، الصين، جمهورية كوريا، جمهورية كوريا الشعبية الديمقراطية، ليختنشتاين، الاتحاد الروسي

المجيب	علامة جماعية
1. كولومبيا	بيرو، إكوادور، الأرجنتين، البرازيل، شيلي، كوستاريكا، المكسيك، بنما، كندا، الولايات المتحدة، الاتحاد الأوروبي، سويسرا، المملكة المتحدة، إسرائيل، روسيا، الصين، اليابان، جمهورية كوريا، سنغافورة.

المجيب	علامة تصديق
1. المغرب	إن العلامة التجارية "Morocco Handmade" (مصنوع يدوياً في المغرب) مثلاً محمية بموجب نظام مدريد على مستوى المنظمة الأفريقية للملكية الفكرية، وفي الاتحاد الأوروبي، وفي الولايات المتحدة الأمريكية.
المجيب	إخطار بموجب المادة 6 (ثالثاً) من اتفاقية باريس
1. كوستاريكا	الأطراف المتعاقدة بموجب اتفاقية باريس
2. إكوادور	الأطراف المتعاقدة بموجب اتفاقية باريس
3. فرنسا	
4. بيرو	كل الأطراف المتعاقدة بموجب اتفاقية باريس، باستثناء الولايات المتحدة الأمريكية
5. سنغافورة	شعار الدولة (المادة 6 (ثالثاً) رقم SG27)
6. إسبانيا	الأطراف المتعاقدة بموجب اتفاقية باريس

السؤال 20 - حماية العلامة الوطنية في البلد المجيب تغطي السلع/الخدمات التالية؟

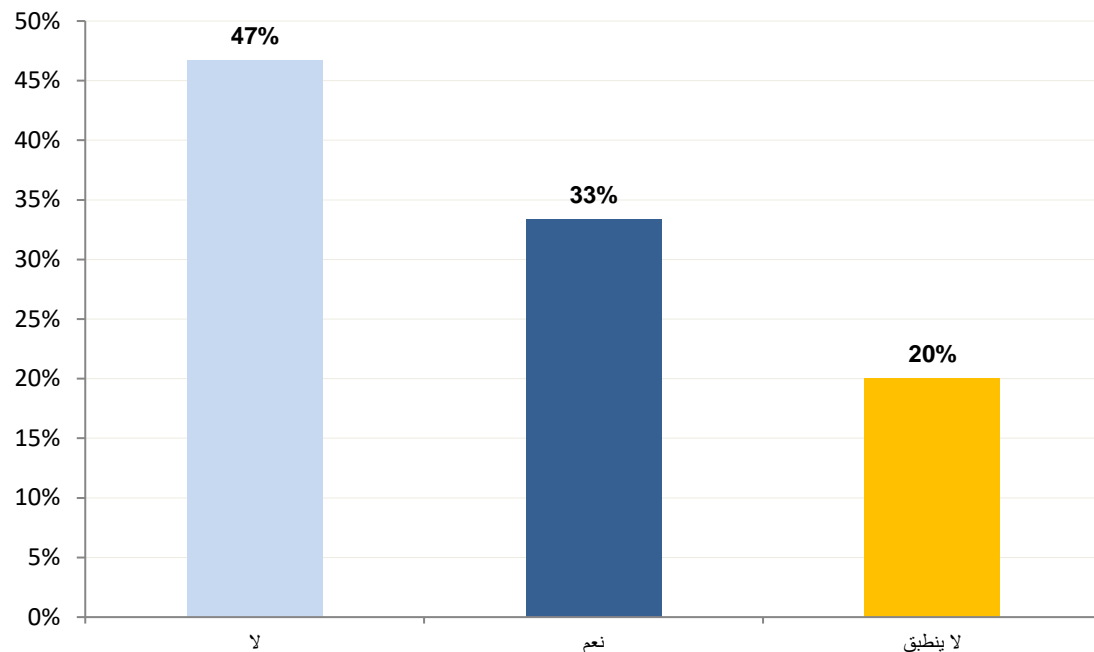


الاختيارات	الردود
لا ينطبق	2 13%
السلع والخدمات التي تنتمي إلى جميع أصناف التصنيف الدولي بموجب اتفاق نيس	2 13%
بعض السلع و/أو الخدمات فقط - يُرجى بيان الصنف (الأصناف) المقابلة من التصنيف الدولي بموجب اتفاق نيس، حسب الاقتضاء.	11 73%
مجموع المجيبين	15

الردود	البلد
1 الصنفان 35 و 41	كولومبيا
2 الأصناف 16 و 35 و 39 و 41	الدانمرك

إكوادور	3 سنغافورة: A201513735Q كندا: كل أصناف تصنيف نيس
إستونيا	4 العلامة التجارية للاتحاد الأوروبي "Work Estonia" رقم 017902836؛ تصنيف نيس: 9 و 16 و 41 العلامة التجارية للاتحاد الأوروبي "Invest Estonia" رقم 017902837؛ تصنيف نيس: 9 و 16 و 36 و 41
ألمانيا	5 الأصناف 8 و 16 و 21 و 25 و 35 و 41 و 42 و 45
آيسلندا	6 الأصناف 16 و 35 و 39
المغرب	7 تختار كل منظمة المنتجات و/أو الخدمات التي تغطي قطاع نشاطها. فتشير العلامة "Morocco Handmade" لقطاع الصناعة التقليدية مثلاً إلى المنتجات التي تنتمي إلى أصناف نيس التالية: 14 و 18 و 21 و 25 و 27.
بيرو	8 الأصناف 3 و 5 و 14 و 16 و 18 و 19 و 20 و 21 و 23 و 24 و 25 و 29 و 30 و 31 و 32 و 33 و 35 و 39 و 41 و 42 و 43 من التصنيف الدولي.
جمهورية مولدوفا	9 الأصناف 35 و 39 و 41 و 42 من التصنيف الدولي بموجب اتفاق نيس.
سنغافورة	0. يرجع الاعتراف/عدم الاعتراف بشعار الدولة إلى مكاتب الملكية الفكرية في الولايات القضائية.
سويسرا	1. الأصناف 9 و 16 و 35

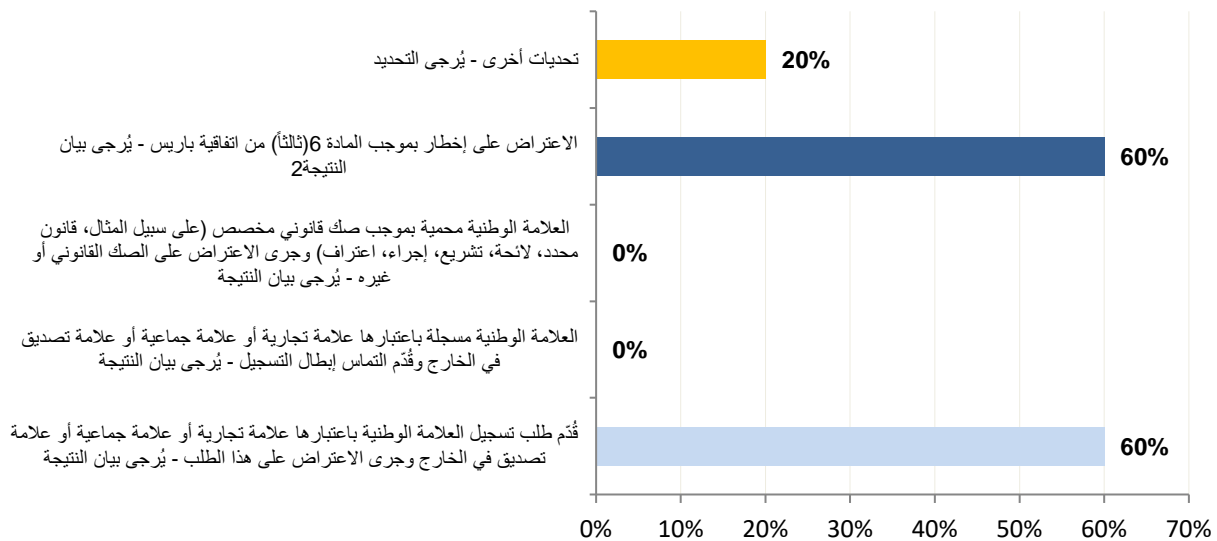
السؤال 21 - هل واجهت حماية العلامة الوطنية أي تحديات في الخارج؟



الاختيارات		الردود
لا	47%	7
نعم	33%	5
لا ينطبق	20%	3
مجموع المجيبين		15

إذا كانت الإجابة نعم، فما هي أوجه هذه التحديات:

(يحتمل السؤال أكثر من إجابة واحدة)

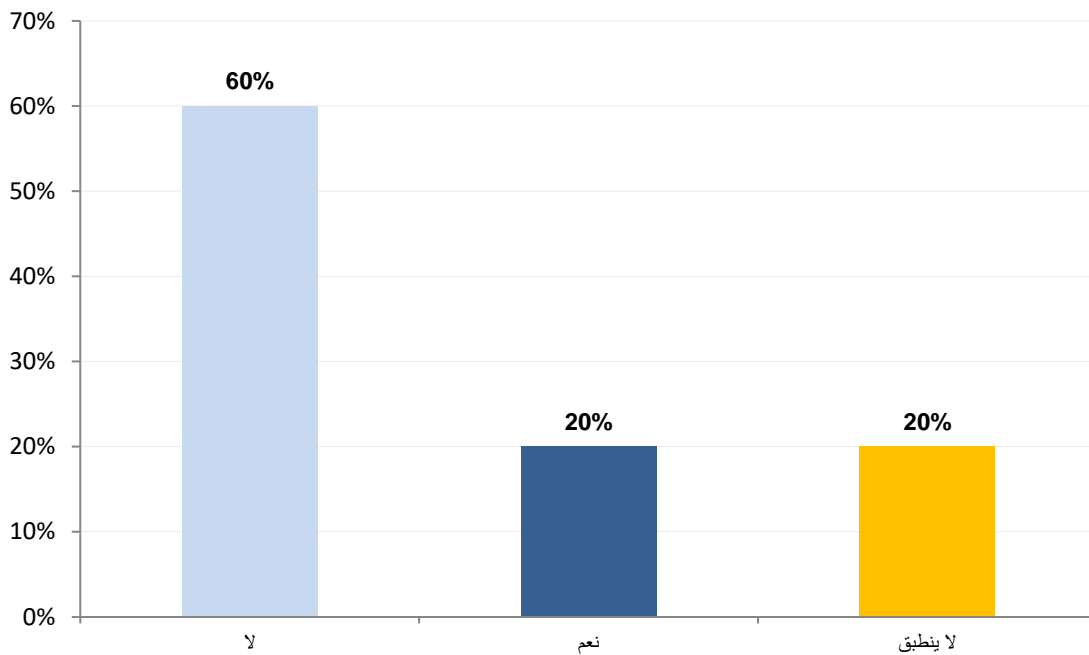


الاختيارات		الردود
قُدِّم طلب تسجيل العلامة الوطنية باعتبارها علامة تجارية أو علامة جماعية أو علامة تصديق في الخارج وجرى الاعتراض على هذا الطلب - يُرجى بيان النتيجة ¹		60% 3
العلامة الوطنية مسجلة باعتبارها علامة تجارية أو علامة جماعية أو علامة تصديق في الخارج وقُدِّم التماس إبطال التسجيل - يُرجى بيان النتيجة		0% 0
العلامة الوطنية محمية بموجب صك قانوني مخصص (على سبيل المثال، قانون محدد، لائحة، تشريع، إجراء، اعتراف) وجرى الاعتراض على الصك القانوني أو غيره - يُرجى بيان النتيجة		0% 0
الاعتراف على إخطار بموجب المادة 6 (ثالثاً) من اتفاقية باريس - يُرجى بيان النتيجة ²		60% 3
تحديات أخرى - يُرجى التحديد ³		20% 1
مجموع المجيبين		5

البلد	يُرجى التحديد
آيسلندا	1 ¹ جارٍ.
جمهورية مولدوفا	2 ¹ فيما يتعلق بالطلب الدولي IR 1523813، أصدر قراران بالرفض المؤقت الكلي. وأصدر أحد القرارين لأسباب شكلية، والآخر بسبب نزاع على علامة تجارية سابقة وعدم الحصول على إذن من حكومة جمهورية مولدوفا باستخدام اسم "مولدوفا".
بيرو	3 ¹ فيما يخص الأرجنتين، سُحب الطعن الخاص بالصنف 35 من التصنيف الدولي وسُجّلت العلامة الوطنية. 2 أعلنت الولايات المتحدة اعتراضاً على الإخطار فلم تمنحنا الحماية بموجب المادة 6 (ثالثاً). 3 رفض مكتب الملكية الفكرية في البرازيل تسجيل العلامة الوطنية في إطار الصنف 39 نظراً للتشابه مع علامة LAN PERU التي سبق تسجيلها في البرازيل. واعتراض المكتب الوطني للملكية الفكرية في الصين على تسجيل العلامة الوطنية. ومع ذلك، طعنت بيرو في الاعتراض، وتم في نهاية المطاف منح تسجيل العلامة الوطنية في إطار الصنفين 29 و 30.
إسبانيا	4 ² الاعتراض EEUU بتاريخ 29-9- 2015.

كوستاريكا
المتحدة في 29 سبتمبر 2015.
الاعتراض في الولايات المتحدة

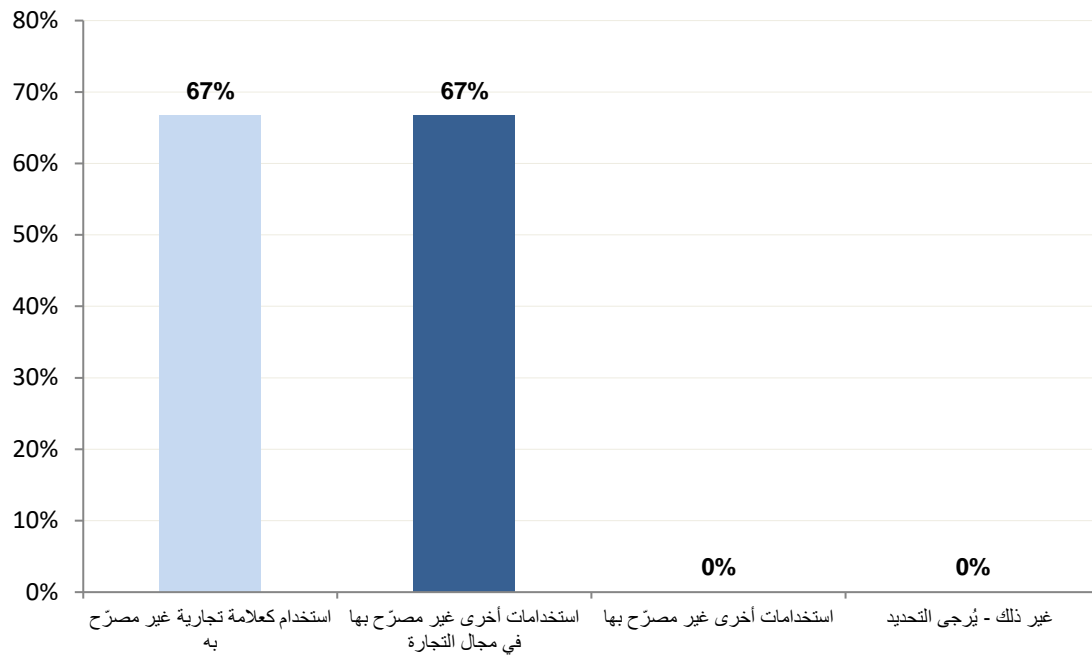
السؤال 22 - إذا كانت العلامة الوطنية للبلد
المجيب محمية في الخارج، فهل تعرضت العلامة
الوطنية للبلد المجيب لأي استخدام قائم على
التعدي أو استخدام غير مصرح به في الخارج؟



الاختيارات		الردود
لا	60%	9
نعم	20%	3
لا ينطبق	20%	3
مجموع المجيبين		15

إذا كانت الإجابة نعم، يُرجى شرح طبيعة
الاستخدام:

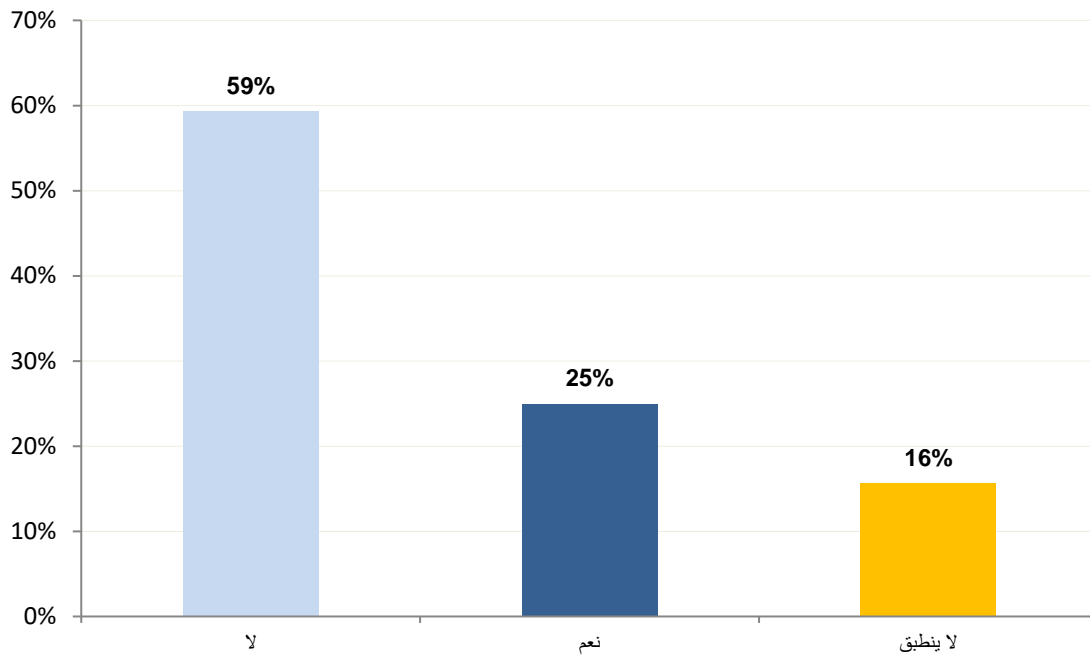
(يحتمل السؤال أكثر من إجابة واحدة)



الردود	الاختيارات
2	استخدام كعلامة تجارية غير مصرّح به
2	استخدامات أخرى غير مصرّح بها في مجال التجارة
0	استخدامات أخرى غير مصرّح بها
0	غير ذلك - يُرجى التحديد
3	مجموع المجيبين

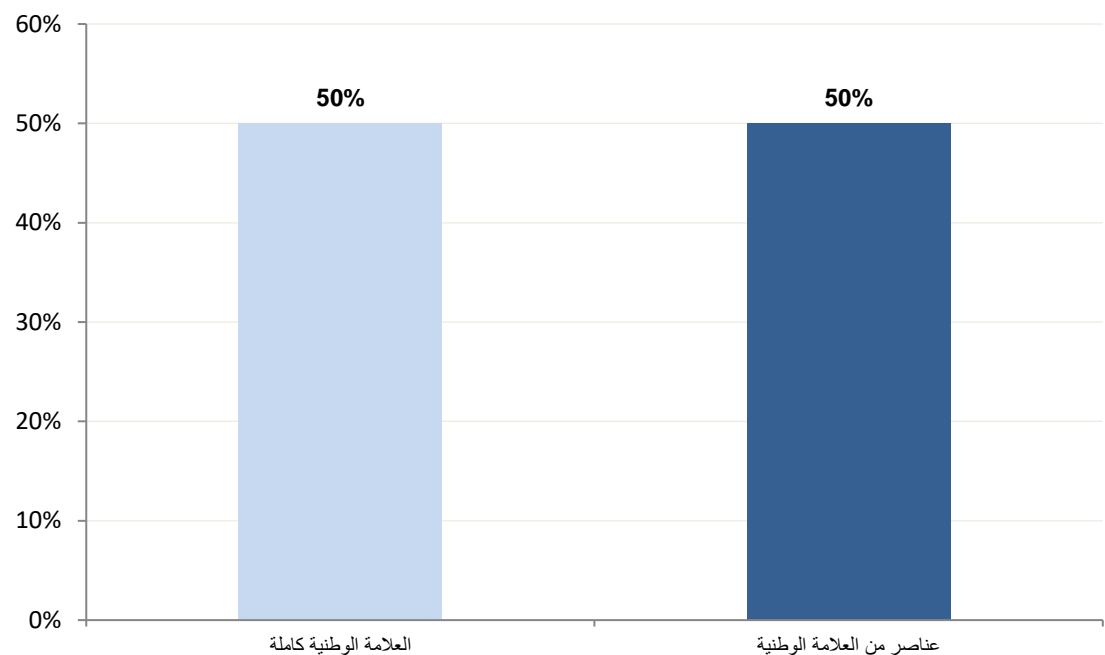
الجزء السادس: استخدام المادة 6 (ثالثاً)
من اتفاقية باريس لحماية العلامات
الوطنية للبلد المجيب

السؤال 23 - هل كانت العلامة الوطنية للبلد
المجيب أو عناصر منها موضوع إخطار بموجب
المادة 6 (ثالثاً) من اتفاقية باريس؟



الاختيارات		الردود
لا		59% 19
نعم		25% 8
لا ينطبق		16% 5
مجموع المجيبين		32

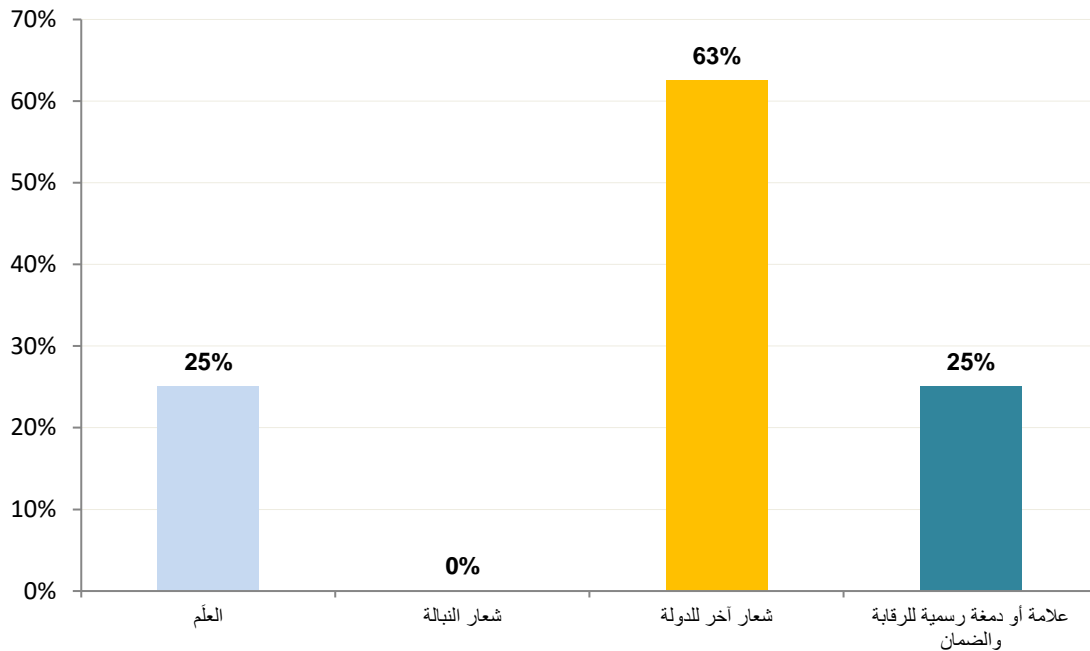
إذا كانت الإجابة نعم، هل شمل الإخطار العلامة الوطنية كاملة أم عناصر منها فقط؟



الاختيارات		الردود
العلامة الوطنية كاملة		50% 4
عناصر من العلامة الوطنية		50% 4
مجموع المجيبين		8

إذا كانت الإجابة نعم، تحت أي فئة من الإشارات المشمولة بالمادة 6 (ثالثاً) من اتفاقية باريس؟

(يحتمل السؤال أكثر من إجابة واحدة)



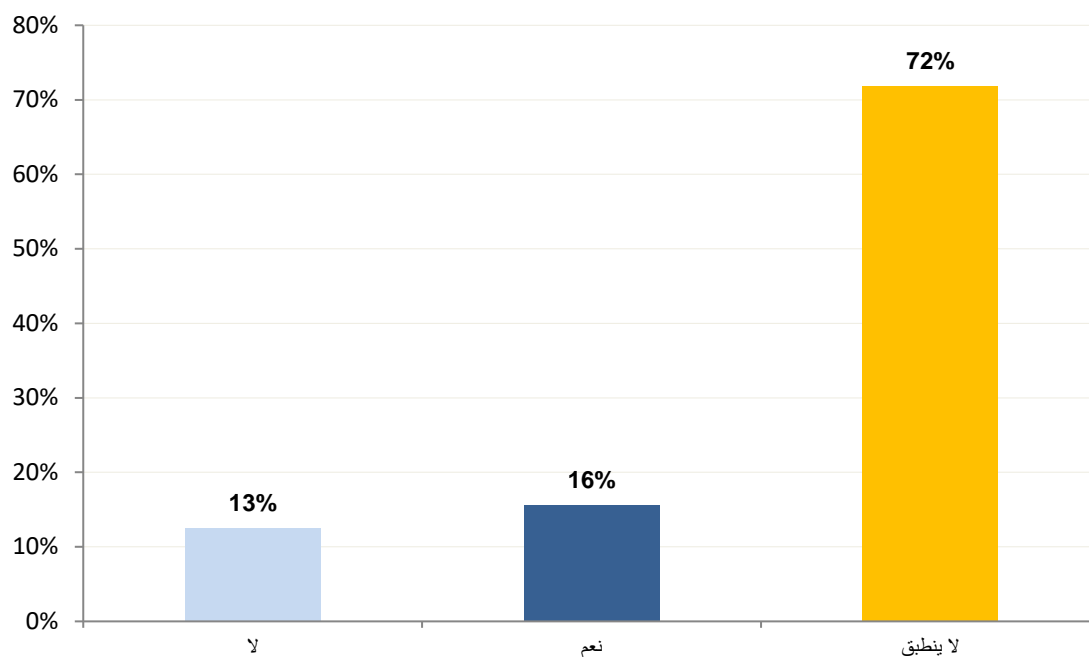
الاختيارات	الردود
العلَم	25% 2
شعار النبالة	0% 0
شعار آخر للدولة	63% 5
علامة أو دمغة رسمية للرقابة والضمان	25% 2
مجموع المجيبين	8

وإذا كانت الإجابة نعم، يُرجى بيان الرقم (الأرقام) المرجعية للإشارة (الإشارات) المدرجة في قاعدة بيانات المادة 6 (ثالثاً).

الردود	البلد
CA2 1	كندا

كوستاريكا	2 تاريخ النشر: 2014-9-30
إكوادور	2001-1-26 ، 2009-4-26 ، 2015-1-29
فرنسا	4 لا تعليق.
بيرو	PE8 5
سنغافورة	SG27 5
إسبانيا	ES11 7
سويسرا	CH66 3

السؤال 24 - إذا كان قد أُخطِر بالعلامة الوطنية للبلد المجيب بموجب المادة 6 (ثالثاً) من اتفاقية باريس، فهل كان هذا الإخطار موضوع اعتراض وفقاً للمادة 6 (ثالثاً) (4) من اتفاقية باريس؟



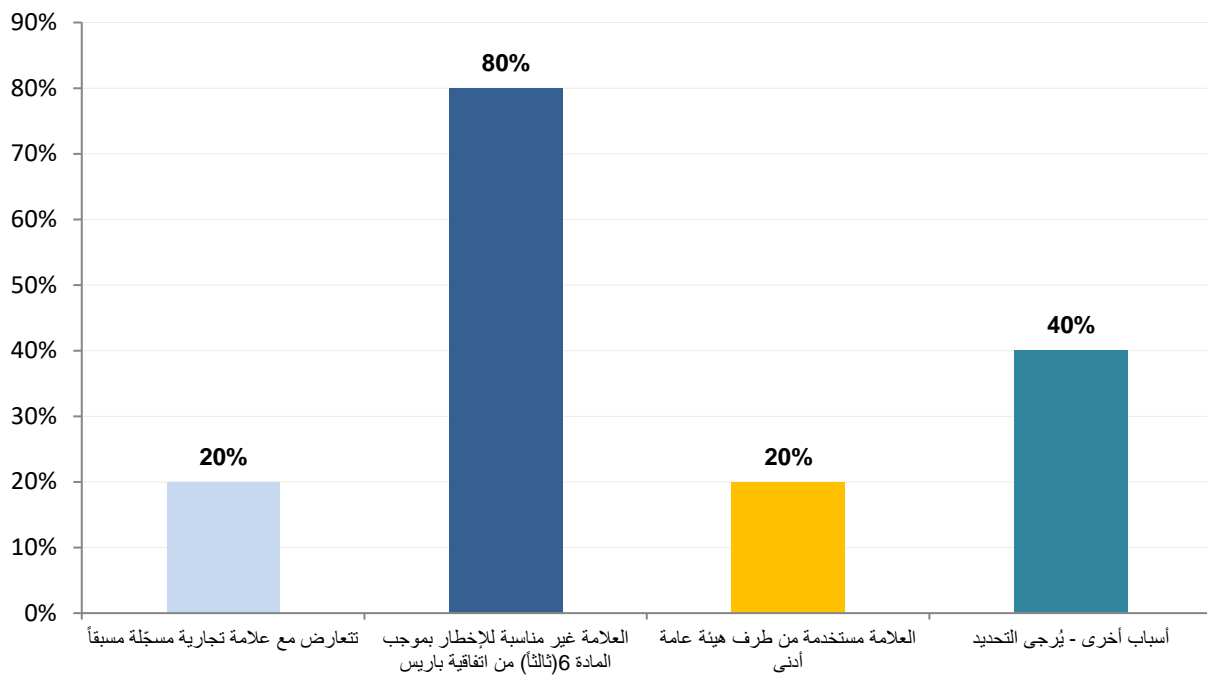
الردود	الاختيارات
4 13%	لا
5 16%	نعم
23 72%	لا ينطبق

32

مجموع المجيبين

إذا كانت الإجابة نعم، ما هي أسباب تلك الاعتراضات:

(يحتمل السؤال أكثر من إجابة واحدة)



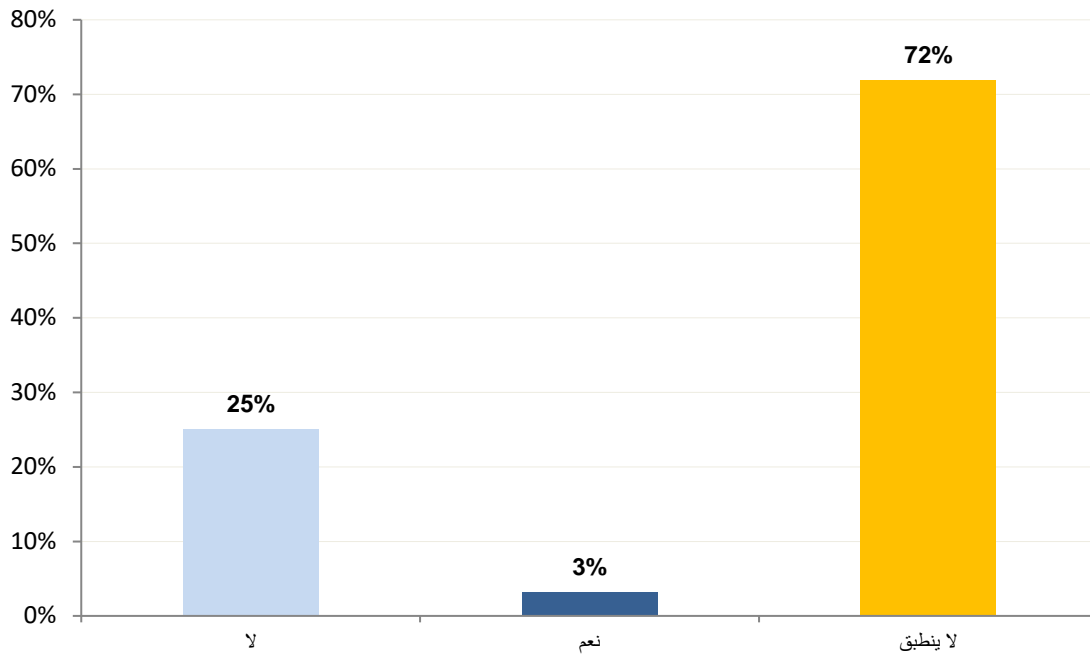
الاختيارات		الردود
1	20%	تعارض مع علامة تجارية مسجلة مسبقاً
4	80%	العلامة غير مناسبة للإخطار بموجب المادة 6(3) (ثالثاً) من اتفاقية باريس
1	20%	العلامة مستخدمة من طرف هيئة عامة أدنى
2	40%	أسباب أخرى - يُرجى التحديد
5		مجموع المجيبين

البلد	غير ذلك (يُرجى التحديد)
-------	-------------------------

1 قُدِّم اعتراض في الولايات المتحدة كوستاريكا
في 29 سبتمبر 2015.

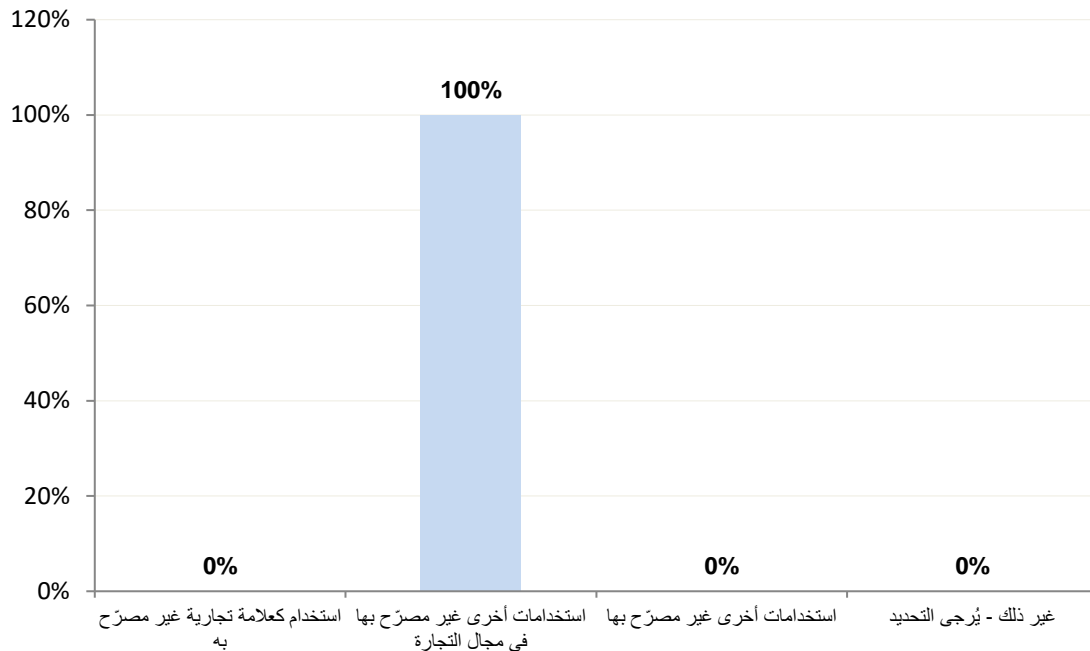
2 يتم رفضها ايضاً بموجب القانون عمان
الوطني حيث ان اسماء الدول
والشعارات الحكومية لا يمكن
تسجيلها للغير

السؤال 25 - إذا كان قد أُخطِر بالعلامة الوطنية
للبلد المجيب بموجب المادة 6 (ثالثاً) من
اتفاقية باريس، فهل واجه أي شكل من أشكال
الاستخدام غير المصرح به في الخارج؟



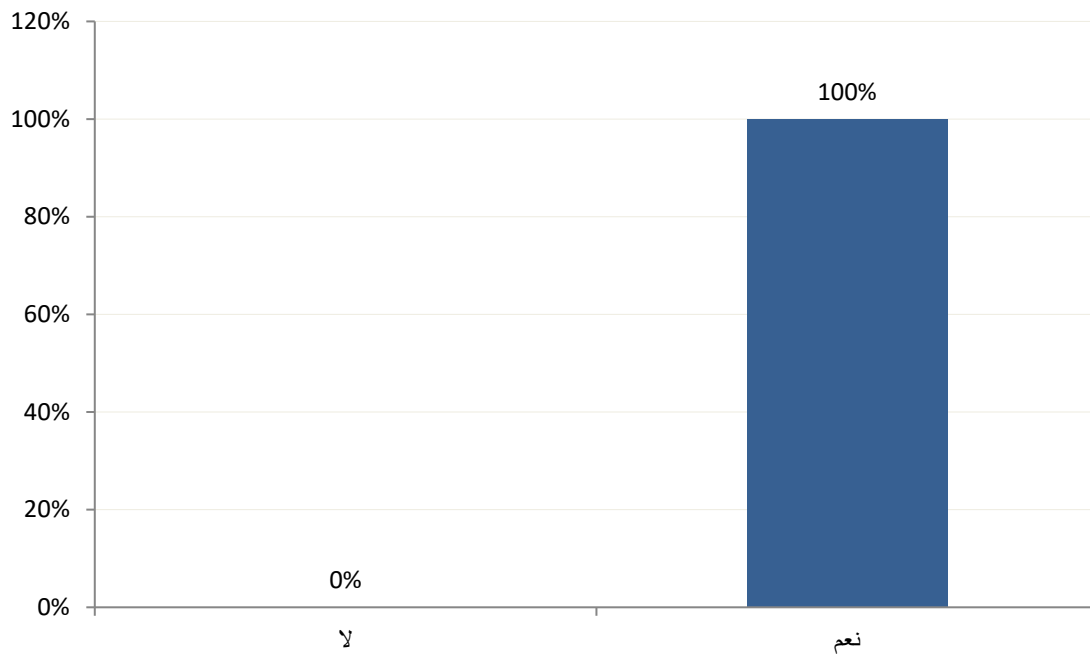
الردود		الاختيارات
8	25%	لا
1	3%	نعم
23	72%	لا ينطبق
32		مجموع المجيبين

إذا كانت الإجابة نعم، يُرجى شرح ذلك:
(يحتمل السؤال أكثر من إجابة واحدة)



الردود		الاختيارات
0	0%	استخدام كعلامة تجارية غير مصرّح به
1	100%	استخدامات أخرى غير مصرّح بها في مجال التجارة
0	0%	استخدامات أخرى غير مصرّح بها
0	0%	غير ذلك - يُرجى التحديد
1		مجموع المجيبين

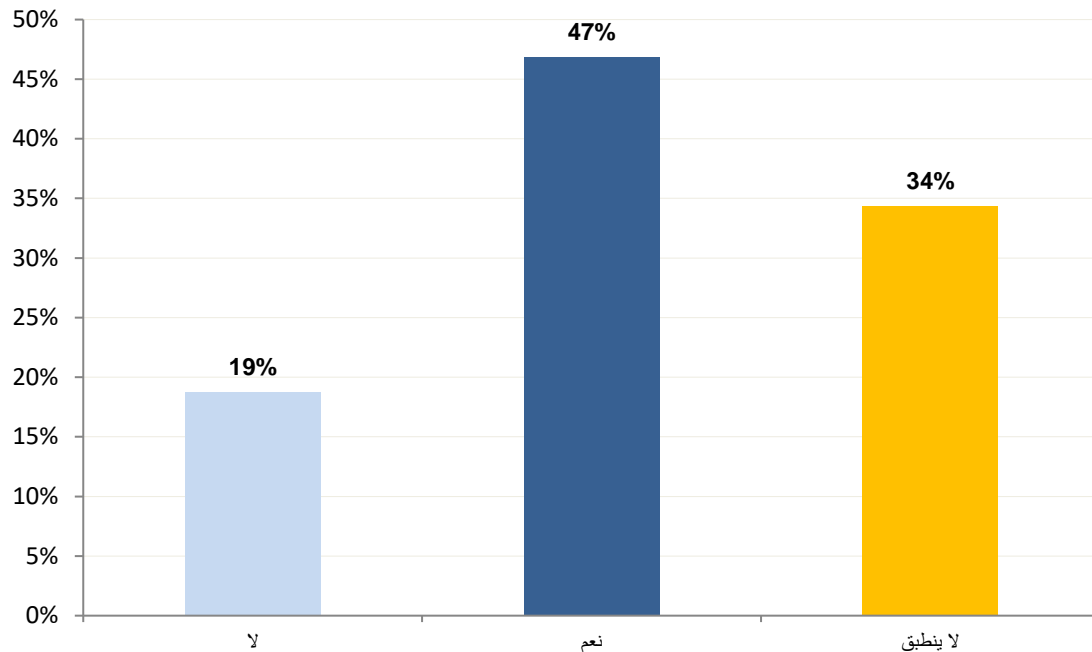
إذا كانت الإجابة نعم، هل نجح في الاعتراض على
ذاك الاستخدام بموجب المادة 6 (ثالثاً) من
اتفاقية باريس؟



الاختيارات	الردود
لا	0 %0
نعم	1 %100
مجموع المجيبين	1

الجزء السابع: مراقبة وإنفاذ العلامة
الوطنية في البلد المضيف

السؤال 26 - هل يخضع استخدام العلامة الوطنية
للبلد المضيف للمراقبة في البلد المضيف؟



الردود		الاختيارات
6	19%	لا
15	47%	نعم
11	34%	لا ينطبق
32		مجموع المجيبين

إذا كانت الإجابة نعم، كيف يتم ذلك؟ ما هي الجهة التي تتولى المراقبة؟

الردود	البلد
<p>أ إن صاحبة التسجيل "فيدوكولديكس" كولومبيا للتجارة الخارجية مسؤولة عن مراقبة استخدام العلامة الوطنية في كولومبيا بالنيابة عن وكالة ProColombia الحكومية المعنية بتشجيع الصادرات. وعند إبرام عقد ترخيص باستخدام العلامة، يُتاح للأشخاص المرخص لهم إجراء داخلي للموافقة على العلامات والأعمال الفنية النهائية. ويجوز لوكالة ProColombia فسخ العقد في حالة عدم الامتثال لأي من أحكامه. وتم التعامل مع حالات الاستخدام غير المصرح بها عن طريق رسائل كف ومنع. ومع ذلك، فإن التشريع المعمول به يخول صاحب العلامة رفع دعاوى أمام السلطات القضائية المدنية إذا تعرضت حقوقه للانتهاك (وله أن يطلب اتخاذ تدابير احترازية) أو تعرض لأعمال منافسة غير مشروعة. وقد يكون من الممكن أيضاً اتخاذ تدابير جنائية ضد التملك غير المشروع لحقوق الملكية الصناعية وتطبيق تدابير حدودية لوقف العمليات الجمركية. وفضلاً عن ذلك، يمنح التشريع الوطني سلطات لهيئات إدارية معيّنة بغية حماية حقوق المستهلك التي قد تتضرر بسوء استخدام العلامة.</p>	كولومبيا
<p>2 وفقاً للمادة 10 من لائحة ترخيص العلامة الوطنية لتشجيع السياحة في</p>	كوستاريكا

كوستاريكا، يجوز لمجلس السياحة في كوستاريكا أن يتخذ الإجراءات القانونية اللازمة ضد الاستخدام غير السليم أو غير المصرح به للعلامة الوطنية في حق كل من المرخص لهم والأشخاص الطبيعيين والاعتباريين الذين يستخدمون العلامة التجارية بدون إذن مسبق.

3 وزارة السياحة عن طريق اللائحة التالية:

إكوادور
<https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec070es.pdf>

1 مالكة العلامات التجارية المحمية Enterprise Estonia (العلامات الوطنية)

2 قيام بعثة "دعم التراث غير المادي للدولة" (APIE) بمراقبة إيداعات العلامات التجارية فيما يتصل بجهاز المعلومات الحكومي.

3 قانون العلامات التجارية في جورجيا

7 شركة محاماة مستقلة.

3 عن طريق خدمات مراقبة عالمية تديرها وزارة الخارجية.

8 يتولى مالك العلامة مهمة المراقبة.

9 وزارة التجارة والصناعة

10 تشرف وكالة تشجيع الصادرات والسياحة في بيرو (PROMPERÚ)، مباشرة أو عن طريق أشخاص أو هيئات محددة صراحة

لغرض الإشراف، على التطبيق السليم
للوائح التي تنظم استخدام العلامة
الوطنية والاستخدام السليم للعلامات
الوطنية. ولهذا الغرض، يجوز لها:
(أ) الإشراف على الاستخدام السليم
للعلامة الوطنية

(ب) ضمان الامتثال للشروط التي تبرر
منح ترخيص استخدام العلامة الوطنية
(ج) طلب معلومات من المرخص لهم أو
أطراف أخرى مرتبطة بهم للتحقق من
الاستخدام السليم للعلامة الوطنية.

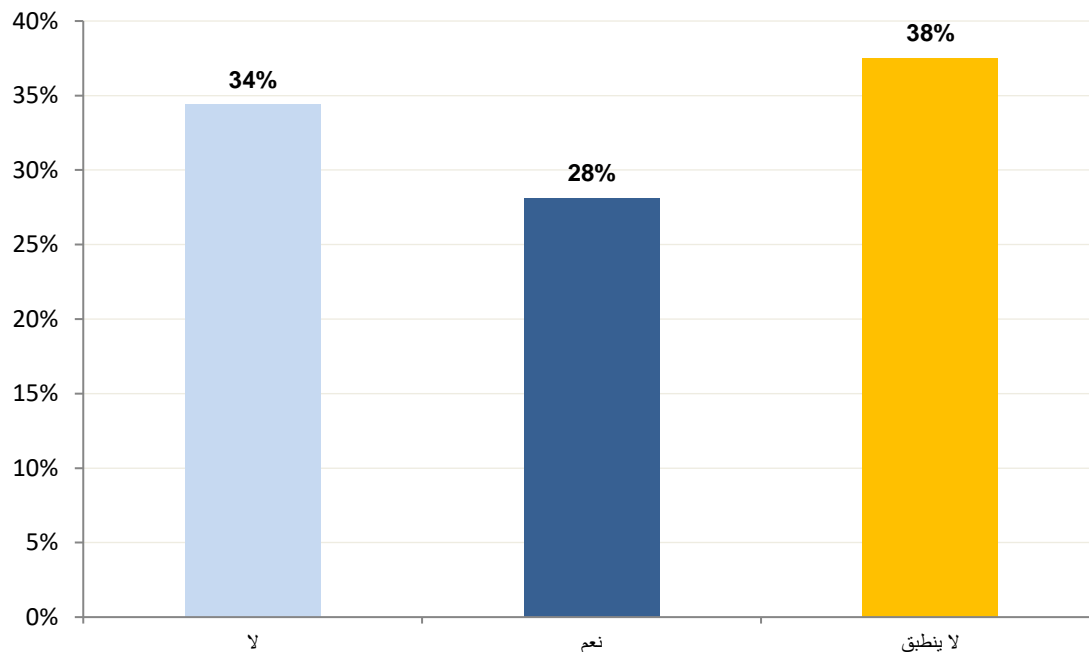
٣ في إقليم جمهورية مولدوفا، لا تراقب
وكالة الاستثمار سوى حالات استخدام
العلامة الوطنية في صفوف الأشخاص
الذين أبرموا اتفاقاً مع الوكالة
لاستخدام العلامة الوطنية.

٤ يتولى مكتب سنغافورة للعلامات (SGBO)
التابع لوزارة الاتصالات والمعلومات
حماية علامة سنغافورة. ويعتمد المكتب
في ذلك نهجاً تفاعلياً وليس استباقياً.

٥ وزارة الثقافة والسياسة الإعلامية في
أوكرانيا <https://mkip.gov.ua/>.

٦ وكالة تشجيع التجارة في فييت نام،
وزارة الصناعة والتجارة

السؤال 27 - هل يخضع استخدام العلامة الوطنية في البلد المجيب للمراقبة في الخارج؟



الردود	الاختيارات
11 34%	لا
9 28%	نعم
12 38%	لا ينطبق
32	مجموع المجيبين

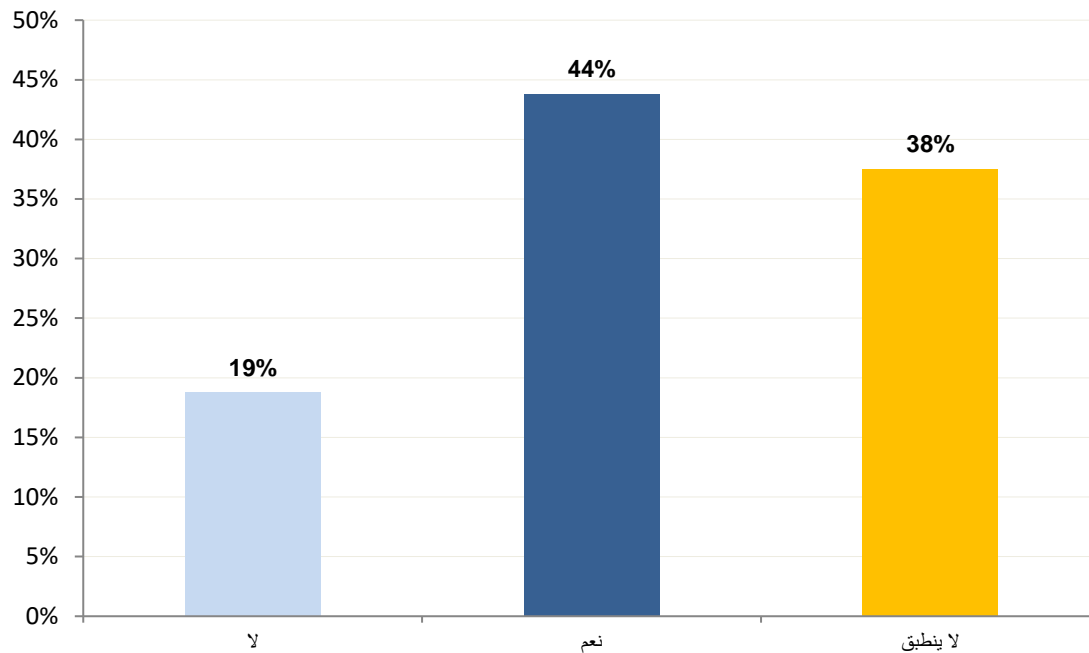
إذا كانت الإجابة نعم، كيف يتم ذلك؟ وما هي الجهة التي تتولى المراقبة؟

الردود	البلد
1. شبكة كندا الدولية للسفارات والبعثات.	كندا
2. إن صاحبة التسجيل "فيدوكولديكس" للتجارة الخارجية مسؤولة عن مراقبة استخدام العلامة الوطنية في الخارج بالنيابة عن وكالة كولومبيا	كولومبيا

ProColombia الحكومية المعنية بتشجيع الصادرات. ولذلك تقوم ProColombia بعملية المراقبة في الخارج عن طريق محامين ومراسلين محليين.	
3.	يجب على المؤسسات العامة المعنية بالعلامة الوطنية (وزارة الخارجية ومجلس السياحة في كوستاريكا ووكالة تشجيع التجارة الخارجية في كوستاريكا (PROCOTER)) اتخاذ الإجراءات القانونية المناسبة عند اكتشاف حالات إساءة استخدام في الخارج.
4.	شركة محاماة مستقلة
5.	عن طريق خدمات مراقبة عالمية تديرها وزارة الخارجية.
6.	يتولى مالك العلامة مهمة المراقبة.
7.	وكالة تشجيع الصادرات والسياحة في بيرو (PROMPERÚ) عن طريق المكاتب التجارية في الخارج ومكاتب المحاماة المعينة لتسجيل العلامة الوطنية لبيرو.
8.	يبت مكتب سنغافورة للعلامات في اتخاذ إجراءات (قضائية أو غيرها) ضد المستخدمين غير المصرح لهم بحسب كل حالة.

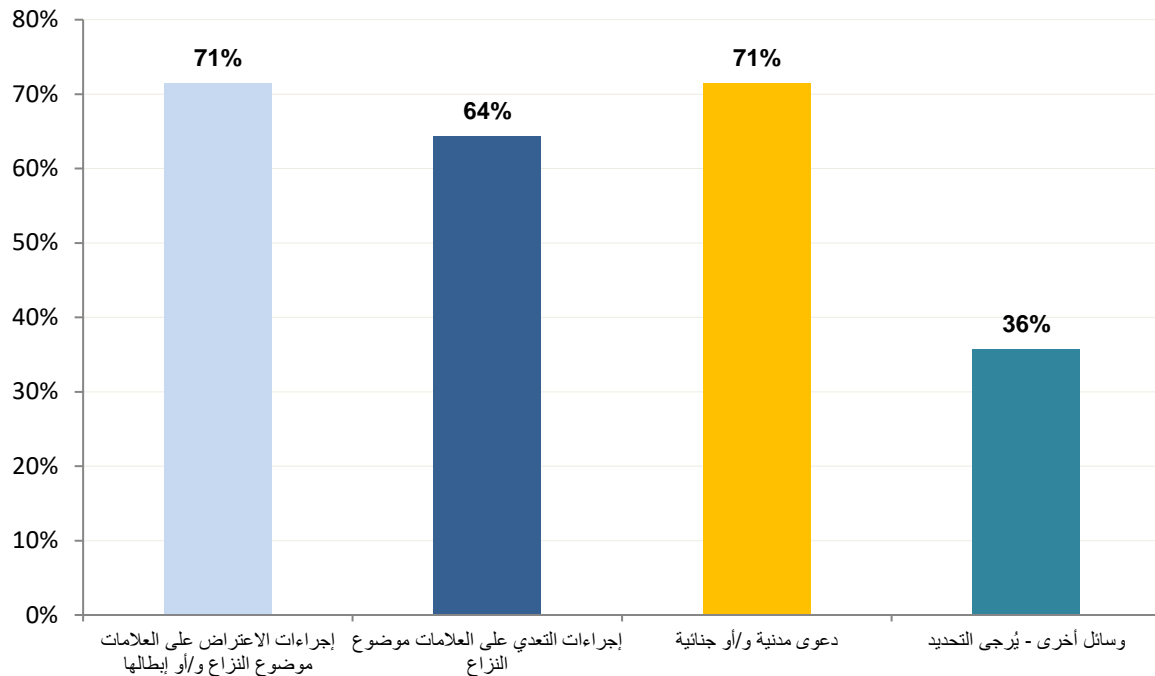
9. وكالة تشجيع التجارة في فييت فيت نام
نام، وزارة الصناعة والتجارة

السؤال 28 - هل يتم إنفاذ العلامة الوطنية
للبلد المجيب في البلد المجيب؟



الردود		الاختيارات
6	19%	لا
14	44%	نعم
12	38%	لا ينطبق
32		مجموع المجيبين

إذا كانت الإجابة نعم، كيف يتم ذلك؟
(يحتمل السؤال أكثر من إجابة واحدة)



الردود	الاختيارات
10	إجراءات الاعتراض على العلامات موضوع النزاع و/أو إبطالها
9	إجراءات التعدي على العلامات موضوع النزاع
10	دعوى مدنية و/أو جنائية
5	وسائل أخرى - يُرجى التحديد
14	مجموع المجيبين

البلد	وسائل أخرى - يُرجى التحديد
كندا	1 غير قابلة للتسجيل لأن العلامة إشارة محظورة في كندا بموجب قانون العلامات التجارية.

كولومبيا	2 يمنح التشريع الوطني سلطات لهيئات إدارية معينة بغية حماية حقوق المستهلك التي قد تتضرر بسوء استخدام العلامة.
كوستاريكا	3 وفقاً للمادة 10 من لائحة ترخيص العلامة الوطنية لتشجيع السياحة في كوستاريكا، يجوز لمجلس السياحة في كوستاريكا أن يتخذ الإجراءات القانونية اللازمة ضد الاستخدام غير السليم أو غير المصرح به للعلامة الوطنية في حق كل من المرخص لهم والأشخاص الطبيعيين والاعتباريين الذين يستخدمون العلامة التجارية بدون إذن مسبق.
عمان	4 تقديم شكوى امام الجهة المختصة بالحماية قبل اللجوء الى المحكمة
إسبانيا	5 إذا تعارضت علامة مميزة مع إحدى العلامات الوطنية، فيمكن تطبيق الأسباب المطلقة للرفض رسمياً أثناء إجراء التسجيل.

وإذا كانت الإجابة نعم، من يتولى الإنفاذ؟

الردود	البلد
1 لدى حكومة كندا القدرة على إنفاذ علامتها أمام القضاء الكندي ضد الاستخدام غير المصرح به.	كندا
2 إن صاحبة التسجيل "فيدوكولديكس" كولومبيا للتجارة الخارجية مسؤولة عن إنفاذ العلامة الوطنية بالنيابة	كولومبيا

عن وكالة ProColombia الحكومية
المعنية بتشجيع الصادرات. ولذلك
تقوم بمراقبة حالات الاستخدام غير
المصرح بها واتخاذ الإجراءات
القانونية اللازمة عملاً بقانون
كولومبيا.

وتتاح المعلومات المتعلقة
بإيداع إخطارات الاعتراض أثناء
إجراءات تسجيل العلامات
المتضاربة. ومع ذلك، لم يُصدر
إخطار بشأن رفع دعاوى مدنية أو
جنائية أو إدارية أخرى من
الدعاوى التي ينص عليها القانون
الوطني. يقوم صاحب التسجيل
باتخاذ الإجراءات من خلال ممثل
قانوني متخصص في مسائل الملكية
الصناعية.

3 مجلس السياحة في كوستاريكا. كوستاريكا

4 ملاك العلامة التجارية أي هيئة
عامة كرواتيا

5 المكتب القانوني التابع لمكتب
إكوادور الوطني لحقوق الملكية
الفكرية (SENADI) في حالة حدوث
انتهاك قانوني. إكوادور

6 المالك والجهات العامة المختصة ألمانيا

7 Promote Iceland. آيسلندا

8 مالكو العلامة. المغرب

9 وزارة التجارة والصناعة عمان

0 ستتخذ وكالة تشجيع الصادرات
والسياحة في بيرو (PROMPERÚ)
الإجراءات الإدارية والقانونية بيرو

المتاحة لتجنب أو وقف أي استخدام أو استنساخ غير مصرح به للعلامة الوطنية. ويجوز للوكالة أن تطلب من المعهد الوطني للدفاع عن المنافسة وحماية الملكية الفكرية (INDECOPI) اتخاذ إجراءات ضد انتهاك حقوق الملكية الفكرية واتخاذ التدابير الاحترازية المناسبة.

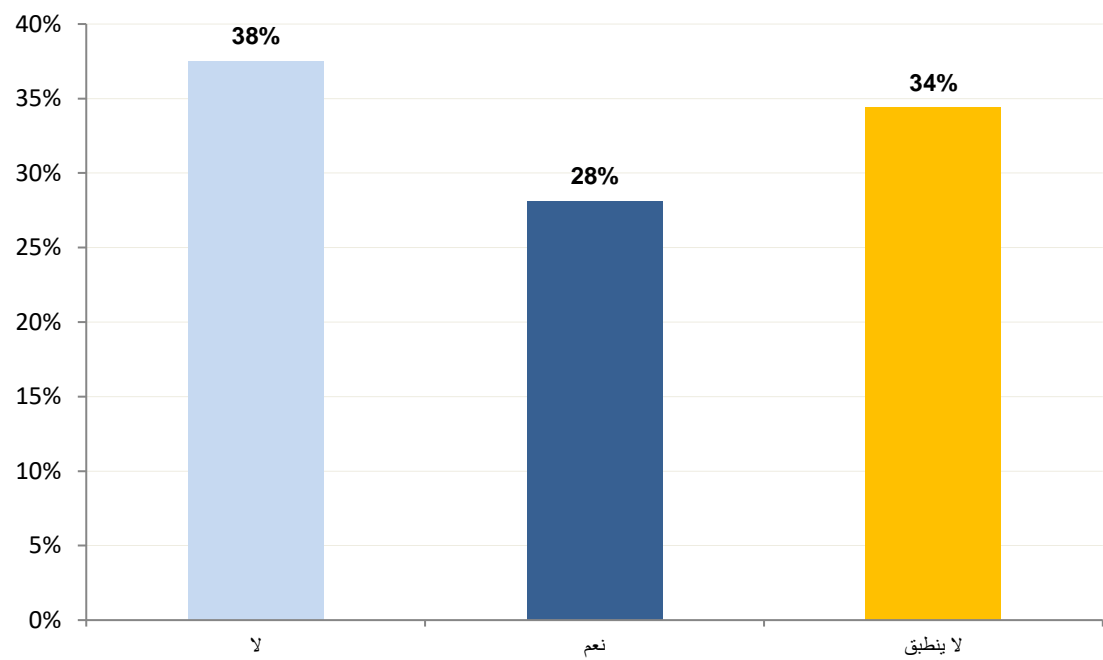
1 المالكون والمالكون المشاركون
للرسوم اللفظية المسجلة،
والعلامات بموجب المادة 6 (ثالثاً)،
والعلامات التجارية.

2 مكتب إسبانيا للبراءات والعلامات
التجارية.

3 تُسجّل كعلامة في سجل العلامات
التجارية.

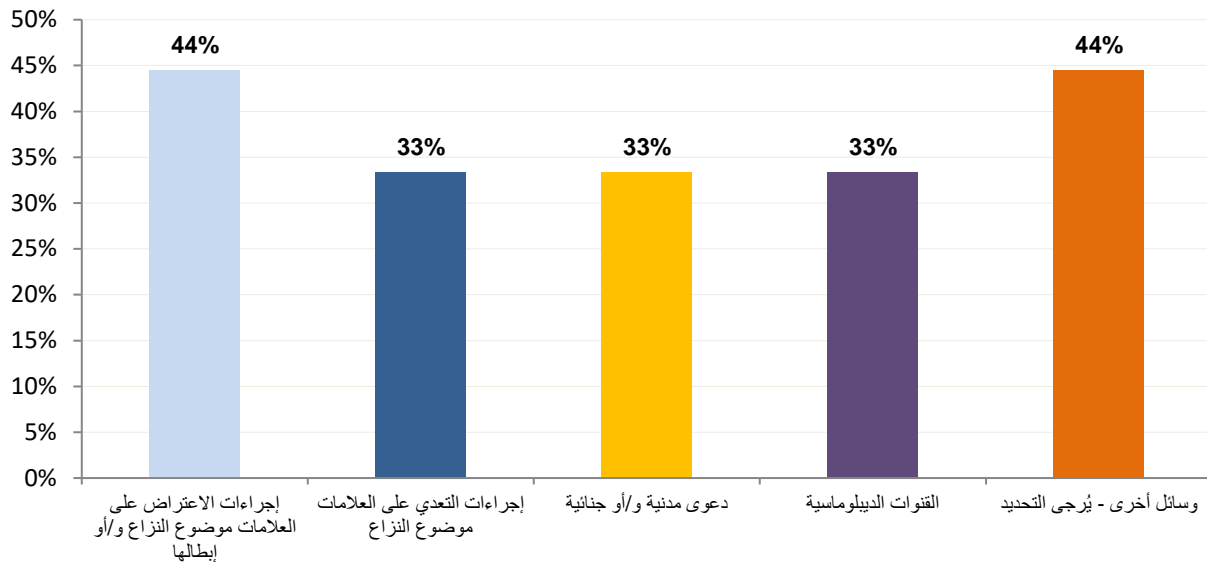
4 وكالة تشجيع التجارة في فييت
نام

السؤال 29 - هل يتم إنفاذ العلامة الوطنية في الخارج؟



الردود		الاختيارات
12	%38	لا
9	%28	نعم
11	%34	لا ينطبق
32		مجموع المجيبين

إذا كانت الإجابة نعم، كيف يتم ذلك؟
(يحتمل السؤال أكثر من إجابة واحدة)



الردود	الاختيارات
4	إجراءات الاعتراض على العلامات موضوع النزاع و/أو إبطالها
3	إجراءات التعدي على العلامات موضوع النزاع
3	دعوى مدنية و/أو جنائية
3	القنوات الدبلوماسية
4	وسائل أخرى - يُرجى التحديد
9	مجموع المجيبين

البلد	وسائل أخرى - يُرجى التحديد
كندا	1 تتناول شعبة السياسة التجارية للملكية الفكرية التابعة للشؤون العالمية الكندية، بالتشاور مع شبكة السفارات والبعثات الكندية في الخارج، حالات الاستخدام غير المصرح به لرموز كندا المحمية، بما في ذلك عناصر علامة وطنية تم الإخطار بها طبقاً للمادة 6 (ثالثاً) من اتفاقية باريس.
كولومبيا	2 في كل حالة، يُحدّد التدبير أو الإجراء المنطبق (الاعتراض، والتعدي، والدعوى المدنية أو الجنائية، وما إلى ذلك) وفقاً للأحكام والإجراءات المنصوص عليها في كل ولاية من الولايات القضائية التي توجد فيها السجلات، ولتفاصيل كل حالة محددة.
كوستاريكا	3 نظراً إلى أنها علامة رسمية أبلغ عنها بموجب المادة 6 (ثالثاً) من اتفاقية باريس، فإن الدول ملزمة بمنع أو إبطال أو حظر استخدام التسجيل الذي يؤثر في العلامة الوطنية.
بيرو	4 تُرسل خطابات موثقة تطلب من المتسلمين الامتناع عن استخدام العلامة الوطنية.

وإذا كانت الإجابة نعم، من يتولى الإنفاذ؟

البلد	الردود
كندا	1 تتناول شعبة السياسة التجارية للملكية الفكرية التابعة للشؤون

العالمية الكندية، بالتشاور مع شبكة السفارات والبعثات الكندية في الخارج، حالات الاستخدام غير المصرح به لرموز كندا المحمية، بما في ذلك عناصر علامة وطنية تم الإخطار بها طبقاً للمادة 6 (ثالثاً) من اتفاقية باريس.

2 إن صاحبة التسجيل "فيدوكولديكس" كولومبيا للتجارة الخارجية مسؤولة عن إنفاذ العلامة الوطنية في الخارج بالنيابة عن الوكالة الحكومية المعنية بتشجيع الصادرات. وتقوم وكالة ProColombia بهذه العملية عن طريق محامين ومراسلين محليين.

3 مجلس السياحة في كوستاريكا، ووكالة تشجيع التجارة الخارجية في كوستاريكا (PROCOMER)، ووزارة الخارجية.

4 وزارة السياحة ووزارة الخارجية وإكوادور والتنقل البشري.

5 المالك والجهات العامة المختصة ألمانيا

6 Promote Iceland. آيسلندا

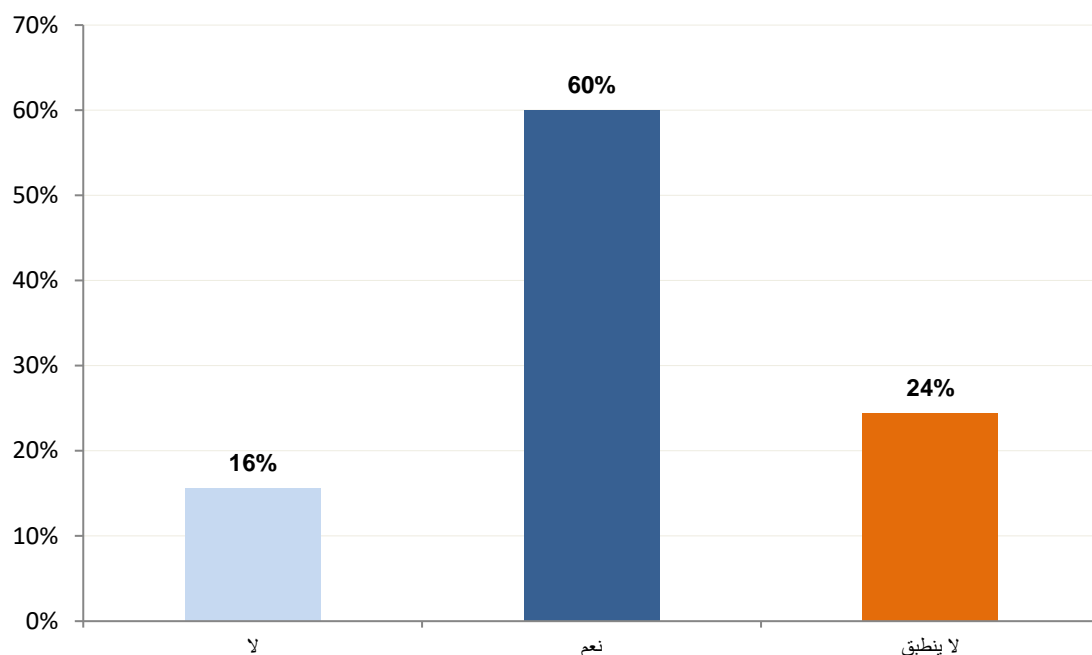
7 مالكو العلامة. المغرب

8 وكالة تشجيع الصادرات والسياحة في بيرو (PROMPERÚ) عن طريق المكاتب التجارية في الخارج ومكاتب المحاماة المعنية لإرسال خطابات موثقة. بيرو

Uruguay XXI 9 (وكالة تشجيع
الاستثمارات والصادرات والعلامة
القطرية).
أوروغواي

الجزء الثامن: حماية العلامات الوطنية
للبلدان الأخرى

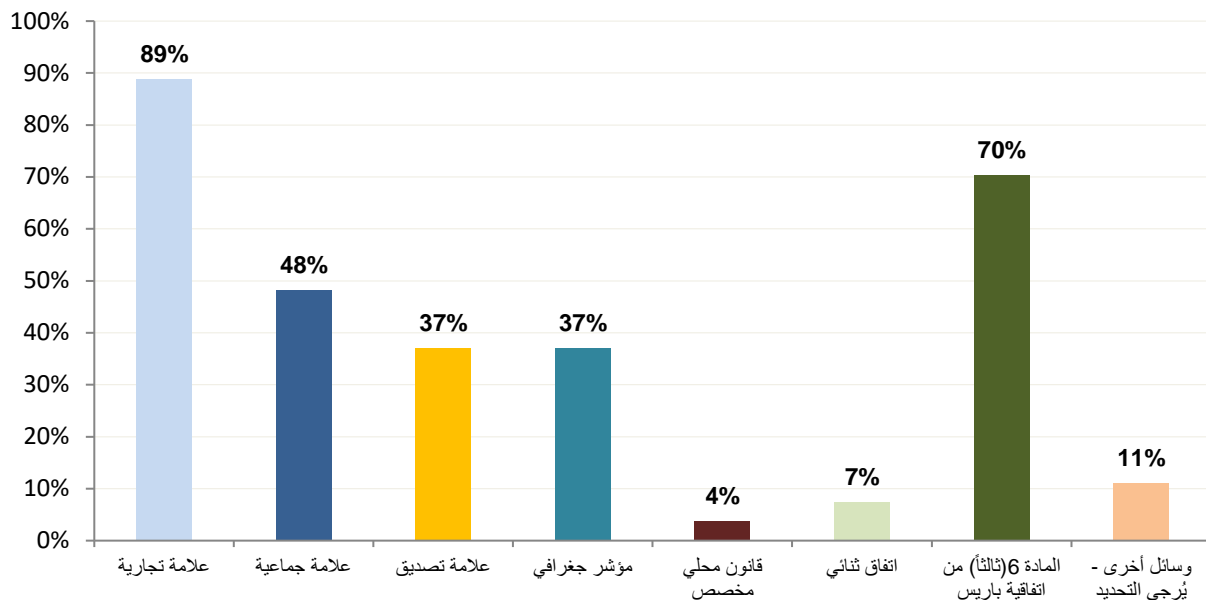
السؤال 30 - هل تستفيد العلامات الوطنية
للبلدان الأخرى من الحماية في البلد المضيف؟



الردود		الاختيارات
7	16%	لا
27	60%	نعم
11	24%	لا ينطبق
45		مجموع المجيبين

إذا كانت الإجابة نعم، يُرجى بيان وسائل الحماية:

(يحتمل السؤال أكثر من إجابة واحدة)

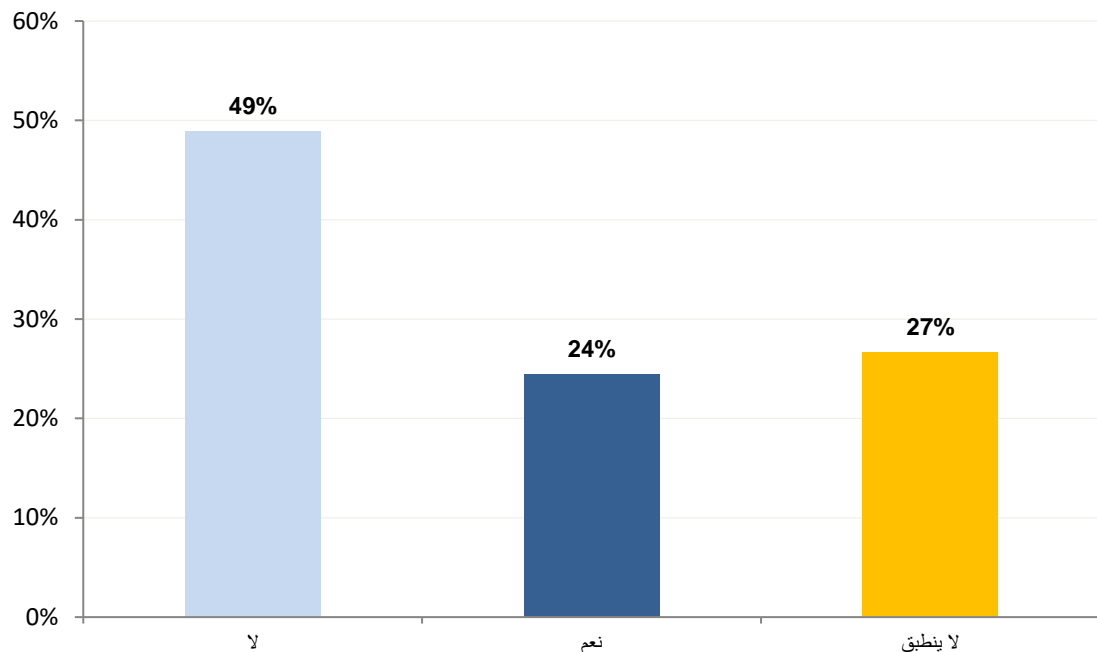


الاختيارات	الردود
علامة تجارية	24 89%
علامة جماعية	13 48%
علامة تصديق	10 37%
مؤشر جغرافي	10 37%
قانون محلي مخصص	1 4%
اتفاق ثنائي	2 7%
المادة 6 (ثالثاً) من اتفاقية باريس	19 70%
وسائل أخرى - يُرجى التحديد	3 11%
مجموع المجيبين	27

البلد	وسائل أخرى - يُرجى التحديد
كوستاريكا	1 العلامة الوطنية "PERÚ" محمية بموجب التسجيل رقم 224581 والأصناف 25 و 29 و 30 و 31 و 33 و 35 و 39 و 41 و 42 و 43. وصاحبها هو لجنة تشجيع الصادرات والسياحة في بيرو (PROMPERÚ).
اليابان	2 على الرغم من أن الهدف من "العلامات الوطنية" ليس واضحاً بما فيه الكفاية، فإنها ستكون محمية بموجب القوانين اليابانية الوجيهة بحسب فئة العنصر المشار إليه كعلامة وطنية في الاستبيان.
عمان	3 حماية العلامة لا تتم الا لطلبات المحمية داخل حدود السلطنة ما عدا العلامات المشهورة فهي محمي بموجب اتفاقية باريس

السؤال 31 - هل سبق أن رفض مكتب الملكية الفكرية في البلد المجيب تسجيل علامة تجارية تحتوي على اسم بلد استناداً إلى إخطار بعلامة

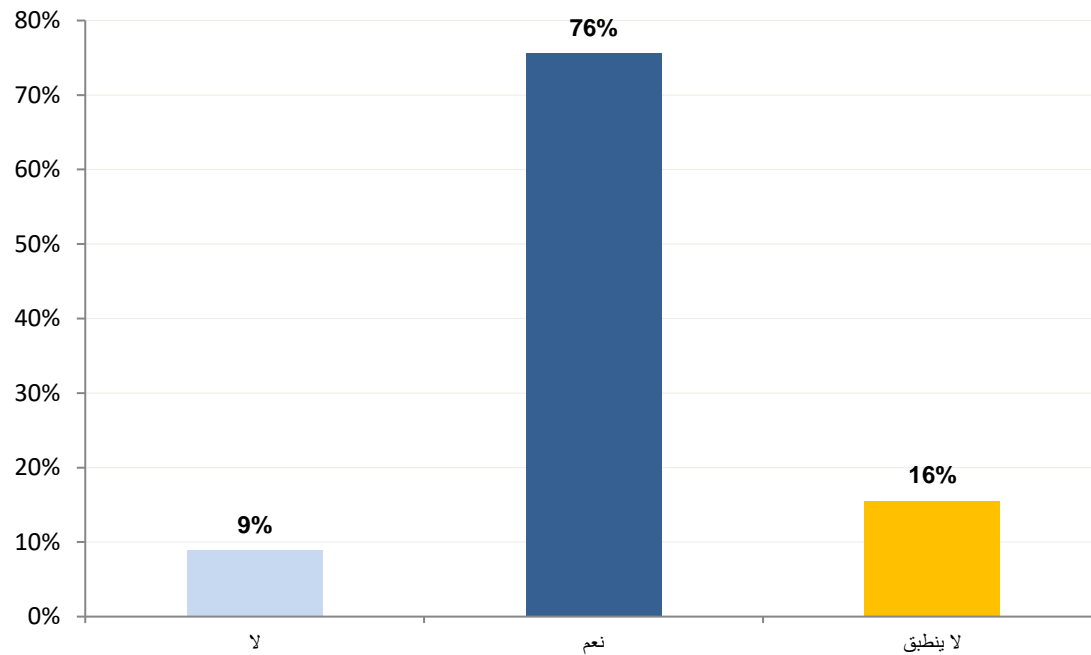
وطنية ورد من بلد آخر بموجب المادة 6 (ثالثاً)
من اتفاقية باريس؟



الاختيارات		الردود
لا		22 %49
نعم		11 %24
لا ينطبق		12 %27
مجموع المجيبين		45

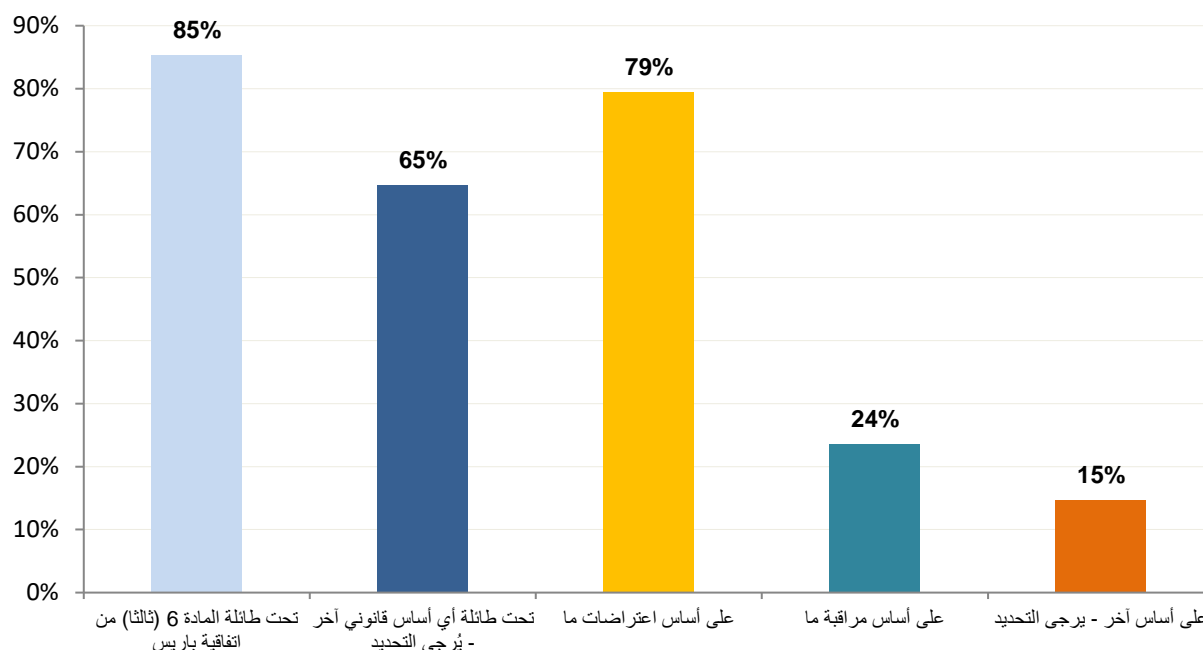
الجزء التاسع: نطاق الحماية

السؤال 32 - هل يمكن لمكتب الملكية الفكرية في البلد المجيب رفض طلب علامة تجارية بسبب علامة وطنية موجودة أصلاً؟



الردود		الاختيارات
4	9%	لا
34	76%	نعم
7	16%	لا ينطبق
45		مجموع المجيبين

إذا كانت الإجابة نعم، على أي أساس يتم الرفض؟
(يحتمل السؤال أكثر من إجابة واحدة)



الاختيارات	الردود
تحت طائلة المادة 6 (ثالثا) من اتفاقية باريس	29 85%
تحت طائلة أي أساس قانوني آخر - يُرجى التحديد ¹	22 65%
على أساس اعتراضات ما	27 79%
على أساس مراقبة ما	8 24%
على أساس آخر - يرجى التحديد ²	5 15%
مجموع المجيبين	34

يُرجى التحديد	الب لد
---------------	-----------

1^ل وفقاً للفقرة 3 من المادة (3) من
القانون رقم (6) لسنة 2014 بالموافقة
على قانون (نظام) العلامات التجارية
لدول مجلس التعاون لدول الخليج
العربية: لا تعد علامة تجارية أو [جزءاً]
منها، ولا يجوز أن يسجل بهذا الوصف ما
يأتي: - الشعارات العامة والأعلام
والشارات العسكرية والشرفية والأوسمة
الوطنية والأجنبية والعملات المعدنية
والورقية وغيرها من الرموز الخاصة بأي
من دول المجلس أو أي دولة أخرى، أو
بالمنظمات العربية أو الدولية أو إحدى
مؤسساتها، أو أي تقليد لأي من ذلك.

1² يمكن رفض طلب علامة تجارية على أساس
الخلط مع علامة تجارية مسجلة سابقاً
(المادة 12(1)(د) من قانون العلامات
التجارية). ويمكن أن يشمل ذلك العلامات
الوطنية المحمية في كندا كعلامات
تجارية مسجلة. ويمكن رفض طلب علامة
تجارية على أساس أن العلامة وصفية
بوضوح (المادة 12(1)(ب) من قانون
العلامات التجارية).

1³ على أساس تسجيل سابق، بموجب المادة
8 من قانون العلامات التجارية وغيرها
من العلامات. ويجب أن تتعلق المادة
6(ثالثاً) من اتفاقية باريس بالمادة 7(ن)
من قانون العلامات التجارية والتي يجوز
بموجبها رفض علامة تجارية إذا كانت من
العلامات الرسمية للدولة. ويجوز رفضها
أيضاً بسبب التسجيل السابق لعلامة وطنية
على غرار حالة بيرو.

¹⁴ ليس على أساس أن العلامة هي علامة وطنية فقط. ويجوز رفض حماية العلامة على أساس التشريعات الوطنية للعلامات التجارية، أي لأسباب مثل عدم التمييز أو الوصفية أو التشابه إلى حد اللبس مع علامات أخرى.

¹⁵ سيعتمد القرار على ما إذا كانت أسباب الرفض المنصوص عليها في قانون العلامات التجارية الياباني تنطبق على العلامة المعنية. أمثلة: المادة (1)4 "6" (علامة مشهورة تشير إلى دولة أو هيئة عامة محلية)؛ المادة (1)4 "7" (مخالفة النظام العام أو الآداب العامة)؛ المادة (1)4 "10" (علامة تجارية مشهورة لشخص آخر)؛ المادة (1)4 "11" (إيداع علامة تجارية مسجلة لشخص آخر قبل تاريخ إيداع طلب العلامة التجارية المعنية)؛ المادة (1)4 "15" (لبس بشأن مصدر السلع والخدمات)؛ المادة (1)4 "16" (التضليل لنوعية السلع أو الخدمات)

<https://www.jpo.go.jp/e/system/laws/rule/guideline/trademark/kijun/document/index/all.pdf>

¹⁵ مقتطف من المادة 7 من قانون العلامات التجارية في جمهورية ليتوانيا. الأسباب وان المعلقة لرفض التسجيل أو إبطال العلامة 1. يُرفض تسجيل العلامة أو يُعلن إبطال التسجيل في الحالات التالية:

(8) العلامة تتكون من الرموز الرسمية لجمهورية ليتوانيا أو تشملها أو تقلدها ولم يُمنح الإذن وفقاً للإجراءات التي حددها وزير العدل لجمهورية

ليتوانيا؛ (9) العلامة تتكون من شعارات نبالة أخرى أو شارات أخرى بموجب قانون شعارات النبالة الوطنية وشعارات النبالة والشارات الأخرى لجمهورية ليتوانيا أو تتشكل كلياً أو جزئياً من علامات مميزة لمؤسسات عامة يكون استخدامها الرسمي خاضعاً للقانون، ما لم يتم الحصول على التصريح اللازم من الجهات المختصة؛ (10) العلامة تتكون من إشارات لم تسمح الجهات المختصة في دول أخرى أو منظمات دولية بتسجيلها ويُرفض تسجيلها أو يُبطل بموجب المادة 6 (ثالثاً) من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المؤرخة في 20 مارس 1883 والمنقحة في استكهولم في 14 يوليو 1967، والمعدلة في 28 سبتمبر 1979 (المشار إليها فيما يلي بعبارة "اتفاقية باريس")، أو تحتوي العلامة على إشارات من ذلك النوع؛ (11) العلامة تتكون كلياً أو جزئياً من إشارة ذات قيمة رمزية عالية، ولا سيما رمز ديني؛ <https://vpb.lrv.lt/en/structure-and-contacts-1/legal-acts>

27 رفض التسجيل المنصوص عليه في
التشريع الوطني (القرار رقم 486):
و (أ) المادة 135 (م): لا يجوز تسجيل
الإشارات كعلامات تجارية إذا كانت
تستنسخ أو تقلد، بدون إذن من السلطات
المختصة، علامات تجارية أو عناصر من
علامات تجارية أو شعارات نبالة أو أعلام
أو شارات أو علامات رسمية تشير إلى
سلطات الدول وأي تقليد من حيث التصميم
للشعارات أو شعارات النبالة أو الأعلام

أو أي شعارات أو مختصرات أو أسماء لأي منظمة دولية.

(ب) المادة 136 (أ): لا يجوز تسجيل الإشارات كعلامات تجارية إذا كان استخدامها التجاري سيؤثر بشكل غير ملائم في حق طرف آخر، وبخاصة عندما تكون مطابقة أو مشابهة لعلامة تجارية سبق أن أودعت للتسجيل أو سجلها طرف آخر، فيما يخص السلع أو الخدمات نفسها أو فيما يخص السلع والخدمات التي قد يؤدي استخدام العلامة التجارية عليها إلى اللبس أو الاختلاط.

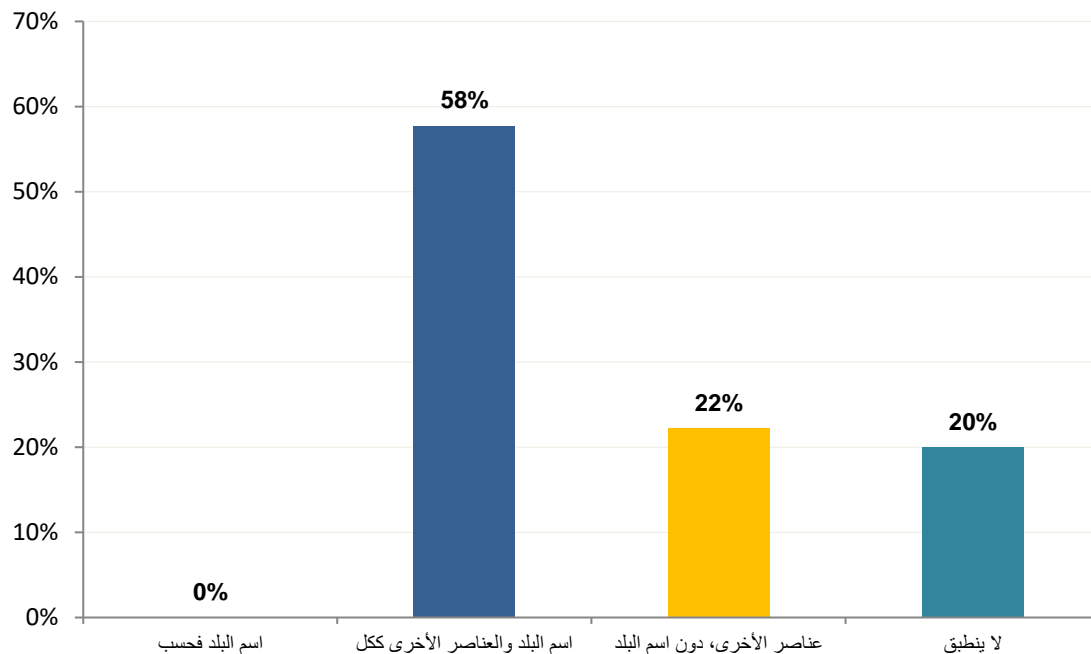
(ج) المادة 137: يجوز للمكتب الوطني المختص أن يرفض التسجيل إذا كانت لديه أدلة كافية على أن التسجيل قد أودع لغرض المنافسة غير المشروعة أو تيسير تلك المنافسة أو دعمها.

3 يجوز رفض طلب تسجيل علامة مماثلة أو مشابهة لعلامة تجارية وطنية سابقة استناداً إلى أحكام قانون الملكية الفكرية إذا كانت توحى تلك العلامة زوراً بأنها متصلة بمؤسسة (1-123 [أ])؛ أو كانت مطابقة أو مشابهة إلى حد اللبس لعلامة مسجلة أو مودعة قبلها (1-123 [د]) في حال كانت العلامة الوطنية مسجلة في الفلبين؛ أو كانت وصفية (1-123 [ي]) أو مضللة (1-123 [ز]) للمنشأ الجغرافي للسلع بحسب الاقتضاء. آخر: يمكن إلغاء العلامات المماثلة للعلامات الوطنية.

الب رتغ ال	د احتمال الارتباك والتضليل والمنافسة غير المشروعة.
جمه وري ة كور يا	1) استناداً إلى المبادئ التوجيهية لفحص العلامات التجارية
جمه وري ة مول دوف ا	1) تحت طائلة أي من أحكام القانون - المادة 7(1) (ط) من قانون حماية العلامات التجارية رقم 38 لسنة 2008 (https://wipolex.wipo.int/en/text/42) (5803) 2) على أساس سبب آخر - المادة 7(1) (ل) من قانون حماية العلامات التجارية رقم 38 لسنة 2008
سنغ افو رة	د بحكم القانون: في حال إيداع طلب لتسجيل العلامة الوطنية أو تسجيلها في سنغافورة كعلامة تجارية أو علامة تصديق أو علامة جماعية، يجوز لمكتب سنغافورة للملكية الفكرية أن يحتج بأسباب مطلقة أو أسباب نسبية في الاعتراض على أي علامة تجارية تودع لاحقاً وتحتوي على العلامة الوطنية أو تُعتبر مشابهة للعلمة الوطنية. وفي حال تسجيل العلامة الوطنية كرسم لفظي بموجب القاعدة 13 من قواعد العلامات التجارية (لا يجوز عادةً تسجيل الرسوم اللفظية إلا لوكالاتنا الحكومية)، يجوز لمكتب سنغافورة للملكية الفكرية أن يستخدمه للاعتراض على طلبات العلامات التجارية التي تتكون كلياً أو جزئياً من الرسم

	<p>اللفظي وأن يطلب الحصول على الإذن الوجيه. ويجوز إبطال أو إلغاء العلامات المسجلة بموجب قانون العلامات التجارية لأسباب المنصوص عليها في قانون وقواعد العلامات التجارية.</p>
إسب اني ا	<p>¹³ على أساس الأسباب المطلقة لرفض تسجيل العلامات.</p>
أوك ران يا	<p>¹⁴ قانون أوكرانيا بشأن حماية حقوق علامات السلع والخدمات.</p>
أور وغو اي	<p>¹⁵ بحكم القانون لتعارض العلامة مع علامة سابقة.</p>
أوز بكس تان	<p>²⁵ وفقاً للمادة 9-10 من قانون العلامات التجارية وعلامات الخدمة وتسميات المنشأ: "تسميات خاطئة أو تسميات تضلل المستهلكين بشأن جهة التصنيع"</p>

السؤال 33 - إذا كانت العلامة الوطنية المحمية في البلد المجيب تتضمن اسم البلد، إلى جانب عناصر أخرى، فهل تمتد هذه الحماية لتشمل:



الردود		الاختيارات
0	%0	اسم البلد فحسب
26	%58	اسم البلد والعناصر الأخرى ككل
10	%22	عناصر الأخرى، دون اسم البلد
9	%20	لا ينطبق
45		مجموع المجيبين

[نهاية المرفق
والوثيقة]