

CDIP/31/INF/3

الأصل: بالإنكليزية

التاريخ: 6 سبتمبر 2023

## اللجنة المعنية بالتنمية والملكية الفكرية

الدورة الحادية والثلاثون  
جنيف، من 27 نوفمبر إلى 1 ديسمبر 2023

ملخص عملي عن أداة الويبو بشأن دور حقوق الملكية الفكرية في صناعة الأزياء: من المفهوم إلى التسويق

من إعداد البروفيسور نووام شيمتوف

1. يحتوي مرفق هذه الوثيقة على الملخص العملي عن أداة الويبو بشأن "دور حقوق الملكية الفكرية في صناعة الأزياء: من المفهوم إلى التسويق".

2. وقد نُفذت هذه الأداة في سياق مشروع أجندة التنمية بشأن "تعزيز استخدام الملكية الفكرية في الصناعات الإبداعية في العصر الرقمي في شيلي واندونيسيا والإمارات العربية المتحدة وأوروغواي" (الوثيقة CDIP/26/5). وقد أعدها البروفيسور نووام شيمتوف، وهو صاحب منصب أستاذ في مجال قانون الملكية الفكرية والتكنولوجيا في مركز دراسات القانون التجاري، جامعة كوين ميري بلندن.

3. إن لجنة التنمية مدعوة إلى الإحاطة علماً بالمعلومات الواردة في مرفق هذه الوثيقة.

[يلبي ذلك المرفق]

## "دور حقوق الملكية الفكرية في صناعة الأزياء: من المفهوم إلى التسويق"

### ملخص عملي

تشكّل صناعة الأزياء، التي تُقدر قيمتها بمبلغ 759.5 مليار دولار<sup>1</sup> أمريكي، محركاً هاماً للنمو الاقتصادي العالمي، ومصدراً رئيسياً للإيرادات الضريبية والتوظيف في العديد من الولايات القضائية.

وتشكّل الملكية الفكرية عنصراً رئيسياً في النظام الإيكولوجي القانوني لهذه الصناعة، فحقوق الملكية الفكرية المختلفة لها دور حيوي لاستدامة النظام ونموه. وتركّز هذه الأداة على حق المؤلف والبراءات والتصاميم والعلامات التجارية والأسرار التجارية باعتبارها الأكثر صلة بصناعة الأزياء، وتبيّن طريقة إدخالها في دورة حياة منتجات الأزياء. وهي أداة عملية لمساعدة مصممي الأزياء وتجار التجزئة على رسم خارطة الطريق الخاصة بحقوق الملكية الفكرية الرئيسية هذه، بهدف صون مصالحهم وتحويل مساعيهم الإبداعية إلى قيم نقدية. وتبيّن بالتفصيل أيضاً دور هذه الحقوق وفائدتها في الإدارة الناجحة لشركات الأزياء والتصميم الصغيرة.

وتميّز الأداة بين السلع المزورة والمقلدة، إذ يلزم اتباع نهج مخصّص من أجل التصدي لنوع التهديد المختلف الذي يمكن يشكّله كل منها للشركات ومصممي الأزياء. ويشير التزوير إلى الاستنساخ غير المصرح لمنتج أصلي، الذي يُباع بقصد الخداع. وعلى النقيض من ذلك، يشير التقليد إلى محاكاة العناصر الرئيسية للمنتج الأصلي، دون قصد اعتباره منتجاً أصلياً.

وتشمل صناعة الأزياء طائفة متنوعة من القطاعات، وتركّز هذه الأداة على القطاعات الرئيسية لتصميم الملابس والأقمشة والمنسوجات<sup>2</sup>، وكذلك حقائب اليد باعتبارها فئة كبيرة من الأكسسوارات. ويتطلّب كل قطاع مجموعة مختلفة من حقوق الملكية الفكرية، وقد يكون كل حق من حقوق الملكية الفكرية مناسباً لحماية مظهر مختلف لمنتج الموضة في مراحل مختلفة من دورة حياته.

وعليه، تدرس الأداة حقوق الملكية الفكرية التي يمكن استخدامها لحماية الأصول الفكرية الإبداعية في مرحلة بلورة المفهوم والتطوير السابقة للإطلاق، وهي مرحلة دورة الحياة الأولية لمنتج الأزياء. وتقدم بعد ذلك تحليلاً لمشهد الملكية الفكرية في مرحلة التسويق ما بعد الإطلاق، وتبيّن حقوق الملكية الفكرية ذات الصلة ودورها في هذه المرحلة. وتختتم الأداة بوضع خريطة للحد من المخاطر المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية للأطراف الثالثة لكي تنظر فيها الشركات قبل أن تشرع في صناعة منتج أزياء جديد وإطلاقه. وأدرجت أيضاً قائمة مرجعية لتزويد الشركات في صناعة الأزياء بقائمة موجزة بالقضايا الرئيسية المتعلقة بالملكية الفكرية من أجل النظر فيها طوال دورة حياة منتج الأزياء.

### اعتبارات مهمة

يرد فيما يلي الدروس العملية الرئيسية المستخلصة على طول المراحل الرئيسية لدورة حياة منتج الأزياء:

#### *بلورة المفهوم والتصميم والتطوير*

- ضمان اعتماد سياسة بشأن الأسرار التجارية وتنفيذها، ومعالجة بنود عدم الإفشاء في عقود التوظيف، وإبرام اتفاقات ذات صلة مع أطراف ثالثة (على سبيل المثال، جدوى التصنيع بموجب عقود تعاقد من الباطن).
- وتنفيذ سياسة واضحة للتوثيق الكامل (وهو ما يُعرف أيضاً بالسجلات الورقية) لعملية التصميم، بما في ذلك المراحل المختلفة، والموظفون المعنيون، والتواريخ، والصور، وسائر أساليب التدوين الخاصة بالمراحل الرئيسية لعملية التصميم.
- وعند الإمكان، اختيار تسجيل حق المؤلف.
- وإيداع طلبات لتسجيل العلامات التجارية.
- وإيداع طلبات حقوق التصميم (أو براءات التصميم، حسب الاقتضاء)، مع مراعاة عتبة الجودة وضمن عدم ألا تشرع الشركة في نقض الجودة قبل الكشف.
- وفي الحالات التي قد تكون فيها حقوق التصميم غير المسجلة مهمة في الاتحاد الأوروبي أو المملكة المتحدة (لأن أسواقهما قد تكونا مناطق تسويق رئيسية)، فلا بد من النظر في شرط الكشف الأول للجمهور في هذه الأراضي كشرط مسبق للحصول على الحماية.

<sup>1</sup> بحسب تقرير منصة ستاتيسا لعام 2022 بشأن التجارة الإلكترونية للأزياء، ويمكن الاطلاع على التقرير في الرابط التالي:

<https://www.statista.com/study/38340/ecommerce-report-fashion/>

<sup>2</sup> كثيراً ما تُستخدم الأقمشة والمنسوجات في صناعة الملابس، ولكنها لا تقتصر على هذا المجال. فعلى سبيل المثال، يمكن استخدام قماش صوفي من نمط معين من أجل في صناعة سترة ما، كما يمكن استخدامه أيضاً في تنجيد الكراسي الوثيرة. وبالتالي، فإن الطريقة الأفضل للنظر في حماية تصميم القماش هي القيام بذلك بمعزل عن حماية منتج الأزياء النهائي.

- والنظر في الحماية بموجب براءة عند الاقتضاء (وإن كان ذلك في حالات قليلة).
- وإزالة أي تضارب محتمل مع حقوق قائمة مسبقاً لأطراف ثالثة، قبل إطلاق المنتجات أو الخدمات (والسعي إلى تسجيل حقوق الملكية الفكرية لهذه المنتجات أو الخدمات)

#### الإطلاق والتسويق

- بعد الإطلاق، رصد استخدام الأطراف الثالثة للتصميم أو لأي من عناصره الرئيسية.
- وإجراء الرصد والتحري على أساس مخصص الغرض أو بشكل أكثر منهجية من خلال الاشتراك في خدمة لمراقبة أسماء الحقول أو العلامات التجارية، بحيث يتم تلقي الإخطار عندما يُنشر شيء مطابق أو مشابه إلى حد اللبس.
- ويمكن لأصحاب العلامات التجارية أن ينظروا في الانضمام إلى خدمة الرصد على الإنترنت، التي تتحقق من السلع المزورة وغير المصرح بها باستخدام القنوات والمنصات الرقمية.
- وتقديم طلبات إلى سلطات الجمارك والحدود للحصول على حماية من التعدي على حقوق الملكية الفكرية بشأن الواردات والصادرات في الأراضي المعنية (يُتاح هذا الخيار لأصحاب الملكية الفكرية في العلامات التجارية والتصاميم والنماذج الصناعية والبراءات، وفي بعض الأحيان، حق المؤلف).

ويمكن الاطلاع على النسخة الكاملة من الأداة على الرابط التالي: [http://www.dev.wipo.int/edocs/mdocs/mdocs/en/wipo\\_webinar\\_cr\\_2023\\_7/wipo\\_webinar\\_cr\\_2023\\_7\\_www\\_6159\\_76.pdf](http://www.dev.wipo.int/edocs/mdocs/mdocs/en/wipo_webinar_cr_2023_7/wipo_webinar_cr_2023_7_www_6159_76.pdf)

[نهاية المرفق والوثيقة]