

SCT/35/4

الأصل: بالإنكليزية

التاريخ: 25 فبراير 2016

اللجنة الدائمة المعنية بقانون العلامات التجارية والتصاميم الصناعية والمؤشرات الجغرافية

الدورة الخامسة والثلاثون

جنيف، من 25 إلى 27 أبريل 2016

حماية أسماء البلدان من تسجيلها واستخدامها كعلامات تجارية: الممارسات والنهج ومجالات التوافق الممكنة

وثيقة من إعداد الأمانة

أولاً. مقدمة

1. نظرت اللجنة الدائمة المعنية بقانون العلامات التجارية والتصاميم الصناعية والمؤشرات الجغرافية (اللجنة)، ابتداءً من دورتها الحادية والعشرين (من 22 إلى 26 يونيو 2009) إلى دورتها الرابعة والثلاثين (من 16 إلى 18 نوفمبر 2015) في عدد من وثائق العمل المتعلقة بحماية أسماء البلدان من تسجيلها واستخدامها كعلامات تجارية.
2. واستندت الوثائق إلى المعلومات المقدمة من أعضاء اللجنة في ردودها على الاستبيان بشأن حماية أسماء الدول من تسجيلها واستخدامها كعلامات تجارية، والوارد في الوثيقة SCT/24/6 (المشار إليه فيما يلي بكلمة "الاستبيان")، وكذلك إلى البيانات الكتابية الإضافية المقدمة من أعضاء اللجنة بشأن القوانين والممارسات الوطنية الخاصة بحماية أسماء البلدان.
3. واعتمد مشروع الوثيقة المرجعية المراجع عن حماية أسماء البلدان من تسجيلها واستخدامها كعلامات تجارية (الوثيقة SCT/34/2 Prov.2) من قبل اللجنة ونُشر في الوثيقة WIPO/Strad/INF/7 طبقاً للمخص رئيس الدورة الرابعة والثلاثين للجنة (يُشار في هذا الصدد إلى الفقرة 9 من الوثيقة SCT/34/7).
4. وفي الدورة الرابعة والثلاثين للجنة (من 16 إلى 18 نوفمبر 2015)، التمس الرئيس من الأمانة إعداد وثيقة جديدة استناداً إلى الوثيقة SCT/34/2 كي تُناقش في الدورة الخامسة والثلاثين للجنة ضمن هذا البند من جدول الأعمال، على أن

تُحدّد ممارسات ونُهجاً مختلفة ومجالات التوافق الموجودة فيما يخص حماية أسماء البلدان. وبناءً على ذلك، أعدت الأمانة هذه الوثيقة، التي تستند إلى المعلومات الواردة في الوثيقة SCT/34/2 وتقترح مجالات توافق¹ قد تنشأ في هذا الميدان.

ثانياً. أسماء البلدان: فهم المصطلحات

5. عند اعتماد النسخة النهائية من "الاستبيان بشأن حماية أسماء الدول من تسجيلها واستخدامها كعلامات تجارية" (الوثيقة SCT/23/4)، كان فهم اللجنة لعبارة "أسماء الدول" أنها تشمل الاسم القصير للدولة أو الاسم المتداول عموماً، الذي قد يكون أو لا يكون الاسم الرسمي، والاسم العرفي المستخدم في السياق الدبلوماسي، وترجمة اسم الدولة ونقله الحرفي، فضلاً عن استخدامه في صيغة مختصرة أو كصفة².
6. ووافقت اللجنة أيضاً، في دورتها الثالثة والعشرين، على استبدال عبارة "أسماء الدول الرسمية" بعبارة "أسماء الدول" وقررت أن لا يتناول الاستبيان مسألة الاستخدام غير التجاري لأسماء الدول بالنظر إلى كون العلامات التجارية إشارات تميز سلع وخدمات شركة ما عن سلع وخدمات الشركات الأخرى وتعتمد صحتها على استخدامها في السوق. وعليه فإن الاستخدام غير التجاري لأسماء الدول يبدو خارجاً عن إطار قانون العلامات التجارية.
7. وفي سلسلة وثائق اللجنة الوحيية، استخدمت عبارتا "أسماء البلدان" و"أسماء الدول" كمرادفين للإشارة إلى الموضوع المشمول بمختلف الاستبيانات والملخصات والدراسات التي أعدها المكتب الدولي لليويو كي تُناقش أثناء دورات اللجنة، وفي مختلف الاقتراحات والبيانات الواردة من أعضاء اللجنة. وعلاوة على ذلك، كان المقصود بعبارة "العلامة التجارية" العلامات التي تطبق على السلع والخدمات، ما لم يُذكر خلاف ذلك.

ثالثاً. الحماية من التسجيل والاستخدام كعلامات تجارية

8. يمكن أن تمثل حماية أسماء البلدان، حيثما لا تُعتبر تحديداً أحد أسباب رفض تسجيل العلامات التي تتألف من تلك المصطلحات أو تحتوي عليها³، سبباً فرعياً من السبب الأعم الذي يمكن التحجج به لرفض تسجيل العلامات المؤلفة حصراً من إشارات أو بيانات قد تُستخدم، في التجارة، لتعيين جملة أمور منها مكان منشأ السلع المدرجة في طلب⁴. وقد يكون هناك اختلاف بين البلدان حول درجة احتمال عبارة "مكان المنشأ" على الاسم الرسمي أو الاسم القصير أو الاسم العرفي لدولة ما، أو على ترجمة ذلك الاسم أو نقله الحرفي أو استخدامه في صيغة مختصرة أو كصفة.

فحص الطلبات

9. يقوم تسجيل علامة تجارية، بشكل عام، على طلب تسجيل رسمي يودع بطريقة مباشرة أو غير مباشرة لدى إدارة وطنية أو إقليمية مختصة في تسجيل العلامات التجارية. وتُخضع كل إشارة تتألف من اسم دولة أو تتضمنه لفحص من قبل

¹ استخدم مصطلح "مجال التوافق" من قبل اللجنة في الماضي للإشارة إلى الوثائق التي تشرح حصائل عمل اللجنة في مجالات محدّدة من قانون العلامات التجارية. انظر، على وجه التحديد، الوثيقة WIPO/Strad/INF/3 بشأن تصوير العلامات غير التقليدية والوثيقة WIPO/Strad/INF/4 بشأن إجراءات الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية، على الموقع التالي: <http://www.wipo.int/sct/en/wipo-strad/>.

² يُشار في هذه الصدد إلى الفقرة 4 من الوثيقة SCT/23/4 والحاشية 1 من الوثيقة SCT/24/2.

³ ردّ 44 عضواً من أعضاء اللجنة بالإيجاب على هذا الجزء من الاستبيان: ألبانيا، وأستراليا، وأذربيجان، وبنغلاديش، وبيلاروس، وبلغاريا، وكندا، وشيلي، والصين (ومنطقة هونغ كونغ الإدارية الخاصة)، والجمهورية الدومينيكية، وإستونيا، وجورجيا، وألمانيا، واليونان، وإيران (جمهورية - الإسلامية)، وإيطاليا، واليابان، وكازاخستان، وكينيا، وقبرغزستان، ولبنان، وماليزيا، والجزيل الأسود، ونيوزيلندا، ونيجيريا، والنرويج، وغان، وبولندا، والبرتغال، وجمهورية كوريا، وجمهورية مولدوفا، وصربيا، وسنغافورة، وسلوفاكيا، وجنوب أفريقيا، وإسبانيا، وسري لانكا، والجمهورية العربية السورية، وترينيداد وتوباغو، وتركيا، وأوكرانيا، وجمهورية تنزانيا المتحدة، وأوروغواي.

⁴ يُشار في هذا الصدد إلى المادة 6(خامساً) ب.2 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية (المشار إليها فيما يلي بعبارة "اتفاقية باريس"). وهذا المعيار مُدرج عموماً في القوانين الوطنية وفي المعاهدات الإقليمية التي تُلزم الدول الأطراف في اتفاقية باريس.

الإدارة المختصة وفقاً للشروط القانونية الشكلية والموضوعية، مثلها في ذلك مثل أي إشارة أخرى يُطلب تسجيلها كعلامة تجارية. وينص القانون المنطبق على نطاق فحص المكاتب للطلب، وخصوصاً على طبيعة الأسباب المحتملة لرفض الطلب التي تفحصها المكاتب أو التي قد ترد في إجراءات الاعتراض.

(أ) الاستبعاد العام من الموضوع القابل للحماية

10. تم اتباع هذا النهج في قوانين بعض البلدان بإقامة سدّ منيع أمام تسجيل الإشارات التي تتألف من أسماء البلدان أو تتضمنها، بمعزل عن أي اعتبار آخر يتعلق بطبيعة الإشارة (ما إذا كانت، مثلاً، وصفية أو مضلّلة فيما يخص المنشأ الجغرافي للسلع أو الخدمات). ويمكن، في تلك الأنظمة، تلافي هذا النوع من الرفض بتقديم دليل يثبت موافقة السلطات المختصة في البلد المعين في الطلب على استخدام الإشارة⁵. غير أن بعض الردود على الاستبيان تشير إلى أنه يجب، حتى وإن أعطي ذلك الإذن، تقييم العلامة من حيث أسباب الرفض الأخرى المبينة في القانون الوطني، مثل انعدام الصفة المميزة أو عدم امتثال العلامة للسياسة العامة أو مبادئ الأخلاق.

(ب) مراعاة العناصر الأخرى للعلامة

11. في الأنظمة التي لا يوجد فيها الاستبعاد العام المذكور، تعتمد ممارسات الفحص عادة إلى التمييز بين الطلبات التي يكون فيها اسم البلد العنصر الوحيد للعلامة والطلبات التي تشمل عناصر أخرى، وبين العلامات اللفظية والعلامات المركبة (علامات لفظية ومشكّلة). وفي الردود على الاستبيان⁶، والبيانات الفردية⁷ والمدخلات التي تمت خلال دورات اللجنة العديدة، أشار عدة أعضاء⁸ إلى إمكانية إصدار رفض عندما يكون اسم البلد العنصر الوحيد للعلامة. ولكن عندما يكون اسم البلد جزءاً من علامة مركبة، يجب تحليل وزن ذلك العنصر في العلامة مقابل أسباب الرفض الأخرى، مثل انعدام الصفة المميزة أو احتمال الخداع. وإذا كانت العناصر الأخرى للعلامة مميزة بقدر كاف، يمكن قبول العلامة في مجملها من حيث المبدأ وقد يشترط المكتب من المودع، في بعض الولايات القضائية، أن ينفي وجود صلة بين علامته واسم البلد⁹.

(ج) انعدام الصفة المميزة

12. إن الوظيفة الأساسية للعلامة التجارية هي تمييز منتجات شركة ما أو خدماتها عن منتجات أو خدمات الشركات الأخرى. ومن ثم فإن افتقار العلامة التجارية إلى الصفة المميزة يمنعها من تأدية وظيفتها الأساسية. وأشارت الغالبية الساحقة للردود على الاستبيان (94.1 بالمائة) إلى أن أسماء الدول تُستبعد من التسجيل كعلامات تجارية إذا كانت تفتقر إلى الصفة المميزة. ومن أهم معايير تقييم الصفة المميزة للعلامة انعدام السمات الوصفية.

13. ويمكن اعتبار المصطلح وصفاً إذا اقتصر على توفير معلومات حول الخصائص الموضوعية للسلع أو الخدمات المشمولة بالعلامة، وبخاصة مكان إنتاج السلع أو المكان الذي تُقدم فيه الخدمات. وقد طوّرت الممارسات الوطنية و/أو الإقليمية في

⁵ يحتوي القانون النموذجي الخاص بالبلدان النامية بشأن العلامات والأسماء التجارية وأعمال المنافسة غير المشروعة، الذي اعتمد في 1 نوفمبر 1966 من قبل لجنة القانون النموذجي الثانية التي أنشأتها المكاتب الدولية المتحدة لحماية الملكية الفكرية (BIRPI)، على الحكم التالي: البند 5: العلامات التي لا يمكن قبولها لأسباب موضوعية: (1) لا يمكن تسجيل العلامات على نحو صحيح: ... (و) التي تنسخ أو تقلد الشعارات الشرفية والأعلام والشعارات الأخرى، والأحرف الأولى، والأسماء أو الأسماء المختصرة لأية دولة أو أية منظمة حكومية دولية أو أية منظمة منشأة بموجب اتفاقية دولية، إلا إذا أذنت بذلك السلطة المختصة لتلك الدولة أو تلك المنظمة الدولية" (التوكيد مضاف). منشور المكاتب الدولية المتحدة لحماية الملكية الفكرية (BIRPI) رقم (E) 805، جنيف، 1967، الصفحة 24.

⁶ يُشار في هذه الصدد إلى التعليقات الإضافية التي قدمها أعضاء اللجنة عند الردّ على الاستبيان. وترد تلك التعليقات تحت الجداول ذات الصلة من الوثيقة SCT/24/6 المعنونة "ملخص الردود على الاستبيان بشأن حماية أسماء الدول من تسجيلها واستخدامها كعلامات تجارية".

⁷ انظر البيانات الفردية للدول الأعضاء على الموقع التالي: <http://www.wipo.int/sct/en/comments/>.

⁸ انظر مداخلات عدة أعضاء من أعضاء اللجنة، كما وردت في تقارير دورات اللجنة التالية: أستراليا (الفقرة 322 من الوثيقة SCT/21/8،

والوثيقة SCT/2711) وجمهورية مولدوفا (الفقرة 187 من الوثيقة SCT/22/9).

⁹ انظر على وجه الخصوص الفقرتين 27 و48 من الوثيقة SCT/29/5 Rev.

مجال العلامات التجارية أساليب عملية لتقييم الصفة المميزة للمصطلحات الجغرافية، بما في ذلك أسماء البلدان. فقد يكون من الضروري، مثلاً، مراعاة ما إذا كان المستهلك العادي للسلع أو الخدمات المعنية يعرف اسم البلد (دون أن يكون متخصصاً في الجغرافيا) وما إذا كان الاسم يشير إلى مكان مرتبط حالياً بالسلع أو الخدمات المطالب بحمايتها أو ما إذا كان من المتوقع بشكل معقول أن يكون مرتبطاً بها في المستقبل¹⁰.

14. وذلك هو أشيع ما يُستخدم من أسباب رفض العلامات التجارية التي تتألف من أسماء البلدان أو تتضمنها. وكما هو الحال بالنسبة للمصطلحات الوصفية الأخرى بشكل أعم، توجد مصلحة عامة ألا تكون تلك البيانات موضوع حقوق العلامات التجارية وتظلّ متاحة للاستخدام من قبل أي تاجر يرغب في توفير معلومات عن السلع المعروضة للبيع أو الخدمات المزمع تقديمها.

(د) استبعاد العلامة من التسجيل لكونها مضللة أو خادعة أو كاذبة (زائفة) أو لأسباب أخرى

15. من المحتمل أن تؤدي العلامات التجارية التي تتألف من أسماء البلدان أو تتضمنها، بالإضافة إلى طابعها الوصفي، إلى تضليل الجمهور بشأن منشأ السلع أو الخدمات. والادعاء الكاذب عبر علامة ما بأن منشأ سلع أو خدمات يقع في مكان معين قد يعرّض تسجيل تلك العلامة للرفض، في حال ثبت عدم وجود أية علاقة بين تلك السلع أو الخدمات واسم البلد. ولا تُعرف بوضوح الحدود الموجودة بين مصطلحات "مضللة" أو "خادعة" أو "كاذبة"، وهناك قدر من التداخل في الموضوع بما يمكن من وصفه بأي من تلك المصطلحات.

16. وفي الملخص الكمي للردود على الاستبيان¹¹، أشار 98.5 بالمائة من البلدان المجيبة إلى أن أسماء البلدان تُستبعد من التسجيل كعلامات تجارية إذا أمكن اعتبار أن استخدام اسم الدولة مضلل فيما يخص منشأ السلع، وأفاد 77.3 بالمائة بأن أسماء الدول تُستبعد إذا أمكن اعتبارها زائفة فيما يخص منشأ المنتجات التي يُلتبس التسجيل بشأنها¹².

17. ولا تسمح القوانين الوطنية لعدة دول بتسجيل المصطلحات الجغرافية، أو الأسماء، فضلاً عن الصيغ المختصرة لكل منها، كعلامات تجارية عندما يُحتمل أن تؤدي تلك البيانات إلى تضليل المستهلكين أو خلق لبس فيما يخص منشأ السلع أو الخدمات¹³. وبالإضافة إلى ذلك، تُرفض أيضاً أسماء الأماكن الجغرافية، والعلامات التجارية التصويرية التي تشير إلى المنشأ الجغرافي، فضلاً عن أشكال مختلفة من تلك العلامات، عندما يكون المكان الجغرافي مشهوراً بالسلع أو الخدمات المقدم بشأنها الطلب، لأن استخدام اسم مكان جغرافي، في الظروف التي يكون فيها المكان مشهوراً بأمر ما، يُوجد في ذهن المستهلك "توقعاً"، مما قد ينتج عنه خداع إذا لم يتحقق ذلك التوقع¹⁴.

18. وفضلاً عن الحالات التي قد يدرك فيها الجمهور المعني بأن الغرض من استخدام اسم البلد هو وصف مكان إنتاج السلع أو الخدمات أو المكان الذي تُقدم فيه الخدمات، والحالات التي يشير فيها الاسم إلى مكان يحظى باعتراف واسع، وبشهرة أيضاً، من حيث جودة منتجاته أو خدماته، قد توجد حالات أخرى قد يؤدي فيها استخدام اسم البلد في ظروف

¹⁰ يُشار في هذا الصدد إلى المبادئ التوجيهية الصادرة عن مكتب التنسيق في السوق الداخلية (OHIM) (مبادئ المكتب التوجيهية الخاصة بالعلامات التجارية والتصاميم بشأن الممارسات الحالية في مجال العلامات التجارية، الجزء ب، البند 4، أسباب الرفض المطلقة، رقم 6.2.3.2 المصطلحات الجغرافية، الصفحات من 45 إلى 47. وطبقاً للائحة (الاتحاد الأوروبي) رقم 2424/2015 الصادرة عن البرلمان والمجلس الأوروبيين والمعتمدة للائحة الخاصة بالعلامات التجارية المعتمدة على نطاق الجماعة الأوروبية، سيعاد تسمية المكتب ليصبح "مكتب الاتحاد الأوروبي للملكية الفكرية (EUIPO) اعتباراً من 23 مارس 2016، عندما تدخل اللائحة حيز التنفيذ.

¹¹ انظر الردود على السؤال أولاً (1) (ج) في المرفق الثاني من الوثيقة SCT/24/6، الصفحتان 1 و 2.

¹² انظر الردود على السؤال أولاً (1) (هـ) في المرفق الثاني من الوثيقة SCT/24/6، الصفحتان 4 و 5.

¹³ انظر المادة (3) (1) (ز) من توجيه مجلس الاتحاد الأوروبي 95/2008 وقوانين بلغاريا والبرازيل وكندا والمكسيك والولايات المتحدة الأمريكية.

¹⁴ يُشار في هذا الصدد إلى البيان المقدم من وفد المملكة المتحدة والمتاح على الموقع التالي: <http://www.wipo.int/sct/en/comments/>.

حيث لا توجد علاقة مع السلع والخدمات المبيّنة في الطلب إلى حالة استخدام خادع¹⁵ أو حالة استخدام لبيانات تبدو منطقياً كاذبة أو زائفة¹⁶.

19. ويمكن أن يُرفض تسجيل العلامات التجارية التي تتألف من أسماء البلدان أو تتضمنها لأسباب أخرى تنطبق على كل أنواع العلامات التجارية، مثل التعارض مع إشارات موجودة أخرى أو الطابع العام أو سوء النية. ويمكن التحجج أيضاً بمبادئ النظام العام أو مبادئ الأخلاق، التي تُعد سبباً مقبولاً على النطاق العالمي في قانون العلامات التجارية، لمنع تسجيل تلك العلامات التجارية. وتحظر قوانين بعض البلدان تسجيل العلامات التجارية التي قد يُفسّر استخدامها بأنه انتقاد لدولة أو إهانة لها أو تشويه محتمل لسمعتها¹⁷، وتنص قوانين بلدان أخرى على لزوم رفض تسجيل العلامات التجارية التي من شأنها أن تحط من قدر الرموز الوطنية أو تزدريها أو تسيء إلى سمعتها، أو تشوّه صورة البلد المعني¹⁸. كما ورد في قانون وطني واحد على الأقل واجب احترام وصور شرف الدول الأخرى¹⁹.

الخطوات الإجرائية الأخرى

(أ) الاعتراض

20. يُعد توافر إجراءات الاعتراض من السمات الشائعة لأنظمة تسجيل العلامات التجارية وهي سمة مستحبة ومفيدة ليس بالنسبة للمودعين وأصحاب الحقوق وغيرهم من الأطراف المهتمة، بل كذلك بالنسبة لإدارات العلامات التجارية والجمهور عموماً²⁰. وتُدرج إجراءات الاعتراض عنصراً يتعلق بالضوابط والموازن وتمكّن الغير من تقديم المعلومات والبيّنات التي من شأنها أن تحول دون تسجيل إشارة معيّنة كعلامة تجارية والتي قد لا تكون، بخلاف ذلك، متوافرة لدى مكاتب العلامات التجارية²¹.

21. وعليه فإن إجراءات الاعتراض يمكن أن تشكل فرصة إضافية لمنع تسجيل علامة أو إشارة تحتوي على اسم بلد في الحالات التي لا يؤدي فيها الفحص الذي يجريه مكتب العلامات التجارية تلقائياً، وحده، إلى إصدار رفض. وتُعد إتاحة فرصة إضافية لطرح نقطة محدّدة إحدى الخصائص التي تتسم بها إجراءات الاعتراض، سواء أكان النظام الوطني ينص أم لا ينص على إمكانية الاعتراض قبل التسجيل أو بعده²².

22. ولتتمكّن إجراءات الاعتراض من إتاحة وسيلة إضافية لحماية أسماء البلدان، لا بدّ من استيفاء شرطين بموجب القانون الوطني للعلامات التجارية. فيجب، أولاً، أن يتضمن ذلك القانون سبباً لرفض أن تُسجّل كعلامات تجارية الإشارات التي تتألف من اسم بلد أو تتضمنه؛ ويجب، ثانياً، الإقرار بأن ادعاء عدم الامتثال لذلك الحكم يُعد مبرراً لتقديم اعتراض.

¹⁵ يُشار في هذا الصدد إلى دليل مكتب الولايات المتحدة الأمريكية للبراءات والعلامات التجارية عن ممارسات الفحص (TMEP)، رقم 1210.01(b) العلامات الخادعة من حيث وصفها الجغرافي - دليل المكتب الكندي للملكية الفكرية عن الاختبارات وفحص العلامات التجارية، رقم IV.6.13 مكان المنشأ، الصفحة 4.

¹⁶ يُشار في هذا الصدد إلى الحاشية 11 أعلاه.

¹⁷ يُشار في هذا الصدد إلى المادة (1)7"2" من قانون جمهورية كوريا المؤرخ 28 نوفمبر 1949، بصيغته المعدّلة في 21 مايو 2009.

¹⁸ انظر البيانات المقدّمة من وفود إيطاليا وترينيداد وتوباغو والولايات المتحدة الأمريكية والمتاحة على الموقع التالي:

<http://www.wipo.int/sct/en/comments/>

¹⁹ انظر البيان المقدّم من وفد كولومبيا والمتاح على الموقع التالي: <http://www.wipo.int/sct/en/comments/>

²⁰ انظر إجراءات الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية - مجالات التوافق، الوثيقة WIPO/STrad/INF/4، مجال التوافق رقم 1.

²¹ انظر إجراءات الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية - الدروس الأساسية المستفادة، الوثيقة SCT/18/3، الصفحة 2.

²² إتاحة النظام الوطني لإمكانية الاعتراض قبل تسجيل علامة تجارية أو بعد تسجيلها من الخيارات السياسية التي تملها عوامل استراتيجية.

ولاستعراض مزايا ومسائير كلا الإمكانيتين، انظر إجراءات الاعتراض على تسجيل علامة تجارية، الوثيقة SCT/17/4، الصفحة 14.

23. وتبيّن من الردود على الاستبيان²³ أنه في غالبية أعضاء اللجنة التي تحتوي قوانينها على سبب لرفض طلب تسجيل إشارة تتألف من اسم بلد أو تتضمنه، يمكن أيضا التحجج بذلك السبب في إجراءات الاعتراض. وعلى وجه التحديد، أشار 67.2 بالمائة من الردود إلى أنه في حال كان اسم الدولة مستبعدا من التسجيل كعلامة تجارية فيما يخص السلع (67.7 بالمائة فيما يخص الخدمات)، يمكن للغير التحجج بذلك السبب في إجراءات الاعتراض.

(ب) الملاحظات

24. من الوسائل المحتملة الأخرى للمطالبة برفض طلب تسجيل إشارة تتألف من اسم بلد أو تتضمنه تقديم ملاحظات. وتتوخى قوانين بعض أعضاء اللجنة إمكانية تقديم ملاحظات كتابية فيما يخص طلبات العلامات التجارية. ولا يكون الشخص المقدم للملاحظات طرفا في الإجراءات ولا تردّ المكاتب، عادة، عليها. والغرض من تلك الملاحظات هو تزويد المكاتب بالمعلومات التي من شأنها أن تؤدي إلى رفض طلب تسجيل إشارة. وقد يكون ذلك مفيدا وفعالا بوجه خاص في حال لم تكن المسألة معروفة لدى الفاحص، كما يُلاحظ، مثلا، في الحالات التي لا يكون فيها الطابع الوصفي لإشارة مطلوب تسجيلها معروفا سوى لدى فئة محدودة من الجمهور.

25. وفي حال سمحت القوانين الوطنية بتقديم ملاحظات، فإن الأسس التي يمكن أن تقوم عليها تلك الملاحظات لا تكون عادة محدودة ولو أن بعض الولايات القضائية تستبعد المطالبات المستندة إلى حقوق الغير السابقة. وبما أن مسألة ما إذا كان يمكن تسجيل اسم بلد أم لا مسألة تُطرح بغض النظر عن أية حقوق سابقة للغير، فإن الملاحظات تبدو وسيلة ملائمة لحماية اسم بلد من تسجيله كعلامة تجارية أو كجزء من علامة تجارية في كل الأنظمة الوطنية التي تنص على سبب محتمل لرفض تلك الإشارات وتسمح بتقديم ملاحظات.

26. وتشير الردود على الاستبيان، فيما يخص توافر إمكانية تقديم ملاحظات، إلى أن تلك الإمكانية متاحة في نحو 50 بالمائة فقط من الأعضاء المجيبة²⁴. وعلى الرغم من أن تقديم الملاحظات لا يخضع عادة لأية شروط ثابتة، فإن تدني معدلات الرد يمكن أن يُفسّر بعدم معرفة تلك الوسيلة بدرجة كافية.

(ج) الإبطال أو الشطب أو النقص

27. في حال تم تسجيل إشارة تتألف من اسم بلد أن تتضمنه كعلامة تجارية بالرغم من نص القانون الوطني الخاص بالعلامات التجارية على أسباب محتملة لرفض ذلك التسجيل، فإن إجراءات الإبطال تتيح وسيلة نهائية لحماية اسم البلد المعني. ويسعى المدعي، من خلال إجراءات الإبطال، إلى شطب تسجيل قائم من السجل. ولا توجد ضمن الأنظمة الوطنية للعلامات التجارية مصطلحات موحدة ويمكن أن يُشار أيضا إلى الإجراءات الرامية إلى إبطال تسجيل ممنوح بمصطلحات "الشطب" أو "الإلغاء" أو "النقص".

28. والأهم من المصطلحات المستخدمة هو الأثر الناجم عن إزالة علامة تجارية من السجل. وكقاعدة عامة، إذا أزيلت علامة تجارية من السجل لأسباب كانت موجودة فعلا وقت التسجيل، فإن الإشارة تُعتبر فور إزالتها كما لو لم تُسجّل على الإطلاق. أما إذا أزيلت العلامة التجارية لأسباب لا تُستوفي شروطها إلا في نقطة زمنية محددة بعد التسجيل، فإن الإشارة لن تُزال فعلا سوى اعتبارا من التوقيت الذي طُلب فيه الشطب. وفيما يخص أسماء البلدان، في حال أزيلت إشارة لكونها تتألف من اسم بلد أو تتضمنه، فإن ذلك الظرف يُعتبر على أية حال طرفا كان قائما بالفعل وقت تسجيل الإشارة. وفي تلك الحالة، فإن تلك الإشارة كان ينبغي ألا تُسجّل قط كعلامة تجارية وستُعتبر، نتيجة إبطالها، كما لو لم تُسجّل على الإطلاق.

²³ انظر الردود على السؤالين أولاً (3) (ب) وأولاً (4) (ب) في المرفق الثاني من الوثيقة SCT/24/6، الصفحتان 17 و 18 والصفحتان 23 و 24.
²⁴ انظر الردود على السؤالين أولاً (3) (ج) وأولاً (4) (ج) في المرفق الثاني من الوثيقة SCT/24/6، الصفحتان 20 و 21 والصفحتان 26 و 27.

29. وتبين من الردود على الاستبيان²⁵ أن في أعضاء اللجنة التي تحتوي قوانينها الخاصة بالعلامات التجارية على سبب محتمل لرفض تسجيل إشارة تتألف من اسم بلد أو تتضمنه، يمثل عدم الامتثال لذلك الحكم سبباً وجيهاً لطلب الإبطال. وعلى وجه التحديد، أشار 93.8 بالمائة من الردود إلى أنه في حال كان اسم البلد مستبعداً من التسجيل كعلامة تجارية فيما يخص السلع (92.6 بالمائة فيما يخص الخدمات)، فإنه يمكن للغير التحجج بذلك السبب في إجراءات الإبطال التالية للتسجيل.

الاستخدام كعلامة

30. بالإضافة إلى بحث مسألة حماية أسماء الدول من التسجيل كعلامات تجارية، قرّر أعضاء اللجنة التحقق عبر الاستبيان من القوانين والممارسات السارية في الدول الأعضاء بشأن "استخدام" تلك الإشارات في السوق كعلامات تجارية أو كجزء منها، أي استخدامها لتمييز سلع وخدمات شركة ما من سلع وخدمات شركات أخرى. وعلى الرغم من أن هذا الجزء من الاستبيان قد لا يمكن تطبيقه في كل مكان، فإنه اعتُبر وجيهاً بالنسبة للاستقصاء.

31. وبشكل عام، يتبع استخدام اسم بلد كعلامة المبدأ ذاته المنطبق على التسجيل. فلا يمكن استخدام إشارة تتألف من اسم بلد أو تتضمنه على المنتجات أو فيما يخص خدمات إذا كانت ذات طابع يؤدي إلى خداع الجمهور، بشأن طبيعة السلع أو الخدمات أو جودتها أو منشئها الجغرافي على سبيل المثال. وإذا قدم تاجر تصويراً كاذباً للحقيقة يوحي بأن سلعه تنتمي إلى بلد معين. فإن ذلك التصوير الكاذب قد يؤدي إلى خداع مستهلكي السلع ويؤثر في قراراتهم الشرائية. وبدا أن النزوع المحتمل إلى خداع المستهلكين بخصوص منشأ السلع والخدمات يمثل مسألة هامة بالنسبة للمجيبين على الاستبيان وقد تناوله 69 رداً. ويظهر من تصنيف تلك الردود أن 82.6 بالمائة منها كانت ردوداً بالإيجاب و17.4 بالمائة منها كانت ردوداً بالنفي²⁶.

32. وعلى الرغم من تقديم أعضاء اللجنة لردود نافية على ما إذا كان استخدام أسماء البلدان مُستبعداً أم لا بشكل عام بموجب القانون المنطبق، فإن رديين على الأقل من الردود النافية²⁷ تضمنت تعليقات مفادها أنها على الرغم من عدم استبعادها عموماً لأسماء البلدان من الاستخدام كعلامات تجارية فيما يخص السلع و/أو الخدمات، فإن تضليل الجمهور بشأن مصدر المنتجات أو منشئه أو جودته يُعد عملاً محظوراً بموجب قوانين محدّدة، أو أن هناك سُبل انتصاف متاحة للغير في هذا الصدد.

33. ومن سُبل الانتصاف المتاحة رفع دعوى مدنية لمنع استخدام الإشارات أو أي تحديد خاطئ للمنشأ أو وصف خاطئ أو مضلل للحقيقة أو تصوير خاطئ أو مضلل للحقيقة، بما قد يُحدث لبساً أو يتسبب في وقوع خطأ أو يشكّل خداعاً في الرابط بين الشخص المعني وشخص آخر أو علاقته به أو شراكته معه أو في منشأ سلع لشخص آخر أو خدماته أو أنشطته التجارية أو مصدر رعايتها أو المصادقة عليها.

34. ويمكن أيضاً منع استخدام أسماء البلدان بموجب أسس قانونية أخرى غير قانون العلامات التجارية. ويرد أحد تلك الأسس في قوانين المسؤولية التقصيرية أو قوانين مكافحة المنافسة غير المشروعة. وتُلزم المادة 10 (ثانياً) من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية (المشار إليها فيما يلي بعبارة "اتفاقية باريس") دول اتحاد باريس بأن تكفل حماية فعالة من المنافسة غير المشروعة. ويتضح من الردود على الاستبيان أن استبعاد أسماء البلدان من الاستخدام كعلامات تجارية يستند في 51,7 بالمائة من البلدان التي تُستبعد فيها تلك الأسماء إلى قانون مكافحة المنافسة غير المشروعة²⁸، ويستند في 48.1 بالمائة من تلك البلدان إلى قانون المسؤولية التقصيرية العام (التمويه).

25 انظر الردود على السؤالين أولاً (3) (د) وأولاً (4) (د) في المرفق الثاني من الوثيقة SCT/24/6، الصفحتان 20 و21 والصفحتان 26 و27.

26 انظر الردود على السؤال ثانياً (11) في المرفق الثاني من الوثيقة SCT/24/6، الصفحتان 40 و41.

27 انظر الردود على الأسئلة من ثانياً (10) إلى ثانياً (12) في المرفق الثاني من الوثيقة SCT/24/6، الصفحات من 40 إلى 43.

28 انظر الردود على السؤال ثانياً (9) في المرفق الثاني من الوثيقة SCT/24/6، الصفحتان 37 و38.

35. وتمثل القواعد التي تحول دون وجود بيانات زائفة للمنتجات سبيلاً آخر من السبل القانونية التي يمكن من خلالها تقييد استخدام أسماء البلدان. فالمادة 10 من اتفاقية باريس تنص على أنه تجوز مصادرة السلع إذا كانت تشتمل على بيانات مخالفة للحقيقة بخصوص مصدرها. واعتبرت الغالبية العظمى من البلدان التي ردت على الاستبيان (82.6 بالمائة) أن استخدام أسماء البلدان كعلامات تجارية على السلع و/أو الخدمات يشكل حالة من الحالات التي يمكن أن تُطبَّق عليها تلك المادة.²⁹

رابعاً. مجالات التوافق المحتملة

36. كما أُشير إليه في الفقرة 1 من هذه الوثيقة، ما فتئت اللجنة تنظر في مسألة حماية أسماء البلدان منذ دورتها الحادية والعشرين (من 22 إلى 26 يونيو 2009). وظلّت تلك المسألة تشغلها طوال ما يقارب ثلاث عشرة دورة³⁰ قدم الأعضاء خلالها معلومات وافرة بشأن قوانينها وممارساتها التي تتناول هذه المسألة في عدة مراحل من إجراءات التسجيل وفي إجراءات ما بعد التسجيل التي تتم لدى مكتب العلامات التجارية أو لدى السلطات القضائية أو غيرها من السلطات المعنية بإقامة العدل أو بمراقبة السلع التي تتضمن بيانات وجيهة بالنسبة لهذا المجال.

37. ونظر أعضاء اللجنة بتعمق كذلك، خلال المناقشات التي أجرتها، فيما يوجد من مُهج إزاء حماية أسماء البلدان. وترد فيما يلي مجالات ممكنة قد يوجد فيها توافق بين قوانين وممارسات مختلف الأعضاء. ويمكن اعتبار أن بعضاً من تلك المجالات يشكل "مجموعة من الموارد المرجعية"³¹ يمكن أن تفيد كل السلطات الوطنية والإقليمية التي تُدعى إلى البت في قضايا تنطوي على تسجيل أو استخدام إشارات تتألف من أسماء بلدان أو تتضمنها كعلامات تجارية.

38. ومجالات التوافق الممكنة التالية مُقدمة إلى أعضاء اللجنة كي تنظر فيها:

²⁹ انظر الردود على السؤال ثانياً (12) في المرفق الثاني من الوثيقة SCT/24/6، الصفحتان 40 و41.

³⁰ يُشار في هذا الصدد إلى سلسلة وثائق اللجنة التالية: SCT/21/6 و SCT/21/8، الفقرات من 308 إلى 343؛ و SCT/22/4 و SCT/22/9، الفقرات من 171 إلى 193؛ و SCT/23/3 و SCT/23/7، الفقرات من 83 إلى 114؛ و SCT/24/2 و SCT/24/6 و SCT/24/8، الفقرات من 202 إلى 233؛ و SCT/25/4 و SCT/25/7، الفقرات من 211 إلى 231؛ و SCT/26/9، الفقرات من 321 إلى 356؛ و SCT/27/5 و SCT/27/5 Corr. و SCT/27/6 و SCT/27/7 و SCT/27/11، الفقرات من 222 إلى 247؛ و SCT/29/5 Rev. و SCT/29/10، الفقرات من 272 إلى 294؛ و SCT/30/4 و SCT/30/9، الفقرات من 267 إلى 286؛ و SCT/31/4 و SCT/31/5 و SCT/31/10، الفقرات من 134 إلى 156؛ و SCT/32/2 و SCT/32/6، الفقرات من 72 إلى 86؛ و SCT/33/6، الفقرات من 76 إلى 96؛ و SCT/34/2 Prov. و SCT/34/8، الفقرات من 97 إلى 127.

³¹ يُشار في هذا الصدد إلى الفقرات من 15 إلى 24 من الوثيقة SCT/19/9 المتضمنة تقرير الدورة التاسعة عشرة للجنة.

مجال التوافق الممكن رقم 1 مفهوم اسم البلد

لأغراض فحص العلامات على الأقل، وما لم ينص القانون المنطبق على خلاف ذلك، يجوز أن يشمل اسم البلد ما يلي:
الاسم الرسمي أو الاسم العرفي للدولة، والاسم المتداول عموماً، وترجمة ذلك الاسم ونقله الحرفي، فضلاً عن استخدامه في صيغة مختصرة أو كصفة.

مجال التوافق الممكن رقم 2 استبعاد العلامة من التسجيل إذا اعتُبرت وصفية

لأغراض فحص العلامات على الأقل، ينبغي رفض تسجيل العلامات التجارية التي تتألف من اسم بلد فقط في حال أسفر استخدام ذلك الاسم عن وصف مكان منشأ السلع أو الخدمات.

مجال التوافق الممكن رقم 3 استبعاد العلامة من التسجيل إذا اعتُبرت مضللة أو خادعة أو كاذبة

لأغراض فحص العلامات على الأقل، ينبغي رفض تسجيل العلامات التجارية التي تتألف من اسم بلد أو تتضمنه في حال أدى استخدام ذلك الاسم إلى جعل العلامة في مجملها مضللة أو خادعة أو كاذبة فيما يخص منشأ السلع أو الخدمات.

مجال التوافق الممكن رقم 4 مراعاة العناصر الأخرى للعلامة

لأغراض فحص العلامات على الأقل، وما لم ينص القانون المنطبق على خلاف ذلك، ينبغي رفض تسجيل العلامات التجارية التي تتألف من اسم بلد وعناصر أخرى في حال أدى استخدام ذلك الاسم إلى جعل العلامة في مجملها غير مميزة أو مضللة أو خادعة أو كاذبة فيما يخص منشأ السلع أو الخدمات.

مجال التوافق الممكن رقم 5 إجراءات الإبطال والاعتراض

ينبغي أن تشكل أسباب الرفض المذكورة في مجالات التوافق الممكنة رقم 2 ورقم 3 ورقم 4 أعلاه أسباباً لإبطال علامات مُسجلة وأن تشكل أيضاً، حيثما نص القانون المنطبق على ذلك، أسباباً للاعتراض.

مجال التوافق الممكن رقم 6 الاستخدام كعلامة

ينبغي أن تُتاح للأطراف المهمة الوسائل القانونية المناسبة لمنع استخدام أسماء البلدان إذا احتُمل أن يؤدي ذلك الاستخدام إلى خداع الجمهور، بشأن طبيعة السلع أو الخدمات أو جودتها أو منشأها الجغرافي على سبيل المثال، وتلتبس مصادرة السلع المشتبهة على بيانات كاذبة فيما يخص مصدرها.

ملاحظة

مصادرة السلع في حالات الاستعمال المباشر أو غير المباشر لبيان عن مصدر السلع منصوص عليه في المادة 10 من اتفاقية باريس³².

[نهاية الوثيقة]

³² تنص المادة 10 من اتفاقية باريس على ما يلي: "(1) تسري أحكام المادة السابقة في حالات الاستعمال المباشر أو غير المباشر لبيان مخالف للحقيقة عن مصدر المنتجات أو عن شخصية المنتج أو الصانع أو التاجر.
(2) على أية حال يعتبر صاحب مصلحة، سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا، كل منتج أو صانع أو تاجر يزاول إنتاج أو تصنيع تلك المنتجات أو الاتجار فيها ويكون مقره في الجهة التي ذكرت على غير الحقيقة على أنها المصدر أو الإقليم الذي تقع فيه هذه الجهة، أو في الدولة التي ذكرت على غير الحقيقة، أو في الدولة التي استعمل فيها بيان المصدر المخالف للحقيقة."