



ويبو

المنظمة العالمية للملكية الفكرية

جنيف

PR 480/2007 (A)

جنيف، ١٥ مارس/آذار ٢٠٠٧

بلاغ صحفي

ألمانيا تحافظ على مكانة الصدارة في سنة تشهد رقماً قياسياً
لعدد الإيداعات الدولية للعلامات التجارية

تسلّمت المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) في سنة ٢٠٠٦ عدداً قياسياً من طلبات تسجيل العلامات التجارية الدولية بناء على نظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات التجارية، وبلغ ذلك الرقم ٤٧١ ٣٦ طلباً. ويتم الرقم عن زيادة بنسبة ٨,٦٪ مقارنة بالرقم المقابل له في سنة ٢٠٠٥. وللسنة الرابعة عشرة على التوالي، تصدرت ألمانيا قائمة كبار المودعين يعقبها المنتفعون في فرنسا وفي الولايات المتحدة الأمريكية. وكانت الصين أكثر البلدان تعييناً في طلبات العلامات التجارية الدولية، مما يدل على ارتفاع في مستوى النشاط التجاري للشركات الأجنبية في الصين. ويتميز "نظام مدريد" بيسر استخدامه وفعاليته العالية من حيث التكلفة وتوفيره لخدمات تمكن الأفراد والشركات من اكتساب الحماية والحفاظ عليها لفائدة علاماتهم التجارية في أسواق الصادات.

وفي هذا السياق، صرّح المدير العام للويبو، الدكتور كامل إدريس، قائلاً "إن أوساط الأعمال أصبحت تدرك مزايا نظام مدريد باعتباره وسيلة فعالة لاكتساب الحماية لفائدة العلامات التجارية في عدة بلدان. ويزيد من ذلك صحة معدلات النمو الجيدة التي سجلها النظام في السنوات الأخيرة". وأضاف المدير العام قائلاً "وإننا نعقد الأمل على أن يقدم المزيد من البلدان على نظام مدريد للاستفادة من خدماته الفعالة من حيث التكلفة والموثوقة حرصاً على تمكين مالكي العلامات التجارية من حماية مصالحهم التجارية في أسواق الصادات الجديدة".

وكانت أكبر حصة من طلبات العلامات التجارية الدولية التي تسلّمتها الويبو سنة ٢٠٠٦ وبلغت ٤٧١ ٣٦ طلباً من نصيب الشركات القائمة في ألمانيا، إذ بلغت تلك الحصة ٥٥٢ ٦ طلباً، أي ١٨,٠٪ من مجموع الطلبات وتلتها الشركات القائمة في فرنسا والتي بلغت حصتها من الطلبات ٣ ٨٩٦ طلباً، أي ١٠,٧٪ من مجموع الطلبات. وبعد ما لا يزيد على ثلاث سنوات من العضوية في نظام مدريد، احتل المنتفعون في الولايات المتحدة الأمريكية المرتبة الثالثة بعدد من الطلبات بلغ ٣ ١٤٨ طلباً، أي ٨,٦٪ من مجموع الطلبات، ثم إيطاليا بعدد من الطلبات بلغ ٣ ٠٨٦ (٨,٥٪) ثم بنيلوكس ٢ ٧٨٤ (٧,٦٪) ثم سويسرا ٢ ٤٦٨ (٦,٨٪) ثم المملكة المتحدة ١ ٤٨٩ (٤,١٪) ثم الصين ١ ٣٢٨ (٣,٦٪) ثم إسبانيا ١ ٢١٥ (٣,٣٪) ثم النمسا ١ ١٩٧ (٣,٣٪).

وأشار مساعد المدير العام للويبو المسؤول عن شؤون العلامات التجارية، السيد إرنستو روبيو، إلى أن عدداً من البلدان قد شهد نمواً ملموساً في عدد إيداعات العلامات التجارية الدولية. وذكر على سبيل المثال إيطاليا التي سجلت زيادة بنسبة ٢٥,٥٪ وانتقلت بذلك من المرتبة الخامسة إلى المرتبة الرابعة. وارتفع عدد الطلبات الواردة من إسبانيا بنسبة ١٧,٢٪ لتنتقل من المرتبة العاشرة إلى المرتبة التاسعة. وسجلت أستراليا زيادة بنسبة ٢٩,١٪ بعدد من الطلبات بلغ ١٠٠٠ وانتقلت من المرتبة الثانية عشرة إلى المرتبة الحادية عشرة. ودخلت النرويج قائمة كبار المودعين العشرين في سنة ٢٠٠٦ بعدد من الطلبات بلغ ٣١٢ ويتم ذلك عن زيادة بنسبة ٣٢,٨٪.

وشهد عدد من البلدان النامية أيضاً نمواً ملموساً في إيداعات العلامات التجارية سنة ٢٠٠٦، ولا سيما جمهورية كوريا بعدد من الطلبات بلغ ١٩٠ طلباً (+٢٨,٤٪) وسنغافورة بعدد ١٦١ طلباً (+١٦,٧٪) والمغرب بعدد من الطلبات بلغ ١١٩ طلباً (+٨٠,٣٪).

وبلغ عدد الطلبات الواردة من بلدان الاتحاد الأوروبي البالغ عددها ٢٥ في سنة ٢٠٠٦، مجتمعة، ٢٣ ٩١٦ طلباً. ويشمل ذلك الرقم الطلبات الدولية المودعة عن طريق مكاتب العلامات التجارية الوطنية في البلدان المعنية والطلبات المودعة عن طريق المكتب الإقليمي للجماعة الأوروبية في لفتن (٢٤٤٥). ومنذ أكتوبر/تشرين الأول ٢٠٠٤، أصبح بإمكان المودعين من الجماعة الأوروبية الاختيار بين إيداع طلباتهم الدولية إما عن طريق مكتب العلامات الوطني أو عن طريق مكتب الجماعة الإقليمي في لفتن. وفي سنة ٢٠٠٦ وهي السنة الثانية المكتملة بعد انضمام الجماعة الأوروبية إلى نظام مدريد، ارتفع عدد الطلبات الدولية المودعة عن طريق المكتب الإقليمي الأوروبي بنسبة ٣٢,٠٪.

كبار المودعين

كانت المؤسسات العشرون الأكثر انتفاعاً بنظام مدريد في سنة ٢٠٠٦ شركة ليبدل (ألمانيا) وشركة نوفارتيس (سويسرا) وشركة يانسن للمستحضرات الصيدلانية (بلجيكا) وشركة هنكل (ألمانيا) وشركة نيسله (سويسرا) وشركة سيمنس (ألمانيا) وشركة أدي (ألمانيا) وشركة يونيفر (هولندا) وشركة بوش (ألمانيا) وشركة بلاس (ألمانيا) وشركة بيرسدورف (ألمانيا) وشركة تي يو آي (ألمانيا) وشركة بيوفارما (فرنسا) وشركة لورايل (فرنسا) وشركة فيلبس (هولندا) وشركة صوني إيركسون للاتصالات والهواتف الجوال (السويد) وشركة بوهرنغر إنغلهام (ألمانيا) وشركة أبركرومبي وفيتش للتجارة (الولايات المتحدة الأمريكية) (وهي أول شركة أمريكية تظهر في قائمة العشرين) وشركة كوشنترا (هولندا) وشركة هوفر (النمسا).

وشملت قائمة كبار المودعين من البلدان النامية شركة الاتصالات الشبكية الصينية (الصين) وشركة شنغهاي للعجلات والمطاط (الصين) وشركة سيامن سنياتي لصناعة البلاستيك (الصين) وشركة إيستسوفت (جمهورية كوريا) وشركة تيماكس سوفت (جمهورية كوريا) واتصالات المغرب (المغرب) ومصانع الجعة لآسيا والمحيط الهادئ (سنغافورة) وشركة بروموفارم (المغرب) وشركة أنجيلك (المغرب) والديوان الوطني لتسويق الكروم والخمور (الجزائر).

البلدان الأكثر تعييناً

تم الإخطار بعدد قياسي من التعيينات الجديدة للبلدان الأعضاء في اتحاد مدريد خلال سنة ٢٠٠٦، وهو ٣٦٤ ٧٢٥ تعييناً جديداً. ويتم ذلك عن زيادة بنسبة ١,٧٪ مقارنة بسنة ٢٠٠٥ ويدل

على مستوى النشاط التجاري للشركات الأجنبية في البلد المعين. ذلك أن على مودع الطلب إبان تقديم طلبه لتسجيل علامة دولية أن يعين في الطلب البلدان الأعضاء التي يرغب في حماية علامته فيها. وبإمكان المودعين أيضاً تمديد آثار تسجيلاتهم الدولية لتشمل أعضاء إضافية في وقت لاحق بإيداع تعيين لاحق. وهكذا يستطيع صاحب التسجيل الدولي أن يوسع النطاق الجغرافي لحماية علامته مراعيًا تطور احتياجاته التجارية.

وللسنة الثانية على التوالي، كانت الصين أكثر البلدان تعييناً. إذ بلغ عدد حالات تعيينها ١٥ ٨٠١، وبنم ذلك عن زيادة بنسبة ١٦,٤٪ في التعيينات مقارنة بسنة ٢٠٠٥. وجاء في المرتبة الثانية في السنة ذاتها الاتحاد الروسي بعدد من التعيينات بلغ ٤٣٢ ١٤ تعييناً (+١٢,٧٪) ثم سويسرا بعدد ٢٦٠ ١٤ تعييناً (+٨,١٪) ثم الولايات المتحدة الأمريكية بعدد ٩٩٤ ١٣ تعييناً (+١٨,٠٪) واليابان بعدد ٨٤٤ ١١ تعييناً (+١٧,٣٪).

وقد أصبحت الجماعة الأوروبية مع اكتمال السنة الثانية لعضويتها في اتحاد مدريد أكثر الأسواق المستهدفة للتعيينات وانتقلت من المرتبة الثانية والعشرين إلى المرتبة السادسة في قائمة أكثر الأعضاء تعييناً في اتحاد مدريد، إذ بلغ عدد تعييناتها ١٠ ٦٤٠ في سنة ٢٠٠٦ (+٦٨,٧٪) مقارنة بسنة ٢٠٠٥. وينزع عدد متزايد من المودعين إلى تعيين الجماعة الأوروبية ككل لحماية علاماتهم التجارية بدلاً من اختيار بعض البلدان فيها. ومن البلدان الأخرى التي استقطبت عدداً إضافياً من التعيينات في سنة ٢٠٠٦ أستراليا التي شهدت زيادة بنسبة ١٤,١٪، فانقلت بذلك من المرتبة الرابعة عشرة إلى المرتبة السابعة ضمن قائمة البلدان الأكثر تعييناً. وبفضل زيادة بنسبة ٧,٨٪ من التعيينات انتقلت النرويج من المرتبة العاشرة إلى المرتبة الثامنة، كما انتقلت أوكرانيا من المرتبة الثالثة عشرة إلى المرتبة التاسعة بزيادة بنسبة ٩,٥٪ في التعيينات وشهدت جمهورية كوريا زيادة بنسبة ١٦,٤٪، فانقلت من المرتبة الثامنة عشرة إلى المرتبة الحادية عشرة ضمن قائمة البلدان الأكثر تعييناً.

أوضاع التسجيلات في سنة ٢٠٠٦ وتكاليفها

حرص مودعو الطلبات الراغبون في حماية علاماتهم التجارية بناء على نظام مدريد على تعيين ٨,٥ من البلدان الأعضاء بالمتوسط في كل تسجيل خلال سنة ٢٠٠٦.

ولدى تقديم طلب لتسجيل علامة تجارية، على المودع أن يحدد السلع والخدمات التي تنسحب عليها العلامة التجارية وفقاً لنظام التصنيف الدولي المسمى "تصنيف نيس". وكانت أكثر الأصناف شعبية في سياق التسجيلات الدولية في سنة ٢٠٠٦ الفئة ٩ (التي تشمل بصفة خاصة أجهزة الحاسوب وبرامجه وغيرها من الأدوات الكهربائية أو الإلكترونية ذات الطبيعة العلمية) وحظيت بنسبة ٨,٩٪ من المجموع، وتلتها الفئة ٣٥ (التي تنسحب على الخدمات مثل الوظائف المكتبية والدعاية والإعلان وإدارة الأعمال) وبلغت حصتها ٦,٣٪ من المجموع. ثم تأتي الفئة ٢٥ (التي تشمل الألبسة والأوعية والقبعات) وتبلغ نسبتها ٥,٤٪ من المجموع وتليها الفئة ٤٢ (التي تندرج فيها الخدمات التي يقدمها المتخصصون من علماء ومهندسين في الصناعة أو التكنولوجيا أو الحاسوب) وحصتها ٥,٤٪ من المجموع، وتليها الفئة ٥ (التي تنسحب مثلاً على المستحضرات الصيدلانية وغيرها من المستحضرات المعدة لأغراض طبية) ونسبتها ٤,٥٪ من المجموع.

وفي سنة ٢٠٠٦، بلغت قيمة الرسم المسدد ٤٣٣ ٣ فرنكاً سويسرياً بالمتوسط عن كل تسجيل دولي. وكانت الرسوم المسددة عن ٨٠٪ من التسجيلات في سنة ٢٠٠٦ أقل من ٥ ٠٠٠ فرنك سويسري. وفي الأول من يناير/كانون الثاني ٢٠٠٦، بدأ العمل بتخفيض في الرسوم لفائدة المودعين

من البلدان الأقل نمواً الذين يلتزمون حماية دولية لعلاماتهم التجارية. واعتباراً من ذلك التاريخ، تم تخفيض قيمة الرسم الأساسي المستحق للويبو من هؤلاء المودعين إلى ١٠ بالمائة من قيمته الراهنة وهي ٦٥٣ أو ٩٠٣ ليصبح المبلغان ٦٥ و ٩٠ على التوالي، حسب ما تكون عليه صورة العلامة بالأبيض والأسود أو بالألوان. وفي الوقت الراهن يضم نظام مدريد سبعة بلدان من البلدان الأقل نمواً وهي بوتان وليسوتو وليبيريا وموزامبيق وسيراليون والسودان وزامبيا.

التسجيلات الدولية النافذة في نهاية ٢٠٠٦

بحلول نهاية سنة ٢٠٠٦، كان ٣٢٥ ٤٧١ تسجيلاً دولياً نافذاً في السجل الدولي. وشملت تلك التسجيلات قرابة ٥,٣٢ مليون تعيين فاعل ويبلغ عدد أصحابها ١٥٩ ٠٧٥ (ومنهم العديد من الشركات الصغيرة والمتوسطة). وأثناء السنة ذاتها، تم تجديد ٢٠٥ ١٥ منها لفترة عشر سنوات إضافية من الحماية (أي ٤٨٪ من مجموع التسجيلات الدولية التي تنقضي مدة حمايتها في نهاية سنة ٢٠٠٦).

ويكفل نظام مدريد أيضاً إمكانية إدارة محفظة دولية من العلامات التجارية بطريقة مركزية نظراً إلى الإجراءات التي تمكن أصحاب العلامات من قيد التعديلات على التسجيلات الدولية (مثل تغيير الملكية وتغييرات في اسم صاحب التسجيل الدولي أو عنوانه وتغييرات في تعيين ممثل عن صاحب التسجيل الدولي) بإيداع التماس واحد لدى الويبو، وبلغ مجموع التعديلات المقيدة ٦٨٧ ٧٠ تعديلاً في سنة ٢٠٠٦.

خدمات محسنة وتبليغ إلكتروني

استمرت الويبو خلال سنة ٢٠٠٦ في تعزيز الانتفاع بالتبليغات الإلكترونية لمعالجة طلبات العلامات التجارية الدولية. وبنهاية سنة ٢٠٠٦، كانت ستة مكاتب للعلامات التجارية تعتمد كلياً على النظام الإلكتروني لإرسال الطلبات الدولية إلى الويبو. ويوازي ذلك ٣٣٪ من الطلبات الواردة في تلك السنة. وبالمثل، فقد درج قطاع أعمال الويبو في مجال العلامات التجارية على إرسال إخطارات مدريد إلكترونياً إلى ٤٣ مكتباً للعلامات التجارية بحلول نهاية سنة ٢٠٠٦ (أي أكثر بأربعة مكاتب مقارنة بسنة ٢٠٠٥).

وفي أبريل/نيسان ٢٠٠٦، بدأت الويبو تأدية خدمات جديدة لتجديد تسجيلات العلامات التجارية إلكترونياً، فأصبح بإمكان المنتفعين الحفاظ على حقوقهم في علاماتهم التجارية بطريقة سريعة وفعالة. وكان نحو ٢٢٪ من التجديدات المقيدة منذ ذلك التاريخ ملتصقة بالوسائل الإلكترونية.

واعتمدت المنظمة عدداً من التحسينات الجديدة، منها مرافق جديدة للبحث، في قاعدة بيانات ROMARIN التي تحتوي على معلومات بشأن كل العلامات الدولية النافذة في سجل العلامات التجارية الدولي. ومنذ الأول من يناير/كانون الثاني ٢٠٠٧، أصبحت قاعدة بيانات ROMARIN متاحة بالمجان من خلال موقع الويبو على الإنترنت.

معلومات أساسية

يتيح نظام العلامات التجارية الدولي الذي تديره الويبو لمالك العلامة التجارية إمكانية حماية علامته في ما لا يقل عن ٧٩ بلداً بإيداع طلب واحد بلغة واحدة (الإسبانية أو الإنكليزية أو الفرنسية)

مقابل مجموعة واحدة من الرسوم المحددة بعملة واحدة (هي الفرنك السويسري). وعلى الراغب في الانتفاع بنظام مدريد أن يطلب حماية علامته التجارية في مكتب العلامات الوطني أو الإقليمي المعني قبل أن يلتمس الحماية الدولية وتترتب على التسجيل الدولي بناء على نظام مدريد الآثار ذاتها المترتبة على طلب مودع لتسجيل العلامة في كل طرف من الأطراف المتعاقدة التي يرد تعيينها في الطلب. وإذا لم يرفض مكتب العلامات في الطرف المتعاقد المعين منح الحماية، يكون وضعها في حكم العلامة المسجلة لدى ذلك المكتب. ويمكن الحفاظ على التسجيل الدولي وتجديده من خلال إجراء واحد. ويعني ذلك أن النظام يكفل لأصحاب العلامات التجارية وسيلة فعالة من حيث التكلفة لحماية علاماتهم في عدة بلدان بإيداع طلب واحد.

ويحكم النظام معاهدتان دوليتان هما اتفاق مدريد وبروتوكول مدريد. ويشار إلى النصين معاً باصطلاح "نظام مدريد". وقد بدأ العمل ببروتوكول مدريد سنة ١٩٩٦، حاملاً معه عدة سمات جديدة، منها إمكانية تقديم الطلبات باللغة الإنكليزية وتمديد مهلة الإخطار بالرفض، واعتماد الإسبانية لغة عمل في سنة ٢٠٠٤، مما زاد من مرونة النظام وإقبال عدد أكبر من البلدان عليه. ويبلغ مجموع البلدان الأطراف في البروتوكول ٧٢ ومجموع الأعضاء في نظام مدريد ٨٠ عضواً (أي ٧٩ بلداً بالإضافة إلى الجماعة الأوروبية).

وجرى أول تسجيل دولي للعلامات التجارية سنة ١٨٩٣ لفائدة شركة سوشار السويسرية لإنتاج الشوكولاته، على أن ذلك التسجيل لم يعد سارياً. وتملك شركة لونجين السويسرية لصنع ساعات اليد أقدم علامة تجارية لا يزال تسجيلها الدولي سارياً بعد تجديده عدة مرات. ومن المعلوم أن الشركة سجلت تلك العلامة التجارية لأول مرة سنة ١٨٩٣. وفي أغسطس/آب ٢٠٠٦، أجرت الويبو التسجيل الدولي التسعمائة ألف مما يؤكد نمواً في انتفاع شركات العالم بنظام مدريد. ومن المرتقب أن يتم التسجيل المليون سنة ٢٠٠٩. ويقع السجل الدولي في مقر الويبو بجنيف.

وتكتسي العلامات التجارية أهمية حاسمة في نجاح أي استراتيجية تسويقية. ولا تستغني عنها الشركات في تصميم استراتيجياتها التسويقية التي تسمح لها بتعريف سلعها أو خدماتها والترويج لها والترخيص بها في الأسواق وتمييزها عن سلع منافسيها أو خدماتهم، مكرّسة بذلك ولاء الزبون. وترمز العلامة التجارية إلى وعد بدرجة معينة من الجودة، وكثيراً ما تكفل للمستهلك في أسواق اليوم المعولمة والتي تتزايد فيها الأنظمة الإلكترونية إمكانية التعرف على المنتجات والخدمات. وتقطع حماية العلامات التجارية السبيل أمام استغلال شهرة الغير من خلال الانتفاع بإشارات مشابهة على سلع أو خدمات مشابهة أو أقل جودة في السوق. وقد يؤدي ما يلحقه ذلك الاستغلال من خسارة وإضعاف وإضرار لعلامة تجارية قيمة إلى القضاء على الشركة.

ولمزيد من المعلومات، يمكن الاتصال بقسم العلاقات مع وسائل الإعلام والجمهور في الويبو بالهاتف: ٤٧ ٩٥ ٣٣٨ / ٦١ ٨١ ٣٣٨ (+٤١ ٢٢) أو الفاكس: ٨٠ ٨٢ ٣٣٨ (+٤١ ٢٢) أو البريد الإلكتروني: <publicinf@wipo.int>.

نظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات
التقرير السنوي ٢٠٠٦

الجدول ١

بلدان الإيداع الرئيسية

عدد الطلبات المودعة بحسب بلد المنشأ

الحصص من مجموع الإيداعات ومعدلات النمو مقارنة بسنة ٢٠٠٥

Country of Origin*	2002	2003	2004	2005	2006	Share	Growth
1. Germany (DE)	5'126	5'559	5'499	6'496	6'552	18.0%	0.9%
2. France (FR)	3'609	3'331	3'544	3'652	3'896	10.7%	6.7%
3. United States of America (US)	-	139	1'737	2'849	3'148	8.6%	10.5%
4. Italy (IT)	1'800	1'915	2'519	2'458	3'086	8.5%	25.5%
5. Benelux (BX)	2'467	2'189	2'504	2'563	2'784	7.6%	8.6%
6. Switzerland (CH)	2'531	2'189	2'133	2'235	2'468	6.8%	10.4%
7. United Kingdom (GB)	670	674	986	1'336	1'489	4.1%	11.5%
8. China (CN)	241	472	1'015	1'334	1'328	3.6%	-0.4%
9. Spain (ES)	853	980	912	1'037	1'215	3.3%	17.2%
10. Austria (AT)	982	861	1'194	1'240	1'197	3.3%	-3.5%
11. Australia (AU)	222	340	683	852	1'100	3.0%	29.1%
12. Japan (JP)	242	394	692	893	847	2.3%	-5.2%
13. Turkey (TR)	456	442	593	787	733	2.0%	-6.9%
14. Russian Federation (RU)	276	502	575	604	622	1.7%	3.0%
15. Czech Republic (CZ)	519	493	617	549	569	1.6%	3.6%
16. Denmark (DK)	380	374	450	538	540	1.5%	0.4%
17. Sweden (SE)	360	377	478	484	540	1.5%	11.6%
18. Bulgaria (BG)	87	183	334	391	426	1.2%	9.0%
19. Poland (PL)	238	314	344	338	347	1.0%	2.7%
20. Norway (NO)	195	168	218	235	312	0.9%	32.8%
21. Finland (FI)	267	228	208	226	296	0.8%	31.0%
22. Portugal (PT)	211	158	179	274	295	0.8%	7.7%
23. Slovakia (SK)	164	195	249	215	241	0.7%	12.1%
24. Hungary (HU)	169	156	231	162	226	0.6%	39.5%
25. Republic of Korea (KR)	-	68	127	148	190	0.5%	28.4%
26. Slovenia (SI)	154	122	201	181	179	0.5%	-1.1%
27. Singapore (SG)	41	74	93	138	161	0.4%	16.7%
28. Serbia (RS)	85	97	86	107	157	0.4%	46.7%
29. Croatia (HR)	210	117	135	79	150	0.4%	89.9%
30. Ukraine (UA)	29	52	78	105	133	0.4%	26.7%
31. Liechtenstein (LI)	126	90	89	96	129	0.4%	34.4%
32. Morocco (MA)	31	48	57	66	119	0.3%	80.3%
33. Latvia (LV)	43	67	109	81	104	0.3%	28.4%
34. Estonia (EE)	42	72	75	72	97	0.3%	34.7%
35. Romania (RO)	68	42	58	101	97	0.3%	-4.0%
36. Greece (GR)	17	44	54	77	94	0.3%	22.1%
37. Iceland (IS)	4	7	33	39	92	0.3%	135.9%
38. Lithuania (LT)	58	80	63	102	84	0.2%	-17.6%
39. Ireland (IE)	20	10	54	70	55	0.2%	-21.4%
40. Moldova (MD)	30	47	46	77	49	0.1%	-36.4%
Other countries	128	209	220	290	324	0.9%	11.7%
Total	23'151	23'879	29'472	33'577	36'471	100%	8.6%

* للمودعين من الجماعة الأوروبية، تضم الإيداعات، اعتباراً من ٢٠٠٤، ما تم منها عن طريق المكاتب الوطنية والمكتب الإقليمي في لفتن.

نظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات
التقرير السنوي ٢٠٠٦

الجدول ٢

أكثر الأطراف المتعاقدة تعييناً (٢٠٠٦)
(يشمل التعيينات في التسجيلات الجديدة والتعيينات اللاحقة)
معدلات النمو مقارنة بسنة ٢٠٠٥

<u>Designated Country/Organization</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>	<u>2004</u>	<u>2005</u>	<u>2006</u>	<u>Growth</u>
1. China (CN)	6'684	7'106	9'265	13'576	15'801	16.4%
2. Russian Federation (RU)	8'312	9'006	9'940	12'809	14'432	12.7%
3. Switzerland (CH)	10'577	10'174	10'137	13'192	14'260	8.1%
4. United States of America (US)	-	238	7'109	11'860	13'994	18.0%
5. Japan (JP)	5'323	5'359	7'071	10'099	11'844	17.3%
6. European Community (EM)	-	-	114	6'308	10'640	68.7%
7. Australia (AU)	3'905	4'683	5'617	7'987	9'115	14.1%
8. Norway (NO)	6'967	6'582	6'821	8'440	9'102	7.8%
9. Ukraine (UA)	5'280	6'262	6'361	8'270	9'057	9.5%
10. Turkey (TR)	5'458	5'878	6'272	8'599	8'958	4.2%
11. Republic of Korea (KR)	-	1'694	4'852	7'157	8'334	16.4%
12. Germany (DE)	9'220	8'394	8'275	9'153	8'147	-11.0%
13. Romania (RO)	5'525	6'192	6'125	7'765	8'103	4.4%
14. France (FR)	9'286	8'679	8'094	8'584	7'495	-12.7%
15. United Kingdom (GB)	8'455	7'917	7'720	8'288	7'482	-9.7%
16. Italy (IT)	9'370	8'656	7'945	8'818	7'374	-16.4%
17. Spain (ES)	9'174	8'756	7'922	8'328	7'231	-13.2%
18. Croatia (HR)	4'743	5'054	5'298	6'714	6'970	3.8%
19. Bulgaria (BG)	4'688	5'450	5'407	6'594	6'903	4.7%
20. Benelux (BX)	8'903	8'391	7'697	7'921	6'800	-14.2%
21. Singapore (SG)	3'547	3'708	4'451	6'125	6'717	9.7%
22. Austria (AT)	8'905	8'453	7'487	7'636	6'564	-14.0%
23. Poland (PL)	9'368	9'415	7'598	6'824	6'092	-10.7%
24. Belarus (BY)	3'699	4'328	4'382	5'401	5'818	7.7%
25. Serbia (RS)	4'752	4'924	4'562	5'513	5'644	2.4%
26. Czech Republic (CZ)	7'940	8'199	6'633	6'016	5'161	-14.2%
27. Hungary (HU)	7'903	8'009	6'508	5'913	5'039	-14.8%
28. Portugal (PT)	6'702	6'330	5'609	5'694	4'839	-15.0%
29. Slovakia (SK)	6'292	6'810	5'628	5'114	4'367	-14.6%
30. The former YR of Macedonia (MK)	2'913	3'344	3'342	4'337	4'261	-1.8%
31. Morocco (MA)	2'846	2'861	3'091	3'989	4'229	6.0%
32. Sweden (SE)	5'968	5'480	5'127	4'902	4'175	-14.8%
33. Greece (GR)	4'928	5'171	5'039	5'017	4'100	-18.3%
34. Denmark (DK)	5'746	5'408	4'943	4'718	4'053	-14.1%
35. Slovenia (SI)	5'824	6'382	5'260	4'641	3'990	-14.0%
36. Lithuania (LT)	4'721	5'837	4'744	4'044	3'903	-3.5%
37. Liechtenstein (LI)	3'658	3'316	3'247	3'885	3'898	0.3%
38. Monaco (MC)	3'533	3'149	2'987	3'791	3'876	2.2%
39. Bosnia and Herzegovina (BA)	3'278	3'462	3'282	3'795	3'798	0.1%
40. Moldova (MD)	2'404	2'835	2'836	3'500	3'793	8.4%
Other countries	58'570	60'981	65'406	77'163	78'366	1.6%
Total	285'367	292'873	300'204	358'480	364'725	1.7%

نظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات
التقرير السنوي ٢٠٠٦

الشكل ١

العلامات النافذة في السجل الدولي في نهاية ٢٠٠٦
التسجيلات بحسب فئة أصحاب الحقوق

