

الملكية الفكرية

الدكتور/ هيثم عيسى مناع

LAW636

Intellectual property

المحاضرة
السابعة



الملكية الفكرية

المحاضرة السابعة
العلامات التجارية-
المعلومات غير المفصح
عنها

LAW636
Intellectual property

Prepared by
Dr. Haytham Eissa Manaa

موضوع المحاضرة



أولاً: العلامات التجارية
ثانياً: المعلومات غير المفصح عنها



أولاً: العلامات التجارية



نكمل حديثنا هنا عن العلامات التجارية، وذلك بتناول النقاط التالية:

١-مدى اعتبار التسجيل شرطاً لإسباغ الحماية القانونية على العلامة التجارية

٢-الآثار المترتبة على الحماية القانونية

١-مدى اعتبار التسجيل شرطا لإسباغ الحماية القانونية على العلامة التجارية



وفقا لقانون الملكية الفكرية المصري ، المادة ٦٥ ، فانه ليس شرطا للحماية القانونية أن تكون العلامة التجارية مسجلة ، فيكفى استعمالها ، حتى تتقرر ملكيتها ، فيجوز للشخص الأسبق فى الإستعمال ، اذا ماتم تسجيل العلامة التجارية من جانب الغير ، أن يطعن ببطلان التسجيل ، فى خلال الخمس سنوات التالية لتسجيل العلامة ، واذا تم التسجيل من قبل الغير بسوء نية يجوز فى هذه الحالة الطعن دون التقيد بميعاد الخمس سنوات ، وما يقدمه التسجيل أنه مجرد قرينة بسيطة على الملكية ، يجوز إثبات عكسها كما ذكرنا ، فى خلال المدة الموضحة سابقا ، فإذا مضت المدة اعتبر التسجيل قرينة قاطعه على الملكية لايجوز إثبات عكسها إلا اذا تم التسجيل بسوء نية ، كما وضحنا ، فان القرينة تعد بسيطة دوما لاتنقلب إلى قاطعة ، ومن مزايا التسجيل أيضا أنه شرط لقبول الدعوى الجنائية ، دعوى التقليد أو التزوير ، فيما يخص انتهاك العلامة التجارية ، لكن عدم وجوده لاينفى الحماية المدنية.



أما بالنسبة لنظام العلامات التجارية السعودي، نجد أنه اشترط تسجيل العلامة التجارية لإسباغ الحماية القانونية عليها، وتنص المادة ٢١ من النظام في هذا الشأن على أنه: يعد من قام بتسجيل العلامة التجارية مالكا لها دون سواه، ويكون انتفاع أي شخص بعلامة مسجلة مشروطا بموافقة مالكيها. ولمالك العلامة التجارية المسجلة الحق في رفع دعوى قضائية لطلب منع غيره من استعمالها أو استعمال أي إشارة أخرى مشابهة لها يكون من شأنها تضليل الجمهور بالنسبة للمنتجات أو الخدمات التي سجلت عنها العلامة، وكذلك بالنسبة للمنتجات أو الخدمات المماثلة. ويستثنى من الحقوق الناشئة عن تسجيل العلامة الاستخدام المنصف للإشارات والعبارات والرسوم الوصفية الخالية من الصفة المميزة التي اشتملت عليها العلامة المسجلة.



٢- الآثار المترتبة على الحماية القانونية

نتناول الآتي:

(أ)- نطاق الحماية

(ب)- الحقوق الناشئة عن حماية العلامات التجارية

(أ)- نطاق الحماية القانونية

الأصل أن العلامات التجارية تتمتع بالحماية القانونية فقط داخل الدولة التي تم استعمالها أو تسجيلها فيها ، وهذا يعنى أنه يجوز تسجيل علامة مطابقة أو مماثلة فى دولة أخرى ، عن ذات المنتجات أو الخدمات، وهو ما يطلق عليه مبدأ الاقليمية.





إلا أن هناك استثناء على ذلك ، يتمثل في العلامة المشهورة . ومن جهة أخرى فان الحماية القانونية للعلامة التجارية تقتصر على اطار المنتجات أو الخدمات التي تميزها ، بمعنى انه لو تم تسجيل تلك العلامة أو استعمالها في ذات الدولة عن منتجات أو خدمات أخرى غير التي تميزها العلامة المحمية قانونا ، فان ذلك لايعد انتهاكا للعلامة التجارية ، وهو ما يسمى بمبدأ التخصيص ، ولكن هناك أيضا نفس الإستثناء ، كما في حالة مبدأ الاقليمية ، وهو العلامة المشهورة ، وأخيرا فان الحماية القانونية للعلامة التجارية محددة المدة ، وبناء عليه يتحدد نطاق الحماية القانونية ، في المسائل الثلاث الآتية:



- مبدأ الاقليمية أو مايمكن أن نسميه النطاق الإقليمي

-مبدأ التخصيص أو مانسميه النطاق النوعي

-النطاق الزماني للحماية القانونية



- مبدأ الاقليمية:

يعنى هذا المبدأ أن الحقوق المكتسبة على العلامة التجارية ، ليس لها أثر قانونى من حيث الأصل ، خارج حدود الدولة التى استعملت أو سجلت العلامة داخلها وفقا لقوانينها ، وهذا يعنى أن ملكية العلامة التجارية فى بلد ما لايمكن أن تكون وسيلة للإحتجاج بها فى بلد آخر لدفع الإعتداء عن العلامة التجارية ، وهذا مايمكن ان نسميه النطاق الإقليمى للحماية القانونية للعلامة التجارية ، الذى يتحدد بحدود الدولة المستخدم فيه أو المسجل لديها العلامة .



ورغم ذلك فان هناك استثناء يخص العلامة المشهورة ،
نصت عليه اتفاقية باريس للملكية الصناعية ، فبعد أن
نصت على مبدأ الاقليمية فى المادة الثانية منها أو
ماتسميه الاتفاقية بمبدأ المعاملة الوطنية ، نصت فى
المادة ٦ مكرر على حماية العلامة المشهورة فى الدول
التي لم تسجل لديها العلامة المشهورة ، وبالمثل ، نص
قانون الملكية الفكرية المصرى فى المادة ٦٨ على حق
صاحب العلامة المشهورة فى التمتع بالحماية القانونية
فى القانون حتى ولو كانت غير مسجلة فى جمهورية مصر
العربية



وهو المستفاد أيضا من نص المادة ٢ من النظام السعودي، حيث جاء بها:
لا تعد ولا تسجل علامة تجارية الإشارات والشعارات والأعلام وغيرها الوارد بيانها أدناه:
... ي - العلامات المطابقة أو المشابهة للعلامات الشائعة الشهرة في المملكة ولو كانت غير مسجلة فيها على سلع أو خدمات مطابقة أو مشابهة والعلامات المطابقة أو المشابهة لتلك الشائعة الشهرة في المملكة والمسجلة فيها على سلع أو خدمات ليست مطابقة أو مشابهة شريطة أن يلحق ذلك الانتفاع الضرر بصاحب العلامة شائعة الشهرة.



-مبدأ التخصيص:

يعنى هذا المبدأ أن نطاق الحماية القانونية للعلامة التجارية يقتصر فقط على الإطار الذى تميزه من منتجات أو خدمات ، بحيث يصح تسجيل نفس العلامة لتمييز منتجات أو خدمات أخرى ، وهو مانطلق عليه النطاق النوعى للحماية القانونية بمعنى أن حماية العلامة التجارية يكون بالنسبة لنوع المنتجات أو الخدمات التى تميزها فقط ، وقد أشارت اليه المادة ٧٤ من قانون الملكية الفكرية المصرى.



وهناك استثناء يخص العلامة المشهورة ، نصت عليه اتفاقية التريس فى المادة ١٦ (٣) ، ومفاده امتداد الحماية القانونية للعلامة المشهورة بحيث لاتشمل فقط الإطار الذى تميزه من منتجات أو خدمات ، ولكن أيضا اطار أوسع من ذلك يشمل المنتجات او الخدمات الأخرى غير المماثلة أو المشابهة لتلك التى تميزها العلامة المشهورة ، ويعنى هذا ان صاحب العلامة المشهورة له الحق فى منع تسجيل أو استعمال علامة مماثلة لعلامة المشهورة حتى ولو كانت تميز منتجات لاتماثل أو تشابهه تلك التى تميزها علامة.



Photo:

<https://magazine.columbia.edu/article/are-your-deepest-darkest-secrets-keeping-you-down>

ولكن اتفاقية التريس وضعت لذلك شرطين هما:
-أن يحمل استخدام العلامة المطابقة للعلامة المشهورة
بشأن المنتجات غير المماثلة الى اعتقاد الغير بوجود صلة
بين العلامة المشهورة وتلك المنتجات .
-أن يؤدي استخدام العلامة ، المطابقة للعلامة
المشهورة ، الى احتمال أن تتضرر مصالح صاحب العلامة
المشهورة .
وقد نص قانون الملكية الفكرية المصري على ذات
المعنى السابق ، فى المادة ٦٨ ، ويستفاد هذا المعنى
أيضا من نص المادة ٢ / ي من النظام السعودي، السابق
ذكرها.



-النطاق الزمني للحماية القانونية

تنص المادة ٩٠ من قانون الملكية الفكرية المصري على أن مدة الحماية القانونية المترتبة على التسجيل عشر سنوات قابلة للتجديد لمدته أو لمدد مماثلة بناء على طلب صاحب الشأن ، وأود أن أشير هنا الى نقطة مهمة وهي أن القانون يبين فى المادة ٩٠ مدة الحماية القانونية الخاصة بالعلامات المسجلة ، أما العلامات التى لم تسجل فلم يتناول القانون ، أى حكم يخص مدة حمايتها ، بما يعنى أنها دائما تكون محلا للحماية المدنية كما ذكرنا ، دون التقيد بأية مدة قانونية .



أما النظام السعودي فقد نص في المادة ٢٢ على أنه:
تستمر حقوق صاحب الشأن المترتبة على تسجيل العلامة
التجارية لمدة عشر سنوات ما لم يتم تجديدها.
وتجدر الإشارة إلى أن التسجيل يعد شرطاً للحماية القانونية
في النظام السعودي على النحو المذكور في موضع
سابق.



(ب)- الحقوق الناشئة عن حماية العلامة التجارية

هناك ثلاثة حقوق رئيسية تترتب على تمتع صاحب العلامة التجارية بالحماية القانونية المقررة، وهي:

-الحق في الاستعمال

-الترخيص للغير باستعمال العلامة

-الحق في التصرف

-الحق في الاستعمال:

يجوز لمالك العلامة استعمالها لتمييز المنتجات أو الخدمات التي سجلت عنها، ويكون هذا الاستعمال لمدة عشر سنوات قابلة للتجديد، كما أشرنا. مع التقيد بنطاق الحماية الذي وضحه في النقطة السابقة.

ومن الجدير بالذكر أن عدم استعمال العلامة مدة خمس سنوات متصلة دون عذر مقبول قد يعرضها للشطب بحكم قضائي بناء على طلب من كل ذي مصلحة. (م ٩١ قانون حماية الملكية الفكرية المصري، م ٢٥ من النظام السعودي).



-الترخيص للغير باستعمال العلامة التجارية:

الترخيص هنا يعني الاتفاق الذي بمقتضاه يتعهد مالك العلامة التجارية (المرخص) بمنح شخص آخر (المرخص له) حق استعمال العلامة التجارية على منتجات أو خدمات تخص الأخير، وذلك لمدة معينة نظير مقابل معلوم.



Photo:

<https://www.pngwing.com/ar/free-png-zfqnl/download>

وينص قانون حماية الملكية الفكرية المصري في المادة ٩٠ على أنه:

لمالك العلامة أن يرخص لشخص أو أكثر طبيعي أو اعتباري باستعمال العلامة على كل أو بعض المنتجات المسجلة عنها العلامة ولا يحول الترخيص للغير دون استعمال مالك لها ما لم يتفق على غير ذلك. ولا يجوز لمالك العلامة انهاء عقد الترخيص أو عدم تجديده الا لسبب مشروع.



وينص أيضا نظام العلامات التجارية السعودي في المادة

٣٣ في هذا الشأن على أنه:

يجوز لمالك العلامة التجارية أن يرخص لأي شخص طبيعي أو معنوي باستعمالها عن كل أو بعض المنتجات أو الخدمات المسجلة عنها، ويكون لمالك العلامة الحق في أن يرخص لأشخاص آخرين باستعمالها، كما يحق له أن يستعملها بنفسه ما لم يتفق على غير ذلك، ولا يجوز أن تزيد مدة الترخيص عن مدة حماية العلامة.

<https://www.pngwing.com/ar/free-png-zgriz/download>



كما لا يجوز للمرخص له التنازل عن عقد الترخيص للغير الا
مع التنازل عن المحل التجارى أو مشروع الاستغلال الذى
تستخدم العلامة فى تمييز منتجاته وذلك ما لم يتفق
على خلافه. (نص المادة ٩٧ القانون المصري)
وهو المعنى المستفاد أيضا من نص المادة ٣٦ من
النظام السعودي.



و لا يجوز ان يتضمن عقد الترخيص ايه شروط تقييد المرخص له بقيود غير ضرورية للحفاظ على الحقوق المترتبة على تسجيل العلامة .

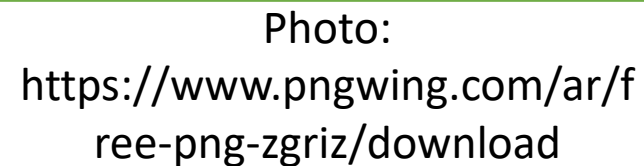
ومع ذلك يجوز ان يتضمن عقد الترخيص الشروط التالية:

- تحديد مدة الترخيص باستعمال العلامة.

- الشروط المعقولة التى تكفل لمالك العلامة مراقبة

جودة المنتجات التى تميزها العلامة موضوع الترخيص

وبما لا يتعارض مع حرية المرخص له فى الإدارة والتشغيل.





-الحق في التصرف:

يجوز نقل ملكية العلامة التجارية سواء بمقابل أو دون مقابل، وهو المعنى المنصوص عليه في المادة ٢٩ من النظام السعودي، حيث جاء بها: يجوز أن تنتقل ملكية العلامة التجارية إلى الآخرين بأي واقعة أو تصرف ناقل للملكية، ويشترط في التصرف أن يكون كتابة، وألا يكون الغرض منه تضليل الجمهور وخاصة بالنسبة لطبيعة أو مصدر المنتجات والخدمات أو مميزاتها أو أدائها.

<https://www.pngwing.com/ar/free-png-zgriz/download>



وإذا لم يشمل نقل ملكية المحل التجاري أو مشروع الاستغلال العلامة التجارية كان لمالك العلامة استخدامها على ذات نوعية المنتجات أو الفئة أو الفئات المسجلة عنها ما لم يتفق على غير ذلك. (م ٨٩ من القانون المصري)

وبالنسبة للقانون السعودي إذا انتقلت ملكية المحل التجاري أو المشروع الذي تستخدم العلامة التجارية في تمييز منتجاته أو خدماته دون أن تنتقل ملكية العلامة ذاتها، فإنه يجوز لمن ظلت العلامة في ملكيته الاستمرار في استعمال هذه العلامة بالنسبة للمنتجات أو الخدمات التي سجلت من أجلها ما لم يتفق على غير ذلك. (م ٣٠ من النظام السعودي لحماية العلامات التجارية)

ومن الجدير بالذكر أنه لا يكون نقل ملكية العلامة أو تقرير حق الانتفاع أو رهنها حجة على الغير إلا بعد التأشير بذلك فى السجل ونشرة بالكيفية التى تحددها القواعد المنظمة لذلك. (م ٨٩ من القانون المصري- ٣٢ من النظام السعودي)



ثانيا: المعلومات غير المفصح عنها

تمثل المعلومات غير المفصح عنها أو الأسرار التجارية trade secrets ، أهمية كبرى بالنسبة للشركات أو المؤسسات التي تعمل في المجالات التجارية أو الصناعية أو الزراعية ، فقد تنطوي على بيانات تم التوصل اليها من خلال جهود كبيرة في المجال وتعطى تلك الشركات أو المؤسسات ميزة نسبية عن المنافسين ، أو يتسبب الكشف عنها في أضرار مالية لها ، ولذلك كان الحفاظ على تلك المعلومات وجعلها بعيدة عن الأنظار ، هو أحد المحاور الرئيسية التي تشغل اهتمام كافة المؤسسات أو الشركات المختلفة.



Photo:

<https://www.pngwing.com/ar/free-png-zfqnl/download>

ونتناول هنا ثلاث مسائل رئيسية:

١- تعريف المعلومات غير المفصح عنها

٢- شروط الحماية القانونية

٣- مضمون الحماية القانونية



١- تعريف المعلومات غير المفصح عنها:

لم يرد فى قانون الملكية الفكرية المصرى تعريفا للمعلومات غير المفصح عنها ، رغم أنه نص عليها ضمن عناصر الملكية الصناعية المشموله بالحماية القانونية بموجبه فى المواد ٥٥-٦٢ ، ونفس الامر ايضا فيما يخص اتفاقية التريس ، فرغم انها تناولت الحماية القانونية للمعلومات غير المفصح عنها فى المادة ٣٩ ، الا انها لم تضع تعريفا محددا لها.

ولم تضع أيضا لائحة حماية المعلومات التجارية السرية في المملكة العربية السعودية تعريفا للأسرار التجارية. ولهذا اجتهد الفقه في تعريف المعلومات غير المفصح عنها ، فذهب بعض الفقه الى أن المعلومات غير المفصح عنها " هي المعلومات السرية التي لها قيمة تجارية تُستمد من سريتها.



Photo:
<https://www.pngwing.com/ar/free-png-zgriz/download>

٢- شروط الحماية القانونية:

هناك ثلاثة شروط أساسية يجب توافرها حتى نقول على معلومات ما معلومات سرية خاضعة للحماية القانونية بمقتضى النظام القانوني للمعلومات غير المفصح عنها أو الأسرار التجارية، هذه الشروط هي :

- ان تكون المعلومات سرية
- ان تستمد قيمتها التجارية من كونها سرية
- ان يتخذ حائز المعلومات اجراءات فعالة للحفاظ عليها

-ان تكون المعلومات سرية:

أول الشروط التي يجب توافرها في المعلومات ، هو أن تكون سرية ، بمعنى عدم معرفتها من قبل الجمهور أو المتخصصين في المجال التي تنتمي اليه المعلومات بطبيعتها - تجارية ، صناعية أو زراعية - وهذا لايعني ان المعلومات تفقد سريتها لمجرد أن الحائز قد كشف عنها لبعض العاملين لديه أو التابعين له ، في ظروف تقتضيها تسيير الأعمال داخل مؤسسته أو تجارته أو عمله بوجه عام ، بل ان السرية لاتعني انه يجب ان تكون معروفة لمشروع واحد فقط ، فلايمنع من سريتها توصل عدد محدود من المشروعات المنافسة اليها من خلال البحث والتطوير ، طالما انها غير معروفة على نطاق واسع للمشروعات التي تعمل في المجال الذي تنتمي اليه المعلومات.



كما انه قد تكون المعلومات فى مكوناتها أو عناصرها معروفة وغير سرية بينما فى مجموعها سرية ، وذلك اذا كان جميعها استلزم جهود كبير وانفاق مبالغ طائله ، وهنا تنصب الحماية على مجموع المعلومات وليس مكوناتها او عناصرها ، مثال ذلك قوائم العملاء داخل احدى البنوك ، أو قوائم الموردين لدى احدى شركات التصدير .



والسؤال هنا: ما هو معيار السرية؟

نرى ان معيار السرية هو وجود ميزة اقتصادية فعلية أو محتملة لحائز المعلومات في مواجهة منافسيه ، فاذا كانت هذه الميزة متوفرة بصدد المعلومات ، اتصفت الاخيرة بالسرية ، والا فاننا امام معلومات معروفة على نطاق واسع للمنافسين لاتعطى أية مزايا اقتصادية لحائز المعلومات عن هؤلاء المنافسين .

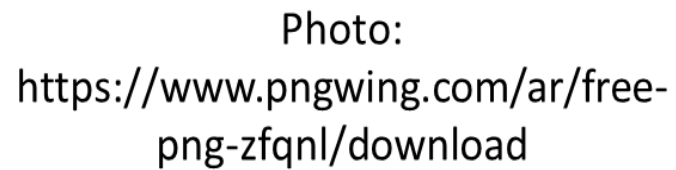




Photo:

<https://www.pngwing.com/ar/free-png-zfqnl/download>

أن تستمد المعلومات قيمتها التجارية من كونها

سرية:

القيمة التجارية للمعلومات تعني في الأصل الميزة النسبية التي تعطىها إلى حائزها في مواجهة منافسيه فيما يتعلق بالنشاط الذي تنتمي إليه المعلومات، بأن تحقق نفعاً له، وقع بالفعل، أو منتظر حدوثه في المستقبل، أي محتمل، ورغم ذلك فإن الكشف عن هذه المعلومات يجردها من أية قيمة معتبرة لها بالنسبة لحائزها، فبعد أن كانت تحقق له ميزة اقتصادية، واقعة بالفعل أو محتمل حدوثها مستقبلاً، أصبحت في متناول المتنافسين معه في نفس مجال النشاط، وبالتالي أي ميزة تكون للمعلومات والحال كذلك.



Photo:
<https://www.pngwing.com/ar/free-png-zgriz/download>

نص على ذلك قانون الملكية الفكرية المصري في المادة
٢/ ٥٥، وكذلك اتفاقية الترس في المادة ٣٩ الفقرة الثانية
(ب)، كما نصت لائحة حماية المعلومات التجارية السرية
في المملكة العربية السعودية في المادة الأولى فقرة
(٢).

أن يتخذ حائز المعلومات اجراءات فعالة للحفاظ عليها:

هذا الشرط هو ما يحفظ للمعلومات سريتها ، بحيث يكون من المتعذر على الغير الوصول اليها أو العلم بها ، وهو لهذا يكون على قدر كبير من الاهمية بالنسبة للمعلومات السرية ، وفيما يتعلق بهذا الشأن نقول أن انظمة الحماية ووسائلها كثيرة ومتنوعة ومتطورة ، فقديما ، أو حتى الان فى بعض الحالات ، كانت تستخدم الاشخاص الغرف المغلقة ، لحفظ اسرارهم التجارية ، بحيث لا يصل اليها الا عدد محدود من الاشخاص.

أما الآن ونحن نتحدث عن حماية الأسرار من المخاطر الناشئة عبر الإنترنت، ومع تطور وسائل التخزين وتنوعها، فإن وسائل حفظ المعلومات وحمايتها أيضا تتناسب مع هذا العالم غير الملموس ذات الطابع التقني المتطور والبالغ التعقيد أيضا، هناك على سبيل المثال ، برامج الحماية من الفيروسات للحفاظ على البيانات داخل وسائل التخزين الالكترونيه ، والجدران النارية أيضا التي تمنع وصول أي ملفات تجسس تستخدم لإختراق الأجهزة ومعرفة محتواها ، وغير ذلك من وسائل الحماية التقنية التي تتطور بتطور الإنترنت ذاتها.

ولكن مايجب أن نسجله هنا أن مهما بلغت وسائل الحماية من تطور ودقة فإنها عرضة للتحايل عليها من قبل المخترقين hackers أو القراصنة.

ونص على هذا الشرط قانون حماية الملكية الفكرية المصري في المادة ٥٥، ونصت أيضا عليه لائحة حماية المعلومات التجارية السرية في المادة الأولى فقرة (٣).



Thank You