

دليل

العلامات التجارية

تصميم علامة تجارية

تصدير

يسر وزارة الاقتصاد والتجارة أن تصدر دليل العلامات التجارية التي تشكل محوراً في استراتيجية التسويق في الشركات .

وفي هذا الدليل محاولة لشرح العلامات التجارية من منظور تجاري ، و يقوم على نهج عملي و شرح مدعوم بالأمثلة و الصور لفائدة القارئ. وإنما نحث الشركات الصغيرة و المتوسطة على الاستعانة بهذا الدليل و إدراج استراتيجيتها المتعلقة بالعلامات التجارية في استراتيجية أعمالها العامة . وترحب الويبو بأية تعليقات لتحسين الدليل و تلبية احتياجات الشركات الصغيرة و المتوسطة في العالم .

و قد تم إنجاز الدليل بالتعاون مع اتحاد غرف التجارة واتحاد غرف الصناعة السورية.

قائمة المحتويات

١. العلامات التجارية .
٢. حماية العلامات التجارية .
٣. الانتفاع بالعلامات التجارية .
٤. إنفاذ العلامات التجارية .

العلامات التجارية

ما هي العلامة التجارية ؟

العلامة التجارية هي كل إشارة تمكن من تمييز منتجات أو خدمات شخص طبيعي أو اعتباري ويمكن أن تتكون العلامة الفارقة على سبيل المثال من الأسماء أو التسميات أو الرموز أو الأختام أو الكلمات أو الحروف أو السمات أو النقوش البارزة أو الرسوم أو الصور أو الأرقام أو الإمضاءات أو الدمغات أو أسماء المحال أو مجموعة الألوان وترتيبها وتدرجاتها أو أشكال المنتجات أو غلافاتها التي تتخذ شكلاً خاصاً مميزاً وكذلك أي مزيج من هذه العناصر وفي كل الأحوال يجب أن تكون العلامة الفارقة مرئية يمكن إدراكها بالبصر.

وبالتالي فالحماية تقتصر على العلامات المرئية فقط ولا تمتد لتشمل علامات الصوت والرائحة .

أمثلة



ما الغرض من العلامة التجارية :

إن الوظيفة الرئيسية للعلامة التجارية هي تمكين المستهلكين من تحديد منتج (سواء كان سلعة أو خدمة) لشركة محددة لتمييزه عن سائر المنتجات المطابقة أو المشابهة التي يقدمها المنافسون .
ومن المرجح أن يقبل المستهلكون على شراء المنتج أو استعماله من جديد في المستقبل إذا ما نال رضاهم .
ولذلك السبب ينبغي أن يكونوا قادرين على التمييز بين المنتجات المتطابقة أو المتشابهة .
و إذ تمكن العلامات التجارية الشركات من أن تميز نفسها ومنتجاتها عن الشركات و المنتجات المنافسة لها ،
فإنها تضطلع بدور محوري في استراتيجيات الإعلان والتسويق التي تنتهجها الشركات مما يسهم في تحديد صورة منتجات الشركة وسمعتها وشهرتها في نفوس الزبائن .

وبفضل صورة الشركة وسمعتها تنشأ الثقة في نفوس المستهلكين و هي الأساس الذي يكفل إخلاص الزبائن وولائهم .

وفي كثير من الأحيان تربط علاقة عاطفية المستهلكين ببعض العلامات التجارية بفضل ما يتطلعون إليه من بعض الميزات أو المعالم المتجسدة في المنتجات التي تحمل تلك العلامات التجارية .
وتحفز العلامات التجارية أيضاً الشركات على توظيف أموالها للحفاظ على جودة منتجاتها أو تحسينها فتضمن سمعة حسنة للمنتجات التي تحمل العلامة التجارية .

قيمة العلامات التجارية

تكفل العلامة التجارية إذا ما أحسن اختيارها والحفاظ عليها ، قيمة تجارية كبيرة لمعظم الشركات . وربما تكفل لبعضها أهم ما تملكه من أصول. وتفيد التقديرات أن قيمة بعض أشهر العلامات التجارية في العالم ، مثل علامة كوكاكولا أو علامة أي . بي . أم تفوق ٥٠ مليار دولار للعلامة الواحدة . ويعزى ذلك إلى ما يوليه المستهلكون من اهتمام للعلامات التجارية وسمعتها وصورتها و خصائص ينشدهونها ويربطونها بالعلامة و استعدادهم لدفع ثمن مرتفع مقابل منتج يحمل علامة تجارية يعرفونها وتستجيب لتطلعاتهم .
و عليه فإن مجرد امتلاك علامة تجارية ذات سمعة جيدة و شهرة ذائعة يكفل للشركة ميزة تنافسية تسبق بها المنافسين .



ديلي
Daily

كارينا
CARINA

لماذا ينبغي للشركة أن تحمي علامتها التجارية ؟

تدرك معظم الشركات أهمية الانتفاع بعلامات تجارية لتمييز منتجاتها عن منتجات منافسيها على أن بعضها لا يدرك أهمية حمايتها عن طريق التسجيل .

ويكفل تسجيل العلامة التجارية بناء على قانون العلامات التجارية المطبق الحق الاستثنائي للشركة في منع الغير من تسويق منتجات مطابقة أو مشابهة لمنتجاتها بعلامة مطابقة أو مشابهة لها إلى حد إحداث اللبس .

و بدون التسجيل فقد تذهب الأموال الموظفة في تسويق المنتج هدرًا لأن الشركات المنافسة تستطيع الانتفاع بعلامة تجارية مطابقة أو مشابهة لها إلى حد إحداث اللبس بالاقتران بسلع مطابقة أو مشابهة .

وإذا اعتمد المنافس علامة تجارية مشابهة أو مطابقة فقد يحدث لبسًا في نفوس المستهلكين الذين يشترون منتج الشركة .

و ليس من شأن ذلك أن ينتقص من أرباح الشركة و يضلّل المستهلك فحسب بل من شأنه أيضاً أن يضر بسمعة الشركة و صورتها و لاسيما إذا كان منتج المنافس أقل جودة .

و نظراً إلى قيمة العلامات التجارية وما قد تكتسبه من أهمية في إنجاح منتج في الأسواق ، لا بد من الحرص على تسجيلها في بلدان الأسواق المستهدفة .

و علاوة على ذلك ، يجوز أن تكون العلامة التجارية المسجلة موضع ترخيص لشركات أخرى فتكفل بذلك مصدراً إضافياً من الإيرادات للشركة ، أو قد تكون محل عقود امتياز .

ومن الممكن أيضاً الاعتماد على علامة تجارية مسجلة تحظى بسمعة جيدة لدى المستهلكين للحصول على الأموال من المؤسسات المالية التي يتزايد وعيها بأهمية العلامات في نجاح المشروعات .

العلامات التجارية :

- تكفل للمستهلك إمكانية التمييز بين المنتجات .
- وتمكن الشركات من تمييز منتجاتها .
- وتفيد في عملية التسويق ورسم صورة للمنتج وسمعته في الأسواق .
- وتكفل مصدراً مباشراً من الإيرادات المتأتية من التراخيص وتعد من العناصر الحاسمة في عقود الامتياز .
- وقد تكون جزءاً مهماً من أصول الشركة .
- و تشجع الشركات على توظيف أموالها للحفاظ على جودة منتجاتها أو تحسينها .
- وقد تكون مفيدة للحصول على الأموال.

٢ - حماية العلامات التجارية :

كيف تستطيع الشركة أن تحمي علامتها التجارية ؟

من الممكن الحصول على الحماية للعلامات التجارية عن طريق التسجيل . وذلك بإيداع استمارة الطلب المناسبة لدى مديرية حماية الملكية التجارية والصناعية ومن شأن تسجيل العلامة التجارية أن يكفل حماية متينة لاسيما في حالة تنازعها مع علامة مطابقة أو مشابهة لها إلى حد اللبس . ومن المفيد جداً الاستعانة بخدمات وكيل للعلامات التجارية لأغراض تسجيل العلامة التجارية ، والأصل أن العلامة التجارية المسجلة هي المشمولة بالحماية إلا أنه يمكن للأسبق في استعمال العلامة أن يلجأ إلى القضاء ليثبت أحقيته في هذه العلامة من خلال إثبات أسبقيته في الاستعمال .

هل يكفي تسجيل الاسم التجاري للشركة ؟

يعتقد الكثير من الناس أن تسجيل شركتهم و اسمها التجاري في السجل التجاري يعني حماية ذلك الاسم تلقائياً كعلامة تجارية أيضاً. وهذا خطأ شائع نسبياً ومن المهم فهم الفرق بين الأسماء التجارية والعلامة التجارية : فالاسم التجاري : هو الاسم الكامل للشركة مثل شركة دنيا للتجارة . وهو يعرف الشركة ويأتي في الاسم غالباً كلمة "مساهمة" أو كلمات مشابهة أخرى تدل على الصفة القانونية للشركة .

أما العلامة التجارية : فهي الإشارة التي تميز منتج الشركة عن منتجات سائر الشركات .

وقد تملك الشركة الواحدة عدة علامات تجارية ، إذ تبيع الشركة المذكورة آنفاً أحد منتجاتها بعلامة " دنيا للأغذية " .

وقد تنتفع الشركة بعلامة تجارية محددة لكي تعرف جميع منتجاتها أو مجموعة محددة من المنتجات التي تنتجها الشركة .

وقد تنتفع بعض الشركات أيضاً باسمها التجاري أو بجزء منه كعلامة تجارية و ينبغي لها في هذه الحالة ان تسجل الاسم كعلامة تجارية .

من يحق له طلب تسجيل علامة تجارية ؟

يجوز عامة لأي شخص يعترف الانتفاع بعلامة تجارية أو يود تمكين شخص آخر من الانتفاع بها أن يطلب تسجيلها . وقد يكون ذلك الشخص فرداً أو مؤسسة . وإذا كان طالب التسجيل غير مقيم في سورية وجب أن ينيب عنه شخصاً مقيماً فيها ليكون وكيلاً عنه في معاملات التسجيل .

هل من اللازم على الشركة تسجيل علاماتها التجارية ؟

ليس التسجيل إلزامياً ومع ذلك ينصح به بشدة لان التسجيل يكفل حقوقاً استثنائية في منع الانتفاع بالعلامة التجارية من غير تصريح.

ما هي الأسباب الرئيسية لرفض طلب التسجيل ؟

من المفيد عند اختيار علامة تجارية معرفة فئات الإشارات التي لا يقبل تسجيلها عادة . وترفض طلبات تسجيل العلامات التجارية لأسباب يشار إليها عادة باصطلاح الأسباب المطلقة في الحالات التالية :

■ **أسماء النوع :** فإذا اختارت الشركة مثلاً كلمة " الكرسي " علامة تجارية لبيع الكراسي فإن العلامة سترفض لأن كلمة كرسي هي اسم نوع المنتج .

■ **الصفات والنعوت :** وهي الكلمات المستخدمة عادة في التجارة لوصف المنتج . ومن المرجح مثلاً أن ترفض صفة : " حلو " كعلامة لتسويق نوع من الحلويات . و يعتبر تمكين أي صانع للحلويات من الاستئثار بصفة حلو لتسويق منتجاته أمراً غير عادل أو منصف وعلى منوال ذلك فمن المرجح أن تثير صفات من قبيل " سريع " أو أفضل أو عريق أو جديد اعتراضات مشابهة ما لم ترد في علامة تؤدي وظيفة التمييز . وقد يستدعي الأمر في تلك الحالات التنبيه إلى أن الحقوق الاستثنائية ليست مطلوبة لذلك الجزء من العلامة .

■ **العلامات التجارية المضللة :** و هي العلامات التجارية التي من المرجح أن تضلل المستهلكين أو تخدعهم فيما يتعلق بطبيعة المنتج أو جودته أو منشئه الجغرافي . ومن المرجح مثلاً أن يرفض تسويق أية أسمان صناعية نباتية بعلامة تجارية تكون عبارة عن رسم بقرة . لأن ذلك يعتبر تضليلاً للمستهلك الذي من المرجح أن ترتبط في ذهنه العلامة بالألبان و مشتقاتها (أي الزبدة) .

■ **العلامات التي تعتبر مخالفة للنظام العام و الآداب :**

- لا يسمح عامة بتسجيل الكلمات و الصور التي تعتبر منافية لقواعد الأخلاق و الدين التي يقبل بها الجميع علامات تجارية .
- الشعارات والإعلام الخاصة بالدول والمنظمات الدولية والشعارات الدينية ورموز المهلال والصليب الأحمر حيث لا يسمح بتسجيلها كعلامات تجارية .
- لا يجوز تسجيل العلامات المماثلة أو المشابهة للرموز ذات الصبغة الدينية البحتة والأسماء والأماكن المقدسة .

وعلاوة على ذلك تُرفض الطلبات بناء على " أسباب نسبية " عندما تتنازع العلامة التجارية مع حقوق سابقة فيها ذلك أن وجود علامتين تجاريتين متطابقتين (أو متشابهتين جدا) للنوع نفسه من المنتجات قد يحدث لبساً لدى المستهلك . و تراعي دائرة العلامات التجارية في سورية في مضممار إجراءات التسجيل البحث عن أي نزاع محتمل مع العلامات الموجودة بما فيها العلامات الشائعة الشهرة غير المسجلة ، ولذلك فمن المحبذ تفادي الانتفاع بعلامات تجارية قد تعتبر مشابهة لعلامات قائمة بشكل يحدث اللبس .

ما الذي ينبغي مراعاته عند اختيار علامة تجارية أو ابتكارها ؟

يكتسب اختيار علامة تجارية مناسبة أو ابتكارها أهمية حاسمة نظرا إلى انها عنصر رئيسي من عناصر استراتيجية التسويق التي تتبعها الشركة فما هي العلامة التي تناسب منتجات الشركة ؟ لا يمكن الإجابة عن ذلك السؤال وفقاً لقواعد صارمة و قاطعة بطبيعة الحال على أن من المفيد التأكد من المسائل التالي ذكرها :

المسائل الخمس التي ينبغي التأكد منها عند اختيار العلامة التجارية؟

- ينبغي التأكد من أن العلامة التجارية تستوفي جميع الشروط القانونية للتسجيل . (انظر أسباب رفض الطلبات أعلاه).
- و ينبغي إجراء بحث في العلامة التجارية للتأكد من أن العلامة ليست مطابقة أو مشابهة إلى حد اللبس لعلامات تجارية قائمة.
- و ينبغي التأكد من أن العلامة التجارية تتميز بسهولة قراءتها و كتابتها وهجائها و حفظها ومن أنها مهيأة لجميع أنواع وسائل الدعاية والإعلان .
- و ينبغي التأكد من أن العلامة لا تحمل معان غير مستحبة في لغة الشركة وأية لغة تستخدمها في أسواق صادراتها المحتملة .
- و ينبغي التأكد من إمكانية تسجيل اسم الحقل أي العنوان على الانترنت المقابل للعلامة .

و ينبغي للشركة أن تأخذ في حسابها أيضا عند اختيار كلمة أو أكثر كعلامة تجارية لها النتائج المترتبة على اختيار الأنواع التالية من الكلمات :

- ❖ الكلمات المنحوتة أو الغريبة و هي كلمات مبتكرة لا معنى لها . وتتميز الكلمات المنحوتة بأنها سهلة الحماية لأن من المرجح أن تعتبر مستوفية لشرط التمييز في حد ذاتها . على أن من مأخذها أن المستهلك قد يستصعب حفظها . مما يقتضي قدرأ أكبر من الدعاية و الإعلان للمنتج .



رقم العلامة: 70481
من فئة 1 وحتى فئة 34

❖ العلامات الاعتبائية : و هي كلمات لها معنى لا علاقة له بالمنتج.

ومع أن ذلك النوع من العلامات تسهل حمايته فقد يقتضي أيضاً قدراً إضافياً من الدعاية لتمكين المستهلك من أن يربط في ذهنه بين العلامة و المنتج .

مثال : علامة " الفيل " لتسويق هاتف جوال .

❖ العلامات الإيحائية : و هي العلامات التي توحى بصفة أو أكثر من صفات المنتج ، ومن فوائدها أنها تقوم

مقام شكل من أشكال الدعاية والإعلان . على أنها قد تعتبر في بعض البلدان أقرب إلى الوصف منها إلى الإيحاء .

مثال : من شأن علامة تجارية اسمها " شمسي " تستخدم لتسويق المدفوعات الإلكترونية أن توحى بأن المنتج قادر على بث الحرارة في المنزل و الحفاظ على دفته . على أن دائرة العلامات التجارية قد تعتبر العلامة أقرب إلى الوصف و قد لا ترغب في تسجيلها .

وفي جميع الأحوال فمن المهم تفادي تقليد علامة تجارية قائمة ، ولا يقبل تسجيل علامة تجارية للغير بعد أن يدخل عليها تعديل بسيط ، كما لا يقبل تسجيل علامة مشهورة بعد تغيير تهجتها .

تسجيل العلامة التجارية خطوة خطوة

مودع الطلب

الخطوة الأولى هي إرسال استمارة طلب تسجيل العلامة التجارية أو تسليمها بعد ملئها حسب الأصول و ينبغي أن تتضمن البيانات اللازمة للاتصال بالشركة ورسماً بيانياً لعلامة الشركة (وقد يتعين تقديم الرسم في نسق محدد) ويتعين تقديم وصف للسلع والخدمات / أو الصنف (أو الأصناف) مما ترغب الشركة في أن يشملته تسجيل العلامة التجارية و تسدد الرسوم المطلوبة .

- نصت المادة / ١٤ / من القانون رقم / ٨ / لعام / ٢٠٠٧ / على ما يلي :

((يقدم طلب تسجيل العلامة من قبل صاحب الطلب أو من ممثله القانوني مرفقاً به الرسم المالي المحدد وإذا كان طالب التسجيل غير مقيم في سوريا وجب عليه أن ينيب عنه شخصاً مقيماً في سوريا ليكون وكيلاً عنه في

معاملات التسجيل ويشتمل طلب التسجيل على الوثائق والبيانات التي تحددها اللائحة التنفيذية))

وقد تم إعداد نموذج مطبوع للطلب مع كامل بياناته لدى مديرية حماية الملكية .

- نصت المادة / ٧ / من اللائحة التنفيذية على ما يلي :

أ - يجب أن يرفق بطلب التسجيل الوثائق والمستندات التالية :

- ١- عشر صور عن العلامة المطلوب تسجيلها .
 - ٢- النسخة الأصلية للوكالة (خاصة بأعمال حماية الملكية التجارية و الصناعية) أو صورة مصدقة عنها في حال وجود وكيل، مع ترجمة معتمدة لها باللغة العربية إذا كانت معدة بلغة أجنبية ويطبق ذلك على طلبات التجديد و أي وقوعة طارئة .
 - ٣- شهادة القبول المؤقت للمعارض والأسواق في حال وجودها .
 - ٤- في حال تعلق الطلب بعلامة جماعية يجب أن يرفق بالطلب نسخة عن نظام الانتفاع بالعلامة الجماعية .
 - ٥- الترخيص الممنوح لاستخدام العلامة لمزاولة إجراءات المراقبة والفحص وذلك في حال تعلق الطلب بعلامة رقابة .
 - ٦- إيصال بالرسم المحدد لتقديم طلب التسجيل .
 - ٧- إذا اشتمل طلب التسجيل على لفظ أو أكثر مكتوب بلغة أجنبية، وجب تقديم ترجمة معتمدة باللغة العربية وبيان معناها ويجب أن تكون الترجمة باللغة الأصلية للعلامة المطلوبة .
 - ٨- المستند الدال على حق الأولوية إذا رغب صاحب الطلب الاستفادة منه .
 - ٩- أية وثائق أو بيانات أخرى تطلبها مديرية الحماية .
- ب- يرفق بالطلب صورة مصدقة عن شهادة تسجيل العلامة في البلاد الأجنبية إن وجدت مترجمة للغة العربية
- ج - يجب أن تكون الوثائق والمستندات المشار إليها أعلاه صالحة وسارية المفعول لمدة ثلاثة أشهر من تاريخ صدورها عند تقديمها إلى المديرية .

مديرية حماية الملكية التجارية والصناعية

الفحص الشكلي :

تفحص مديرية حماية الملكية الطلب للتأكد من أنه يفي بالشروط الشكلية والإدارية (مثل التأكد من تسديد رسم الطلب و ملء الاستمارة حسب الأصول).

الفحص الموضوعي :

بعد التأكد من صحة الطلب من الناحية الشكلية تفحص مديرية حماية الملكية العلامة موضوع الطلب من الناحية الموضوعية للتأكد من عدم وجود أي سبب من أسباب الرفض المطلقة أو النسبية (كالتأكد من أن العلامة لا تنتمي إلى فئة يستبعدتها قانون العلامات التجارية من التسجيل وأن العلامة لا تتنازع مع علامة مسجلة سابقاً) .

النشر والاعتراض :

ما أن يتقرر أن أسباب الرفض معدومة يباشر بإجراءات التسجيل حيث يتم نشر الطلبات المقبولة المستوفية للشروط في جريدة حماية الملكية على نفقة طالب التسجيل ويجوز لكل ذي مصلحة أن يعترض كتابة على طلب تسجيل العلامة إلى المديرية خلال مدة تسعين يوماً من تاريخ النشر وعلى صاحب الطلب أن يرد على الاعتراض خطياً وأن يكون رده معللاً وإلا اعتبر متنازلاً عن طلبه .

ويخضع قرار المديرية برفض الطلب ابتداءً للاعتراض أمام لجنة خاصة مشكلة برئاسة قاضي برتبة مستشار خلال مدة ثلاثين يوماً من تاريخ التبليغ .

كما يخضع قرار المديرية بشأن الاعتراضات التي تقدم إليها بشأن طلبات تسجيل العلامات المنشورة للطعن أمام ذات اللجنة المذكورة أعلاه نافذاً ولكنه يبقى خلال مدة ثلاثين يوماً من تاريخ التبليغ .

ويكون قرار اللجنة قابلاً للطعن أمام المحكمة المختصة خلال مدة ثلاثين يوماً من تاريخ التبليغ .

التسجيل :

ما إن يتقرر بصورة نهائية أن أسباب الرفض معدومة تباشر المديرية تسجيل العلامة في سجل العلامات وتمنح صاحب العلامة المسجلة شهادة بالتسجيل وتكون مدة الحماية عشر سنوات قابلة للتجديد بدءاً من تاريخ الطلب .

التجديد :

يجوز تجديد العلامة بلا نهاية شريطة تسديد رسوم التجديد المقررة ضمن المدة القانونية .

كم من الوقت تستغرق عملية تسجيل علامة تجارية ؟

يتفاوت الزمن الذي يتطلبه الحصول على شهادة تسجيل العلامة التجارية بين البلدان التي تتبع نظام الإيداع (يوم واحد) في لبنان مثلاً وبين البلدان التي تتبع نظام الفحص والنشر والاعتراض (سنة كاملة في مصر) (ثمانية أشهر في تركيا) وفي سوريا حوالي تسعة أشهر متضمنة ثلاثة أشهر للنشر اخذين بين الاعتبار حق الاولوية (سنة أشهر وفق اتفاق باريس) لطلبات التسجيل الواردة وفق اتفاق وبروتوكول مدريد .

وبخصوص مهلة التجديد ينبغي تجديد العلامة خلال السنة الأخيرة من مدة الحماية وقد منح القانون مهلة ستة أشهر إضافية على مدة الحماية لتقدم طلب التجديد .

ما هي التكاليف المرتبطة بابتكار علامة تجارية و حمايتها و الانتفاع بها ؟

من المهم الالتفات إلى التكاليف المترتبة على ابتكار علامة تجارية و تسجيلها و تخصيص الميزانية المناسبة لها : قد تنجم بعض التكاليف عن ابتكار رمز أو كلمة للانتفاع بها كعلامة تجارية نظراً إلى ان الشركات قد توعد بتلك المهمة لجهات خارجية .

وقد تنجم بعض التكاليف عن إجراء بحث في العلامات التجارية .

و تنجم بعض التكاليف عن إجراءات التسجيل و قد تتفاوت وفقاً لفئات المنتجات (أو أصناف العلامات التجارية) وفيما يلي الرسوم الرئيسية المرتبطة بتسجيل العلامة التجارية :

رسم طلب التسجيل للعلامة	٥٠٠٠ ل.س
رسم أجر نشر الطلب	١٥٠٠ ل.س
رسم التسجيل للعلامة	١٠٠٠٠ ل.س
أجر نشر شهادة التسجيل	١٥٠٠ ل.س
رسم طلب التجديد للعلامة	٥٠٠٠ ل.س
رسم التجديد للعلامة	١٠٠٠٠ ل.س

و تتكبد الشركات التي تستعين بوكيل متخصص في مجال العلامات التجارية لمساعدتها في إجراءات التسجيل تكاليف إضافية .

كيف يمكن لصاحب العلامة التجارية أن يعرف ما إذا كانت علامته قد تتعارض مع علامات أخرى سبق تسجيلها ؟ وما المقصود بالبحث في العلامات التجارية ؟

قبل تقديم طلب التسجيل علامة تجارية ينبغي التأكد من إتمام البحث في العلامات التجارية على الوجه المناسب . و الغرض من ذلك هو التأكد من أن العلامة التجارية المعتمز الانتفاع بها أو علامة مشابهة لها لم يسبق تسجيلها لفائدة شركة أخرى بالاقتران بمنتجات مطابقة أو مشابهة .

و بإمكان الشركة أن تجري البحث في العلامات التجارية بنفسها أو تستعين بخدمات وكيل للعلامات التجارية .

و بإمكان الشركة أو الوكيل إجراء البحث عن طريق مكتب العلامات التجارية الوطني .

ينص القانون على إجراء بحث مسبق للعلامات المسجلة ويمكن إجراء بحث شبكي للعلامات المودعة لدى مديرية الحماية عن طريق شبكة الانترنت على موقع المديرية (WWW.DCIPSY.COM) عبر البطاقات مسبقة الدفع .

ويحدد رسم الكشف المسبق بمبلغ /٥٠٠/ ل.س عن كل عملية كشف مسبق تجريبها المديرية وبما لا يتجاوز خمس علامات للكشف الواحد .

وأياً كانت طريقة البحث المتبعة لا بد من الالتفات إلى أن أي بحث من ذلك القبيل يعتبر بحثاً تمهيدياً فقط ذلك لأن من الصعب التأكد من أن العلامة التجارية ليست مشابهة إلى حد اللبس لعلامات مسجلة لا تزال سارية المفعول .

نظام محكم التصنيف :

يجب أن يبين في استمارة طلب تسجيل العلامة التجارية السلع والخدمات التي يرغب المودع في أن يشملها تسجيل علامته التجارية و تلزمه أن يرتبها وفقاً لأصنافه . ويقصد بالأصناف الأصناف الواردة في نظام تصنيف العلامات التجارية بحفظ البيانات المتعلقة بالعلامات التجارية المسجلة بطريقة منظمة حسب أنواع السلع والخدمات مما يسهل استرجاع المعلومات من قواعد البيانات المتعلقة بالعلامات التجارية .
ومن المهم بمكان تسجيل العلامة التجارية في جميع الأصناف التي من المعتمد الانتفاع فيها بالعلامة التجارية .
ونظام التصنيف المعمول به لدى مديرية حماية الملكية التجارية والصناعية في سورية هو نظام التصنيف الدولي للعلامات التجارية (المسمى بنظام نيس لتصنيف العلامات اللفظية) و يضم النظام ٣٤ صنفاً للسلع و ١١ صنفاً للخدمات .
ولمزيد من المعلومات عن نظام تصنيف نيس انظر :

<http://www.wipo.int/en/nice/about/index.html>

<http://ecommerce.wipo.intdat/index.html>

مثال :

كيف تصنف المنتجات ؟ لنضرب على ذلك مثلاً : إذا كانت الشركة تنتج سكاكين و شوك فينبغي تقديم طلب تسجيل علامة تجارية بالنسبة إلى تلك السلع في الصنف ٨ . أما إذا رغبت الشركة في تسويق أدوات مطبخية أخرى (كالأواني أو الأوعية أو القدور) منتفعة بالعلامة ذاتها. فيتعين أن تسجل العلامة أيضاً للسلع المذكورة في الصنف ٢١ / وتتعدد الطلبات بتعدد الأصناف التي يراد تسجيل العلامة عليها .

سارا
SARA

مسجلة على الفئات
٥+٧+٩ باستثناء أجهزة الكمبيوتر

ومن أنظمة التصنيف الشائعة تصنيف فيينا إلا أنه غير مطبق لدى مديرية حماية الملكية التجارية والصناعية في سورية .

هل من الضروري الاستعانة بوكيل للعلامة التجارية من أجل إيداع طلب لتسجيل علامة تجارية ؟

ويجوز لصاحب الطلب أن يودع طلبه بنفسه على أن من الممكن الاستفادة من خدمات وكيل للعلامات التجارية و مطلع على تفاصيل إجراءات التسجيل . مما يختصر قدر كبير من الوقت و ضمان طلب الحماية في الأصناف المناسبة للعلامات التجارية وتفادي الرفض لأسباب مطلقة .

و إذا شاء صاحب العلامة التجارية تسجيل علامته وهو مقيم في الخارج فيكون ملزماً بالاستعانة بوكيل للعلامات التجارية يقيم في سوريا .

ويوجد قائمة تتضمن أسماء الوكلاء المعتمدين رسمياً لتسجيل العلامات التجارية في سورية تحدونها على موقع الانترنت / www.dcipsy.com / .

كم تدوم حماية العلامة التجارية المسجلة ؟

تحمى العلامات التجارية المسجلة لمدة عشرة سنوات و يجوز تجديد التسجيل بلا نهاية (ويكون ذلك لمدة متتالية من عشر سنوات) شريطة تسديد رسوم التجديد في الوقت المناسب و لا بد للشركة من ان تكلف أحد موظفيها بالتأكد من ان تجديد التسجيل يتم في موعده في كل البلدان التي تمهها .

تكليف جهة خارجية بابتكار العلامة التجارية ؟

يعتبر تصميم العلامة التجارية عملية إبداع و في معظم البلدان يملك المبدع تلقائياً حق المؤلف في المصنف الذي يبدعه ومنه العمل الفني في العلامة التجارية . و لذلك فمن الأفضل عند تكليف جهة خارجية بابتكار علامة تجارية توضيح قضايا ملكية حق المؤلف في الاتفاق الأصلي أو ضمان تنازل تلك الجهة الخارجية عن حق المؤلف في العلامة للشركة صاحبة الطلب أو الأخذ بكلا الأمرين معاً.

هل يكون تسجيل العلامة التجارية في بلد المنشأ صالحاً على الصعيد الدولي ؟

إن التسجيل السليم لدى مديرية حماية الملكية التجارية والصناعية في سورية يكفل لصاحبها حقوقه داخل الأراضي السورية فقط ما لم تعتبر العلامات شائعة الشهرة .

هل ينبغي حماية العلامة التجارية في الخارج ؟

إن كل الأسباب الرئيسية الداعية إلى تسجيل العلامة التجارية في بلد المنشأ صحيحة أيضاً لتسويق المنتجات في أسواق أجنبية و لذا فمن المحبذ جداً تسجيل العلامة التجارية في الخارج إذا ما كانت الشركة تصدر منتجاتها أو تعتمد تصديرها في المستقبل القريب ومن شأن تصدير السلع بعلامة تجارية مميزة تعريف المنتجات المصدرة في الأسواق الأجنبية و السماح للشركة بتكوين سمعتها و صورتها في ذهن المستهلك الأجنبي فيعود ذلك عليها بمزيد من الأرباح .

كيف يمكن للشركة أن تسجل علامتها التجارية في الخارج ؟

إذا كانت الشركة قد سجلت علامتها التجارية في سوريا (بلد المنشأ) وترغب في تصدير سلعها إلى بلدان أخرى أو منح ترخيص للانتفاع بالعلامة التجارية ، فمن المفضل تسجيل العلامة التجارية في الخارج .
ومن الممكن تنفيذ ذلك باتباع واحد من ثلاثة مسارات رئيسية :

المسار الوطني : بإمكان الشركة أن تلتزم الحماية من مكتب العلامات التجارية في كل بلد تنشدها فيه بإيداع الطلب المناسب باللغة المقررة و تسديد الرسوم المقررة . وقد يقتضي البلد المعني الاستعانة بخدمات وكيل محلي للعلامات التجارية في تلك الإجراءات .

المسار الإقليمي : إذا شاءت الشركة التماس الحماية في بلدان تطبق نظاماً إقليمياً للعلامات التجارية فعليها أن تطلب التسجيل ليسري مفعوله في أقاليم كل البلدان الأعضاء في ذلك النظام بإيداع طلب لدى المكتب الإقليمي المعني و مكاتب العلامات التجارية الإقليمية هي :

المكتب الإقليمي الأفريقي للملكية الصناعية .

ومكتب بنيلوكس للعلامات التجارية .

ومكتب التنسيق في السوق الداخلية للاتحاد الأوروبي .

و المنظمة الأفريقية للملكية الفكرية .

المسار الدولي : إذا كان بلد منشأ الشركة عضواً في نظام مدريد و كانت الشركة قد سجلت علامتها التجارية أو طلبت تسجيلها في ذلك البلد جاز لها أن تنتفع بنظام مدريد (والذي تديره الويبو) لتسجيل علامتها التجارية في أكثر من سبعين بلداً طرفاً في النظام و أن سورية عضو في اتفاق و بروتوكول مدريد منذ عام ٢٠٠٤ .
ويمكن لكل من يرغب بتسجيل علامته في واحد أو أكثر من البلدان الأعضاء في نظام مدريد مراجعة مديرية الحماية لتقديم طلبه والاستفادة من المساعدة الفنية التي يقدمها قسم التسجيل الدولي للعلامات في المديرية .

مزايا الانتفاع بنظام مدريد :

إن الميزة الرئيسية المترتبة على الانتفاع بنظام مدريد أن مالك العلامة التجارية يستطيع تسجيل علامته في كل

البلدان الأطراف في النظام بإيداع :

○ طلب دولي واحد .

○ بلغة واحدة .

○ مقابل تسديد مجموعة واحدة من الرسوم في غضون مجموعة واحدة من المهل .

ومن الممكن بعد ذلك الحفاظ على التسجيل الدولي وتجديده بموجب إجراء واحد .

ويرد مزيد من المعلومات عن التسجيل الدولي للعلامات لدى مديرية حماية الملكية أو على موقع الويبو على

الانترنت وترد في الملحق الثالث قائمة بالبلدان الأعضاء في نظام مدريد .

٣- أنواع العلامات التجارية

العلامات المستخدمة لتمييز سلع محددة بأنها من إنتاج شركة بعينها	العلامات التجارية
العلامات المستخدمة لتمييز خدمات محددة بأنها خدمات شركة بعينها	علامات الخدمة
العلامات المستخدمة لتمييز سلع ينتجها أعضاء جمعية بعينها أو خدمات يؤديها هؤلاء الأعضاء.	العلامات الجماعية
العلامات المستخدمة لتمييز سلع أو خدمات تستوفي مجموعة تستوفي مجموعة من المعايير بشهادة صادرة عن هيئة مختصة .	علامات التصديق
العلامات التي تعتبر شائعة الشهرة في السوق وتحظى نتيجة لذلك بحماية أقوى .	العلامات شائعة الشهرة

ما هي علامة الخدمة ؟

تشبه علامة الخدمة إلى حد كبير العلامة التجارية في طبيعتها . فكلتاها يندرج في عداد الإشارات المميزة

وأما العلامات التجارية فتميز سلع شركة عن سلع سائر الشركات .

وأما علامات الخدمة فتؤدي الوظيفة ذاتها بالاقتران بالخدمات و قد تكون الخدمات من أي نوع كان كالخدمات المالية أو المصرفية أو السفر أو الدعاية و الإعلان وهذا غيوض من فيض ومن الممكن تسجيل علامات الخدمة وتجديدها و شطبها والتنازل عنها والترخيص بها وفقاً للشروط ذاتها المطبقة على العلامات التجارية .

مثال:



ما هي العلامات الجماعية ؟

تمتلك العلامة الجماعية عموماً جمعية أو تعاونية يجوز لأعضائها الانتفاع بالعلامة الجماعية لتسويق منتجاتهم . وتضع الجمعية عامة مجموعة من المعايير للانتفاع بالعلامة الجماعية (مثل معايير الجودة) وتتيح للشركات الاعضاء إمكانية الانتفاع بالعلامة إذا ما امتثلت لتلك المعايير ولعل من المفيد الاستعانة بالعلامات الجماعية لضمان تسويق مشترك لمنتجات مجموعة من الشركات التي قد تستصعب أن تكتسب بمفردها اعتراف المستهلك بعلاماتها أو ضمان إقبال كبار الموزعين على منتجاتها لتوزيعها بعلاماتها الخاصة .

مثال :

ينتفع بعلامة " ميلندا " الجماعية ٥٢٠٠ عضو في التعاونيات الست عشرة المنتجة لتفاح في فالي دي نون وفي فالي دل سول (إيطاليا) التي أنشأت اتحاد ميلندا سنة ١٩٨٩ .

ما هي علامات الرقابة (التصديق) ؟

تعطى علامات الرقابة (التصديق) في حال الامتثال لمعايير محددة ولكنها ليست مقيدة بأية عضوية . ويجوز لأي شخص أن ينتفع بها إذا ما امتثلت منتجاته لبعض المعايير المقررة و الفرق الرئيسي بين العلامات الجماعية وعلامات الرقابة (التصديق) يكمن في أن العلامات الجماعية لا يجوز الانتفاع بها إلا لمجموعة محددة من الشركات أو الأشخاص مثل أعضاء جمعية أما علامات الرقابة (التصديق) فيجوز لأي شخص أن ينتفع بها إذا امتثل للمعايير التي حددها مالك علامة الرقابة (التصديق) . ومن الشروط المهمة المقترنة بعلامات الرقابة (التصديق) أن تكون الهيئة التي تتقدم بطلب التسجيل مؤهلة للتصديق على المنتجات المعنية .

مثال : رمز " وولمارك " هو العلامة التجارية المسجلة لشركة " وولمارك " (لأغراض التصديق والرقابة) ورمز " وولمارك " يضمن قادراً من الجودة ويؤكد أن المنتج الذي يحمل ذلك الرمز مصنوع ١٠٠% من الصوف الجديد و يمتثل لبعض المواصفات الصارمة التي حددتها شركة " وولمارك " والرمز مسجل في أكثر من ١٤٠ بلداً ويرخص باستخدامه للمصانع القادرة على الامتثال لمعايير الجودة المذكورة في ٦٥ بلداً .



ما هي العلامات شائعة الشهرة ؟

" العلامات شائعة الشهرة" هي العلامات التي تعتبرها كذلك الهيئة المختصة في البلد الذي تكون حماية العلامة منشودة فيه (مديرية حماية الملكية ، المحاكم) و تحظى العلامات شائعة الشهرة عامة بحماية قوية وعلى سبيل المثال يجوز حماية العلامة شائعة الشهرة حتى إذا لم تكن مسجلة (أو لم تكن موضع انتفاع) . ومع أن العلامات لا تكون محمية عامة من العلامات المشابهة لها إلى حد اللبس إلا إذا كانت موضع انتفاع بالاقتران بمنتجات مطابقة أو مشابهة فالعلامات شائعة الشهرة تكون محمية في الغالب من العلامات المشابهة إلى حد اللبس حتى إذا اقترنت بمنتجات لا تمت إليها بصلة على أن تستوفي بعض الشروط والغرض الرئيسي المنشود من تلك الحماية المعززة هو منع الغير من استغلال سمعة علامة شائعة الشهرة أو الحاق ضرر بتلك السمعة (المرسوم /٤٧/ لعام ٢٠٠٩)

مثال :

لنفترض أن " سوبر كولا " هي العلامة التجارية المشهورة لمشروب غازي فإن الشركة " سوبر كولا " ستستفيد من حماية تلقائية في البلدان التي تحظى فيها العلامات شائعة الشهرة بحماية معززة وتكون فيها العلامة شائعة الشهرة بالاقتران بالمشروبات الغازية . وفي تلك الحالة ستكون الحماية متاحة أيضاً بالاقتران بالسلع والخدمات التي لا تمت بصلة إلى المشروب الغازي على أن تستوفي بعض الشروط . فإذا عزم شركة أخرى على تسويق منتجات أخرى من أقمصة قطنية أو نظارات شمسية باستخدام علامة " سوبر كولا " فسنضطر إلى الحصول على تصريح من شركة " سوبر كولا " أو تتعرض لدعوى انتهاك لحقوق في العلامة التجارية.

٤ - الانتفاع بالعلامة التجارية ؟

هل يمكن لشخص أن يسجل علامة تجارية دون أن يكون قد انتفع بها ؟
يجوز طلب تسجيل العلامة التجارية قبل الانتفاع بها .
كون القانون رقم /٨/ لا يشترط الانتفاع بالعلامة قبل تسجيلها ولكنه يجيز طلب شطب العلامة من قبل المحكمة المختصة في حال عدم استعمالها لمدة ثلاث سنوات متواصلة .
" رمز " TM " أو " (R) " أو SM أو ما يعادل ذلك بجانب العلامة التجارية ليس شرطاً و لا يوفر عموماً أية حماية قانونية إضافية و مع ذلك فهو وسيلة مناسبة لإعلام الآخرين بأن هذه الإشارة أو تلك علامة تجارية و لتحذير المعتدين أو المزورين المحتملين . ويستخدم رمز (R) بعد تسجيل العلامة التجارية ويشير رمز TM إلى أن الإشارة في علامة تجارية ويستخدم رمز SM أحياناً بالنسبة إلى علامات الخدمة .

كيف ينبغي الانتفاع بالعلامات التجارية في الدعاية والإعلان ؟

إذا كانت العلامة المسجلة عبارة عن رمز تصميم أو خط محدد يجب التأكد من أن العلامة التجارية مستخدمة تماماً كما هي مسجلة و يجب مراقبة استخدامها عن كثب نظراً إلى تأثيرها في إبراز صورة الشركة ومنتجاتها . ومن المهم أيضاً تفادي استخدام العلامة التجارية كفعل أو اسم لكي لا يعتبرها المستهلكون اصطلاحاً عاماً.

هل يجوز للشركة أن تنتفع بالعلامة التجارية ذاتها لمنتجات مختلفة ؟

لا يوجد ما يمنع من ان تنتفع الشركة بعلامة تجارية واحدة على عدة أصناف من السلع والخدمات حيث يمكن للشركة أن تنتفع بعلامات تجارية مختلفة لأنواع متفاوتة من المنتجات و للشركة أن تقرر الانتفاع بالعلامة التجارية ذاتها لمنتجاتها من عدمه حسب استراتيجيتها في هذا المجال .
فتزيد المنتجات التي تشملها العلامة كلما أنزلت منتجاً جديداً و قد تقرر الانتفاع بعلامة مختلفة لكل نوع من المنتجات .
ويسمح توسيع نطاق علامة قائمة لتشمل منتجات جديدة بإفاداة المنتج الجديد من صورة العلامة القائمة وسمعتها . على أن الانتفاع بعلامة جديدة أقرب إلى المنتج الجديد قد يعود بالفائدة أيضاً و يمكن

الشركة من استهداف فئة محددة من المستهلكين بمنتجاتها الجديد (مثل الأطفال أو الشباب) أو استحداث صورة محددة للمنتج الجديد و يعتمد العديد من الشركات أيضاً إلى الانتفاع بعلامة جديدة إلى جانب علامة قائمة .

وتختلف الاستراتيجيات المتبعة باختلاف الأشخاص أو الشركات التي تعتمد عليها و مهما كان اختيار الشركة فينبغي لها أن تتأكد من أن علامتها التجارية مسجلة لجميع فئات السلع و الخدمات التي تستهدفها أو تعتزم استهدافها بانتفاعها من العلامة .



ما علاقة عقد الامتياز بالعلامة التجارية ؟

يقع الترخيص بالعلامة التجارية في صميم عقد الامتياز فلمالك العلامة التجارية قدر من الرقابة على الاستفادة من حقوق الامتياز في إطار عقد الامتياز يفوق عامة درجتها في عقود الترخيص بالعلامات التجارية ففي عقود الامتياز يسمح مانح حق الامتياز لشخص آخر (المستفيد من حق الامتياز) بالانتفاع بأسلوبه في مزاولة الأعمال (ويشمل ذلك العلامات التجارية و الدراية العملية و خدمة الزبائن و البرامج الحاسوبية و زخرفة المحلات التجارية وما إلى ذلك) وفقاً لمجموعة من المواصفات و لقاء مكافأة أو إتاوات .

مثال : يبيع أحد المطاعم وجبات غذائية بالدجاج بعلامة NANDO'S التجارية و قد وضع المطعم نظاماً لإعداد الوجبات وبيعها بكميات كبيرة و أسلوب موحد . و يشمل النظام عوامل مختلفة تسهم في نجاح مطاعم NANDO'S بما في ذلك أساليب إعداد وجبات بنوعية ثابتة و تصميم زي للعاملين في المطاعم و تصميم المباني و تصميم الأغلفة و أنظمة الإدارة و المحاسبة . و تنقل الشركة درايتها خبرتها إلى

الحاصلين على حقوق الامتياز و تحتفظ بالحق في مراقبة المؤسسات المحلية التي حصلت على تلك الحقوق ومن العناصر الحاسمة التي يشملها عقد الامتياز التصريح للمستفيد من حق الامتياز بالانتفاع بعلامة NANDO`S والزامه بذلك.

هل من قيود على بيع العلامة التجارية أو التنازل عنها لشركة أو أخرى ؟

يجوز بيع العلامة التجارية أو التنازل عنها بمعزل عن الشركة التي تملكها . وفي حالة بيع العلامة التجارية أو التنازل عنها ، تكون الشركة ملزمة بتقديم نسخة من العقد إلى مديرية حماية الملكية وحتى يكون نافذاً بحق الآخرين يتم نشر وقوعة نقل الملكية في جريدة حماية الملكية .

هل تحتاج الشركة إلى تسجيل جميع التعديلات الطفيفة المدخلة على علامتها التجارية ؟

أن التغيير المنشود يقتضي تقديم طلب جديد و تسديد رسوم حسب المعتاد لتسجيل العلامة بشكلها الجديد بعد التعديل .





مياه غازية - شرابيات الفاكهة
المالك شركة جود التجارية - اللاذقية
س.ت ١٣٣٩ - س.ص ٨ - ١ - ٤

أما إذا كان التعديل يتعلق بعنوان المالك للعلامة أو باسمه أو بشكله القانوني فيقدم طلب لتسجيل هذه التعديلات الطارئة على صحيفة العلامة ذاتها .

٥- إنفاذ العلامات التجارية ؟

ماذا ينبغي أن تفعله الشركة إذا ما انتفع الغير بعلاماتها التجارية من غير تصريح ؟

يمكن للجهة مالكة العلامة أن تتقدم بشكوى إما إلى النيابة العامة أو مديرية حماية الملكية للتحقيق في المخالفات و إحالتها إلى القضاء المختص ويتضمن القانون عقوبات اصلية و فرعية لمعاقبة المقلدين والحائزين على علامات مسجلة أصولاً مثل السجن ، الغرامة ، أو نشر الحكم في أماكن معينة أو في جريدة أو أكثر أو حرمان المقلد أن يكون عضواً منتجاً في غرف التجارة والصناعة وغير ذلك .

يقع عبء إنفاذ العلامة التجارية على مالكيها أساساً . وعلى الشركة مالكة العلامة التجارية أن توقف أي تعدي ، وتحدد التدابير التي ينبغي اتخاذها لإنفاذ الحقوق في العلامة التجارية .

ومن المفيد دائماً أن تلتزم الشركة مشورة الخبراء إذا ما اعتقدت أن شخصاً يتعدى على علامتها التجارية . والمحامي المتخصص في مجال الملكية الفكرية هو الشخص الملائم لتزويد الشركة بالمعلومات عن الخيارات المتاحة في سوريا و ربما في البلدان المجاورة أيضاً لرفع دعوى تزوير أو تعد أو إساءة المشورة عن سبل إنفاذ الحقوق .

وإذا تعرضت الشركة لتعدي الغير على حقوقها في العلامات التجارية فيمكنها أن تبدأ بإرسال خطاب إلى المعتدي المزعم لإعلامه باحتمال وجود تنازع ودعوته إلى وقف التعدي . ومن المستساغ الاستعانة بمحام متخصص في مجال العلامات التجارية لصياغة ذلك الخطاب .

و إذا اعتبرت الشركة أن التعدي كان عمدياً و علمت بمكان نشاط المتعدي فلها أن تفاجئه بالإستحصال بمعونة محام متخصص في مجال العلامات على أمر التفتيش و الضبط يصدر عادة من مديرية حماية الملكية بناءً على شكوى تحال لها من النيابة العامة أو تقدم إلى مديرية حماية الملكية مباشرة لمداومة منشأة المتعدي المزعم بدون سابق إشعار وتنظيم الضبط اللازم بحق المخالف وإحالته للقضاء .

و قد تأمر الهيئة القضائية المتعدي بإطلاع الشركة على أسماء الأشخاص الذين اشتركوا في إنتاج السلع أو الخدمات المخالفة و توزيعها و قنوات التوزيع .

ويمكن تنظيم محضر بالبضائع التي تحمل علامة مقلدة أو مزورة وهي في الحرم الجمركي و في جميع المنافذ الحدودية بشكل عام وأينما وجدت داخل القطر .