

بحث أكاديمي

حماية حقوق الملكية الفكرية للشركات الصغيرة والمتوسطة في الخارج

مصر

مقدمة

لماذا ينبغي للشركات الصغيرة والمتوسطة أن تحمي ملكيتها الفكرية في الخارج؟

تقبل عدة شركات صغيرة ومتوسطة تدريجيا على العمل في أكثر من سوق واحدة لبيع منتجاتها وخدماتها أو ترخيص حقوقها من الملكية الفكرية وخبراتها أو إصدار حقوق الامتياز بشأنها فيما وراء حدودها الوطنية. بيد أن حقوق الملكية الفكرية تخضع لمبدأ الإقليمية. ومعنى ذلك أنها لا تتمتع بالحماية إلا في البلد الأم أو الإقليم الذي تم فيه طلب الحماية والحصول عليها. وتكتسي حماية الملكية الفكرية في أسواق التصدير إذا أهمية حاسمة للتمتع في الخارج بمزايا الحماية ذاتها المتاحة في السوق المحلية. وينبغي التفكير مليا في طلب حماية الملكية الفكرية مبكرا في جميع البلدان التي من مرجح أن تصدر الشركة إليها منتجاتها وخدماتها أو ترخصها فيها في المستقبل القريب (أنظر "كيف تساهم الملكية الفكرية في تعزيز فرص الشركات الصغيرة والمتوسطة في مجال التصدير؟").

حماية الملكية الفكرية

متى تحمي الشركات الصغيرة والمتوسطة ملكيتها الفكرية في الخارج؟

كيف تحمي الشركات الصغيرة والمتوسطة ملكيتها الفكرية في الخارج؟

الحماية الدولية

كيف تساهم الملكية الفكرية في تعزيز فرص الشركات الصغيرة والمتوسطة في مجال التصدير؟

تمر الشركات ، قبل الشروع في عملية تصدير ، عبر سلسلة من الخطوات الحاسمة التي تشمل تحديد سوق التصدير الملائمة وتقييم الطلب والبحث عن قنوات التوزيع وتقييم التكاليف والحصول على الأموال. وبيت القصيد هنا هو بيان الأسباب الرئيسية التي تقتضي من الشركات الصغيرة والمتوسطة أخذ قضايا الملكية الفكرية في الحسبان عند وضع استراتيجية التصدير والنظر في السبل التي من خلالها تساهم الملكية الفكرية في تعزيز قدرة تلك الشركات على التنافس في أسواق التصدير.

ونظرا إلى أن حقوق الملكية الفكرية حقوق "إقليمية"، أي أنها لا تتاح سوى في البلد أو الإقليم الذي طلبت ومنحت فيه، فإن التمتع بحقوق الملكية الفكرية الاستثنائية في الأسواق الأجنبية يقتضي التماس الحماية والحصول عليها في الخارج (إلا عندما تتاح تلقائيا دون الحاجة إلى استيفاء بعض الشروط الشكلية في إطار آلية لمعاهدة دولية مثلا كاتفاقية برن لحماية المصنفات الأدبية والفنية، أنظر "كيف تستفيد الشركات الصغيرة والمتوسطة من حق المؤلف؟").

وفي ما يلي الأسباب الرئيسية وراء حماية الملكية الفكرية في أسواق التصدير:

يمكن أن تساعد حقوق الملكية الفكرية، ولا سيما البراءات، على فتح فرص جديدة للتصدير؛

ويمكن أن تساعد حقوق الملكية الفكرية، ولا سيما العلامات التجارية والرسوم والنماذج الصناعية، على احتلال مكانة متميزة في أسواق التصدير؛

ويمكن أن تساهم حقوق الملكية الفكرية في تعزيز فرص الشركات في استقطاب مستهلكين مخلصين لمنتجاتها وخدماتها في أسواق التصدير.

استفادة الشركات الصغيرة والمتوسطة من حق المؤلف

كيف تستفيد الشركات الصغيرة والمتوسطة من حق المؤلف؟

هل تعنى شركتك بإنشاء مصنّفات فنية أو موسيقية أو أدبية أو بتسجيلها أو نشرها أو تعميمها أو توزيعها أو بيعها؟ وهل شركتك لها موقع على الإنترنت أو كتيب إعلامي أو شريط فيديو إعلاني وهل تعرض إعلاناتها في الصحف أو على التلفزيون؟ وهل تستخدم شركتك منتجات موسيقية أو صوراً أو برامج حاسوبية يملكها الغير في إحدى منشوراتها أو كتيباتها الإعلامية أو قواعد بياناتها أو مواقعها على الإنترنت؟ وهل تملك شركتك حقوقاً في أي برنامج حاسوبي؟ إذا كان جوابك بالإيجاب على أحد هذه الأسئلة فربما تهتمّ معرفة المزيد عن قضايا حق المؤلف. ويمكن الآن الإطلاع على شرح موجز لأنواع المصنّفات المشمولة بحماية حق المؤلف والحقوق الممنوحة بموجب حق المؤلف والحقوق المجاورة.

وبعد تكوين صورة أوضح عن المفاهيم الأساسية لحماية حق المؤلف، قد ترغب في الاطلاع على السبل التي تكفل لشركتك إنجاز الآتي:

(أ) الانتفاع بمصنّفات الغير أو إبداعاتهم أو استغلالها بطريقة شرعية بتصريح من المؤلف أو صاحب الحق بشروط منصفة ومعقولة؛

(ب) وحماية مصنّفاتك أو إبداعاتك والحرص على الانتفاع بحقوقك على أفضل وجه والحصول على مكافأة مالية منصفة من الانتفاع بإبداعاتك بأي شكل كان.

نصائح للشركات الصغيرة والمتوسطة المنتفعة بحق المؤلف

يعدّ الانتفاع بمصنّفات مشمولة بحق المؤلف أو تسجيلات صوتية أو برامج إذاعية أو استغلالها جزءاً جوهرياً من الأنشطة التجارية اليومية بالنسبة لبعض الشركات. ويتعلق الأمر بمحطات الراديو ودور النشر والمكتبات والمحلات التجارية والنوادي الليلية. أما بالنسبة إلى شركات أخرى، فإنها تنتفع بها من حين لآخر كأداة لتعزيز منشوراتها ومواقعها على الإنترنت وسائر وسائل التسويق. وهناك شركات أخرى أيضاً يقتصر استغلالها للمواد المشمولة بحق المؤلف على الانتفاع ببرامجها الحاسوبية. ويجدر في جميع تلك الحالات النظر في القضايا التالية:

هل ينبغي الحصول على ترخيص؟ لعل أهم شيء ينبغي أن تتأكد منه كل شركة تنتفع بمصنّفات محمية بموجب حق المؤلف أو الحقوق المجاورة أو تتعامل بها هو الحاجة إلى ترخيص لممارسة أنشطتها. والقاعدة العامة هي أن الانتفاع بتلك الحقوق أو استغلالها لأغراض تجارية بأي شكل كان

يقتضي الحصول على ترخيص أو تنازل عن الحقوق من جهة صاحب الحق. وتشمل تلك الأنشطة استعمال أغنية مشهورة في إشهار تلفزيوني وبيع الأقراص المدمجة والأقراص الفيديو الرقمية وتوزيعها واستعمال برامج حاسوبية على حواسيب الشركة وما إلى ذلك. وفيما يتعلق بالترخيص، ينبغي معرفة هل الحقوق تديرها منظمة للإدارة الجماعية أو يديرها المؤلف أو المنتج مباشرة ثم التفاوض بشأن عقد للترخيص قبل الانتفاع بالمنتج أو استغلاله. ويجدر التذكير في هذا الصدد بأن الإجراءات القضائية من جراء التعدي على حق المؤلف قد تكون مكلفة جدا وينبغي بالتالي النظر في كل تلك المسائل قبل الوقوع في مشاكل لا داعي لها. ويوصى أيضا بطلب المشورة بشأن شروط عقد الترخيص قبل توقيعه. وفيما يتعلق ببعض المنتجات مثل مجموعات البرامج الحاسوبية، فغالبا ما تحصل على الترخيص فور شرائه. وترد أحكام الترخيص وشروطه عموما في العلبة ولك أن تردّها في حال عدم الموافقة على تلك الأحكام والشروط.

وهل هناك منظمة للإدارة الجماعية؟ تساهم منظمات الإدارة الجماعية بقدر كبير في تبسيط عملية الحصول على تراخيص بشأن مصنفات متعددة. وعوضا عن التعامل مباشرة مع كل مؤلف أو صاحب حق على حدة، تتيح منظمات الإدارة الجماعية للمنتفعين مركزا موحدا للتفاوض بشأن أسعار الانتفاع وشروطه وللحصول على تصريحات وفقا لإجراءات سهلة وسريعة. وبفضل تطور مكاتب "الخدمات المركزية" خلال السنوات القليلة الماضية والتي تربط فيما بين مختلف منظمات الإدارة الجماعية، أصبح بالإمكان إصدار تصريحات وفقا لإجراءات سهلة وسريعة، وهو أمر مفيد جدا لشركات المنتجات متعددة الوسائط التي تحتاج إلى عدد كبير من التصريحات. فالتعامل مع منظمات الإدارة الجماعية، قدر الإمكان، يساعد على توفير الوقت والمال. ويمكن الحصول على معلومات عن جمعيات التحصيل حسب البلدان بالاتصال بمكتب حق المؤلف في البلد المعني.

وهل يمكن استعمال مصنفات منشورة على الإنترنت دون مقابل؟ هناك اعتقاد خاطئ يوحي بأن المصنفات المنشورة على الإنترنت هي ملك عام ويمكن بالتالي لأي شخص استعمالها على نطاق واسع دون تصريح من صاحب الحق. وكل المصنفات المحمية بموجب حق المؤلف أو الحقوق المجاورة، من تأليفات موسيقية ومنتجات متعددة الوسائط ومقالات الصحف وإنتاجات سمعية بصرية، والتي لم تنقض مدة حمايتها بعد، تظل كلها محمية سواء كانت منشورة على ورق أو عبر وسائل أخرى مثل الإنترنت. وينبغي بصفة عامة التماس تصريح في كال كالة من صاحب الحق قبل استخدام المنتج. وينبغي أيضا طلب تصريح في حال دخلت الشركة أنشطة النشر أو إعداد مصنفات التأليف أو التسجيلات الصوتية أو البرامج الإذاعية أو أوجه الأداء المتاحة في موقعها على الإنترنت.

إعادة إلى "كيف تستفيد الشركات الصغيرة والمتوسطة من حق المؤلف؟"

نصائح للشركات الصغيرة والمتوسطة المالكة لحق المؤلف

ينبغي أن تكون على اطلاع كامل بما لك من حقوق في حال دخلت شركتك مباشرة في ما يسمى "قطاع حق المؤلف"، أي إعداد مصنفات محمية بموجب حق المؤلف أو الحقوق المجاورة أو تسجيلها أو توزيعها أو بيعها. وينبغي أيضا أن تتخذ التدابير الملائمة لممارسة تلك الحقوق وترخيصها وإنفاذها. وحتى إن لم تعمل الشركة مباشرة في "قطاع حق المؤلف"، فإنها قد تنتج من حين لآخر بعض المصنفات المحمية بموجب حق المؤلف أو الحقوق المجاورة. ويمكن حماية المنشورات والكتيبات ومواقع

الإنترنت والإعلانات على التلفزيون أو الصحف وشرائط الفيديو الترويجية بناء على تشريعات حق المؤلف.

وفي كلتا الحالتين، إن كنت ترى أن شركتك قد أنشأت مصنفات محميا بموجب حق المؤلف أو الحقوق المجاورة وترغب في تحقيق أكبر قدر من العائدات على تلك المصنفات لفائدة شركتك، فينبغي لك أن تطلب المشورة من المكتب الوطني للملكية الفكرية في بلدك أو من محام متخصص في مجال حق المؤلف. وفي ما يلي بعض الأسئلة التي يمكن طرحها من أجل تعميق فهمك لنظام الملكية الفكرية في بلدك:

هل هناك هيئة لإيداع حق المؤلف؟ حماية حق المؤلف حماية تلقائية بصورة عامة ولا تعتمد على التسجيل. ويملك بعض البلدان هيئات لإيداع حق المؤلف، ويوصى في تلك الحالة بتسجيل المصنف لدى تلك الهيئة. وتتجلى فائدة ذلك التسجيل في حال النزاع في المستقبل حول ملكية المصنف مثلاً.

ومن يملك الحقوق؟ صاحب حق المؤلف هو عموماً المبدع أو المؤلف الأصلي للمصنف. وهناك بعض الاستثناءات. ففي بعض البلدان، ترجع الحقوق المالية بشأن مصنف محمي بموجب حق المؤلف إلى رب العمل/المنتج في الأصل، أما في بلدان أخرى فإنها تسند أو تنقل إلى رب العمل/المنتج. ويوصى إذا بالإطلاع على النظام المتبع في بلدك.

وما هي حقوقي؟ تختلف الحقوق الاستثنائية الممنوحة للمؤلفين وأصحاب الحقوق بموجب تشريعات حق المؤلف الوطنية من بلد إلى آخر. وتشمل الحقوق الاستثنائية بصفة عامة حق الاستنساخ (الحق في إعداد نسخ) وحق الأداء أمام الجمهور وحق البث الإذاعي وحق التصرف. وهناك عدد متزايد من البلدان التي تتيح لأصحاب الحقوق حقوقاً فيما يتعلق بتوزيع مصنفاتهم على الإنترنت إلى جانب الحماية من التحايل على تدابير الحماية التكنولوجية. وينبغي بالتالي معرفة الحقوق المنصوص عليها في تشريعات البلد بشأن حق المؤلف حتى يتيسر للشركة أن تستفيد قدر الإمكان من حماية حق المؤلف والحقوق المجاورة. وسعياً إلى تيسير الاتجار المشروع في المصنفات المحمية بحق المؤلف، فإن الحقوق المالية الممنوحة للمؤلفين محدودة في الزمن إذ تدوم ٥٠ سنة بعد وفاة المؤلف وذلك وفقاً لمعاهدات الويبو. ويمكن أن تنص التشريعات الوطنية على فترات حماية أطول. وبصفة عامة، يمكن الحصول على معلومات دقيقة عن هذه المسألة من منظمات الإدارة الجماعية. ويجدر التذكير أيضاً بأن حماية حق المؤلف تشمل أيضاً حقوقاً معنوية كحق الشخص في المطالبة بإسناد المصنف إليه والحق في الاعتراض على إدخال تغييرات على المصنف إذا كان من شأنها إلحاق ضرر بسمعة المؤلف

نصائح إضافية للشركات الصغيرة والمتوسطة المالكة لحق المؤلف

كيف أحصل على الحماية الدولية لمصنفاتي؟ يستفيد مصنفك المحمي بموجب حق المؤلف من الحماية في عدد من البلدان تلقائياً إذا كنت مواطناً أو مقيماً في بلد صدّق على الاتفاقيات الدولية التي تديرها الويبو في مجال حق المؤلف والحقوق المجاورة، مثل اتفاقية برن، أو في بلد عضو في منظمة التجارة الدولية ونفذ التزاماته المنصوص عليها في اتفاق ترييس، أو إذا كنت قد نشرت مصنفك لأول مرة أو بصورة موازية على الأقل في واحد من البلدان سالفة الذكر. وإذا كان الوضع غير ذلك، فقد تكون هناك اتفاقات المعاملة بالمثل بين بلدك وبعض البلدان الأخرى التي تتيح حقوقاً مماثلة.

وكيف ينبغي ترخيص المصنّف؟ إذا كنت ترغب في ترخيص مصنفك لمنتفعين مثل هيئات الإذاعة أو دور النشر أو مؤسسات العروض الفنية بجميع أنواعها من الحانات إلى النوادي الليلية، فالانضمام إلى منظمة للإدارة الجماعية خيار جيّد. وتعمل منظمات الإدارة الجماعية على مراقبة أوجه الانتفاع بالمصنّفات لحساب المبدعين وتتولى التفاوض بشأن عقود الترخيص وتحصيل المكافآت. وتنتشر هذه المنظمة في مجال المصنّفات الموسيقية والأدبية حيث يكثر المنتفعون بالمصنّف الواحد ويصعب على كل من صاحب الحقوق والمنتفع البحث عن التصريح الخاص بكل وجه من أوجه الانتفاع ومراقبة كل حالة على حدة. وفي غياب تلك المنظمات، ينبغي التفاوض بشأن عقود الترخيص مع المرخص له مباشرة. ويوصى بطلب المشورة من خبراء في الميدان للحصول على شروط تفضيلية في عقد الترخيص.

وكيف يمكن إنفاذ الحقوق؟ يحقّ لمبدع المؤلف أن يسمح بالانتفاع بمصنّفه أو أن يمنعه. فإذا اكتشفت أن شخصا ينتفع بمصنّفاتك المحمية بحق المؤلف دون تصريح منك، فلك أن تعمل على إنفاذ حقوقك وفقا للإجراءات الإدارية وفي المحاكم. وتتاح في بعض البلدان تدابير حدودية ترمي إلى منع استيراد النسخ المقرصنة من سلع محمية بموجب حق المؤلف. وكلما اكتشفت أن حق المؤلف في مصنّفاتك يتعرض للاعتداء فمن الأفضل طلب المشورة من وكيل أو محام متخصص في الملكية الفكرية أو مكتب الملكية الفكرية أو سلطات الجمارك (أنظر أيضا "ما الذي ينبغي للشركات الصغيرة والمتوسطة أن تفعله لتوسيع المنازعات المتعلقة بالملكية الفكرية؟"). وهناك مصنّفات، كالبرامج الحاسوبية والتسجيلات الصوتية والمصنّفات السمعية البصرية مثلا، تحتوي على تدابير تكنولوجية (مثل أنظمة التجفير والنفاد المشروط) ترمي إلى حمايتها من أوجه الانتفاع دون ترخيص. وتعد تلك الأنظمة من الوسائل التي تسمح لأصحاب الحقوق بحصر النفاذ على المستهلكين الذين يوافقون على شروط الانتفاع بالمصنّف والمبلغ الواجب تسديده مقابل ذلك الانتفاع.

تصدير المنتجات المحمية بموجب البراءة

تسمح الحماية بموجب البراءة (أو نماذج المنفعة) في الخارج بالتمتع بميزة تنافسية لها أهميتها في أسواق التصدير. وتملك الشركات التي عملت على حماية اختراعاتها في الخارج على نحو سليم طائفة من الخيارات فيما يتعلق بتصدير منتجاتها الابتكارية، وهي خيارات قد لا تتاح لها لولا تلك الحماية. وتشمل تلك الخيارات ما يلي:

1. **إنتاج سلعة محليا وتصدير السلعة المحمية مباشرة أو عبر وسطاء علما بأنه لا يجوز لأية شركة أخرى إنتاج المنتج ذاته أو بيعه أو استغلاله بطريقة قانونية في السوق المعنية دون تصريح من الشركة المنتجة (وأن معظم قوانين البراءات لم تعد تسمح بإصدار تراخيص إلزامية على أساس أن السلع المحمية ليست منتجة محليا في البلد المصدر إليه، وذلك تمشيا والتزامات البلد الدولية).**

2. **لترخيص الاختراع لفائدة شركة أجنبية تعمل على تصنيع المنتج محليا لقاء مبلغ يسدّد في دفعة واحدة و/أو مقابل إتاوات (أنظر ترخيص الملكية الفكرية عنصر حيوي في الاستراتيجية التجارية للشركات الصغيرة والمتوسطة).**

3. **إقامة مشروعات تجارية مشتركة مع شركات أخرى لأغراض تصنيع و/أو تسويق المنتجات في أسواق أجنبية مختارة.**

وتحقق الشركة، حسب الاستراتيجية المتبعة، عائدات إضافية إما من خلال بيع المنتج مباشرة أو بواسطة تحصيل الرسوم و/أو الإتاوات من الترخيص.

إعادة إلى "كيف تساهم الملكية الفكرية في تعزيز فرص الشركات الصغيرة والمتوسطة في مجال التصدير؟"

كيف تساهم الملكية الفكرية في تعزيز فرص الشركات الصغيرة والمتوسطة في مجال التصدير؟

تمر الشركات، قبل الشروع في عملية تصدير، عبر سلسلة من الخطوات الحاسمة التي تشمل تحديد سوق التصدير الملائمة وتقييم الطلب والبحث عن قنوات التوزيع وتقييم التكاليف والحصول على الأموال. ويبت القصيد هنا هو بيان الأسباب الرئيسية التي تقتضي من الشركات الصغيرة والمتوسطة أخذ قضايا الملكية الفكرية في الحسبان عند وضع استراتيجية التصدير والنظر في السبل التي من خلالها تساهم الملكية الفكرية في تعزيز قدرة تلك الشركات على التنافس في أسواق التصدير.

ونظرا إلى أن حقوق الملكية الفكرية حقوق "إقليمية"، أي أنها لا تتاح سوى في البلد أو الإقليم الذي طلبت ومنحت فيه، فإن التمتع بحقوق الملكية الفكرية الاستثنائية في الأسواق الأجنبية يقتضي التماس الحماية والحصول عليها في الخارج (إلا عندما تتاح تلقائيا دون الحاجة إلى استيفاء بعض الشروط الشكلية في إطار آلية لمعاهدة دولية مثلا كاتفاقية برن لحماية المصنفات الأدبية والفنية، أنظر "كيف تستفيد الشركات الصغيرة والمتوسطة من حق المؤلف؟").

وفي ما يلي الأسباب الرئيسية وراء حماية الملكية الفكرية في أسواق التصدير:

يمكن أن تساعد حقوق الملكية الفكرية، ولا سيما البراءات، على فتح فرص جديدة للتصدير؛

ويمكن أن تساعد حقوق الملكية الفكرية، ولا سيما العلامات التجارية والرسوم والنماذج الصناعية، على احتلال مكانة متميزة في أسواق التصدير؛

ويمكن أن تساهم حقوق الملكية الفكرية في تعزيز فرص الشركات في استقطاب مستهلكين مخلصين لمنتجاتها وخدماتها في أسواق التصدير.

الانتفاع بالعلامات والرسوم والنماذج لتسويق السلع والخدمات في الخارج

تنطبق الأسباب الداعية إلى حماية العلامات التجارية والرسوم والنماذج الصناعية في السوق المحلية على الأسواق الأجنبية تطبيقا شاملا. وتستطيع الشركات، بفضل تسجيل العلامات التجارية على وجه الخصوص، من الاستفادة الكاملة من إمكانيات تمييز المنتجات والترويج لها وتسويقها مما يساعد على تعزيز التعرف على منتجاتها أو خدماتها في الأسواق الدولية وإقامة علاقة مباشرة مع المستهلكين الأجانب. ومن شأن عقود الامتياز المبرمة مع شركات في الخارج أن تتيح للشركة، حسب طبيعة الخدمات التي تقدمها، سبلا بديلة ومفيدة لتحقيق عائدات من علامتها التجارية في الخارج أيضا.

أما الشركات التي تصدر منتجات غير مشمولة بعلامة تجارية فقد تعاني من الصعوبات التالية:

لقدني العائدات لأن المستهلك يطالب بأسعار منخفضة في السلع غير المشمولة بعلامات تجارية؛

والافتقار إلى المستهلكين المخلصين، وذلك لأنهم لا يستطيعون أساسا التعرف على المنتج وتمييزه عن منتجات الشركات المنافسة؛

والمواجهة صعوبات في تسويق المنتجات أو الخدمات والترويج لها في الخارج نظرا إلى غياب رمز ملائم أو أداة تعريف واضحة المعالم من شأنها أن تربط بين السلعة أو الخدمة والشركة، ذلك أن تسويق منتج دون علامة تجارية يطرح صعوبات جمّة.

وفيما يتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية، فإن الحماية في أسواق التصدير تساعد على تعزيز استراتيجية التسويق ككل كما أنها تؤدي دورا مهما في تكييف المنتجات لتلائم مقتضيات السوق المستهدفة وفتح أماكن جديدة في الأسواق لتلائم منتجات الشركة وتعزيز صورة الشركة وسمعتها من خلال ربطها برسم أو نموذج محدد.

إعادة إلى "كيف تساهم الملكية الفكرية في تعزيز فرص الشركات الصغيرة والمتوسطة في مجال التصدير؟"

استنفاد حقوق الملكية الفكرية على الصعيد الدولي والاستيراد الموازي

عند وضع استراتيجية التصدير، ينبغي أن تتأكد من حق المشتري في إعادة بيع السلع المحمية بموجب الملكية الفكرية والتي اشتراها من شركتك أو بموافقة منها في سوق أخرى وبطريقة قانونية دون ضرورة الحصول على موافقة منك. ويوصى أن تتأكد من ذلك باستشارة متخصص مؤهل لذلك. وتطرح هذه القضية فقط إذا كنت تحمي حقوقك في الملكية الفكرية أو سوف تحميها في السوق المحلية وفي سوق (أو أسواق) التصدير أيضا. وكذلك، إذا اشترت شركتك سلعا محمية بموجب براءة أو علامة تجارية أو رسم أو نموذج صناعي أو حق المؤلف، فينبغي لك التأكد من ضرورة الحصول على موافقة رسمية من صاحب (أو أصحاب) الملكية الفكرية لبيع تلك السلع في الخارج، أي بيعها في سوق (أو أسواق) أخرى (وبعبارة أخرى، ينبغي معرفة إذا ما كانت حقوق الملكية الفكرية "مستنفدة" أو لا). وعلى عكس ما قد يتوقعه البعض، فإن الأجوبة على هذه التساؤلات معقدة وقد تتباين من بلد إلى آخر بل وقد تعتمد أيضا على نوع حقوق الملكية الفكرية المعنية.

ويجب تعريف المقصود بعبارة "استنفاد" حقوق الملكية الفكرية قبل التعرّض لتلك المسائل. وتشير كلمة "استنفاد" إلى أحد قيود حقوق الملكية الفكرية. ففور تسويق منتج محمي بموجب حق الملكية الفكرية من قبل شركتك أو من جهة الغير بموافقتك، لا يعود بإمكان شركتك ممارسة حقوق الملكية الفكرية في استغلال ذلك المنتج لأغراض تجارية نظرا إلى "استنفاد" تلك الحقوق. وتطلق على هذا الاستثناء أحيانا عبارة "قاعدة البيع الأول" وذلك لأن حقوق استغلال منتج ما لأغراض تجارية تنتهي فور بيعه لأول مرة. ولا يمكن لشركتك أن تتحكم في الأعمال اللاحقة كإعادة البيع أو التأجير أو الإعاره أو أية أشكال أخرى من الانتفاع لأغراض تجارية من قبل الغير ولا أن تعترض عليها، ما لم ينص القانون على غير ذلك. وتتفق الآراء، على نطاق واسع، على أن هذا المبدأ يسري على الأقل داخل السوق المحلية.

ولكن هناك توافق محدود للآراء عن إمكانية استنفاد حقوق الملكية الفكرية في منتج محمي بموجب الملكية الفكرية في إطار القانون الوطني بسبب بيعه في الخارج. وتدخل هذه القضية في الاعتبار في الحالات المتعلقة بما يسمى "الاستيراد الموازي". ويقصد بالاستيراد الموازي استيراد سلع خارج قنوات

التوزيع المحددة في عقود تفاوض بشأنها الصانع. وحيث أن الصانع أو صاحب الملكية الفكرية لا تربطه بالمصدر الموازي أية علاقة تعاقدية، يشار أحيانا إلى السلع المستوردة على أنها "سلع السوق الرمادية". وهي تسمية مضللة نوعا ما لأن السلع في حد ذاتها سلع أصلية ولكن قنوات التوزيع فقط هي التي تخرج عن تحكم الصانع أو صاحب الملكية الفكرية. وقد يحاول صاحب الملكية الفكرية، بالاستناد إلى حق التصدير الممنوح له بموجب حق الملكية الفكرية، أن يعترض على ذلك التصدير بغية الفصل بين الأسواق. أما إذا أدى تسويق المنتج في الخارج من قبل صاحب الملكية الفكرية أو بموافقته إلى استنفاد حقوق الملكية الفكرية المحلية، فإن حق التصدير يستنفد أيضا ولا يمكن بالتالي الاستشهاد به لمنع ذلك التصدير الموازي.

وتتفاوت انعكاسات المبادئ سائلة الذكر وفقا لمفهوم الاستنفاد الوطني أو الإقليمي أو الدولي الذي يطبقه بلد التصدير لأسباب تتعلق بقانون البلد أو سياسته العامة. فمفهوم الاستنفاد الوطني لا يسمح لصاحب الملكية الفكرية بالتحكم في الاستغلال التجاري للسلع المطروحة في الأسواق على يد صاحب الملكية الفكرية أو بموافقته. ويحق لصاحب الملكية الفكرية (أو المرخص له) مع ذلك أن يعترض على استيراد السلع الأصلية المسوّقة في الخارج على أساس حق التصدير. وفي حالة الاستنفاد الإقليمي، يؤدي بيع المنتج المحمي بموجب الملكية الفكرية لأول مرة على يد صاحب الملكية الفكرية أو بموافقته إلى استنفاد أية حقوق من الملكية الفكرية بالنسبة إلى تلك المنتجات على الصعيد المحلي وفي داخل الإقليم أيضا، ولا يصبح بالإمكان الاعتراض على التصدير الموازي داخل الإقليم بالاستناد إلى حق الملكية الفكرية. وفي حال كان البلد يطبق مفهوم الاستنفاد الدولي، فإن حقوق الملكية الفكرية تستنفد فور بيع المنتج من قبل صاحب الملكية الفكرية أو بموافقته في أي مكان في العالم.

ويمكن الاتصال بالمكاتب الوطنية للملكية الفكرية أو وكلاء ومحامي الملكية الفكرية لمعرفة أي الأحكام أو قوانين الحالات تنطبق في البلد المعني لكل نوع من حقوق الملكية الفكرية.

ولزيد من المعلومات عن أحدث القرارات ومختلف المناهج المتبعة في كل من بلدان القانون المدني وبلدان القانون العام وفي السياق الدولي، أنظر الوثيقة ATRIP/GVA/99/6 عن "الصادرات الموازية والتجارة الدولية" (وثيقة قدمت في الاجتماع السنوي الذي عقدته الجمعية الدولية لدعم التدريس والبحث في مجال الملكية الفكرية (ATRIP) في مقر الويبو الرئيسي في جنيف (من ٧ إلى ٩ يولييه/حزيران ١٩٩٩).

إعادة إلى "كيف تساهم الملكية الفكرية في تعزيز فرص الشركات الصغيرة والمتوسطة في مجال التصدير"^٩

ترخيص حقوق الملكية الفكرية عنصر حيوي في الاستراتيجية التجارية

للشركات الصغيرة والمتوسطة

لعلك تفكر في الدخول في مشروع تجاري جديد أو توسيع مشروعك الحالي (توسيع نطاق نشاطك أو طبيعة أعمال الشركة) أو تحسين جودة السلع أو الخدمات في شركتك والنجاح بالتالي في تحسين موقع الشركة في السوق. ويعد ترخيص حقوق الملكية الفكرية، في العديد من الحالات، أداة فعالة تمكن الشركات الصغيرة والمتوسطة من بلوغ تلك الأهداف.

وعقد الترخيص هو اتفاق شراكة بين صاحب حقوق الملكية الفكرية (المُرخص) وشخص آخر يحصل على التصريح بالانتفاع بتلك الحقوق (المُرخص له) لقاء تسديد مبلغ متفق عليه (رسم أو إتاوة). وهناك عدد من عقود الترخيص المتاحة ويمكن تصنيفها على النحو التالي:

عقد ترخيص تكنولوجيا

وترخيص علامة تجارية وعقد الامتياز

وعقد ترخيص حق المؤلف

وغالبا ما يكون كل تلك العقود أو بعضها جزءا من عقد واحد ذلك لأن اتفاقات النقل من هذا القبيل تقتضي نقل عدة حقوق وليس نوعا واحدا من حقوق الملكية الفكرية. وهناك أيضا عقود ترخيص أخرى مبرمة في حالات أخرى مثل عمليات الاندماج أو الاقتناء أو في سياق التفاوض بشأن مشروع تجاري مشترك.

وتتيح تلك الآليات مجموعة أو متفرقة للشركات الصغيرة والمتوسطة، سواء كانت المرخصة أو المرخص لها، طائفة متنوعة من الإمكانيات لإنجاز أعمالها التجارية في بلدها أو في الخارج. ويمكن للشركة، بصفتها صاحبة الملكية الفكرية أو مرخصتها، أن توسع رقعة أنشطتها التجارية إلى حدود شركائها التجاريين وضمان مصدر دخل منتظم. ويمكن للشركة أيضا، كمرخص لها، أن تصنع مختلف السلع والخدمات وتبيعها وتصدرها وتوزعها وتسوقها. ولولا عقود الترخيص لمنعت من ذلك.

وفي السياق الدولي، لا يمكن إبرام عقود الترخيص إلا إذا كانت حقوق الملكية الفكرية التي ترغب في ترخيصها مشمولة بالحماية أيضا في البلد الآخر أو البلدان الأخرى التي تهمك. فإذا لم تكن ملكيتك الفكرية مشمولة بالحماية في تلك البلدان، فلا يمكنك ترخيصها ولا يحق لك قانونا أن تضع أية قيود على انتفاع الغير بها.

ترخيص التكنولوجيا

إذا كانت الشركة ترغب في تحسين جودة منتجاتها أو تصنيع منتج جديد من خلال الانتفاع بحقوق يملكها الغير في شكل براءة أو نموذج منفعة أو مهارة عملية محمية بموجب الأسرار التجارية، فأفضل حل هو اكتساب تلك الحقوق بواسطة عقد ترخيص التكنولوجيا.

إذا كانت الشركة ترغب في دخول السوق أو توسيع مكانتها في السوق لمنتج تملك فيه حقوقا بموجب براءة أو نموذج منفعة أو مهارة عملية محمية بموجب الأسرار التجارية، فأفضل حل هو التصريح لشخص آخر بالانتفاع بطريقة الصنع أو بالمنتج بواسطة عقد ترخيص التكنولوجيا.

وبناء على عقد ترخيص التكنولوجيا، يصرح المرخص للمرخص له بالانتفاع بالتكنولوجيا تحت أحكام وشروط متفق عليها. فهو إذا عقد يختار الطرفان إبرامه وينص على أحكام وشروط متفق عليها.

مشروعات مشتركة

يمكن أن يأخذ المشروع المشترك شكل أية علاقة تجارية تجمع بين شركتين (أو أكثر) تقرران ضمّ مواردها بغرض تنفيذ هدف تجاري مشترك. وغالبا ما يساهم أحد الطرفين في تلك المشروعات

بالتكنولوجيا أو الخبرة العملية التي يملكها ويساهم الطرف الثاني بالأموال والخبرة المهنية التي يملكها. ويحتوي المشروع المشترك عموماً على عقد ترخيص تبرمه الأطراف المعنية لتنظيم الانتفاع بالمعلومات التي يملكها كل طرف وتحديد المكافآت لقاء ذلك الانتفاع.

إعادة إلى "ترخيص حقوق الملكية الفكرية عنصر حيوي في الاستراتيجية التجارية للشركات الصغيرة والمتوسطة"

الامتياز أو ترخيص العلامات التجارية وعقود ترخيص حق المؤلف

إذا كانت الشركة ترغب في تسويق منتج أو خدمة وكانت العلامة (العلامة التجارية) أو الرسم أو النموذج (الرسم أو النموذج الصناعي) في ذلك المنتج ملكاً للغير،

أو إذا رغبت شركة في دخول السوق أو توسيع مكانها في السوق بمنتج أو خدمة تملكهما شركتك وتملك فيها الحقوق الممنوحة لها بموجب العلامة التجارية أو الرسم أو النموذج الصناعي،

فأفضل حل هو إبرام عقد ترخيص العلامة التجارية أو عقد الامتياز.

والوظيفة الأساسية التي تؤديها العلامة التجارية أو علامة الخدمة هي تمييز السلع أو الخدمات التابعة لشركة معينة عن سلع أو خدمات غيرها. وهي بذلك تحدّد المصدر وتشير بطريقة غير مباشرة إلى الجودة والسمعة. وقد تتضرّر هذه الوظيفة إلى حدّ ما في حال يرّخص مالك العلامة التجارية لشركة ما الانتفاع بالعلامة التجارية بناء على عقد ترخيص العلامة التجارية. وبالتالي فإن مالك العلامة التجارية يوصى، ويكون أحياناً ملزماً بموجب أحكام القانون أو بنود العقد، بالمحافظة على صلة وثيقة مع المرخص له بغية الحرص على احترام معايير الجودة وعدم تضليل المستهلك.

وبناء على عقد الامتياز، يمكن لطرف يملك خبرة تقنية أو مهارة أخرى وله سمعة مرتبطة بعلامة تجارية أو علامة خدمة (مانح الامتياز) أن يعمل مع شركة أخرى (الحاصلة على الامتياز) تأتي بخبرتها العملية ومواردها المالية لتقديم سلع أو خدمات إلى المستهلك مباشرة. ويحرص مانح الامتياز في تلك الحالة، من خلال توفير الخبرة التقنية والإدارية، على أن الطرف الحاصل على الامتياز يحافظ على معيار الجودة والمعايير الأخرى فيما يتعلق بالانتفاع بالعلامة التجارية أو علامة الخدمة التي غالباً ما تقتضي احترام خاصيات معيارية معينة كاستعمال شكل موحد للتغليف مثلاً.

عقود ترخيص حق المؤلف

إذا كانت شركتك ترغب في تصنيع نتائج الجهود الأدبية والفنية للمبدعين أو توزيعها أو تسويقها،

أو إذا رغبت شركة أخرى في دخول السوق أو توسيع موقعها في السوق بالجهود الفنية أو الأدبية لشركتك،

فأفضل حل هو إبرام عقد ترخيص حق المؤلف. ويجد عدد كبير من أصحاب الحقوق صعوبات في إدارة حقوقهم فينشئون منظمات الإدارة الجماعية لتمثيلهم وإدارة حقوقهم. وإذا كنت ترغب في

اكتساب تلك الحقوق فيمكنك الاتصال بمنظمة الإدارة الجماعية المعنية والتي لها تصريح بترخيص مختلف الحقوق لحساب أعضائها.

اعودة إلى "ترخيص حقوق الملكية الفكرية عنصر حيوي في الاستراتيجية التجارية للشركات الصغيرة والمتوسطة" [

حق المؤلف

تشمل حماية حق المؤلف الإبداعات الأصلية في مجال الأدب (بما في ذلك برامج الحاسوب) والموسيقى والفن، أيا كان نمط التعبير أو شكله. ويتم اكتساب حماية حق المؤلف في الغالب تلقائياً فور تثبيت المصنف في شكل من الأشكال المادية. وهناك في بعض الحالات إمكانية تسجيل حق المؤلف وفي حالات أخرى استثنائية الحاجة إلى تسجيل حق المؤلف (وللاطلاع على شرح مفصل أنظر الموقع التالي: <http://www.wipo.int/copyright/>).

وتابع هذه الوصلة للاطلاع على وصف لكيفية استفادة الشركات الصغيرة والمتوسطة من حق المؤلف.

العلامات التجارية

ما هي العلامة التجارية؟

العلامة التجارية إشارة مميزة تبين بعض السلع أو الخدمات باعتبارها سلعاً ومنتجات أنتجها أو قدمها شخص معين أو شركة معينة. ويعود أصل العلامة التجارية إلى العصور القديمة حيث كان الحرفيون يستنسخون توقيعاتهم، أو "علاماتهم"، على المصنفات أو المنتجات المنفعية. وتحولت هذه العلامات، على مر السنين، لتصبح النظام المعروف اليوم لتسجيل العلامات التجارية وحمايتها ويستعين المستهلكون بالنظام للتعرف على سلعة أو خدمة أو لشرائها على أساس أن طابع السلعة أو الخدمة أو جودتهما، اللذين ترمز إليهما العلامة، يلبيان احتياجاتهم.

حول العلامات التجارية

ما هي وظيفة العلامة التجارية؟

يكفل تسجيل العلامة التجارية لصاحبها الحماية إذ يضمن حقاً استثنائياً في الانتفاع بها أو التصريح لشخص آخر بالانتفاع بها مقابل مبلغ معين. وتتفاوت مدة الحماية ولكن من الممكن تجديد حماية العلامة التجارية إلى أجل غير مسمى مقابل دفع رسوم إضافية. وتنفذ المحاكم حماية العلامات التجارية وتتمتع في معظم الأنظمة بسلطة مكافحة التعدي على حقوق العلامات التجارية.

ومن منطلق أشمل، تساعد العلامات التجارية على النهوض بروح المبادرة على الصعيد العالمي من خلال مكافأة أصحاب العلامات التجارية بالاعتراف والفوائد المالية. وتشكل حماية العلامات التجارية أيضاً حاجزاً أمام جهود المنافسة غير المشروعة، مثل التقليد، للانتفاع بالإشارات المميزة ذاتها لتسويق سلع أو خدمات مختلفة أو أقل جودة. ويمكن النظام ذوي المهارة والمبادرة من إنتاج سلع وخدمات وتسويقها في ظروف عادلة قدر الإمكان، مما يسهل التجارة الدولية.

ما هي أنواع العلامات التجارية التي يمكن تسجيلها؟

تكاد الإمكانيات لا تحصى. فقد تكون العلامة التجارية كلمة واحدة أو تركيباً من كلمات وأحرف وأرقام. وقد تكون العلامة التجارية رسماً أو رمزاً أو إشارة مجسمة مثل شكل المواد الغذائية أو غلافها أو الإشارات السمعية مثل الموسيقى أو الأصوات أو الروائح أو الألوان المستعملة كسمات مميزة.

وعلاوة على العلامات التجارية التي تميز الأصل التجاري للسلعة أو الخدمة، توجد فئات أخرى من العلامات التجارية هي العلامات الجماعية التي تملكها جمعية ينتفع أعضاؤها بالعلامات لتمييز أنفسهم بمستوى معين من الجودة وغير ذلك من الاشتراطات التي تحددها الجمعية. ومن أمثلة هذه الجمعيات جمعيات المحاسبين أو المهندسين الفنيين أو المعمارين. أما علامات التصديق فعلامات تمنح عند استيفاء معايير محددة ولكنها ليست حكراً على أية عضوية. فيمكن منحها لأي شخص يستطيع التصديق بأن السلع المعنية تستوفي معايير محددة. ومن أمثلة هذه الشهادات المتفق عليها على نطاق واسع معايير "ISO 9000" المتعارف عليها دولياً لقياس الجودة.

كيف تسجل العلامة التجارية؟

أولاً، يجب إيداع طلب لتسجيل العلامة التجارية لدى مكتب العلامات الوطني أو الإقليمي المناسب. ويجب أن يتضمن الطلب صورة واضحة عن الإشارة المودعة للتسجيل، بما في ذلك الألوان أو الأشكال أو الإشارات المجسمة. ويجب أيضاً أن يحتوي الطلب على قائمة السلع أو الخدمات التي قد تنطبق عليها الإشارة. ومن الضروري أن تفي الإشارة بشروط معينة لكي تحظى بالحماية كعلامة تجارية أو نوع آخر من العلامات. ولا بد أن تكون العلامة مميزة حتى يتمكن المستهلك من التعرف عليها كإشارة تحدد سلعة معينة وتميزها عن سائر العلامات التجارية التي تحدد سلعا أخرى. ويجب ألا تكون العلامة مضللة أو خادعة للزبائن أو مؤدية إلى المساس بالنظام العام أو الآداب العامة.

وأخيراً، لا يجوز أن تكون الحقوق المطلوبة نفس الحقوق الممنوحة لصاحب علامة أخرى أو مشابهة لها. ويمكن التحقق من ذلك بالبحث والفحص عن طريق المكتب الوطني أو الاعتراض الصادر عن أطراف أخرى تطالب بنفس الحقوق أو بحقوق مشابهة.

ما هو نطاق حماية العلامة التجارية؟

جميع بلدان العالم تقريباً تسجل وتحمي علامات تجارية. ويمسك كل مكتب وطني أو إقليمي سجلاً للعلامات التجارية يضم معلومات وافية عن الطلبات والتجديدات، مما يسهل الفحص والبحث والاعتراض المحتمل الصادر عن أطراف أخرى. غير أن مفعول هذا التسجيل يقتصر على البلد المعني (أو البلدان المعنية في حالة تسجيل إقليمي).

وتفادياً لضرورة التسجيل لدى كل مكتب وطني أو إقليمي على حدة، تدير الويبو نظاماً للتسجيل الدولي للعلامات التجارية. وتحكم هذا النظام معاهدتان هما اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات التجارية وبروتوكول مدريد. ويمكن للشخص الذي يمت بصفة إلى بلد عضو في إحدى المعاهدتين أو في كليهما (من خلال الجنسية أو المنشأة أو الإقامة) أن يحصل على تسجيل دولي نافذ في بعض البلدان الأخرى الأطراف في اتحاد مدريد أو في جميعها، بناء على تسجيل العلامة لدى مكتب

العلامات في ذلك البلد أو إيداع طلب لديه. وعدد البلدان الأطراف في أحد الاتفاقيين أو في كليهما يزيد حالياً عن ٦٠ بلداً.

الحماية الدولية

تساهم أنظمة الحماية الدولية التي تديرها الويبو مساهمة كبيرة في تبسيط عملية طلب حماية الملكية الفكرية بشكل مواز في عدد كبير من البلدان. وتسمح أنظمة الحماية الدولية بإيداع طلب واحد بلغة واحدة وتسديد رسم واحد على الطلب عوضاً عن إيداع طلبات وطنية بعدة لغات. وبالإضافة إلى ذلك، تساهم أنظمة الإيداع الدولية أيضاً في خفض تكاليف الحصول على الحماية الدولية بالنسبة إلى العلامات والرسوم والنماذج الصناعية (أما بالنسبة إلى البراءات، فتساعد معاهدة التعاون بشأن البراءات على كسب الوقت في تقدير القيمة التجارية للاختراع قبل دفع الرسوم الوطنية في المرحلة الوطنية). وتشمل أنظمة الحماية الدولية التي تديرها الويبو ثلاث آليات مختلفة لحماية حقوق معينة في الملكية الصناعية.

الحماية الدولية للاختراعات : تتاح بناء على نظام معاهدة التعاون بشأن البراءات، وهو نظام عالمي يسمح بإيداع طلبات البراءات المتعددة بطريقة مبسطة. ويكفي إيداع طلب براءة دولية واحد بناء على معاهدة التعاون بشأن البراءات لطلب حماية الاختراع في كل بلد ضمن مجموعة كبيرة من البلدان الأعضاء (يزيد عددها حالياً على المائة) في جميع أرجاء العالم.

(/http://www.wipo.int/pct/en)

والحماية الدولية للعلامات التجارية : تتاح بناء على "نظام مدريد". ويعمل نظام مدريد على تبسيط إجراءات تسجيل العلامات التجارية بقدر كبير في العديد من البلدان الأطراف فيه. ويكون للتسجيل الدولي بناء على نظام مدريد الأثر ذاته المترتب على طلب تسجيل العلامة المودع في كل بلد من البلدان التي يعينها المودع. ويكون أثر ذلك التسجيل في ذلك البلد الأثر ذاته المترتب على التسجيل في مكتب تسجيل العلامات التجارية في ذلك البلد ما لم يرفض مكتب البلد المعين التسجيل خلال فترة محددة.

(/http://www.wipo.int/madrid/en)

والحماية الدولية للرسوم والنماذج الصناعية : تتاح بناء على اتفاق لاهاي. ويمنح هذا النظام مالك الرسم أو النموذج الصناعي إمكانية حماية رسمه أو نموذجيه في عدة بلدان بواسطة إيداع طلب واحد فقط لدى المكتب الدولي للويبو بلغة واحدة ولقاء تسديد مجموعة واحدة من الرسوم بعملة واحدة.