

الفصل الرابع

العلامات الصناعية والتجارية وايداعها وتسجيلها

حماية الأسماء والبيانات التجارية ووجهات الأصل

استخدم القدماء العلامة التجارية للدلالة على سلعتهم ووجهة أصل إنتاجها وجودتها ، ولا شك أن التعرف على السلعة لتسييرها عن الأخرى له أهميته في عالم التجارة فالعلامة المميزة من أهم أسباب رواج السلعة . وزعم أحد الكتاب أن العلامة المسماة « سيجيلوم » Sigillum لتمييز الحرف كانت تستعمل على نطاق واسع عند الرومان واستعمل تجار جنوه وامستردام وفينيسيا ولندن العلامة ، وكانت هناك طائفة من العلامات التجارية الاجبارية في عهد الملكية في فرنسا وكانت الدولة تحتم استخدامها في الدلالة على بعض السلع وذلك لصالح المستهلكين لا التجار . وكانت العلامة اجبارية لجمعيات الحرف في فرنسا حتى اعلان حرية التجارة والصناعة والغاء نظام الحرف بالثورة الفرنسية ، وكانت هناك قواعد دقيقة مرسومة واجب اتباعها لاتاج طائفة كبيرة من السلع ، وكان يشرف على مراعاة اتباع القواعد مفتشون مختصون . وألغيت هذه القواعد في ٥ مايو سنة ١٧٧٩ فيما يختص بصناعة الأقمشة . ولكن كان على محلفي التجارة أن يضعوا علامة خاصة مميزة على الأقمشة التي تصنع وفق القواعد والتعليمات وعلامة أخرى للأقمشة التي لا تتبع فيها

قواعد الصناعة التي رسمتها الدولة ليكون الجمهور على علم بذلك
وليمكنه التعرف على كل منهما . وكانت توقع عقوبات شديدة على
مقلدى العلامات الاجبارية . وكان في فرنسا أيضا علامات اختيارية
يمكن لأصحاب الشأن اذا شاءوا أن يدمغوا بضاعتهم بها للتعرف عليها
غير أنه لم تك هناك قوانين لتنظيم وصنع العلامات . وبناء على ذلك
لم يك لمن اغتصب حقه أو أصابه ضرر من استعمال الغير لعلامته بغير
وجه حق الا المطالبة بتعويض ، غير أنه لوحظ أنه صدرت في بعض
الأحيان أوامر ملكية لحماية علامات بعض الصناعات ومعاقبة مقلديها ثم
انه بجنى ثمار الانقلاب الصناعى ورواج استخدام الآلات ووفرة السلع
واتساع نطاق التجارة وسرعة المواصلات وارتفاع مستوى معيشة الأفراد
ووضوح ضرورة قيام تشريع خاص لحماية الملكية الصناعية صدرت
في مختلف البلدان الصناعية قوانين حماية علامة المصنع والتجارة وعمت
اليوم مختلف البلدان المتمدنية .

وهدف العلامة الملصقة بالسلع التي نراها ونلمسها يوميا في السوق
ونسعى اليها سعيا وتتشبث بها دون غيرها هو تسكين المنتج أو التاجر
أن يميز بضاعته عن بضاعة منافسه ويعين لها حدودا يمكن بواسطتها
التعرف عليها في حدود المنافسة المشروعة ، وهي ليست فقط لحماية
سلعة التاجر فهي تحميه كما تمد المستهلك بضمانات قوية يطمئن
بواسطتها الى السلعة التي يشتريها ويقتنيها . وما نراه في السوق هو
أن صاحب السيارة مثلا يفضل عجلة من الكاوتشوك عليها اسم وعلامة
خاصة وبنزينا عليه اسم وعلامة ذائعة أيضا ، ويفضل مدمن التدخين
سجاير من نوع معين عليها . مثلا علامة تمثل طائرا أو رمزا خاصا للصحة
أو القوة أو السرور أو عروس جميلة .. الخ ، وتستعمل الدوائر

الحكومية والتجارية والمالية مكاتب وحافظات من نوع خاص تحصل كذلك علامة معينة ، ويطلب المستهلك مواد غذائية وجبن ومحفوظات العلب أو صابونا أو كحولا أو كونيالك أو وسكى أو بيرة أو أى مشروب آخر عليها رموز وأسماء خاصة تدل عليها كما تفضل المرأة لزينتها عطورا ومساحيق من علامة معينة لمحل من المحال المشهورة ككوتى أو لانفان أو كارفن . وهكذا يفضل المستهلك منتجات وبضائع على أخرى لعوامل شتى قد ترجع الى جودة أو متانة أو رخص أو حسن صناعة هذه البضائع كما قد ترجع الى ذوق المستهلك وميله الطبيعى اليها بلا دخل لجودة الصنف أو خسته وملتاته أو ضعفه . ومن ذا الذى لا يعرف نوع الشوكولاته السويسرية المعروفة بعلامة « نستله » أو توبلار Tobler أو سوشارد Suchard أو الجبن السويسرية المعروفة باسم البقرة الضاحكة La Vache Qui Rit والوسكى الأستلندى المعروف باسم « الحصان الأبيض » White Horse وهكذا . . ، وهذه العلامات سواء كانت للدلالة على جودة الصناعة ويطلق عليها علامة المصنع أو للتاجر للدلالة على محل تجارى معين مشهور للدلالة على أنها تباع بواسطة هذا المحل المعروف هى احدى الوسائل التى ينال بواسطتها المنتج أو التاجر الشهرة والكسب .

العلامات الصناعية والتجارية فى التشريع المقارن :

ان تشريع العلامات الصناعية والتجارية بوضعه الحالى ليس بغابر العهد كما سبق أن بينا وهو يرجع الى منتصف القرن الماضى . الا أن التعرف على البضاعة بواسطة العلامة (وهذا يرجع الى ذوق ورغبة المستهلك ومجهود المنتج والتاجر فى سبيل ارضائه وكسبه لصفه والفوز

بوسائل مشروعية على منافسه) بعيد العهد ، فقد استعمل التجار قديما العلامة وكان على الشارع الحديث وقد دخلت العلامة منذ مدة بعيدة في العرف التجارى كما سبق أن بينا أن ينظم الاستعمال ويحدد وسائل أسبقية امتلاك العلامة وبطلانها وسقوطها ويقرر العقوبات في حالة تقليدها دون أن يتوه في مغاور التعريف الدقيق لماهية العلامة ومميزاتها . ولا يعمد الشارع الحديث عادة الى تعريف العلامة بما يحدد نطاقها بل يتناولها بالأمثلة والفروض حتى لا يترتب على التعريف ما لا يتفق وتقدم التجارة والابتكار وتطور الحياة الاقتصادية . وقد وفق الشارع في سلوكه هذا المسلك وهو تعداد العلامات وأنواعها دون تعريفها وحصرها حتى لا يقيد نفسه بقيود تفوت عليه الغرض من الحماية ، وهذا ما حدا بالشارع الفرنسى بقانون سنة ١٨٥٧ والشارع البلجيكى بقانون سنة ١٨٥٤ والشارع الانكليزى بقانون سنة ١٩٠٥ والشارع المصرى بقانون سنة ١٩٣٩ وغيرهم الى وصف العلامة دون تعريفها على سبيل الحصر والتحديد ، وحسب وصف الشارع قد تكون العلامة الصناعية أو التجارية حروفا أو أسماء أو رسوما أو نقوشا أو زخارف أو أشكالا هندسية مستطيلة أو مربعة أو مستديرة أو مضلعة أو معوجة أو أى شكل من الأشكال يمكن أن تتميز به المصنوعات أو البضائع وقد تكون كذلك أدوات تعبئة خاصة كالصناديق والزجاجات والغلافات واللفائف وتكون المنتجات بالذات فى قالب معين أو هيئة خاصة وذكرها الشارع الفرنسى فى قانون سنة ١٨٥٧ فى المادة الأولى فقال مشيرا الى أن ما يكون العلامة « الأسماء فى قالب معين مميز لها والكلمات والشارات والرسوم والرموز والدمغات والأختام والصور والنقوش البارزة والحروف والأرقام والغلافات وسائر

الشارات التي من شأنها أن تميز المنتجات و سلع المصنع أو المحل التجاري « ويقصد هنا بالعلافات كافة أدوات التعبئة كالصناديق والزجاجات وغيرها بشرط أن تتخذ شكلا له طابعه الخاص به .

والعلامات الصناعية والتجارية في التشريع الحديث على أنواع عدة

نحصر أهمها فيما يلي : —

١ — العلامة الاختيارية والعلامة الاجبارية : العلامة الاختيارية

هي التي يستخدمها المنتج أو التاجر اذا رأى مصلحة في أن

يتخذ علامة ما أو أن يضعها على سلعة لتمييزها ، أما العلامة

الاجبارية فهي التي تفرضها الدولة على منتجات معينة

لمراقبتها ، مثال ذلك تحميم الشارع الفرنسى بمقتضى قانون

الطباعة الصادر فى سنة ١٨٨١ أن يضع صاحب المطبعة اسمه

وعنوانه على المطبوعات ، وتحميم قانون ١٩ برومير للسنة

الرابعة من الثورة الفرنسية وضع علامات خاصة على

المصوغات والحلى والفضيات والمصنوعات الذهبية والأقمشة

المطرزة أو الموشاة بالذهب أو الفضة ، وكذلك الحال فى

فرنسا حالا فيما يختص بأوراق اللعب والمياه المعدنية ،

للبنائيع والأسلحة وآلات الحرب وأدواتها والأنبذة الأجنبية.

٢ — العلامة الصناعية والعلامة التجارية : تميز العلامة الصناعية

المصنوعات اذا استخدمها صاحب المصنع للدلالة على

مصنوعاته ويطلق عليها فى هذه الحالة العلامة الصناعية ،

وتميز العلامة التجارية البضائع بوضعها على السلع المعروضة

للبيع بالمتاجر وتسمى العلامة التجارية ، وتستعمل هذه

وتلك للدلالة على كافة المنتجات والحاصلات والمصنوعات بأنواعها بما في ذلك الحاصلات الطبيعية كالدقيق والأنبذة والحبوب والتقاوى والبذور وأنواع البقول والفواكه والحلوى ومحفوظات العلب وأنواع الملابس الجاهزة والأحذية والقبعات واطارات الدراجات والسيارات وأنواع الأدوية والروائح العطرية وغير ذلك مما يتداوله الانسان .

٣ — العلامة الفردية والعلامة الجماعية أو الجمعية : العلامة عادة فردية تميز بضاعة صانع أو تاجر معين أو مصنع أو شركة خاصة . ولكنها قد تستخدم كذلك لتمييز منتجات جمعية أو فئة معينة من المنتجين أو التجار . ويصبح حقهم في الدفاع عنها متكافئا وهي تدل على أن المنتجات من أصل خاص تناولتها طرق صناعية معينة متحدة بصرف النظر عن اختلاف أسماء الذين يستخدمونها .

٤ — العلامة العادية والعلامة الأهلية : العلامة العادية هي العلامة الصناعية والتجارية وهناك الى جوارها علامة أهلية .

وهذه العلامة تضعها الدولة على صادرات معينة بجوار العلامة الصناعية أو التجارية وتعتبر متممة لها لزيادة التعرف على البضاعة والاطمئنان الى جودتها وجهة أصلها وذلك قبل التصدير . وتقوم الدولة بهذا العمل محافظة على سمعة منتجات البلاد في الخارج ولترويج نوع من السلع في الأسواق الخارجية ، ويجب توفر شروط خاصة في الصادرات لوضع هذه العلامة أهمها : — جودة الصنف ، وانتظام التعبئة ، وفصل الأنواع والرتب مع ذكر كل تفصيلا وبيان وزنها

بغلافات وأدوات التعبئة . وقد استخدمت الحكومة في مصر في السنوات التي سبقت الحرب العالمية الثانية العلامة الأهلية لترويج موالحها في الخارج وأنشأت مكتبا خاصا للقيام بعمليات التعبئة والتغليف ووضع جهة الأصل مع بيان جودة الصنف والعدد وغير ذلك من البيانات في الاسكندرية . وكان غرضها فتح أسواق لموالحنا في أوروبا وخاصة أن القطن وهو المحصول الرئيسى للبلاد صادف كسادا هدد الثروة القومية المصرية وهبط بالميزان التجارى مما حدا الى التفكير فى تنويع مبيعاتنا للخارج وعدم الاعتماد على سياسة المحصول الواحد Monoculture . وهناك فرق واضح بين العلامة الصناعية والتجارية وبرهنة الاختراع أو الرسم والنموذج ، فالأولى هى الاشارة بوسيلة الرسم ، أو العبارة عن سلعة معينة يقدم الفرد على استهلاكها لمزايا معينة تجعله يفضلها على غيرها ، بينما أن براءة الاختراع تنبىء عن تكوين السلعة ذاتها وجوهرها ووسيلة اعدادها وصناعتها ، والرسم أو النموذج فهو شكل السلعة أو الشئ ذاته الذى اتخذه صاحبه بناء على تفنن فى وضعه أو صياغته أو صبه فى قالب أو صورة معينة . ونضرب لذلك مثلا يقرب الى الذهن الفرق بين كل . نفرض أن هناك اختراعا بنوع من الحرير الصناعى له وضعه الكيميائى الخاص فالقمماش ذاته يحوز براءة اختراع كى يحتكر المصنع وحده انتاجه بينما أنه لترويجه لدى المستهلكين يمكن أن يعطى علامة يتعرف عليه بواسطتها وخاصة اذا صنعت منه ملابس جاهزة معينة كالقمصان وما شابهها كما يمكن ايداع نماذج ورسوم لكيفية تفصيل هذه القمصان وما عليها من أشكال .

وفيما يختص بملكية العلامة لم يشأ الشارع أن يترك لنصوص

تعويض الضرر بالقانون المدني وللقواعد العامة حماية ملكية العلامة حتى الا يدع حقوق صاحبها مزعومة ويلقى عليه تبعة البرهان على وقوع الضرر في حالة اعتداء الغير عليها . فعمد بتشريع العلامات الخاص شأنه في ذلك شأن سائر قوانين حماية الملكية الصناعية الى القضاء على المنافسة غير المشروعة بطريقة منظمة في ميدان استخدام العلامات لتمييز السلع والمعروضات . وقانون العلامات هذا لا يختلف في أسسه باختلاف البلدان وان اختلف في تفاصيله . وهو ينظم ايداع العلامة وتسجيلها بادارة حماية الملكية الصناعية للمحافظة على حق ملكيتها . ورغم أن مختلف قوانين العلامات الصناعية والتجارية لم تنفق على خطة واحدة في صدد ايداع العلامة وتسجيلها الا أنها أجمعت على أن عملية الايداع تقرر حقوق ملكية العلامة مهما اختلف مدى التقرير في قوته أو فتوره وضعفه . ففي فرنسا مثلا تعد عملية الايداع هذه احدي وسائل المحافظة على الملكية وللمدعى الذي لم يسجل علامته أن يعمد الى القضاء لاثبات أنه قد سبق المودع في استعمال العلامة رغم أنه لحقه في تسجيلها . وفي بلجيكا يعطى الايداع وحده حق ملكية العلامة غير أنه للغير حق الاحتجاج على المودع بأسببية استعمال العلامة . وفي انكلترا يعتبر تسجيل العلامة أحد أدلة ملكيتها وللغير مقاضاة المودع فاذا انقضت سبع سنوات على التسجيل أصبحت العلامة ملكا للمودع ما لم يبرهن المدعى أن الأول حصل على تسجيل العلامة بالغش والتزوير . وفي ألمانيا يعد المودع الأول بمقتضى القانون هو المالك للعلامة وفي الولايات المتحدة يعد تسجيل العلامة دليلا لصالح المودع يتمسك به لتأييد ملكيته للعلامة .

طريقة ايداع العلامة وملكيتهما والتصرف فيها في البلدان الأجنبية :

ان طريقة ايداع العلامة لتسجيلها ، هي أن يقوم صاحب العلامة أو وكيله عادة بتقديم طلب لادارة الملكية الصناعية (وقد يكون الطلب موجها الى قلم التسجيل التابع للمحكمة التجارية كما هو الحال في فرنسا وبلجيكا لايداع العلامة وتسجيلها هناك أولا ثم تسجيلها بعد ذلك بسجل مصلحة حماية الملكية الصناعية) ، ويكتب الطلب على استمارة خاصة يدون بها اسم صاحب العلامة وعنوانه ومصنعه أو محله التجارى واسم العلامة ونوع الصناعة أو التجارة المراد حمايتها في دائرتها ، ويقسم الشارع الصناعة والتجارة لهذا الغرض الى أقسام وفروع عدة ، ويعين الطالب الفرع المراد حماية علامته فيه . ويرفق بالطلب نماذج من رسم العلامة كما يرفق « اكليشيها » يدل عليها ويعاد « الاكليشيه » بعد تسجيل العلامة ونشرها بالجريدة الرسمية الى صاحبه مع شهادة التسجيل . وقد تقف عملية تسجيل العلامة عند حد تقرير ايداعها واثبات ذلك في السجلات الرسمية وذلك اذا استوفى الطلب شروط الايداع التى ينص عليها الشارع كما هو الحال في القانونين الفرنسى والبلجيكى . وقد يعقب عملية الايداع فحص العلامة ومعرفة ما اذا كان قد سبق ايداع علامة شبيهة بها في نفس فرع الصناعة أو التجارة كما هو الحال في القوانين الانكليزية والألمانية وبالولايات المتحدة الأمريكية .

ولقبول ايداع العلامة وتسجيلها يجب توفر شروط معينة فيها وتتقارب هذه الشروط فى معظم التشريعات الأجنبية وهى : —

١ — أن يكون لطالب التسجيل مصنع أو محل تجارى فى بلد التسجيل .

٢ — أن تتميز العلامة التجارية أو الصناعية بطريقة ما . فاذا كانت

مجرد حرف أو خط أو عدة خطوط أو نقطة أو اسم جهة أو مدينة أو موقعة حربية أو حادثة تاريخية ذائعة معروفة أو اذا كانت قد سقطت ضمن المصطلحات أو الرسوم المباحة للجميع أو كانت على شكل سنبله قمح مثلا أو على صورة نجم أو نخلة أو زهرة أو ورقة من أوراق الأشجار فلا يمكن ايداعها وتسجيلها ما لم تصحبها رسوم وايضاحات تعطيها صفة مميزة لها وخاصة بها .

٣ — ألا تكون العلامة مخالفة للقانون فلا تسجل علامة لآلات كسر الخزائن أو سرقتها أو لاجهاض .

٤ — ألا تكون العلامة مخالفة للآداب فلا تودع أو تسجل علامة تحتوى على رسوم أو عبارات مبتذلة خليعة .

٥ — ألا تمثل العلامة شعار الدولة أو نياشينها أو يارقها أو شعارا دوليا معروفا كعلامة الهلال الأحمر والصليب الأحمر أو الأمم المتحدة أو البوليس الدولي .

وللمحافظة على ملكية العلامة لا يكتفى بتسجيلها فقط بل يجب مواصلة استعمالها فاذا كف صاحبها عن استعمالها مدة ، عرضها لأن يتخذها الجميع شعارا للمنتجات المعينة ، ومدة حماية ملكية العلامة وحق استعمالها ليست محدودة ولكن تدخل بعد نهايتها في الملكية المباحة للمجموع كما هي نفس الحال في حقوق التأليف وبراءات الاختراع . وان مدة تسجيل العلامة ولو أنها محددة الا أنه يمكن تجديدها باستمرار . وتختلف المدة التي يتمتع صاحب العلامة خلالها بملكيتها قبل التجديد باختلاف البلاد . ففي فرنسا تبلغ ١٥ سنة وفي بلجيكا تبلغ ١٠ سنوات

وفي انكلترا تبلغ ١٤ سنة تبدأ من يوم الايداع ويجب لمواصلة ملكية العلامة واستمرارها اعادة تسجيلها عند نهاية المدة أو في بحر المهلة القانونية المعطاة للتجديد فاذا أعاد صاحبها تسجيلها بعد فوات المدة انقطعت الملكية وبدأت ملكية جديدة لا علاقة لها بالماضى ولا تتصل به بحال .

وطبيعي أن تتقاضى الدولة ضريبة على عمليات ايداع العلامة وتسجيلها ، كما تتقاضى ضرائب اضافية على حمايتها في كل فرع من فروع الصناعة والتجارة ، وأخيرا تحصل ضريبة تجديد الحماية اذا شاء صاحب العلامة هذا التجديد . وهذه الرسوم شأنها شأن سائر الضرائب والرسوم تعرضت في أوروبا وغيرها الى اطراد زيادتها تبعا لتضخم النقد وهبوط قيمته وتزايد حاجة الدولة الى المال والاقبال على الايداع والتسجيل في حقل الملكية الصناعية .

والعلامة الصناعية والتجارية هي نوع من الملكية يمكن التصرف فيه أسوة بأى سلعة أخرى أو حق من حقوق الملكية بكافة الطرق المنصوص عليها في القانون ، ويمكن لصاحبها في فرنسا وفي بعض قوانين أخرى أن يتصرف فيها وحدها دون ما يلتصق بها من اسم تجارى أو محل صناعى أو تجارى كما يمكن أن يتصرف فيها مع المحل الذى خلعت عليه الشهرة غير أنه جرت العادة وانتشرت وأصبحت احدى النواحي الملموسة باستمرار في عالم التجارة والتبادل على ألا تفصل العلامة عن المحل التابعة له والذى أضفت عليه شهرتها لما يترتب على ذلك من اضعاف قيمة المحل اضعافا كبيرا وانقاص تقديره المادى . كما لا ننسى أن فصلها عن المحل يؤدي أيضا الى اضعاف قيمتها المادية ، كما أنه

لا يمكن فصلها الا بنص خاص يشير الى ذلك يذكر في العقد ليميز الفصل وفي حالة عدم وجود شرط خاص بجواز الفصل في العقد تنتقل العلامة مع المحل التجاري الى المشتري بلا قيد ولا تحفظ . وقد حكمت بذلك محكمة الاستئناف ببوردو بتاريخ ٤ مارس سنة ١٩١٢ وكذلك محكمة الاستئناف بباريس بتاريخ ٢٤ مايو سنة ١٩١٣ ، وذهب الشارع السويسرى الى حد عدم جواز نقل ملكية العلامة منفصلة عن المحل التابعة له وفيما يختص بالتنازل عن العلامة فقد يكون تنازلا كلياً عنها كما قد يكون تنازلاً جزئياً ، ويصبح جزئياً مثلاً اذا اتفق صاحبها مع المشتري الجديد للمحل أو للعلامة باعطائه الحق وحده لمدة معينة أو في جهة ما في استغلالها . وينص الشارع في العديد من التشريعات المقارنة بما في ذلك المشرع الفرنسى على عقوبة الغرامة والحبس معا أو على احديهما في حالة تقليد العلامة أو غشها أو استعمال علامة مقلدة أو مغشوشة أو استخدام علامات أو سلع للغير أو اتباع أساليب لخداع المستهلك ومغالطته ليدخل في روعه أن السلع أو العلامة هي الأصلية وليست المقلدة أو المغشوشة أو روج سلع العلامات المقلدة والمغشوشة أو اشترك في ذلك ، ولا يهـم أن يحل الضرر بصاحب العلامة الأصلية فالشارع الفرنسى يعاقب على جريمة الاعتداء على ملك الغير . ولا يمكن الادعاء في حالة غش العلامة أو تقليدها أو استعمال علامة مقلدة أو غير ذلك من أنواع الجرائم التي ترتكب ضد حقوق ملكية العلامة بحسن النية فالقانون دائماً يقرر سوء النية في مثل هذه الأحوال ولا يمكن لمرتكب الغش أو التقليد أو مستغل مثل هذه الظروف أن يدعى جهله بوجود العلامة الأصلية أو بعدم قيام عملية ايداع صحيحة لها ، كما لا يمكن اعفاء الشركاء وسائر الذين يساعدون على ارتكاب جرائم

الاعتداء على ملكية العلامة وغشها وتقليدها بسن فيهم الذين يروجون السلع التي تحمل العلامات المقلدة والمغشوشة . ما عدا في حالة ثبوت حسن نيتهم وجهلهم بالتقليد والغش فلا يصبح هناك مجال لمسئوليتهم الجنائية غير أنهم لا يعفون من المسؤولية المدنية والتعويض عما حل بالغير من الضرر نتيجة تصرفاتهم . وفيما يختص بالمحاكم المختصة بالنظر في ملكية العلامات في فرنسا طبقا لقانون سنة ١٨٥٧ فهي بصفة أصيلة المحاكم المدنية للنظر في المنازعات المادية والمدنية الخاصة بالعلامات وبصفة استثنائية محاكم الجرح في حالة اقامة الدعوى الجنائية ضد مرتكب جريمة الغش أو التقليد .

حماية البيانات التجارية وجهات الأصل :

والى جانب حماية العلامات الصناعية والتجارية عنى الشارع بحماية البيانات التجارية والأسماء التجارية وجهات الأصل . واهتم الشارع الأجنبي بهذه الحماية وخاصة في فرنسا لحماية أنواع الأنبذة والخمور وهي مصدر ثروة كبيرة هناك ، و صدر في فرنسا قانون خاص بحماية الأسماء التجارية بتاريخ ٢٨ يولية سنة ١٨٢٤ وآخر لحماية جهات الأصل وهو ينظم استعمال مصطلحات خاصة بمناطق الأنبذة والخمور وجهات اتاجها وأصلها ويبين كيفية الاستعمال وما تشتهر به أنواع الخمور المعتقة كالشامبانيا والكونياك وكان صدور هذا القانون بتاريخ ٦ مايو سنة ١٩١٩ أعقبه عدة تشريعات مكملة له . ويعنى الشارع بالاسم التجارى أو البيان التجارى استخدام الصانع أو التاجر اسمه أو اسما اشتهر به في ميدان التجارة أو الصناعة لترويج منتجاته دون أن يسجله لعلامة تجارية أو ما يلحق بالصناعة من بيانات تدل عليها

يتحتم أن تطابق الأصل والحقيقة تماما . وفي حالة استعمال الصانع أو التاجر الاسم دون تسجيله له أن يدفع عنه اعتداء الغير عليه بقصد المنافسة غير المشروعة . وهو يستطيع ذلك استنادا الى النصوص العامة للقانون التي تقضى بالتعويض عن الضرر أو طبقا لنص خاص مكمل لحماية العلامة . ويمكن لصاحب الاسم من باب أولى أن يؤيد حق استعمال الاسم ويثبت أسبقيته في الاستعمال بتسجيله كعلامة تجارية لسلعته .

وذكر القانون الفرنسى الصادر فى ٢٨ يوليه سنة ١٨٢٤ فى المادة الأولى الشروط الواجب اتباعها فى استعمال الاسم والبيان التجارى فقال « كل من وضع أو عرض أو أظهر باضافة أو بحذف أو بتغيير من أى نوع عبارات على أشياء مصنوعة تتناول اسم صانع غير الصانع الحقيقى أو بيان عن المحل التجارى أو المصنع يغاير الحقيقة لا يخص المصنع الذى صنعت فيه الأشياء أو هو اسم جهة غير التى صنعت فيها يعاقب بالمادة ... وهذا لا يمس الحق فى المطالبة بالتعويض عن الضرر وكل تاجر أو وسيط أو صاحب محل تجارى يصبح مسئولا عن عرضه أو بيعه أو تداوله أو مساعدته على تداول الأشياء التى تحمل البيانات السالفة المغايرة للحقيقة اذا كان عالما بحقيقتها » وهكذا حتم علاوة على حماية العلامة المسجلة وجوب ارشاد المستهلك عن حقيقة الأشياء المباعة دون غش أو مخالطة أو مواربة . وهو لا يحمى فى هذه الحالة المستهلك فحسب بل يضع حدا للمنافسة غير المشروعة بين المنتجين والصناع والتجار ويرسم لهم خطة تداول السلع فى السوق أساسها الحقيقة مع الايضاح وتعيين جهة الأصل الصحيحة .

هذا الشارع المصرى حذو الشارع الأجنبى فى اصدار قانون خاص بالعلامات والبيانات التجارية كانت البلاد فى أشد الحاجة اليه . وبذا أخرج علامة المصنع والتجارة وحقيقة البيان التجارى من القواعد العامة والتعويض عن الضرر مع وجوب أن يثبت من حاق به الضرر وقوعه فعلا . وكانت المادة ٣٥٥ من قانون العقوبات الأهلى لسنة ١٩٠٤ وتقابلها المادة ٣١٤ من قانون العقوبات المختلط وقد اتخذت رقم ٣٥٥ فى قانون العقوبات الجديد لسنة ١٩٣٧ قد وكلت الى لوائح خاصة تصدر فيما بعد مهمة تنظيم ملكية العلامات التجارية والصناعية فعلقت تطبيق عقوبة تقليد العلامة وتنظيم حق ملكيتها على صدور هذه اللوائح وبذا أحالت مشكلاتها على القواعد العامة . وجاء فى المادة المشار اليها « ويحكم أيضا بدفع غرامة الا تتجاوز مائة جنيه مصرى على من قلد أشياء صناعية أو ألحانا موسيقية مختصة بمؤلفيها أو بمن تنازلوا له عنها أو قلد علامة فورية مختصة بصاحبها دون غيره تطبيقا للوائح » .

وقبل صدور قانون العلامات والبيانات التجارية عندنا فى ١٣ يولية سنة ١٩٣٩ كان تسجيل العلامة الصناعية والتجارية يتم بقلم الكتاب بالمحكمة المختلطة ، وكانت عملية الايداع والتسجيل لا تعدو أن تعطى لصاحبها مجرد الحق فى ادعاء تاريخ ثابت للاحتجاج به تجاه الغير دون أن يتناول الايداع ثبوت حق ملكية العلامة وحماية هذه الملكية ، والتاريخ الثابت هذا كان ينحصر فى بيان أسبقية استعمال العلامة لصاحب هذا التاريخ الذى سبق الغير فى ايداع علامته وكان القضاء يطبق فى حالة المنازعات على ملكية العلامات واستعمالها القواعد العامة

والعدالة ، والتاريخ الثابت هذا لم يك الا دليلا مبدئيا على الأسبقية في استعمال العلامة وملكيته ويمكن القضاء عليه بثبوت العكس وصدرت بذلك أحكام عدة ، كما أيد القضاء قاعدة التمسك بملكية العلامة المسجلة واحتكار استعمالها وأسبقية الملكية بشرط استعمالها فعلا واستمرار هذا الاستعمال وصدرت أحكام عدة في فترات متفرقة من محكمة الاستئناف المختلطة في ١٣ يولية سنة ١٩٠٠ و ٩ أبريل ١٩٠٢ و ١٦ فبراير سنة ١٩٢١ و ٣ مايو ١٩٢١ تقرر أن صاحب العلامة يفقد ملكيته لها باهماله استعمالها فان هذا الاستعمال وحده هو الذى يؤيد ويثبت ملكيته للعلامة وتأثر القضاء المختلط المصرى بالمبادئ العامة الخاصة بتبعية حق الملكية الصناعية لجهة الأصل فاعتبر أن حق حماية العلامة الأجنبية التى تطالب بهذه الحماية فى مصر بينما أن محلها فى الخارج لا يحق لها التمتع به الا اذا كانت نفس هذه العلامة تتمتع بهذا الحق فى بلد الأصل .

وأدى اتساع نطاق التعامل التجارى ورواج الصناعات المحلية ونهضة مصر الاقتصادية الى صدور تشريع العلامات والبيانات التجارية بتاريخ ١٣ يولية سنة ١٩٣٩ لحماية المنتج والمستهلك من المنافسة غير المشروعة ومن تقليد العلامات وغشها وترويج البضائع المغشوشة أو المقلدة التى تحمل علامات لا تنطبق على شروط القانون واعتبر القانون العلامات « الأسماء المتخذة شكلا مميزا والامضاءات والكلمات والأختام والتصاوير والنقوش البارزة وأية علامة أخرى أو أى مجموعة منها اذا كانت تستخدم أو يراد أن تستخدم اما فى تمييز منتجات عمل صناعى أو استغلال زراعى أو استغلال للغابات أو لمستخرجات الأرض

أو أية بضاعة . واما للدلالة على مصدر المنتجات أو البضائع أو نوعها أو مرتبتها أو ضمانها أو طريقة تحضيرها » . واعتبر القانون بحكم المادة الثالثة عملية التسجيل دليل الملكية وتأييد هذه الملكية بلا منازع اذا استعملها من قام بتسجيلها بصفة مستمرة خمس سنوات على الأقل من تاريخ التسجيل دون أن ترفع عليه بشأنها الدعوى للطعن في صحة الملكية ، وقد أخذ في هذا بالمبدأ الذى سار عليه الشارع الانكليزى مع فارق بسيط فى أنه جعل الحد خمس سنوات بينما أن الأخير جعله سبع سنوات واتبع فى أحقية التسجيل نفس المبادئ العامة التى سارت عليها القوانين الأجنبية فى هذا الصدد وهى اعطاء هذا الحق لصاحب المصنع والمنتج المقيم بمصر أو الذى له محل حقيقى بالقطر وصاحب المصنع أو المحل فى الخارج والذى يعامل تشريع بلاده أو الجهة التى يقيم بها مصر معاملة المثل فى تسجيل وملكية العلامات ويدخل فى عداد أصحاب العلامات الجمعيات أو جماعات أرباب الصناعة أو المنتجين أو التجار فى مصر أو فى بلاد تعامل مصر معاملة المثل بشرط أن تكون متمتعة بالأهلية المدنية وأخيرا المصالح العامة .

ولم يأخذ الشارع المصرى بمبادئ الفحص السابق الذى سبق شرح مبادئه فى دراساتنا لحدثة الاختراع وفحص هذه الحدثة كما هو حاصل فى انكلترا وألمانيا والولايات المتحدة مثلا بل اكتفى بعملية الايداع والتسجيل بشروط معينة هى استبعاد بعض العلامات وهى طبقا للمادة الخامسة من القانون « الخيالية أو غير المميزة الصفة أو التسمية أو المخلة بالآداب أو المخالفة للنظام العام أو الشعارات العامة والأعلام ورموز الدولة أو احدى الدول التى تعامل مصر معاملة المثل والدمغات

الرسمية والرموز ذات الصفة الدينية أو الدولية والأسماء والأعلام الجغرافية وما من شأنه تضليل الجمهور ومدته بيانات كاذبة عن المنتجات والسلع لا تدل على مصدرها الحقيقي وجهة أصلها». وقد رأى الشارع المصرى بحق ألا يأخذ بنظام الفحص السابق فى العلامات وهو لم يأخذ به أيضا فى تسجيل الاختراعات ومنح براءاتها وذلك لصعوبة اعداد الادارات الفنية والمتخصصين لهذا العمل فضلا عن بهائة نفقاته علاوة على بطء الاجراءات وعجز الروتين فى الفحص الدقيق السابق للتسجيل والايذاء للتحقق من حداثة العلامة لا سيما أن باب القضاء مفتوح باعتباره المرجع الأخير فيما يختص بمنازعات العلامات.

ونسج الشارع المصرى على منوال الشارع الأجنبى فيما يختص باجراءات التسجيل والتظلم منها وهذا التظلم فى حالة رفض الادارة التسجيل يكون أمام لجنة ادارية قراراتها نهائية وكذلك فى التصرف فى العلامة ، ونرى أن نص المادة ١٠ من قانون العلامات على « أن قرارات اللجنة نهائية » لا يمس حق صاحب الشأن الذى رفض طلبه فى الطعن فى قرارات الادارة أمام القضاء الادارى لأى سبب من أسباب الطعن كتجاوز استعمال السلطة أو اساءة هذا الاستعمال أو التعسف بالحقوق ومن باب أولى خرق أحكام القانون ، كما أفسح الشارع المصرى المجال للمعارضة فى التسجيل وجعل قرار الادارة فى المعارضة فى التسجيل قابلا للطعن أمام المحكمة الابتدائية ، ومما اهتم به الشارع المصرى ملكية العلامة فسار فى طريق العرف التجارى وفى صالح رواج التبادل والحياة الاقتصادية وازدهارهما فجاء فى نص المادة ١٨ « لا يجوز نقل ملكية العلامة أو رهنها أو الحجز عليها الا مع المحل

التجارى أو مشروع الاستغلال الذى تستخدم العلامة فى تمييز منتجاته » وهكذا فصل فى صراحة فى مشكلة هامة يتبع فى صددتها العرف التجارى فى كثير من الأحيان فى الخارج كما ذهبت بعض التشريعات الأجنبية التى نقل عنها الشارع المصرى الى حد عدم جواز نقل ملكية العلامة التجارية الا مع المحل الذى تتبعه العلامة التجارية ويستعملها فى ترويج سلعة . مثال ذلك القانون السويسرى — وسبق أن أشرنا الى ذلك — الذى ينص صراحة فى المادة ١١ من تشريع العلامات التجارية والصناعية الأساسى الصادر فى ٢٦ سبتمبر سنة ١٨٩٠ على ما يأتى « لا يجوز نقل ملكية العلامة التجارية الا مع المؤسسة التى تستعمل العلامة لتمييز منتجاتها .. » . وهذا العرف يقضى بعدم فصل المؤسسة الصناعية أو التجارية عن العلامة ، والمحكمة فى ذلك لا تعطى الفرصة للاضرار بالمؤسسة وصاحبها اذ من البديهي أن العلامة ومحلها تنقص قيمتها بفصلهما ويمكن تشبيه عملية الفصل أو البتر بهدم بناء له قيمته الاقتصادية والتصرف فى انتاجه ثم فى الأرض منفصلين فلا شك أن قيمة هذا الشئ المملوك وهو العقار المعين فى حالة عملية الهدم تنقص كثيرا عن نفس قيمته اذا ظل على حاله وحصل التصرف فيه والبناء قائم ، وعلى ذلك فما دام لم ينص صراحة على الاحتفاظ بالعلامة تنتقل ملكيتها للمشتري بمجرد بيع المؤسسة بموجب عقد البيع ، وقد ذكرت المادة ١٩ صراحة هذه الحالة المترتبة على عدم جواز التصرف فى العلامة مستقلة فقالت « يشمل انتقال ملكية المحل التجارى أو مشروع الاستغلال العلامات المسجلة باسم ناقل الملكية التى يمكن اعتبارها ذات ارتباط وثيق بالمحل أو المشروع ما لم يتفق على غير ذلك . واذا نقلت ملكية المحل التجارى أو مشروع الاستغلال

من غير العلامة جاز لناقل الملكية الاستمرار في صناعة نفس المنتجات التي سجلت العلامة من أجلها أو الاتجار فيها ما لم يتفق على غير ذلك » وجعل الشارع المصرى بحكم المادة ٢١ من القانون مدة الحماية المترتبة على التسجيل عشر سنوات يمكن تجديدها قبل انتهاء المدة لمدة جديدة تذكر بطلب التجديد ، ثم ذكرت المادة ٢٣ أنه في حالة شطب التسجيل فلا يجوز اعادته الا بعد مضي ثلاث سنوات من تاريخ الشطب .

وأضاف الشارع المصرى الى العلامات في نفس التشريع تنظيم البيانات التجارية ، فحتم في المادة ٢٧ من القانون وجوب مطابقة البيان التجارى للحقيقة من جميع الوجوه ما دام هذا البيان في صورة اعلان عن البضاعة بأى وسيلة من وسائل الاعلان وقال في ذلك « سواء أكان موضوعا على نفس المنتجات أم على المحال أو المخازن أو بها أو على عنواناتها أو الأغلفة أو الفواتير أو أوراق الخطابات أو وسائل الاعلان أو غير ذلك مما يستعمل في عرض البضائع على الجمهور » وبين كذلك في المادة ٢٦ القصد من البيانات وهى عدد البضائع أو مقدارها أو مقاسها أو كيلها أو طاقتها أو وزنها أو جهات أصلها أو طرق صنعها أو العناصر المركبة أو اسم وصفات منتجها أو ما يحيط بها من براءات اختراع أو غيرها من حقوق الملكية الصناعية أو الجوائز والمميزات التجارية والصناعية ونرى فيما يختص بهذا التعداد أنه على سبيل التمثيل لا الحصر وأنه يدخل في كنفه كل ما من شأنه أن يدخل في روع المستهلك أو المقبل على البضاعة الحقيقية والواقع ، ونظم القانون وسائل البيان واشترط في حالة البضاعة الأجنبية أن يكون بيان جهة الأصل ومصدر

البضاعة واضحا وظاهرا ليسهل التعرف على البضاعة ، وأخيرا فرض
الشارع المصرى عقوبات الغرامة والحبس أو احتايتها على كل من
خالف أحكام القانون فزور أو قلد علامة تم تسجيلها أو استعمل بسوء
قصد هذه العلامة أو وضع على منتجاته علامة مسلوكة أو باع أو عرض
لبيع أو التداول أو حاز بقصد البيع منتجات عليها علامات مزورة
أو مقلدة أو موضوعة بغير حق مع علمه بذلك ، وذلك فضلا عن اتباع
الاجراءات التحفظية اللازمة للمحافظة على الحقوق كالمصادرة والحجز
ومنع استمرار استخدام العلامة كما يجوز للمحكمة أن تأمر بنشر
الحكم فى جريدة واحدة أو أكثر على نفقة المحكوم عليه ، وهذا فضلا
عن حق المدعى فى التعويض عن الضرر أو احتمال الضرر أو مجرد
الاعتداء على حقوقه المقررة قانونا .

وقد بلغ عدد الطلبات التى قدمت الى منتصف سنة ١٩٦٦ بطلب
تسجيل علامات تجارية وصناعية من الناحية الأهلية أى لحمايتها داخل
حدود الجمهورية العربية المتحدة أكثر من ٤٣٠٠٠٠ علامة وبلغت
العلامات التى سجلت فعلا أكثر من ١٩٠٠٠٠ وبلغ عدد العلامات التى
سجلتها مصلحة مراقبة العلامات التجارية والصناعية عندنا تسجيلا دوليا
بناء على طلب أصحابها وذوى الشأن نحو ٦٠ علامة اتخذت رقم تسجيل
وحماية بمكتب الملكية الصناعية بجنيف .

وتنشط مراقبة العلامات التجارية والصناعية عندنا فى تسجيل
العلامات بعد فحص مطابقتها لنصوص القانون وتصدر نشرة شهرية
بالعلامات التى قدمت طلبات بها وسجلت واتخذت طريقها القانونى فى
الاشهار وتتبادلها مع الدول الأعضاء فى معاهدة حماية الملكية الصناعية

وتسجيل العلامات التجارية والصناعية ، وأدوات الاشهار للعلامات التجارية عندنا أسوة بالمتبع في الخارج سجلات المراقبة وجريدة العلامات التجارية التي تصدر في الأسبوع الأول من كل شهر ويحوى مطلعها البيانات الرسمية التي تهم الذين يطلبون ايداع وتسجيل العلامات وبعض نصوص قانون العلامات التجارية ومواد اللائحة التنفيذية ، مثال ذلك المعارضة في تسجيل العلامة وطرق الفصل فيها ومواعيد استلام الطلبات والجهات التي تقدم اليها والتسجيل الدولي للعلامات الصناعية والتجارية وفقا لأحكام اتفاقية باريس الخاصة بحماية الملكية الصناعية ومعاهدة مدريد ولائحتها التنفيذية ثم أخيرا معاهدة نيس ويبدأ تطبيقها عندنا من ١٥ ديسمبر سنة ١٩٦٦ ، والخلاصة أن مراقبة العلامات التجارية تقدم المعلومات والبيانات اللازمة لكل من يطلبها في شأن التسجيل الدولي للعلامات التجارية محافظة على حق المنتج والتاجر المصرى فى الأسواق الأجنبية بارشادهما الى أهمية هذا التسجيل ، كما تحتوى الجريدة على العلامات التي قبل تسجيلها أو أعيد هذا التسجيل والتي شطبت حتى تاريخ معين سابق على تاريخ صدور الجريدة .

التسجيل الدولي للعلامات التجارية والصناعية :

هناك سلع لها أهميتها فى الأسواق الداخلية والدولية وتقوم مؤسسات لها شهرتها ورءوس أموالها الضخمة بإنتاجها والترويج لها وبيعها على نطاق واسع ، ويصبح لها متنافسون فى شتى البلدان كما تبذل محاولات لزحزحتها بكافة الوسائل اما بالدعاية لأخرى تحل محلها على زعم أنها تحقق مزايا أفضل واما برسم علامات تجارية وصناعية قريبة الشبه من علاماتها حتى يلتبس الأمر على المستهلك وهى المغالطة والمنافسة غير المشروعة واما بتقليد العلامة الأصيلة لانتزاع السلع منها ،

وهذا ما حدا بثتى البلدان المتمدينة وخاصة الصناعية أو ذات الانتاج الزراعى الممتاز الى عقد المؤتمرات لرسم سياسة تسجيل العلامات التجارية والصناعية دوليا لحماية العلامة وسلعها فى البلدان المنضمة الى اتحاد الملكية الصناعية والى معاهدة تسجيل العلامات دوليا وبدأت الخطوات الأولى بانشاء دول عدة اتحادا للملكية الصناعية وذلك باتفاقية باريس الخاصة بحماية الملكية الصناعية المبرمة فى ٢٠ مارس سنة ١٨٨٣ والمعدلة ببروكسل فى ١٤ ديسمبر سنة ١٩٠٠ وواشنطن فى ٢ يونية سنة ١٩١١ ولاهاى فى ٦ نوفمبر سنة ١٩٢٥ ولندن فى ٢ يونية سنة ١٩٣٤ ثم نيس فى ١٥ يونية سنة ١٩٥٧ وفى ذلك تقول المادة ١ من الاتفاقية الأساسية « أولا — يشكل من الدول التى تنطبق عليها هذه الاتفاقية اتحاد لحماية الملكية الصناعية — تشمل حماية الملكية الصناعية براءات الاختراع ونماذج المنفعة والرسوم أو النماذج الصناعية والعلامات الصناعية أو التجارية والاسم التجارى والبيانات الخاصة بمصدر البضائع أو الأسماء الاقليمية وكذلك قمع المنافسة غير المشروعة .. » وتبين مدى تمتع رعايا دول الاتحاد بالمزايا التى تمنحها قوانينها وذلك لمصلحة طالبى الحماية الدولية بالتسجيل أو الايداع دوليا وتقول فى ذلك المادة الثانية من الاتفاقية « يتمتع رعايا كل دولة من دول الاتحاد وفى جميع الدول الأخرى للاتحاد فيما يتعلق بحماية الملكية الصناعية ، بالمزايا المنوحة أو التى تمنحها فى المستقبل قوانين تلك الدول لمواطنيها وذلك مع عدم الاخلال بالحقوق المنصوص عليها بصفة خاصة فى هذه الاتفاقية وبذلك يكون لهم ما لهؤلاء المواطنين من حق فى الحماية أو التظلم من كل مساس بحقوقهم بشرط اتباع الشروط والأوضاع المفروضة على المواطنين . »

وجاءت معاهدة مدريد الخاصة بالتسجيل الدولي للعلامات التجارية أو الصناعية المبرمة في ١٤ أبريل سنة ١٨٩١ والمعدلة ببروكسل في ١٤ ديسمبر سنة ١٩٠٠ وواشنطن في ٢ يونيو سنة ١٩١١ ولاهاي في ٦ نوفمبر سنة ١٩٢٥ ولندن في ٢ يونيو سنة ١٩٣٤ برسم كيفية تسجيل العلامات التجارية والصناعية دوليا بالمكتب الدولي لحماية الملكية الصناعية بسويسرة ، وفي حالة التسجيل تنسحب حماية العلامات بالنسبة للعلامات المسجلة في بلدها الأصلي في البلدان المنضمة الى الاتحاد والمعاهدة وفي ذلك تقول الفقرة الأولى من المادة الأولى للمعاهدة « يجوز لرعايا كل دولة من الدول المتعاقدة أن يكفلوا الحماية في جميع الدول الأخرى بالنسبة لعلاماتهم التجارية أو الصناعية المسجلة في بلدها الأصلي ، وذلك بإيداع العلامات المذكورة بالمكتب الدولي لحماية الملكية الصناعية في برن بواسطة المصلحة المختصة في بلد العلامة الأصلي » ، كما أن تطبيق قوانين الحماية على أصحاب العلامات المسجلة دوليا تسير في أوسع نطاق لصالحهم وفي ذلك تقول المادة ٢ من المعاهدة « يعتبر في حكم رعايا الدول المتعاقدة رعايا الدول التي لم تنضم الى هذه المعاهدة ولكن تتوفر فيهم الشروط المنصوص عليها في المادة ٣ من الاتفاقية العامة في أراضى الدول المنضمة لهذه المعاهدة » والاتفاقية العامة تعتبر بحكم المادة الثالثة المشار اليها رعايا الدول المنضمة الى الاتحاد في حكم رعايا الاتحاد اذا كان لهم منشآت صناعية أو تجارية فعلية وجدية في الدولة المقيمين فيها من دول الاتحاد أو دولة الاتحاد التي يباشرون فيها نشاطا تجاريا أو صناعيا وترسم المعاهدة طريقة تسجيل العلامة بتقديم طلب ترفق به رسوم بنماذج العلامة واضحة ومميزة للعلامة وبختم عن العلامة يودعه صاحب الشأن ، ويقوم المكتب

الدولى باشهار العلامة بابلاغ شتى مكاتب الدول المنظمة للسعاهدة وكذلك بنشرته الدورية التى يصدرها فى هذا الشأن ، وتبدأ الحماية الدولية من تاريخ الايداع الدولى فى كل دولة من دول الاتحاد وفى ذلك تقول الفقرة «١» من المادة الرابعة « تتمتع العلامة بالحماية فى كل دولة من دول الاتحاد كما لو كانت أودعت فيها مباشرة وذلك ابتداء من التسجيل فى المكتب الدولى .. » وحددت المعاهدة طبقا للمادة ٨ رسما أساسيا لأول علامة يسجلها صاحب الشأن قدره مائة وخمسون فرنكا سويسريا ثم مائة فرنك عن كل من العلامات التالية التى تودع فى الوقت نفسه بالمكتب الدولى باسم المالك وذلك فى حالة وفاء الرسم فى البلد الأصلى للعلامة وبمناسبة تسجيل العلامة أهليا وتحصيل الرسم الأهلى وفقا للتشريع الوطنى من صاحب العلامة الذى يطلب فى الوقت نفسه تسجيلها دوليا وفى حالة التسجيل الدولى لمدة أقل من عشر سنوات يدفع صاحب الشأن رسما قدره مائة فرنك عن العلامة الأولى وخمسة وسبعون فرنكا عن كل من العلامات المودعة مع العلامة الأولى فى الوقت ذاته وله أن يدفع قبل انتهاء عشر سنوات من التسجيل الدولى هذا رسما اضافيا قدره خمسة وسبعون فرنكا عن العلامة الأولى وخمسون فرنكا عن كل من العلامات المودعة مع الأولى فى الوقت ذاته حتى تستمر الحماية بعد المدة المذكورة ، وقد زيدت الرسوم بمعاهدة نيس المبرمة فى ١٥ يونية سنة ١٩٥٧ الى ٢٠٠ فرنك كرسوم أساسى عن تسجيل العلامة الأولى و ١٥٠ فرنك كرسوم اضافى لكل علامة أخرى تسجل مع الأولى وأضيف الى ذلك رسم قدره ٢٥ فرنكا عن كل فئة من الفئات الدولية أو نوع أو خدمة من الخدمات التى يتناولها طلب التسجيل دوليا وكذلك أضيف مبلغ ٢٥ فرنكا عن

كل دولة من دول الاتحاد يطلب حماية العلامة فيها ، وقد صادقت الجمهورية العربية المتحدة على المعاهدة في ٢٥ نوفمبر سنة ١٩٦٥ و حددت نفس المعاهدة بدء تطبيق قواعدها الجديدة ومراعاة الرسوم التي وضعتها ابتداء من ١٥ ديسمبر سنة ١٩٦٦ .

و حددت معاهدة مدريد مدة الحماية الدولية المترتبة على التسجيل في المكتب أساسا بعشرين سنة تبدأ من تاريخ التسجيل الدولي بشرط أن تكون العلامة متمتعة في الوقت نفسه بالحماية في بلدها الأصلي ، وفي ذلك تقول المادة ٦ من المعاهدة « تكون مدة الحماية المترتبة على التسجيل في المكتب الدولي عشرين سنة تبدأ من تاريخ التسجيل .. ولكن لا يجوز التمسك بهذه الحماية بالنسبة للعلامات التي أصبحت لا تتمتع بالحماية القانونية في بلدها الأصلي » كما أجازت المعاهدة تجديد التسجيل وذلك بطلب صاحب الشأن هذا التجديد في بحر مدة معينة هي ستة أشهر قبل انتهاء مدة الحماية وتحتسب لعشرين سنة أخرى تبدأ من تاريخ التجديد وفي ذلك تقول المادة السابعة من المعاهدة « يجوز دائما تجديد التسجيل طبقا لأحكام المادتين الأولى والثالثة لمدة عشرين سنة أخرى تبدأ من تاريخ التجديد » ويعنى بأحكام المادتين الأولى والثالثة حق رعايا الدول المتعاقدة في طلب الحماية الدولية والتمتع بها بإيداع العلامات التجارية أو الصناعية في برن بواسطة المصلحة المختصة في بلد علامة الأصل وتقديم طلب التسجيل الدولي على استمارات خاصة وبطريقة معينة مع سائر المرفقات والبيانات اللازمة .