

ملاحظة دراسية: تستغرق دراسة هذه الوحدة حوالي 3 ساعات.

الوحدة 5: المؤشرات الجغرافية

نتائج الدورة التعليمية:

- ينبغي بعد الانتهاء من دراسة هذه الوحدة أن تكون قادراً على:
1. تصف في 100 كلمة ماهية المؤشر الجغرافي والغرض منه.
 2. تعطي أمثلة عن ثلاثة مؤشرات جغرافية.
 3. تصف في 100 كلمة الفرق بين لفظي "مؤشر جغرافي" و"تسمية المنشأ" و"بيان المصدر".
 4. تصف الطرق المختلفة لحماية المؤشر الجغرافي.

مقدمة

المؤشرات الجغرافية هي إشارات تُعرف سلع لها منشأ جغرافي معين، ومزايا أو سمعة أو أي خصائص أخرى تُعزى أساساً إلى ذلك المنشأ. وهي تستخدم للتمييز بين المنتجات، حيث يولي المستهلكون اهتماماً متزايداً بالمنشأ الجغرافي للمنتجات. ففي كثير من الحالات، يوحى مكان المنشأ للمستهلكين أن المنتج سيتسم بمزايا أو خصائص معينة قد يقدرونها.

ويمكن أن تساهم المؤشرات الجغرافية أيضاً في التنمية في المناطق الريفية. وبوجه عام، ينتمي حق استخدام المؤشر الجغرافي إلى المنتجين المحليين، وبالتالي فإن القيمة المضافة الناتجة عن ذلك تعود على جميع هؤلاء المنتجين. بالإضافة إلى ذلك، قد تجلب المؤشرات الجغرافية قيمة إلى المنطقة ليس فقط من حيث الوظائف والدخل المرتفع، ولكن أيضاً من خلال الترويج للمنطقة ككل.

وأخيراً، تعد المؤشرات الجغرافية وسيلة لصون المعارف التقليدية وأشكال التعبير الثقافي التقليدي، لأن المنتجات التي تعرّفها المؤشرات غالباً ما تكون ناتجة عن عمليات ومعارف تقليدية يتناقلها المجتمع في منطقة معينة.

ويمكن استخدام المؤشرات الجغرافية للمنتجات الصناعية والزراعية. وبالنسبة لحقوق الملكية الفكرية الأخرى، فتمنح حماية مثل هذه المؤشرات على أساس وطني ولكن ثمة صكوك دولية تسمح بحمايتها في بلدان أخرى.



المؤشرات الجغرافية

من المفيد معرفة أن عبارة "المؤشرات الجغرافية" لا ترد في اتفاقية باريس التي تستخدم بدلا منها بيانات المصدر وتسميات المنشأ. يمكن تعريف بيان المصدر بأنه "بيان يشير إلى بلد بوصفه بلد منشأ منتج ما أو إلى منطقة من هذا البلد بوصفها منطقة منشأ هذا المنتج." ويوفر بيان المصدر معلومات حول المنشأ الجغرافي للمنتج، ولكنه لا يشير إلى أي مزية أو خاصية للمنتج الذي يستخدم من أجله.¹

تُعرّف "تسمية المنشأ" في اتفاقية لشبونة بشأن حماية تسميات المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولي على أنها التسمية الجغرافية لأي بلد أو إقليم أو جهة، التي تستخدم للدلالة على أحد المنتجات الناشئة في هذا البلد أو الإقليم أو الجهة، والتي تعود جودته أو خصائصه حصرا أو أساسا إلى البيئة الجغرافية، بما في ذلك العوامل الطبيعية والبشرية، والتي وهبت المنتج سمعته.²

ويعرّف اتفاق منظمة التجارة العالمية بشأن جوانب حقوق الملكية المتصلة بالتجارة (اتفاق تريبس) "المؤشرات الجغرافية" بأنها "بيانات تحدد نشأة سلعة ما في إقليم دولة عضو أو في منطقة أو ناحية في ذلك الإقليم، وتتمتع السلعة بسمات جودة أو سمعة أو أي خصائص أخرى تعزى أساسا إلى منشئها الجغرافي".

ابدأ بالاستماع إلى المقطع الصوتي الأول، والذي يوضح بشكل عام معنى المؤشرات الجغرافية.

سؤال رقم 1: هل بإمكانك أن توضح لي ما هو المؤشر الجغرافي؟

المؤشر الجغرافي إشارة توضع على السلع التي لها منشأ جغرافي محدد وصفات أو سمات أو سمعة تعزى إلى ذلك المكان. عادة ما تكون للمنتجات الزراعية صفات تتبع من مكان إنتاجها وتتأثر بعوامل محلية محددة مثل المناخ والتربة. ولكن استخدام المؤشرات الجغرافية لا يقتصر

¹ لودفيج باومر، "حماية المؤشرات الجغرافية بموجب معاهدات الويبو والأسئلة المتعلقة بالعلاقة بين تلك المعاهدات واتفاق تريبس"، في "ندوة حماية المؤشرات الجغرافية في السياق العالمي"، إيجر، هنغاريا، 25/24 أكتوبر 1997، ص 12، منشور الويبو رقم 760 (ه)، جنيف، 1999.

على المنتجات الزراعية. ومن ثم، فليس غريباً أن معظم المؤشرات الجغرافية في جميع أنحاء العالم تنطبق على المنتجات الزراعية والمواد الغذائية والخمور والمشروبات الروحية. على سبيل المثال، يستخدم لفظ "شامبانيا" للتعبير عن نوع محدد من النبيذ الفوار الذي ينشأ في منطقة شامبانيا في فرنسا. ويمكن ذكر العديد من الأمثلة الأخرى، مثل قهوة جامايكا بلو ماونتين وشاي دارجيلنغ وتبغ هافانا وجينة بارميجيانو ريجيانو إلخ. وقد تبرز المؤشرات الجغرافية أيضاً صفات محددة لمنتج ما مستمدة من العوامل البشرية الموجودة في بلد منشأ المنتج كالمهارات والعادات الصناعية. وهذا هو الحال في كثير من الأحيان بالنسبة للمنتجات الحرفية (الحرير التايلاندي وفخار تشولوكاناس من بيرو والكريستال البوهيمي). وتستخدم المؤشرات الجغرافية أيضاً لتعريف المنتجات الصناعية مثل "الساعات السويسرية".

سؤال التقييم الذاتي (س ت ذ)

س ت ذ رقم 1: اكتب قائمة باثنين أو ثلاثة مؤشرات جغرافية تستخدم في بلدك.

اطبع إجابتك هنا:

إجابة سؤال التقييم الذاتي رقم 1

أتمنى أن تكون قد أتيت ببعض المؤشرات، ولكن إن لم تستطع، حاول أن تفكر في سبب ذلك. هل فكرة الملكية الفكرية ليست شائعة بين المنتجين المحليين أم أنهم لا يرون فائدة تُرجى من هذه الإشارات المميزة؟

للتلخيص، تعد "تيكيلا" و"فلفل كامبوت" و"آرغين" من الأمثلة المعروفة للمؤشرات الجغرافية أو الأسماء المرتبطة في جميع أنحاء العالم بمنتجات ذات طبيعة ونوعية معينة، بسبب أصلها الجغرافي. يزيل المقطع التالي الالتباس الذي غالبًا ما يوجد بين المؤشرات الجغرافية والعلامات التجارية.

سؤال رقم 2: ما الفرق بين المؤشر الجغرافي والعلامة التجارية؟

تعد كل من المؤشرات الجغرافية والعلامات التجارية إشارات مميزة تستخدم لتمييز السلع أو الخدمات في السوق وتمكين المستهلكين من ربط سلعة ما أو خدمة ما بنوعية أو سمعة محددتين. وتعرّف العلامات التجارية سلعة ما أو خدمة ما على أن مصدرها شركة معينة، بينما تعرف المؤشرات الجغرافية سلعة ما على أن مصدرها مكان معين. وتتكون العلامة التجارية غالبًا من إشارة خيالية أو اعتبارية يستخدمها مالكوها أو أي شخص آخر مصرح له بالقيام بذلك. ويمكن تخصيص العلامة التجارية أو ترخيصها لأي أحد في أي مكان في العالم لأنها تتصل بشركة بعينها لا مكان بعينه. وعلى النقيض، تتألف الإشارة المستخدمة للتعبير عن المؤشر الجغرافي من اسم مكان منشأ السلعة أو الاسم المعروفة به السلعة في ذلك المكان. ويجوز لأي شخص ينتج في منطقة المنشأ المنتج المعني وفقاً لطريقة الإنتاج المحددة، أن يستخدم المؤشر الجغرافي؛ ولكن

نظراً إلى صلة المؤشر بمكان المنشأ، فلا يمكن تخصيصه أو ترخيصه لشخص خارج هذا المكان أو لا ينتمي إلى مجموعة المنتجين المعتمدين. على سبيل المثال، لفظا بوردو وشامبانيا من الممكن استخدامهما من قبل جميع مزارعي النبيذ في منطقة بوردو أو منطقة شامبانيا، ولكن فقط شركة موييت أند شاندون هي التي تستطيع أن تطلق على منتج الشامبانيا الخاص بها "موييت أند شاندون" (Moët & Chandon®) لأنها علامة تجارية لمنتج الشامبانيا الخاص بها.

من الجائز أن تكون قد سمعت بعبارة تسمية المنشأ، سوف يوضح لك المقطع التالي الفرق بين هذه العبارة وبين المؤشر الجغرافي.

سؤال رقم 3: هل بإمكانك أن تحدثني عن الفرق بين تسمية المنشأ والمؤشر الجغرافي؟

تسميات المنشأ هي فئة فرعية من المؤشرات الجغرافية. وبشكل أكثر تحديداً، تعتبر تسمية المنشأ مؤشراً جغرافياً ذا معايير أكثر صرامة للاستخدام حيث أنه يتطلب وجود صلة أقوى بين نوعية المنتج أو خصائصه وبيئته الجغرافية، بما في ذلك كل من العوامل الطبيعية (التربة، الطقس إلخ) والعوامل البشرية (أي الدراية العملية). على سبيل المثال، تتطلب تسمية المنشأ أن يكون مكان المنشأ هو مصدر المواد الخام ومكان صنع المنتج. وهذا شائع جداً في المنتجات الزراعية مثل جبنة روكفور. فخصائص اللبن المحضّر من السلالات الأصلية من الأغنام التي تتغذى وفقاً للتقاليد، وخصائص الكهوف التي تُعتق فيها الجبنة والمهارات التقليدية المستخدمة في كل خطوة من خطوات عملية صنع الجبنة تعطي روكفور ميزاتها الفريدة وطعمها.



إذا استخدمت نفس طريقة صنع جبنة روكفور لصنع جبنة في كهوف مناطق أخرى فلن تكتسب هذه الجبنة مذاق جبنة روكفور بل ستكتسب مذاقاً مختلفاً. ينطبق هذا الأمر كذلك على الظروف الطبيعية التي تؤثر على صناعة الخمور مثل المناخ والتربة وما شابه.

يشير التعريف المذكور أعلاه إلى أن تسميات المنشأ تتألف من اسم مكان المنشأ للمنتج. ومع ذلك، كما يحدث مع المؤشرات الجغرافية، ثمة عدد من الإشارات التقليدية التي لا تعد أسماء أماكن ولكنها تشير إلى منتج ما مرتبط بمكان معين ومن ثم تتمتع بالحماية كتسميات منشأ؛ على سبيل المثال، فينو فيردي (النبيذ الأخضر) أو ريبيلوشون.

ومقارنة بتسمية المنشأ، في حالة المؤشر الجغرافي، يكفي أن يكون للمنتج - الذي يعرّفه المؤشر الجغرافي - مزية أو سمعة أو خاصية أخرى معينة تعزى أساساً إلى أصله الجغرافي. بمعنى آخر، على النقيض من تسمية المنشأ، لا يلزم بالضرورة إنتاج المواد الخام وتطوير المنتج أو صنعه بالكامل في المنطقة الجغرافية المحددة.

السؤال الذي قد يدور بخلدك الآن هو كيف يمكن حماية المؤشرات الجغرافية؟ المقطع التالي سيشرح ذلك.

سؤال رقم 4: كيف يمكن حماية المؤشرات الجغرافية؟

يمكن حماية المؤشرات الجغرافية من خلال مجموعة واسعة من النهج التي وُضعت وفقاً لتقاليد قانونية مختلفة وفي إطار ظروف تاريخية واقتصادية متنوعة. في بعض الأنظمة القانونية، يمكن حماية المؤشرات الجغرافية من خلال نظام ينطبق عليها تحديداً وحصرها، أي نظام فريد من نوعه (أي القوانين الخاصة التي تنطبق تحديداً أو حصراً على المؤشرات الجغرافية أو تسميات المنشأ). وتحدد هذه الأنظمة حقا محددًا، أو حقا فريداً من نوعه، بشأن المؤشرات الجغرافية، بمنأى عن أي حق آخر من حقوق الملكية الفكرية. ويوجد نظام حماية فريد من نوعه في كل من الاتحاد الأوروبي والهند والاتحاد الروسي وسويسرا وتايلند وجماعة البلدان الأندية والمنظمة الأفريقية للملكية الفكرية من بين آخرين.

ويمكن حماية المؤشرات الجغرافية أيضاً بواسطة تسجيل علامات تجارية جماعية أو علامات تصديق. وهذا هو الحال على سبيل المثال في أستراليا وكندا والولايات المتحدة الأمريكية. وهذان النوعان من العلامات يستخدمان من قبل أشخاص عديدين طالما كان المستخدمون يمثلون اللوائح الاستخدام التي يقيمها مالك العلامة، والتي قد تتطلب أن تستخدم العلامة فقط فيما يخص سلع لها منشأ جغرافي معين أو خصائص محددة. والعلامات الجماعية قد تُستخدم فقط من قبل أعضاء الجمعية التي ينتمون إليها، بينما تستخدم علامة التصديق من قبل أي شخص يمثل للمتطلبات المحددة في اللوائح التي يضعها مالك العلامة، والذي يؤدي دور جهة الاعتماد التي تتحقق من أن العلامة تستخدم بما يتماشى مع تلك المتطلبات. على سبيل المثال، يقتصر استخدام علامة التصديق الخاصة ببطاطس "إيداهو" على مزارعين بعينهم يمثلون للقواعد التي يجب أن تُتبع لكي يكون الاستخدام جائزاً.

مثلاً:



للبطاطس التي تُزرع في ولاية إيداهو في الولايات المتحدة الأمريكية



للشاي الداكن من مقاطعة يونان في الصين

وقد تتمتع المؤشرات الجغرافية بالحماية أيضاً من خلال قوانين مكافحة المنافسة غير المشروعة أو قوانين حماية المستهلك أو قوانين توسيم المنتجات. فهذه القوانين لا تستحدث حق ملكية صناعية فردي بشأن المؤشر الجغرافي، بل تحمي المؤشر الجغرافي مباشرة من خلال حظر أفعال معينة قد تتضمن الاستخدام غير المصرح به. والإدعاء أن لسلعة ما منشأ جغرافياً

معينا غير أن هذه السلعة ليست من إنتاج هذا المنشأ الجغرافي خير مثال على الممارسات التجارية غير المشروعة.

سؤال رقم 5: هل يمكنك توضيح الإطار القانوني الدولي؟

كانت اتفاقية باريس أول معاهدة دولية تتضمن أحكامًا تتعلق ببيانات المصدر وتسميات المنشأ كموضوع للملكية الصناعية. فهي توجب على الدول الأعضاء ضمان الحماية الفعالة ضد استخدام بيانات زائفة عن مصدر السلع وكذلك ضد المنافسة غير المشروعة (على سبيل المثال، تضليل الجمهور بشأن الأصل الحقيقي للسلع).

ويوسع اتفاق مدريد بشأن قمع بيانات مصدر السلع الزائفة أو المضللة نطاق الحماية الممنوحة ضد بيانات المصدر الزائفة بموجب اتفاقية باريس ليشمل البيانات المضللة.

ويتطلب اتفاق ترييبس من جميع الأعضاء في منظمة التجارة العالمية أن تقوم بحماية المؤشرات الجغرافية من كل استخدام بغير تصريح يؤدي إلى تضليل الجمهور ويشكل فعلاً من أفعال المنافسة غير المشروعة. وفي حالة الخمر والمشروبات الروحية، يجب أن تُحمى المؤشرات الجغرافية لهذه المنتجات حتى في غياب اللبس أو المنافسة غير المشروعة.

ويضع اتفاق لشبونة بشأن حماية تسميات المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولي نظاماً دولياً لتسجيل تسميات المنشأ ويلزم البلدان المتعاقدة بحماية التسميات المسجلة ضد الانتحال أو التقليد.

الآن، لإكمال هذه الوحدة، استمع إلى المقطع التالي الذي يتناول الأنظمة القائمة للحصول على الحماية للمؤشرات الجغرافية في البلدان الأخرى.

سؤال رقم 6: هل بالإمكان الحصول على الحماية لمؤشر جغرافي في الخارج؟

ثمة 4 مسارات رئيسية لحماية المؤشر الجغرافي في الخارج:

- من خلال الحصول على الحماية مباشرة في النظام القانوني المعني؛
- من خلال اتفاق لشبونة بشأن حماية تسميات المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولي ("اتفاق لشبونة")، الذي تديره الويبو. فهو يوفر وسيلة للحصول على الحماية لتسميات منشأ تنشأ في دولة عضو واحدة في أراضي جميع الأعضاء الآخرين من خلال إجراء تسجيل واحد يسمى "التسجيل الدولي" لدى الويبو. وتسميات المنشأ المعترف بها والمحمية في بلد المنشأ هي فقط التي يجوز أن تكون موضوع طلب للتسجيل الدولي. وفي مايو 2015، اعتمدت وثيقة جنيف لاتفاق لشبونة بشأن تسميات المنشأ والمؤشرات الجغرافية ("وثيقة جنيف لاتفاق لشبونة") لتتقيد اتفاق لشبونة وتحديثه. وهي تسمح بالتسجيل الدولي للمؤشرات الجغرافية بجانب تسميات المنشأ. وستدخل حيز النفاذ بعد أن تودع خمسة أطراف مؤهلة صكوك المصادقة أو الانضمام.
- من خلال نظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات، الذي تديره الويبو. في العديد من البلدان، يمكن حماية المؤشرات الجغرافية كعلامات جماعية أو علامات تصديق عن طريق إيداع طلب دولي مباشرة لدى مكتب العلامات التجارية الوطني أو الإقليمي لمودع الطلب (مكتب المنشأ) والحصول على تسجيل دولي، شريطة أن تكون مسجلة بالفعل أو تُطلب تسجيلها لدى مكتب العلامات في الطرف المتعاقد الذي تربطه بمودع الطلب إحدى الروابط اللازمة، سواء بامتلاك مؤسسة حقيقية وفعالة أو الإقامة أو

الجنسية. ويعين مودع الطلب، في الطلب الدولي، الأطراف المتعاقدة التي تُطلب الحماية على أراضيها؛

- بإبرام اتفاقات ثنائية بين الدول أو الشركاء التجاريين.

ملخص

الإشارة الجغرافية هي إشارة تستخدم لتعريف المنتجات التي لها منشأ جغرافي محدد وتمتلك ميزة أو سمعة أو خاصية أخرى تُعزى إلى ذلك المنشأ.

يمكن حماية المؤشرات الجغرافية إما من خلال نظام فريد من نوعه أو من خلال قانون العلامات التجارية أو من خلال قوانين المنافسة غير المشروعة أو حماية المستهلك.

يمكن حماية المؤشرات الجغرافية في الخارج من خلال ترتيبات متبادلة بين البلدان أو من خلال نظام لشبونة، بما في ذلك اتفاق لشبونة ووثيقة جنيف لاتفاق لشبونة.

النصوص التشريعية

- اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية
- اتفاق مدريد بشأن قمع بيانات مصدر السلع، الزائفة أو المضللة
- اتفاق لشبونة بشأن حماية تسميات المنشأ وتسجيلها على الصعيد الدولي ووثيقة جنيف لاتفاق لشبونة بشأن تسميات المنشأ والمؤشرات الجغرافية
- اتفاق جوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة (اتفاق تريبيس)