

المبادئ التوجيهية لقطاع تقييم الاتصالات فيما يتعلق بإدراج العلامات في توصيات القطاع

الطبعة 2.0 - نوفمبر 2005

المبادئ التوجيهية لقطاع تقييس الاتصالات فيما يتعلق بإدراج العلامات في توصيات القطاع

1 مقدمة

1.1 الغرض

تشمل حقوق الملكية الفكرية (IPR) البراءات، وحقوق التأليف والنشر، والعلامات التجارية، وأسرار المهنة¹ والغرض من هذه الوثيقة توفير إرشادات للجان دراسات قطاع تقييس الاتصالات عند نظرها في استعمال العلامات التجارية وعلامات الخدمة وعلامات الاعتماد في توصيات قطاع تقييس الاتصالات. وتدرج بعض المعلومات العامة عن القضايا التي يتعين تناولها عند النظر في استعمال علامة أو أكثر، وبعض الإرشادات بشأن الإجراءات التي يتعين اتخاذها إذا ما قررت لجنة الدراسات الإشارة إلى أي من هذه العلامات.

2.1 معلومات أساسية - العلامات التجارية وعلامات الخدمة وعلامات الاعتماد كأشكال للملكية الفكرية

هذه الأنواع من العلامات بمثابة نوع مختلف جداً من أنواع الملكية الفكرية عن براءات الاختراع وحقوق التأليف والنشر. وبشكل عام، تشير "العلامة التجارية" إلى أي كلمة أو اسم أو رمز (أو أي توليفة منها) تستخدم لتمييز منتجات صاحب العلامة التجارية عن المنتجات المتنافسة، وذلك من خلال استخدامها، إلى حد كبير، كمؤشر على مصدر هذه المنتجات². و"علامة الخدمة" هي نفسها تقريباً باستثناء أنها تُستخدم لتحديد مصدر الخدمات وتمييز خدمات مؤد الخدمة عن خدمات منافسيه. و"علامة الاعتماد" هي علامة يستخدمها شخص أو كيان آخر غير صاحب العلامة. وعادة ما يسعى هذا الشخص أو الكيان إلى استخدام العلامة للإشارة إلى أن منتجه أو خدمته تستوفي المعايير الضرورية التي تمثلها العلامة. وجدير بالذكر أن القوانين واللوائح المتعلقة بالعلامات، بما في ذلك العلامات التجارية، تختلف من بلد إلى آخر³.

وفي سياق توصيات قطاع تقييس الاتصالات، يمكن عادة الإشارة إلى العلامات بصورة مشروعة دون الاعتراف بالعلامة أو التماس إذن مسبق من صاحب العلامة. وإذا أُشير إليها على النحو الصحيح، نادراً ما تشكل العلامات (إن وجدت) حقاً أساسياً من حقوق الملكية الفكرية إزاء توصية تتطلب من الاتحاد أو من الجهات التي تسعى إلى تنفيذ التوصية الحصول على ترخيص من صاحب العلامة من أجل تنفيذ التوصية. ومع ذلك، قد تتطلب بعض الاستخدامات غير المرجعية للعلامة إذناً أو ترخيصاً من صاحب العلامة.

ويكون ترخيص العلامة التجارية مطلوباً عموماً عندما تشير علامة الطرف ألف إلى الرعاية أو التخويل أو الاعتماد أو الموافقة أو أي ارتباط آخر بمنتج الطرف باء أو خدمته.

فعلى سبيل المثال، من المحتمل أن يكون الترخيص مطلوباً إذا كان منتج الطرف باء يعرض شعار التوافق لدى الطرف ألف، أو إذا كان اسم منتج الطرف باء يتضمن العلامة التجارية للطرف ألف.

بيد أنه إذا كان الطرف باء يستخدم علامة الطرف ألف لمجرد الإشارة بشكل وصفي إلى تكنولوجيات الطرف ألف - وليس تكنولوجيات الطرف باء - فإن ترخيص العلامة التجارية غير مطلوب بشكل عام فيما يتعلق بهذا الاستخدام المرجعي للعلامة.

فعلى سبيل المثال، لا يلزم الترخيص عموماً لكي يشير الطرف باء في نص إعلاني إلى أن منتجه متوافق مع برمجة Widget®

1 فيما يتعلق بمعالجة المواد المحمية بحقوق التأليف المدرجة في توصيات قطاع تقييس الاتصالات، يرجى الاطلاع على القسم 5.1.3 من التوصية ITU-T A.1، والمبادئ التوجيهية بشأن حقوق تأليف البرمجيات. وفيما يتعلق بمعالجة المواد المشمولة بالبراءة والواردة في توصيات قطاع تقييس الاتصالات، يرجى الاطلاع على سياسة البراءات والمبادئ التوجيهية ذات الصلة من أجل تنفيذ سياسة البراءات الخاصة بقطاع تقييس الاتصالات.

2 يقدم الملحق A بهذه الوثيقة معلومات عن الخطوات التي اتخذها الاتحاد لحماية اسمه ومختصره وعلمه وشعاره فضلاً عن أسماء القطاعات الثلاثة واختصاراتها.

3 أوضحت المنظمة العالمية للملكية الفكرية أن: "جميع بلدان العالم تقريباً تسجل العلامات التجارية وتحميها. ويحتفظ كل مكتب وطني أو إقليمي بسجل للعلامات التجارية يحتوي على معلومات كاملة عن الطلبات المتعلقة بجميع عمليات التسجيل والتجديد، مما يسهل الفحص والبحث والاعتراض المحتمل من أطراف ثالثة. غير أن آثار هذا التسجيل تقتصر على البلد المعني (أو البلدان المعنية في حالة التسجيل الإقليمي). وتجنباً لضرورة التسجيل بشكل منفصل لدى كل مكتب وطني أو إقليمي، تقوم المنظمة العالمية للملكية الفكرية بإدارة نظام للتسجيل الدولي للعلامات. ويخضع هذا النظام لمعاهدتين هما اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات وبروتوكول مدريد" ولمزيد من المعلومات بشأن العلامات التجارية، يرجى الاطلاع على الموقع التالي: http://www.wipo.int/about-ip/en/about_trademarks.html.

الخاصة بالطرف ألف، طالما أن الطرف باء لا يستعمل شعار Widget Compatible Logo[®] الخاص بالطرف ألف للإدلاء بهذا البيان.⁴

وعلى أي حال، ينبغي تجنب الالتباس في استخدام العلامة. وإذا اختلط الأمر على الجمهور المستهدف لوثيقة ما واعتقد أن هناك علاقة بين علامة ومنتج معين أو خدمة أو تكنولوجيا معينة، فيجب إعادة النظر في استخدام تلك العلامة بهذا الشكل. وبالمثل، قد ينشأ الالتباس من استخدام اسم أو اختصار مشابه لعلامة موجودة.

والشاغل الرئيسي المتعلق باستخدام علامة في توصية ما هو ما إذا كانت التوصية ستبدو كما لو كانت تؤيد منتجاً أو خدمة معينة مسجلة الملكية على منتجات أو خدمات متنافسة.

2 النهج العام لاستعمال العلامات في توصيات قطاع تقييس الاتصالات

كقاعدة عامة، ينبغي أن تقدم توصيات قطاع تقييس الاتصالات وصفاً للسمات التي يمكن من خلالها تطوير عمليات تنفيذ تنافسية وقابلة للتشغيل البيئي. ويجب تجنب أن توهي توصية بأنها تؤيد أي منتجات أو خدمات أو شركات/منظمات بعينها. وأي تأييد صريح أو نوعي غير مقبول. ولذلك، ينبغي عدم إدراج أسماء الأعلام أو العلامات التجارية أو علامات الخدمة أو علامات الاعتماد الخاصة بشركات/منظمات محددة في نص توصية قطاع تقييس الاتصالات أو في تذييل (أو ما يعادله) إذا تبين أنها قد تسبب هذا التأثير على قارئ توصية قطاع تقييس الاتصالات.

وعلاوة على ذلك، ومن الناحية العملية، إذا كان استخدام العلامة التجارية يتطلب الحصول على ترخيص، فينبغي ألا يُدرج في التوصية.

وينبغي على لجان الدراسات توخي الحذر الشديد عند إدراج علامة في توصية قطاع تقييس الاتصالات. وإذا كانت لجنة الدراسات غير متأكدة مما إذا كان إدراج علامة معينة مناسباً، ينبغي أن تستشير مدير المكتب. وتخضع جميع حالات إدراج العلامات في توصيات قطاع تقييس الاتصالات لموافقة مدير المكتب.

3 استثناءات من النهج العام

1.3 حالات استخدام العلامات غير المصادق عليها

هناك حالات يجوز فيها إدراج علامات تجارية أو علامات خدمة أو علامات اعتماد في توصية لقطاع تقييس الاتصالات من أجل وصف تكنولوجيايات أو خدمات معينة تتعلق بالعلامات ذات الصلة. ومن شأن هذا الاستخدام الوصفي للعلامة، إذا ذكر على النحو الصحيح، أن يتيح تجنب انتهاك الحقوق المتعلقة بالعلامة. وتنشأ هذه الحالات عموماً عندما تكون العلامة المعنية إشارة مختصرة إلى معيار أو تكنولوجيا قياسية، ولا يؤدي إدراجها في التوصية إلى ظهور تأييد منتج أو خدمة معينة مسجلة الملكية. وعلى الرغم من أنه لا يمكن تحديد جميع هذه الحالات، فيما يلي بعض الأمثلة التي قد يكون فيها إدراج علامة مناسباً:

1 تُستخدم العلامة أو اسم العلم كإشارة إلى منشأة معينة معترف بها على نطاق واسع كمصدر وحيد معتمد. وعلى سبيل المثال، يمكن أن تحيل التوصية إلى خدمة تحمل علامة تجارية مرتبطة بمعرف شبكة معين يوزعه قطاع تقييس الاتصالات.

2 ترد العلامة في تسمية معيار مرجعي. وعلى سبيل المثال، تستخدم العديد من هيئات وضع المعايير اسمها كجزء من تسمية المعايير التي تصدرها. ونتيجة لذلك، يمكن أن تتضمن توصية قطاع تقييس الاتصالات إشارة إلى "ETSI xxx" أو "ISO/IEC xxx" أو "TIA xxx".

3 العلامة هي إشارة مختصرة معروفة إلى نهج معياري معين. وقد يكون من المناسب، على سبيل المثال، الإشارة إلى تكنولوجيا WiFi، أو تكنولوجيا cdma2000، أو تكنولوجيا Bluetooth، أو تكنولوجيا GSM، أو تكنولوجيا UMTS، أو غير ذلك.

إذا أرادت إحدى لجان الدراسات الإشارة إلى علامة للأغراض المذكورة أعلاه في إحدى توصيات قطاع تقييس الاتصالات، ينبغي أن يكون ذلك على أساس استخدام وصفي يمثل للمبادئ التوجيهية للاستخدام الصحيح المبينة في القسم 2.3 أدناه لتجنب انتهاك الحقوق المتعلقة بالعلامة.

⁴ يمكن أن تختلف مؤشرات العلامات مثل الرمز "®" أو "TM" حسب البلد. وسيقرر مكتب تقييس الاتصالات في نهاية الأمر ما إذا كان سيستخدم رمز المؤشر وإذا كان الأمر كذلك، يُحدد الرمز الأنسب.

2.3 الاستخدام الصحيح للإحالات إلى العلامات المملوكة خارج الاتحاد

إذا كانت هناك أسباب وحيية للإحالة إلى علامة أو أكثر من العلامات المملوكة خارج الاتحاد في إحدى توصيات قطاع تقييس الاتصالات، تُشجع لجان الدراسات على القيام بذلك بطريقة مقبولة. ويجوز عمومًا "الاستخدام المناسب" لإحالات إلى العلامات كجزء من بيانات دقيقة وواقعية أو الإحالة إلى علامة كوسيلة لتحديد (ولكن ليس لتأييد) موضوع معين (مثل تسميات المعايير المرجعية في نص توصية). ويمكن القيام بذلك عادة دون إذن صريح من هيئة وضع المعايير أو صاحب العلامة الأخرى، أو تحديد صريح لأي علامات ذات صلة. ولن يعتبر هذا النوع من الاستخدام وسيلة لخداع العملاء فيما يخص مصدر أي سلع أو خدمات معينة. ولكي تُعتبر الإحالة إلى علامة أنها استخدمت "استخداماً صحيحاً"، ينبغي للجان الدراسات أن تستخدمها بحسن نية وكوسيلة لوصف مصدر شيء ما، وليس بطريقة تنطوي دون شك على استخدام العلامة لوصف شيء ما، أو من شأنها أن تضر بسمعة صاحب العلامة فيما يتعلق بمنتجاته أو خدماته ذات الصلة.

عند استخدام الإحالات إلى العلامات استخداماً صحيحاً في نص توصية لقطاع تقييس الاتصالات، ينبغي للجان الدراسات أن تنظر فيما يلي:

- أ) العلامات صفات مناسبة تشير إلى مصدر السلع أو الخدمات أو الأشياء. ولذلك، ينبغي استخدام العلامة كصفة مناسبة متبوعة باسم عام أو اسم. ولا تستخدم العلامة كفعل أو اسم. *مثال*: غير صحيح: "يمكن استخدام هذا البروتوكول للنقل عبر التكنولوجيا WiMax وWiFi". صحيح: "يمكن استخدام هذا البروتوكول للنقل عبر البنية التحتية WiMax والبنية التحتية WiFi".
- ب) عدم دمج العلامات في مرجع واحد، بل الإحالة إليها على نحو منفصل، *مثال*: غير صحيح: "يمكن استخدام هذا البروتوكول للنقل عبر البنية التحتية WiFi/WiMax". غير صحيح: "يمكن استخدام هذا البروتوكول للنقل عبر البنية التحتية WiMax والبنية التحتية WiFi".
- ج) عدم تقصير أو اختصار العلامة. *مثال*: غير صحيح: "تدعم هذه المواصفة استخدام مسير خدمات AP". صحيح: "تدعم هذه المواصفة استخدام مسير خدمات نقطة النفاذ".

4 العلامات الناشئة عن عمل لجان الدراسات

إذا قامت لجنة الدراسات، أثناء إعداد توصية لقطاع تقييس الاتصالات، بوضع اسم أو علامة أو وصف مسجل الملكية للتوصية أو لنهجها المعياري ورأت أنه ينبغي حماية هذه الأسماء أو العلامات أو الأوصاف مسجلة الملكية لكي يستعملها منفذو التوصية، ينبغي للجنة الدراسات أن تبلغ المدير بذلك.

ولا يتنازل الاتحاد صراحة تحت أي شروط عن حقه في تحديد أي نهج تكنولوجية تنشأ عن وضع توصيات قطاع تقييس الاتصالات. ويُفضل حماية مصالح قطاع تقييس الاتصالات في أي علامة تُستخدم لتحديد توصيته أو اعتماد المنتجات وفقاً لهذه التوصية.

الملحق A

الاسم والشعار المحميان للاتحاد

الاسم والشعار المحميان للاتحاد

اسم الاتحاد وشعاره ليسا علامتين تجاريتين بالمعنى المعتاد. وهما محميان من خلال نظام الملكية الفكرية المحدد الذي وُضع بموجب اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية التي أصبحت 169 دولة أطرافاً فيها حالياً. وعلاوة على ذلك، وافقت الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية (WTO) أيضاً على تطبيق اتفاقية باريس بموجب الاتفاق المتعلق بجوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة (TRIPS).

وتنص اتفاقية باريس في مادتها 6 مكرراً ثانياً، على حماية الشعارات الشرفية والأعلام والعلامات الرسمية الأخرى للدول أو المنظمات الدولية من تسجيلها واستعمالها كعلامات تجارية أو كعناصر للعلامات التجارية من جانب أطراف ثالثة غير مصرح لها.

وفي الوقت الراهن، تم إبلاغ المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO) بعلم الاتحاد واسمه وتسميته المختصرة وشعاره وأسماء واختصارات القطاعات الثلاثة (بالإنكليزية والفرنسية والإسبانية) لحمايتها بموجب اتفاقية باريس.

تحظر هذه الحماية على الدول المتعاقدة السماح لأطراف ثالثة بتسجيل علم الاتحاد أو اسمه أو تسميته المختصرة أو شعاره باعتبارها ملكية صناعية، وعلامات تجارية على الأخص، لاستخدامها التجاري، وتمنح الاتحاد حق حماية اسمه وتسميته المختصرة وعلمه وشعاره فضلاً عن أسماء واختصارات القطاعات الثلاثة.⁵

وبالإضافة إلى الحماية التي توفرها اتفاقية باريس، يجوز للقوانين الوطنية التي تنفذ المادة 6 مكرراً ثانياً توسيع نطاق حمايتها لتشمل تسجيل حقوق الملكية الفكرية بخلاف العلامات التجارية. وبصفة عامة، تتراوح سبل الانتصاف من الانتهاك من الإجراءات الإدارية والمدنية إلى العقوبات الجنائية. وقد تشمل سبل الانتصاف إلغاء العلامة التجارية والأوامر القضائية والتعويضات المالية. ولا تمنع اتفاقية باريس الاتحاد من الإذن لأطراف ثالثة بأن تستخدم (على سبيل المثال) شعار الاتحاد واسمه المختصر واختيار الشروط التي يمكن بموجبها القيام بذلك.

⁵ يمكن العثور على مزيد من المعلومات من المنظمة العالمية للملكية الفكرية بشأن نظام الحماية الذي توفره المادة 6 مكرراً ثانياً من اتفاقية باريس في الموقع التالي: <http://www.wipo.int/article6ter/en/>