



توكيلاتها

□ مواد التجميل والأدوية .. الأكثر تعرضاً لتقليد العلامات



□ المستهلكون يكتشفون العلامة المقلدة بعد فوات الأوان

الاعتماد في التسويق على المعنى الإيحائي وتنطوي على جانبية أكبر لدى المستهلك ويسهل عليه حفظها.

العلامة التجارية الإيحائية وهذا النوع شائع جدا ومألوف ويقوم على خلق تداعيات في ذهن المستهلك مع المنتج المعنى دون أن تصبح العلامة وصفية وهذه الحالة تبعد العلامة عن الوصف المباشر للمنتج نحو الإيحاء بنوعية السلعة وذلك من خلال احتوائها على الدلالات اللغوية اللازمة لخلق تداعيات ذهنية تشير بشكل ما إلى بعض خصائص وميزات المنتج أو الخدمة المعينة.

وهذا النوع يعتبر أصعب من حيث التسجيل والقبول من العلامات المبتكرة والعشوائية.

النوع الأخير من العلامات هي العلامات التجارية الوصفية وهو نوع من العلامات لا يمكن له الحصول على الحماية القانونية بدون اكتساب معنى آخر بعيد عن الوصف المباشر للمنتج المعنى.

إلى أربعة أنواع : أولها العلامة التجارية المبتكرة الخالية من المعنى .. المنحوتة.. وهي العلامة المنحوتة المكونة من الفاظ تخلو من أي معنى يمكن أن يستدل منه على طبيعة العلامة التجارية واستخدامها ويعتبر هذا النوع من أكثر العلامات التجارية قوة وسهولة في الحصول على الحماية القانونية حيث يتم الحصول على العلامة عن طريق الجمع بين تركيبة معينة من الحروف للحصول على كلمة جديدة ليس لها وجود لغوي سابق في القاموس .. غير أن اختيار مثل هذه العلامات يفرض على صاحب العلامة القيام بحملة دعائية قوية لخلق وعي لدى المستهلك.

النوع الثاني العلامة التجارية العشوائية .. وهي العلامة التجارية التي تتكون من كلمات معينة لا يربطها أي رابط منطقي بالخدمة أو المنتج الذي تسوق له فهي تخالف باستخدامها المعنى الأصلي المتعارف عليه لدى العامة وبالتالي تتعد عن وصف المنتج بالمعنى اللغوي ويصبح

الخاصة بالعلامات التجارية والتي تصدرها المنظمة العالمية للعلامات التجارية (INTA) والتي تتخذ من نيويورك مقراً لها فإن استخدام العلامات التجارية اتسع مع الوقت وزادت أهميته بالنسبة للمصنعين والمستهلكين على السواء وكانت العلامات التجارية على المواد تفيد بعض المستهلكين في تذكر مصدر هذه المواد عند احتياجها مرة أخرى وخصوصاً الأواني الخزفية التي كانت مشهورة وتصنع في الصين واليونان وروما وكانت تحمل علامات خاصة باسم صانع هذه الأواني.

أنواع العلامات

ومن منطلق شروط منظمة العلامات التجارية فإنه لا بد لاختيار علامة تجارية واعتمادها من أهلية العلامة للتسجيل في البلد الأصلي والبلدان الأخرى وكذا عدم وجود علامات مشابهة أو مماثلة تستخدم في السوق قد تسمح لطرف ما بالاعتراض على التسجيل.

وتصنف العلامات التجارية

تاريخ..

● يمتد تاريخ العلامات التجارية إلى ما قبل أربعة آلاف سنة قبل الميلاد وتم استخدامها لنفس الأسباب التي تستخدم لأجلها اليوم على الرغم من الفارق الزمني.

وكان الاستخدام الأول للعلامات كدعوى خاصة بأشكال ورسومات معينة توضع على المشية للتعرف عليها عند اختلاطها أو للبحث عنها وكانت في الغالب تمثل علامات خاصة بمالك القطيع.

وقد دلت الحفريات الأثرية في كهوف جنوب غرب أوروبا والتي تعود إلى العصر الحجري البرونزي على وجود صور ماشية موسومة بعلامات خاصة بأشكال مختلفة كما وجدت صور شبيهة على جدران الإهرامات تعود إلى حوالي أربعة آلاف سنة قبل الميلاد وهذا التقليد لا يزال موجوداً حتى الآن في بعض مناطق الغرب الأمريكي ، وحسب المعلومات المقتبسة من الصحيفة

من الأضرار

● الذي يحكم تزوير العلامات التجارية ووضعها على سلع غير مطابقة لأدنى مميزات العلامة المعروفة عند المستهلكين هو انتشار السلع وإقبال الناس على استهلاكها واحتياجهم لها..

وحسب المعلومات التي ترصدتها وزارة الصناعة فإن الأونة الأخيرة شهدت تقليداً للعلامات التجارية الموجودة على السلع الاستهلاكية والعمود ومواد التجميل وكذلك الأدوية التي تحمل علامات تجارية لاتعرف عنها شيئاً وأما الأضرار فهي لاتحصى .. فمثلاً عند استخدام السلع تؤدي إلى أضرار منها:

العمود تتحول إلى رائحة سيئة، البودرة تسبب تحسناً في الجلد.. (الشمبوهات) تؤدي إلى تساقط الشعر .. لأن جميعها حسب وزارة الصناعة لاتحمل أدنى المواصفات الجيدة ولاتصلح للاستخدام الآدمي إطلاقاً لكنها موجودة.

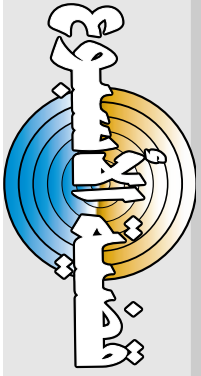
التجارية. هذه المرة الأمر مختلف فقد المحت شركات عالمية كبرى بإنها ليست مستعدة للاستمرار في التعامل مع وكلائها في اليمن وقد تنقل وكالاتها إلى دول أخرى غير بلادنا لأنها ليست على استعداد للقيام بمهام آخرين.

وكيل وزارة الصناعة والتجارة اعتبر أن هذه الإجراءات كارثة في حق اقتصادنا الوطني لكنها لن تحدث مادام هناك إجراءات كثيرة قائمة.

يقول: (الآن نتعاون مع جهات عديدة مثل الجمارك المشرفين على المنافذ وآخرين لهم دور في تقليص هذه الظاهرة).

غسان يوسف مختص مع آخرين بتقديم استشارات قانونية للشركات التي تصدر سلعها إلى بلادنا تتضابق كثيراً من وجود سلع تحمل علاماتها التجارية وتترافع للئيل من المقلدين.

ويلمح إلى أن شركات مصنعة ذات جودة عالية قد تسحب وكالاتها من يمنيين يعملون وكلاء لها هذا إذا أحست أنها متضررة من السوق أكثر مما تستفيد.



التحقيقات

Thu, 3 Jun 2004 ..
15/4/1425 - No
(14449)

تحقيقات