

دراسه اثر تطبيق الملكيه الفكرية على التصميم البنائى لعبوات التعبئة والتغليف

Study the impact of intellectual property application on the structural design of packaging

ا.م.د. منى محمود محمود على

استاذ مساعد - قسم الطباعة والنشر والتغليف - كلية الفنون التطبيقية - جامعه حلوان

Assist.Prof.Dr. Mona Mahmoud Mahmoud Ali

Assistant Professor - Department of Printing, Publishing and Packaging - Faculty of Applied Arts - Helwan University

monamahmoud1981@gmail.com**الملخص**

يعد تصميم البنائى للعبوة أحد العوامل الرئيسية المحدده لهوية العلامة التجارية حيث يضيف قيمه تسويقية للمنتج ، ولكى يستطيع المصمم ان يُبدع فى عمل تصميم بنائى للعبوه يحقق وظائف الحماية والاحتواء والبيع للمنتج – فانه يحتاج ان يطمئن ويتأكد ان تصميمه يتمتع بحمايه الملكيه الفكرية مثله مثل النماذج الصناعيه- ليحقق ذاته وكيونته فى الابداع وتحقق الشركه أهدافها الترويجيه والتسويقية. تهدف هذه الورقه البحثيه الى اثبات ان عبوات التغليف هى احد فروع النماذج الصناعيه والتي تتمتع بحقوق الحماية فى قانون الملكيه الفكرية مما يجعل المصمم يفكر ويخطط عن ما بداخله من ابداع يساعد الشركه فى انتاج عبوه تتمتع بكل الجوانب التسويقية وتشبع متطلبات العميل- وينقسم البحث الى محورين- المحور الاول نستعرض فيه اهميه عبوات التغليف و نوضح علاقه قانون الملكيه الفكرية بالتصميم البنائى للعبوه وما يجعل العبوه تتمتع بالملكيه الصناعيه.اما المحور الثانى فهو الدراسه التطبيقية حيث قام الدارس بتصميم استبيان طرح به مجموعه الاسئله على العاملين فى مجال تصميم عبوات التغليف البنائيه وشركات المنتجات اصحاب الصناعه وحللها وقاس الانحراف المعيارى ومعامل الاختلاف للعاملين فى مجال تصميم عبوات التغليف البنائيه وشركات المنتجات اصحاب الصناعه.

وكانت اهم نتائج البحث هى انه ليس هناك معرفه لدى الكثير من مصممين التغليف بان عبواتهم تتمتع بالحمايه الصناعيه اذا ما خضعت لمجموعه من الشروط طبقاً لقانون الملكيه الفكرية. ووضحت الدراسه ضروره تسجيل الملكيه الفكرية لتصميمات العبوات التى تقوم بتصميمها المصمم فى شركات التغليف لتشجيع المصممين على الابداع .

الكلمات المفتاحية

الملكيه الفكرية ، النماذج الصناعيه، التصميم البنائى، براءة اختراع التصميم

Abstract

The structural design of the package is one of the main factors that determine the identity of the brand and adds marketing value to the product. In order for the designer to be creative in creating a structural design for the package and protect, contain and sell the product - this structural design must enjoy the intellectual property of industrial models - so that the designer himself and his entity in creativity and the company achieves its marketing goals. Here comes the goal of this research, which is to prove that packaging packages are one of the branches of industrial models that enjoy protection rights in the intellectual property law, which makes the

designer creative and disclose what is inside of it of creativity and the company shines in producing a package that enjoys all marketing aspects and satisfies the customer's requirements - The research is divided into the first axis in which we present the importance of packaging packages and the relationship of intellectual property law to the structural design of the package, while the second axis is the applied study. The most important results of the research were that there is no knowledge among many packaging designers that their packages may enjoy industrial protection, but according to a set of conditions according to the intellectual property law. The most important recommendations were that every company working in the field of packaging should encourage designers to be creative and protect this creativity by registering it.

Keywords

Intellectual property ،Industrial models ،Structural design ،design patent

المقدمة

مع التقدم في برامج الحاسب الالى أصبح من السهل عمل تصميم بنائى للعبوه، لكن من الصعب إتقانه تصميميها والابداع دون دراسه . ويتطلب هذا الأمر مصمم تغليف مبدع مُلم بكل جوانب التغليف المختلفه ليحقق الغرض من تصميم العبوه، وحين يصل المصمم الى تصميم بنائى للعبوه تحقق اهدافه العلميه والعملية فهو يكون فى حاجه ملحه الى حمايتها فكرياً ليتمتع بكافه حقوقه هو وصاحب المنتج من الحماية.

مشكله البحث

قلق المصمم من الاقبال على عمل تصميم بنائى جديد يحقق التميز والتفرد لشركته خوفا من الاعتداء على الفكره التى ابتكرها بسبب عدم توفر حمايه الملكيه الفكرية والسطو على التصميم الجديد الذى صممه.

هدف البحث

اثبات ونشر الثقافه الملكيه الفكرية لدى العاملين فى مجال التصميم البنائى للتغليف والتوعيه بأن عبوات التغليف الجديده والمبتكره تخضع للحمايه الصناعيه اذا خضعت لمجموعه من الشروط وفقا لقانون الملكيه الفكرية .

فروض البحث

اذا تم التعرف على اهم الجوانب التى تحميها الملكيه الفكرية بخصوص النماذج الصناعيه فان هذا سوف يؤثر بالايجاب على ابداع عبوات تحمي المنتج من التلف، وتسهل عمليات النقل والتخزين وتعزز قيمه التسويقيه للشركه المنتجه.

حدود البحث

الحدود الزمانيه : الحدود المسموح بهما لإتمام متطلبات البحث على الوجه الأكمل.

الحدود المكانيه : الحدود المسموح بهما لإتمام متطلبات البحث على الوجه الأكمل.

انتهج الدارس إلى المنهج التحليلي حيث قدم دراسته وصفية عرض من خلالها ضروره توفر شروط التميز الاصيليه للعبوات التغليف لامكانيه تسجيل حق ملكيه فكريه لها ، ثم قام بعمل دراسته تحليليه للتعرف على مدى وعى العاملين بحقوق الملكيه الفكرية التي تحمي كل النماذج الصناعيه ومن ضمنها عبوات التغليف التي تحمل صفه العبوه الاصيله . ثم صمم استبيان طرح به مجموعه الاسئله على العاملين فى مجال تصميم عبوات التغليف البنائيه وشركات المنتجات اصحاب الصناعه وحللها وقاس الانحراف المعيارى ومعامل الاختلاف للعاملين فى مجال تصميم عبوات التغليف البنائيه وشركات المنتجات اصحاب الصناعه - كى تحقيق الهدف المرجو من البحث.

براءة اختراع التصميم design patent

المحور الاول

الدراسة النظرية دراسته اهم ما يميز عبوه التغليف وعلاقته بالنماذج الصناعيه للملكيه الفكرية.

المحور الثانى

الدراسة التطبيقية عمل دراسته تحليليه لمعرفة مدى المام العاملين بالمجال لحقوق الملكيه الفكرية التي تتمتع بها

النماذج الصناعيه

مقدمه

يلعب التصميم البنائى للعبوات دورًا محوريًا وحيويًا فى احتواء وعرض المنتجات ، ويرتكز التصميم البنائى للعبوات على الابتكار وقد ساعدت برامج الحاسب المزوده بتجربته محاكاة الواقع بتحسين قدره التنافسيه بين شركات صناعه العبوات، مع الوضع فى الاعتبار ان التصميم البنائى للعبوه يجذب العميل الى شراء المنتج الى جانب تحقيق حمايه والاحتواء للمنتج - ولكن قد لا يتحفز المصمم الى ابتكار تصميم بنائى جديد للعبوه لعدم توفير حمايه التامه لتصميمه، ولكن مع تواجد قانون الملكيه الفكرية توفرت حمايه التامه للعلامه التجاريه وللتصميم البنائى للعبوات.

البند الاول:- ألتصميم البنائى للعبوات

١/١- معنى التصميم البنائى للتغليف

تصميم التغليف مجال متعدد التخصصات ، يأخذ فى الاعتبار الجوانب الوظيفية مثل الاحتفاظ والحماية محتوياته من التلف، النقل والتصنيع، وتنقسم العبوه الى ثلاث اجزاء

١- التغليف الأولى او الأساسى:- Primary Packaging

وهو التغليف الذى يتعامل معه المستهلك، ويوفر الاتصال القانونى والتسويقي فى كثير من الاحيان ،مثل العلب ، الأفلام، الملصقات، الصواني، الأواني، الزجاجات...الخ.

٢- التغليف الثانوى:- Secondary Packaging

وهى عبوات احتواء تستخدم لتجميع كمية من العبوات الأولية او الاساسيه ، وفى بعض الاحيان يتم وضع العلامة التجارية عليها واستخدامها لأغراض العرض، على سبيل المثال الصناديق الخارجية، الصناديق البلاستيكية، الفيلم الانكماشى.

وهي العبوات التي تستخدم لتجميع المنتجات في حمولات أكبر للنقل ، ويتم إزالة هذه العبوات عادةً قبل عرض المنتجات للبيع مثل المنصات الخشبية أو البلاستيكية.

١/ ٢ - أهم العوامل نجاح التصميم البنائي لعبوه التغليف

العوامل الفيزيائية: - Physical protection

الاهتزاز، الضغط، درجة الحرارة، الخ" ويقصد بها توفير الحماية المادية للأشياء الموجودة داخل العبوة من الصدمات،

○ السهولة في الاستخدام: - Easy to Use

وهذا يعنى تحقيق التوازن الصحيح بين شكل العبوه الذى يجذب المستهلك وسهولة استخدامها، ولهذا السبب من المهم أن نأخذ فى الاعتبار وزن كل من المنتج والعبوة بالإضافة إلى كيفية دمجهما معًا .

○ الحماية: - Protective

وهذا يعنى ان تتمتع العبوه بالحمايه الكافيه للمنتج الداخلى اثناء عمليات النقل والتداول. ولهذا السبب من الضرورى اختيار تصميم وكذا مواد تعبئة وتغليف تعطى الأولوية لسلامة منتجك وتكون مجهزة للوصول الى المستهلك.

○ التكيف: - Adaptable

يجب ان تصمم العبوه بما يحقق الراحة والمرونه فى الاستخدام ، حتى نضمن تكرار استخدام العميل لنفس العبوه مره اخرى.

○ التجربة: - Experiential

يجذب العملاء بشكل طبيعى إلى المنتجات التى لا تبدو جذابة بصرياً فحسب بل توفر أيضاً تجربة لا تُنسى عند الاستخدام ويساهم اختيار المواد والألوان والأنسجة وحتى ترتيب المنتج داخل العبوة فى تشكيل تلك التجربة.

○ مواد صديقه للبيئه: - Eco-friendly Packaging Materials

يبحث العملاء بنشاط عن المنتجات المعبأة فى مواد صديقة للبيئه ويتم الحصول عليها من خلال ممارسات مستدامة، مما يجعلها أحد الاعتبارات المهمة لتصميمات التغليف الناجحة.

١/ ٣- مميزات التصميم البنائى لعبوات التغليف

نجد أن اهم ما يتطلبها التصميم البنائى لعبوات التغليف هو ما يلى:-

١- جذب الانتباه والاستدامة.

٢- سهوله وبساطه طرق الفتح والغلق.

٣- تصميم بنائى يرسم البسمه على وجهه العميل.

٤- تصميم مثالي وعملى.

٥- تصميمًا قابلاً لإعادة التدوير.

تعرف حقوق النماذج الصناعية بانها " الحقوق التي تهدف الى ان توفر لرجل الصناعة سلطة استثنائية على عمله وذلك عن طريق انفراد ببيع منتجات من نوع معين او فى شكل معين"
وتعرف النماذج الصناعية بالنسبة لقانون الملكية الفكرية بأنها كل تصميم او نموذج صناعي ترتيب للخطوط وكل شكل مجسم بالوان او بغير الوان إذا أخذ مظهراً مميزاً يتسم وكان قابلاً للاستخدام الصناعى .
وبناءً على ما سبق فان التصميم البنائى للعبوه يكون تصميمياً او نموذجاً صناعياً عندما يتم ترتيب كل الخطوط لاعطاء السلع او المنتجات رونقاً جميلاً او شكلاً يميزها من السلع او المنتجات المتماثلة، وطبقاً للقانون فإن النماذج الصناعية تشمل على براءات الاختراع ونماذج المنفعة - العلامه التجاريه- الرسوم والنماذج الصناعيه- الموشرات الجغرافيه- المعلومات غير المفصح عنها - تصاميم الدوائر المتكامله- الاصناف النباتيه- المناقسه غير المشروعه، وان اهم ما بهم موضوع البحث هو الرسوم والنماذج الصناعيه.

٢/٢- الرسوم والنماذج الصناعية

يقصد بالرسوم او النموذج الصناعى كل ترتيب للخطوط او كل شكل مجسم بالوان او بغير الوان يستخدم فى الانتاج الصناعى بوسيلة اليه او يدويه او كيميائية وتستخدم الرسوم والنماذج الصناعيه فى تجميل المنتجات ، ومن امثله تلك الرسوم الصناعيه مجموعه الخطوط والالوان الزخرفيه التى تظهر على السجاد والخطوط التى توضع على سطح المنتجات فتضفى عليها رونقا جماليا . اما النماذج الصناعيه فهى القالب الخارجى الذى تتخذ المنتجات فيعطيهها شكلاً مبتكراً ، وقد يوضع الرسم على المنتجات او القوالب الخارجيه بطريقه يدويه كالرسم بالالوان او التطريز او حفر نقوش على السلع الخشبيه او المعدنيه وتطعيمها بالعاج او الاصداف او المعادن .

وقد توضع الرسوم او تصنع المنتجات بطريقه اليه كالطباعة على المنسوجات او صب المنتجات فى قوالب وقد تلون المنتجات بطريقه كيميائية كالصبغة ، كما عرف البعض الرسم او التصميم الصناعى فهو " اى تركيب ام تنسيق للخطوط يضى على المنتج رونقا او يكسبه شكلاً خاصا سواء تم ذلك باستخدام الآلة او بطريقه يدويه بما فى ذلك تصاميم المنتجات " ويتضح من ما سبق ان كل ترتيب للخطوط بطريقه فنيه مبتكرة تكسب السلع او المنتجات رونقا جميلاً او شكلاً جذاباً يشد انتباه المستهلك ويميزها عن السلع او المنتجات المتماثلة و يُعد رسماً صناعياً ، وينطبق هذا على التصميم البنائى للعبوات بكافه اشكالها وانواعها عندما تحقق متطلبات القانون ويطلب مصمم العبوه تسجيل نمودجه للاحتفاظ بالملكيه الفكرية وتشجيعه على الابتكار والابداع .

٣/٢- خصائص النماذج الصناعيه

- ١- تتميز النماذج الصناعيه بانها حقوق احتكاريه تمنح لاشخاص معينين دون الاخرين لاستغلال ابتكار جديد او اشارة مميزة كما انها ذات طابع مؤقت وتسقط بعدم الاستعمال .
- ٢- تخول هذه الحقوق لصاحبها سلطة استثنائية على ابتكاره تمكنه من التصرف فيه بكل حرية ومنع الغير من الاستفادة به او التعدى عليه الا بناء على ترخيص منه اى انها تمكن صاحبها من احتكار استغلالها ماديا واقتصاديا فى مواجهه الكافه

بمعنى ان للمبتكر وحده دون غيره حق استغلال ابتكاره بصفة مطلقة في مواجهه الكافة وبالتالي تحمى صاحبها من منافسة الاخرين له طيلة قيام حق الاحتكار.

٣- هي سلطة مباشرة يمنحها القانون للشخص بحيث تعطيه مكنة الاستثناء بكل ما ينتج عن فكره من مردود مالى يتعلق بنشاطه الصناعى.

٤- هي حقوق خاصة ينظمها من جانب القانون التجارى ومن جانب اخر هي متصلة بالقانون العام وبصفه خاصه القانون الادارى وهكذا يجد التشريع الصناعى مكانه فى المنطقه المشتركة بين القانون العام والقانون الخاص .

٤/٢- التصميم البنائى للعبوه نموذجاً صناعياً

طبقاً للماده ١١٩ من القانون رقم (٢) لسنة ٢٠٠٢ الخاص بالملكية الفكرية التصميمات والنماذج الصناعية فنص على انه يعتبر تصميم او نموذجاً صناعياً لك ترتيب للخطوط وكل شى مجسم بالوان او يغير الوان اذا اتخذ مظهراً مميزاً يتسم بالجدة وكان قابلاً للاستخدام الصناعى"

بناء على ما سبق يكون التصميم البنائى للعبوه تصميمياً او نموذجاً صناعياً وفقاً لحكم القانون فيما يلى

1- يعتبر تصميماً صناعياً design كل ترتيب للخطوط يستخدم لاعطاء السلع او المنتجات رونقا جميلاً او شكلاً جذاباً يميزها عن غيرها من السلع او المنتجات المتماثلة.

ولا يشترط فى هذا الترتيب للخطوط ان يودى الى شكل معين او منظر جميل او ان ينطوى على قيمة فنية عالية كذلك لا اهمية لاستخدام الالوان فى هذه الخطوط او عدم استخدامها .

مما سبق يعتبر اى ترتيب للخطوط يعتبر تصميماً صناعياً وفقاً للمادة (١١٩) من القانون المذكور طالما ان هذا التصميم يستخدم فى الصناعة لاعطاء المنتجات شكلاً جذاباً يميز السلع التى يخصص لها او يوضع عليها ويجعل لها ذاتية خاصة تميزها عن غيرها من السلع المتماثلة ، وهذا ما ينطبق على التصميم البنائى لعبوات التغليف فهى مصممه لاحتواء المنتج الداخلى ويستخدم فى مجال صناعه التغليف ويعطى شكلاً مميزاً للمنتج يضيف اليه التميز ويجذب العميل.

2- يعتبر نموذجاً صناعياً modele شكل السلعة او الانتاج ذاته. فاذا كان التصميم الصناعى يتمثل فى وضع خطوط على سطح المنتجات او السلع لتحميلها وتزيينها لاعطائها رونقا جذاباً فان النموذج يتمثل فى شكل السلعة الخارجى ذاته form اى الشكل الذى تتجسد فيه الالة المبتكرة او السلعة ذاتها .

ومن امثلة ذلك طبقاً للقانون النموذج الخارجى للسيارة او الثلاجة وشكل الانية او التحف ذاتها او شكل الزجاجه (العبوه) التى يوضع بها المواد المنتجة مثل زجاجات المشروبات الغازية او الروحية او الروائح العطرية او العبوه الخاصه باحتواء المنتج الداخلى. وطبقاً للقانون لا يشترط فى النموذج ان يكون على درجه عاليه من الناحيه الفنيه اى لا يشترط ان يمثل قيمه فنيه رائعه او شكلاً فنياً معيناً.

طبقاً لما سبق فان كل ما يشترط فى التصميم البنائى للعبوه او النموذج الصناعى هو ان يودى الى تمييز المنتجات المتماثلة واضافه خصائص ذاتية لهذه المنتجات او السلع التى يمثلها ، وقد يضاف الى النموذج الصناعى علامه تجاربه فى الوقت ذاته وبالتالي يتمتع بحمايه مزدوجه الاولى باعتباره نموذجاً صناعياً والثاني بصفته علامه تجاربه.

تعتبر التصميمات والنماذج الصناعية ملكية فكرية بشرطين الاول ان يكون التصميم او النموذج الصناعي جديداً والثاني ان يستخدم التصميم او النموذج في المجال الصناعي وتتناولهما على نحو ما يلي :

الشرط الاول:- ان يكون التصميم او النموذج الصناعي اصيلا

يشترط في التصميم او النموذج الصناعي ان يكون جديداً، حتى يتمتع بحمايه المُشرع القانونيه والمقصود بعنصر المنتج الاصلى في هذا الشأن هو ان يكون للتصميم او للنموذج طابعاً خاصاً يميزه عن غيره من التصميمات والنماذج الصناعية المشابهه .

وهذا يعنى أن أهم ما يميز التصميم البنائى للعبوه هو التميز والذاتيه الخاص التي تجعل للتصميم او النموذج شكلاً مختلفاً عن غيره من التصميميات والنماذج المشابهة والمعروفة ، بمعنى الا يعكس التصميم او النموذج نقلا عن تصميم او نموذج سابق .

ولهذا وطبقاً لما ورد في القانون فانه يجب عند المقارنة بين تصميمين صناعيين النظر اليهما ككل ليس الى الاجزاء المكونة لتصميم كل منهما - اذ قد يشتركان في الموضوع او قد يتركبان من خطوة او الوان متماثلة ومع ذلك يكون كل تصميم مختلفاً عن الاخر فيعتبر كل منهما جديداً بالذاتيه الخاصة للتصميم .

وقد منح المشرع جهة التسجيل وهي الادارة العامة للعلامات التجارية والتصميمات والنماذج الصناعية ، وقد تستمد عناصر التصميم من صور الطبيعة دون ان يكون ذلك فاقداً لعنصر المنتج الاصلى طالما ان صاحب التصميم قد اضاف شيئاً او ابرز مجهوده في التصميم واصبح له طابعاً مميزاً .

نستنتج مما سبق ان يكون التصميم او النموذج الصناعي مستحقاً للحمايه اذا نتج عن نموذج جديد له ذاتية خاصه ، وبناءاً على ذلك لا يعتبر التصميم او النموذج فاقداً لعنصر الاصله الا اذا كان مطابقاً او مشابهاً لتصميم او نموذج اخر معروف ، فكل تعديل جوهري ينشأ عنه تغيير في التصميم او يضيف عليه طابعاً خاصاً يميزه عن غيره يؤدي لاعتبار التصميم او النموذج جديداً، انه اذا كان النقل عن الطبيعة مطابقاً تمام التطابق فلا يعتبر هذا التصميم جديداً ولا يعد ابتكاراً على اطلاق وبالتالي لا يستحق للحماية القانونيه.

الشرط الثاني :- ان يستخدم التصميم او النموذج في المجال الصناعي

طبقاً للماده (١١٩) من قانون الملكيه الفكرية فانه يشترط في التصميم والنموذج أن يكون مستخدماً في الانتاج الصناعي بقول المشرع في الماده"

وكان قابلاً للاستخدام الصناعي" ومعنى ذلك ان التصميم والنموذج يجب ان يخصص لتمييز المنتجات الصناعية حيث ينحصر تطبيق احكام هذا القانون على التصميمات والنماذج المعده فعلاً للتطبيق في المجال الصناعي اى التي تلتصق مثلاً على جدران السلع وتصبح جزء منها او اشكال السلع ذاتياً .

ونستنتج مما سبق ان التصميم البنائى لعبوات التغليف يعتبر تصميمياً او نموذجاً صناعياً لانه جزء لا يتجزء عن المنتج المعبأ فهو يستخدم في المجال الصناعي ويستهدف إصباغ لمسه جماليه على السلعه ، لانه يستهدف التأثير في ادواق العملاء مثل زجاجه الكوكاكولا عبوات اللبن المعب

٦/٢- معوقات تمتع التصميم البنائي للعبوه والنموذج الصناعي للاصالة

يتمتع النموذج الصناعي بالجديه والذاتيه ولكنه طبقاً لقانون الملكية الفكرية فان التصميم او النموذج الصناعي يفقد وصف الجدة والذاتيه اذا اُشتمل على اختلافات غير جوهرية بالنسبة لتصميم بنائي او نموذج صناعي سابق او خصص لنوع اخر من المنتجات غير ما خصص له التصميم او النموذج السابق تسجيله .

وطبقاً للماده (١٢٠) فان المشرع حسم صفة الجديه بانه يلزم وجود اختلافات جوهرية فى التصميم او النموذج عن غيره مما سبق تسجيله سواء خصص هذا الاخير للمنتجات ذاتها او غيرها كما سبق القول

وبهذا يشترط المشرع المصرى صفة الجده المطلقه على التصميم او النموذج الصناعى واشترط لاعتباره جديدا الا يكون مطابقاً لتصميم او نموذج سابق ، ولو كان الاخير مخصصاً لمنتجات مختلفة ، كما اشترط المشرع لاصباح صفة الجدة ان يكون التصميم او النموذج مختلفاً عن غيره اختلافاً جوهرياً وليس مجرد اختلاف طفيف .

٧/٢- اشتراطات الإفصاح عن التصميم او النموذج الصناعى

هناك اختلاف بين اراء الفقهاء فى القانون عن وقت الإفصاح عن النموذج الصناعى وقد انقسم هذا الاختلاف الى رأيين تم توضيحهما فيما يلى:-

الرأى الاول

يرى البعض انه للحصول على براءة الاختراع للنموذج فانه يجب ان يحتفظ صاحب التصميم او النموذج بسرئته الى ان يتم تسجيله وهى الجده الخارجيه، فإذا اذاعه صاحبه قبل التسجيل، فقد أفصح عن رغبته فى التخلّى عن حقوقه الخاصة عليه ، فيصير التصميم او النموذج والحال كذلك من الاموال المباحة ويجوز لكل شخص تقليد واستعماله دون ان يتعرض لعقوبة ما مما سبق نستنتج انه سوف يكون من شأن الادارة المكلفة باجراء التسجيل عدم البحث فى أمر جده التصميم او النموذج ، وانما لها التاكيد فقط من توافر الشروط الشكلية ، فان تسجيل التصميم بعد اذاعته لا يمنع ذوى المصلحة من طلب بطلانه على اساس عدم الجده.

الرأى الثانى

يرى البعض انه لا يشترط ان يحتفظ صاحب التصميم او النموذج بسرئته حتى يتمتع بالحمايه القانونيه ، فعلاوة على عدم اشتراط المشرع المصرى ذلك صراحة كما فعل بالنسبة للاختراعات فان طبيعة كل منهما تختلف عن الاخر، فالحكمة التى من اجلها اشترط المشرع احتفاظ المخترع بسر اختراعه حتى يتقدم بطلب الحصول على البراءة هو حث المخترع على الكشف عن سر اختراعه للمجتمع ، فاذا كان قد افشاه قبل ذلك فليس ثمة داع لمنحه البراءة ويصبح الاختراع مباحاً للجميع وان هذه الصفة غير متوافرة فى حالة التصميمات والنماذج الصناعية حيث انها تتعلق بالنظر الخارجى للمنتجات وبناءً على ما سبق يمكن لصاحب التصميم او النموذج ان يتقدم بطلب التسجيل الى الادارة المختصة دون ان يرفض طلبه على اساس سبق اذاعته سر التصميم او النموذج ، وان النشر عن التصميمات او النماذج قبل تسجيلها او الاعلان عنها لم يكن يثيرتب عليه سقوط ملكيتها واعتبارها من الاموال المباحة كما هو الحال بالنسبة للاختراعات ، بل على العكس تظل مملوكة لصاحبها الا انه لم يكن يستطيع المطالبة بالحمايه القانونية الخاصة وفقاً للقانون الا بعد تسجيلها.

مما سبق نستنتج ان التصميم البنائى والنموذج الصناعى يجب ان يخصص لتمييز المنتجات الصناعية حيث ينحصر تطبيق احكام هذا القانون على التصميمات والنماذج المعدة فعلاً للتطبيق فى المجال الصناعى اى التى تلتصق مثلاً على عبوه السلعة وتصبح جزء منها.

قد حددت المادة (١٢٤) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية الحالات التي لا يجوز فيها لمصلحة التسجيل

التجاري تسجيل اي تصميم او نموذج صناعي وهي :

- 1- التصميم او النموذج الذى تستلزمه عادة الاعترافات الفنية او الوظيفية للمنتج . وهذا يعنى عدم جواز تسجيل شكل معين او تخطيط تصميمى يتطلبه انتاج السلعة بالضرورة من الناحية الفنية ، مثل انتاج قطع للصابون فلا يجوز تسجيل الشكل الدائرى او المستطيل او البيضاوى لتمييز نموذج المنتج حيث تتطلب الوظيفة الفنية للانتاج اتخاذ اى من هذه التصميمات او النماذج .
- 2- التصميم او النموذج الذى يتضمن شعارات او رموزا دينية او اختاما او اعلاما خاصة بجمهورية مصر العربية او بالدول الاجنبية كذلك لا يجوز تسجيل التصميم او النموذج الذى ينشا عن استخدامه اخلال بالنظام العام او الاداب العامة .
- 3- التصميم او النموذج الذى يتطابق او يتماثل او يتشابه مع علامة تجارية مسجلة او علامة مشهورة. فلا يجوز تسجيل تصميم او النموذج صناعى متطابق او متماثل سبق تسجيله .

٩/٢- تصميمات حاصله على براءة اختراع وحمايه الملكيه الفكرية

يمكن لبعض التصميمات البنائيه الفريده للتغليف أن تساعد المنتج فى التميز ، فغالبا ما تخلق العبوة الانطباع الأول فى أعين المستهلكين فى عمليه عرض المنتج وبيعه . وفى بعض الاحيان يتم تجاهل حمايه عبوات المنتجات من خلال الملكيه الفكرية من خلال الشركات الخاصه بتصميم العبوات. وقد حرصت مجموعه من الشركات على حمايه التصميم ابنائى لعبواتها وكذا التصميم الجرافيكى بالوانه ويتضح ذلك من النماذج التاليه:-

١- عبوه بسكويت الفطر

فى ١٢ أغسطس ٢٠١٣، تقدمت مجموعه Jiangxi Jiangzhong بطلب للحصول على براءة اختراع تصميم باسم "صندوق التغليف (بسكويت فطر عرف الأسد، عبوة لمدة ١٥ يومًا)" وحصلت على ترخيص فى ٨ يناير ٢٠١٤ (شكل ١) . أبرمت مجموعه Jiangzhong اتفاقية ترخيص تنفيذ براءة الاختراع مع شركة Jiangzhong Food Therapy Company، التى تمنح الحقوق الحصرية للتنفيذ والاستخدام .



شكل (١) عبوه بسكويت فطر عرف الأسد

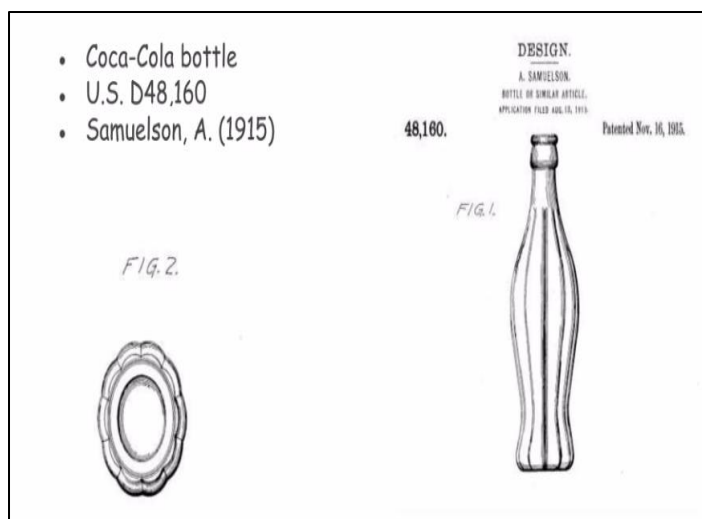
حقوق براءة اختراع التصميم لشركة Zongzi الخاص بعبوه التنين لـ (صندوق التعبئة والتغليف على شكل قارب) كما هو موضح في شكل (٢) ، فإن صندوق التغليف المعنى له شكل خارجي على شكل قارب، مع حافته خلفيه خضراء وتصميم يضم تنينًا طائرًا وسحبًا. عندما يتم رفع غطاءى الصندوقين فإنه يشبه سفينة شراعية، وحصل التصميم على براءة اختراع باللون الأخضر، عند النظر في التأثير البصري العام، وبهذا سجلت هذه الشركة حمايه قانونيه لعبوتها من حيث التصميم البنائى والجرافيكي اللوني لمنع اى تشابه او تقليد او محاكاة من اى شركة اخرى.



شكا(٢) عبوه التنين الطائر

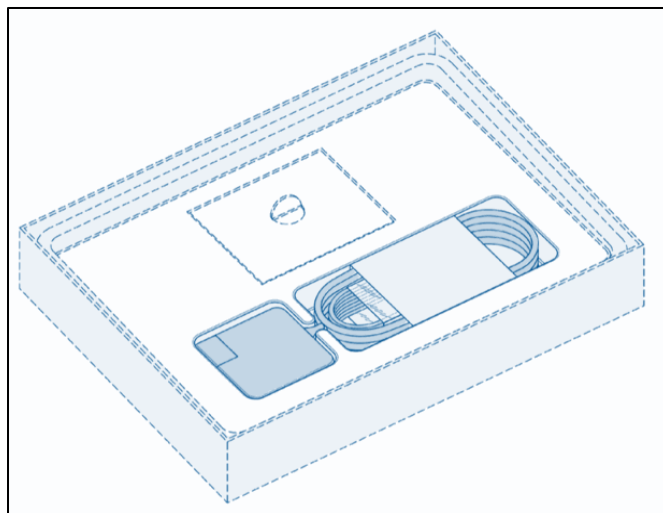
٣- زجاجة الكوكاكولا

حصلت شركة كوكاكولا على براءات اختراع وتسجيل لتصميم العبوة الزجاجيه والغطاء(شكل ٣) ، باعتبارها عبوه اساسيه لبيع المنتج لذا وجب حمايتها، ولان شكل الزجاجه على الرف يمكن أن يجعل المشروب مميزًا ويقبل عليه المستهلك. من المعروف أن شركة كوكا كولا أثبتت فائدة التغليف المميز على مر السنين في صناعة المشروبات الغازية، ويعود تاريخ براءة اختراع التصميم على أول زجاجة كوكاكولا لعام ١٩١٥.



شكل(٣) زجاجة الكوكاكولا

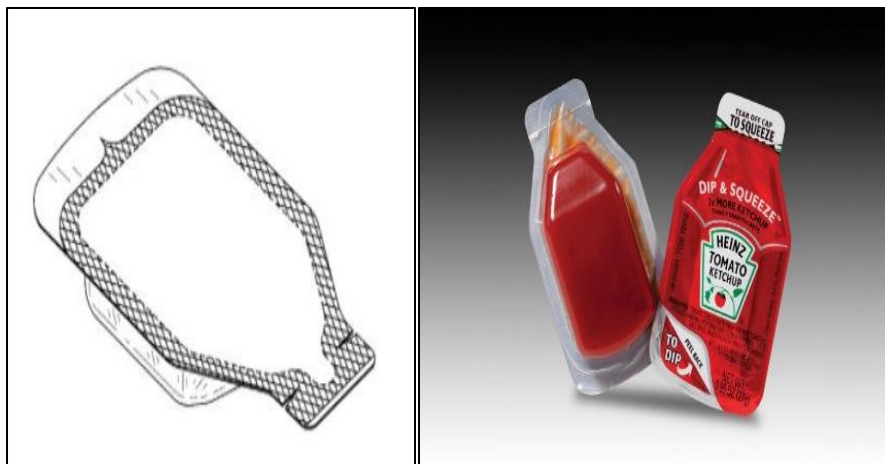
حصلت شركة ابل على حقوق الحماية لتصميم عبوة منتجاتها لاعطاءه المظهر التجارى للتميز والانفراد كذلك والاهم حمايه منتجاتها الداخليه شكل(٤)، حيث قسمت عبوتها بشكل يخصص مكان لكل جزء من اجزاء المنتج المباع ليحقق الامان عند تداول المنتج الى ان يصل الى يد العميل.



شكل (٤) عبوة هاتف محمول ابل

٥- عبوة كاتشب هاينز

تعتبر براءه الاختراع التصميميه مفيده بشكل خاص لشركات الأغذية ، فقد يكون المنتج قديم ولكن الشركه بحجه الى حمايه التصميم البنائى لعبوتها وهذا ما قد تقدمت به شركه هاينز (شكل ٥) ، فإن هذه الشركه تتقن حرفة صناعه المنتج الغذائى ولكنها بحاجه الى تقديم المنتج للجمهور فى عبوات مبتكرة ، لذلك شملتها بالحمايه.



شكل (٥) عبوة الكاتشب لشركه هاينز

البند الثانى:- الدراسه التطبيقيه

تعتبر براءة التصميم أداة تنافسية رائعة فى صناعة التصميم. ولاتمام متطلبات البحث والوصول الى مدى المام مجتمع العينه بمعرفه ما اذا كانت عبوات التغليف تتمتع بحمايه المالكه الفكرية من عدمه- وانقسمت اسئله الاستبيان الى جزئين:-

الجزء الاول:- تم طرح مجموعه الاسئله على العاملين فى مجال تصميم عبوات التغليف البنائيه وشركات المنتجات اصحاب الصناعة - ومنها تم قياس الانحراف المعيارى ومعامل الاختلاف للعاملين فى مجال تصميم عبوات التغليف البنائيه وشركات المنتجات اصحاب الصناعة.

الجزء الثانى:- تم طرح الاسئله على العملاء، وقد كان مجتمع العينه ١١٠ فرد- منهم ٣٠ فرد يعملون فى مجال تصميم العبوات اصحاب الصناعة، ٨٠ فرد من العملاء - بعدها تم دراسه العلاقات بين مردود الاسئله للعاملين فى المجال والعملاء لقياس المردود ومدى رضاء العملاء عن تمتع تصميم عبوه منتجهم بالحمايه، وقد تم استخدام برنامج SPSS للتحليل الاحصائى لدراسه العلاقات بين المتغيرات المختلفه لاثبات مدى تحقيق فرضيه البحث من عدمه .

١- قياس مدى رضاء العاملين فى المجال واصحاب الصناعة عن حمايه التصميمات البنائيه والنماذج الصناعيه

عند اجراء التحليل الاحصائى لمجموعه الاسئله ظهرت النتائج التاليه

١- بنسبه ٩٥,٧% وافقوا على ان التصميم البنائى للعبوه يؤثر بشكل كبير على جذب انتباه العميل لشراء المنتج وان لم يكن بحاجة الى المنتج.

٢- بنسبه ٩٨,٧% وافقوا على انه للجانب الوظيفى للعبوه اهميه كبيره فى حمايه محتوى العبوه الى ان يصل للعميل وهذا يرفع من ثقته العميل فى المنتج.

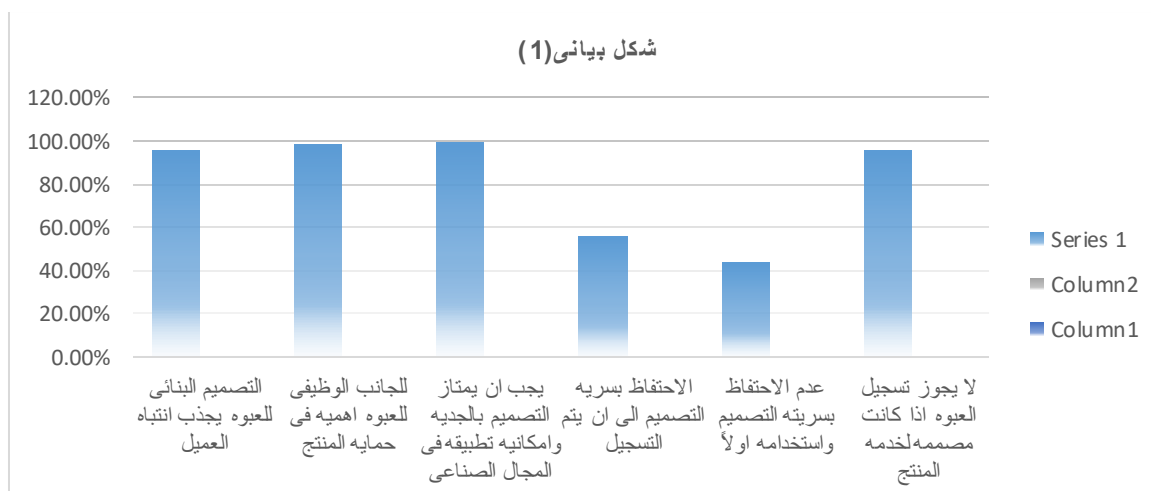
٣- بنسبه ٩٩,١% وافقوا على انه يجب ان يكون للتصميم او للنموذج طابعاً خاصاً يميزه (صفه الاصاله) عن غيره من التصميمات والنماذج الصناعيه المشابهه فى نفس المنتج.

٤- بنسبه 55,7% وافقوا على انه يجب ان يحتفظ صاحب التصميم او النموذج بسريته الى ان يتم تسجيله .

٥- بنسبه ٤٤,٣% يأيرون انه يجب ان لا يحتفظ صاحب التصميم او النموذج بسريته وان يطبق استخدامه فى الصناعه مباشرتا الى ان يتم تسجيله .

٦- بنسبه ٩٥,٧% وافقوا على انه لا يجوز تسجيل الشكل معين للعبوه حينما يخدم هذا الناحيه الوظيفيه للمنتج .

ويوضح رسم بيانى(١) نتيجته التحليل الاحصائى السابق



٢- قياس الانحراف المعياري ومعامل الاختلاف للعاملين في مجال تصميم عبوات التغليف البنائيه وشركات المنتجات اصحاب الصناعة حيث نجد أن:-

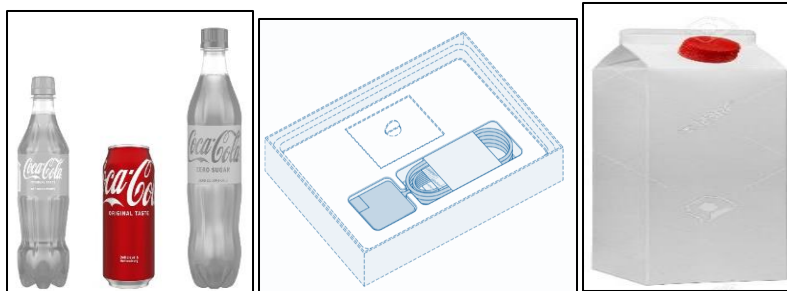
متوسط الإتجاه لعينة القياس بما يعادل ٢,٧، ٣، ٢,٨% وهذا يعكس مدى موافقة مجتمع العينة على ما ورد في عبارات الاستبيان. وان معامل الإختلاف (إجمالى البعد) وصل الى ٧,٦% وهذا يثبت مدى مصدقيه موضوع البحث ، حيث عمل البحث على نشر الثقافه المعرفيه لدى العاملين فى مجال التصميم البنائى للتغليف بان العبوه تابعه للنماذج الصناعيه والتى تتمتع بالحمايه لحقوق الملكية الفكرية .

جدول (١) لقياس معامل الانحراف المعياري لمجتمع العينه

معامل الإختلاف	الإنحراف المعياري	المتوسط	N	اسئله الاستبيان الموجهه للعاملين والعملاء
٧,٣١٣%	٣٥٤0.	.84١	٣٠	التصميم البنائى للعبوه يأثر بشكل كبير على جذب انتباه العميل لشراء المنتج
٨,٥١٦%	٢٤٥0.	.31٢	٣٠	الوظيفى للعبوه اهميه كبيره فى للجانب حمايه محتوى العبوه الى ان يصل للعميل
١٠,٨١٣%	٣٦٤0.	٢,٨٨٠	٣٠	ان يكون للتصميم او للنموذج طابعاً خاصاً يميزه (صفه الجده
٧,٢٢%	٠,٤٠٢	.77١	٣٠	يحتفظ صاحب التصميم او النموذج بسريته الى ان يتم تسجيله
٧,٢٢%	0.402	.77١	٣٠	ان يطبق استخدام التصميم او النموذج الصناعى مباشراً فى الصناعه الى ان يتم التسجيل
٥,٤٩%	٣٤٤0.	١,٣٠٣	٣٠	لا يجوز تسجيل الشكل معين للعبوه حينما يخدم هذا الناحيه الوظيفيه للمنتج

٣- قياس مردود التصميم البنائى للعبوات على رضاء العميل عن المنتج

فى هذا الجزء للوصول الى فرض البحث تم تحديد مجتمع عينه ٨٠ فرد من العملاء - وتم عرض مجموعه من العبوات الحاصله على التسجيل على العملاء وقياس مدى رضاءهم عن العبوة بمدى الابداع وحمائيتها للمنتج من التلف، سهوله عمليات النقل وتعزيز القيمة التسويقيه للشركه المنتجه- تم عرض عبوه كرتونية (tetra pack) متعدد الاستخدام شكل (٦) و عبوه الجهاز اللوحى لشركه ابل شكل (٧) وزجاجه كوكاكولا شكل (٨).



شكل (٦) عبوه كرتونية شكل (٧) عبوه الجهاز اللوحى شكل (٨) زجاجات كوكاكولا

وكانت النتائج كما يلى وموضحة فى الجدول التالى (جدول ٢)

- ١- بنسبه تتراوح من ٩٠% الى ٩٨,٧% وافقوا على ان للتصميم البنائى للعبوه اهميه كبيره للحفاظ على الناحيه الوظيفيه للعبوه.
- ٢- بنسبه تتراوح من ٩١,٢٥% الى ٩٦,٦% وافقوا على ان للتصميم البنائى للعبوه اهميه كبيره للحفاظ على الناحيه الجماليه للعبوه.
- ٣- بنسبه تتراوح من ٩١,٢٥% الى ٩٣,٧% وافقوا على ان العبوات المسجله تمتعت بالحمايه وحققت سهوله الاستخدام لدى العميل. وبهذا تكون حققت صفة الجديه والقابليه للتطبيق الصناعى طبقاً لمتطلبات القانون.
- ٤- بنسبه تتراوح من ٨٧,٥% الى ٩٣,٧% وافقوا على ان العبوات المسجله حققت السلامه للعبوه اثناء عمليات النقل والتخزين.
- ٥- بنسبه تتراوح من ٩١,٢٥% الى ٩٥% وافقوا على ان منحت العبوه بتصميمها البنائى المصداقيه لدى المستهلك وزادت القوه الشرائيه.

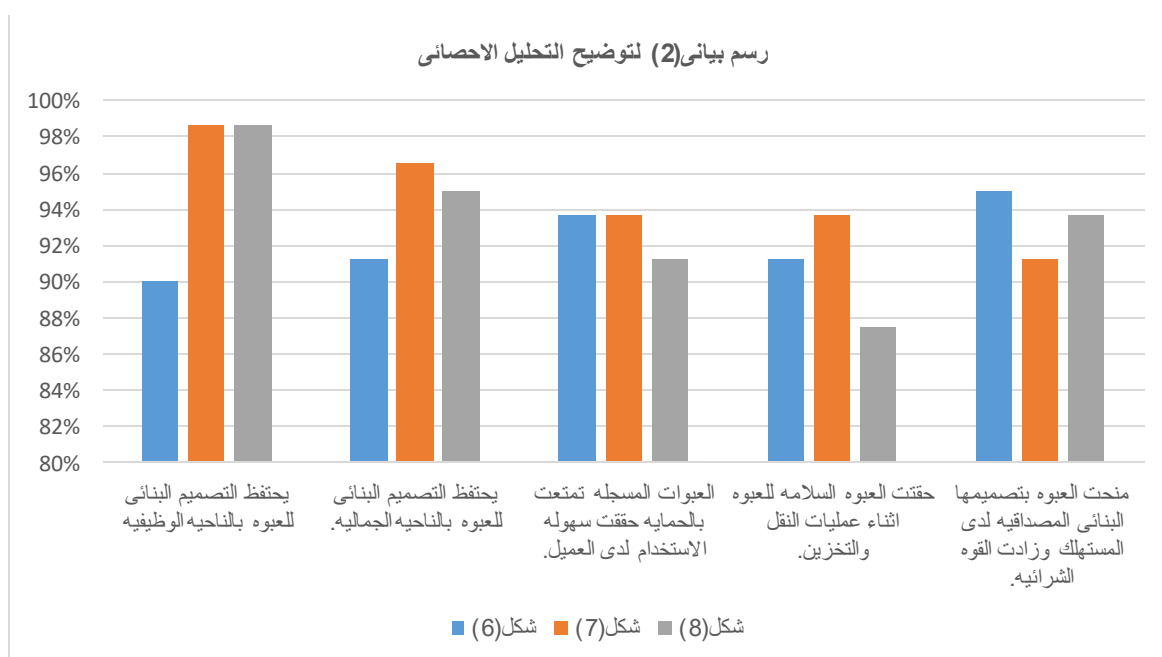
جدول (٢) التحليل الاحصائى لقياس مدى رضاء العملاء

التصميم البنائى للعبوه المتمتع بالحمايه						عبارات الاستبيان الموجهه للعملاء
شكل (٨)		شكل (٧)		شكل (٦)		
العدد	%	العدد	%	العدد	%	
٠	٠%	٠	٠%	٠	٠%	لا
٨	١٠%	1	١,٢٥%	٨	١٠%	الى حد ما
٧٢	٩٠%	٧٩	٩٨,٧%	٧٢	٩٠%	نعم
٠	٠%	٠	٠%	٠	٠%	لا

الى حد ما	٧	%٨,٧٥	٣	%٣,٧٥	٦	%٥	يحتفظ التصميم البنائي للعبوة بالناحية الجمالية.
نعم	٧٣	%٩١,٢٥	٧٧	%٩٦,٦	٧٤	%٩٥	
لا	٠	٠	٠	٠	٠	٠	
الى حد ما	٥	%٦,٢٥	٥	%٦,٢٥	٧	%٨,٧٥	العبوات المسجلة تمتعت بالحماية حققت سهوله الاستخدام لدى العميل.
نعم	٧٥	%٩٣,٧	٧٥	%٩٣,٧	٧٣	%٩١,٢٥	
لا	٠	٠	٠	٠	٠	٠	
الى حد ما	٧	%٨,٧٥	٥	%٦,٢٥	١٠	%١٢,٥	حققت العبوة السلامة للعبوة اثناء عمليات النقل والتخزين.
نعم	٧٣	%٩١,٢٥	٧٥	%٩٣,٧	٧٠	%٨٧,٥	
لا	٠	٠	٠	٠	٠	٠	
الى حد ما	٤	%٥	٧	%٨,٧٥	٥	%٦,٢٥	منحت العبوة بتصميمها البنائي المصداقيه لدى المستهلك وزادت القوه الشرائيه.
نعم	٧٦	%٩٥	٧٣	%٩١,٢٥	٧٥	%٩٣,٧	

ويوضح الرسم البياني التالي(٢)

نتائج التحليل الاحصائي لقياس مدى رضا العملاء عن العبوات الحاصله على التسجيل



توصل الدارس إلى النتائج التالية:

- اولاً:- قياس مدى رضا العاملين في المجال واصحاب الصناعة عن حمايه التصميمات البنائيه والنماذج الصناعيه
- ١- بنسبه ٩٥,٧% وافقوا على ان التصميم البنائى للعبوه يأثر بشكل كبير على جذب انتباه العميل لشراء المنتج وان لم يكن بحاجه الى المنتج.
 - ٢- بنسبه ٩٨,٧% وافقوا على انه للجانب الوظيفى للعبوه اهميه كبيره فى حمايه محتوى العبوه الى ان يصل للعميل وهذا يرفع من ثقته العميل فى المنتج.
 - ٣- بنسبه ٩٩,١% وافقوا على انه يجب ان يكون للتصميم او للنموذج طابعاً خاصاً (صفه الاصاله) يميزه عن غيره ويكون قابل للتطبيق الصناعى.
 - ٤- بنسبه 55.7% وافقوا على انه يجب ان يحتفظ صاحب التصميم او النموذج بسرئته الى ان يتم تسجيله ، وبنسبه ٤٤,٣% يأيدون انه يجب ان لا يحتفظ صاحب التصميم او النموذج بسرئته وان يطبق استخدامه فى الصناعه مباشرتا الى ان يتم تسجيله . وطبقاً للقانون فقد ترك المشرع لصاحب الابداع حريه التصرف.
 - ٦- بنسبه ٩٥,٧% وافقوا على انه لا يجوز تسجيل الشكل معين للعبوه حينما يخدم هذا الناحيه الوظيفيه للمنتج .

ثانياً:- قياس مردود التصميم البنائى للعبوات على رضا العميل عن المنتج

- ١- بنسبه تتراوح من ٩٠% الى ٩٨,٧% وافقوا على ان للتصميم البنائى للعبوه اهميه كبيره للحفاظ على الناحيه الوظيفيه للعبوه.
- ٢- بنسبه تتراوح من ٩١,٢٥% الى ٩٦,٦% وافقوا على ان للتصميم البنائى للعبوه اهميه كبيره للحفاظ على الناحيه الجماليه للعبوه.
- ٣- بنسبه تتراوح من ٩١,٢٥% الى ٩٣,٧% وافقوا على ان العبوات المسجله تمتعت بالحمايه وحققت سهوله الاستخدام لدى العميل. وبهذا تكون حققت صفه الجديه والقابليه للتطبيق الصناعى طبقاً لمتطلبات القانون.
- ٤- بنسبه تتراوح من ٨٧,٥% الى ٩٣,٧% وافقوا على ان العبوات المسجله حققت السلامه للعبوه اثناء عمليات النقل والتخزين.
- ٥- بنسبه تتراوح من ٩١,٢٥% الى ٩٥% وافقوا على ان منحت العبوه بتصميمها البنائى المصداقيه لدى المستهلك وزادت القوه الشرائيه

التوصيات

- ١- التوصيه بتمكين المصمم من الحصول على حمايه لتصميمه البنائى ونموذجه الصناعى .
- ٢- مراعاة اعتبار ان التصميم البنائى للعبوه جزء لا يتجزأ من تصميم المنتج.
- ٣- التوصيه بان يقوم أصحاب الشركات باتخاذ اجراء للحفاظ على ملكيتهم الفكرية للتصميم البنائى للعبوه والقابل للتطبيق فى المجال الصناعى بشكل مناسب مع تسهيل استخدامه فى عمليه الانتاج مع الاستفادة من الحمايه القانونيه المتاحة.
- ٤- مراعاة ان يتمتع التصميم والنموذج الصناعى بالاصاله ويكون قابلاً للتطبيق الصناعى ويتمتع بالحمايه.

- ١- محمد حسام محمود نظمي- حقوق الملكية الفكرية- المفاهيم الاساسيه- بدون ناشر- ٢٠٠٤
- ٢- د/ سميحة القليوبي- الملكية الصناعية - الطبعة السابعة- دار النهضة العربية - ٢٠٠٨
- ٣- د/ حسام الدين الصغير- الجديد فى العلامه التجاريه - دار الفكر الجامعى - ٢٠٠٧
- ٤- خالد محمد ابراهيم- حقوق الملكية الفكرية- الطبعة الاولى- بدون ناشر- ٢٠١١

ثانياً:- الأبحاث الاجنبية:-

١-Dainora Grundey , FUNCTIONALITY OF PRODUCT PACKAGING: SURVEYING CONSUMERS' ATTITUDE TOWARDS SELECTED COSMETIC BRANDS- *Functionality of Product Packaging: Surveying Consumers' Attitude Towards Selected Cosmetic Brands, Economics & Sociology, Vol. 3, No 1, 2010, pp. 87-103*

2-[Vorobeva Olga](#) -*Integrated Approach to Industrial Packaging Design*[South -Ural State University](#)-October 2018-IOP Conference Series Materials Science and Engineering 262(1):012150-262(1):012150

٣- [Rain Chen](#)- *Design Patent: A Unique Tool for Design Protection*-June 2020- *Recent Patents on Engineering* 14(1):29-38- 14(1):29-38.

4- MARK C. FLEMING -WILMER CUTLER PICKERING -UNITED STATES COURT OF APPEALS

FOR THE FEDERAL CIRCUIT- Case: 21-2348 Document: 199 Page:1 October 2023.

ⁱ - Dainora Grundey , FUNCTIONALITY OF PRODUCT PACKAGING: SURVEYING CONSUMERS' ATTITUDE TOWARDS SELECTED COSMETIC BRANDS- *Functionality of Product Packaging: Surveying Consumers' Attitude Towards Selected Cosmetic Brands, Economics & Sociology, Vol. 3, No 1, 2010, pp. 87-103*

^١- محمد حسام محمود نظمي- حقوق الملكية الفكرية- المفاهيم الاساسيه- بدون ناشر- ٢٠٠٤ - ص ٨

^٢- د/ سميحة القليوبي- الملكية الصناعية - الطبعة السابعة- دار النهضة العربية - ٢٠٠٨ - ص ٦٣٧

- د/ حسام الدين الصغير- الجديد فى العلامه التجاريه - دار الفكر الجامعى - ٢٠٠٧ - ص ٨ . ٧

^٧- د/ سميحة القليوبي- مرجع سابق- ص ٦٥٥

٧- خالد محمد ابراهيم- حقوق الملكية الفكرية- الطبعة الاولى- بدون ناشر- ٢٠١١- ص ٦١

٧- خالد ممدوح ابراهيم- مرجع سابق- طبقاً للطعن رقم ٦٦٥ لسنة ١٩٧١/١٢/٦ جلسة ١٩٧١/١٢/٦ السنة ٢٢ ص ٧٠١

١- باريس جلسة ١٣ ديسمبر ١٩٨٣- المجلة الفصلية ١٩٨٥- ٩ ريبير ٥٠٧

٨- د/ محمد حسام محمد لطفى- حقوق الملكية الفكرية- المفاهيم الاساسية- الطبعة الثانية ٢٠٠٢- ص ١٨

٨- د/ محسن شفيق - مرجع سابق ص ٦٨٦

٨- خالد ممدوح ابراهيم- مرجع سابق- ص ٢٦٦

٢٠٢٣- *Case Study: Intellectual Property Protection for Packaging Boxes* - x ○