**دراسة الحالة 30**

**حماية حقوق الملكية الفكرية: علامة "توي إيهو" (TOI IHO) التجارية في نيوزيلندا**

في عام 2002، أطلق مجلس فنون الماوري في وكالة "كرييايتيف نيوزيلند" (Creative New Zealand) علامة "توي إيهو™" التجارية التي تشير إلى جودة فن الماوري وأصالته. وكان السير أبيرانا نغاتا (Sir Apirana Ngata)، وهو سياسي ومحامٍ بارز من جماعة الماوري، قد اقترح منذ عام 1936 فكرة اعتماد علامة ماوري للجودة والأصالة. وفي عام 1964، ناقش مجلس الماوري مجدداً هذه الفكرة التي لم تثمر حتى عام 2002، عندما طُوّرت العلامة التجارية بتوجيه من رئيسة "تي واكا توي" (Te Waka Toi)، إليزابيث إليس، ومجموعة من الفنّانين الماوريين، إثر سلسلة من اجتماعات "*هوي*" (*hui)* الوطنية، بدعمٍ من وكالة "كرييايتيف نيوزيلند". وكانت جماعة الماوري بالتالي مشاركةً إلى حدٍ بعيد في العملية، فكانت المبادرة مبادرة "من الماوري من أجل الماوري".

وسجّلت وكالة "كرييايتيف نيوزيلند" أربع علامات تجارية هي: "توي إيهو™" من صنع جماعة الماوري، و"توي إيهو™" من صنع أشخاص معظمهم من جماعة الماوري، و"توي إيهو™" من إنتاج مشترك، ووكلاء مرخص لهم ببيع منتجات "توي إيهو™". وتشير هذه العلامات التجارية إلى أن السلع عالية الجودة وأن مصنّعيها يتحدّرون من أصل ماوري أو معظمهم من جماعة الماوري، أو أن السلع أُنتجت من خلال تعاون ما بين أشخاص من الماوري وآخرين من غير الماوري. وأُطلقت هذه العلامات التجارية رداً على الهواجس التي أعرب عنها أفراد الماوري بشأن حماية الحقوق الثقافية وحقوق الملكية الفكرية، وسوء استخدام مفاهيم الماوري وأساليبهم ورموزهم واستغلالها، وعدم حصول الماوري على أي منافع تجارية. وتغطّي هذه العلامات التجارية حوالى 250 فناناً ماورياً عاملين في مجال الأزياء والهندسة والتصاميم الصناعية والجرافيكية.

وقد مُنح هذا التسجيل بعد عملية طويلة من تقديم الطلبات اشترطت أن يبرهن الفنّانون أن أعمالهم عُرضت في صالات عرض ومعارض وأنها "أصلية" وأن الفنانين أنفسهم من الماوري.[[1]](#footnote-1)

**جماعة الماوري تتملّك العلامة التجارية**

قرّرت وكالة "كرييايتيف نيوزيلند" في عام 2009 أنها لن تستثمر بعد الآن في إدارة هذه العلامات التجارية والترويج لها. فقد زعمت الوكالة، استناداً إلى بحوث سوقية وآراء الفنّانين وملاحظاتهم، أنه على الرغم من أن فنانين عدّة كانوا يستخدمون علامات "توي إيهو™" التجارية للترويج لأعمالهم، غير أن عدداً أكبر من فنّاني الماوري حقّق النجاح من دون استخدامها. ووفقاً للوكالة، "فشلت العلامات التجارية في الوفاء بوعدها من حيث زيادة مبيعات فن الماوري". ونصحت الوكالة الفنّانين والوكلاء المرخّص لهم باستخدام علامة "توي إيهو™" بأن يحدّوا من استخدام العلامات التجارية.

ولم يكن فنّانو الماوري كلّهم راضين عن تراجع استخدام علاماتهم التجارية. فقامت مصممة الأزياء والمجوهرات الماورية سوزان تاماكي بمناقشة الحجج المقدّمة للحدّ من استخدام العلامات، معلنةً أنها قد استفادت من تسجيلها كفنانة في "توي إيهو™" وأن المنافع لم تقتصر على التسويق والاحتراف ولكنها شملت أيضاً انضمامها إلى مجموعة من فنّاني الماوري. وقالت:

"إن علامة ["توي إيهو"] تتيح إشاعة التماسك بين الفنانين. فبدلاً من أن يقوم كلّ منّا بعمله بشكلٍ منفصل وأن نظهر مشتتين، تربطنا العلامة كمجموعة واحدة".[[2]](#footnote-2)

ولهذا السبب، أطلقت جماعة الماوري حملةً لتملّك العلامات التجارية من وكالة "كرييايتيف نيوزيلند". وقالت إليزابيث إليس، وهي فنّانة ماورية رائدة وأمينة "مؤسسة الفنون" في نيوزيلندا، شاركت بنشاط في إطلاق المبادرة:

"نحن، جماعة الماوري، ننظر إلى [علامة "توي إيهو"] على أنها كيان حيّ، لا بل رمز الإبداع الماوري ومبادرة إيجابية لفن الماوري العالي الجودة. فالأمر ليس بمثابة مشروع بيروقراطي يمكن وقفه بسهولة".[[3]](#footnote-3)

وبناءً على ذلك، تم في شهر أيار/مايو 2010 نقل علامات "توي إيهو™" التجارية من وكالة "كرييايتيف نيوزيلند" المموّلة من الحكومة إلى هيئة جديدة ذات ملكية ماورية هي "مؤسسة توي إيهو الانتقالية" (TTIF)، بانتظار إنشاء هيئة قانونية جديدة.[[4]](#footnote-4)

1. مقال "جماعة الماوري تطالب باستعادة "توي إيهو"، العلامة التجارية التي تشير إلى التميّز في الفن الماوري":

[http://www.newswire.co.nz/2010/02/Māori-save/](http://www.newswire.co.nz/2010/02/maori-save/) [↑](#footnote-ref-1)
2. المرجع نفسه. [↑](#footnote-ref-2)
3. إليس، مذكورة في المرجع نفسه. [↑](#footnote-ref-3)
4. "توي إيهو" بين أيدي الماوري (أخيراً!)، 22 أيار/مايو 2010:

 http://news.tangatawhenua.com/2010/05/toi-iho-in-maori-control-finally [↑](#footnote-ref-4)