

Article 16 of TRIPS Agreement) المتعلقة بالمنتجات فقط وقد وسعت المادة (16) الحماية إلى ما وراء التشابه بين العلامات المشهورة أو ذائعة الشهرة لتمتد إلى الحالات التي يكون فيها استخدام العلامة التجارية مؤشراً إلى علاقة أو رابط بين المنتج أو الخدمة وبين مالك العلامة التجارية المشهورة مما يؤدي إلى الإضرار بهذا المالك، وبمعنى آخر فإنه يمنع تسجيل أي علامة تجارية إذا كان استخدامها يشير إلى العلاقة بين هذا المنتج أو الخدمة وبين مالك العلامة التجارية المشهورة الأصلي لأن هذا سيؤدي إلى الإضرار بهذا المالك وذلك لأن المستهلك سيعتقد بوجود علاقة أو رابط بين علامة المنتجات أو الخدمات الجديدة وبين مالك العلامة التجارية المشهورة الأصلية. كما قد يسيء إلى مالك العلامة التجارية المشهورة الأصلية إن كانت المنتجات أو الخدمات المقدمة في ظل العلامة الجديدة أقل جودة ومستوى من منتجات أو خدمات العلامة الأصلية. لهذا وفي هذه الحالة لا يشترط التشابه بين المنتجات أو الخدمات ولا يشترط أن يكون لها نفس الاستخدام لدى المستهلك بل قد تكون العلامة الأصلية المشهورة تنتمي إلى فئة مختلفة من المنتجات أو الخدمات، أما شركة جوفكيد فهي مالكة للعلامة دورفي التي قامت بتسجيلها في ألمانيا لاحقاً بعد تسجيل العلامة التجارية دافيدوف وهي متخصصة في منتجات كالمعادن الثمينة والسلع المطلية بالمعادن الثمينة مثل سلع الديكور المصنوعة يدوياً والمجوهرات والساعات. والأحجار الثمينة وأجهزة قياس الوقت بعد قيام شركة جوفكيد بتسجيل علامتها التجارية (Durffee) في ألمانيا قامت شركة دافيدوف برفع دعوى قضائية ضدها في ألمانيا لإلزامها بالتوقف عن استخدام العلامة التجارية (Durffee) وإبطال تسجيل تلك العلامة بحجة أن استخدام تلك العلامة يحدث اللبس والخلط لدى الجمهور مع العلامة التجارية دافيدوف. وبهذا ادعت شركة دافيدوف أن استخدام شركة جوفكيد للعلامة (Durffee) يلحق الأذى بسمعة المنتجات للعلامة (Davidoff) وذلك لأن جمهور المستهلكين لا يقرن تفكيره بتخصص الصين بالمنتجات للعلامة الاستثنائية عالية الجودة عندئذ قامت شركة دافيدوف برفع القضية إلى محكمة العدل الفيدرالية المعروفة باسم (federal court of justice) أو (Bundesgerichtshof) فقررت، المحكمة أن العلامات التجارية المشهورة أو ذات السمعة يجب ألا تحصل على حماية أقل في حالة (استخدامها لمنتجات متشابهة) ومفاد ذلك أنه يتوجب توفير الحماية للعلامة التجارية المشهورة أو ذات السمعة حتى لو استخدمت من قبل شركة أخرى لمنتجات تختلف عن منتجات الشركة صاحبة العلامة التجارية الأصلية. فلا يمكن الاستفادة من علامة تجارية مشهورة أو مسجلة سابقاً واستغلالها من قبل شركة أخرى لمنتجات مختلفة بحجة عدم وجود التماثل بين المنتجات. فمعيار الحماية لم يعد يستند إلى التشابه والتماثل الذي يؤدي إلى وجود خلط لدى المستهلك بين المنتجات. وإنما تجاوزته إلى ضرورة منع أي شركة من استغلال العلامة التجارية المشهورة لتسويق منتجات هي مختلفة كلياً عن منتجات العلامة المشهورة الأصلية.