حل المنازعات العقدية للعلامات التجارية بالتحكيم

"Resolving contractual disputes of trademarks by arbitration"

إعداد

هيام يعقوب بدران

إشراف

الأستاذ الدكتور أنيس منصور المنصور

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير

في القانون الخاص

قسم القانون الخاص

كلية الحقوق

جامعة الشرق الأوسط

ايلول، 2022

تفويض

ب

تفويض

أنا **هيام يعقوب عثمان بدران**، أفوّض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً وإلكترونياً للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: هيام يعقوب عثمان بدران.

التاريخ: 7/9/ 2022.

التوقيع: هيام بدران

ج

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها: "حل المنازعات العقدية للعلامات التجارية بالتحكيم

وأجيزت بتاريخ : ٧ /٩/ ٢٠٢٢

للباحثة : هيام يعقوب عثمان بدران

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم	الصفة	المكان	التوقيع
أ.د. انيس منصور المنصور	المشرف	جامعة الشرق الاوسط	.....
أ.د.محمد ابراهيم ابوالهيجاء	عضو اللجنة الداخلي ورئيس	جامعة الشرق الاوسط	.....
د. ياسين احمد القضاة	عضو لجنة داخلي	جامعة الشرق الاوسط	.....
د.جهاد محمد الجراح	عضو لجنة خارجي	جامعة العلوم الاسلامية	.....

شكر وتقدير

الشكر لله عز وجل والحمد له حمداً مباركاً من عمق الفؤاد حتى عرشهُ المقدس، اليه يُنسب الفضل لمنه عليَ بالصبر والقدرة على انجاز هذا العمل، فإنني احمده واشكره حمداً طيباً مباركاً يليق برحمته وكرمه على اتمام هذه الدراسة.

واتقدم بالشكر والتقدير الى **الأستاذ الدكتور أنيس منصور المنصور** لتكرمه بالإشراف على رسالتي ورفدي بالملاحظات القيمة التي وجهت رسالتي للمسار الصحيح.

كما واتقدم بخالص الشكر والتقدير الى الاساتذة الافاضل اعضاء لجنة المناقشة على قبولهم مناقشة هذه الرسالة، وعلى كل ملاحظة وارشاد لإثراء الرسالة وتقويمها.

الباحثة

هيام يعقوب بدران

الإهداء

الى روح ابي الغالي رحمه الله

الي امي الحبيبة اطال الله في عمرها وامدها بالصحة والعافية

الى زوجي وابنائي

الى شقيقيَ وشقيقاتي

اهدي هذه الرسالة المتواضعة

الباحثة

هيام يعقوب بدران

فهرس المحتويات

الموضوع **الصفحة**

العنوان ..... أ
تفويض .....ب
قرار لجنة المناقشة ..... **Error! Bookmark not defined.**
شكر وتقدير .....د
الإهداء ..... هـ
فهرس المحتويات .....و
الملخّص باللغة العربية ..... ح
الملخص باللغة الانجليزية ..... ط

الفصل الأول: خلفية الدراسة وأهميتها

أولاً: المقدمة 1
ثانياً: مشكلة الدراسة 4
ثالثاً: أهداف الدراسة 4
رابعاً: أهمية الدراسة 5
خامساً: أسئلة الدراسة 5
سادساً: الدراسات السابقة 6
سابعاً: منهج الدراسة 8
ثامناً: حدود الدراسة 8
تاسعاً: الإطار النظري للدراسة..... 8
عاشرا : مصطلحات الدراسة..... 9

الفصل الثاني: العلامة التجارية والعقود الواردة عليها

المبحث الاول : ماهية العلامة التجارية.....10
المطلب الاول: مفهوم العلامة التجارية واهميتها 10
المطلب الثاني: تسجيل العلامات التجارية 15
المطلب الثالث: طبيعة الحق في العلامة التجارية 20
المبحث الثاني: العقود الواردة على العلامات التجارية 26
المطلب الأول : عقد ترخيص العلامة التجارية.....26
المطلب الثاني : عقد الامتياز 35
المطلب الثالث :عقد رهن العلامة التجارية 38

المبحث الثالث : منازعات العلامات التجارية 43
المطلب الاول : المنازعات التي تنشأ نتيجة وقائع قانونية 44
المطلب الثاني : المنازعات العقدية للعلامات التجارية 48

الفصل الثالث : ماهية التحكيم في المنازعات العقدية للعلامات التجارية واجراءته

المبحث الاول: ماهية التحكيم ومزاياه.....50
المطلب الاول : تعريف التحكيم 51
المطلب الثاني : مزايا التحكيم في المنازعات العقدية للعلامات التجارية.....53
المبحث الثاني اتفاق التحكيم في عقود العلامات التجارية وشروط صحته 56
المطلب الاول : ماهية اتفاق التحكيم وصوره.....56
المطلب الثاني : شروط صحة اتفاق التحكيم.....63
المطلب الثالث : موقف المشرع الاردني من اللجوء الى التحكيم في منازعات العلامات التجارية 69
المبحث الثالث: إجراءات التحكيم في عقود العلامات التجارية 73
المطلب الاول : اجراءات الخصومة : 74
المطلب الثاني : القرارات التي تصدر عن هيئة التحكيم 79
المطلب الثالث : أثر حكم التحكيم في المنازعات العقدية للعلامات التجارية.....82

الفصل الرابع الخاتمة

النتائج 92
التوصيات 93
قائمة المراجع 95

حل المنازعات العقدية للعلامات التجارية بالتحكيم

إعداد: هيام يعقوب بدران

إشراف: الأستاذ الدكتور أنيس منصور المنصور

الملخّص

تناولت هذه الدراسة موضوع التحكيم في المنازعات العقدية للعلامات التجارية وفقا لاحكام التشريع الاردني حيث ان التحكيم في المنازعات العقدية للعلامات التجارية من شأنه ان يثير عدد من التساؤلات حول وجود نصوص قانونية خاصة تتعلق بالتحكيم في العلامات التجارية و مدى اهمية وجود نصوص قانونية خاصة تتعلق بمنازعات العلامات التجارية العقدية ، والاثر المترتب على وجود هذه النصوص القانونية في هذا النوع من المنازعات بالتحديد ، وهل يعتبر التحكيم هو الوسيلة الامثل لحلها ، لدراسة هذا الموضوع تم من خلال بيان ماهية العلامة التجارية واهميتها والحماية القانونية للعلامة التجارية وطبيعة الحق فيها والبحث في بعض العقود التي ترد على العلامة التجارية ومن ثم التطرق الى نطاق التحكيم في مجال منازعات العلامات التجارية وتحديد منازعات العلامات التجارية القابلة للتحكيم التي تعد البديل الأفضل من القضاء العادي في فض المنازعات لما يقدمه من سرعة وسهولة في حسم القضايا المدنية بصورة عامة والتجارية منها بصورة خاصة.

حيث تبين ان التحكيم في المنازعات العقدية للعلامة التجارية هو امر في غاية الاهمية الذي بدوره سوف ينعكس بشكل ايجابي في تشجيع الاستثمار حيث ان ذلك من شأنه ان يشجع الشركات الكبرى واصحاب العلامات التجارية ذات الشهرة العالمية على ابرام العقود المتعلقة باستغلال واستثمار العلامة التجارية ، كما انه يعود بالنفع على الشركات الوطنية ايضا .

الكلمات المفتاحية: تحكيم،ملكية فكرية ،منازعات العلامات التجارية،عقد الترخيص،الفرنشايز

"Resolving contractual disputes of trademarks by arbitration"

Prepared by: Hiam Badran

Supervised by: Prof. Anis Mansour

Abstract

This study dealt with the subject of arbitration in the contractual disputes of trademarks in accordance with the provisions of Jordanian legislation, as arbitration in the contractual disputes of trademarks would raise a number of questions about the existence of special legal texts related to arbitration in trademarks and the extent of the importance of the existence of special legal texts related to trademark disputes Nodal, and the impact of the existence of these legal texts in this type of dispute in particular, and is arbitration the best way to resolve it , to study this issue was done by clarifying the nature of the trademark and its importance and the legal protection of the trademark and the nature of the right to it and research in some contracts Which respond to the trademark and then to address the scope of arbitration in the field of trademark disputes and to determine the arbitrationable trademark disputes, which are the best alternative to the ordinary judiciary in settling disputes because of the speed and ease it provides in resolving civil cases in general and commercial ones in particular.

As it turned out that arbitration in trademarks is a matter of great importance, which in turn will be reflected positively in encouraging investment, as this would encourage major companies and owners of world-renowned trademarks to conclude contracts related to the exploitation and investment of the trademark, and it also returns It also benefits national companies

Keywords: Arbitration Agreement, Trademarks disputes, Intellectual property, licensing contract,Franchises .

الفصل الأول
خلفية الدراسة وأهميتها

أولاً: المقدمة

نظراً لما للعلامة التجارية من أهمية حيث أن قيمتها الاقتصادية من الممكن أن تحتل المكانة الأولى بين العناصر التي يعتمد عليها أي مشروع حيث تعد العلامة التجارية أحد أهم أصول الشركات وقد تصدرت اهتمامات الشركات المتنافسة حيث أنها تحقق أهمية مزدوجة بالنسبة للصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة وبالنسبة للمستهلك؛ فهي تحقق غاية التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة في تمييز بضائعه أو منتجاته أو الخدمات التي يقدمها عن مثيلاتها، وتحقق الغاية التي يتوخاها المستهلك في الحصول على البضائع او الخدمات او المنتجات الجيدة والتي يعلم بماهيتها ويستطيع التمييز والتعرف عليها من خلال العلامة التجارية. [1]

ونظرا للأهمية التي تحظى بها العلامات التجارية لارتباطها الوثيق باقتصاد الدول من خلال تطوير وتحريك عجلة التجارة الدولية والاقتصاد ولكونها في بعض الأحيان تمثل أكثر أصول المشاريع أهمية وبالتالي يجب إدارتها بوعي وفاعلية فمهمة الحفاظ على العلامة التجارية وشهرتها وجودتها أكثر أهمية من إنشائها ، ولمنح صاحب العلامة التجارية امتيازات حصرية وذلك باحتكار الحق الذي يخوله دون غيره بكافة التصرفات القانونية من استغلال واستعمال، ومن خلال العقود المبرمة بين الأطراف للاستفادة منها، فإن هذا الامتياز ولما تحققه العلامة التجارية من أهمية في الجانب الاقتصادي جعل من العلامة التجارية عرضة للعديد من الممارسات غير المشروعة ، مما ينشأ معه نزاعا بين الأطراف قد يؤدي بالنتيجة الى اللجوء الى الجهات القضائية المختصة للفصل فيه .

---

(1) زين الدين،صلاح (2006) العلامات التجارية،وطنيا ودوليا،منشورات دار الثقافة للنشر والتوزيع،عمان ،الاردن،ط1،ص 1

ويدل مصطلح منازعات العلامات التجارية على وجود خلاف بين طرفين حول حق من حقوق العلامات التجارية في علاقة قانونية ما ، بحيث تكون هذه المنازعات متعلقة بالسلطات الممنوحة بمالك الحق سواء اكانت استعمال العلامة التجارية او استغلالها او التصرف بها .

وحيث أن الطريق العادي لفض المنازعات التي تنشأ في المعاملات المدنية والتجارية على السواء هو التقاضي أمام المحاكم التي تنشئها الدولة، وهي التي تختار قضاتها وتضع القوانين الواجب تطبيقها، إلا أن هذا الطريق العادي لفض المنازعات، وإن كان آمنا بسبب ما يحيط به من ضمانات تكفل سلامة العدالة إلا أنه يتسم بالبطء، وإن كان بالإمكان التغاضي عن ذلك في المعاملات المدنية إلا أنه من غير الممكن التجاوز عن ذلك في المعاملات التجارية لأنه يربك التجار، ويعطل حركة الأموال ، وكذلك إذا تعلق الأمر بخلاف دولي نشأ عيب آخر عدا عن البطئ الا وهو تحديد المحكمة المختصة والقانون الواجب التطبيق ، لهذا نجد أن بعض التجار يعزفون عن اللجوء إلى المحاكم العادية ويفضلون الاتفاق على إحالتها الى التحكيم لحل النزاع، وبذلك فهم يتلافون بعض العيوب التي يمكن أن تواجههم لدى لجوئهم للقضاء العادي ، وذلك لأن القضاء العادي مقيد بالقوانين والإجراءات التي يتوجب على القاضي والخصوم احترامها ويمتنع عليهم مخالفتها، إلا أن التحكيم يتميز بالتحرر الذي يتمثل في الحرية للمحكم للتقدير والفصل في النزاع بما يحقق مصلحة الخصوم، ولما تتطلبه العلامات التجارية من معرفة متخصصة، وهذا ما يمكن ضمانه من خلال عرض النزاع على التحكيم، حيث أن الأطراف يتولون اختيار المحكمين من بيان الأشخاص المعروفين لديهم ممن يتصفون بالتخصص في مجال النزاع المعروض عليهم.

ونظرا لما يحققه التحكيم للمتقاضين من سرعة في فصل المنازعات و لما له من أهمية كبيرة بين الشركات والأفراد حيث أنه يساعد وبشكل أساسي في إنعاش الحياة التجارية والاقتصادية ، وتشجيع

المستثمر على الدخول في استثمارات كبيرة، وفي علاقات تجارية واسعة دون خوف من ضياع حقوقه أو إطالة أمد التقاضي في حال حدوث أي نزاع تجاري أو تنفيذ عقد حيث يسهم التحكيم بشكل رئيسي على تشجيع الاستثمارات الأجنبية فقد انتشر التحكيم بشكل واسع كوسيلة لتسوية المنازعات ، وبالتالي فان البحث عن الأسلوب الذي يتم فيه لجوء المتخاصمين الى التحكيم بات أمرا ملحا ، ولذلك انعقدت الاتفاقيات الدولية والإقليمية والثنائية ، كما نشأت منظمات خاصة ومراكز اهتمت بهذا الأسلوب لتسوية المنازعات ، وكان لإرادة أطراف العقود دور بارز وهام في إظهار مكانة التحكيم [1]، ونضيف على ذلك ان السرية التي تمتاز بها إجراءات التحكيم في تسوية المنازعات كان لها دور كبير في جعل التحكيم هو خيار إطراف العقد والمتخاصمين لتسوية أي نزاع قد ينشأ فيما بينهم .

أما على النطاق المحلي فإن المشرع الأردني وبموجب قانون التحكيم في الاردني رقم (31) لسنة 2001 وتعديلاته قام بتنظيم أحكام التحكيم بشكل مستقل إلا أن المشرع الأردني لم يبين بشكل صريح مدى قابلية التحكيم في حل النزاعات المتعلقة بالعلامات التجارية اذ أناط ذلك للقضاء وأطراف العلاقة موضوع النزاع بإحالة أي نزاع مدني أو تجاري للتحكيم، ولا سيما أنه يتم وضع شرط اللجوء للتحكيم لتسوية المنازعات المتعلقة بالعلامات التجارية التي تجمع أطراف العلاقة بهدف تسهيل المعاملات التجارية في ظل تطور الاقتصاد.

وفي ضوء ذلك جاءت الدراسة الحالية لتبحث في موضوع حل النزاعات العقدية للعلامات التجارية من خلال التحكيم، وبيان أهميته ودوره الأساسي والفعال لتسوية المنازعات الناشئة عنها.

---

(1) الكيلاني،محمود محمد،الوساطة والتحكيم في تسوية المنازعات المدنية والتجارية،(د.م)،دار الثقافة للنشر والتوزيع،ط2 2022،ص17

ثانياً: مشكلة الدراسة

يعد التحكيم بديلا للقضاء في فض المنازعات لما يقدمه من سرعة وسهولة في حسم القضايا المدنية بصورة عامة والتجارية بصورة خاصة، وغالباً في منازعات العلامات التجارية يُخضع الأطراف نزاعهم للتحكيم بدلاً من القضاء، لسرعة هذا القضاء الخاص ومواكبته لحاجة التجارة الدولية، وبهذا أخذ دور التحكيم يتعاظم كقضاء خاص يقوم بتحقيق العدالة التي ينشدها أطراف النزاع في العلامات التجارية، وذلك يتطلب منا البحث فيما اذا كان التحكيم هو الوسيلة المناسبة لحل المنازعات العقدية للعلامات التجارية وهل النصوص القانونية المتعلقة بالتحكيم التي نص عليها المشرع الأردني كافية في ظل ازدياد أهمية العلامات التجارية و تطور الية استثمارها وازدياد اهمية التحكيم كوسيلة لحل المنازعات و مدى اهمية وجود نصوص قانونية خاصة تتعلق بمنازعات العلامات التجارية العقدية.

ثالثاً: أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى تحقيق ما يلي:

1. توضيح طبيعة الحق في العلامة التجارية .
2. تسليط الضوء على بعض العقود التي ترد على العلامة التجارية .
3. تسليط الضوء على الية التحكم في العقود التي ترد على العلامات التجارية .
4. تسليط الضوء على بعض مزايا حل منازعات العلامات التجارية بالتحكيم .
5. تسليط الضوء على بعض المعوقات التي من الممكن ان تواجه حل المنازعات العقدية للعلامات التجارية عن طريق التحكيم .

6. بيان مدى اهمية اللجوء الى التحكيم كأحد الخيارات لفض المنازعات المتعلقة بالعلامات التجارية .

رابعاً: أهمية الدراسة

تعتبر هذه الدراسة ذات أهمية كبيرة ذلك نظرا لازدياد اهمية التحكيم في حل المنازعات وكذلك لازدياد اهمية حقوق العلامات التجارية نظراً لتطور العلمي والتكنولوجي في جميع المجالات وبالتالي فان التحكيم يعد الوسيلة الفعالة لحل منازعات العلامات لتجارية بدلاً من اللجوء إلى القضاء لما يرتبه التحكيم من آثار إيجابية في حل أي نزاع قد ينشأ حول حقوق العلامة التجارية، ذلك ان المنازعات المتعلقة بالعلامة التجارية قد تنشأ بين عدة اطراف من جنسيات مختلفة ، ولارتباط حقوق العلامة التجارية في معظم الاحيان باستثمارات اجنبية ، ولاهمية الاستثمار الاجنبي في تحقيق التنمية الاقتصادية .

خامساً: أسئلة الدراسة

هذه الدراسة تعنى بالإجابة على التساؤلات الآتية:

1. ما هي الطبيعة القانونية للعلامة التجارية ؟
2. ما هي العقود التي ترد على العلامة التجارية ؟
3. هل هنالك قواعد خاصة تنظم عملية التحكيم في مجال العلامات التجارية ؟
4. ما هي اهمية اللجوء الى التحكيم لحل منازعات العلامات المتعلقة بالعلامات التجارية ؟
5. ما المعوقات التي من الممكن ان تواجه حل المنازعات العقدية للعلامات التجارية عن طريق التحكيم ؟

سادساً: الدراسات السابقة

- **الثوايبة، محمد نايف يوسف(2020)، التحكيم في منازعات الملكية الفكرية وفق قواعد الويبو، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط.**

هدفت هذه الدراسة إلى توضيح ماهية قواعد التحكيم الخاصة بالملكية الفكرية الخاصة الصادرة عن الويبو، وتسليط الضوء على تحكيم منازعات الملكية الفكرية إلكترونياً، وقد ذكرت المعوقات التي تعتري فض منازعات الملكية الفكرية عن طريق التحكيم، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: إن التحكيم المستعجل لدى الويبو من الضرورات الملحة لفض منازعات الملكية الفكرية التي قد يترتب عن إطالة أمد الفصل في النزاع الناتج عنها اي ضرر وبذلك يتميز عن التحكيم العادي في تقليل المدد الإجرائية وإلزام المحتكمين على اختيار محكم واحد فقط؛ وذلك لتلافي الوقت الذي قد يذهب سدى نتيجة المداولة بين أكثر من محكم مما قد يؤدي إلى التأخر في إصدار القرار. وأوصت الدراسة بأن يتمالتقليل من رسوم وتكاليف التحكيم سواء بشكله العادي أم المستعجل لدى مركز الويبو للتحكيم، بالمقارنة مع القضاء العادي والتحكيم الحر على حد سواء، وببقائها على هذا الحال فإنها ستكون حكراً على الشركات ذات القيمة المالية العالية.

يختلف موضوع دراستي عن موضوع الدراسة السابقة في أن موضوع الدراسة السابقة جاء مقتصراً على التحكيم في منازعات الملكية الفكرية وفقاً لقواعد الويبو، بينما موضوع دراستي يتناول العلامات التجارية بشكل خاص، وطريقة فض المنازعات المتعلقة بالعلامات التجارية بوسيلة التحكيم وفقاً للاشريع الأردني.

- **حسين، سما عماد(2021)، تسوية منازعات الملكية الفكرية بطريقة التحكيم، رسالة ماجستير، جامعة قطر.**

تطرقت هذه الدراسة إلى قابلية التحكيم في منازعات الملكية الفكرية، وذلك باستعراض ماهية كل من التحكيم، والملكية الفكرية، ومناقشة المنازعات التي تنشأ نتيجة استغلال أو استعمال أو التصرف في عناصر هذه الملكية، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها:

- للتحكيم ومنازعات الملكية الفكرية الدولية علاقة طردية، حيث كلما ازدادت الطبيعة الدولية لهذه المنازعات ستزداد أهمية الطلب على التحكيم.
- قطع التحكيم أشواطاً كبيرة في بلورة أحكامه وقواعده بعيداً عن القضاء الوطني.
- يجوز التحكيم في منازعات العلامات التجارية والرسوم والنماذج الصناعية ذات الطبيعة المدنية، أما المنازعات ذات الطبيعة الجنائية فيجب الفصل فيها عن طريق محاكم الدولة الرسمية.

وقد أوصت الدراسة بتعديل القوانين في قطر وجعلها أكثر مرونة من خلال وضع أحكام تسمح صراحة بتسوية منازعات الملكية الفكرية من خلال التحكيم، باستثناء تلك المتعلقة بمنح هذه الحقوق وصلاحيتها وعدم حصر هذا النوع من المنازعات بقضاء الدولة.

يختلف موضوع دراستي عن موضوع الدراسة السابقة في أن موضوع الدراسة السابقة جاء متعلقا تسوية منازعات الملكية الفكرية بالتحكيم عام في حين ان موضوع دراستي يتعرض بتسوية المنازعات العقدية للعلامات التجارية باعتبارها عنصرا من عناصر الملكية الفكرية ، وطريقة فض هذه المنازعات بوسيلة التحكيم.

سابعاً: منهج الدراسة

ستتبع الباحثة في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي ، وذلك من خلال دراسة النصوص القانونية التي لها علاقة بموضوع الدراسة وتحليل نصوص هذه القوانين واستخلاص النتائج منها .

ثامناً: حدود الدراسة

1- الحدود الزمانية : يتمثل الحد الزمني للدراسة بالقانون المدني الأردني رقم 43لسنه 1976، قانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952 وتعديلاته رقم (15) لسنة 2008 ، قانون التحكيم رقم 31 لسنة 2001 وتعديلاته رقم 16 لسنة 2018.

2- الحدود المكانية : تتناول هذه الدراسة مسألة حل المنازعات العقدية المتعلقة بالتحكيم وفقا للأحكام القانونية النافذة في المملكة الأردنية الهاشمية.

تاسعاً: الإطار النظري للدراسة

تتكون هذه الدراسة من مقدمة تغطي خلفية الدراسة وأهميتها وتعريف المصطلحات وحدود الدراسة ومحدداتها في الفصل الاول ثم يلي ذلك الفصل الثاني والذي يقسم الى ثلاث مباحث المبحث الاول تناولنا فيه ماهية العلامة التجارية من حيث تعريفها واهميتها وتسجيل العلامة التجارية وطبيعة الحق فيها وفي المبحث الثاني تناولنا العقود الواردة على العلامة التجارية وفي المبحث الثالث منازعات العلامة التجارية والفصل الثالث يتعلق بماهية التحكيم في المنازعات العقدية للعلامات التجارية وتم تقسيمه الى ثلاث مباحث ،المبحث الاول لبيان ماهية التحكيم ومزاياه والمبحث الثاني اتفاق التحكيم في عقود العلامات التجارية وشروط صحته وموقف المشرع الاردني من اللجوء الى التحكيم في منازعات العلامات التجارية والمبحث الثالث اجراءات التحكيم ونتوصل بعد ذلك الى الخاتمة بما فيها من نتائج وتوصيات.

عاشرا : مصطلحات الدراسة

1- العلامة التجارية: "هي أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره ".[1]

2- التحكيم: "وسيلة قانونية لحل النزاعات تمكن الأطراف بواسطتها أن يحسموا ما يثور بينهم من خلافات حالية أو مستقبلية عن طريق محكم أو محكمين أو منظمة متخصصة يختارها الأطراف بموجب إتفاق خاص في الحدود المرسومة قانونا".[2]

(1) المادة الثانية من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952 وتعديلاته .

(2) رحيم ،عامر علي(1987)، التحكيم بين الشريعة والقانون،ط1،مصراته، الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع، ص32.

الفصل الثاني

العلامة التجارية والعقود الواردة عليها

العلامة التجارية هي وسيلة الصانع والتاجر ومقدم الخدمة لتمييز بضائعه او منتجاته او خدماته عن بضائع ومنتجات وخدمات غيره وبالتالي فان لها قيمة مالية في غاية الاهمية ، وخاصة اذا اكتسبت الشهرة ، وبالتالي فهي تكون محط انظار للاستفادة منها واستثمارها واستغلالها بأفضل الطرق والتي قد تؤدي الى نشوب نزاعات ناشئة عن هذا الاستعمال والاستغلال ولا بد من طرق لحل هذه المنازعات تحقق مصلحة كافة الاطراف .

ولا بد ابتداء من بيان مفهوم العلامة التجارية واهميتها واجراءات تسـجيلها وطبيعة الحق الوارد عليها وذلك في المبحث الاول من هذا الفصـل ومن ثم في المبحث الثاني سـوف نفرده للبحث في العقود التي ترد على العلامات التجارية والمنازعات المتعلقة بها في المبحث الثالث.

المبحث الاول

ماهية العلامة التجارية

بهدف بيان ماهية العلامة التجارية فقد تم تقسيم هذا المبحث الى مطلبين الاول سنتناول بموجبه بيان مفهوم العلامة التجارية وذلك من حيث تعريفها واهميتها في المطلب الأول والشروط العامة لصحة العلامة التجارية والاجراءات اللازمة لتسجيلها في المطلب الثاني .

المطلب الاول: مفهوم العلامة التجارية واهميتها

يختلف مفهوم العلامة التجارية من دولة لأخرى، أو من شخص لآخر حسب الزاوية التي ينظر منها للعلامة التجارية، وهذا الاختلاف انعكس في وضع تعريف شامل للعلامة التجارية ، كما ان

للعلامة التجارية اهمية كبيرة لكل من التاجر والصانع والمستهلك من هنا سوف نأتي الى مناقشتها من ذلك .

الفرع الاول : تعريف العلامة التجارية :

لقد عرف الفقه العلامة التجارية على انها :"كل إشارة او دلالة يضعها التاجر او الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها او صنعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع ". [1]

وفي تعريف أخر: " عبارة عن إشارة او دلالة او شكل معين يضعه التاجر او الصانع على بضائعه او خدماته بهدف استخدامها في تمييز هذا المنتج او الخدمة عن غيرها من المنتجات او الخدمات المماثلة التي تعود للغير بغية جذب العملاء ولسهولة التعرف على ما يفضلونه من سلع او خدمات".[2]

وعرفت أيضاً على أنها:" أي إشارة ظاهرة يمكن تجسيدها تمكن الصانع او التاجر او مقدم الخدمة من تمييز منتجاته او بضائعه او خدماته عن منتجات او بضائع او خدمات الآخرين المماثلة او المشابهة لها".[3]

من المعلوم أن العلامة التجارية في المملكة الأردنية الهاشمية تخضع لأحكام قانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952، والقانون المعدل رقم (34) لسنة 1999.

---

(1) القليوبي ،سميحة "الملكية الصناعية،دار النهضة العربية 2005،ص249

(2) الغويري، عبد الله حميد (2008)، العلامة التجارية وحمايتها ،دار الفلاح للنشر والتوزيع ، ص:16.

(3) الشواورة،نسيم خالد(2017)،العلامة التجارية وحمايتها،دار الثقافة للنشر والتوزيع،الطبعة الاولى،ص52.

وبالرجوع الى القانون الاردني نجد ان المشرع الاردني عرف العلامة التجارية بأنها:" أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعة أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره"[1].

وأما في قضاء المحاكم الأردنية فقد تعرض لتعريف العلامة التجارية على أنها:" :" ما يستفاد من قانون العلامات التجارية أن العلامة التجارية عبارة عن إشارة ظاهرة وان هذه الإشارة والعلامة الفارقة يجب أن تؤدي إلى تمييز بضائع صاحبها عن بضائع غيره من الناس وأن لا يؤدي تسجيل العلامة التجارية إلى غش الجمهور أو أن يؤدي إلى المنافسة التجارية غير المشروعة".[(2)]

من خلال ما تم الإشارة اليه من تعريف للعلامة التجارية في القانون والفقه والقضاء فنجد انها جميعا تكاد ان تجمع على تعريف واحد وهو ان العلامة التجارية عبارة عن إشارة ظاهرة وان هذه الإشارة الظاهرة التي يضعها التاجر او الصانع او مقدم الخدمة وهي وسيلته لتمييز بضائعه او منتجاته او خدماته عن منتجات وبضائع وخدمات غيره .

وبالتالي نتوصل الى تعريف العلامة التجارية على انها كل إشارة او دلالة تتخذ شكل رسوم او الوان او احرف وسيلة التاجر او الصانع او مقدم الخدمة في تمييز بضائعه او منتجاته او خدماته عن بضائع ومنتجات وخدمات غيره .

---

(1)المادة 2 من قانون العلامات التجارية الاردني رقم 34 لسنة 1999

(2) قرار رقم 578 لسنة 2021 المحكمة الادارية العليا، تاريخ 2022/3/7 المنشور على موقع قرارك

الفرع الثاني : أهمية العلامة التجارية

تعد العلامة التجارية من أبرز عناصر الملكية التجارية وأكثرها أهمية[1]؛ فهي تمثل التاجر والصانع ومقدم الخدمة في كل زمان ومكان، وهي من أهم الوسائل التي يقوم التاجر باللجوء إليها وذلك لتمكين المستهلك من التعرف على منتجاته التي تحمل العلامة التجارية أينما وجدت، فهي تعتبر ضمان لعدم تضليل الجمهور ويدفع التاجر او الصانع إلى تحسين بضاعته او منتجاته، وتخفيض تكلفة الإنتاج، لضمان رواجها وتفوقها على مثيلاتها في ميدان المنافسة.[2]

وتعد العلامة التجارية عنصر مهم وأساسي في القطاع الاقتصادي عموماً والتجاري خصوصاً حيث أنها تلعب دوراً بارزاً وكبيراً في عملية تسويق المنتجات والبضائع والخدمات وذلك بسبب تأثيرها الكبير على المستهلك لدى قيامه بالتسوق، إذ يميل إلى الخدمات والمنتجات والبضائع التي تحمل العلامة التجارية المعروفة لديه، وهذا اعتقاداً منه بأن تلك العلامة عنوان لجودة ما يفضل من المنتجات والخدمات والبضائع.[3]

إن العلامة التجارية تعتبر أحد الوسائل المهمة في نجاح المشروع الاقتصادي، فهي تعتبر وسيلته لإحباط جهود مزاولي المنافسة غير المشروعة إذا شاءوا الانتفاع بإشارات مميزة ومماثلة بهدف تسويق منتجات أو خدمات رديئة.[4]

---

(1) زين الدين، صلاح(2004)، المدخل إلى الملكية الفكرية، دار الثقافة، ص:44.

(2) الخولي، سائد أحمد(2004)، حقوق الملكية الصناعية، ط1، دار المجدلاوي للنشر والتوزيع، ص:43.

(3) زين الدين، صلاح(2015)، العلامات التجارية وطنياً ودولياً،ط3، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ص:47.

(4) الجبارين، إيناس مازن(2010)، الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً للقوانين الأردنية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط،ص:31.

وهي أيضاً تقوم بخدمة المصلحتين في وقت واحد حيث أنها تقوم بخدمة مصلحة التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة باعتبارها وسيلة تقوم بتمييز منتجاتهم وخدماتهم عن غيرها من السلع والبضائع أو الخدمات المشابهة، فيصلوا إلى جمهور المستهلكين من خلال العلامة، ومن جهة أخرى هي تقوم بخدمة جمهور المستهلكين فهي وسيلتهم للتعرف على البضائع والسلع والخدمات التي يفضلونها عن غيرها.

وتحدد القيمة الاقتصادية للعلامة التجارية من خلال عدة عوامل أبرزها:[1]

1- مدة تميز العلامة التجارية.

2- مدى استعمال العلامة التجارية.

3- مدى قدرة مالك العلامة التجارية على الدفاع عنها ضد أي تعد عليها من الآخرين مثل المزورين.

4- مدى صعوبة تقليد العلامة التجارية.

هذه العوامل بالإضافة إلى سمات أخرى إذا توافرت في العلامة التجارية ترتقي بها إلى مصاف العلامات التجارية النموذجية أو الأقرب للنموذجية، وتزداد قيمة هذه العلامات مع مرور الأيام كونها علامات تقوم بتمكين المستهلك من التمييز بين المنتج الأصلي والمنتج المقلد، بالإضافة إلى أنها تمكن مالكها من اتخاذ إجراءات قانونية ضد أي مقلد للعلامة التجارية وإثبات هذا التقليد بسهولة.

(1) زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، مرجع سابق، ص:49.

المطلب الثاني

تسجيل العلامات التجارية

ان من شأن تسجيل العلامات التجارية في سجل العلامات التجارية ان يرتب اثارا قانونية معينة يتمتع بمقتضاها مالك العلامة التجارية بالحماية القانونية التي اسبغها القانون على العلامة التجارية لذا كان لا بد من البحث في تسجيل العلامات التجارية والأشخاص الذين يحق لهم طلب التسجيل وإجراءات التسجيل وهو ما سوف يكون موضوع هذا المطلب .

الفرع الاول : الأشخاص الذي يحق لهم في القانون طلب التسجيل:

نصت المادة (6) من قانون العلامات التجارية على أن:" كل من يرغب في أن يستقل في استعمال علامة تجارية لتمييز البضائع التي هي من إنتاجه أو صنعه أو انتخابه أو مما أصدر شهادة بها او البضائع التي يتاجر أو التي ينوي الاتجار بها يمكنه أن يطلب تسجيل تلك العلامة وفاقاً لأحكام هذا القانون ".

وقد نصت المادة (11) من ذات القانون على :" كل من يدعي أَّنه صاحب علامة تجارية استعملت أو في النية استعمالها ويرغب في تسجيل تلك العلامة عليه أن يقدم طلباً خطياً إلى المسجل وفاقاً للأصول المقررة".

من خلال النصوص القانونية المذكورة يتضح لنا أن المشرع الأردني لم يقم بحصر او تحديد الاشخاص الذين لهم الحق في طلب تسجيل العلامة التجارية في فئة معينة، وبالتالي لكل من يدعي انه صاحب علامة تجارية استعملت او كان في النية استعمالها ويرغب في تسجيلها الحق في ان يتقدم بطلب الى مسجل العلامات التجارية وفقا للاصول المقررة ، ومن خلال نصوص المواد المشار

اليها يتضح ايضا ان المشرع منح الحق في تسجيل علامة تجارية لاي شخص بغض النظر عن كونه تاجر او غير تاجر شخصيا طبيعيا او معنويا اردنيا او غير اردني.[1]

الفرع الثاني : إجراءات تسجيل العلامة التجارية

1- طلب تسجيل العلامة التجارية: يلزم أن يقدم طلب تسجيل العلامة التجارية إلى مسجل العلامة التجارية الذي يتم تعيينه من قبل وزير الصناعة والتجارة، ويكون من مهامه الإشراف على سجل المعلومات، وأن يقيد فيه كل المسائل التي تتعلق بالعلامات التجارية، وهذا ما نصت عليه المادة (3) من قانون العلامات التجارية:" ينظم في الوزارة تحت إشراف المسجل سجل يسمى(سجل العلامات التجارية) تدون فيه جميع العلامات التجارية وأسماء مالكيها وعناوينهم". ويتم تقديم الطلب خطياً على شكل نموذج خاص ومعين، ويجب أن يتم توقيعهم من مقدم الطلب أو وكيله.[2] وحتى لا يتم رفض طلب تسجيل العلامة يجب أن يتوافر في العلامة التجارية المطلوب تسجيلها شروط موضوعية وهي أن تكون ذات صفة مميزة و أن تكون جديدة و أن لا تكون محظورة قانونياً وأن تكون قابلة للإدراك بالنظر وأن تكون مشروعة.

2- سلطة الإدارة في قبول تسجيل العلامة التجارية أو رفض تسجيلها: بعد تقديم طلب تسجيل العلامة التجارية وإيداعه لدى المسجل ومن خلال الصلاحيات التي يتم تخويلها له يقوم بأمر التحري بين العلامات التجارية المسجلة وطلبات التسجيل غير المفصول فيها؛ وهذا للتأكد مما إذا كان في القيود علامات مسجلة تتعلق بالبضائع نفسها، أو بصنف البضائع نفسه مطابقة للعلامة التجارية المطلوب تسجيلها أو قريبة لها بدرجة يمكن أن تؤدي إلى الغش ،

---

(1) زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، المرجع السابق، ص: 109.

(2) المادة 11 من نظام العلامات التجارية رقم 1 لسنة 1952 وتعديلاته والتي نصت على:" كل من يدعي أنه صاحب علامة تجارية استعملت أو في النية استعمالها ويرغب في تسجيل تلك العلامة عليه أن يقدم طلباً خطياً إلى المسجل وفاقاً للأصول المقررة.

وهذا ما نصت عليه المادة 22 من نظام العلامات التجارية :"يترتب على المسجل عند استلامه طلباً لتسجيل العلامة التجارية أن يأمر بالتحري بين العلامات التجارية المسجلة وطلبات التسجيل غير المفصول فيها لتثبت فيما إذا كان في القيود علامات مسجلة تتعلق بالبضائع نفسها أو بصنف البضائع ذات مطابقة للعلامة المطلوب تسجيلها أو قريبة الشبه بها بدرجة من شأنها أن تؤدي إلى الغش". وبعد إجراء التحري من قبل مسجل العلامات التجارية، وظهر له أنه لا يوجد اعتراض على تسجيل العلامة التجارية؛ فيجوز له أن يقبل الطلب دون قيد أو شرط كما تم تقديمها من طالبها، أو أن يقوم بقبول الطلب بموجب شروط وتعديلات أو غير ذلك في طريقة استعمال العلامة التجارية أو مكان استعمالها ويقوم بتبليغ الطالب كتابة[1]، وإذا قام الطالب بالاعتراض عليها فعليه أن يطلب النظر في قضيته خلال شهر واحد من تاريخ تبليغه قبول الطلب، وإن لم يفعل ذلك فيعتبر أنه قام بسحب طلبه، وإذا لم يقوم الطالب بالاعتراض على تلك الشروط أو التعديلات أو التحويلات، فعليه أن يعلم في الحال المسجل ذلك كتابة، ويحق لمسجل العلامة التجارية رفض طلب تسجيل العلامة التجارية.

3- الاعتراض على قبول تسجيل العلامة التجارية: أجاز قانون العلامات التجارية الأردنية لأي شخص أن يقوم بالاعتراض لدى المسجل على تسجيل أية علامة تجارية خلال 90 يوم من تاريخ الإعلان عن تقديم طلب لتسجيلها أو خلال أية مدة أخرى تعين هذا الغرض، وذلك من خلال إشعار خطي يتم تقديمه إلى مكتب مسجل العلامة التجارية، ويكون وفقاً لنموذج معين، يعترض فيه على تسجيل تلك العلامة، ويتم فيه توضيح الأسباب الموجبة لذلك، ويقوم

(1) المادة 23 من نظام العلامات التجارية رقم 1 لسنة 1952 المعدل .

المسجل بإرسال نسخة من هذا الاعتراض إلى طالب التسجيل، ويكون لطالب التسجيل الحق في تقديم بينه خطية تبين أسباب الاعتراض على طلبه، فله الحق في تقديم بياناً خطياً لمسجل العلامات التجارية يوضح فيه الأسباب التي يستند عليها في ذلك، ويجب عليه تقديم لائحة جوابية يضمنها الأسباب التي يستند عليها في الطلب المقدم منه لتسجيل العلامة وإلا اعتبر قد تخلى عنه وهذا ما تنص عليه المادة 3/14 من قانون العلامات التجارية رقم 15 لسنة 2008 ، وبهذا قضت محكمة العدل العليا: "بعد إرسال طالب التسجيل لائحته الجوابية، فيترتب على المسجل أن يبلغ نسخة منها لكل شخص من المعترضين على التسجيل؛ وبعد سماع كل الفرقاء، والنظر في كل البيانات التي قدمها كل منهم أن يقوم بالقرار ما إذا كان من المقتضى السماح بالتسجيل، والشروط التي تجب مراعاتها فيه، والقرار الذي يقوم المسجل بإصداره يكون قابلاً للطعن أمام محكمة العدل العليا [1] خلال 20 يوم من تاريخ صدور قرار المسجل [(2)]، وعند النظر في الاستئناف تقوم المحكمة بالاستماع للفرقاء، ولا يجوز لأي فريق من الفرقاء إضافة أسباب جديدة للطعن إلا بعد الحصول على إذن خاص من محكمة العدل العليا أو تبعاً للأصول المقررة[(3)]، وإذا تم تقديم أية أسباب إضافية للاستئناف المرفوع، فإنه يجوز للمحكمة أن تسمح بعد سماع بيانات المسجل بتعديل العلامة التجارية المطلوب تسجيلها على وجه لا يؤثر في ذاتية تلك العلامة، غير أنه ينبغي في هذه الحالة قبل تسجيل

---

[1]) الغي قانون محكمة العدل العليا بموجب المادة 43 من قانون القضاء الإداري لسنة 2014 حيث بموجبه انشا قضاء يسمى القضاء الإداري حيث تنص المادة 3 من القانون المذكور "ينشأ في المملكة قضاء يسمى (القضاء الاداري) ويتكون من أ-المحكمة الإدارية ب- المحكمة الإدارية العليا "

(2)المادة 14 من قانون العلامات التجارية " 5- يجوز استئناف القرار الذي يصدره المسجل الى محكمة العدل العليا . 6- يقدم الاستئناف بموجب هذه المادة خلال 20 يوما من تاريخ قرار التسجيل ..."

(3) محكمة العدل العليا قرار رقم 85/94 لسنة 1986، مجلة نقابة المحاميين الأردنيين، ص:491.

العلامة التجارية المعدلة أن يعلن شكلها المعدل حسب الأصول المقررة وهذا وفقاً للمادة (14) من قانون العلامات التجارية رقم 34 لسنة 1999.

4- تسجيل العلامة التجارية: بعد استكمال كافة الإجراءات القانونية وفقاً للأصول المقررة لها يقوم مسجل العلامات التجارية بتسجيل تلك العلامة باسم طالب التسجيل، ويتم اعتبار تاريخ تقديم الطلب هو تاريخ التسجيل، وأما مدة تسجيل العلامة التجارية هي عشر سنوات من تاريخ تسجيلها، ويجوز تجديد التسجيل لمدة مماثلة وفقاً لأحكام القانون، وهذا ما نصت عليه المادة رقم 20 من قانون العلامات التجارية المعدل :"

1-مدة ملكية حقوق العلامة التجارية عشر سنوات من تاريخ تسجيلها ويجوز تجديد تسجيلها لمدد مماثلة وفقاً لأحكام هذا القانون

2-تجدد العلامات التجارية المسجلة أو المجددة قبل نفاذ أحكام هذا القانون عند انتهاء مدتها لمدة 10 سنوات".

الفرع الثالث : مدة الحماية المترتبة على التسجيل :

عند تسجيل العلامة التجارية فان ملكيتها وبالتالي الحماية لها تبدأ من تاريخ تسجيلها على حيث ان تاريخ تسجيل العلامات التجارية هو تاريخ ايداع العلامة التجارية. [1]

و وفقا للمشـــرع الاردني فانه يجوز تجديد تســـجيل العلامة التجارية وذلك بناء على طلب صـــاحبها و وفقا لذات الاجراءات والشـــروط وهذا ما قررته المادتين 20،21 من قانون العلامات

([1]) المادة1/15 من قانون العلامات التجارية الاردني رقم 33 لسنة 1952 المعدل "1-اذا قبل الطلب المقدم لتسجيل علامة تجارية ولم يكن قد اعترض عليه وانقضت المدة المعينة للاعتراض او اذا اعترض على الطلب وصدر قرار برد الاعتراض يسجل مسجل تلك العلامة التجارية بعد دفع السم المقرر الا اذا كان الطلب قد قبل بطريق الخطأ او كانت المحكمة قد اشات بغير ذلك،وتسجل العلامة بتاريخ الطلب باعتبار هذه التاريخ تاريخ التسجيل .اما اذا كان طلب التسجيل قد قدم وفاقات لاحكام المادة (40) من هذا القانون فتسجل العلامة باعتبار التاريخ الذي قدم فيه طلب التسجيل في البلاد الاجنبية ،وايفاء للغايات المقصودة من هذا القانون يعتبر ذلك التاريخ انه تاريخ التسجيل "

التجارية رقم 33 لســـنة 1952 المعدل ، حيث جاء في المادة 20 ان مدة ملكية حقوق العلامة التجارية عشــر ســنوات من تاريخ تســجيلها ويجوز تجديد تســجيلها لمدد مماثلة وفقا لاحكام هذا القانون كما ان المادة 21 من القانون نصـــت على ان طلب التجديد يقدم من مالكها وفقا لاحكام القانون وان ذات المادة توجب ان يقدم طلب التجديد خلال مدة سنة من تاريخ انتهاء مدة تسجيلها وقد رتبت الجزاء في حال لم يطلب مالك العلامة التجارية تجديدها حيث تعتبر العلامة التجارية مشطوبة حكما ويحق للغير طلب تسجيل هذه العلامة التجارية باسمه بعد انقضاء سنة اخرى .

ولا بد من الاشــارة ان القانون اجاز لمالك العلامة التجارية التي اعتبرت مشــطوبة ان يتقدم بطلب اعادة تسجيلها باسمه في اي وقت شريطة ان لا تكون قد سجلت باسم غيره .[1]

المطلب الثالث

طبيعة الحق في العلامة التجارية

العلامة التجارية احد عناصر الملكية الفكرية وهي بالتالي ترد على شيء غير مادي وسوف نتعرف في هذا المطلب على طبيعة الحق في العلامة التجارية .

الفرع الاول : اقسام الحقوق :

تقسم الحقوق الى حقوق غير مالية وهي التي لا تقبل التصرف والحجز والتقادم والتي يندرج تحتها وهي الحقوق السياسية والحقوق المدنية .

والحقوق المالية وهي الحقوق التي تدخل في الذمة المالية للشخص وهي بذلك تقبل التصرف والحجز والتقادم والانتقال .

---

[1]) المادة 21 /3 من قانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952 المعدل .

ما يعنينا في هذا الفرع هو الحقوق المالية وهي الحقوق التي تتعلق بالذمة المالية للشخص وهي ترد على قيم تقوَم بالنقود وهي تقسم الى ثلاثة اقسام رئيسية وهي [1]:

1- الحقوق الشخصية : وهي رابطة قانونية بين دائن ومدين يطالب بمقتضاها الدائن مدينه بنقل حق عيني او القيام بعمل او الامتناع عن عمل [2].

2- الحقوق العينية : وهي سلطة مباشرة على شيء معين يعطيها القانون لشخص معين وتقسم الى قسمين حق عيني اصلي وحق عيني تبعي [3].

3- الحقوق المعنوية : وهو الذي يرد على شـيء غير مادي ، ويتبع في شـأنه حقوق المؤلف والمخترع والفنان والعلامات التجارية وسائر الحقوق المعنوية الاخرى[4]

وللحق المعنوي شقين متميزين الاول منه ادبي يرتكز في حق الشخص في ان تنسب اليه افكاره وهو وحده من له الحق في نشـرها بين الناس وله الحق في تعديلها وهذا الحق يتصـل اتصـالا وثيقا بشخص الانسان والشق الثاني مالي ينحصر في حق الشخص في الاستفادة المالية من ثمرة انتاجه وذلك من خلال استغلاله. [5]

والحقوق المعنوية ايضا تنقسم الى ثلاثة اقسام وهي :

1- الحقوق الصـناعية : وهي التي ترد على المبتكرات الجديدة كالاختراعات والرسـوم والنماذج الصناعية .

---

[1]) المادة (67) من القانون المدني الاردني رقم 34 لسنة 1976 .
[2]) المادة (68) من القانون المدني الاردني
[3])المادة (69) من القانون المدني الاردني
[4]) المادة (71) من القانون المدني الاردني
[5]) القليوبي ، سميحة ، المرجع سابق ، ص174

2- الحقوق التجارية : وهي ما لتاجر من حق و تتمثل في العلامات التجارية والاسماء التجارية

.

3- الحقوق الادبية : وتتمثل في ما للمؤلف من حق على انتاجه الذهني وفي المصـــنفات في مقوق العلم والادب والفنون .[1]

وحقوق الملكية الصناعية والتجارية تعتبر من الاموال التجارية كونها تتخذ طابع تجاري وذلك نظرا لصلتها الوثيقة بالنشاط التجاري فحق التاجر على محله التجاري او اسمه التجاري او علامته التجارية دائما يتصل بنشاطه التجاري .

من ذلك نتوصل ان العلامة التجارية كسائر حقوق الملكية الاخرى تعطي لمالكها سلطة التصرف في هذه العلامة وان يجري عليها كافة التصرفات القانونية وذلك من حيث التصرف والاستغلال ، وتختلف عنها من حيث الاستعمال حيث ان حق استعمال العلامة التجارية لا يقتصر فقط على مالكها ، وتختلف ايضا عن حقوق الملكية الاخرى في ان الحق بالعلامة التجارية قد لا يكون حقاً دائماً حيث ان الحق بالعلامة التجارية لا يستأثر به صاحبه الى الابد حيث ان مدة ملكية حقوق العلامة التجارية عشر سنوات من تاريخ تسجيلها ويجوز تجديد تسجيلها لمدد مماثلة وفقا لاحكام القانون وفي حال ان مالك العلامة التجارية لم يتقدم بطلب تجديد فتعتبر مشطوبة حكما من السجل بانقضاء سنة واحدة على انتهاء مدة تسجيلها ، كما يحق للغير طلب تسجيل هذه العلامة باسمه [2]

نضيف الى ذلك ما نصت عليه المادة 22 من قانون العلامات التجارية الاردني والتي اعطت الحق لاي شخص ذي مصلحة ان يتقدم بطلب من المسجل لالغاء تسجيل اي علامة تجارية مسجلة

---

[1]) القليوبي،سميحة ، مرجع سابق

[2]) المادتين 20،21 من قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952 وتعديلاته رقم 15 لسنة 2008 .

لغيره اذا لم يستعملها فعليا وبصورة مستمرة خلال السنوات الثلاث التي سبقت الطلب اذا اثبت مالك العلامة التجارية ان عدم استعمالها يعود الى ظروف تجارية خاصة او الى أسباب مسوغة حالت دون استعمالها .

من خلال ما تم الاشارة اليه اعلاه يتضح ان الحق بملكية العلامة التجارية يرتبط بالاستعمال ويرتبط كذلك بتجديد تسجيلها وفقا للقانون ، وذلك بخلاف حقوق الملكية التي لا تسقط بعدم الاستعمال ولا تحتاج الى تجديد التسجيل مهما طال عليها الزمان .

الفرع الثاني : التصرفات التي ترد على اكتساب العلامة التجارية

ملكية العلامة التجارية من شأنه ان يرتب لمالكها مجموعة من الحقوق التي تمنح للمالك الحماية اللازمة ويقتصر بموجبها حق التصرف عليه وحده باعتباره خاصا لصاحبها فيمتنع على الغير استعمالها الا باذن من المالك ، بمعنى ان حق العلامة التجارية حق مانع لهذا الغير من استعمال نفس العلامة[1] ، ويحق للمالك السلطة التصرف والاستعمال والاستغلال .

اولا : حق التصرف بالعلامة التجارية :

حيث توصلنا ان العلامة التجارية في جزء منها حق مالي فانه يجوز لمالكها الحق بالتنازل عن العلامة التجارية ونقل ملكيتها اسوة بغيرها من الاموال والتنازل عن العلامة التجارية هو عقد بموجبه يتنازل مالك العلامة التجارية عن حقوق ملكيته المعترف له بها على تلك العلامة [2]، والسؤال الذي يثور هنا هل يجوز نقل ملكية العلامة التجارية بمفردها ام انه ينبغي ان تنتقل ملكيتها مع المتجر الذي يستخدم العلامة التي تمييزه ؟ ام يجب ان يتم التصرف بالعلامة التجارية مع المتجر ؟

---

[1])خاطر لطفي،موسوعة حقوق الملكية الفكرية ،مرجع سابق،ص143

[2])د.نعيم مغبغب،الماركات التجارية والصناعية ،ط1،منشورات الحلبي الحقوقية ،بيروت،ص140

المادة 19 من قانون العلامات التجارية الاردني رقم (33) لسنة 1952 وتعديلاته رقم (15) لسنة 2008 اجابت على هذا التساؤل حيث تنص هذه المادة على :

1- يجوز نقل ملكية العلامة التجارية او التنازل عنها او رهنها دون نقل ملكية المحل التجاري الذي يستعمل العلامة التجارية في تمييز بضائعه او التنازل عنه او رهنه كما يجوز الحجز على العلامة التجارية المستقلة عن المحل التجاري .

2- تنتقل ملكية العلامة التجارية بانتقال ملكية المحل التجاري اذا كانت ذات ارتباط وثيق به ما لم يتفق على غير ذلك .

3-اذا نقلت ملكية المحل التجاري دون نقل ملكية العلامة التجارية جاز لناقل الملكية الاستمرار في استعمال العلامة التجارية للبضائع التي سجلت لها العلامة التجارية .

من نص المادة المشار اليها نجد ان المشرع الاردني اجاز نقل ملكية العلامة التجارية او التنازل عنها او رهنها او الحجز عليها دون نقل ملكية المحل التجاري الذي تستعمل في تمييزه البضاعة.

ثانيا : الحق في استغلال العلامة التجارية

ملكية العلامة التجارية تكسب مالكها الحق باحتكار استغلالها دون غيره في تمييز المنتجات والسلع كما يحق له ان يرخص لغيره باستعمال العلامة التجارية ولذلك فان الحق في استغلال العلامة التجارية يقسم الى قسمين الأول هو حق احتكار استغلال العلامة التجارية والثاني الترخيص باستعمال العلامة التجارية :

1-حق احتكار استغلال العلامة التجارية :

ان ثبوت ملكية العلامة التجارية من شأنه ان يعطي صاحبها الحق في استئثار استغلالها في تمييز بضائعه ومنتجاته وخدماته عن بضائع ومنتجات وخدمات غيره ، طالما انه يقوم بتجديد تسجيل العلامة التجارية ، وهذا الحق أيضا يخول صاحبه منع الغير من استيراد او استخدام او بيع او توزيع المنتجات محل تمييز هذه العلامة الا عن طريق مالك العلامة.[1]

وتجدر الإشارة ان حق مالك العلامة التجارية باستئثار استغلال علامته التجارية هو حق نسبي[2] حيث ان هذا الحق لمالك العلامة التجارية مقتصر على استعمالها لنوع معين من البضائع او المنتجات او الخدمات ولا يمتد الى البضائع او المنتجات الأخرى غير المماثلة ، وهذا يعني انه بإمكان الغير استعمال ذات العلامة التجارية على بضائع ومنتجات غير مماثلة وهذا لا يعتبر اعتداء على حق مالك العلامة بالاستئثار.

2- الترخيص باستغلال العلامة التجارية :

مالك العلامة التجارية يستطيع احتكار استغلال علامته التجارية وكذلك يستطيع الترخيص باستعمال علامته للغير ، وان الترخيص باستعمال العلامة التجارية لا يمس حق الملكية ، ذلك ان حق استعمال العلامة التجارية من قبل الغير باذن مالكها يتم من خلال عقد يسمى عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية وهذا العقد يتضمن كافة الشروط والقيود والاحكام التي يتفق عليها طرفي العقد .[3] وهذا ما سوف يكون عنوان المبحث القادم .

---

[1]) القليوبي،سميحة،المرجع السابق،ص539

[2])القليوبي،سميحة،المرجع السابق،540

[3])الشواورة ،نسيم خالد،العلامة التجارية وحمايتها من اعمال المنافسة غير المشروعة ،دار الثقافة للنشر والتوزيع،عمان،ط1،2017،ص103 .

المبحث الثاني

العقود الواردة على العلامات التجارية

حيث ان ملكية العلامة التجارية تعطي صاحبها الحق في ان يجري عليها التصرفات القانونية وذلك حقه في الاستئثار باستغلالها وان يرخص للغير باستعمالها ، وفي هذا المبحث سنتناول بعض العقود التي يمكن ان ترد على حقوق العلامة التجارية على سبيل المثال وليس الحصر وهي عقد الترخيص وعقد الامتياز (الفرنشايز) وعقد الرهن ، وسوف نأتي على التطرق الى عقد الترخيص بشئ من التفصيل في المطلب الاول يليها عقد الامتياز(الفرنشايز) في المطلب الثاني ومن ثم عقد الرهن في المطلب الثالث .

المطلب الأول : عقد ترخيص العلامة التجارية

ان الترخيص باستغلال العلامة التجارية هي وسيلة شائعة ومنتشرة في جميع دول العالم حيث انها احد اهم وسائل نقل تصنيع المنتجات الى سوق غير السوق الام فعوضا عن تصنيع هذه المنتجات من قبل صاحب العلامة الاصلي في مصانع بلاده فتصنع من قبل اشخاص اخرين مرخص لهم بذلك .

ان عقد الترخيص باستغلال واستخدام العلامة التجارية من قبل المرخص له من العقود التي تتطلب حلولا سريعة لتسوية المنازعات الناشئة عنه ، وان اغلب المنازعات الناشئة عن هذا العقد تكون خاضعة للتحكيم ، وذلك نظرا للمزايا التي يتمتع بها التحكيم تكون وسيلة تمكن المرخص من استعمال علامة المرخص له، وفق شروط محددة يتم الاتفاق عليها وفقاً للقانون وإرادة الطرفين، وستوضح الباحثة في هذا المطلب ماهية عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، والمنازعات الناشئة عن الإخلال بالتزامات عقد الترخيص من خلال الافرع التالية:

الفرع الأول : ماهية عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

ستتناول الباحثة في هذا الفرع بيان مفهوم عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، وذكر المنازعات الناشئة عن الإخلال بهذا العقد.

اولا : مفهوم عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية يعرف على أنه:" عقد يخول المرخص له حق إنتاج السلع التي تحمل العلامة بكميات معينة، أو في حدود إقليم معين، وبذلك يكتسب المرخص له حق إنتاج السلع التي تحمل العلامة بكميات معينة، أو في حدود إقليم معين، وبذلك يكتسب المرخص له حق إنتاج هذه السلع مع وضع ذات علامة المرخص التجارية، خلال مدة العقد مع التزامه بشروط الترخيص".[1]

إن الترخيص باستعمال العلامة التجارية يتم عادة من خلال عقد يتم تعريفه بعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، وقد أشار قانون العلامات التجارية الأردني إلى هذا العقد في المادة 2/26 فيه التي نصت على أنه:" لمالك العلامة التجارية أن يرخص لشخص أو أكثر بموجب عقد خطي موثق لدى المسجل باستعمال علامته التجارية لجميع بضائعه أو بعضها، ولا يجوز أن تزيد مدة الترخيص باستعمال العلامة التجارية عن المدة المقررة لممارستها وفق تسجيلها".

وعليه فإن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بموجب نص هذه المادة يسمح لمالك العلامة التجارية استعمال علامته التجارية من قبل شخص آخر لمدة معلومة لقاء عوض معلوم.[2] وتجدر

(1) الصغير، حسام عبد الغني(1993م)، الترخيص باستعمال العلامة التجارية،القاهرة، بدون دار نشر، ص:70.

(2) زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، مرجع سابق، ص: 217.

الإشارة ان مدة الترخيص باستعمال العلامة التجارية لا يجوز ان يزيد عن المدة المقررة قانونا لحمايتها وهذا وفقا لما نصت عليه الفقرة الثانية من المادة 25 من قانون العلامات التجارية وتعديلاته.[1]

وترى الباحثة أنه يمكن تعريف عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية على أنه: عقد يعطي الحق لمالك العلامة التجارية سواء كان المالك شخصاً طبيعياً أو معنوياً في استعمال علامته التجارية على كل أو بعض منتجاته أو خدماته، سواء كانت هذه المنتجات من صنع المرخص له أو من صنع غيره، وذلك خلال مدة معينة ونطاق جغرافي محدد مقابل بدل يتفق عليه.

ثانيا : خصائص عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

يمتاز عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بخصائص عديدة وهي كالتالي:[2]

1- إن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية يعتبر من العقود الرضائية، أي بمعنى أنه يتم من خلال تراضي الطرفين على إبرامه دون أن يفرغ في شكل قانوني معين، حيث ان المشرع الأردني في المادة 25 من قانون العلامات التجارية في الفقرة الثانية منها ينص على " لمالك العلامة التجارية ان يرخص لشخص او اكثر بموجب عقد خطي باستعمال العلامة التجارية لا من بضائعه ولمالك هذه العلامة حق الاستمرار في استعمالها ما لم يتفق على خلاف ذلك، ولا يجوز ان تزيد مدة الترخيص باستعمال العلامة التجارية على المدة المقررة قانونا لحمايتها ويجوز إيداع هذا العقد لدى المسجل " الا ان شرط الكتابة لا يعتبر شرط لانعقاد عقد الترخيص ،واما اشترط لغايات قيد العقد في سجل العلامات ،ان يكون العقد موثقا او مصدقا على صحة التوقيعات عليه وذلك حتى يكون حجة في مواجهة الغير .

([1])المادة 2/25 من قانون العلامات التجارية رقم 33 لنسنة 1952 وتعديلاته وتنص على "....ولا يجوز ان تزيد مدة الترخيص باستعمال العلامة التجارية على المدة المقررة قانونا لحمايتها ويجوز إيداع هذاالعقد لدى المسجل "

(2) الصرايرة، منصور(2010)، الترخيص باستعمال العلامة التجارية في القانون الأردني، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة مؤتة،ص:43.

2- إن عقد الترخيص باستعمال العلامات التجارية يعتبر من العقود الملزمة للجانبين؛ أي أنه يرتب حقوقاً والتزامات ملزمة لكل طرف من أطرافه حسب مضمون العقد وما يرد فيه من شروط وقيود، وتعتبر التزامات كل طرف فيه سبباً لالتزامات الطرف الآخر.

3- إن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية يعتبر من العقود غير المسماة، أي بمعنى أنه يطلق عليه القانون اسماً محدداً، ولم يحدد له أحكاماً خاصة، بل ترك أمر ذلك إدارة الأطراف بصورة رئيسية وبالتالي فإنه يخضع إلى القواعد العامة في العقود.

4- إن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية يعتبر من العقود التي تقوم على إعتبار الشخصي أي بمعنى أن شخصية طرفي العقد تكون محل ثقة.

5- يعتبر عقود الترخيص باستعمال العلامة التجارية من عقود المعاوضة، يأخذ كل طرف فيه مقابلاً لما يعطي، فالمرخص يحصل على مقابل تعدي والمرخص له يحصل على منفعة استعمال العلامة التجارية.

تجد الباحثة من هذه الخصائص أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية لا يقوم إلا بتوافر الشروط الموضوعية اللازمة للعقود من إيجاب وقبول متوافقين، بالإضافة إلى توافر أهلية قانونية كاملة ورضا صحيح خالي من العيوب، ومحل وسبب مشروعين، وإن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية لا يوجد له قواعد خاصة ينفرد بها عن غيره من العقود، فلا يلزم إفراغ العقد بشكل معين وإنما يلزم قيده وتسجيله لدى مسجل العلامات التجارية وهذا ما نصت عليه المادة 2/26 من قانون العلامات التجارية الأردني وذلك حتى يكون حجة في مواجهة الغير.

ثالثا : التنظيم التشريعي لعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

لم ينظـــم قانون العلامات التجارية الأردني لسنة 1952 أحكام عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، إلا إنه وبموجب قانون العلامات التجارية المعدل رقم لسنة 2008 عدل المشرع الأردني نص المادة 25 من قانون العلامات التجارية بأن الغى الفقرتين 2و3 منها وأستعاض عنهـما بالفقرة (2) وقد جاء في نص هذه المادة أنه من حق مالك العلامة التجارية أن يرخص لغيره شخصاً كان أم أكثر باستعمال علامته التجارية سواء لجميع بضاعته أو بعضها، وحسب هذه المادة فإنه يحق لمالك العلامة أن يستعملها ما لم يتفق الأطراف خلاف ذلك، بموجب عقد خطي واجب التسجيل في سجل العلامات التجارية، وعلى أطراف العقد الالتزام بالمدة القانونية المحددة لعقد الترخيص، وقام القانون بتحديد إجراءات التسجيل والتجديد، والمنطقة الجغرافية للعقد، والشطب والتنازل وكل ما تعلق بالعقد حسب تعليمات الوزير.[1]

رابعا : الالتزامات العقدية لطرفي عقد الترخيص :

1- حقوق والتزامات المرخص :

تتلخص حقوق المرخص في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في حقوق عدة وهي كالتالي:

- **الحق بالتصرف في العلامة التجارية:** للمرخص الحق في استعمال التجارية حيث أنه لا يمنع المرخص من التصرف بها، لأن العقد لا يمس أساس الملكية التجارية، بل يبقى لصاحبها القيام بكافة التصرفات الجائزة قانوناً كالبيع والرهن والحجر، ولا يغير تصرف المالك بمنح حق استعمال العلامة التجارية من طبيعة حقه في التصرف بالعلامة التجارية، وله

(1) المواد(19-25) من قانون العلامات التجارية.

الحق أيضاً في منح آخرين غير المرخص له السابق حق الاستعمال، إلا إذا نص العقد بينهما على خلاف ذلك، وهذا ما نصت عليه المادة (25) من قانون العلامات التجارية الأردني.

- **بدل العقد:** كما ذكرنا سابقاً أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية يعتبر عقد من عقود المعاوضة، فالمرخص يبرم هذا العقد بهدف الحصول على العوض المالي المناسب والبدل يمكن أن يكون نقدياً أو عينياً أو مقايضة، ويحدد هذا البدل بعدة عوامل منها: شهرة العلامات التجارية وسمعتها أو مدة العقد، أو مقدار العائد المادي المتوقع بالنسبة للمرخص له، أو طبيعة المنتج والخدمة التي تتسم بها العلامة التجارية، ولتحديد البدل يتم غالباً اشتراط المرخص في العقد على عدم تحمل الخسارة إذا خسر مشروع المرخص له، حيث إن الطرفان يقومان بالاتفاق مسبقاً على حد أدنى للبدل لا يتنازل المرخص عنها في حال خسارة المرخص له.[1]

وأما التزامات المرخص، فإن المرخص يلتزم بعدة التزامات اتجاه المرخص له وهي كالتالي:

- **تمكين المرخص له من استعمال العلامة التجارية:** إذا تم عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية صحيحاً ونافذاً، فإنه يجب على المرخص أن يمكن المرخص له من الانتفاع من العلامة التجارية حسب ما تم الاتفاق عليه في العقد، ويضمن المرخص عدم التعرض للعلامة التجارية محل العقد، إذ يجب أن يكون الانتفاع هادئاً مستقراً، فعلى المرخص الامتناع عن أي عمل قد يؤدي إلى الضرر بالمرخص له، أو منعه وإعاقته من الانتفاع بالعلامة التجارية.

(1) الجبوري، علاء، عقد الترخيص، دار العلم الثقافة للنشر والتوزيع، 2003، ص:102.

- **التزام المرخص بعدم إنهاء عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية:** غالباً يكون عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية محدد المدة، ويحق للأطراف تجديد هذه المدة، ولا يحق لأي طرف إنهاء هذا العقد قبل انتهاء مدته المحددة، فالمرخص لا يحق له أن يقوم بإنهاء العقد أو عدم تجديده إلا إذا توافر سبب مشروع، وأما في حالة أن يكون عقد الترخيص غير محدد بمدة فأنه يحق لكلا الطرفين إنهائه بالإرادة المنفردة، حسب القواعد العامة للعقود، وهذا الحق غير مطلق، فلا بد من توافر سبب مشروع.[1]
- **التزام المرخص بضمان التعرض والاستحقاق:** التزام المرخص في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بضمان انتفاع المرخص له بالعلامة التجارية انتفاعاً كاملاً وهادئاً، ويكون ذلك من خلال عدم تعرضه الشخصي للمرخص له، ويضمن أيضاً عدم تضمن الغير.

وبعد رجوع الباحثة إلى تشريعات العلامات التجارية وجد أن المشرع الأردني لم يخصص أحكاماً خاصة لهذا الالتزام، لذلك لا بد من الرجوع إلى القواعد العامة للعقود حتى يتم استنباط هذه الأحكام.

2- حقوق والتزامات المرخص له

حقوق المرخص له: للمرخص له مجموعة من الحقوق بعد انعقاد عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية وهي كالتالي:

- **حق المرخص له باستعمال العلامة التجارية محل عقد الترخيص:** يعتبر حق استعمال العلامة التجارية من قبل المرخص له من أهم الحقوق التي يرتبها عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، حيث أنه بمجرد انعقاد العقد يحق للمرخص له أن يقوم بإنتاج وتصنيع

(1) الصغير، حسام الدين، ، قضايا مختارة من اجتهادات المحاكم في مجال العلامات، ص: 130.

وتوزيع البضائع والمنتجات وتقديم الخدمات بحملها العلامة تجارية محل العقد، بشرط أن يكون الاستعمال شخصياً وضمن حدود العقد.[1] وإذا تم الإخلال من قبل المرخص له بشروط العقد واستعماله علامة تجارية محل عقد الترخيص خارج حدود المكان والزمان المتفق عليها في العقد مع المرخص أو بكميات غير المتفق عليها فإنه يعتبر إخلالاً بالتزام عقدي، وتترتب عليه المسؤولية العقدية، وإذا كان هذا الإخلال قبل أو بعد العقد فإنه يكون من قبيل التزوير والتقليد لانعدام العلاقة العقدية بين الأطراف.[2]

- **حق المرخص له برفع دعوى التقليد:** إن كل علامة تجارية مشهورة تكون معرضة للتقليد والتزوير من قبل الآخرين سعياً للانتفاع بها بطرق غير مشهورة، ولكن لا يجوز للمرخص له إقامة دعوى التقليد والتزوير، لأن الأصل أن المرخص له حقه يكمن باستعمال العلامة التجارية حق انتفاع، وليس تصرفاً، فلا يجوز له إلا بتبليغ المرخص بالتقليد والتزوير الحاصل على هذه العلامة، وللأخير الحق برفع دعوى التقليد والتزوير، على أنه يمكن للمرخص والمرخص له الاتفاق في العقد على أن يكون من حق المرخص له إقامة دعوى تقليد وتزوير، ويكون هذا حقاً وواجباً على المرخص له، ويجب الالتزام به.[3]

يلتزم المرخص له باستعمال العلامة التجارية والمحافظة عليها، حيث ان عدم استعمال العلامة التجارية، أو سوء استعمالها يؤدي إلى الإضرار بالمرخص كانعدام الثقة بمنتجات وخدمات هذه العلامة أو تركها، وعدم تحيق أهدافه من هذا العقد مثل تحقيق الشهرة أو تحقيق الربح.

---

(1) الجبوري، علاء(2003)، عقد الترخيص، دار العلم الثقافة للنشر والتوزيع، ص:102

(2) القليوبي، الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص: 535.

(3) السلامات، نادر عبد الحليم(2011)، عقد الترخيص باستعمال العلامات التجارية في التشريع الأردني، دراسة مقارنة، عمان، مطبعة الجامعة الأردنية، رسالة ماجستير، منشورة، ص:114.

وبموجب المادة 22 من قانون العلامات التجارية الأردني إن استعمال المرخص له للعلامة التجارية يعد من قبيل استعمالها من قبل المرخص ذاته، لذلك لا يتم تطبيق أحكام شطب العلامة التجارية بسبب عدم استعمال مالكها لها، فعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية يعتبر استعمالاً فعليا وحقيقياً للعلامة التجارية.

ولا يجوز للمرخص له أن يقوم بالتنازل للغير عن الترخيص أو إعطاء ترخيص من الباطن من قبل المرخص له، إلا بعد أن تتم الموافقة من قبل المرخص، لأن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية يبنى على الاعتبار الشخصي.[1]

وأما في المحافظة على الجودة فإن المرخص يقوم في العادة بفرض شروط للرقابة على جودة المنتجات أو الخدمات ليضمن المحافظة على سمعة علامته التجارية والمحافظة على شهرتها، وتختلف رقابة الجودة على المنتجات والخدمات من عقد لآخر، فهناك عقود يشترط فيها المرخص قيامه أو أحد تابعيه بالتفتيش على عمليات إنتاج السلع ومراحل التصنيع التي يقوم بها المرخص له، وأيضاً القيام بعملية فحص عينات من المنتج للتأكد من أنها مطابقة للمعايير والجودة، أو قد يتم الاتفاق مع المرخص له على تدريبه أو أحد تابعيه خلال دورة تدريبية على المحافظة جودة المنتج والعلامة التي تميزه.[2]

وإذا قام المرخص له باستعمال علامة تجارية محل عقد الترخيص على منتجات أو خدمات ذات جودة أقل من المنتجات التي تم تقديمها من المرخص، وتضرر المستهلك نتيجة استعماله لهذه المنتجات، فيحق للمستهلك المتضرر الرجوع على المرخص، ومطالبته بالتعويض، إن عقد الترخيص

---

(1) القليوبي، الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص: 539.

(2) الصغير، حسام الدين، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، ص:113.

باستعمال العلامة التجارية وفقاً للقانون الأردني فإنه لا يرجع المستهلك المضرور على المرخص مباشرة بل يرجع على المرخص له ويطالبه بالتعويض عن الضرر الذي تضرر به، ولكن يجوز للمحكمة إلزام المرخص بتعويض المتضرر إذا ما طلبه من المرخص مباشرة، حيث ان المستهلك يعرف المرخص ولكنه لا يعلم بالمرخص له ولا يعرف أن هنالك عقد ترخيص مع الغير، ومن ثم يعود المرخص على المرخص له ليطالبه بما دفعه للمتضرر حسب العلاقة بينهما.

ومن التزامات المرخص له أيضاً المحافظة على السرية، حيث يعتبر هذا الالتزام مشتركاً بين أطراف عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، لأنه بسبب العلاقة التعاقدية بينهما يطلع كل منهما على الأسرار التجارية التي تخص الطرف الآخر كحجم المبيعات وأسماء الزبائن، وكمية الأرباح ، فإفشاء الأسرار من كليهما تؤدي إلى نشوء منازعات بينهما ويعتبر إضرار بالعلامة التجارية بسمعتها وشهرتها، ويجعلها عرضة للتقليد والتزوير.[1]

المطلب الثاني : عقد الامتياز (الفرنشايز)

عقد الفرنشايز هو من العقود الهامة والمستحدثة لما يمثله هذا العقد من وسيلة ناجحة لنقل المعرفة الفنية والمشـاريع الانتاجية، بأسـلوب يحقق اهداف المتعاقدين، وبالتالي يعود بالفائدة على الطرفين وسيتم تقسيم هذا المطلب الى فرعين الاول تعريف عقد الفرنشـايز والثاني سـنفرده لبيان الالتزامات العقدية لطرفي عقد الامتياز .

(1) البشتاوي، دعاء طارق(2008)، عقد الفرنشايز وأثاره، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، نابلس،ص:116.

الفرع الأول : تعريف عقد الامتياز (الفرنشايز)

يعرف عقد الفرنشايز او الامتياز التجاري على انه عقد " يقوم مالك النشاط الانتاجي المتميز ويسمى المانح بالترخيص والسماح لمن يطلب استغلال ذات منتجه ويسمى المتلقي بأن يقوم الاخير بانتاج ذات السلعة محل المنتج عن طريق استعمال ذات التكنولوجيا الممنوحة ، وكذلك العلامة التجارية ، والاسم التجاري ، لقاء اجر متفق عليه شريطة ان يتم ذلك تحت رقابة المانح ومتابعته ، وبغية ضمان التزام المتلقي بالمواصفات القياسية المطلوبة والتي يحددها المانح لاستنساخ انتاجي يطابق المنتج الاصلي "[1]

وفي التمييز بين عقد الامتياز فان عقد الامتياز يكون اكثر تعقيدا من عقد ترخيص العلامة التجارية لجهة مشتملاته ، فهو يتضمن منح الترخيص على العلامة التجارية ومنح التراخيص لاستعمال حقوق ملكية فكرية اخرى وكذلك منح التراخيص لاستعمال خطط التسويق والتوزيع للمنتجات المعنية ولبعض المعارف التقنية ، ومن الامثلة على عقود الامتياز هي انواع الامتياز الممنوحة بخصوص سلسلة مطاعم "ماكدونالز" حيث نلاحظ ان ما يتم ترخيصه لا يقتصر فقط على ترخيص العلامة ،بل يتجاوز ذلك الى اسم المحل وشعاره وما شابه بحيث ان المحول له يظهر بذات المظهر والهوية العامة الموحدة لكل محلات مانح الحق ، وعقد الامتياز يغطي ايضا طريقة البيع وخطط التوزيع والتسويق .

الفرع الثاني : الالتزامات العقدية لطرفي عقود الفرنشايز

طرفا عقود الفرنشايز هما المانح والمتلقي وينعقد في ذمة كل منهما التزامات وهي :

1- التزامات المانح:

[1])د.زمزم،عبد المنعم(2011)،عقود الفرانشايزبين القانون الدولي الخاص وقانون التجارةالدولية،دار النهضة العربية،ص177.

- **الالتزام بنقل المعرفة الفنية**

بموجب عقد الفرنشـايز يلتزم المانح ان ينقل للمتلقي المعرفة الفنية من خلال تضـمينها للمحل العقدي ونقل المعرفة يشـــتمل بالاضـــافة الى نقل المعلومات والمعارف التزام المانح بنقل الملاحق والمسـتندات التي تحتوي على بيان تفصـيلي للمعلومات الاسـاسـية للتكنولوجيا وملحق للتصـميمات والرسوم والمواصفات والوثائق وبيان الاجهزة والالات والتجهيزات اللازمة لتصنيع المنتج .

- **الالتزام بالاعلام**

ويقصد به ان يلتزم المورد بأن يكشف للمتلقي في العقد او من خلال مفاوضات تسبق ابرامه على كافة الاخطار التي تنشأ عن الاستخدام وخصوصا ما يتعلق منها بالبيئة او الصحة العامة وان يبوح بما يعلمه من وسائل لاتقاء هذه الاخطار ، وكذلك اعلامه بالدعاوي القضائية او اي من العقبات التي قد تعيق استخدام الحقوق .

-الالتزام بالمساعدة الفنية ونقل التحسينات

2- التزامات المتلقي :

- **الوفاء بالثمن "المقابل المالي.**

وهو ان يلتزم المتلقي بدفع المقابل المادي في الميعاد المتفق عليه ويجوز ان يكون هذه المقابل مبلغا اجماليا يؤديه المتلقي للمانح دفعة واحدة او بصورة اقساط دورية

- **الالتزام بالسرية .**

ويقصد بها ان يلتزم المتلقي بالمحافظة على سرية المعلومات التي يحصل عليها من المانح في اطار عقد الفرنشايز .

- **الالتزام القصري**

ويقصد بالالتزام القصري هو تحديد المنطقة او الاقليم الذي يمارس فيه المتلقي التزامه الانتاجي ويقتصر التزامه على الحدود الجغرافية والمكانية لاماكن تسويق منتجاته .

المطلب الثالث :عقد رهن العلامة التجارية :

قد يلجأ التاجر ونتيجة لاعتبارات الائتمان التجاري الى رهن علامته التجارية كضمان للاقتراض وقد يتم ذلك الرهن مع المحل التجاري او بصورة مستقلة ، فالجهة مانحة القرض تسعى جاهدة الى ضمان سداد التاجر لهذا القرض وتسعى للحصول على ضمانات تؤمن لها السداد ، ومن هذه الضمانات ايقاع الرهن على العلامة التجارية المملوكة للراهن، وقد اجاز المشرع الاردني بموجب المادة (19) من قانون العلامات التجارية رهن العلامة التجارية .[1]

الفرع الأول : تعريف عقد الرهن :

عقد الرهن هو عقد بين الطرفين المدين الراهن (مالك العلامة التجارية) والدائن المرتهن يمنح بموجبه الطرف الاول ملكية خاصة له للطرف الثاني ومع احتفاظ الطرف الاول بملكية الشيء وفقا لشروط معينة مقابل الحصول على مبلغ مالي من الطرف الثاني وينتهي الرهن عند اعادة الطرف الاول المال في الفترة الزمنية التي يتم الاتفاق عليها ، وفي حال استحال اعادة المال كان للطرف الثاني التصرف بملكية المال المرهون ببيعه او استعماله او التصرف فيه للحصول على المبلغ المالي الخاص به .[2]

([1]) المادة (19) من قانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952وتعديلاته رقم (15) لسنة 2008 "1- يجوز نقل ملكية العلامة التجارية او التنازل عنها او رهنها دون نقل ملكية المحل التجاري الذي يستعمل العلامة التجارية في تمييز بضائعه او التنازل عنه او رهنه كما يجوز الحجز على العلامة التجارية مستقلة عن المحل التجاري "

[2]) بحث بعنوان النظام القانوني لرهن العلامة التجارية ،د.اسيد حسن ذنيبات،استاذ مشارك – جامعة مؤتة-الاردن

الفرع الثاني : الشروط الخاصة لعقد رهن العلامة التحارية :

يشترط لصحة رهن العلامة التجارية توافر الشروط العامة للعقد والتي تتمثل بركن الرضا والمحل والسبب ، بالاضافة الى شروط خاصة برهن العلامة التجارية تتمثل بتسجيل الرهن واشهاره حيث يخضع رهن العلامة التجارية لقانون ضمان الحقوق بالاموال المنقولة رقم (20) لسنة 2018 حيث تنص المادة 3/أ/1 على " تسري احكام هذا القانون على المعاملات و العقود التي تتضمن شرطا يقضي بضمان الوفاء بالتزام بترتيب حق ضمان على دين او حق او مال منقول بما في ذلك الرهن المجرد من الحيازة وفقا لاحكام المادة (6) من هذا القانون "

العلامة التجارية عند رهنها فاننا نرهن قيمة المالية لهذه العلامة وليس العلامة بحد ذاتها حيث ان صاحب العلامة لا يحوزها بشكل فعلي فرهنها يتم دون نقل جيازتها.

ولا بد من تسجيل الرهن الواقع على العلامة التجارية وذلك بوضع اشارة في سجل العلامات التجارية تفيد رهن هذه العلامة[1] وفي ذلك حماية للدائن المرتهن كونه لا يحوز هذه العلامة فعليا فليس له السيطرة المادية عليها وان قيد رهن العلامة بالسجل هي الوسيلة لحماية حقه ، وقانون العلامات التجارية احال في تحديد اجراءات رهن العلامة التجارية الى تعليمات تصدر لهذه الغاية عن وزير الصناعة والتجارة حيث جاء فيها " تحدد اجراءات نقل ملكية العلامات التجارية ورهنها وحجزها وسائر التصرفات القانونية المتعلقة بهذه العلامة بموجب تعليمات يصدرها الوزير لهذه الغاية ويتم نشرها في الجريدة الرسمية "[2]

([1])المادة (1/3) من قانون العلامات التجارية "ينظ في الوزارة تحت اشارف السجل سجل يسمى (سجل العلامات التجارية) تدون فيه جميع العلامات التجارية واسماء مالكيها وعناوينهم وما طرأ على هذه العلامات من الامور التالية : "أ- اي تحويل او تنازل او نقل ملكية او ترخيص من مالكها للغير باستعمالها ويستثنى من التسجيل ما في عقد الترخيص من سرية ب- الرهن او الحجز الذي يوقع على العلامة التجارية او اي قيد على استعمالها "

([2])المادة (5/19) من قانون العلامات التجارية .

حيث ان تعليمات نقل ملكية العلامة التجارية ورهنها والحجز عليها تنص على وجوب ان يقدم طلب رهن العلامة إلى المسجل مرفقاً به المستند الدال على الرهن مصادقاً عليه من المرجع القانوني المختص حيث يتم قيد إشارة رهن العلامة التجارية في السجل ، ويتم نشرها في الجريدة الرسمية حيث يتم منح المرتهن ما يفيد برهن العلامة وفقاً للأنموذج المعد لهذه الغاية ويتم شطب رهن العلامة بناء على طلب يقدمه مالك العلامة التجارية إلى المسجل مرفقاً به ما يثبت انقضاء الرهن ، ويقوم المسجل بشطب الرهن من السجل وينشر ذلك في الجريدة الرسمية[1] من خلال ذلك يتضح لنا ان رهن العلامة التجارية يتم وفقا لتعليمات يصدرها الوزير المعني ، وفقا لنموذج مصادق عليه وفقا للاصول والمعد لهذه الغاية ، وان الاجراء المتبع في حال تخلف المدين (الراهن) عن تنفيذ التزاماته بموجب عقد الرهن ، هو قيام الدائن (المرتهن) بتنفيذ سند الرهن وفقا للقانون .

الفرع الثالث : التزامات الراهن في عقد رهن العلامة التجارية :

ان رهن العلامة التجارية يقتضي بقاء العلامة التجارية في حيازة صاحب العلامة من غير ان ينقلها للمرتهن وهذا يقتضي منه جملة من الالتزامات وهي :

1- استعمال العلامة بشكل يحافظ على قيمتها .

حيث ان استعمال العلامة التجارية هم الاساس في ملكية العلامة التجارية ، و يقصد بالاستعمال هو استخدام الشئ فيما اعد له ، وحيث ان لمالك العلامة التجارية الحرية في استخدام العلامة التجارية الا ان وجود الرهن يجعل من استعماله للعلامة مقيدا بعدم الاضرار بها، حيث تعتبر القيمة المادية للعلامة هي محل عقد رهن العلامة التجارية لذا يجب على المدين الراهن استعمالها بصورة عادلة وبشكل يحافظ على قيمتها ، كما يلتزم الراهن بضمان سلامة المال المرهون وعدم

([1]) المادة 8 من تعليمات نقل ملكية العلامة التجارية ورهنها والحجز عليها ،موقع قرارك .

التقصير في المحافظة عليه حيث يلتزم الراهن القيام بالاعمال اللازمة للمحافظة على القيمة المالية للعلامة التجارية وذلك بالمحافظة على نشاطها وتداولها بين الجمهور فان امتناع الراهن عن القيام بهذه الاعمال بان لا يستخدم العلامة وبالتالي الى نسيانها وعدم وجودها بين الجمهور مما سيؤدي الى نقصان قيمتها ويؤثر بالتالي على حق المرتهن . [1]

بالاضافة الى التزام الراهن بالامتناع عن القيام بالاعمال التي تلحق ضررا بالمال المرهون وتنقص من قيمتها المادية والذي من شأنه ان يؤدي الى عزوف الجمهور عن استخدامها حيث ان معيار اقبال المستهلك على استخدام العلامة التجارية هو جودتها وثقتهم بها وقيمتها المادية فان قام الراهن باي عمل ادى الى نقصان قيمة العلامة مما يؤدي الى نقصان قيمتها المادية فان ذلك سوف يؤدي حتما الى الاضرار بمصالح الدائن المرتهن.

2- استعمال العلامة منعا لشطبها من سجل العلامات التجارية :

شطب العلامة التجارية هو الاثر المترتب على عدم استعمال العلامة التجارية ويقصد به الغاء تسجيل العلامة التجارية من سجل العلامات التجارية ، فعدم استعمال العلامة التجارية هو التخلي عنها وعدم استعمالها فعليا وبصورة مستمرة وقد عرفت محكمة العدل العليا عدم الاستعمال على انه "اتخاذ موقف سلبي ازاء عمل ما يتمثل في عدم التجاوب مع ذلك العمل فيقف منه غير مبال او مكترث لما ينطوي عليه العمل "[2]

---

[1])أبو رمانة،عامر علي،مدى خصوصية التزامات الراهن في عقد رهن العلامة التجارية دراسة مقارنة،بحث منشور،دراسات علوم الشريعة والقانون،الجامعة الأردنية،2016 ،ص 1332 .

[2])قرار رقم 1988/41 تاريخ 1988/5/1 ،محكمة العدل العليا،منشورات مركز عدالة .

فاستعمال العلامة التجارية هو حق والتزام فالجزاء المترتب على الاخلال بهذا الالتزام هو الغاء تسجيل العلامة التجارية نتيجة لعدم استعمالها الفعلي والمستمر لمدة ثلاث سنوات متواصلة .[1]

وبناء على ذلك قد يقوم المدين الراهن بعد استخدام العلامة التجارية لمدة ثلاث سنوات متواصلة بقصد الاضرار بمصلحة الدائن المرتهن مما قد يعرضها للشطب من سجل العلامات التجارية وبالتالي هلاك المال محل الرهن وبالتالي يفقد الدائن المرتهن ضمانه وبالتالي فان المشرع يفرض على الراهن التزاما باستخدام العلامة التجارية استخداما فعليا مستمرا بصورة تمنع الغاء العلامة وذلك حفاظا على حقوق المرتهن ، كما يجب عليه متابعة أي طلب يقدم لشطب العلامة من ذي مصلحة لعدم الاستعمال ويثبت ان عدم الاستعمال راجع الى ظروف حالت دون استخدامها وهي خارجة عن ارادته نتيجة ظروف اقتصادية خاصة .

3- حماية العلامة التجارية بتجديد تسجيلها .

حيث ان قانون العلامات التجارية حدد مدة حماية العلامة التجارية بعشر سنوات واعطى الحق لصالحبها في تجديدها لمدد مماثلة ، حيث ان المشرع الاردني نظم احكام تجديد تسجيل العلامة التجارية التي انتهت مدتها وذلك بموجب المادة 21 من قانون العلامات التجارية حيث جاء فيها:

1- يجدد المسجل العلامة التجارية بناء على طلب صاحبها وفقا لاحكام هذا القانون .

[1])المادة 1/22 من قانون العلامات التجارية الأردني وتعديلاته " مع مراعاة احكام المادة 25 من هذا القانون يجوز لاي شخص ذي مصلحة ان يطلب من المسجل الغاء تسجيل أي علامة تجارية مسجلة لغيره اذا لم يستعملها فعليا وبصورة مستمرة خلال السنوات الثلاث التي سبقت الطلب الا اذا اثبت مالك العلامة التجارية ان عدم استعمالها يعود الى ظروف تجارية خاصة او الى أسباب مسوغة حالت دون استعمالها "

2- اذا لم يطلب مالك العلامة التجارية تجديدها فتعتبر حكما مشطوبة من السجل بناقضاء سنة واحدة على انتهاء مدة تسجيلها ويحق للغير طلب تسجيل هذه العلامة باسمه بعد انقضاء سنة اخرى"

حيث بين المشرع ان طلب التجديد يكون من صاحب العلامة التجارية واشترط ان يقدم طلب التجديد خلال سنة من تاريخ انتهاء مدة تسجيل العلامة التجارية ، فالجزاء المترتب على عدم تقديم طلب تجديد تسجيل العلامة هو اعتبارها مشطوبة حكما أي ان الشطب في مثل هذه الحالة يكون بقوة القانون وليس بناء على طلب لهذه الغاية .

و في حال قام صاحب العلامة التجارية برهنها كضمان لاستيفاء دينه فيكون ملزما بتجديدها حماية للعلامة التجارية من الشطب حيث ان شطبها يؤدي الى زوال الضمان وهلاك محل الرهن ويفقد الدائن المرتهن حقه في استيفاء دينه من المال المرهون .

المبحث الثالث

منازعات العلامات التجارية

قبل التطرق الى التحكيم كوسيلة لفض منازعات عقود العلامات التجارية وموقف المشرع الاردني من امكانية اللجوء الى التحكيم في منازعات العلامات التجارية لا بد من تحديد انواع منازعات العلامات التجارية حيث سوف يتم تقسيم هذا المبحث الى مطلبين وهي منازعات العلامات التجارية الناشئة عن وقائع قانونية وسوف تكون موضوع المطلب الاول من هذا المبحث والمنازعات الناشئة عن العلامة العقدية وهي موضوع المطلب الثاني .

المطلب الاول : المنازعات التي تنشأ نتيجة وقائع قانونية :

والذي يظهر من خلال بعض السلوكيات الخاطئة التي يقوم بها بعض الأشخاص، الطبيعيون أو المعنويون، بقيامهم بانتهاكات، أو سرقة أو تقليد العلامات التجارية، وتتولى السلطات في الدول مسؤولية مواجهة هذه الانتهاكات، وذلك لفاعلية تدخل الدولة من خلال الاتفاقيات والقوانين الوطنية، بحيث يكون دور القضاء العادي من خلال إصداره أحكام قضائية تقوم على تنفيذها، التي تكفل حماية عناصر الملكية الفكرية والتي العلامات التجارية احدها وذلك لردع المنتهكين وإمكانية صاحب الحق من طلب التعويض على الضرر الذي لحقه.

و قد توجد ادعاءات متضاربة على العلامات التجارية المتشابهة، وقد يكون هناك استعمال للعلامة التجارية من قبل أكثر من شخص واحد في نفس الوقت، ولذلك سوف نقوم بذكر حالات التنازع على ملكية العلامة التجارية:

الفرع الأول: وجود ادعاءات متضاربة على علامات تجارية متشابهة.

قد تحدث هذه الادعاءات في حالة تقديم طلب من أكثر من شخص في آن واحد لمسجل العلامات التجارية لتسجيل علامة تجارية متطابقة أي قريبة الشبه بعضها ببعض، ومتعلقة بنفس البضائع أو الصنف، وقام المشرع الأردني بمعالجة هذه الحالة في المادة 17:" إذا طلب عدة أشخاص تسجيل علامات تجارية متماثلة أو قريبة الشبه بعضها ببعض وكانت تلك العلامات تتعلق بنفس البضائع أو الصنف، فيجوز للمسجل أن يرفض تسجيل أية علامة من تلك العلامات باسم شخص من هؤلاء الطالبين إلا بعد أن تسوى حقوقهم،إما بالاتفاق فيما بينهم على وجه يوافق عليه المسجل، أوبواسطة محكمة العدل العليا التي يحيل المسجل الخلاف عليها عند عدم الوصول إلى مثل هذا الاتفاق".

ففي هذه الحالة يجوز للمسجل أن يرفض طلب التسجيل،وهذا الرفض ليس نهائيا ، وإنما يبقى قائماً حتى يتم تسوية حقوق الطالبين من خلال إتباع وسيلتين وهما كما يلي:

- الاتفاق ألرضائي بين الأطراف على وجه يوافق عليه مسجل العلامات التجارية.
- الحصول على حكم قضائي من المحكمة الإدارية ، التي يحيل المسجل إليها الأطراف في حالة عدم الاتفاق بينهم.

إن نص هذه المادة عالج حالة وجود تشابه بين العلامات المطلوب تسجيلها المتعلقة بنفس البضائع أو الأصناف التي سوف تتخذ العلامة التجارية رمزاً لها لتمييزها عن المنتجات والبضائع الأخرى، وأما إذا اختلف صنف البضائع المراد العلامة تمييزها اختلافاً واضحاً بحيث يصعب الخلط بين هذه الأصناف من قبل المستهلك على الرغم من وجود تطابق أو تشابه بين العلامات المطلوب تسجيلها ففي هذه الحالة لا يمنع تسجيلها.

ولهذا تستنتج الباحثة من نص هذه المادة 17 أن وجود طلب آخر لتسجيل نفس العلامة أو ما يشابهها على اسم شخص آخر لا يستلزم بحد ذاته رفض إحداهما، وإنما في هذه الحالة للمسجل الحق في رفض تسجيل أية علامة من تلك العلامات باسم الشخص من هؤلاء الطالبين إلا بعد أن تسوى حقوقهم إما بالاتفاق فيما بينهم أو من خلال اللجوء إلى المحكمة الإدارية التي يحيل المسجل الخلاف إليها عند عدم القدرة إلى الوصول إلى أي اتفاق.

الفرع الثاني: استعمال العلامات التجارية من قبل أكثر من شخص واحد في نفس الوقت

يحدث في بعض الأحيان أنه يتم استعمال العلامة التجارية بطريقة مشروعة من أكثر من شخص في ذات الوقت، ثم يتقدم كل شخص منهم بطلب مستقل لتسجيل هذه العلامة باسمه، ولهذا جاءت

المادة 18 من قانون العلامات التجارية ليعالج هذه الحالة فقد نصت المادة على أنه:" إذا كان شخص يستعمل بطريقة المزاحمة الشريفة علامة تجارية يستعملها شخص آخر أو إذا وجدت أحوال خاصة أخرى، يستصوب المسجل معها تسجيل نفس العلامة باسم أكثر من شخص واحد، فيجوز للمسجل أن يسمح بتسجيل تلك العلامة أو أية علامة أخرى قريبة الشبه بها، لنفس البضائع باسم أكثر من شخص واحد على أساس القيود والشروط التي يستصوب فرضها من حيث طريقة الاستعمال ومكانه وغير ذلك من الأمور".

ونجد من هذه المادة أنه يجوز لمسجل العلامات التجارية أن يقوم بتسجيل علامة أو علامات متشابهة لتمييز نفس البضائع أو أصنافها باسم أكثر من شخص، أي بمعنى أنه يصبح أكثر من مالك لنفس العلامة أو العلامات من أكثر من شخص لنفس البضاعة، وذلك في حالة الاستعمال السابق للعلامة من قبل أكثر من شخص لنفس البضائع أو أصنافها، فنجد أن هذه المادة سمحت بازدواجية ملكية العلامات التجارية السابق استعمالها من قبل أكثر من شخص.

والمبرر من هذه المادة هو تحقيق العدالة، وهذا القرار غير قطعي حيث يجوز استئنافه ، وذلك ما جاء في الفقرة الثانية من المادة نفسها:" يجوز استئناف القرار الذي يصدره المسجل بمقتضى هذه المادة لدى محكمة العدل العليا التي لها عن النظر في الاستئناف نفس الصلاحية التي خولها المسجل بمقتضى هذه المادة"، ونصت الفقرة الثالثة على أنه:" يقدم الاستئناف بمقتضى هذه المادة خلال 30 يوماً من تاريخ قرار المسجل".

وحتى يتم تطبيق هذه المادة يجب أن تكون العلامة موضوع النزاع مستعملة بطريقة المزاحمة الشريفة، أو وجود أحوال خاصة تستدعي ذلك، فهذه المادة تعالج حالات المنافسة الشريفة في استعمال

العلامات التجارية لنفس البضائع، لذلك يجب افتراض حسن نية الأشخاص الذين تسجل العلامات باسمهم.

الفرع الثالث: انتقال ملكية العلامة التجارية إلى أكثر من شخص في آن واحد

في بعض الحالات ينقطع شخص عن مزاولة عمله التجاري لأسباب معينة مثل الانقطاع عن تعاطي التجارة أو لأي سبب آخر، فيجوز في هذه الحالة للمسجل أن يقسم العلامات التجارية المسجلة العائدة لهذا الشخص بين الأشخاص الذين بقوا يمارسون نفس النشاط فعلياً وهذا التسجيل مقيد بشرطين وهما كالآتي:

- أن لا يكون اسم ذلك الشخص وشهرته التجارية انتقل إلى شخص واحد خلفه في عمله.
- أن تراعى القيود والتعديلات والشروط التي يراها المسجل مناسبة ولازمة لتحقيق المصلحة العامة، ويكون قرار المسجل في هذه الحالة قابلاً للطعن امام المحكمة المختصة.

إن الغاية التي ابتغاها المشرع الأردني في هذه الحالة هي تحقيق العدالة بين الأشخاص الذين تنطبق عليهم الفروض السابقة التي جاءت في حالة استعمال العلامات التجارية من قبل أكثر من شخص واحد في نفس الوقت في المواد 17 و18 من قانون العلامات التجارية المعدل.

تجد الباحثة انه ومن من خلال ما تم الاشارة اليه وحيث ان المشرع بموجب قانون العلامات التجارية الاردني قد نص على الاجراءات الواجب اتباعها في حال وجود نزاعات تتعلق بالعلامة التجارية من حيث تسجيلها واسبقية تسجيلها وحدد الجهات المختصة في نظر النزاع الناشئ عن هذه المنازعات والذي يفهم انه لا مجال لاحالة النزاع في مثل هذا النوع من المنازعات المذكورة الى التحكيم .

المطلب الثاني : المنازعات العقدية للعلامات التجارية :

تطرقنا في المبحث السابق الى العقود التي ترد على العلامات التجارية و عرفنا ان هذه العقود من شأنها ان ترتب لطرفي العقد حقوقا وتفرض عليهم التزامات لذا فان النزاع الذي ينشا عن تنفيذ هذا الالتزام و اخلال احد طرفي العقد بالالتزامات المترتبه على عاتقه بموجب العقد تجاه كل طرف من اطرافه من شأنه ان يحدث نزاعا بين اطرافه ومن المنازعات التي يمكن ان تنشأ بين طرفي العقد هي :

1- ان العقد باستغلال او استخدام او استعمال العلامة التجارية مثل عقد الترخيص او عقد الفرنشايز ينشئ على عاتق مالك العلامة التجارية وهو المرخص في عقد الترخيص والمانح في عقد الفرنشايز التزام بنقل الحق في استغلال هذه الحقوق الى المرخص له او المتلقي وتمكينه من الانتفاع بالعلامة التجارية وفقا لشروط الاتفاق وان أي اخلال من مالك العلامة التجارية بالتزامه بنقل الحق في استعمال او استغلال هذه العلامة من شأنه ان ينشئ نزاعا عقديا بين الطرفين .

كما ان العقود التي ترد على العلامة التجارية تنشيء كذلك على عاتق مالك العلامة التجارية من تمكين المرخص له في عقد الترخيص او المتلقي في عقد الفرنشايز من حيازة الحق في العلامة التجارية حيازة هادئة ومستقرة ونافعة ، ولا يجوز للمالك ان يتعرض للطرف الاخر لانه مكلف بضمان التعرض الشخصي المادي والقانوني وضمان تعرض الغير القانوني ويقصد بالتعرض الشخصي المادي كل فعل مادي يقوم به المالك من شأنه ان يؤثر في في انتفاع المرخص له او المتلقي بالعلامة التجارية .

وايضا عدم التعرض المادي في العلامة التجارية هو قيام المالك باجراء تعديلات او تغيرات في العلامة التجارية من شأنها ان تضر المرخص له او المتلقي ، وان يقوم المالك بمنافسته منافسة غير مشروعة كأن يقوم بتوزيع البضائع او الخدمات التي ينتجها في النطاق الجغرافي للمرخص او المتلقي .

2- النزاعات التي قد تنشأ نتيجة اخلال الطرف الاخر وهو المرخص له في عقد الترخيص او المتلقي في عقد الفرنشايز بالتزاماته ومنها عدم التزامه بدفع المقابل النقدي المتفق عليه او مخالفته لأي من شروط الاستعمال والاستغلال المنصوص عليها في العقد.

3-عقد رهن العلامة التجارية شأنه شأن باقي العقود التي ترد على حقوق العلامة التجارية حيث تطرقنا الى الالتزامات التي تقع على عاتق الراهن وهو مالك العلامة التجارية وهي التزامه باستعمال العلامة التجارية بشكل يحافظ على قيمتها والتزامه باستعمال العلامة منها لشطبها من سجل العلامات وحماية العلامة التجارية بتجديد تسجيلها ، وفي حال اخل الراهن بأي من الالتزامت المترتبة عليه بموجب عقد الرهن والتي قد تؤثر على حقوق المرتهن وتؤدي الى نقصان قيمة الضمان او الغائه او شطبه مما يلحق ضررا بالدائن المرتهن فان من حقه المطالبة بالتعويض بمواجهة الدائن الراهن مالك العلامة التجارية .

ان النزاع الذي يحصل بسبب اخلال ايا من طرفي العقود التي ترد على العلامات التجارية بالالتزامات المترتبة عليهم بموجب العقد والشروط المتفق عليها بموجبه يكون قابلا لتسويته بين الاطراف وسوف نأتي على شرح ذلك في بشيء من التفصيل في المبحث القادم .

الفصل الثالث

ماهية التحكيم في المنازعات العقدية للعلامات التجارية واجراءته

بعد ان تناولنا بالبحث بيان ماهية العلامة التجارية وطبيعتها القانونية والعقود التي يمكن ان ترد عليها والمنازعات المتعلقة بها فلا بد من ان نتطرق بعد ذلك الى بيان ماهية التحكيم في المنازعات العقدية للعلامة التجارية حيث ان هذا الفصل سيتركز على بيان مفهوم التحكيم في منازعات العلامات التجارية وذلك من خلال بيان تعريفه وبيان مزايا اللجوء الى التحكيم في تسوية منازعات العلامات التجارية وبعدها سيتم دراسة اتفاق التحكيم .

وبذلك سوف يتم تقسيم هذا الفصل الى ثلاث مباحث الاول يتعلق ماهية التحكيم ومزاياه وذلك ببيان تعريف التحكيم ومزايا التحكيم والمبحث الثاني سنتناول فيه اتفاق التحكيم في عقود العلامات التجارية ببيان ماهيته وشروط صحته وموقف المشرع الاردني من اللجوء الى التحكيم في منازعات العلامات التجارية والمبحث الثالث اجراءات التحكيم .

المبحث الاول

ماهية التحكيم ومزاياه

للوقوف على ماهية التحكيم سوف يتم تقسيم هذا المبحث الى مطلبين الاول نتناول بموجبه تعريف التحكيم فقها وقضاء وتعريف التحكيم بالقانون والتحكيم في منازعات العلامات التجارية وبعدها بيان مزايا التحكيم .

المطلب الاول : تعريف التحكيم

حيث سنتناول في هذا المطلب تعريف التحكيم بالفقه والقانون والقضاء وفي منازعات العلامات التجارية .

الفرع الاول : التحكيم فقهاً

عرف الدكتور احمد ابو الوفا التحكيم على أنه:" الاتفاق على طرح النزاع على شخص معين او أشخاص معينين ليفصلوا فيه دون المحكمة المختصة".[1]

وقد عرفه اخر على انه " عبارة عن اتخاذ الخصمين حكماً برضاهما، لفصل خصومتهما ودعواهما، ويقال لذلك حكم بفتحتين ومحكم بضم الميم وفتح الحاء وتشديد الكاف المفتوحة". [2]

وعرف أيضاً على أنه:" تولية الخصمين حكماً يحكم بينهما"، كما جاء في قوله تعالى: {فَلاَ وَرَبِّكَ لاَ يُؤْمِنُونَ حَتَّى يُحَكِّمُوكَ فِيمَا شَجَرَ بَيْنَهُمْ}.[3]

وفي تعريف اخر للتحكيم :" اتفاق الأطراف على اختيار شخص(محكم) أو أكثر يفصل فيما يثور فعلاً أو قد يثور بينهم في المستقبل من منازعات بحكم ملزم دون المحكمة المختصة".[4]

الفرع الثاني : التحكيم في القانون والقضاء

وأما التحكيم وفقا لقانون التحكيم الأردني رقم 31لسنة 2001 المعدل بموجب قانون معدل رقم 16 لسنة 2018 فالجدير بالذكر انه لم يرد تعريف محدد لمصطلح التحكيم في قانون التحكيم الاردني

---

(1) أبو الوفا، أحمد(1983)، التحكيم الاختياري والإجباري، ط4، منشأة المعارف، ص: 32

(2)أفندي، علي حيدر(1999)، درر الحكام في شرح مجلة الأحكام ، دار الجيل، ط1، ج1، ص: 365.

(3) سورة النساء، الآية:65.

(4) صاوي، أحمد السيد(2002)، التحكيم طبقاً للقانون رقم 27 لسنة 1994 وأنظمة التحكيم الدولية، ط2، دار النهضة العربية،ص:10.

إلا أنه قد ورد في المادة التاسعة من قانون التحكيم الأردني تعريف لاتفاق التحكيم حيث عرفته هذه المادة من القانون على أنه:" (أ- اتفاق التحكيم هو اتفاق الأطراف، سواء من الأشخاص الحكمية أو الطبيعية الذين يتمتعون بالأهلية القانونية للتعاقد، على أن يحيلوا إلى التحكيم جميع أو بعض النزاعات التي نشأت أو قد تنشأ بينهم بشأن علاقة قانونية محددة، تعاقدية كانت أو غير تعاقدية)".

وقد توصلت محكمة التمييز الأردنية في تعريفها للتحكيم على ان التحكيم هو طريق استثنائي يلجأ اليه الخصوم لفض ما ينشأ بينهم من منازعات بموجب اتفاق قائم بينهم بقصد الخروج عن طريق التقاضي العادي حيث جاء في احد القرارات الصادرة عن محكمة التمييز في تعريفها للتحكيم على انه:

" إن التنظيم القانوني للتحكيم يقوم على رضا الأطراف وقبولهم به كوسيلة لحسم المنازعات التي نشأت أو يمكن أن تنشأ بينهم بمناسبة علاقة قانونية معينة، وأن أساس تطبيق التحكيم كوسيلة تطبيق التحكيم لحسم المنازعات، وهو وجود اتفاق صحيح على التحكيم وذلك وفقاً لأحكام المادة (10) من قانون التحكيم.

- إن التحكيم هو طريق استثنائي للتقاضي يقوم على رضا الأطراف له بديلاً عن محاكم الدولة وإن إرادة الأطراف هي التي توجد التحكيم وهي التي تحدد نطاقه ".[1]

قرار اخر صادر عن محكمة التمييز يعرف التحكم على انه ""وأن التحكيم هو طريق استثنائي لفض النزاعات قوامه الخروج عن طرق التقاضي العادية وهو قاصر على ما تنصرف إليه إرادة الفريقين لعرضه على هيئة التحكيم ".[2]

(1) قرار محكمة التمييز الارنية رقم (2845) لسنة 2017 الصادر بتاريخ 2017/12/31 المنشور على موقع قراراك.

(2) قرار محكمة التمييز الاردنية رقم (2205) لسنة 2019 – محكمة التمييز بصفتها الحقوقية الصادر بتاريخ 2019/4/29

من خلال تعريف التحكيم نجد انه يتركز حول فكرة ارادة الاطراف في عرض النزاعات التي نشأت او قد تنشأ فيما بينهم نتيجة لعلاقة قانونية عقدية كانت او غير عقدية على محكم او اكثر لغايات الفصل فيها بحكم مبرم .

الفرع الثالث : تعريف التحكيم في منازعات العلامات التجارية

يقصد بالتحكيم في منازعات العلامات التجارية وجود خلال بين طرفين حول حق من حقوق العلامات التجارية في علاقة قانونية ما ، بحيث تكون هذه المنازعات متعلقة بالسطات الممنوحة لمالك الحق سواء كانت استعمال العلامة التجارية واستغلالها او التصرف بها واتفاق الاطراف على عرض النزاع الناشيء فيما بينهم عن طريق احدى الوسائل البديلة لتسوية النزاعات .

المطلب الثاني : مزايا التحكيم في المنازعات العقدية للعلامات التجارية

للتحكيم اثر كبير وفعال في المنازعات التي تتثيرها العقود الواردة على العلامة التجارية وبناء عليه سنتناول في مزايا التحكيم في التحكيم في المنازعات العقدية للعلامات التجارية وهي :

اولا : سرعة الفصل في النزاع :

احد ابرز المزايا التي يحققها اللجوء الى التحكيم هي سرعة اجراءات الفصل في النزاع ، حيث ان العديد من التجار يتجنبون اللجوء القضاء بسبب ما تتسم به اجراءات التقاضي من بطء وتعقيد ، الا ان التحكيم يتميز بالقدرة على حسم النزاع بين الاطراف في وقت اقل من القضاء العادي حيث ان المحكم ملزم بالفصل في النزاع المعروض امامه في وقت معين يتفق عليه الاطراف وفي حال لم يتفق عليه الاطراف فان القانون هو من يتولى تحديده ، اضف الى ذلك ان المحكمين يكرسون معظم وقتهم للفصل في النزاع المعروض عليهم وذلك بخلاف القاضي الذي يعرض ليه العديد من القضايا في اليوم الواحد ، ونظرا لان العقود التي تبرم فيما يتعلق بحقوق العلامة التجارية تتعلق باستغلال

واستعمال العلامة التجارية والتي تكون العلاقة فيما بينهم علاقة تجارية فليس من مصلحة الاطراف تأخير نظر النزاع لما له من تأثير في حركة الاموال وفي العلاقة بين الاطراف، حيث ان التحكيم في مثل هذا النوع من النزاعات من شأنه ان يحافظ على العلاقات الودية بين الاطراف والتي بدورها تعود عليهم بالنفع ، مما يؤكد ان اللجوء الى التحكيم في حل النزاع المتعلق بالعلامة التجارية هو الطريق الامثل في المنازعات المتعلقة بحقوق العلامات التجارية .

ثانيا : سرية التحكيم :

تعتبر سرية التحكيم احد المزايا الرئيسية للتحكيم وذلك خلافا للقضاء العادي الذي تعد العلنية احد اهم خصائصه ، ومن مظاهر السرية في التحكيم ما نصت عليه المادة (42/ب)[1] من قانون التحكيم الاردني حيث ان هذه المادة نصت صراحة على عدم جواز نشر حكم التحكيم او نشر جزء منه الا بموافقة طرفي التحكيم ، ومن مظاهر السرية ايضا ذلك ان جلسات التحكيم مغلقة امام الصحافة والجمهور ، وان هذا من شأنه ان يجعل من التحكيم هو الخيار الافصل للاطراف في منازعات العلامات التجارية ، حيث ان العديد من التجار يرغب ان ينظر النزاع بشكل سري وان لا يتم نشره او تعلم به الشركات المنافسة خوفا من تأثر علامته التجارية وبالنظر لقيمتها المادية العالية في معظم الاحيان وايضا نظرا لطبيعة النزاع فيما يتعلق بالمنزاعات العقدية للعلامات التجارية والتي تتطلب اطلاع الاطراف على بعض الاسرار المهنية للطرف الاخر مما يجعل من الضروري وضع اسس لهيئة التحكيم يتعين التقيد بها فيما يتعلق بالوثائق بالسماح لهيئة التحكيم بالاطلاع عليها كبداية لحل أي نزاع والتوفيق بين مصلحة الاطراف.

ثالثا : مرونة الاجراءات :

---

[1]) المادة 42/ب من قانون التحكيم الاردني رقم (31) لسنة 2001 وتعديلاته (ولا يجوز نشر حكم التحكيم او نشر اجزاء منه الا بموافقة طرفي التحكيم)

يتمتع التحكيم بشكل عام بمرونة الاجراءات ، والمقصود بالمرونة هي الحرية في تعديل شروط التحكيم بما يتوافق وارادة الاطراف وتظهر هذه المرونة في حرية الاطراف في اختيار المحكم المناسب والذي يحوز على ثقة الاطراف وحرية الاطراف في اختيار القانون الواجب التطبيق ومقر التحكيم ، و ان مرونة اجراءات التحكيم فيما يتعلق بمنازعات العلامات التجارية جعلت من التحكيم ضمان لتشجيع الاستثمار في حقوق العلامات التجارية ، حيث ان هذه المرونة في الاجراءات تتطلبها النزاعات التي ترد على حقوق العلامة التجارية خصوصا اذا كان كان احد طرفي العقد اجنبيا.

رابعا : رؤية النزاع من قبل متخصص

اختيار المحكمين عادة يتم من اهل الخبرة والاختصاص في ذات موضوع النزاع وبالتالي يمكن للمحكم استخدام خبرته في تسوية موضوع النزاع فالطبيعة التقينة في مجال العلامات التجارية تستلزم وجود محكم مختص يتمتع بالخبرة اللازمة لرؤية النزاع والفصل فيه.

خامسا : تعيين القانون الواجب التطبيق :

ان استغلال حقوق ملكية العلامة التجارية قد يتعدى حدود الدولة وهذا من شأنه ان يؤدي الى نشوء نزاعات تتعدى حدود الدولة ايضا مما قد تؤدي الى عرقلة التعامل التجاري حيث تظهر صعوبة تحديد القانون الواجب التطبيق على النزاع والمحكمة المختصة بنظره ، من هنا يتضح لنا ميزة اخرى من مزايا التحكيم التي تمنح الاطراف المتعاقدة او طرفي النزاع الاتفاق على الدولة التي تكون مقرا للتحكيم والدولة التي اتفق الطرفان على طبيق قانون التحكيم النافذ فيها على اجراءات التحكيم ، وفي

حال لم يتفق الاطراف على مقر التحكيم او القانون الواجب التطبيق على اجراءات التحكيم فتتولى هيئة التحكيم اختيارها .1

المبحث الثاني
اتفاق التحكيم في عقود العلامات التجارية وشروط صحته

ترى الباحثة ضرورة بيان الركيزة الأساسية وحجر الأساس للعملية التحكيمية وهو اتفاق التحكيم العقد الذي يخضع في نشأته وتكوينه إلى ما تخضع له العقود الأخرى، بالإضافة إلى ما تتطلبه ذاتية اتفاق التحكيم من قواعد خاصة، لذلك لا بد من توافق إرادة طرفي اتفاق التحكيم، على تسوية نازعاتهم، بدلا من اللجوء إلى القضاء لتسوية هذه النزاعات وسوف نعمد الى تقسيم هذا المبحث الى مطلبين المطلب الاول سنفرده لبيان ماهية اتفاق التحكيم وصوره وشروط صحته في المطلب الثاني .

المطلب الاول : ماهية اتفاق التحكيم وصوره

في هذا المطلب سنتناول تعريف اتفاق التحكيم فقها وقانونا ، بعدها سنتناول صور اتفاق التحكيم

الفرع الاول : تعريف اتفاق التحكيم

عُرِفَ اتفاق التحكيم في الفقه على أنه: "توجها من أطرافه لتسوية منازعاتهم عن طريق اللجوء الى التحكيم ".[2]

---

[1]) المادة 2/أ من قانون التحكيم رقم (31) لسنة 2001 وتعديلاته (*مقر التحكيم : الدولة التي اتفق طرفا التحكيم على اعتبارها مقرا للتحكيم او الدولة التي اتفق الطرفان على تطبيق قانون التحكيم النافذ فيها على اجراءات التحكيم او الدولة التي تختارها هيئة التحكيم مقرا لها في حالة عدم وجود اتفاق .)

(2) الكيلاني، محمود محمد (2022)، الوساطة والتحكيم في تسوية المنازعات المدنية والتجارية، ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، ط2 ص: 82.

وعرفه البعض على أنه: " العقد المكتوب الذي يلتزم أطرافه باللجوء إلى التحكيم لتسوية كل أو بعض المنازعات التي نشأت، أو التي يمكن أن تنشأ بينهما بمناسبة علاقة قانونية محددة، ويجب أن يتضمن هذا العقد تعيين محكمين أو تحديد طريقة تعيينهم.[1]

وقد تعددت أيضاً تعريفات اتفاق التحكيم في التشريعات والقضاء، حيث تتقارب تشريعات الدول في تعريف اتفاق التحكيم، فقد عرفته اتفاقية نيويورك لسنة 1958 في المادة 1/2 بأنه:" الاتفاق المكتوب الذي يلتزم بمقتضاه الأطراف بأن يخضعوا للتحكيم كل أو بعض المنازعات الناشئة أو التي قد تنشأ بينهم بشأن موضوع من روابط القانون التعاقدية أو غير التعاقدية المتعلقة بمسألة تجوز تسويتها عن طريق التحكيم". وأما المادة (7) من القانون النموذجي للأمم المتحدة عرفت اتفاق التحكيم على أنه:" اتفاق بين الطرفين على أن يحيلا إلى التحكيم جميع أو بعض المنازعات المحددة التي نشأت أو قد تنشأ بينهما بشأن علاقة قانونية محددة عقدية كانت أو غير عقدية، ويجوز أن يكون اتفاق التحكيم في صورة شرط تحكيم وارد في عقد أو في صورة اتفاق منفصل".

وفيما يتعلق بالقانون الاردني فقد ورد تعريف اتفاق التحكم في المادة التاسعة من قانون التحكيم الأردني المعدل لسنة 2018 حيث عرفه المشرع الاردني على انه: " اتفاق الأطراف، سواء من الأشخاص الحكمية أو الطبيعية الذين يتمتعون بالأهلية القانونية للتعاقد، على أن يحيلوا إلى التحكيم جميع أو بعض النزاعات التي نشأت أو قد تنشأ بينهم بشأن علاقة القانونية محددة، تعاقدية أو غير تعاقدية ".[2]

---

(1) العشرة، بسام الشيخ(2018)، التحكيم التجاري، منشورات الجامعة الإفتراضية السورية، ص:26.

(2) المادة 9 من قانون التحكيم الاردني .

ولا بد من الإشارة الى إن المحتكم في اتفاق التحكيم لا يتنازل عن حماية القانون ولا عن حقه في اللجوء إلى القضاء حيث أن الحق في اللجوء إلى القضاء يعتبر من الحقوق المقدسة التي يكفلها الدستور وهو من النظام العام، والمحتكم عند الاتفاق على اللجوء إلى التحكيم يمنح المحكم كافة الصلاحية وسلطة الفصل في النزاع عوضاً عن المحكمة المختصة ، أي إن إرادة أطراف النزاع في اللجوء إلى التحكيم هو عبارة عن حلول المحكم محل المحكمة في نظر النزاع. ويترتب على عقد اتفاق التحكيم التزام أطرافه بآثار ونتائج الاتفاق من لحظة عقده، فإذا لجأ أحد الأطراف للتحكيم يلتزم الطرف الآخر عدم اللجوء للقضاء والاستمرار في اللجوء للتحكيم، أما في حالة مخالفة أحد الأطراف ذلك، فأنه يكون للمحتكم الدفع بالتحكيم مع حقه في الاستمرار بالتحكيم، وإذا ما لجأ أحد الأطراف إلى القضاء، فإن استمرارية هذا الاتفاق يكون معلقاً على شرط واقف؛ وهو الدفع بوجود اتفاق التحكيم قبل الكلام في الموضوع وفقاً للقانون، وإلا يعد متنازلاً عن اتفاق التحكيم بعد سقوط حقه في الدفع بوجوده.[1]

من خلال ذلك نتوصل الى انه حتى يمكن لاطراف النزاع اللجوء الى التحكيم فلا بد من ان يتفقوا على ذلك ، فاتفاقهم هذا هو الذي ينزع الاختصاص من المحاكم في نظر النزاع وينقله الى التحكيم حيث ان اتفاق التحكيم هو الشرط الذي يتفق عليه الاطراف الذي يعتمد على التوافق على طرح اي نزاع محتمل قد ينشأ فيما بينهم امام محكم للفصل فيه ، وان اتفاق التحكيم يمثل عقد نشأ عنه التزامات الاطراف والذي يجب ان تتوافر في هذا الاتفاق الشروط العامة لاي عقد حتى يكون الالتزام صحيحا ومنتجا لاثاره والتي سوف نأتي على ذكرها لاحقا .

(1) عبد التواب، أحمد إبراهيم(2011)، اتفاق التحكيم مفهومه– أركانه وشروطه– نطاقه، دار النهضة العربية، القاهرة، ص:38.

الفرع الثاني : صور اتفاق التحكيم :

1 –شرط التحكيم ومشارطته

نصت المادة (22) من قانون التحكيم الأردني رقم(16) لسنة 2018 على أنه:" يعد شرط التحكيم اتفاقاً مستقلاً عن شروط العقد الأخرى، ولا يترتب على بطلان العقد أو فسخ أو إنهائه أي أثر على شرط التحكيم الذي يتضمنه إذا كان هذا الشرط صحيحاً في ذاته.

ونصت الفقرة ب من المادة (10) من القانون المعدل رقم (16) لسنة 2018 على أن:" تعد في حكم الاتفاق المكتوب كل إشارة أو إحالة في العقد الأصلي بين الطرفين الى وثيقة أخرى كعقد نموذجي او اتفاقية دولية تتضمن شرط تحكيم ما لم يستبعده الطرفان صراحة ".

من خلال نص المادة اعلاه يتضح لنا احد صور اتفاق التحكيم وذلك بأن يتضمن العقد المبرم بين الفريقين احالة أي نزاع قد ينشأ فيما بينهم الى التحكيم وهذه الحالة تكون سابقة لنشوء النزاع وهي ما يسمى شرط التحكيم وهنا قد يرد الاتفاق ضمن نصوص عقد معين او يرد مستقلا عن أي عقد وهذا ينطبق على العقود التي ترد على العلامة التجارية حيث لا بد ان يرد في العقد بندا يتضمن احالة أي نزاع قد ينشأ بين الاطراف الى التحكيم.

اما الصورة الثانية من صور اتفاق التحكيم فهو ما يعرف بمشارطة التحكيم حيث يقصد بمشارطة التحكيم على أنها:" اتفاق بين الأطراف بمناسبة نزاع معين قائم بالفعل بينهم يلتزمون بموجبه بأن يتم الفصل في هذا النزاع عن طريق التحكيم".[1]

(1) الضراسي، عبد الباسط(2008)، النظام القانوني لاتفاق التحكيم، ط2، القاهرة، المكتب الجامعي الحديث، ص:15.

في الواقع تبرم مشارطة التحكيم بعد قيام النزاع، وغالباً يتم إبرامها قبل رفع الدعوى أمام القضاء، وهذا لا يمنع أن يتم الاتفاق على التحكيم بعد رفع الدعوى القضائية، بل من الممكن إبرامها في أي حالة تكون فيها إجراءات الدعوى، وأمام أي درجة من درجات التقاضي، ويمكن إبرامها أمام محكمة التمييز، أيضاً في حالة أن كانت القضية في مرحلة المداولة، طالما لم يصدر فيها الحكم، وإذا تم إصدار حكم قضائي أو تحكيمي نهائي حاسم للنزاع في هذه الحالة يكون النزاع أنتهى بالفعل بين أطرافه، ولا يجوز إبرام مشارطة تحكيم بشأنه[1]، ونصت المادة (11) من قانون التحكيم الأردني رقم(16) لسنة 2018 على مشارطة التحكيم ":يجوز أن يكون اتفاق التحكيم سابقا على نشوء النزاع سواء كان مستقلا بذاته او ورد في عقد معين بشأن كل المنازعات او بعضها التي قد تنشأ بين الطرفين، كما يجوز ان يتم اتفاق التحكيم بعد قيام النزاع ولو كانت قد أقيمت في شانه دعوى أمام اية جهة قضائية ويجب في هذه الحالة ان يحدد موضوع النزاع الذي يحال الى التحكيم تحديدا دقيقا والا كان الاتفاق باطلا.

ونصت المادة (10) من القانون نفسه على :" اذا تم الاتفاق على التحكيم اثناء نظر النزاع من المحكمة، فعلى المحكمة أن تقرر إحالة النزاع الى التحكيم، ويعد هذا القرار بمثابة اتفاق تحكيم مكتوب".

وفي المنازعات المتعلقة بالعلامات التجارية فانه يتم إحالة النزاع الى التحكيم بعد نشوب النزاع بين الأطراف ومن المتصور رؤيته في منازعات العلامات التجارية التي تنشأ بعد نشوب النزاع في الدعوى التي تقام للمطالبة بالتعويض عن الاضرار التي لحقت بالمضرور نتيجة للتعدي على العلامة التجارية ، وفي حالة المطالبة بالتعويض عن الاضرار التي لحقت بالدائن المرتهن في عقد رهن

(1) العشرة، بسام الشيخ، التحكيم التجاري، مرجع سابق، ص:31.

العلامة التجارية نتيجة لاخلال المدين الراهن بالالتزامات االمترتية عليه وفقا لما تم الإشارة اليه سابقا

.

2-التحكيم بالاحالة الى وثيقة تتضمن شرط التحكيم :

يطلق على الاحالة الى وثيقة او مستند يتضمن شرط التحكيم اسم التحكيم بالاحالة ، وان التحكيم بالاحالة يختلف عن الاحالة الى التحكيم بموجب شرط التحكيم ومشارطة التحكيم ، في ان العلاقة القانونية نفسها مصدر الالتزام لا تشتمل على شرط التحكم ، وانما الاتفاق كان بناء على الاشارة او الاحالة في العقد الاصلي الموقع بين الطرفين الى اعتبار شرط التحكيم الوارد في وثيقة اخرى والمحال اليه جزءا مكملا للعقد يحث تعد الاحالة اليها هو الاساس والسند المبرر الى التحكيم بالطريقة المنصوص عليها في هذه الوثيقة ، فان القانون يعتبر ذلك بمنزلة اتفاف على التحكيم .

المشرع الاردني اورد الاحالة الى وثيقة تتضمن تنظيم لاتفاق التحكيم وذلك في المادة (10/ب) من قانون التحكيم الاردني حيث تنص هذه المادة على "تعد في حكم الاتفاق المكتوب كل اشارة او احالة في العقد الاصلي بين الطرفين الى وثيقة اخرى كعقد نموذجي او اتفاقية دولية تتضمن شرط تحكيم ما يستبعده الطرفان "

من خلال نص المادة المذكور يتضح لنا انه يعتبر في حكم الاتفاق على التحكيم كل اشارة او احالة في العقد الاصلي بين الى وثيقة او عقد نموذجي تتضمن شرط تحكيم ، الا اذا استبعده الاطراف وحتى يمكن اعمال شرط التحكيم المحال اليه في تفاق سابق ان يكون هذا الشرط نافذا وكذلك الاشارة بشكل صريح ومحدد الى شرط التحكيم الوارد في الوثيقة الاخرى كالعقد النموذجي أي ان الاحالة في العقد الاصلي يجب ان يتكون مصحوبة بالاشارة الى وجود شرط تحكيم في الاتفاقية المحال اليها وهذا ما توصلت اليه محكمة التمييز في احد القرارات الصادرة عنها الذي جاء فيه : "

... تجدر الإشارة على أنه يلزم لإعمال شرط التحكيم المحال إليه في اتفاق سابق أن يكون هذا الشرط نافذاً فإذا لم يتوافر فيه شرط نفاذه فإن الإحالة في مثل هذه الحالة لا تكفي ذلك أن الأساس القانوني لاعتبار الإحالة اتفاقاً على التحكيم هو توافر إرادة الطرفين المشتركة فإذا لم تنطوِ الإحالة على رضا الطرفين فإن الإحالة لا تكون كافية.ولما كانت الإحالة بين الطرفين المتنازعين في حالتنا المعروضة هي مجرد إحالة عامة إلى اتفاقي الامتياز السابقة دون الإشارة بشكل صريح ومحدد إلى شرط التحكيم الوارد فيه فإن هذه الإحالة لا تكون كافية بل يستفاد من النص الوارد في اتفاقية الحلول القانوني (بند 16) أنها عدلت ما كان متفق عليه في اتفاقية الامتياز وقصرت إحالة أي خلاف أو أي نزاع ينشأ بين الطرفين تكون محكمة وسط عمان (قصر العدل) دون غيرها هي المختصة يعني أن *الإحالة* في *العقد الأصلي* يجب أن تكون مصحوبة بالإشارة إلى وجود شرط تحكيم في اتفاقية الامتياز المحال إليها "[1]

الفرع الثالث: استقلال شرط التحكيم :

اصبح مبدأ استقلال اتفاق التحكم عن العقد الاصلي من المباديء المستقرة في التحكم وهذا المبدأ نصت عليه المادة (22) من قانون التحكيم الاردني والتي تنص على " يعد شرط اتفاقا مستقلا عن شروط العقد الاخرى، ولا يترتب على بطلان العقد او فسخه او انهائه اي اثر على شرط التحكيم الذي يتضمنه اذا كان هذا الشرط صحيحا في ذاته " من خلال نص المادة يتضح لنا على ان قانون التحكيم ينص صراحة على ان شرط التحكيم مستقل عن العقد الاصلي والسبب في استقلاله اختلاف محل العقدين حيث ان شرط التحكيم عمل اجرائي يهدف الى حل المنازعات التي تنتج عن العقد ،

[1]) قرار الحكم رقم 2425 لسنة 2018،تاريخ 2018/5/31 ،محكمة التمييز الاردنية

وبالتالي فهو يختلف عن محل العقد الاصلي الذي يهدف الى الى تحديد المراكز القانونية من خلال تحديد حقوق والتزامات الاطراف .

ان من اهم النتائج التي تترتب على استقلال شرط التحكيم ان وجود وصحة اتفاق التحكيم يختلف عن وجود وصحة عقد ، فاختلاف مصير الشرط ما هي الا عملية تحصين لشرط التحكيم ضد اسباب عدم الصحة التي قد تؤثر على العقد وبالتالي لا يلقى اتفاق التحكيم نفس مصير العقد بالرغم من ان اتفاق التحكيم جزء من العقد .

وفي حال زوال شرط التحكيم ببطلانه لأي سبب كان لا يؤثر على العقد فيبقى العقد منتجا لاثاره ، ويضل الاختصاص في فض النزاع الذي نشأ عنه ثابت للقضاء لانه صاحب الولاية العامة في هذه الحالة ، فأي عيب يصيب شرط التحكيم لا يؤثر على العقد الاساسي طالما لم ينال اي عيب .

[1]

المطلب الثاني : شروط صحة اتفاق التحكيم

ليصح اتفاق التحكيم يجب توافر شروط لجعله صحيحاً ومتفقاً مع القانون وقواعده العامة، وهي كالتالي:

1- الشروط الموضوعية لصحة اتفاق التحكيم:

-الرضا:

هو توافر إرادتين على الأقل متطابقتين تمام التطابق ومتجهتين إلى إحالة ما نشأ أو ما يحتمل نشوؤه من نزاع إلى التحكيم كوسيلة لحل هذا النزاع،" ويتحقق الرضا أيضاً بتلاقي إرادتين على التحكيم

[1]) احمد،رائد احمد علي،النظام القانوني لاتفاق التحكيم في عقود الاستثمارات البترولية،مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع،الطبعة الاولى 2017،ص183 .

خاليتين من الإكراه والغلط ومن الغبن الفاحش والتغرير"[1]. فكما جاء في القانون المدني الأردني أن الغلط هو عيب من عيوب الرضا إذا ورد على محل العقد الأصلي أو على قيمة المعقود عليه، وفي طبيعة الحال هو لا يمتد إلى شرط التحكيم، وفي حالة امتداده إلى شخص المتعاقد أو في صفة من صفاته فيمتد إلى شرط التحكيم لأنه هو المتعاقد أصلاً في الشرط، أما الإكراه إذا جاء على شخص المتعاقد الأصلي، فإنه يمتد إلى شرط التحكيم .

إلا أن وجود الإرادة لا يكفي حتى ينعقد اتفاق التحكيم، فلا بد من التعبير عنها تعبيراً صريحاً، كون المشرع استلزم الكتابة لانعقاد اتفاق التحكيم كما نصت المادة10 من القانون رقم (16) لسنة 2018 على:" يجب أن يكون اتفاق التحكيم مكتوباً وإلا كان باطلاً، ويكون اتفاق التحكيم مكتوباً إذا ورد في وثيقة موقعة من الأطراف، أو في صورة مخاطبات أو مراسلات ورقية أو إلكترونية أو غيرها من وسائل الاتصال المكتوبة الثابت تسلمها والتي تعد بمثابة سجل للاتفاق".

إذن يجب التعبير الصريح عن الإرادة في اللجوء إلى التحكيم، وإذا كان التعبير ضمنياً يكون ممكناً إذا قام الأطراف بإدراج التحكيم في سياق معاملتهم كوسيلة لفض منازعاتهم فيما يبرمانه من عقود، ثم أغفلوا في عقد من نفس النوع، أو في تجديد نفس العقد النص على ذلك ما لم يستبين من ظروف العقد أنهم تعمدا اسقاط ذكره لأنهما يريدا التحكيم[2].

إلا أن قانون التحكيم الأردني في نص المادة (10) يعتد بالإرادة الصريحة وليس الضمنية أو المفترضة في التعبير عن اتفاق التحكيم. والرضا في التحكيم، سواء كان بصورة شرط تحكيم أو مشارطة تحكيم، له أثر نسبي، فاتفاق التحكيم هو عقد كباقي العقود، إلا أنه له طبيعة خاصة نظراً

(1) عيوب الرضا في القانون المدني الأردني المواد(135- 156).

(2) حسين، عمر إبراهيم، اتفاق التحكيم، النقابة العامة لأعضاء هيئة التدريس الجامعي، ع26، 2017، ص:140.

لمحل الاتفاق على التحكيم ذاته، فالرضا لا يلزم بصفة أساسية إلا أطراف العقد، وهؤلاء الأطراف هم من يصدر عنهم إرادة التعبير التي من خلالها يتم التعبير عن التزامهم بالعقد مما يساهم في تكوين العقد [1]. وإذ لم يتوافر الرضا في العقد أيا كانت صورته في الاتفاق على التحكيم كان الاتفاق باطلاً، فنصت المادة (49) من قانون التحكيم الأردني على: "لا تقبل دعوى بطلان التحكيم إلا في أي من الحالات التالي: 1- إذا لم يوجد اتفاق تحكيم صحيحاً ومكتوباً أو كان هذا الاتفاق باطلاً أو سقط بإنتهاء مدته".

- **الأهلية:**

إن اتفاق التحكيم كما ذكر سابقاً يشكل عقداً، والرضا فيه لا يعتبر صحيحاً إلا بشرطين وهما: ألا يكون مشوباً بعيب، وأن يكون صادراً عن أشخاص يتمتعون بالأهلية القانونية المطلوبة لكل أنواع العقود، فلا بد من توافر أهلية التصرف لدى الأطراف[2]، فكما ذكرنا سابقاً أن المادة9 من القانون رقم (16) لسنة 2018 تنص على أن:" اتفاق التحكيم هو اتفاق الأطراف، سواء من الأشخاص الحكمية أو الطبيعية الذين يتمتعون بالأهلية القانونية للتعاقد، على أن يحيلوا إلى التحكيم جميع أو بعض النزاعات التي نشات أو قد تنشأ بينهم بشأن علاقة قانونية محددة، تعاقدية كانت أو غير تعاقدية".

وتستنتج الباحثة من نص هذه المادة أنه لا يكفي لصحة اتفاق التحكيم رضا الطرفين، بل يجب أن توافر لهما أهلية الاتفاق على التحكيم، أي بمعنى أن يكون لهما أهلية التصرف؛ لأن التحكيم ينطوي على التزامات متبادلة بالنزول على حكم المحكمين، وبعد الإطلاع على القانون نفسه نجد أنه

(1) عمر، نبيل(2010)، التحكيم في المواد المدنية والتجارية،ط3، الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة، ص:41.

(2) الطروانة خالد، التحكيم التجاري، غرفة تجارة عمان، 2017، ص:6.

هذا ما ما نصت عليه المادة (49) من القانون نفسه :" لا تقبل دعوى بطلان حكم التحكيم إلا في أي من الحالات التالي: 2- إذا كان أحد طرفي اتفاق التحكيم وقت إبرامه فاقداً للأهلية أو ناقصها وفقاً للقانون الذي يحكم أهليته".

- **محل اتفاق التحكيم :**

وحيث ان اتفاق التحكيم عقد شأنه شأن سائر العقود فانه ينبغي توافر الشروط العامة المتطلبة في محل الالتزامات العقدية بوجه عام حيث يجب ان يكون محل اتفاق التحكيم موجودا وممكنا ومعينا تعينا نافيا للجهالة الفاشحة او قابلا للتعين وان يكون مشروعا [1]، وان يكون قابلا لحكم العقد ، ويقصد بمحل التحكيم في حقوق العلامات التجارية هو النزاع المراد حسمه ، والتي يجب ان تكون قابة للتسوية بواسطة التحكيم بان لا تكون من المسائل التي لا يجوز فيها الصلح او المسائل المتعلقة بالنظام العام حيث ان المسائل المتعلقة بالعلامات التجارية من اكثر المواضيع المتعلقة بالنظام العام حيث ان الاصل ان يبقى للدولة سلطة فض المنازعات المتعلقة بالعلامات التجارية فالعديد من المنازعات المتعلقة بحقوق العلامات التجارية تكون ذات علاقة بالنظام العام .

2- الشروط الشكلية لصحة اتفاق التحكيم:

- الكتابة: تنص المادة (10) من القانون رقم (16) لسنة 2018 على:" يجب ان يكون اتفاق التحكيم مكتوبا وإلا كان باطلا، ويكون اتفاق التحكيم مكتوبا اذا ورد في وثيقة موقعة من الأطراف، أو في صورة مخاطبات أو مراسلات ورقية أو الكترونية أو غيرها من وسائل الاتصال المكتوبة الثابت تسلمها والتي تعد بمثابة سجل للاتفاق".

[1])المواد من (157-163) من القانون المدني الاردني

وبمقتضى نص هذه المادة تستنتج الباحثة أن الكتابة تعد ركناً من أركان اتفاق التحكيم، وليس مجرد وسيلة لإثباته، ونجد أن المشرع قد فضل الكتابة على غيرها من أدلة الإثبات، وهذا بسبب أن وقت حصول العمل القانوني يدنيها من الحقيقة، ويجعل احتمال صدق ما يدون بها أقوى عنها احتمال وقوع الكذب فيها، فأخذ بالكتابة واكتفى بها وجعلها قرينة على الحقيقة يجوز إثبات عكسها. إن الكتابة في التحكيم مهما بلغ شأنها لا تثبت لها حجية مطلقة أبداً، ويجوز دائما إثبات عدم مطابقتها للحقيقة. وكما نصت المادة سواء ورد اتفاق التحكيم في شكل شرط أو مشارطة يجب أن يكون الاتفاق مكتوباً وإلا كان باطلاً، والكتابة شرط لصحة التحكيم، وسلامة وجوده، وليست مجرد شرط لإثبات اتفاق التحكيم.[1]

-**تحديد موضوع النزاع:** غالباً يتفق طرفا عقود العلامات التجارية على الإحالة إلى التحكيم كنص في العقد، وذلك لعدم رغبتهم في الخضوع لأحكام قوانين لا يرغبان بها، والاتفاق على التحكيم قبل نشوب النزاع إما أن يرد كبند في العقد أو في اتفاق لاحق ويطلق على هذا شرط التحكيم، او يتم الاتفاق على اللجوء إلى التحكيم بعد حدوث النزاع ويسمى بمشارطة التحكيم.

في حالة مشارطة التحكيم يجب تحديد موضوع النزاع، وذلك من خلال تحديد المسائل المتفق بين الأطراف على إحالتها إلى التحكيم ويجب أن يكون التحديد دقيقاً وإلا يكون هذا الاتفاق على التحكيم باطلاً، والعلة في ذلك أن اتفاق الأطراف بعد قيام النزاع تستلزم على الأطراف تحديد موضوع النزاع حتى تتحد هيئة أو ولاية المحكم، وخاصة أن اتفاق التحكيم يتم بعد قيام النزاع المنظور أمام جهة القضاء بموجب دعوى قضائية.[2] وهذا ما استقر عليه اجتهاد محكمة التمييز والذي جاء في "

---

(1) مرقس، سليمان، أصول الإثبات في المواد المدنية في القانون المصري مقارنة بتقنيات سائر البلاد العربية، عالم الكتب للنشر، (د.ت)، ج1، ص: 139.

(2) الزعبي، محمد داوود(2012)، دعوى بطلان حكم التحكيم، دار الثقافة، عمان، ط1، 2012، ص:86.

ويجب أن يرد الاتفاق عليه في بنود الاتفاق قبل حدوث النزاع أو يرد كبند مكتوب باتفاق مستقل ينص على إحالة النزاع وبما يسمى بمشارطة التحكيم وفقاً لما جاء في المادة 11 من قانون التحكيم والذي يقوم على أساس مبدأ سلطان الإرادة واشترطت المادة العاشرة أن يكون شرط التحكيم مكتوباً وأن يكون التحكيم في المسائل الجائز فيها الصلح كشرط موضوعي خاص وفقاً لحكم المادة (9) من القانون ذاته [1].

مما تقدم نجد أن تحديد موضوع النزاع غير متصور قبل وقوعه ولذلك فمن الصعوبة بمكان تحديده في صورة الشرط على أي من حالاته إلاَّ أنه في حالة مشارطة التحكيم فلا بد من أن يحدد موضوع النزاع الذي يُحال إلى التحكيم تحديداً دقيقاً لأنه في هذا الوقت تكون معالم النزاع قد اتضحت للخصوم ويمكن تحديدها بسهولة ويُسر وإلاَّ اعتبر الشرط باطلاً وفقاً لحكم المادة (11) من قانون التحكيم الأردني .

وترى الباحثة في تحديد موضوع النزاع أهمية كبيرة تكمن في أنه يتيح فرصة مراقبة التزام هيئة التحكيم حدود الولاية دون التعدي على اختصاص القضاء في النظر إلى المسائل التي لا يشملها اتفاق التحكيم، وأيضاً أن تحديد موضوع النزاع يضمن لأطراف النزاع السرعة في الفصل في التحكيم، وقيام القضاء العادي بمراقبة تطبيق القانون مما يسهم في فاعلية التحكيم.

(73) قرار محكمة التمييز الموقرة رقم 1253 لسنة 2022 تاريخ 2022/6/8 .

المطلب الثالث : موقف المشرع الاردني من اللجوء الى التحكيم في منازعات العلامات التجارية

بعد ان تم تحديد منازعات العلامات التجارية وعرفنا وعرفنا انها اما ان تكون نتيجة وقائع قانونية والتي تظهر من بعض السلوكيات الخاطئة للأشخاص الطبيعين او المعنويين بقيامهم بالاعتداء على العلامة التجارية ، وقد توجد ادعاءات متضاربة على العلامات التجارية المتشابهة ، واما ان تكون نزاعات متعلقة بالعقود التي ترد على حقوق العلامة التجارية .

وتنص المادة 3 قانون التحكيم رقم 31 لسنة 2001م، فقد نصت المادة 3 من القانون على:" تسري أحكام هذا القانون على كل تحكيم اتفاقي يجري في المملكة يتعلق بنزاع مدني أو تجاري بين أطراف من أشخاص القانون العام أو القانون الخاص أيا كانت طبيعة العلاقة القانونية التي يدور حولها النزاع عقدية كانت أو غير عقدية".

من نص هذه المادة نجد أن المشرع قد أدرك حقيقة وأهمية التحكيم في المنازعات العقدية، وحسم الجدل القضائي والفقهي الذي يدور حول مدى مشروعية اللجوء إلى التحكيم في المنازعات العقدية.[1]

وبعد التعرف على تعريف مفهوم منازعات العلامات التجارية وعلى التحكيم في منازعات العلامات التجارية وفقاً للتشريع الأردني نجد أنه من الممكن التحكيم في منازعات العلامات التجارية ونشير في ذلك الى نص المادة 9 من قانون التحكيم الأردني الذي ينص على: اتفاق التحكيم هو اتفاق الأطراف، سواء من الأشخاص الحكمية أو الطبيعية الذين يتمتعون بالأهلية القانونية للتعاقد،

(1) عبد الهادي، بشار جميل(2005) ، التحكيم في منازعات العقود الإدارية، دار وائل للطباعة والنشر، ط1، ص:83.

على أن يحيلوا إلى التحكيم جميع أو بعض النزاعات التي نشات أو قد تنشأ بينهم بشأن علاقة قانونية محددة، تعاقدية كانت أو غير تعاقدية. ب- لا يجوز التحكيم في المسائل التي لا يجوز فيها الصلح"

وقد أجاز المشرع الأردني لصاحب العلامة التجارية استغلالها واستثمارها سنداً لنص المادة 3 من قانون العلامات التجارية المعدل:" أي تحويل أو تنازل أو نقل ملكية أو ترخيص من مالكها للغير باستعمالها ويستثنى من التسجيل ما في عقد الترخيص من سرية"، ونص المادة 2/25 الذي أعطى الحق مالك الحق الحق في منح ترخيص في استعمالها، ولأن المشرع الأردني قام بربط قابلية النزاع للتحكيم بالقابلية للصلح فإنه يمكن أن نستنتج أنه من الممكن التحكيم في منازعات العلامات التجارية ، أما بخصوص صحة العلامة التجارية وبطلانها فقام المشرع الأردني بحصرها بالجهة المعنية بالتسجيل في وزارة الصناعة والتجارة الأردنية وهذا ما بينه المشرع الأردني في قانون العلامات التجارية المعدل.[1]

وفيما يتعلق بموقف المشرع الأردني فإنه يذهب إلى إمكانية اللجوء إلى التحكيم فيما يتعلق بالتعويض المدني الذي يثير المسؤولية المدنية للمزور أو المقلد، ونظراً لأن منازعات التقليد المدنية تتعلق بالمصالح الخاصة لأطراف النزاع فإننا نرى إمكانية التحكيم في هذه النزاعات على الرغم من عدم نص المشرع الأردني صراحة على ذلك في قانون التحكيم الأردني وقانون العلامات التجارية ، وندعم قولنا في إنه يمكن الرجوع إلى القواعد العامة لتحديد مجالات العلامة التجارية التي يجوز إخضاعها للتحكيم وفقاً للقانون الأردني حيث يتضح لنا أن كل ما يقبل أن يكون موضوعاً للتعاقد يجوز ان تعرض منازعته على التحكيم من خلال الرجوع إلى النصوص القانونية التي تتعلق بالعقد،

(1) الخزعلي، القابلية للتحكيم في منازعات الملكية الفكرية، مرجع سابق، ص:116.

ونجد أن المشرع الأردني بموجب القانون المدني الأردني يشترط في المادة (88) منه على:" يصح أن يرد العقد:

1- على الأعيان، منقولة كانت أو عقاراً مادية كانت أو معنوية.

2- على منافع الأعيان.

3- على عمل معين أو على خدمة معينة.

4- على أي شيء آخر ليس ممنوعاً بنص في القانون أو مخالفا للنظام العام أو الأداب".

والمادة 161 من القانون المدني الأردني التي تنص على:

1- يشترط عقود المعاوضات المالية أن يكون المحل معيناً تعييناً نافياً للجهالة الفاحشة بالإشارة إليه أو مكانه الخاص إن كان موجوداً وقت العقد أو ببيان الأوصاف المميزة له مع ذكر مقداره إن كان من المقدرات أو بنحو ذلك مما تنتفي به الجهالة الفاحشة.

2- وإن كان المحل معلوماً للمتعاقدين فلا حاجة إلى وصفه وتعريفه بوجه آخر.

3- فإذا لم يعين المحل على النحو المقدم كان العقد باطلاً".

والمادة 163 من القانون نفسه التي تنص على :

1- يشترط أن يكون المحل قابلاً لحكم العقد.

2- فإن منع الشارع التعامل في شيء أو كان مخالفاً للنظام العام أو للأداب العامة كان العقد باطلاً.

3- ويعتبر من النظام العام بوجه خاص للأحكام المتعلقة بالأحوال الشخصية كالأهلية والميراث والأحكام المتعلقة بالانتقال والإجراءات اللازمة للتصرف في الوقف وفي العقار والتصرف

في مال محجور ومال الوقف ومال الدولة وقوانين التسعير الجبري وسائر القوانين التي تصدر لحاجة المستهلكين في الظروف الاستثنائية".

ونصت المادة 6 من قانون التحكيم على: "لا يجوز التحكيم في المسائل التي لا يجوز فيها الصلح".

من خلال النصوص القانونية المشار إليها أعلاه يتبين لنا أن كل ما يجوز التعاقد عليه، طالما ان العلامة التجارية تعد من قبيل المال الذي يقيم مادياً ولم يرد عليها قيداً يتعلق بالنظام العام فيجوز إخضاع منازعتها للتحكيم

ومن هذا تجد الباحثة أن المشرع الأردني لم ينص على عدم قابلية العلامات التجارية للتحكيم حيث قام وعلى سبيل الحصر باستثناء نوعين من العقود هما: عقود المستهلكين المعدة على نماذج مطبوعة سابقاً، وعقود العمل فقط، ولذلك إن التحكيم في المنازعات العقدية في العلامات التجارية جائز لعدم ورود نص صريح من المشرع الأردني على عدم التحكيم في هذا النوع من الحقوق وهذا بشرط عدم مخالفة النظام العام والآداب العامة في المملكة.

ونجد ايضا ان المشرع الاردني يجيز التحكيم في المسائل المتعلقة باستغلال العلامة التجارية كالمنازعات المتعلقة بترخيص حقوق العلامة التجارية والمنازعات المتعلقة بتفسير وتنفيذ العقود المتعلقة بهذه الحقوق كونها تتعلق بمسائل تعاقدية تدور حول حقوق الاطراف والتزاماتهم واثار العقود التي تربطهم .

المبحث الثالث

إجراءات التحكيم في عقود العلامات التجارية

اجراءات التحكيم هي مجموعة من الاعمال الاجرائية التي تهدف الى الوصول الى حكم يصدر عن هيئة التحكيم يفصل في النزاع القائم بين طرفي التحكيم ، وحيث تتم احالة النزاع الى التحكيم اما بموجب نص او شرط في العقد الاصلي المبرم بين الطرفين ينص الى وجوب اللجوء الى التحكيم في حال نشوء أي نزاع وهو ما يسمى شرط التحكيم واما ان يتم اللجوء الى التحكيم باتفاق الطرفيين بعد نشوء النزاع ويسمى في هذه الحالة مشارطة التحكيم .

وقد نظم المشرع الأردني إجراءات التحكيم في قانون التحكيم المعدل رقم 16 لسنة 2018 و تجدر الاشارة الى ان المشرع الاردني لم ينص على وجود قواعد خاصة تتعلق بمنازعات الملكية الفكرية بشكل عام او العلامات التجارية بشكل خاص، و سوف نتطرق إلى إجراءات العملية التحكيمية في فض منازعات العلامات التجارية وآثار الحكم الصادر فيها.

حيث نصت المادة 3 من قانون التحكيم الأردني المعدل على :" مع مراعاة أحكام الاتفاقيات الدولية النافذة في المملكة تسري أحكام هذا القانون على كل تحكيم اتفاقي، يكون مقره في المملكة، وعلى كل تحكيم يتم الاتفاق على إخضاعه لهذا القانون، سواء تعلق بنزاع مدني أو تجاري بين أطراف من أشخاص القانون العام أو القانون الخاص وأيا كانت طبيعة العلاقة القانونية التي يدور حولها النزاع عقدية أو غير عقدية".

فقد بينت هذه المادة أن أحكام قانون التحكيم الاردني تسري على كل تحكيم اتفاقي سواء تعلق بنزاع مدني أو تجاري.

المطلب الاول : اجراءات الخصومة :

إن إجراءات الخصومة في التحكيم تبدأ من طلب احد الاطراف الى المحكمة المختصة وهي محكمة الاستئناف التي يجري ضمن دائرة اختصاصها التحكيم [1] وذلك لغايات تعيين محكم وذلك في حال كان الاتفاق على ان تكون هيئة التحكيم تتكون من محكم واحد ، وفي حال كانت هيئة التحكيم مشكلة من ثلاثة محكمين او اكثر فيقوم احد طرفي العلاقة التحكيمية بتوجيه انذار عدلي الى الطرف الاخر يعلمه بموجبه بتعيين محكم ، فاذا لم يعين احد الطرفين محكمه خلال خمسة عشر يوما التالية لتسلمه طلبا بذلك من الطرف الاخر او اذا لم يتفق المحكمان المعينان على اختيار المحكم الثالث خلال الخمسة عشر يوما من تاريخ تعيين اخرهما فيتولى القاضي المختص بتعيينة بناء على طلب يقدمه اي من الطرفين [2]

ولا بد من الاشارة الى ان المشرع ترك لطرفي النزاع ليحدد العدد الذي تتكون منه هيئة التحكيم حيث انه و وفقا للمادة 14 من قانون التحكيم فانه يجوز ان تشكل هيئة التحكيم من اي عدد ، شريطة ان يكون عددهم وترا والا كان التحكيم باطلا ، وفي حال لم يتفق الاطراف على ذلك كان عدد المحكمين ثلاث.

وقد نصت المادة 24 من قانون التحكيم على أن:" لطرفي التحكيم الاتفاق على الإجراءات التي تتبعها هيئة التحكيم وترتيب أدوار الطرفين في تقديم اللوائح والبينات والمرافعات ووسائل تقديم تلك البينات كما يجوز للطرفين الإحالة إلى القواعد المتبعة لهذه الغاية لدى أي مركز تحكيم داخل المملكةَ أو خارجها".

---

[1])المادة 2 من قانون التحكيم الاردني وتعديلاته (*المحكمة المختصة :محكمة الاستئناف التي يجري ضمن دائرة اختصاصها التحكيم ما لم يتفق الطرفان على اختصاص محكمة استئناف اخرى في المملكة)

[2]) المادة 16 من قانون التحكيم الاردني وتعديلاته .

ب – على هيئة التحكيم أن تصدر قراراً إجرائياً تحدد بموجبه إجراءات التحكيم الواجب إتباعها بما في ذلك البرنامج الزمني للتحكيم والمسائل الواردة في الفقرة السابقة وذلك مع مراعاة أي اتفاق للطرفين في هذا الشأن".

يجب على المحكم قبل أن يقوم بإصدار قرار موافقته على التحكيم أن يقوم بمراجعة نفسه وظروفه من حيث الوقت وأعماله الأخرى، وهل له القدرة على حل النزاع أم لا، فإذا رأى أنه قادر على حل النزاع وتحمل المسؤولية وأداء مهمته ففي هذه الحالة يقوم بإصدار موافقة خطية على قبول التحكيم وهذا ما جاء في نص المادة 15/ج من ذات القانون والتي تنص على:" يكون قبول المحكم القيام بمهمته كتابةً ويجب عليه أن يفصح عند قبوله عن أي ظروف من شأنها إثارة شكوك حول حيدته أو استقلاله"، ويستطيع المحكم الاعتذار عن تولي هذه المهمة، فإن التزام المحكم في هذه المرحلة يعتبر التزام داخلي لا يترتب عليه أي مسؤولية تجاه أطراف التحكيم.

وفي حال قبول المحكم كما جاء في نص المادة 15، أنه يجب أن يوقع إقراراً كتابياً بقبول المهمة ومن اليوم الذي تكتمل فيه تشكيل هيئة التحكيم تبدا الاجراءات .

وقد نصت المادة 29 من ذات القانون على:" "يرسل المدعي خلال الموعد المتفق عليه بين الطرفين أو الذي تعينه هيئة التحكيم إلى المدعى عليه والى كل واحد من المحكمين اللائحة مكتوبة بدعواه تشتمل على اسمه وعنوانه واسم المدعى عليه وعنوانه وشرح لوقائع الدعوى وتحديد للمسائل موضوع النزاع وطلباته وكل أمر آخر يوجب اتفاق الطرفين ذكره في هذه اللائحة".

وفي حالة موافقة المحتكم ضده على المحكم المقترح يتوجب عليه تعيين محكم ثاني من قبله واختيار كلا المحكمين لمحكم ثالث أو موافقته، وهذا ما نصت عليه المادة 16 من ذات القانون:"

لطرفي التحكيم الاتفاق على اختيار المحكمين وعلى كيفية اختيارهم وتاريخه فإذا لم يتفقا على ذلك يتبع الإجراءات التالية:

1-إذا كانت هيئة التحكيم تتكون من محكم واحد يتولى القاضي المختص تعيينه بناء على طلب أحد الطرفين.

2-اذا كانت هيئة التحكيم مشكلة من ثلاثة محكمين يعين كل طرف محكما ويتفق المحكمان المعينان على تعيين المحكم الثالث، فإذا لم يعين أحد الطرفين محكمه خلال الخمسة عشر يوما التالية لتسلمه طلبا بذلك من الطرف الاخر، أو اذا لم يتفق المحكمان المعينان على اختيار المحكم الثالث خلال الخمسة عشر يوما التالية لتاريخ تعيين آخرهما يتولى القاضي المختص تعيينه بناء على طلب أي من الطرفين وتكون رئاسة هيئة التحكيم للمحكم الذي اختاره المحكمان المعينان أو الذي عينه القاضي المختص

ب. اذا كان عدد أطراف التحكيم ثلاثة فأكثر فلهم الاتفاق على عدد المحكمين وطريقة تعيينهم وطريقة تحديد الرئيس من بينهم فاذا لم يتفقوا على ذلك تتبع الإجراءات التالية:

1. اذا اتفقوا على عدد المحكمين وطريقة تعيينهم دون طريقة تحديد الرئيس من بينهم فيحدد الرئيس بإجماع أعضاء هيئة التحكيم واذا تعذر تحديد الرئيس في هذه الحالة فيتولى القاضي المختص تعيينه بناء على طلب اطراف التحكيم.

2. اذا تم الاتفاق على عدد المحكمين دون الاتفاق على كيفية تعيينهم فيعينهم القاضي المختص بالعدد المتفق عليه ويحدد من بينهم الرئيس.

3.اذا لم يتفق اطراف التحكيم على عدد المحكمين وطريقة تعيينهم فيكون عدد المحكمين ثلاثة يعينهم القاضي المختص ويحدد من بينهم الرئيس.

ج. اذا خالف أحد الطرفين إجراءات اختيار المحكمين التي اتفقا عليها، او إذا لم يتفقا على كيفية القيام بتلك الإجراءات، أو لم يتفق المحكمان المعينان على أمر مما يجب الاتفاق عليه، أو اذا تخلف الغير عن أداء ما عهد به اليه في هذا الشأن فيتولى القاضي المختص بناء على طلب أي من الطرفين القيام بالإجراء او بالعمل المطلوب بعد سماع اقوال الطرف الآخر

د. يراعي القاضي المختص في المحكم الذي يختاره الشروط التي يتطلبها هذا القانون وتلك التي اتفق عليها الطرفان، ويصدر قراره باختيار المحكم على وجه السرعة، بعد سماع أقوال الطرف الآخر".

ويمكن للأطراف تحديد الإجراءات الواجب إتباعها في التحكيم، وإذا لم يتم الاتفاق عليها، فالهيئة التحكيم أن تقوم باختيار تطبيق الإجراءات التي تراها مناسبة وهذا ما نصت عليه المادة 24 من قانون التحكيم الاردني :" لطرفي التحكيم الاتفاق على الإجراءات التي تتبعها هيئة التحكيم وترتيب أدوار الطرفين في تقديم اللوائح والبينات والمرافعات ووسائل تقديم تلك البينات، كما يجوز للطرفين الاحالة الى القواعد المتبعة لهذه الغاية لدى اي مركز تحكيم داخل المملكة او خارجها.

وعلى هيئة التحكيم ان تصدر قرارا إجرائيا تحدد بموجبه إجراءات التحكيم الواجب اتباعها بما في ذلك البرنامج الزمني للتحكيم والمسائل الواردة في الفقرة السابقة وذلك مع مراعاة اي اتفاق للطرفين بهذا الشأن. فنجد إن لهيئة التحكيم الفصل في الاختصاص بها، وأيضاً قدرتها على اتخاذ التدابير التحفظية والمؤقتة والبحث في الأدلة وصحتها، وهذا ما نصت عليه المادة 23 من ذات القانون:" مع مراعاة احكام المادة (13) من هذا القانون، يجوز لطرفي التحكيم الاتفاق على ان يكون لهيئة التحكيم، سواء من تلقاء نفسها أو بناء على طلب اي من طرفي التحكيم، ان تأمر أيا منهما باتخاذ

ما تراه من تدابير مؤقته او تحفظية تقتضيها طبيعة النزاع، وان تطلب تقديم ضمان كاف لتغطية نفقات هذه التدابير".

- لغة التحكيم ومكان التحكيم :

لغة التحكيم ومكان التحكيم هي من المسائل في غاية الاهمية بالنسبة لاطراف النزاع حيث ان اجراء التحكيم بلغة لا يفهمها احد طرفي النزاع من شأنه ان يلقي على عاتقه عبء ومن الممكن ان يفوت عليه العديد من الاجراءات ، بالاضافة الى النفقات الباهضة للترجمة و وفقا للمادة (28/أ) من قانون التحكيم الاردني فان يجري التحكيم باللغة العربية ، الا ان الفقرة ب من ذات المادة اجازت لطرفي التحكيم الاتفاق على لغة اخرى ، كما يجوز لهيئة التحكيم ان تحدد لغة اخرى واللغة المتفق عليها هي التي يسري عليها لغة البينات والمذكرات المكتوبة وعلى المرافعات وكل قرار تتخذه الهيئة .

وفيما يتعلق باختيار مكان التحكيم فان الامر ايضا ترط لاتفاق الاطراف حيث اجازت المادة 27 من قانون التحكيم لطرفي التحكيم الاتفاق على مكان التحكيم في المملكة او خارجها ، فاذا لم يتفق الاطراف على ذلك تولت هيئة التحكيم مكان التحكيم ، على ان تراعي هيئة التحكيم في ذلك ظروف الاطراف وملائمة المكان لاطرافها ، كما يجوز لهيئةالتحكيم بعد التشاور مع الاطراف عقد جلسات التحكيم في اي مكان يرونه مناسبا .

ومن هنا ايضا تظهر المرونة في اجراءات التحكيم والتي من شأنه جعله الخيار المناسب لطرفي الخصومة .

المطلب الثاني : القرارات التي تصدر عن هيئة التحكيم

أولا : قرارات هيئة التحكيم التحفظية او الوقتية :

اجاز المشرع الاردني لهيئة التحكيم ان تقوم باتخاذ التدابير والاجراءات التحفظية حيث اجازت المادة 23 من قانون التحكيم الاردني الاتفاق على أن يكون لهيئة التحكيم سواء من تلقاء نفسها أو بناء على طلب أي من طرفي التحكيم أن تأمر أي منهما باتخاذ ما تراه من تدابير مؤقتة أو تحفظية تقتضيها طبيعة النزاع كما أجازت المادة (40) لهيئة التحكيم إصدار أحكام وقتية أو في جزء من الطلبات. اي ان اختصاص هيئة التحكيم بالنظر بالاجراءات التحفظية يكون مشروطا باتفاق الخصوم ضمن الشروط المرجعية المتفق عليها من قبل اطراف العقد على منح هيئة التحكيم الاختصاص والسلطة بالنظر بالطلبات المستعجلة وبعكس ذلك فان هيئة التحكيم لا تكون مختصة بنظر او اتخاذ التدابير او الاجراءات التحفظية [1].

ثانيا : القرارات الصادرة عن هيئة التحكيم في الدفوع المتعلقة بعدم اختصاصها

حيث ان هيئة التحكيم التي تشكل لنظر النزاع تكون مختصة بالاضافة الى الفصل بالموضوع بالفصل في الدفوع التي تتعلق باختصاصها بذلك وهو ما يعرف بمبدأ الاختصاص بالاختصاص ، حيث ان هيئة التحكيم تكون مختصة بالفصل في الدعوى التي تتعلق باختصاصها ولها وحدها الحق في ان تفصل في الدفوع التي تتعلق باختصاصها مع استمرار الهيئة في اداء مهمتها .

ونتيجة لذلك لو اعترض احد اطراف النزاع على اختصاص التحكيم في رؤية النزاع والفصل فيه او بعدم وجود اتفاق يشير الى اللجوء الى التحكيم او سقوطه او بطلانه او عدم شموله لموضوع

---

[1]) الحكم رقم 5934 لسنة 2021 - الصادر بتاريخ 2021/12/30 محكمة التمييز بصفتها الحقوقية المنشور على موقع قرارك .

النزاع فان الذي يفصل في ذلك هم المحكمين انفسهم ، وهنا تبرز ايضا فعالية التحكيم في رؤية المنازعات المتعلقة بالعلامات التجارية كوسية لحل هذه المنازعات من خلال السرعة في حسم هذه المنازعات.

وتجدر الاشارة ان قيام احد طرفي التحكيم بتعيين محكم او الاشترك في تعيينة لا يترتب عليه سقوطط حقه في تقديم اي من هذه الدفوع باستثناء الدفع بعدم شمول اتفاق التحكيم لما يثيره الطرف الاخر من مسائل اثناء نظر النزاع فيجب التمسك فيه فورا والا سقط الحق فيه .

وان الدفع بعدم الاختصاص يجب التمسك فيه خلال مدة لا تتجاوز موعد تقديم اللائحة الجوابية ولكن يجوز لهئية التحكيم ان تقبل الدفع المتأخر اذا رأت ان الدفع كان لمعذرة مشروعة او سبب مقبول [1]

ويشترط حتى تكون هيئة التحكيم مختصة في نظر مثل هذا الدفع ان يتم إثارته من قبل احد طرفي الخصومة التحكيمية بعدم اختصاص هيئة التحكيم بنظر الدعوى سواء اثناء تعيين المحكمين او أثناء تبادل اللوائح او أثناء نظر الدعوى التحكيمية والا فإن هيئة التحكيم تكون قد نصبت نفسها للبت بأمر يخرج عن إطار اتفاق التحكيم وأمر لم تتم إثارته من قبل الاطراف وهو مخالف لصراحة نص *المادة* رقم (*21*) من *قانون التحكيم* .[2]

- الإجراءات المتبعة في تحديد القانون الموضوعي

وأما في الإجراءات المتبعة في تحديد القانون الموضوعي الواجب تطبيقه على الخصومة التحكيمية، فقد نصت المادة (36) قانون التحكيم الاردني على:"

---

[1]) المادة 21 من قانون التحكيم الاردني وتعديلاته .
[2]) الحكم رقم 136 لسنة 2021 الصادر بتاريخ 2021/5/16 محكمة التمييز بصفتها الحقوقية

أ- تطبق هيئة التحكيم على موضوع النزاع القواعد القانونية التي يتفق عليها الطرفان واذا اتفقا على تطبيق قانون دولة معينة اتبعت القواعد الموضوعية فيه دون القواعد الخاصة بتنازع القوانين.

ب- اذا لم يتفق الطرفان على القواعد القانونية واجبة التطبيق على موضوع النزاع طبقت هيئة التحكيم القواعد الموضوعية في القانون الذي ترى انه الاكثر اتصالا بالنزاع.

ج- في جميع الأحوال يجب ان تراعي هيئة التحكيم عند الفصل في موضوع النزاع شروط العقد موضوع النزاع وتأخذ في الاعتبار الأعراف الجارية في نوع المعاملة والعادات المتبعة وما جرى عليه التعامل بين الطرفين.

د- يجوز لهيئة التحكيم اذا اتفق طرفا التحكيم صراحة على تفويضها بالصلح ان تفصل في موضوع النزاع على مقتضى قواعد العدالة والانصاف دون التقيد بأحكام القانون".

من خلال نص هذه المادة يتضح أن المشرع الأردني ترك مجالاً للأطراف في التحكيم تحديد القانون الواجب تطبيقه على موضوع النزاع، وإجراءاته، وفي حال عدم وجود اتفاق بينهم أعطى المشرع هيئة التحكيم تطبيق القانون الأكثر ملائمة واتصالا للنزاع.

وللأطراف في التحكيم الحق في الاتفاق على القانون الموضوعي واجب التطبيق على النزاع، ويكون هذا الاتفاق غالباً من خلال تضمين بند في العقد أو الاتفاقية المتنازع حولها أو من خلال الإشارة إلى هذا القانون في مشارطة التحكيم، فإن القانون الموضوعي يتم تطبيقه على جوهر النزاع وليس على إجراءات الدعوى التحكيمية.

وبعد تعيين هيئة المحكمين واتخاذ الإجراءات والتدابير اللازمة في فض النزاع المطروح أمام هيئة التحكيم والبحث عن الأدلة، وتمكين الأطراف من إبداء دفاعهم، يمكن بعد ذلك إصدار القرار

التحكيمي الذي يفصل في النزاع لما يرتبة من آثار عديدة، ويمكن أن تصدر قرارات التحكيم داخل المملكة أو خارجها ويمكن الاعتراف بها وتنفيذها بشرط عدم مخالفتها للنظام العام وتوافر الشروط التي حددها المشرع الأردني ، وهذا سوف يقودنا الى المطلب الثالث وهو اثر التحكيم في المنازعات العقدية للعلامات التجارية .

المطلب الثالث : أثر حكم التحكيم في المنازعات العقدية للعلامات التجارية

تتناول الباحثة أثر حكم التحكيم في المنازعات العقدية للعلامة التجارية من خلال حجية الحكم القضائي ومقارنته بالتحكيمي، والتطرق إلى دعوى البطلان في التحكيم في منازعات العلامات التجارية وفقاً للمشرع الأردني وتنفيذ حكم التحكيم من خلال الأفرع التالية:

الفرع الأول: حجية الحكم القضائي والتحكيمي

إن حجية الحكم القضائي يدل على أن هناك أمر سبق عرضه على القضاء وتم الفصل فيه بحكم قضائي، ويعتبر هذا الحكم مطابقاً للحقيقة، ولا يجوز للأطراف أن يقوموا برفع دعوى بشأن هذا الأمر مرة أخرى، فيكون للخصم أن يدفع هذه الدعوى بما يسمى بحجية الشيء المقضي، ومضمون هذه الحجة أنه متى صدر الحكم يعتبر عادة، أي بمعنى أنه يتضمن إرادة القانون الحقيقية في الحالة المعروضة، وصحيحاً، أي يعني أنه يوافق النوذج القانوني للحكيم، وهو نتيجة إجراءات صحيحة.[1]

(1) الزعبي، د.عوض أحمد(2003)، أصول المحاكمات المدنية، دار وائل للنشر، ص:783.

وأما مفهوم حجية الاحكام الصادرة عن المحكمين فإنه يختلف عنه في الأحكام الصادرة عن القضاء، ولا يتفقان إلا في تقييد أداة الحكم التي قامت بإصدار الحكم التحكيمي بعد إصداره فلا تملك العدول عنه، أو التغيير في مضمونه كما هو الحال في القضاء.

وتستنتج الباحثة ان السبب في الاختلاف بينهما إن الدفع بحجية الحكم القضائي مصدرها القانون، وتتطلبها مراعاة مصالح الأفراد والجماعة، والسعي وراء استقرار الحقوق والمراكز القانونية، وضمان عدم تناقض الأحكام القضائية، وعدم زعزعة ثقة الناس بها، لذلك فهي تتعلق بالنظام العام، وللمحكمة أن تصدر أحكامها من تلقاء نفسها.

وأما حجية الحكم التحكيمي فهي إرادة الطرفين، ويعتبر اتفاقهما انطلاقاً من الطبيعة الاتفاقية للشرط التحكيمي، ولارتباط ذلك بمصالحهما الخاصة كطرفين في العقد، ولذلك لهم الحق في اللجوء إلى ذات هيئة التحكيم أو غيرها للتحكيم في ذات النزاع، ويمكن أيضاً اللجوء إلى القضاء بعد التحكيم، والحجية في حكم التحكيم في منازعات العلامات التجارية كما في غيرها، لا تكون إلا على المسائل المطروحة على للتحكيم دون غيرها.

اولا : صدور حكم التحكيم

لا بد لهيئة التحكيم ان تراعي عند فصل النزاع شروط العقد موضوع النزاع وتأخذ بعين الاعتبار الاعراف الجارية وما جرى عليه التعامل بين الطرفين حيث تطبق هيئة التحكيم على موضوع النزاع القواعد القانونية التي اتفق عليها الطرفين ويصدر حكم التحكيم مكتوبا ويجب ان يكون موقعا من المحكم او من المحكمون كلهم او بأغلبيتهم ، وان يبين الحكم سبب عدم توقيع الاقلية ، وان حكم التحكيم يجب ان يكون مسبب مشتملا على اسماء الخصوم وعناوينهم واسماء المحكمين وعناوينهم وجنسياتهم وصفاتهم وموجز عن اتفاق التحكيم وملخص على وقائع النزاع وطلبات الخصوم واقوالهم

ودفوعهم ومستنداتهم ومنطوق الحكم وتاريخ ومكان اصداره واسبابه وكذلك يجب ان يتضمن حكم التحكيم تحديد اتعاب المحكمين ونفقات التحكيم وكيفية توزيعها بين الاطراف .

هذا ويجب على هيئة التحكيم بأن تصدر قرارها خلال اثني عشر شهرا من تاريخ ابتداء اجراءات التحكيم ولها تمديد هذه المدة مدة او مددا اخرى على ان لا يزيد مجموعها على اثني عشر شهرا شريطة ان يصدر قرار التمديد قبل انتهاء المدة الاولى وفي حال لم يصدر حكم التحكيم خلال اثني عشرا شهرا الاولى او الممدة اجاز القانون لاي من طرفي التحكيم ان يقدم طلبا الى رئيس المحكمة المختصة ليصدر قرارا لتحديد موعد اضافي ولرئيس المحكمة ان ينهي اجراءات التحكيم وان انهاء اجراءات التحكيم من قبل المحكمة المختصة لا يحول دون قيام اي من طرفي النزاع رفع الدعوى المختصة اصلا بنظرها .

يتم الاعتراف بأحكام التحكيم ، ويتم تنفيذها بشرط عدم مخالفتها للنظام العام، وقد نصت المادة 36 من ذات القانون على أن:" أ- على هيئة التحكيم إصدار الحكم المنهي للخصومة كلها خلال الموعد الذي اتفق عليه الطرفان فإن لم يوجد اتفاق وجب أن يصدر الحكم خلال اثني عشر شهرا من تاريخ اكتمال تشكيل هيئة التحكيم وفي الأحوال جميعها يجوز أن تقرر هيئة التحكيم قبل انقضاء المدة تمديدها مدة أو مددا أخرى على أن لا يزيد مجموعها على اثني عشر شهراً ما لم يتفق الطرفان على مدة تزيد على ذلك.ب- إذا لم يصدر حكم التحكيم خلال الميعاد المشار إليه في الفقرة(أ) من هذه المادة جاز لأي من طرفي التحكيم أن يطلب من القاضي المختص أن يصدر أمراً لتحديد موعد إضافي أو أكثر أو بإنهاء إجراءات التحكيم وذلك بعد سماع أقوال الطرف الآخر، فإذا صدر القراربإنهاء تلك الإجراءات يكون لأي من الطرفين رفع دعوى إلى المحكمة المختصة أصلاً بنظرها".

ثانيا : تفسير حكم التحكيم :

يحق لأي من طرفي الخصومة التحكيمية الطلب من المحكمين باصدار القرار بتفسير ما يكتنف قرار الحكم من غموض ، هذا كله شريطة ان يتم تقديم طلب تفسير القرار خلال ثلاثون يوما من من تاريخ تسلمه نسخة عن هذا الحكم ، وان القانون يوجب على طالب تفسير ما وقع في قرار الحكم من غموض ان يتم تبليغ الطرف الاخر نسخة منه قبل تقديمه لهيئة التحكيم ، وان القانون يفرض على هيئة التحكيم ان تصدر قرار التفسير خلال ثلاثون يوما تلي تاريخ تقديم الطلب ويجو لهيئة التحكيم تمديد المدة خمسة عشر يوما اضافية في حال رأت ضرورة لذلك ، وان قرار التفسير يعتبر متمما لحكم التحكيم ويتم ضمه الى دعوى بطلان حكم التحكيم في حال اقامتها او نظرها قبل صدوره .

ثالثا : قرار هيئة التحكيم بتصحيح الحكم :

قد تحتوي صيغة القرار التحكيمي على خطأ مادي بحت سواء اخطاء كتابية او حسابية ، وهو امر طبيعي ومتوقع لذلك من الطبيعي ان يتم تصحيح مثل هذه الاخطاء وذلك بناء على قرار يصدر عن الهيئة التحكيمية من تلقاء نفسها او بناء على طلب يقدم من الاطراف وذلك خلال ثلاثون يوما تلي صدور القرار بالنسبة لهيئة التحكيم او من تاريخ تبليغه للاطراف في حال تم تقديمه من قبل احد الخصوم وقرار التصحيح يصدر كتابة من هيئة التحكيم ويبلغ الى الاطراف خلال ثلاثون يوما من تاريخ صدوره ، ويجوز الطعن بالقرار الصادر بالتصحيح بدعوى البطلان في حال تجاوزت هيئة التحكيم سلطتها في التحكيم ، ويتم ضم قرار التصحيح الى دعوى بطلان حكم التحكيم في حال اقامتها او نظرها قبل صدوره ، وفي حال استحالة انعقاد هيئة التحكيم التي اصدرت قرار الحكم ففتولى المحكمة المختصة امر البت في طلب التصحيح الا اذا اتفق الطرفان على خلاف ذلك .

رابعا : اصدار حكم اضافي :

اجاز القانون لاي من طرفي التحكيم ان يطلب من هيئة التحكيم خلال ثلاثين يوما التالية لتسلمه حكم التحكيم اصدار حكم اضافي وذلك في طلبات قدمت خلال الاجراءات واغفلها حكم التحكيم ، وان القانون يوجب تبليغ هذا الطلب الى الطرف الاخر قبل تقديمه ، وان القانون يوجب على هيئة التحكيم اصدار حكمها الاضافي خلال ستين يوما من تاريخ تقديم الطلب ويجوز لها تمديد هذه المدة لثلاثين يوما اخرى ويعتبر الحكم الاضافي متمما لحكم التحكيم وتسري عليه احكامه ويتم ضم الحكم الاضافي الى دعوى بطلان حكم التحكيم في حال اقامتها او نظرها قبل صدوره .[1]

الفرع الثاني : الطعن بقرار التحكيم :

المشرع الاردني نص بعدم جواز الطعن في القرارات الصادر عن التحكيم بأي طريق من طرق الطعن ، الا بدعوى بطلان قرار التحكيم حيث تنص المادة 48 من قانون التحكيم الاردني " لا تقبل احكام التحكيم التي تصدر طبقا لاحكام هذا القانون الطعن فيها بأي طريقة من طرق الطعن المنصوص عليها في قانون اصول المحاكمات المدنية ، ولكن يجوز رفع دعوى بطلان حكم التحكيم وفقا للاحكام المبينة في المواد 49و50و51من هذا القانون "

وعلى ذلك لا تقبل قرارات التحكيم في ظل القانون الاردني الطعن بالاستئناف او التمييز ولا بأي من طرق الطعن الغير العادية كاعتراض الغير او اعادة المحاكمة ، ولا يبقى امام المحكوم عليه

[1]) المادة 47 من قانون التحكيم الاردني وتعديلاته .

سوى اقامة دعوى بطلان قرار التحكيم امام محكمة التمييز ، ولا بد من الاشارة الى ان وظيفة محكمة التمييز المعروض عليها دعوى البطلان على حكم المحكمين تنحصر في فحص اوجه البطلان .

ويجوز اقامة دعوى بطلان حكم التحكيم خلال ثلاثين يوما من تاريخ صدوره وهذا ما نصت عليه المادة50:" تقام دعوى بطلان حكم التحكيم لدى محكمة التمييز خلال الثلاثين يوما التالية لتاريخ تبليغ حكم التحكيم، ويقدم الطرف الآخر جوابه خلال الثلاثين يوما التالية لتاريخ تبلغه لها.

ولا تقبل دعوة بطلان حكم التحكيم إلا في الحالات المحدد حصرا في المادة 49 من قانون التحكيم الاردني وهي كالاتي :

1- إذا لم يوجد اتفاق تحكيم صحيحاً ومكتوباً أو كان هذا الاتفاق باطلاً أو سقط بانتهاء مدته.

2- إذا كان أحد طرفي اتفاق التحكيم وقت إبرامه فاقداً للأهلية أو ناقصها وفقاً للقانون الذي يحكم أهليته.

3- إذا تعذر على أي من طرفي التحكيم تقديم دفاعه بسبب عدم تبليغه تبليغاً صحيحاً بتعيين محكم أو بإجراءات التحكيم أو لأي سبب آخر خارج عن إرادته.

4- إذا استبعد حكم التحكيم تطبيق القانون الذي اتفق الأطراف على تطبيقه على موضوع النزاع.

5- إذا تم تشكيل هيئة التحكيم أو تعيين المحكمين على وجه مخالف لهذا القانون أو لاتفاق الطرفين .

6- إذا فصل حكم التحكيم في مسائل لا يشملها اتفاق التحكيم أو تجاوز حدود هذا الاتفاق، ومع ذلك إذا أمكن فصل أجزاء الحكم الخاصة بالمسائل الخاضعة للتحكيم عن أجزائه الخاصة بالمسائل غير الخاضعة له فلا يقع البطلان إلا على الأجزاء الأخيرة وحدها.

إن هذه الأحكام التي قد تم الإشارة إليها أعلاه في حال اتفاق أطراف النزاع على عرض نزاعاتهم على التحكيم، وذلك دون تحديد مركز يقوم بالفصل في هذا النزاع، ولكن في حال نشوب نزاع بين أطراف العلاقة بشأن العلامات التجارية وقرر الخصوم إحالة النزاع إلى التحكيم وقاموا باختيار مركز معين فإنه يتم اتباع إجراءات التحكيم في ذلك المركز.

وترى الباحثة بعد الإطلاع على قانون التحكيم ان منازعات العقود المتعلقة باستغلال او استخدام العلامات التجارية هي كغيرها من العقود التي يمكن اللجوء فيها إلى التحكيم، ولا يوجد أحكام خاصة تتعلق بالتحكيم بعقود استغلال اوواستخدام العلامات التجارية.

الفرع الثالث : تنفيذ قرار التحكيم في المنازعات العقدية للعلامات التجارية :

حكم التحكيم الصادر عن هيئة التحكيم يتضمن الحكم على احد طرفي النزاع واعطاء الحق للطرف الاخر ، وان الطرف الاخر الذي تم الحكم لصالحه يسعى الى تنفيذ القرار ، وان قرارت التحكيم قد تكون صادرة عن محكمين في المملكة الاردنية الهاشمية وهي قرارات التحكيم المحلية ، وقد تكون اجنبية وذلك عندما يكون احد عناصر القرار التحكيمي اجنبيا وتختلف اجراءات تنفيذ القرار في كل حالة عن الاخرى :

1- تنفيذ قرارات التحكيم المحلية في المنازعات العقدية للعلامات التجارية .

قانون التحكيم الاردني نظم كيفية تنفيذ قرارات التحكيم المحلية في نطاق التحكيم في المنازعات العقدية للعلامات التجارية اذ نص على وجوب استصدار امر التنفيذ الى محكمة التمييز وهذا الطلب يقدم بعد انقضاء المدة القانونية اللازمة لتقديم دعوى البطلان ويرفق طالب التنفيذ صورة عن اتفاق التحكيم واصل الحكم او صورة موقعة عنه وترجمة لحكم التحكيم مصدق عليها من جهة معتمدة الى اللغة العربية العربية اذا لم يكن ذلك الحكم صادرا بها ، ومحكمة التمييز تنظر في طلب التنفيذ المقدم

اليها تدقيقا ، وان محكمة التمييز تأمير تنفيذ قرار الحكم الا اذا وجدت ان هذا الحكم يتضمن ما يخالف النظام العام في المملكة او في حال وجدت انه لم يتم تبليغه للمحكوم عليه تبليغا صحيحا .

وفي حال اقيمت دعوى بطلان حكم التحكيم لدى محكمة التمييز وقررت محكمة التميز تأييد حكم التحكيم وجب عليها ان تأمر بتنفيذه .

2- تنفيذ قرارات التحكيم الاجنبية في منازعات العلامات التجارية .

المشرع الاردني احال تنفيذ قرارات التحكيم الاجنبية الى قانون قانون تنفيذ الاحكام الاجنبية حيث تنص المادة الثانية منه على:

"تعني عبارة (الحكم الاجنبي) الواردة في هذا القانون كل حكم صدر من محكمة خارج المملكة الاردنية الهاشمية (بما في ذلك المحاكم الدينية) يتعلق في اجراءات حقوقية ويقضي بدفع مبلغ من المال او الحكم بعين منقولة او تصفية حساب ويشمل قرار المحكمين في اجراءات التحكيم اذا كان ذلك القرار قد اصبح بحكم القانون المعمول به في البلد الذي جرى فيه التحكيم قابلا للتنفيذ كقرار صدر من المحكمة في البلد المذكور" .

من خلال نص المادة المشار اليها اعلاه فان المستفاد من احكامها ان الحكم الاجنبي يشمل قرار المحكمين في اجراءات التحكيم اذا كان القرار قد اصبح بحكم القانون المعمول به في البلد الذي

به التحكيم قابلا للتنفيذ كقرار صادر عن المحكمة في ذلك البلد وبالتالي فان قرار التحكيم الاجنبي المطلوب تنفيذه يجب ان يكون مصدقا من الجهات المختصة في ذلك البلد ومختوم بشرح يفيد انه قابلا للتنفيذ ويكون قابلا للتنفيذ في الاردن اذا كان مستوفيا للشروط التي يتطلبها قانون تنفيذ الاحكام الاجنبية في المادة السابعة منه .[1]

[1])تنص المادة السابعة من قانون تنفيذ الاحكام الاجنبية على (.1يجوز للمحكمة ان ترفض الطلب المرفوع اليها لتنفيذ حكم اجنبي في الاحوال التالية: أ . اذا لم تكن المحكمة التي اصدرت الحكم المذكور ذات وظيفة.

ب. اذا كان المحكوم عليه لم يتعاط اعماله داخل قضاء تشمله صلاحية المحكمة التي اصدرت الحكم او لم يكن مقيما داخل قضائها ولم يحضر باختياره امام المحكمة ولم يعترف بصلاحيتها.

ج . اذا كان المحكوم عليه لم يبلغ مذكرة الحضور من المحكمة التي اصدرت الحكم ولم يحضر امامها رغما عن كونه كان يقطن داخل قضاء تشمله صلاحية المحكمة او كان يتعاطى اعماله فيه ، او

د . اذا كان الحكم قد حصل عليه بطريق الاحتيال.

هـ.اذا اقنع المحكوم عليه المحكمة بان الحكم لم يكتسب بعد الصورة القطعية ، او

و. اذا كان الحكم بسبب دعوى لا تسمعها محاكم المملكة الاردنية الهاشمية اما لمخالفتها للنظام العام او الآداب العامة

.2يجوز للمحكمة ايضا ان ترفض الاستدعاء المقدم اليها بطلب تنفيذ حكم صادر من احدى محاكم اية دولة لا يجيز قانونها تنفيذ الاحكام الصادرة من محاكم المملكة الاردنية الهاشمية).

الفصل الرابع
الخاتمة

تطرقنا في هذه الدراسة إلى قابلية التحكيم في المنازعات العقدية للعلامات التجارية، وذلك باستعراض ماهية كل العلامات التجارية، والتحكيم، ومناقشة النزاعات التي تنشأ نتيجة العلاقات العقدية، وغالباً تكون مما تفرزه العقود التجارية، مثل عقود الترخيص الدولي، وعقود الفرانشيز، ، حيث تظهر هذه المنازعات في عدم تنفيذ أو إخلال أحد أطراف العلاقة التعاقدية بالتزامه.

وكان بحثنا في التحكيم كوسيلة بديلة لتسوية المنازعات العقدية في العلامات التجارية وفقاً للمشرع الأردني، كونه أحد أفضل بدائل اللجوء إلى القضاء الوطني، فهو يعد أفضل بديلاً من حيث التخصص في نطاق المنازعات، والخبرة التقنية والفنية التي يتمتع بها المحكمون، بالإضافة إلى سرعة الإجراءات التحكيمية وسريتها.

وأشرنا في هذه الدراسة إلى موقف المشرع الأردني بالنسبة للتحكيم في منازعات العلامات التجارية، إذ نرى أن قانون التحكيم الأردني لم ينص على أحكام تتعلق بمنازعات العلامات التجارية، ولكن نجد إنه من الممكن اللجوء إلى التحكيم لتسوية المنازعات بين الأطراف، وبعد التعمق بالبحث نجد أن هناك بعض العوائق القانونية مثل النظام العام تحد من إمكانية اللجوء إلى التحكيم في منازعات العلامات التجارية.

وبعد الانتهاء من دراسة موضوع تسوية المنازعات العقدية للعلامات التجارية عن طريق التحكيم توصلنا إلى جملة من النتائج والتوصيات نستعرضها فيما يلي:

النتائج

1- توفير ضمانات فعالة وكافية لحقوق العلامات التجارية من شأنه خلق سوق تنافسية بين الشركات الاجنبية المستثمرة وبين الشركات الوطنية مما يرتب زيادة الاستثمارات الاجنبية وتعدد المستثمرين .

2- يتمتع التحكيم في منازعات العلامات التجارية بمزايا عديدة ابرزها سرعة الفصل في النزاع والحفظ على مستقبل العلاقات التجارية بين الخصوم والمرونة في الاجراءات .

3- ان المنازعات المتعلقة بحقوق العلامات التجارية من اكثر المنازعات تأثرا بفكرة النظام العام ، وان مدى تعلق منازعات العلامات التجارية للتحكيم بالنظام العام من شأنه ان يؤثر على نطاق خضوع منازعات حقوق العلامات التجارية للتحكيم .

4- نظرا لطبيعة الخاصة لعقد الرهن والذي يتطلب ابرامه وفقا لنموذج معد مسبقا ، واجراءات تنفيذه تتم وفقا لتعليمات يتم تحديدها من قبل الوزير المعني لهذه الغاية مما يصعب معه اللجوء الى التحكيم في تنفيذ عقد الرهن ، اما المطالبة بالتعويض عن الاضرار نتيجة لاخلال احد طرفي العقد بالتزاماته التعاقدية فيجوز ان تكون محلا لاتفاق التحكيم .

5- عقد الفرنشايز وعقد الترخيص الواردة على العقود التجارية من شأنه ان ينشئ علاقات مستمرة وطويلة لتنفيذ الالتزامات فقد يغفل الاطراف عند تنفيذهم للعقد بعض المسائل المتعلقة بهذه الالتزامات مما يسمح بحدوث بعضا من الثغرات اثناء التنفيذ مما يجعل معه التحكيم هو الوسيلة الافضل لتسوية المنازعات المتعلقة بالمنازعات التي تنشأ عن تنفيذ هذه العقود كون التحكيم هو الوسيلة الاكثر مرونة .

6- جواز قيام الخصوم في المنازعات الناشئة عن تقليد العلامة التجارية اللجوء الى التحكيم بخصوص الدعوى المدنية الناشئة عنها .

7- السرية في الحقوق المتعلقة بالعلامات التجارية هي امر ضروري وذلك نظرا لطبيعة هذه الحقوق وذلك نظرا للطبيعة التجارية لهذا النوع من النزاعات حيث ان حقوق العلامات التجارية ونظرا لطابعها التجاري والتي تقوم على معلومات ذات طبيعة سرية من شأنها ان تعطي لاصحابها ميزة تنافسية في مواجهة الاخرين كما ان قانون التحكيم الاردني و لم ينص صراحة على سرية اجراءات التحكيم وان السرية في اجراءات التحكيم تتعلق باتفاق الاطراف على ذلك .

التوصيات

1- اتمنى على على المشرع الاردني تعديل النصوص المتعلقة بقانون التحكيم وذلك بادراج نص خاص يتعلق بالتحكيم في منازعات العلامات التجارية و ذلك بجعل المدة اللازمة على هيئة التحكيم فصل القضية فيها اقصر لان توفير ضمانات كافية وفعالة في مثل هذا النوع من المنازعات يؤدي بالنتيجة الى تشجيع الاستثمار .

2- اتمنى على المشرع الاردني تعديل قانون التحكيم وذلك بالنص صراحة على سرية التحكيم وليس قصرها فقط على اتفاق الاطراف وذلك نظرا للطبيعة التجارية لهذا النوع من النزاعات حيث ان حقوق العلامات التجارية ونظرا لطابعها التجاري والتي تقوم على معلومات ذات طبيعة سرية من شأنها ان تعطي لاصحابها ميزة تنافسية في مواجهة الاخرين .

3- انشاء مركز متخصص لتحكيم في منازعات العلامة التجارية فيما يتعلق بمنازاعات العلامات التجارية لما له من اثر كبير في تحقيق التخصص في هذا المجال لما تحتويه بعض العقود المتعلقة بالعلامات التجارية من تعقيدات وطول مدة تنفيذ هذا النوع من العقود .

قائمة المراجع

أولاً: الكتب

ابن منظور، محمد بن مكرم بن علي(1414هـ)، لسان العرب، ط3، دار صادر، بيروت، مادة (حكم)، ج12.

ابن حليمة، ليلى(2021)، مساهمة المنظمة العالمية للملكية الفكرية في إرساء قواعد دولية لحماية حقوق الملكية الفكرية، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، مج(6)، العدد(2).

أبو الوفا، أحمد(2000) ، التحكيم في القوانين العربية، الإسكندرية، منشأة المعارف.

أبو الوفا، أحمد(1983)، التحكيم الاختياري والإجباري، ط4، منشأة المعارف

أبو الهيجاء، محمد إبراهيم(2009)، التحكيم الإلكتروني، مصر، دار الثقافة النشر والتوزيع،

أبو هيف، علي صادق(1994)، القانون الدولي العام، ط2، منشأة المعارف، الإسكندرية.

الأسمر، صلاح سليمان(1986)، العلامة التجارية في القانون الأردني والمصري، عمان، مطبعة التوفيق.

أفندي، علي حيدر(1999)، درر الحكام في شرح مجلة الأحكام ، دار الجيل، ط1، ج1.

حتاملة، سليم سلامة(2012)، الطبيعة القانونية للتحكيم وتطبيقاته في مجال العقود الإدارية، دراسة في القانون الأردني، المجلة الأردنية، مج4، ع2، 2012.

الخولي، سائد أحمد(2004)، حقوق الملكية الصناعية، ط1، دار المجدلاوي للنشر والتوزيع.

الخشروم، عبدالله حسين(2005)، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، ط1، دار وائل.

الصغير، حسام الدين(1993)، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، (د.م).

الرازي، محمد بن أبي بكر(1982)، معجم مختار الصحاح، دار الكتاب العربي، بيروت.

الرحيمي،د.امجد مفلح(2022)،العلامة التجارية بين الواقع التقليدي والبيئة الالكترونية،(د.م)،دار الثقافة للنشر والتوزيع،عمان،ط1 .

رحيم، عامر علي، التحكيم بين الشريعة والقانون، ط1، مصراتة، الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع.

الزعبي، د.عوض أحمد(2003)، أصول المحاكمات المدنية، دار وائل للنشر.

زين الدين،صلاح (2006) العلامات التجارية،وطنيا ودوليا،منشورات دار الثقافة للنشر والتوزيع،ط1.

زين الدين، صلاح(2015)، العلامات التجارية وطنياً ودولياً،ط3، دار الثقافة للنشر والتوزيع.

زين الدين، صلاح، مدخل إلى الملكية الفكرية، ط1، دار الثقافة، الأردن، ص:174.

شلبي، إلهام هاشم(2010)، إسماعيل ماجدة، دليل حقوق الملكية الفكرية، جامعة حلوان.

الشواوره،د.نسيم خالد(2017)،العلامة التجارية وحمايتها من اعمال لمنافسة غير المشروعة،(د،م) دار الثقافة للنشر والتوزيع،عمان،ط1 .

صاوي، أحمد السيد(2002)، التحكيم طبقاً للقانون رقم 27 لسنة 1994 وأنظمة التحكيم الدولية، ط2، دار النهضة العربية.

العناني، إبراهيم محمد،(2001) اللجوء إلى التحكيم الدولي، ط2، دار النهضة العربية، ط2، القاهرة.

عبد التواب، معوض عبد الوهاب(1985)، الوسيط في شرح الجرائم والغش والتدليس وتقليد العلامة التجارية، مصر، دار الثقافة للطباعة والنشر.

عبد الهادي، بشار جميل(2005) ، التحكيم في منازعات العقود الإدارية، دار وائل للطباعة والنشر، ط1.

العريف، علي، شرح القانون التجاري المصري، دار الحامد للنشر والتوزيع، القاهرة، ط2.

العلاء، نمر، الاختصاص القضائي الدولي وتنفيذ الأحكام الاجنبية وأحكام التحكيم في مصر، ط3، القاهرة، دار النهضة العربي.

علي،اذياب المغربي (2022)،دور التحكيم في منازعات عقود الاستثمار،دار الجامعة الجديدة للنشر،الاسكندرية.

الفاروقي، الحارث سليمان(2000)، المعجم القانوني، مكتبة لبنان، ط2.

الفكهاني، حسن(2000)، الموسوعة الذهبية للقواعد القانونية، الإصدار الجنائي،ط1، منشأة المعارف، ج4.

الفيروز آبادي، مجد الدين أبي الطاهر محمد بن يعقوب بن عمر الشيرازي(1978)، القاموس المحيط، مج(4)، دار الفكر، بيروت.

فوزي، سامي(2012)، التحكيم التجاري الدولي،ط6، دار الثقافة، عمان.

قاسم، علي سيد(1997)، قانون الأعمال، القاهرة، دار النهضة العربية، ج1

كيرة، حسن(1973)، المدخل إلى علم القانون،ط5، الإسكندرية، منشأة المعارف.

الكيلاني،د.محمود محمد(2022)،الوساطة والتحكيم في تسوية المنازعات المدنية والتجارية،دار الثقافة للنشر والتوزيع،عمان،ط2 .

مثنى، فضل علي، الآثار المحتملة لمنظمة التجارة العالمية على التجارة الخارجية والدول النامية، ط1، مكتبة مدبولي، مصر.

محمد،سامح صبري (2022)،التحكيم التجاري في منازعات الملكية الصناعية،دار الجامعة الجديدة،الاسكندرية.

معجم اللغة العربية(1989)، المعجم الوجيز، دار التحرير للطبع والنشر، مصر.

والى، فتحي(2007)، قانون التحكيم في النظرية والتطبيق،ط1، منشأة المعارف.

ولاء الدين، محمد إبراهيم(2016) ، التحكيم في منازعات الملكية الفكرية، المجلة المصرية للقانون الدولي، 2017.

ثانياً: الأبحاث والرسائل العلمية

إبراهيم، د. خالد ممدوح(2008) ، التحكيم في عقود التجارة الإلكترونية، المؤتمر الأول للتحكيم للاتحاد العربي لمراكز التحكيم الهندسي، 2008/3/22-2008/3/24

ابن ناصر، شريف(1989)، التحكيم بين الشكلية والرضائية، رسالة ماجستير، كلية الحقوق ، الجامعة الأردنية.

الحوامدة، مثنى يوسف أحمد، والشمري، محمد إبراهيم(2019)، قابلية حقوق الملكية الفكرية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، إربد.

الجبارين، إيناس مازن(2010)، الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً للقوانين الأردنية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط.

الخزعلي، أنس عيسى محمد(2020)، القابلية للتحكيم في منازعات العلامة التجارية، رسالة ماجستير، جامعة عمان الأهلية، عمان.

الخواجا، مها عبد الرحمن(2013) ، امتداد أثر اتفاق التحكيم إلى الغير دراسة في التشريع الأردني، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، ص:39.

الخواجا، مها عبر الرحمن، امتداد أثر اتفاق التحكيم إلى الغير، مرجع سابق.

حسين، سما عماد(2021)، تسوية منازعات الملكية الفكرية بطريق التحكيم، رسالة ماجستير، جامعة قطر.

الصايغ، محمد إبراهيم(2012)، دور المنظمة العالمية للملكية الفكرية في حماية الملكية الفكرية، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر.

حداد، حفيظة السيد(1997)، الطعن بالبطلان على أحكام التحكيم الصادر في المنازعات الخاصة الدولية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية.

خفاجي، أشرف(2006)، دور القضاء والتحكيم في فض منازعات حقوق الملكية الفكرية، الملتقى العربي الاستثمار في بنية المعلومات والمعرفة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر.

خليل، محمد(2016) ، التحكيم في منازعات الملكية الفكرية، رسالة لنيل شهادة الدكتوراة، كلية الحقوق، جامعة جيلالي اليابس

زهران، علا، ، السبل البديلة لتسوية نزاعات الملكية الفكرية ودور المنظمة العالمية للملكية الفكرية، متوفر على موقع الإنترنت www.lawjo.net تمت مشاهدته بتاريخ 2022/8/5.

ويلزر، إيرايك(1997)، مركز الويبو الوسيط البديل لحسم النزاعات الخاصة بالملكية الفكرية، أبحاث ندوة الجمعية الدولية لحماية الملكية الصناعية، القاهرة.

مكي، حسام أحمد حسين(2019)، التحكيم في منازعات الملكية الفكرية، مجلة الملتقى، غرفة قطر، ع(79).

ثالثاً: القوانين والقواعد التحكيمية

القانون المدني الأردني رقم 43لسنه 1976.

قانون التحكيم الأردني رقم 31 لعام 2001 بصيغته المعدلة بموجب القانون رقم 16 لسنة 2018 المعدل له.

قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952 بصيغته المعدلة بموجب القانون المعدل رقم 34 لسنة 1999.

قانون تنفيذ الاحكام الاجنبية لسنة 1952

مجلة الأحكام العدلية.

نظام العلامات التجارية رقم 1 لسنة 1952، ونظام رقم 37 لسنة 2000 المعدل له.

رابعاً: المراجع الأجنبية

World Intellectual Property Organization official web site, (2020). << WIPO Online Case Administration Tools >> (On-line), available: https://www.wipo.int/amc/en/eadr/index.html

World Intellectual Property Organization official web site, (2020). << WIPO Arbitration Case Examples>> (On-line), available:

world Intellectual Property Organization official web site, (2020). << WIPO Arbitration and Mediation Center ADMINISTRATIVE PANEL DECISION WhatsApp, Inc. v. Registration Private, Domains by Proxy, LLC / Anuj Patney. Case No. D2020-0163 >> (On-line), available: https://www.wipo.int/amc/en/domains/search/text.jsp?case=D2020-0163