

MEU

جامعة الشرق الأوسط

الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً للقوانين الأردنية

Civil Protection of the Unregistered Trademark

according to the Jordanian Laws

إعداد الطالبة

إيناس مازن فتحي الجبارين

تحت إشراف

الأستاذ الدكتور هاشم رمضان الجزائري

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في القانون

الخاص

القانون الخاص

كلية الحقوق

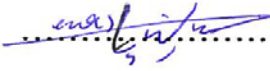
جامعة الشرق الأوسط

2010

التفويض

أنا/إيناس مازن فتحي الجبارين أفوض جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً وإلكترونياً للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم : إيناس مازن فتحي الجبارين .

التوقيع : 

التاريخ : ٢٠١١ / ١٨ / ٢٤

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة: " الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً للقوانين الأردنية " ،
وأجيزت بتاريخ: ٢٠-٧-٢٠١١.

أعضاء لجنة المناقشة (في حالة الإشراف المنفرد)

التوقيع

١. الأستاذ الدكتور: هاشم رمضان الجزائري
رئيساً ومشرفاً
.....
٢. الدكتور: منصور الصرايره
عضواً:
.....
٣. الدكتور: عمر العطين (جامعة آل البيت)
عضواً خارجياً:
.....

شكر وتقدير

الحمد لله والصلاة والسلام على نبي الله محمد - صلى الله عليه وسلم - ، وبعد

أقدم بجزيل الشكر والاحترام والتقدير إلى الأستاذ الدكتور هاشم الجزائري على الجهد الذي بذله أثناء إشرافه على رسالتي وتوجيهاته وإرشاداته القيّمة لما كان لكل ذلك الأثر العظيم في إعداد هذه الرسالة، كما أتقدم بالشكر إلى أعضاء لجنة المناقشة لتفضلهم بقبول مناقشة رسالتي، وإلى جميع أعضاء الهيئة التدريسية في كلية الحقوق ممثلة بعميدها الدكتور محمد علوان.

الطالبة

إيناس مازن الجبارين

الإهداء

إلى من كللته الهيبة والوقار
إلى من علمني العطاء بدون انتظار
إلى من أحمل أسمه بكل افتخار
وستبقى كلماته كنجوم أهتدي بها اليوم وفي الغد وإلى الأبد
والدي العزيز

إلى حكمتيوعلمي
إلى أدبيوحلمي
إلى طريقي المستقيم
إلى طريق..... الهداية
إلى ينبوع الصبر والتفائل والأمل
إلى كل من في الوجود بعد الله ورسوله أُمي الغالية

إلى سندي وقوتي وملاذي بعد الله
إلى من أثروني على أنفسهم
إلى من علموني علم الحياة
إلى من أظهروا لي ما هو أجمل من الحياة أخواتي

إلى من كانوا لي رفقة في درب حياتي

صديقاتي

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان	الرقم
ب	التفويض	2
ج	قرار لجنة المناقشة	3
د	شكر وتقدير	4
هـ	الإهداء	5
و-ز-ح	فهرس المحتويات	6
ط	الملخص باللغة العربية	7
ي	الملخص باللغة الانجليزية	8
1	الفصل الأول: مقدمة الدراسة	9
4	ثانياً : مشكلة الدراسة	10
5	ثالثاً : هدف الدراسة	11
6	رابعاً : أهمية الدراسة	12
7	خامساً : أسئلة الدراسة وفرضياتها	13
7	سادساً : حدود الدراسة	14
8	سابعاً : محددات الدراسة	15
8	ثامناً: المصطلحات الاجرائية	16
9	تاسعاً : الإطار النظري	17
10	عاشراً : الدراسات السابقة	18

12	إحدى عشر : منهجية الدراسة	19
13	الفصل الثاني : ماهية العلامة التجارية	20
14	المبحث الأول : تعريف العلامة التجارية و أهميتها	21
14	المطلب الأول : تعريف العلامة التجارية	22
20	المطلب الثاني : أهمية العلامة التجارية	23
22	المبحث الثاني : التطور التشريعي لحماية العلامة التجارية	24
26	المبحث الثالث : الشروط الموضوعية والشكلية للعلامة التجارية	25
26	المطلب الأول : الشروط الموضوعية للعلامة التجارية	26
33	المطلب الثاني : الشروط الشكلية للعلامة التجارية	27
40	المبحث الرابع : أثر طبيعة حق المالك على العلامة التجارية في حمايتها	28
40	المطلب الأول : مدى أثر ملكية العلامة التجارية في الحماية القانونية التي تتمتع بها	29
43	المطلب الثاني : مميزات الحق في العلامة التجارية	30
45	الفصل الثالث: الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً لقانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية والقواعد العامة في المسؤولية	31
46	المبحث الأول : الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً لقانون المنافسة غير المشروعة و الأسرار التجارية	32
47	المطلب الأول : تعريف المنافسة غير المشروعة	33
56	المطلب الثاني : الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة	34
65	المطلب الثالث: أصحاب المصلحة في إقامة دعوى المنافسة غير المشروعة	35
69	المبحث الثاني: الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً للقواعد العامة في المسؤولية	36

74	الفصل الرابع : الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً لقانون العلامات التجارية ووفقاً للأحكام التي تطبق على العلامة التجارية المشهورة	37
74	المبحث الأول : مدى الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً لقانون العلامات التجارية	38
75	المطلب الأول : مدى الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً لقانون لنص المادة (33) من قانون العلامات التجارية	39
79	المطلب الثاني : مدى الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً لقانون لنص المادة (14،25،37) من قانون العلامات التجارية	40
87	المبحث الثاني : الحماية المدنية للعلامة التجارية المشهورة	41
89	المطلب الأول : التعريف بالعلامة التجارية المشهورة	42
94	المطلب الثاني: نطاق حماية العلامة التجارية المشهورة	43
101	الفصل الخامس : الخاتمة	44
101	النتائج	45
104	التوصيات	46
114-106	المراجع	47

الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً للقوانين الأردنية

إعداد الطالبة

إيناس مازن فتحي الجبارين

تحت إشراف

الأستاذ الدكتور هاشم رمضان الجزائري

ملخص

تتمتع العلامة التجارية المسجلة أو غير المسجلة بالحماية القانونية كأصلٍ عام، فإذا كانت مسجلة فإنها تتمتع بالحماية الجزائية والمدنية معاً، أما إذا كانت غير مسجلة فإنها تتمتع بالحماية المدنية فقط .

تهدف هذه الدراسة إلى بحث موضوع الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وذلك بتحليل نصوص قانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952 وتعديلاته، وقانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم (15) لسنة 2000، والقانون المدني الأردني من خلال القواعد العامة في المسؤولية، وكما أنّ المشرع الأردني قد افترض الحماية المدنية للعلامة التجارية المشهورة حتى وإن لم تكن مسجلة .

تتضمن هذه الرسالة البحث في خمسة فصول رئيسية :

الفصل الأول: مقدمة الدراسة .

الفصل الثاني: ماهية العلامة التجارية .

الفصل الثالث: الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً لقانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية والقواعد العامة في المسؤولية.

الفصل الرابع: الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً لقانون العلامات التجارية ووفقاً للأحكام التي تطبق على العلامة التجارية المشهورة.

الفصل الخامس: الخاتمة.

Civil protection of the unregistered trademark according to the Jordanian laws

Prepared by:

Student, Enas Mazen Fathi Al Jabarin

Under the supervision of:

Prof. Dr. Hashem Ramadan Al Jaza'ree

Abstract

The basic general issue with respect of the trademark is the legal protections status, whether being registered or unregistered. If the trademark is registered, then shall enjoy both civil and penal protection, but if the trademark is unregistered, consequently, shall only enjoy civil protection.

The objective of this study is focusing on discussing the subject of civil protection related to the unregistered trademark. Analyzing the texts of the Jordanian Trademark Law No. 33 of 1952 and as amended, in addition to unfair competition and disclosure of trade secrets Law No. 15 of 2000 and the Jordanian Civil Law also through the general regulations and provisions include such action within the responsibility. Furthermore, the Jordanian Legislator assumes the civil protection is awarded to a well known trademark even though was not registered.

Meanwhile, my syudy includes five main chapters:

Chapter one: Introduction syudy .

Chapter two: Essence of trademark .

Chapter three: Civil Protection of the trademark is registered under the law of unfair competition, trade secrets, the general rules of responsibility.

Chapter four: Civil Protection of the trademark is registered under the Trade Marks Act and in accordance with the provisions that apply to the famous brand.

Chapter five: Conclusion .

الفصل الأول

مقدمة الدراسة

أولاً: تمهيد:

تعد العلامة التجارية من أبرز عناصر الملكية التجارية⁽¹⁾ وأكثرها أهمية ، حيث تلعب دوراً هاماً في نجاح المشروع التجاري. وينظر إلى العلامة التجارية على أنها أحد العناصر المعنوية للمحل التجاري التي تخول مالكيها حق الإستعمال والإستغلال والتصرف الجائز قانوناً، وينظر إليها أيضاً باعتبارها مالاً منقولاً معنوياً ذا قيمة اقتصادية بالغة⁽²⁾ ، حيث أنّ الوظيفة الأساسية للعلامة التجارية هي إدخال جميع الشارات التي تستخدم لتمييز ذاتية مُنتج معين أو بضائعه أو خدماته سواء ظهرت العلامة التجارية في صورة رمز مادي كالحروف أو الأرقام أو في صورة رمز غير مادي كالصوت أو الرائحة⁽³⁾ .

لقد نظم المشرع الأردني أحكام العلامات التجارية في قانون خاص، فكان القانون الأول هو "قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952"⁽⁴⁾، ولكن على أثر انضمام المملكة الأردنية الهاشمية

⁽¹⁾ زين الدين، صلاح (2006) العلامات التجارية. وطنياً ودولياً. منشورات دار الثقافة للنشر والتوزيع. ط1. ص 47.

⁽²⁾ حمدان، ماهر فوزي (1999) حماية العلامات التجارية "دراسة مقارنة". رسالة ماجستير منشورة. الجامعة الأردنية عمان. ص13.

⁽³⁾ زين الدين ، صلاح. مرجع سابق. ص40.

⁽⁴⁾ منشور في الجريدة الرسمية على الصفحة 243 من العدد(1110) الصادر بتاريخ 1952/6/1 وبدء العمل به بتاريخ 1952/7/1.

لمنظمة التجارة العالمية⁽¹⁾ فقد صدر قانون العلامات التجارية المعدل رقم (34) لسنة 1999⁽²⁾ لكي يتوافق مع أحكام اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس) لسنة 1994⁽³⁾. أما ماهية العلامة التجارية فقد عرفها ابتداءً قانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952 بأنها: "أية علامة استعملت أو كان في النية استعمالها على أية بضائع أو فيما يتعلق بها للدلالة على أن تلك البضائع تخص صاحب العلامة بحكم صنعها أو انتخابها أو الشهادة أو الإتجار بها أو عرضها للبيع".

ثم جاء قانون العلامات التجارية المعدل رقم (34) لسنة 1999 وأعاد تعريف العلامة التجارية بأنها: "أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره"، والجديد في هذا التعريف أنّ المشرع الأردني قد أخذ بالمفهوم الواسع للعلامة التجارية، وذلك بإدخال علامة الخدمة إلى جانب علامات البضائع والمنتجات، بعد أن كان القانون مقتصرًا قبل التعديل على علامات البضائع والمنتجات⁽⁴⁾، وبذلك أصبحت العلامة التجارية أداة ضمان وجودة، وتتمتع بالاستقلالية عن المحل التجاري. والعلامة التجارية لها عدة أنواع منها على سبيل المثال لا الحصر العلامة الجماعية، وعلامة الخدمة ،

(1) وذلك بتاريخ 1999/12/17 وتمت المصادقة - رسمياً - على ذلك، بموجب القانون رقم 4 لسنة 2000 المنشور بالجريدة الرسمية العدد 4415 تاريخ 2000/2/24 ص 710.

(2) منشور في الجريدة الرسمية على الصفحة 4299 من العدد (4389) الصادر بتاريخ 1999/1/1 والمعمول به حتى الآن.

(3) د. الخشروم، عبدالله ، أثر انضمام الأردن لاتفاقية تريس على تشريعات الملكية الصناعية والتجارية، أعمال المؤتمر العلمي العالمي الأول حول الملكية الفكرية، 10-11 تموز 2000، كلية القانون، جامعة اليرموك، الأردن، ص 429.

(4) الناهي، صلاح الدين (1983) الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية. دار الفرقان للنشر والتوزيع ط 1. ص 339-340.

والعلامة المانعة، فهل اشترط المشرع الأردني تسجيل العلامة التجارية حتى تتمتع بالحماية القانونية؟

فإذا حصل أي تعدٍ على علامة تجارية فالأصل وفقاً لنص المادة (34) من قانون العلامات التجارية الأردني أنها تتمتع بحماية قانونية (مدنية وجزائية) من جراء هذا التعدي ما دامت مسجلة، ولكن ما هو مصير العلامة التجارية غير المسجلة والتي خالفت شرط شكلي ألا وهو التسجيل؟ ألا تتمتع هذه العلامة التجارية بالحماية المدنية؟ من هنا جاء موضوع دراستي والتي سأتناول بها الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً للقوانين الأردنية والفقهاء المقارن لكون الحماية الجزائية هي للعلامة التجارية المسجلة فقط .

فمن جهة قانون العلامات التجارية الأردني فقد نصت المادة (34) منه على أنه:

"1- لا يحق لأحد أن يقيم دعوى بطلب تعويضات عن أي تعدٍ على علامة تجارية غير مسجلة في المملكة إلا أنه يحق له أن يتقدم إلى المسجل بطلب لإبطال علامة تجارية سجلت في المملكة من قبل شخص لا يملكها بعد أن كانت مسجلة في الخارج إذا كانت الأسباب التي يدعيها هي الأسباب الواردة في الفقرات 6 و7 و10 و12 من المادة (8) من القانون 2- يجوز استئناف القرار الذي يصدره المسجل بمقتضى أحكام هذه المادة أمام محكمة العدل العليا خلال ستين يوماً من تاريخ تبليغه ."

ومن جهة أخرى، فإنّ قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم (19) لسنة 2000 قد تطرق إلى الحماية المدنية للعلامة التجارية المستعملة سواء المسجلة أو غير المسجلة، حيث أنه في حال وقوع أي تعدٍ على العلامة التجارية فإنّ ذلك يشكل فعلاً من أفعال المنافسة غير المشروعة.

وأيضاً من جهة العلامة التجارية المشهورة ، والتي عرفها المشرع الأردني في قانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1999 بأنها: "العلامة التجارية ذات الشهرة العالمية التي تجاوزت شهرتها البلد الأصلي الذي سجلت فيه واكتسبت شهرة في القطاع المعني من الجمهور في المملكة الأردنية الهاشمية... "، والعلامة التجارية المشهورة هي ليست سوى علامة عادية ثم أخذت تعرف في الأسواق بصورة أضحت معها معلومة لمعظم المهتمين في عالم الصناعة والمرتبطة بمنتجات أو بضائع أو خدمات ذات جودة مميزة من مصدر محدد، والتي يتم التعرف عليها عن طريق جملة من العوامل منها الصفة الفارقة⁽¹⁾، ومدى معرفة الجمهور وثقتهم بها، وبالتالي عندما تتمتع علامة تجارية بمثل هذه الصفات فهي عرضة للإستعمال والتعدي من قبل الغير كون معظمها علامات تجارية غير مسجلة في المملكة؛ فإلى أي مدى يتمتع مثل هذا النوع من العلامات المعرّضة للإستعمال والتعدي من قبل الغير بالحماية القانونية .

ثانياً : مشكلة الدراسة :

تتبلور مشكلة هذه الدراسة حول إمكانية توفير الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة في المملكة الاردنية الهاشمية في حال التعدي عليها من قبل الغير ، فبالتالي هل يستطيع مالك العلامة التجارية غير المسجلة أن يطالب بالتعويض جراء التعدي على علامته؛ وذلك من خلال إقامة دعوى مدنية ؟ خاصةً وأنّ قانون العلامات التجارية الأردني قد اشترط أن تكون العلامة التجارية مسجلة حتى تتمتع بالحماية القانونية (المدنية والجزائية) .

(1) زين الدين، صلاح . مرجع سابق. ص158.

وهذا قد يناقض نصوص بعض القوانين الأردنية المتعلقة بإمكانية توفير الحماية المدنية للعلامة التجارية حتى للعلامة غير المسجلة وبالأخص نص المادة (256) من القانون المدني الأردني الذي ينص على " كل إضرار بالغير يلزم فاعله ولو غير مميّز بضمان الضرر ".⁽¹⁾

كما أنّ الإعتداء على العلامة التجارية المستعملة أو غير المستعملة المسجلة أو غير المسجلة يعتبر عملاً من أعمال المنافسة غير المشروعة والتي تؤدي بدورها إلى تضليل الجمهور، وبالتالي عدم الإستعمال وعدم التسجيل لا يوفر الحماية المدنية لتلك العلامة التجارية وبالتالي لم تتجاوز نصوص قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية الأردني رقم (15) لسنة 2000 الإشكالية القانونية التي يثيرها نص المادة (34) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952 والمعدّل بالقانون رقم (34) لسنة 1999.

وكما أنّ هناك علامات تجارية تتمتع بشهرة عالمية على النطاق الدولي وأغلبها علامات غير مسجلة في المملكة؛ فهل نقوم في حال التعدي بتطبيق نصوص الإتفاقيات الدولية عليها أم نطبق نصوص القوانين الأردنية وبالأخص قانون العلامات التجارية ؟ فمن هنا أيضاً تثار إشكالية قانونية حقيقية في تطبيق النص القانوني للعلامة التجارية المشهورة وغير المسجلة في المملكة الأردنية الهاشمية .

ثالثاً : هدف الدراسة :

إنّ الهدف من الدراسة يتمركز في معرفة الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة، وذلك من خلال :

(1) انظر نص المادة(256) من القانون المدني الأردني رقم(43) لسنة 1976.

- تحليل نص المادة (34) من قانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952 وتعديلاته و المتعلق بالحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة ، ومن ثم توضيح التعارض الذي شاب نص هذه المادة مع نصوص المواد (2/أ+ب) و (3/أ) من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم (15) لسنة 2000.

- بيان مدى الحماية التي وفرتها القواعد العامة للمسؤولية في القانون المدني الأردني من خلال نص المادة 256 .

- بيان مدى الحماية التي وفرها المشرع الأردني للعلامات التجارية غير المسجلة في قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم (19) لسنة 2000 .

- توضيح معيار شهرة العلامة التجارية لتستظل بالحماية المدنية كونها علامة غير مسجلة على المستوى الوطني والدولي.

- بيان مدى الحماية الدولية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً للاتفاقيات الدولية .

رابعاً : أهمية الدراسة :

يمكن إجمال أهمية الدراسة بالنقاط الآتية:

- 1- كشف وبيان كل ما يعتري هذا الموضوع من غموض ومعرفة جوانب القصور لمعالجتها.
- 2- تحفيز الباحثين على إجراء دراسات مشابهة لسد النقص في هذا المجال.
- 3- التوصل لإيجاد حلول قانونية يستعان بها من قبل المشرع الأردني عند قيامه بتعديل نصوص القوانين ذات العلاقة.

خامساً : أسئلة الدراسة وفرضياتها :

- ثمة بعض التساؤلات الافتراضية التي سأحاول الإجابة عليها ، وتتلخص في الآتي: -
- هل ينسجم نص المادة (34) من قانون العلامات التجارية رقم (34) لسنة 1999 مع اتفاقية (باريس) لحماية الملكية الصناعية والتجارية لسنة 1883 وكذلك اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس) لسنة 1994؟ وفي حالة التعارض بين الإتفاقيات الدولية ونص هذه المادة فأيهما أولى بالتطبيق ؟
- هل يمكن الإعتماد على نص المادة (256) من القانون المدني الأردني على أساس أنه نص يوفر الحماية المدنية على أساس المسؤولية التقصيرية ؟
- هل أجاز المشرع الأردني لصاحب العلامة التجارية غير المسجلة رفع دعوى المنافسة غير المشروعة والمطالبة بالتعويض عن التعدي على علامته غير المسجلة ؟
- ما هو المعيار لإعتبار أنّ العلامة التجارية مشهورة لتستظل بالحماية المدنية كونها علامة غير مسجلة ؟ وهل يوجد فرق بين العلامة المشهورة على المستوى الوطني والعلامة المشهورة على المستوى الدولي ؟

سادساً : حدود الدراسة :

الحدود المكانية: سوف يتم التطرق في هذه الدراسة إلى مجموعة من القوانين الأردنية كون أنّ مكان الدراسة ومجال تطبيقها هي المملكة الأردنية الهاشمية، ومن هذه القوانين قانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952 والقانون المعدل رقم (34) لسنة 1999 وبالذات نص المادة (33) منه، من ثم التعرض لأحكام العلامة التجارية غير المسجلة استناداً إلى قواعد المسؤولية التقصيرية

في القانون المدني الأردني وبالأخص نص المادة (256) ،بالإضافة إلى نص المادتين (2/أ+ب) و (3/أ) من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم (15) لسنة 2000 الحدود الزمنية: ستجرى هذه الدراسة في العام الدراسي 2010/2011 .

سابعاً : محدّدات الدراسة :

لا توجد قيود على هذه الدراسة، ويؤمل منها تحقيق فائدة من الناحية النظرية والعملية.

ثامناً : المصطلحات الإجرائية :

لقد وردت تعريفات المصطلحات الإجرائية أدناه وفقاً لنص المادة الثانية من قانون العلامات

التجارية رقم (33) لسنة 1952 المعدّل بالقانون رقم (34) لسنة 1999:

القانون : قانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952 والقانون المعدّل رقم (34) لسنة 1999.

النظام : نظام العلامات التجارية رقم (1) لسنة 1952 والنظام المعدّل رقم (37) لسنة 2000.

المسجل : مسجل العلامات التجارية.

السجل : سجل العلامات التجارية.

العلامة التجارية: " أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص لتميّز بضائعه أو

منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره " .

العلامة التجارية المشهورة: " العلامة التجارية ذات الشهرة العالمية التي تجاوزت شهرتها البلد

الأصلي الذي سجلت فيه واكتسبت شهرة في القطاع المعني من الجمهور في المملكة الاردنية

الهاشمية... " .

تاسعاً : الإطار النظري :

يتم تقسيم مشروع البحث إلى خمسة فصول وذلك على النحو الآتي :-

بداية، قد تم استعراض الفصل الأول والذي يحتوي على مقدمة الدراسة وما تتضمنه هذه الدراسة من مشكلة وهدف وأهمية وأسئلة وفرضيات، وحدود ومحددات ومصطلحات إجرائية، ثم نأتي للفصل الثاني والذي يعرف العلامة التجارية ويبين أهميتها والتطور التشريعي لها وذلك حسب القانون الأردني والإتفاقيات الدولية والشروط الموضوعية والشكلية اللازم توافرها في العلامة التجارية حتى يتم تسجيلها وبالتالي تمتعها بالحماية القانونية، ومدى أثر طبيعة حق المالك على العلامة التجارية في حمايتها .

بينما في الفصل الثالث ، سيتم الحديث عن الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً لقانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم (15) لسنة 2000؛ وذلك من خلال تعريف المنافسة غير المشروعة في إطار العلامات التجارية غير المسجلة وبيان شروطها والأساس القانوني لها، والتطرق بالأخص لنص المادتين (2/أ+ب) و(3/أ) والتي اعتبرت من صور المنافسة غير المشروعة أي ممارسة غير شريفة متعلقة بعلامة تجارية مستعملة في المملكة ؛ سواء مسجلة أم غير المسجلة.

كما سأحدث عن الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً لقواعد المسؤولية في القانون المدني الأردني من خلال نص المادة (256) التي تنص على أن: " كل إضرار بالغير يلزم فاعله ولو كان غير مميز بضمان الضرر".

بينما في الفصل الرابع، سيتم التطرق لموضوع الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً لقانون العلامات التجارية المعدل رقم (34) لسنة 1999 وذلك من خلال نص المادة (34) منه وأيضاً نصوص المواد (14) (25) (37) من ذات القانون .

وكما سيتم التحدث عن الحماية المدنية للعلامة التجارية المشهورة وذلك من خلال تعريف العلامة التجارية المشهورة، وتحديد معيار شهرتها، ومن ثمّ التطرق للحماية المدنية لها ووفقاً للقانون الأردني .

أما الفصل الخامس والأخير، فسيتم بيان ما توصلت إليه في هذه الدراسة من نتائج وتوصيات.

عاشراً : الدراسات السابقة :

* حمدان، ماهر فوزي ، (1999) ، " حماية العلامات التجارية " دراسة مقارنة. رسالة ماجستير منشورة. الجامعة الأردنية. عمان.

تناولت هذه الدراسة تعريف العلامة التجارية وتمييزها عما يشابهها من أوضاع ، من ثم تطرقت إلى توفير الحماية القانونية للعلامة التجارية المسجلة بموجب دعوى المنافسة غير المشروعة وأيضاً توفير الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة لكونها علامة مشهورة ومستعملة بالمملكة الأردنية الهاشمية.

وقد لخصت هذه الدراسة إلى ضرورة حماية العلامة التجارية سواءً مسجلة أو غير مسجلة ، ونادت الباحثة إلى ضرورة تنظيم قانون خاص يتعلق بالمنافسة غير المشروعة والذي سأطرق إلى بعض أحكامه فيما يتعلق بالعلامة التجارية المشهورة ومدى تمتعها بالحماية المدنية لكونها غير مسجلة. إلا أنّ دراستي تهدف إلى تناول موضوع الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة في المملكة وفق قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم (15) لسنة 2000 والتي لم تتطرق لها الدراسة السابقة الذكر .

* بني سعيد ، سلام مصطفى(2007)الحماية المدنية للعلامة التجارية المشهورة . رسالة ماجستير منشورة .جامعة آل البيت - الأردن .

تناولت هذه الدراسة موضوع الحماية المدنية للعلامة التجارية المشهورة من خلال قانون المنافسة غير المشروعة وقانون العلامات التجارية وذلك من خلال بيان أثر الإستعمال على القول بالشهرة. عالجت هذه الدراسة الحماية المدنية للعلامة التجارية المشهورة بموجب المسؤولية التقصيرية والمسؤولية العقدية، كما تطرقت هذه الدراسة إلى آثار الحماية المدنية بموجب قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية للعلامة التجارية المشهورة وغير المشهورة المسجلة وغير المسجلة. وبهذا، فإن دراستي تهدف إلى الحديث عن موضوع الحماية المدنية للعلامة التجارية المشهورة غير المسجلة وفقاً للقانون الأردني في حين أن الدراسة السابقة تناولت العلامة المشهورة بشكل مطلق دون تفصيل إذا كانت مسجلة أم لا.

* مصلح الطراونة، صلاح زين الدين (2009) الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة في الأردن، مجلة مؤتة للبحوث والدراسات المجلد(24)، العدد(4).

تناول هذا البحث دراسة تحليلية نقدية لنص المادة (34) من قانون العلامات التجارية المعدل رقم(34) لسنة 1999، ووفقاً لقانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم (15) لسنة 2000.

وقد خلصت هذه الدراسة إلى ضرورة تعديل نص هذه المادة؛ بحيث يحق لمن أصابه ضرر حق إقامة دعوى بطلب وقف التعدي وطلب التعويض، وفي حالة منع الحق عن طلب التعويض على أي تعدٍ على علامة تجارية غير مسجلة إلا أنه يمكن توفير حماية مدنية أخرى عن طريق وقف

التعدي وعدم الإستمرار فيه أو طلب حذف (ترقيين وشطب) علامة تجارية لشخص إذا أثبت آخر أنه كان أسبق باستعمالها منه وإن لم تكن مسجلة.

وبهذا فإن دراستي تهدف إلى تحليل النصوص المتعلقة بموضوع الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة .

أحد عشر : منهجية الدراسة :

سيتم إعداد هذه الرسالة وفق المنهج المقارن ووفق منهج البحث النوعي من خلال التطرق لقواعد القوانين المتعلقة بموضوع دراستي وهي قانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952 وتعديلاته، وقانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم (15) لسنة 2000، والرجوع إلى أحكام الفقه وقرارات المحاكم والإتفاقيات الدولية المتعلقة بالموضوع وخاصة إتفاقية (باريس) لحماية الملكية الصناعية والتجارية لسنة 1883 ، وكذلك إتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس) لسنة 1994 .

الفصل الثاني

ماهية العلامة التجارية

تمهيد :

يعتبر الرمز تمثيل عيني وبسيط للأفكار والأهداف التي تعبر عن قيام الإنسان بتقديم عمل معين بوضع إشارة أو علامة مميزة تدل على إشعار الآخرين بذاتيته أو ملكيته للفكرة، والتي تُترجم على شكل علامة تجارية فلا بد من التعرّف على ماهية العلامة التجارية .

يُقَسّم هذا الفصل إلى المباحث التالية:

المبحث الاول: تعريف العلامة التجارية وأهميتها.

المبحث الثاني: التطور التشريعي للعلامة التجارية.

المبحث الثالث: الشروط الموضوعية والشكلية للعلامة التجارية.

المبحث الرابع: أثر طبيعة حق المالك على العلامة التجارية في حمايتها.

المبحث الأول تعريف العلامة التجارية وأهميتها

العلامة التجارية هي مؤشر مميز أو كيان قانوني لتحديد المنتجات والسلع والخدمات التي يقدمها الفرد للمستهلك وقد تكون عبارة عن اسم أو كلمة أو جملة أو شعار أو رمز أو تصميم أو صورة أو مزيج من هذه العناصر، وكما أنّ هنالك علامات تجارية غير قابلة للتجسيد حيث لا تقع ضمن هذه الفئات القياسية؛ كتلك القائمة على أساس اللون أو الرائحة أو الصوت.

ويقسّم هذا المبحث إلى مطلبين هما:

المطلب الأول : تعريف العلامة التجارية.

المطلب الثاني: أهمية العلامة التجارية.

المطلب الأول تعريف العلامة التجارية

الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية لغةً:

العلامة لغةً: هي كل أثر في الشيء للدلالة عليه ومعرفته وتمييزه عن غيره. وهي مشتقة من العلم بمعنى المعرفة، ومثل ذلك علم الدولة للدلالة عليها وتمييزها، أمّا التجارية (التجاري) فمأخوذة من تجر تعني تعاطي التجارة والتجارة البيع والشراء لغرض الربح، والياء في تجاري

هي ياء النسبة، والنسبة هي إلحاق آخر الإسم ياء مشددة للدلالة على نسبة شيء إليه وحكمها أن يكسر ما قبل الياء للمناسبة⁽¹⁾.

الفرع الثاني: تعريف العلامة التجارية وفق القانون والقضاء الأردني:

تخضع العلامة التجارية في القانون الأردني لقانون العلامات التجارية رقم (34) لسنة 1999 وإلى نظام العلامات التجارية رقم (1) لسنة 1952 المعدل بموجب النظام رقم (37) لسنة 2000، إضافة إلى قانون علامات البضائع رقم (19) لسنة 1953.

حيث أنّ قانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952 عرّف العلامة التجارية بأنها: "أية علامة استعملت أو كان في النية استعمالها على أية بضائع أو فيما له يتعلق بها للدلالة على أن تلك البضائع تخص صاحب العلامة بحكم صنعها أو انتخابها أو الشهادة أو الإتجار بها أو عرضها للبيع".

ثم جاء قانون العلامات التجارية المعدل رقم (34) لسنة 1999 وأعاد تعريف العلامة التجارية بأنها: "أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره".

ومن خلال التعريف الجديد الذي أورده المشرع الأردني هنا نرى أنّه قد هجر المفهوم الضيق للعلامة التجارية وأخذ بالمفهوم الواسع لها، بعد أن كان قاصراً عن شمول هذه العلامة على علامة الخدمة ومقتصراً إليها على علامات البضائع و المنتجات.

وكما يؤخذ على المشرع الأردني أنّه أعطى تعريف محدد للعلامة التجارية من حيث تعدادها وأنواعها وأشكالها وإن كان قد تدارك ذلك وجاء على ذكرها بنص المادة (1/7) من قانون

(1) العريف ، علي (1959) شرح القانون التجاري المصري . ط2. القاهرة . مطبعة أحمد مخيمر . ص547 .
العباسي ، عز الدين ميرزا (2007) الإسم التجاري. ط2. دار الحامد للنشر والتوزيع. ص 19-20.

العلامات التجارية الأردني المعدّل رقم (33) لسنة 1952 وتعديلاته: "يشترط لتسجيل العلامة التجارية أن تكون ذات صفة فارقة من حيث الأسماء أو الحروف أو الأرقام أو الأشكال أو الألوان أو غير ذلك أو أي مجموع منها..."، وبالتالي لم يسلك المشرع الأردني مسلك اتفاقية تريس في نص المادة (1/15) التي أوردت الأشكال والعناصر التي تتضمنها العلامة التجارية وذلك على سبيل المثال لا الحصر وترك وجود صور وأشكال أخرى لقاضي الموضوع لاستخلاصها من خلال سلطته التقديرية⁽¹⁾، وكان من الأجر بالمشرع الأردني عدم حصرها نظراً لتطور الحياة الإقتصادية وظهور تشريعات مختلفة تتعلق بالعلامة التجارية، لذلك كان الأولى به ترك ذلك إلى الفقه والقضاء لأن النص التشريعي لا يتسع ولا يصح أن يتسع إلى أمور تقتضي الشرح والتفسير بل إنّ ذلك من واجبات الفقه والقضاء⁽²⁾.

تعريف القضاء للعلامة التجارية:

عرفت محكمة العدل العليا الأردنية في قرارها رقم (88/49) العلامة التجارية بأنها: " العلامة المؤلفة من حروف أو رسوم أو علامات أو خليط من هذه الأشياء ذي صفة فارقة وعلى شكل يكفل تمييز بضائع غيره من الناس⁽³⁾."

(1) الغويري ، عبدالله حميد (2008) . العلامة التجارية وحمايتها (العلامة المشهورة وحمايتها) . ط2. عمان . دار الفلاح للنشر والتوزيع . ص 52.

(2) زين الدين ، صلاح، 2010 . الملكية الصناعية والتجارية، ط2، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ص 254.

(3) محكمة العدل العليا الأردنية قرار رقم 88/49 تاريخ 1988/12/31 منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1989. ص926.

الفرع الثالث: تعريف العلامة التجارية في فقه القانون:

لقد وردت عدة تعريفات للعلامة التجارية في مجال الفقه نوردتها كما يلي: " كل إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة " (1).

" أداة مميزة تخص تاجراً أو صانعاً لتمييز سلعته أو خدمته عما يشابهها، وقد تكون رمزاً، رسماً، حرفاً.. الخ تستهدف التذليل على أصل السلعة وضمن مزايا معينة فيها فتقيم بذلك علاقة بين مالك العلامة وعمالته وتمكنه من الإستئثار بثقتهم " (2) .

" إشارة تؤسم بها البضائع والسلع والمنتجات أو تعلم تمييزاً لها عما يماثلها من سلع تاجر آخر أو منتجات أرباب الصناعات الآخرين " أو بضائع أخرى " (3).

" هي رمز يوضع على المنتجات أو يتخذ شعاراً للخدمات ويهدف إلى تيسير التعرف على مصدر صناعة المنتجات أو مصدر بيعها أو مصدر الخدمات مما يساعد على اجتذاب العملاء، وترتب ان ازدادت العلامات التجارية أهمية وشهرة بحيث أصبحت لها قيمة ذاتية" (4).

" الإشارة التي يستعملها الصانع لتمييز منتجاته أو البائع لتمييز بضاعته أو مقدم الخدمة لتمييز الخدمات التي يُقدّمها لتسهل على المستهلك التعرف على السلعة أو الخدمة التي يرغب في الحصول عليها " (5).

(1) القليوبي، سميحة. (1967) الوجيز في التشريعات الصناعية. دار الإتحاد العربي للطباعة، مكتبة القاهرة الحديثة. ص249.

(2) اسماعيل، محمد حسين (1978) الحماية الدولية للعلامة التجارية (رسالة دكتوراة). جامعة القاهرة. مصر . ص 249 .

(3) الناهي، صلاح الدين. مرجع سابق. ص233.

(4) عباس، محمد حسني. (1967) التشريع الصناعي. القاهرة . دار النهضة العربية.. ص195.

(5) الخولي ، سائد أحمد (2004) حقوق الملكية الصناعية. ط 1. دار المجدلوي للنشر والتوزيع . ص38.

" إشارة مادية يضعها التاجر أو الصانع على سلعة ليسهل تمييزها عن سلع أخرى من ذات الصنف"(1).

" كل إشارة أو رمز يتخذ شعاراً لتمييز منجات مشروع تجاري أو صناعي أو يتخذ شعاراً للخدمات التي يؤديها المشروع"(2).

" الشكل ذو التكوين الخاص الذي يتخذ وسيلة لتمييز منتجات المشروع أو خدماته"(3).

" شارة مادية أو رمز يضعه المشروع على منتجاته أو يتخذه للدلالة على ما يقدمه من خدمات للسوق وذلك لتمييزها عن المنتجات والخدمات المنافسة وبهدف اجتذاب العملاء عليها"(4).

تعريف العلامة التجارية في اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (TRIPS) في نص المادة 1/15 منها والتي تلتزم الأردن بأحكامها بحكم انضمامها لمنظمة التجارة العالمية " أي علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع و الخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة لأن تكون علامة تجارية ، وتكون هذه العلامات لا سيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية و حروفاً وأرقاماً وأشكالاً أو مجموعات ألوان وأي مزيج من هذه العلامات، مؤهلة للتسجيل كعلامات تجارية، حين لا يكون في هذه العلامات ما يسمح بتمييز السلع والخدمات ذات الصلة ، يجوز للبلدان الأعضاء أن تجعل الصلاحية للتسجيل مشروطة بالتمييز المكتسب من خلال الاستخدام. كما يجوز لها اشتراط أن تكون العلامات المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر كشرط تسجيلها "(5).

(1) عوض ، علي جمال الدين (1982) الوجيز في القانون التجاري . القاهرة . دار النهضة العربية. فقرة 329.

(2) الصغير، حسام الدين عبد الغني (1993) الترخيص باستعمال العلامة التجارية . (د.م) ص 16.

(3) بريري ، محمود مختار أحمد (2000) قانون المعاملات التجارية . الجزء الأول . الأعمال التجارية والتاجر . الأموال التجارية وفقاً لقانون التجارة رقم 17 لسنة 1999 . القاهرة . دار النهضة العربية . ص 236.

(4) قاسم ، علي سيد (1997) قانون الأعمال . الجزء الأول . القاهرة . دار النهضة العربية . ص 43.

(5) اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (TRIPS) لسنة 1994.

تعريف العلامة التجارية في التشريع المقارن كقانون حماية الملكية الفكرية المصري الجديد رقم (82) لسنة 2002 في المادة 63 منه هي " كل ما يميز منتجاً كان أو خدمة عن غيره، وتشمل على وجه الخصوص الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً، والإمضاءات، والكلمات، والحروف، والأرقام، والرسوم، والرموز، وعناوين المحال، والدمغات، والأختام، والتصاویر، والنقوش البارزة ومجموعة الألوان التي تتخذ شكلاً مميزاً، وكذلك أي خليط من هذه العناصر إذا كانت تستخدم أو يراد أن تستخدم إما في تمييز منتجات عمل صناعي، أو استغلال زراعي، أو استغلال للغابات، أو لمستخرجات الأرض، أو أية بضاعة، وإما للدلالة على مصدر المنتجات، أو البضائع، أو أنواعها، أو مرتبتها، أو ضمانها، أو طريقة تحضيرها، وإما للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات.

وكما أنّ الفقرة الثانية من المادة ذاتها أكدت على أنّه في جميع الأحوال يتعين أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر.

وفي القانون الإماراتي الإتحادي رقم (37) لسنة 1992 في المادة الثانية منه فقد عرّف العلامة التجارية بأنها: " تعتبر علامة تجارية كل ما يأخذ شكلاً مميزاً من أسماء أو كلمات أو إمضاءات أو حروف أو أرقام أو رسوم أو رموز أو عناوين أو دمغات أو أختام أو صور أو نقوش أو إعلانات أو عبوات أو أية علامة أخرى أو أي مجموع منها إذا كانت تستخدم أو يراد أن تستخدم إما في تمييز بضائع أو منتجات أو خدمات أيّاً كان مصدرها وإما للدلالة على أنّ البضائع أو المنتجات تعود لمالك العلامة بسبب صنعها أو انتقائها أو الإتجار بها أو للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات، ويعتبر الصوت جزءاً من العلامة التجارية إذا كان مصاحباً لها".

المطلب الثاني أهمية العلامة التجارية

تعد العلامة التجارية من أبرز عناصر الملكية الفكرية⁽¹⁾؛ فهي تعتبر من أهم الوسائل التي يلجأ إليها التاجر لتمكين المستهلك من التعرف على منتجاته التي تحمل علامته التجارية أينما وجدت، وضمان عدم تضليل الجمهور وخديعته في أمرها مما يدفعه إلى بذل أقصى جهده في تحسين منتجاته وتخفيض تكاليف الإنتاج ليضمن تفوقها ورواجها على مثيلاتها في ميدان المنافسة⁽²⁾.

وكما أنّ هنالك عدة أنواع للعلامة التجارية منها على سبيل المثال العلامة الصناعية والعلامة التجارية والعلامة الجماعية وعلامة الخدمة والعلامة المشهورة وغيرها من العلامات.

وكما أوردت المادة السابعة من قانون العلامات التجارية الأردني المعدّل رقم (34) لسنة 1999 تعداد لبعض صور وأشكال العلامة التجارية على سبيل المثال لا الحصر⁽³⁾؛ ومنها الأسماء؛ كاتخاذ الاسم الشخصي أو اسم العائلة أو المنشأ، والحروف أو الأعداد أو خليط من كليهما مثل UP 7، والرسوم والرموز؛ والرسم " تصميم يتضمن مجموعة من المرئيات (تكوين فني) (3)، أما الرمز فهو رسم مرئي واحد مثل هلال ، نجمة .

وتكمن أهمية العلامة التجارية من خلال وظائفها التي تؤديها فتعطي للمنتجات أو للبضائع أو للخدمات ذاتيتها التي تميّزها عن مثيلاتها بكل يسر وسهولة ، حيث أنّها تحدد المصدر الشخصي والإقليمي لها؛ فبالتالي أصبحت العلامة التجارية تُمنّلت تجسيدا للسمعة التجارية للصانع أو للتاجر أو لمقدم الخدمة في ميدان العمل التجاري فبالتالي تعزز روح المبادرة في العالم وذلك من خلال سعيهم

(1) المادة (1/7) من قانون العلامات التجارية" يشترط لتسجيل العلامة التجارية ان تكون ذات صفة فارقة من حيث الأسماء أو الحروف أو الأرقام أو الأشكال أو الألوان أو غير ذلك... ".

(2) الخولي، سائد. المرجع السابق. ص 43.

(3) زين الدين، صلاح (2010) ، مرجع سابق، ص 47.

إلى تحسين وتطوير منتجاتهم لاكتساب ثقة المستهلكين، فكلما زادت جودة البضاعة⁽¹⁾ ازدادت شهرة تلك العلامة التجارية؛ إذ يكفي هنا أن يذكر اسم المشتري اسم تلك العلامة التجارية التي يريد شراءها دون حاجة إلى بيان أوصاف وسمات الشيء المراد شراؤه، وكما أنّ العلامة التجارية هي الأداة الوحيدة لتكرار الشراء أي تتيح للمستهلك أن يكرر شراء منتج ذو نوعية وصفات معينة تلبى رغباته واحتياجاته⁽²⁾.

وتمثّل العلامة التجارية في الواقع وسيلة دعاية للمنتجات من أجل الإحتفاظ بالعملاء واكتساب عملاء جدد، وهي بذلك تشكل ضمان لجودة المنتج، وأداة لتنظيم العلاقات الإقتصادية بين التاجر والمستهلك من جهة، وبين التاجر وغيره من التجار من جهة أخرى⁽³⁾.

وتعتبر العلامة التجارية إحدى الوسائل الهامة في نجاح المشروع الإقتصادي، فهي وسيلته إلى إحباط جهود مزاولي المنافسة غير المشروعة؛ كالمزورين، إذ شاءوا الانتفاع بإشارات مميزة مماثلة بغرض تسويق منتجات أو خدمات من نوع رديء أو مختلف⁽⁴⁾ سواء على الصعيد الدولي والمحلي، كما أنّها تقوم بوظيفة مزدوجة إذ تخدم مصلحتين في وقت واحد، فمن جهة تخدم مصلحة التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة باعتبارها وسيلة هؤلاء لتمييز سلعهم أو بضائعهم أو خدماتهم عن غيرها من السلع أو البضائع أو الخدمات المشابهة؛ فيصلوا عن طريق العلامة إلى جمهور المستهلكين، ومن جهة أخرى فهي تخدم جمهور المستهلكين لا سيّما وأنّها وسيلتهم

(1) الرابط الإلكتروني على شبكة المعلومات الدولية "الانترنت": (<http://www.etudiantaz.net>) تاريخ الدخول: 2010/2/2.

(2) زين الدين، صلاح. مرجع سابق ص 41. طبيشات، بسام مصطفى (2009) الحماية القانونية للعلامات التجارية في ظل القانون الأردني والمصري والإتفاقيات الدولية. ط2. عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع. ص 43-44.

(3) عباس، محمد حسني. مرجع سابق. ص 197-198.

(4) الرابط الإلكتروني على شبكة المعلومات الدولية "الانترنت": (<http://www.etudiantaz.net>) تاريخ الدخول: 2011/2/2.

للتعرف على السلع أو البضائع أو الخدمات التي يفضلونها وتلقى عندهم قبولاً أكثر من غيرها⁽¹⁾.

كما تمكّن العلامة التجارية صاحبها من مراقبة بيع السلع التي تحملها بالشروط والأسعار المحددة لها والتأكد من أنها وضعت على البضائع المخصصة لها حتى لا تختلط بمثيلاتها⁽²⁾.

المبحث الثاني

التطور التشريعي لحماية العلامة التجارية

استعملت الرموز والأرقام منذ قديم الأزل خاصةً عند الرومان لتمييز السلع، حيث اعتادت فئة الصناع والتجار تمييز منتجاتها بوضع أسمائهم أو أسماء الجهات التي أنتجت هذه السلع للفرقة بينها وبين غيرها من السلع المماثلة، ثم انتشر استعمال العلامات التجارية في العصور الوسطى في ظل نظام الطوائف الذي كان يفرض تمييز منتجات كل طائفة عن الطائفة الأخرى، وقد فرض هذا النظام على الصناع والتجار وضع علامات على السلع للدلالة على أنّ الطائفة قامت بمعاينة هذه السلع؛ حيث كان الهدف من وضع هذه العلامات بسط سيطرة الطائفة على الصناع، ومنع منافسة البضائع الأجنبية المماثلة، ودفع رسوم معينة مقابل وضع العلامة وإلا أُعدمت السلع، كما كان يشترط وضع علامة الصانع إلى جوار علامة الطائفة حتى يمكن التعرف على مصدر إنتاج هذه السلعة، وبإلغاء نظام الطوائف زالت الأنظمة التابعة لها وبدأت التشريعات القانونية المنظمة للعلامات التجارية في الظهور⁽³⁾.

تُعتبر قوانين العلامات التجارية حديثة نسبياً، حيث يرجع ظهورها إلى بدايات القرن التاسع عشر، حيث حصل في هذا القرن أول اعتراف قانوني فعلي للعلامة التجارية، فقد سنّت فرنسا

(1) طبيشات، بسام مصطفى. مرجع سابق. ص 44.

(2) القليوبي، سميحة. مرجع سابق ص 221 .

(3) عباس، محمد حسني، مرجع سابق. ص 194-195. القليوبي، سميحة. مرجع سابق. ص 218-219.

أول تشريع للعلامات التجارية في سنة 1857⁽¹⁾، وألمانيا سنة 1875، وأقرت بريطانيا قانون تسجيل العلامات التجارية في سنة 1875، كما أقرت الإمبراطورية العثمانية (تركيا) قانوناً لحماية العلامة التجارية في سنة 1879، إسبانيا سنة 1929، باكستان سنة 1940، وقد تأخرت الولايات المتحدة الأمريكية بالإعتراف بالعلامة التجارية إلى ما قبل النصف الثاني من القرن التاسع عشر بقليل، إذ سنّت قانون العلامات التجارية لسنة 1946، كما أخذت الدول في أنحاء العالم بسن قوانينها في مجال العلامات التجارية⁽²⁾.

أمّا على الصعيد الدولي فقد تمّ توقيع عدد من المعاهدات والاتفاقيات التي أرسيت أسس اكتساب الأشخاص لحقوقهم في مجال علاماتهم التجارية على الرغم من الدمار الذي لحق بالتجارة العالمية نتيجة الحرب العالمية الأولى والثانية، ومن أهمّها معاهدة باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883 والتي تركز عليها معظم قوانين العلامات التجارية، كما أنّها مهدت الطريق أمام إبرام معاهدات واتفاقيات دولية أخرى ومن أهمّها:

1- اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات التجارية (سنة 1891)، تُنشئ هذه الاتفاقية اتحاداً خاصاً للتسجيل الدولي للعلامات التجارية، حيث تهدف هذه الاتفاقية إلى تأمين حماية مواطني الدولة العضو فيها فيما يتعلق بعلاماتهم السلعية والخدمية المسجلة في دولة المنشأ وذلك عن طريق تسجيل تلك العلامات في المكتب الدولي في دولة المنشأ، وكما بلغ عدد الدول الأعضاء فيها حتى الآن 74 عضواً، وتم مراجعة هذه الاتفاقية في بروكسل عام 1900، وواشنطن عام 1911، ولاهاي عام 1925، ولندن عام 1943، ونييس عام 1957، وستوكهولم 1970.

(1) د. صلاح زين الدين: الملكية الصناعية والتجارية، مرجع سابق، ص 248، عوض، علي جمال الدين مرجع سابق. ص 262.

(2) القليوبي، سميحة. مرجع سابق. ص 280.

2- اتفاقية مدريد بشأن قمع بيانات مصدر السلع الزائفة أو المضللة (لسنة 1891)، تُنشئ هذه الاتفاقية نظاماً بمصادرة أي بضاعة تحمل عند استيرادها بياناً مزيفاً أو خادعاً والتي تكون إحدى الدول التي تطبق عليها أحكام الاتفاق أو مكان في هذه الدولة قد حُدّد بطريقة مباشرة أو غير مباشرة على أي دولة أو مكان منشأ هذه البضاعة .

3- اتفاقية نيس بشأن التصنيف الدولي للسلع والخدمات لأغراض تسجيل العلامات التجارية (لسنة 1957) ، وبلغ عدد الدول الأعضاء 43 دولة.

4- اتفاقية لشبونة بشأن تسميات المنشأ على الصعيد الدولي (لسنة 1958)، وتُنشئ هذه الاتفاقية اتحاداً خاصاً في إطار اتفاقية باريس لحماية المؤشرات الجغرافية للمنتجات وذلك بذكر المكان أو المنطقة الجغرافية للمنتج ، وبلغ عدد الدول الأعضاء 74 دولة.

5- معاهدة تسجيل العلامة التجارية - مؤتمر فيينا (لسنة 1973).

6- اتفاقية فيينا الذي وُضع بموجبها تصنيف دولي للعناصر الملموسة في العلامات التجارية (لسنة 1973) وقد تم تعديلها عام 1985، وتُنشئ هذه الاتفاقية اتحاداً خاصاً تحت مسمى "تصنيف العناصر الملموسة" ، وكما بلغ عدد الدول الأعضاء 19 دولة.

7- معاهدة نيروبي بشأن حماية الرمز الأولمبي (لسنة 1981).

8- بروتوكول اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات (لسنة 1989).

9- معاهدة قانون العلامات Trademark Law Treaty (لسنة 1994) ، تهدف هذه المعاهدة إلى تنظيم المسائل المتعلقة بتسجيل العلامات التجارية وهي تطبق على علامات السلع وعلامات الخدمات وتستبعد من مجال تطبيقها العلامات التجارية غير التقليدية كالعلامة الجماعية، وعلامات الرقابة (التصديق)، وعلامات الضمان، وعلامة الصوت والرائحة، وكما بلغ عدد الدول الأعضاء فيها 31 دولة، ولم تدخل هذه المعاهدة حيز التنفيذ حتى الآن.

10- اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (TRIPS) (لسنة 1994)، عالجت اتفاقية تريس العلامات التجارية في نصوص موادها من المادة (15-21)⁽¹⁾.

أمّا على الصعيد العربي فقد أخذت الدول بسن القوانين بشأن العلامات التجارية فكان في تونس قانون العلامات التجارية لسنة 1988 والمعدّل لسنة 1963، وفي المغرب قانون حماية الملكية الصناعية لسنة 1916، وفي مصر قانون العلامات والرسوم والنماذج الصناعية رقم (57) لسنة 1939 الملغي والذي حل محله قانون الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002، وغيرها من البلدان العربية⁽²⁾، هذا من جانب ومن جانب آخر فقد تمّ وضع قانون العلامات التجارية العربي الموحد لعام 1975 من قبل مركز التنمية الصناعية للدول العربية؛ وذلك لتحقيق التنسيق والإنسجام بين مختلف تشريعات الدول العربية، وإزالة أي تباين أو تعارض بين هذه التشريعات للوصول إلى حماية العلامة التجارية في كافة الأقطار العربية على قدم المساواة⁽³⁾.

أمّا على الصعيد الأردني فقد كانت المملكة الأردنية الهاشمية وفلسطين جزءاً من الإمبراطورية العثمانية قبل الحرب العالمية الأولى، وكان القانون العثماني الصادر عام 1879، المتعلق بالحقوق الفكرية وهو القانون المعمول به فيما يتعلق بالعلامات التجارية في شرق الأردن وفلسطين⁽⁴⁾، وبعد الحرب العالمية الأولى أصبحت الأردن وفلسطين - مستعمرتين تديرهما

(1) ندوة الويبو الوطنية حول الملكية الفكرية للمسؤولين الحكوميين وأعضاء غرف التجارة تنظمها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) بالتعاون مع وزارة الصناعة والتجارة من 10-11/7/2004 خلال الدخول على شبكة المعلومات الدولية "الانترنت": (<http://www.wipo.int>) تاريخ الدخول: 2010/2/4، بدرابي، حسين، الحماية الدولية للملكية الصناعية: من اتفاقية باريس إلى اتفاق تريس. وزارة العدل، القاهرة.

(2) زين الدين، صلاح مرجع سابق. ص 248-251.

(3) اسماعيل، محمد حسين (1982) رعايا القانون النموذجي العربي بشأن العلامات التجارية لعام 1975. ملحق مجلة نقابة المحامين. عدد 13. ص 111.

(4) الناهي، صلاح الدين. مرجع سابق. ص 13.

المملكة المتحدة؛ فطبقت هذه الأخيرة عليهما قانون العلامات التجارية لسنة 1930، والذي تم إلغاؤه وأحل محله قانون العلامات التجارية الفلسطيني لسنة 1938، وبعد الإستقلال الوطني للمملكة الأردنية، سنّت الحكومة بشأن العلامات التجارية قانون العلامات التجارية لسنة 1952، ونظام العلامات التجارية لسنة 1952، وقانون علامات البضائع (البيانات التجارية) لسنة 1953، ثمّ قانون العلامات التجارية المعدّل رقم (34) لسنة 199، ثمّ نظام العلامات التجارية المعدّل رقم (37) لسنة 2000⁽¹⁾.

المبحث الثالث

الشروط الموضوعية والشكلية للعلامة التجارية

المطلب الأول

الشروط الموضوعية للعلامة التجارية

ينبغي للعلامة التجارية أن تتحقق فيها الشروط الموضوعية حتى تتمتع بالحماية القانونية؛ كشرط الصفة الفارقة (المميزة)، وشرط الجودة، وشرط المشروعية، وشرط أن تكون العلامة باللغة العربية، وأخيراً شرط الإدراك عن طريق البصر.

وسوف يخصص لكل شرط من هذه الشروط فرعاً مستقلاً وذلك كما يلي:

الفرع الأول: شرط الصفة الفارقة (المميزة) للعلامة التجارية:

يشترط لتسجيل علامة تجارية أن تكون لها ذاتية خاصة تميّزها عن غيرها من العلامات⁽²⁾ حتى تتمتع بالحماية القانونية، ويقصد بذلك أنّ العلامة التجارية تتكون من أسماء أو حروف أو أرقام

(1) زين الدين، صلاح. العلامات التجارية وطنياً ودولياً. مرجع سابق. ص13.

(2) القليوبي، سميحة. مرجع سابق. ص231.

أو غير ذلك أو أي مجموعة منها؛ وبالتالي يجب أن تتمتع بصفة فارقة أي على شكل يكفل تمييز بضائع صاحبها عن غيره من الناس⁽¹⁾، وهذا ما أكدته أحكام المادة السادسة من قانون العلامات التجارية الأردني⁽²⁾.

وكذلك تنص المادة (1/15) من اتفاقية تريس على أن " تعتبر أي إشارة أو مجموعة إشارات تسمح بتمييز السلع أو الخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة لأن تكون علامة تجارية ".

وعليه؛ فالعلامة المجردة من أي صفة مميزة (فارقة) لا تعد علامة تجارية كالعلامة العادية التي تتكون من كلمات شائعة أو تتخذ شكلاً أو صوراً مألوفاً⁽³⁾؛ كرسم هندسي معين كالمربع مثلاً أو صورة رجل يركب حصان، أو تدخل عناصرها الأساسية في تركيب المنتج أو العلامة الوصفية التي تتكون من إشارات أو بيانات تستعمل للدلالة على صفة المنتج أو زمن إنتاجه أو مصدره؛ كالبن البرازيلي أو الجميد الكركي⁽⁴⁾، أو العناصر المكونة له أو وصفه بأوصاف جذابة؛ كوصف منتج معين بالفاخر إذ لا يجوز لتاجر أن يستأثر بحق استعمال هذه الألفاظ لوصف منتجاته دون غيره من التجار⁽⁵⁾، ولا تعد العلامة مميزة متى سبق لشخص آخر استعمالها لتمييز منتجات مماثلة أو منافسة، لكن إذا استخدم تاجر آخر نفس العلامة لتمييز منتجاته التي هي من

(1) المادة (2+1/7) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952 وتعديلاته.

(2) تنص المادة السادسة من قانون العلامات التجارية الأردني المعدل رقم (33) لسنة 1999 على أنه: 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 أو البضائع التي يتاجر أو التي ينوي الإتجار بها يمكنه أن يطلب تسجيل تلك العلامة وفقاً لأحكام هذا القانون " .

(3) طه، مصطفى كمال (1986) القانون التجاري. ط1. القاهرة. الدار الجامعية. ص253.

(4) طيشات، بسام مصطفى. مرجع سابق. ص56.

(5) زين الدين، صلاح. مرجع سابق. ص96-97.

نوع آخر فإنّ العلامة التجارية هنا تكتسب الصفة المميزة أو الفارقة⁽¹⁾، وهناك قرار لمحكمة العدل الأردنية يقضي بأنّ " القاعدة الأساسية لجواز تسجيل علامة تجارية أو عدمه يجب أن تكون تلك العلامة ذات صفة فارقة وأن لا تكون مشابهة أو مطابقة لعلامة تجارية تخص شخصاً آخر"⁽²⁾. كما أنّ اتخاذ الصفة الفارقة أمر أساسي حتى تؤدي العلامة التجارية وظيفتها الأساسية؛ وهي تمييز المنتجات لجمهور المستهلكين، وتمكينهم من التعرف على السلع التي يفضلونها بما تحمله من علامة مميزة، كما أنّ من وظيفتها حماية صاحبها من منافسيه الذين ينتجون أو يبيعون سلعاً مماثلة⁽³⁾.

الفرع الثاني : شرط الجودة للعلامة التجارية :

تعتبر العلامة التجارية جديدة إذا توافر فيها عنصراً مميزاً على الأقل، وتعتبر العلامة التجارية فاقدة لشرط الجودة إذا ما ثبت أنّ أحد الأشخاص قام باستعمالها أو تسجيلها لتمييز منتجاته أو بضائعه أو خدماته ؛ فإذا ما ثبت ذلك فإنّه يمتنع على غيره استعمال أو تسجيل تلك العلامة وإلا وقع تحت طائلة المسؤولية⁽⁴⁾، وكما أنّ الجودة المطلوبة هي ليست الجودة المطلقة بل الجودة النسبية في خلق وابتكار العلامة التجارية من أجل تطبيقها على السلع، وعدم استعمالها من جانب تاجر منافس لتمييز سلع أو خدمات شبيهة أو مماثلة⁽⁵⁾، ويترتب على ذلك أنّ العلامة التجارية تعتبر جديدة حتى ولو سبق استعمالها على نوع آخر من السلع؛ فالعبرة باستعمال العلامة التجارية على ذات السلع المراد وضعها عليها أي السلع المماثلة.

(1) عباس، محمد حسني. مرجع سابق. ص. 202.

(2) محكمة العدل العليا الأردنية قرار رقم 52/55، لسنة 1952. مجلة نقابة المحامين الأردنيين. ص. 6.

(3) القليوبي، سميحة. مرجع سابق. ص. 231.

(4) زين الدين، صلاح. العلامات التجارية وطنياً ودولياً. مرجع سابق. ص. 98.

(5) طبيشات، بسام مصطفى. مرجع سابق. ص. 99.

وقضت محكمة العدل الأردنية في إحدى قراراتها بأن: "تكون العلامة التجارية جديدة أي لم يسبق استعمال نفس العلامة من جانب تاجر أو منتج آخر على نفس السلعة داخل إقليم الدولة فإذا استخدمت علامة لتمييز منتجات معينة فلا يجوز استخدامها لتمييز منتجات مماثلة أو مشابهة لها وإن جاز استعمالها لتمييز سلعة مختلفة عنها"⁽¹⁾.

وشرط الجدة النسبي مقيّد في أربعة نواحي من حيث المنتجات والزمان والمكان والعلامات.

أولاً: من حيث نوع (صنف) المنتجات:

تعتبر العلامة التجارية جديدة حتى ولو سبق استعمالها على نوع آخر من السلع؛ وبناءً على ذلك فإنّ العلامة التجارية لا تفقد جديتها إلا إذا سبق استعمالها على السلع المماثلة أو المتشابهة من منتج أو تاجر منافس⁽²⁾.

وهذا ما أكدّه قرار محكمة العدل العليا الأردنية بقولها: "إن حماية العلامة التجارية لا تتعدى المنتجات التي نصت عليها شهادة تسجيلها، وعليه فلا يمنع من استخدام نفس العلامة لتمييز سلعة أخرى تختلف عنها إلا إذا لا ينشأ من ذلك لبس أو خلط بين السلع الحاملة ذات العلامة ما لم تكن متقاربة"⁽³⁾.

ثانياً: من حيث الزمان:

تنص المادة (1/20) من قانون العلامات التجارية الأردني على أنّ "مدة ملكية الحقوق التجارية عشر سنوات من تاريخ تسجيلها، ويجوز تجديد تسجيلها لمدة مماثلة وفقاً لأحكام هذا القانون".

(1) محكمة العدل العليا الأردنية قرار رقم 96/407، لسنة 1996. مجلة نقابة المحامين الأردنيين. ص 6.

(2) القلوبوي، سميحة. مرجع سابق. ص 234.

(3) محكمة العدل العليا الأردنية قرار رقم 85/146، لسنة 1985. مجلة نقابة المحامين الأردنيين. ص 336.

ويقصد بالجدّة من حيث الزمان الجدّة النسبية وليس الجدّة المطلقة؛ فشرط الجدّة لا يعني اشتراط عدم سبق استعمال أو تسجيل العلامة مطلقاً في الماضي؛ فالعلامة تعتبر جديدة حتى ولو كان قد سبق استعمالها من ذات نوع السلع أو المنتجات إذا ما أوقف استعمالها مدة طويلة أو لم يقم صاحبها بتجديدها.

ثالثاً: من حيث المكان:

العلامة التجارية تتمتع بالحماية القانونية داخل إقليم الدولة بأكمله، ومعنى ذلك أنّ العلامة تعتبر جديدة إذا لم يسبق استعمالها داخل إقليم الدولة بأكمله، فإذا سبق استعمالها في جزء فقط من الإقليم كان هذا كافياً لفقد عنصر الجدّة للعلامة التجارية(1).

وعلى ذلك قضت محكمة العدل العليا الأردنية بأنّ: " العلامة التجارية المسجلة في أي منطقة في المملكة الأردنية الهاشمية تتمتع بالحماية داخل نطاق المملكة وعلى كافة أراضيها"(2).

رابعاً: من حيث العلامات:

يُعنى بها وجوب أن تكون العلامة التجارية المراد تسجيلها غير مطابقة أو مشابهة لعلامة تجارية أخرى سبق استعمالها أو تسجيلها(3).

الفرع الثالث: شرط كتابة العلامة التجارية باللغة العربية:

وبناءً على ما سبق يجب أن تكون العلامة التجارية مكتوبة باللغة العربية، وإذا كانت العلامة التجارية مكتوبة بلغة غير اللغة العربية أي بلغة أجنبية؛ فإنّه يجوز ذلك بشرط كتابة العلامة

(1) القليوبي، سميحة. مرجع سابق. ص 235.

(2) محكمة العدل العليا الأردنية رقم 73/123، لسنة 1973. مجلة نقابة المحامين الأردنيين. ص 373.

(3) الغويبري، عبدالله حميد. مرجع سابق. ص 78. انظر كذلك المادة (10/8) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952 وتعديلاته والتي تنص على: "10-العلامة التي تطابق علامة تخص شخصاً آخر سبق تسجيلها لنفس البضائع التي يراد تسجيل العلامة من أجلها أو لصنف منها أو العلامة التي تشابه تلك العلامة إلى درجة قد تؤدي إلى غش الغير".

التجارية باللغة العربية إلى جانب كتابتها باللغة الأجنبية على أن تكون اللغة العربية أكثر وضوحاً، وعلى ما يبدو سابقاً أن كتابة اللغة العربية ليس شرطاً إلزامياً بل شرطاً جوازياً.

الفرع الرابع: شرط الإدراك عن طريق البصر:

ويقصد بذلك أن العناصر التي يجوز أن تدخل في تركيب العلامة التجارية يلزم إظهارها بصورة مادية ملموسة تدرك بواسطة البصر، أي يمكن رؤيتها بالعين المجردة، وعليه لا يجبر القانون الأردني تسجيل العلامات التي تتكون من رموز أو دلالات غير مادية؛ كذلك العلامات التي تعتمد على حاسة الشم أو تعتمد على حاسة السمع؛ كالنغمات الموسيقية أو الصوتية أو زئير الأسد أو خريز الماء، ولعل السبب في ذلك يعود إلى أسباب شكلية لا موضوعية؛ كأن تكون صعوبة حفظ هذا النوع من نماذج العلامات ذات تكاليف باهظة لما يتطلب من أجهزة ومعدات وخبراء قد لا تكون متوفرة لدى مسجل العلامات التجارية⁽¹⁾.

الفرع الخامس : مشروعية العلامة التجارية

يقصد بمشروعية العلامة التجارية أن لا تكون مخالفة لنص أمر أو لقاعدة قانونية ، أو أن لا تكون ممنوعة قانوناً بقانون العلامات التجارية أو أي قانون أو تشريع يرتبط بها، وأن لا تكون العلامة التجارية مخالفة للنظام العام أو الآداب العامة⁽²⁾، وتعني المشروعية عدم اتخاذ العلامة التجارية شكلاً من الأشكال التي حظرها المشرع الأردني⁽³⁾، والتي يختلف تحديدها من مجتمع

(1) زين الدين، صلاح. مرجع سابق.ص106-108. طيبشات، بسام مصطفى. مرجع سابق.ص69-71. القليوبي سميحة.مرجع سابق.ص475.

(2) محكمة العدل العليا الأردنية قرار رقم93/95، لسنة 1995. " لا يجوز تسجيل العلامات المخلة بالنظام او الآداب العامة أو التي تؤدي إلى غش الجمهور عملاً بالمادة(6/8) من قانون العلامات التجارية.وعليه وبما أن العلامة المطلوب تسجيلها هي علامة تعود لشركة بريطانية مقاطعة فيكون بالتالي تسجيلها بسجل العلامات التجارية لدى مسجل العلامات التجارية بوزارة الصناعة والتجارة بالمملكة مخالفاً للقانون ويكون رفض المسجل للعلامة لهذا السبب متفقاً وأحكام القانون"، مجلة نقابة المحامين الاردنيين، ص69.

(3) بريزي، محمود مختار أحمد.المرجع السابق.ص239.

لآخر ومن زمان لآخر لكونها فكرة مرنة، وكما هو سائد ما يكن مخالف للنظام العام أو الآداب العامة في مجتمع ما و زمان ما قد لا يكون مخالف في مجتمع و زمن آخر، وكما أنّ هنالك علامات لا يجوز اتخاذها كعلامات تجارية؛ لما تتصف به من حرمة تستحق الصيانة من الابتذال في التعامل التجاري والصناعي، أو من اتخاذها وسيلة للإيحاء بنفوذ أو رعاية سياسية؛ وقد حرصت التشريعات الوطنية في المملكة الأردنية الهاشمية على منع تسجيل بعض أشكال العلامات التجارية لما تتمتع به من مخالفة للنظام العام و الآداب العامة، ومنعاً للتضليل وإيهام الناس بما هو ليس بحق؛ وذلك في الفقرة السادسة من نص المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952 وتعديلاته الذي منع تسجيل العلامة التجارية لما هو محظور اتخاذها قانوناً⁽¹⁾.

- (1) انظر المادة(8) من قانون العلامات التجارية الأردني:
- "1-العلامات التي تشابه شعار جلالة الملك أو الشارات الملكية أو لفظة ملوكي أو أية الفاظ أو حروف أو رسوم أخرى قد تؤدي الى الاعتقاد أن الطالب يتمتع برعاية ملكية.
- 2- شعار أوسمة حكومة المملكة الاردنية الهاشمية أو الدول أو البلاد الأجنبية إلا بتفويض من المراجع الإيجابية.
- 3- العلامات التي تدل على صفة رسمية إلا إذا فرضت وضعها المراجع الإيجابية التي تخصها تلك العلامة أو التي هي تحت مراقبتها .
- 4- العلامات التي تشابه الراية الوطنية أو أعلام المملكة الاردنية الهاشمية العسكرية أو البحرية أو الأوسمة الفخرية أو شاراتها أو الأعلام الوطنية العسكرية أو البحرية.==
- 5- العلامات التي تشمل الألفاظ أو العبارات التالية:
- "امتياز" -"ذو امتياز" -" ذو امتياز ملكي"- "مسجل"- "رسم مسجل"- "حقوق الطبع"- "التقليد يعتبر تزويراً " أو ما شابه ذلك من الالفاظ والعبارات.
- 6- العلامات المخلة بالنظام العام او الآداب العامة أو التي تؤدي إلى غش الجمهور أو العلامات التي تشجع المنافسة التجارية غير المحقة أو التي تدل على غير مصدرها الحقيقي.
- 7- العلامات المؤلفة من أرقام أو حروف أو ألفاظ تستعمل عادة في التجارة لتمييز أنواع البضائع وأصنافها أو العلامات التي تصف نوع البضائع أو جنسها أو الكلمات التي تدل عادة على معنى جغرافي أو ألقاب إلا إذا أبرزت في شكل خاص ويشترط في ذلك أن لا يعتبر ما ورد في هذه الفقرة أنه يمنع تسجيل العلامات التي تكون من النوع الموصوف فيها إذا كانت له صفة فارقة بحسب المعنى المحدد لها في الفقرتين 2و3 من المادة (7).

المطلب الثاني الشروط الشكلية للعلامة التجارية

استعرضنا في المطلب الأول الشروط الموضوعية للعلامة التجارية لكي يتوفر الوجود الواقعي لها وإلى جانب ذلك لا بد من توافر الوجود القانوني للعلامة التجارية والذي يتمثل بالشروط الشكلية لها والتي من شأنها أن تكسب العلامة التجارية الحق في الحماية القانونية .

وللوقوف على أبعاد هذا الموضوع سيقسم هذا المطلب إلى فرعين وهما:

الفرع الأول: الأشخاص الذين يحق لهم قانوناً طلب تسجيل علامة تجارية.

الفرع الثاني: إجراءات تسجيل العلامة التجارية.

=8- العلامات التي تطبق أي شعار ذي صفة دينية بحتة أو تشابهه.

9- العلامات التي تحتوي على صورة شخص أو اسمه أو اسم محله التجاري أو اسم شركة أو هيئة إلا برضى وموافقة ذلك الشخص أو تلك الهيئة أما الأشخاص المتوفون حديثاً فيجوز للمسجل ان يطلب موافقة ممثليهم الشرعيين.

10- العلامة التي تطابق علامة تخص شخصاً آخر سبق تسجيلها لنفس البضائع التي يراد تسجيل العلامة من أجلها أو لصنف منها أو العلامة التي تشابه تلك العلامة الى درجة قد تؤدي الى غش الغير.

11- العلامات التي تطابق أو تشابه شارة الهلال الأحمر أو الصليب الأحمر على أرض بيضاء أو شارات الصليب الأحمر أو صليب جنيف.

12- العلامة التجارية التي تطابق أو تشابه أو تشكل ترجمة لعلامة تجارية مشهورة وذلك لاستعمالها لتمييز بضائع مشابهة أو مماثلة للبضائع التي اشتهرت بها ويكون من شأنها إيجاد لبس مع العلامة المشهورة أو لاستعمالها لغير هذه البضائع بشكل يحتمل أن يلحق ضرراً بمصلحة مالك العلامة التجارية المشهورة ويوحى بصله بينه وبين هذه البضائع وكذلك العلامات التي تشابه أو تطابق الشارات الشرفية والإعلام و الشعارات الأخرى والأسماء أو الأسماء المختصرة الخاصة بالمنظمات الدولية أو الإقليمية أو التي تسيء إلى قيمنا التاريخية والعربية والاسلامية ."

الفرع الأول: الأشخاص الذين يحق لهم قانوناً طلب تسجيل علامة تجارية.

تنص المادة (6) من قانون العلامات التجارية الأردني على أن:

" كل من يرغب في أن يستقل في استعمال علامة تجارية لتميز البضائع التي هي من إنتاجه أو صنعه أو انتخابه أو مما أصدر شهادة بها أو البضائع التي يتاجر أو التي ينوي الإتجار بها يمكنه أن يطلب تسجيل تلك العلامة وفقاً لأحكام هذا القانون " .

وكما تنص المادة (1/11) من ذات القانون على أنه " كل من يدّعي أنه صاحب علامة تجارية استعملت أو في النية استعمالها ويرغب في تسجيل تلك العلامة عليه أن يقدم طلباً خطياً إلى المسجل وفقاً للأصول المقررة".

وبناءً على ما سبق فإنّ المشرع الأردني لم يحدد الأشخاص الذين يحق لهم تقديم طلب لتسجيل علامة تجارية؛ وبالتالي فإنّ هذا الحق يثبت لكل من يدعي أنه صاحب علامة تجارية استعملت أو كان في النية استعمالها سواء شخص طبيعي أو معنوي تاجراً أو غير تاجراً، أردنياً كان أو غير أردنياً، أو ممن ينطبق عليهم مبدأ المعاملة الوطنية، وكذلك الحال بالنسبة للهيئات التجارية أو غير التجارية الخاصة أو العامة⁽¹⁾.

الفرع الثاني: إجراءات تسجيل العلامة التجارية:

تمر عملية تسجيل العلامة التجارية بالمراحل التالية:

أولاً: طلب تسجيل العلامة التجارية:

ينبغي أن يقدم طلب تسجيل العلامة التجارية إلى مسجل العلامات التجارية الذي يُعيّن من قبل وزير الصناعة والتجارة من قبل من يدعي أنه صاحب علامة تجارية استعملت أو كان في النية

⁽¹⁾ زين الدين، صلاح. الملكية الصناعية والتجارية مرجع سابق. ص146. الغويري، عبدالله. مرجع سابق. ص96-97.

استعمالها، وذلك بتقديم طلب خطي على شكل نموذج خاص ومعين، ويكون موقع من مقدم الطلب أو وكيله⁽¹⁾، وكما يتضمن الطلب صورة تلك العلامة المراد تسجيلها، ويجب أن تكون هذه الصورة من النوع المتين⁽²⁾، إضافة إلى البيانات الشخصية المقدّمة من حيث الإسم والعنوان والجنسية، وعندما يقدّم طالب العلامة التجارية تسجيل علامته؛ فعلى المسجل أن يطلب منه إثبات ملكيته للعلامة التجارية وقد أكد ذلك قرار لمحكمة العدل العليا الأردنية الذي يتضمن ما يلي: "على مسجل العلامات التجارية أن يكلف طالب التسجيل أن يقدّم بياناته لإثبات ملكيته للعلامة المطلوب تسجيلها"⁽³⁾.

كما أنّه يجب أن يكون موضوع طلب التسجيل متوفره فيه الشروط الموضوعية للعلامة التجارية، أي تكون العلامة ذات صفة فارقة (مميّزة)، وأن تكون جديدة، ومشروعة، ومكتوبة باللغة العربية، كما يجب توافر شرط الإدراك للعلامة عن طريق البصر.

ثانياً: سلطة الإدارة في قبول تسجيل العلامة التجارية أو رفض تسجيلها:

بعد تقديم طلب تسجيل العلامة التجارية وإيداعه لدى مسجل العلامات التجارية ومن خلال الصلاحيات المخولة له أن يأمر بالتحري بين العلامات التجارية المسجلة وطلبات التسجيل غير المفصول فيها؛ للثبوت ممّا إذا كان في القيود علامات مسجلة تتعلق بالبضائع نفسها أو بصنف

(1) وهذا ما نصت عليه المادة (11) من نظام العلامات التجارية رقم (1) لسنة 1952 وتعديلاته: "طلب التسجيل: نموذج التسجيل: ينبغي أن يقدم طلب تسجيل علامة تجارية على النموذج المختص المدرج في الجدول الثاني الملحق بهذا النظام وأن يوقع من قبل مقدم الطلب أو وكيله". وكذلك المادة (3/12) من نظام العلامات التجارية رقم (1) لسنة 1952 وتعديلاته والتي تنص على أنه: "3- يجوز للوكيل أن يوقع الطلب".

(2) المادة (1/15) والمادة (17) من نظام العلامات التجارية رقم (1) لسنة 1952 وتعديلاته: "1- يجب أن يتطلب كل طلب لتسجيل علامة تجارية صورة العلامة ملصقة عليه في المربع المعد لهذه الغاية في النموذج المقرر".

والمادة (17) من نظام العلامات التجارية رقم (1) لسنة 1952 وتعديلاته والتي تنص على أنه: "يجب أن تكون جميع صور العلامات التجارية من النوع المتين".

(3) محكمة العدل العليا قرار رقم (6/54)، عدد (8) منسولا (د.ت) مجلة نقابة المحامين الأردنيين، ص417.

البضائع ذاته مطابقة للعلامة المطلوب تسجيلها أو قريبة الشبه بها بدرجة من شأنها أن تؤدي الى الغش⁽¹⁾.

وبعد إجراء التحري من قبل مسجل العلامات إذا ظهر للمسجل لدى النظر في الطلب أنه لا يوجد اعتراض على تسجيل العلامة التجارية؛ فيجوز له أن يقبل الطلب دون قيد أو شرط كما قدمت له من طالبها، أو أن يقبله بموجب شروط وتعديلات أو تحويرات أو غير ذلك في طريقة استعمال العلامة أو مكان استعمالها ويبلغها كتابة الى الطالب⁽²⁾ وإذا اعترض الطالب عليها فعليه أن يطلب النظر في قضيته خلال شهر واحد من تاريخ تبليغه قبول الطلب وإن لم يفعل ذلك فيعتبر بأنه سحب طلبه، أما إذا لم يعترض الطالب على تلك الشروط أو التعديلات أو

(1) تنص المادة (22) من نظام العلامات التجارية الأردني رقم (1) لسنة 1952 وتعديلاته على أنه: " ...يترتب على المسجل عند استلامه طلباً لتسجيل علامة تجارية أن يامر بالتحري بين العلامات التجارية المسجلة وطلبات التسجيل غير المفصول فيها للثبوت مما إذا كان في القيود علامات مسجلة تتعلق بالبضائع نفسها أو بصنف البضائع ذاته مطابقة للعلامة المطلوب تسجيلها أو قريبة الشبه بها بدرجة من شأنها أن تؤدي الى الغش ". "

(2) تنص المادة (23) من نظام العلامات التجارية الأردني رقم (1) لسنة 1952 وتعديلاته على أنه: " بعد إجراء التحري المشار اليه آنفا إذا ظهر للمسجل لدى النظر في الطلب وفي البيانات التي قد يدلي بها الطالب او البيانات التي قد يطلب اليه ان يدلي بها انه لا يوجد اعتراض على تسجيل العلامة التجارية فيجوز له ان يقبل الطلب دون قيد او ان يقبله بموجب شروط وتعديلات او تحويرات او قيود يرى من الصواب فرضها ويبلغها كتابة الى الطالب ". وكذلك المادة (2/11) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952 المعدل بالقانون رقم (34) لسنة 1999 تنص على: " يجوز للمسجل مع مراعاة احكام هذا القانون ان يرفض اي طلب كهذا وان يقبله بتمامه من دون قيد او شرط او ان يعلن قبوله اياه بموجب شروط او تعديلات او تحويرات في طريقة استعمال العلامة او مكان استعمالها او غير ذلك من الأمور ". "

التحويلات أو القيود فعليه أن يعلم في الحال المسجل ذلك كتابة⁽¹⁾ ، كما يحق لمسجل العلامات التجارية رفض طلب تسجيل العلامة التجارية⁽²⁾.

وكذلك تنص المادة(25) من نظام العلامات التجارية رقم (1) لسنة 1952 وتعديلاته على أنه:
"الاصول التي ينبغي على الطالب ان يعمل بموجبها اذا قبل طلبه مقيداً بشروط:

1. إذا قبل المسجل الطلب بشروط أو تعديلات أو تحويلات أو قيود واعترض الطالب عليها فعليه أن يطلب النظر في قضيته خلال شهر واحد من تاريخ تبليغه قبول الطلب وإن لم يفعل ذلك فيعتبر بأنه سحب طلبه.

2. أما إذا لم يعترض الطالب على تلك الشروط أو التعديلات أو التحويلات أو القيود فعليه أن يعلم في الحال المسجل ذلك كتابة " .

ثالثاً:الإعتراض على قبول تسجيل علامة تجارية :

على المسجل عندما يقبل الطلب لتسجيل أية علامة تجارية سواء أكان القبول بصورة مطلقة أم معلقاً على بعض الشروط والقيود أن يعلن الصورة التي قبله بها؛ وذلك في أقرب وقت ممكن حسب الأصول المقررة، وينبغي أن يتضمن هذا الاعلان جميع الشروط والقيود التي قبل الطلب بموجبها⁽³⁾.

⁽¹⁾ تنص المادة (24) من نظام العلامات التجارية رقم(1) لسنة 1952 وتعديلاته على أنه: " أما اذا ظهرت بعض الاعتراضات لدى النظر في الطلب وفي البيانات التي قد يدلي بها الطالب أو البيانات التي قد يطلب إليه الادلاء بها يرسل بيان كتابي بها إلى الطالب الذي يعتبر أنه استرد طلبه إذا لم يطلب النظر في تلك الاعتراضات خلال شهر واحد " .

⁽²⁾ تنص المادة (3/11) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم(33) لسنة 1952 وتعديلاته على أنه: "إذا رفض المسجل تسجيل علامة تجارية فيجوز أن يستأنف قراره الى محكمة العدل العليا" .

⁽³⁾ المادة (13) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم(33) لسنة 1952 وتعديلاته والتي تنص على أنه:
"على المسجل عندما يقبل الطلب لتسجيل أية علامة تجارية سواء أكان القبول بصورة مطلقة أم معلقاً على =

وكما يجوز لأي شخص أن يعترض لدى المسجل على تسجيل أية علامة تجارية خلال ثلاثة أشهر من تاريخ نشر إعلان تقديم الطلب لتسجيلها أو خلال أية مدة أخرى تعيّن لهذا الغرض، ولم يشترط القانون الأردني وجود مصلحة لمقدم الاعتراض إذا كانت الغاية من الاعتراض منع الغش⁽¹⁾، أمّا إذا تمّ نشر إعلان الطلبات قبل نفاذ هذا القانون؛ فتعين المدة التي يجوز تقديم الاعتراض خلالها والصورة التي يجوز تقديمه بموجبها طبقاً لما نص عليه قانون العلامات التجارية المعمول به في تاريخ نشر الاعلان.

و ينبغي أن يقدم الإعتراض كتابةً مُبيّناً فيه أسباب الاعتراض، ويرسل المسجل نسخة من الإعتراض إلى مقدم طالب التسجيل للعلامة الذي عليه أن يرسل الى المسجل لائحة الجوابية رداً على الإعتراض والتي تتضمن الأسباب التي يستند إليها في طلبه الذي قدمه لتسجيل العلامة؛ وإن لم يقم ذلك يعتبر أنه قد تخلى عن طلبه⁽²⁾، و بعد إرسال طالب التسجيل لائحة الجوابية فيتزتب على المسجل أن يبلغ نسخة منها لكل شخص من المعارضين على التسجيل؛ وعليه بعد سماع الفرقاء وبعد النظر في البيانات التي قدّمها كل منهم أن يقرر ما إذا كان من المقتضى السماح بالتسجيل والشروط التي تجب مراعاتها فيه، والقرار الذي يصدره المسجل يكون قابلاً للطعن أمام محكمة العدل العليا خلال (20) يوماً من تاريخ صدور قرار المسجل وعند النظر في الاستئناف تسمع محكمة العدل العليا الفرقاء، ولا يجوز لأي فريق من الفرقاء إضافة أسباب جديدة للطعن أخرى إلا بعد الحصول على إذن خاص من محكمة العدل العليا أو تبعاً

=بعض الشروط والقيود أن يعلن الصورة التي قبله بها وذلك في أقرب وقت ممكن حسب الأصول المقررة وينبغي أن يتضمن هذا الاعلان جميع الشروط والقيود التي قبل الطلب بموجبها.

(1) حكم محكمة العدل العليا قرار رقم 97/452. لسنة 1997. العدد (10-11). مجلة نقابة المحامين الأردنيين. ص3993.

(2) محكمة العدل العليا قرار رقم 99/419. لسنة 1999. العدد (7-8). مجلة نقابة المحامين الأردنيين. ص1854.

للأصول المقررة⁽¹⁾، وإذا قُدِّمت أية أسباب إضافية للإستئناف فيحق للطالب أن يسحب طلبه دون أن يكون مكلفاً دفع مصاريف الخصم، وهذا إنما يكون بعد إبلاغه ذلك بإعلان حسب الأصول المقررة لدى النظر في الإستئناف المرفوع فإنّه يجوز لمحكمة العدل العليا أن تسمح بعد سماع بيانات المسجل بتعديل العلامة التجارية المطلوب تسجيلها على وجه لا يؤثر في ذاتية تلك العلامة، غير أنّه ينبغي في مثل هذه الحالة قبل تسجيل العلامة المعدلة أن يعلن شكلها المعدل حسب الأصول المقررة وهذا وفقاً ما نصت عليه المادة(14) من قانون العلامات التجارية رقم(34) لسنة 1999.

رابعاً : تسجيل العلامة التجارية:

بعد استكمال الإجراءات القانونية وفق الأصول المقررة لها يقوم مسجل العلامات التجارية بتسجيل تلك العلامة التجارية بإسم طالب التسجيل وكما يعتبر تاريخ تقديم الطلب هو تاريخ تسجيل العلامة التجارية، كما أن مدة ملكية حقوق العلامة التجارية هي عشر سنوات من تاريخ تسجيلها ويجوز تجديد تسجيلها لمدد مماثلة وفقاً لأحكام هذا القانون⁽²⁾، وفي حال مُضي سنة واحدة على انتهاء مدة تسجيل العلامة التجارية وعدم تجديدها تعتبر مشطوبة، ويحق لكل شخص ذي مصلحة خلال مدة ثلاث سنوات سبقت طلب الإلغاء بأن يتقدم بطلب لمسجل العلامات التجارية يطالب فيه بإلغاء تسجيل علامة تجارية بإسم غيره بسبب عدم استعمالها، ولكن على المسجل في هذه الحالة أن يتيح لصاحب العلامة أن يبرر عدم استعماله لعلامته التجارية بسبب ظروف خاصة حالت دون استعمالها؛ وبالتالي يحق لكل من صاحب العلامة و

(1) حكم محكمة العدل العليا قرار رقم 85/94. لسنة 1986. العدد(1-2).مجلة نقابة المحامين الأردنيين.ص491.
(2) المادة (20) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم(33) لسنة 1952 المعدل بالقانون رقم(34) لسنة 1999. نصت على أنّه: " مدة ملكية حقوق العلامة التجارية عشر سنوات من تاريخ تسجيلها ويجوز تجديد تسجيلها لمدد مماثله وفقاً لأحكام هذا القانون " .

مقدّم طلب الإلغاء إيداء دفعوهم قبل صدور قرار مسجل العلامة التجارية ويكون القرار الصادر قابل للطعن أمام محكمة العدل العليا وهذا ما ورد في المادة (22) من قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1999⁽¹⁾.

المبحث الرابع

أثر طبيعة حق المالك على العلامة التجارية في حمايتها

يختلف الأساس القانوني لحق ملكية العلامة التجارية بكون أنّ هذا الحق يُكتسب بأسبقية الاستعمال أو بأسبقية التسجيل وكذلك هل هو حق نسبي أم مطلق، دائم أو مؤقت . وهذا ما سنوضحه في مطلبين هما:

المطلب الأول: مدى أثر ملكية العلامة التجارية في الحماية القانونية التي تتمتع بها .
المطلب الثاني: مميزات الحق في العلامة التجارية .

المطلب الأول

مدى أثر ملكية العلامة التجارية في الحماية القانونية التي تتمتع بها

يختلف سبب اكتساب حق ملكية العلامة التجارية بين التشريعات والقوانين المختلفة، كما أنّ اتفاقية تريس لم تفرض نظاماً معيناً لاكتساب مثل هذا الحق، بل ساوت بين الأنظمة السائدة في القوانين الوطنية، حيث تأخذ بعض الدول بنظام ملكية العلامة التجارية بأسبقية الاستعمال

(1) المادة (22) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم(33) لسنة 1952 وتعديلاته تنص على : " مع مراعاة أحكام المادة 25 من هذا القانون يجوز لأي شخص ذي مصلحة أن يطلب من المسجل إلغاء تسجيل أي علامة تجارية مسجلة لغيره إذا لم يستعملها فعلياً وبصورة مستمرة خلال السنوات الثلاث التي سبقت الطلب إلا إذا أثبت مالك العلامة التجارية أن عدم استعمالها يعود إلى ظروف تجارية خاصة أو إلى أسباب مسوغة حالت دون استعمالها.

كالولايات المتحدة الأمريكية، وتأخذ دول أخرى بنظام ملكية العلامة التجارية بأسبقية التسجيل كالمغرب⁽¹⁾، وهناك بعض الدول تأخذ بنظام مختلط من النظامين السابقين وهو نظام ثبوت ملكية العلامة بأسبقية الإستعمال وقرينة التسجيل كالقانون الأردني، حيث أنَّ المشرع الأردني قد جعل لتسجيل العلامة أثراً مقررأ؛ إذ اعتبر شهادة التسجيل ليس إلا مقدمة بينة على قانونية العلامة التجارية، بمعنى أنَّ تسجيل العلامة والشهادة الصادرة بذلك تعتبر قرينة على ثبوت ملكية العلامة⁽²⁾، إلا إنَّها قرينة قانونية غير قاطعة يجوز إثبات عكسها بكافة طرق الإثبات من قبل الأسبق في استعمالها، بمعنى أنَّ المشرع الأردني قد جعل ملكية العلامة التجارية تنشأ بأولوية الاستعمال واقتصر أثر التسجيل على تقرير الحق؛ فالاستعمال هو السبب المنشئ للملكية والتسجيل هي أداة لإثبات حصول الاستعمال وتاريخه.⁽³⁾

وقد أكدَّ القضاء الأردني على مبدأ أسبقية الاستعمال وذلك في قرار لمحكمة العدل الأردنية والذي جاء فيه: " استقر الفقه والقضاء على أنَّ تسجيل العلامة التجارية قرينة على ملكية العلامة وإن كانت قرينة على ملكية العلامة إلا أنه يجوز هدم هذه القرينة بدليل عكسي، ولمستعمل العلامة التجارية السابقة التي أصبحت مميزة لبضائعه أو لمن يعمل تحت اسم تجاري بعلامة مميزة، الحق في تدشين العلامة التجارية بإسم شخص آخر " ⁽⁴⁾ ويكون الحق في طلب ترقيين علامة تجارية إذا توافرت الشروط التالية:

(1) عباس، محمد حسني، مرجع سابق، ص223.

(2) طيبشات، بسام مصطفى، مرجع سابق، ص99-102 .

(3) طه، مصطفى. مرجع سابق. ص.747، الأسمر، صلاح(1986)العلامة التجارية في القانون الأردني والمصري عمَّان. مطبعة التوفيق. ص.62-63، والمواد (29-32) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم(33) لسنة 1952 المعدل بالقانون رقم(34) لسنة 1999.

(4) محكمة العدل العليا قرار رقم95/306 لسنة1996مجلة نقابة المحامين الأردنيين.ص.614. قرار رقم 87/196 لسنة1986. العدد(6-9).مجلة نقابة المحامين الأردنيين.ص.899.

- أ- إذا ثبت أنّ هناك تشابهاً بين العلامتين من شأنه أن يؤدي إلى غش الجمهور.
- ب- إذا كان استعمال العلامة الأولى سابقاً لتاريخ استعمال وتسجيل العلامة المطلوب ترقيتها.
- ج- إذا لم يمر على تسجيل العلامة المطلوب ترقيتها خمس سنوات.
- وفي حكم آخر لها جاء فيه "وإن كان تسجيل العلامة التجارية بإسم شخص يعتبر قرينة على ملكية العلامة إلا أنّ هذه القرينة يجوز هدمها بدليل عكسي بحيث إذا ارتطم حق الشخص الذي سجلت العلامة بإسمه بحق مستعمل سابق لهذه الصدمة، فيكون للشخص الذي استعملها أولوية على الشخص الذي سجلت بإسمه ومن حقه ان يطلب قرينة التسجيل (الشطب) عند وجود تشابه من شأنه ان يؤدي إلى غش الجمهور". (1)

(1) محكمة العدل العليا قرار رقم 72/65 لسنة 1973. العدد (11-12) مجلة نقابة المحامين الأردنيين. ص 1497.

المطلب الثاني

مميزات الحق في العلامة التجارية

يترتب على اكتساب ملكية العلامة سواء أكانت هذه العلامة مسجلة أو غير مسجلة، أن يحتكر صاحب العلامة استعمالها في تمييز المنتجات المقرر وضعها عليها⁽¹⁾ على أن نطاق ملكية العلامة يتسم بخصائص أساسية؛ فهو حق نسبي وحق مؤقت.

وهذا ما يوضح في فرعين وهما:

الفرع الأول: الحق في ملكية العلامة حق نسبي وليس مطلق.

الفرع الثاني: الحق في ملكية العلامة حق مؤقت وليس دائم.

الفرع الأول: الحق في ملكية العلامة حق نسبي وليس مطلق :

لا يجوز لمالك العلامة التجارية الاحتجاج بحقه في مواجهة الكافة، وإنما له الاحتجاج به فقط في مواجهة المنافسين الذين يزولون نفس النوع من التجارة أو الصناعة أو الخدمات التي يزاولها مالك العلامة، ويرتب على ذلك أن مالك العلامة لا يستطيع أن يمنع الغير من استعمال ذات العلامة على منتجات أو بضائع أو خدمات مختلفة دون أن يؤثر ذلك على الصفة الإستثنائية للحق في العلامة⁽²⁾.

وقد أقر القضاء الأردني مبدأ نسبية الحق في العلامة التجارية، فقد قضت محكمة العدل العليا الأردنية على أن "حماية العلامة التجارية لا تتعدى المنتجات التي نصت عليها شهادة تسجيل تلك العلامة، فلا يمنع الغير من استخدام نفس العلامة لتمييز سلعة أخرى تختلف عن تلك السلع

(1) القليوبي، سميحة. مرجع سابق. ص. 252. عباس، محمد حسني. مرجع سابق. ص. 228.

(2) طبيشات، بسام مصطفى. مرجع سابق. ص. 116-117. زين الدين، صلاح. مرجع سابق. ص. 194-195.

التي نصت عليها شهادة التسجيل، ولا يجوز لمالك العلامة الاحتجاج بها إلا في مواجهة منافسين يمارسون تجارة أو صناعة من ذات النوع، ذلك أنّ الغرض من العلامة هو تمييز المنتجات، ومنع الخلط بينها وبين منتجات مماثلة لها⁽¹⁾.

الفرع الثاني: الحق في ملكية العلامة حق مؤقت وليس دائم:

تنص المادة 18 من اتفاقية تريس على أنه "يكون التسجيل الأول للعلامة التجارية، وكل تجديد لذلك التسجيل لا تقل عن سبع سنوات، ويكون تسجيل العلامة التجارية قابلاً للتجديد لمرات غير محدودة"، وهذه المدة هي الحد الأدنى، وبالتالي يجوز للتشريعات الوطنية أن تحدد مدة أطول مما هو مقرر في الاتفاقية.

كما حدّد المشرع الأردني في نص المادة (1/20) من قانون العلامات التجارية رقم 34 لسنة 1999 مدة ملكية العلامة التجارية وهي عشرة سنوات تبدأ من تاريخ تسجيلها وتمدد لمدة أو لمدد مماثلة قد تصل إلى مالا نهاية بناءً على طلب صاحب الشأن، وإذا ما توقف صاحب العلامة توفيقاً غير مبرر وذلك بعدم تجديد تسجيل علامته أو دفع رسوم عنها أو انقطاعه عن استعمالها لسبب غير مسوغ فإنّ ذلك يؤدي إلى زوال حقه فيها وتصبح مباحة للتسجيل والاستعمال من قبل الغير، وبالتالي يعتبر الحق في العلامة حق مؤقت وليس حق دائم على الرغم من قابليته للتجديد من وقت لآخر⁽²⁾.

(1) محكمة العدل العليا قرار رقم 87/39 لسنة 1987. العدد (4-6) مجلة نقابة المحامين الأردنيين. ص 694، 698.

(2) المادة (20) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952 وتعديلاته نصت على أنه: "مدة ملكية حقوق العلامة التجارية عشر سنوات من تاريخ تسجيلها ويجوز تجديد تسجيلها لمدد مماثلة وفقاً لأحكام هذا القانون". د.صلاح زين الدين. الملكية الصناعية والتجارية. مرجع سابق-ص 340.

الفصل الثالث

الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً لقانون المنافسة

غير المشروعة والأسرار التجارية والقواعد العامة في المسؤولية

تمهيد :

من المسلم به أنّ الحقوق جميعاً تحتاج إلى حماية وهذه الحماية هي التي تعطي للحق معناه وتضمن ممارسته بشكل هادئ وطبيعي، والعلامة التجارية وهي كأحد حقوق الملكية الصناعية تحتاج إلى مثل هذه الحماية التي تكفلها التشريعات قاطبة، ولما كان الحق في العلامة التجارية من قبيل هذه الحقوق فهو يندرج تحت مظلة هذه الحماية⁽¹⁾.

تتمتع العلامة التجارية المسجلة بالحماية القانونية ألا وهي الحماية المدنية والجزائية، أما بالنسبة للعلامة التجارية غير المسجلة فهل تتمتع بالحماية المدنية أو الجزائية في حال الاعتداء عليها من قبل الغير؟

وهذا ما سأقوم بتوضيحه في هذا الفصل والفصل الذي يليه من حيث توفير الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة، وفقاً لقانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم (15) لسنة 2000، والقواعد العامة في المسؤولية وذلك حسب القانون المدني، وقانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة و 1952 وتعديلاته، وتوفير الحماية للعلامة التجارية المشهورة.

(1) طيبشات، بسام مصطفى، مرجع سابق 147 .

ولذلك تقتضي دراستي للحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة في هذا الفصل تقسيمها إلى مبحثين :

المبحث الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً لقانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية.

المبحث الثاني: الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً للقواعد العامة في المسؤولية.

المبحث الأول

الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً لقانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية

تقوم التجارة على مبدأ الاقتصاد الحر الذي تأخذ به معظم دول العالم والذي يعتمد على المنافسة لاجتذاب أكبر عدد من العملاء وتحقيق الأرباح فمن هنا تعتبر المنافسة محك الحريات الاقتصادية للأفراد والجماعات لأنها كما تكون بين التجار والمنتجين في ميدان التجارة والصناعة وميادين الاستغلال الأخرى؛ فقد تكون أيضاً بين الشعوب والأمم هذا من ناحية ومن ناحية أخرى تعتبر طبيعية لما تخلقه من أساليب تؤدي إلى التقدم الاقتصادي ووفرة الإنتاج وتنوعه⁽¹⁾، والمنافسة بحد ذاتها تخلق التوازن بين الإنتاج والاستهلاك وتدفع إلى زيادة الإنتاج، وتحفز على التقدم في مجال الصناعة والتكنولوجيا، أما إذا أصبحت المنافسة تقوم على أساليب الغش

(1) صرخوة، يعقوب يوسف (1993) النظام القانوني للعلامات التجارية. دار السلاسل للطباعة والنشر. الكويت ص

والاحتيايل فإئها تنقلب إلى منافسة غير مشروعة يترتب على مُرتكبها مسؤولية مدنية وجزائية⁽¹⁾.

ومن خلال ما تقدم سيُقسم هذا المبحث إلى المطالب التالية :

المطلب الأول: تعريف المنافسة غير المشروعة.

المطلب الثاني: الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة.

المطلب الثالث: أصحاب المصلحة في إقامة دعوى المنافسة غير المشروعة.

المطلب الأول

تعريف المنافسة غير المشروعة

يستخدم الشخص وسائل تنافي العادات والقانون والعرف وبها يخرج عن الطريق الذي رسمه القانون له وذلك يكون باستخدامه لتلك الوسائل من اجل منافسة غيره من التجار الذين يمارسون نفس النوع من التجارة أو بتجارة مشابهة من أجل الحصول على أكبر قدر ممكن من العملاء أو جني عدد من الأرباح وهذه الوسائل تسمى منافسة غير مشروعة .

الفرع الأول: تعريف المنافسة لغَةً :

المنافسة لغَةً: يقال (نَفَسَ) الشيء صار مرغوباً و(نافَسَ) في الشيء (منافسةً) إذا رغب فيه على وجه المباراة⁽²⁾ و(النفيسُ) المال الكثير، و(نَفَسَ عليه الشيء نفاسةً) لم يره أهلاً له⁽³⁾، فالمنافسة

(1) طيبشات، بسام مصطفى. مرجع سابق. ص158.

(2) الرازي، محمد بن أبي بكر (1986) مختار الصحاح. دار الكتب العلمية . بيروت. ص672.

(3) الشيرازي، مجد الدين الفيروز آبادي. القاموس المحيط. دار العلم للملايين. بيروت. ص255.

في التجارة تبنى على المباراة نحو المال الكثير (الريح) الذي يراه التاجر المنافس من حقه، ولا يرى سواه أهلاً له، وفي قوله سبحانه وتعالى (وفي ذلك فليتنافس المتنافسون)⁽¹⁾، أي فليرغب الراغبون إلى طاعة الله تعالى، ومن معنى الآية عرّف المجمع العربي للغة العربية التنافس بحصره في الأمور المشروعة، من غير إلحاق الأذى بالآخرين: (تنافَسَ) القول في كذا، تسابقوا فيه وتباروا دون أن يلحق بعضهم الضرر ببعض و(التنافس) نزعة فطرية تدعو إلى بذل الجهد في سبيل التشبه واللاحق بهم.

الفرع الثاني: تعريف المنافسة غير المشروعة في القانون الأردني:

عرّف المشرع الأردني المنافسة غير المشروعة في قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم (15) لسنة 2000 في المادة (2/أ) بأنها: "يعتبر عملاً من أعمال المنافسة غير المشروعة كل منافسة تتعارض مع المنافسات الشريفة في الشؤون الصناعية أو التجارية". يبدو مما سبق بأنّ المشرع الأردني قد استخدم التعريف الوارد في اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية للمنافسة غير المشروعة والتي عرفتها المادة (2/10) بأنها: "كل منافسة تتعارض مع العادات الشريفة للشؤون الصناعية والتجارية".

الفرع الثالث: تعريف المنافسة غير المشروعة في فقه القانون:

لقد وردت عدة مفاهيم توضح معنى المنافسة غير المشروعة في مجال الفقه نوردتها كما يلي:
" هي التي تتحقق باستخدام التاجر لوسائل منافية للعادات والأعراف والقوانين التجارية والمضرة بمصالح المنافسين والتي من شأنها التشويش على السمعة التجارية وإثارة الشك حول جودة

(1) سورة المطففين: 26.

منتجاته لنزع الثقة من منشآته أو وضع بيانات غير صحيحة على السلع بهدف تضليل الجمهور⁽¹⁾.

"التزام على الحرفاء أو الزبناء عن طريق استخدام وسائل منافية للقانون أو الدين أو العرف أو العادات أو الاستقامة التجارية أو الشرف المهني"⁽²⁾ أو الإضرار بمنافسك بوسائل كمحاولة خلق الالتباس، التشهير، تحويل الأجزاء، استعمال غير مشروع للمعلومات أو اللوائح الداخلية، طرق الالتزام بالسرية... الخ، أو غير مباشرة بواسطة التشويش كتحويل حملة إخبارية، استعمال مشابه للعلامة التجارية أو منتج محمي وإغراق السوق بالبضاعة"⁽³⁾.

عرفتها الفقرة الأولى من المادة (33) من القانون النموذجي للدول العربية بشأن العلامات التجارية والأسماء التجارية وأعمال المنافسة غير المشروعة "يعتبر غير مشروع كل عمل من أعمال المنافسة يتنافى مع العادات الشريفة في المعاملات الصناعية والتجارية"⁽⁴⁾.

"استخدام التاجر لطرق منافية للقوانين أو العادات أو مبادئ الشرف والأمانة في المعاملات"⁽⁵⁾.
"إذا انحرفت المنافسة عن الطريق السليم فلم تعد وسيلة للإجادة والابتكار بل أصبحت تهدف

(1) المسلموي، محمد (1996) "الرسوم والنماذج الصناعية وحمايتها" رسالة لنيل دبلوم الدراسات العليا في القانون الخاص. كلية العلوم الاقتصادية والاجتماعية بالدار البيضاء. 1996. ص 192.

(2) السباعي، شكري أحمد (1986) الوسيط في القانون التجاري المغربي والمقارن. الجزء الثالث. مكتبة المعارف. الرباط. ص 347.

(3) فنسنت (1998) المكتب المغربي للملكية الصناعية والتجارية. مجلة الحدث القانوني 1998. عدد 4. ص 7.

(4) السباعي، شكري أحمد. مرجع سابق ص 347.

(5) طه، كمال مصطفى. مرجع سابق. ص 622.

إلى مجرد اقتناص العملاء الذين اعتادوا التعامل مع محل آخر فإنّ هذا العمل يعتبر منافسة غير مشروعة⁽¹⁾ تتحقق باستخدام وسائل تتنافى مع العادات المحلية الجارية في التجارة والصناعة⁽²⁾.

" كل عمل مناف للقانون والعادات والأعراف والاستقامة التجارية وذلك عن طريق بث الشائعات والادعاءات الكاذبة التي من شأنها تشويه السمعة التجارية لمنافس أو استخدام وسائل تؤدي إلى اللبس أو الخلط بين الأنشطة التجارية وذلك بهدف اجتذاب زبناء تاجر أو صانع منافس "⁽³⁾.

الفرع الرابع: تعريف المنافسة غير المشروعة في التشريع والقضاء المقارن:

عرّف قانون التجارة المصري رقم (17) لسنة 1999 في المادة (1/66) المنافسة غير المشروعة بأنها: " كل فعل يخالف العادات والأصول المرعية في المعاملات التجارية ".

عرفت محكمة النقض المصرية المنافسة غير المشروعة بأنها "ارتكاب أعمال مخالفة للقانون أو العادات أو استخدام وسائل منافية للشرف والأمانة والمعاملات ، متى قصد بها إحداث لبس بين منشأتين تجاريتين أو إيجاد اضطراب بإحداها وكان من شأنه اجتذاب عملاء إحدى المنشأتين للأخرى أو صرف عملاء المنشأة عنها " ⁽⁴⁾.

(1) يونس، علي حسن (1963) المحل التجاري. دار الفكر العربي. القاهرة. ط. 1. ص 352.

(2) عباس، محمد حسني. مرجع سابق. 378.

(3) محبوبي، محمد (1999) تسجيل العلامة التجارية. رسالة لنيل دبلوم الدراسات العليا المعمقة في قانون الأعمال. كلية العلوم الاقتصادية والاجتماعية. المغرب. الدار البيضاء. ص، ص 7.

(4) قرار منشور بقضاء النقض المصري (1959)، مجلة المحاماة ، 1959/5/25 ، ص 1249 .

الفرع الخامس: تعريف المنافسة غير المشروعة في الاتفاقيات الدولية:

وعرّفت اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883 في المادة (2/10) بأنَّ المنافسة غير

المشروعة: " كل منافسة تتعارض مع العادات الشريفة للشؤون الصناعية والتجارية " .

ثمَّ جاءت اتفاقية تريس وأحالت في الفقرة (2) من المادة الثانية منها إلى المادة (10) من اتفاقية

باريس بخصوص المنافسة غير المشروعة، وكما أنَّ اتفاقيات التجارة الدولية (WTO)

وبالخصوص اتفاقية تريس قد منحت نفس التعريف لمفهوم المنافسة غير المشروعة عندما أحالت

إلى تحديد المقصود منها وصورها إلى ما ورد في المادة (10) من اتفاقية باريس⁽¹⁾.

ومن خلال ما سبق يتضح بأنَّه لا يوجد تعريف جامع ومانع ومحدد للمنافسة غير المشروعة

لكونه مصطلح مرن فمن غير المفروض تعريفه حتى يكتسب صفة الجمود وذلك لابتكار أساليب

الغش والاحتيايل التي يتبعها القائمين بأعمال المنافسة غير المشروعة فما يطبَّق في هذا الزمان

قد لا يطبَّق في زمان آخر بسبب التطورات والتغيير التي يحيط بالمجتمعات لذلك فلم يعرف في

أي قانون.

ومن خلال التعريفات السابقة فإنَّه يوجد خصائص عامَّة يتميز بها مصطلح المنافسة غير

المشروعة وهي كالآتي: (2)

1- الحاق ضرر بالتاجر من جراء هذه الوسائل المنافسة للقوانين والأعراف التجارية.

(1) الضمور، رناد سالم (2005) "الحماية المدنية للعلامة التجارية المشهورة". رسالة ماجستير منشورة. جامعة مؤتة. ص 86. وكما تنص المادة (1/2) من اتفاقية تريس على أنه: "فيما يتعلق بالإجراء الثاني والثالث والرابع من

الاتفاق الحالي تلتزم الدول الأعضاء بمراعاة أحكام المواد (1-12) و(19) من معاهدة باريس 1976.

(2) الصفار، زينة غانم عبد الجبار (2000) المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية (دراسة مقارنة). دار ومكتبة

الحامد للنشر والتوزيع. ط 1. ص 29-31.

2-القيام بأفعال لا تتفق مع قواعد الأمانة والشرف والنزاهة المتعارف عليها في الوسط التجاري سواء أكانت هذه الأعمال قد وقعت بسوء نية أم بحسن نية، وبعبارة أخرى إنَّ المنافسة بحد ذاتها لا تكفي لتكون سبباً تترتب عليه المسؤولية بل يجب أن يتحد الخطأ مع المنافسة بمعنى أن تكون هناك منافسة غير مشروعة تتركز على خطأ من قام بها (1).

3-إنَّ المنافسة غير المشروعة قد تكون غير مشروعة إمّا قانوناً وإمّا اتفاقاً، أي عند عقد اتفاقات خاصة بين التجار .

4-إنَّ الهدف من المنافسة غير المشروعة قد لا يتجه في بعض الأحيان إلى تحقيق مردود مادي (أرباح) تعود على التاجر المنافس، بل قد يبتغي تاجر معين الإضرار بالغير دون أن يحقق أرباحاً له بل وقد تؤدي المنافسة غير المشروعة ذاتها إلى إلحاق الخسارة بالتاجر نفسه (2)، فمثلاً يقوم تاجر بطرح منتجات تحمل علامة مميّزة أو تتمثل بنموذج صناعي معين وبأسعار أقل من سعر التكلفة، وفي غير الموسم المحدد للتخفيضات لأسعار السلع بهدف الإضرار بتاجر آخر يبيع نفس السلعة، إذ أنّ الملاحظ على هذا التاجر أنّه لا يهدف إلى تحقيق الربح، بل إلى اقتناص العملاء لشراء السلعة بثمن زهيد على الرغم من بيعها بأقل من سعر الكلفة وهذا يعد من قبيل التعسف في استعمال الحق، وتجاوز واضح لمبدأ حرية التجارة (3).

5-أن تكون هذه المنافسة بين مرتكب العمل والمتضرر وهذا يفترض حتماً أنهما يزاولان نشاطاً تجارياً متشابه أو قريب إلى حد ما، إذ أنّ المنافسة غير المشروعة لا تكون إلا بين شخصين يمارسان نشاطاً متماثلاً أو على الأقل متشابهاً ويعود تقدير ذلك لمحكمة الموضوع.

(1) القليوبي، سميحة. مرجع سابق. ص 329.

(2) يونس، علي حسن (1974) المحل التجاري. القاهرة. دار الفكر العربي. ص 140.

(3) سلطان، أنور 1983، مصادر الالتزام، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، ص 318.

الفرع السادس: تمييز المنافسة غير المشروعة عن المنافسة الممنوعة:

تعتبر المنافسة بطبيعتها الحياة الاقتصادية أمر مهم بين التجار لتفوق أحدهم على الآخر في اكتساب المزيد من الأرباح والعملاء، وكما أنَّها تعد ضرورة ومطلوبة في ميدان النشاط التجاري متى كانت في حدودها المشروعة، أمَّا إذا انحرفت عن هذه الحدود بأن تحولت إلى صراع بين التجار يحاول كل منهم جذب عملاء غيره من التجار وإلحاق الضرر بهم بوسائل غير مشروعة، فإنَّها تصبح شرًا واجب المحاربة ويكون ضررها أكبر من نفعها⁽¹⁾، ويمكن تعريف المنافسة الممنوعة بأنَّها هي "التي يحرمها القانون بنص خاص" أو هي "امتناع الشخص عن القيام بالمنافسة بناءً على التزام عقدي"⁽²⁾، ويلاحظ مما سبق أنَّ المنافسة غير المشروعة في حقيقتها هي انحراف عن السلوك المعتاد في التعامل التجاري، وذلك باتباع وسائل وأساليب غير مشروعة للإضرار بالمنافسين الآخرين، كتقليد علامات وبيانات غيره من التجار⁽³⁾، أمَّا المنافسة الممنوعة هي أعمال بطبيعتها مسموحة وجائزة في أغلبيتها لكنَّها تصبح ممنوعة قانونياً لاعتبارات قدرها المشرع أو بسبب الاتفاق التعاقدية على منعها أو تحريم القيام بها⁽⁴⁾.

وكما أنَّ المنافسة الممنوعة قد تكون بنص القانون أو بالعقد، فتكون من الناحية القانونية كذلك القيود التي تفرض لمنع مزاولة التجارة على الموظفين كموظفين الدولة ورجال الجيش والشرطة ومن في حكمهم ومن أشهر إفلاسهم، ومن أدين بجريمة من جرائم الإفلاس أو التدليس أو الغش التجاري أو السرقة أو النصب أو خيانة الأمانة أو التزوير، ومن الأمثلة على المنافسة بنص

(1) العكيلي، عزيز. مرجع سابق، ص 210-209.

(2) عباس، محمد حسني. مرجع سابق. ص 485.

(3) محبوبي، محمد. حماية حقوق الملكية الصناعية من المنافسة غير المشروعة. متوفر عبر الموقع:

(www.ejustic.gov.ma). تاريخ الدخول 2011/2/24، ص 3.

(4) طبيشات، بسام مصطفى عبدالرحمن. مرجع سابق. ص 170.

القانون ما جاء في نص المادة(21/ج) من قانون الشركات الأردني رقم(22) لسنة 1997 وتعديلاته والذي في فحواه قد منع الشريك في شركة التضامن من ممارسة النشاط ذاته الذي تزاوله الشركة إلا بموافقة الشركاء، ومن ناحية أخرى قد تنشأ المنافسة غير المشروعة عن التزام عقدي بالامتناع عن منافسة المشتري، ومثال ذلك اتفاق أرباب العمل مع العمّال على الالتزام بعدم المنافسة في تجارة مماثلة أو العمل لدى متاجر أخرى تعمل في مجال مُشابه وبالذات بعد تركهم العمل⁽¹⁾.

وعند عدم وجود نص قانوني يضع حداً فاصلاً بين معرفة هل هي منافسة ممنوعة أو منافسة غير مشروعة فيوجد هنالك آراء فقهية تعتبر المنافسة الممنوعة تختلف عن النظام القانوني للمنافسة غير المشروعة لأننا في الحالة الأولى نكون أمام منافسة غير مسموح بها، أمّا في الحالة الثانية فنكون بصدد منافسة مباحة لكن الوسائل التي استخدمها التاجر في ممارسة هذه المنافسة تعد في عرف المنافسة التجارية غير مشروعة⁽²⁾.

وبعبارة أخرى فإنّ المنافسة الممنوعة يقوم بمقتضاها الشخص بعمل تنافسي على شكل تصرف بدون حق، أمّا بالمنافسة غير المشروعة فإنّ الشخص يفرط في استخدام حريته⁽³⁾.

(1) الشمري، طعمه صغفك(1995) "أحكام المنافسة غير المشروعة في القانون الكويتي". بحث في مجلة الحقوق. العدد الأول. الكويت. ص18. عباس، محمد حسني. مرجع سابق. ص485. طيبشات، بسام مصطفى. مرجع سابق. ص170.

(2) المصري، عباس مصطفى أنور(1980) "التزام بائع المحل التجاري بعدم إنشاء تجارة منافسة". رسالة دكتوراة غير منشورة. مقدمة إلى كلية الحقوق. جامعة عين شمس. ص7.

(3) نقلاً عن الصفار، زينة غانم عبدالجبار. مرجع سابق. ص40.

كما أنّ الاختلاف في المنافسة لا يكمن بالمصدر الذي ينبعث منه المنع بل في محل ذلك المنع، ففي حالة المنافسة الممنوعة تعاقدياً يكون الممنوع هو (النشاط التنافسي) في حد ذاته، أمّا في حالة المنافسة غير المشروعة يكون الممنوع هي (الوسائل المستخدمة في ذلك) (1).

كما أنّه في دعوى المنافسة الممنوعة يُحكم للمتضرر ألا وهو المدعي بمجرد إصابته بالضرر بغض النظر إذا كانت المنافسة مشروعة أم لا والضرر الذي يحصل هنا بسبب القيام بعمل هو في الأصل مشروع ولكن القيام به بظروف واحوال معينة يعتبر مخالفة وممنوع قانوناً، أمّا في دعوى المنافسة غير المشروعة فإنّه لا يُحكم للمتضرر إلا في الوقت الذي يتأكد منه القاضي بحصول جميع الوسائل الغير مشروعة التي أوقعت الضرر؛ كاستخدام الوسائل التي تنتافى مع العادات المحلية الجاري العمل بها في نطاق التجارة أو مخالفة الأحكام القانونية الخاصة أو الأحكام العامة للمسؤولية أو مخالفة شروط الاتفاقية التي يدرجها التجار في العقود التي يبرمونها فيما بينهم .

كما أنّه تُقام دعوى المنافسة غير المشروعة والمنافسة الممنوعة في مجال التجارة ولا تُقام مثل هذه الدعاوى في الحياة المدنية حيث في مثل هذه الحالة تتم الحماية بدعوى مسؤولية مدنية. (2)

(1) فتحي، حسين. مشروعية الإعلانات التجارية لحماية المتجر والمستهلك. جامعة طنطا. مصر. ص44.

(2) المصري، حسن (1986) القانون التجاري. ط1. الكتاب الأول. القاهرة. ص290.

المطلب الثاني الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة

ترتكز دعوى المنافسة غير المشروعة كما أسسها القضاء على القواعد العامة أي العمل غير المشروع والذي يكون بالمسؤولية التقصيرية التي تقضي بأن كل خطأ سبب ضرراً للغير يلزم من ارتكبه بالتعويض⁽¹⁾.

وضرورة وجود الخطأ هو مبدأ أنشأه القضاء الفرنسي الذي وجد من خلال المادة(1382)من القانون المدني الفرنسي تأييداً لمسلكه هذا،وقضت محكمة النقض الفرنسية ذات الأساس بقولها:"إنَّ دعوى المنافسة غير المشروعة أو غير الشريفة لا تستطیع أن تؤسس إلا من خلال النصوص التشريعية للمواد(1382) مدني فرنسي وما بعدها، والتي تستلزم خاصة وجود خطأ باشره المدعى عليه"⁽²⁾.

ولكنَّ القرار السابق قد أثار جدلاً كبيراً كون المسؤولية التقصيرية تقام على أساس الخطأ الذي يتطلب جبر الضرر الذي أصاب المضرور وتعويضه،بينما تقام دعوى المنافسة غير المشروعة

(1) أبو ذياب،سليمان(د.ت)مبادئ القانون التجاري "دراسة مقارنة في التجارة والتجار(الدفاتر التجارية والسجل التجاري)المؤسسة التجارية والعقود الواردة عليها".المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.ص179.طه، مصطفى كمال(1971)الوجيز في القانون التجاري.الجزء الأول.الكتاب المصري الحديث للطباعة والنشر.ص.621

(2) نقض فرنسي 1965/2/23 نقلاً عن وهبة،محمد الأمير يوسف(1990)صور الخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة رسالة دكتوراة.جامعة القاهرة.ص116.

ليس فقط التعويض للمضرور على الضرر الذي لحق به وأيضاً منع وقوع الضرر على المدى البعيد أي تكون وظيفة وقائية للمستقبل⁽¹⁾.

كما أنّ البعض من الفقهاء يؤسس دعوى المنافسة غير المشروعة لا على أساس المسؤولية التقصيرية بل على ملكية المؤسسة التجارية والتي معناها بأنّ المنافسة غير المشروعة تتم على تحويل عملاء المتجر واجتذابهم إلى متجر آخر يمارس نوع النشاط التجاري به تكون هذه أقرب إلى دعوى الاستحقاق التي تحمي ملكية الأموال المادية منها إلى دعوى المسؤولية المدنية⁽²⁾.

وذهب رأي آخر إلى تأسيس دعوى المنافسة غير المشروعة على أساس نظرية التعسف في استعمال الحق حيث ينص عليها القانون المدني الأردني في المادة(2/66): " ويكون استعمال الحق غير مشروع : أ- إذا توفر قصد التعدي ب- إذا كانت المصلحة المرجوة من الفعل غير مشروعة ج- إذا كانت المنفعة منه لا تتناسب مع ما يصيب الغير من ضرر د- إذا تجاوز ما جرى عليه العرف والعادة "

بمعنى أنّ للتاجر الحق في المنافسة طالما أنّه لم يخرج عن حدودها المشروعة، أمّا إذا انحرفت المنافسة عن سواء السبيل فإنّ التاجر الذي قام بها يكون قد أساء استعمال حقه، ويبدو أنّ هذا التأسيس منطقياً وسليماً في ظاهره إلا أنّه لم يسلم من النقد حيث أنّ البعض يعتبر التعسف باستعمال الحق عبارة عن صورة من صور المسؤولية التقصيرية بحين أنّ البعض الآخر لا

(1) الفقي، محمد عاطف(2002) الحماية القانونية للإسم التجاري "دراسة مقارنة". دار النهضة العربية. القاهرة. ط1. ص 126.

(2) طه، مصطفى كمال. مرجع سابق. ص620.

يعتبرها كذلك⁽¹⁾، والمشرع الأردني قد جعل معيار " قصد التعدي " أو " نية الإضرار " يكمن في صميم كل منافسة ولو كانت منافسة مشروعة والمقصود بذلك بأنه جعل المسؤولية التقصيرية صور من صور التعسف في استعمال الحق، ولكن اشترط فيها أن يكون الفعل الضار مقصوداً وبهذا يخالف ما ذهب إليه بعض الفقه من أن التعسف هو صورة من صور المسؤولية التقصيرية⁽²⁾.

كما أن معيار المصلحة المرجوة من الفعل غير مشروعة لا ينطبق هنا لكون أن المصلحة التي يبتغيها المنافس هنا هي اجتذاب أكبر عدد من العملاء وتحقيق أكبر كمية من الأرباح ووهي تعتبر أساليب مشروعة، لذلك هذا المعيار لا ينطبق على دعوى المنافسة غير المشروعة. والمعيار الثالث التي تستند عليه دعوى المنافسة غير المشروعة هو معيار عدم التناسب بين المنفعة من استعمال الحق وبين ما يصيب الغير من ضرر، قد يكون مقدار هذا الضرر من هذه المنافسة أقل بكثير من المنفعة التي تعود على المنافس المعتدي، حتى ولو كانت منافسته غير مشروعة، إذ غالباً ما يحقق المنافس أرباحاً طائلة من وراء تقليد العلامة التجارية مثلاً، في حين الأضرار التي تلحق بصاحبها الأصلي قد لا تكون سوى أضراراً معنوية أو محتملة.

ومعيار تجاوز ما جرى عليه العرف والعادة في استعمال الحق ينطبق هنا لأنه إذا كانت المنافسة أو أساليبها تتجاوز ما جرى عليها العرف سابقاً فإنها تعد هنا منافسة غير مشروعة⁽³⁾.

(1) سلطان، أنور (1987) مصادر الالتزام في القانون المدني الأردني "دراسة مقارنة بالفقه الإسلامي" الجامعة الأردنية، عمان، ط1، ص314. السنهوري. مرجع سابق، ص843. حمدان. ماهر فوزي. مرجع سابق، ص92-93.

(2) الخولي، أكثم أمين. مرجع سابق، ص401. حمدان، ماهر فوزي. مرجع سابق، ص94-95. يونس، علي حسن (1963) المحل التجاري. دار الفكر العربي، ص132.

(3) حمدان. ماهر فوزي. مرجع سابق، ص92-93.

وتقام دعوى المنافسة غير المشروعة في المملكة الأردنية الهاشمية على أساس دعوى المسؤولية التقصيرية عن الفعل الضار ولكن المسؤولية هنا تخرج عن الخطأ تحديداً بحيث تكون مسؤولية من نوع خاص تعتمد أحكامها على القانون المدني الأردني والقوانين الخاصة التي تحكم عنصر المتجر في المملكة .

العناصر التي يجب توفرها لإقامة دعوى المنافسة غير المشروعة:

تتكون المسؤولية التقصيرية والتي تقام على أساسها دعوى المنافسة غير المشروعة من الخطأ والضرر والعلاقة السببية بينهما وهذه العناصر تعتبر الركيزة لدعوى المنافسة غير المشروعة والتي يُشترط لرفعها توافر تلك الشروط التي تستند عليها المسؤولية التقصيرية والتي تعتبر الأساس لدعوى المنافسة غير المشروعة.

وبالتالي يُشترط لنجاح الدعوى أن تكون هناك منافسة غير مشروعة، بمعنى أنّ من قام بالمنافسة يكون قد استخدم وسائل منافية للقوانين والعادات والأصول الشريفة في التعامل، فيكون بفعل المنافسة المخالف قد ارتكب خطأ، ولا يُشترط في ذلك أن يكون المنافس قد قام بهذا الفعل بقصد الإضرار من سوء نية إنّما يكفي الإهمال وعدم الاحتياط، وكما يُشترط توافر علاقة سببية بين الخطأ والضرر.

ولكي يكتسب مدعي المنافسة غير المشروعة الحماية القانونية لا بد ان يثبت أنّ هناك فعلاً، وأنّ الأسلوب المتبع في هذه المنافسة غير مشروعة (1).

تتمثل شروط دعوى المنافسة غير المشروعة فيما يلي:

(1) الأسمر، صلاح سلمان. الملكية الصناعية والتجارية. مرجع سابق. ص 386 وما بعدها. العكيلي، عزيز. مرجع سابق. ص 245. الضمور . رناد سالم. الضمور. مرجع سابق. ص 101.

1-تحقق عمل من أعمال المنافسة غير المشروعة.

2-تحقق ضرر من جراء المنافسة غير المشروعة.

3-توافر رابطة السببية.

وسنتعرض لكل شرط من هذه الشروط على النحو التالي:

أولاً: تحقق عمل من أعمال المنافسة غير المشروعة:

ويتمثل هذا الشرط بوجود أمرين يجب تحققهما في هذا الشرط وهما قيام حالة المنافسة وعدم

مشروعية المنافسة.

1-قيام حالة المنافسة:

لم يشترط المشرع الأردني توفر الخطأ كما اشترطت التشريعات الأخرى كالمشرع المصري على

سبيل المثال بل اكتفت بأن يكون الفعل ضار، ويشترط لرفع دعوى المنافسة غير المشروعة من

أجل حماية العلامة التجارية بأن يكون كلاً من الفاعل والمضروب يزاولان تجارة أو صناعة من

نفس النوع و ثمة منافسة بينهما، كما أنّ التماثل المطلق بين النشاطين ليس لازماً بل يكفي أن

تكون ثمة صلة بين النشاطين، بحيث يكون لكل منهما تأثير في عملاء الآخر⁽¹⁾.

واشترط التقارب أو التماثل في النشاط بين التاجرين كشرط لقيام المنافسة هو أنّ علاقة التنافس

لا يمكن أن توجد إلا بين الأشخاص الذين يعرضون على الجمهور منتجات أو بضائع أو

خدمات متماثلة أو متشابهة، وذلك أنّ مثل هذا التماثل أو التشابه يمكن معه قيام خلط في ذهن

المستهلكين، حيث أنّ قاضي الموضوع هو الذي يفصل في المنافسة من عدمها.

(1) حلو أبو الحلو وعباس زهير(2000)الوجيز في شرح القانون التجاري الأردني،مركز حماده للطباعة.الأردن.ص266. عباس.طه، كمال مصطفى. مرجع سابق.ص.621.العريني، محمددين. محمد فريد وجلال وفا(1998) القانون التجاري. الجزء الأول.ط1.القاهرة.دار المطبوعات الجامعية.ص.389.محرز،أحمد محرز(1998)القانون التجاري.دار النسر الذهبي للطباعة.عابدين.القاهرة.ص.366.

والجدير بالذكر بأنَّ المنافسة غير المشروعة من الممكن أن تقع من شخص غير تاجر إذا كان في حالة منافسة مع التاجر لأنَّ هذه الدعوى تنصب أساساً على جذب العملاء ولا تتعلق بالتجار فحسب، بل تقوم المنافسة بين أعضاء المهن المدنية وخصوصاً المهن الحرة.

وإذا كان العمل الضار لا يتصل بالتجارة وإنما بالحياة الخاصة لكل من الفاعل والمتضرر فإنها لا تعد منافسة غير مشروعة، وكما أنَّه لا تتحقق المنافسة غير المشروعة إذا لم يهدف النشاط إلى تحقيق الربح كما هو الشأن بالجمعيات التعاونية والخيرية⁽¹⁾.

2- عدم مشروعية المنافسة:

استقر الفقه على تعريف عدم مشروعية المنافسة بأنها: "استخدام وسائل تعد غير مشروعة بحسب ما جرت عليه العادات في التجارة" ولا يشترط لكي تعتبر المنافسة غير مشروعة توافر قصد إلحاق الضرر، أي سوء النية، وإنَّ تحقق سوء النية في أغلب الأحيان، ولكن المقصود هو أنَّ إثبات سوء النية ليس شرطاً⁽²⁾.

وتتحقق عدم المشروعية في نص المادة (2) من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم (15) لسنة 2000 وذلك باعتبار كل منافسة تتعارض مع الممارسات الشريفة في الشؤون الصناعية أو التجارية تعتبر منافسة غير مشروعة وتستوجب معاقبة فاعليها وعلى وجه الخصوص ما يلي:

(1) اسماعيل، محمد حسين. مرجع سابق، ص 209-215. حمدالله، محمد حمدالله (1997) الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، ط 2. دار النهضة العربية، ص 190. يونس، علي حسني. مرجع سابق، ص 360.

(2) المصري، حسني (1986) القانون التجاري، الجزء الأول، دار وهدان للطباعة والنشر، القاهرة، ص 369. عباس . محمد محمد حسني. مرجع سابق، ص 487-488.

1- الأعمال التي بحكم طبيعتها تسبب لبساً مع منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري.

2- الادعاءات المغايرة للحقيقة في مزاوله التجارة والتي قد تسبب نزع الثقة عن منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري.

3- البيانات أو الادعاءات التي قد يسبب استعمالها في التجارة تضليل الجمهور فيما يتعلق بطبيعة المنتجات أو طريقة تصنيعها أو خصائصها أو كمياتها أو صلاحيتها للاستعمال.

4- أي ممارسة قد تتال من شهرة المنتج أو تحدث لبساً فيما يتعلق بمظهرة الخارجي أو طريقة عرضه أو قد تضلل الجمهور عند الإعلان عن سعر المنتج أو طريقة احتسابه.

ويتضح ظاهرياً لما سبق أنّ المشرع الأردني هنا قد حصر المنافسات غير الشريفة وذلك بذكرها، ولكن بذكر عبارة "على وجه الخصوص" فهنا المشرع لم يقيد أو لم يذكرها على سبيل الحصر بل هي على سبيل المثال بغض النظر إذا كانت حالة المنافسة غير المشروعة مذكورة ضمن الحالات السابقة أم لا، وكما أنّ حالة المنافسة غير المشروعة تقام بالأفعال التي لا تتفق مع قواعد الأمانة والنزاهة بالتجارة بينما قواعد الأخلاق وحدها لا تكفي لقيام حالة المنافسة هذه.

ومسألة اعتبار هل هذه المنافسة مشروعة أم لا هي تخضع لسلطة قاضي الموضوع التقديرية والتي يمكن إثباتها بجميع وسائل الإثبات كالشهادة والقرائن والإقرار وغيرها⁽¹⁾.

كما أنّ المادة (2/ب) من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية تنص على: "ب- إذا كانت المنافسة غير المشروعة متعلقة بعلامة تجارية مستعملة في المملكة سواء أكانت مسجلة أم غير مسجلة وتؤدي إلى تضليل الجمهور فتطبق في هذه الحالة أحكام الفقرة (أ) من هذه المادة".

(1) زين الدين، صلاح. الملكية الصناعية والتجارية. مرجع سابق. ص 387.

ويُستنتج مما سبق أنّه من الممكن أن يُطال فعل المنافسة غير المشروعة العلامة التجارية ضمن شروط:

1- أن يتعلّق فعل المنافسة غير المشروعة بعلامة تجارية مسجلة أو غير مسجلة .

2- أن تكون هذه العلامة التجارية مستعملة في المملكة الأردنية الهاشمية .

3- تضليل الجمهور .

4- استخدام وسائل غير مشروعة للتعدي على العلامة التجارية كتقليدها أو تزويرها .

فإذا تحققت الشروط السالفة الذكر فإنّه يمكن رفع دعوى منافسة غير مشروعة للمطالبة بالتعدي الواقع على العلامة التجارية حتى لو كانت غير مسجلة.

ثانياً: تحقق ضرر للغير من جراء المنافسة غير المشروعة:

يعد الضرر ركناً أساسياً في المسؤولية التقصيرية إلى جانب الفعل و رابطة السببية ، بل هو الركن الأساسي للتعويض، كما أنّ أهميته تفوق أهمية الفعل، فلا يتصور قيام المسؤولية التقصيرية بلا ضرر .

وكما أنّه لا يشترط وقوع الضرر فعلاً بل من الممكن حدوثه بالمستقبل بشرط أن يثبت أنّ هذا الضرر واقع لا محالة نتيجة خطأ من أتى بأفعال المنافسة غير المشروعة، فعدم اشتراط وقوع الضرر في الحال والاكتفاء بالضرر المحقق الوقوع من مميزات دعوى المنافسة غير المشروعة⁽¹⁾.

والضرر الواقع من شأنه أن يكون مادياً وناشئاً عن مصلحة غير مشروعة وان يكون الضرر الواجب التعويض عنه محقق الوقوع بأنّه قد وقع بالفعل أم أنّه سيقع حتماً في المستقبل، أمّا

(1) القليوبي، سميحة. مرجع سابق. ص 587.

الضرر الاحتمالي فلا تعويض عليه المادي وبناءً على ذلك تحكم المحكمة بقيمة التعويض لجبر الضرر ومثال ذلك الشخص المضرور في أمواله،ويمكن أن يكون الضرر معنوياً ينال من السمعة أو الكرامة أو الشرف أو الاعتبار المالي و الاقتصادي ولا يكون به جبر للضرر بل تعويض المضرور بالتقدير المالي لقيمة الضرر وقد يكون حجم الضرر المادي أو المعنوي كبيراً أو صغيراً⁽¹⁾.

وبناء على ما سبق فإنه يحق لمالك العلامة التجارية المسجلة أو غير المسجلة أن يرفع دعوى منافسة غير مشروعة حتى قبل وقوع الضرر إذا كانت هنالك التباس أو تشابه بين علامته التجارية . وعلامة أخرى لدرء خطر وقوع الضرر⁽²⁾.

ثالثاً : توفر رابطة السببية:

لا بد من توافر رابطة بين الفعل والضرر ولا بد من أن يكون هذا الفعل الضار وهو القيام بأحد أعمال الممارسة غير الشريفة هو الذي أحدث الضرر للمضرور، وعلى المدعي إثبات وقوع الضرر بكافة طرق الإثبات.

(1) العامري،سعدون(1983) تعويض الضرر في المسؤولية التقصيرية.بغداد.ص134.أبو الليل،ابراهيم الدسوقي (1995) تعويض الضرر في المسؤولية المدنية.دراسة تحليلية تأصيلية لتقدير التعويض.مطبوعات جامعة الكويت. الكويت.ص131.

(2) الخولي، أكثم. مرجع سابق. ص401.

المطلب الثالث

أصحاب المصلحة في إقامة دعوى المنافسة غير المشروعة

تنص المادة (3/أ) من قانون المنافسة غير المشروعة و الأسرار التجارية رقم (15) لسنة 2000 على أنه: "أ- لكل ذي مصلحة المطالبة بالتعويض عما لحقه من ضرر نتيجة أي منافسة غير مشروعة".

يتضح مما سبق بأن لكل شخص له مصلحة شخصية مباشرة الحق في المطالبة بالتعويض الناجم عن المنافسة غير المشروعة من المدعى عليه، ويجب إقامتها ممن له صفة بذلك، وكما أنه لا يُشترط رفعها من مالك العلامة التجارية فالتاجر الذي يتعامل في منتجات مميزة بعلامة معينة تشير إلى مصدر الإنتاج يضار إذا قام تاجر آخر بتزوير هذه العلامة ووضعها على منتجات تماثل المنتجات التي يتاجر فيها الأول، كذلك الحال بالنسبة لمن له حق انتفاع على العلامة بعقد ترخيص من مالكيها كما يجوز للمستهلكين أيضاً رفع الدعوى إذا توافرت أركانها⁽¹⁾، وتقام هذه الدعوى على مرتكب الفعل سواء أقام به هو شخصياً أم قام به من كان له عليه سلطة في رقابته وتوجيهه كالتاجر أو المنافس أو على الذين يعملون معهما إذا تسببوا بأي فعل من أفعال المنافسة غير المشروعة في حال تأدية وظائفهم، كما تُقام على الشريك شريطة أن يكون عالماً بالفعل أو كان في مقدوره العلم، كما أنه في حال تعدد الفاعلين المشتركين في دعوى المنافسة غير المشروعة فإنهم يكونون مسؤولين بالتضامن عن جبر الضرر⁽²⁾.

ويتم رفع دعوى المنافسة غير المشروعة أمام المحكمة المدنية المختصة بنظرها وذلك حسب الاختصاص القيمي للدعوى، ويتم إثباتها قبل المدعى عليه بكافة طرق الأثبات وعلى وجه

(1) القليوبي، سميحة. مرجع سابق. ص 587.

(2) يوسف، محمد الأمير. مرجع سابق. ص 106-207.

الخصوص شهادة الشهود والمعاينة والخبرة⁽¹⁾ ولما كان من الصعوبة تحديد الضرر الواقع على وجه التحديد فالمحكمة تلجأ إلى الحكم بمبلغ جزافي لتعويض الضرر، حيث يكفي أن يكون التعويض كافياً لجبر الضرر، وقد تلجأ المحكمة إلى الاستعانة بأهل الخبرة لتقدير الضرر إذا صَعُب عليها الأمر⁽²⁾.

وكما تنص الفقرة (ب) من المادة 3 على أنه :

"صاحب المصلحة عند إقامة دعواه المدنية المتعلقة بالمنافسة غير المشروعة أو في أثناء النظر في هذه الدعوى أن يقدم طلباً إلى المحكمة المختصة مشفوعاً بكفالة مصرفية أو نقدية تقبلها ، لاتخاذ أي من الإجراءات التالية :

1-وقف ممارسة تلك المنافسة.

2-الحجز التحفظي على المواد والمنتجات ذات العلاقة أينما وجدت.

3-المحافظة على الأدلة ذات الصلة.

يتضح مما سبق بأنه يحق لذي مصلحة إقامة دعوى منافسة غير مشروعة وقبل إقامة هذه الدعوى يجب أن يقوم صاحب المصلحة ألا وهو المدعي بتقديم كفالة مصرفية أو نقدية من كفيل يمكن أن تُقام هذه الأعمال من خلال عدة أفعال كتقليد علامة تجارية أو وضع بيانات غير صحيحة على المنتج ويمكن وقف هذه الأعمال من خلال بعض الإجراءات مثل إزالة العلامة التجارية المقلدة، وطلب وقف أي فعل من أفعال المنافسة غير المشروعة⁽³⁾.

(1) قرار محكمة التمييز الأردنية رقم(2002/355) تاريخ 2002/2/27. هيئة عامة. منشورات مركز عدالة.

(2) العكيلي، عزيز. مرجع سابق. ص 249-250. الأسمر، صلاح سلمان. مرجع سابق. ص 389.

(3) البيابضة، أحمد سالم سليم(2007)المنافسة غير المشروعة والحماية القانونية للمتضرر منها في التشريعات الأردنية. بحث مقدم للمجلس القضائي الأردني. ص 62-63.

الحجز التحفظي على المواد والمنتجات ذات العلاقة أينما وجدت:

يقصد بالحجز التحفظي بشكل عام: " ضبط المال ووضعه تحت يد القضاء ومنع المحجوز عليه من التصرف به أو تهريبه لأنّ في ذلك ضرر بحقوق الحاجزين، وحتى ينتهي النزاع المتعلق بأساس الحق⁽¹⁾ .

والمقصود بالحجز التحفظي هو الحجز على المواد والمنتجات التي يمكن من خلالها إثبات فعل المنافسة غير المشروعة، أو التي تشكل جسم المنافسة غير المشروعة وذلك بحفظ الأدلة التي يخشى من إتلافها أو إخفاءها .

وهناك قرار لمحكمة التمييز الأردنية يقتضي بأنّه: " يعتبر طلب الحجز التحفظي الذي يقدم استناداً للمادة (3) من قانون المنافسة غير المشروعة ما هو إلا تطبيق للمسائل المستعجلة التي يخشى عليها من فوات الوقت وفقاً لأحكام المادة(32/أ) من قانون أصول المحاكمات المدنية وإنّ القرار الصادر بمثل هذا الطلب هو قرار مستعجل يصدر على ذمة الدعوى الموضوعية ولحين الفصل فيها عملاً بأحكام المادة 3/33 من قانون أصول المحاكمات المدنية..."⁽²⁾.

كما أنّ المشرع الأردني في نص المادة (3/و) من قانون المنافسة غير المشروعة رقم(15) لسنة 2000 قد أخضع المواد والمنتجات ذات العلاقة بفعل المنافسة غير المشروعة إلى شكلين مختلفين:

-إجراء مؤقت وقائي : حيث أنّه في البداية يتم إيقاع الحجز عليها خوفاً من إتلافها أو إخفائها من قبل مرتكب فعل المنافسة غير المشروعة .

(1) غانم، ياسين(1999) القضاء المستعجل ومشاكله العملية في الوطن العربي "دراسة مقارنة".تتوير للخدمات الطباعية. حمص. ص325.

(2) قرار محكمة التمييز الأردنية رقم(2005/1566) تاريخ 2005/9/12. هيئة خماسية. منشورات مركز عدالة، أنظر كذلك قرار محكمة التمييز الأردنية رقم(2004/248) تاريخ 2004/8/29. هيئة خماسية. منشورات مركز عدالة.

-إجراء علاجي: حيث أجاز المشرع للمحكمة الحق في مصادرة هذه المواد و إتلافها أو التصرف بها بطريق غير تجاري والهدف من ذلك هو وجود مقومات فعل المنافسة غير المشروعة وهو يشكل صورة من صور العقوبة التي يمكن إيقاعها على مرتكب فعل المنافسة غير المشروعة بعد ثبوت ارتكابه للفعل⁽¹⁾.

-المحافظة على الأدلة ذات الصلة:

والمقصود بذلك وجود أدلة على فعل المنافسة غير المشروعة يخشى أن لا تكون متوفرة وقت نظر القاضي للبيانات التي يقدمها الأطراف في الدعوى، فيطلب حفظ هذه الأدلة خوفاً من ضياعها أو تبديلها أو تغييرها و كما أنها من الممكن ان تكون عرضة للزوال، كإجراء كشف مستعجل لإثبات حالة أو كطلب سماع شاهد يخشى فوات فرصة الاستشهاد به⁽²⁾.

كما تنص المادة (1/3/ج) من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية على أنه: "لصاحب المصلحة قبل إقامة دعواه أن يقدم طلباً إلى المحكمة مشفوعاً بكفالة مصرفية أو نقدية تقبلها، لاتخاذ أي من الإجراءات المنصوص عليها في الفقرة (ب) من هذه المادة دون تبليغ المستدعى ضده وللمحكمة إجابة طلبه إذا اثبت أي مما يلي:

-أنَّ المنافسة قد ارتكبت ضده.

-أنَّ المنافسة أصبحت وشيكة الوقوع وقد تلحق ضرراً يتعذر تداركه.

(1) البياضة، أحمد سالم سليم. مرجع سابق. ص.66.

(2) عرب، يونس. النظام القانوني للمنافسة غير المشروعة في القانون الأردني. بحث منشور عبر شبكة الإنترنت. www.arablaw.org. تاريخ الدخول على الموقع 2011/3/1. الزعبي. خالد يوسف الفندي (1995). أصول إجراءات المحاكمة والنقاضي أمام المحاكم النظامية من الناحية العملية والقانونية حسب قانون أصول المحاكمات المدنية الأردني. ط.1. ص.81.

-أنه يخشى من اختفاء الدليل على فعل المنافسة أو اتلافه.

يتبين مما سبق بأنه يجوز للمدعي إقامة الدعوى دون تقديم أي كفالة مصرفية أو نقدية إذا اثبت أية حالة من الحالات السالفة الذكر وذلك خلال مدة ثمانية أيام من تاريخ إجابة المحكمة لطلبه وإلا فتعتبر جميع الإجراءات المتخذة في الشأن السابق ملغاة، ولا شك أن في هذا ضمان لجدية مقدم الطلب وحماية للمستدعي ضده الذي قد تصدر الموافقة على اتخاذ الإجراءات ضده دون أن يعلم بذلك وللمستدعي ضده أن يستأنف قرار المحكمة باتخاذ الإجراءات التحفظية لدى محكمة الاستئناف وذلك خلال مدة ثمانية أيام من تاريخ تفهمه له ويكون قرارها قطعياً .

المبحث الثاني

الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً للقواعد العامة في المسؤولية

تنص المادة 256 من القانون المدني الأردني على أنه: " كل إضرار بالغير يلزم فاعله ولو غير مميز بضمان الضرر ".

تستند الحماية المدنية للعلامة التجارية إلى القواعد العامة في المسؤولية والتي تعتبر بمثابة المظلة التي تستظل بها كافة الحقوق أيّاً كان نوعها⁽¹⁾، وكما أن المسؤولية المدنية تقوم عندما يكون الفاعل قد أخل بالتزام مقرر في ذمته وترتب على هذا الإخلال ضرر للغير فيصبح مسؤولاً

(1) زين الدين، صلاح. الملكية الصناعية والتجارية. مرجع سابق. ص 391-392. دراسة تحليلية لقانون العلامات التجارية الأردني (1995) مقدمة إلى المؤتمر العربي الأول لحماية الملكية الفكرية من 27-30 أيلول عمان. الأردن. دراسة بعنوان "هل من حماية للحق في العلامة التجارية غير المسجلة في قانون العلامات التجارية الأردني" (1993)، منشورة في مجلة "حماية الملكية الفكرية" العدد 37، ص 56.

تجاه المتضرر وملتزمًا بتعويضه عما أصابه من ضرر، ويكون للمتضرر وحده حق المطالبة بالتعويض، ويعتبر هذا الحق مدنياً خالصاً له .

وقد تكون المسؤولية مسؤولة عقدية وقد تكون مسؤولية تقصيرية تترتب على عدم تنفيذ الالتزام الناشئ عن العقد على الوجه المتفق عليه في حين أنّ المسؤولية التقصيرية تقوم على التزام قانوني مصدره نص القانون بحيث يقع على عاتق المسؤول التزام بتعويض المضرور دون وجود علاقة عقدية بينهما.

أمّا مسؤولية المعتدي على العلامة التجارية في القانون المدني هي مسؤولية تقصيرية تتجسد في الفعل الضار والضرر والعلاقة السببية بينهما⁽¹⁾، وليست عقدية تتمثل في حصول اتفاق بين تاجرين على تنظيم المنافسة المشروعة أو عدم المنافسة ففي حال حصول اختلاف في الاتفاق فهنا تقوم مسؤولية عقدية ليس على أساس أنّها فعل منافسة غير مشروعة بل إنّها منافسة ممنوعة⁽²⁾.

وقد استخدم المشرع الأردني عبارة كل إضرار دون إسناد الضرر إلى خطأ - ومثل هذا المسلك يقود إلى ترتيب المسؤولية المدنية بمجرد حدوث الضرر، سواء أكان الفعل مشروعاً أم غير مشروع، إلا أنّ المشرع الأردني لم يقصر إقامة المسؤولية عن الضرر دون تمييز بين ضرر سببه فعل مشروع وآخر خاطئ؛ لأن الضرر المترتب على سبب مشروع لا مسؤولية عليه، وما يؤيد ذلك نص

(1) تقابل نص المادة (163) من القانون المدني المصري ونص المادة (256) من القانون المدني الأردني والتي تنص على أنه: "خطأ سبب ضرراً للغير يلزم من ارتكبه بالتعويض" حيث يلزم توافر ثلاثة أركان للمسؤولية التقصيرية: الخطأ والضرر والعلاقة السببية .

(2) الخشروم، عبدالله. الحق في التعويض الناشئ عن التعدي كوجه من وجوه الحماية المدنية للعلامة التجارية - دراسة في التشريع الأردني - من خلال الدخول إلى الرابط الإلكتروني على شبكة المعلومات الدولية "الانترنت" (<http://www.lawjo.net>)، تاريخ الدخول 2011/3/10. وإيضاً وفقاً لما تقتضيه نص المادة 286 من القانون المدني الأردني: "إذا لم يتيسر للمحكمة أن تعين مدى الضمان تعييناً نهائياً فلها أن تحتفظ للمتضرر بالحق في أن يطالب خلال مدة معينة بإعادة النظر في التقدير".

المادة (61) من القانون المدني الأردني على أنه: " الجواز الشرعي ينافي الضمان، فمن استعمل حقه استعمالاً مشروعاً لا يضمن ما ينشأ عن ذلك من ضرر⁽¹⁾ .

ويقصد بالضمان الحاصل في المادة (256) من القانون المدني الأردني جبر الضرر الواقع عن فعل أو عمل يُجرّمه أو يُجرّمه القانون سواء أكان هذا الفعل بصورة صريحة أو ضمنية وذلك بالقيام بالتعويض المادي أو المعنوي، وذلك حسب نص المادة (1/267) من القانون المدني الأردني والتي تنص: " يتناول حق الضمان الضرر الأدبي كذلك. فكل تعد على الغير في حريته أو في عرضه أو في شرفه أو في سمعته أو في مركزه الاجتماعي أو في اعتباره المالي يجعل المعتدي مسؤولاً عن الضمان"، كما أنّ التعويض للمضرور يكون عمّا لحقه من خسارة دون ما فاتته من كسب وإذا لم يتم تحديد الضمان في نص العقد فيكون التقدير للمحكمة وذلك حسب نص المادة (363) من القانون المدني الأردني والذي يتضمن: " إذا لم يكن الضمان مقدراً في القانون أو في العقد فالمحكمة تقدره بما يساوي الضرر الواقع فعلاً حين وقوعه"، وإذا كانت المحكمة غير متمكنة من تقدير قيمة التعويض للشخص المتضرر من ذلك الحق في طلب إعادة التقدير خلال مدة معينة وتُلزم قواعد المسؤولية في القانون الأردني كل شخص حتى ولو كان غير مميّز بضمان الضرر والمقصود بعدم التمييز أي كل شخص لم يبلغ سن الرشد وهو في القانون الأردني ثمانية عشرة سنة شمسية كاملة أو كان الشخص مجنون أو غير مدرك بما يجري حوله .

وكما أنّه لا بد من أن تقوم العلاقة السببية بين الفعل الضار والمتمثل بواقعة التعدي على العلامة التجارية المسجلة أو غير المسجلة والمُتمثلة بالتزوير أو بالتقليد أو باستعمال العلامة

(1) سلطان، أنور. مرجع سابق. ص 305 وما بعدها، العامري، سعدون. مرجع سابق. 53 وما بعدها.

التجارية دون موافقة صاحبها والضرر الواقع عليها و بالتالي لا بد من إثبات هذه الواقعة حتى يتم التعويض عن هذا الضرر وذلك حسب المسؤولية التقصيرية في القانون المدني الأردني .
وكما أنه لا يشترط تسجيل العلامة التجارية في المملكة الأردنية الهاشمية حتى تتمتع بالحماية المدنية لأنه يمكن المطالبة بالتعويض عن التعدي الواقع عليها استناداً إلى نص المادة 256 من القانون المدني الأردني.

وكما أضيفت الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة إذا كانت تتعلق بالاسم الشخصي أو الاسم التجاري أو العنوان التجاري وذلك إذا كانت العلامة التجارية تتألف من أحدها بحيث استخدمها الغير لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن غيرها فهنا استثناءً تقوم الحماية المدنية للعلامة التجارية حتى ولو لم يتم تسجيلها وذلك حسب نص المادة (48) من القانون المدني الأردني والذي يقتضي بأنه: " لكل من وقع عليه اعتداء غير مشروع في حق من الحقوق الملازمة لشخصيته أن يطلب وقف هذا الاعتداء مع التعويض عما يكون قد لحقه من ضرر".

وكذلك نص المادة (49) من القانون المدني الأردني والتي تقتضي بأنه: " لكل من نازعه الغير في استعمال اسمه أو لقبه أو كليهما بلا مبرر ومن انتحل الغير اسمه أو لقبه أو كليهما دون حق أن يطلب وقف هذا الاعتداء مع التعويض عما يكون قد لحقه من ضرر".
و يُستفاد مما سبق بأنّ الاعتداء على الاسم الشخصي لصاحب العلامة التجارية أو لقبه بكونهما من الحقوق الشخصية المُلصقة للإنسان ولا يُسمح بحصول أي تعدي عليها وإن جرى وحصل اعتداء فإنّ ذلك يستوجب وقف الاعتداء مع التعويض المادي والمعنوي⁽¹⁾.

(1) الملكاوي ، منار نزار . مرجع سابق. ص 185- 186.

وكما نصت المادة (35) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم(33) لسنة1952 وتعديلاته:
 "لا يمنع التسجيل الجاري بمقتضى هذا القانون أي شخص من استعمال اسمه الخاص أو اسم
 محل عمله أو اسم أحد أسلافه في العمل استعمالاً حقيقياً أو من استعمال أي وصف حقيقي
 لبضائعه من حيث النوع والصنف".

هذا بالنسبة للاسم التجاري والعنوان التجاري اللذان إذا اختارهما شخص لا يملكهما لتمييز
 بضائعه أو خدماته أو منتجاته فهنا تقوم الحماية المدنية للعلامة التجارية حتى ولو كانت غير
 مسجلة .

والإضرار في القانون المدني الأردني وفقاً لنص المادة (257) قد يكون بالمباشرة أو بالتسبب
 حيث يتحمل المباشر تعويض الأضرار التي يسببها للغير دون الاعتداد فيما إذا كان فعله خطأ،
 وأما المتسبب فيشترط فيه التعدي أو التعمد، أو أن يكون فعله مفضياً إلى الضرر⁽¹⁾.

(1) الخشروم، عبدالله. الحق في التعويض الناشئ عن التعدي كوجه من وجوه الحماية المدنية للعلامة التجارية.مرجع سابق.ص11-12.وكذلك تنص المادة(257) من القانون المدني الأردني على أنه: "1-يكون الإضرار بالمباشرة أو التسبب. فإن كان بالمباشرة لزم الضمان ولا شرط له وإذا وقع بالتسبب فيشترط التعدي أو التعمد أو ان يكون الفعل مفضياً إلى الضرر".

الفصل الرابع

الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً لقانون العلامات التجارية ووفقاً للأحكام التي تطبق على العلامة التجارية المشهورة

سأبحث في هذا الفصل إلى كيفية التي تتم بها الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً لقانون العلامات التجارية كمبحث أول، والحماية المدنية للعلامة التجارية المشهورة غير المسجلة وفقاً لقانون العلامات التجارية كمبحث ثاني.

المبحث الأول

مدى الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً لقانون العلامات التجارية

تقوم الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة في قانون العلامات التجارية وفقاً لنص المادة (33) منها ونصوص المواد (25،14،37) من ذات القانون ولذلك قُمت بتقسيم هذا المبحث إلى مطلبين:

المطلب الأول: مدى الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً لنص المادة (33) من قانون العلامات التجارية.

المطلب الثاني: مدى الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً لنص المادة (37،25،14) من قانون العلامات التجارية.

المطلب الأول

مدى الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً لنص المادة (33) من قانون العلامات التجارية :

تنص المادة (33) من قانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952 وتعديلاته على أنه:

" 1- لا يحق لأحد أن يقيم دعوى بطلب تعويضات عن أي تعد على علامة تجارية غير مسجلة في المملكة إلا أنه يحق له أن يتقدم إلى المسجل بطلب لإبطال علامة تجارية سجلت في المملكة من قبل شخص لا يملكها بعد أن كانت مسجلة في الخارج إذا كانت الأسباب التي يدعيها هي الأسباب الواردة في الفقرات 6 و 7 و 10 و 12 من المادة (8) من هذا القانون.

2- يجوز استئناف القرار الذي يصدره المسجل بمقتضى أحكام هذه المادة أمام محكمة العدل العليا خلال ستين يوماً من تاريخ تبليغه "

يُلاحظ مما سبق أنّ المشرع الأردني هنا قد حرم ملكية العلامة التجارية غير المسجلة من الوسيلة الوحيدة التي يمكن أن تستظل بها؛ ألا وهي الدعوى الحقوقية للمطالبة بالتعويض الناجم عن الاعتداء الواقع على تلك العلامة التجارية غير المسجلة⁽¹⁾.

ولكن هذا النص مُنتقد من حيث :

أولاً: يؤخذ على هذا النص أنه إذا كان سبب الدعوى تعدي على علامة تجارية فإنه لا يحق للشخص رفع دعوى للمطالبة بأي تعويضات، في حين إذا كان سبب الدعوى هو الفعل الضار الذي قام به المعتدي والذي رتب ضرراً على المستهلك العادي فيحق له رفع دعوى للمطالبة

(1) زين الدين، صلاح. العلامات التجارية وطنياً ودولياً. مرجع سابق، ص30. الطراونة، مصلح أحمد، زين الدين، صلاح(2009) " الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة في الأردن، دراسة تحليلية نقدية للمادة 34 من قانون العلامات التجارية الأردني"، مجلة مؤتة للبحوث والدراسات سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 24.(4).ص19.

بالتعويض الناجم عن الضرر؛ ولكنها دعوى مدنية تخضع للقواعد العامة في القانون المدني الأردني.

ثانياً: منع طلب التعويض أيّاً كان طالبه سواء مالك العلامة التجارية أو من التاجر المنافس أو من المستهلك العادي أو من أي شخص قد تضرر من جراء التعدي على العلامة التجارية غير المسجلة مملوكة لشخص معين⁽¹⁾، ويمكن للمستهلك العادي المطالبة بالتعويض الناتج عن التعدي على علامته التجارية غير المسجلة على أساس الدعوى المدنية إذا توافرت شروطها وليس المطالبة على أساس دعوى المنافسة غير المشروعة لأنّ لا يمكن أن ترفع من المستهلك العادي على التاجر المعتدي سواءً كانت العلامة التجارية مسجلة أو غير مسجلة لأنّه يجب قيام حالة منافسة بين شخصين يمارسون نفس النوع من النشاط التجاري⁽²⁾.

كما أنّ المشرع الأردني هنا قد قصد فقط مالك العلامة التجارية وليس التّجار المنافسين أو المستهلكين العاديين والعلّة من ذلك تكمن في قيامه بتسجيل علامته التجارية حتى يُحمى حقه في ملكية علامته التجارية، بحيث أنّ عدم التسجيل يحول بينه وبين حقه في علامته في حالة الاعتداء عليها، ولا يستطيع المستهلك العادي أو التاجر المنافس لا يحق له المطالبة بالتعويض عن تلك العلامة التجارية المملوكة لشخص آخر وكما أنّ هذا النص يعد استثناء على القواعد العامة في المسؤولية عن الفعل الضار لذلك يجب عدم التوسع في تفسيره⁽³⁾.

(1) زين الدين، صلاح (2010) الملكية الصناعية والتجارية. مرجع سابق. ص 174. الخشروم، عبدالله. مرجع سابق. ص 173.

(2) حمدان ، ماهر فوزي (1999) حماية العلامات التجارية. رسالة ماجستير. الجامعة الأردنية . عمّان . الأردن. ص 103 وما بعدها.

(3) كيره، حسن (1973) المدخل إلى علم القانون. منشأة المعارف. ص 44. فرج، توفيق (1981) المدخل للعلوم القانونية القاهرة. دار النهضة العربية. ط 2. ص 431-432. زين الدين، صلاح (2010) الملكية الصناعية والتجارية. مرجع سابق ص 173-174. الناهي، صلاح الدين. مرجع سابق. ص 205-206.

ثالثاً: خلت القوانين العربية الأخرى من نص يشابه أو يقابل نص هذه المادة، حيث كان موقف المشرع الأردني غريباً من ذلك، كما أنّ هذه المادة لا تتفق واتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، حيث أنّ الاتفاقية منحت الحق في طلب التعويض لمالك العلامة التجارية غير المسجلة إذا تم الاعتداء عليها بإعطاء السلطات القضائية في الدول الأعضاء بالاتفاقية الصلاحية بأن تأمر المعتدي بأن يدفع لصاحب الحق تعويضات عادلة مناسبة عن الضرر الذي لحق به بسبب التعدي على حقه في العلامة التجارية، بالإضافة إلى المصروفات التي تكبدها والتي يجوز أن تشمل أتعاب المحامي المناسبة، ويمكن للسلطة القضائية أن تأمر باسترداد الأرباح التي حققها المعتدي وذلك وفقاً للمادة (45) منها⁽¹⁾.

وكما أنّه بتاريخ 1999/2/17 انضمت المملكة الأردنية الهاشمية لمنظمة التجارة العالمية في 2000/2/24 وتم التصديق على الانضمام إليها وبما أنّ قانون العلامات التجارية المعدّل لسنة 1999 سابق على تاريخ الانضمام للمنظمة فمن المفترض أن يقوم المشرع بإدخال التعديل على نص هذه المادة وبالذات أنّ هذه الاتفاقية قد منحت الحماية المدنية للعلامة التجارية المسجلة وغير المسجلة، وأيضاً منحت صاحبها حق المطالبة بالتعويض في حال الاعتداء على تلك العلامة.

وعلى الرغم من انضمام المملكة الأردنية الهاشمية لتلك الاتفاقيات إلا أنّها لم تُدخل على هذه المادة أية تعديلات، ويكمن السؤال هنا أيهما أولى بالتطبيق نص المادة (33) من قانون العلامات التجارية أم الاتفاقيات الدولية، وكما هو معروف بأنّ الاتفاقية تسمو على القانون، وأيضاً هل نطبق القاعدة القانونية التي تقول بأنّ اللاحق ينسخ السابق؟

(1) الخشروم، عبدالله. مرجع سابق، تاريخ الدخول 2011/3/10.

وبما أنّ المعاهدة تُعد جزءاً من التشريع الداخلي فإنّها بالتالي تنسخ نسخاً ضمناً ما يتعارض معها من نصوص قانونية سابقة .

وكما أنّ نص المادة (24) من القانون المدني الأردني ينص على أنّه : " لا تسري أحكام المواد السابقة إذا وجد نص في قانون خاص أو معاهدة دولية نافذة في المملكة الأردنية الهاشمية يتعارض معها".

ومفاد ذلك هو إعلاء أحكام المعاهدة الدولية على أحكام التشريع السابق واللاحق على نفاذ المعاهدة، ومن الملاحظ أنّ النص المذكور في المادة (24) ينصرف حكمه على الأقل على معالجة تعارض المعاهدة مع القانون اللاحق عليها أما تعارض المعاهدة مع التشريع السابق فتتكفل به قاعدة (اللاحق ينسخ السابق).⁽¹⁾

رابعاً : منع طلب التعويض بأي صورة من صور التعدي على العلامة التجارية غير المسجلة في المملكة سواء كان تزويراً أو تقليداً لها أو استعمالها بدون وجه حق أو غير ذلك⁽²⁾.

والحكم في نص هذه المادة لا يختلف عن الحكم حتى قبل تعديلها وتبرير ذلك هو قيام مالك العلامة التجارية فوراً بتسجيلها لدى وزارة الصناعة والتجارة من أجل الاحتفاظ بحقه وقيام الحماية القانونية لعلامته ورغم ذلك تبقى الغاية غير مسوغة لأنّ المشرع الأردني قد منع مالك العلامة

(1) سرحان، عبد العزيز (1987) الإطار القانوني لحقوق الإنسان في القانون الدولي. القاهرة. دار النهضة العربية. ط1 ص55-56. عبدالله، عز الدين (1986) القانون الدولي الخاص. الجزء الأول في الجنسية والمواطن. مطابع الهيئة المصرية العامة. ط11. ص73-77. رياض، فؤاد عبد المنعم (1994) الجنسية ومراكز الأجانب. دار النهضة العربية. ص28-35.

(2) الطراونة، مصلح أحمد، زين الدين، صلاح. مرجع سابق. ص15. طيبشيات، بسام مصطفى. مرجع سابق. ص151.

التجارية غير المسجلة من أبسط أنواع الحماية المدنية لها، وهذا النص لا يستند إلى العقل والمنطق فبالتالي ينبغي عدم التوسع في تفسيره والقياس عليه⁽¹⁾.

وبهذا يكون المشرع الأردني قد منح الحق للمطالبة بالتعويض الناتج عن التعدي على العلامة التجارية المسجلة فقط وبقيت العلامة التجارية غير المسجلة في سجل العلامات التجارية خارج كيان الحماية المدنية والتي تتمثل بالتعويض.

المطلب الثاني

مدى الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً لنص المادة (37،25،14) من قانون العلامات التجارية

هنالك عدد من النصوص في قانون العلامات التجارية رقم(34) لسنة 1999 قد وفرت الحماية المدنية لها على الرغم من عدم تسجيلها وقمت بتقسيمها إلى عدد من الفروع وهي كالتالي:

الفرع الأول: مدى الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً لنص المادة(1/14) من قانون العلامات التجارية.

الفرع الثاني: مدى الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً لنص المادة(5/24) من قانون العلامات التجارية.

الفرع الثالث: مدى الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً لنص المادة(36) من قانون العلامات التجارية.

(1). الخشروم، عبدالله(2005) الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية. دار وائل للنشر والتوزيع. ط.1. ص.175. زين الدين، صلاح. العلامات التجارية وطنياً ودولياً. مرجع سابق. ص.245.

الفرع الأول: مدى الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً لنص المادة (1/14)

من قانون العلامات التجارية:

تنص المادة 1/14 من قانون العلامات التجارية على أنه:

"1- يجوز لأي شخص أن يعترض لدى المسجل على تسجيل أية علامة تجارية خلال ثلاثة أشهر من تاريخ نشر اعلان تقديم الطلب لتسجيلها أو خلال أية مدة أخرى تعين لهذا الغرض..".
يتبين مما سبق أنّ المشرع الأردني قد سمح لأي شخص الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية لدى مسجل العلامات التجارية في وزارة الصناعة والتجارة وذلك خلال ثلاثة أشهر من تاريخ تسجيلها، وبناءً على ذلك فإنه يحق لمالك العلامة التجارية غير المسجلة أو أي شخص حتى ولو لم يكن له مصلحة شخصية مباشرة في الاعتراض على تسجيل تلك العلامة التجارية التي تطابق أو تشابه علامته التجارية المستعملة في المملكة ولو لم يتم بتسجيلها، إذا كان هذا التشابه أو التطابق يؤدي إلى تضليل جمهور المستهلكين وإيقاعهم بالغش، وهذا يخص بالذات مالك العلامة التجارية المشهورة والمستعملة وغير المسجلة في المملكة الأردنية الهاشمية، فبالتالي قد أعطى المشرع الحماية المدنية هنا للعلامة التجارية غير المسجلة في المملكة الأردنية الهاشمية.

وعلى ذلك قضت محكمة العدل العليا الأردنية في قرارها :

" إنَّ اجتهاد محكمة العدل العليا قد استقر على أنه لا يشترط في الاعتراض الذي يقدم بمقتضى

المادة 14 من قانون العلامات التجارية أن يكون لمقدمه مصلحة شخصية مباشرة في رفض

طلب التسجيل وإنما يجوز لأي شخص من الجمهور أن يعترض على طلب تسجيل أية علامة تجارية وذلك حتى لا يؤدي تسجيلها إلى غش الجمهور".⁽¹⁾

وكما قضت أيضاً في قرارها :

" أجازت المادة (1 /14) من قانون العلامات التجارية لأي شخص أن يعترض لدى المسجل على تسجيل أية علامة تجارية خلال ثلاثة أشهر من تاريخ نشر إعلان تقديم الطلب لتسجيلها أو خلال أيّة مدة أخرى تُعين لهذا الغرض ولا يشترط تحقق مصلحة شخصية لدى المعارض إذ أنّ في هذا الإجراء مصلحة عامة تتجلى في حماية المجتمع من الغش وأن تقديم الاعتراض خلال الثلاثة أشهر يجعله مقبولاً شكلاً"⁽²⁾.

" يجوز لأي شخص أن يعترض لدى مسجل العلامات التجارية على طلب تسجيل أية علامة تجارية دون أن يكون للمعارض مصلحة شخصية مباشرة في رفض طلب التسجيل، ومرد ذلك أنه يباح لكل شخص من الجمهور أن يعترض على طلب التسجيل تحقيقاً لمنع الغش"⁽³⁾.

الفرع الثاني: مدى الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً لنص المادة(5/24)من قانون العلامات التجارية:

تنص المادة 5/24 من قانون العلامات التجارية الأردني على:

" أنّ كل طلب يقدم لحذف علامة تجارية من السجل بسبب عدم وجود ما يسوغ تسجيلها بمقتضى أحكام المواد 6 أو 7 أو 8 من هذا القانون أو بسبب أنّ تسجيل تلك العلامة تنشأ عنه

(1) محكمة العدل العليا قرار رقم 73/40 لسنة 1973. هيئة خماسية. مجلة نقابة المحامين الأردنيين. ص 1205.

(2) محكمة العدل العليا قرار رقم 97/241 لسنة 1998. هيئة خماسية. مجلة نقابة المحامين الأردنيين. 98/11/24 منشورات مركز عدالة.

(3) تنص المادة السادسة من قانون العلامات التجارية رقم(33) لسنة 1952 وتعديلاته: " 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 أو البضائع التي يتاجر أو التي ينوي الاتجار بها يمكنه أن يطلب تسجيل تلك العلامة وفقاً لأحكام هذا القانون ".

منافسة غير عادلة بالنسبة لحقوق الطالب في المملكة الأردنية الهاشمية يجب أن يقدم خلال خمس سنوات من تسجيل تلك العلامة".

منح المشرع الأردني بموجب هذه المادة لمالك العلامة التجارية الحق في طلب حذف (ترقين) العلامة التجارية المسجلة والتي تشابه أو تطابق علامته التجارية غير المسجلة والمستعملة لنفس الصنف من البضائع⁽¹⁾ وذلك بالاستناد إلى الحالات الواردة في كل من المادة 6 و7 و8 من قانون العلامات التجارية، أو بالاستناد إلى حق مالك العلامة التجارية بأن يقوم بالدفاع وحماية علامته التجارية غير المسجلة بالاستناد إلى أي سبب من أسباب المنافسة غير المشروعة، وذلك خلال مدة الخمس سنوات التالية لتاريخ تسجيل العلامة التجارية في سجل العلامات التجارية وإلا فإنَّ مالك العلامة التجارية يفقد حقه في طلب الترقين وذلك وفقاً لما قضت به محكمة العدل العليا الأردنية في قرارها رقم 73/41 والذي ينص على أنه: "إذا قدم طلب ترقين للعلامة التجارية بعد مضي خمس السنوات على تسجيلها فإنَّ هذا الطلب لا يقبل عملاً للفقرة الخامسة من المادة (25) من قانون العلامات التجارية".

وتعتبر هذه المدة مدة تقادم يبدأ سريانها من تاريخ التسجيل الفعلي للعلامة التجارية وليس من تاريخ تقديم طلب تسجيل العلامة، بمعنى أنَّ مدة التقادم هذه تبدأ من تاريخ نشوء الحق في إقامة الدعوى، وأعطى المشرع لمالك العلامة التجارية مدة كافية وطويلة من أجل تقديم طلب الترقين إذا فاتته تقديم لعلامته التجارية غير المسجلة بحيث له أن يطلب حذفها وذلك خلال مدة الخمس سنوات.

(1) الملكاوي، منار نزار (2001) الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل القانونين الأردني والمصري والاتفاقيات الدولية المعاصرة. معهد الدراسات والبحوث العلمية. قسم الدراسات القانونية. القاهرة. رسالة ماجستير غير منشورة، ص 185-186 .

وكما أنه يجب أن يكون لمالك العلامة التجارية مصلحة عند تقديم طلب ترقيين (حذف) العلامة التجارية، ويعد أصحاب المصلحة الذين يحق لهم طلب الترقين للعلامة التجارية هم مالك العلامة التجارية المشابهة والمسجلة أو أن يكون طالب تسجيل علامة مشابهة لعلامة مسجلة في حال رفض طلب تسجيل علامة الطالب ومستعمل العلامة التجارية السابقة على تسجيل العلامة التجارية المطلوب حذفها وترقيتها.

وكما قضت بترقيين العلامة التجارية التي تكون مسجلة باسم شخص آخر، وذلك في قرار لمحكمة العدل العليا ينص على أنه: " لمستعمل العلامة التجارية السابقة الذي أصبحت العلامة مميزة لبضائعه الحق في ترقيين العلامة التجارية المسجلة باسم شخص آخر إذا توفرت الشروط التالية:

- 1- إذا ثبت أن هنالك تشابها بين العلامتين من شأنه أن يؤدي إلى غش الجمهور.
 - 2- إذا كان استعمال العلامة الأولى سابقاً لتاريخ وتسجيل العلامة المطلوب حذفها .
 - 3- إذا لم يمر على تسجيل العلامة التجارية مدة خمس سنوات ⁽¹⁾.
- وذلك بالمقارنة مع المادة 1/14 من قانون العلامات التجارية والتي لا تتطلب وجود مصلحة .

(1) محكمة العدل العليا قرار رقم 76/73 لسنة 1976. مجلة نقابة المحامين الأردنيين. عدد 11. ص 1617. وكذلك القرار رقم 94/79 لسنة 1995، مجلة نقابة المحامين. ص 67.

الفرع الثالث: الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً لنص المادة (36) من قانون

العلامات التجارية:

تنص المادة (36) على أنه: "ليس في أحكام هذا القانون ما يؤثر في حق إقامة الدعوى على أي شخص بسبب تصرفه بضائع باعتبارها تخص شخصاً آخر أو في تأمين حقوق صاحب البضاعة".

تعد هذه المادة استثناء على نص المادة 33 من قانون العلامات التجارية، حيث يحتوي نص المادة الأخيرة (33) قاعدة عامة مضمونها عدم طلب التعويض عن التعدي على علامة تجارية غير مسجلة في المملكة الأردنية الهاشمية، ولكن منح المشرع في نص المادة 36 من قانون العلامات التجارية لمالك العلامة التجارية غير المسجلة الحق في رفع دعوى و المقصود بالدعوى هي دعوى وقف التعدي عن تلك العلامة التجارية غير المسجلة ومطالبته بوقف استمراره عن أعماله وليس المطالبة بالتعويض المادي والذي يتعارض مع نص المادة 33 من قانون العلامات التجارية، وذلك بقيام مالكيها (المدعي) برفع دعوى على (المدعى عليه) المستعمل تلك العلامة من دون أي وجه حق وذلك بسبب استمراره في تصرف بضائع تعتبر ملكاً لشخص آخر أو قد يكون قاصداً الإضرار بالسمعة التجارية لذلك التاجر (مالك العلامة التجارية غير المسجلة) أو بمصالحه، أو عند قيامه باستغلال الثقة الممنوحة له من الجمهور لتاجر آخر وذلك من خلال استعمال علامته التجارية بهدف تصرف بضائعه على أساس أنها بضائع ذلك التاجر صاحب الثقة، أو قيام شخص ببيع بضاعة أو ممارسة أعمال تحت اسم أو علامة أو غير ذلك مما يضلل الجمهور ويحمله على الاعتقاد بأن البضاعة أو الأعمال المذكورة تعود لشخص غيره، وفي هذه الحالة يكون للشخص الأخير الحق في مطالبة الشخص المموه بالأضرار أو أداء الحساب عن

أعماله كما يكون له الحق في استصدار أمر قضائي يمنعه عن الاستمرار في أعماله التمويهية⁽¹⁾، ولم يشهد القضاء الأردني حالة عملية لتطبيق أحكامه على نص هذه المادة التي تشكل حماية مدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وذلك من خلال وقف التعدي عليها وتوفير التعويض لمالكها، إلا أنَّ القضاء الأردني تهاون في تطبيقها على الرغم من كونها ركيزة قانونية يُأخذ بها، ولكن لا يوجد مانع من تطبيق نص هذه المادة لكونها لا تتعارض مع القاعدة العامة في المادة 33 من قانون العلامات التجارية وكان الأولى بالمشرع الأردني تطبيقها والعمل بها لأن أعمال النص أولى من إهماله وعند قيام المدعي برفع دعوى وقف التعدي على علامته التجارية غير المسجلة يجب توافر ثلاثة شروط:

1- توافر الثقة التجارية للمدعي :

تقوم التجارة على أساس الثقة والائتمان بين التجار، ولما كان القانون يحرص على دعم الثقة والائتمان فإنَّ حماية الثقة التجارية بواسطة القضاء الأردني لن تكون غريبة عن المناخ العام الذي يتسم به قانون التجارة، فقيام تاجر بوضع علامة تجارية على بضائع ذات درجة أدنى من تلك المخصصة لوضع العلامة عليها يشكل إخلالاً ومساساً مباشراً بثقة التاجر صاحب تلك العلامة، ويُبرر قيام القضاء بحماية هذه الثقة التي يقوم عليها قانون التجارة في الأساس، أمّا إذا انعدمت هذه الثقة بأن أشهر إفلاس ذلك التاجر مثلاً، فلا يجوز له رفع الدعوى للمطالبة بالتعويض عن التعدي على علامته التجارية⁽²⁾.

(1) حمدان، ماهر فوزي. مرجع سابق. ص 119.

(2) حمدان، ماهر فوزي. مرجع سابق. ص 122. مع الأخذ بعين الاعتبار نص المادة 3/327 من قانون التجارة الأردني رقم (12) لسنة 1966 والذي يتضمن: "ولا يمكنه أن يتعاقد ولا ان يخاصم أمام القضاء إلا بصفة متدخل في الدعاوي التي يقيمها وكلاء التقليسة" وكذلك نص المادة 4/327 من ذات القانون والذي يتضمن: "على انه يستطيع القيام بجميع العمال الاحتياطية لصيانة حقوقه".

2- وجود مزاعم أو ادعاءات كاذبة من المدعى عليه فيما يتعلق بالبضائع أو الخدمات المقدمة

من قبله :

وذلك باستعمال تاجر علامة تجارية تُعد ملكاً لتاجر آخر ألا وهو مالك العلامة التجارية غير المسجلة المُعتدى عليها، وكما أنَّه من باب اختلاق الوقائع والادعاءات الكاذبة تصريف التاجر لبضائعه باعتبارها تخص شخصاً آخر⁽¹⁾، ويكتفي هنا وجود المزاعم والادعاءات الكاذبة لتوافر هذا الشرط وكما أنَّ القضاء الأردني كفيل بالتحقق من وجودها، ويعاقب عليها المشرع الأردني في قانون العقوبات رقم(16) لسنة 1960 وتعديلاته في نص المادة(435) والذي يتضمن: " يعاقب بالحبس مدة لا تزيد عن سنة وبغرامة لا تزيد على مائة دينار كل من توصل بالغش لرفع أو تخفيض البضائع أو الأسهم التجارية العامة أو الخاصة المتداولة في البورصة ولا سيما بإذاعة وقائع مختلفة أو ادعاءات كاذبة ".

3- تحقق الضرر للثقة التجارية للمدعي- أو احتمال تحقق هذا الضرر-كنتيجة لمزاعم وادعاءات المدعى عليه الكاذبة :

تعتبر الثقة التجارية بين التجار هي من الأشياء المعنوية غير الملموسة و الضرر الذي يتحقق في هذا الشرط هو ضرر معنوي؛ فبالتالي إنَّ التعويض الناجم عنها هو تعويض معنوي وليس من الملزم تحقق الضرر المادي هنا وهذا ما نصت عليه (1/267) من القانون المدني الأردني رقم (43) لسنة 1976 على أنه : "يتناول حق الضمان الأديبي كذلك.فكل تعد على الغير في... أو سمعته...يجعل المعتدي مسؤولاً عن الضمان".

(1) اسماعيل،محمد حسين(1978) مرجع سابق.ص221.

وكما أنّ الضرر هنا يكون في " تصريف البضاعة"، والتصريف هنا هو التصريف الفعلي للبضاعة والمقصود من ذلك عندما يستخدم التاجر الآخر العلامة التجارية على بضائع من درجة أدنى من تلك المخصصة لوضع العلامة عليها فبالتالي هنا يقع الضرر المعنوي الذي يصيب الثقة التجارية لصاحب العلامة التجارية .

أمّا بالنسبة إلى وقوع الضرر فعلياً أو احتمال وقوعه فإنّه لا يقع إلا في حالة واحدة ألا وهي أن يكون صاحب العلامة التجارية غير المسجلة هو المنتج الوحيد لهذه البضاعة وذلك بموجب براءة اختراع أو احتكار بصورة تمنع الآخرين من إنتاجها؛ فإذا ما قام شخص بتقليد تلك البضاعة ووضع عليها العلامة التجارية المخصصة لوضعها على البضاعة الأصلية فإنّ صاحب العلامة الأصلية يكون قد لحقه ضرر محقق لا احتمالي⁽¹⁾.

المبحث الثاني

الحماية المدنية للعلامة التجارية المشهورة

تلعب العلامة دوراً متميزاً في الحياة الاقتصادية المعاصرة ويكفي للتأكيد على ذلك أنّها أول ما تنثير انتباه المستهلك عندما توضع على المنتجات، ولهذا فهي تُعد همزة وصل ما بين مالك العلامة ومستهلك البضاعة، وهي غالباً ما تكون الوسيلة الوحيدة لبناء الثقة الدائمة في بضائع المنتج. واليوم نرى أنّ عدة مشاريع اقتصادية تسعى في سبيل ترويج بضاعتها ومنتجاتها على وسيلة الإغراء، بحيث لن تقوم لها قائمة دون علامة متميزة في ذاتها تتمكن من خلالها المؤسسة الاقتصادية من جلب أكبر عدد ممكن من المستهلكين، وبذلك تكون العلامة قد ساهمت بقسط وافر في زيادة المبيعات وبالتالي تسريع الإنتاج في المؤسسة صاحبة تلك العلامة، والعلامة

(1) حمدان، ماهر فوزي، مرجع سابق، ص 123-125.

المشهوره تُعد من بين تلك العلامات التي تمكّن المستهلك من التعرف على مصدر السلع أو المنتجات، وكثيراً ما تكون هذه العلامة إما تسمية أو صورة أو حرف أو ألوان أو شكلاً مجسماً لسلعة ما، ولهذا فإن الرابطة بين المنتج والمستهلك يتمثل في الثقة التي يضعها المستهلك في العلامة لأنّ العادة تولد الثقة، والعلامة المشهورة هي تلك العلامة التي يعرفها عدد كبير من الجمهور والتي تتمتع بسمعة طيبة وتسمّى هذه العلامة أيضاً بالعلامة ذات الشهرة الكبيرة والعلامة ذات الشهرة العالية⁽¹⁾.

والعلامة التجارية المشهورة⁽²⁾ هي ليست سوى علامة عادية⁽³⁾ ثم أخذت تعرف في الأسواق بصورة أضحت معها معلومة لمعظم المهتمين في عالم الصناعة والمرتبطة بمنتجات أو بضائع أو خدمات ذات جودة مميزة من مصدر محدد⁽⁴⁾، والتي يتم التعرف على مدى شهرتها من خلال جملة من العوامل منها الصفة الفارقة، ومدى معرفة الجمهور وثقتهم بها، والجودة التي بلغتها البضائع التي تحمل العلامة، وبالتالي عندما تتمتع علامة تجارية بمثل هذه الصفات فهي عرضة للإستعمال والتعدي من قبل الغير لكون أنّ معظمها علامات تجارية غير مسجلة⁽⁵⁾. بدأت الحماية الدولية للعلامة التجارية المشهورة في وقت مبكر حيث فرضت نفسها بقوة على

(1) محبوبي، محمد. مرجع سابق. ص152.

(2) P S Sangal and K Ponnuswami Intellectual Property Law, Delhi, India 1994 P.138 and 147.

(3) إذ قد تصبح أي علامة عادية مشهورة، مع الأخذ في الإعتبار بأنّ الشهرة " لا تأتي من فراغ، بل تحتاج إلى كثرة استعمال ودعاية وإعلان، ومن ثمّ سعة انتشارها، وبالتالي معرفة عالية بالعلامة، بعد جهد ومال ووقت يتكبده صاحبها في سبيل ذلك.

(4) Material in Intellectual Property, WIPO, Geneva. 1988, p181 Background Reading see also Alexander Reuter, International Marketing and advertising and Conflict of Laws: Germany as Example, The Trademarks Reporter (TMR), Vol. 79, 1989, p. 698.

(5) Heinz Dawid "Past and present Development in the International Law of Trademark. Brooklyn J. International Law. Vol. 2. 1875. P. 76

الإتفاقيات الدولية ⁽²⁾ منذ إبرام اتفاقية باريس الخاصة بحماية الملكية الصناعية والتجارية في 1883/3/20، ومعاهدة مدريد الخاصة بالتسجيل الدولي للعلامات التجارية والصناعية بتاريخ 1891/4/14⁽¹⁾، واتفاق الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية لعام 1994 (تريس) وهي فرضت نفسها بذات القوة على القوانين الوطنية ومن المعروف بأنَّ العلامات التجارية تخضع لقانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952 وتعديلاته، ونظام العلامات التجارية رقم (1) لسنة 1952 وتعديلاته، وقانون علامات البضائع لسنة 1953.

ولغرض تسليط الضوء على هذا الموضوع سوف نقسم هذا المبحث إلى مطلبين:

المطلب الأول: التعريف بالعلامة التجارية المشهورة.

المطلب الثاني: نطاق حماية العلامة التجارية المشهورة.

المطلب الأول

التعريف بالعلامة التجارية المشهورة

عرفت المادة الثانية من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (34) لسنة 1999 العلامة التجارية المشهورة بأنها: " العلامة التجارية ذات الشهرة العالمية التي تجاوزت شهرتها البلد الأصلي الذي سجلت فيه، واكتسب شهرة في القطاع المعني من الجمهور في المملكة الأردنية الهاشمية ".

(1) Heinz Dawid "Past and present Development in the International Law of Trademark. Brooklyn J. International Law. Vol.2.1875.P.76.

(2) زين الدين، صلاح. مرجع سابق ص 167.

وكما أنّ التعريف السابق للعلامة التجارية المشهورة يقابل نفس تعريف المادة الثانية من اتفاقية باريس .

و يُستنتج من التعريف السابق بأنّه يوجد معياران للقول بأنّ هذه العلامة التجارية مشهورة حتى تتمتع بالحماية القانونية اللازمة لها وهما:

1- أن تكون العلامة التجارية ذات شهرة عالمية تجاوزت شهرتها البلد الأصلي الذي سجلت فيه.

2- أن تكون العلامة التجارية قد اكتسبت (شهرة) في القطاع المعني من الجمهور في المملكة الأردنية الهاشمية .

وكما أنّ تعريف المشرع الأردني للعلامة المشهورة هو تعريف ينقصه الدقة ويكتنفه الغموض وبه لم يحدد المشرع الأردني ماهية الشهرة والمعيار الذي يمكن الاعتماد عليه لمعرفة أنّ شهرة العلامة التجارية قد أصبحت عالمية، ولم يحدد لنا المقصود بالبلد الأصلي الذي سجلت فيه العلامة، ولم يحدد لنا المقصود بالقطاع المعني من الجمهور في المملكة الأردنية الهاشمية وأنّ هذا الغموض قد انسحب أثره على القضاء بدوره فتعارضت أحكامه في هذه المسائل في أكثر من حكم⁽¹⁾.

ولكنّ المشرع الأردني قد أحسن صنعاَ عندما ربط حماية العلامة المشهورة بوجوب اكتسابها للشهرة لدى قطاع الجمهور المعني في المملكة الأردنية الهاشمية، ولم يجعل مجرد شهرتها في الخارج سبباً لحمايتها في أرض المملكة هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإنّه حاول التكيف مع

(1) الخشروم، عبد الله. مرجع سابق. ص193. زين الدين، صلاح. العلامات التجارية وطنياً ودولياً. مرجع سابق. ص.169-170.

المادة (2/6) من اتفاقية باريس، والمادة (16) من اتفاقية تريس، وهذا كان من أحد المسائل التي سهلت الطريق أمام المملكة لقبول عضويتها في منظمة التجارة العالمية (WTO) (1).

وهناك قرارات لمحكمة العدل العليا الأردنية بخصوص ذلك على النحو التالي :

" يجوز لأي شخص أن يقدم اعتراضاً على تسجيل علامة تجارية ولو لم تكن له مصلحة شخصية مباشرة بقصد الدفاع عن جمهور المستهلكين، كما أنه لا يوجد في قانون العلامات التجارية أي نص يشترط للاعتراض على علامة تجارية مطلوب تسجيلها في المملكة أن يكون لمقدم الاعتراض علامة مسجلة في الأردن " (2).

" يحق لصاحب علامة تجارية مسجلة في الخارج ومستعملة في الأردن ومعروفه فيه أن يعترض على تسجيل علامة مطابقة لعلامته في الأردن إذا كان من شأنه هذا التسجيل أن يؤدي إلى غش الجمهور أو تشجيع المنافسة غير المحقة " (3).

" لمستعمل العلامة التجارية...الحق في طلب ترقيين العلامة التجارية المسجلة باسم شخص آخر إذا ثبت أنّ هناك تشابهاً بين العلامتين من شأنه أن يؤدي إلى غش الجمهور وكان استعمال العلامة الأولى سابقاً لتاريخ تسجيل العلامة المطلوب حذفها ولم يمض على تسجيل العلامة المطلوب ترقيتها مدة خمس سنوات... " (4).

وكما أنّ هناك عدة معايير يمكن الاستدلال بها لبيان مدى شهرة العلامة التجارية وهي كالتالي:

(1) طبيشات، بسام مصطفى. مرجع سابق. ص 212. زين الدين، صلاح. العلامات التجارية وطنياً ودولياً. مرجع سابق. ص 170.

(2) قرار لمحكمة العدل العليا رقم 99/366 لسنة 2000. منشورات مركز عدالة.

(3) قرار لمحكمة العدل العليا رقم 88/171 لسنة 1989. منشورات مركز عدالة.

(4) قرار لمحكمة العدل العليا رقم 99/454 لسنة 2000، منشورات مركز عدالة .

- درجة معرفة أو تمييز القطاع المعني من الجمهور للعلامة.
- مدة ومدى استعمال العلامة والمدى الجغرافي لهذا الاستعمال.
- قيمة العلامة التجارية في السوق .
- الحالات التي تم إنفاذ الحقوق المتصلة بالعلامة سيما الحالات التي تم فيها تمييز العلامة كعلامة مشهورة من قبل الجهات المعنية، والتسجيل مثلاً، وجود قرارات قضائية تم فيها الاعتراف بأنَّ العلامة مشهورة.
- مدة وعدد التسجيلات المتعلقة بالعلامة أو عدد طلبات التسجيل وذلك للحد الذي يعكس هذا كله استعمال العلامة أو الاعتراف بها.
- مدى القيمة المالية للعلامة التجارية.
- مدة ومدى الاستعمال والمدى الجغرافي لترويج العلامة بما في ذلك تقديم الخدمات أو المنتجات المرتبطة بها للجمهور والإعلان عنها في المعارض المختلفة.
- وكما أنَّ هنالك معايير أخرى كالمعيار الموضوعي والمعيار الشخصي والمعيار المكاني:

- المعيار الموضوعي :

من خلال هذا المعيار ينظر إلى العلامة التجارية في حد ذاتها، ومدى الشهرة التي حققتها من خلال تخطيها لحدود الإقليم الذي تم تسجيلها فيه، وصيرورتها معروفة على صعيد السوق الدولي وذلك نتيجة لاستخدامها على منتجات أو خدمات معينة الأمر الذي يوحى بالثقة والخبرة في القائمين على استخدام هذه العلامة، بالإضافة إلى حجم الدعاية و الإعلان الذي يتم بمقتضاه الترويج لهذه العلامة في السوق الدولية ومدى نجاح هذا الأمر في تحقيق الانتشار لهذه العلامة، الأمر الذي يترتب عليه زيادة حجم توزيع السلع والخدمات التي تحمل هذه العلامة بشكل يفوق

بكثير العلامات التجارية الأخرى المنافسة، الأمر الذي يحقق لهذه العلامة في النهاية الشهرة التي تجعلها جديرة بأن يطلق عليها (علامة مشهورة)⁽¹⁾.

- المعيار الشخصي :

يقوم هذا المعيار على أساس مدى معرفة الجمهور بالعلامة التجارية المشهورة.

تقتضي المادة (2/16) من اتفاقية ترس على أن الدول الأعضاء بها عند تقديرهم شهرة علامة تجارية عليهم الأخذ بعين الاعتبار مدى معرفة القطاع المعني من الجمهور بشهرتها، وكما بينت المادة (2/2) من التوصية المذكورة أعلاه للقطاع المعني من الجمهور فهو يشمل على سبيل المثال لا الحصر المستهلكين الفعليين أو المحتملين للمنتجات أو الخدمات التي ترتبط العلامة بها وكذلك الأشخاص المعنيين بتوزيع هذه المنتجات والخدمات، والأوساط التجارية التي تتعامل في هذه النوعية من المنتجات والخدمات، ومقتضى هذه التوصية التوسع في مفهوم القطاع المعني من الجمهور وبالتالي التوسع في مفهوم العلامة التجارية المشهورة⁽²⁾.

- المعيار المكاني :

يقوم هذا المعيار على أن شهرة العلامة التجارية تتحدد مكانياً بالدولة التي يطلب فيها حماية هذه العلامة، فإذا كانت هذه العلامة مشهورة فإنها تبعاً لذلك تتمتع بالحماية القانونية. تنص المادة (2/16) من اتفاقية ترس على أنه: "وعند تقرير ما إذا كانت العلامة التجارية معروفة جيداً

(1) القليوبي، سميحة. مرجع سابق. ص 565.

(2) الصغير، حسام الدين (2004) الجديد في العلامات التجارية في ضوء قانون حماية حقوق الملكية الفكرية الجديد واتفاقية الترس. دار الفكر العربي. الإسكندرية. ص 73. قرمان، عبدالرحمن السيد. مرجع سابق. ص 53-

55. سميحة، القليوبي. مرجع سابق. ص 566.

تتراعي البلدان الأعضاء مدى معرفة العلامة التجارية في قطاع الجمهور المعني بما في ذلك معرفتها في البلد العضو المعني نتيجة ترويج العلامة التجارية".

ويُستنتج مما سبق أنّ تقدير شهرة العلامة يركز على مدى شهرتها في البلد العضو التي يطلب فيها حماية العلامة التجارية على أساس أنّها علامة مشهورة ولو كانت هذه الشهرة أساسها الدعاية لهذه العلامة .

المطلب الثاني

نطاق حماية العلامة التجارية المشهورة

كما أنّ العلامة التجارية المشهورة لها أثر في الحماية القانونية بالنسبة للدول التي تسجل بها، إلا أنّ قيام مالك العلامة بتسجيل علامته بغية حمايتها في الدول الأخرى حتى التي لا تستعمل فيها فبذلك دلالة على مدى سمعة العلامة وعلى مدى حرص مالكيها على توسيع نطاق حماية علامته المشهورة، وهذا ما أشارت إليه المادة (3/16) من اتفاقية ترينس التي تبين بأنّ العلامة يُفترض أن تكون مسجلة في البلد المعني المطلوبة فيه الحماية⁽¹⁾.

وتقرير ما إذا كانت العلامة مشهورة أم لا هي مسألة موضوعية تعود تقديرها لمحكمة البلد المعني، والكثير من القرارات القضائية التي صدرت في الأردن في هذا الخصوص تضمنت معايير عديدة لتقدير مدى شهرة العلامة كالتالي ذكرناها في السابق، وكما أنّ الحماية ليست فقط للعلامة التجارية بل أيضاً لحماية الجمهور من الخداع والتضليل والغش و سواء تم استعمالها على منتجات أو خدمات مماثلة أو غير مماثلة للمنتجات التي تحمل العلامة المشهورة.

(1) زين الدين، صلاح. العلامات التجارية وطنياً ودولياً. مرجع سابق. ص 172.

الفرع الأول : منع تسجيل علامة تجارية تطابق أو تشابه أو تشكل ترجمة لعلامة تجارية مشهورة :

تقتضي الفقرة الثانية عشرة من المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية بمنع تسجيل " العلامة التجارية التي تطابق أو تشابه أو تشكل ترجمة لعلامة تجارية مشهورة، وذلك لاستعمالها لتمييز بضائع مشابهة أو مماثلة للبضائع التي اشتهرت بها، ويكون من شأنها إيجاد لبس مع العلامة المشهورة أو لاستعمالها لغير هذه البضائع بشكل يحتمل أن يلحق ضرراً بمصلحة مالك العلامة التجارية المشهورة، ويوحي بصلة بينه وبين هذه البضائع، وكذلك العلامات التي تشابه أو تطابق الشارات الشرفية والأعلام والشعارات الأخرى والأسماء، أو الأسماء المختصرة الخاصة بالمنظمات الدولية أو الإقليمية، أو التي تسيء إلى قيمنا التاريخية والعربية والإسلامية"⁽¹⁾.

ويستنتج مما سبق أنّ المشرع الأردني قد منع تسجيل أي علامة تجارية تطابق أو تشابه أو تشكل ترجمة لعلامة تجارية مشهورة، ليشمل هذا المنع حالة الاستعمال على بضائع مماثلة أو مطابقة وحالة الاستعمال على بضائع غير مماثلة أو غير مطابقة على حد سواء، والتطابق المقصود به سابقاً هو التماثل الكلي⁽²⁾ والتام بين العلامة المطوب تسجيلها والعلامة المشهورة أي صورة طبق الأصل عنها، والتشابه هو ليس التطابق الكلي والفعلي بل المحاكاة والتشابه الحقيقي والجددي بين العلامتين، والترجمة هي نقل اسم العلامة التجارية المشهورة من لغة إلى أخرى وإعطائها المعنى ذاته بغض النظر عن اللغة التي تكون بها العلامة التجارية المشهورة⁽³⁾، وهذا

(1) الضمور، رناد سالم. مرجع سابق. ص58.

(2) محكمة العدل العليا قرار رقم 89/88 لسنة 1989. مجلة نقابة المحامين. ص923.

(3) زين الدين، صلاح. مرجع سابق. ص175.

أيضاً ما قضت به اتفاقية تريس والتي فرضت على الدول الأعضاء فيها عدم قبول تسجيل أية علامة تجارية تكون مطابقة أو مشابهة أو تشكل ترجمة لعلامة تجارية مشهورة.

وفقاً للنص موضوع الحديث، فإن مجرد أن تكون العلامة التجارية المطلوب تسجيلها تطابق أو تشابه أو تشكل ترجمة لعلامة تجارية مشهورة لا يكفي لمنع تسجيلها، بل لا بد أن يكون طلب تسجيل تلك العلامة قد تم لأحد أمرين:

الأول: أن تكون الغاية من العلامة التجارية المطلوب تسجيلها هي استعمالها لتمييز بضائع مشابهة أو مماثلة للبضائع التي تحمل العلامة المشهورة، وعندئذٍ لا بد أن يكون من شأن ذلك الاستعمال إيجاد لبس بين العلامة المطلوب تسجيلها والعلامة المشهورة.

الثاني: أن تكون الغاية من العلامة التجارية المطلوب تسجيلها هي استعمالها لتمييز بضائع غير مشابهة أو غير مماثلة للبضائع التي تحمل العلامة المشهورة، وعندئذٍ لا بد أن يكون من شأن ذلك الاستعمال احتمال أن يلحق ضرراً بمصلحة مالك العلامة التجارية المشهورة من جهة، وأن يوحي بوجود صلة بين هذا الأخير وتلك البضائع من جهة أخرى (1).

الفرع الثاني: منع استعمال علامة تجارية تطابق أو تشابه أو تشكل ترجمة لعلامة تجارية مشهورة:

تنص المادة (1/26/ب) من قانون العلامات التجارية (2) الأردني رقم (33) لسنة 1952 وتعديلاته: "إذا كانت العلامة التجارية المشهورة وإن لم تكن مسجلة فيحق لمالكها أن يطلب من المحكمة المختصة منع الغير من استعمالها على منتجات أو خدمات مماثلة، أو غير مماثلة شريطة أن

(1) الضمور، رناد سالم، مرجع سابق، ص 135.

(2) تمت إضافة هذه الفقرة إلى المادة 26 من قانون العلامات التجارية الأردني لسنة 1953 بموجب المادة 11 من القانون المعدل لقانون العلامات التجارية رقم 34 لسنة 1999.

يدل الاستعمال لهذه العلامة على صلة بين تلك المنتجات أو الخدمات وبين العلامة المشهورة، واحتمال أن تتضرر مصالح صاحب هذه العلامة نتيجة هذا الاستعمال ويفترض احتمال حدوث لبس في حالة استعمال علامة تجارية مشهورة مطابقة على منتجات مماثلة".

يقتضي نص المادة السابقة على أنه يحق لصاحب العلامة التجارية المشهورة المسجلة في بلدها للأصلي ولكن غير مسجلة في الخارج تقديم طلب إلى المحكمة المختصة لمنع الغير من استعمال علامته المشهورة على المنتجات أو الخدمات المماثلة أو غير المماثلة لعلامته وذلك في الدولة التي يستعمل بها الغير لعلامته دون وجه حق وحتى لو لم تكن مسجلة فيه، والمقصود بالغير هو الشخص الذي يقوم باستعمال العلامة التجارية المشهورة دون إذن من مالكها وقد يكون المالك هو صاحبها أو المرخص باستعمالها أو من في حكمهم ولكن لا يحق لهم مع استثناء صاحبها تقديم طلب المنع من استعمال العلامة التجارية المشهورة حيث أن هذا الطلب هو حصرياً لصاحبها (مالكها)، وبالتالي يحرم الشخص العادي أو المستهلك من الحق في تقديم مثل هذا الطلب (طلب المنع) رغماً من وجود مصلحة شخصية له، أمّا أنه يحق لأي شخص على الإطلاق الاعتراض أمام مسجل العلامات التجارية طلب تسجيل أية علامة تجارية⁽¹⁾.

وكما أنه لمنع استعمال علامة تجارية تطابق أو تشابه أو تشكل ترجمة لعلامة تجارية مشهورة شروط وهي كالآتي:

1- وجود احتمال أن يؤدي وضع العلامة التجارية المراد تسجيلها على البضائع المختلفة عن البضائع التي تحمل العلامة التجارية المشهورة إلى إلحاق ضرر بمصلحة مالك العلامة التجارية

(1) زين الدين، صلاح. مرجع سابق. ص 179-180.

المشهوره، وعلى ذلك فلا يشترط أن يكون الضرر محقق الوقوع حتى تتوافر الحماية القانونية لمالك العلامة التجارية المشهوره، وإنما يكفي المشرع بمجرد وجود احتمال لحدوث لهذا الضرر، وبناءً على ذلك فإنه يحق لمسجل العلامات التجارية أن يرفض القيام بعملية تسجيل العلامة المراد تسجيلها إذا قام لديه مبرر منطقي يوحي باحتمال حدوث الضرر لمالك العلامة المشهوره، وهي عملية تقديرية تقدر في كل حالة على حدة وفقاً لظروف الواقع التي يقدرها مسجل العلامات التجارية، وبالتالي يجوز الطعن في قرار المسجل في هذه الحالة أمام محكمة العدل العليا التي لها أن تقدر مدى قيام احتمال حدوث الضرر لمالك العلامة التجارية المشهوره من عدمه في حالة تسجيل العلامة الأخرى المراد استعمالها مختلفة عن السلع التي تحمل العلامة التجارية المشهوره.

2- أن يؤدي استعمال العلامة التجارية على البضائع المختلفة عن البضائع التي تميزها العلامة المشهوره إلى الاعتقاد بوجود علاقة بين هذه البضائع المختلفة.

الفرع الثالث: ترفين العلامة التجارية (المسجلة) التي تطابق أو تشكل ترجمة لعلامة تجارية مشهوره :

وتقتضي المادة (5/24) من قانون العلامات التجارية على: "أن كل طلب يقدم لحذف علامة تجارية من السجل بسبب عدم وجود ما يسوغ تسجيلها بمقتضى أحكام المواد 6 أو 7 أو 8 من هذا القانون أو بسبب أن تسجيل تلك العلامة تنشأ عنه منافسة غير عادلة بالنسبة لحقوق الطالب في المملكة الأردنية الهاشمية يجب أن يقدم خلال خمس سنوات من تسجيل تلك العلامة". ويعني ذلك بأنه يجب على مالك العلامة التجارية المشهوره أن يتقدم بطلب منع الغير من استعماله علامته خلال مدة خمس سنوات من تاريخ علمه باستعمالها من قبل الغير وتبدأ هذه

المدة من تاريخ قيد العلامة في سجل العلامات التجارية بحسب الأصول، وكما أنه يحق لمالك العلامة التجارية المشهورة حماية علامته بتقديم بطلب لحذف العلامة التي سجلت أو طلب ترقيتها أو شطبها إذا أثبت أن ذات العلامة التي سجلت أو علامة شديدة الشبه بها مسجلة باسمها، وأن استخدام العلامة التي سجلت و المطلوب ترقيتها يؤدي إلى منافسة غير محقة ومن شأنه أن يؤدي إلى تضليل الجمهور⁽¹⁾.

ونجد أنه لا ضرر من أن يقدم طلب الترقيين - عندئذٍ - من قبل مالك العلامة التجارية المشهورة أو من قبل غيره على حد سواء⁽²⁾ ، مع الأخذ في الاعتبار أن قانون العلامات التجارية الأردني قد حصر حق طلب منع الغير من استعمال علامة مشهورة في مالكة دون غيره كما تقدم⁽³⁾، ويمكن لمالك العلامة التجارية المشهورة- أو من يأخذ حكمه -أن يؤسس طلب ترقيين " العلامة التي تطابق أو تشابه أو تشكل ترجمة لعلامته " على أن العلامة المطلوب ترقيتها من السجل هي من العلامات المحظورة قانوناً وفقاً للفقرة (12) من المادة (8) من قانون العلامات التجارية، أو على أن بقاء

(1) طبيشات، بسام مصطفى. مرجع سابق. ص 214-215.

(2) تنص المادة (1/14) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952 وتعديلاته على أنه: "يجوز لأي شخص أن يعترض لدى المسجل على تسجيل أية علامة تجارية خلال ثلاثة اشهر من تاريخ نشر اعلان تقديم الطلب لتسجيلها او خلال أية مدة اخرى تعين لهذا الغرض أما اذا تم نشر اعلان الطلبات قبل نفاذ هذا القانون فتعين المدة التي يجوز تقديم الاعتراض خلالها والصورة التي يجوز تقديمه بموجبها طبقاً لما نص عليه قانون العلامات التجارية المعمول به في تاريخ نشر الاعلان".

(3) تنص المادة (1/25/ب) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952 وتعديلاته على أنه: "اذا كانت العلامة التجارية مشهورة وان لم تكن مسجلة فيحق لمالكها ان يطلب من المحكمة المختصة منع الغير من استعمالها على منتجات او خدمات مماثلة او غير مماثلة شريطة ان يدل الاستعمال لهذه العلامة على صلة بين تلك المنتجات او الخدمات وبين العلامة المشهورة واحتمال ان تتضرر مصالح صاحب هذه العلامة نتيجة هذا الاستعمال ويفترض احتمال تتضرر مصالح صاحب هذه العلامة نتيجة هذا الاستعمال ويفترض احتمال حدوث لبس في حالة استعمال علامة تجارية مشهورة مطابقة على منتجات مماثلة".

العلامة المطلوب تزقينها في السجل، هي من العلامات التي تنشأ عنها منافسة غير عادلة⁽¹⁾ أو تؤدي إلى غش الجمهور أو أي سند قانوني آخر يصلح أساساً لطلب التزقين⁽²⁾.

(1) تنص المادة(1/24/ب) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952 المعدل بالقانون رقم (34) لسنة 1999 على أنه: " كل طلب يقدم لحذف علامة تجارية من السجل لسبب عدم وجود ما يسوغ تسجيلها بمقتضى أحكام المواد(6 أو 7 أو 8) من هذا القانون أو بسبب أن تسجيل تلك العلامة تنشأ عنها منافسة غير عادلة بالنسبة لحقوق الطالب في المملكة الأردنية الهاشمية يجب أن يقدم خلال خمس سنوات من تسجيل تلك العلامة ".

(2) زين الدين.صلاح.مرجع سابق.ص183.

الفصل الخامس

الخاتمة

في خاتمة هذه الرسالة أسأل المولى عز وجل أن أكون بإذنه قد ألممت بالموضوع من جميع جوانبه وصولاً إلى إدراك الباحثة بأهمية تسجيل العلامة التجارية لتمتع بالحماية القانونية ومنح الحماية للعلامة التجارية حتى وإن لم تكن مسجلة بحيث يحق للمتضرر المطالبة بالتعويض في حال حصول تعدي، حيث أنّ الباحثة قد توصلت من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات نلحقها بأهم التوصيات التي أرى من الضرورة بمكان أخذها بعين الاعتبار، وذلك على النحو التالي:

أولاً: النتائج:

1- لقد حوى نص المادة (33) من قانون العلامات التجارية على حكم لا يخلو من الغرابة. فمن جهة، منع أي أحد من إقامة الدعوى المدنية للمطالبة بالتعويض عن كل تعد على حقوق مالك علامة تجارية غير مسجلة في المملكة سواء بتزويرها أو تقليدها أو استعمالها بغير وجه حق بغض النظر أياً كان طالب التعويض سواء المالك للعلامة التجارية أم التاجر المنافس أم المستهلك العادي. ومن جهة أخرى، أجاز لأي شخص طلب إبطال (ترقيين) علامة تجارية مسجلة في المملكة، إذا ما كان في ذلك تعدياً على حقوقه في علامته المسجلة بالخارج .

2- إنّ المادة (33) من هذا القانون وإن منعت الحق في طلب تعويضات عن أي تعدي على علامة تجارية غير مسجلة إلا أنّه يمكن توفير حماية مدنية أخرى عن طريق وقف التعدي وعدم

الاستمرار فيه، أو طلب حذف (ترقين وشطب) علامة تجارية سجلت لشخص إذا أثبت آخر أنه كان أسبق باستعمالها منه، وإن لم تكن مسجلة بالمواد (1/14) و (1/25) و (36) من هذا القانون.

3- إن حالات ترقين (شطب أو حذف) العلامة التجارية سنداً للمادة (33) محل البحث، تهدف إلى حماية المستهلك من التضليل والإبهام واللبس والغش بسبب العلامات التجارية المعتدية، إذ يحق لأي شخص أن يتقدم إلى الجهة المختصة (المسجل) بطلب-حسب الأصول- من أجل ترقين (شطب أو حذف) العلامة التجارية المعتدية، استناداً إلى أي سبب من الأسباب المشار إليها في ذات المادة.

4- سلبت المادة (33) من قانون العلامات التجارية بلا أدنى مبرر صاحب الحق الشأن حقاً طبيعياً توفره له القواعد العامة في المسؤولية، فأخرج بذلك العلامة التجارية غير المسجلة من مظلة الحماية المدنية المقررة لكافة الحقوق وفقاً للقواعد العامة في المسؤولية.

5- إن ما جاء بنص المادتين (2/أ+ب) و (3/أ) من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم (15) لسنة 2000، بالقطع - لم توفر حماية مدنية للعلامة التجارية غير المسجلة في المملكة، وغير المستعملة- فعلياً- فيها، بل تبقى عرضة للتعدي عليها دون حماية مدنية، لوجود نص المادة (33) من هذا القانون. فالحقيقة، أن التعدي على علامة تجارية غير مسجلة في المملكة وغير مستعملة فيها، يبقى خارج نطاق الحماية التي وفرتها النصوص المنوه عنها من قانون المنافسة غير المشروعة. ذلك أن هذه الأخيرة، قد افترضت انتفاء المنافسة بانتفاء الاستعمال الفعلي للعلامة التجارية-المتعدى عليها- في السوق الأردني.

6- لم يضع المشرع الأردني معياراً محدداً وواضحاً لتحديد شهرة العلامة التجارية.

7- إن المشرع الأردني فرض حماية إضافية خاصة بالعلامة التجارية المشهورة وتتمثل في عدة

جوانب :

أ- إنَّ التشابه في العلامات العادية يكون بالنسخ أو التقليد، أمَّا التشابه في العلامات التجارية المشهورة يكون بالنسخ أو التقليد أو الترجمة.

ب- في العلامات العادية يعتبر التسجيل شرط لإضفاء الحماية القانونية عليها أمَّا في العلامات المشهورة فلا يشترط التسجيل للحماية.

ج- إنه من شروط قيام التعدي على العلامات العادية تماثل أو تشابه الأصناف.

أما في العلامات المشهورة فإنه لا يشترط تماثل ولا تشابه الأصناف، ولكن بشروط:

1- أن يدل الاستخدام على صلة بين الأصناف الجديدة ومالك العلامة المشهورة.

2- احتمال أن تضرر مصالح مالك العلامة المشهورة من ذلك الاستخدام.

د- في العلامات العادية المدة التي يجب تقديم طلب الشطب خلالها خمس سنوات من تاريخ

التسجيل، أمَّا في العلامات المشهورة فلا يوجد مدة محددة إذا سُجِّلت العلامة بسوء نية.

8- إنَّ صياغة المادة (1/25/ب) قد جانبها التوفيق في غير موضع وذلك من عدة جوانب:

أ- قولها " :إذا كانت العلامة التجارة المشهورة، وإن لم تكن مسجلة" ...، فيه غموض بيِّن؛ إذ قد

يُوحى بأن تلك العلامة لم تخضع لتسجيل قط لا في بلدها الأصلي ولا في غيره، في حين أن القصد

ينصرف إلى أن العلامة مسجلة في بلدها الأصلي وغير مسجلة في البلد المطلوب حمايتها فيه.

ب- قولها "... : منع الغير من استعمالها"، لا يخلو من الإبهام، إذ قد يوحى بمنع أي شخص من

استعمالها، في حين أن القصد ينصرف إلى استعمالها من الغير بدون إذن صاحبها أو بدون وجه

حق.

ج- وقولها "... : فيحق لمالكها أن يطلب من المحكمة المختصة "...فيه حصر تقديم هكذا طلب

لمالكها دون غيره من الأشخاص، ولا مبرر لهذا الحصر، نظراً لأنَّ حماية المستهلك ومحاربة

المنافسة غير المشروعة من الغايات الرئيسية لقانون العلامات التجارية.

د- لم تحدد المادة (1/25/ب) المدة التي يلزم أن يقدم خلالها الطلب ومتى تبدأ تلك الندة.

ه- وجود تعارض خفي بين المادة (1/25/أ) والمادة (1/14) من قانون العلامات التجارية.

ونتيجة لذلك فالأمر يستعدي تعديل الفقرة موضوع الحديث بصورة ترفع ما ورد فيها من غموض وإبهام ونقص وتعارض.

ثانياً : التوصيات :

1- ضرورة تعديل نص المادة (33) من قانون العلامات التجارية الأردني ليصبح: "لكل من أصابه ضرر من التعدي على علامة تجارية مستعملة في المملكة سواء أكانت مسجلة أو غير مسجلة، حق إقامة دعوى بطلب وقف التعدي وطلب التعويض".

2- إزالة التعارض بين نص المادة (33) من قانون العلامات التجارية الذي منع حق التعويض عن العلامة التجارية غير المسجلة وبين نص المادة (2/ب) من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية.

3- لقد ورد في المادة (33) محل البحث كلمة "إبطال" للدلالة على رفع أو إزالة العلامة التجارية، من سجل العلامات التجارية، وأميل إلى استعمال كلمة "ترقين" للدلالة على ذلك، كونها تشمل كل حالات إزالة قيد العلامة من سجل العلامات التجارية، بغية توحيد المصطلح في الإشارة إلى شطب العلامة التجارية من سجل العلامات لأي سبب قد يؤدي إلى ذلك قانوناً.

4- تعديل قانون العلامات التجارية الأردني بحيث يمكن المطالبة بشطب أو منع استعمال العلامات التي سجلت أو استعملت بسوء نية دون التقيد بالمدد المنصوص عليها في قانون العلامات التجارية.

5- تعديل نص المادة (12/8) من قانون العلامات التجارية بحيث ينص صراحة على حماية العلامة التجارية المشهورة في حال إذا أخذ التعدي عليها صورة نسخ أو تقليد للجزء الجوهرى من العلامة وليس فقط حالة التطابق والتشابه أو الترجمة، وكان من شأن ذلك حدوث لبس مع العلامة المشهورة.

6- إضافة نص إلى قانون العلامات التجارية يتضمن موقفاً صريحاً يتم بمقتضاه منع تسجيل العلامات التجارية الوطنية أو الأجنبية إذا كانت تتعارض مع علامة تجارية مستعملة في الأردن استناداً لنص المادة (1/5/6) من اتفاقية باريس مع تحديد مدة معينة للاعتراض على التسجيل.

7- تعديل نص المادة (2) من قانون العلامات التجارية الأردني فيما يتعلق بتعريف العلامة المشهورة، بحيث يتم بيان المقصود بعبارة (بقطاع الجمهور المعني) الواردة في التعريف، والتمييز بين الجمهور المعني في حالة رفض طلب تسجيل علامة تجارية مطابقة أو مشابهة أو تمثل ترجمة لاستعمالها لتمييز بضائع مشابهة أو مماثلة للبضائع التي اشتهر بها الجمهور المتعامل فيها، ويكون المقصود هنا بالجمهور المعني هو الجمهور المتعامل بهذه البضاعة، أمّا في حالة رفض تسجيل علامة تجارية لاستعمالها على بضائع أخرى غير البضائع والسلع التي تميّزها العلامة المشهورة فيكون هنا الجمهور بصفة عامة.

8- إلغاء نص المادة (2/ب) من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية التي عالجت موضوع العلامة التجارية غير المسجلة في الأردن؛ لأنها ستعتبر تكراراً لا مبرر له في حالة تعديل المادة (33) من قانون العلامات التجارية الأردني.

المراجع

أولاً: الكتب العربية .

1. أبو الليل، ابراهيم الدسوقي (1995) تعويض الضرر في المسؤولية المدنية- دراسة تحليلية تأصيلية لتقدير التعويض- ، مطبوعات جامعة الكويت. الكويت.
2. أبو ذياب، سليمان(د.ت) مبادئ القانون التجاري- دراسة مقارنة في التجارة والتجار(الدفاتر التجارية والسجل التجاري) المؤسسة التجارية والعقود الواردة عليها-، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع .
3. الأسمر، صلاح (1986) العلامة التجارية في القانون الأردني والمصري عمان.مطبعة التوفيق.
4. بريري، محمود مختار أحمد (2000) قانون المعاملات التجارية. الجزء الأول. الأعمال التجارية والتاجر. الأموال التجارية وفقاً لقانون التجارة رقم 17 لسنة 1999. القاهرة. دار النهضة العربية.
5. جرادة، أحمد(1995) "الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون الأردني".العدد8-9.
6. حلو أبو الحلو وعباس زهير(2000) الوجيز في شرح القانون التجاري الأردني.مركز حماده للطباعة.الأردن.
7. حمدالله، محمد حمدالله(1997) الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية.ط2.دار النهضة العربية.
8. الخشروم، عبدالله(2005) الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية.دار وائل للنشر والتوزيع.ط1.

9. الخولي، سائد أحمد (2004) حقوق الملكية الصناعية. ط 1. دار المجدلاوي للنشر والتوزيع.

10. الرازي، محمد بن أبي بكر (1986) مختار الصحاح. دار الكتب العلمية. بيروت.

11. رياض، فؤاد عبد المنعم (1994) الجنسية ومراكز الأجانب. دار النهضة العربية.

12. الزعبي. خالد يوسف الفندي (1995). أصول إجراءات المحاكمة والتقاضي أمام المحاكم

النظامية من الناحية العملية والقانونية حسب قانون أصول المحاكمات المدنية الأردني. ط 1.

13. زين الدين ، صلاح (2010) الملكية الصناعية والتجارية. ط 2. عمان. دار الثقافة للنشر

والتوزيع.

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

والتوزيع. ط 1.

15. السباعي، شكري أحمد (1986) الوسيط في القانون التجاري المغربي والمقارن. الجزء

الثالث. مكتبة المعارف. الرباط.

16. سرحان، عبد العزيز (1987) الإطار القانوني لحقوق الإنسان في القانون

الدولي. القاهرة. دار النهضة العربية. ط 1.

17. سلطان، أنور (1983) مصادر الالتزام. دار النهضة العربية للطباعة والنشر. بيروت.

18. سلطان، أنور (1987) مصادر الالتزام في القانون المدني الأردني - دراسة مقارنة بالفقه

الإسلامي - الجامعة الأردنية. عمان. ط 1.

19. السنهوري، عبد الرزاق (1952) الوسيط في شرح القانون المدني. نظرية الالتزام بوجه

عام. القاهرة.

20. الشيرازي، مجد الدين الفيروز آبادي. القاموس المحيط. دار العلم للملايين. بيروت.

21. صرخوة، يعقوب يوسف (1993) النظام القانوني للعلامات التجارية. دار السلاسل للطباعة والنشر. الكويت.
22. الصغير، حسام الدين عبد الغني (1993) الترخيص باستعمال العلامة التجارية.
23. الصغير، حسام الدين (2004) الجديد في العلامات التجارية في ضوء قانون حماية حقوق الملكية الفكرية الجديد واتفاقية التريس. دار الفكر العربي. الإسكندرية.
24. الصفار، زينة غانم عبد الجبار (2000) المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية-دراسة مقارنة-، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع. ط1.
25. طبيشات، بسام مصطفى (2009) الحماية القانونية للعلامات التجارية في ظل القانون الأردني والمصري والإتفاقيات الدولية. ط2. عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع.
26. طه، مصطفى كمال (1971) الوجيز في القانون التجاري. الجزء الأول. الكتاب المصري الحديث للطباعة والنشر.
27. طه، مصطفى كمال (1986) القانون التجاري. ط1. القاهرة. الدار الجامعية.
28. العامري، سعدون (1983) تعويض الضرر في المسؤولية التقصيرية. بغداد.
29. عباس، محمد حسني (1967) التشريع الصناعي. القاهرة. دار النهضة العربية.
30. العباسي، عز الدين ميرزا (2007) الإسم التجاري. ط2. دار الحامد للنشر والتوزيع. ص 20-19.
31. عبدالله، عز الدين (1986) القانون الدولي الخاص. الجزء الأول في الجنسية والمواطن. مطابع الهيئة المصرية العامة. ط11.
32. العريف، علي (1959) شرح القانون التجاري المصري. ط2. القاهرة. مطبعة أحمد مخيمر.

33. العريني، محمد. محمد فريد وجمال وفا (1998) القانون التجاري. الجزء الأول. ط1. القاهرة. دار المطبوعات الجامعية.
34. العكلي، عزيز (2008) الوسيط في شرح القانون التجاري. ط1. عمان. دار الثقافة للنشر والتوزيع.
35. عوض ، علي جمال الدين (1982) الوجيز في القانون التجاري. القاهرة. دار النهضة العربية.
36. غانم، ياسين (1999) القضاء المستعجل ومشاكله العملية في الوطن العربي - دراسة مقارنة - تنوير للخدمات الطباعية. حمص.
37. الغويري ، عبدالله حميد (2008). العلامة التجارية وحمايتها (العلامة المشهورة وحمايتها). ط2. عمان. دار الفلاح للنشر والتوزيع.
38. فتحي، حسين. مشروعية الإعلانات التجارية لحماية المتجر والمستهلك. جامعة طنطا. مصر.
39. فرج، توفيق (1981) المدخل للعلوم القانونية القاهرة. دار النهضة العربية. ط2.
40. الفقي، محمد عاطف (2002) الحماية القانونية للإسم التجاري - دراسة مقارنة - ، دار النهضة العربية. القاهرة. ط1.
41. قرمان، عبد الرحمن السيد (2003) الإتجاهات الحديثة في حماية العلامة المشهورة دراسة مقارنة بين القانونين الفرنسي والمصري في ضوء اتفاقية تريس و قواعد منظمة الويبو. دار النهضة العربية. القاهرة.
42. القليوبي، سميحة. (1967) الوجيز في التشريعات الصناعية. دار الإتحاد العربي للطباعة، مكتبة القاهرة الحديثة.

43. كيره، حسن (1973) المدخل إلى علم القانون. منشأة المعارف. ص 44.
44. محرز، أحمد محرز (1998) القانون التجاري. دار النسر الذهبي للطباعة. عابدين. القاهرة
45. الناهي، صلاح الدين (1983) الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية. دار الفرقان للنشر والتوزيع. ط 1.
46. يونس، علي حسن (1974) المحل التجاري. القاهرة. دار الفكر العربي.

ثانياً: الرسائل الجامعية .

- 1- أبو ذياب، سليمان (د.ت) مبادئ القانون التجاري "دراسة مقارنة في التجارة والتجار (الدفاتر التجارية والسجل التجاري) المؤسسة التجارية والعقود الواردة عليها". المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.
- 2- اسماعيل، محمد حسين (1978) الحماية الدولية للعلامة التجارية (رسالة دكتوراة) جامعة القاهرة. القاهرة. مصر .
- 3- بني سعيد، سلام مصطفى (2007) الحماية المدنية للعلامة التجارية المشهورة. رسالة ماجستير منشورة. جامعة آل البيت - الأردن.
- 4- حمدان، ماهر فوزي (1999) حماية العلامات التجارية "دراسة مقارنة". رسالة ماجستير منشورة، الجامعة الأردنية ، عمان .
- 5- الضمور، رناد سالم (2005) "الحماية المدنية للعلامة التجارية المشهورة". رسالة ماجستير منشورة. جامعة مؤتة.
- 6- محبوبي، محمد (1999) تسجيل العلامة التجارية. "رسالة لنيل دبلوم الدراسات العليا المعمقة في قانون الأعمال". كلية العلوم الاقتصادية والاجتماعية. المغرب. الدار البيضاء.

7-المسلومي، محمد(1996) "الرسوم والنماذج الصناعية وحماتها" رسالة لنيل دبلوم الدراسات

العليا في القانون الخاص. كلية العلوم الاقتصادية والاجتماعية بالدارالبيضاء..1996

8-المصري،عباس مصطفى أنور(1980)"التزام بائع المحل التجاري بعدم إنشاء تجارة

منافسة".رسالة دكتوراة غير منشورة.مقدمة إلى كلية الحقوق.جامعة عين شمس.ص.7

9-الملكاوي، منار نزار(2001)الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل القانونين الأردني

والمصري والاتفاقيات الدولية المعاصرة. معهد الدراسات والبحوث العلمية.قسم الدراسات

القانونية.القاهرة."رسالة ماجستير غير منشورة" ، ص185-186.

10-وهبة، محمد الأمير يوسف(1990) صور الخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة رسالة

دكتوراة. جامعة القاهرة. ص116.

ثالثاً: المجالات الدورية والدراسات .

1-اسماعيل، محمد حسين (1982) رعايا القانون النموذجي العربي بشأن العلامات التجارية

عام 1975. ملحق مجلة نقابة المحامين. عدد 13.

2-بدرابي،حسين، الحماية الدولية للملكية الصناعية: من اتفاقية باريس إلى اتفاق تريس.وزارة

العدل،القاهرة.

3-البياضة،أحمد سالم سليم(2007) المنافسة غير المشروعة والحماية القانونية للمتضرر منها

في التشريعات الأردنية.بحث مقدم للمجلس القضائي الأردني.

4-الخشروم،عبدالله(2000) أثر انضمام الأردن لاتفاقية تريس على تشريعات الملكية الصناعية

والتجارية.أعمال المؤتمر العلمي العالمي الأول حول الملكية الفكرية،10-11 تموز-2000.كلية

القانون.جامعة اليرموك.الأردن.

5- الشمري، طعمه صغفك (1995) أحكام المنافسة غير المشروعة في القانون الكويتي. بحث في مجلة الحقوق. العدد الأول. الكويت.

6- فنسنت (1998) المكتب المغربي للملكية الصناعية والتجارية. مجلة الحدث القانوني 1998. عدد 4.

7- الطراونة، مصلح أحمد، زين الدين، صلاح (2009) "الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة في الأردن، دراسة تحليلية نقدية للمادة 34 من قانون العلامات التجارية الأردني-مجلة مؤتة للبحوث والدراسات سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية-، المجلد 24. (4). ص 19.

رابعاً: القوانين والأنظمة والاتفاقيات.

1- قانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952 والمعدّل بالقانون رقم (34) لسنة 1999.

2- قانون التجارة الأردني رقم (12) لسنة 1966.

3- القانون المدني الأردني رقم (43) لسنة 1976.

4- قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية الأردني رقم (15) لسنة 2000.

5- نظام العلامات التجارية الأردني وتعديلاته رقم (1) لسنة 1952 المعدّل بالنظام رقم (37) لسنة 2000.

6- قانون حماية الملكية الفكرية المصري رقم (17) لسنة 1999 المعدّل بالقتنون رقم (82) لسنة 2002.

7- القانون الاماراتي رقم (37) لسنة 1992.

8- اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (TRIPS) لسنة 1994.

9- اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية.

خامساً: الكتب الأجنبية:

1- Material in Intellectual -Background Reading

p181 see also Alexender ،Geneval.1988،WIPO،Property

International Marketing and advertising and Conflict of Laws: ،Reuter

1989.،Vol.79،The Trademarks Reporter (TMR)،Germany as Example

(1875-Heinz Dawid)

2-“Past and present Development in the International Law of Trademark.
Brooklyn J.International Low.Vol.2.

India ،Delhi.3- P S Sangal and K Ponnuswami Intellectual Property Law
1994.

سادساً: المراجع الإلكترونية:

1-الرابط الإلكتروني على شبكة المعلومات الدولية "الانترنت":

(http.www.etudiantaz.net)، تاريخ الدخول:2011./2/2

2- الخشروم،عبدالله.الحق في التعويض الناشئ عن التعدي كوجه من وجوه الحماية المدنية

للعلمة التجارية-دراسة في التشريع الأردني- من خلال الدخول إلى الرابط الإلكتروني على

شبكة المعلومات الدولية "الانترنت" (http://www.lawjo.net)، تاريخ الدخول2011./5/18

3- عرب،يونس.النظام القانوني للمنافسة غير المشروعة في القانون الأردني. من خلال الدخول

إلى الرابط الإلكتروني على شبكة المعلومات الدولية "الانترنت"

(http://www.arablaw.org)، تاريخ الدخول 2011./5/20

4- محبوب، محمد.حماية حقوق الملكية الصناعية من المنافسة غير المشروعة- من خلال

الدخول إلى الرابط الإلكتروني على شبكة المعلومات الدولية "الانترنت"

(http://www.ejustic.gov.ma)، تاريخ الدخول2011./6/6

5-ندوة الويبو الوطنية حول الملكية الفكرية للمسؤولين الحكوميين وأعضاء غرف التجارة تنظمها المنظمة العالمية للملكية الفكرية(الويبو) بالتعاون مع وزارة الصناعة والتجارة من 10-2004/7/11 من خلال الدخول إلى الرابط الإلكتروني على شبكة المعلومات الدولية "الانترنت":
(<http://www.wipo.int>)،تاريخ الدخول:2011/2/4.