

Trademark rights and means of protection

الحقوق الناشئة عن العلامة التجارية ووسائل حمايتها

م. ميثاق طالب الحسناوي

جامعة كربلاء/كلية الإدارة والاقتصاد /قسم العلوم المالية والمصرفية

المستخلص

يحتل موضوع العلامة التجارية والحقوق الناشئة عنها أهمية خاصة إذ تعد احد عناصر الملكية الفكرية وبالتالي تظهر حماية العلامة التجارية والحقوق الناشئة عنها من خلال النظر في اهمية الملكية الفكرية بوجه عام، إذ ان توفير الحماية للعلامة التجارية يشجع الافراد عن الافصاح عن الاعمال الابداعية وكذلك تمكن المستهلك على تمييز منتجات او خدمات معينة لمشروعات محددة عن غيرها من المشروعات اذ ذلك ان العلامة التجارية تخدم التاجر او الصانع ومقدم الخدمة بحيث تمكنهم من ابراز خصائص وصفات منتجاتهم او خدماتهم لتمييزها عن غيرها، ويرد على حقوق العلامة التجارية تصرفان رئيسيان، تصرفا ناقلا للملكية، وتصرفا اخر ناقلا للمنفعة او الترخيص الإداري، فالتصرف الناقل للملكية يجب ان يرد على علامة مسجلة، واذ تم تسجيل التصرف الناقل للملكية ينشأ حق لمالك العلامة الجديد حماية العلامة في مواجهة الغير ولا يحق له مطالبة الغير في حقوق العلامة قبل التسجيل وله ان يرجع على المتنازل في ضمان العيوب الخفية وضمن التعرض والاستحقاق فاذا استحققت العلامة للغير له الرجوع على البائع، واذ احتج الغير باسبقية تسجيل العلامة له الرجوع على المالك أيضا او يقرر بطلان العلامة بعد تسجيلها طبقا لقواعد ضمان التعرض والاستحقاق واذا اشترط المتنازل عدم مسؤوليته عن ضمان التعرض والاستحقاق يصح ذلك شريطة ان يكون حسن النية، وقد لا يرغب مالك العلامة التنازل نهائيا عن ملكيتها لها، فيرخص للغير الحق في وضع العلامة على منتجاته او خدماته لأغراض تجارية ويعد الترخيص من تطبيقات عقد الايجار، ويكون للمرخص استعمال العلامة ذاتها الا اذا نص الاتفاق صراحة على خلاف ذلك اما اذا كان الترخيص احتكاريا فلا يحق للمالك استعمال العلامة الا اذا اتفق على خلاف ذلك أيضا ويضمن المالك التعرض والاستحقاق، وان اهم التزام يقع على عاتق المرخص له هو استغلال العلامة لان عدم حصول ذلك قد يعرض المالك الى شطب العلامة لعدم الاستعمال وفي حالة امتناع المرخص له عن استعمالها يجوز للمالك المطالبة بفسخ العقد، ويجب على المرخص له التقيد بشروط الترخيص فاذا تجاوزها قد تقع عليه مسؤولية التقليد فاذا استخدمها في بضائع وخدمات غير المحددة حصرا في الاتفاق يعد عمله تقليدا واخلاقا بالعقد في ان واحد ولا يجوز للمرخص له التنازل عن العلامة للغير دون موافقة المالك، وهناك العديد من الاتفاقيات التي عملت على حماية العلامة التجارية والحقوق الناشئة عنها، منها اتفاقية تريبس على المستوى الدولي إضافة الى التشريعات المحلية الخاصة بحماية حقوق الملكية الفكرية، وفوفرت لها الحماية من التقليد سواء كان من انتاج العلامة او نسخها او لصقها، وذلك من خلال الإجراءات المدنية والجنائية، فيحق لمالك العلامة ان يطلب الحجز التحظي والمنع الوقت لانتاج او تسويق البضاعة او الخدمة، وله أيضا ان يقيم دعوى جزائية لمعاقبة الفاعل، ودعوى مدنية للمطالبة بالتعويض جراء فعل التقليد.

Abstract

The trademark issue and the rights arising from it are of particular importance as they are an element of intellectual property and thus show the protection of the trademark and the rights arising from it by considering the importance of intellectual property in general. The protection of the trademark encourages individuals to disclose creative works and enables the consumer to discriminate Specific products or services for specific projects on other projects Add to that the trademark is given by the merchant or the manufacturer and the service provider to enable them to highlight the characteristics and qualities of their products or services to distinguish them from others. The transfer of property shall be returned to a registered mark, and if the transfer of ownership is registered, the right of the owner of the new mark to protect the mark against third parties shall be entitled to claim

the rights of the mark before registration If the third party is required to take precedence over the registration of the mark, it shall also refer to the owner or decide the invalidity of the mark after its registration in accordance with the rules of guarantee of exposure and entitlement. The licensee may not use the mark itself, unless the owner of the mark does not want to give up the ownership of the mark. The third party has the right to put the mark on his products or services for commercial purposes. Unless expressly agreed otherwise, the owner shall guarantee the exposure and the entitlement. The most important obligation of the licensee shall be to exploit the mark, since the failure to obtain the mark may expose the owner to the deletion of the mark because Use in If the licensee fails to use it, the owner may demand that the contract be rescinded. The licensee must comply with the terms of the license. If it is exceeded, it may be the responsibility of the imitation. If it is used in goods and services not specified exclusively in the agreement, its work is a tradition and breach of contract. And there are many agreements that have worked to protect the trademark and the rights arising therefrom, including the TRIPS Agreement at the international level in addition to the domestic legislation for the protection of intellectual property rights, and provided protection from the tradition, whether you are The owner of the mark may request the provisional arrest and temporary prevention of the production or marketing of the goods or service. He may also institute criminal proceedings to punish the offender and a civil suit to claim compensation for the act of imitation.

المقدمة

لم يتوقف الفكر الإنساني عن الابداع منذ ان وجد الانسان فهو الهام من الخالق الرحمن فلقد نهضت الحضارات المختلفة في العالم على اكتاف المبدعين والمفكرين ولا زالوا يفتنون جهدهم ووقتهم في خدمة البشرية جمعاء ولم يهتم بهم المجتمع كما ينبغي الا بعد ان وجد أصحاب رؤوس الأموال والشركات في الابداع مجالاً خصباً للاستثمار فحثوا دولهم على التدخل لحماية حقوق الملكية الفكرية تحت مسميات متعددة، حيث تستأثر العلامة التجارية بحيز واسع من عالم التجارة على الصعيدين المحلي والدولي اذ تتم عن مدى نشاط صاحبها ومدى انتشار اعماله ونجاحه، ولكن بقدر ماتحقق العلامة التجارية رواج تجارة صاحبها وتساعد على تحقيق الثقة بالعماله وبالتالي تقدم هذه الاعمال واضطرابها فهي في الوقت نفسه ذاته تغري الخارجين عن القانون الى الاستفادة منها بطريقة غير قانونية، وجني ثمارها بدون تعب وسهر للوصول الى النجاح فيعمدون الى تقليدها وتزويرها للاستفادة منها بدون وجه حق وهذا ما يؤدي الى الحاق الضرر بصاحب العلامة التجارية مما استوجب تدخل المشرع لوضع احكاما وقواعد لحماية العلامة التجارية والحقوق الناشئة عنها والحد من الاعتداء عليها، حيث ان موضوع العلامة التجارية والاعتداءات الواقعة عليها ضارب في القدم ومع ذلك يجب ان لا ننقل من اهمية البحث فيه طالما هنالك تطور في الحياة وعالم التجارة عالم دائم الحركة والتقدم ولاسيما بعد التطور الحاصل في العالم الالكتروني واجتيازه المسافات بلمح البصر. فما هو المقصود بالعلامة التجارية وما هي أهميتها، هذا ما سنوضحه في المبحث الأول، وينشأ لصاحب الحق في العلامة التجارية حق عليها بعد تسجيلها، فما هو هذا الحق وما هي التصرفات التي يمكن ان ترد عليه وكيف يمكن حمايته ضد الغير وهو يمثل عنوان المبحث الثاني

أهمية الموضوع وسبب اختياره

ان للعلامة التجارية والحقوق الناشئة عنها أهمية خاصة حيث تعد من ابرز عناصر الملكية التجارية واهمها كونها تمثل الصانع والتاجر ومقدم الخدمة في كل زمان ومكان، وتزداد اهميتها بمرور الايام وكذلك قيمتها وبالتالي تبرز اهمية حماية العلامة التجارية والحقوق الناشئة عنها من خلال النظر الى اهمية حماية الملكية الفكرية بوجه عام، اذ ان توفير الحماية القانونية للعلامة التجارية والحقوق الناشئة عنها التجار الى الافصاح عن اعمالهم الابداعية الجديدة وكذلك توفير الحماية لجمهور المستهلكين من الغش والتلاعب والاحتيال حول مواصفات البضائع والخدمات التي يتلقونها من التجار وذلك من خلال الرجوع على التجار لتحديد مسؤوليتهم، فاضحت حماية حقوق المبدعين كالحق في العلامة التجارية والحقوق الناشئة عنها امر مهما لاستمرار عملية الابداع والخلق بكل اشكاله والوانه هذا من جانب ومن جانب اخر فان

حماية العلامة التجارية شرط أساسي لتنظيم عملية المنافسة بشكل عادل وعامل أساسي في الأداء الاقتصادي الصحيح للسوق إضافة لذلك فإن الحماية تخدم مصلحة جمهور المستهلكين مما دفع الدول إلى الاهتمام بهذا الموضوع من خلال وضع التشريعات اللازمة لحماية العلامة التجارية والحقوق الناشئة عنها ضمانا للمصالح المختلفة للعاملين في النشاط التجاري من خلال فرض الجزاء على كل من يعتدي على العلامة التجارية بالتقليد أو التزوير

هدف البحث

تهدف هذه الدراسة إلى حماية حقوق مالكي العلامات التجارية من الأضرار التي تلحق بهم نتيجة الاعتداء على العلامة التجارية إذ لا بد من فرض عقوبات صارمة على كل من يعتدي على أي حق ناشئ من العلامة التجارية ذلك إن التجار قد يلجأون من أجل تحقيق الربح إلى أساليب وطرق احتيالية مخالفة للقانون وهو ما يعرف بالمنافسة غير المشروعة، فلا بد في هذه الحالة من تدخل المشرع لحماية المتضرر من جراء فعل التقليد أو التزوير أو استعمالها من قبل غير المالك دون ترخيص مالكيها، فمن اعتدى على علامة مملوكة للغير فقد اخل بالتزام قانوني هو عدم الحاق الضرر بالغير، فهذه الحماية تجعل للحق معناه وتضمن ممارسته بشكل هادئ وطبيعي لذا فالحماية المدنية تعد بمثابة المظلة التي تستظل بها كافة الحقوق أي كان نوعها.

المبحث الأول التعريف بالعلامة التجارية وطبيعة الحقوق الناشئة عنها

تعد العلامة التجارية رمزا معين مبسط، مرتبط في ذهن جمهور المستهلكين بسلعة معينة ذي مواصفات محددة ويرضى به ويشبع رغباته وتزداد أهميتها وترتفع قيمتها اضطرابا وتقوم بوظائف جمة للتاجر ومقدم الخدمة سواء .

المطلب الأول تعريف العلامة التجارية وتميزها عن عناصر الملكية الفكرية

سوف نوضح في هذا المطلب تعريف العلامة التجارية لغة واصطلاحا وكما هو موضح :-

الفرع الأول -العلامة لغة:

يقال في اللغة علم الفارس أي جعل لنفسه علامة الشجعان، فهو معلم، ويقال علمت الشيء اعلمه علما، أي عرفته واعلم الفرس أي علق عليه صوغا احمر أو أبيض في الحرب، ويقال علمت علمت عمتي اعلمها علما وذلك إذا لثنتها على راسك بعلامة تعرف بها عمك، فالعلامة هي السمة، والجمع علام [1]

الفرع الثاني العلامة التجارية اصطلاحا

تعرف العلامة التجارية (هي الإشارة التي يتخذها الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة لتمييز منتجاته أو بضائعه أو خدماته عن منتجات أو بضائع أو خدمات الآخرين)[2] وعرفت بانها (وسيلة المشروع الاقتصادي لتمييز منتجاته أو خدماته عن غيرها من المنتجات أو الخدمات للمشروعات الأخرى المتماثلة ويتحقق ذلك بواسطة استعمال اشارات او علامات مميزة تلتصق بذهن مستهلكي هذه المنتجات او طالبي الخدمات فتؤدي الى رواج السلعة او الخدمة وراجا كبيرا بقدر قيمة العلامة التي ترتبط بها)[3] كما عرفت بانها (إشارة محسوسة توضع على المنتج أو الخدمة لتمييزه عن ما يشته به من منتجات منافسة أو ما يقدم الغير من خدمة)[4]

وعرفت بانها (إشارة مادية يضعها الصانع على منتجاته أو التاجر على بضائعه أو من يقدم خدمة معينة على أوجه تقديم هذه الخدمة ويمكن لهذه العلامة التمييز بينها وبين مثيلاتها من المصنوعات والبضائع والخدمات)[5] ومما لا شك فيه أن العلامة تهدف إلى جذب الزبائن والمحافظة عليهم وحماية المستهلك ضد مصدر السلعة، وتمتاز العلامة التجارية عن العناصر الأخرى للملكية الفكرية، خاصة العلامات المميزة، إذ تختلف عن الاسم التجاري الذي يهدف إلى تمييز المشروع التجاري عن غيره من نفس الطبيعة، في حين العلامة تهدف إلى تمييز المنتجات أو الخدمات الصادرة عن المشروع التجاري، إذ ينشأ الاسم التجاري بأول استعمال أما العلامة فتنشأ عند الإيداع، ولا يحمل المشروع إلا اسما تجاريا واحدا في حين يمكن أن يملك المشروع ذاته علامات متعددة، وتذهب غالبية التشريعات إلى حماية الاسم التجاري بقواعد المنافسة غير المشروعة، في حين العلامة تحمي بقواعد التقليد، لهذا يميل التجار إلى تسجيل الأسماء التجارية بعلامات لضمان حماية أفضل إذ تمكنه (0) حمايته بقواعد التقليد إلى جانب قواعد المنافسة غير المشروعة إلا إذا سقط الاسم باعتباره علامة لعدم الاستعمال[6]

حتى ولو أن الاسم لا يشكل علامة تجارية فلا يجوز أن تتعدى العلامة على اسم تجاري أو تتضمن اسما تجاريا وهما أو مقلدا أو مزورا، وتختلف العلامة عن المؤشر الجغرافي للمنتج أو البضاعة فهذا الأخير يضمن مكان الصنع، لكن قد تحتوي العلامة مؤشرا جغرافيا يكون عنصرا من عناصرها وفي هذا مخاطر من منافسة المنتجين من المنطقة نفسها، ولا

يوجد رابط جوهري بين العلامة والابتكار الصناعي او الادبي والفني ولكن يوجد تداخل بينهما أحيانا ،فالمنتج الذي يحمل اختراعا ممكن ان يحمل علامة صناعية يهدف الى بيان مرجعيته وتميزه عن المنتجات الأخرى المنافسة ،وبانتهاه مدة حماية الاختراع او الرسم او النموذج تستثمر حمايته طبقا لقواعد العلامة الصناعية باعتباره منتجا مميزا عن المنتجات المشابهة ،فاذا كان المخترع قد اختار علامة لمنتجه وانتهت حماية الاختراع بمضي عشرين سنة يبقى جمهور المستهلك يفضل هذا المنتج ،ويبحث عنه بالنظر الى

علامته التي وضعت عليه منذ البداية عند تصنيعه اول مرة [7]

ويحصل تداخل بين العلامة والرسم او النموذج ثلاثي الابعاد اذا اقترن الرسم او النموذج بعلامة فاذا كان المالك واحدا لا توجد مشكلة ،لكن اذا كان يوجد خلاف في الملكية يجب على مالك العلامة ان يحصل على ترخيص من مالك الرسم او النموذج لاستخدامها في العلامة ،فاذا اختار التاجر او اي شخص مصنفا كعلامة مثل عنوان جريدة او عنوان كتاب او لوحة فنية او حتى صورة يجب عليه في هذه الحالة اخذ موافقة المؤلف والا عد معتديا ويحتم النقاش بشأن المصنف اذا كانت العلامة عنوانا ،اذ يذهب جانب من الفقه الى ان ذلك لا يعد علامة مالم يسجل ويمكن حمايته بقواعد المنافسة غير المشروعة ،لان طبيعة العلامة لا تتحقق دائما وهي جذب الجمهور وتمييز البضاعة عن شبيهاتها ،فاذا كان العنوان على جريدة فهو يميزها عن غيرها ليس بشكل العنوان بل بمضمونه أي مضمون الصفحة ثقافية او سياسية او اقتصادية الخ[8]

في حين يذهب اتجاه اخر الى ان العنوان علامة تجارية اذا سجل كذلك ،وحقيقة الامر ان عنوان الجريدة يصبح حقا لمالكها بحكم الاسبقية في الاستعمال لهذا يطبق عليها قواعد المنافسة غير المشروعة وقد يتحقق فيه شروط المصنف اذا اعترفت قوانين حماية حق المؤلف بالعنوان باعتباره مصنفا لكن تبقى فعالية الحماية للعلامة التجارية افضل لان مالك العنوان يستفيد من دعوى التقليد وضماناتها بشرط تسجيل العنوان كعلامة .

المطلب الثاني طبيعة الحق الناشئ عن تسجيل العلامة

يعد الحق الناشئ عن تسجيل العلامة التجارية منشأ للحق وليس مقررا له ،ولو اعترف المشرع بحق الاستعمال السابق على التسجيل لاصبح التسجيل كاشفا له والحق الذي يمنحه القانون لصاحب العلامة هو حق ملكية اذ يتمتع بحق التنازل عنها الى الغير تنازلا ناقلا للملكية وله ان يرخص للغير الانتفاع بها ،ومن حقه ان يدفع أي اعتداء من الغير يقع على العلامة وفي هذا السياق جاء في قرار لمحكمة التمييز في دبي انه "من يقوم بتسجيل العلامة التجارية باسمه يعتبر مالكا لها ويكون له الحق دون غيره في استعمالها على منتجاته او بضاعته التي من اجلها سجلها لتمييزها عن غيرها،وان لمالك العلامة التجارية الحق في حمايتها من التزوير او التقليد [9]

فكل هذه المزايا هي خصائص حق الملكية وتعد سلطة المالك على العلامة أوسع نطاقا من مالك الاختراع ،فهذا الأخير حقه مقيد بقيود عدة منها الترخيص الاجباري الذي فرض عليه جبرا ويمكن نزعها منه للمنفعة العامة ،الا ان الحق في العلامة له خصوصية تتميز به عن حق الملكية في القواعد العامة أيضا ،أولها الحق يرد على مال معنوي اذ لا تشكل العلامة شيئا محسوسا بل هي مال معنوي يرمز له بمظهر معين لتمييز بضاعة او خدمة وقد اعترفت التشريعات المدنية بالمال المعنوي ما دام انه ينشأ حقوقا لها قيمة مالية [10]

ومن المميزات الأخرى ان هذا الحق ينتهي بمدة معينة وهي عشر سنوات من تاريخ تقديم الطلب الا اذا تم تجديد التسجيل لمدة أخرى ،ويسقط اذا لم يتم استعماله خلال خمس او ثلاث سنوات من تاريخ تسجيله وهذه الميزة الأخيرة قد تشترك مع حق ملكية الأراضي التي تترك ولا تستغل فبعض الدول تقوم بنزع ملكيتها ،وان اهم حق يتميز بها حق العلامة التجارية هو حق الغير في استخدام العلامة ذاتها في خدمات وبضائع غير مماثلة او غير متشابهة او على الأقل ليس من الفئة التي تمثلها العلامة ،مثل فئة الملابس ،والاحذية ،والعطور غير ان هذا الاستثناء بدا يتضائل من خلال توسيع حق مالك العلامة في الدفاع عنها ضد أي مستخدم يخلق لبسا لدى الجمهور وهذا ما يحصل في العلامة المشهورة تحديدا ،حتى لو تركنا الحق للغير في استخدام ذات العلامة وادى ذلك الى منافسة غير مشروعة من حق مالكها المطالبة بالحماية [11]

فحقه لم يسقط نهائيا في مواجهة الغير الذي يستخدمها في علامة او خدمة غير مشابهة ،من خلال ما تقدم يمكن القول ان حق مالك العلامة هو حق ملكية يتميز بخصائص معينة لا تبعد كثيرا عن حق الملكية في القواعد العامة ويجوز التصرف به بكافة التصرفات الجائزة شرعا

المطلب الثالث التصرفات الواردة على حقوق العلامة التجارية

لا توجد قيود معتبرة في التصرفات الواردة على حقوق العلامة التجارية على خلاف ما هو عليه في عناصر الملكية الفكرية الأخرى ويعزى ذلك ان العلامة مخصصة بالذات لأغراض تجارية وانها لا تأتي من ابداع فكري عادة وانما هي تختار من اشكال ومظاهر موجودة سابقا تضيفي على المنتج صفة مميزة عن غيره ،فقد تكون مصنفا او رسما او نموذجا ومبدعها له الحق في التمتع بحماية حقوقه باعتباره مؤلفا او مصمما باعتباره بعيدا عن حقوق العلامة التجارية التي تؤول الى من سجلت باسمه واختارها لتميز منتجاته ،ويبقى المبدع محتفظا بحقوقه باعتباره مؤلفا او مصنعا ويتمتع بالحماية طبقا لقانون المؤلف او قانون الرسوم والنماذج الصناعية، ويرد على حقوق العلامة تصرفان رئيسيان ،تصرفا ناقلا للملكية ،وتصرفا ناقلا للمنفعة او الترخيص الإداري وكما يلي :-

الفرع الأول التصرف الناقل للملكية

ينبغي ان يتوفر في أي تصرف ناقل للملكية شروط انعقاد يترتب عليها اثار نتناولها من خلال الاتي:-

أولا انعقاد التصرف الناقل للملكية

يجب ان يرد التصرف الناقل للملكية الوارد على علامة مسجلة ، اما اذا كانت غير مسجلة فان القواعد العامة للتصرف هو الذي يحكمها ،واذا كانت ملحقه بمتجر فتخضع لقواعد نقل ملكية المتجر،ويمكن الاستعانة بقواعد المنافسة غير المشروعة لتنظيم قواعد التصرف باحكام العلامة المستعملة ،اما اذا كانت العلامة مسجلة فلا توجد نصوصا تفصيلية لتنظيم احكام انتقال ملكيتها سوى التسجيل الذي لايعد شرطا لانعقاده بل لنفاذها بحق الغير وهذا ما اجمع عليه كل من القانون الفرنسي والأردني والمصري ، الا ان القانون الفرنسي اشترط كتابة التصرف الناقل للملكية سواء كان هبة او بيعا ويجوز التنازل عن العلامة لوحدها بعيدا عن المتجر ، اما اذا تم التنازل عن الأخير كليا تنتقل العلامة دون حاجة الى نص صريح بشأنها شريطة تاشير ذلك في دائرة التسجيل ليكون التنازل نافذا بحق الغير ،ولكن اذا تم التنازل عن المتجر مع تعداد العناصر المتنازل عنها ولم يذكر فيها العلامة لاتنتقل العلامة مع المتجر واذا تم التنازل عن المتجر بعناصره المعنوية فقط تنتقل العلامة مع المتجر والامر ذاته اذا كانت العلامة جزءا من اسم تجاري او شعار تجاري[12]

واذا تنازل المالك عن مغلف المنتج الذي يحمل العلامة فيعد ذلك تنازل عن العلامة أيضا ،ولا يوجد نص مقابل القانون الأردني والاماراتي ولكن نعتقد بعدم جواز وجود هذا الشرط لانه يتنافى مع المنافسة التجارية أولا وانه يتعارض مع مبدأ نفاذ الحق أي ان المالك تنتهي سلطته بالملكية على العلامة بمجرد التنازل عنه للغير[13]

واذا تم التنازل تنتقل الملكية الى المتنازل له ولكن لاتعد كذلك بالنسبة للغير ما لم يتم تأكيد ذلك في السجل وينشر ذلك في الجريدة المعدة لذلك ،واشترط التسجيل مهم لان التنازل يعد تعديلا لحق الملكية ويشترط ذلك حتى لو تم دمج الشركة ويبقى المتنازل قبل التسجيل هو المالك ولايحق للمشتري قيام دعوى التقليد ضد الغير قبل تسجيل العلامة باسمه،ولم تحدد القوانين المقارنة موعدا محددا للتسجيل والمهم هو لايسري التنازل عن الملكية بحق

الغير ما لم يتم تسجيله ولايسري التسجيل باثر رجعي بل تعد الملكية قد انتقلت قبل التسجيل بالنسبة للغير، ويجوز التنازل عن العلامة بالمزاد العلني اذا تم الحجز عليها لدين او تم تصفية الشركة مالكة العلامة وفق الإجراءات المتبعة في بيع المزاد ويتولى ذلك المصفي بقرار من المحكمة الا انه لايجوز نزع ملكية العلامة جبرا على المالك بطريقة أخرى اما اذا تم تامين المصنع او المتجر في حالة الطوارئ مثل الحرب او غيرها يجوز في هذه الحالة نزع الملكية استثناء[14]

اما في القانون العراقي يعتبر تسجيل العلامة التجارية قرينة اثبات على قانونية ملكية العلامة التجارية في كل الدعاوى القانونية ويجوز نقل ملكية العلامة التجارية ورهنها وحجزها مع المحل التجاري او مع ذلك الجزء من المحل التجاري الذي يربط بين الاستعمال وما ترمز اليه العلامة [15]

ثانيا اثار التصرف الناقل للملكية

اذا تم تسجيل التصرف الناقل للملكية ينشا حق لمالك العلامة الجديد حماية العلامة في مواجهة الغير ولا يحق له مطالبة الغير في حقوق العلامة قبل التسجيل وله ان يرجع على المتنازل في ضمان العيوب الخفية وضمن التعرض والاستحقاق فاذا استحققت العلامة للغير له الرجوع على البائع واذا احتج الغير باسبقية تسجيل العلامة له الرجوع على المالك أيضا او يقرر بطلان العلامة بعد تسجيلها طبقا لقواعد ضمان التعرض والاستحقاق واذا اشترط المتنازل عدم مسؤوليته عن ضمان التعرض والاستحقاق يصح ذلك شريطة ان يكون حسن النية وتسقط دعوى الاستحقاق بعد مرور ثلاث سنوات من تاريخ طلب التسجيل في القانون الفرنسي والقانون الأردني وخمس سنوات في القانون الاتحادي ،ويجب ان يتمتع المتنازل عن أي تصرف مادي يعيق استعمال المتنازل للعلامة ويحصل ذلك عندما يتنازل الشخص عن اسم عائلته او اسمه المشهور فعليه ان يتخذ الاحتياطات كافة لمنع وقوع أي لبس بين منتجاته ومنتجات المتنازل له فاي

استخدام لاسمه على بضائع مشابهة للمتنازل له يعد ذلك تعرضا ماديا اما اذا كان المتنازل مساهما في شركة بعلامة تجارية فهنا تصرفه لا يعد تنازلا عن العلامة بل هو مجرد ترخيص للشركة باستعمال العلامة باعتباره ترخيصا لها ما لم يتم الاتفاق على خلاف ذلك

الفرع الثاني الترخيص الادري للعلامة

قد لا يرغب مالك العلامة المتنازل نهائيا عن ملكيته لها ،فيرخص للغير الحق في وضع العلامة على منتجاته او خدماته لأغراض تجارية ويعد الترخيص من تطبيقات عقد الايجار ويجب تحديد شروط انعقاده اذ لا يختلف كثيرا عن عن عقد الايجار من حيث اثاره لذا سنحاول في هذا الفرع بيان كيفية انعقاد عقد الترخيص واثاره

أولا انعقاد عقد الترخيص:- لا يختلف عقد الترخيص عن عقد الايجار ،ويتم التعاقد عليه عن طريق مكاتب عادة اذ يعرض المالك علامته للغير ويتخذ الترخيص قيودا متعددة فمن حيث المكان لايجوز للمرخص له استعمال العلامة الا في دولة معينة مثلا ،ولايجوز تحديد استعمالها في منطقة معينة داخل الدولة لان ذلك يحد من عملية التداول التجاري داخل الدول ، وقد امتد مفهوم الدولة في فرنسا ليشمل كل دول الاتحاد الأوربي اذ لايجوز للمالك ان يقيد حق المرخص له في استعمال العلامة في دولة من دول الاتحاد الأوربي دون غيرها[16]

ويجوز تحديد العقد من حيث الزمان فاذا لم يتم الاتفاق على ذلك فيتم العقد غير محدد المدة ،ويجوز الغاءه في أي وقت بشرط الاخطار طبقا لقواعد عقد الايجار غير المحدد المدة ويلجا مالك العلامة الى تحديد مدة العقد خاصة عندما لم يسوق بضاعته او خدمته بعد ويحتاج الى وقت لذلك او بالمقابل يخشى ان تسقط علامته لعدم الاستعمال

فيرخص للغير استعمالا لمدة محددة ولايجوز ان يرد العقد على علامة مستقبلية لم تودع من المالك بعد لان الجهالة الفاحشة متحققة في هذه الحالة فالتسجيل ليس من سلطة المالك لكي يؤجل تقديمها الى حين وجودها بل من سلطة المسجل قد يقبل تسجيلها او يرفضه فاذا تحقق الرفض تعد العلامة كان لم تكن ولا يشترط لانعقاد عقد الترخيص شكلا معيننا لانعقاده فالقانون الفرنسي لم يشترط الكتابة على الرغم من اشتراطها في التنازل عن الملكية الا انه أجمعت التشريعات الثلاث على المقارنة على شرط تسجيل الترخيص لغرض سريانه بحق الغير على الرغم من ان نص المادة 30من القانون الاتحادي الزمت كتابة عقد الترخيص وتوثيقه والزمتم المادة 26/2من القانون الأردني كتابة الترخيص وتوثيقه لدى المسجل ونعتقد ان المقصود بهذا الشرط هو للاثبات وليس لانعقاد فمن يدعي بحق على مالك العلامة عليه اثباته كتابة وبالطريقة التي حددها القانون [17]

ثانيا اثار العقد

هناك التزامات تقع على عاتق المرخص وأخرى تقع على عاتق المرخص له وكما يلي

أ- التزامات المرخص

يبقى الحق للمرخص استعمال العلامة ذاتها الا اذا نص الاتفاق صراحة على خلاف ذلك اما اذا كان الترخيص احتكاريا فلا يحق للمالك استعمال العلامة الا اذا اتفق على خلاف ذلك أيضا ويضمن المالك التعرض والاستحقاق ويلتزم بتجديد الإيداع عند انتهاء مدة الحماية ويجوز اعفاءه من المسؤولية شرط اثبات حسن نيته وقد يشترط المالك عمل دعاية لعلامته وتسويقها جيدا وفي حالة عدم التزام المرخص له يجوز للمالك المطالبة بفسخ العقد وقد يضع الأخير تحت تصرف المرخص له كل العلامات المميزة العائدة له مثل الاسم التجاري و الشعارات والمعرفة الفنية لتسجل عملية تسويق المنتجات والخدمات موضوع العلامة[18]

ب- التزامات المرخص له

اهم التزام يقع على عاتق المرخص له هو استغلال العلامة لان عدم حصول ذلك قد يعرض المالك الى شطب العلامة لعدم الاستعمال وفي حالة امتناع المرخص له عن استعمالها يجوز للمالك المطالبة بفسخ العقد ،ويجب على المرخص له التقيد بشروط الترخيص فاذا تجاوزها قد تقع عليه مسؤولية التقليد فاذا استخدمها في بضائع وخدمات غير المحددة حصرا في الاتفاق يعد عمله تقليدا واخلالا بالعقد في ان واحد ولا يجوز للمرخص له التنازل عن العلامة للغير دون موافقة المالك ولا يملك المرخص له الحق في إقامة دعوى التقليد الا اذا نص الاتفاق على خلاف ذلك ويكون المرخص له في هذه الحالة وكبلا عن المالك بحكم القانون اما اذا امتنع المرخص عن إعطاء هذا الحق فليس للمرخص له الا الرجوع عليه بضمان التعرض والاستحقاق او الدخول بدعوى غير مباشرة ضد الغير او يلجا الى دعوى المنافسة غير المشروعة فقد قبل القضاء الفرنسي مثل هذه الدعوى وقد أجاز القانون الفرنسي للمرخص له الدخول في دعوى التقليد المقامة من المالك ضد المقاد للاختصاص بحقه في التعويض عن الضرر الذي لحق به[19]

المبحث الثاني

حماية الحقوق الناشئة عن العلامة التجارية

يعد الاعتداء على العلامة التجارية ظاهرة بارزة في الوسط التجاري والاقتصادي، وتحاول القواعد القانونية وضع ضوابط صارمة ضدها لكنها تبقى قاصرة امام انتشار العلامات التجارية دوليا اذ تحتاج تفعيل قواعد الحماية على المستوى الدولي، وقد جاءت اتفاقية جوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة تريبس (Trips) لسنة 1994 لتضع ضوابط إجرائية فعالة تلتزم بها الدول بحماية حقوق الملكية الفكرية ومنها العلامة التجارية [20] لكن لازالت العلامات المشهورة عالميا التي تمثل بضائع وخدمات عالية الجودة مثل العطور والساعات والملابس وشرطة الفيديو وبرامج الحاسوب محل اعتداء، اذ نجد كثيرا منها مقلد فتسبب خسارة لمالك العلامة التاجر وتزعزع ثقة الجمهور، وادى تقليد العلامات التجارية المشهورة خسارة تجارية بلغت سبع مليار دولار في أمريكا لوحدها وادى ذلك لفقدان عشرين الف عاملا عمله في فرنسا، وأربعين الى مائة وخمسين الفا في المانيا، ومائة وثلاثون الفا في الولايات المتحدة [21] ويقع الاعتداء او مايسمى بالتقليد بصور متعددة مما يرتب عليه جزاء مدنيا وجنائيا وكما سنحاول توضيحه من خلال المطالب التالية:-

المطلب الأول:- تحديد نطاق الاعتداء على العلامة

ليس كل اعتداء على العلامة يعد تقليدا يعاقب عليه القانون اذ ان هناك اعتداءات لايعترف بها قانون العلامة التجارية، وللتقليد صور متعددة فالتزوير هو نقل العلامة نقلا حرفيا وتاما بحيث تصبح العلامة المقلدة او المزورة صورة طبق الاصل من العلامة الحقيقية، والتقليد هو عملية صنع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية بحيث يصعب على المستهلك المتوسط الحرص والانتباه التمييز بينهما، فهو اذن يختلف عن التزوير في ان الفاعل لاينقل العلامة الحقيقية باكملها وانما يحرص على ادخال بعض التعديلات عليها مع الاحتفاظ بمظهرها العام كادخال تغيير طفيف في اللون او في حجم الحروف وغير ذلك من اساليب الغش وهو ما يترك تقديره لقاضي الموضوع، وان القضاء الفرنسي يميز بين الاعتداء على العلامة ذاتها بنسخها وهو التقليد وبين استعمال العلامة على بضائع وخدمات مشابهة ونسخها يعد تقليدا اذا أدى الى لبس لدى الجمهور فهناك فرق في نظر القضاء الفرنسي بين انتاج العلامة ذاتها وبين استعمالها على بضائع وخدمات وكما ذكرنا لايقع التقليد الا على مسجلة تماما لان فعل ذلك لايعد حجة على الغير لكن اذا سجلت رغم الاعتراض عليها فاي اعتداء يعد تقليدا وفي هذا السياق ذهبت محكمة تمييز دبي الى انه "لا تقبل دعوى تقليد العلامة الامن مالکها المسجلة باسمه ولا ترفع الا على من قلدها ولا مجال لحين نية الأخير او سوء نيته طالما يفترض علم الكافة بها" [22] وعلى الرغم من ان التشريعات المقارنة اشارت الى ان سريان مدة الحماية تبدأ من تاريخ تقديم الطلب الا ان هذا النص يتعلق بتحديد ملكية العلامة لانفاذها بحق الغير كذلك فان أي اعتداء عليها قبل التسجيل

لايعد تقليدا وترد دعوى التقليد ويمكن لمالك العلامة ان يقيم دعوى التعويض طبقا لقواعد المنافسة غير المشروعة اذا اثبت انه استعمل العلامة بشكل معتاد الا انه اذا استمر الاعتداء بعد تسجيلها فهنا يعتبر العمل تقليدا ويستثنى من شرط الإيداع العلامة المشهورة فاذا تم الاعتداء عليها في دولة الحماية على الرغم من عدم تسجيلها يجوز منع ذلك وفي حقبة الامر ان مالکها لايستطيع إقامة دعوى التقليد اذا لم تكن مسجلة في دولة الحماية بل ما يجب ان يقوم به هو ان يطالب بابطال أي علامة مشهورة للعلامة المشهورة المسجلة باسم الغير ولا يستطيع ان يطالب تعويضا طبقا لدعوى التقليد بل طبقا لقواعد المنافسة غير المشروعة، لهذا نجد ان التشريعات الثلاث المقارنة لم تاتي على ذكر تقليد العلامة المشهورة بل ركزت على شطب أي علامة تشكل اعتداء على مشهورة وهذا امر مهم في منع للجوء الى دعوى التقليد التي يترتب عليها عقوبات مشددة جزائية او مدنية قياسا الى دعوى التعويض طبقا لقواعد المسؤولية عن الفعل الضار واجراءاته مختلفة تماما عن دعوى التقليد، ولا يمكن ان يقع التقليد على علامة غير مشروعة حتى ولو كانت مسجلة فاذا تمكن المدعى عليه اثبات عدم مشروعيتها فترد دعوى التقليد، ويذهب الفقيهان Burst وChavanne الى انه يستطيع صاحب العلامة غير المشروعة في نظر قانون العلامة التجارية الفرنسي ان يحمي علامته بقواعد المنافسة غير المشروعة ولكن لايستند الى دعوى التقليد بل يذهب الى قواعد أخرى مثل التعسف في استعمال الحق او الغش لان العلامة غير مشروعة طبقا لقواعد التقليد واذا كانت غير مشروعة ولكن لم تؤدي الى لبس لدى الجمهور فتستبعد دعوى المنافسة غير المشروعة [23] ولا يمنع من إقامة دعوى التقليد اذا كانت العلامة غير مستعملة ومضى على ذلك مدة السقوط لعدم الاستعمال اذ يبقى حق المالك قائما عليها ما دام لم يعترض احد على عدم الاستعمال، ويقع

التقليد على علامة مسجلة في دولة الحماية فاذا لم تكن مسجلة لايعترض بدعوى التقليد وان كانت المادة (2-3) من اتفاقية تريبس تشير الى إمكانية حماية أي علامة مسجلة في أي دولة من الدول الأعضاء في الاتفاقية دون اشتراط تسجيلها في دولة الحماية ولكن لم تعدل الدول الأعضاء في الاتفاقية نصوصها فيما تشير اليه الاتفاقية.

المطلب الثاني :- صور الاعتداء (التقليد)

يمكن حصر صور الاعتداء في ضوء هذه التشريعات الى خمس صور هي انتاج العلامة او نسخها او استعمالها او لصقها او محوها ،كل هذه العمليات تتم دون موافقة مالك العلامة حتما.

أولا التقليد بواسطة (انتاج العلامة)

يعد كل معتد على نتاج العلامة هو سئ النية لانه يعلم علما مفترضا بانه يعتدي على حق الغير ،فالتسجيل حجة على الكافة حتى ولو اثبت الفاعل حسن نيته قبل صدور الحكم بحقه فهذا لايعفيه من المسؤولية عن تعويض الضرر ما لم يرد استثناء على ذلك ،ولا يشترط ان يكون التقليد كليا فقد يكون جزئيا فاذا تم انتاج علامة مشابهة لبعض عناصر علامة مسجلة يعد ذلك تقليدا ما دام عناصر الشبه واضحة جدا ويعد انتاجا للعلامة صناعة المغلف الذي يحمل العلامة أيضا ،اما اذا تم ادخال العلامة في معلومات لاجل الإعلان عن مقالة في جريدة في قناة تلفزيونية لايعد ذلك تقليدا ،ولايشترط في حالات التقليد أعلاه ان تؤدي الى خداع الجمهور اذا كان المعتدي استخدم العلامة في منتج مطابق تماما منتج صاحب العلامة وهو لاشك يؤدي الى خداع الجمهور اذ نصت المادة

(L-713-2)القانون الفرنسي ان استعمال العلامة في منتج مماثل او مطابق تقع مسؤولية الفاعل سواء أدى ذلك الى خداع الجمهور ام لم يتم ذلك .اما اذا كان الاستعمال على بضاعة اوز خدمة مشابهة فيشترط ان يؤدي ذلك الى خداع الجمهور[24]

يضاف الى ذلك انه اذا تم انتاج العلامة لوحدها وتم تداولها يعد ذلك تقليدا ولا يشترط فيه الرجوع الى الجمهور ولا بهم ان يكون الإنتاج كليا او جزئيا فكلاهما يعد تقليدا،سواء كان القائم بالبيع او العرض للبيع او التداول او الحائز هو الشخص الذي قام بتقليد العلامة وسواء كان البيع بمقابل او بدون مقابل كالمقايضة وسواء حقق البائع ربحا جراء ذلك ام لا ،وهناك طرق أخرى للإنتاج مثل وضع العلامة في اسم تجاري او في شعار او استعمالها في غلاف الا ان انتاج العلامة لايعد تقليدا اذا لم يشكل اعتداء على حقوق العلامة خاصة اذا انصب على قيمتها ويتم ذلك عنداستخدام العلامة في العاب معينة مثل علامة ماكينة خياطة او علامة سيارة يستخدم في لعبة سيارة فهذا لاتقليد يمس قيمة العلامة دون ان يؤثر في حقوق صاحب العلامة طبقا لقانون العلامة التجارية ،ولا يعد تقليدا أيضا انتاج العلامة في بضائع او خدمات فرعية فوضع العلامة على قطع غيار سيارة لايعد تقليدا لانها تابعة للمنتج الرئيسي وهو السيارة التي تحمل العلامة فلا يعد ذلك تقليدا لسببين ،أولهما ان حق مالك العلامة نفذ بعد الترخيص بإنتاج قطع الغيار ثانيا لان انتاج العلامة حق مشروع على المنتج المرخص بانتاجه ويسري الامراته على جهاز الفيديو وشرطة الكاسيت المصنعة منه[25]

ثانيا التقليد بواسطة النسخ

النسخ هو عملية يتم بموجبها اخذ عناصر من العلامة دون ان يتم انتاجها تماما بحيث يؤدي هذا العمل الى خداع الجمهور او يتم وضع العلامة على منتج او خدمة غير التي سجلت بها العلامة في دائرة التسجيل ويقوم هذا التقليد على معيارين أساسيين هما وجود نسخ وان يؤدي الى خداع الجمهور

أ- وجود نسخ

يتم البحث عن النسخ الذي يؤدي الى اللبس من خلال المقارنة بين العلامتين او البحث اذا كان خطورة اسهام الجمهور او خلق لبس لديه ويجب البحث عن عناصر التشابه قبل البحث عن الخلافات مع الاخذ بنظر الاعتبار ان العلامتين لا تكونان امام اعين العميل ذاته بل يجب البحث عن الانطباع الذي توقعه العلامة على العميل المعتاد ،زاد ان كانت العلامة تحتوي على عناصر اصيلة وعناصر شائعة ،فالتقليد ينصب على العناصر الاصلية فقط اما الثانية فيجوز تقليدها واستغلالها دون مسائلة عن التقليد وليس امام المالك في هذه الحالة الا الرجوع الى قواعد المنافسة غير المشروعة وعندما تحتوي العلامة في صدرها او في نهايتها على احرف او على رسوم مشابهة خاصة اذا كانت مكونة من احرف ،فهل يجب تقدير العلامة كاملة ام تأخذ الجانب الأصيل منها ؟

ينبغي قياس الجزء الأصيل من العلامة مثال ذلك علامة Radielec لاتعد تقليدا لعلامة Radiela

لان المؤخرة elec غير متشبهة في حين البداية كلمة مشابهة للأجهزة الالكترونية ،ويرى الاتجاه ذلك في القضاء الأردني والاماراتي فعند الأول لاتعد كلمة جليمو مشابهة لكلمة جيلنبر وعند القضاء الاماراتي ذهبت محكمة تمييز دبي الى ان اشترك العلامتين في كلمة لا يفيد التشابه بينهما بل يمكن بسهولة التمييز بينهما[26]

ولا يعد عمل المدعى عليه تقليدا اذا كانت العلامة مكتوبة بطريقة فنية ومميزة وهذا ما يحصل في الادوية غالبا اذ تستخدم علامات متشابهة في مؤخرة العلامة وذلك لاجل تحديد الهدف من الدواء ،لهذا يجب على الطبيب تحديد مصدر الدواء ووظيفته لكي يتمكن العملاء من اختيار الدواء المناسب لهم

ب - خداع الجمهور

لا يشترط في اللبس لدى الجمهور ان يكون محققا بل مجرد إمكانية حصوله يعد ذلك فعلا مكونا للتقليد وفي هذا السياق ذهبت محكمة تمييز دبي الى ان تقليد العلامة التجارية " هو اصطناع العلامة متشابهة في مجموعة للعلامة الاصلية، مشابهة من شأنها تضليل جمهور المستهلكين المخاطبين بالعلامتين لوقوع اللبس بينهما [27] فمجرد عرض علامتين متشابهتين على منتجات مختلفة قبل تثبيت العلامة على المنتج وثبت ان ذلك يؤدي الى لبس لدى الجمهور يعد ذلك تقليدا ولهذا يجب المقارنة مع العلامة مثلما اودعت وليس كما استغلت في الواقع

ثالثا التقليد بواسطة الاستعمال

الاستعمال هو (كل عمل منافس تم بمساعدة علامة مقلدة من الغير أي ان المستخدم لم ينسخها او ينتجها بل وجدها واستعملها) [28]، ويدور الاستعمال بين بيع المنتج او الخدمة الذي تحمل العلامة او تصنيع المنتج ذاته فيعد استعمالا تحويل مواد الى منتج يحمل العلامة ويجب ان يكون الاستعمال تجاريا وليس لأغراض خاصة حتى لو كان الاستعمال مجرد عرضا للعلامة ما دام الغرض تجاريا فذلك يعد تقليدا، وان بيع المنتج الذي يحمل علامة محمية يعد تقليدا من باب أولى بشرط ان يتم دون ترخيص من مالك العلامة فاستعمال علامة مقلدة على أوراق معدة للتجارة مثل الفواتير او تعريفات الأسعار او المغلفات يعد استعمالا مقلدا، واذا حل منتج او خدمة غير المنتج او الخدمة الذي يجب ان يحمل العلامة يعد ذلك استعمالا غير مشروع أي تقليدا فاذا تم طلب المنتج او الخدمة

الذي يحمل العلامة ويرسل غيره للطالب يعد ذلك اعتداء للعلامة التجارية ويشترط هنا سوء نية المستعمل فاذا كان لا يعلم وليس من السهل عليه ان يعلم بان العميل يريد المنتج الذي يحمل العلامة دون غيره لا يعد تصرفه اعتداء واذا تصرف العامل في المحل من تلقاء نفسه دون علم صاحب العمل لا يلاحق التاجر قضائيا، ونعتقد ان اعتبار عمل التاجر بارسال بضاعة غير البضاعة المطلوبة والتي تحمل العلامة امر مبالغ فيه لان عمله لم ينصب على العلامة بل على الترويج لبضاعة أخرى مشابهة لاتحمل العلامة المطلوبة وهذا يدخل ضمن المنافسة الا اذا أراد التاجر (الموزع بالذات) المضاربة ضد البضاعة التي تحمل العلامة فهنا لا تطبق قواعد التقليد باعتقادنا بل نذهب الى قواعد المنافسة غير المشروعة فقط فالاستعمال يجب ان ينصب على وضع علامة مقلدة من الغير على بضائع وخدمات غير مرخص لها باستخدام العلامة فيعد ذلك تقليدا شريطة ان يكون المستعمل سئ النية اما غير هذه الحالة فلا تدخل في نطاق التقليد بل يمكن ان تدخل في دائرة المنافسة غير المشروعة

رابعا التقليد بواسطة لصق علامة

تعد هذه الحالة من الحالات الشائعة في التعامل التجاري، اذ يلجا بعض التجار الى لصق علامة على كيس او على علب او على قناني او على غلاف معدني دون ان يكون مرخصا لهم في وضع العلامة على هذه المنتجات ويكون اللصق بهدف تجاري وليس لغرض التزيين او التجميل فالشخص العادي يستطيع لن يستعمل أي علامة على قنينة خاصة به، وحتى التاجر اذا لصق العلامة على منتج او خدمة غير مشابهة لا يعد ذلك تقليدا بل يعد منافسة غير مشروعة وتستخدم قناني تحمل علامة لأغراض أخرى كان يوضع فيها الماء او الدواء وهي بالاصل مخصصة لمشروبات غازية، فهذا لا يعد تقليدا وقد تباع من تجار لهذا الغرض، ولا يشترط في مرتكب فعل اللصق سوء النية ما دام ان العلامة مسجلة ويعد هذا العمل تقليدا اذا توافرت الشروط السابقة [29]

خامسا التقليد بواسطة شطب العلامة

قد يلجا التاجر الى شطب او مسح العلامة من البضائع والخدمات التي تحملها رغبة منه للترويج الى بضائعه او خدماته الخاصة به او لغرض منافسة مالك العلامة، فتعد كل هذه الاعمال تقليدا للعلامة الا انه يشترط من حيث الواقع سوء النية فقد تقلد العلامة او تشطب بسبب النقل او التوزيع او التحميل فلا بد للقضاء التأكد من قصد الفاعل من الحك او الشطب او المحو، فكل هذه الاعمال لا يراد منها حصر التقليد بافعال معينة فحسب بل هي على سبيل المثال قد يتوصل الغير الى تقليد العلامة بطرق مستحدثة خاصة بعد دخول النظام الرقمي في التبادل التجاري فيمكن من خلاله الاعتداء على العلامات التجارية بسهولة ويسر ويتعذر معه اثبات الاعتداء، والمهم ان كل اعتداء يراد فيه الاضرار بحقوق مالك العلامة يعد تقليدا يترتب عليه جزاءات مدنية وتجارية [30]

المبحث الثالث الحماية القانونية لحقوق مالك العلامة التجارية

يمكن القول ان لمالك العلامة التجارية الذي تعرض الى اعتداء من قبل الغير من خلال تزويرها او تقليدها او وضعها على منتجات منافسة او باية صورة من صور الاعتداء على العلامة التجارية والحقوق الناشئة عنها بطريق يؤدي الى اللبس لدى العملاء حول المنتجات والبضائع له الاحق ان يطلب من المحكمة منع هذا التجاوز او رفع الالتباس تجنباً لاحاق الضرر بمالك العلامة التجارية ويجوز للمدعي طلب التعويض عن الاضرار التي لحقت به جراء التقليد والوسائل غير المشروعة ، لذا سنتطرق في هذا المبحث للإجراءات التحفظية والاحتياطية والاجراءات الجزائية والتعويض في ثلاث مطالب

المطلب الأول:- الحجز التحفظي

يستطيع مالك العلامة او خلفه ان يطلب الحجز التحفظي من المحكمة المختصة على البضائع والخدمات التي تحمل علامات مقلدة ، وعلى ادواتها وانتاجها اذا اثبت ان حقوقه تم التعدي عليها او ان التعدي اصبح وشيكاً ويؤدي الى ضرر يلحق به ، او انه يخشى من اختفاء الأدلة او اتلافها ، على ان يقدم كفالة مصرفية او نقدية تقبلها المحكمة [31] ولعل غرض المشرع من هذا الاجراء هو اعطاء فرصة لصاحب العلامة في تتبع الجريمة من وقت ارتكابها لحين ضبطها ولتمكينه من الحجز على جميع الادوات التي استعملت في ارتكابها ويشترط لصحة توقيع الحجز ان يكون طالب الحجز هو صاحب العلامة او وكيله وان تكون العلامة مسجلة وفقاً لاحكام القانون وان يرفق طلب الحجز بشهادة رسمية تدل على تسجيل العلامة التجارية ويشترط ان ترفع الدعوى خلال ثمانية ايام بعد صدور امر الحجز وذلك تحت طائلة بطلان الاجراءات التحفظية المتخذة بالنسبة للمشرع الاردني

ويصدر قرار الحجز من رئيس المحكمة الابتدائية في والامارات ومن محكمة الصلح في الأردن [32] ويقوم بتنفيذه المحضر على ان يعمل محضراً بالحجز يتضمن بالأساس وصف تفصيلي للالات والمعدات المستخدمة في التقليد وكذلك المنتجات او البضائع المحلية المستوردة وعاوين المجالات وكل ما يتعلق بعملية التقليد ، ويسلم نسخة منه مع قرار الحجز الى الشخص المعني بالحجز وقد أجاز القانون الاماراتي نذب خبير للمعاونة بتنفيذ

الإجراءات التحفظية على ان يقدم طال الحجز تاميناً لتجنب أي ضرر ، ويجوز ان يشمل الامر الصادر بتوقيع الحجز نذب خبير او اكثر لمعاونة المحضر ويقع هذا عادة كلما كانت معرفة اسماء السلع المحجوزة تحتاج الى خبرة خاصة كما هو الشأن في العقاقير الطبية ويجوز لصاحب الشأن ان يطلب من القاضي اصدار امر الحجز في اي وقت ولو كان ذلك قبل رفع الدعوى المدنية او الجزائية كما يجوز طلب الحجز ولو اراد صاحب الشأن ان يقتصر على الدعوى المدنية وحدها اي المطالبة بالتعويضات دون المطالبة بتوقيع العقوبة على المتهم، ومتى ما وضع الحجز على الالات والادوات او السلع وجب ان يتبعه صاحب الشأن برفع الدعوى المدنية او الجزائية على من اتخذت بحقه اجراءات الحجز [33] ، ومهما يكن نوع الحجز فهو تحفظي ولا يجب ان يتجاوز خمسة عشر يوماً من تاريخ بدايته في القانون الفرنسي للملكية الفكرية لسنة 2014 وثمانية أيام في القانون الاتحادي رقم 37 لسنة 1992 والاردني رقم 29 لسنة 2007 ، ولم يورد قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي نصاً حول ذلك ولذلك يمكن الاستعانة بما ورد في نصوص قانون المرافعات المدنية العراقي النافذ الامر الذي يستوجب ضرورة اجراء تدخل تشريعي في قانون العلامة التجارية النافذ ومن هذه الإجراءات حجز الالات والادوات المستخدمة في فعل الاعتداء، وفي القانون العراقي يصدر قرار الحجز من المحكمة المختصة او قاضي التحقيق الذي له ان يتخذ كافة الاجراءات التحفظية [34]

المطلب الثاني الاجراءات الجزائية:-

عادة ما يتجنب القضاء اصدار عقوبة الحبس بحق المقلد ويميل الى الغرامة الا ان في الآونة الأخيرة وبعد نفاذ اتفاقية تريبس سار الاتجاه الى تشديد العقوبة لتصل الى حبس المقلد وشركائه وقد حددت التشريعات الثلاثة نوع التقليد الذي تقع عليه العقوبة احتراماً منها لمبدأ لاجرمية ولا عقوبة الا بنص وهي الاتي :-

- 1- تزوير (تقليد) علامة بطريقة تضلل الجمهور وكل من استعملها مع علمه بتقليدها
- 2- وضع علامة تجارية مسجلة مملوكة لغيره او استعملها بغير حق
- 3- البيع او التداول او الاستيراد او الحيازة بقصد البيع لمنتجات عليها لامة مزورة او موضوعة او تقديم خدمات تحت علامة تجارية مقلدة او مستعملة بغير حق [35] فكل هذه الاعمال تدخل في مصطلح التقليد الذي تحدثنا عنه سابقاً ، وقد تباينت التشريعات الثلاثة المقارنة في تحديد درجة العقوبة فالقانون الفرنسي قرر الحبس لمدة تتراوح بين ثلاثة شهور ولا تزيد عن سنة واحدة او بغرامة لاتقل عن مائة دينار ولا تتجاوز ثلاثة الاف دينار [36] ويجوز الجمع بين العقوبتين اما القانون الاماراتي فقرر عقوبة الحبس دون تان يحدد مدتها وتركها للقواعد العامة والغرامة التي لاتقل عن خمسة الاف درهم او بإحدى هاتين العقوبتين [37] وشدد القانون الاماراتي على من استعمل علامة غير قابلة للتسجيل للأسباب التي

قررتها المادة (3) مثل استخدام شعارا لدولة وغيرها كذلك تشمل هذه العقوبة كل من يستخدم علامته في غير البضائع والخدمات التي رخص له باستعمال العلامة فيها وجاء القانون الفرنسي أكثر حدة في درجة العقوبة إذ أصبح الحد الأعلى للعقوبة سنتين وغرامة تصل الى مليون فرنك، ومما لا شك فيه ان العقوبة لاتقع اذا لم يقم القصد الجرمي في فعلا التقليد المكون للجريمة وهذا ما أكدته المادة 38 من القانون الأردني والمادة 37 من القانون الاتحادي عندما اشترط قصد الغش لايقاع العقوبة، وهذا هو الركن المعنوي الخاص لجريمة التقليد فاذا لم يقع هذا القصد ليس امام المعتدى عليه الا اللجوء الى القضاء المدني لرفع الضرر والمطالبة بالتعويض الذي لايشترط فيه سوء النية لمسائلة الفاعل عن تعديده، ويمكن ان يتبع قرار معاقبة المعتدي عقوبات تبعية مثل غلق المحل نهائيا او مؤقتا ومصادرة المواد التي استخدمت لارتكاب التقليد مع نشر الحكم في الصحف او في أماكن محددة [38]

اما في قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية العراقي المعدل لسنة 2004 فقد عاقب بالحبس مدة لاتقل عن سنة ولا تزيد عن خمس سنوات كل من زور علامة تجارية مسجلة او استعملها بصورة غير قانونية [39] ويجوز ان تقرر المحكمة اتلاف العلامة المقلدة ولا يرد الاتلاف على البضاعة نفسها الا اذا كانت ملحقة بالعلامة ولا يمكن فصلها وخول القانون الأردني المحكمة أيضا التصرف بالبضائع التي تحمل علامات مقلدة لأغراض غير تجارية [40] ونحن مع اتجاه المشرع الأردني لانه يمكن الاستفادة من البضائع لأغراض إنسانية او علمية وكنا نتمنى ان لا يمنح المشرع المحكمة الحق في الاتلاف او مصادرة البضائع اذ تعذر فصلها عن العلامة المقلدة وقد جاء القانون الاماراتي أكثر حدة بشأن العقوبات التبعية اذ خول المحكمة الحق في المصادرة على ان تخصم قيمة البضائع والأشياء الأخرى المحجوزة من قيمة الغرامة او التعويضات وخول المحكمة بتلف العلامات غير القانونية والأدوات المستخدمة خاصة التي استخدمت في التزوير ولكن الغريب في نص المادة انه خول القاضي بالمصادرة والاتلاف حتى لو صدر الحكم بالبراءة [41] اما بالنسبة لقانون العلامات والبيانات التجارية العراقي النافذ اعطى الحق للمحكمة المختصة سلطة تقديرية في مصادرة الاتلاف والمعدات المتعلقة بفعل المنافسة غير المشروعة وكما يحق لمحكمة الموضوع اثناء فظ الدعوى المدنية وضع اليد على أدوات التقليد ولقد اوضحت المادة (35) من قانون العلامات التجارية العراقي لسنة 2004 الجزاء المترتب على الاعتداء على العلامة التجارية بكافة صورته واشكاله [42]

المطلب الثالث :- التعويض

يعد التعويض من ابرز وسائل الحماية للعلامة التجارية واساس هذا التعويض في التشريع العراقي المتعلق بالعلامة التجارية هو ما ورد من نصوص خاصة في قانون العلامات النافذ الذي قصر ذلك على العلامات المسجلة ومثل هذا التوجه فيه مجافاة للعدالة وذلك لتجاهله العلامات غير المسجلة فكان الاجدر به ان يترك هذه المسائلة للقواعد العامة في المسؤولية، اما عن وقت تقدير التعويض فهو وقت صدور الحكم وليس من وقت تحقق الضرر على اعتبار ان الحق في التعويض يبقى مبهما غير معلوم وغير مقيم حتى صدور حكم قضائي به فيكون هذا الحكم منشأ للحق لا كاشفا له وما يعزز هذا الاتجاه ما جاء بقرار محكمة التمييز الاتحادية في العراق، والذي جاء فيه (على الخبير ان يراعي في تقدير قيمة الاسعار السائدة في السوق المحلية والمدة الزمنية التي حصل فيه الحادث وان تكون تقديراته لامعالات فيها ولا اجحاف [43] فالتعدي على العلامة التجارية المسجلة يخول صاحب الشأن الحق في رفع دعوى جزائية يطالب فيها بعقاب المعتدي جزائيا ورفع دعوى مدنية يطالب فيها بحقه المدني وفي الغالب ترفع الدعوى المدنية تبعا للدعوى الجزائية ولا يوجد ما يمنع ان ترفع كل دعوى بصورة مستقلة وتختلف الدعوى للجزائية عن المدنية من عدة وجوه فالدعوى الجزائية لايمكن رفعها الا من قبل مالك العلامة التجارية او من الت اليه ملكيتها والادعاء العام بعكس الدعوى المدنية اذ يجوز رفعها من قبل كل من اصابه ضرر فترفع من قبل مالك العلامة التجارية او من قبل غيره كالتاجر او المستهلك [44]

،وقد يؤدي الاستعانة بالخبراء الى إطالة امد النزاع ويتم التقدير على أساس تخميني وليس تقديرا حقيقيا، ولا يؤخذ بنظر الاعتبار عند التقدير سوء نية الفاعل او حسن نيته الا انه من الناحية الواقعية قد نجد القاضي يميل الى رفع نسبة التعويض اذا كان الفاعل سئ النية وقد يمتد التعويض ليشمل الضرر المعنوي اذا أدى التقليد الى المساس بسمعة التاجر واثرت في مركزه التجاري، ولصاحب الحق ان يطالب كما هو الحال في الدعوى الجزائية بمصادرة او اتلاف البضائع والأدوات المستخدمة في التقليد وان ينشر الحكم في الصحف وتعليقه في أماكن محددة، ولا تقتصر محاربة التقليد على العلامة بل قد تمتد الى الاسم التجاري والشعار والمؤشر الجغرافي والموقع الالكتروني. [45]

الخاتمة

بعد ان انتهيت بتسهيل من الله تعالى من بحث موضوع الحقوق الناشئة عن العلامة التجارية ووسائل حمايتها خلصت الى جملة من النتائج والمقترحات التي يمكن ايجازها بما يأتي :-

اولا:- النتائج

- 1- ان العلامة التجارية تمثل كل اشارة او شعار مميز لمنتجات مشروع صناعي او زراعي او تجاري او صناعات استراتيجية يضعها التاجر على بضائعه وذلك لتمييز بينها وبين مثيلاتها من المصنوعات والبضائع والخدمات
- 2- ان الحقوق الناشئة عن تسجيل العلامة التجارية تعد حقوق كاشفة للحق وليس وليست مقررة له ،ولو اعترف المشرع بحق الاستعمال السابق على التسجيل لاصح التسجيل كاشفا له والحق الذي يمنحه القانون لصاحب العلامة التجارية هو حق ملكية اذ يتمتع بحق التنازل عنها الى الغير تنازلا ناقلا للملكية وله ان يرخص للغير الانتفاع به
- 3- ان حقوق مالك العلامة هي حقوق ملكية تتميز بخصائص معينة لا تبعد كثيرا عن حق الملكية في القواعد العامة ويجوز التصرف به بكافة التصرفات الجائزة شرعا.
- 4- ان التصرفات الواردة على العلامة التجارية لا تخضع الى قيود معتبرة خلاف ما هو عليه في عناصر الملكية الفكرية الأخرى ويعود ذلك ان العلامة مخصصة بالذات لأغراض تجارية ، ويرد على حقوق العلامة تصرفان رئيسيان ،تصرفا ناقلا للملكية ،وتصرفا ناقلا للمنفعة او الترخيص الإداري.
- 5- ان من الآثار المترتبة على التصرف الناقل للملكية هو حق مالك العلامة الجديد حماية العلامة التجارية والحقوق الناشئة عنها في مواجهة الغير ولا يحق له مطالبة الغير في حقوق العلامة قبل التسجيل وله ان يرجع على المتنازل في ضمان العيوب الخفية وضمان التعرض والاستحقاق.
- 6- اذا لم يرغب مالك العلامة التجارية في التنازل عن ملكيتها للغير فله ان يرخص للغير في وضع العلامة على منتجاته او خدماته لأغراض تجارية وبعد الترخيص من تطبيقات عقد الأيجار ويجب تحديد شروط انعقاده اذ لا يختلف كثيرا عن عقد الأيجار من حيث الآثار.
- 7- ليس كل تعدي على العلامة التجارية والحقوق الناشئة عنها يستوجب العقاب ،فلا بد من تحديد نطاق التقليد اي اعتداء على أي حق من الحقوق الناشئة عن العلامة المسجلة ويمكن تحديد الحقوق التي تكون محالا للاعتداء او التقليد لذلك يجب على المحكمة ان تحدد الحقوق التي كانت محل اعتداء من الغير فلا يعد تقليدا اذ وقع الاعتداء على قيمة العلامة التجارية ، يمكن حصر صور الاعتداء الى خمس
- 8- صور هي انتاج العلامة او نسخها او استعمالها او لصقها او محوها ،فكل هذه العمليات تتم دون موافقة مالك العلامة.
- 9- ان من شأن التعدي على الحقوق الناشئة عن العلامة التجارية الحاق الضرر بمالك العلامة التجارية وللجمهور والصناعة مما يستوجب تحريك الدعوى من قبل المالك لاجل وقف هذا التعدي وذلك من خلال كافة الطرق القانونية
- 9- يعد التعويض من ابرز وسائل الحماية للعلامة التجارية واساس هذا التعويض في التشريع العراقي المتعلق بالعلامة التجارية هو ما ورد من نصوص خاصة في قانون العلامات النافذ الذي قصر ذلك على العلامات المسجلة ومثل هذا التوجه فيه مجافاة للعدالة وذلك لتجاهله العلامات غير المسجلة فكان الاجدر به ان يترك هذه المسئلة للقواعد العامة في المسؤولية.

ثانيا :- المقترحات

- 1- نوصي بتعديل قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية اذ قصر التشريع الحالي التعويض فقط على العلامة المسجلة،اضف لذلك ان التعديل لقانون العلامة التجارية حصل من قبل سلطة الائتلاف التي تعد جهة غير خبيرة في اوضاع التجارة في البلد في ذلك الحين حيث كان يفتقر الى الدراسة الجدية للواقع الاقتصادي والتجاري.
- 2- لابد تشريع قانون خاص بحماية حقوق الملكية الفكرية اسوة بالتشريعات العربية والدولية كون هذه الحقوق لاتقلاهمية عن الحقوق الأخرى
- 3- نلاحظ في الفترة الاخيرة تدهورا واضحا في الواقع الاقتصادي الامر الذي يستوجب من المشرع التدخل لمعالجته وذلك من خلال الاهتمام بموضوع العلامة التجارية والحقوق الناشئة عنها من خلال توفير السبل اللازمة لدخول المجال الدولي وتوفير الحماية الدولية لاصحاب العلامة التجارية حيث انها تشكل العمود الفقري للتجارة

المصادر

- 1- العلامة ابي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور الافريقي المصري ،طبعة جديدة ومنقحة ،المجلد العاشر ،دار صادر، بيروت ص263،ص264
- 2- د. صلاح زين الدين ،العلامة التجارية ووطنيا ودوليا ،دار الثقافة للنشر والتوزيع 2009،ص40
- 3- د. صلاح زين الدين الملكية الصناعية والتجارية ،دار الفكر للنشر والتوزيع عمان 1999ص254-253
- 4- د. سميحة القليوبي الملكية الصناعية ط ٥ – دار النهضة العربية – القاهرة 2005 – ،ص265
- 5- د. حسام الدين الصغير ،الجديد في العلامات التجارية في ضوء حماية حقوق الملكية الفكرية واتفاقية التريبس ،دار الفكر الجامعي الإسكندرية ،2004،ص33
- 6- د.محمد حسني عباس ،الملكية الصناعية والمحل التجاري ،دار الانهضة العربية،القاهرة،1971ص136
- 7- د. نوري حمد خاطر،شرح قواعد الملكية الفكرية ،الملكية الصناعية ،دراسة مقارنة بين القانون الأردني والاماراتي والفرنسي ،جامعة الامارات العربية المتحدة ،دار وائل للنشر ،ط 1 ، 2005،ص325
- 8- د.جمال محمود عبد العزيز،نحو قانون موحد للعلامات التجارية لدول مجلس التعاون الخليجي وفقا للاتفاقيات الدولية وقوانين العلامات التجارية الخليجية ط2،القاهرة 2008 ،ص14
- 9- طعن رقم (374) لسنة 2000 حقوق ،4/2/2001،مجموعة الاحكام العدلية ،المكتب الفني ،محكمة تمييز دبي 2001ص66
- 10- المادة 111 من قانون المعاملات المدنية الاماراتي
- 11- د. جلال وفاء محمدين ،الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية اتفاقية تريبس دار الجامعة للنشر والتوزيع ،2007،ص75
- 12- د. عامر الكسواني، الملكية الفكرية ،ماهيتها ،مفرداتها ،طرق حمايتها ،دار الحبيب للنشر والتوزيع ،عمان،الأردن ،الطبعة الأولى1998ص121
- 13- المادة 17 من قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم 21 لسنة 1957 المعدل
- 14- د. عصمت عبد المجيد ،صبري حمد خاطر ،الحماية القانونية للملكية الفكرية،ط1،بيت الحكمة ،بغداد ،2001ص221
- 15- راجع نص المادة 15 من قانون العلامات التجارية والمشرات الجغرافية العراقي لسنة 2004
- 16- الاستاذ وليد عزت الجلاد، الحماية القانونية للعلامات والبيانات التجارية والمؤشرات الجغرافية في ضوء قانون حماية حقوق الملكية الفكرية،ص93
- 17- راجع نص المادة 25 من القانون الأردني لسنة 1952 المعدل لسنة 2007
- 18- محمد بن براك الفوزان ،النظام القانوني للاسم التجاري والعلامة التجارية ،دراسة مقارنة بالقوانين العربية ،ط 1 ، 2012مكتبة القانون والاجتهاد الرياض ،ص175
- 19- راجع في ذلك المادة 2-5-617.L من القانون الفرنسي لسنة 2014
- 20- المادة 32 من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة تريبس لسنة 1994
- 21- د. محمد حسني عباس الملكية الصناعية والمحل التجاري،القاهرة 1971،ص263
- 22- تمييز دبي رقم القرار 374 لسنة 2000 حقوق في 4/2/2001المكتب الفني تمييز دبي سنة 2001ص67
- 23- Cavanne et Burst,op.cit,n 1145,n, 1174,p,688 مشار اليه د. نوري حمد خاطر،شرح قواعد الملكية الفكرية ،الملكية الصناعية،مصدر سابق ،ص337
- 24- المادتم 3-713.L من القانون الفرنسي لسنة 2014
- 25- د.مصطفى كمال طه،الوجيز في القانون التجاري،الجزء الاول ،الطبعة الاولى،1961،ص423
- 26- تمييز دبي رقم 374 لسنة 2000 في 4/2/2000المكتب الفني عدد 12 لسنة 2001ص66
- 27- د. علي حسين يونس ،المحل التجاري،ط1،دار الفكر العربي،1963،ص24
- 28- د. نوري حمد خاطر ،شرح قواعد الملكية الفكرية ،الملكية الصناعية ،مصدر سابق ،ص345-344
- 29- الاستاذ وليد عزت الجلاد، الحماية القانونية للعلامات والبيانات التجارية والمؤشرات الجغرافية في ضوء قانون حماية حقوق الملكية الفكرية،مصدر سابق ،ص111
- 30- د.نوري حمد خاطر،شرح قواعد الملكية الفكرية،مصدر سابق ،ص345
- 31- صلاح الدين ،الملكية الصناعية .مصدر سابق ،ص433
- 32- د. صلاح زين الدين الملكية الصناعية والتجارية،مصدر سابق،ص433
- 33- الاستاذ وليد عزت الجلاد،الحماية القانونية للعلامات والبيانات التجارية والمؤشرات الجغرافية في ضوء قانون حماية

- حقوق الملكية الفكرية، مصدر سابق ص134-135
- 34- راجع المادة 35 من قانون المرافعات المدنية العراقي رقم 83 لسنة 1969 وتعديلاته
- 35- المادة 37 من قانون البيانات والعلامات التجارية رقم 21 لسنة 1957 المعدل
- 36- لمادة 9-716-من القانون الفرنسي لسنة 2014
- 37- راجع المادة 37 من القانون الاماراتي لسنة 1992
- 38- الاستاذ وليد عزت الجلاد، الحماية القانونية للعلامات والبيانات التجارية والمؤشرات الجغرافية في ضوء قانون حماية حقوق الملكية الفكرية، مصدر سابق ص128
- 39- راجع المادة 35 من قانون المرافعات المدنية العراقي رقم 83 لسنة 1969 وتعديلاته
- 40- المادة 11-716-L من القانون الفرنسي ولم يشتر لذلك القانون الأردني والاماراتي
- 41- المادة 4-39 من القانون الأردني لسنة 1952
- 42- راجع المادة 35 من قانون العلامة التجارية والمؤشرات الجغرافية العراقي لسنة 2004
- 43- قرار محكمة التمييز الاتحادية رقم 819/مدنية/منقول/2008 في 1/8/2008 غير منشور
- 44- المادة 35 من قانون العلامة التجارية والمؤشرات الجغرافية العراقي لسنة 2004
- 45- د.حمدي غالب الجبيري، العلامات التجارية، الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، ملكية العلامة، تسجيل العلامة، حماية العلامة، الجرائم الواقعة على العلامة، المنافسة المشروعة وغير المشروعة، الترخيص باستعمال العلامة، اجتهادات قضائية، اتفاقيات دولية، منشورات الحلبي الحقوقية، 2012، ص227
- 46- د.صلاح زين الدين، العلامة التجارية وطنيا ودوليا، مصدر سابق، ص269

المصادر

أولا - المصادر باللغة العربية

أولا القران الكريم

ثانيا الكتب

- 1- العلامة ابي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور الافريقي المصري، طبعة جديدة ومنقحة، المجلد العاشر، دار صادر، بيروت
- 2- د.جلال وفاء محمدين، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية اتفاقية تريبس دار الجامعة للنشر والتوزيع، 2007، ص75
- 3- د. جلال وفاء محمدين، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية اتفاقية تريبس دار الجامعة للنشر والتوزيع، 2007،
- 4- د.حسام الدين الصغير، الجديد في العلامات التجارية في ضوء حماية حقوق الملكية الفكرية واتفاقية التريبس، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، 2004
- 5- د.حمدي غالب الجبيري، العلامات التجارية، الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، ملكية العلامة، تسجيل العلامة، حماية العلامة، الجرائم الواقعة على العلامة، المنافسة المشروعة وغير المشروعة، الترخيص باستعمال العلامة، اجتهادات قضائية، اتفاقيات دولية، منشورات الحلبي الحقوقية، 2012،
- 6- د.حسني عباس الملكية الصناعية والمحل التجاري، القاهرة 1971
- 7- د.سميحة القليوبي الملكية الصناعية - ط 5 - دار النهضة العربية - القاهرة 2005 -
- 8- د.صلاح زين الدين الملكية الصناعية والتجارية، دار الفكر للنشر والتوزيع عمان 1999
- 9- د. صلاح زين الدين، العلامة التجارية وطنيا ودوليا، دار الثقافة للنشر والتوزيع 2009
- 10- د.علي حسين يونس، المحل التجاري، ط1، دار الفكر العربي، 1963
- 11- د.عامر الكسواني، الملكية الفكرية، ماهيتها، مفرداتها، طرق حمايتها، دار الحبيب للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى 1998
- 12- د.عصمت عبد المجيد، صبري حمد خاطر، الحماية القانونية للملكية الفكرية، ط1، بيت الحكمة، بغداد، 2001
- 13- مجموعة الاحكام العدلية، المكتب الفني، محكمة تمييز دبي 1244 و2001
- 14- محمد بن براك الفوزان، النظام القانوني للاسم التجاري والعلامة التجارية، دراسة مقارنة بالقوانين العربية، ط1، 2012، مكتبة القانون والاجتهاد الرياض

- 15- د. محمد حسني عباس الملكية الصناعية والمحل التجاري، القاهرة 1971
- 16- د. مصطفى كمال طه، الوجيز في القانون التجاري، الجزء الاول، الطبعة الاولى، 1961
- 17- د. نوري حمد الخاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية، الملكية الصناعية، دراسة مقارنة بين القانون الأردني والاماراتي والفرنسي، جامعة الامارات العربية المتحدة، دار وائل للنشر، ط 1، 2005
- 18- الاستاذ وليد عزت الجلاد، الحماية القانونية للعلامات والبيانات التجارية والمؤشرات الجغرافية في ضوء قانون حماية حقوق الملكية الفكرية

ثالثا القوانين والاتفاقيات

- 1- قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم 21 لسنة 1957 المعدل لسنة 2004
- 2- قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952 المعدل بقانون رقم 29 لسنة 2007م
- 3- قانون العلامات التجارية الاماراتي رقم 37 لسنة 1992
- 4- القانون الفرنسي للملكية الفكرية لسنة 2014
- 5- اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة تريبس لسنة 1994
- 6- قانون الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002
- 7- قانون المرافعات المدنية العراقي رقم 83 لسنة 1969 وتعديلاته