



شطب العلامة التجارية لمخالفة الشروط الموضوعية (دراسة مقارنة)

أ.م. د مهند إبراهيم الجبوري

جامعة الموصل-كلية الحقوق

الباحث احمد عبد الله الحكاوي

Deleting the trademark for violating objective conditions (comparative study)

Mother. Dr. Muhannad Ibrahim Al-Jubouri

University of Mosul - College of Law

Researcher Ahmed Abdullah Al Hankawi

المستخلص: ان للعلامة التجارية دور مهم في المجال الاقتصادي والتي تميز الخدمات والبضائع وتختلف من منتج الى اخر ومن خدمة الى اخرى وانها تاخذ حيز كبير من عالمانا المعاصر والتي اصبحت اهتمام جميع التجار في العالم ويجب ان يكون هناك قانون واحكام تنظم تلك العلامات التجارية فتطلب ذلك الى وجود شروط موضوعية واضحة وسليمة التي تكون اساس احكام القانون المنظم لها ويجب ان تتوافر وتتحقق فيها الشروط الموضوعية حتى يتم تسجيلها وهذه الشروط في الاساس تهدف لحماية الجمهور من المستهلكين من الخداع والتضليل الغش بالاضافة الى حماية حقوق اصحاب هذه العلامات ذاتهم من التعدي والتقليد والتزوير، ونصت المادة (٥) من قانون العلامات والبيانات التجارية رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ المعدل، على مواصفات العلامة التجارية التي تقبل التسجيل من حيث الصفة الفارقة والمميزة وهي الشروط المشروعية غير المخالفة للنظام العام والمحظورة قانونيا والا تؤدي الى منافسة غير مشروعة ، وقد ورد ذلك بكل من القانون الاردني في المواد (٧) و(٨) من قانون رقم (٣٣) لسنة ١٩٥٢ المعدل، والمادة (٦٧) من قانون الملكية الفكرية رقم (٨٢) لسنة ٢٠٠٢ المصري، وهذا يعني ان لا بد من توافر في العلامة التجارية الشروط الموضوعية وبدونها يحق للمحكمة شطب وحذف العلامة من السجل في مسجل العلامات التجارية بناءً على طلب يقدمه كل ذي مصلحة في ذلك. الكلمات المفتاحية: العلامة التجارية، الشطب، الشروط الموضوعية، الصفة المميزة، بضائع.

Abstract

The trademark has an important role in the economic field, which distinguishes services and goods and differs from one product to another and from one service to another, and it takes a large part of our contemporary world, which has become the interest of all traders in the world, and there must be a law and provisions regulating those trademarks, so they require that there are conditions Objective, clear and sound, which is the basis of the provisions of the law regulating them, and the objective conditions must be met and fulfilled in order to be registered. These conditions basically aim to protect the consumer public from fraud, deception and deception, in addition to protecting the rights of the owners of these same trademarks from infringement, imitation and forgery, and Article (5) stipulates) of the Trademarks and Trade Data Law No. (21) of 1957, as amended, on the specifications of the trademark that accepts registration in terms of the distinguishing and distinctive characteristic, which are the legitimate conditions that do not violate public order and are legally prohibited and do not lead to unfair competition, and this was mentioned in both the Jordanian law In Articles (7) and (8) of Law No. (33) Of 1952 as amended, and Article (67) of Intellectual Property Law No. (82) of 2002 Egyptian, this means that it is necessary to Excess of trademark substantive conditions and without them, the trademark may be struck off and deleted from the trademark register by the court upon a request submitted by any interested party. **keywords**Trademark Expunging Objective conditions Characteristic Goods.

المقدمة

أولاً: موضوع البحث: في العصور القديمة كانت تستعمل العلامات لتمييز صناعاتهم عن باقي الصناعات والمنتجات كما استعملتها الطوائف لتمييز انتمائهم والدلالة على مصدر السلع وان جميع التشريعات العربية او الاجنبية اوردو الشروط الخاصة بتسجيل العلامة التجارية ومنها الشروط الشكلية والموضوعية، ولم تختلف القوانين بتلك الشروط الموضوعية لانها الاساس التي يحكم العلامة التجارية واذا ما تم مخالفتها يؤدي الى شطب العلامة التجارية من السجل العلامات وتصبح غير صالحة لتداولها واستعمالها، وتتمثل هذه الشروط في ان العلامة يجب ان تكون مميزة، اي يجب ان يكون لها ذاتيتها الخاصة مما يمنع الخلط فيما بينها وبين العلامات الاخرى التي توضع على المنتجات المماثلة لها ، بالاضافة الى شرط ان الجودة اي ان تكون العلامة جديدة، وكذلك شرط المشروعية، ويترتب على تخلف او انتفاء احد شروط العلامة التجارية الموضوعية بان تكون غير صالحة للتسجيل، وجواز تقديم طلب شطبها اذا تم تسجيلها خلافا لهذه الشروط الموضوعية او تشطب من قبل المسجل من ذاته بحكم القانون.

ثانياً: اهمية البحث: ان للعلامة التجارية دور مهم في المجال الاقتصادي والتي تميز الخدمات والبضائع وتختلف من منتج الى اخر ومن خدمة الى اخرى وانها تاخذ حيز كبير من عالمانا المعاصر والتي اصبحت اهتمام جميع التجار في العالم ويجب ان يكون هناك قانون واحكام تنظم تلك العلامات التجارية فتطلب ذلك الى وجود شروط موضوعية واضحة وسليمة التي تكون اساس احكام القانون المنظم لها ويجب ان تتوافر وتتحقق فيها الشروط الموضوعية حتى يتم تسجيلها وهذه الشروط في الاساس تهدف الى الحماية لجمهور المستهلكين من التضليل والخداع والغش بالاضافة الى حماية حقوق اصحاب هذه العلامات ذاتهم من التعدي والتقليد والتزوير .

ثالثاً: إشكاليات البحث: تكمن اشكاليات البحث بالاثار الناتجة جراء مخالفة شروط العلامة التجارية الموضوعية وما هي الاجراءات التي يتم اتباعها في شطب العلامة المخالفة لهذه الشروط وكيفية التأكد من الصفة الفارقة والمميزة للعلامة وتحقق شرط الجودة بالاضافة الى مشروعيتها من عدمها وما هو دور مسجل العلامات التجارية وهل يكون هو مالكا لجميع الصلاحيات ام للقضاء دورا في ذلك وهل هناك فصلا في قرارات مسجل العلامات مع قرارات القضاء ام يعتمد القضاء على القرارات الصادرة من مسجل العلامات التجارية.

رابعاً: تساؤلات البحث

١- هل هناك امكانية فقدان الصفة الفارقة بعد التسجيل؟

- ٢- هل بالإمكان تسجيل العلامة التجارية ثلاثية الأبعاد وهل يتم تسجيلها كعلامة تجارية أم نموذج صناعي ومتى يتم اللجوء إلى الحالتين أعلاه؟
- ٣- ما إمكانية تسجيل العلامة التجارية التي تدرك بأحدى الحواس ولا تنحصر بحاسة النظر؟
- ٤- ما هي مشروعية كتابة العلامة التجارية باللغة العربية من عدمها؟

خامساً: أهداف البحث

- ١- تسليط الضوء على شطب العلامة التجارية لمخالفتها شروطها الموضوعية.
 - ٢- بيان معنى الصفة الفارقة وشرط الجودة والمشروعية.
 - ٣- بيان الجهة التي يمكنها تقديم الطلب بشطب العلامة التجارية
 - ٤- بيان الجهات التي لها الحق بالشطب.
 - ٥- بيان دور القضاء في شطب العلامة التجارية.
- سادساً: منهجية البحث: سلكنا في بحثنا المنهج المقارن، حيث تناولنا شطب العلامة لمخالفتها الشروط الموضوعية في القوانين العربية ومنها قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ المعدل ونظامه رقم (٢٦) لسنة ١٩٥٧، وقانون العلامات التجارية الاردني رقم (٣٣) لسنة ١٩٥٢ ونظامه رقم (١) لسنة ١٩٥٢، وقانون الملكية الفكرية المصري رقم (٨٢) لسنة ٢٠٠٢ ولائحته رقم (٨٢) لسنة ٢٠٠٢، إمكانية الإشارة إلى بعض القوانين ذات العلاقة بموضوع بحثنا مع بيان موقف القضاء كلما كان ذلك ممكناً.
- سابعاً: هيكلية البحث: المطلب الأول: شطب العلامة التجارية لانتفاء شرط الصفة المميزة (الفارقة) المطلب الثاني: شطب العلامة التجارية لانتفاء شرط الجودة المطلب الأول: شطب العلامة التجارية لعدم المشروعية
- المطلب الأول: شطب العلامة التجارية لانتفاء شرط الصفة المميزة (الفارقة): يقصد بالعلامة التجارية الفارقة انها علامة مختلفة عن شكل يميزها وعن العلامات التجارية الأخرى وان تكون مميزة بصفات ذاتية حتى تمنع المستهلك من الخلط بين المنتجات التي تمتلك العلامة التجارية المشابهة لها وتجعل الأمر غير دقيق، وهي التي تكون على شكل يستطيع صاحب العلامة تمييز بضاعته عن غيره لمنع حصول لبس أو خلط لدى المستهلك مما يؤدي إلى وقوع في غش وخديعة^(١). وهي أيضاً ان يكون لها شكلها الذي يميزها عن غيرها من

(١) سميحة القليوبي، الوجيز في التشريعات الصناعية، دار النهضة العربية القاهرة، الطبعة الرابعة ٢٠٠٣، ص ٢٣٢.

العلامات الاخرى وان يكون لها طبيعة تتصف بها وتمنع الخلط بغيرها^(١)، لتمكين المستهلك للتعرف على السلع والخدمات ويحصل ذلك من خلال وجود علامة فارقة عن غيرها لايضاح الصفات والمميزات والخصائص التي من خلالها يتعرف المستهلك بالبضاعة، اما اذا كان شكل العلامة المراد تسجيلها شائعة الاستعمال او تكونت من كلمات شائعة ومعروفة ولم يكن لها صفة فارقة او صممت بشكل يميزها عن البضائع الاخرى او خدمات اخرى فيحق لمسجل العلامات التجارية رفض تسجيلها^(٢). ويلزم لتسجيل العلامات التجارية ان تكون لها مميزات خاصة تتميز بها عن غيرها من العلامات الاخرى وذلك لتتمتع العلامة بحماية قانونية ، ويقصد بذلك ان العلامة تتكون من اسماء او حروف او ارقام او غير ذلك او مجموعة منهم وبالتالي يجب ان تتمتع بصفة فارقة على اي شكل يضمن صاحبها تميز بضاعه عن بضائع غيره من الناس، فاتخاذ الصفة الفارقة امر اساسي حتى تؤدي العلامة التجارية الوظيفة الاساسية لها وهي التمييز بين المنتجات للجمهور المستهلك ، وانهم يتمكنون من معرفة السلع التي يفضلونها كونها تحمل علامة خاصة بها ومميزة ، كما ان من اهم فوائد شرط الفارقة حماية صاحبها من منافسية الذين ينتجون او يبيعون سلعا مماثلة^(٣)، وقد اكدت جميع التشريعات على ضرورة امتلاك العلامة التجارية للصفة الفارقة المميزة حتى تكون قابلة للتسجيل وكفيلة بالحماية المدنية والجزائية، فان لكل علامة تجارية شكل معين تختلف عن العلامة الاخرى وان يكون لكل علامة خاصة تختص بها عن غيرها وتميزها عن العلامات الاخرى، ولكي تكتسب العلامة التجارية صفتها يجب ان تكون مميز لان اهمية التمييز ياتي من الاشارات او الدلالات التي تدخل في عناصرها وبناء مقوماتها^(٤)، وجاءت المادة الاولى من قانون العلامات والبيانات التجارية رقم ٢١ لسنة ١٩٥٧ المعدل "العلامة التجارية اي اشارة او مجموعة من الاشارات يمكن ان شكل علامة تجارية يمكن تمييزها عن سلعة اخرى". وايضا جاء نص المادة (٧) من القانون الاردني للعلامات التجارية رقم ٣٣ لسنة ١٩٥٢ المعدل، مؤكدا على العلامات التجارية ذات الصفة

(١) قضت محكمة العدل العليا الاردنية، في الدعوى رقم ١٩٨٦/٧٥ "لا يجوز تسجيل كلمة (spearmint) كعلامة تجارية لاستعمالها على العلكة، لانها تعتبر وصفا لنوع البضاعة، وتدل على مادة النعناع، التي تدخل في تركيب البضاعة، وبالتالي فان تسجيلها لا يعطي صاحبها حق الملكية والاحتكار، ما دام انه ليس لها صفة فارقة، مجلة نقابة المحامين، ١٩٩٦م، ص٧٦.

(٢) سليم سلامة حتاملة، الاجراءات الخاصة بتسجيل العلامة التجارية والاعتراض عليها في التشريع الاردني، دراسات: علوم الشريعة والقانون، الجامعة الاردنية، المجلد (٤١) العدد (٢) ٢٠١٥م، ص٥٨٦.

(٣) د. سميحة مصطفى القليوبي، الملكية الصناعية في القانون التجاري، الطبعة الخامسة، القاهرة، دار النهضة العربية، ٢٠٠٥م، ص٢٣١.

(٤) سائد احمد الخولي، الملكية الصناعية في الفقه والقانون المعاصر، دار الفجر، القاهرة، ٢٠١٢م، ص٥٩.

الفارقة وقصد بلفظ الفارقة ان العلامة التجارية موضوعة على شكل يكفل تمييز بضائع مالكيها عن غيره.

وجاء في نص المادة (١/١٥) من اتفاقية تريبس على ان "تعتبر اي اشارة او مجموعة اشارات تسمح بتمييز السلع او الخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الاخرى صالحة لان تكون علامة تجاري"، فاذا خالفت العلامة التجارية شرط التمييز فانها تفقد الشروط الاساسية للحق في العلامة التجارية، ويرجع الى محكمة الموضوع لتحديد ما اذا كانت العلامة التجارية مميزة ام لا وعليه ستفقد حماية العلامة القانونية وتكون الاجدر بشطبها^(١).

فان تم تسجيل علامة تجارية مع عدم توافر شرط الصفة الفارقة فيها، فإنها تكون جديرة بالشطب، وهنالك قرار لمحكمة العدل الأردنية يقضي بأن "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^(٢).

وعليه فالعلامة المجردة من أي صفة مميزة (فارقة) لا تعد علامة تجارية، كالعلامات العادية التي تتكون من كلمات شائعة الاستخدام أو العلامات التي تتخذ صور أو أشكال مؤلوفة، كرسم هندسي معين كالمربع أو صورة رجل يركب حصان، أو تتدخل 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^(٣)، ويأخذ نفس الحكم حالة العناصر المكونة للمنتج أو وصفة بأوصاف جذابة كوصف المنتج بأنه فاخر، إذ لا يجوز لتاجر أن يستأثر بحق استعمال هذه الألفاظ لوصف منتجاته بأنها فاخرة دون غيره من التجار، ولا تعد العلامة مميزة متى سبق لشخص آخر إستعمالها لتمييز منتجات مماثلة أو منافسة، ولكن إذا إستخدم تاجر آخر نفس العلامة التجارية لتمييز منتجاته التي هي من نوع اخر فإن العلامة التجارية تكتسب في هذه الحالة صفة التمييز أو الفارقة^(٤).

وقد ذهبت محكمة العدل العليا في حكمها الذي تؤكد على شرط التمييز في العلامة التجارية "بانه اذا كان شكل العلامة التجارية المطلوب تسجيلها هي نتاج صناعي ذات شكل عام شائع

(١) صلاح سلمان الاسمر، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، الدار العالمية الدولية للنشر والتوزيع، ط١، عمان، ٢٠٠٣م، ص١٣٩.

(٢) محكمة العدل العليا الأردنية قرار رقم ٥٥/٥٢ لسنة ١٩٥٢ مجلة نقابة المحامين الأردنيين، ١٩٨٩م، ص٩٦.

(٣) د. بسام مصطفى طيبشات، الحماية القانونية للعلامات التجارية في ظل القانون الأردني والقانون المصري والاتفاقيات الدولية، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع - إربد الطبعة الأولى، السنة ٢٠١٠، ص ٥٦.

(٤) د. محمد حسنى عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، دار النهضة العربية - القاهرة، السنة ١٩٦٩، ص ٢٠٢.

الاستعمال، ولم تكن ذات علامة مميزة فارقة على شكل يكفل تمييز بضائع مالكيها عن البضائع الأخرى، فيحق للمسجل العلامات التجارية رفضها"^(١).

وقد يثار تساؤل حول امكانية شطب العلامة لانقضاء الصفة الفارقة بعد التسجيل؟ وللإجابة يمكننا القول ان ذلك ممكناً في التشابه مع علامة أخرى وذلك من خلال الاعتراض لدى المحاكم المختصة. وقضت محكمة التمييز الاتحادية^(٢) ".....تشير تقارير الخبراء المفصلة والواضحة تشير الى ان علامة المدعي التجارية (سليمانى) متشابهة مع علامة المدعى عليه الثالث (السليمانية) وان استعمال العلامة من قبل المدعى عليه الثالث الى جانب المدعى يؤدي الى ارباك وايهام جمهور المستهلك سيما وان علامة المدعي تتمتع بالشهرة وان شركة المدعي هي صاحبة الفكرة الابتكارية وان وجود علامتين بنفس الصنف السلعي يلحق ضرراً بصاحب العلامة المشهورة التي يجب تتمتع بالحماية القانونية حتى وان لم تكن مسجلة في العراق....." وعليه قررت المحكمة بالالزام المدعى عليه الأول (وزارة الصناعة والمعادن - مسجل العلامات التجارية) بتسجيل علامة (سليمانى) باسم الشركة المدعية وإلغاء مضمون كتاب وزارة الصناعة والمعادن وإلغاء تسجيل العلامة التجارية (السليمانية) باسم المدعى عليه الثالث.

وطبقت محكمة النقض المصرية هذا المبدأ في حكمها الصادر بجلسة ٢٤ يناير ١٩٦٣ في منازعة تتعلق بالمعارضة في تسجيل علامة تجارية (القبانى) عن منتجات صابون لنتشابهها مع علامة (الميزان) بصدد منتجات مماثلة، وانتهت المحكمة من اجراء المقارنة بين العلامة فاندا VANDA و العلامة FANTA، من جانب ، والعلامة " ك. كولا " والعلامة " كوكا كولا " من جانب آخر الى توافر التقليد وقضت بالغاء تسجيل العلامتين المقلدتين بالإضافة الى التعويض^(٣).

وفي هذا الشأن قضت محكمة النقض المصرية في الطعن رقم (٢٩) لسنة ٦٧ جلسة ١٩٦٢/١/٢٤، بأن العبرة في التمييز بين علامتين ليست احتواء العلامة على حروف أو رموز أو صور مما تتطوي عليه العلامة الأخرى، وانما العبرة بالصورة العامة التي تتطبع في الذهن نتيجة لتركيب هذه الصور أو الرموز، أو الشكل الذي تبرز به العلامة بصرف النظر عن العناصر المركبة منها وعمّا إذا كانت الواحدة فيها تشترك في جزء أو أكثر مما تحتوي

(١) عبد الله حسين الخرشوم ، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية ، عمان ، دار وائل للنشر ، ٢٠٠٥م، ص٦٧.

(٢) قرار محكمة التمييز الاتحادية، ذي العدد ٣٢٠١/الهيئة المدنية/٢٠٢٠ والصادر بتاريخ ١٧/١١/٢٠٢٠، غير منشور.

(٣) طعن مدنى رقم ٣٩٠ لسنة ٢٧ قضائية، مشار الية ،حسام الدين الصغير، قضايا مختارة من اجتهادات المحاكم العربية في مجال العلامات، ندوة الويبو دون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد ٧ و ٨ ديسمبر/ كانون الأول ٢٠٠٤،

الأخرى^(١). كما اشترط في القانون الأردني في المادة (١/٧) على أنه "يشترط لتسجيل العلامة التجارية أن تكون ذات صفة فارقة من حيث الاسماء أو الحروف أو الأرقام أو الأشكال أو غير ذلك قابلة للإدراك". وأيضاً نص القانون المصري في المادة (٦٧) من قانون الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢، "بأنه لا يجوز تسجيل كعلامة تجارية أو كعنصر منها "العلامات الخالية من أي صفة مميزة أو المكونة من علامات أو بيانات ليست إلا التسمية التي يطلقها العرف على المنتجات أو الرسم أو الصور العادية له، الفقرة (١) والفقرة (٨) من المادة (٥) من قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي^(٢)، أما إذا كانت العلامة مركبة من أكثر من عنصر كانت العبارة توافر الصفة الفارقة والتي تأخذ شكلاً مميزاً بغض النظر عما إذا كانت تلك العناصر التي تتكون منها العلامة شائعة أو معروفة، فالعبارة في شرط الفارقة هي مظهر العلامة التجارية الخارجي، والاجمالي العام وليست العبارة بعناصرها الجزئية وذلك لما قضت به المحكمة من خلال القرارات الصادرة عن المحكمة الأردنية العليا، ومنها القرار المتعلق بالنزاع القائم بين العلامة التجارية "برانس" والعلامة التجارية "برانساس" الذي قضت فيه بالقول أنه: "...يتبين أنه أجاب عن الدفع المثار من طرف الطاعنة عندما صرح بعدم وجود تشابه بين كلمة "برانس" و "برانساس" وإن اللبس الذي يقصده المشرع هو الذي يجعل من المستهلك المتوسط الانتباه يخلط بين المنتج الذي علامة "برانس" وذلك المنتج الذي يحمل علامة "برانساس" كما أن الكلمتين هما عبارة عن لقب يمنح لكل من يتولى الإمرة، سواء أكان ذكراً أم أنثى، وأنه باختصار فإن مجموع الخصائص لكتابة كل علامة، وكذا النطق بها لا تشكل أي تشابه يمكنه إحداث خطر اللبس والخلط بينهما"^(٣). وفي هذا السياق قضت محكمة العدل العليا الأردنية، في الدعوى (رقم ٨/١٩٩٤) بتاريخ ١٩٩٤/٢/٥، بأنه "ولما كانت العلامة المراد تسجيلها، تشابه علامتين مسجلتين ومستعملتين منذ مدة طويلة في ذات الصنف، وأن كلمة (Extra) أصبحت مميزة لتلك العلامتين، وتطلب من قبل المستهلك على هذا الأساس، ذلك لأن طول مدة الاستعمال جعلت

(١) مجموعة أحكام محكمة النقض السنة الرابعة عشر العدد الأول لسنة ١٩٦٧م.
(٢) نصت الفقرة (١) من المادة (٥) على: "لا تسجل علامة لغرض هذا القانون ١ - العلامة الخالية من الصفة المميزة أو المتسعملة في التجارة لبيان نوع البضاعة أو ماهيتها أو كميتها أو محل انتاجها أو التي تستعمل في اللغة العراقية الدارجة للدلالة على ذلك. حينما لا تكون الإشارات قادرة بحد ذاتها على تمييز سلع أو خدمات تتوقف إمكانية التسجيل على الصفة المميزة المكتسبة عبر الاستعمال....."، ونصت الفقرة (٨) من ذات المادة "....العلامات المطابقة أو المشابهة لعلامة مشهورة أو العلامات المطابقة أو المشابهة لعلامة تجارية مسجلة سابقاً إذا كان تسجيل تلك العلامة سيؤدي الى احداث ارباك لدى جمهور المستهلكين بالبضاعة التي تميزها العلامة أو البضائع المشابهة"
(٣) قرار محكمة العليا، في القضية ٢٠١٩/٢٦، بتاريخ ٢٠٠٢/٢/٥م.

من هذا اللفظ علامة فارقة، وعليه فيكون القرار المستأنف الصادر عن مسجل العلامات التجارية برفض طلب تسجيل العلامة التجارية، متفقاً وأحكام القانون^(١).
واما المشرع المصري فإن المادة (٦٣) من قانون حماية الملكية الفكرية المصري تنص على أنه "العلامة التجارية هي كل ما يميز منتجاً سلعة كانت أو خدمة عن غيره. وتشمل على وجه الخصوص الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً، والإمضاءات، والكلمات والحروف، والأرقام، والرسوم، والرموز..."^(٢). وقد حظر المشرع العراقي كغاية من المشرعين على استعمال الرموز والشعارات المطابقة والمشابهة وذلك لعدم احداث لبس أو مساس بحقوق علامات تجارية أخرى. وقد قصد بعنصر الفارقة أن لا تتخذ العلامة التجارية شكلاً مبتكراً أو عملاً فنياً جيداً، وإنما تميز العلامة عن غيرها من العلامات التي توضع على سلع ومنتجات مماثلة لمنع حصول الخلط و اللبس لدى المستهلك العادي^(٣). وقد رفضت مصلحة تسجيل العلامات التجارية المصرية تسجيل رمز (Regalia) "ريجاليا" بسبب سبق تسجيل علامة "Regala ريجالا" عن منتجات مشابهة، وذلك لتشابه كتابة ونطق العلامتين مما قد يثير الخلط لدى المستهلك^(٤).

ومن جانب آخر ومهم قد يثار تساؤل آخر حول إمكانية تسجيل العلامات التجارية التي تدرك بأحد الحواس ولا تتحصر بحاسة النظر؟ إذ أن اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (TRIPS)، قد تضمنت في العبارة الأخيرة من المادة (١/١٥) حكماً مهماً مقتضاه، جواز أن تطلب الدول الأعضاء في هذه الاتفاقية أن تكون العلامة التجارية المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر، كشرط لتسجيلها^(٥).

ولكون أن العلامة التجارية غير القابلة للإدراك بواسطة النظر لا يمكن تسجيلها وفقاً للقانونين الأردني والمصري، فإنه لا مجال للحديث عن شطب العلامة التجارية المسجلة والمخالفة لهذا الشرط، وذلك لاشتراط القوانين المذكورة أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر. والمشرعان الأردني والمصري منسجمون بذلك مع اتفاقية (TRIPS) بخصوص شرط القابلية

(١) صلاح زين الدين، العلامات التجارية - وطنياً ودولياً، ط٣، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٥، ص ٩٧.
(٢) انظر الموقع المحامي احمد قناوي للمحاماه والاستشارات القانونية

<http://www.laweg.net/Default.aspx?action=HP> تاريخ الزيارة ٢٠٢١/٣/١١.

(٣) انظر المادة (٥) من القانون العراقي للعلامات التجارية رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ المعدل.

(٤) عامر محمود الكسواني، التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط١، ٢٠١٠م، ص ٣٤.

(٥) د جلال وفاء محمدين، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقاً لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس)، دار الجامعة الجديدة - الأزاريطة، السنة ٢٠٠٤، ص ١٠٥.

للإدراك بالنظر، وهذا ما بينته الفقرة (١) من المادة (٧) من القانون الأردني^(١)، والقانون الأردني لا يجبر الأشخاص بتسجيل العلامات التجارية التي تتكون من رموز أو دلالات غير مادية كذلك العلامات التي تعتمد على حاسة الشم أو تعتمد على حاسة السمع، مثل النغمات الموسيقية أو الصوتية أو زئير الأسد أو خريبر الماء، والعل السبب في ذلك يعود إلى أسباب شكلية لا موضوعية، كأن تكون صعوبة حفظ هذا النوع من نماذج العلامات التجارية ذات تكاليف باهظة لما يتطلب من أجهزة ومعدات وخبراء لا تكون موفرة لدى مصلحة تسجيل العلامات التجارية^(٢). وجاء المشرع المصري مشابهاً في للمشرع الأردني وذلك من خلال الفقرة (٢) للمادة (٦٣) من القانون الملكية الفكرية المصري^(٣)، الأمر الذي ينبني عليه عدم جواز تسجيل العلامات الصوتية أو الخاصة بحاسة الشم، ذلك أن تسجيل العلامات التجارية التي لا تدرك بالنظر يتطلب إجراءات وأجهزة وخبراء لدى الجهة المختصة بتسجيل العلامة التجارية قد لا تكون موجودة، هذا علاوة على ندرة مثل هذه العلامات في الحياة العملية^(٤)، ولكن يرى الباحث أن اتجاه المشرعان في ادراك العلامة الصوتية أو الخاصة بالشم من العلامات والتي قد تكون موجودة في المستقبل هو حرمانها من الحماية التي ينشدها المجتمع الدولي والوطني ومن شأنه خلق فراغ تشريعي قد يستفيد منه محترفي التضليل والغش، وقد كان على المشرعان تنظيم تلك العلاقات، بأن يضعوا الأطر التشريعية لما قد يستجد من الحالات والوقائع، وأن لا يتركها خلفهما مثل تلك الثغرة التشريعية.

وهذا ما اخذ به القانون العراقي الذي لا يشترط في الاشارة ادراكها بصريا حتى تصلح للحماية التجارية^(٥). ولم ينص المشرع العراقي صراحة بالاشارات التي تدرك بصريا بنص خاص به حتى لا يكون محلا للتاويل والاحتمالات ويفتح ثغرات امام محترفي الغش.

وفي الواقع فإنه يمكن تسجيل العلامات الصوتية وكذلك العلامات الخاصة بحاسة الشم فقانون لانهام الأمريكي للعلامات التجارية، لا يمنع تسجيل العلامات الصوتية^(٦)، حيث تم تسجيل

(١) انظر الفقرة (١) من المادة (٧) من قانون العلامات التجارية الأردني نصت على "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 مجموعة منها وقابلة للإدراك عن طريق النظر".

(٢) د. صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص ١٠٦ - ١٠٨؛ د. بسام مصطفى طيبشات، مرجع سابق، ص ٦٩ - ٧١

(٣) انظر الفقرة (٢) من المادة (٦٣) من قانون الملكية الفكرية المصري نصت على "وفي جميع الأحوال يتعين أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر".

(٤) د سمحة القليوبي، الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص ٤٦٣.

(٥) انظر المادة (١) من قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم ٢١ لسنة ١٩٥٧ المعدل

عطر الأزهار الذي يذكر بنتح زهرة بلوميريا (Plumeiria) يستعمل في خيوط الخياطة والغزل والتطريز (1990 TTAB) وفقاً للقانون الأمريكي^(٢)، ووفقاً للقانون الفرنسي فقد تم تسجيل رائحة عطر شريطة إمكانية عرض العلامة برسم بياني حيث قبل تسجيل علامة لتميز كرة تنس تحس بالشم (olfactive) وتم وصفها بالعبرة الآتية (L'odeur de l'herbe) (fraichement Coupée)^(٣)

المطلب الثاني: شطب العلامة التجارية لانتفاء شرط الجودة: وهذا الشرط من اهم الشروط الموضوعية التي يجب أن تتوفر في تسجيل العلامة التجارية، وتكون العلامة جديدة اذا لم يسبق استعمالها أو تسجيلها من قبل^(٤)، وتعتبر العلامة التجارية جديدة اذا كان عناصرها مميزة عن غيرها من العلامات التجارية وان تفرق عن غيرها من جانب معين من جوانبها، وهذا يعتمد على نوع المنتجات والزمان والمكان، ويكون على عاتق المسجل التأكد من عدم وجود علامة مسجلة، في ذات صنف المطلوب تسجيل العلامة عليه، تتطابق أو تتشابه مع العلامة المطلوب تسجيلها، وهذا يعني أن شرط الجودة ذو طبيعة نسبية وليس مطلقاً، كونه محدداً بالبضائع نفسها وبمكان الاستعمال وزمانه أنفسهما، الأمر الذي يترتب عليه أن تسجيل علامة تجارية واحدة، ولأكثر من نوع من أنواع البضاعة المختلفة، وفي مكان وزمان مختلفين لا يوجد قانون ما يمنعه طالما أن العلامة المراد تسجيلها، تعود إلى نوع أو صنف آخر من أصناف المنتجات المختلفة^(٥). ويقصد بمصطلح الجودة أن تكون العلامة التجارية جديدة أنه لم يسبق استعمالها أو تسجيلها من قبل احد، إلا أن هذا الشرط لا يعد شرطاً مطلقاً، وان التشابه بين العلامتين لا يعني ضرورة التطابق، بل يكفي أن يؤدي إلى اختلاط الأمر على الجمهور، وقد قضت محكمة النقض المصرية بأنه ليس الفيصل في التمييز بين علامتين، بل يكفي أن يؤدي

(1) Paul Heald joined , Trademarks and Geographical Indications - exploring the contours of the TRIPS agreement ، Vol. 2 . No.3 Vanderbilt Journal of Transnational Law ، 1996 ، p.640..

(٢) د سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص ٤٦٢.

(3) L'office de l'harmonisation dans le marché interieur (O.H.M.I) - ١٩٩٩/٢/١١ - الصادر في ١٠٠٠-٢٠٠٠ المشار اليه لدى P.I.B.D.

• د سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص ٤٦٢.
- وكذلك علامة صوت زئير الأسد المسجلة لصالح شركة الإنتاج السينمائي Metro Mayer Goldwin مشار إليه لدى:

• د. محمد حسام لطفي، تأثير اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية "تربس" على تشريعات البلدان النامية - النسر الذهبي للطباعة والنشر - القاهرة، السنة ٢٠٠٢، ص ٢٨.

(٤) صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، مصدر سابق، ص ٩٧.

(٥) د. عامر محمود الكسواني - مصدر سابق، ص ٣٤.

إلى اختلاط الأمر على الجمهور احتواء العلامة على حروف أو رموز أو صورة^(١)، فإذا ما ثبت أن أحد الأشخاص قام بإستعمالها أو تسجيلها لتمييز منتجاته أو بضائعه أو خدماته هنا وجب شطب العلامة التجارية بل ويقع صاحبها تحت طائلة المسؤولية، وحتى تعتبر العلامة التجارية جديدة بأن لا تتشابه مع علامة تجارية أخرى أو ان تكون مستعملة أو مسجلة وذلك حتى لا يكون هناك تضليل ولبس للجمهور، وذلك لتمييز المنتجات أو البضائع الموجودة في الإقليم^(٢).

وكما أن الجودة المطلوبة هي ليست الجودة المطلقة بل الجودة النسبية في خلق وإبتكار العلامة التجارية من أجل تطبيقها على السلع وعدم استعمالها من جانب تاجر منافس لتمييز سلع أو خدمات شبيهة أو مماثلة، ويترتب على ذلك أن العلامة التجارية تعتبر جديدة حتى ولو سبق استعمالها على نوع آخر من السلع، حيث أن العبرة في شرط الجودة يكون بإستعمال العلامة التجارية على ذات السلع المراد وضعها عليها أى السلع المماثلة^(٣).

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 له ان جاز استعمالها لتمييز سلعة مختلفة عنه"^(٤). والمقصود بالجدة النسبية هو ان تكون العلامة جديدة من حيث المنتجات والزمان والمكان ويوجد على هذا الشرط بعض القيود كالاتي:

أولاً : من حيث المنتجات: الحقيقة ان الجودة من حيث المنتجات يتداخل فيها شرطي الجودة والصفة الفارقة، فالقول ان العلامة جديدة من حيث المنتجات يعني بالضرورة انها غير مشابهة لعلامة اخرى تستخدم لتمييز منتج من نفس النوع او التصنيف، لذا يلجأ التجار إلى استعمال العلامة التجارية لتمييز نوع معين من السلع والبضائع أو الخدمات وهذا لا يمنع من استعمال

(١) قرار نقض مدني مصري، رقم ٢٧/١٧٠، بتاريخ ١٢/١/١٩٦٤، المجموعة لسنة ١٣ العدد ٣ مشار الية في محمد مصطفى صادق، ص ٧١.

(٢) شذى عساف، شطب العلامة التجارية في ضوء اجتهاد محكمة العدل العليا، ط ١، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١١م، ص ٧٤.

(٣) د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، مرجع سابق، ص ٩٨
وقضت محكمة العدل الأردنية بأن " تكون العلامة التجارية جديدة أي لم يسبق استعمال نفس العلامة من جانب آخر 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 " .

(٤) محكمة العدل العليا الأردنية قرار رقم ٤٠٧/٩٦، لسنة ١٩٩٦ مجلة نقابة المحامين الأردنيين، ص ٩٦.

نفس العلامة لسلع أخرى عن السلع الأولى، بشرط أن لا تكون العلامة قد سبق استعمالها للدلالة على منتج مماثل وشبيه له فاستخدام علامة لتمييز منتجات معينة لا يمنع الغير من استخدامها لتمييز منتجات أخرى متى كانت مختلفة عنها، لأنه يكون بعيد عن الخلط أو حدوث أي التباس في ذهن المستهلك، وإيضاً أنه لا يجوز استخدام علامة يستعملها الغير لمنتج مختلف من حيث طبيعتها إذا كان يخشى أن يعتقد الجمهور بوحدة مصدر المنتجين، كإقتباس علامة خاصة بالملابس لتمييز نوع من الساعات^(١). فالمقصود بالجدة ليست الجدة المطلقة في ابتكار علامة تجارية وإنما المقصود في التطبيق على السلع^(٢).

وعليه فإذا كانت العلامة التجارية المراد تسجيلها تستخدم على المواد الغذائية واران شخص آخر تسجيل نفس العلامة على منتجات غذائية مماثلة فيحق له ذلك لأنه لا تؤدي الغش والتضليل^(٣).

وهذا ما نصت عليه المادة (٤) من القانون العراقي "بانه يمنع باستعمال اشارات متطابقة او مشابهة للسلع او الخدمات في نفس نطاق التجارة والتي تكون مطابقة او مشابهة لتلك التي تم تسجيل العلامة التجارية لها، ومن المحتمل ان يؤدي هذا الاستخدام الى الخلط بينهما".

الا أن اتفاقية تريبس ومن خلال المادة (١٦ / ف١) زودت مالكي العلامات المشهورة بحماية إضافية، ضد الاستعمالات غير المشروعة لتلك العلامات، ليس فقط عند استعمالها بالنسبة لسلع أو خدمات مماثلة، لكن أيضاً عند إستعمالها بالنسبة لسلع أو خدمات غير مماثلة أو غير متشابهة، لذلك إن الحماية المدنية للعلامة التجارية تقتصر فقط على العلامة عندما يتم استخدامها لأغراض تمييز منتج معين، فلو استخدمت العلامة ذاتها لتمييز منتج آخر فلا يعتبر ذلك انتهاكاً لحمايتها، فإن علامة (Ford) هي خاصة بالشركة المنتجة لهذا النوع من المركبات، فلو استخدم رمز (Ford) لتمييز منتج آخر، الملابس مثلاً، فلا إشكال في ذلك^(٤).

هذا ما أكدت عليه محكمة العدل الأردنية بقولها "إن حماية العلامات التجارية لا تتعدى المنتجات التي نصت عليها شهادة تسجيلها، وعليه فلا يمنع من إستخدام نفس العلامة لتمييز

(١) حمدي غالب الجغبير، العلامات التجارية الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، ٢٠١٢م، ص٧٣.

(٢) سميحة القليوبي، الملكية الصناعية في القانون التجاري، الطبعة الخامسة، القاهرة، دار لنهضة العربية، ٢٠٠٥م، ص٢٣٤.

(٣) قرار محكمة العدل الاردنية العليارقم (٩٦/٨٣) مجلة المحامين الاردنيين لسنة ١٩٩٧، ص٦٤٣.

(٤) ايناس مازن فتحي الجبارين، الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً للقوانين الأردنية، جامعة الشرق الأوسط، ٢٠١٢م، ص٣٩.

سلعة أخرتختلف عنها إلا إذا لا ينشأ من ذلك نسباً وخلق بين السلع الحاملة ذات العلامة ما لم تكن متقاربة^(١).

ثانياً : من حيث الزمان يقصد بالجددة من حيث الزمان الجدة النسبية وليس الجدة المطلقة، فشرط الجدة لا يعنى اشتراط عدم سبق استعمال أو تسجيل العلامة مطلقاً في الماضي، فالعلامة التجارة تعتبر جديد ولو كان قد سبق استعمالها من ذات نوع السلع والخدمات إذا ما أوقف استعمالها مدة طويلة أو لم يقم صاحبها بتجديدها بشرط ان لا تكون شائعة.

وقد حددت اغلب التشريعات مدة معينة لملكية العلامة التجارية، فاذا ما انتهت تلك المدة التي قررها القانون دون أن يقوم مالك العلامة بتقديم طلب تجديد لها، فيعني ذلك تنازله عن ملكيته للعلامة التجارية ويجوز للغير استعمالها في خدماتهم أو سلعمهم، حيث نصت المادة (٢٠) من القانون العلامة التجارية الأردني على "مدة ملكية حقوق العلامة التجارية عشر سنوات من تاريخ تسجيلها ويجوز تجديد تسجيلها لمدة مماثلة وفق أحكام القانون".

فحدد القانون مدة العشر سنوات فاذا ما انقضت تلك المدة بدون تقديم طلب لتجديدها فان العلامة التجارية يتم شطبها من السجلات التجارية، وترجع كما كانت من حيث الزمان شرط أن تكون العلامة المراد تسجيلها غير مسجلة من قبل الجهات المختصة^(٢).

وما جاء أعلاه هو مشابه لما موجود في المادة (٩٠) من القانون المصري^(٣) والمادة (٢٠) من القانون العراقي^(٤). ونلاحظ من النصوص للقوانين المقارنة موضوع البحث ان صياغة المشرع المصري والعراقي كانت ادق واكثر تفصيلاً من الأردني حيث حدد المشرعان انها (مدة حماية للعلامة) اما المشرع الأردني فذكر انها (مدة ملكية الحقوق)، حيث انها فعلياً مدة حماية هذا من جهة، ومن جهة أخرى فأن المشرعان المصري كان ادق بخصوص انتهاء مدة الحماية، حيث اعطى مدة تمديد لتقديم طلب تجديد الحماية وهي (٦) اشهر من تاريخ انتهاء العشر سنوات وذكر عبارة (...بطلب تجديد مدة الحماية...) اما المشرع العراقي الذي اعطى نفس المدة

(١) حكم محكمة العدل الأردنية قرار رقم ٤٠٧ / لسنة ١٩٩٦ ، مجلة نقابة المحامين الأردنية ، ص ٦

(٢) صلاح زين الدين ، العلامات التجارية وطنياً ودولياً ، مرجع سابق ، ص ٩٩

(٣) انظر المادة (٩٠) من قانون الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ المصري والذي نص على "مدة الحماية المترتبة على تسجيل العلامة عشر سنوات وتمتد لمدة او لمدد مماثلة على طلب صاحبها في كل مرة خلال السنة الأخيرة من مدة الحماية مقابل سداد الرسم المستحق على طلب التسجيل لأول مرة. ويجوز بعد فوات تلك المادة بما لا يجاوز ستة شهور ان يتقدم صاحبها بطلب تجديد الحماية وذلك مقابل أداء الرسم المقرر ورسم إضافي تحدده اللائحة التنفيذية لهذا القانون بما لا يجاوز خمسمائة حنيه والا قامت المصلحة بشطب العلامة"

(٤) انظر المادة (٢٠) من قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم ٢١ لسنة ١٩٥٧ المعدل والتي نصت على "١- تكون مدة حماية العلامة عشر سنوات قابلة للتجديد للمدة ذاتها بموجب طلب يقدم خلال السنة الأخيرة وحسب الأنظمة المتبعة، بعد دفع الرسوم المفروضة. ٢- لمالك العلامة ان يطلب تجديدها خلال ستة شهور بعد تاريخ انتهائها مقابل الرسوم المقررة والرسوم الإضافية المحددة في الأنظمة والا فليسجل ان يشطب العلامة من السجل".

ولكن بصياغة غير موفقة حيث ذكر (٢- لمالك العلامة ان يطلب تجديدها....) فالعلامة لا تجدد وانما مدة الحماية تتجدد. وكرر المشرع الأردني بنفس ما جاء به المشرع العراقي مع تمديد المدة الى سنة واحدة بعد انتهاء العشر سنوات من خلال نص المادة (٢/٢١) ^(١). وبالرجوع الى نظام العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم (٢٦) لسنة ١٩٥٧ نجد ان هناك تناقض بين المادة (٢٨) منه والتي حددت مدة تجديد الحماية (ثلاثون يوماً) بعد انتهاء مدة العشر سنوات خلافاً للقانون الذي حددها بستة اشهر من تاريخ انتهاء مدة الحماية وعليه نقترح على المشرع العراقي بأعادة صياغة الفقرة (٢) من المادة (٢٠) لتكون (٢- لمالك العلامة ان يطلب بتجديد حمايتها خلال ستة شهور بعد تاريخ انتهائها مقابل الرسوم المقررة والإضافية المحددة في الأنظمة والا فليتم تسجيل ان يشطب العلامة من السجل). بالإضافة الى تعديل المادة (٢٨) من نظام العلامات والبيانات التجارية العراقي كونه لم يعدل منذ تشريعه عام ١٩٥٧.

ثالثاً: من حيث المكان تتمتع العلامة التجارية بحجية في كافة أقاليم الدول، أي أن العلامة التجارية لا تقتصر على منطقة جغرافية معينة أو محددة أو على جزء معين من الدولة وإنما يشمل كافة دول العالم، فيحق لصاحب العلامة استعمال علامة تجارية معينة داخل إقليم وطنة، أما اذا كانت العلامة التجارية أجنبية فلا يمكن استعمالها إلا اذا كانت مسجلة داخل إقليم الدولة من مالكةا حتى تشمل الحماية القانونية لها^(٢)، وفي هذا الصدد قضت محكمة العدل العليا الأردنية "العلامة التجارية المسجلة في المملكة الأردنية الهاشمية تتمتع بالحماية داخل نطاق المملكة وعلى كافة أراضيها"^(٣)، والاتفاقيات الدولية كاتفاقية تريس وباريس تصفي الحماية المدنية على العلامة التجارية المشهورة ولو كانت غير مسجلة^(٤). وهناك استثنائين لذلك

الاتفاقيات الدولية : تنص المادة (٢/٦) اتفاقية باريس على أنه "لا يجوز إبطال صحة العلامة إستناداً إلى عدم إيداعها أو تسجيلها أو تجديدها في دولة المنشأ"^(٥)، أي اذا تم الاتفاق بين دولتين أو اكثر تضمن كل دولة لرعاياها الحماية القانونية للعلامة التجارية حتى وان لم تكن

(١) انظر المادة (٢/٢١) من قانون العلامات التجارية الاردني رقم ٣٣ لسنة ١٩٥٢ المعدل والتي نصت على "٢- اذا لم يطلب مالك العلامة تجديدها فتعتبر حكماً مشطوبة من السجل بانقضاء سنة واحدة على انتهاء مدة تسجيلها".

(٢) د. سميحة مصطفى القليوبي، المرجع السابق، ص ٢٣٥.

(٣) عامر محمود الكسواني، مرجع سابق، ص ٣٥.

(٤) قرار رقم ٧٣/١٢٣ لسنة ١٩٧٣، مجلة نقابة المحامين الأردنية، ص ٣٧٣، مشار لدى (ايناس مازن فتحي الجبارين)، مرجع سابق، ص ٤٠.

(٥) امطر الفقرة (٢) من المادة (٦) من امر رقم ٧٥/٠٢ المتضمن المصادقة على اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المؤرخ في ٩ جانفي ١٩٥٧م.

تلك العلامة مسجلة في الدولة الأخرى، بل يقتصر تسجيلها على الإيداع في بلدها فقط، فإذا لم تكن العلامة التجارية غير مسجلة داخل الدولة ولكن مسجلة في الخارج فيجوز تسجيلها داخل تلك الدولة.

المطلب الثالث: شطب العلامة التجارية لعدم المشروعية: يقصد بمشروعية العلامة التجارية هي عدم مخالفتها للنظام العام والآداب العام لنظام كل دولة فلا يجوز أن تحتوي العلامة على صور مخلة للآداب العامة وفاضحة، أو تستمد من نظام سياسي مخالف للنظام العام، كما أن الدول تحظر من استعمال الشعارات العامة والرموز الخاصة بشعارات الدولة أو المنظمات الدولية والإقليمية والمعادن الثمينة أو شعارات متعلقة بشعار المنظمات، وبهذا يحظر تسجيلها لأسباب تعود إلى سيادة الدولة وأسباب دينية وسياسية وأخلاقية^(١). فللمجتمع حرمة فلا يجوز التعرض له باستعمال كلمات نابية أو شعارات تمس الأخلاق والنظام العام، كما ينبغي أن لا يكون من شأنها خداع الجمهور^(٢). لذا فإن المقصود من شرط أن تكون العلامة التجارية مشروعة كشرط لتسجيلها أن تكون موافقة للقانون، وغير مخالفة للنظام العام والآداب، كالعلامات الداعية للأعمال المنافية للأخلاق والآداب أو للكحوليات في الدول التي تحظرها^(٣). كما يمتد نطاق عدم المشروعية ليشمل كل مخالفة لقاعدة قانونية، أو تكون ممنوعة قانوناً بمقتضى نصوص قانون العلامات التجارية أو أي تشريع يرتبط بها، فمتى أتخذت العلامة التجارية شكل من الأشكال التي حظرها المشرع كانت باطلة وكان من الواجب شطبها^(٤). حيث اعتبر جانب من الفقه^(٥)، أن المقصود من المشروعية هنا أن لا تكون العلامة التجارية مخالفة لقاعدة قانونية أمره، سواء أكانت هذه القاعدة قد وردت في قانون العلامات التجارية، أم غيره من القوانين النافذة. وبالتالي، فإن ما يترتب على كل ما تقدم بيانه، إننا نستطيع القول إنه ولما كانت المصلحة العامة هي مناط فكرة النظام العام، بحيث تكون هذه المصلحة هي التي تسمو على أية مصالح خاصة، فكل ما يترتب على مخالفة هذه الفكرة مما يمس المصلحة العامة فإنه يتصف والحالة هذه بعدم المشروعية وجزاؤه البطلان.

(١) سائد أحمد الخولي، الملكية الصناعية في الفقه والقانون المعاصر، المرجع السابق، ص ٦١-٦٢.

(٢) د. نعيم مغنغب، الماركة التجارية علامة فارقة أم مميزة، دراسة في القانون المقارن، الطبعة الأولى، بدون ناشر، السنة ٢٠١٠، ص ٩٢.

(٣) السيد عبد الوهاب عرفه، الوسيط في حماية حقوق الملكية الفكرية، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، السنة ٢٠٠٤، ص ١٠٠.

(٤) د. محمود مختار أحمد بري، قانون عمال امالات التجارية - الجزء الأول- القسم الثالث، الأموال التجارية (حقوق الملكية الصناعية - المحل التجاري)، دار النهضة العربية القاهرة، السنة ٢٠١٠، ص ٢٣٩.

(٥) د حسن كبير، المدخل إلى علم القانون، منشأة المعارف، الإسكندرية، الطبعة الخامسة، ١٩٧٣، ص ٤٢.

وعلى صعيد الاتفاقيات الدولية، فقد أشارت المادة (٢/١٥) من اتفاقية (TRIPS) على أن من حق الدول الأعضاء في الاتفاقية أن تضمن قوانينها الوطنية أسباب حظر تسجيل العلامات التجارية، شريطة عدم الانتقاص من الأحكام الواردة في معاهدة باريس بشأن حظر تسجيل شعارات الدول، وعلامة الرقابة الرسمية وشعارات المنظمات الدولية الحكومية.

حيث نجد إن اتفاقية باريس وبموجب المادة (٦/٣/١/أ) نصت على ما يلي: "أن توافق دول الإتحاد على رفض، أو إبطال تسجيل الشعارات الشرفية، والأعلام والشعارات الأخرى الخاصة بدول الإتحاد، والعلامات، والدمغات الرسمية الخاصة بالرقابة والضمان، التي تتخذها هذه الدول، وكل تقليد لها من ناحية الشعار، وتوافق على اتخاذ الإجراءات الملزمة لمنع استعمالها دون تصريح من السلطات المختصة، وذلك سواء كعلامة صناعية، أو تجارية، أو كعناصر مكونة لها". وجاء في المادة (٦/٣/ب) من اتفاقية (باريس) لحماية الملكية الصناعية، أنه يمكن إبطال تسجيل العلامة التجارية، إذا كانت مخالفة للآداب أو النظام العام^(١).

ومما تجدر الإشارة إليه أن طبيعة البضاعة، أو الخدمة، أو المنتج المنوي تسجيله يجب أن لا تحول دون تسجيل العلامة التجارية وهذا ما أشارت إليه المادة (٤/١٥) من اتفاقية تريس الأمر الذي يترتب عليه عدم استطاعة الدولة العضو رفض تسجيل علامة تجارية لبضائع وخدمات، أو منتجات مخالفة للنظام العام والآداب، وفي هذه الحالة فإن مخالفة النظام العام أو الآداب قد تتأتى من خلال شكل العلامة التجارية، الأمر الذي ينتج عنه إشكالية في تسجيل مثل هذه العلامات التجارية^(٢).

وفي الواقع نجد إن هذا الأمر هو ما قرره المادة (٧) من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية بنصها: "لا يجوز بأي حال أن تكون طبيعة المنتج الذي يتعين أن توضع عليه العلامة الصناعية، أو التجارية حائلاً دون تسجيل العلامة" وعلى أية حال، فإن ما يترتب على ذلك التزام الدول الأعضاء بعدم رفض تسجيل علامة تجارية للبضائع، والمنتجات، والخدمات المخالفة للنظام العام بطبيعتها، الأمر الذي لا يستتبع معه جواز طلب شطب العلامة الموضوعية على هذه المنتجات وتلك البضائع، كون المهم أن تنصب عدم المشروعية هنا على العلامة ذاتها دون موضوعها، فإذا جاء موضوعها مخالفاً للنظام العام أو الآداب العامة، فإن

(١) صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، مرجع سابق، ص ٣٧٠.

(٢) د عبد الله حسين الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر والتوزيع - عمان، السنة ٢٠٠٩، ص ١٥٠.

ذلك لا يؤدي إلى بطلانها وجواز شطبها^(١). وتعتبر العلامة التجارية مشروعة اذا ما لم تخالف النظام العام والآداب العامة أو كانت محظورة، فقد جاء نص المادة (٥) من القانون العلامات والبيانات التجارية العراقي^(٢)، اذا كانت العلامة تفقد شرط المشروعية فيكون بالتالي استعمالها محظور، ويمكن تصحيح هذا الخطأ بتقديم طلب إلى مسجل العلامة مطالبا فيه تغييرها، فيحق لمسجل العلامات التجارية رفض تسجيلها اذا كانت مخالفة للنظام العام، أو تحتوي على رسوم مسيئة للتقاليد الاجتماعية أو استعارات للسلطة والاحزاب السياسية المحظورة او اعلام الدول وهذا ما نصت عليه محكمة التمييز العراقية^(٣). وبينت المادة (٨) من قانون العلامات الأردني العلامات التي لا يجوز تسجيلها كعلامة تجارية وأيضا جاء في القوانين موضوع الرسالة الأردني والمصري والعراقي أن هناك علامات لا يجوز اتخاذها كعلامات تجارية لأنها تحتوي على أشكال مخالفة للنظام والآداب العامة. فقضت محكمة العدل العليا الأردنية قرار رقم (٩٥/٩٣) لسنة ١٩٩٥، أنه لا يجوز تسجيل العلامات المخلة بالنظام أو الآداب العامة أو التي تؤدي إلى غش الجمهور عملاً بالمادة (٨/٦) من قانون العلامات التجاري الأردني^(٤). وأنه يحق لمسجل العلامات التجارية شطب تسجيل العلامة التجارية اذا كانت مخالفة للنظام والآداب العامة، وجاء ضمن نص المادة (٦٧) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري أنه لا يسجل كعلامة تجارية أو كعنصر منها العلامات المخلة بالنظام العام، أو الآداب العامة، والشعارات العامة والأعلام وغيرها من الرموز الخاصة بالدولة أو الدول الأخرى، أو المنظمات الإقليمية أو الدولية، ومن الشعارات العامة للدولة مجموعة العلامات والرسوم والزخرفة الداخلية والخارجة المحيطة بالدرع الذي تتخذه دولة شعارا لها. حيث جاء في قرار محكمة الاستئناف الاردنية في قضية العلامة التجارية (ZIPPO) بالصنف (٤) حيث وبالرجوع إلى نص المادة (٦/٨) من قانون العلامات التجارية الأردني أنه لا يجوز تسجيل العلامة المخلة للنظام والآداب العامة، وعلية فان لفظ العلامة التجارية يتنافي مع الاداب العامة وفقا للعادات وعرف الدولة^(٥). ويكون شطب العلامة لانتفاء شرط المشروعية في حالتين:

(١) انظر الفقرة (٢) من المادة (٥) من قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم ٢١ لسنة ١٩٥٧ المعدل والتي تنص على: "لا تسجل علامة لغرض هذا القانون: ٢- العلامات او التعابير والرسوم المخالفة للنظام العام"
(٢) د نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية، الملكية الصناعية، دراسة مقارنة في القوانين الأردني والإماراتي والفرنسي، دار وائل للنشر- عمان، الطبعة الثانية، السنة ٢٠١٠، ص ٢٩٦.
(٣) القاضي محمد عبد طبعيس و د. علي فوزي الموسوي، الحماية المدنية للعلامة التجارية، مجلة العلوم القانونية، جامعة بغداد، المجلد ٢٦، العدد ٢، ٢٠١١، ص ١٢٠ وما بعدها.
(٤) مجلة نقابة المحامين الأردنيين، ص ٦٩.
(٥) محمود الرشدان، العلامة التجارية، دار الميسر والطباعة للنشر عمان، ٢٠٠٩م، ص ٣١.

- ١- هي ان تكون العلامة قد سجلت خطأ وانها مخالفة للقانون او النظام العام والاداب، ومن ثم يمكن شطب هذه العلامة لاحقا متى ما تبين للمسجل عدم النشروعية.
- ٢- هي حالة العلامة التي سجلت بطريقة صحيحة بحيث ان شرط المشروعية كان متحقق ابتداء ثم في وقت لاحق زالت عنها هذه الصفة، بسبب صدور قانون جديد او تعديل قانون يجعل شكل العلامة غير مشروع بعد ان كان مشروع ابتداء، او بسبب التغيير والمرونة في فكرة النظام العام، فما يعد متوافقا مع النظام العام في وقت ما قد يتعارض معه في وقت لاحق .

ويلاحظ أن الأشكال التي تبطل بها العلامات التجارية إذا ما أخذتها تختلف من مجتمع لآخر ومن زمان لآخر لكونها فكرة مرنة، كذلك ربط مشروعية العلامات التجارية بالنظام العام يجعل تلك الفكرة فكرة مرنة حيث أن فكرة النظام العام تختلف من زمان لآخر ومن مكان لآخر، وإن كان هناك علامات لا يجوز إتخاذها كعلامات تجارية لما تتصف به من حرمة تستحق الصيانة والإبتعاد عن التعامل التجاري والصناعي، أو من إتخاذها وسيلة للإيحاء بنفوذ أو رعاية سياسية، وتعتبر العلامة غير مشروعة اذا انطوت على غش، كأن تحتوي على معلومات وبيانات غير صحيحة عن اصل المنتج أو صفاته حتى يسهل تسويقه، لأن ذلك يؤدي إلى تضليل الجمهور، فجاء ضمن نص المادة (٧/٥) قانون اردني أن "العلامات التي يحتمل ان تخدع الجمهور او تريبكه او التي تحتوي اوصاف غير صحيحة عن منشا المنتجات سواء اكانت بضائع او خدمات او خصائصها الاخرى وكذلك الاشارات التي تحتوي على بيان اسم تجاري وهمي أو مقلد أو مزيف.

بقي أن نتساءل فيما يتعلق بالعلامة المشهورة: هل يكفي إثبات شهرة العلامة التجارية لشطب أي علامة منسوخة أو مقلدة أو مترجمة عنها، أم لا بد من البحث عن اللبس لدى جمهور المستهلكين، مما يؤدي إلى إلحاق الضرر بصاحب العلامة المشهورة؟

في الواقع أن القوانين موضوع البحث الأردني والمصري والعراقي واتفاقية (TRIPS) التي أحالت إلى أحكام المادة (٦) مكرر من اتفاقية باريس يؤكد كل منهم على أن مجرد استخدام العلامة المشهورة بأي حالة من الحالات الثلاث السابقة^(١).

(١) نصت المادة (١٢/٨) من القانون الأردني على ما يلي: "العلامة التي تطابق أو تشابه أو تشكل ترجمة لعلامة تجارية مشهورة... كما نصت المادة (٢/٦٨) من القانون المصري على ما يلي: "ويجب على المصلحة أن ترفض من تلقاء نفسها أي طلب لتسجيل علامة مطابقة لعلامة مشهورة...". ونصت المادة (٨/٥) من القانون العراقي على: "لا تسجل علامة لغرض هذا القانون ٨- العلامة المطابقة او المشابهة لعلامة مشهورة او العلامات المطابقة او المشابهة لعلامة تجارية مسجلة مسبقاً اذا كان تسجيل تلك العلامة سيؤدي الى ارباك لدى جمهور المستهلكين بالبضاعة التي تميزها العلامة او البضاعة المشابهة"، ونصت المادة (١/١٦) من اتفاقية (TRIPS) على ما يلي: "... حين يمكن أن يسفر ذلك الاستخدام

ويرى جانب من الفقه^(١) أن مجرد استخدام العلامة المشهورة سواء نسخاً أو تقليداً أو ترجمة، وذلك على بضائع أو خدمات مشابهة يتحقق للبس لدى الجمهور والضرر لصاحب العلامة. في حين ذهب رأي في الفقه^(٢)، أنه لا يتصور حماية ترجمة أية علامة مشهورة في الوقت الذي ينتفي فيه التشابه الخادع من حيث الشكل أو المضمون أو الجرس الصوتي ، وينتقد هذا الرأي ثلاثة أحكام صدرت عن محكمة العدل العليا الأردنية^(٣)، عندما اعتبرت أن علامة المستأنفة (المجرة) (majarra) تشكل ترجمة لعلامة المستأنف عليها الثانية (جلاكسي) (GALAXY) وأيدت قرار مسجل العلامات التجارية بشطب العلامة التجارية (majarra) من سجل العلامات التجارية. وأيدت أيضاً محكمة العدل العليا الأردنية^(٤) في قرار اخر عندما اعتبرت أن علامة المستأنف عليها الثانية (LABENA DARB درب اللبانه) تشكل ترجمة لعلامة المستأنف عليها الثانية (ملكي وي) (WAY MILKY) حيث أيدت المحكمة قرار المسجل المتضمن شطب العلامة التجارية (DARBLABEN) من سجل العلامات التجارية. كما أيدت ذات المحكمة^(٥) قرار المسجل اعتبار علامة المستأنفة (مريخ) (MARIKH) تشكل ترجمة لعلامة المستأنف عليها (مارس) (MARS) وأيدت قراره بشطب هذه العلامة من سجل العلامات التجارية.

حيث يلاحظ أن المحكمة انتهت بأن هذه العلامات عبارة عن ترجمة عربية لمسميات بلغة أجنبية لمنهج يباع ويسوق في الأردن يعد تعدياً يستوجب رفض التسجيل، ويجد هذا الرأي سنده في أن محكمة العدل العليا الأردنية حجبت نفسها عن التعرف على مدى التشابه في الشكل العام للمنتج حيث إنها لم تتحدث عن التشابه في التغليف أو في العبوة أو الألوان، واكتفت بأنها علامة مشهورة يحظر ترجمتها، متجاهلة أن اللغات الحية في العالم تتجاوز (٦٩٠٩) لغة.

عن احتمال حدوث لبس ويفترض احتمال حدوث لبس في حالة استخدام علامة تجارية مطابقة بالنسبة لسلع أو خدمات مطابقة". كما أن المادة (٦ مكرر/١) من اتفاقية باريس نصت على ما يلي: "... ويمنع استعمال العلامة الصناعية أو التجارية التي تشكل نسخاً أو تقليداً أو ترجمة يكون من شأنها إيجاد لبس بعلامة..."

(١) د نوري حمد خاطر، المرجع السابق، ص ٢٩٢.
(٢) محمد حسام لطفي، حقوق الملكية الفكرية، المفاهيم الأساسية، دراسة لأحكام القانون رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ في ضوء آراء الفقه وأحكام القضاء المقارن، الطبعة الثانية، بدون ناشر، القاهرة، السنة ٢٠١٢، ص ٦٥.
(٣) حكم محكمة العدل العليا الأردنية رقم (٢٠٠٨/٢٢٨) هيئة خماسية، تاريخ ٢٠٠٨/٩/١٤، منشورات مركز عدالة للمعلومات القانونية.
(٤) حكم محكمة العدل العليا الأردنية رقم (٢٠٠٨/٢٢٩) هيئة خماسية، تاريخ ٢٠٠٨/٩/١٤، منشورات مركز عدالة للمعلومات القانونية.
(٥) حكم محكمة العدل العليا الأردنية رقم (٢٠٠٨/٢٣٠) هيئة خماسية، تاريخ ٢٠٠٨/٩/١٤، منشورات مركز عدالة للمعلومات القانونية.

فالأخذ بمبدأ الترجمة المحظورة بالمطلق يؤدي إلى نتائج غير منطقية، فلا تشابه بين المسمى الأصلي وترجمته في القضايا الثلاثة، فلا يتصور أن يقع الأجنبي في اللبس، فهو لا يعرف إلا لغته، فلو عرف لغتين فهو جمهور واعٍ ولا يسهل تضليله أو خداعه فالعبرة بالصورة التي تتطبع في الذهن لذلك فإن اعتبار أي ترجمة لعلامة تعدياً عليها هو تصور غير سليم.

وفي حكم لمحكمة القضاء الإداري المصرية^(١) قضت فيه: "...أن الثابت من الأوراق أن العلامة (مريخ) تشكل ترجمة حرفية لعلامة (MARS) المشهورة المملوكة للشركة المدعى عليها.... والمسجلة باسمها في كل الدول ذات الصلة ومن ثم تكون الدعوى الماثلة بالنسبة لطلب الإلغاء قد أقيمت على خلاف صحيح القانون خليفة بالرفض وهو ما يتعين القضاء به..."
يؤيد الباحث منطقية هذا الرأي فيما أسس عليه واستند إليه ذلك أن العبرة بالتشابه الحاصل بين العلامة وترجمتها؛ فإن انتفى هذا التشابه على أثر الصورة العامة التي تتطبع في الذهن عند سماع اسم العلامتين انتفى التشابه، وبالتالي عدم وقوع المستهلك في الغش والخداع. ويؤيد الباحث بقاء حظر تسجيل ترجمة العلامة المشهورة التي تشابه تلك العلامة وجواز شطبها ولكن دون النظر إلى كونها مشهورة فحسب بل باستعمال ضابط التشابه على النحو المشار إليه.

وفي جهة أخرى قد يثار تساؤل حول مشروعية كتابة العلامة التجارية باللغة العربية من عدمها، لم يشترط المشرع الأردني ان يكون تسجيل العلامة التجارية باللغة العربية حصراً حيث أشار المشرع الأردني في نظام العلامات التجارية إلى الترجمة في موضعين:

الأول: في حال أن احتوت العلامة التجارية نفسها على كلمة أو كلمات مكتوبة في غير اللغة العربية فيجوز للمسجل أن يطلب ترجمتها بالضبط ويترتب على الطالب، أو وكيله أن يظهر تلك الترجمة ويوقع عليها إذا طلب منه المسجل ذلك وذلك وفق أحكام المادة (٢١) من النظام ذاته. والثاني: عند مرحلة الاعتراض أوجبت المادة (٤٢) من النظام في حال إذا وردت في إحدى البيانات أو التصريحات المودعة مع الاعتراض إشارة إلى وثيقة موضوعة بغير اللغة العربية وجب تقديم ترجمة عنها مشهود بصحتها من نسختين.

أما المشرع المصري اشترط كتابة العلامة باللغة العربية، فنصت المادة (٦٤) من القانون الخاص بحماية الملكية الفكرية أنه تختص مصلحة التسجيل التجاري بتسجيل العلامات التجارية في السجل الخاص بهذه العلامات وفقاً لأحكام هذا القانون وللائحة التنفيذية وذلك مع مراعاة

(١) حكم محكمة القضاء الإداري، دائرة المنازعات الاقتصادية والاستثمار، الدائرة السابعة، في الدعوى رقم ٦٠ لسنة ٦٣ قضائية، تاريخ ١٧ تشرين ثاني/ ٢٠١١، غير منشور، مشار إليه لدى: د محمد حسام لطفي، حقوق الملكية الفكرية، مرجع سابق، ص 65.

أحكام المادتين (٣) و (٤) من القانون رقم ١١٥ لسنة ١٩٨٥ التي نصت على ضرورة أن تكتب العلامات التجارية باللغة العربية، وأضافت الفقرة الثانية من ذات المادة أنه لا يجوز طلب تسجيل علامة تجارية تتخذ أحد هذه الأشكال والمميزات إلا إذا كتبت باللغة العربية، على أن ذلك لا يمنع من طلب تسجيل علامة مكتوبة بلغة أجنبية إلى جانب اللغة العربية بشرط أن تكون اللغة العربية أكبر حجماً وأبرز مكاناً منها، ومقتضى حكم هذا النص أن جهة التسجيل تطلب من صاحب العلامة تقديم ترجمة باللغة العربية للعبارات التي تتضمنها العلامة الأجنبية. بالإضافة إلى التزام صاحب العلامة عند استخدامها استعمال اللغة العربية، وأن توضع العلامة باللغة العربية على جميع المكاتب واللافتات، ووجهة المحل التجاري الذي يستعمل^(١). ولكن لا يوجد ما يمنع من كتابة العلامة التجارية باللغة العربية ولغة أجنبية أخرى، ولكن بشرط أن تكون اللغة العربية أكثر وضوحاً. وفي العراق فإن القانون العلامات لم يمنع صراحة ذلك، وفي النظام فقط نصت المادة (١٠) منه على "إذا احتوت العلامة على عبارات مكتوبة بغير اللغة العربية جاز للمسجل أن يطلب ترجمة لها أو ايضاحاً عنها" ولكن في التطبيق العملي^(٢) نجد العلامة الأجنبية المسموح تسجيلها هي فقط العلامة المسجلة خارج العراق، أما العلامات التجارية العراقية فلا يجوز تسجيلها بغير اللغة العربية أو الكردية.

وتم اعتماد ذلك من قبل مسجل العلامات التجارية العراقي استناداً الى المادة (٢١) من قانون التجارة العراقي رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤ المعدل والمادة (٢٠١) من قانون الشركات رقم (٢١) لسنة ١٩٩٧ المعدل والمادة (٣) من نظام الأسماء التجارية والسجل التجاري رقم (٦) لسنة ١٩٨٥ واجمعت المواد أعلاه على اشتراط ان يكون تسجيل الأسماء التجارية باللغة العربية او الكردية حصراً اما اذا كانت الشركة الأجنبية ولها فرع في العراق فيمكن ان تسجل الاسم باللغة الإنكليزية او اللغات الأجنبية الأخرى.

ونصت المادة (٥) من قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي، أن العلامة التجارية هي رمز للتمثيل الخطي وقد قصد المشرع بذلك أن تكون مكتوبة من جهة وظاهرة بصورة مادية من جهة أخرى، وقد اكد في ذات المادة أن العلامة التجارية لا تسجل التي تستعمل في اللغة العراقية الدارجة للدلالة على ذلك، حينما لا تكون الاشارات قادرة بحد ذاتها على تمييز سلع أو خدمات

(١) علي سيد قاسم، كتابة العلامة التجارية باللغة العربية، مجلة القانون والاقتصاد للبحوث القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق بجامعة القاهرة، العدد الثامن والسون، ١٩٩٨، ص ٢٩.

(٢) مقابلة مع محامون متخصصون بتسجيل العلامات في دائرة مسجل العلامات التجارية في بغداد بتاريخ ٢٠٢١/٦/١٠.

تتوقف امكانية التسجيل على الصفة المميزة المكتسبة عبر الاستعمال، واجاز القانون العراقي تسجيل العلامات التجارية باللغات الأجنبية بشرط ان تكون مسجلة في الدولة الأجنبية. ويرى الباحث انه لا ضير من السماح بتسجيل العلامات الأجنبية وخصوصاً اللغة الإنكليزية في العراق كعلامات تجارية عراقية مع التأكد من ترجمتها ومعناها، حيث ان اللغة الإنكليزية أصبحت هي اللغة المشتركة الأولى في العالم وهذا يعني انتشار العلامة باللغة الإنكليزية اكثر واوسع من غيرها مما يؤدي الى اكثر تداولاً بها وارتفاع قيمتها السوقية وهذا يعكس الى اقتصاد بلدنا العزيز.

الخاتمة:

أولاً - النتائج: نستنتج مما جاء أعلاه عدة نقاط سيتم بينها كما يلي:

- ١- في نظام العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم (٢٦) لسنة ١٩٥٧ نجد ان هناك تناقض بين المادة (٢٨) منه والتي حددت مدة تجديد الحماية (ثلاثون يوماً) بعد انتهاء مدة العشر سنوات خلافاً للقانون الذي حددها بستة اشهر من تاريخ انتهاء مدة الحماية
- ٢- ان الصفة الفارقة في العلامة التجارية اذا كانت متوافرة ابتداء فإنه يصعب تصور زوالها لاحقاً، لكن يبقى من الممكن زوال صفتي الجودة والمشروعية عن العلامة التجارية وان كانتا متحققتان ابتداء عند تسجيلها.
- ٣- لم يقوم المشرع العراقي بأصدار نظام جديد للعلامات التجارية وبقي النظام نفسه من صدره في عام ١٩٥٧.
- ٤- ان قانون العلامات التجارية العراقي لم يمنع تسجيل العلامة التجارية باللغة الإنكليزية بشكل صريح، ولكن في التطبيق العملي نجد العلامة الأجنبية المسموح تسجيلها هي فقط العلامة المسجلة خارج العراق، اما العلامات التجارية العراقية فلا يجوز تسجيلها بغير اللغة العربية او الكردية.

ثانياً - التوصيات

- ١- نقترح على المشرع ان يقوم بصياغة نصوص قانونية في ادراك العلامة الصوتية أو الخاصة بالشتم من العلامات والتي قد تكون موجودة في المستقبل، حيث عدم وجود هكذا تشريعات هو حرمانها من الحماية التي ينشدها المجتمع الدولي والوطني ومن شأنه خلق فراغ تشريعي قد يستفيد منه محترفي التضليل والغش.
- ٢- نقترح على المشرع السماح بتسجيل العلامات الأجنبية وخصوصاً اللغة الإنكليزية في العراق كعلامات تجارية عراقية مع التأكد من ترجمتها ومعناها، حيث ان اللغة

- الإنكليزية أصبحت هي اللغة المشتركة الأولى في العالم وهذا يعني انتشار العلامة باللغة الإنكليزية أكثر ووسع من غيرها مما يؤدي الى أكثر تداولاً بها وارتفاع قيمتها السوقية وهذا يعكس الى اقتصاد بلدنا العزيز .
- ٣- نقتح على المشرع العراقي بأعادة صياغة الفقرة (٢) من المادة (٢٠) لتكون (٢) -
لمالك العلامة ان يطلب بتجديد حمايتها خلال ستة شهور بعد تاريخ انتهائها مقابل الرسوم المقررة والإضافية المحددة في الأنظمة والا فللمسجل ان يشطب العلامة من السجل). بالإضافة الى تعديل المادة (٢٨) من نظام العلامات والبيانات التجارية العراقي كونه لم يعدل منذ تشريعه عام ١٩٥٧ .
- ٤- نوصي المشرع العراق اصدار نظام للعلامات التجارية جديد يتماشى ويتناسق مع التعديلات التي يتضمنها قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم ٢١ لسنة ١٩٥٧ المعدل.

المصادر

الكتب العربية

- ١- ايناس مازن فتحي الجبارين ، الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً للقوانين الأردنية، جامعة الشرق الأوسط، ٢٠١٢م.
- ٢- د. بسام مصطفى طيبشات ، الحماية القانونية للعلامات التجارية في ظل القانون الأردني والقانون المصري والاتفاقيات الدولية، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع - إربد الطبعة الأولى، السنة ٢٠١٠م.
- ٣- د جلال وفاء محمدين، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقاً لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس)، دار الجامعة الجديدة - الأزاريطة، السنة ٢٠٠٤م.
- ٤- حسام الدين الصغير، قضايا مختارة من اجتهادات المحاكم العربية في مجال العلامات، ندوة الويبو دون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد ٧ و ٨ ديسمبر/ كانون الأول ٢٠٠٤م.
- ٥- د حسن كبير، المدخل إلى علم القانون، منشأة المعارف، الإسكندرية، الطبعة الخامسة، ١٩٧٣م.
- ٦- حمدي غالب الجعبر، العلامات التجارية الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، ٢٠١٢م.
- ٧- سائد أحمد الخولي، الملكية الصناعية في الفقه والقانون المعاصر، دار الفجر، القاهرة، ٢٠١٢م.
- ٨- سليم سلامة حتاملة، الإجراءات الخاصة بتسجيل العلامة التجارية والاعتراض عليها في التشريع الأردني، دراسات: علوم الشريعة والقانون، الجامعة الأردنية، المجلد (٤١) العدد (٢) ٢٠١٥م.
- ٩- سميحة القليوبي ، الوجيز في التشريعات الصناعية، دار النهضة العربية القاهرة، الطبعة الرابعة ٢٠٠٣م.
- ١٠- سميحة القليوبي، الملكية الصناعية في القانون التجاري، الطبعة الخامسة، القاهرة، دار النهضة العربية، ٢٠٠٥م.
- ١١- شذى عساف، شطب العلامة التجارية في ضوء اجتهاد محكمة العدل العليا، ط ١، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١١م.
- ١٢- صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية دار الثقافة للنشر والتوزيع - عمان، ٢٠٠٥م.
- ١٣- د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية - وطنياً ودولياً، ط٣، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٥م.
- ١٤- صلاح سلمان الاسمر، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، الدار العالمية الدولية للنشر والتوزيع، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط١، عمان، ٢٠٠٣م.
- ١٥- عامر محمود الكسواني ، التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، ط١، ٢٠١٠م.
- ١٦- د عبد الله حسين الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر والتوزيع - عمان، السنة ٢٠٠٩م.

- ١٧- عبد الوهاب عرفه، الوسيط في حماية حقوق الملكية الفكرية، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، السنة ٢٠٠٤.
- ١٨- علي سيد قاسم ، كتابة العلامة التجارية باللغة العربية ، مجلة القانون والاقتصاد للبحوث القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق بجامعة القاهرة ، العدد الثامن والستون ، ١٩٩٨.
- ١٩- د. محمد حسام لطفي، حقوق الملكية الفكرية، المفاهيم الأساسية، دراسة لأحكام القانون رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ في ضوء آراء الفقه وأحكام القضاء المقارن، الطبعة الثانية، بدون ناشر، القاهرة، السنة ٢٠١٢.
- ٢٠- د. محمد حسام لطفي، تأثير اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية "تريس" على تشريعات البلدان النامية - النسر الذهبي للطباعة والنشر - القاهرة، السنة ٢٠٠٢.
- ٢١- د. محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، دار النهضة العربية - القاهرة، السنة ١٩٦٩.
- ٢٢- القاضي محمد عبد طعيص و د. علي فوزي الموسوي، الحماية المدنية للعلامة التجارية، مجلة العلوم القانونية، جامعة بغداد، المجلد ٢٦، العدد ٢، ٢٠١١.
- ٢٣- محمود الرشدان، العلامة التجارية، دار الميسر والطباعة للنشر عمان، ٢٠٠٩م.
- ٢٤- د. محمود مختار أحمد بريري، قانون عمال امالات التجارية - الجزء الأول - القسم الثالث، الأموال التجارية (حقوق الملكية الصناعية - المحل التجاري)، دار النهضة العربية القاهرة، السنة ٢٠١٠.
- ٢٥- د. نعيم مغيب، الماركة التجارية علامة فارقة أم مميزة، دراسة في القانون المقارن، الطبعة الأولى، بدون ناشر، السنة ٢٠١٠.
- ٢٦- د نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية، الملكية الصناعية، دراسة مقارنة في القوانين الأردني والإماراتي والفرنسي، دار وائل للنشر - عمان، الطبعة الثانية، السنة ٢٠١٠.

المواقع الالكترونية

- ١- <http://www.laweg.net/Default.aspx?action=HP>
- ٢- <https://ar.artbmxmagazine.com/frontera-entre-las-marcas-tridimensionales-y-los-modelos-industriales>
- ٣- <https://www.wipo.int/designs/ar>
- ٤- <https://ar.artbmxmagazine.com/frontera-entre-las-marcas-tridimensionales-y-los-modelos-industriales>
- ٥- <https://www.mubasher.info/news/2147556>
- ٦- <https://www.albayan.ae/five-senses/east-and-west/2018-07-25-1.3322208>

الكتب والبحوث الأجنبية

- 1- Paul Heald joined , Trademarks and Geographical Indications - exploring the contours of the TRIPS agreement ،Vol. 2 . No.3 Vanderbilt Journal of Transnational Law ،1996، p.640..
- 2- L'office de l'harmonisation dans le marché interieur (O.H.M.I) الصادر في ٢٠٠٠ - ١٩٩٩/٢/١١ P.I.B.D. :١٠٠٠ - ٢٠٠٠

القرارات القضائية

- ١- احكام محكمة التمييز الاتحادية العراقية
- ٢- احكام محكمة العدل العليا الأردنية
- ٣- احكام محكمة النقض المصرية.
- القوانين
- ٤- قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ المعدل.
- ٥- قانون العلامات التجارية الأردني المعدل رقم ٣٣ لسنة ١٩٥٢ المعدل.
- ٦- قانون الملكية الفكرية المصري رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢.
- ٧- نظام العلامات التجارية العراقي رقم (٢٦) لسنة ١٩٥٧
- ٨- نظام العلامات التجارية الأردني رقم (١) لسنة ١٩٥٢ المعدل.
- ٩- اللائحة التنفيذية للقانون المصري رقم (٨٢) لسنة ٢٠٠٢
- ١٠- قانون التجارة العراقي رقم (٣٠) لسنة ١٩٨٤ المعدل
- ١١- قانون الشركات رقم (٢١) لسنة ١٩٩٧ المعدل
- ١٢- نظام الأسماء التجارية والسجل التجاري رقم (٦) لسنة ١٩٨٥