

الاحكام القانونية للعلامة التجارية الجماعية (دراسة مقارنة)

Legal provisions of collective trademark (comparative study)

م.م. نجلاء غانم حمد

كلية الحقوق - جامعة الموصل

najlaa.ghanem@uomosul.edu.iq

م. ريم ذنون يونس

كلية الحقوق - جامعة الموصل

reem_law@uomosul.edu.iq

تاريخ استلام البحث ٢٠٢٤/٩/١٠

تاريخ قبول النشر ٢٠٢٤/١٢/٢٩

الملخص

العلامة الجماعية هي تلك العلامة التي تتخذها منشآت سواء أكانت هذه المنشآت تجارية او صناعية او تعاونية بهدف تمييز الخصائص التي تتمتع بها منتجاتها او سلعها او خدماتها وتقدمها تلك المنشآت سواء أكانت لأهداف تجارية ام غير تجارية كالعلامة التي تتخذها بعض الجمعيات التعاونية كشعار لها، وبالرغم من خصوصية هذه العلامة لم نجد في قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي اي نصوص خاصة بها وكيفية تقديم طلب التسجيل ومن له الحق في تقديمه بالإضافة الى عدم وجود نصوص خاصة بحالات خاصة بشطب هذه العلامة توضح كيفية التصرف وحظر التصرف في العلامة الجماعية بعد شطبها من السجلات، عليه نأمل من التشريع العراقي معالجة هذه الثغرات في قانون العلامات والبيانات التجارية واعطاء هذه العلامة قد اكبر من الخصوصية.

الكلمات المفتاحية: العلامة التجارية، العلامة التجارية الجماعية، القانون التجاري.

Abstract

A collective mark is that mark taken by establishments, whether these establishments are commercial, industrial, or cooperative, with the aim of distinguishing the characteristics that their products, goods, or services have and which those establishments provide, whether for commercial or even non-commercial purposes, such as the mark that some cooperative societies take as their logo, and despite The privacy of this mark. We did not find in the Iraqi Trade Marks and Commercial Data Law any texts specific to it, how to submit a registration application, and who has the right to submit it, in addition to the absence of special texts for special cases of deleting this mark, clarifying how to act and prohibit it. Disposing of the collective mark after its removal from the registers, we hope that the Iraqi legislator will address these loopholes in the law of trademarks and commercial data and give this mark greater privacy

Keywords: Trademark, Collective Trademark, Commercial Law.



المقدمة

أولاً: مدخل تعريفى بموضوع البحث: تلعب حقوق الملكية الصناعية عموماً في عالمنا هذا دوراً كبيراً ومهماً في مدى تطوره بالصورة التي هو عليها الآن، فيها توصل العقل البشري إلى إيجاد حلول لمشاكل عدة وسهل بها مصاعب متعددة، وذلك بتقريب المسافات واختصار الوقت.

ومن بين أهم هذه الحقوق العلامات التجارية بمختلف أنواعها، حيث أنه من خلالها يعرض التجار والصناع وأصحاب الخدمات سلعتهم ومنتجاتهم وخدماتهم على المستهلكين، فهي تسهل على أصحاب السلع والمنتجات والخدمات عرض ما لديهم من جهة، وتسهل على جمهور المستهلكين اقتناء ما يرضيهم وما يلبي رغباتهم من جهة أخرى، وبذلك فهي تحقق حماية للمستهلك من التضليل والاحتيال والغش وغيرها من الأفعال غير المشروعة.

ولهذا ألزمت معظم التشريعات بوضع علامات مميزة لمنتجاتهم وسلعتهم وخدماتهم وذلك ليس إلا لحماية المستهلكين وضمان لهم.

هذا وقد انبثق عن العلامة التجارية عدة أنواع لها ومن بينها العلامة الجماعية والتي تقابلها العلامة الفردية وذلك ما إذا نظرنا للعلامة من حيث الشخص المالك لها، حيث أقرتها الاتفاقيات الدولية والتشريعات الوطنية ونظمت أحكامها نظراً لعجز العلامة الفردية عن توفير الجودة الكافية التي من خلالها تمنح حماية أكثر للمستهلك.

فالعلامة الجماعية باعتبارها علامة تجارية فإن لها من الخصوصية بما قد يسمح بلعب دور أكثر فاعلية من العلامة الفردية في حماية المستهلك، حيث أن خصوصية ذلك النظام القانوني الحاكم لها تجعل منها قادرة على أداء وظائف تعجز عنها غيرها من العلامات

وهذا ما جعل التشريعات تقيدها بضوابط ينبغي على مالكيها ومستعمليها التقيد بها تحت طائلة الإلغاء

أهمية البحث ثانياً: تتمثل أهمية الدراسة في تبين مدلول العلامة الجماعية من جهة والفائدة التي تعود بها على المستهلك من جهة أخرى، مقارنة بالعلامة الفردية.

ثالثاً: مشكلة البحث: تكمن مشكلة البحث في النظام القانوني للعلامة الجماعية بأن المشرع العراقي لم يعطي أهمية لهذه العلامة بالرغم من خصوصيتها ولم ينظم الاحكام المتعلقة بها من حيث كيفية تقديم طلب تسجيلها والمتمسكات والوثائق التي يجب تقديمها لمسجل العلامات عند طلب تسجيلها بالإضافة الى انه لم يضع حالات خاصة تشطب عندها العلامة الجماعية نظراً لخصوصيتها كونها تمثل سلع او خدمات جمعية او منشأة او مجموعة اعضاء جمعية، علاوة على عدم وجود نصوص قانونية لحظر التصرف بهذه العلامة بعد شطبها وضرورة عدم تسجيلها ثانية الا باسم نفس الشخص المعنوي التي كانت مسجلة باسمه.

رابعاً: منهجية البحث: سيتم الاعتماد في هذا البحث على المنهج التحليلي والمقارن، اذ سيتم تحليل النصوص القانونية محل المقارنة للوقوف على مواطن الخلل والقصور في التشريع العراقي في معالجة

هذا الموضوع. وستتم المقارنة بين قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم ٢١ لسنة ١٩٥٧ المعدل وقانون العلامات التجارية الأردني رقم ٣٣ لسنة ١٩٥٢ والمعدل بقانون رقم ٣٤ لسنة ١٩٩٩ مع الاسترشاد بقوانين أخرى كلما دعت الحاجة الى ذلك.

خامسا: هيكلية البحث

المبحث الأول: ماهية العلامة الجماعية

المطلب الأول: التعريف بالعلامة الجماعية

المطلب الثاني: أهمية العلامة الجماعية

المبحث الثاني: الاحكام القانونية للعلامة الجماعية

المطلب الأول: شروط اكتساب العلامة الجماعية

المطلب الثاني: مدة حماية العلامة الجماعية

المطلب الثالث: شطب العلامة الجماعية وحظر التصرف فيها

الخاتمة

المصادر

المبحث الأول: ماهية العلامة الجماعية

ان الانفتاح العالمي الحاصل في الآونة الاخيرة كان له الأثر الكبير على القطاع التجاري، اذ كان لأشكال الملكية الفكرية باعتبارها احدى تلك القطاعات النصيب الأكبر من تلك التغيرات التي كان لابد من حصولها لتعزيز صور الانفتاح فجاءت الاتفاقيات الدولية بالتزامن مع تلك التغيرات لتكون محورا هاما لكافة القوانين المتعلقة بالملكية الفكرية. اذ كان لظهور اتفاقية باريس لحماية حقوق الملكية الصناعية لسنة (١٨٨٣) الأثر الواضح في هذا المجال والتي ظهرت بشكل موالى للثورة الصناعية. ومن ثم جاءت اتفاقية تريبيس لسنة (١٩٩٤) اذ سارت معظم تشريعات الدول على خطى الاتفاقية فأشارت الى أنواع العلامات التجارية سواء كانت علامات تجارية عادية ام مشهورة ام خدمة او صناعية او حتى علامة جماعية. وما يهمنا في هذه الدراسة هو العلامة الجماعية باعتبارها نوع من أنواع العلامات التجارية بشكل عام، ومن هذا المنطلق يجدر بنا الحديث عن ماهية العلامة الجماعية من خلال الوقوف عند اهم النقاط التي تجعل من مفهوم العلامة الجماعية ظاهرا بشكل واضح ودقيق من خلال هذا المبحث. لذا سنقسمه الى مطلبين نخصص الأول منه لبيان تعريف العلامة الجماعية، اما المطلب الثاني سنتكلم عن أهمية الدور الذي تلعبه العلامة الجماعية.

المطلب الأول: التعريف بالعلامة الجماعية

سنتكلم في هذا المطلب التعريف بالعلامة الجماعية وذلك من خلال الوقوف عند دور الاتفاقيات الدولية من هذه العلامة والتشريعات المقارنة وذلك عبر فرعين نخصص الفرع الأول لبيان تعريف العلامة الجماعية في الاتفاقيات الدولية اما الفرع الثاني لبيان تعريفها في التشريعات المقارنة وفقا للاتي:



الفرع الأول: تعريف العلامة الجماعية في الاتفاقيات الدولية

وردت العلامة الجماعية وفقاً لاتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية باعتبارها السبقة والمرجعية في هذا الميدان الحيوي^(١)، حيث اشارت في نص المادة الاولى منها الى ان هذه الاتفاقية تشكل اتحاداً لحماية الملكية الصناعية واشارت ذات المادة في فقرتها الثانية الى قطاعات الملكية الفكرية التي شملتها الاتفاقية^(٢).

ما يهمننا في هذه الدراسة هو العلامة الجماعية اذ ان الاشارة اليها وفقاً للاتفاقية يتمحور حول الايداع والحماية الخاصة بالجمعيات سواء اكانت تلك الجمعيات مرتبطة بمنشأة صناعية او تجارية ام لا. بمعنى ان هذه الجمعيات هي الموكل اليها اعتماد نظام خاص بمنشأتها الصناعية او التجارية فاذا كانت تلك الجمعيات هي جمعيات تعاونية ليست بتجارية او صناعية وسواء اكانت تلك الجمعيات عامة او خاصة فان ذلك لا يمنع من اتخاذ علامة جماعية خاصة بها. واذ نلخص ان الاتفاقيات اتخذت مسمى الجمعية فان ذلك سوف يشكل بعد قليل عند الحديث عن موقف التشريعات المقارنة فرقاً في المسمى قد يقف بنا امام حالات العلامات الجماعية والاوزاع الاقتصادية التي ظهرت بها هذه العلامة في تلك الحقبة الزمنية وكما هو معروف بالنسبة للعلامة التجارية العادية فان طلب الحماية فيها لا يتوقف على المنشأة الصناعية او التجارية التي يملكها صاحبها في البلد الذي يطلب به الحماية^(٣).

انما يمكن ايداع الطلب سواء اكان صاحب المنشأة صناعية او تجارية او غير ذلك. ووفقاً لما جاء في نص المادة الثالثة من ذات الاتفاقية بشأن معاملة فئات معينة من الاشخاص معاملة رعايا دول اتحاد حيث جاء ضمن المبادئ العامة للاتفاقية بشأن الاشخاص الذين ليسوا من رعايا دول الاتحاد انما يحصلون في دول الاتحاد على ذات المعاملة التي يحصل عليها رعايا الدول^(٤). اذ ان السبب الرئيس لرفض حماية العلامة قائم على الشرط الموضوعي المتعلق بالمشروعية بمعنى ان تلك العلامة إذا ما كانت تتعارض مع المصلحة العامة فان ذلك يعد سبباً رئيساً لبطلانها^(٥).

واذ ان اتفاقية تريبس جاءت مكتملة لاتفاقية باريس بشأن حماية حقوق الملكية الصناعية فان ما تم الاشارة اليه بشأن العلامة الجماعية الوارد في اتفاقية باريس هو ما سيتم اعتماده في اتفاقية تريبس اذ لم تسعفا هذه الاخيرة في الوصول الى تعريف ادق واشمل بشأن العلامة الجماعية وصورها، باعتبار ان اتفاقية تريبس اشارت اليها بعموميتها حيث احوالت اتفاقية تريبس في نص المادة الثانية منها في الجزء الاول المتعلق بالأحكام العامة والمبادئ الاساسية الى اتفاقية باريس فيما يتعلق بالمواد من (١-١٢) وبالتالي فان ذلك يشمل الاشارة الواردة في اتفاقية باريس عن العلامات الجماعية التي وردت في المادة السابعة (ثانياً) منها اذ ان ذلك لا يعد خروجاً عن النطاق العام الذي سارت عليه اتفاقية تريبس^(٦) فهي اعتمدت على هذا المنهج في الاحالة سواء الى اتفاقية باريس او اتفاقية بيرن لحماية المصنفات الفنية والادبية، واتفاقية روما لحماية فناني الاداء ومنتجي الفونوجرامات وهيئات الاذاعة (١٩٦١)، واتفاقية واشنطن لحماية الدوائر المتكاملة وطبوغرافيتها (١٩٨٩)^(٧).

يتضح مما تقدم ذكره فان الاتفاقيات لم تعرف العلامة الجماعية انما اشارت اتفاقية باريس الى سبل الايداع والحماية وشرط المشروعية فقط.

الفرع الثاني: تعريف العلامة الجماعية وفقاً للتشريعات المقارنة

ان البحث في مفهوم العلامة الجماعية وفقاً للقوانين يحتم علينا الوقوف عند هذا المفهوم في القانون الاردني الخاص بالعلامات التجارية اذ ان النص التشريعي تناول تعريف العلامة الجماعية حديثاً مواكبا للتطورات التي اخذت تفرض نفسها على كافة المجالات الحياتية فأصبح من المحتم نشوء مفاهيم جديدة تجعل الوقوف عند هذه المفاهيم ضرورة لا بد منها. حيث تناولت المادة الثانية من القانون تعريف العلامة الجماعية ضمن سلسلة التعريفات التي اوردها المشرع في بدايات القانون كنوع من الايضاح العام لتلك المفاهيم قبل الدخول في حيثيات المواضيع وما تحويه من احكام خاصة. اذ ورد مصطلح العلامة الجماعية التي تستخدم للتصديق على مصدر البضائع التي ليست من صنع الشخص المعنوي الذي يستقل بهذه العلامة^(٨). واذا ان التعريف يشير الى الخلط بوضوح ما بين العلامة الجماعية من ناحية وعلامة التصديق من ناحية اخرى. فبالرغم من ان نقاط الالتقاء ما بين كلا العلامتين كبير، الا ان ذلك لا يعني بضرورة تعريف احدهما بالآخرى باعتبار ان تلك العلامتين دليلاً على جودة ونوعية وخصائص منتجات او سلع او خدمات معينة كما ان استقلالية الشخص المعنوي بتسجيل هذه العلامة لا يعد سبباً للدمج بينهما بهذه الكيفية.

اذ ان ما تتمتع به البضائع او السلع او الخدمات من ميزات معينة تختلف عن غيرها او تفوق غيرها من منتجات او سلع من ناحية الجودة والنوعية والخصائص وطريقة الصنع او المواد المصنوعة منها وما الى ذلك من ميزات قد يكون سبباً لاتخاذ صاحب هذه المنتجات والخدمات والبضائع علامة جماعية تؤكد للمستهلك على تلك الخصائص وتكون مصدراً موثقاً بها. فقط يكون هذا الشخص شخصاً عاماً او خاصاً وقد يكون مالك او غير مالك لهذه المنشأة^(٩).

وسميت هذا العلامة بالعلامة الجماعية تمييزاً لها عن العلامات التجارية العادية الاخرى. لأنها تكون مملوكة لمجموعة من الاعضاء او ما يسمى بالاتحاد ويظهر ان افراد هذه المجموعة او الاتحاد يقدمون للعلامة بضائع او منتجات او خدمات تحمل خصائص وميزات معينة يمثلها شخص معنوي يملك هذه العلامة الجماعية. وقد لا يمارس اعضاء هذه المجموعة أي نشاط تجاري انما قد يكون هذا الاتحاد ما بين اعضائها تابعاً لمنظمة خيرية او نادي معين او جمعية م^(١٠). فالأصل العام يحتم ان لكل شخص طبيعي او حتى معنوي ان يسجل علامة تجارية باسمه سواء اكان عاماً ام خاصاً. من اجل تمييز منتجاته عن غيرها^(١١) غير ان الشخص المعنوي فقط هو من يستطيع ان يسجل علامة جماعية باعتبارها نوعاً خاصاً من انواع العلامات التجارية^(١٢) فالأصل الذي ورد في الحالة الاولى هي ان العلامة في مثل هذه الحالة علامة تجارية فردية وهي الرمز او الإشارة التي تستخدمها منشأة صناعية او تجارية لتمييز منتجاتها او سلعها او خدماتها حتى لو كانت مملوكة لشخص معنوي اما في حالة العلامة



الجماعية فان التسمية تفرض نفسها. واذا ان هذه الاشارة تظهر الفرق بين العلامة الجماعية والعلامة التجارية العادية فقط تكون العلامات الجماعية تابعة لشركات مختلفة ويمكن ان تكون العلامة الجماعية ملكاً لهيئة معينة تضم تلك الشركات سواء اكانت تمثل مؤسسة عامة او تعاونية بحيث تقوم مهمة الشخص المعنوي في مثل هذه الحالة على ان يلتزم الاعضاء الذين يحملون العلامة الجماعية بالمعايير والشروط اللازمة لاستخدام العلامة وفقاً لنظامها المعد لهذه الغاية.

وبالعودة الى النص التشريعي الاردني الذي خلط ما بين العلامة الجماعية وعلامة التصديق فان الوقوف عند مفهوم الاخيرة يحتم توضيح ان هذه العلامة هي التي تستخدم من اجل المصادقة والرقابة كهدف جوهري في اظهار ان المنتجات او السلع التي تم المصادقة عليها قد جرى فحصها وتدقيقها وفقاً للنظام المعد لهذه الغاية^(١٣) وكان حرياً الوقوف عند كل من علامتين بشكل منفصل ومستقل من اجل تسهيل التفريق ما بين كلا العلامتين كما فعل المشرع المغربي في قانون الملكية الصناعية اذ عرف العلامة الجماعية بشكل مقتضب تاركاً للأحكام التي جاءت بهذا الخصوص مهمة توضيح ذاتية هذه العلامة بشكل اوضح بحيث اشار الى ان العلامة الجماعية تستخدم من قبل الشخص الذي يتقيد بالنظام الذي اعده صاحب التسجيل^(١٤).

اما بالنسبة لعلامة التصديق اذ اشار المشرع المغربي الى التسمية (بعلامة التصديق الجماعية) معتبراً ان علامة التصديق هي صورة او نوع من انواع العلامة الجماعية اذ ذهب المشرع المغربي الى اشتراط ايداع الشخص المعنوي لعلامة التصديق الجماعية على ان لا يكون هذا الشخص بصانع منتجات ومقدم خدمات او حتى مستورد او بائع لهذه المنتجات^(١٥). ومن هنا يظهر ان الاختلاف ما بين العلامة الجماعية وعلامة التصديق الجماعية هو ذلك الشخص المعنوي الذي لا يملك المنشأة التي يراد ان يصادق على منتجاتها او خدماتها^(١٦). في حين انه عندما اشار الى العلامة الجماعية لم يشير الى الشخص المعنوي مالك المنشأة الصناعية او التجارية او غيرها من المنشآت التي كما سبق الاشارة قد تكون غير تجارية اذ ان الفاصل ما بين العلامة الجماعية وعلامة التصديق الجماعية وفقاً لما ذهب اليه المشرع المغربي هو ذلك الشخص الذي يملك العلامة ويعد لها النظام الخاص بها حين انه لا يتيح منتجات او سلع او يقدم خدمات او حتى يتاجر ويستورد تلك المنتجات او السلع او خدمات.

وبالنظر الى قانون الملكية الفكرية المصري^(١٧) نجد انه اشار الى العلامة الجماعية اسوة بالمشرع الاردني بالعلامة التجارية فهي بداية علامة تجارية ومن ثم اعتبار انها تستخدم لتمييز منتج حالها في هذا السياق حال العلامة التجارية العادية التي تستخدم لتمييز المنتجات او البضائع او الخدمات عن غيرها. الا ان هذا المنتج يعد الى مجموعة من الاشخاص ينتمون الى كيان معين ومن ثم اشار المشرع المصري بعبارة ولو كان لا يملك بذاته منشأة صناعية او تجارية فما هو الذي لا يملك المنشأة الصناعية او التجارية؟ لقد قصد المشرع المصري بذلك الشخص المعنوي الذي يملك تلك العلامة التي تستخدم للتمييز حتى لو كانت المنشأة ليست بتجارية او صناعية اذ قصد بذلك انه قد تكون هذه المنشأة عبارة عن نقابة او جمعية تعاونية او اتحاد

عام او خاص^(١٨). وبالتالي فان هذا الشخص المعنوي او ممثل الكيان كما اشار اليه التشريع هو من يتقدم بطلب تسجيل العلامة أي انه المخول من هؤلاء الاعضاء بملكية العلامة الجماعية.

على حين ان المشرع المصري كان قد فصل ما بين كلا العلامتين العلامة الجماعية وعلامة التصديق الجماعية اذ اورد في المادة (٧٠) ما يدل على علامة التصديق^(١٩) بحيث اشار الى الاشخاص الطبيعيين والاعتباريين الذين يزاولون اعمال المراقبة والفحص على المنتجات بحيث يظهر الفرق جلياً ما بين الاشارة التي اوردتها المشرع المغربي كونه اشار ان تكون علامة التصديق الجماعية تعود الى كيان معنوي وما بين الاشارة الى الاشخاص الطبيعيين او الاعتباريين. اذ انه ركز على اظهار الدور الرقابي الذي تلعبه علامة التصديق الجماعية دون اظهار لأهمية الشخص المعنوي الذي يستطيع ان يستأثر بالعلامة الجماعية وعلامة التصديق. وفي هذا يعد خروجاً عن الاتفاقيات الدولية التي سبق الاشارة اليها في الفقرة السابقة وكذلك يعد خطأ لا يستهان به من جانب المشرع المصري الذي اخرج علامة التصديق عن خصائصها الذاتية التي تجعل من غير الممكن تسجيلها من قبل شخص طبيعي.

وفقاً لما تقدم فان القوانين المقارنة كانت قد تباينت في مواقفها بشأن العلامة الجماعية اذ ان القانون الاردني قد اشار غموض واضح عند تعاطيه مع المصطلح الخاص بهذه العلامة باعتبار انه عرف العلامة الجماعية بتشابك مع علامة التصديق الجماعية في حين انه كان الاخرى به اعتبار الاخيرة نوع من انواع العلامة الجماعية ليزول بذلك اللبس حول العلامة الجماعية ومدى امكانية التفريق ما بين كلتا العلامتين. وكان الاجدر به ان ينحى منحى المشرع المغربي. حيث فصل بين كلتا العلامتين فصلاً تاماً معتبراً العلامة الجماعية هي الاصل وكون علامة التصديق نوع لها باعتبار الترابط ما بين كلتا العلامتين كبير. بينما عاد المشرع المصري وفصل فيما بينهما معتبراً العلامة الجماعية في اغلب الاحيان تعود الى الجمعيات والنقابات المهنية والاتحادات كما انه اتاح فرصة تسجيل العلامة الخاصة بالمراقبة والتصديق للأشخاص الطبيعيين والمعنويين وهذا يعد خطأ واضحاً ما بين كل من علامة التصديق والعلامة التجارية العادية اذ كيف يمكن لعلامة التصديق ان يتم تسجيلها من قبل شخص طبيعي يقوم بأعمال المراقبة ويخضع المنتجات والخدمات لمعايير نص عليها في النظام المعد لتلك الغايات اذ انه من اهم الخصائص التي تميز علامة التصديق كونها لا تسجل الا من قبل شخص معنوي وبالتالي فان هذا يعد سلباً لخصائصها من جانب المشرع المصري. فالعلامة الجماعية هي إذا تلك العلامة التي تتخذها منشآت سواء أكانت هذه المنشآت تجارية او صناعية او تعاونية بهدف تمييز الخصائص التي تتمتع بها منتجاتها او سلعها او خدماتها وتقدمها تلك المنشآت سواء أكانت لأهداف تجارية او غير تجارية كالعلامة التي تتخذها بعض الجمعيات التعاونية كشعار لها. اما موقف المشرع العراقي فإنه عرف العلامة الجماعية في المادة الأولى من قانون العلامات والبيانات التجارية رقم ٢١ لسنة ١٩٥٧ بأنها "علامة تجارية او علامة خدمة تستخدم من قبل أعضاء تعاونية او جمعية او أي مجموعة او منظمة تعاونية وتحتوي علامات تشير الى العضوية في اتحاد ونقابة او أي منظمة أخرى".



المطلب الثاني: اهمية العلامة الجماعية

تعود اهمية العلامة التجارية العادية بشكل عام الى الدور الذي تلعبه هذه العلامة فاذا كانت العلامة التجارية العادية تعرف بالرمز او اشارة التي تميز منتجات او بضائع او خدمات معينة فان هذا التعريف المبسط يوضح لنا الدور الاساس الذي تمارسه العلامة التجارية العادية.

حيث ان التفرقة ما بين انواع العلامات التجارية يكون من خلال الدور الذي تلعبه العلامة ما بين كونها رمزاً او اشارة او حتى صفة فارقة تدل على ملكية العلامة للصانع او التاجر او مقدم الخدمة، وما بين تلك العلامة التي تدل على مصدر البضائع وجودتها. اذ ظهرت التسميات مواكبة للدور الذي تلعبه كل منها فأصبح هناك ما يسمى (بعلامة الخدمة) و(العلامة الجماعية) و(العلامة المشهورة) وما الى ذلك من تسميات فرضها التعامل التجاري. فاذا كانت العلامة الجماعية هي محور الايضاح فان الوقوف عند دور تلك العلامة في التعامل التجاري او الصناعي هو محور الايضاح في الفرعين التاليين من هذا المطلب.

الفرع الأول: الدور الترويجي للعلامة الجماعية

يبدو ومن خلال التدرج القانوني لظهور العلامات التجارية انها كانت تستخدم منذ القدم حيث انها كانت تستخدم قبل انتشار الكتابة اذ كان الرمز هو المستخدم للدلالة على الشيء وكانت تستخدم للتدليل على ملكية المنتجات التي تحمل العلامة التي تعود الى شخص معين او انها كانت تستخدم لتدل على مصدر بضائع ومنتجات معينة. واستمر الوضع كذلك حتى بدايات القرن التاسع عشر اذ جاء ذلك التطور الهائل بالانتقال من مرحلة الصناعات اليدوية الى مرحلة الصناعات الآلية الحديثة. فكان لابد من تسهيل عملية اتصال المنتجات الى المستهلكين فظهرت الحاجة الى اعتماد طريقة ترويجية تسهل على اصحاب المنشآت الصناعية والتجارية اللجوء الى احدى الوسائل المتممة للعملية الصناعية من خلال سهولة انتشار وتوزيع المنتجات فظهرت العلامة التجارية بأسلوب مقنن أي بمعنى أصبح من الضروري اعتماد اسلوب قانوني محدد وواضح في كيفية استعمال هذه العلامة التجارية في محاولة لحماية هذه السلع او الخدمات التي تحمل تلك العلامات التجارية^(٢٠). اذ اصبحت الوسيلة الاعلانية للمنتجات والخدمات اذ انها عندما تكتسب الشهرة تصبح وسيلة توفيرية على اصحاب المنشآت الصناعية او التجارية. بحيث تقلل من التكاليف اللازمة من اجل الترويج للسلعة او الخدمة وبناء عليه أصبح على كل تاجر وصانع ومقدم خدمة بحاجة الى هذا النوع من الوسائل الترويجية لتسهيل عملية الانتشار.

وباعتبار ان العلامة الجماعية كما سبق الاشارة هي علامة تجارية. وبالتالي فإنها تمارس ذلك الدور الترويجي الذي تقوم به كافة انواع العلامات التجارية على الاطلاق فهي الوسيلة الاعلانية ايضاً فعن طريق الاعلان من السهل توصيل تلك المنتجات او السلع وتقديم الخدمات الى الجمهور الهدف الاول للتاجر والصانع ومقدم الخدمة سواء أكانت الوسيلة هي الراديو او التلفاز او عن طريق الانترنت^(٢١)، فأصبحت على سبيل المثال علامة التصديق الجماعية (الايزو) تحمل من الشهرة ما يؤهلها للوصول الى اياً كان من المستهلكين فأصبحت تمثل مصدر الثقة بالنسبة للمتعاملين اذ تعتبر العلامة التجارية هي وسيلة هامة لإنجاح المشروع الاقتصادي^(٢٢).

وباعتبار ان العلامة الجماعية تمارس وظيفة اخرى اساسية الى جانب وظيفتها الترويجية فإنها بذلك تخدم طرفي العلاقة سواء التاجر والصانع او مقدم الخدمة من جانب والمستهلك من جانب اخر. فهي عبارة عن تصديق على عناصر معينة موجودة في ذلك المنتج او السلعة وبالتالي فان وجود العلامة على المنتج او السلعة يعني ان العناصر اللازمة التي تعد دليلاً على جودتها قد توافرت وبالتالي فهذا يعد وسيلة مباشرة للترويج لهذه المنتجات او السلع فتلقى ترحيباً أكثر لدى جمهور المستهلكين.

الفرع الثاني: الدور الرقابي للعلامة الجماعية

إذا ما كانت العلامة الجماعية نتيجة لتلك الحاجة التي دفعت اصحاب المنتجات والسلع ومقدمي الخدمات اعتماد هذه العلامة الى جانب العلامات التجارية في كثير من الاحيان وإذا ما كانت انواع العلامات التجارية تتخذ من التسميات ما يتناسب مع دورها الذي وجدت من اجله فان القول بالعلامة الصناعية هو دليل على ان تلك العلامة تعود لمنشأة صناعية وكذلك علامة الخدمة التي تدل على ان هذه المنشأة تقدم الخدمات الخاصة بها.

وتدل العلامة الجماعية وخاصة علامة التصديق كما جرى الحال على تسميتها بالنسبة للمشرع المغربي من خلال هذه التسمية على مجموعة الميزات التي تتمتع بها المنتجات والسلع والخدمات عن غيرها.

فاذا اخذنا بعين الاعتبار ان كافة المنتجات والسلع بشكل عام تمتاز بخاصية من الخصائص التي تميزها عن غيرها سواء من حيث النوعية او الجودة او طريقة التصنيع او قلة التكاليف فيكون ذلك دافعاً للمستهلك من اجل اقتنائها^(٢٣). ومن هنا يتجسد الدور الرقابي لهذه العلامة والمستمند من ذات التسمية فعند القول بشهادة التصديق فهي مصادقة على مجموعة الخصائص والميزات. وإذا ما كانت العلامات التجارية العادية تشكل الحافز بالنسبة للجمهور الذي يناظر العلامة التجارية التي تعد بالنسبة له فارقاً عن غيرها فان التاجر والصانع ومقدم الخدمة يبقى حريصاً على استمرار تلك الثقة. ويتشمل ذلك بالمحافظة على نوعيتها وجودتها وكذلك اسعارها حيث ان مصالحه التجارية تحتم عليه الابقاء على مميزات هذه المنتجات والسلع والخدمات على حين ان مالك علامة التصديق هو ليس بمالك للمنتجات والسلع والخدمات وبالتالي فهو يختلف عن التاجر والصانع ومقدم الخدمة في هذا المضمار فدور مالك العلامة يمارسه من خلال النظام الذي أعده وتم قبوله من قبل الجهة المخول اليها استخدام العلامة. فهو يبقى ان صح القول طرفاً محايداً في اغلب الاحيان. اذ طالما ان تلك المنتجات والسلع والخدمات تحمّل من المميزات والخصائص ما يؤهل المنشأة للحصول على شهادة التصديق من خلال مدى وملاءمتها للمعايير التي يضعها مالك العلامة وهو يصادق عليه فقط، فان الرابط ما بين صاحب علامة التصديق والمنتج او الصانع او مقدم الخدمة هي موافقة المنتج والسلعة والخدمة للمعايير التي نص عليها النظام الخاص بالعلامة. وليست الارباح التي يجنيها من وراء المصادقة فهي الحافز بالنسبة للتاجر والصانع ومقدم الخدمة من اجل الوصول الى تلك الشهادة كرمز للمصادقية وثقة الجمهور بالمنتج والسلعة والخدمة فيحرص التاجر والصانع ومقدم الخدمة على الابقاء على تلك السمعة. وهنا تتبلور الاهمية والنظرة



الاجتماعية فكثيراً ما ينجذب المستهلك الى المنتج الذي يحمل شهادة التصديق^(٢٤) بل ويبحث عنه تحديداً فهو يشكل درعاً لحمايته من الغش والتضليل.

ان النظرة الاقتصادية لهذه العلامة الجماعية وكذلك علامة التصديق الجماعية تتبلور في اعتبار العلامة ذات اهمية بالغة في انجاح المشروع الاقتصادي فهي وسيلة دعائية اضافة الى انها تسهم في المنافسة المشروعة^(٢٥) عند اتخاذها من قبل المنشأة الصناعية والتجارية اذ ان الحصول عليها يتمثل بالدور الرقابي الذي تلعبه العلامة الجماعية وعلامة التصديق الذي يتجسد بطريقة محايدة تسهم في اشغال المنافسة المشروعة مع غيرها من منشآت تقدم ذات المنتج او الخدمة فالحصول على تلك العلامة بالنسبة للمنشآت يعد ميزاناً لحساب ثقة الجمهور بهذه المنتجات او السلع او الخدمات. ومن هنا اكتسبت العلامة الجماعية اهتمام المجتمع التجاري في محاولة من جانبهم للتوفيق ما بين متطلبات المستهلك من ناحية وحاجتهم للترويج لمنتجاتهم من ناحية اخرى.

فاندماج دور العلامة الجماعية ما بين دور رقابي وهو الدور الرئيس لهذا والدليل على كون المنتج والسلعة قد خضع للمعايير اللازمة وما بين الدور الترويجي لأغنى عنه بالنسبة لكافة المنشآت الصناعية والتجارية او حتى لو لم تكن تلك المنشآت تكتسب الطابع التجاري او الصناعي فالحاجة الى الاعلان وتوصيل المعلومة لدى الجمهور يقتضي باتخاذ الرمز او الشارة الذي يسهم في الانتشار عبر ارجاء العالم. وهذا هو المحور الاساسي للعلامات التجارية عموماً.

المبحث الثاني: الاحكام القانونية للعلامة الجماعية

ان اكتساب حق ملكية العلامة الجماعية يستوجب توفر شروط معينة كما ان تسجيل هذه العلامة يكون من قبل جهة معينة خولها القانون فحص طلبات تسجيل هذه العلامة والبت في امكانية تسجيلها من عدمه ولكن بالرغم من اكتساب حق ملكية هذه العلامة بالطرق القانونية قد تشطب العلامة الجماعية ويحظر التصرف لأسباب عديدة، عليه سنبين من خلال هذه المبحث شروط اكتساب ملكية العلامة الجماعية وبيان مدة حمايتها بالإضافة الى بيان اسباب شطبها وحظر التصرف فيها من خلال ثلاثة مطالب وكما يأتي:

المطلب الأول: شروط اكتساب العلامة الجماعية

المطلب الثاني: مدة حماية العلامة الجماعية

المطلب الثالث: شطب العلامة الجماعية وحظر التصرف فيها

المطلب الأول: شروط اكتساب العلامة الجماعية

ان منح حق اكتساب ملكية العلامة الجماعية يتطلب توافر شروط موضوعية واخرى شكلية شأنها شأن اي علامة تجارية اخرى، عليه سنقسم هذا المطلب لفرعين نخصص الاول للشروط الموضوعية للعلامة الجماعية في حين نخصص الفرع الثاني للشروط الشكلية للعلامة الجماعية وكما يأتي:

الفرع الأول: الشروط الموضوعية للعلامة التجارية

ان المشرع العراقي لم ينص على الشروط الموضوعية الخاصة بتسجيل واكتساب العلامة الجماعية ولكنه اشار الى في المادة (١) من امر تعديل قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي^(٢٦) الى انه "يُمكن تسجيل العلامات الجماعية او علامات الضمان بما فيها المؤشرات الجغرافية وبنفس الاسلوب مع العلامات التجارية وبنفس الاثر من قبل الاشخاص الطبيعية او الكيانات المعنوية بما فيها الامم والدول والبلديات وغيرها من السلطات الاقليمية التي تمارس رقابة مشروعة على استعمال العلامات المراد تسجيلها..."، من النص المذكور انفا يتبين ان قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي اشار الى انه تسجيل العلامة الجماعية يطبق عليه من حيث التسجيل والشروط والاثار ما يطبق على العلامات التجارية بشكل عام، ومن مفهوم المخالفة ما نصت عليه المادة (٥) من نفس القانون^(٢٧) يُمكن ادراج الشروط الموضوعية للعلامة الجماعية بالاتي..

اولا: الصفة المميزة: اشترط المشرع العراقي لتسجيل العلامة الجماعية ان تتخذ طابعا مميزا اي ان يكون الرمز الذي يستعمل كعلامة تجارية قابلا للتمييز سلع وخدمات تاجر عن اخر، لان العلامة التجارية ايا كان شكلها يجب ان تكون متصفة بصفات تميزها من غيرها اي ان يكون لها ذاتية خاصة تميزها من غيرها من العلامات الاخرى المستعملة لسلع وخدمات مشابهة، وان اشتراط هذه الصفة شرط اساسي لكي تؤدي العلامة التجارية الغرض من استخدامها^(٢٨).

ولما كانت العلامة تتخذ رمزا يوضع على المنتجات من اجل غرض اقتصادي وهو ان تكون العلامة رمزا مميزا لمصدر الانتاج وضمان صفات المنتج واداة اعلان عن المنتجات عليه فوجب ان تكون فيها ذاتية مميزة، اما بالنسبة لموقف القانون الاردني المقارن فلم ينص على شرط التميز في العلامة الجماعية.

ثانيا: المشروعية: يقصد بـمشروعية العلامة التجارية عدم مخالفتها للنظام العام والآداب العامة في العراق او البلد المسجلة فيه، عليه فلا يجوز أن تحتوي العلامة على صور فاضحة او مخلة بالآداب العامة^(٢٩) او تستند من نظام سياسي مخالف للنظام العام فالدول تحظر استعمال "الشعارات العامة والرموز الخاصة بشعارات الدولة او المنظمات الدولية والاقليمية والمعادن الثمينه او شعارات متعلقة بشعارات المنظمات وبذلك يحظر تسجيلها لأسباب تعود الى سيادة الدولة واسباب دينية وسياسية واخلاقية للمجتمع حرمة لا يجوز المساس بها باستعمال كلمات نابية او شعارات تمس الاخلاق والنظام العام كما لا ينبغي ان يكون من شأنها خداع الجمهور^(٣٠) فالمقصود من شرط مشروعية العلامة التجارية هو ان تكون موافقة للقانون وغير مخالفة للنظام العام والآداب، وقد نصت على هذا الشرط الفقرة (٢) من قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي^(٣١) والتي جاء فيها "٢. العلامات والتعابير والرسوم المخالفة للنظام العام والآداب

كما نصت الفقرات (٣-٨) من نفس المادة على انه لا تسجل علامة "٣. العلامات المطابقة او المشابهة للنشاشين او الاعلام او الشعارات العامة الأخرى للعراق او الدول اعضاء اتحاد باريس او المنظمات الدولية الحكومية والعلامات او الدمغات الرسمية التي تشير الى رقابة او كفاية متبناة من قبلهم، او اي تقليد لشعار عائلي".



اما الفقرة (٤) فقد جاء فيها "٤. العلامات المطابقة او المشابهة لرمز الصليب الاحمر او الهلال الاحمر او صليب جنيف".

الفقرة (٥) جاء فيها "٥. إسم الشخص أو لقبه أو صورته أو شعاره إلا بموافقة الخطية".
الفقرة "٦. القاب درجات الشرف التي يعجز طالب التسجيل عن إثبات صحتها".
الفقر "٧. العلامات التي يُحتمل ان تُخدع الجمهور أو تربكه أو التي تحتوي أوصاف غير صحيحة عن منشأ المنتجات سواء أكانت بضائع أو خدمات أو خصائصها الأخرى كذلك الاشارات التي تحتوي على بيان إسم تجاري وهمي مُقلد أو مُزيّف"

الفقرة "٨. العلامات المطابقة او المشابهة لعلامة مشهورة او العلامات المطابقة او المشابهة لعلامة تجارية مسجلة سابقا إذا كان تسجيل تلك العلامة سيؤدي الى إحداث إرباك لدى جمهور المستهلكين بالبضاعة التي تُميزها العلامة او البضائع المشابهة".

ثالثا: الجودة: يقصد بالجدة ان تكون العلامة جديدة اي لم يسبق تسجيلها او استعمالها من قبل ولم تكن علامة مشهورة، وتعد العلامة التجارية جديدة إذا كانت عناصرها مميزة من غيرها من العلامات التجارية، ولكي تعد العلامة جديدة يكفي ان يتوافر فيها عنصر مميز على الأقل عن اي علامة اخرى مشابهة بحيث لا تؤدي الى تضليل الجمهور او احداث اللبس لدى الجمهور المستعمل للمنتج الذي يحمل العلامة فيختلط عليه الامر مع علامة اخرى سواء كانت مسجلة او غير مسجلة، وشرط الجودة لا يعني ان تكون العلامة جديدة بصفة مطلقة وانما جودة نسبية والتي يتحدد نطاقها من حيث نوع المنتجات والزمان والمكان

فمن حيث نوع المنتجات يجب ان لا تكون العلامة المراد تسجيلها او استعمالها سوف تستعمل على نفس المنتجات او ما يشبهه^(٣٢) بها فعلى سبيل المثال إذا كانت هناك علامة بإسم (داليا) لتمييز منتجات المثلجات فلا يجوز لشخص اخر اتخاذ نفس العلامة لتمييز منتجات متعلقة بالمثلجات او المشروبات، ولكن ينتفي هذا التشابه إذا استخدم نفس العلامة لتمييز منتجات متعلقة بالمنظفات.

اما من حيث المكان ان مدة الحماية المذكورة اعلاه محصورة في داخل اقليم الدولة التي سجلت فيها العلامة وعلى نفس النوع من المنتجات والخدمات فقط دون غيره، ويستثنى من ذلك العلامة المشهورة^(٣٣) التي تتمتع بالحماية وان لم تكن تلك العلامة مسجلة داخل الدولة المطلوب فيها الحماية وعلى جميع الاصناف، عليه إذا لم تكن العلامة مشهورة يحق لأي شخص ان يستعمل ويسجل تلك العلامة في خارج البلد او الاقليم المسجلة فيه دون ان يؤثر ذلك على شرط الجودة او يؤثر على المسجل الاول.

رابعا: ان تكون قابلة للتمثيل الخطي (قابلة للإدراك بالبصر)

يقصد بهذا الشرط ان تكون العلامة مادية ملموسة ولكن المشرع العراقي لم يشترط ان تكون العلامة التجارية قابلة للإدراك بالبصر اذ نصت المادة (١) من قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي^(٣٤) على "...ولا يشترط في الاشارة إدراكها بصريا حتى تصلح للحماية كعلامة تجارية...".

في حين ان القانون الاردني المقارن اشارة الى انه يجب ان تكون العلامة قابلة للإدراك بالبصر اذ اشارت المادة (٧) من قانون العلامات التجارية رقم (٣٣) لسنة ١٩٥٢ الى انه (...وقابلة للإدراك عن طريق النظر)

الفرع الثاني: الشروط الشكلية للعلامة التجارية الجماعية

تتمثل الشروط الشكلية للعلامة الجماعية بالإجراءات المتطلبة لا صباغ الحماية على العلامة الجماعية من الوجهة القانونية وهذه الشروط ما يأتي:

اولا: صاحب الحق في طلب تسجيل العلامة الجماعية: لم ينص المشرع العراقي في قانون العلامات والبيانات التجارية المعدل بنصوص خاصة لتسجيل العلامة الجماعية وانما اشار في المادة (٤) منة الى انه "يمكن تسجيل العلامات الجماعية وعلامات الضمان بما فيها المؤشرات الجغرافية بنفس الاثر من قبل الاشخاص الطبيعية او الكيانات المعنوية بما فيها الامم والدول والبلديات وغيرها من السلطات الاقليمية التي تمارس رقابة مشروعة على استعمال العلامات المراد تسجيلها وتدخل عند تسجيلها تحت الحماية التي يمنحها هذا الفصل للعلامات التجارية) يتبين من النص اعلاه انه يتبع بشأن تسجيل العلامات التجارية الجماعية ما يتبع من اجراءات في تسجيل العلامة العادية ولم يضع نصوص خاصة لتسجيلها، وقد نصت الفقرة (١) من نفس القانون على ان طلب تسجيل العلامة التجارية (١). عن طريق اي شخص في دولته الاصلية او في اتحاد باريس او في منظمة التجارة او في اية اتفاقية او معاهدة متعلقة بالعلامات التجارية او العناوين او الاسماء التجارية او قمع المنافسة غير المشروعة او اي اتفاقية ويكون العراق جزء منها او اي دولة تعامل العراق بالمثل. ب في اية دولة مشار الي فيها القسم الفرعي فيكون لمقدم الطلب او من يخلفه قانونا وخلال ستة أشهر من تاريخ تقديم الطلب ان يرفع الى المسجلات الطلب الخاص بنفس العلامة ومتضمن المنتجات ذاتها الموجودة في الطلب السابق ووفقا للوائح والشروط المنصوص عليها في هذا القانون وانظمتة وفي هذه الحال يكون تاريخ الاسبقية هو تاريخ تقديم اول الطلب في البلد الاجنبي).

اما المشرع الاردني فقد نص في المادة (١٠) من قانون العلامات التجارية لسنة ١٩٥٢ منة على (يجوز للمسجل تسجيل علامة جماعية إذا انطبق عليها الوصف المقرر في الفقرة (١) من المادة (٧) من هذا القانون وتعتبر من جميع الوجوه علامة تجارية خاصة للشخص الاعتباري المسجلة باسمه).

من النص اعلاه يتبين ان المشرع الاردني اشار الى استقلالية الشخص المعنوي بتملك العلامة الجماعية، اما تقديم طلب تسجيل هذه العلامة فيكون عن طريق ممثل او وكيل الشخص المعنوي.

اما القانون الاماراتي فقد اعطى هو الاخر خصوصية للعلامة الجماعية وذلك بموجب المادة (٢٠) من قرار مجلس الوزراء في شأن اللائحة التنفيذية للمرسوم بقانون إتحادي بشأن العلامات التجارية الصادر في (٧) يونيو ٢٠٢٢ اذ نص على انه يجب أن يرفق بطلب تسجيل العلامة الجماعية المتطلبات الآتية:



١. الإشارة في طلب التسجيل إلى أنه يخص علامة جماعية.
 ٢. نسخة من النظام التأسيسي للجهة طالبة التسجيل طالب التسجيل مع التعديلات، على أن يشتمل:
 - أ. بيان بفئة الأشخاص الذين من حقهم استعمال العلامة وعلاقتهم بمودع الطلب.
 - ب صورة من اشتراطات استعمال العلامة الجماعية للسلع والخدمات.
 - ج. قرار بأن مودع الطلب يقوم أو سيقوم بإجراء رقابة صارمة وكافية على استعمال العلامة من قبل الأعضاء التابعين له.
 - د. كيفية تأهل الأعضاء للعضوية في تلك الجهة.
 ٣. أن تكون كافة المستندات موثقة ومصدقة حسب الأصول ومترجمة إلى اللغة العربية.
 ٤. تطبق على العلامات الجماعية ذات إجراءات تسجيل ونشر وشطب العلامات التجارية الواردة في هذا القرار. عليه نأمل المشرع العراقي بأن يحذوا حذو المشرع الاماراتي ويعطي للعلامة الجماعية خصوصية في طلب التسجيل وذلك لان هذه العلامة تتمتع بخصوصية عن العلامات التجارية العادية كون استعمالها لا يخص شخص واحد وانما تخص سلع او خدمات اعضاء مجموعة او جمعية او منظمة.
- ثانيا:** كيفية تقديم طلب التسجيل: يلزم ان يقدم الطلب على نموذج وقع عليه مقدم الطلب او وكيله وإذا كان طلب التسجيل مقدم من قبل شركة عادية فيجوز ان يوقع باسم مدير باسم الشركة او بالنيابة عنها او أكثر من اعضاء تلك الشركة وإذا كان الطلب مقدم من هيئة معينة فيجوز ان يوقعه أحد مديري تلك الهيئة او سكرتيرها واحد موظفيها.
- ثالثا:** الجهة المخول لها النظر بطلبات التسجيل: يقدم طلب تسجيل العلامة خطي الى مسجل علامات التجارية حيث تنص المادة (٦) من قانون العلامات والبيانات التجاري العراقي على ان " يُقدم طلبُ تسجيل العلامة الى المُسجل بالشكل والشروط المبينة بالنظام الذي يصدر موجبُ هذا القانون".
- كذلك المشرع الاردني اشار في المادة (١١) منة على "...ان يُقدم طلبا خطيا الى المُسجل وفقا للأصول المقررة".

من النص اعلاه نلاحظ بان كلا من القانون العراقي والاردني اشترطا ان يكون الطلب خطي ومقدم الى مسجل العلامات التجارية.

رابعا: موضوع طلب التسجيل: ان تكون العلامة التجارية موضوع طلب التسجيل علامة جماعية مميزة فارقة وجدية ومشروعة كما يلزم ان تكون غير محظورة قانونا لان العلامة لا تعد صحيحة إذا كانت إذا مجردة من اية صفة مميزة وكذلك لا تصلح العلامة التجارية لان تكون محلا للحماية الا إذا كانت جدية لم يسبق استعمالها بمعرفة شخص اخر (٣٥).

خامسا: اعلان الطلبات المقبولة من المسجل: المسجل عندما يقبل طلب تسجيل اي علامة عليه ان يعلن بالصورة التي قبله بها وذلك بأقرب وقت ممكن وبحسب الاصول وينبغي ان يتضمن الاعلان جميع الشروط التي قبل بموجبها ان وجدت وقد نص قانون العلامات والبيانات العراقي (٣٦) على الاعلان في الفقرة

(١) من المادة (١١) مئة والتي جاء فيها "على المسجل في حال قبول العلامة مبدئياً الاعلان عنها في ثلاثة اعداد متتالية من الاعتراض على نشرة مديرية التجارة العامة" وتكون نفقات الاعلان على طالب التسجيل ولكن قبول الطلب مبدئياً لا يعني قبول الطلبات نهائياً الا بنشر الاعلان وانتهاء مدة الاعتراض والبت في حال تقديمية لان الهدف الذي قصد من الزام المسجل بالإعلان على قبول طلبات التسجيل هو اعلام الغير لكي يستطيع من له اعتراض على تسجيل تلك العلامة ان يتقدم بذلك الاعتراض.

سادساً: الاعتراض على تسجيل العلامة: نصت الفقرة (٢) من المادة (١١) من قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي (٣٧) على الاعتراض بقولها "٢٠٠٠. لصاحب الشأن ان يُقدم للمُسجل خلال تسعين يوماً من تأريخ الاعلان الاخير اخطاراً كتابياً بإعتراضه على تسجيل العلامة".

نجد ان النص المذكور انفا اشار الى ضرورة ان يكون الاعتراض المقدم للمسجل خطياً. كما واشارة الفقرة (٣) (٣٨) من نفس المادة الى انه على المُسجل أن يُبلغ طالبُ التَّسجيل بصورةً من الاعتراض وعلى طالبُ التَّسجيل ان يُقدم للمُسجل خلال ثلاثين يوماً رداً كتابياً على هذا الاعتراض وإذا لم يصل الردُّ خلال المدة المذكورة اعتُبر مُقدم الطلب متنازلاً عن طلبه.

وقد نصت المادة (١٢) على انه "قبل الفصل بالاعتراض على المسجل سماع الطرفين او أحدهما إذا طلب ذلك".

وقد اشار المشرعُ الاردني في الفقرة (٥) من المادة (١٤) من قانون العلامات التجارية الاردني الى انه يجوز استئناف القرار الذي اصدره المسجل الى محكمة العدل العليا ونصت الفقرة (٦) من نفس المادة على وجوب ان يقدم الاستئناف خلال (٢٠) يوماً من تاريخ قرار المسجل وعند نظر الاستئناف تسمع محكمة العدل العليا للفرقاء والمسجل اذا اقتضى الامر كما وتسمح المحكمة اعلاه اما وفقاً للأصول او بعد الحصول على اذن مئة للفرقاء ان يدلوا بأدلة اخرى لتتظر فيها المحكمة، اما بالنسبة للمسجل وبناء على ما قرره الفقرة (٨) فلا يسمح له او للمعتراض بيان اسباب اضافية خلاف اسباب الاعتراض التي ذكرها المعتراض الا اذا سمحت بذلك محكمة العدل العليا التي تتظر الاستئناف، واذا قدمت اية اسباب اضافية للاستئناف فيحق للطالب ان يسحب طلبه دون ان يكون مكلفاً بدفع مصاريف الخصم، اما عن القرار الذي تصدره المحكمة فقد نصت الفقرة (٩) من المادة نفسها على انه يجوز لمحكمة العدل العليا ان تسمح بعر سماع بيانات المسجل بتعديل العلامة التجارية المطلوب تسجيلها على وجه لا يؤثر على ذاتية العلامة وينبغي قبل تسجيل العلامة المعدلة ان يعلن شكلها المقرر وفقاً للأصول المقررة.

من النصوص اعلاه نجد بان المشرع الاردني لم يكتفي بالاعتراض على تسجيل العلامة الجماعية امام المسجل فقط وانما اعطى طريقاً اخر الا وهو جواز استئناف القرار الذي اصدره المسجل امام المحكمة وهو مالم ينص عليه المشرع العراقي، لذا نأمل من المشرع العراقي ولضمان حقوق ذوي الشأن النص على جواز استئناف القرار الذي يصدره المسجل بشأن الاعتراض على تسجيل العلامة الجماعية والعلامة التجارية بشكل عام وذلك بإضافة فقرة اخرى الى المادة (١١) وتكون بالشكل الاتي (يجوز لكل



ذی مصلحة (المعتزض على تسجيل العلامة وطالب التسجيل) استئناف القرار الذي اصدره المسجل لدى المحكمة على ان يقدم الاستئناف خلال الاستئناف خلال (٣٠) يوما من تاريخ قرار المسجل).

المطلب الثاني: مدة حماية العلامة الجماعية

ان حماية العلامة الجماعية يسري عليها ما يسري العلامة التجارية العادية وهذه المدة في القانون العراقي^(٣٩) (١٠) عشر سنوات، ولكن مدة ملكية العلامة ذاتها غير محددة بمدة معينة، ويمكن لمالك العلامة تقديم طلب تجديد تسجيل علامته استناداً لما جاء في الفقرة (٢) من المادة (٢٠) من قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي^(٤٠) ٢. لمالك العلامة ان يطلب تجديدها خلال ستة شهور بعد تاريخ انتهائها مقابل الرسوم المقررة...، فإذا انقضت مدة العشر سنوات بدون تقديم طلب لتجديد تسجيل العلامة يتم شطبها من السجلات التجارية ويجوز للغير إستعمالها.

المشرع الاردني ايضا نص في الفقرة (١) من المادة (٢٠) من قانون الى ان مدة ملكية حقوق العلامة التجارية عشر سنوات من تاريخ تسجيلها ويجوز تجديد تسجيلها لمدة مماثلة وفق احكام هذا القانون.

يلاحظ ان المشرع الاردني استخدم (مدة ملكية حقوق العلامة) واستخدم عبارة (ويجوز تجديد تسجيلها) اي تجديد مدة ملكية الحقوق المترتبة على تسجيل العلامة في حين ان المشرع العلامة ذكر عبارة (لمالك العلامة ان يطلب تجديدها) وهي عبارة منتقدة يقصد بها تجديد العلامة وليس تجديد مدة تمتع مالك العلامة بالحقوق المترتبة على تسجيلها.

كذلك بالرجوع الى نظام العلامات والبيانات التجارية العراقي^(٤١) نجد ان المادة (٢٨) منه قد حددت مدة تجديد حماية العلامة خلال (ثلاثون يوماً) بعد انتهاء العشر سنوات خلافاً لقانون العلامات في الفقرة (٢) من المادة (٢٠) الانفة الذكر حدد مدة تقديم طلب التجديد خلال ستة اشهر بعد تاريخ انتهائها، عليه نأمل من المشرع العراقي تعديل العلامات والبيانات التجارية العراقي وتوحيد المدة مع قانون العلامات والبيانات العراقي بستة اشهر بالإضافة الى تعديل صيغة المادة (٢٠) بالشكل الاتي (ان مدة تمتع العلامة التجارية بحقوق الملكية عشر سنوات قابلة للتجديد بطلب يقدمه مالكها خلال ستة اشهر من تاريخ انتهائها مقابل دفع الرسوم المقررة والرسوم...).

المطلب الثالث: شطب العلامة الجماعية وحظر التصرف فيها

ان شطب العلامة التجارية الجماعية شأنه شأن العلامة العادية له حالات حددها القانون هي:
اولاً: شطب العلامة الجماعية بناء على طلب: نصت المادة (٢١) من قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي^(٤٢) على انه "١. لكل ذي مصلحة الحق في ان يطلب من المحكمة إلغاء تسجيل العلامة خلال خمس سنوات من تاريخ تسجيلها على ان يحدد الوقائع التي يستند إليها ٢. بصرف النظر عن الفقرة ١ من هذه المادة يمكن تقديم طلب إلغاء تسجيل العلامة في اي وقت الذي تصبح فيه العلامة اسم شائع للسلع والخدمات او جزء منها بالنسبة لتلك التي سجل لا جليها".

ثانياً: شطب العلامة ان تم تسجيلها تم بالتحايل او بشكل مخالفٍ لاحكام التسجيل^(٤٣)

ثالثاً: شطب العلامة لعدم استعمال علامة لمدة ثلاث سنوات مستمرة ما لم يثبت ان عدم الاستعمال ناشئ عن سبب خارج عن الارادة ولعذر قانوني^(٤٤)

رابعاً: شطب العلامة "إذا استعملت من قبل من سجلها او ترخيص منه لقصد التضليل في مصدر السلع والخدمات التي استعملت العلامة بشأنها"^(٤٥)

خامساً: شطب العلامة المسجلة خلافا للقانون إذا اجازت الفقرة (١) من المادة (٢٤) من قانون العلامات والبيانات التجارية^(٤٦) "للمسجل ولكل مصلحة ان يتقدم الى المحكمة بطلب شطب العلامة المسجلة خلافا للقانون

يقرر مسجل شطب العلامة التي يقرر مكتب مقاطعة اسرائيل في العراق بانها مطابقة او مشابهة لعلامة او رمز او اشعار اسرائيلي ويقرر عدم تسجيلها ان لم تكن مسجلة".

سادساً: شطب العلامة التي تتعارض مع المصلحة العامة اذا اجازت الفقرة (٢) من المادة (٢٤) من قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي الى انه "للمسجل حق شطب العلامة التي يرى انها تتعارض مع المصلحة العامة او التي يقرر مكتب مقاطعة اسرائيل في العراق بانها مطابقة او مشابهة لعلامة او رمز او اشعار اسرائيلي ويقرر عدم تسجيلها ان لم تكن مسجلة".

سابعاً: شطب العلامة الجماعية إذا استخدمت بشكل منفرد وهذا ما نص عليه قانون العلامات التجارية الاماراتي في الفقرة (٣) من المادة (٣٥) والتي جاء فيها "لوزارة، بناءً على طلب صاحب الشأن، شطب تسجيل علامة تجارية جماعية إذا ثبت لديها أن المالك المسجل يستعملها بمفرده، أو أنه يستعملها أو يسمح باستعمالها بشكل مخالف للشروط التي تحددها اللائحة التنفيذية لهذا المرسوم بقانون، أو يستعملها بطريقة من شأنها أن تضلل الجمهور من حيث منشأ السلعة أو أي صفة مشتركة للسلع أو الخدمات المسجلة بشأنها العلامة الجماعية".

يلاحظ من النص اعلاه ان المشرع الاماراتي اعطى لصاحب الشأن الحق في طلب شطب العلامة الجماعية اذا تبين ان المالك المسجل قد استعملها بشكل منفرد وذلك للحفاظ على الخصوصية التي تتمتع بها العلامة الجماعية كونها علامة تميز سلع او خدمات اعضاء جمعية او مجموعة معينة، عليه نأمل من المشرع العراقي ان يسير على نهج المشرع الاماراتي وذلك بالنص على اعطاء الحق لصاحب الشأن بطلب شطب العلامة الجماعية اذا استخدمها مالكيها او طالب التسجيل بشكل منفرد او مخالف للقانون ليكون النص بالشكل الاتي (للمسجل بناءً على طلب صاحب الشأن شطب العلامة الجماعية اذا ثبت لديه ان طالب التسجيل يستعملها بشكل منفرد او يستعملها بطريقة من شأنها أن تضلل الجمهور من حيث منشأ السلعة أو أي صفة مشتركة للسلع أو الخدمات المسجلة بشأنها العلامة الجماعية).

اما بالنسبة لحظر التصرف في العلامة الجماعية نقول ان التصرف في العلامة الجماعية يختلف عنه في العلامة التجارية العادية، وهو اختلاف طبيعي يقتضيه اختلاف وتمايز كل منهما عن الأخرى،



فصاحب العلامة التجارية العادية له حق التصرف فيها بأي شكل من أشكال التصرفات كالبيع، أو التنازل، أو الرهن، أو غير ذلك، إلا أن الأمر يختلف بالنسبة للعلامة الجماعية، فقد نصت الفقرة (٢) من المادة (١٠) من قانون العلامات التجارية^(٧) الأردني على أنه: " لا يجوز نقل ملكية العلامة الجماعية أو إعادة تسجيلها بعد شطبها أو التخلي عن استعمالها إلا باسم الشخص الاعتباري المسجلة باسمه أصلاً أو باسم خلفه القانوني"

كذلك القانون الاماراتي^(٨) نص على حظر التصرف في العلامة الجماعية لصالح الغير بعد شطبها وذلك في الفقرة (٢) من المادة (٣٥) والتي جاء فيها "لا يجوز إعادة تسجيل العلامة التجارية الجماعية لصالح الغير في حالة شطبها بالنسبة لسلع أو خدمات متطابقة أو مشابهة".

يلاحظ من النصوص اعلاه بان التصرف في العلامة الجماعية يقتصر على الشخص المعنوي المسجلة باسمه أو خلفه القانوني فلا يجوز لغير ذلك من الأفراد أو الشركات المكونين لمجموع الشخص المعنوي التصرف في العلامة الجماعية سواء كانت تلك التصرفات بعوض أو بغير عوض، وتكون تصرفاتهم باطلّة بطلان مطلق، كذلك لا يجوز إعادة تسجيلها بعد شطبها بالنسبة لسلع او خدمات مشابهة.

وبالرجوع الى قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي لم نجد اية نصوص توضح كيفية التصرف وحظر التصرف في العلامة الجماعية عليه نأمل من المشرع العراقي ان يحذوا حذوا المشرع الاردني والاماراتي وذلك بالنص على حظر التصرف في العلامة التجارية الجماعية بأي شكل من اشكال التصرف سواء بالبيع او التنازل او الرهن بالإضافة الى النص على حظر التصرف بهذه العلامة بعد شطبها إلا باسم الشخص الاعتباري المسجلة باسمه أصلاً أو باسم خلفه القانوني.

الخاتمة

في ختام بحثنا المتواضع توصلنا الى جملة من النتائج والمقترحات ندرجها بالآتي:

اولاً: النتائج

١. لم ينص المرح العراقي على اجراءات تسجيل العلامة الجماعية وضرورة تقديم طلب التسجيل من قبل ممثل او وكيل الشخص المعنوي صاحب الشأن وكيفية تسجيلها والمستمسكات التي يتوجب تقديمها لغرض تسجيل هذه العلامة التي تتمتع بخصوصية عن العلامات التجارية العادية.
٢. لم ينص المشرع العراقي على منح ذوي الشأن (طالب التسجيل والمُعترض على تسجيل العلامة التجارية) طريق اخر للاعتراض على تسجيل العلامة الجماعية لدى المحكمة.
٣. ان المادة (٢٨) من نظام العلامات والبيانات التجارية العراقي قد حددت مدة تجديد حماية العلامة خلال (ثلاثون يوماً) بعد انتهاء العشر سنوات خلافاً لما نصت عليه الفقرة (٢) من المادة (٢٠) من قانون العلامات التجارية العراقي والتي حددت مدة تقديم طلب التجديد خلال ستة أشهر بعد تاريخ انتهائها وهو اختلاف يتطلب توحيد بمدة واحدة في كلا من النظام والقانون بمدة واحدة.

٤. لم نجد في قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي ايةً نُصوص توضح كيفية التصرف وحظر التصرف في العلامة الجماعية بعد شطبها من السجلات.

٥. لم نجد في قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي نصوص خاصة بشطب العلامة الجماعية خصوصاً في حال استعمالها بشكل منفرد نظراً لكون هذه العلامة تخص مجموعة او جمعية وليس شخص منفرد.

ثانياً: المقترحات

١. نأمل من المشرع العراقي النص على اجراءات تسجيل خاصة بالعلامة الجماعية لما تتمتع به هذه العلامة من خصوصية كونها تمثل سلع وخدمات جمعية او مجموعة اعضاء لا شخص واحد ويكون النص بالشكل الاتي:

يتبع في تسجيل العلامات الجماعية ما يأتي:

- أ. ان يكون تقديم طلب التسجيل عن طريق وكيل او ممثل قانوني
- ب. الإشارة في طلب التسجيل إلى أنه يخص علامة جماعية.
- ج. نسخة من النظام الاساسي للشركة او الجمعية طالبة التسجيل على أن يشتمل:
 - بيان بفئة الأشخاص الذين من حقهم استعمال العلامة وعلاقتهم بمقدم الطلب.
 - صورة من اشتراطات استعمال العلامة الجماعية للسلع والخدمات.
 - قرار بأن مقدم الطلب يقوم أو سيقوم بإجراء رقابة صارمة وكافية على استعمال العلامة من قبل الأعضاء التابعين له.

د. أن تكون كافة المستندات موثقة ومصدقة حسب الأصول.

٢. نأمل من المشرع العراقي اضافة فقرة الى المادة (١١) من قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي يكون بالشكل الاتي: (يجوز لكل ذي مصلحة (المعترض على تسجيل العلامة وطالب التسجيل) استئناف القرار الذي اصدره المسجل لدى المحكمة على ان يقدم الاستئناف خلال الاستئناف خلال (٣٠) يوماً من تاريخ قرار المسجل).

٣. نأمل من المشرع العراقي تعديل صياغة المادة (٢٠) من قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي لتكون بالشكل الاتي (ان مدة تمتع العلامة التجارية بحقوق الملكية عشر سنوات قابلة للتجديد بطلب يقدمه مالكها خلال ستة أشهر من تاريخ إنتهائها مقابل دفع الرسوم المقررة والرسوم...).

٤. نأمل من المشرع العراقي وضع نص خاص بحظر التصرف بالعلامة الجماعية بعد شطبها بالعلامة الجماعية ليكون بالشكل الاتي (يحظر التصرف بالعلامة الجماعية بأي شكل من اشكال التصرف أو إعادة تسجيلها بعد شطبها أو التخلي عن استعمالها إلا باسم الشخص المعنوي المسجلة باسمه أصلاً أو باسم خلفه القانوني).

٥. نأمل من المشرع العراقي النص على جواز شطب العلامة الجماعية إذا استعملت بشكل منفرد من قبل طالب التسجيل ويكون النص بالشكل الاتي (يطبق بشأن شطب العلامة الجماعية ذات النصوص



الخاصة بشطب العلامات العادية مع مراعاة انه يجوز للمسجل بناء على طلب صاحب الشأن شطب العلامة الجماعية إذا ثبت لديه ان طالب التسجيل يستعملها بشكل منفرد او يستعملها بطريقة من شأنها أن تضلل الجمهور من حيث منشأ السلعة أو أي صفة مشتركة للسلع أو الخدمات المسجلة بشأنها العلامة الجماعية).

الهوامش

- (١) اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لعام ١٨٨٣.
- (٢) المادة الاولى فقرة (٢) من اتفاقية باريس حيث نصت على ما يلي تشمل حماية الملكية الصناعية براءات الاختراع ونماذج المنفعة والرسوم والنماذج الصناعية والعلامات الصناعية والتجارية وعلامات الخدمة والاسم التجاري وبيانات المصدر وتسميات المنشأ وكذلك قمع المنافسة غير المشروعة.
- (٣) نوري خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية (الملكية الصناعية)، ط١، وائل للنشر، عمان، ٢٠٠٥، ص ٢٦٨.
- (٤) المادة الثالثة من اتفاقية باريس نصت على ما يلي "يعامل نفس معاملة رعايا دول الاتحاد رعايا الدول غير الاعضاء في الاتحاد المقيمين في اقليم احدى دول الاتحاد او الذين لهم عليها منشآت صناعية او تجارية حقيقية وفعالة".
- (٥) المادة السابعة (ثانياً) من اتفاقية باريس حيث نصت على ما يلي "تقرر كل دولة الشروط الخاصة التي يجب توافرها لحماية العلامة الجماعية، ويجوز لها ان ترفض الحماية إذا ما كانت العلامة تتعارض مع المصلحة العامة".
- (٦) المادة الثانية من اتفاقية تريبس: المعاهدات المبرمة بشأن الملكية الفكرية ١. فيما يتعلق بالأجزاء الثاني والثالث والرابع من الاتفاق الحالي يلتزم البلدان الاعضاء بمراعاة احكام المواد من (١-١٢) والمادة (١٩) من معاهدة باريس عام ١٩٦٧م.
- (٧) المادة الثانية من اتفاقية تريبس: حيث تنص ايضا بشأن المعاهدات المبرمة ٢- لا يتنقص أي من الاحكام المنصوص عليها في الاجزاء من الاول وحتى الرابع من هذه الاتفاقية من أي من الالتزامات الحالية التي قد يترتب على البلدان الاعضاء بعضها اتجاه بعض بموجب معاهدة باريس ومعاهدة بيرن ومعاهدة روما ومعاهدة الملكية الفكرية فيما قد يتصل بالدوائر المتكاملة".
- (٨) المادة (٢) من قانون العلامات التجارية الاردني اذ تنص على ما يلي "العلامة التي يستعملها شخص اعتباري للتصديق على مصدر بضائع ليست من صنعه او المواد المصنوعة منها او جودتها او طبيعتها انتاجها او الدقة المتبعة في صنعها او غير ذلك من ميزات وخصائص لتلك البضائع".
- (٩) يعقوب صرخوه، النظام القانوني للعلامات التجارية "دراسة مقارنة"، مطبوعات جامعة الكويت، الكويت، ١٩٩٣، ص ٥٢.
- (١٠) المصدر أعلاه، ص ٥٧.
- (١١) نعيم مغيب، الماركات التجارية والصناعية دراسة في القانون "المقارن ب. ن، الطبعة الاولى، لبنان، ٢٠٠٥، ص ٥٥.
- (١٢) نوري حمد خاطر، مصدر سابق، ص ٣٠٢.
- (١٣) صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، ط١، دار الثقافة للنشر، عمان، ٢٠٠٦، ص ٧٤.
- (١٤) المادة (١٦٦) من قانون الملكية الصناعية المغربي حيث تنص على ما يلي "تعتبر العلامة جماعية عندما يكن استغلالها من لدن أي شخص يتقيد بنظام استعمال أعده صاحب التسجيل".

- (١٥) المادة (١٧١) من قانون الملكية الصناعية المغربي تنص على ما يلي لا يجوز ابداع علامة تصديق جماعية من دون شخص معنوي ليس بصانع منتجات او خدمات او مستورد لها او بائع لها.
- (١٦) المادة (١٧٢) من قانون الملكية الصناعية المغربي تنص على ما يلي يسمح باستعمال علامة التصديق الجماعية لجميع الاشخاص خلاف المالك الذين يوردون منتجات او يقدمون خدمات تتوافر فيها الشروط المقررة في النظام.
- (١٧) انظر المادة ٦٩ من قانون الملكية الفكرية المصري رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢.
- (١٨) المادة (٦٩) من قانون الملكية الفكرية المصري رقم (٨٢) لسنة ٢٠٠٢ حيث تنص تستخدم العلامة التجارية الجماعية لتمييز منتج ينتجه مجموعة من الاشخاص ينتمون الى كيان معين ولو كان لا يملك بذاته منشأة صناعية او تجارية ويقدم طلب تسجيل العلامة بواسطة ممثل هذا الكيان.
- (١٩) انظر المادة (٧٠) من قانون الملكية الفكرية المصري حيث تنص على ما يلي "لوزير المختص تحقيقاً للمصلحة العامة ان يرخص للأشخاص الطبيعيين او الاعتباريين الذي يزاولون اعمال مراقبة المنتجات او فحصها بتسجيل علامة تخصص الدلالة على اجراء المراقبة او الفحص لتلك المنتجات وذلك فيما يتعلق بمصدرها او عناصر تركيبها او صفتها او حقيقتها او اية خاصية اخرى تميزها".
- (٢٠) ماهر فوزي حمدان، حماية العلامات التجارية (دراسة مقارنة)، منشورات الجامعة الاردنية، عمادة البحث العلمي، عمان، ١٩٩٩، ص ٣٢.
- (٢١) صلاح زين الدين، مصدر سابق، ص ٤١-٤٦.
- (٢٢) صلاح الأسمر، العلامة التجارية في القانون الاردني والمصري، مطبعة التوفيق، عمان، ب. ط، ١٩٨٦، ص ٢٤.
- (٢٣) صلاح الاسمر، مصدر سابق، ص ٢٦.
- (٢٤) نوري خاطر، مصدر سابق، ص ٢٧٠.
- (٢٥) صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، ط ١، دار الثقافة، عمان، ٢٠٠٠م، ص ٢٨٥.
- (٢٦) قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ المعدل، تقابلها الفقرة (١) من المادة (١٠) من قانون العلامات التجارية الاردني رقم (٣٣) لسنة ١٩٥٢ والمعدل بقانون رقم (٣٤) لسنة ١٩٩٩.
- (٢٧) قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ المعدل، تقابلها المادة (٧) من قانون العلامات التجارية الاردني رقم (٣٣) لسنة ١٩٥٢ والمعدل بقانون رقم (٣٤) لسنة ١٩٩٩.
- (٢٨) سميحة القليوبي، الوجيز في التشريعات الصناعية، ج ٢، دار الفكر العربي، بدون مكان نشر، ١٩٦٧، ص ٢٣١.
- (٢٩) د. مهند ابراهيم الجبوري، احمد عبد الله الحنكاوي، شطب العلامة التجارية لمخالفة الشروط الموضوعية (دراسة مقارنة)، بحث منشور في مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، جامعة كركوك، المجلد (١٣)، العدد (٤٦)، ٢٠٢٣، ص ١٦.
- (٣٠) سمير جميل حسن، الملكية الصناعية وفق القانون الجزائري، ط ١، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ١٩٨٩، ص ٢٨١.
- (٣١) قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ المعدل، تقابلها المادة (٨) من قانون العلامات التجارية الاردني رقم (٣٣) لسنة ١٩٥٢ والمعدل بقانون رقم (٣٤) لسنة ١٩٩٩.



(٣٢) بروبة ربيعة، حماية المستهلك في ظل قانون العلامات التجارية، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة بن عكنون، ٢٠٠٨، ص ٢٣.

(٣٣) تعرف العلامة المشهورة بإنها "العلامة ذائعة الصيت، أي المعروفة عند قطاع واسع من الجمهور، وتتمتع بمكانة مرموقة وسمعة طيبة" للمزيد انظر في ذلك: د. عبد الفتاح بيومي، الملكية الصناعية في القانون المقارن، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، ٢٠٠٨، ص ١٥٦.

(٣٤) قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ المعدل.

(٣٥) د. مصطفى كمال طه و د. وائل انور بندق، اصول القانون التجاري، دار الفكر الجامعي، مصر، ٢٠١٣، ص ٧٣٥.

(٣٦) تقابلها المادة (١٣) من قانون العلامات التجارية الاردني لسنة ١٩٥٢.

(٣٧) تقابلها الفقرة (١) من المادة (١٤) من قانون العلامات التجارية الاردني لسنة ١٩٥٢ والمعدل بقانون رقم (٣٤) لسنة ١٩٩٩.

(٣٨) تقابلها الفقرة (٣) من المادة (١٤) من قانون العلامات التجارية الاردني لسنة ١٩٥٢ والمعدل بقانون رقم (٣٤) لسنة ١٩٩٩.

(٣٩) الفقرة (١) من المادة (٢٠) المعدلة بموجب المادة (١) من امر تعديل قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ رقم (٨٠) بتاريخ ٢٦/٤/٢٠٠٤.

(٤٠) قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ المعدل.

(٤١) اذ نصت المادة (٢٨) من نظام العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم (٢٦) لسنة ١٩٥٧ على (إذا لم يقدم طلب لتجديد العلامة يقوم المسجل بشطبها من السجل اعتبارا من انقضاء مدة التسجيل ويجوز للمسجل ان يعيد تسجيل العلامة إذا وقع طلب التجديد خلال مدة ثلاثين يوما من تاريخ انتهاء مدته فيما إذا اقتنع بان من الانصاف اعادة التسجيل).

(٤٢) قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ المعدل تقابلها الفقرة (٥) من المادة (٢٦) من قانون العلامات التجارية الاردني رقم (٣٣) لسنة ١٩٥٢ والمعدل بقانون رقم (٣٤) لسنة ١٩٩٩.

(٤٣) البند (ت) من الفقرة (٢) من المادة (٢١) من قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ المعدل، والمقصود بمخالفة احكام التسجيل هو مخالفة ما نصت عليه المادة (٥) من قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي والمادة (٧) من قانون العلامات التجارية الاردني رقم (٣٣) لسنة ١٩٥٢ والمعدل بقانون رقم (٣٤) لسنة ١٩٩٩ اي عدم توافر الشروط الموضوعية في العلامة التجارية التي اشترطها القانون.

(٤٤) البند (ث) من الفقرة (٢) من المادة (٢١) من قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ المعدل، تقابلها الفقرة (١) من المادة (٢٢) من قانون العلامات التجارية الاردني رقم (٣٣) لسنة ١٩٥٢ والمعدل بقانون رقم (٣٤) لسنة ١٩٩٩.

(٤٥) البند (ج) من الفقرة (٢) من المادة (٢١) من قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ المعدل.

(٤٦) الفقرة (١) من المادة (٢٤) من قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ المعدل.

(٤٧) قانون العلامات التجارية الاردني رقم (٣٣) لسنة ١٩٥٢ والمعدل بقانون رقم (٣٤) لسنة ١٩٩٩.

(٤٨) مرسوم بقانون اتحادي في شأن العلامات التجارية الاماراتي رقم (٣٦) لسنة ٢٠٢١.

ثبت المصادر

أولاً: الكتب بعد القرآن الكريم

- (١) سميحة القليوبي، الوجيز في التشريعات الصناعية، دار الفكر العربي، ج ٢، ١٩٦٧.
- (٢) سمير جميل حسن، الملكية الصناعية وفق القانون الجزائري، ط ١، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ١٩٨٩.
- (٣) صلاح الأسمر، العلامة التجارية في القانون الاردني والمصري، مطبعة التوفيق، عمان، ب. ط، ١٩٨٦.
- (٤) صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، ط ١، دار الثقافة للنشر، عمان، ٢٠٠٦.
- (٥) صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، ط ١، دار الثقافة، عمان، ٢٠٠٠.
- (٦) د. عبد الفتاح بيومي، الملكية الصناعية في القانون المقارن، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، ٢٠٠٨.
- (٧) ماهر فوزي حمدان، حماية العلامات التجارية (دراسة مقارنة)، منشورات الجامعة الاردنية، عمادة البحث العلمي، عمان، ١٩٩٩.
- (٨) د. مصطفى كمال طه و د. وائل انور بندق، اصول القانون التجاري، دار الفكر الجامعي، مصر، ٢٠١٣.
- (٩) نعيم مغيب، الماركات التجارية والصناعية دراسة في القانون "المقارن ب. ن، الطبعة الاولى، لبنان، ٢٠٠٥.
- (١٠) نوري خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية (الملكية الصناعية)، ط ١، وائل للنشر، عمان، ٢٠٠٥.
- (١١) يعقوب صرخوه، النظام القانوني للعلامات التجارية "دراسة مقارنة"، مطبوعات جامعة الكويت، الكويت، ١٩٩٣.

ثانياً: الرسائل الجامعية

- (١) بروبة ربيعة، حماية المستهلك في ظل قانون العلامات التجارية، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة بن عكنون، ٢٠٠٨، ص ٢٣.

ثالثاً: البحوث

- (١) د. مهند ابراهيم الجبوري، احمد عبد الله الحنكاوي، شطب العلامة التجارية لمخالفة الشروط الموضوعية (دراسة مقارنة)، بحث منشور في مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، جامعة كركوك، المجلد (١٣)، العدد (٤٦)، ٢٠٢٣، ص ١٦.

رابعاً: القوانين والاتفاقيات الدولية

(١) القوانين العراقية

- قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ المعدل.



٢) القوانين العربية

- قانون العلامات التجارية الاردني رقم (٣٣) لسنة ١٩٥٢ والمعدل بقانون رقم (٣٤) لسنة ١٩٩٩.
- قانون الملكية الصناعية المغربي رقم (١٧,٩٧) لسنة ٢٠٠٠.
- قانون الملكية الفكرية المصري رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢.
- مرسوم بقانون اتحادي في شأن العلامات التجارية الاماراتي رقم (٣٦) لسنة ٢٠٢١.

٣) الاتفاقيات الدولية

- اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لعام ١٨٨٣.