



كلية القانون
College of Law

Tikrit University Journal for Rights

Journal Homepage : <http://tujr.tu.edu.iq/index.php/t>

Trademark Legal System Color

Assistant teacher Hakeem Abdulgabar Thamer Mohammed

Al-Dur Technical Institute, Northern Technical University, Salahaddin, Iraq

Hakimthamer96@gmail.com

Article info.

Article history:

- Received 1 March 2026
- Accepted 13 April 2026
- Available online 1 June 2026

Keywords:

- Color branding
- International agreements
- Civil protection
- Criminal protection

Abstract: significant and contemporary issue in commercial law and intellectual property. Trademarks are no longer restricted to traditional words or shapes; they have expanded to include colors as a distinctive means of identifying the source of goods or services. With the substantial development in commercial activity and corporate competition, color has acquired a key role in attracting consumers and cementing the product's image in their minds. This has prompted modern legislation to recognize color as an element that can constitute a trademark, provided certain conditions are met."

, © 2023 TUJR, College of Law, Tikrit University

النظام القانوني للعلامة التجارية اللونية

م.م. حكيم عبد الجبار ثامر محمد

المعهد التقني الدور، الجامعة التقنية الشمالية، صلاح الدين، العراق

Hakimthamer96@gmail.com

معلومات البحث :

الخلاصة: يعد موضوع النظام القانوني للعلامة التجارية اللونية من المواضيع المهمة

تواريخ البحث:

والحديث في مجال القانون التجاري والملكية الفكرية ، اذ لم تعد العلامة التجارية تقتصر على

- الاستلام : ١ / آذار / ٢٠٢٦

الكلمات او الاشكال التقليدية ، بل امتدت لتشمل الالوان بوصفها وسيلة مميزة لتحديد مصادر

- القبول : ١٣ / نيسان / ٢٠٢٦

السلع او الخدمات ، ومع التطور الكبير في النشاط التجاري والتنافس بين الشركات ، اصبح

- النشر المباشر: ١/حزيران /٢٠٢٦

للون دور مهم في جذب المستهلك وترسيخ صورة المنتج في ذهنه ، مما دفع التشريعات الحديثة

الكلمات المفتاحية :

الى الاعتراف باللون كعنصر يمكن ان يشكل علامة تجارية اذا توافرت فيه شروط معينة .

- العلامة التجارية اللونية

© ٢٠٢٣ , كلية القانون، جامعة تكريت

-الاتفاقيات الدولية

-الحماية المدنية

- الحماية الجزائية

المقدمة: أولاً: التعريف بموضوع البحث

تعد العلامة التجارية من أهم وسائل التمييز بين السلع والخدمات في السوق التجارية ، اذ تمكن المستهلك من التعرف على مصدر الخدمة او المنتج وتمييزه عن غيره من المنتجات ، ومع تطور الأنشطة التجارية وقوة المنافسة بين الشركات ، لم تعد العلامة التجارية تقتصر على الرموز او الاسماء ، بل امتدت لتشمل أشكال حديثة من العلامات غير التقليدية ومن بينها العلامة اللونية التي تعتمد على لون او مجموعة من الألوان المحددة لغرض تمييز المنتجات التجارية ، وقد أكتسبت تلك العلامة اللونية أهمية كبيرة في الحياة الاقتصادية نظراً لما للون من تأثير بصري ونفسي في المستهلك .

أولاً : أهمية الدراسة

أن الأهمية التي أستدعنا إلى اختيار هذا الموضوع ليكون عنواناً لدراستنا تكمن في معرفة وأبرز العلامة التجارية اللونية ضمن اطار العلامات التجارية غير التقليدية ، وتكمن أهمية هذه العلامة اللونية في تمييز السلع والخدمات وتعزيز الهوية التجارية للمشروع التجاري بالاضافة الى مواكبة التطور

في نظام العلامات التجارية وأهميتها في التسويق التجاري ، لاسيما انها تعد ضرورية لفهم كيفية حمايتها قانونياً ودورها في تمييز المنتجات بالإضافة الى أهميتها الاقتصادية والتسويقية في بيئة المنافسة التجارية الحديثة .

ثانياً : أسباب اختيار موضوع الدراسة

من أهم الأسباب الموضوعية التي حفزتني على البحث والإلمام في هذا الموضوع المهم هو قلة الدراسات القانونية المتخصصة في مجال هذه الدراسة ، كما أن صعوبة هذا الموضوع دفعت الكثير من الباحثين إلى عزوفهم عن الدراسة فيه ، لاسيما إن الباحث في هذا الموضوع لم يحصل على مصدر واحد يتناول هذا الجانب ولو كان بصورة مستقلة وإنما وجد القليل من الصفحات في مختلف المصادر القانونية والبحوث المنشورة بوجه عام في اطار القانون التجاري ، ونحنُ كباحثين في هذا الصدد قد سلطنا الضوء على هذا الموضوع المهم في اطار العلامات التجارية غير التقليدية ، وكذلك الصعوبات بالمزامنة مع موقف المشرع العراقي والتشريعات المقارنة محل الدراسة .

ثالثاً : مشكلة موضوع الدراسة

تتحدد مشكلة موضوع الدراسة الأساسية في كون موضوعها أقتضى معالجة جانب من مشكلة عامة ومهمة للغاية وهي مشكلة بيان مواضع الخل والنقص والغموض والقصور ونقاط الضعف في نصوص قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي ، وكذلك بيان موقف التشريعات العربية والاتفاقيات الدولية مع بيان ابراز صعوبة اثبات الصفة المميزة للون وامكانية احتكار الالوان وتأثير ذلك في حرية المنافسة في السوق التجارية، وذلك بغية الوصول إلى تقديم توصيات ومقترحات متوافقة وذلك بهدف الارتقاء .

رابعاً : منهجية موضوع الدراسة

لقد أعتمدنا في هذه الدراسة أسلوب المنهج المقارن التحليلي عند معالجتنا لموضوع النظام القانوني للعلامة التجارية اللونية مع بيان موقف التشريعات العربية والاوربية والاتفاقيات الدولية بهذا الشأن .

خامساً : هيكلية موضوع الدراسة

بغية ان نحيط بموضوع دراستنا بصورة ملمة فقد قسمنا هذه الدراسة الى مبحث واحد مقسماً الى ثلاثة مطالب وذلك على النحو الآتي :

المبحث الاول : مفهوم العلامة التجارية اللونية

المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية اللونية

المطلب الثاني: موقف التشريعات والاتفاقيات الدولية من العلامة التجارية اللونية

المطلب الثالث : الحماية المدنية والجزائية للعلامة التجارية اللونية

المبحث الأول

مفهوم العلامة التجارية اللونية

ان العلامات التجارية لم تعد تقتصر على الأشكال التقليدية مثل الأسماء والرموز و الحروف والأرقام والشعارات المرئية ، بل امتدت لتشمل ما يُعرف بالعلامات التجارية غير التقليدية ، والتي من أبرزها العلامة التجارية اللونية ، ورغم ذلك تختلف التشريعات الدولية والإقليمية في الاعتراف بهذه العلامات و حمايتها القانونية .

وإستناداً الى ما تقدم سنقسم هذا المبحث الى ثلاث مطالب وعلى النحو الآتي:

المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية اللونية

المطلب الثاني: موقف التشريعات والاتفاقيات الدولية من العلامة التجارية اللونية

المطلب الثالث: الحماية المدنية والجزائية للعلامة التجارية اللونية

المطلب الأول

تعريف العلامة التجارية اللونية

تعتبر العلامة اللونية أحد العلامات غير التقليدية و التي يمكن ادراكها عن طريق اللون ويمكن تسجيلها من الناحية الواقعية كعلامة تجارية، كما هو الحال في تسجيل البقية من العلامات ورغم ذلك تختلف التشريعات والإتفاقيات الدولية في مدى إمكانية الاعتراف بتلك العلامات التجارية وحمايتها القانونية^(١) .

واستناداً الى ما تقدم سنقسم هذا المطلب الى فرعين أثبتنا وذلك على النحو الآتي:

الفرع الأول: التعريف الفقهي

الفرع الثاني: التعريف القانوني

(١) ينظر لدى: طالب برايم سليمان ، العلامة التجارية المشهورة ، ط١، منشورات زين الحقوقية ، ٢٠١٣ ، ص ١١ .

الفرع الأول

التعريف الفقهي

لتعريف العلامة التجارية اللونية يجب أن نحدد مدلول مصطلح العلامة التجارية اللونية في الاصطلاح الفقهي ، ولبيان ذلك ذهب رأي من الفقه الى تعريف العلامة التجارية اللونية بأنها هي العلامة التي يستخدم فيها لون واحد أو مجموعة من الألوان لوحدها كعلامة تجارية لونية ، اذ لا تثار أي مشكلة في حالة استخدام مزيج من الألوان بطريقة مميزة وذلك لتحديد الصفة الفارقة في تلك العلامة ، ولكن المشكلة التي تثار في حالة استخدام اللون الواحد كعلامة تجارية حيث يصبح من الصعوبة على اللون الواحد تمييز المنتج الذي يعبر عنه عن غيره من المنتجات مما يتطلب وضع معايير وضوابط قانونية لتسجيل تلك العلامات اللونية^(١) .

كما تكمن هنالك صعوبة في مسألة هذا النوع من العلامات في الشبه بينها وبين العلامات التقليدية من حيث القابلية على الإدراك بالنظر ، والسؤال الذي يمكن أن يثار في هذا الصدد هو مدى اعتبار اللون نوع من أنواع العلامات التجارية التقليدية أو من غير التقليدية على أساس ان اللون يمكن ادراكه بالنظر ، إلا ان الصعوبة البالغة تظهر في اللون الواحد على الرغم من إمكانية ادراكه بالنظر الا انه ليس له القدرة لوحده على تمييز المنتج عن غيره من المنتجات إلا ضمن معايير وضوابط عديدة ، وهذا ما دفعنا الى اعتماد هذا النوع من العلامات الى العلامات التجارية غير التقليدية ، وان أبرز تلك الضوابط هو اشتراط أن لا يكون اللون الموجب تسجيله مرتبطاً ارتباط وثيق بالسلعة المعبر عنها ، كحالة استخدام اللون الأخضر مثلاً لوصف المنتجات الزراعية ، كما لا يكون اللون أساسي بحيث يستخدم اللون الفرعي المشتق من اللون الأساسي كعلامة تجارية غير تقليدية مثل اللون الأحمر القاني الخاص

(١) ينظر مصطفى موسى العطيات ، الجوانب القانونية للتعاملات التجارية الالكترونية ، حماية العلامة التجارية الالكترونية ، دار وائل للنشر ، الأردن ، ٢٠١١ ، ص ١٣٦ ؛ ينظر فيصل بن عبد الله بن عبد العزيز الطيار ، الحماية الدولية للعلامات التجارية غير التقليدية ، بحث منشور في مجلة البحوث الفقهية والقانونية ، كلية الشريعة والقانون ، جامعة الأزهر ، العدد ٤٥٥ ، ٢٠٢٤ ، ص ١٩٨٠ وما بعدها .

بعلامة كوكا كولا التجارية ، وكذلك استخدام الألوان على معجون الأسنان او أغلفة السجائر طالما انها تعمل على تمييز السلعة او الخدمة فأن التاجر له الحرية في مزج الألوان والصور في العلامة^(١) .

ويمكننا أن نعرف العلامة التجارية اللونية بأنها عبارة عن وسيلة من وسائل التمييز تعتمد على اللون كعنصر أساسي في العلامة التجارية ، متى ما أكتسب هذا اللون الصفة المميزة وأصبح مرتبطاً في ذهن الجمهور بمنتج أو خدمة معينة .

الفرع الثاني

التعريف القانوني

تطرق المشرع العراقي الى العلامة التجارية اللونية صراحة وأشار اليها من خلال نص المادة (الأولى) من قانون العلامات والبيانات التجارية رقم (٢١) لسنة ١٩٥٧ المعدل والتي نصت على انه : " العلامة التجارية - اي اشارة او مجموعة من الاشارات يمكن ان تشكل علامة تجارية يمكن خلالها التمييز بين سلع مشروع ما عن سلع مشاريع اخرى مثل الاشارات وبخاصة الكلمات وبضمنها الاسماء الشخصية والحروف والارقام والاشكال الرمزية والالوان وكذلك اي خليط من هذه الاشارات يمكن تسجيله كعلامة تجارية واذا كانت الاشارات غير قادرة بحد ذاتها على تمييز السلع او الخدمات فان امكانية التسجيل تتوقف على السمة المميزة المكتسبة من الاستعمال ولا يشترط في الاشارة ادراكها بصريا حتى تصلح للحماية كعلامة تجارية..... " .

ويتضح لنا من نص المادة أعلاه ان المشرع العراقي قد أعترف بالعلامة التجارية اللونية وشملها بالحماية بصورة مباشرة وصريحة وهو موقف جدير بالتأييد من قبل المشرع العراقي .

(١) كارزان رشيد رستم، الحماية القانونية للعلامات التجارية في القانون العراقي ، بحث منشور في مجلة الجامعة العراقية ، تصدر عن كلية القانون / الجامعة العراقية ، العدد ٦٤ ، الجزء الثالث ، دون سنة نشر ، ص ٥٦٥ .

المطلب الثاني

موقف التشريعات والاتفاقيات الدولية من العلامة التجارية اللونية

شهدت العقود الأخيرة تطوراً ملحوظاً في مجال العلامات التجارية، حيث ظهرت أنواع جديدة لم يعد بالإمكان حصرها في العلامات اللفظية أو التصويرية أو تلك المكونة من أرقام، وقد أتفق الفقه الأمريكي على تسميتها بـ "العلامات التجارية غير التقليدية"، وتشمل هذه الفئة عناصر مثل اللون و الرائحة والطعم^(١).

وعلى الرغم من أن العلامات التجارية غير التقليدية تشترك مع تلك التقليدية في تحقيق الهدف الأساسي وهو تمييز المنتجات والخدمات، إلا أنها تواجه العديد من التحديات، من أبرز هذه التحديات هو^(٢) مدى قدرتها على تحقيق التمييز الفعلي لتلك المنتجات والخدمات بالإضافة الى مدى مواكبتها للتطورات التقنية في الدول، إذ يُعد تسجيل هذا النوع من العلامات أمراً معقداً لا بد من حله وفقاً للقانون.

واستناداً الى ما تقدم سنقسم هذا المطلب الى فرعين اثنين وذلك على النحو الآتي:

الفرع الأول : موقف التشريعات من العلامة التجارية اللونية

الفرع الثاني : موقف الاتفاقيات الدولية من العلامة التجارية اللونية

الفرع الأول

موقف التشريعات من العلامة التجارية اللونية

أما بالنسبة لموقف المشرع العراقي فقد جاء من خلال نص المادة (الاولى) من قانون العلامات والبيانات التجارية رقم ٢١ لسنة ١٩٥٧ المعدل الى تعريف العلامة التجارية بأنها: " العلامة التجارية - اي اشارة او مجموعة من الاشارات يمكن ان تشكل علامة تجارية يمكن من خلالها التمييز بين سلع مشروع ما عن سلع مشاريع اخرى مثل الاشارات وبخاصة الكلمات وبضمنها الاسماء

(١) فيليب نهاد عبيد ، حماية العلامة اللونية في ضوء القانون والاجتهادات في الولايات المتحدة الامريكية والاتحاد الأوروبي ، مكتبة صادر ناشرون ، بيروت ، ٢٠٠٧ ، ص ١٣.

(٢) مصطفى موسى العطيات ، مصدر سابق ، ص ١٣٢.

الشخصية والحروف والارقام والاشكال الرمزية والالوان وكذلك اي خليط من هذه الاشارات يمكن تسجيله كعلامة تجارية وإذا كانت الاشارات غير قادرة بحد ذاتها على تمييز السلع او الخدمات فان امكانية التسجيل تتوقف على السمة المميزة المكتسبة من الاستعمال ولا يشترط في الاشارة ادراكها بصريا حتى تصلح للحماية كعلامة تجارية... " .

وتضح لنا من نص المادة أعلاه ان المشرع العراقي أخذ بالعلامة اللونية بصورة صريحة، حيث لم يشترط لتسجيل العلامة التجارية ضرورة أن تكون قابلة للإدراك البصري حيث نجد ان المشرع ترك الباب مفتوحاً أمام إضافة أي علامة أخرى ممكن ان تضيفها التكنولوجيا والتطور العلمي .

أما بالنسبة لموقف المشرع المصري فقد جاء من خلال نص المادة (٦٣) من قانون حقوق الملكية الفكرية بالأخذ بالعلامة التجارية اللونية بصورة صريحة^(١) مع بيان أهمية أن تكون العلامة التجارية قابلة للإدراك بالنظر ويُعتبر هذا النص تطبيقاً لما نصت عليه المادة (١٥) من اتفاقية التريبس^(٢)، التي منحت الدول الأعضاء الحق في اشتراط قابلية العلامات المزمع تسجيلها للإدراك البصري كأحد شروط تسجيلها، ويمكن فهم أبعاد هذا الموقف المصري في ضوء عدة اعتبارات^(٣) منها أن الإصرار على الإدراك البصري يهدف إلى تسهيل عملية فحص العلامات وفهمها من قبل الجمهور ومكاتب التسجيل والجهات القضائية، مما يضمن استقرار المعاملات التجارية ووضوح نطاق الحماية ، وبذلك يصبح من الضروري إعادة النظر في هذا القيد، وتبني مفهوم أوسع للعلامة التجارية يشمل جميع العناصر القادرة على تمييز المنتجات، بغض النظر عن الحاسة التي تدركها.

(١) نصت المادة (٦٣) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ المصري على انه : " كل ما يميز منتجا سلعة او خدمة عن غيره ... ومجموعة من الالوان التي تتخذ شكلاً خاصاً مميزاً وفي جميع الاحوال يتعين ان تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر " .

(٢) يقصد بالعلامة التجارية في اتفاقية التريبس عام ١٩٩٤ في المادة (١/١٥) أنها: " تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع أو الخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة لأن تكون علامة تجارية، وتكون هذه العلامات لاسيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية وحروفاً وأرقاماً وأشكالاً ومجموعات ألوان وأي مزيج من هذه العلامات مؤهلة للتسجيل كعلامة تجارية حين لا يكون في هذه العلامات ما يسمح بتمييز السلع والخدمات ذات الصلة، يجوز للبلدان الأعضاء أن تجعل الصلاحية للتسجيل مشروطة بالتمييز المكتسب من خلال الاستخدام كما يجوز لها اشتراط أن تكون العلامات المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر كشرط لتسجيلها " .

(٣) ينظر في هذا المعنى : مصطفى موسى العطيّات ، الجوانب القانونية للمعاملات التجارية الالكترونية ، مصدر سابق

أما بالنسبة لموقف المشرع الكويتي فقد جاء بشكل مغاير عن الشكل التقليدي وأخذ هو الآخر بالعلامة اللونية من خلال نص المادة (٦١) من قانون التجارة الكويتي رقم ٦٨ لسنة ١٩٨٠ فقد نصت على انه : " كل ما يأخذ شكلاً مميزاً من كلمات أو إمضاءات، أو حروف أو أرقام أو رسوم، أو رموز أو عناوين أو أختام، أو تصاوير أو نقوش أو عناصر تصويرية، وتشكيلات الألوان أو أي إشارة قابلة للإدراك بالنظر، والعلامات السمعية والعلامات الخاصة بحاسة الشم أو أية علامة أخرى، أو أي مجموع منها إذا كانت تستخدم أو يراد استخدامها في تمييز بضائع أو منتجات أو خدمات للدلالة على أنها تخص صاحب العلامة بسبب صنعها أو اختيارها أو الاتجار بها أو عرضها للبيع " .

اما بالنسبة لموقف المشرع البحريني فقد تم اعتماد العلامة اللونية في قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية بموجب القانون رقم (٦) لسنة ٢٠١٤ فقد عرف هذا القانون العلامة التجارية في المادة (الثانية) بأنها: " العلامة التجارية : كل ما يأخذ شكلاً مميزاً من أسماء أو كلمات أو إمضاءات أو حروف أو رموز أو أرقام أو عناوين أو أختام أو رسوم أو صور أو نقوش أو تغليف أو عناصر تصويرية أو أشكال أو لون أو مجموعات ألوان أو مزيج من ذلك أو أية إشارة أو مجموعة إشارات إذا كانت تستخدم أو يراد استخدامها في تمييز سلع أو خدمات منشأة ما عن سلع أو خدمات المنشآت الأخرى أو للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات، أو على إجراء المراقبة أو الفحص للسلع أو الخدمات " .

أما بالنسبة لموقف المشرع الإماراتي فقد أخذ بالعلامة التجارية اللونية من خلال نص المادة (الثانية) من قانون العلامات التجارية رقم (٣٦) لسنة ٢٠٢١ وعرفها بأنها : " تعد علامة تجارية كل ما يأخذ شكلاً مميزاً من أسماء أو كلمات أو إمضاءات أو حروف أو رموز أو أرقام أو عناوين أو أختام أو رسوم أو صور أو نقوش أو تغليف أو عناصر تصويرية أو أشكال أو لون أو مجموعات ألوان أو مزيج من ذلك أو إشارة أو مجموعة إشارات بما فيها العلامات ثلاثية الأبعاد وعلامات الهولوجرام أو أي علامة أخرى تستخدم أو يراد استخدامها في تمييز سلع أو خدمات منشأة عن سلع أو خدمات المنشآت الأخرى أو للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات، أو إجراء المراقبة أو الفحص للسلع أو الخدمات " .

اما بالنسبة لموقف المشرع العماني فقد أخذ هو الآخر بالعلامة التجارية اللونية من خلال نص المادة (الاولى) من قانون العلامات والبيانات والأسرار التجارية والحماية من المنافسة غير المشروعة

الصادر بالمرسوم السلطاني رقم ٢٠٠٠/٣٨ بأنها : " كل ما أخذ شكلاً مميزاً، قابلاً للإدراك بالنظر من كلمات أو إمضاءات أو أسماء شخصية أو حروف أو أرقام أو رسوم أو رموز أو عناوين أو أختام أو نقوش أو مجموعات ألوان أو عناصر تصويرية أو أية علامة أخرى أو مجموع منها إذا كانت تستخدم أو يراد استخدامها في تمييز بضائع أو منتجات أو خدمات للدلالة على أنها تخص صاحب العلامة بسبب صنعها أو اختيارها أو الاتجار بها أو عرضها للبيع " .

ويتضح لنا من هذا التعريف أنه يركز على العناصر القابلة للإدراك بالنظر، مثل الألوان والكلمات والرسوم ، مما يشير إلى أن العلامات التجارية اللونية التي تعتمد على اللون بدلاً من العناصر الأخرى، قد كانت مشمولة ضمن هذا التعريف .

واستناداً الى ما تقدم فإن موقف دول الخليج العربي جميعها قد أعترفوا بالعلامة اللونية باعتبارها أحد العلامات التجارية غير التقليدية وهذا موقف جدير بالتأييد .

اما بالنسبة لموقف المشرع اللبناني فإنه لم يرد تعريف للعلامة التجارية اللونية مباشرة ، وفي ظل التعريف الواسع المعتمد لمفهوم العلامة التجارية الوارد بنص المادة (٦٨) باعتبارها " أي إشارة " ، تكون قادرة على تمييز المنتجات والخدمات فإنه وبالقياس مع القانون الأمريكي وفي ظل الواقع التشريعي في لبنان ، نرى أنه لا مانع قانوني يحول دون حماية العلامة التجارية اللونية المستوفية للشروط المنصوص عليها في نظام الحقوق الملكية التجارية والصناعية اللبناني عام ١٩٢٤^(١) .

اما بالنسبة لموقف التشريعات الأخرى ففي نص المادة (١١٢٧) من قانون العلامات التجارية الأمريكي (لانهام) لسنة ١٩٤٦ فقد جاء عاماً وشاملاً ليعترف بجميع أنواع العلامات التجارية حتى وأن كانت غير قابلة للإدراك عن طرق النظر، حيث أستاذ قانون العلامات التجارية الأمريكي الى الدور التي تؤديه العلامة التجارية وإمكانية تمييز المنتجات والبضائع والخدمات عن مثيلاتها سواء أكانت ترك

(١) استند الاجتهاد اللبناني في العديد من الاحكام الصادرة عنه في موضوع تقليد العلامات التجارية الى الوان هذه العلامات بذاتها او الوان المنتجات الموضوعية عليها او الوان غلافاتها باعتبارها احد العناصر التي تؤدي الى خلق لبس في ذهن المستهلك وقد جاء في احد الاحكام ان " القاء نظرة خاطفة وسريعة على الغلافين وبالمقارنة بينهما فانه يتضح وجود شبه كبير بينهما وذلك لجهة الالوان وكيفية ترتيبها وتركيبها والكلمة المستعملة بحد ذاتها وما يحيط بها من الالوان ... " (استئناف البقاع ، الغرفة الثانية المدنية ، قرار رقم ٣٠ / ٩٧ صادر بتاريخ ٢٤ / ٢ / ١٩٩٧ ؛ مشار اليه في راني صادر وفيليب عبيد ، حماية اللون كعلامة تجارية في لبنان والولايات المتحدة الامريكية والاتحاد الاوربي ، بحث منشور على الموقع الالكتروني <http://dspa.ul.edu.lb> بتاريخ ٢٠٢٦ / ٣ / ٨ الساعة ١١:٤٨ مساءً .

بالبصر أم لا ، فنجد أن القانون الأمريكي عرف العلامة التجارية بأنها: " تلك العلامات التي تشمل الكلمات أو الأسماء ، أو أي رمز أو مركب منها ، والتي يستخدمها أو ينوي استخدامها الشخص لتمييز بضائعه عن تلك المصنوعة أو المباعة من قبل آخر" ^(١) .

اما بالنسبة لموقف المشرع البريطاني فقد أعترف هو الآخر بالعلامة التجارية اللونية كنوع من العلامات القابلة للتسجيل ضمن قانون العلامة التجارية البريطاني لعام ١٩٩٤ ^(٢) .

الفرع الثاني

موقف الاتفاقيات الدولية من العلامة التجارية اللونية

أما على مستوى الاتفاقيات الدولية فقد تركت اتفاقية " ترينس " إجازة تسجيل العلامات غير المادية للقوانين الوطنية للدول الأعضاء وذلك بنص المادة (المادة ١/١٥ من الاتفاقية)، وقضت معاهدة قانون العلامات التجارية لسنة ١٩٩٤ المبرمة في ٢٧ أكتوبر ١٩٩٤ في جنيف ^(٣) بعدم تطبيقها علي مثل هذا النوع من العلامات وذلك في المادة (الثانية/أولاً/ب) والتي نصت على أنه: " لا تطبق هذه الاتفاقية علي العلامات الهولوجرافية (أي الصور الضوئية المجسمة) وعلى العلامات غير المؤلفة من إشارات مرئية، ولا سيما العلامات السمعية والعلامات الخاصة بحاسة الشم " .

أما بالنسبة لموقف إتفاقية سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة ٢٠٠٦ ^(٤) فلم تستثني العلامات غير المادية من العلامات التجارية ، وتركت إجازة تسجيل هذا النوع من العلامات للدول

(^١)Article 1127: "The term "trademark" includes any word, name, symbol, or device, or any combination thereof-used by a person, or which a person has a bona fide intention to use in commerce and applies to register on the principal register established by this chapter, to identify and distinguish his or her goods, including a unique product, from those manufactured or sold by others and to indicate the source of the goods, even if that source is unknown."

(^٢) article (1) : "A trade mark means any sign capable-(a) of being represented in the register in a manner which enables the registrar and other persons to determine the clear and precise subject matter of the protection afforded to the proprietor, and (b) of distinguishing goods or services of one undertaking from those of other undertakings."

(^٣) وقد أبرمت الاتفاقية برعاية المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) والغرض منها هو التنسيق بين التشريعات الوطنية للدول الأعضاء فيما يتعلق بإجراءات تسجيل العلامات التجارية وتبسيطها.

(^٤) معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات التجارية لعام ٢٠٠٦.

الأعضاء ونصت القاعدة رقم (٩/٣) من اللائحة التنفيذية للإتفاقية^(١) على أنه في الحالة التي يتضمن فيها طلب التسجيل بياناً يفيد بأن العلامة علامة لون .

اما بالنسب لموقف اتفاقية باريس عام ١٨٨٣ فإنها لا تمنع صراحةً تسجيل العلامة التجارية اللونية كعلامة تجارية ، بل أنها تدرج العلامات التجارية بأوسع مفاهيمها ضمن حقوق الملكية الصناعية ، ويحق للدول الأعضاء حماية الالوان كلون لواحد او مزيج من الالوان بموجب قوانينها الوطنية .

اما بالنسبة لموقف الاتحاد الأوروبي من تسجيل العلامة التجارية اللونية فقد رفضت محكمة الاستئناف في الاتحاد الأوروبي تسجيل تلك العلامة المكونة من اللون المجرد الأخضر الفاتح بحجة ان هذا اللون شائع أستعماله في حقل المنتجات موضوع العلامة عدا عن إمكانية قيام هذا اللون بدور العلامة الوصفية وذلك من أجل الدلالة على نكهة معينة كالتفاح مثلاً^(٢) .

المطلب الثالث

الحماية المدنية والجزائية للعلامة التجارية اللونية

للعلامة التجارية اللونية اهمية كبيرة من الناحية المدنية والجزائية لما لها من دور في حماية حقوق أصحاب العلامة التجارية اللونية وضمان المنافسة المشروعة في السوق التجارية وحماية المستهلك من التضليل او الخلط بين المنتجات .

واستناداً الى ما تقدم سنقسم هذا المطلب الى فرعين اثنين وهما على النحو الآتي:

الفرع الأول : الحماية المدنية للعلامة التجارية اللونية

الفرع الثاني : الحماية الجزائية للعلامة التجارية اللونية

(١) صدرت اللائحة التنفيذية لمعاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات ودخلت حيز التنفيذ في الأول من نوفمبر ٢٠١١ ، منشورة علي الموقع الإلكتروني للمنظمة العالمية للملكية الفكرية علي الرابط التالي:

www.wipo.int/wipolex/en/details.jsp?id=12669

(٢) راني صادر وفيليب عبيد ، حماية اللون كعلامة تجارية في لبنان والولايات المتحدة الامريكية والاتحاد الاوربي ، مصدر سابق ، ص ١٠٧٧ .

الفرع الأول

الحماية المدنية للعلامة التجارية اللونية

تتمتع العلامة التجارية اللونية بالحماية المدنية في حال التعدي عليها ، ويكون الحق لمالك تلك العلامة رفع دعوى المنافسة غير المشروعة^(١) من اجل الحصول على تعويض وذلك بسبب الاضرار التي اصابته جراء ذلك التعدي ، وان الحماية المدنية المقررة للعلامة التجارية تكون مستندة وفقا للقواعد العامة المعروفة في القانون المدني العراقي رقم ٤٠ لسنة ١٩٥١ والتي تخول صاحبها حق المطالبة بالتعويض في حال وقع أي اعتداء على علامته التجارية^(٢) .

اما بالنسبة لموقف المشرع العراقي ومن خلال قانون العلامات والبيانات التجارية رقم ٢١ لسنة ١٩٥٧ والتي تعدلت هذه المادة بموجب المادة (الاولى) من امر تعديل قانون العلامات والبيانات رقم ٨٠ لسنة ٢٠٠٤ والتي نصت على انه : " للمحكمة المختصة بنظر الدعوى المدنية ان تامر :- ١- تعويض مناسب يعوض خسارة صاحب الحق بسبب التعدي " .

اما بالنسبة لموقف المشرع الاماراتي ومن خلال المرسوم بقانون اتحادي رقم ٣٦ لسنة ٢٠٢١ والذي جاء بالمادة (٣٨) والتي نصت على انه : " يجوز لمالك العلامة اذا لحقه ضرر ناشئ عن التعدي على أي من حقوقه المقررة بموجب احكام هذا المرسوم بقانون ان يرفع دعوى لدى المحكمة المدنية للمطالبة بالتعويض وفقا للقواعد العامة " .

اما بالنسبة لموقف المشرع الانكليزي فقد اعطت الاحكام الصادرة من المحاكم الاوروبية اهتماماً ملحوظاً بشأن ضرورة ابقاء العلامة غير التقليدية حرة في الاحتكار متى كان من شان تلك الحماية ان تؤثر على القدرة التنافسية المشروعة للتجارة ، حيث قررت محكمة العدل الاوروبية ان على المحكمة ان

(١) يقصد بـ(دعوى المنافسة غير المشروعة) هي دعوى يجوز ان يرفعها كل من اصابه ضرر من جراء الاعتداء على العلامة وعلى المتسبب في وقوعه لتعويضه عما لحقه من ضرر؛ ينظر عادل عبد الحميد ، الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون السوداني والاتفاقيات الدولية ، بحث منشور في المجلة الاكاديمية العالمية ، ٢٠٢٠، ص١١٧ . ؛ ينظر علي احمد صالح ، الحماية القانونية للعلامة التجارية ، بحث منشور في مجلة صوت القانون ، العدد ٢ ، المجلد الخامس، ٢٠١٨، ص ٤٠٥ .

(٢) ينظر احمد مروان داود ، الحماية المدنية للعلامة التجارية المشهورة وفق التشريع الاردني والاتفاقيات الدولية ، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية الحقوق / جامعة الشرق الاوسط ، ٢٠١٤ ، ص ٦٦ .

تقيم القدرة التمييزية للون بعد ان تتأكد من حماية هذا اللون لا تؤدي بشكل فير مقبول الى الحد من قدرة التجار التي يرغبون في استعمالها لتمييز منتجاتهم وخدماتهم .

ويتضح لنا من القرار أعلاه أنه جاء على أحد أنواع العلامات التجارية غير التقليدية وهي اللون محل دراستنا .

اما بالنسبة لموقف المشرع الامريكي وعلى الرغم من اعترافها بالعلامات التجارية غير التقليدية فإنه في كل مرة يكون من شأنه حماية هذه العلامات من التأثير على القدرة التنافسية للتجار ويكون ذلك بقرار المحكمة رفض تقرير الحماية نظراً لصاله العلامات التجارية المتوفرة وانعدام المنافسة المشروعة .

ويرى الباحث أن موقف المشرع الامريكي قد أعترف سابقاً بالعلامات التجارية غير التقليدية ومن ضمنها العلامة التجارية اللونية ، كما نصت على حمايتها بشرط أن لا تؤثر على القدرة التنافسية للتجار مما يؤدي الى انعدام المنافسة المشروعة ، مما يتبين إمكانية رفع دعوى المنافسة غير المشروعة متى ما كان الاعتداء عليها عن طريق المنافسة غير المشروعة .

الفرع الثاني

الحماية الجزائية للعلامة التجارية اللونية

تشكل العلامات التجارية غير التقليدية أحد أهم أدوات التمييز في عالم التجارة ، أذ تستخدم للدلالة على مصدر السلع او الخدمات وضمان جودتها في ذهن المستهلك ، مع تطور الوسائل التسويقية وبذلك لم تعد العلامة التجارية تقتصر على العناصر التقليدية ، بل امتدت لتشمل عناصر غير تقليدية مثل العلامة اللونية التي أصبحت تلعب دور محوري في تكوين هوية الشركات وتعزيز تواصلها مع الجمهور ، وللعلامة التجارية اللونية حماية جزائية من خلالها تحرص التشريعات الوطنية على تنظيم هذه الحماية بهدف صون الحقوق التجارية ومكافحة الغش والتقليد التجاري وتعد هذه الحماية بمثابة الحماية الفعالة التي تكفل لمالك العلامة منع الاعتداء عليها^(١) ، وان هذه الحماية الجزائية للعلامات التجارية تم النص عليها في قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي من خلال نص المادة (٣٥) والتي نصت على انه : " يعاقب كل شخص يرتكب أي فعل من الافعال الاتية بالحبس لمدة لا تقل عن سنة ولا تزيد

(١) صامت امه ، الحماية الجزائية للعلامة التجارية من جريمة التقليد ، بحث منشور في المجلة الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية ، العدد ١٣ ، ٢٠١٥ ، ص ٨٧ وما بعدها .

على خمس سنوات وبغرامة لا تقل عن ٥٠,٠٠٠,٠٠٠ دينار ولا تزيد على ١,٠٠٠,٠٠٠,٠٠٠ او بأحدى هاتين العقوبتين : ١- كل من زور علامة تجارية مسجلة بصورة قانونية او قلدها بطريقة يراد منها خداع الجمهور او استعمل بسوء نية علامة تجارية مزورة او مقلدة . ٢- كل من استعمل بطريقة غير قانونية علامة تجارية مسجلة مملوكة لجهة اخرى ٣- كل من وضع بسوء نية علامة تجارية مسجلة مملوكة لجهة اخرى على منتجاته " ، اما في حالة ارتكاب الجريمة مرة ثانية ففي هذه الحالة تصبح العقوبة مشددة وهذا مل نصت عليه المادة (٣٦) من قانون العلامات والبيانات التجاري العراقي على انه : " يعاقب من ارتكب للمرة الثانية احدى الجرائم المذكورة في المادة ٣٥ والمادة ٣٦ من هذا القانون بالحبس مدة لا تقل عن خمس سنوات ولا تزيد عشر سنوات وبغرامة لا تقل ١٠٠,٠٠٠,٠٠٠ دينار ولا تزيد على ٢٠٠,٠٠٠,٠٠٠ دينار اضافة الى غلق المحل او المشروع التجاري لمدة لا تقل عن ١٥ يوم ولا تتجاوز ستة اشهر علاوة على نشر الحكم على نفقة المعتدي " .

ويتضح لنا من نص المادة اعلاه ان المشرع العراقي شدد بعقوبات رادعة بحق المتهمين عند ارتكابهم جرائم تمس العلامة التجارية غير التقليدية (اللونية) خاصة في مسألة ما يتعلق بالغرامات المالية بغية الحد من ارتكاب هكذا جرائم كون هذه الجرائم تمثل أعتداء واضح على حقوق مالك العلامة التجارية اللونية بالإضافة الى أنتشار ظاهرة الغش التجاري ، وإن موقف المشرع العراقي في هذا الصدد هو أمر جدير بالتأييد .

اما بالنسبة لموقف المشرع المصري من الحماية الجزائية للعلامة التجارية اللونية فقد جاء من خلال نص المادة (١١٣) من قانون حماية الملكية الفكرية المصري رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ والتي نصت على انه : " مع عدم الاخلال باي عقوبة اشد في أي قانون اخر يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن شهرين وبغرامة لا تقل عن خمسة الاف جنيه ولا تجاوز عشرين الف جنيه او بأحدى هاتين العقوبتين : ١- كل من زور علامة تجارية تم تسجيلها طبقا للقانون او قلدها بطريقة تدعو الى تضليل الجمهور ٢- كل من وضع بسوء قصد على منتجاته علامة تجارية مملوكة لغيره ... " .

واستناداً الى كل ما تقدم فأنا العلامة التجارية اللونية تتمتع بالحماية الجزائية عند توافر شرطين هما تسجيل تلك العلامة في الدولة المطلوب منها الحماية وكذلك أستعمالها على سلع أو خدمات مماثلة لتلك التي تميزها ، وبخلاف توافر الشرطين أعلاه فأنها تتمتع بالحماية المدنية دون الجزائية .

الخاتمة

في ختام هذه الدراسة لقد توصلنا الى جملة من النتائج والتوصيات وهي كالآتــي:

أولاً : النتائج

- ١- لم يعد مفهوم العلامات التجارية التقليدية مقتصرًا على العناصر المكتوبة ، بل شمل عناصر جديدة كاللون مما يعكس تطور السوق وابتكار الشركات لأساليب جديدة في التمييز .
- ٢- الاتفاقيات الدولية تتيح مرونة للدول في تنظيم العلامات غير التقليدية كما في اتفاقية ترين التي منحت الدول حرية اشتراط قابلية الادراك البصري من عدمه .
- ٣- وفقا للتشريع العراقي يتم تطبيق المنافسة غير المشروعة كأداة قانونية لحماية العلامات التجارية اللونية من الأعتداءات ويحق للمتضرر المطالبة بالتعويض .

ثانياً: التوصيات

- ١- ضرورة تبني تعريف تشريعي جامع وشامل للعلامة التجارية غير التقليدية (اللونية) ضمن قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي وصريح للعلامات التجارية اللونية يراعي خصوصيتها ويدرجها ضمن اطار الحماية القانونية للعلامات غير التقليدية .
- ٢- التنسيق مع المنظمات الدولية على ان يعمل العراق على مواءمة قوانينه مع المعايير الدولية ، لا سيما اتفاقية ترينس واتفاقية باريس بما يضمن حماية قانونية متكاملة للعلامات التجارية غير التقليدية (اللونية) .
- ٣- نوصي المشرع العراقي بأعادة النظر في قانون العلامات التجارية العراقي ليتضمن صراحة تعريف العلامات التجارية غير التقليدية ، بما فيها العلامات اللونية اسوة بتشريعات دول الخليج العربي والتشريعات الاوربية .

المصادر

أولاً : الكتب القانونية

- ١- طالب برايم سليمان ، العلامة التجارية المشهورة ، ط١، منشورات زين الحقوقية ، ٢٠١٣ .
- ٢- صلاح الدين زين ، الملكية الصناعية والتجارية ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، ١٩٩٩ .
- ٣- فيليب نهاد عبيد ، حماية العلامة اللونية في ضوء القانون والاجتهادات في الولايات المتحدة الامريكية والاتحاد الأوربي ، مكتبة صادر ناشرون ، بيروت ، ٢٠٠٧ .
- ٤- مصطفى موسى العطيات ، الجوانب القانونية للتعاملات التجارية الالكترونية ، حماية العلامة التجارية الالكترونية ، دار وائل للنشر ، الأردن ، ٢٠١١ .

ثانياً : الرسائل والاطاريح

- ١- ينظر احمد مروان داود ، الحماية المدنية للعلامة التجارية المشهورة وفق التشريع الاردني والاتفاقيات الدولية ، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية الحقوق / جامعة الشرق الاوسط ، ٢٠١٤ .

ثالثاً: البحوث

- ١- صامت امنه ، الحماية الجزائية للعلامة التجارية من جريمة التقليد ، بحث منشور في المجلة الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية ، العدد ١٣ ، ٢٠١٥ .
- ٢- عادل عبد الحميد ، الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون السوداني والاتفاقيات الدولية ، بحث منشور في المجلة الاكاديمية العالمية ، ٢٠٢٠ .
- ٣- علي احمد صالح ، الحماية القانونية للعلامة التجارية ، بحث منشور في مجلة صوت القانون ، العدد ٢ ، المجلد الخامس ، ٢٠١٨ .
- ٤- راني صادر وفيليب عبيد ، حماية اللون كعلامة تجارية في لبنان والولايات المتحدة الامريكية والاتحاد الاوربي ، بحث منشور على الموقع الالكتروني <http://dspa.ul.edu.lb> بتاريخ ٨/٣/٢٠٢٦ الساعة ١١:٤٨ مساءً .
- ٥- فيصل بن عبد الله بن عبد العزيز الطيار ، الحماية الدولية للعلامات التجارية غير التقليدية ، بحث منشور في مجلة البحوث الفقهية والقانونية ، كلية الشريعة والقانون ، جامعة الازهر ، العدد ٤٥ ، ٢٠٢٤ .

٦- كارزان رشيد رستم ، الحماية القانونية للعلامات التجارية في القانون العراقي ، بحث منشور في مجلة الجامعة العراقية ، العدد ٦٤ ، الجزء الثالث ، دون سنة نشر .

رابعاً : القرارات القضائية

١- استئناف البقاع ، الغرفة الثانية المدنية ، قرار رقم ٣٠ / ٩٧ صادر بتاريخ ٢٤ / ٢ / ١٩٩٧ .

خامساً : القوانين

- ١- قانون العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم ٢١ لسنة ١٩٥٧ .
- ٢- قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ المصري .
- ٣- المرسوم بقانون اتحادي رقم ٣٦ لسنة ٢٠٢١ .
- ٤- قانون التجارة الكويتي رقم ٦٨ لسنة ١٩٨٠ .
- ٥- قانون العلامات والبيانات والأسرار التجارية والحماية من المنافسة غير المشروعة الصادر بالمرسوم السلطاني رقم ٣٨/٢٠٠٠ .
- ٦- نظام الحقوق الملكية التجارية والصناعية اللبناني عام ١٩٢٤ .
- ٧- قانون العلامات التجارية الأمريكي لسنة ١٩٤٦ .
- ٨- قانون العلامة التجارية البريطاني لعام ١٩٩٤ .

خامساً : الاتفاقيات الدولية

- ١- معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات التجارية لعام ٢٠٠٦ .
- ٢- اتفاقية تريبيس ١٩٩٤ .
- ٣- اتفاقية باريس عام ١٨٨٣ .