

القانون الواجب التطبيق على العلامات التجارية

The Law Applicable to Trademarks

إعداد

إيمان نبيل ذيب حداد

إشراف

الأستاذ الدكتور / مهند عزمي أبو مغلي

قُدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في القانون

الخاص

قسم القانون الخاص

كلية الحقوق

جامعة الشرق الأوسط

أيار/2016

تفويض

أنا الطالبة إيمان نبيل ذيب حداد أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً
والكترونياً للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند
طلبها.

الاسم: إيمان نبيل ذيب حداد

التاريخ: 2016/5/22

التوقيع: 

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها: "القانون الواجب التطبيق على العلامات التجارية" وأجيزت بتاريخ:
2016/5/22، أعضاء لجنة المناقشة:

التوقيع	الصفة	الأسم
	رئيس لجنة المناقشة	1- أ.د. فائق الشماع
	مشرف	2- أ.د. مهند أبو مغلي
	عضو خارجي	3- أ.د. نائل المساعدة

الشكر والتقدير

أتقدم بجزيل الشكر والعرفان لإستاذي الدكتور مهند عزمي أبو مغلي لتفضله بالإشراف على هذه الرسالة.

كما أشكر الأساتذة الأفاضل، أعضاء لجنة المناقشة، الدكتور فائق الشماع من جامعة الشرق الأوسط والدكتور نائل المساعدة من جامعة آل البيت، لتفضلهما بقبول مناقشة الرسالة وابداء مقترحات قيمة تهدف إلى تصويبها والإرتقاء بها.

وأخص بالعرفان والامتنان كلية الحقوق في جامعة الشرق الأوسط وجميع الأساتذة الذين تلقيت العلم على أيديهم ولكل من سهل مهمتي في إنجاز هذه الرسالة.

الباحثة

الإهداء

أهدي هذا الجهد المتواضع:

إلى قدوتي ومرشدي

إلى نبراسي الذي ينيّر دربي

إلى من أرفع رأسي افتخاراً به والدي الحبيب

إلى مصدر إلهامي وسرّ سعادتني

إلى من تغمّزني بعبائها وحبها وحنانها.... والدتي الغالية

إلى من دتم لي سنداً.... أختي وأخواني الأعزاء

الباحثة

قائمة المحتويات

الموضوع	رقم الصفحة
العنوان	أ
تفويض	ب
قرار لجنة المناقشة	ج
شكر وتقدير	د
الإهداء	هـ
قائمة المحتويات	و
الملخص باللغة العربية	ي
الملخص باللغة الأجنبية	ك
الفصل الأول : خلفية الدراسة وأهميتها	1
أولا : المقدمة	1
ثانيا : مشكلة الدراسة وأسئلتها	3
ثالثا : أهداف الدراسة	4
رابعا : أهمية الدراسة	4
خامسا : تعريف المصطلحات	5
سادسا : حدود الدراسة	7
سابعا : الأدب النظري	8
ثامنا : الدراسات السابقة	9
تاسعا : منهج الدراسة	11

11	عاشرا : خطة الدراسة
12	الفصل الثاني : النظام القانوني للعلامات التجارية
14	المبحث الأول : التطور التاريخي والتشريعي للعلامات التجارية
14	المطلب الأول : ظهور العلامات التجارية
14	الفرع الأول : مرحلة العصور القديمة
15	الفرع الثاني : مرحلة العصور الوسطى
16	الفرع الثالث : مرحلة العصور الحديثة
16	المطلب الثاني : التنظيم التشريعي للعلامات التجارية
17	الفرع الأول : التنظيم الدولي
18	الفرع الثاني : التنظيم الوطني
20	المبحث الثاني : ماهية العلامات التجارية
21	المطلب الأول : تعريف العلامات التجارية
24	الفرع الأول : التقسيم الرئيسي لأنواع العلامات التجارية
26	الفرع الثاني : تقسيم العلامات التجارية وفقاً للغاية منها
28	المطلب الثاني : تمييز العلامات التجارية عن غيرها
28	الفرع الأول : العناصر المكونة للمظهر الخارجي للعلامات التجارية
32	الفرع الثاني : العلامات التجارية وما يشابهها من أوضاع
33	الفصل الثالث : تحديد القانون الواجب التطبيق على العلامات التجارية
35	المبحث الأول : منهج قواعد الإسناد الواردة في القانون المدني الأردني
38	المطلب الأول : تكييف العلامات التجارية
38	الفرع الأول : مفهوم التكييف في القانون الدولي الخاص الأردني
41	الفرع الثاني : الطبيعة القانونية للعلامات التجارية

45	المطلب الثاني : مدى صلاحية أعمال منهج قواعد الإسناد الأردنية
46	الفرع الأول : مدى فاعلية قاعدة الإسناد المتعلقة بالمنقولات بالنسبة للعلامات التجارية
47	الفرع الثاني : القانون الواجب التطبيق على العلامات التجارية وفقاً للآراء الفقهية
48	المبحث الثاني : منهج القواعد الموضوعية ذات المصدر الدولي
51	المطلب الأول : المعاهدات الدولية النازمة للعلامات التجارية
57	الفرع الأول : اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883
60	الفرع الثاني : اتفاقية وبرتوكول مدريد الخاصة بالتسجيل الدولي للعلامات التجارية لسنة 1891
62	الفرع الثالث : اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس) لسنة 1994
66	المطلب الثاني : موقف المشرع الأردني في قانون العلامات التجارية
68	الفرع الأول : معايير أعمال منهج القواعد ذات التطبيق الضروي
71	الفرع الثاني : الأثر المترتب على أعمال منهج القواعد ذات التطبيق الضروي
72	الفصل الرابع : نطاق تطبيق قانون العلامات التجارية الأردني
73	المبحث الأول : المسائل التي يحكمها قانون العلامات التجارية الأردني
73	المطلب الأول : نشوء الحق في العلامات التجارية الأجنبية وزواله
76	الفرع الأول : التسجيل
86	الفرع الثاني : انقضاء الحق في العلامة التجارية الأجنبية
90	المطلب الثاني : حماية العلامات التجارية الأجنبية
92	الفرع الأول : العلامات التجارية الأجنبية المسجلة
95	الفرع الثاني : العلامات التجارية الأجنبية غير المسجلة
99	المبحث الثاني : المسائل التي تخرج عن نطاق قانون العلامات التجارية الأردني

101	المطلب الأول : التصرفات الواردة على العلامات التجارية الأجنبية
102	الفرع الأول :العقود الناقلة لملكية العلامات التجارية الأجنبية
102	الفرع الثاني : العقود غير الناقلة لملكية العلامات التجارية الأجنبية
103	المطلب الثاني : القانون الواجب التطبيق على العقود المرتبطة بالعلامات التجارية الأجنبية
104	الفرع الأول : الأحكام الموضوعية
106	الفرع الثاني : الأحكام الشكلية
108	الفرع الثالث : حالات استبعاد تطبيق القانون الأجنبي
110	الفصل الخامس : الخاتمة والنتائج والتوصيات
110	أولا : الخاتمة
112	ثانيا : النتائج
117	ثالثا : التوصيات
120	قائمة المصادر والمراجع

القانون الواجب التطبيق على العلامات التجارية

إعداد

إيمان نبيل ذيب حداد

إشراف

الإستاذ الدكتور / مهند عزمي أبو مغلي

المخلص

نظراً لدخول العديد من العلامات التجارية الأجنبية إلى الأردن حيث تضطلع بأهمية كبيرة بالنسبة للمستهلك الأردني الذي يثق بها ولمالك المشروع التجاري الذي تميز بضائعه أو منتجاته أو خدماته، تتطرق هذه الدراسة لتتناول موضوع القانون الواجب التطبيق على العلامات التجارية الأجنبية داخل الأراضي الأردنية. وتعالج ذلك بدراسة ماهية العلامات التجارية وفقاً للتنظيم الدولي والوطني والبحث في المناهج المتنوعة لتحديد القانون الواجب التطبيق عليها. ويشمل ذلك: منهج قواعد الإسناد، حيث تحدد الدراسة الطبيعة القانونية للعلامات التجارية لمعرفة مدى صلاحية أعمال قواعد الإسناد الأردنية بالنسبة لها. ومنهج القواعد الموضوعية التي تضمنتها الاتفاقيات الدولية النازمة للعلامات التجارية إضافة لذلك نتصدى لموقف المشرع الأردني في قانون العلامات التجارية، إذ تتسم قواعده بأنها ذات تطبيق ضروري. وهو ما يعرف بمنهج القواعد ذات التطبيق الضروري.

وتذهب هذه الدراسة إلى أن موضوع العلامات التجارية متعدد الجوانب لا ينحصر في نطاق حكم

قانون واحد.

الكلمات المفتاحية: القانون الواجب التطبيق، العلامات التجارية الأجنبية، المستهلك الأردني

The Law Applicable to Trademarks

Written by

Iman Nabil Deeb Haddad

Supervised by

Professor Mohannad Azmi Abu-Moghlee

Abstract

Due to the entry of many foreign trademarks into the Jordanian market, trademarks have become an important matter to Jordanian consumers who trust both the trademark and the owner of the business, and such trademarks become related so it reflects on such goods to be distinctive from others.

This thesis identifies the laws and regulations that should be applied on foreign trademarks that exist in Jordan. This subject addressed by defining and identifying these trademarks. Furthermore, the study looks into various methodologies applied in an aim to define the best laws that fit and need to be implemented in this regard.

This study includes:

- The attribution rules principles and framework. Whereby it determines the legal environment pertaining to the trademark and how the implementation of the Jordanian laws influences and applies on it.
- Substantive rules which are stipulated as a result of international treaties that regulate trademarks. In addition, the study addresses the position of the Jordanian legislator with regards to the trademark law which is of geographical nature and methodology known as the applicable rules of urgent nature.

Finally, this study shows variety of legal aspects of the trademarks especially foreign brands, which might not be governed by only one law.

Keywords: The Law Applicable , Trademarks , Jordanian consumers

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها

أولاً: مقدمة

لم تبقَ العلامة التجارية في ظل التقدم الاقتصادي ونمو التجارة دولياً تلك الإشارة التي تميز بضائع المشروع التجاري أو منتجاته أو خدماته بل أصبحت أداة تدل على جودة البضائع أو المنتجات أو الخدمات ومحل ثقة جمهور المستهلكين تدفع أي غشٍ أو تضليلٍ قد يقع على الجمهور. كما أنها تُمكن مالكيها من الدفاع عنها ضد أيّ اعتداء يقع عليها أو أي تقليد يمسها وغيرها من صور المنافسة غير المشروعة، فهي مرآة تعكس الإبداعات الفكرية لأي مجتمع من المجتمعات الدولية بتجسيد هذه الإبداعات في قالب مميز جديد ليكُون المظهر الخارجي للعلامة التجارية، وكل ذلك أسهم في جعل قيمتها تفوق قيمة المشروع التجاري التي تعد من أهم ركائز نجاحه وتعود بالنفع الكبير على حائزها، إذ شهد عالمنا العديد من العلامات التجارية التي تزيد قيمتها عن مئات المليارات من الدولارات مثل علامات كوكا كولا ومايكروسوفت.

ومع انفتاح الأسواق العالمية وسهولة حركة البضائع والمنتجات والخدمات عبر الدول المختلفة، استقبلت التجارة الدولية العلامة التجارية بصدر رحب فاصطبغت بطابع دولي حررها من حدود الإقليم الواحد حيث لم تعد حبيسة الدولة الواحدة بل حرة طليقة، فأصبحت ذات بيئة صالحة لتنازع القوانين بشأنها. ولذلك أدرك المجتمع الدولي ضرورة حماية العلامات التجارية في وقت كانت تتعرض له للتقليد

والتزوير بسهولة نتيجة ما وصل إليه العالم من تقدم تكنولوجيا في وسائل الإتصال والإعلام، فأُمدت حماية العلامة التجارية الشغل الشاغل للمجتمع الدولي، لذا سارعت الدول إلى إبرام معاهداتٍ واتفاقياتٍ دوليةٍ أرست قواعدَ موحّدةً ناظمةً لحماية العلامات التجارية دولياً، إلا أن بداية الاهتمام الدولي بحماية العلامة التجارية يعود إلى عام 1883 بإبرام اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية تلاها إبرام اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات عام 1891 وبورتوكول 1989 واتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية لسنة 1994 اتفاقية ترس¹، أهم اتفاقية معنيّة بالعلامات التجارية.

وأما الأردن، فقد استجاب لنداء حماية العلامات التجارية على المستوى الدولي بإنضمامه إلى منظمة التجارة العالمية والمنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) موقّعاً على الاتفاقيات الناظمة للعلامات التجارية - السابق بيانها - فسار على نهجها ونص في تشريعاته الناظمة للعلامات التجارية على ما أرسته هذه الاتفاقيات من قواعد فعُدل على التشريعات السابقة تعديلاً جوهرياً، مما أضفى حماية على العلامات التجارية الأجنبية في ظل القانون والقضاء الأردني لجذب الإستثمارات الأجنبية على الأراضي الأردنية .

إلا أن تنظيم أحكام العلامات التجارية لا يقف عند حمايتها باعتبارها وسيلةً تتعلق بتقديم منتجات أو خدمات أصلية يطلبها الجمهور بل يتعداها إلى مكنة من يثبت له الحق في العلامة التجارية استغلالها لتعود عليه بالثروة المناسبة كإبرام عقود ترخيص باستعمالها.

¹د. عبدالله حسين خشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية و التجارية، دار وائل للنشر، عمان، 2005، ص17.

وبناءً على ما تقدم، تتطرق دراستنا للبحث عن القانون الواجب التطبيق على جميع المسائل المتعلقة بالعلامات التجارية الأجنبية في التشريع الأردني.

ثانياً: مشكلة الدراسة وأسئلتها

تؤسس مشكلة الدراسة على ما اكتنف قاعدة الإسناد الأردنية المتعلقة بالمنقولات في التقنين المدني الأردني، المادة 19 منه¹، من غموض حول مدى صلاحية إعمالها بالنسبة للعلامات التجارية الأجنبية، باعتبارها الوسيلة التقليدية لحل مشكلة تنازع القوانين. الأمر الذي يثير تساؤلاتٍ عدة تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عليها، وهذه التساؤلات :

1- ما هو تكييف العلامات التجارية؟

2- ما مدى استجابة قاعدة الإسناد الأردنية المتعلقة بالمنقولات لتكييف العلامات التجارية؟

3- ما مدى فاعلية منهجي القواعد الموضوعية وقواعد التطبيق الضروري في تحديد القانون

الواجب التطبيق على العلامات التجارية؟

4- هل جميع المسائل المتصلة بالعلامات التجارية يحكمها قانون واحد؟

¹- نصت المادة 19 من القانون المدني الاردني رقم (43) لسنة 1976 " ... ويسري بالنسبة الى المنقول قانون الجهة التي يوجد فيها هذا المنقول وقت تحقق السبب الذي ترتب عليه كسب الحيازة أو الملكية أو الحقوق العينية الأخرى أو فقدها."

ثالثاً: أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى:

- تبيان الطبيعة القانونية للعلامات التجارية.
- إنقاذ العلامات التجارية الأجنبية من التصنيف التقليدي الذي يدرجها تحت قاعدة الإسناد الأردنية المتعلقة بالمنقولات، وذلك بالوقوف على الاتفاقيات الدولية الناظمة للعلامات التجارية والبحث عن الاتجاه الذي سار به التشريع الأردني وتسلط الضوء على الآراء الفقهية.
- بيان الجوانب المتعددة لموضوع العلامات التجارية الأجنبية والتي لا يحكمها قانون واحد.
- التأكيد على أن العلاقة بين المناهج المتبعة لتحديد القانون الذي يحكم العلامات التجارية الأجنبية هي علاقة تعاون وتكافل تبتعد عن أي تنافر.

رابعاً: أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من الطابع الدولي للعلامات التجارية. وتجنباً لما تتعرض له العلامات التجارية من تنازع بين التشريعات الداخلية المتباينة، قام المجتمع الدولي بإبرام اتفاقيات دولية تتضمن أحكاماً موحدة تنظم مختلف المسائل المتعلقة بالعلامات التجارية، هذا من جانب. ومن جانب آخر، ولغايات استقطاب الاستثمارات الأجنبية لاهتمام الشركات الأجنبية بالأسواق الأردنية، رحّب الأردن

بالعديد من العلامات التجارية الأجنبية، حيث تتنافس القوانين على حكمها في وقت تزداد فيه طلبات تسجيل العلامات

التجارية الأجنبية والقضايا المنظورة أمام القضاء الأردني. وبذلك تتبلور أهمية الدراسة بتعيين القانون الواجب التطبيق على العلامات التجارية الأجنبية وخصوصاً بعد انضمام الأردن لمنظمة التجارة العالمية وتوقيعه على الاتفاقيات المعنية بالعلامات التجارية. ويلقى تحديد هذا القانون اهتمام الكثير من الباحثين القانونيين والمختصين في المجال الاقتصادي والتجاري أيضاً في وقت تفتقر فيه المكتبات القانونية للدراسات والأبحاث في هذا المجال.

خامساً: تعريف المصطلحات

1- **العلامة التجارية** : "هي أيّ إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أيّ شخص لتمييز

بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره".¹

2- **التكييف**: "هو العملية الذهنية الأولية التي يقوم بها القاضي لتحديد الطبيعة القانونية للمسألة

الحقوقية المحتوية على العنصر الأجنبي المعروضة عليه بهدف ادراجها ضمن واحدة من الطوائف

القانونية المعروفة لديه بغية التوصل إلى قاعدة الإسناد وتطبيقها عليها بحثاً عن القانون الواجب

التطبيق".²

¹- المادة الثانية من قانون العلامات التجارية الاردني رقم 29 لسنة 2007 .

².د.محمد وليد المصري، الوجيز في شرح القانون الدولي الخاص، دار الثقافة للنشر و التوزيع،عمان، 2011، ص75.

3- منهج قواعد الإسناد: "هي القواعد القانونية التي يضعها المشرع الوطني هدفها إرشاد القاضي إلى القانون الواجب التطبيق على المسألة المشتملة على عنصر أجنبي. وتكون مهمة هذه القواعد هي إسناد الحكم إلى القانون الأكثر ملاءمة لحكم العلاقة المتنازع في شأنها من ضمن بقية القوانين الأخرى المتنازعة لأنه أكثرها إيفاءً بمقتضيات العدالة من وجهة نظر هذا القانون المختار ولا تعطي حلاً مباشراً للنزاع".¹

4- منهج القواعد الموضوعية: "هي مجموعة القواعد الموضوعية أو المادية ذات المضمون الدولي أو العالمي مستقاة من مصادر متعددة معدة أصلاً لتعطي حلاً مباشراً ينهي النزاع أو يتفاداه في علاقة خاصة ذات طابع دولي".²

5- منهج القواعد ذات التطبيق الضروري: "القواعد التي قد تلازم تدخل الدولة والتي ترمي إلى تحقيق وحماية المصالح الحيوية والضرورية الاقتصادية والاجتماعية للجماعة، والتي يترتب على عدم احترامها إهدار ما تبغيه السياسة التشريعية، وتكون واجبة التطبيق على كافة الروابط التي تدخل في مجال سريانها أياً كانت طبيعتها وطنية أو ذات طابع دولي".³

¹ د. هشام علي صادق، تنازع الفوانين: دراسة مقارنة في المبادئ العامة والحلول الوضعية المقررة في التشريع المصري، منشأة المعارف، الاسكندرية، 1974، ص5.

² د. محمد عبدالله محمد المؤيد، منهج القواعد الموضوعية في تنظيم العلاقات الخاصة ذات الطابع الدولي: دراسة تأصيلية، دار النهضة العربية، القاهرة، 1998، ص39.

³ د. أحمد عبد الكريم سلامة، القواعد ذات التطبيق الضروري وقواعد القانون العام في القانون الدولي الخاص، دار النهضة العربية، القاهرة، 1985، ص71-72.

سادساً: حدود الدراسة

تحدد الدراسة مكانياً و زمانياً وموضوعياً على النحو الآتي :

الحدود المكانية :

تتخصر الدراسة في قواعد الإسناد الأردنية ونصوص قانون العلامات التجارية الأردني المستمدة من الاتفاقيات الدولية المعنية بتنظيم أحكام العلامات التجارية وكذلك القرارات الصادرة عن المحاكم الأردنية.

الحدود الزمانية :

تحدد هذه الدراسة زمانياً في القانون المدني الاردني رقم (43) لسنة 1976 وفي إطار انضمام المملكة الأردنية الهاشمية إلى منظمة التجارة العالمية في 17/12/1999¹ وحيث التزمت المملكة الأردنية الهاشمية باتفاقية الجوانب المتصلة من حقوق الملكية الفكرية (اتفاقية ترينس) لسنة 1994 واتفاقية باريس الخاصة بحماية الملكية الصناعية لسنة 1883 وبرتوكول اتفاق مدريد الخاص بالتسجيل الدولي للعلامات التجارية لسنة 1989 وغيرها من الاتفاقيات المعنية بتنظيم العلامات التجارية، وأعقب هذا الالتزام انبثاق التعديل الجوهري لقانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952 بالقانون المعدل لقانون العلامات التجارية رقم 34 لسنة 1999 وأجري تعديل على هذا الأخير بموجب القانون المعدل لقانون العلامات التجارية رقم 29 لسنة 2007.

¹د.عبدالله حسين الخشروم، مرجع سابق ، ص35

الحدود الموضوعية:

تقتصر الدراسة على تحديد القانون الذي يتوجب تطبيقه على العلامات التجارية حصراً دون غيرها من حقوق الملكية الفكرية التي تندرج تحتها العلامات التجارية.

سابعاً: الأدب النظري

تعالج الدراسة موضوعها في خمسة فصول. فتعرض في الفصل الأول خلفية الدراسة وأهميتها أما الفصل الثاني فيتناول العلامات التجارية وفقاً لتنظيم الدولي والوطني من حيث نشأتها وتعريفها وبيان أنواعها وتمييزها عما يشابهها من أوضاع. أما الفصل الثالث فيعرض تحديد القانون الواجب التطبيق على العلامات التجارية من خلال المناهج المعدّة لتحديده وهي: المنهج التقليدي منهج قواعد الإسناد، فتتصدى الدراسة لمدى فاعلية قواعد الإسناد الأردنية بالنسبة للعلامات التجارية الأجنبية من خلال تكييفها كخطوة أولية لإعمال تلك القواعد واستعراض الآراء الفقهية بهذا الصدد، يتلوه إعمال منهج القواعد الموضوعية، المنهج الحديث في قواعد القانون الدولي الخاص، وذلك ببيان دور الاتفاقيات الدولية النازمة للعلامات التجارية في وضع قواعد موضوعية موحّدة، ثم استعراض موقف المشرع الأردني بسنّه قواعد مستقاة من أحكام المعاهدات الدولية وذات تطبيق ضروري على العلامات التجارية الأجنبية. أما الفصل الرابع فيعرض المسائل التي تدخل في نطاق قانون العلامات التجارية الأردني وتلك التي تخرج عن نطاقه، فلا تتحصر جميع المسائل المتعلقة بالعلامات التجارية الأجنبية في نطاقه. ويتناول الفصل الخامس الخاتمة والنتائج والتوصيات.

ثامناً: الدراسات السابقة

1- القانون الواجب التطبيق على مسائل الملكية الفكرية (دراسة مقارنة) ، د.عامر محمود الكسواني، أطروحة دكتوراة ، معهد البحوث والدراسات العربية \ القاهرة ، 2001

ملخص الأطروحة:

ابتدأ الباحث دراسته بفصول تمهيدية ألفت نظرة عامة على تنازع القوانين وكذلك الملكية الفكرية. واستعرض بعد ذلك مشكلة الدراسة المتمثلة بغياب قاعدة الاسناد التي تعين القانون الواجب التطبيق على مفردات الملكية الفكرية، إذ أن نص المادة 19 من القانون المدني الاردني وما يقابلها في المادة 18 من القانون المدني المصري لا تعالجا سوى المنقولات المادية دون المعنوية.

ثم قسم الباحث رسالته الى بابين، خصص الاول منها لتبيان القانون الواجب التطبيق على الملكية الصناعية والتجارية، ومن ضمنها العلامات التجارية. أما الباب الثاني، فقد حدّد القانون الواجب التطبيق على الملكية الأدبية وجرائم الحاسوب، من خلال بيان موقف الرأي الفقهي الراجح والمعاهدات الدولية النازمة لمفردات الملكية الفكرية.

كذلك، ذهب الباحث الى القول بتطبيق قانون البلد المتواجد فيه المركز الرئيسي للعلامة التجارية وفقاً للرأي الفقهي الراجح في القانون الدولي الخاص.

أما دراستي، فتنفق مع ما ذهب اليه الباحث في دراسته إلى أن المادة 19 من القانون المدني الأردني تقتصر على معالجتها لمشكلة تنازع القوانين في المنقولات المادية دون المعنوية، هذا من

جانب. ومن جانب آخر، تتفرد دراستنا بالبحث عن القانون الواجب التطبيق على العلامات التجارية حصراً دون غيرها من مفردات الملكية الفكرية.

ولا تتفق دراستي مع ما ذهب الباحث في دراسته إلى أن المعاهدات الدولية النازمة للعلامات التجارية لم تتضمن أية قاعدة اسناد لتحديد القانون الواجب التطبيق على العلامات التجارية، حيث لم يعرض ما تضمنته المعاهدات الدولية النازمة للعلامات التجارية قواعد موضوعيةً موحدة ذات تطبيق مباشر على النزاع ذات العنصر الأجنبي ومنهج القواعد ذات التطبيق الضروري.

2- القانون الواجب التطبيق على حق المؤلف ، هشام محمد الطاهات ، رسالة ماجستير، جامعة مؤتة ، 2006

ملخص الرسالة:

عالجت الدراسة موضوع القانون الواجب التطبيق على حق المؤلف من خلال بيان المقصود بالمؤلف وتحديد الطبيعة القانونية لهذا الحق. ثم حدّدت الدراسة القانون الواجب التطبيق على حق المؤلف، وفقاً لمناهج القانون الدولي الخاص المعاصر، منها المنهج الموضوعي الذي يقضي بتطبيق قواعد موضوعية وضعتها الاتفاقيات الدولية النازمة لحق المؤلف، ومنهج تنازع القوانين أو ما يسمى بقواعد الاسناد. وذهب الباحث إلى أن حق المؤلف ذو أوجهٍ متعددة لا يمكن حصر جميع المسائل المتعلقة به بقانون واحد. أما دراستي، فتخالف ما جاء في دراسة الباحث من حيث معالجتنا لتنازع القوانين بالعلامات التجارية التي تنتمي إلى الملكية الفكرية الصناعية والتجارية، بينما ينتمي حق المؤلف إلى الملكية الفكرية الأدبية.

تاسعاً: منهج الدراسة

لقد اتخذت هذه الدراسة منهجاً وصفيّاً تحليلياً يعتمد أسلوب تحليل قواعد الإسناد التي حملها التقنين المدني الاردني في طياته، والنصوص التي تضمنها قانون العلامات التجارية، والبنود التي احتوتها الاتفاقيات الدولية الناظمة للعلامات التجارية، بالاضافة إلى الآراء الفقهية والقرارات القضائية وموقف التشريعات العربية، وكذلك اللجوء الى المصادر والمراجع ذات العلاقة بموضوع دراستنا، لغرض إزالة الغموض الذي يعتري قاعدة الاسناد المختصة بالمنقولات واخراج العلامات التجارية من نطاقها.

عاشراً: خطة الدراسة

تقسم الدراسة حسب الفصول الآتية:

الفصل الأول : خلفية الدراسة وأهميتها

الفصل الثاني : النظام القانوني للعلامات التجارية.

الفصل الثالث : تحديد القانون الواجب التطبيق على العلامات التجارية.

الفصل الرابع : نطاق تطبيق قانون العلامات التجارية الأردني.

الفصل الخامس: الخاتمة والنتائج والتوصيات

الفصل الثاني

النظام القانوني للعلامات التجارية

لم تكن العلامات التجارية وليدة الآونة الأخيرة بل يرجع ظهورها إلى العصور القديمة. ومع التقدم الاقتصادي ونمو التجارة الداخلية والخارجية أخذت العلامات التجارية بالتطور على مرّ العصور، حيث مرّت بمراحل تطور تاريخية بدأت من العصور القديمة إلى ما أصبحت عليه الآن، فهي تلك الأداة التي تسعى إلى إرشاد المستهلك إلى المنتج الجيد أو الخدمة السليمة دون أن يقع ضحية غش أو خداع من خلال معرفة أصل المنتج الذي يشتريه أو الخدمة التي يطلبها، وكما تحقق لمالكها الثروة المناسبة من خلال عرض خدمته أو منتجه إلى الجمهور وزيادة الطلب عليه.¹ إذن تخدم العلامات التجارية مصلحتين في آن واحد، إذ تضمن حقوق المستهلك من ضروب الغش والاحتيال كونها رمز للثقة بجودة المنتج والبضائع والخدمات وبالمصدر الذي يفضله المستهلك، وكما تشكل وسيلة من وسائل إبقاء المنافسة في حدود الشرف والأمانة بين المشتغلين في قطاع التجارة.²

وفي ضوء ما تقدم، تضطلع العلامات التجارية بأهمية مزدوجة تحقق فيها مصالح طرفي العلاقة التجارية، فهي من جهة تحقق الغاية التي ينشدها مالكاها بنجاح مشروعها التجاري بجذب أكبر

¹ د. نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية/الملكية الصناعية، دار وائل للنشر، عمان، 2005، ص26

² د.صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، دار القافة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص41-47

عدد ممكن من العملاء ، ومن جهة أخرى تحقق الغاية التي ينشدها المستهلك والمتمثلة في الحصول على بضاعة ذات جودة عالية ومصدر موثوق.¹

ونظراً للدور الكبير الذي تلعبه العلامات التجارية حظت بعناية واهتمام كبيرين من قبل التشريعات من حيث ضرورة حمايتها على الصعيد المحلي والدولي.²

بناء على ما سبق، يقسم الفصل إلى مبحثين: يعرض الأول التطور التاريخي والتشريعي للعلامات التجارية و يخصص الثاني لتعريف العلامة التجارية وتمييزها عن غيرها.

¹ د. عامر محمود الكسواني، القانون الواجب التطبيق على مسائل الملكية الفكرية، دار وائل للنشر، عمان، 2011، ص270.

² د. عامر محمود الكسواني، مرجع سابق، ص269.

المبحث الأول

التطور التاريخي والتشريعي للعلامات التجارية

يتصدى هذا المبحث لمراحل تطور العلامات التجارية تاريخياً وتشريعياً في مطلبين متتالين، يخصص الأول للتطور التاريخي لظهور العلامات التجارية وأما الثاني فيتناول تطور التنظيم التشريعي لها.

المطلب الأول

ظهور العلامات التجارية

يمكن ردّ ما مرت به العلامات التجارية من تطور إلى ثلاثة مراحل¹ إذ ظهرت العلامات التجارية في عصور قديمة قبل القراءة والكتابة وتطور استعمالها في العصور الوسطى وأخذت بالتطور إلى ما أصبحت عليه في يومنا هذا. ويعرض هذا المطلب نشأة العلامات التجارية ومراحل تطورها، من خلال تقسيمه إلى ثلاثة أفرع متتالية تتناول مراحل تطور العلامات التجارية في ثلاثة عصور متعاقبة: القديمة والوسطى والحديثة.

الفرع الأول: مرحلة العصور القديمة:

على ما يبدو أن العلامات التجارية قد عرفت منذ القدم قبل القراءة والكتابة، إذ استعمل أول نوع من العلامات في وسم الماشية لدلالة على الملكية،² وكذلك استخدم المصريون القدماء علامات

¹ د. صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص24.

² د. صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص24.

للدلالة على أقاليم مصر الفرعونية فاستعملوا زهرة اللوتس كشعار مميز لمملكة مصر العليا¹ وكذلك الحال في مدينة طروادة، فقد استخدمت العلامات من قبل قدماء اليونانيين والرومانيين.

الفرع الثاني: مرحلة العصور الوسطى:

تعود نشأة العلامات التجارية إلى العصور الوسطى في أوروبا، حيث كان يفرض على الحرفيين بوضع علامات على منتجاتهم لدلالة على الطائفة الصانعة لها، وهو ما كان يعرف بنظام الطوائف آنذاك.² وبتلاشي ذلك النظام السائد، أصبحت العلامات التجارية تدل على مصدر المنتجات ولم تقتصر دلالتها على الملكية فقط.³

وكان البريطانيون أول من أعطى حماية العلامات التجارية أهمية كبرى، إذ جاءت أحكام القضاء البريطاني قاسية على كل من غش أو قام بتقليد علامات تجارية تخص شخصاً آخر.⁴ وكانت قد طرحت قضية هامة أمام القضاء البريطاني عام 1618 وهي قضية (سذرن ضد هاو) وفي تلك القضية قام خياط بوضع علامة تجارية تخص شخصاً آخر على قماش أقل جودة، فقضت المحكمة آنذاك بأن القضية المقامة هي قضية صحيحة وسليمة وأصدرت قرارها ضد الخياط الذي وضع تلك العلامة.⁵

¹ د. عامر محمود الكسواني، مرجع سابق، ص 266.

² سمير فرنان بالي ونوري جمو، الموسوعة العلمية في العلامات الفارقة التجارية والمؤشرات الجغرافية والرسوم والنماذج الصناعية (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2007، ص 10.

³ د. صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص 25.

⁴ سمير فرنان بالي ونوري جمو، مرجع سابق، ص 11.

⁵ سمير فرنان بالي ونوري جمو، مرجع سابق، ص 11.

الفرع الثالث: مرحلة العصور الحديثة:

مع بدايات القرن التاسع عشر وقيام الثورة الصناعية وما جاءت به من تطور في الأساليب الصناعية وتقدم القدرة الانتاجية وازدياد الحاجة إلى جذب المستهلك إلى المنتجات، أمسى استعمال العلامات التجارية حاجة ملحة وضرورية، مما جعل الأسواق تمتلئ بمئات الآلاف من العلامات التجارية،¹ فالعديد منها يعد من العلامات التجارية المشهورة في أيامنا هذه، والتي يعود تاريخ ميلادها إلى النصف الثاني من القرن التاسع عشر مثل علامة كوكاكولا وكوداك.²

إلا أن حماية العلامات التجارية في بداية هذه المرحلة كان محصوراً بالتعويض المدني، ثم أخذت العلامات التجارية رويداً رويداً تدخل في مظلة الحماية القانونية، حتى غدت تتمتع بحماية مزدوجة مدنية وجزائية على المستوى المحلي والدولي.³

المطلب الثاني

التنظيم التشريعي للعلامات التجارية

لقد كان للثورة الصناعية أثر كبير على اهتمام الدول لسنّ تشريعات كفيلة بحماية الملكية الصناعية، وكان الاهتمام الأكبر بالعلامات التجارية⁴ ويرجع الاهتمام بالتنظيم التشريعي لأحكام

¹ د. صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص 26.

² د. صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص 26.

³ د. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة، عمان ، 1999، ص 384

⁴ سمير فرنان بالي ونوري جمو، مرجع سابق، ص 11.

العلامات التجارية إلى بدايات القرن التاسع عشر،¹ فصدرت في كل من بريطانيا وفرنسا عام 1875 قوانين خاصة بالعلامات التجارية، حيث كانت نقطة انطلاق لباقي الدول للاهتمام بسنّ قوانين في مجال العلامات التجارية،² ومن ثم أخذ التطور التشريعي للعلامات التجارية في النمو على الصعيدين الدولي والوطني.

ولأن أحكام العلامات التجارية تم تنظيمها تنظيمًا ثنائيًا، على الصعيد الدولي والمحلي، فيتناول هذا المطلب تطور التنظيم التشريعي للعلامات التجارية في فرعين متتاليين، يخصص الأول لعرض التنظيم الدولي للعلامات التجارية، وأما الثاني فيتناول تنظيم أحكام للعلامات التجارية في الأردن.

الفرع الأول: التنظيم الدولي:

عندما شعرت الدول بأن الجهود القومية الداخلية لا تواكب حاجات التطور الصناعي وانتقال الأفراد بين مختلف البلاد وتدويل التجارة والصناعة، عمدت للعمل على النطاق الدولي.³ ونشأ في هذا المضمار اتحاداً دولياً لحماية الملكية الصناعية بفضل معاهدة باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883، أقدم المعاهدات التي عنيت بالملكية الصناعية حمايةً وتسجيلاً، والعلامات التجارية واحدة منها.⁴ وتعتبر معاهدة باريس الوثيقة العظمى التي تركز عليها العلامات التجارية

¹ د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، مرجع سابق، ص 27

² د عامر محمود الكسواني، مرجع سابق، ص 267.

³ د. صلاح الدين الناهي، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، دار الفرقان، عمان، 1982، ص 29.

⁴ د. صلاح الدين الناهي، مرجع سابق، ص 29.

والتشريعات التي تنظمها، والتي ما زالت سارية المفعول، بالرغم من الدمار الذي لحق بالتجارة والاقتصاد الدوليين جراء الحربين العالميتين¹

وكانت معاهدة باريس قد مهدت الطريق أمام إبرام اتفاقيات دولية تعنى بالعلامات التجارية أهمها:²

1- اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891

2- برتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1989

3- اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس) لسنة 1994.³

الفرع الثاني: التنظيم الوطني:

قبل الحرب العالمية الأولى كانت كلّ من الأردن وفلسطين جزءاً من الإمبراطورية العثمانية،⁴ وكانت التشريعات العثمانية هي السائدة آنذاك، ولم يكن من ضمنها أي قانون خاص بالعلامات التجارية، فكان قانون حماية حقوق التأليف العثماني الصادر سنة 1879 هو المطبق على العلامات التجارية في شرق الأردن وفلسطين.⁵

¹ د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، مرجع سابق، ص 27.

² د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، مرجع سابق، ص 28، انظر ص 54-57.

³ انظر ص 60-63.

⁴ د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، مرجع سابق

⁵ د. عامر محمود الكسواني، مرجع سابق، ص 267.

بعد الحرب العالمية الأولى أصبحتا - الأردن وفلسطين - مستعمرتين تديرهما المملكة المتحدة، فخضعت العلامات التجارية في كل من الأردن وفلسطين لقانون العلامات التجارية لسنة 1930، ثم جرى الغاؤه، وحلّ محله قانون العلامات التجارية الفلسطيني لعام 1938.¹

وبعد الاستقلال الوطني الأردني، سنتّ الحكومة الأردنية بشأن العلامات التجارية قانوناً ونظاماً خاصاً بها لسنة 1952. وكان من متطلبات انضمام المملكة الأردنية الهاشمية لمنظمة التجارة العالمية تعديل التشريع المتعلق بالعلامات التجارية ليتلائم مع ما جاءت به المعاهدات النازمة للعلامات التجارية من أحكام² ، وبالفعل صدر القانون المعدل لقانون العلامات التجارية الأردني رقم (34) لسنة 1999. وعُدّل هذا الأخير بموجب القانون المعدّل رقم (29) لسنة 2007.

¹د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، مرجع سابق، ص 28.

² انظر ص 63-64.

المبحث الثاني

ماهية العلامات التجارية

تختلف العلامات التجارية عن باقي مفردات الملكية الفكرية الأخرى، بأنها لا تمنح حق استغلال المنتج ذاته، وإنما تقديمه إلى الجمهور وأن كانت ترتب حقوقاً خاصة لأصحابها، حيث أن لصاحب المصنف أو الاختراع أو النموذج الصناعي حقاً باستغلال إبداعه.¹

في حين تنصب باقي عناصر الملكية الفكرية على تحقيق أكبر الأرباح والفوائد لمبتكريها دون أن توجد علاقة بين المستهلك والمبتكر، فلا يوجد تماس واضح مع المستهلك.² وأما العلامات التجارية فتسعى إلى إرشاد المستهلك إلى المنتج الجيد أو الخدمة السليمة دون أن يقع ضحية غش أو خداع، إذ تسمح للجمهور بمعرفة أصل المنتج الذي يشتريه أو الخدمة التي يطلبها.³

وعلى الرغم من محاولة جانب من الفقه استبعاد العلامات التجارية من دائرة الملكية الفكرية، كون أن الغاية الأساسية منها هي جذب العملاء فقط دون أن تحوي على عناصر إبداع فكري،⁴ إلا أن العلامات التجارية هي من أهم ركائز الملكية الصناعية وهي جزء من الملكية الفكرية حيث يجب أن تكون مميزة ولها ذاتية خاصة ابداعية لمنع وقوع العملاء في الخلط بين المنتجات التي تحمل علامة

¹ د. نوري حمد خاطر، مرجع سابق، ص 262

² د. نوري حمد خاطر، مرجع سابق، ص 263.

³ د. نوري حمد خاطر، مرجع سابق، ص 264

⁴ د. نوري حمد خاطر، مرجع سابق، ص 264.

مشابهة¹. وهذا ما أكد عليه المجتمع الدولي، إذ أثمرت الجهود الدولية إبرام معاهدات دولية ناظمة لحمايتها، حيث قضت بأن العلامات التجارية لا تكون مؤهلة للحماية ما لم تُصَب فكرة مبدعها في قالب وشكل مميز لا تشبه غيرها من العلامات لتتمكن من القيام بوظيفتها المتمثلة في جذب العملاء لترتسخ العلامة التجارية في ذهنهم فيميزوها عن غيرها من العلامات.

وتماشياً مع هذا السياق يُقسم المبحث إلى مطلبين، يُخصص الأول لتعريف العلامات التجارية وأما الثاني فيتناول تمييز العلامات التجارية عن غيرها.

المطلب الأول

تعريف العلامات التجارية

لم تورد اتفاقية باريس لسنة 1883 تعريفاً للعلامات التجارية إلا أنها نصت في الفقرة الثالثة من المادة الأولى بأن: " الملكية الصناعية تؤخذ بأوسع معانيها فلا يقتصر تطبيقها على الصناعة والتجارة بمعناها الحرفي وإنما تطبق كذلك على الصناعات الزراعية والاستخراجية..."، بينما تضمنت اتفاقية ترينس لأول مرة تعريفاً للعلامات التجارية بالمدلول الواسع لتشمل كل من العلامات المشهورة وعلامات الخدمة،² فعرّفت العلامات التجارية، بموجب المادة 15، بأنها: " هي تلك الأسماء الشخصية أو الحروف أو الأرقام أو الأشكال أو مجموعة ألوان أو أي مزيج من هذه العلامات بشكل يسمح بتمييز السلع والخدمات التي تحمل مثل هذه العلامات".

¹د. عبدالله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص149.

²سمير فرنان بالي ونوري جمو، مرجع سابق، ص63.

أما بالنسبة للأردن، فكان من متطلبات انضمامه لمنظمة التجارة العالمية إصدار وتعديل

تشريعات الملكية الفكرية، ومن بينها العلامات التجارية، لتتلائم مع أحكام الاتفاقيات الناطمة لها.¹

وكان قانون العلامات التجارية الأردني لسنة 1952 قبل تعديله، قد عرّف العلامة التجارية بأنها: "أية

علامة استعملت أو كان في النية استعمالها على أية بضائع أو فيما له علاقة بها للدلالة على تلك

البضائع تخص صاحب العلامة بحكم صنعها أو انتاجها أو الشهادة أو الإتجار بها أو عرضها

للبيع".²

والمشرع الأردني بتصديده لتعريف العلامات التجارية يكون قد أوصد الطريق أمام الفقه

والقضاء، فليس من مهمته التعريف، حبذا لو ترك هذه المهمة للفقه والقضاء ليتولاها.

وقد وجه الفقه انتقادات بخصوص هذا التعريف التشريعي فذهب جانب منه بأن هذا التعريف

يعاني من سوء الصياغة التشريعية، حيث عرف المشرع العلامة بأنها "أية علامة.." وبالتالي يكون قد

عرّف الماء بعد الجهد بالماء.³

إلا أن العلامات التجارية كانت ومازالت مدار بحث من قبل فقهاء القانون، فتصدى العديد

منهم لوضع تعريف للعلامة التجارية، فمنهم من يعرفها بأنها: "علامة توسم بها البضائع والسلع

والمنتجات تمييزاً لها عما يماثلها من سلع تاجر آخر أو منتجات أرباب الصناعات والآخرين"⁴، ومنهم

¹د. عبدالله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص 5.

² المادة الثانية من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952.

³ د.صلاح الدين الناهي، مرجع سابق، ص235، د. ماهر فوزي حمدان، حماية العلامات التجارية (دراسة مقارنة)،

رسالة ماجستير، الجامعة الأردنية، 1998، ص16.

⁴ د. صلاح الدين الناهي، مرجع سابق، ص239.

من عرفها أيضا بأنها " كل إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة"¹ وعرفها البعض بقوله أنها " تلك التي يتخذها الصانع أو التاجر شعاراً لمنتجاته أو بضائعه تمييزاً لها عن غيرها من المنتجات والبضائع المماثلة".²

قد وضع القضاء الأردني تعريفاً للعلامات التجارية بأنها " حروف أو رسوم أو علامات أو خليط من هذه الأشياء ذي صفة فارقة (مميزة) وعلى شكل يكفل تمييز بضائع صاحبها عن بضائع غيره من الناس".³

وأما قانون العلامات التجارية الأردني المعدل رقم (34) لسنة 1999 توسع في تعريفه للعلامات التجارية ليشمل، بالإضافة إلى علامات السلع والبضائع، علامات الخدمة والعلامة المشهورة والعلامات الجماعية.⁴ وبهذا التعديل يكون المشرع الأردني قد استوعب كل أنواع العلامات التجارية وعلى الأخص العلامات الخدمية والمشهورة،⁵ لينسجم مع أحكام اتفاقية تريرس. فعرفت المادة الثانية من ذات القانون العلامة التجارية بأنها: "أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدمات عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره".

¹ د. سميحة القيلوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، 1996، ص 249.

² د. مصطفى كمال طه، القانون التجاري اللبناني، دار النهضة العربية، بيروت، 1969، ص 729 وما بعدها.

³ قرار محكمة العدل العليا رقم 88/49، مجلة نقابة المحامين، سنة 1989، ص 926.

⁴ د. عبدالله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص 135.

⁵ د. عبدالله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص 135.

وأما عن أنواع العلامات التجارية ، فقد قسمها الفقه إلى ثلاثة أنواع وهي العلامات الصناعية والعلامات التجارية وعلامات الخدمة، رغم معارضة جانب من الفقه لهذا التقسيم¹، وتحت هذا الأخير توجد مسميات أخرى للعلامة التجارية أشار إليها التنظيم الدولي والوطني.²

وهناك تقسيم آخر للعلامات التجارية وفقاً للغاية منها ، لم يشر إليه التنظيم الثنائي، وهي العلامات الاحتياطية والعلامات المانعة .

واعتماداً على ما سبق يتناول هذا المطلب أنواع العلامات التجارية في فرعين متتالين، يتناول الأول التقسيم الرئيسي لأنواع العلامات التجارية والثاني يعرض تقسيم العلامات التجارية وفقاً للغاية منها.

الفرع الأول: التقسيم الرئيسي لأنواع العلامات التجارية:

تُقسم العلامات التجارية إلى ثلاثة أنواع حددها التنظيم الدولي والوطني وهي:³

1- العلامة الصناعية:

وهي تلك الإشارة التي تنتمي إلى المشاريع الصناعية، حيث يضعها الصانع على المنتجات التي يصنعها لتمييزها عن مثيلاتها من المنتجات الأخرى.

2- العلامة التجارية:

¹ د. ماهر فوزي حمدان، مرجع سابق، ص18.

² د. نوري حمد خاطر، مرجع سابق، ص268.

³ د. عبدالله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص137، د. ماهر فوزي حمدان، مرجع سابق، ص18، د.سميحة

القلوبي، مرجع سابق، ص284

يهدف هذا النوع من العلامات إلى تأمين توزيع المنتج لا بيان جهة التصنيع، حيث يستخدمها التاجر في تمييز المنتجات التي يقوم ببيعها بعد شراءها من تاجر الجملة أو المنتج مباشرة. إلا أن جانب من الفقه¹ يرى أن مثل هذه التفرقة ليس لها قيمة عملية ولا يترتب عليها أية آثار قانونية، فالشخص قد يقوم بإنتاج البضاعة وبيعها بنفس الوقت فتكون له علامة واحدة تحقق الغرضين.

3- علامة الخدمة:

إن الهدف من علامة الخدمة هو إبراز الخدمة بشكل محسوس، حيث تستخدم من قبل التجار الذين يقدمون خدمات للجمهور لتميزها عن غيرها من الخدمات. تضمنت اتفاقية تريس في تعريفها للعلامات

التجارية على علامات الخدمة واعترف المشرع الأردني بهذا النوع من العلامات التجارية بموجب المادة الثانية من القانون المعدل ليتوافق مع أحكام تلك الاتفاقية.² ونظمت الاتفاقيات الدولية حماية العلامات التجارية التي تجاوزت شهرتها حدود الدولة التي سجلت فيها،³ فاعترف المشرع الأردني بالعلامة التجارية المشهورة تماشياً مع تلك الاتفاقيات، حيث عرفها بموجب المادة الثانية على أنها: " العلامة التجارية ذات الشهرة العالمية التي تجاوزت شهرتها البلد الأصلي الذي سجلت فيه واكتسب شهرة في القطاع المعني من الجمهور في المملكة الأردنية الهاشمية".

¹ د. ماهر فوزي حمدان، مرجع سابق، ص18.

² د. عبدالله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص137.

³ د. عبدالله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص137.

كما أضافت اتفاقية تريس العلامات الجماعية إلى أنواع العلامات التجارية والتي تقوم بدور رقابي فقط. حيث تدل على مواصفات المنتجات أو البضائع من حيث النوعية والجودة والمصدر بعد فحصها وتصديقها من قبل جهة اقتصادية مالكة للعلامة الجماعية.¹ وعرفت المادة الثانية من قانون العلامات التجارية الأردني العلامات الجماعية بأنها: "العلامة التي يستعملها شخص اعتباري لتصديق مصدر بضائع ليست من صنعه أو المواد المصنوع منها أو جودتها أو طريقة إنتاجها أو الدقة المتبعة في صنعها أو غير ذلك من ميزات وخصائص لتلك البضائع".

الفرع الثاني: تقسيم العلامات التجارية وفقاً للغاية منها

يرى جانب آخر من الفقه² أن هنالك أنواع أخرى للعلامات التجارية وفقاً للغاية منها لم يشر أي من التنظيمين لهذه الأنواع. وهي: العلامات الاحتياطية والعلامات المانعة، نتناولها فيما يلي:

1- العلامات الاحتياطية:

هي تلك الإشارات ذات الهدف الوقائي. وحمائية للسلع والخدمات والمنتجات التي لم تطرح بعد، فقد يقوم صاحب المشروع التجاري بتسجيل عدة علامات قريبة الشبه، إذ يستعمل إحداها ويحتفظ بالعلامات الأخرى المدخرة احتياطاً لكي يستعملها في المستقبل على منتجات وخدمات وسلع أخرى ذات صفات جديدة.³

¹ د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، ص74.

² د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، ص77-78، د. عبدالله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص137-138، د. ماهر فوزي حمدان، مرجع سابق، ص18.

³ د. ماهر فوزي حمدان، مرجع سابق، ص18، د. عبدالله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص137-138.

2- العلامات المانعة:

إن الغاية من هذا النوع من العلامات هو منع الغير من استعمال أو تسجيل علامة مملوكة لشخص ما، حيث يقوم مالك علامة تجارية مسجلة أو مستعملة بتسجيل علامة قريبة الشبه من علامته دون أن يكون لدى مالكة النية في استعمالها، وذلك لأنه يخشى من أن يستعملها الغير فتختلط لدى المستهلك مع علامته.¹

وقد اعتبر جانب من الفقه² أن العلامات الاحتياطية والمانعة لا جدوى لها، فيروا ذلك بأن للجهة المختصة بتسجيل العلامات التجارية صلاحية رفض تسجيل أي علامة مطابقة أو مشابهة لعلامة أخرى مسجلة، كما أنه لأي شخص الحق بالاعتراض على تسجيل علامة مشابهة أو مطابقة لعلامة أخرى، لا بل وإلغاء تسجيل أي علامة بانياً طلبه على عدم الاستعمال الحقيقي للعلامة وانتفاء النية الصادقة لاستعمالها خلال الثلاث سنوات السابقة للطلب.

¹ د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، ص 77، د. عبدالله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص 138، د. ماهر فوزي حمدان، مرجع سابق، ص 18.

² د. ماهر فوزي حمدان، مرجع سابق، ص 19، د. محمد حسني عباس، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة، 1971، ص 304.

المطلب الثاني

تمييز العلامات التجارية عن غيرها

لغايات التمييز بين العلامات التجارية وما يشابهها من أوضاع لا بد من تناول العناصر المكوّنة للمظهر الخارجي لها ، والذي يجب أن تتوفر فيه شرط التميّز والجدة وعدم المساس بالنظام العام والآداب العامة¹.

وتماشياً مع هذا السياق، يتم تقسيم هذا المطلب إلى فرعين، يتناول الأول العناصر المكوّنة للمظهر الخارجي للعلامات التجارية وأما الثاني، فيخصص لتمييز العلامات التجارية عما يشابهها من أوضاع.

الفرع الأول: العناصر المكوّنة للعلامات التجارية:

تناولت الفقرة الأولى من المادة (15) من اتفاقية ترس العناصر والمواد التي يجب أن تتكون منها العلامة التجارية لتصبح مؤهلة للتسجيل لغايات إضفاء الحماية عليها، حيث نصت على : " تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة لأن تكون علامة تجارية. وتكون هذه العلامات، لا سيما الكلمات التي تشمل على أسماء شخصية وحروفاً وأرقاماً وأشكالاً ومجموعات ألوان وأي مزيج من هذه العلامات، مؤهلة للتسجيل كعلامات تجارية..."

¹ وهي الشروط الموضوعية الواجب توافرها في العلامات التجارية تمهيداً لتسجيلها، انظر ص 74-77.

وقد تبنى المشرع الأردني ما نصت عليه اتفاقية ترينس فيما يتعلق بالعناصر التي تصلح أن تتخذ كعلامة تجارية قابلة للحماية، حيث أوردت الفقرة الأولى من المادة السابعة من قانون العلامات التجارية الأردني تلك العناصر على سبيل المثال، بنصها على أنه: " 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."

ومن جانب آخر، هنالك عناصر لا يجوز اتخاذها كعلامات تجارية، حيث نصت الفقرة الثانية من المادة (15) من اتفاقية ترينس بأنه يجوز لدول الأعضاء رفض تسجيل العلامات التجارية لأسباب أخرى لا تتعلق بمخالفة الفقرة الأولى من المادة (15) من ذات الاتفاقية، واشترطت أيضاً على أن تُراعى أحكام اتفاقية باريس بهذا الشأن .

وبالرجوع إلى اتفاقية باريس، فقد قضت المادة السادسة منها بالحالات التي لا يجوز تسجيل العلامات التجارية فيها وهي: اذا كان من شأنها المساس بالحقوق المكتسبة للغير في الدولة التي يطلب فيها الحماية، أو إذا كانت العلامة التجارية مجردة من أي صفة مميزة أو مكوّنة من مواد شائعة الاستعمال في العادات أو اللغة التجارية، أو أن تتكون من عناصر تدل على نوع المنتج أو جودته أو الغرض منه، ومتى ما تكونت من عناصر مخالفة للأداب أو النظام العام في الدولة التي يطلب فيها الحماية.

وكما حظرت ذات المادة تسجيل علامات مطابقة أو مشابهة لشعارات شرفية أو أعلام وشعارات خاصة بدولة الحماية، أو أسماء خاصة بمنظمات حكومية دولية إلا بتصريح من السلطات المختصة.

وحمايةً للعلامات التجارية المشهورة، ألزمت اتفاقية باريس الدول الأعضاء في المادة السادسة رفض تسجيل العلامات التي تشكل نسخاً أو تقليداً أو ترجمة يكون من شأنه إيجاد لبس بعلامة ترى السلطة المختصة في الدولة التي تم استعمال أو تسجيل العلامة فيها أنها مشهورة.

وقام المشرع الأردني بتضمين الأحكام السابقة في المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية، حيث حددت هذه المادة الحالات التي لا يجوز تسجيل العلامات التجارية فيها في فقراتها الإثنى عشر. ويتعين الإشارة هنا إلى أن المشرع الأردني قد خلط ما ببين مفهوم الحظر والقيود بإيراده الفقرتين السابعة والتاسعة ضمن المادة الثامنة، حيث حظرت هاتين الفقرتين تسجيل العلامة التجارية في حين أن تسجيل العلامة بموجب المادة الثامنة هو مقيد وليس محظور.¹ والحالات المنصوص عليها في المادة الثامنة يقتصر تطبيقها على تسجيل العلامات التجارية دون استعمالها.

اعتماداً² على ما سبق، إن العلامة التجارية هي كلّ إشارة أو دلالة مميزة تُتخذ كشعار لتمييز السلع والبضائع والخدمات.⁽¹⁾ وقد تكون تلك الدلالات أو الإشارات عبارة عن أسماء إذا كان لها شكل مميز، فلصاحب المشروع التجاري أن يستخدم اسمه أو لقبه أو كنيته لتمييز بضائعه، على أن تكون

¹ د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، مرجع سابق، ص 90-91، انظر ص 27-28.

² د. محمد حسني عباس، مرجع سابق، ص 286 وما بعدها، د. سميحة القليوبي، مرجع سابق، ص 250 وما بعدها،

د. صلاح الدين الناهي، مرجع سابق، ص 230، د. عامر محمود الكسواني، مرجع سابق، ص 279.

ذات صفة مميزة كأن تكتب بطريقة هندسية أو بألوان معينة، وكما يجوز استخدام أسماء الغير كعلامة تجارية لكن بالحصول على موافقة أصحاب الشأن ورضائهم.

وقد تتكون تلك الدلالات والإشارات من أرقام أو حروف أو مجموعة من الأحرف والأرقام، على أن تصب في قالب مميز يتمتع بصفة الجودة¹ وقد تتشكل العلامات التجارية من الرسوم أو الصور كالصور الشخصية أو الدمغات أو الأختام والنقوش أو البطاقات أو الأغلفة أو الكلمات أو بمزج أحد العناصر مع بعضها البعض طالما أن هذه الإشارات ذات صفة متميزة تتمتع بعنصر الجودة ولا تخالف النظام العام والآداب العامة.

وقد تتكون العلامات التجارية من الألوان، على أن يؤخذ بعين الاعتبار أن تسجيل العلامة التجارية بلون معين لا يمنع الغير من استعمال الألوان على علامة أخرى طالما لا يؤدي إلى تشابه العلامتين، أما إذا سجلت دون حصرها في ألوان معينة، فإن ذلك يكون بمثابة تسجيل لهذه العلامة على جميع الألوان.²

ويتعين الإشارة في هذا المقام إلى انه اذا كانت العلامة وصفية تفتقر إلى الصفة المميزة، فإن طول المدى لاستعمال هذه العلامة يؤخذ بعين الاعتبار عند التحقق من توافر تلك الصفة، وهذا ما

¹د.عامر محمود الكسواني، مرجع سابق، 280.

² قرار رقم 55/4 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة1955، ص6، قرار رقم 66/32 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة66، ص913.

قضت به الفقرة الثالثة من المادة السابعة من قانون العلامات التجارية الأردني لينسجم مع ما نصت عليه اتفاقية تريس في الفقرة الأولى من المادة السادسة من ذات الاتفاقية.¹

الفرع الثاني: العلامات التجارية وما يشابهها من أوضاع:

تختلف العلامة التجارية عن الاسم التجاري والعنوان التجاري، فالأولى هي وسيلة التاجر لتمييز السلع والمنتجات والخدمات في حين أن الاسم التجاري والعنوان التجاري هو تسمية معينة تطلق على المتجر وتستخدم لتمييز المتاجر عن بعضها البعض، مع الأخذ بعين الاعتبار أن العنوان التجاري يتألف من اسم التاجر ولقبه²

وإن جوهر اختلاف الاسم التجاري والعنوان التجاري عن العلامات التجارية هو مكان وضع كل منها، فيجب وضع الاسم التجاري أو العنوان على واجهة المتجر وأما العلامات التجارية فتوضع على المنتجات والبضائع والخدمات.³

وكما تختلف العلامات التجارية عن الرسوم والنماذج الصناعية في أن هذه الأخيرة تضيف على السلع والبضائع رونقاً جميلاً وجذاباً،⁴ وأما العلامة التجارية هي أداة لتمييز المنتجات والسلع.

¹ د. صلاح الزين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، مرجع سابق، ص93.

² د. عبدالله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص138.

³ د. عبدالله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص138، د. عامر محمود الكسواني، مرجع سابق، ص278.

⁴ المادة الثانية من قانون الرسوم الصناعية والنماذج الصناعية رقم(14) لسنة 2000.

الفصل الثالث

تحديد القانون الواجب التطبيق على العلامات التجارية

استجابةً لتطور حركة التجارة الدولية وسرعة انتشار العلامات التجارية في ظل تقدّم وسائل الإتصال، أصبحت العلامات التجارية ذات طابع دولي مكنّها من الإرتباط بعنصر أجنبي، مما أدى إلى طرحها في إطار مشكلة "تنازع القوانين" وخضوعها لقواعد القانون الدولي الخاص، وهي تلك القواعد التي تحدد القانون الواجب التطبيق على علاقات ومراكز قانونية مشوبة بعنصر أجنبي، تتنافس العديد من القوانين لحكمها.¹

ولا تتنازع القوانين متى ما كانت العلامات التجارية وطنيةً. وحتى تلحق الصفة الأجنبية بها لا بد من قيام أحد المعيارين: المعيار الشخصي أو الإقليمي اللذين أرسنهما الاتفاقيات الدولية الناظمة للعلامات التجارية، حيث وضعت هذه الاتفاقيات ضوابط لتحقيق كلٍّ من المعيارين، إذ يتحقق المعيار الإقليمي وفقاً لمكان وجود المنشأة الصناعية أو التجارية التي تستخدم العلامة التجارية لتمييز بضائعها أو منتجاتها أو خدماتها، وهو ما يسمى ببلد المنشأ أو بلد الأصل.² أما المعيار الشخصي، فيتحقق

¹ د. عبد الكريم محسن أبو دلو، تنازع القوانين في الملكية الفكرية: دراسة مقارنة، دار وائل للنشر، عمان، 2004، ص 15.
² المادة السادسة (خامساً) من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، د. محمد حسين اسماعيل، الحماية الدولية للعلامة التجارية، رسالة دكتوراة، جامعة القاهرة، القاهرة، 1978، ص 107، تعني عبارة "صاحب الشأن" طالب تسجيل العلامة التجارية أو مستعملها.

وفقاً لمكان إقامة صاحب الشأن بالعلامة التجارية أو جنسيته إذا لم يكن له منشأة في بلد طلب الحماية.¹

وتترتب على الصبغة الدولية للعلامات التجارية التي حررتها من أي قيود على حركتها عبر الدول، آثار اقتصادية هامة تتمثل بتدفق الاستثمارات الأجنبية إلى دول العالم ومن ضمنها الأردن، حيث امتلأت الأسواق الأردنية بالعديد من العلامات التجارية الأجنبية. ومن هنا تبرز أهمية تحديد القانون الواجب التطبيق على العلامات التجارية الأجنبية داخل الأراضي الأردنية، فهي تدخل في صميم مشكلة "تنازع القوانين".

وتُعد مشكلة "تنازع القوانين" من أهم الموضوعات التي تتناولها قواعد القانون الدولي الخاص، إذ تثار هذه المشكلة عندما تتزاحم قوانين أكثر من دولة لحكم مسائل متضمنة على عنصر أجنبي. وتعيين القانون الواجب التطبيق من بين القوانين المتزاحمة يتم بواسطة عدة طرق ومناهج قانونية تتكافل وتتعاون فيما بينها لتشكّل قواعد القانون الدولي الخاص.

وفي ضوء ما تقدم، يهدف هذا الفصل إلى تحديد القانون الواجب التطبيق على العلامات التجارية الأجنبية في الأردن عن طريق المناهج المتبعة في تحديده، لذلك يقسم هذا الفصل إلى مبحثين: يتناول الأول منهج قواعد الإسناد الأردنية. وأما الثاني، فيخصص لمنهج القواعد الموضوعية ذات المصدر الدولي.

¹ الفقرة الأولى من المادة الأولى من اتفاقية تريس، د. عبد الكريم محسن أبو دلو، مرجع سابق، ص 196 وما بعدها.

المبحث الأول

منهج قواعد الإسناد الواردة في القانون المدني الأردني

يحتل منهج التنازع أو قواعد الاسناد -وهي التسمية الشائعة بين فقهاء القانون الدولي الخاص¹- مركز الصدارة من بين مختلف المناهج الأخرى². ويعد منهج قواعد الإسناد الوسيلة التقليدية لحل مشكلة تنازع القوانين، والواردة من المواد 11 إلى 29 من القانون المدني الأردني.

وعرّف فقه القانون الدولي الخاص منهج قواعد الإسناد بأنه " تلك القواعد التي يضعها المشرع الوطني لاختيار أكثر القوانين المتزاحمة ملاءمة لحكم العلاقة الخاصة المتضمنة عنصراً أجنبياً، وأكثرها إيفاءً بمقتضيات العدالة من وجهة نظره، فهي تلك القواعد القانونية التي ترشد القاضي إلى القانون الواجب التطبيق على المراكز القانونية ذات العنصر الأجنبي، وتهدف إلى وضع أكثر الحلول مناسبة من وجهة نظر المشرع الوطني لحكم العلاقات الخاصة الدولية".³

إذن مهمة قواعد الاسناد هي حل مشكلة تنازع القوانين من خلال استخراج واختيار القانون الأنسب عندما تتزاحم قوانين أكثر من دولة وفقاً لما تتطلبه أسس العدالة وتحقيق الاستقرار في المعاملات بين الأفراد حمايةً لمراكزهم.⁴

¹ د. هشام علي صادق، المرجع السابق، د. جابر جاد عبد الرحمن، تنازع القوانين، دار النهضة العربية، 1969 د. حسن الهداوي، القانون الدولي الخاص: تنازع القوانين، دار الثقافة، 2001.
² د. عامر محمود الكسواني، مرجع سابق، ص 147.
³ د. هشام علي صادق، المرجع السابق، ص 3.
⁴ د. عامر محمود الكسواني، مرجع سابق، ص 57.

وتتمتاز قواعد الإسناد عن غيرها من القواعد القانونية بأنها قواعد غير مباشرة - من حيث مضمونها - يقتصر دورها على تحديد القانون الواجب التطبيق دون أن يقع على عاتقها حل النزاع المطروح ذو العنصر الأجنبي.

أما من حيث آثارها، تتميز قواعد الإسناد بأنها قواعد مزدوجة أو ثنائية الإسناد فهي قد تشير إلى تطبيق القانون الوطني أو القانون الأجنبي على حد سواء¹.

وإن لقاعدة الإسناد عنصرين أساسيين : الفكرة المسندة، وضابط الإسناد.

أولاً: الفكرة المسندة:

نظراً لصعوبة حصر جميع المسائل والعلاقات المشوبة بعنصر أجنبي، فقد جاءت قواعد الإسناد لغايات تسهيل تعيين القانون الواجب التطبيق، حيث قام المشرع بتصنيف هذه العلاقات والمسائل إلى فئات مختلفة، تسمى كل فئة منها بالفكرة المسندة، وكل فكرة مسندة تتضمن على علاقات أو مسائلٍ متماثلةٍ، ويكون لكل فكرة أو فئة من المسائل والعلاقات المتماثلة معيار معين يضعه المشرع ويتمثل دوره بإسناد الفكرة إلى القانون الأنسب من بين القوانين المترجمة².

ثانياً: ضابط الإسناد:

¹د. هشام علي صادق، المرجع السابق، د. محمد وليد المصري، المرجع السابق، ص 61 وما بعدها، د. حسن الهداوي، المرجع السابق، ص 49.

² هشام علي صادق، المرجع السابق، ص 10 ، د. ابراهيم أحمد ابراهيم، القانون الدولي الخاص، دار النهضة العربية، 1997، ص 154.

هو المعيار المحدد تشريعياً، والذي يرشدنا إلى القانون الواجب التطبيق على المركز القانوني أو هو

نقطة الإرتكاز التي تنير الطريق إلى القانون الذي ينطبق على المركز القانوني.¹

و يرى جانب من فقه القانون الدولي الخاص أن لقاعدة الإسناد عنصر ثالث بالإضافة

للعنصرين السابق بيانهما، وهو القانون المسند إليه، حيث يعد هذا العنصر النتيجة الطبيعية لإسناد كل

فكرة أو فئة من العلاقات والمسائل المتشابهة إلى قانون معين من بين القوانين المتنازعة والمتزاحمة².

وبعد استعراض منهج قواعد الإسناد، وفي صدد بحث هذه الدراسة عن القانون الواجب التطبيق

على العلامات التجارية الأجنبية داخل الأردن، تثار مسألة مدى خضوع تلك العلامات لقواعد الإسناد

الأردنية لتحديد القانون الذي يحكمها. ولمعالجة هذه المسألة، يتعين انتقاء قاعدة الإسناد الأكثر

استجابة للعلامات التجارية، مما يتطلب تحديد الطبيعة القانونية لها بغية التوصل إلى مدى فاعلية

منهج قواعد الإسناد في تحديد القانون الذي يحكم العلامات التجارية.

وتماشياً مع هذا السياق، سيتم تقسيم هذا المبحث إلى مطلبين: يتناول المطلب الأول تكيف

العلامات التجارية كخطوة أساسية لاختيار قاعدة الإسناد الملائمة. أما المطلب الثاني، فيبحث عن

مدى صلاحية أعمال منهج قواعد الإسناد الأردنية بالنسبة للعلامات التجارية.

¹ هشام علي صادق، المرجع السابق، ص12 ، د.ابراهيم أحمد ابراهيم، المرجع السابق، ص157 وما بعدها.

² د.ابراهيم أحمد ابراهيم، المرجع السابق، ص154، د.عامر محمود الكسواني، المرجع السابق، ص62.

المطلب الأول

تكييف العلامات التجارية

يستعرض هذا المطلب تكييف العلامات التجارية من خلال تحديد مفهومه في القانون الدولي

الخاص يتلوه بيان النظريات المختلفة حول تكييف العلامات التجارية، وذلك في الفرعين الآتيين:

الفرع الأول: مفهوم التكييف في القانون الدولي الخاص الأردني:

إن التكييف مسألة ملحة تفرض نفسها على القاضي أو على الباحث في مختلف الفروع

القانونية، ففي إطار القانون المدني يتحتم على القاضي اعطاء الوصف القانوني السليم لمحل النزاع

المعروض أمامه، ويتعين على القاضي الجنائي أيضاً وصف الفعل الذي ارتكبه المتهم، وذلك لمعرفة

فيما إذا كان هذا الفعل يعدّ مجزماً وحدد له القانون عقوبة معينة.¹

فالتكييف إذن هو تلك العملية الأولية التي يقوم القاضي فيها بتحليل الوقائع أو التصرفات

القانونية محل النزاع المطروح أمامه تمهيداً لإعطائها الوصف السليم، ووضعها في المكان الملائم من

بين التقسيمات السائدة في فرع معين من فروع القانون الذي يحكم التصرفات أو تلك الوقائع.²

وأما التكييف في مجال القانون الدولي الخاص، فتزداد أهميته لما له من خصوصية في إطار

تتازع القوانين، فعندما يُعرض على القاضي نزاعٌ مشوبٌ بعنصر أجنبيّ يتعين عليه تحديد طبيعة

المسألة المطروحة أمامه، لأن قواعد الإسناد لا تعطي حلاً نهائياً للنزاع المطروح أمام القضاء.

¹ د. هشام علي صادق، مرجع سابق، ص104.

² د. هشام علي صادق، مرجع سابق، ص105.

بعد تحديد القاضي لطبيعة المسألة المعروضة أمامه يبحث عن الفئة أو الفكرة المسندة التي يمكن إدراج هذه المسألة تحتها لترشده إلى القانون الواجب التطبيق من خلال ضابط اسناد محدد. وهذه العملية التي يقوم بها القاضي هي التي يطلق عليها فقه القانون الدولي الخاص اسم "التكييف".¹

وقد أورد فقه القانون الدولي الخاص تعريفات عدة للتكييف تصب جميعها في بودقة واحدة ، وهي أن التكييف: "العملية الذهنية الأولية التي يقوم بها القاضي لتحديد الطبيعة القانونية للمسألة الحقوقية المحتوية على عنصر أجنبي يهدف إلى إدراجها ضمن واحدة من الطوائف القانونية المعروفة لديه بغية التوصل إلى قاعدة الإسناد وتطبيقها عليها بحثاً عن القانون الواجب التطبيق".²

ومن الجدير بالإشارة إليه، هو وإن كانت عملية التكييف أول خطوة لحل المسائل المتضمنة على عنصر أجنبي، إلا أن ذلك لا يمنع من تنازع التكييفات أيضاً، حيث أن القضاة في شتى الدول يختلفون في إخضاع المسائل لطوائف أو فكر مسندة بسبب اختلاف المفاهيم القانونية من دولة لأخرى، كما أن مضمون الفكر المسندة تتباين من دولة لأخرى، مما يؤدي إلى اختلاف القانون الواجب التطبيق.³

¹ د. هشام علي صادق، مرجع سابق، ص 105-106.

² د. محمد وليد المصري، مرجع سابق، ص 75.

³ د. محمد وليد المصري، مرجع سابق، ص 76.

وبتوضيح مفهوم التكيف وأهميته، يتعين علينا تحديد القانون الذي يخضع له التكيف ليستخلص منه القاضي طبيعة المسألة محل النزاع. وفي هذا الصدد أثار الفقه نظريات مختلفة،¹ وما يعنينا هو موقف المشرع الأردني.

بالرجوع إلى نص المادة 11 من التقنين المدني الأردني نجد بأن المشرع قد جعل من القانون الأردني مرجعاً في تكيف العلاقات عندما يُطلب تحديد نوع هذه العلاقات في القضية التي تتنازع فيها القوانين لمعرفة القانون الواجب التطبيق من بينها.

والمقصود بالقانون الأردني هو القانون في جملته بما يتضمن من قواعد أياً كان مصدرها سواء التشريع أو العرف أو القضاء أو الفقه. وأكدت المذكرة الإيضاحية للقانون المدني هذا المعنى، حيث جاء فيها "...وينبغي أن يُفهم من وجوب رجوع المحاكم الأردنية إلى قانونها في مسائل التكيف إلزامها بالرجوع إلى القانون الأردني في جملته".

لكن وإن كانت القاعدة العامة أن القانون الأردني في جملته هو المرجع في التكيف، إلا أن المقصود بالتكيف هو التكيف الأولي أو السابق لإعمال قواعد الإسناد دون التكيف الثانوي أو اللاحق الذي يخضع للقانون الذي تشير إليه قاعدة الإسناد.²

¹ النظريات الفقهية: أ. (نظرية بارتن) إخضاع التكيف لقانون القاضي ب. إخضاع التكيف للقانون الذي يحكم النزاع ج. إخضاع التكيف للقانون المقارن.

² د. محمد وليد المصري، مرجع سابق، ص 86-87.

الفرع الثاني: الطبيعة القانونية للعلامات التجارية في التشريع الأردني

لغايات التوصل إلى القانون الواجب التطبيق على العلامات التجارية الأجنبية وفقاً لقواعد الإسناد الأردنية، يتطلب ذلك -كخطوة أولية- تكييف العلامات التجارية وتحديد طبيعتها القانونية وفقاً لتشريع الأردني، المرجع الأساسي في التكييف، من أجل اختيار قاعدة الإسناد المؤهلة لتعيين القانون الواجب التطبيق على العلامات التجارية الأجنبية.¹

وبالرجوع إلى قواعد الإسناد الواردة في التقنين المدني الأردني، يبدو أن قاعدة الإسناد المتعلقة بالمنقولات، المادة 19 منه²، هي الأقرب إلى حقوق الملكية الفكرية ومن ضمنها العلامات التجارية³ لانتفاء صفة العقار عنها. حيث عرّف القانون المدني الأردني العقار، في المادة 58 منه، بأنه " كل شيء مستقر بحيزه ثابت فيه لا يمكن نقله منه دون تلف أو تغيير هيئته"، وكما أضافت ذات المادة أن كل ما عدا ذلك من شيء فهو منقول.

اعتماداً على التعريف السابق، لا تعتبر العلامات التجارية عقاراً بل منقولاً لمجرد أن التعريف لا يصدق عليها وليس لقابليتها للنقل من مكان لآخر، فالحق في العلامة التجارية يرد على شيء غير

¹ د. عبد الكريم محسن أبو دلو، مرجع سابق، ص 23.

² يسري على الحيازة والملكية والحقوق العينية الأخرى قانون الموقع فيما يختص بالعقار ويسري بالنسبة إلى المنقول قانون الجهة التي يوجد فيها هذا المنقول وقت تحقق السبب الذي ترتب عليه كسب الحيازة أو الملكية أو الحقوق العينية الأخرى أو فقدها.

³ عبد الكريم محسن أبو دلو، مرجع سابق، ص 22.

مادي، ولذلك ذهب الفقه إلى تقسيم المنقولات إلى: منقولات حسب طبيعتها ومنقولات معنوية أو بحكم القانون، وجعل حقوق الملكية الفكرية التي تنتمي إليها العلامات التجارية من قبيل المنقولات المعنوية.¹

وقسم القانون المدني الأردني الحقوق المالية إلى ثلاثة أنواع: حق عيني وحق شخصي وحق معنوي بموجب المادة 67 منه. وعرف الحق المعنوي بموجب المادة 71 بأنه ذلك الحق الذي يرد على شيء غير مادي، وكما جاء في الفقرة الثانية من ذات المادة بأنه يُتبع في شأن حقوق المؤلف والاختراع والفنان والعلامات التجارية وسائر الحقوق المعنوية الأخرى أحكام القوانين الخاصة، دون أن يحدد الطبيعة القانونية لتلك الحقوق، مما جعلها مدار بحث من قبل فقه القانون.

فاختلفت الآراء وتعددت الاتجاهات بهذا الصدد، الأمر الذي جعل تكييف حقوق الملكية الفكرية، العلامات التجارية واحدة منها، من أكثر المسائل تعقيداً. ونجمل تلك الآراء فيما يلي:

أولاً: نظرية الملكية (الحقوق العينية)

ذهب الفقه² إلى ادماج العلامات التجارية في محيط الحقوق العينية باعتبارها نوعاً من أنواع حق الملكية. واستند الفقه لدعم هذا الاتجاه إلى أن ملكية العلامات التجارية مثلها مثل الحقوق العينية الأصلية، الملكية العادية، تخول صاحبها مكنة التصرف بالعلامة التجارية مثله مثل صاحب الحق العيني على الأشياء المادية، وبالتالي يمكن مَدَّ أحكام الملكية العادية إليها.

¹ عبد السلام الذهني، في الأموال، مطبعة الاعتماد، القاهرة، ص 35، عبد الكريم أبو دلو، مرجع سابق، ص 27.

² من أصحاب هذا الإتجاه د.مصطفى كمال طه، القانون التجاري اللبناني، مرجع سابق، د.اسماعيل غانم، النظرية العامة للحق، مكتبة عبدالله وهبة، القاهرة، 1958، ص 73-75.

بيد أن التشابه بين حق الملكية والحق في العلامة التجارية لا يبرر اعتبار الحق فيها حقاً عينياً أصلياً الذي يكون محله مادياً نظراً للاختلاف البين بينهما، والمتمثل في أن ملكية العلامة التجارية تنصب على شيء معنوي وتفتقد إلى صفة التأبيد¹ وإن كانت تقترب إلى الملكية العادية في أن لصاحب العلامة التجارية الحق في استغلالها².

ثانياً: نظرية الحقوق اللصيقة بالشخصية:

يرى أصحاب هذا الاتجاه³ أن الحق في العلامة التجارية من قبيل الحقوق اللصيقة بالشخصية، حيث أن هذا الحق وبقية حقوق الملكية الفكرية من أكثر الحقوق ارتباطاً بشخصية صاحبها، وإن ضرورة حمايتها مستمدة من حرمة وقدسية الحقوق اللصيقة بالشخصية. حيث غلب أصحاب هذه النظرية الجانب الأدبي للحق في العلامة التجارية على الجانب المالي⁴.

¹ حيث نصت المادة 20 من قانون العلامات التجارية رقم لسنة 2007 "مدة ملكية العلامة التجارية عشر سنوات من تاريخ تسجيلها..."

² د. محمد حسني عباس، مرجع سابق، ص 25، د. عبد الكريم محسن أبو دلو، مرجع سابق، ص 24-25، د. عامر محمود الكسواني، مرجع سابق، ص 104.

³ من أصحاب هذا الرأي: د. جلال وفاء محمد، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقاً لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2000، ص 13، ص 54.

⁴ د. عبد الكريم محسن أبو دلو، مرجع سابق، ص 28.

ثالثاً: الطبيعة الخاصة للعلامات التجارية:

نظراً لاختلاف الآراء في تحديد الطبيعة القانونية للعلامات التجارية والانتقادات التي وجهت إليها لترجيحها جانب دون آخر، ظهر اتجاه جديد¹ ينادي بأن حقوق الملكية الفكرية والعلامات التجارية من ضمنها هي حقوق مستحدثة ذات طبيعة خاصة وكيان مستقل، حيث تستقل بوجودها عن النظريات السابق بيانها ولا تندرج تحت أي من أنواع الحقوق المالية التقليدية.

ويرى أصحاب هذا الاتجاه بأن اطلاق تسمية "حقوق الملكية الفكرية" -التسمية الشائعة دولياً- لا تثير أية اشكالية حول تمييز الطبيعة الخاصة لحقوق الملكية الفكرية التي تنتمي إليها العلامات التجارية عن الملكية العادية، فهي تسمية مجازية لحماية مفردات الملكية الفكرية، العلامات التجارية واحدة منها.²

واعتبر هذا الاتجاه السائد أن الحق الوارد على العلامات التجارية من نوع خاص وذات طبيعة مزدوجة أو مركبة تتحلل إلى جانبين أحدهما مالي والآخر معنوي، حيث يخضع كل منهما لنظام قانوني مستقل، وبالتالي يكون لمالك العلامة التجارية نوعان من الحقوق: معنوي ومالي. يكمن الحق المعنوي في حماية الكيان القانوني الإبداعي المميز للعلامة التجارية والناجم عن قريحة ذهن المبدع لتؤدي وظيفتها المتمثلة بتمييز المنتجات والخدمات عن مثيلاتها من حيث الجودة والمصدر، وذلك

¹ أصحاب هذا الرأي: د. عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، ج8، دار احياء التراث العربي، بيروت، 1973، ص359، د. محمد حسني عباس، مرجع سابق، ص29، د. عبد الكريم محسن أبو دلو، مرجع سابق، ص31-32، د. عامر محمود الكسواني، مرجع سابق، ص109-112، د. عوض أحمد الزعبي، مدخل إلى علم القانون، دار اثناء للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص133-134.

² د. محمد حسني عباس، مرجع سابق، ص29، د. عبد الكريم محسن أبو دلو، مرجع سابق، ص28-29.

بتريسيخ كيانها المميز في ذهن المستهلك الذي يطلب المنتجات والخدمات الأصلية. وأما الحق المالي ، فيجعل لمالك العلامة التجارية الحق في استغلالها والتصرف فيها ليستفسد من المردود المالي الناتج عن هذا الاستغلال والتصرف.¹

وما يؤكد على الطبيعة الخاصة للعلامات التجارية أيضاً تقسيم التقنين المدني الحقوق المالية

إلى ثلاثة

أنواع السابق بيانه، إذ جعل الحقوق المعنوية وأهمها العلامات التجارية مستقلة لا تندرج تحت الحقوق العينية أو الشخصية،² وإن لم يوضح الطبيعة القانونية لها.

المطلب الثاني

مدى صلاحية أعمال منهج قواعد الإسناد الأردنية

بعد دراسة النظريات السابقة في تحديد الطبيعة القانونية للعلامات التجارية وتكييفها - العملية السابقة لإعمال منهج قواعد الإسناد لتعيين القانون الواجب التطبيق - يتناول هذا المطلب مدى صلاحية قواعد الإسناد الأردنية لحكم العلامات التجارية الأجنبية، وذلك في فرعين: يعرض الأول مدى فاعلية قاعدة الإسناد الأردنية المتعلقة بالمنقولات بالنسبة للعلامات التجارية، أما الفرع الثاني فيتناول مختلف الاتجاهات الفقهية حول تحديد القانون الواجب التطبيق على العلامات التجارية.

¹، د. عامر محمود الكسواني، مرجع سابق، ص 109-112.

² د. محمد حسني عباس، مرجع سابق، ص 29، د. عبد الكريم محسن أبو دلو، مرجع سابق، ص 32، د. عامر محمود الكسواني، مرجع سابق، ص 109-112

الفرع الأول:مدى فاعلية قاعدة الإسناد المتعلقة بالمنقولات بالنسبة للعلامات التجارية:

لا يصدق على العلامات التجارية تعريف العقار الوارد في التقنين المدني، كما أشرنا سابقاً، بل تعتبر من قبيل المنقولات المعنوية. وإن ملكية العلامات التجارية لها طبيعة خاصة ذو جانبيين، جانب أدبي وآخر مالي، حيث تستقل بهذه الطبيعة عن التقسيم التقليدي للحقوق المالية، فيعد تكيف العلامات التجارية من أهم الأسباب التي تبرر عدم فاعلية قاعدة الإسناد المتعلقة بالمنقولات بالنسبة للعلامات التجارية.¹ وبالإضافة إلى ذلك، إن نص المادة 19 من التقنين المدني الأردني ينصرف إلى المنقول المادي دون المعنوي² وإن وردت عبارة "المنقول" مطلقة إلا أنها لا تؤخذ على إطلاقها. حيث جعل المشرع الأردني في ذات المادة من موقع المنقول ضابط إسناد يرشد إلى القانون الواجب التطبيق، وهو ما يتعذر انطباقه على العلامات التجارية لعدم إمكانية افتراض موقعاً لها بسبب صعوبة تحديد مكان تمركزها مادياً.³

وبالرجوع إلى المادة 24 من التقنين المدني الأردني والتي جاء فيها: "لا تسري أحكام المواد (11- 23) إذا وجد نص في قانون خاص او معاهدة دولية نافذة في الأردن"، فإن الاتفاقيات الدولية النازمة للعلامات التجارية والتي كرس أحكامها المشرع الأردني إثر توقيع الأردن عليها، يتوجب الرجوع إليها وتطبيقها على العلامات التجارية.

¹د.عبدالكريم محسن أبو دلو،مرجع سابق،ص32.

²وهذا أكدته مناقشات اللجنة التي دارت عام 1938 في الأعمال التحضيرية للقانون المدني المصري،عز الدين عبدالله،القانون الدولي الخاص،ج2،تنازع القوانين وتنازع الإختصاص القضائي الدوليين،الهيئة العامة المصرية للكتاب،القااهرة،1986،ص402.

³د..محمد وليد المصري،المرجع السابق،ص167.

الفرع الثاني: القانون الواجب التطبيق على العلامات التجارية وفقاً للآراء الفقهية:

في ظل خلو قواعد الإسناد الأردنية من تعيين القانون الواجب التطبيق على حقوق الملكية الفكرية، نتطرق في هذا الفرع إلى الآراء والاتجاهات الفقهية بخصوص تحديد القانون الذي يحكم العلامات التجارية .

يرى الاتجاه الفقهي التقليدي بأن القانون الواجب التطبيق على مفردات الملكية الفكرية عامةً هو قانون بلد الأصل الذي ينطلق من أن مفردات الملكية الفكرية تقع في نظام الأموال، مما يوجب مدّ قاعدة الإسناد المتعلقة بالأموال إليها وبالتالي يُطبق قانون دولة الموقع عليها.¹ وانقسم هذا الاتجاه إلى فريقين بخصوص تحديد المقصود ببلد الأصل، بسبب اختلافهم على أساس تحديده لتطبيق قانونه عليها.²

حيث يرى فريق³ أن العلامة التجارية وسيلة من وسائل الحماية من المنافسة غير المشروعة، وعليه فإن قانون بلد الأصل هو قانون البلد الذي توجد فيه المنشأة أو المشروع الذي تستعمل العلامة لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن غيرها، نظراً للارتباط الوثيق بين العلامة التجارية والمشروع أو المنشأة، فهو الأنسب لتحقيق الاستقرار وضمان وحدة القانون الواجب التطبيق.⁴

¹د. عبد الكريم محسن أبو دلو، مرجع سابق، ص 35. إلا أننا نتفق مع الاتجاه المنادي بتطبيق قانون بلد طلب الحماية انظر ص 53.

²د. عامر محمود الكسواني، مرجع سابق، ص 312.

³من أصحاب هذا الرأي: د. غالب علي الداودي، القانون الدولي الخاص العراقي، ط1، دار الحرية، بغداد، 1976، ص 439 ، د. جابر جاد عبد الرحمن، تنازع القوانين، دار النهضة العربية، القاهرة، 1969، ص 530، يصلح هذا الرأي لحكم قابلية التصرف بالعلامة التجارية غير المسجلة انظر ص 96.

⁴د. عبد الكريم محسن أبو دلو، مرجع سابق، ص 56 ، د. عامر محمود الكسواني، مرجع سابق، ص 316.

وأما الفريق الآخر،¹ فيرى أن العلامات التجارية هي من قبيل الاختكارات الوطنية فهي صورة من صور الأمن التجاري، حيث تدخل في جوهر سياسية الدولة الاقتصادية والاجتماعية، فإن قانون العلامات التجارية من القوانين ذات التطبيق المباشر الذي يمس أمن دولة. وبناء على ذلك تخضع العلامات التجارية لقانون بلد استعمال العلامة التجارية الأول أو قانون بلد تسجيلها الأول.²

المبحث الثاني

منهج القواعد الموضوعية ذات المصدر الدولي

بعد أن كان منهج قواعد الإسناد الأسلوب التقليدي المهيمن فترة طويلة من الزمن ونظراً لما يشوبه من قصور يؤدي إلى نتائج متضاربة وغير مرضية، ظهرت الحاجة إلى مواكبة ما يعيشه عالمنا المعاصر من متغيرات هائلة في وسائل المواصلات والاتصالات والتقدم التكنولوجي والاقتصادي، الأمر الذي يتطلب إعادة النظر في قواعد القانون الدولي الخاص برمته والاتجاه به نحو العالمية،³ حيث شهد تطوراً حديثاً أدى إلى ظهور قواعد موضوعية تنطبق مباشرة على العلاقات المتضمنة عنصراً أجنبياً، فلم تبقى قواعد الإسناد الوسيلة الفنية الوحيدة لحل مشكلة "تنازع القوانين"، بل أكد الفقه الحديث على وجوب التوسع في مفهوم القانون الدولي الخاص ليشمل، إلى جانب "قواعد الإسناد"، القواعد الموضوعية التي ترمي إلى تحقيق ذات الهدف الذي تسعى إليه قواعد الإسناد وهو حلّ

¹ أصحاب هذا الاتجاه: د. عز الدين عبدالله، مرجع سابق، ص 405، د. محمد وليد المصري، مرجع سابق، ص 169.

² د. محمد عبدالله محمد المؤيد، مرجع سابق، ص 10.

³ د. هشام علي صادق، مرجع سابق، ص 23.

المشاكل المترتبة على اختلاف التشريعات الوطنية السائدة وتباينها. وهكذا تتعدد مناهج قواعد القانون الدولي الخاص لتجعل منها قواعداً متميزةً عن قواعد فروع القوانين الأخرى.

ويجمع فقه القانون الدولي الخاص بأن القواعد الموضوعية هي التي تعطي مباشرةً الحل الواجب التطبيق في موضوع النزاع¹، فعرفها البعض بأنها "مجموعة القواعد الموضوعية أو المادية المستقاة من مصادر متعددة، تقدم تنظيمًا قانونيًا وحلولاً ذاتية لمعاملات التجارة الدولية، على نحو يجعل منها قانوناً خاصاً مستقلاً عن القانون الذي يحكم الروابط الداخلية البحتة"². وفي تعريف آخر هي: "مجموعة القواعد الموضوعية أو المادية ذات المضمون الدولي أو العالمي الموجودة أصلاً أو المعدّة خصيصاً لتعطي حلاً مباشراً ينهي النزاع أو يتفاداه في علاقة خاصة ذات طابع دولي، والمراد بمنهج القواعد الموضوعية الطريقة أو الوسيلة التي تضم مجموعة تلك القواعد بخصائصها ومصدرها المتعددة وحالات تطبيقها"³

ويتمس منهج القواعد الموضوعية بجملة من الخصائص تميزها عن غيرها من المناهج، فهي ذات مضمون عالمي أعدت خصيصاً لتحكم العلاقات الخاصة ذات الطابع الدولي، وتعطي حلاً موضوعياً مباشراً للنزاع وبالتالي يسهل تطبيقها. وكما أنها تؤدي وظيفة وقائية علاجية تنهي النزاع أو تتفاداه.

¹ د. محمد عبدالله محمد المؤيد، مرجع سابق، ص3.

² د. أحمد عبد الكريم سلامة، علم قاعدة التنازع والاختيار بين التشريع أصولاً ومنهجاً، مكتبة الجلاء الجديدة، المنصورة، 1996، ص267

³ د. محمد عبدالله محمد المؤيد، مرجع سابق، ص39.

أما عن الطبيعة القانونية للقواعد الموضوعية¹، فقد اختلف الفقه بخصوصه، حيث ذهب جانب منه إلى انكار الصفة القانونية عنها، وذلك لعدم انطباق أوصاف القاعدة القانونية عليها لغياب وجود سلطة تنظيمية وباعتبارها قواعد مكملة لا تقتزن بجزء يحمل الأفراد على احترامها. وذهب جانب آخر إلى إضفاء الصبغة القانونية عليها باعتبارها نظاماً قانونياً متكاملاً.

في حين يرى فريق ثالث أن القواعد الموضوعية نظام قانوني غير متكامل كونه لا يغطي كافة المسائل التي تثور في العلاقات الخاصة الدولية.

وتختلف القواعد الموضوعية باختلاف مصدرها، فهناك قواعد موضوعية ذات طبيعة وطنية مصدرها القانون الوطني، وهناك قواعد موضوعية أخرى ذات طبيعة دولية مصدرها المعاهدات الدولية.²

ولعظم الدور الذي لعبته المعاهدات الدولية في تنظيم أحكام العلامات التجارية وإرساء قواعد موضوعية موحدة تعطي حلاً للمسائل المتعلقة بالعلامات التجارية ذات الطابع الدولي، وتصديق المملكة الأردنية الهاشمية على تلك المعاهدات، مما يتطلب تناول المعاهدات الدولية النازمة للعلامات التجارية، ومن ثم التصدي لموقف المشرع الأردني في قانون العلامات التجارية، وذلك في مطلبين متتالين.

¹د. محمد عبدالله محمد المؤيد، مرجع سابق، ص39-62 انظر ص 51.

²د. أحمد عبد الحميد عشوش، تنازع مناهج تنزع القوانين-دراسة مقارنة، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، ص20.

المطلب الأول

المعاهدات الدولية النازمة للعلامات التجارية

إلى جانب ما اعترى منهج قواعد الإسناد من عيوب وازدياد دعوات أنصار منهج القواعد الموضوعية إلى إعماله في إطار العلاقات الخاصة ذات الطابع الدولي، لعبت العوامل الاقتصادية دوراً كبيراً في ظهور هذا المنهج وأهم هذه العوامل الحاجة إلى تيسير التجارة الدولية، فلم تعد التشريعات الوطنية كافية لمواكبة نموها عبر الحدود وتشابك روابطها بين المنتج والمستهلك، مما تولدت الحاجة لدى المجتمع الدولي إلى ضرورة توحيد القواعد التي تحكمها وتجنب التشريعات الوطنية المتباينة¹.

وكذلك بتحقيق أكبر قدر ممكن من توحيد للأحكام، وذلك عن طريق إبرام معاهدات دولية تتضمن قواعد موضوعية. وبالفعل قامت الأمم المتحدة بإبراز هذه الحاجة إلى جهود تتمثل في إبرام اتفاقية الجات في مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتوظيف في هافانا عام 1948، والتي تُعرف بالاتفاقية العامة للتعريفات والتجارة. ودخلت هذه الاتفاقية حيز التنفيذ في 1/1/1948، كأساس مؤقت للنظام التجاري الدولي. وأما منظمة التجارة العالمية، فقد تأخر إنشاؤها لعام 1994 وبعد ثمان جولات ابتدأت في عام 1947 تناولت مختلف جوانب الاقتصاد وانتهت عام 1994، حيث كان ميلاد منظمة التجارة الدولية في 15/4/1994 في مراكش (المغرب)، فحلت هذه المنظمة محل اتفاقية الجات بحيث أصبحت تضم جميع اتفاقيات الجات والاتفاقيات المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية.²

¹د. محمد عبدالله محمد المؤيد، مرجع سابق، ص111 وما بعدها.

²د. عبدالله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص28-30.

وازداد الاهتمام الدولي بحقوق الملكية الفكرية بإنشاء منظمة عالمية للملكية الفكرية بموجب اتفاقية إنشاء المنظمة العالمية للملكية الفكرية في استوكهولم في 14 تموز 1967، حيث دخلت حيز التنفيذ سنة 1970 وأصبحت إحدى الوكالات المتخصصة للأمم المتحدة في سنة 1974. وكان أسمى أهدافها حماية حقوق الملكية الفكرية في كل أنحاء العالم من خلال تعاون الدول مع بعضها البعض وضمن التعاون بين اتحادات الملكية الفكرية، وذلك عن طريق التشجيع على إبرام معاهدات دولية جديدة وتحديث التشريعات الوطنية الموحدة الخاصة بمفردات الملكية الفكرية.¹

وحظيت العلامات التجارية أسوة بغيرها من حقوق الملكية الفكرية بقدر كبير من الاهتمام على الصعيد الدولي، وخاصة أنها تخدم مصلحة مزدوجة، مصلحة التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمات ومصلحة المستهلك. ولإن التجارة تقف في ناحية مضادة للحدود السياسية تسهل انتقال البضائع بفضل ما وفرته التقنيات الحديثة من وسائل نقل واتصال، فأصبح من الميسور الاعتداء على العلامات التجارية في وقت كانت تعاني القوانين الإقليمية من قصور في حماية حقوق الأجانب الخاصة بملكية العلامات التجارية. مما أدى إلى قيام الحاجة إلى تجاوز الحدود الإقليمية لإضفاء حماية تشمل جميع الدول، ومن هنا كانت معاهدة باريس لعام 1883 أول وأقدم المعاهدات التي عنيت بالملكية الصناعية حمايةً وتسجيلاً، العلامات التجارية واحدة منها²، هدفها الأسمى إنشاء قواعد موضوعية موحدة لتطبيقها في جميع بلاد الدول الأعضاء دون تفرقة³.

¹د. عبدالله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص28-30.

²د. محمد حسين اسماعيل، الحماية الدولية للعلامة التجارية، رسالة دكتوراة، جامعة القاهرة، القاهرة، 1978، ص2.

³د. صلاح الدين عبد اللطيف الناهي، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، دار الفرقان، عمان، 1982، ص29.

ولأن التسجيل هو أساس حماية العلامات التجارية الذي لا يسري أثره إلا في حدود إقليم الدولة وفي ظل عدم فاعلية الحماية الوطنية للعلامات التجارية، كان من الضروري تنظيم مسألة التسجيل الدولي للعلامات التجارية كي لا يبقى حكراً على التشريعات الوطنية. حيث أبرمت اتفاقية مدريد الخاصة بالتسجيل الدولي للعلامات التجارية لسنة 1891 وبرتوكول ملحق لسنة 1989¹. وتلاها التوقيع على عدد من الاتفاقيات المعنية بالعلامات التجارية إلا أن أهمها هي اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس) في عام 1994.

والتي أسفرت عن جولة اورجواي بعد مداوات ومشاورات عنيفة بين الدول المتقدمة صناعياً والدول النامية نتيجة التوصل إلى صيغة توفيقية للمصالح المتعارضة².

وفي ضوء ما تقدم، أسهمت المعاهدات الدولية الناظمة للعلامات التجارية وما تطلعه المنظمة العالمية للملكية الفكرية من دور في الحرص على تطبيق أحكام هذه المعاهدات، في تشييد صرح منهج القواعد الموضوعية، حيث احتلت مركز الصدارة من بين مصادره فتوجت بالتوحيد القانوني لتعالج التباين في التشريعات الوطنية.

وكانت القواعد الموضوعية التي حملتها تلك المعاهدات الجماعية بشأن العلامات التجارية ذات أثر محمود ومتفوق بالنسبة للتوحيد القانوني. وهذا الأثر تم بطريقة مباشرة على القوانين الداخلية والسياسيات التشريعية، حيث تندمج القواعد الموضوعية بالقوانين الوطنية وتصبح جزءاً منها بموجب

¹د.صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، دار القافة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص271.

²د.جلال وفاء محمدين، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقاً لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2004، ص13-15.

نص خاص بالمعاهدة¹، مما يضيف عليها الطابع التشريعي أو الصفة القانونية. وعلى الرغم من قيام الخلاف حول انطباق الصفة التشريعية على القواعد الموضوعية إلا أنه لا يمكن قصر مفهوم النظام القانوني ضمن إطار الدولة فقط، حيث أن المجتمع الدولي هو مجتمع تنظيمي وما يتم ابرامه من معاهدات دولية تحمل في طياتها قواعد موضوعية تتوافر فيها أوصاف القاعدة القانونية، فتسمو على القواعد التشريعية القومية لتكمل ما اعترافها من نقص².

وبالفعل، أوجبت المعاهدات النازمة للعلامات التجارية الدول الأطراف تطبيق أحكام القواعد الموضوعية مباشرة بصفقتها إحدى مصادر النظام القانوني في تلك الدول أو دمجها ضمن قوانينها الداخلية. حيث نصت المادة 25 من اتفاقية باريس على أن تتعهد كل دولة طرف أن تتخذ الإجراءات اللازمة لضمان تطبيق الاتفاقية بأن تضع أحكامها موضع التنفيذ. وكما ألزمت معاهدة ترينس، بموجب المادة 41 في القسم الأول من الباب الثالث، الدول الأعضاء بأن تضمن قوانينها الوطنية الإجراءات والقواعد التي نصت عليها الاتفاقية لاتخاذ التدابير الفعالة ضد أيّ تعد على حقوق الملكية الفكرية.

ويظهر مما سبق، أن الاتفاقيات النازمة للعلامات التجارية اهتمت كثيراً بتوحيد أحكام العلامات التجارية، فأسست نظاماً قانونياً دولياً للعلامات التجارية أثر بشكل مباشر على التشريعات الوطنية، فغدت قواعده صاحبة الدور في حل الإشكاليات المتعلقة بالعلامات التجارية، الأمر الذي

¹د. أحمد عبد الحميد عشوش، مرجع سابق، ص24، د. محمد عبدالله محمدالمؤيد، مرجع سابق، ص325-328.

²وهو الرأي الراجح، أصحابه: د. محمد عبدالله محمدالمؤيد، مرجع سابق، ص62، د. صلاح الدين عبد اللطيف الناهي، مرجع سابق، ص38-44، د. هشام علي صادق، القانون الواجب التطبيق على عقود التجارة الدولية، منشأة المعارف، 1995، ص160 وما بعدها.

ينبغي عن اللجوء إلى قواعد الإسناد لعلها¹. وتحقيقاً لهذه الغاية اتخذت المعاهدات الدولية من مبدأ المعاملة الوطنية دعامةً ووسيلةً تمكنت من توحيد قوانين الدول الأعضاء الخاصة بالعلامات التجارية نتيجةً لتباين الأفكار والمفاهيم الإقليمية.²

ويعد مبدأ المعاملة الوطنية أو ما يسمى بمبدأ تشبيه الأجنبي بالوطني أساساً لحماية العلامات التجارية عن طريق تسهيل تسجيلها دولياً، فبموجبه تضمن الاتفاقيات النازمة للعلامات التجارية حماية العلامات الأجنبية في أي دولة عضو وتمنع أي نوع من التمييز بينها وبين العلامات الوطنية.³ إذ يتساوى رعايا الدول الأعضاء الأجانب مع مواطني أي دولة عضو يطلب فيها الحماية في اكتساب الحق على العلامة التجارية ومدى هذا الحق والالتزامات الناشئة عنه، أو من حيث الجزاءات المدنية والجزائية وطرق الطعن القانونية التي يوفرها قانون بلد طلب الحماية، على أن يتم اتباع الشروط والإجراءات المفروضة على مواطني تلك الدولة⁴

واعتماداً على ماسبق، يكون مبدأ تشبيه الوطنين بالأجانب نقطة انطلاق لتحديد القانون الواجب التطبيق على العلامات التجارية، حيث لعب هذا المبدأ المهيمن في الاتفاقيات النازمة للعلامات التجارية دوراً كبيراً في اختيار قانون بلد طلب الحماية أو ما يُعرف بقانون دولة القاضي التي

¹د. عبد الكريم محسن أبودلو، مرجع سابق، ص 159-161.

²د. صلاح الدين الناهي، مرجع سابق، ص 30، د. عبد الكريم محسن أبو دلو، مرجع سابق، ص 115.

³د. عبد الكريم مجين أبو دلو، مرجع سابق ص 115.

⁴د. محمد حسين اسماعيل، مرجع سابق، ص 72، د. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، دار

الثقافة، عمان، 2000، ص 173.

سُجّلت فيها العلامة التجارية والذي يتم فيه الإعتداء على العلامات التجارية، فهو الاتجاه الحديث الذي سار به فقه القانون الدولي الخاص¹

يستند أنصاره إلى تبريرات عدة، فكانت أولى هذه التبريرات: أن قانون بلد طلب الحماية هو الأنسب لحكم العلامات التجارية التي تتعلق بمسائل الأمن الاقتصادي داخل الدولة، مما يترتب على ذلك أن القانون الناظم للعلامات التجارية هو ذو تطبيق إقليمي لا يمتد أثره إلى الخارج، هذا من جانب. ومن جانب آخر، إن ما للعلامات التجارية من طابع عالمي يتعذر تمرّكها مكانياً في مقر مادي فمن غير المتصور افتراض مقرأ لها، إذ يتعدد مقرها بتعدد قوانين الدول التي تحميها، مما يجعل قانون بلد طلب الحماية الأكثر انسجاماً مع تلك الطبيعة.

وبهذه التبريرات تم الردّ على الاتجاه القائل بتطبيق قانون بلد الأصل الذي ينطلق من قاعدة الإسناد المتعلقة بالمنقولات، فمن باب أولى تطبيق قانون بلد طلب الحماية.²

وتماشياً مع هذا السياق، نستعرض أهم القواعد الموضوعية التي حملتها كل من: معاهدة باريس لحماية الملكية الصناعية عام 1883 واتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات التجارية عام 1891 وبرتوكول 1989 لاتفاق مدريد وكذلك اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية لسنة 1994، والمؤيدة لتطبيق قانون بلد طلب الحماية، في ثلاثة أفرع متتالية.

¹ د. عبد الكريم محسن أبو دلو، مرجع سابق، ص 59 وما بعدها، د. أحمد عبد الكريم سلامة، علم قاعدة تنازع القوانين والاختيار بين الشرائع أصولاً ومنهجاً، مكتبة دار الجلاء، المنصورة، 1997، ص 1018.
² انظر ص 44-45، د. أبو العلا علي أبو العلا النمر، الحماية الوطنية في ظل اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية جات 1994، دار النهضة العربية، القاهرة، 1998، ص 28، د. عبد الكريم أبو دلو، مرجع سابق، ص 63 وما بعدها، د. أحمد عبد الكريم سلامة، مرجع سابق، ص 1032.

الفرع الأول : اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883

تعتبر اتفاقية باريس حجر الزاوية في بناء الحماية الدولية للعلامات التجارية، تمخض عنها اتحاد دولي ومكتب دولي للملكية الصناعية مقره في جنيف، حيث أشارت في عدد من موادها إلى أحكام خاصة بالعلامات التجارية. وقد خضعت هذه الاتفاقية لعدة تعديلات كان آخرها في 1979/10/2، وتضمنت أربعة مبادئ على جانب من الأهمية بالنسبة لحماية الملكية الصناعية، والعلامات التجارية واحدة منها¹ حيث ترسخ هذه المبادئ تطبيق قانون بلد الحماية.²

وتتمثل فيما يلي:

أولاً: مبدأ المعاملة الوطنية:

تقرر في المادة الثانية من اتفاقية باريس بأنه على كل دولة متعاقدة أن تمنح لرعايا الدول الأخرى المتعاقدة نفس الحماية التي تمنحها لمواطنيها وأن يتمتعوا بذات المزايا التي تمنحها حالياً قوانينها أو مستقبلاً، دون اشتراط الإقامة أو وجود منشأة في الدول المتعاقدة التي تطلب فيها الحماية. ويعامل كذلك مواطنو الدول غير المتعاقدة نفس المعاملة لكن بشرط الإقامة في اقليم الدولة المتعاقدة التي يطلب فيها الحماية والذين لهم عليها منشآت صناعية أو تجارية حقيقية أو فعلية، وهذا ما قضت

¹سمير فرنان بالي ونوري جمو، الموسوعة العلمية في العلامات الفارقة التجارية والمؤشرات الجغرافية والرسوم والنماذج الصناعية(دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2007، ص56.

²د.عبدالكريم محسن أبو دلو، مرجع سابق، ص124-125.

به المادة الثالثة من ذات الاتفاقية. وكما أوردت قيد على هذا المبدأ يتمثل بضرورة اتباع الشروط والإجراءات المفروضة على المواطنين في جميع الأحوال السابق بيانها¹

ثانياً: مبدأ الأولوية:

قررت المادة الرابعة من اتفاقية باريس هذا المبدأ، حيث جاء فيها: " كل من أودع طلب تسجيل علامة تجارية في إحدى دول الأتحاد التي يطلب فيها الحماية والمستوفي لأحكام ايداع العلامة التجارية بمقتضى التشريع الداخلي لكل دولة من دول الأتحاد التي يطلب فيها الحماية، يتمتع هو أو خلفه في دول الأتحاد الأخرى بحق الأولوية خلال ستة أشهر من تقديم طلب التسجيل".

الاستقلال:

جاءت بهذا المبدأ الفقرة الثالثة من المادة السادسة من اتفاقية باريس، حيث نصت: " تعتبر العلامة التي سجلت طبقاً للقانون في إحدى دول الأتحاد مستقلة عن العلامات التي سجلت في دول الأتحاد الأخرى بما في ذلك دولة المنشأ"، فإذا سجلت علامة وفقاً للأوضاع القانونية في بلدها الأصلي ثم سجلت في الدولة العضو والتي يطلب الحماية فيها تعتبر كل من هذه العلامات الأصلية مستقلة عن الأخرى، فإن انتهت مدة حماية أي من العلامات لا تنسحب على مدة حماية العلامة الأخرى. ومرد ذلك أن العلامة التجارية تخضع للنظام القانوني المتبع في بلد طلب الحماية.²

¹د. صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص279، سمير فرنان بالي ونوري جمو، مرجع سابق، ص56-57، المقصود بالدولة التي يطلب فيها الحماية هي الدولة التي يُقدم إليها طلب تسجيل العلامة التجارية من أجل حمايتها فيما لو وقع الاعتداء عليها داخل أراضي هذه الدولة.

²سمير فرنان بالي ونوري جمو، مرجع سابق، ص59.

رابعاً: مبدأ وجوب قبول تسجيل العلامات الأجنبية المسجلة في بلدها الأصلي:

لم تحدد اتفاقية باريس شروط إيداع العلامات التجارية، بل تركت تحديد تلك الشروط لكل دولة عن طريق تشريعها الوطني، فقررت المادة السادسة أنه " لا يجوز رفض تسجيل علامة مودعة من قبل رعايا دولة من دول الاتحاد في أية دولة من دول الاتحاد أو إبطال صحتها استناداً إلى عدم ايداعها أو تسجيلها في دولة المنشأ". وعليه فإنه على كل دولة عضو في الاتحاد يطلب فيها قبول الحماية أن تقبل كل علامة أجنبية سبق تسجيلها في بلدها الأصلي وأن تمنحها الحماية بالحالة التي هي عليها بعد التأكد من تسجيلها بموجب شهادة صادرة من جهة الاختصاص تثبت حصول التسجيل في البلد الأصلي¹، إلا أنه يجوز لأي دولة عضو في الاتحاد يطلب فيها الحماية، أن ترفض تسجيل العلامة الأجنبية - كاستثناء من هذا المبدأ- في الحالات الآتية :

- 1- العلامات التي تمس الحقوق المكتسبة للغير في الدولة التي تطلب فيها الحماية، أي تلك العلامات التي تنطوي على تعدد على حقوق أصحاب العلامات المودعة وفقاً لقانون بلد طلب الحماية.
- 2- العلامات الخالية من أي صفة مميزة أو التي تتكون من اشارات أو بيانات تستعمل في التجارة لدلالة على نوع المنتجات أو صفتها أو الغرض منها أو قيمتها أو مصدرها أو زمن انتاجها، على أن تراعى ظروف الواقع وعلى الأخص مدة استعمال العلامة عند تقدير الصفة المميزة.
- 3- العلامات المخالفة للآداب والنظام العام وفقاً لقانون بلد طلب الحماية.

¹سمير فرنان بالي ونوري جمو، مرجع سابق، ص 58.

الفرع الثاني: اتفاقية وبرتوكول مدريد الخاصة بالتسجيل الدولي للعلامات التجارية 1891:

تعد اتفاقية مدريد أول اتفاقية تتعامل مع التسجيل الدولي للعلامات التجارية، تم التوقيع عليها في 14 نيسان 1891 وأصبحت سارية المفعول في 15 تموز 1891، وقد جرى تعديلها مرات عديدة. وأما العضوية في هذه الاتفاقية، فإنها متاحة لكل الدول الأعضاء في اتحاد باريس. وتمخض عن اتفاقية مدريد اتحاد وأصبح للاتحاد جمعية ولكل دولة عضو في الاتحاد عضو في الجمعية.

وكان الهدف المنشود من اتفاقية مدريد هو تيسير تسجيل العلامات التجارية دولياً لتوفير حماية لها على نطاق واسع، حيث وضعت نظاماً كاملاً لتسجيل العلامات التجارية دولياً لتجنب الخضوع للإجراءات الشكلية للتسجيل الوطني ومدد الحماية المتفاوتة في التشريعات الوطنية وتحمل رسوم محلية باهظة في كل دولة يطلب فيها الحماية.¹

وفي سبيل تحقيق ذلك، ألزمت اتفاقية مدريد دول الاتحاد قبول تسجيل العلامات الأجنبية التابعة لإحدى الدول المتعاقدة ما دامت مسجلة في بلدها الأصلي عن طريق تقديم طلب التسجيل الدولي إلى مكتب التسجيل في البلد الأصلي. ويجب أن يتضمن هذا الطلب جميع البيانات المحددة وفقاً لنظام مدريد لتسجيل الدولي ليحال إلى المكتب الدولي في جنيف، حيث مقر المنظمة العالمية للملكية الفكرية الويبو. ويقوم هذا المكتب بتدقيق الطلب والتحقق من مدى التقيد بنظام التسجيل الدولي للعلامات التجارية الذي أرسته الاتفاقية، يتلوه إشعار الدولة المعنية المطلوب بسط حماية العلامة فيها، إلا أنه إذا اعترى الطلب أي نقص نتيجة عدم استيفائه الشروط المطلوبة، يقوم المكتب الدولي بتبليغ

¹ د.صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص290-291، سمير فرنان بالي ونوري جمو، مرجع سابق، ص60-61.

طالب التسجيل عن طريق المكتب المحلي لتدارك النواقص في غضون ثلاثة أشهر من تاريخ الإشعار
والا اعتبر الطلب لاغياً.¹

وتتمتع العلامة المسجلة دولياً داخل الدول المعنية التي يطلب مدّ الحماية إليها بذات الحماية
فيما لو قدم طلب مباشر لتسجيلها في تلك الدول ، وذلك من تاريخ قيدها في السجل الدولي.²

وكما أجازت الاتفاقية للإدارات التي يخطرها المكتب الدولي بطلب تمديد الحماية أن ترفض
منح الحماية للعلامة التجارية في أراضيها وفقاً لتشريعاتها الوطنية، ويتعين أن تستند إلى الحالات
المحددة في اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية السابق بيانها.³

ومدة التسجيل الدولي للعلامة التجارية هي عشرون سنة قابلة لتجديد بالشروط المحددة في
المادة السابعة من الاتفاقية. ولا يكون لهذا التسجيل الدولي أي أثر على التسجيل الوطني، إلا أنه لا
يصبح مستقلاً عن التسجيل في بلد المنشأ إلا بانقضاء خمس سنوات من تاريخ التسجيل الدولي⁴

وفي عام 1989 تم انشاء برتوكول مدريد الخاص بالتسجيل الدولي للعلامات التجارية، حيث
أدخل مستجدات رئيسية على اتفاقية مدريد، نجمها في النقاط التالية:⁵

¹د.صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص290-291 ، سمير فرنان بالي ونوري جمو، مرجع سابق، ص60-61.

²المادة الرابعة من اتفاقية مدريد الخاصة بالتسجيل الدولي لسنة 1891.

³انظر ص 56-57.

⁴المادة السادسة من اتفاقية مدريد الخاصة بالتسجيل الدولي لسنة 1892.

⁵د.صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص309.

1- أجازت الفقرة الأولى من المادة الثانية لمودع الطلب أن يستند في طلب التسجيل الدولي إلى التسجيل الوطني لدى مكتب أي دولة متعاقدة غير دولة المنشأ.

2- أجازت الفقرة الثانية/ب من المادة الخامسة لدولة التي يُطلب مدّ الحماية إليها رفض تلك الحماية وإشعار المكتب الدولي بذلك خلال مهلة مدتها 18 شهراً بدلاً من مدة السنة.

3- أتاح برتوكول مدريد فيما يتعلق بالرسوم التي تحصل عليها الدول المطلوب الحماية فيها، الحصول على مبالغ أكبر للرسوم عمّا هو منصوص عليه في اتفاقية مدريد.

4- مكن برتوكول مدريد في الفقرة الخامسة من المادة التاسعة تحويل طلبات التسجيل الدولي الذي تمّ رفضها أو بطلانها إلى طلبات تسجيل وطنية خلال خمس سنوات من تاريخ التسجيل الدولي

وفي ضوء ما تقدم، إن نظام مدريد لتسجيل العلامات التجارية دولياً بما يتضمنه من قواعد موضوعية يقدم حلاً مباشراً فيما يتعلق بتسجيل العلامات التجارية دولياً، حيث ألزم الدول الأعضاء في اتحاد مدريد بدمج هذه القواعد في قوانينها الداخلية لتطبيقها متى ما قُدّم إليها طلب الحماية دولياً.

الفرع الثالث: اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس) لسنة 1994:

تم التوقيع على اتفاقية الجوانب المتصلة بالملكية الفكرية تريس في جولة اوروجواي في

1994/4/15 كنتيجة لحدوث مواجهات عنيفة بين الدول الصناعية المتقدمة والدول النامية التي

شهدت ولادة صناعة التقليد وتزوير العلامات التجارية على بضائع وسلع مقلدة وتدني الحماية القانونية فيها. ودخلت هذه الاتفاقية حيز التنفيذ في 1/5/1995.¹

واستجابةً لضرورة وضع قواعد موحدة تحكم مفردات الملكية الفكرية، جمعت اتفاقية ترينس في طياتها أحكاماً مستحدثة، موضوعية وشكلية، في شأن كافة الجوانب المتصلة بالملكية الفكرية، ومن بينها العلامات التجارية². ولم تخرج هذه الاتفاقية عن الإطار العام للاتفاقيات الدولية بشأن حقوق الملكية الفكرية على وجه العموم والعلامات التجارية على وجه الخصوص، إذ لم تمس، لا بالتغيير ولا بالغاء، ما ورد في تلك الاتفاقيات، بل أكدت على ما جاء في اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، وأضافت التزامات جديدة متعلقة بكافة جوانب الحقوق الفكرية، موزعة في 73 مادة وعلى سبعة أجزاء. ووقع نصيب العلامات التجارية في سبع مواد منها هي: المادة 15 إلى المادة 21.³

وفي الجزء الأول من هذه الاتفاقية، تم تناول مبدئين أساسيين يحكما حماية حقوق الملكية الصناعية، العلامات التجارية واحدة منها، ويعزز تطبيق قانون بلد طلب الحماية، وهما:

1- مبدأ المعاملة الوطنية الذي يقضي بلزوم معاملة الوطنيين والأجانب على قدم المساواة في الدولة العضو والمطلوب الحماية فيها.

¹د.جلال وفاء محمد، مرجع سابق، ص13، د.صلاح زين الدين،، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، مرجع سابق، ص315-317.

²د.صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، دار الثقافة، عمان، 2000، ص265.

³د.صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، مرجع سابق، ص167 و237 و435.

2- مبدأ الدولة الأفضل بالرعاية: بهذا المبدأ يتعين على الدولة العضو عدم التفرقة في المعاملة بين جميع الدول الأعضاء، فلا يجوز منح دولة عضو أقل مما يُمنح من مزايا وتفضيلات لدولة عضو أخرى. ويعد هذا المبدأ مكملاً لمبدأ المعاملة الوطنية وبدونه يصبح هذا الأخير مفرغاً بمحتواه.¹

وهذان المبدآن يصبان في بودقة واحدة وهي التأكيد تطبيق قانون بلد طلب الحماية على العلامات التجارية. وإلى جانب تلك المبادئ هنالك مبادئ أخرى أرسنها اتفاقية تريس كمنع المنافسة غير المشروعة وعدم فرض قيود تعيق التبادل التجاري وكذلك حماية المنتجات من جرائم التقليد وتسوية المنازعات ودياً.²

وألزمت اتفاقية تريس الدول الأعضاء أن تضمن قوانينها الوطنية القواعد الاجرائية والموضوعية التي جاءت بها، فتتمثل الاجرائية منها بالتدابير التحفظية والوقائية كالمصادرة والإتلاف، والجزاءات المدنية والجنائية ضد أي اعتداء على العلامات التجارية، وكذلك إتاحة اللجوء إلى القضاء لحسم المنازعات.³ وأما القواعد الموضوعية، فنعرضها في النقاط الآتي ذكرها:⁴

- ألزمت اتفاقية تريس الدول الأعضاء مراعاة الأحكام الموضوعية الخاصة بالعلامات التجارية في المادة الأولى وحتى المادة 12 والمادة 19 من اتفاقية باريس.

¹د. جلال وفاء محمد، مجمع سابق، ص 24 و 25.

²د. سميحة القيلوبي، مرجع سابق، ص 18 وما بعدها.

³الجزء الثالث من اتفاقية تريس (أحكام انفاذ حقوق الملكية الفكرية) المواد 41-61، د. عبدالله حسين الخشروم مرجع سابق، ص 42-49.

⁴سمير فرنان بالي ونوري جمو، مرجع سابق، ص 63 و 64.

- تضمنت الاتفاقية تعريفاً واسعاً للعلامات التجارية التي يمكن شمولها بالحماية القانونية بموجب المادة 1/15 ، وكما أضافت شرط ادراك العلامات بالبصر.

- لم تجيز اتفاقية تريس رفض تسجيل العلامات الأجنبية إلا في الحالات التي نصت عليها اتفاقية باريس، المادة السادسة منها.

- قضت اتفاقية تريس بعدم اشتراط الاستعمال الفعلي للعلامة قبل التقدم بتسجيلها، فلا يجوز رفض تسجيلها بحجة عدم استعمالها فعلياً ما لم تنقضى مدة ثلاث سنوات من تاريخ تقديم الطلب.

-قضت اتفاقية تريس بأنه اذا اشترط الاستعمال بعد التسجيل، فلا يجوز الغاء التسجيل إلا بعد مضي فترة عدم استعمال العلامة، وهي مدة لا تقل عن ثلاث سنوات ما لم يثبت مالك العلامة ما يبرر عدم الاستعمال.

- أحالت اتفاقية تريس على اتفاقية باريس بشأن ايداع العلامات التجارية وتسجيلها، حيث أكدت على تطبيق القوانين الوطنية لبلد طلب حماية.

- اشترطت اتفاقية تريس نشر العلامة قبل التسجيل أو بمجرد اتمامه لغايات تقديم التماسات الغاء تسجيل العلامة وإتاحة الفرصة للتظلمات عند الغاء تسجيلها.

- حددت الاتفاقية مدة حماية العلامات التجارية وهي سبع سنوات قابلة لتجديد لمرات غير محدودة.

- أضفت اتفاقية تريس الحماية على العلامات المشهورة بالنسبة للسلع أو الخدمات المماثلة وغير المماثلة. وكما حددت معيار شهرتها حيث تعتمد على معرفة الجمهور لها.

- أجازت اتفاقية ترس التصرف بالعلامات التجارية بصورة مستقلة عن المتجر أو المنشأة الصناعية.
- حظرت اتفاقية ترس التراخيص الإجبارية بالنسبة للعلامات التجارية أو فرض أية متطلبات تعيق استعمالها.

المطلب الثاني

موقف المشرع الأردني في قانون العلامات التجارية

ولأن التنظيم الدولي للعلامات التجارية جاء سابقاً على التنظيم الداخلي، فبعث الحياة كثيراً في العلامات التجارية في ظل ما شهده العالم من اهتمام بها مع ولادة منظمة التجارة الدولية والاتفاقيات الناظمة لأحكامها. حيث تضمنت هذه الاتفاقيات قواعد موضوعية موحدة تعطي حلاً مباشراً لنزاعات المتعلقة بالعلامات التجارية، وذلك باللجوء إلى مبدأ المعاملة الوطنية ليرسخ تطبيق قانون بلد طلب الحماية كما رأينا سابقاً. لم يتناول قانون العلامات التجارية الأردني باعتباره قانون بلد طلب الحماية القانون الواجب التطبيق على العلامات التجارية الأجنبية بنص مباشر.

وكان الأردن من بين الدول التي انضمت لمنظمة التجارة العالمية نظراً للارتباط الكبير ما بين الاهتمام بحقوق الملكية الصناعية وما يحقق المصالح الاقتصادية بجذب الاستثمارات الأجنبية، فكان معنياً بالاهتمام بهذه الحقوق وخاصةً مع دخول العديد من العلامات التجارية الأجنبية إلى أراضيه. وفي تاريخ 1999/12/17 أعلن رسمياً عن انضمام الأردن إلى منظمة التجارة العالمية في مؤتمر

¹د. عبد الكريم محسن أبو دلو، مرجع سابق، ص 110.

جنيف بعد استكمال متطلبات الانضمام، ففي تاريخ 2000/2/24 صدر قانون تصديق انضمام المملكة الأردنية الهاشمية إلى منظمة التجارة العالمية رقم (4) لسنة 2000.

ولغايات هذا الانضمام، قبل الأردن نتائج جولة الاوروجواي ككل¹ وصادق على المعاهدات الناظمة للعلامات التجارية. حيث ترتب على التزامه بتنفيذ أحكام هذه الاتفاقيات² التزامات عدة، أهمها: تعديل التشريعات الأردنية المتعلقة بحماية حقوق الملكية الصناعية. حيث كان المشرع الأردني حريصاً على احترام تلك الالتزامات، فقام بإدخال الأحكام التي جاءت بها الاتفاقيات والتي تسمو على القوانين الوطنية متى ما تعارضت هذه الأخيرة معها، ولذلك صدر قانون معدّل لقانون العلامات التجارية رقم (34) لسنة 1999.³

وبالفعل اندمجت القواعد الموضوعية التي تضمنتها الاتفاقيات الدولية بالقانون الأردني الناظم للعلامات التجارية، وهو في حقيقته يتعلق بالأمن الاقتصادي والصناعي لدولة بما تفيض به من سيادة. ويترتب على أن التشريع الأردني المستمدة أحكامه من القواعد التي أرسنتها المعاهدات الدولية المتعلقة بالعلامات التجارية وذو تطبيق ضروري وفوري على العلامات التجارية الأجنبية متى ما طلبت منه الحماية، تعاون منهجي القواعد الموضوعية وقواعد التطبيق الضروري لتحديد القانون الذي يحكم العلامات التجارية الأجنبية داخل الأردن.

¹د. عبدالله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص50، قام الأردن بتخفيض الرسوم على صادراته ووارداته.
²المادة 25 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المادة 41 من اتفاقية ترينس، المادة 14 من اتفاقية مدريد الخاصة بالتسجيل الدولي، وهناك العديد من الاتفاقيات المعنية بالعلامات التجارية وصادق عليها الأردن، إلا أن الاتفاقيات المذكورة هي أهمها.

³الفقرة 43 من الالتزامات المرفقة بالاتفاقية العامة بالتعرف والتجارة، د. عبد الكريم محسن أبو دلو، مرجع سابق، ص192.

وذهب فقه القانون الدولي الخاص إلى أن منهجي القواعد الموضوعية والقواعد ذات التطبيق الضروري، أو ما اصطلح الفقه على تسميته بقواعد البوليس أو قواعد فورية التطبيق يشتركان في أنهما يتضمنان تنظيمياً موضوعياً للمسألة محل النزاع.¹

وعلى الرغم من أن كلا المنهجين يشتمل على تنظيمٍ وضعيٍّ يقوم بإعطاء حل مباشر للنزاع المعروف² إلا أنه يوجد اختلاف كبير بينهما هو: أن منهج القواعد الموضوعية لا يسري أصلاً إلا على العلاقات ذات الطابع الدولي، أما المنهج ذو التطبيق الضروري، فوضع ليحكم الروابط الداخلية أو ذات العنصر الأجنبي دون أن يضع أي اعتبار للطابع الدولي، لأن الهدف الأول له هو تحقيق المصالح السياسية التي تبتغيها السياسية التشريعية في المجال الاقتصادي والاجتماعي.³

واعتمد المشرع الأردني منهج القواعد ذات التطبيق الضروري في علاجه للقانون الواجب التطبيق على العلامات التجارية لكن دون أن يورد نصاً صريحاً بذلك،⁴ فنعرض المعايير التي يستند إليها إعمال هذا المنهج ومن ثم بيان الأثر المترتب على إعماله في فرعين متتاليين.

الفرع الأول : معايير إعمال منهج القواعد ذات التطبيق الضروري:

ظهر منهج القواعد ذات التطبيق الضروري أو قواعد البوليس نتيجة لتزايد تدخل الدولة في مختلف المجالات، حيث أخذت تزيد من مساحة القواعد القانونية ذات الصفة الآمرة⁵ فأضحت فكرة

د1. أحمد عبد الكريم سلامة، القواعد ذات التطبيق الضروري وقواعد القانون العام، مرجع سابق، ص13.

د2. أحمد عبد الكريم سلامة، القواعد ذات التطبيق الضروري، مرجع سابق، ص13.

د3. محمد عبدالله محمد المؤيد، مرجع سابق، ص464-466.

د4. عبد الكريم محسن أبو دلو، مرجع سابق، ص105.

د5. أحمد عبد الكريم سلامة، القواعد ذات التطبيق الضروري، مرجع سابق، ص17 و24.

القواعد ذات التطبيق الضروري، والتي درج الفقه التقليدي على تسميتها بقواعد البوليس والأمن، من الأفكار الأساسية التي تحتل مكاناً بارزاً في مجال النظرية العامة للتنازع الدولي للقوانين.

ونظراً لغياب ارادة المشرع الصريحة التي تفصح بأن قانون العلامات التجارية من القواعد ذات التطبيق الضروري أو بيان النطاق المكاني لسريانه بالاستناد إلى ضوابط كالإقامة أو الجنسية، فإنه يتعين البحث في المعايير التي وضعها الفقه لتشخص القواعد بأنها ذات تطبيق ضروري، وتتمثل في¹:

أولاً: المعيار الغائي:

يرتكز هذا المعيار على الغاية التي يتواخاها القانون. ولذلك يجب التفريق بين نوعين من القواعد: إحداهما يهدف إلى حماية مصلحة الجماعة وأخرى تهدف إلى حماية مصلحة الأفراد. تتسم القواعد الأولى بالإقليمية، فتسري على الأفراد الموجودين على إقليم الدولة ودون تفرقة بين وطني أو أجنبي. أما القواعد الثانية، فتتمتد إلى خارج حدود الدولة ويطبقها القاضي الوطني أو الأجنبي. والقواعد الأولى دون الثانية تعدّ من القواعد ذات التطبيق الضروري.²

¹. أحمد عبد الكريم سلامة، القواعد ذات التطبيق الضروري، مرجع سابق، ص51.

². أحمد عبد الكريم سلامة، القواعد ذات التطبيق الضروري، مرجع سابق، ص60-64.

ثانياً: المعيار المادي أو العضوي:

يقوم هذا المعيار على تدخل الدولة وتنظيمها للمصالح الاقتصادية والاجتماعية. ولا يقوم على الهدف الذي يسعى إليه المشرع فقط بل يجب احترام القواعد ذات التطبيق الضروري تلبيةً لمتطلبات هذا التنظيم السياسي والاجتماعي والاقتصادي للدولة.¹

ثالثاً: المعيار الوظيفي أو الموضوعي

يجمع هذا المعيار بين المعيارين الغائي والمادي، حيث تم تعريف القواعد ذات التطبيق الضروري بأنها: "القواعد التي قد تلازم تدخل الدولة والتي ترمي إلى تحقيق وحماية المصالح الحيوية والضرورية الاقتصادية والاجتماعية للجماعة، والتي يترتب على عدم احترامها إهدار ما تبتغيه السياسة التشريعية، وتكون واجبة التطبيق على كافة الروابط التي تدخل في مجال سريانها أياً كانت طبيعتها وطنية أو ذات طابع دولي".²

ويتبين مما تقدم، أن العلامات التجارية الأجنبية في الأردن يطبق عليها القانون الأردني للعلامات التجارية متى ما طلبت منه الحماية ، إذ يتسم بطابع إقليمي لتحقق المعيار الغائي فيه. ويتحقق فيه أيضاً المعيار المادي لأنه يتعلق بالأمن والتنظيم الاقتصادي للدولة والمتمثل بضرورة

¹د. أحمد عبد الكريم سلامة، القواعد ذات التطبيق الضروري، مرجع سابق، ص65-70.

²د. أحمد عبد الكريم سلامة، القواعد ذات التطبيق الضروري، مرجع سابق، ص71-72.

حماية مصلحة جمهور المستهلكين. وبذلك يجتمع المعيارين الغائي والمادي لينطبق المعيار الوظيفي على هذا القانون فيصدق وصف قواعده بأنها ذات تطبيق ضروري.¹

الفرع الثاني: الأثر المترتب على إعمال منهج القواعد ذات التطبيق الضروري:

يترتب على اعتبار قانون العلامات التجارية الأردني من القواعد ذات التطبيق الضروري أنه يرتبط تطبيقه مع انعقاد الاختصاص القضائي للمحاكم الأردنية، إذ يتوجب على القاضي الأردني متى ما تعلق النزاع بهذا القانون ودون المرور بقواعد الأسناد² أن يطبق القانون الأردني للعلامات التجارية دون غيره على العلامات الأجنبية والوطنية على قدم المساواة فيما يتعلق بحمايتها مدنياً وكذلك يطبق المسجل في وزارة الصناعة والتجارة - الجهة المختصة بتسجيل العلامات التجارية- قانون العلامات التجارية الأردني فيما يتعلق بشروط تسجيل العلامات التجارية الموضوعية والشكلية دون الالتفات إلى القوانين الأجنبية. أما قرار المسجل بقبول أو برفض تسجيل علامة تجارية أجنبية فلا يدخل في نطاق مشكلة تنازع القوانين كونه يخضع للقضاء الإداري.

¹د. عبد الكريم محسن أبو دلو، مرجع سابق، ص109.

²د. أحمد عبد الكريم سلامة، القواعد ذات التطبيق الضروري، مرجع سابق، ص26، د. ابراهيم أحمد ابراهيم، تنازع القوانين وتنازع الاختصاص القضائي الدولي، مكتبة سيد وهبة، القاهرة، 1983، ص257، د. محمد وليد المصري، مرجع سابق، ص65 وما بعدها،

د. عبد الكريم محسن أبو دلو، مرجع سابق، ص96.

الفصل الرابع

نطاق تطبيق قانون العلامات التجارية الأردني

رأينا في الفصل السابق، أن قواعد القانون الأردني للعلامات التجارية الذي أدمجت فيه القواعد الموضوعية تنسم بأنها ذات تطبيق ضروري تحكم العلامات التجارية الأجنبية متى ما انعقد الاختصاص للقضاء الأردني، إذ يطبقه القاضي الأردني على الحماية المدنية دون الالتفات إلى قواعد الإسناد أو كون العلامات التجارية مملوكة لشخص أجنبي أو أن المنشأة التي تميز بضائعها أو خدماتها توجد في بلد أجنبي. وكذلك المسجل يطبق القانون الوطني على كل مسألة تتعلق بتسجيل العلامة التجارية الأجنبية.

إلا أن قانون العلامات التجارية الأردني خلا من نصوص مباشرة تتعلق بنطاق تطبيقه على العلامات التجارية الأجنبية وتحديد المسائل التي يحكمها¹. ولأن الحق في العلامة التجارية ذو طابع خاص مزدوج لا يحكمه قانون واحد بل لكل جانب منه نظام قانوني مستقل عن الآخر يحكمه قانون مختلف، فيقسم هذا الفصل إلى مبحثين: يتناول الأول نطاق تطبيق قانون العلامات التجارية باعتباره قانون بلد طلب الحماية. وأما الثاني، فيخصص لبيان المسائل التي تخرج عن نطاقه.

¹د. عبد الكريم محسن أبو دلو، مرجع سابق، ص 253.

المبحث الأول

المسائل التي يحكمها قانون العلامات التجارية الأردني

يطبق قانون العلامات التجارية الأردني على معظم المسائل المرتبطة بالعلامات التجارية الأجنبية ، إلا أنه يخرج من حكمه بعض المسائل التي تنصرف قواعد الإسناد إليها.¹ ولذلك يتناول هذا المبحث المسائل التي يحكمها التشريع الأردني من خلال مبحثين: يعرض الأول مسألة نشوء الحق في العلامات التجارية الأجنبية وزواله، وأما الثاني، فيتناول مسألة حماية العلامات التجارية الأجنبية المسجلة منها وتلك غير المسجلة.

المطلب الأول

نشوء الحق في العلامات التجارية الأجنبية وزواله

إن نشوء الحق في العلامة التجارية وزواله من المسائل التي تدرج تحت قانون بلد طلب الحماية، حيث ينظم قانون العلامات التجارية الأردني تلك المسائل على وجه التفصيل² ببيانه أسباب كسب هذا الحق وانقضائه. فالحق في العلامة التجارية ينشأ عن طريق واقعة مادية بحتة تتمثل بالاستعمال الجدي والمستمر في تمييز البضائع أو المنتجات أو الخدمات بشكل منتظم وغير منقطع³ أو عن طريق التسجيل وهو النتيجة النهائية لسير في اجراءات شكلية ينص عليها القانون ابتداء من تقديم طلب.

¹.د. عبد الكريم محسن أبو دلو، مرجع سابق، ص 254.

².د. عبد الكريم محسن أبو دلو، مرجع سابق، ص 254.

³.د. مصطفى كمال طه، مرجع سابق، ص 849

لدى الجهة المختصة لغاية الموافقة عليه وتنتهي بإصدار شهادة به¹، حيث تساهم تلك المسائل في تكوين الحق بالعلامات التجارية وترتبط بطبيعتها القانونية التي يعترف بها النظام القانوني² فالأثر الذي يترتب على تسجيل العلامة أو استعمالها يختلف من تشريع لآخر وعلة ذلك ترجع إلى الإجراءات التي تحددها التشريعات الوطنية للجهات المختصة بالتسجيل، لذلك هناك بعض التشريعات يجعل للتسجيل أثراً مقررراً لملكية العلامة، والبعض يجعل للتسجيل أثراً منشئاً لها، في حين إن بعض التشريعات قد جعلت للتسجيل أثراً منشئاً مؤجلاً لملكية العلامة.³

أما قانون العلامات التجارية الأردني اعتبر تسجيل العلامة التجارية قرينة على ملكيتها ويجوز هدم هذه القرينة بدليل عكسي، بحيث إذا ارتطم حق الشخص الذي سجلت العلامة باسمه بحق مستعمل سابق لهذه العلامة فيكون للشخص الذي استعملها أولوية على الشخص الذي سجلت باسمه.⁴ وفي ضوء ما تقدم، إن تسجيل العلامة التجارية في التشريع الأردني ذات أثر مقرر للحق في تلك العلامة في البداية ومنشئ في نهاية مدة محددة، فإن مضت تلك المدة دون اعتراض أو منازعة في التسجيل يكون هذا الأخير منشئاً للحق في العلامة، مع بقاء أسبقية الاستعمال أساس إنشاء الحق في ملكية تلك العلامة.⁵

¹د. ماهر فوزي حمدان، مرجع سابق، ص22.

²د. غالب الداودي، القانون الدولي الخاص الأردني، الكتاب الأول، في تنازع القوانين وتنازع الاختصاص القضائي الدولي وتنفيذ الأحكام الأجنبية، مركز حماد لطباعة، اربد، 1996، ص92.

³د. مصطفى كمال طه، مرجع سابق، ص744.

⁴القرار رقم 73/65 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة 1973، ص1497

⁵د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، مرجع سابق، ص130.

فإذا اعترض مستعمل علامة تجارية أجنبية على تسجيل علامة مشابهة لعلامته في الأردن وإن لم تكن مسجلة ومن شأن هذا التسجيل تضليل جمهور المستهلكين، فإن القانون الأردني يطبق بشأن هذه المنازعة التي تخضع للقضاء الإداري فلا تطرح مشكلة تنازع القوانين بشأنها¹، إذ استقر اجتهاد محكمة العدل العليا - سابقاً - على أنه: " يحق لصاحب علامة مسجلة في الخارج ومستعملة في الأردن ومعروفة فيه، أن يعترض على تسجيل علامة مطابقة لعلامته في الأردن، إذا كان من شأن هذا التسجيل، أن يؤدي إلى غش الجمهور وتشجيع المنافسة غير المحقة طبقاً لأحكام المادتين (14 أو 6/8) من قانون العلامات التجارية، وأنه لا يشترط للاعتراض على علامة تجارية مطلوب تسجيلها في الأردن أن يكون لمقدم الاعتراض علامة تجارية مسجلة في الأردن".²

ونظراً لدور الذي يضطلع به التسجيل في العلامات التجارية والذي ينظم أحكامه القانون الخاص بالعلامات التجارية المتصل اتصالاً وثيقاً بالتنظيم الاقتصادي وأمن الصناعة في الدولة ، لا يتصور أن يهجر المسجل تطبيقه لصالح القوانين الأجنبية³، ولذلك فإن تسجيل علامة تجارية أجنبية داخل الأردن هو في حقيقته احتكار للدولة، إذ تمنح ما تشاء من احتكارات على إقليمها في نطاق تشريعاتها الإقليمية، ولا تملك سوى الجهات الوطنية المختصة تسجيل العلامات التجارية⁴. وما تصدره الجهات المختصة من قرار بتسجيل العلامة الأجنبية في السجلات الوطنية هو من متعلقات سيادة الدولة تخرج من نطاق تنازع القوانين فلا مجال إلا لتطبيق التشريع الوطني.

¹د. محمد وليد المصري، مرجع سابق، ص 49-52.

²القرار رقم 53/4 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين الأردنيين، العدد الرابع، السنة الأولى، 1953، ص 151.

³د. عبد الكريم أحمد سلامة، علم قاعدة تنازع القوانين والاختيار بين الشرائع أصولاً ومنهجاً، مرجع سابق، ص 1032.

⁴د. عبد الكريم محسن أبو دلو، مرجع سابق، ص 63.

وزوال الحق في العلامة التجارية يستند كذلك إلى أسباب تؤدي إلى انقضائه، حيث أن جميع الأمور المتعلقة بنشوء الحق في العلامة التجارية وزواله تخضع لقانون الوطني، الأمر الذي يستحق البحث فيه، وذلك في فرعين متتالين: يتناول الأول تسجيل العلامة التجارية الأجنبية، باعتباره سبباً لكسب الحق فيها. وأما الثاني فيعرض زوال هذا الحق.

الفرع الأول: التسجيل

يعد تسجيل العلامة التجارية الأجنبية احتكاراً بمقتضى ما تفيض به دولة طلب الحماية من سيادة بمنح ما تشاء من الاحتكارات على إقليمها، تتعلق بالأمن الاقتصادي والصناعي لدولة، مما يترتب عليه أن التسجيل ذو طبيعة إقليمية، وتفسير هذه الطبيعة الإقليمية يعود إلى الدور الكبير الذي يلعبه التسجيل، وهو أساس حماية العلامات التجارية. وعليه إن جميع اجراءات التسجيل بغية حماية العلامة التجارية يطبق عليها القانون الوطني، حيث ينقرر الاعتراف بحمايتها من جهات وطنية مختصة، مما يجعله في منأى عن تنازع القوانين.¹

ويعرّف الفقه تسجيل العلامة التجارية بأنه: "النتيجة النهائية لسير في اجراءات محددة ينص عليه القانون ابتداء من تقديم الطلب حتى إصدار شهادة به".² وللتسجيل مفهومان أحدهما داخلي والآخر دولي، ومناطق التفريق بينهما يكمن في النظام القانوني الذي تخضع له اجراءات التسجيل وليس

¹د. عبد الكريم محسن أبو دلو، مرجع سابق، ص 93-95، د. محمد وليد المصري، مرجع سابق، ص 49-52.

²د. ماهر فوزي حمدان، مرجع سابق، ص 22-23.

الأثر المترتب عليه، فالتسجيل الدولي يتم بموجب نظام مدريد¹ أما التسجيل الداخلي فيخضع للأحكام السارية داخل الدولة.

وحيث أن تسجيل العلامات التجارية الأجنبية في الأردن هو عبارة عن طلب مدّ الحماية إلى الأراضي الأردنية فالتشريع الأردني سيطبق حتماً. لذلك يتناول هذا الفرع المسائل المتعلقة بتسجيل العلامات التجارية الأجنبية داخل المملكة من حيث الأنواع التي تندرج تحتها هذه العلامات والشروط الموضوعية والشكلية للتسجيل بالإضافة إلى شروط خاصة بالعلامات التجارية الأجنبية في ما يلي:

أولاً: أنواع العلامات التجارية :

ينبغي أن تصنف العلامة التجارية الأجنبية المراد تسجيلها بأنها نوع معين من تلك الأنواع التي نظمها قانون العلامات التجارية الأردني كعلامات الخدمة أو العلامات الجماعية أو المشهورة، وإلا لن يعترف بها مما سيؤدي إلى رفض تسجيلها داخل الأردن.²

ثانياً: الشروط الشكلية والموضوعية:

تدور شروط تسجيل العلامات التجارية الأجنبية بين ما هو موضوعي يتوقف عليه وجود العلامة التجارية ومنها ما هو شكلي اجرائي،³ فالشروط الموضوعية الواجب توافرها في العلامة التجارية الأجنبية حددها القانون الأردني للعلامات التجارية في المادة السابعة منه وهي ذاتها الشروط

¹ انظر ص 57-59.

² انظر ص 23-24، د. عبد الكريم محسن أبو دلو، مرجع سابق، ص 255.

³ د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، مرجع سابق، ص 143.

اللازم توافرها في العلامات التجارية الوطنية، فيتوجب توافر الشروط الموضوعية في العلامة التجارية حيث لا تكتسب وجودها الفعلي إلا بتحققها.¹

وهذه الشروط هي في حقيقتها مستمدة من الاتفاقيات الدولية، نوردتها فيما يلي:²

1- شرط الجودة:

المقصود بهذا الشرط هو أن تكون العلامة التجارية جديدة في مظهرها الخارجي كوحدة واحدة، حيث لم يسبق استعمالها أو تسجيلها داخل المملكة على نفس البضائع أو المنتجات أو الخدمات. إلا أن شرط الجودة ليس بشرط مطلق ترد عليه قيوداً في مناحٍ ثلاثة: من حيث نوع المنتجات ومن حيث المكان والزمان فمن حيث نوع المنتجات يمكن تسجيل ذات العلامة التجارية فيما يتعلق ببضائع أو منتجات أو خدمات مختلفة ما لم تكن العلامة التجارية مشهورة، إذ أن حمايتها واسعة تشمل منع تسجيل علامة مطابقة أو مشابهة على بضائع أو منتجات أو خدمات متباينة. أما من حيث المكان، فلا يجوز تسجيل ذات العلامة التجارية داخل إقليم الدولة الواحدة ما لم يسمح المسجل بتسجيل ذات العلامة المستعملة من قبل أكثر من شخص في حالات يستصوبها، وهو ما يعرف باستعمال العلامة التجارية بطريق المزاحمة الشريفة.³ وأما من حيث الزمان، فتعتبر العلامة التجارية جديدة وإن كان قد

¹د. عامر محمود الكسواني، مرجع سابق، ص284.

²د. محمد حسني عباس، مرجع سابق، ص307 وما بعدها، د. صلاح الدين الناهي، مرجع سابق، ص242 وما بعدها، د.سميحة القيلوبي، مرجع سابق، ص260 وما بعدها. د.صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، مرجع سابق، ص96 وما بعدها. د. ماهر فوزي حمدان، مرجع سابق، ص23 وما بعدها ، د. عبدالله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص149 وما بعدها.

³المادة (18) من قانون العلامات التجارية الأردني.

سبق استعمالها داخل الدولة على ذات البضائع أو الخدمات كأن يكون مالكةا قد تركها أو لم يتم بتجديدها.

2- شرط التمييز (الصفة الفارقة):

حتى تستطيع العلامة التجارية الأجنبية القيام بوظيفتها الأساسية والمتمثلة بتمييز المنتجات أو البضائع أو الخدمات عن مثيلاتها، يجب أن تكون ذات صفة فارقة على شكل يكفل تمييز بضائع صاحبها عن

بضائع غيره من الناس،¹ أي أن يكون كيانها مميز وإن اشتركت في بعض عناصرها مع علامات أخرى طالما لا تؤدي إلى حصول لبس أو خلط لدى المستهلك. ويتعين الإشارة إلى أن طول المدى لاستعمال العلامة التجارية يجب أخذه بعين الاعتبار عند التحقق من توافر الصفة الفارقة، إذ قد تكون العلامة التجارية الأجنبية المراد تسجيلها مجردة من الصفة الفارقة ومكونة من مواد شائعة الاستعمال في التجارة أو تصف نوع المنتج أو جودته، لكن نظراً لاستعمالها فترة زمنية طويلة ترسخت في ذهن المستهلك، فعندئذ تكون الصفة الفارقة قد تحققت.²

3- شرط المشروعية:

لا يوجد معيار ثابت لتحديد النظام العام والآداب العامة، فهو يختلف من دولة إلى أخرى، حيث لا تنقيد دولة طلب الحماية بالنظام العام والآداب العامة لدولة المنشأ بل يجب اتباع نظامها العام

¹ قرار عدل عليا رقم 88/49، مجلة نقابة المحامين، ص 962، قرار عدل عليا رقم 94/296، مجلة نقابة المحامين، سنة 95، ص 1850.

² الفقرة الأولى من نص السابعة من قانون العلامات التجارية، المادة (15) من اتفاقية ترينس، انظر ص 30.

وآدابها العامة.¹ يجب أن تكون العلامة التجارية الأجنبية مشروعة لا تخل بنظام العام والآداب العامة في الأردن ولا تندرج تحت الحالات التي لا يجوز تسجيل العلامات التجارية فيها.²

4- شرط قابلية الإدراك بالنظر:

عملاً بما قضت به اتفاقية تريس أن شرط قابلية إدراك العلامة التجارية بالنظر جوازي للدولة العضو،³ حيث اختار المشرع الأردني إضافة شرط قابلية الإدراك بالنظر بموجب القانون المعدل.⁴ حيث لا يجوز تسجيل العلامات المكونة من عناصر غير مادية كالعلامات الأجنبية الصوتية أو المتعلقة بحاسة الشم.

ويضاف إلى هذه الشروط شرطاً رابعاً ورد على سبيل التخيير، إلا أنه وفي حالات تسجيل علامات تجارية أجنبية يعتبر في غاية الأهمية وهو سلطة المسجل في طلب ترجمة للعلامة التجارية الأجنبية إلى اللغة العربية، لكي يتسنى له التحقق من توافر كافة الشروط والعناصر الواجب توافرها في العلامات التجارية المراد تسجيلها.⁵

وأما الشروط الشكلية للتسجيل، فتركز في مجموعة من الإجراءات حددها المشرع الأردني، حيث التزم بأحكام المعاهدات النازمة للعلامات التجارية وأخذ بمبدأ المعاملة الوطنية، فقضت المادتين السادسة والحادية عشر منه بأنه يحق لأي شخص تقديم طلب تسجيل علامة تجارية، إذ جعل

¹نوري حمد خاطر، مرجع سابق، ص295.

²الفقرة الأولى من المادة 15 من اتفاقية تريس، المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية الأردني، انظر ص27-28.

³المادة السابعة من قانون العلامات التجارية.

⁴د. عبدالله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص153، د. صلاح زين الدين، العلامات وطنياً ودولياً، مرجع سابق، ص107.

⁵المادة (21) من نظام العلامات التجارية الأردني.

الباب مفتوحاً أمام أيّ شخص دون تحديد من حيث الجنسية سواء أكان أجنبياً أم وطنياً طالما أنه صاحب الحق في تسجيلها.

وبداية يُقدم طلب تسجيل العلامة الأجنبية إلى الجهة الوطنية المختصة¹، مسجل العلامات التجارية في وزارة الصناعة والتجارة. حيث يُقدم بنفس الطريقة التي يقدم بها الطلب الاعتيادي للعلامات التجارية الوطنية، فيقوم المسجل بفحصه لتأكد من توافر جميع الشروط والمتطلبات القانونية في التشريع الأردني، وبعد أن يوافق المسجل على طلب تسجيل العلامة الأجنبية يتم نشر إعلان عنه في الجريدة الرسمية لإتاحة الاعتراض لديه خلال ثلاثة أشهر من تاريخ الإعلان عن تسجيلها.

وأذا مضت هذه المدة دون تقديم أي اعتراض من قبل أصحاب الشأن أو إذا صدر قرار برد الاعتراض فإنه يتم قيد العلامة التجارية في سجل العلامات.² ولا يشترط في مقدم الاعتراض أن يكون له مصلحة شخصية مباشرة في الاعتراض على طلب تسجيل العلامة التجارية الأجنبية، بل لكل شخص من جمهور المستهلكين الحق في الاعتراض على طلب تسجيل تلك العلامة.³ وعلة ذلك هو أن الغرض من الاعتراض الذي يقدم بمقتضى المادة (14) من قانون العلامات التجارية الأردني هو حماية مصلحة جمهور المستهلكين من الغش وكذلك المصالح الذاتية المباشرة للمعترض، فقد يكون هذا الأخير تاجراً أو صانعاً أو مقدّم خدمات يملك أو يستعمل علامة مشابهة للعلامة المراد تسجيلها.⁴

¹ هذا ما يُعرف بالتسجيل الاخلي للعلامة التجارية الأجنبية والذي يخضع لقانون العلامات التجارية الأردني.

² المواد 14 و 15 من قانون العلامات التجارية رقم (29) لسنة 2007.

³ ربا طاهر القيلوبي، حقوق الملكية الفكرية، دار الثقافة، عمان، 1998، ص 217.

⁴ ربا طاهر القيلوبي، مرجع سابق، ص 217.

وفي ذات الوقت إن عبارة "الشخص" الواردة في المادة (14) من القانون الأردني للعلامات التجارية، لا تعني الشخص الفضولي الذي لا عمل له سوى الاعتراض ومضايقة طالبي التسجيل، وإنما هي مصلحة التاجر بحكم تجارته وللصانع بحكم صناعته للمنتجات التي تحمل العلامة، وتشمل أيضاً المستهلك بحكم استهلاكه وشرائه وتداوله للبضاعة التي تحمل العلامة التجارية، وإن عدم اشتراط الشارع المصلحة لا يعني أنه لم يقصدها وإنما حماية الجمهور من الغش هي مصلحة الشارع.¹

وتناولت المادة (14) بجميع فقراتها من قانون العلامات التجارية الأردني والمواد (34-45) من نظام العلامات التجارية الأردني اجراءات السير في الاعتراض على طلب تسجيل علامة تجارية سواء أكانت وطنية أم أجنبية، والذي يقدم ضد طالب تسجيل العلامة خلال ثلاثة أشهر من تاريخ نشر الإعلان في الجريدة الرسمية .

حيث يتم تبادل اللوائح: لائحة الاعتراض من المعارض ولائحة جوابية من المعارض ضده. وبعد الإنتهاء من ذلك يأتي دور تقديم البيانات التي يتم الاستناد إليه ، ثم ينظر المسجل في اللوائح والبيانات المقدمة ليصدر قراره بتسجيل او عدم تسجيل العلامة التجارية المعارض عليها. ويجوز الطعن بقرار المسجل استئنافاً بخصوص الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية الأجنبية لدى القضاء الإداري خلال عشرين يوماً من تاريخ قرار المسجل.

وتماشياً مع هذا السياق فإن جميع اجراءات الاعتراض على تسجيل علامة تجارية أجنبية داخل الأراضي الأردنية تخضع للقانون الإداري التي تتصل قواعده بسيادة للدولة، فالهدف الأسمى من

¹ ربا ظاهر القيلوبي، مرجع سابق، ص217.

الإعتراض هو حماية مصلحة عامة تتمثل بمصلحة جمهور المستهلكين ومالك علامة مشابهة أو مطابقة لتلك المعارض على تسجيلها فيتم استبعاده من نطاق تنازع القوانين.

ولأن المشرع الأردني أخذ بنظرية الفحص السابق للعلامة التجارية، فأعطى المسجل صلاحية قبول طلب تسجيل العلامة الأجنبية لكن بفرض قيود أو تعديلات يقوم بإشعار طالب التسجيل بها. وللمسجل رفض طلب التسجيل اذا لم تتوافر به الشروط والمتطلبات القانونية وخاصة في الحالات التي أوردتها المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية الأردني.¹ وعندئذ يكون لطالب تسجيل العلامة الأجنبية الطعن بقرار مسجل العلامات التجارية القاضي برفض طلب التسجيل لدى المحاكم الأردنية التي ستطبق حتماً قوانينها الوطنية كونها تخضع للقضاء الإداري الذي يخرج من نطاق تنازع القوانين.

وقد عالج القضاء الأردني حالات رفض تسجيل علامة أجنبية في الأردن وتم تطبيق القانون الوطني عليها دون منازع ، فحكم بأنه " لا يجوز تسجيل العلامات المخلة بالنظام أو الآداب العامة أو التي تؤدي إلى غش الجمهور عملاً بالمادة 9/8 من قانون العلامات التجارية وحيث أن العلامة

البريطانية، وهي Marks and Spencer المطلوب تسجيلها عائدة إلى شركة (STMICHEAL)

من الشركات المقاطعة، فيكون تسجيل تلك العلامة في سجل العلامات التجارية بوزارة الصناعة والتجارة بالمملكة مخالفاً للقانون، ويكون رفض المسجل لهذه العلامة لهذا السبب واقعاً في محله".²

¹د.صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، مرجع سابق، ص 114، د.عبدالله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص 153 وما بعدها.

² قرار رقم 95/377 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة 1996، ص 629.

ويترتب على ما تقدم، أن جميع اجراءات تسجيل علامة أجنبية داخل الأراضي الأردنية تخضع لقانون العلامات التجارية الأردني، فيُستبعد قيام المسجل بتطبيق قوانين أجنبية على تلك الإجراءات، لأن صلاحياته وسلطاته مستمدة من التشريع الوطني، مما يعني أن تسجيل العلامات التجارية الأجنبية هو اعتراف بها في ظل قانون العلامات التجارية الأردني ، فأى علامة تجارية أجنبية تعترف بها الدولة وتقرر تسجيلها لا تحظى بأي نفاذ دولي في أي دولة أخرى، لأنها هي وحدها صاحبة القرار في الاعتراف أو عدم الاعتراف بالعلامات التجارية ولا مجال لتطبيق القانون الأجنبي ولو نشأ الحق فيها في ظلّه.¹

ثالثاً: الشروط الخاصة:²

لتسجيل علامة تجارية أجنبية في الأردن يلزم توافر شروط خاصة بها إلى جانب الشروط الموضوعية والشكلية التي تشترك بها العلامات التجارية الوطنية والأجنبية. ووردت هذه الشروط في المواد 40 و43 من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (29) لسنة 2007 المعدل لقانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1999 والمستقاة من القواعد الموضوعية التي حملتها المعاهدات الدولية النازمة للعلامات التجارية في طياتها، وذلك على النحو التالي :

1- أن يكون مقدم طلب التسجيل من رعايا إحدى الدول المرتبطة باتفاقية ثنائية أو معاهدة دولية ارتبطت بها المملكة وتمنح الحماية المتبادلة للعلامات التجارية لدى أي منها.

¹د. عبد الكريم محسن أبو دلو، مرجع سابق، ص94.

²د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، مرجع سابق، ص144.

2- أن يكون طلب تسجيل العلامة التجارية الأجنبية في الأردن، مسبقاً بطلب تسجيلها لدى الجهة المختصة في دولة مقدم الطلب.

3- أن يقدم طالب تسجيل العلامة التجارية الأجنبية في الأردن خلال ستة أشهر من تاريخ ايداع طلب تسجيلها إلى الجهة المختصة في دولته. حيث يكون له حق الأولوية على غيره من المستدعين. ويكون تاريخ تسجيل العلامة الأجنبية هو ذاته تاريخ تسجيلها في البلد الأصلي ودون أن يخول لصاحبها إقامة دعوى مدنية أو جزائية ضد أي تعد قبل تاريخ تسجيلها في الأردن.

وترتب على انضمام الأردن إلى بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات التجارية المعتمد في مدريد لسنة 1989 بما في ذلك اللائحة التنفيذية المشتركة بين اتفاق وبرتوكول مدريد،¹ التزام المشرع الأردني بتضمين التشريع الداخلي نظام تسجيل العلامات التجارية دولياً في المادة 43 من قانون العلامات التجارية المعدل رقم (29) لسنة 2007.

وتجنباً من تقديم طلبات تسجيل "علامات تجارية أجنبية" محلية في الأردن، يقدم طلب دولي لامتداد الحماية إلى الأردن عن طريق المكتب الدولي للمنظمة العالمية للملكية الفكرية، حيث يقوم بإرسال هذا الطلب إلى مسجل العلامات التجارية في وزارة الصناعة والتجارة في الأردن الذي يتولى مهام مكتب المنشأ²، فيقوم لدى تسلمه الطلب الدولي لامتداد الحماية إلى الأردن بفحص قانونية تسجيل العلامة التجارية الأجنبية في الطلب وفقاً لأحكام قانون العلامات التجارية الأردني.

¹المادة الثانية من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (29) لسنة 2007.

²المادة 42 من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (29) لسنة 2007.

وعلى المسجل أن يعلم المكتب الدولي بقراره خلال 18 شهراً من تاريخ تسلمه الطلب الدولي ، فإذا أصدر قراراً يقضي بالموافقة يقوم بنشر بيانات ذلك الطلب بهدف تمكين الاعتراض على تسجيلها وفقاً لأحكام المادة 14 من قانون العلامات التجارية الأردني.¹ ومن ثم يقوم بإشعار المكتب الدولي بالاعتراضات المقدمة لتسجيل العلامة التجارية،² لكن إذا انقضت مدة الثمانية عشر شهراً دون اشعار المكتب الدولي تعتبر العلامة مسجلة وفقاً لأحكام القانون.³

ويعتبر تاريخ تسجيل العلامة التجارية الناجمة عن طلب دولي لامتداد الحماية إلى المملكة هو تاريخ تسجيل تلك العلامة في السجل الدولي.⁴

وتجدر الإشارة إلى إن تسجيل علامات تجارية أجنبية في المملكة عن طريق تقديم طلب امتداد الحماية إلى المكتب الدولي أم بتقديم طلب تسجيل لدى مسجل العلامات التجارية في الأردن مباشرة، يرتب كلاهما ذات الآثار وهي حماية العلامة الأجنبية المراد تسجيلها داخل المملكة.⁵

الفرع الثاني: إنقضاء الحق في العلامة التجارية الأجنبية

تقدم القول، بأن الحق في العلامة التجارية يتكوّن بالاستعمال أو بالتسجيل، فالأصل أن الحق في العلامة ينشأ بالاستعمال ولا تنقضي ملكيته بعدم التسجيل أو عدم تجديد التسجيل ما لم يكن

¹المادة 44 من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (29) لسنة 2007.

²المادة 44 من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (29) لسنة 2007.

³المادة 44 من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (29) لسنة 2007.

⁴المادة 43 من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (29) لسنة 2007.

⁵انظر ص 73.

التسجيل ذات أثر ناشئ¹، ومع ذلك يزول الحق في العلامة التجارية الأجنبية المسجلة بالأردن لأسباب أوردتها قانون العلامات التجارية الأردني في مواضع متفرقة ، وهو القانون الذي يحكم المسائل المتعلقة بانقضاء الحق في العلامة التجارية الأجنبية، ويمكن ردّ أسباب انقضاء تلك العلامة في النقاط التالية:

أولاً: ترقيين العلامة التجارية الأجنبية المسجلة:

على خلاف الاعتراض الذي يُقدم قبل إصدار شهادة بتسجيل العلامة التجارية والمفتوح أمام أي شخص وإن لم تكن له مصلحة مباشرة ، هنالك طلب ترقيين العلامة وهو طلب شطب أو إلغاء العلامة التجارية من السجل، ولا يكون هذا الطلب إلا للعلامات التجارية المسجلة.²

إلا أنه لا مجال للبحث في تنازع القوانين على مسألة تقديم طلبات شطب تسجيل علامة تجارية أجنبية كونها تدخل في نطاق القانون الإداري وإن تناولها قانون العلامات التجارية.

ويشترط لتقديم طلب شطب علامة تجارية أجنبية مسجلة أن يكون مقدم الطلب من أصحاب المصلحة في تقديمه، كأن يكون مالكاً لعلامة مشابهة للعلامة التجارية الأجنبية المسجلة أو مستعملاً لعلامة تجارية مطابقة أو مشابهة سابق على تسجيل العلامة الأجنبية المطلوب ترقيتها.³

ويتعين أن يستند هذا الطلب لحكم المادة (24) من قانون العلامات التجارية الأردني، كأن يتم تسجيل العلامة التجارية الأجنبية دون مراعاة لأحكام القانون أو أن العلامة التجارية الأجنبية تُستعمل لغير البضائع التي سجلت لأجلها أو أنه تم تسجيلها دون أن تكون ذات صفة فارقة أو أن تكون من

¹د. عبدالله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص 219.

²د. عبدالله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص 219.

³ريا ظاهر القيلوبي، مرجع سابق، ص 250

العلامات المحظورة بموجب المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية أو إذا كان بقاء العلامة التجارية الأجنبية من شأنه أن ينشئ منافسة غير عادلة. وفي مثل هذه الحالات يلزم تقديم طلب ترقيين العلامة التجارية الأجنبية خلال خمس سنوات من تاريخ تقديم طلب تسجيلها.¹ وكما يؤسس طلب ترقيين العلامة التجارية وفقاً لأحكام المادة (22) من قانون العلامات التجارية الأردني، حيث نصت على أنه "... يجوز لأي شخص ذي مصلحة أن يطلب من المسجل إلغاء تسجيل أي علامة تجارية مسجلة لغيره إذا لم يستعملها فعلياً وبصورة مستمرة خلال السنوات الثلاث التي سبقت الطلب إلا إذا أثبت مالك العلامة التجارية أن عدم استعمالها يعود إلى ظروف تجارية خاصة أو إلى أسباب مسوغة حالت دون استعمالها.."

وأياً كان سبب تقديم طلب الترقيين، فإنه يجب تقديمه إلى مسجل العلامات التجارية مرفقاً به البيانات الداعمة له. ولمالك العلامة التجارية الأجنبية أن يقدم لائحة جوابية على طلب ترقيين علامته دون أن يتعين عليه تقديم بينات، وذلك لأن الترقيين هو بمثابة نزع للملكية فيتعين على طالب الترقيين إثبات زعمه بتقديمه بينة أكيدة لا تدع مجالاً لشك.²

وللمسجل بعد تقديم طلب ترقيين العلامة التجارية الأجنبية أن يحيله إلى المحكمة الإدارية وله أن يفصل في المسألة بعد سماع الفرقاء ذوي الشأن. وأجازت المادتين (22) و(24) من قانون

¹د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، مرجع سابق، ص224.

²ربا ظاهر قيلولبي، مرجع سابق، ص253.

العلامات التجارية الطعن بقرار المسجل في طلب ترقيين العلامة التجارية الأجنبية استثناءً أمام القضاء الإداري والذي يستبعد من نطاق تنازع القوانين.¹

ثانياً: شطب العلامة التجارية رضائياً:

قد يتقدم مالك العلامة التجارية الأجنبية لشطبها من سجل العلامات التجارية الأردني، إذ له كل الحق في التقدم بطلب شطبها لأي سبب يراه هو مناسباً أو من يقوم مقامه قانوناً أو اتفاقاً لدى المسجل.²

ثالثاً: شطب العلامة التجارية إدارياً:

كما يتم شطب العلامة التجارية عن طريق مسجل العلامات التجارية متى ما مضت سنة واحدة على انتهاء مدة حمايتها ودون أن يبادر مالكها إلى تجديدها ودفع الرسوم المقررة، وفي مثل هذه الحالة لا تحتاج إلى إصدار قرار من مسجل أو من المحكمة. وهو ما يعرف بمبدأ الشطب الحكمي.³

واعتماداً على ما سبق، يطبق على أسباب نشوء الحق وزواله في العلامة التجارية الأجنبية قانون العلامات التجارية الأردني، ومن غير المنطق أن يُطبق القانون الأجنبي عليها كونها تدخل جميع هذه المسائل ضمن صلاحيات المسجل في وزارة الصناعة والتجارة الذي سيطبق حتماً ودون منازع القانون الوطني عليها حيث لا تطرح مشكلة تنازع القوانين بشأنها.

¹د. محمد وليد المصري، مرجع سابق، ص 49-52.

²د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، مرجع سابق، ص 239، د. عبدالله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص 222.

³د. عبد الكريم محسن أبو دلو، مرجع سابق، ص 297، بخصوص مبدأ الاستقلال انظر ص 56.

المطلب الثاني

حماية العلامات التجارية الأجنبية

تعد حماية العلامات التجارية من أهم الآثار المترتبة على اكتساب الحق فيها استعمالاً أو تسجيلاً إذ لم تبقى العلامات التجارية من أهم العناصر المعنوية للمشروع التجاري فقط وإنما أصبحت مالياً معنوياً ذو قيمة اقتصادية بالغة تضاف للمحل التجاري لا بل وتفوق قيمة هذا الأخير وتسنقل عنه،¹ فهي الأكثر انتشاراً واتصالاً بالتجارة الدولية، مما جعل الحاجة إلى توفير حماية قانونية ملائمة لها على الصعيد

الدولي أمراً ملحاً لمواجهة صور التعدي المختلفة عليها كالقرصنة،² وهي استخدام ذات العلامة التجارية أو علامة مشابهة لوضعها على منتجات أو بضائع تاجر آخر دون إذن مالكيها أو استخدام علامات تجارية مشهورة لتسويق منتجات عبر وسائل الاتصال الحديثة من قبل غير أصحابها.

ويتعين الإشارة في هذا السياق إلى أن حماية العلامات الأجنبية داخل الأراضي الأردنية تحكمها قوانين مختلفة، وذلك في منحنيين: من حيث إذا كانت العلامات التجارية مسجلة أم غير مسجلة ووقع الإعتداء عليها في الأردن ومن حيث وقوع الإعتداء عليها خارج الأردن. ولذلك ذهب

¹ د. عبدالله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص 168.

² د. عبد الكريم محسن أبو دلو، المرجع السابق، ص 285-286، د. عصمت عبد المجيد وصبري خاطر، الحماية القانونية للملكية الفكرية، بيت الحكمة، بغداد، 2001، ص 103-204.

الفقه¹ إلى التمييز بين حالتين: تتمثل الحالة الأولى بوقوع الاعتداء على علامة تجارية أجنبية داخل الأراضي الأردنية وتم إقامة دعوى للمطالبة بحمايتها أمام القضاء الأردني، فإن قانون العلامات التجارية الأردني يطبق على تلك المسجلة في المملكة نظراً لوجود رابط بين الحق في العلامة التجارية وإقليم بلد الحماية، حيث أن اختيار مالك العلامة التجارية الأجنبية تسجيلها في الأردن لحماية حقه يكون قد قبل ضمناً باختصاص القضاء الأردني واختصاص القانون الأردني. أما غير المسجلة، فيتم اللجوء إلى قواعد المنافسة غير المشروعة والفعل الضار نظراً لحرمان المشرع الأردني العلامات غير المسجلة من الحماية بموجب قانون العلامات التجارية، حيث يطبق القاضي الأردني قانون الدولة التي وقع فيها الفعل المنشئ للالتزام غير التعاقدية وفقاً لمنهج قواعد الإسناد.²

وأما الحالة الثانية تتمثل بوقوع اعتداء على العلامات التجارية الأجنبية خارج الأردن والمسجلة في المملكة، ورفعت دعوى إلى القضاء الأردني للمطالبة بحمايتها، فالقانون الواجب التطبيق يحدد باللجوء إلى قاعدة الإسناد المتعلقة بالالتزامات غير العقدية (الفعل الضار) لانتفاء الارتباط بين الحق في العلامة التجارية الأجنبية والقانون الوطني، حيث أن قانون العلامات التجارية الأردني يتسم بطابع إقليمي ولا تحمي العلامات التجارية بموجبه إلا إذا وقع الاعتداء عليها في الأراضي الأردنية فقط.

إذن في مثل الحالة السابقة يتم أعمال منهج قواعد الإسناد لتعيين القانون الواجب التطبيق.³

¹. عبد الكريم محسن أبو دلو، المرجع السابق، ص 287-290.

². عبد الكريم محسن أبو دلو، المرجع السابق، ص 287 و 324.

³. عبد الكريم محسن أبو دلو، المرجع السابق، ص 288.

وتماشياً مع هذا السياق، نتناول حماية العلامات التجارية الأجنبية من خلال فرعين متتالين:
يخصص الفرع الأول لتحدث عن حماية العلامة التجارية المسجلة، وأما الفرع الثاني فيتناول حماية
العلامات التجارية الأجنبية غير المسجلة.

الفرع الأول: العلامات التجارية الأجنبية المسجلة :

مجاراة لأحكام المعاهدات الدولية التي تقضي بتساوي العلامات التجارية الأجنبية مع تلك
الوطنية في الحماية وإعمالاً بمبدأ تشبيه الوطنيين بالأجانب، تتمتع العلامات التجارية الأجنبية المسجلة
في المملكة بحماية مزدوجة: مدنية وجزائية، تناول أحكامها القانون الأردني للعلامات التجارية. وتخرج
الحماية الجزائية من نطاق تنازع القوانين إلا أننا سنجمل الأحكام التي تناولها قانون العلامات التجارية،
فيعرض هذا الفرع حماية العلامات التجارية الأجنبية المسجلة بشقيها المدنية والجزائية في بندين
متتالين.

أولاً: الحماية المدنية:

بالرجوع إلى نص المادة (34) من قانون العلامات التجارية الأردني، يتضح لنا بأن المشرع
الأردني قد اشترط تسجيل العلامة التجارية الأجنبية في المملكة الأردنية الهاشمية لإقامة دعوى
المطالبة بتعويضات عن أي تعد عليها في الأردن فيما حرم العلامات التجارية الأجنبية غير المسجلة
من إقامتها، الأمر الذي ترتب عليه توجيه سهام النقد إلى ذلك النص من قبل الفقه التجاري.¹

¹د. صلاح الدين الناهي، المرجع السابق، ص259، د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، مرجع
سابق، ص244، د.عبدالله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص172، د. ماهر فوزي حسني محمد، مرجع سابق،
ص90 وما بعدها.

وحاول جانب من الفقه تبرير اشتراط المشرع تسجيل العلامة التجارية لحمايتها مدنياً بأن ارادته قد اتجهت إلى تشجيع مالكي العلامات التجارية وخاصة الأجنبية منها على تسجيلها لدى وزارة الصناعة والتجارة في المملكة.¹

وكما منح قانون العلامات التجارية الأردني مالك العلامة التجارية المسجلة، عند إقامة دعواه المدنية أو الجزائية أو أثناء النظر فيها، أن يطلب من المحكمة المختصة القيام بإجراءات تحفظية نص عليها القانون في المادة (39)، وتهدف إلى الحفاظ على الحق في العلامة التجارية من التعدي الذي وقع عليها أو أصبح وقوعه وشيكاً ويحتمل أن يلحق بمالكها ضرراً يصعب تداركه إن وقع، أو يخشى زوال أدلة ذات صلة بالتعدي،² وتتمثل هذه الإجراءات في: وقف التعدي والحجز التحفظي على البضائع التي ارتكب التعدي بشأنها والمحافظة على الأدلة ذات الصلة بالتعدي.³

وتخضع الإجراءات التحفظية التي يرتبط اتخاذها بتسجيل العلامة التجارية لقانون القاضي،⁴ حيث يسري قانون الدولة التي تقام فيها الدعوى أو تباشر فيها إجراءاتها على هذه الإجراءات وفقاً للمادة (23) من التقنين المدني الأردني وذلك لاتصالها بالنظام العام في الدولة، إذ يلتقي قانون القاضي مع قانون بلد طلب الحماية في حكم هذه الإجراءات.⁵

¹.د. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، مرجع سابق، ص394، د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، مرجع سابق، ص244.

².د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، مرجع سابق، ص267.

³.د. عبدالله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص179.

⁴.د. عبد الكريم محسن أبو دلو، مرجع سابق، ص284.

⁵.د. عبد الكريم محسن أبو دلو، مرجع سابق، ص284.

ثانياً الحماية الجزائئية:

تخرج الحماية الجزائئية عن نطاق تنازع القوانين وتدور هذه الحماية للعلامة التجارية الأجنبية وجوداً وعدمياً مع التسجيل، فمتى ما تم التسجيل تقوم الحماية الجزائئية وإن انعدم التسجيل انعدمت الحماية الجزائئية.¹ حيث تقتصر الحماية الجزائئية على العلامات التجارية المسجلة، فتنصب على الحق فيها بغض النظر عن قيمة البضائع أو المنتجات أو الخدمات التي تميزها وإن لم يلحق بمالك العلامة التجارية أي ضرر من جراء الاعتداء عليها، وحتى دون أن يتم وضع العلامة التجارية فعلاً على البضائع.

ترد على الحماية الجزائئية قيوداً مكانية وزمانية، فمن حيث الزمان لا حماية للعلامة التجارية إلا خلال فترة تسجيلها وهي عشر سنوات أو في مرحلة تجديدها.² وأما من حيث المكان، فتقتصر الحماية الجزائئية على إقليم الدولة التي سجلت فيها.

وإن تنظيم قانون العلامات التجارية الأردني للأفعال التي تشكل اعتداء على العلامات التجارية المسجلة يجعل من قانون العقوبات بمنأى عن تطبيقه على هذه الأفعال إلا إذا لم يرد نص في قانون العلامات التجارية الأردني.³

ونظمت المواد (38، 39) من القانون الأردني للعلامات التجارية هذه الجرائم وتتمثل في:

- تزوير العلامة التجارية أو تقليدها على ذات الصنف التي سجلت العلامة الأصلية من أجلها.

¹د.صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، مرجع سابق، ص247.

²د.صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، مرجع سابق، ص247 وما بعدها، د. عبدالله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص179 وما بعدها.

³د. محمود علي الرشدان، العلامات التجارية، دار المسيرة، عمان، 2009، ص132.

- استعمال علامة تجارية دون وجه حق تعود للغير .

- بيع بضاعة أو اقتنائها للبيع أو عرضها للبيع إذا كانت تحمل علامة مزورة أو مقلدة مع العلم أو بدون علم.

وكما نص قانون العلامات التجارية الأردني على عقوبات تكميلية تُفرض على المعتدي على العلامات التجارية وتتمثل بالمصادرة والإتلاف.

واعتماداً على ما سبق، إن الحماية الجزائية تنحصر في إقليم بلد طلب الحماية وتخرج من نطاق تنازع القوانين كونها تنسم بطابع إقليمي يتصل بسيادة الدولة وبسط سلطاتها على إقليمها،¹ فلا يطبق القاضي الأردني على الحماية الجزائية للعلامات الأجنبية سوى القانون الوطني.² وعليه لا حماية جزائية لعلامة تجارية أجنبية مسجلة في الأردن ووقع الإعتداء عليها خارج الأردن، ولا حماية جزائية لعلامة تجارية مسجلة بالخارج ووقع الاعتداء عليها في الأردن ما لم تكن مسجلة تسجيلاً داخلياً أو دولياً بموجب اتفاقية مدريد لعام 1891.³

الفرع الثاني: العلامات التجارية الأجنبية غير المسجلة:

حرم المشرع الأردني العلامات التجارية غير المسجلة من الحماية المدنية والجزائية وفقاً لأحكامه في الوقت الذي اعترف بالكيان القانوني لها من خلال الاستعمال، حيث عرّف العلامة التجارية بأنها: " أي إشارة ظاهرة يستعملها.."

¹د. عبد الكريم محسن أبو دلو، مرجع سابق، 283.

²د. عبدالله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص199-200، د.صلاح زين الدين، العلامات وطنياً ودولياً، مرجع سابق، ص248.

³د. عبدالله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص199-200.

وكان قانون المنافسة غير المشروعة الطريق الوحيد لحماية العلامات التجارية غير المسجلة، إذ تدارك شرط تسجيل العلامة التجارية للمطالبة بتعويضات عن أي اعتداء عليها.

وإثر انضمام الأردن إلى منظمة التجارة العالمية، صدر قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم (15) لسنة 2000 لينظم كلاً من المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية¹.

وفي مجال المنافسة غير المشروعة بين الأفعال التي تتحقق فيها صورة من صور تلك المنافسة، وقرر الحماية المدنية جراء القيام بمثل هذه الأفعال ووقف التعدي²، فبموجب المادة الثانية من القانون الأردني للمنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية يحق لمالك العلامة التجارية الأجنبية غير المسجلة في المملكة إقامة دعوى المنافسة غير المشروعة وقامت عناصر المسؤولية المدنية وفقاً للقواعد العامة، المادة (265) من التقنين المدني الأردني، والمتمثلة في الفعل والضرر والعلاقة السببية.

على الرغم من اعتراف المشرع الأردني بالكيان القانوني للعلامات التجارية غير المسجلة من خلال استعمالها إلا أنه لم يجعل من قانون العلامات التجارية طريقاً لحمايتها لكنه أجاز لمالك هذه العلامة القيام بإجراءات وقائية تتمثل بالإعتراض على تسجيل أي علامة مشابهة أو مطابقة لعلامته بموجب المادة (14)، وتقديم طلب شطب علامات تجارية مسجلة في الأردن بالاستناد إلى الأسباب الواردة في الفقرات السادسة والسابعة وكذلك الفقرات (10،12) من المادة الثامنة. حيث تزخر المحاكم

¹د. عبدالله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص174.

²د. عبدالله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص186، د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، مرجع سابق، ص245.

الأردنية بالدعاوى المتعلقة بحماية علامات تجارية أجنبية غير مسجلة¹ ومعظمها تعلقت باعتراض مالك علامة أجنبية على تسجيل علامة مشابهة لعلامته في الأردن دون اشتراط تسجيلها² أو بتقديمه طلب شطب علامات مشابهة لها مسجلة في الأردن. واحتلت العلامات الأجنبية المشهورة مكانة كبيرة في تلك الدعاوى، خاصة وأن القانون الأردني أعطى عناية واضحة للعلامات المشهورة والتي فرضت حمايتها من خلال الاتفاقيات الدولية النازمة للعلامات التجارية،³ أهمها اتفاقية باريس لعام 1883 واتفاق الجوانب المتصلة بالتجارة (ترس) لعام 1994.

التي تملكها شركة أخرى خارج الأردن MILLER فقد حكم بأن " قيام المستأنفة بتسجيل العلامة (شركة ميلر بروينغ كومباني) والتي لها شهرة عالمية من شأنه أن يشجع المنافسة غير المحقة ويؤدي إلى تضليل المستهلكين، لأنه يؤدي إلى الخلط بين السلعة الوطنية والسلعة الأجنبية. وإن كون العلامة التجارية الأجنبية غير مسجلة في الأسواق لا يمنع من حمايتها طالما كانت لها شهرة عالمية ويتعين رفض تسجيل أي علامة تحمل نفس الاسم لمنتجات مماثلة وإن العلامة التجارية ولو أنها غير مسجلة

¹د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، مرجع سابق، ص 147.

²انظر القرار ص 72.

³د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، مرجع سابق، ص 160.

في الأردن باسم الشركة المستأنف عليها إلا أن الثابت أنها ملك الشركة الأمريكية المشار إليها. وأصبحت تستعمل في الأردن منذ فترة طويلة وفقاً لتصاريح المشفوعة باليمين المقدمة في الدعوى، واستعمالها قرينة على ملكية هذه الشركة لها....."¹

المطلوب تسجيلها باسم المستأنفة LIONGING وحكم أيضاً ".... وحيث أن العلامة K بدلاً من G باستثناء حرف واحد LIONKING تطابق وتشابه ذات العلامة

المملوكة إلى شركة والت ديزني والمسجلة باسمها في كثير من بلدان العالم بتاريخ سابقة لتاريخ طلب المستأنفة الأمر الذي من شأنه ان يؤدي إلى غش الجمهور كما يؤدي إلى تشجيع المنافسة غير المحقة. وحيث أن اجتهاد محكمتنا قد استقر على منح الحماية للعلامات التجارية المشهورة بغض النظر عن تسجيلها أو استعمالها في المملكة ذلك أن الحماية ليست فقط للعلامات التجارية بل لحماية الجمهور من الخداع والتضليل والغش...."²

وبناء على ما تقدم، لا يصلح الاستناد إلى قانون العلامات التجارية الأردني للمطالبة بحماية العلامات التجارية الأجنبية غير المسجلة مدنياً متى ما وقع الإعتداء عليها في الأردن باستثناء ما أتاحه المشرع الأردني من اتخاذ اجراءات وقائية تتمثل بتقديم طلبات الاعتراض والترقين. حيث حرّمها

¹القرار رقم 97/120 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، 1997، ص351.

²القرار رقم 39 في القضية 99/429 عدل عليا، تاريخ 2001/2/21.

من الحماية المدنية، فتحمي بموجب قانون المنافسة غير المشروعة. ولأن المنافسة غير المشروعة مصدرها غير تعاقدية، فيتم إعمال قاعدة الإسناد المتعلقة بالالتزامات غير التعاقدية في الحالة هذه.¹

المبحث الثاني

المسائل التي تخرج عن نطاق قانون العلامات التجارية الأردني

إن الحق في العلامات التجارية هو حق ملكية من نوع خاص ذات طبيعة مزدوجة، وليس كالتصوير التقليدي للملكية العادية.² في الجانب الأدبي تعتبر العلامات التجارية من ثمرات العقل تنصب على عناصر معنوية تتعلق بعنصر الزبائن أو العملاء،³ فيتوجب حمايتها ويطبق عليها قانون بلد طلب الحماية.

وبمجرد ثبوت ملكية العلامة التجارية لشخص ما يصبح هذا الأخير مالكا لها، ومن ثم يكون له استغلالها والتصرف بها. وهذا هو الجانب المالي من الحق في العلامة التجارية والذي لا يحكمه قانون بلد طلب الحماية.

ولكن تجدر الإشارة إلى ضرورة التفريق بين القانون الذي يحكم إمكانية التصرف بالعلامة التجارية الأجنبية المسجلة والقانون الذي يحكم قابلية التصرف بتلك غير المسجلة، وبينه وبين القانون الذي يحكم التصرف ذاته. يحكم القانون الأردني باعتباره قانون بلد طلب الحماية مدى قابلية التصرف

¹ نصت المادة (22): " يسري على الالتزامات غير التعاقدية قانون البلد الذي وقع فيه الفعل المنشئ للالتزام"، د. عبد الكريم محسن أبو دلو، مرجع سابق، ص342.

² د. عبدالله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص15.

³ د. عبدالله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص15.

بالعلامة التجارية الأجنبية المسجلة في المملكة⁽⁴⁾، فنجد أن المادة (19) من القانون الأردني للعلامات

التجارية قد أجازت لمالك العلامة التجارية التصرف بها استقلالاً عن المحل التجاري.¹

ويطبق بشأن مدى قابلية التصرف بالعلامة التجارية الأجنبية غير المسجلة قانون بلد الأصل.²

وعلة ذلك هو أن المشرع الأردني قد اشترط في الفقرة الرابعة من المادة (19) أن تكون العلامة

التجارية مسجلة ومعترف بها من قبل الجهة الوطنية المختصة، وذلك لغايات قيد التصرفات الواردة

على العلامة التجارية لتكون حجة في مواجهة الغير، فتخضع العلامة التجارية الأجنبية غير المسجلة

إسوة بغيرها من الأموال لقاعدة الإسناد المتعلقة بالمنقولات بشأن تحديد القانون الذي يحكم مدى قابلية

التصرف بها.

وأما التصرف ذاته والوارد على العلامات التجارية الأجنبية سواء المسجلة أو غير المسجلة،

فيخضع للقانون الذي تعينه قواعد الإسناد.

وبالتالي تدخل المسائل المتعلقة بالجانب المالي للعلامات التجارية الأجنبية في نطاق القانون

الذي تحدده قواعد الإسناد العادية.

وتماشياً مع هذا السياق، يعرض هذا المبحث المسائل التي تخرج عن نطاق قانون العلامات

التجارية الأردني فيما يتعلق بالجانب المالي للعلامات التجارية الأجنبية، وذلك من خلال تقسيمه إلى

مطلبين: يتناول الأول التصرفات الواردة على العلامات التجارية الأجنبية. وأما الثاني، فيبحث عن

القانون الواجب التطبيق على التصرفات التي ترد على العلامات التجارية الأجنبية.

¹د عبد الكريم محسن أبو دلو، مرجع سابق، ص 275.

²انظر ص 45.

المطلب الأول

التصرفات الواردة على العلامات التجارية الأجنبية

لمالك العلامة التجارية الأجنبية الحق باستثمارها طالما أن التشريع الأردني الذي يحكم مدى قابلية التصرف بالعلامات التجارية الأجنبية المسجلة في المملكة أو قانون بلد الأصل فيما يتعلق بالعلامات التجارية الأجنبية غير المسجلة في المملكة ، يجيز لحائز تلك العلامة استثمارها.

وتلبية لحاجات التجارة الدولية ومع نظام العولمة الجديد، تطورت وظيفة العلامات التجارية من كونها أداة تدل على مصدر المنتجات أو السلع أو الخدمات إلى أداة تضمن جودة المنتجات أو السلع أو الخدمات،¹ ففضت اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس) بجواز التصرف في العلامة التجارية استقلالاً عن المحل التجاري، فسار المشرع الأردني على نهجها فقام بإجراء تعديل مؤداه جواز التصرف بالعلامة التجارية بصورة مستقلة عن المشروع التجاري بموجب القانون المعدل لقانون العلامات التجارية لسنة 1952 الذي كان يربط مصير العلامات التجارية بالمحل التجاري ويحظر التصرف في العلامة التجارية بشكل مستقل.²

وتعدّ العقود الطريق الأصيل لاستغلال العلامات التجارية الذي رسمته القوانين.³ ولذلك نجمل ما قد يبرم من عقود ترد على العلامات التجارية الأجنبية في فرعين متتاليين، يعرض الفرع الأول العقود الناقلة لملكية العلامات التجارية الأجنبية، فيما يتناول الفرع الثاني العقود غير الناقلة لمليتها.

¹ منصور عبد السلام الصرايرة، الترخيص باستعمال العلامات التجارية/دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، جامعة مؤتة، 2003، ص17، انظر ص 1.

² المادة 19 من قانون العلامات التجارية الأردني، منصور عبد السلام الصرايرة، مرجع سابق، ص7.

³ عبد الكريم محسن أبو دلو، مرجع سابق، ص312.

الفرع الأول: العقود الناقلة لملكية العلامات التجارية الأجنبية:

لمالك العلامة التجارية الأجنبية إبرام عقود تنتقل بموجبها ملكية العلامة التجارية كعقد البيع والتنازل.

وبيع العلامة التجارية أو التنازل عنها هو عقد يتنازل حائز العلامة التجارية عن حقوق ملكيته المعترف له بها على تلك العلامة.¹

وأما التنازل عن العلامة التجارية، فقد يكون عن طريق الهبة أو بالتخلي عن ملكيتها كأن يكتشف مالكا أن مالكا آخر له الأولوية بملكيتها، فيتنازل عنها لصالح ذلك المالك تلافياً للتقاضي.² وقد لا يكون بيع العلامة التجارية رضائياً كأن يتم الحجز على العلامة التجارية من قبل دائن مالكا، فيقوم الدائن ببيعها بالمزاد العلني لغايات استيفاء حقه.³

الفرع الثاني: العقود غير الناقلة لملكية العلامات التجارية الأجنبية:

وقد تكون العلامات التجارية محلاً لعقود لا يترتب عليها انتقال ملكيتها بل يبقى مالكا حائزاً لها كعقد الترخيص باستعمالها وعقد رهن العلامة التجارية.

يعد عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية من العقود الحديثة نسبياً، وبموجبه يتم الاتفاق خطياً بين مالك العلامة التجارية وهو المرخص وشخصاً آخر وهو المرخص له سواء أكان شخصاً

¹د. نعيم مغيب، الماركات التجارية والصناعية: دراسة في القانون المقارن، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2005، ص140.

²د. محمود علي الرشدان، مرجع سابق، ص103.

³د. محمود علي الرشدان، مرجع سابق، ص103.

طبيعياً أم معنوياً على أن يستعمل المرخص له العلامة التجارية على كل أو بعض السلع أو المنتجات أو الخدمات مقابل مبلغ محدد، وذلك خلال مدة متفق عليها أو محددة بنص القانون.¹

وقد يكون عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية محتكراً على المرخص له يستأثر به لوحده، فيمتنع على مالك العلامة التجارية أن يبرم عقد ترخيص مع شخص آخر وهو ما يعرف بعقد الترخيص الاستثنائي.²

وأما عقد رهن العلامات التجارية فهو اتفاق رضائي يلتزم بمقتضاه مالك العلامة التجارية بأن يجعل علامته محل ضمانٍ لدين عليه، ويترتب للدائن المرتهن بموجب عقد رهن العلامة التجارية حقاً عينياً تبعياً يتقدم به على سائر الدائنين العاديين عند اقتضاء دينه.³

المطلب الثاني

القانون الواجب التطبيق على العقود المرتبطة بالعلامات التجارية الأجنبية

ولأن العلامات التجارية مال ذو قيمة اقتصادية يدخل في الجانب الإيجابي للذمة المالية لمالكها، فيمكن أن تكون محلاً لكثيرٍ من العقود المرتبطة باستغلال العلامات التجارية، حيث يخضع هذا التصرف إلى القواعد العامة وبالإضافة إلى قواعد خاصة يشترطها قانون العلامات التجارية.⁴ ولا يكفي تطرق العنصر الأجنبي إلى أحد عناصر العقود المرتبطة بالعلامات التجارية لإسباغ الصفة الأجنبية عليها بل لا بدّ من أن يتضافر كلٌّ من المعيارين القانوني والاقتصادي، فلا يتحقق المعيار

¹ منصور عبد السلام، مرجع سابق، ص40، نصت الفقرة الثانية من المادة (16) من قانون العلامات التجارية الأردني أنه لا يجوز أن تتجاوز مدة الترخيص على المدة المقررة لحمايتها.

² د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، مرجع سابق، ص217-218.

³ د. محمود علي الرشدان، مرجع سابق، ص111-112.

⁴ منصور عبد السلام الصرايرة، مرجع سابق، ص16، د. عبد الكريم محسن أبو دلو، مرجع سابق، ص312.

الاقتصادي إلا إذا ترتب على هذه العقود تحقيق مصالح تجارية دولية تتجاوز اقتصاد الدولة الواحدة.¹ ويخالف الطابع الدولي للعقود المرتبطة بالعلامات التجارية تزامناً وتنازلاً بين القوانين،² فلا يتحدد أيّاً من بين هذه القوانين المتوجب تطبيقه على تلك العقود إلا بالرجوع إلى قواعد الإسناد الواردة في التقنين المدني والمخصصة لتحديد القانون الذي يحكم الالتزامات التعاقدية،³ فقانون العقد ينأي بعيداً بقانون بلد طلب الحماية ليحكم التنظيم العقدي للعلامات التجارية الأجنبية في الأردن..

يهدف هذا المطلب إلى تحديد القانون الواجب التطبيق على التنظيم العقدي المرتبط باستغلال العلامات التجارية الأجنبية فيما يتعلق بالأحكام الموضوعية والشكلية لهذه العقود، وذلك بتقسيمه إلى ثلاثة أفرع متتالية: يتناول الفرع الأول القانون الواجب التطبيق على الأحكام الموضوعية للعقود، وأما الفرع الثاني فيتناول القانون الواجب التطبيق على الأحكام الشكلية للعقود. ويعرض الفرع الثالث حالات يمتنع فيها القاضي الأردني عن تطبيق القانون الأجنبي.

الفرع الأول: الأحكام الموضوعية للعقود:

سنّ المشرع قاعدة إسناد ذات خيارات أو ضوابط متعددة تتعلق بالأحكام الموضوعية للالتزامات العقدية، حيث جعل من إرادة المتعاقدين الأساس في اختيار القانون الذي يطبق على العقد،⁴ وهو ما يدعي "بقانون الإرادة".⁵

¹ د. محمد وليد المصري، مرجع سابق، ص 180، د. هشام علي صادق، مرجع سابق، ص 2-3.

² د. نادر عبد الحليم السلامة، عقد الترخيص باستعمال العلامات التجارية في التشريع الأردني/دراسة مقارنة، الجامعة الأردنية، عمان، 2011، ص 137.

³ المادة (20) من القانون المدني الأردني

⁴ د. غالب الداودي، القانون الدولي الخاص الأردني، مرجع سابق، ص 185.

⁵ د. محمد وليد المصري، مرجع سابق، ص 181.

ولأطراف العقد مطلق الحرية في اختيار القانون الذي يحكم عقدهم بشكل صريح أو ضمني، وعلى أن يكون هذا القانون الإرادي ذات صلة بمحل العقد مثلاً أو مكان إبرامه أو تنفيذه.¹

وفي حالة سكوت الأطراف عن تحديد القانون الواجب التطبيق على العقد، يتضح لنا بالرجوع إلى قاعدة الإسناد الأردنية بموجب المادة (20) من التقنين المدني أنها كرست ضابطي إسناد بدليين يُعمل بهما في تلك الحالة، وهما: قانون الموطن المشترك للمتعاقدين أو قانون مكان إبرام العقد إذا لم يكن للمتعاقدين موطناً مشتركاً.²

وأكدت محكمة التمييز الأردنية في إحدى قراراتها على تطبيق قانون مكان إبرام العقد في حالة غياب اتفاق الأطراف على القانون المختص وانعدام الموطن المشترك بينهما، وإن كان العقد مبرماً بين أردني وشركة أجنبية مسجلة في الأردن إلا أن مقرها الرئيسي في واشنطن.³

وفي حالات أخرى تثار مشكلة تحديد قانون مكان إبرام العقد كأن يصدر القبول من أحد المتعاقدين في دولة والإيجاب من المتعاقد الآخر في دولة أخرى، إلا أن المادة (101) من التقنين المدني الأردني عالجت هذه الحالة، إذ ينعقد العقد بمجرد وصول الخطاب إلى الموجب إليه وإعلان قبوله، وهو ما يعرف بنظرية مكان صدور القبول التي أخذ بها المشرع الأردني.⁴

¹د. غالب الداودي، القانون الدولي الخاص الأردني، مرجع سابق، ص 185، د. محمد وليد المصري، مرجع سابق، ص181.

²د. محمد وليد المصري، مرجع سابق، ص185.

³تمييز حقوق رقم 83/539، مجلة نقابة المحامين، سنة 37، عدد 10، ص2019.

⁴د. عدنان السرحان و نوري خاطر، شرح القانون المدني "مصادر الحقوق الشخصية"، اريد، 1997، ص78.

الفرع الثاني: الأحكام الشكلية للعقود:

تنص المادة (21) من القانون المدني الأردني على أنه: " تخضع العقود ما بين الأحياء في شكلها لقانون البلد الذي تمت فيه ويجوز أيضاً أن تخضع للقانون الذي يسري على أحكامها الموضوعية كما يجوز أن تخضع لقانون موطن المتعاقدين أو قانونهما الوطني المشترك".

من خلال نص المادة السابقة نجد أن المشرع الأردني قد اعتد بأكثر من ضابط إسناد فيما يتعلق بشكلية التصرفات، فتعتبر الشكلية صحيحة إذا تمت وفقاً لقانون محل إبرام العقد أو القانون الذي يسري على أحكامه الموضوعية أو قانون موطن المتعاقدين أو قانونهما الوطني المشترك.¹

وتجب الإشارة إلى أن بعض الإجراءات الشكلية تخرج عن نطاق قاعدة الإسناد المتعلقة بخضوع شكل التصرف لقانون محل إبرامه خاصة وأن تكييف الإجراءات الشكلية ذو أهمية بالغة لمعرفة فيما إذا كانت تتعلق بالشكل أم بالموضوع.²

والشكلية التي يتطلبها قانون العلامات التجارية الأردني في المادة (19) منه تتمثل بقيد التصرفات الواردة على العلامات التجارية في سجلاتها ونشرها في الجريدة الرسمية. حيث تهدف من هذا الإشهار والإعلان إلى اعلام الغير بالتصرف ليصبح حجةً في مواجهة الغير ونافذاً بحقه.³

¹.د. غالب الداودي، القانون الدولي الخاص الأردني، مرجع سابق، ص 194.

².د. غالب الداودي، القانون الدولي الخاص الأردني، مرجع سابق، ص 194، د. محمد وليد المصري، مرجع سابق، ص212.

³.د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، مرجع سابق، ص221-223.

وبتحديد الغاية من هذه الشكلية، يذهب الفقه إلى أن الأشكال الخاصة بالشهر تخضع لقانون الدولة التي يحتج فيها بالعقد. وتبرير ذلك أن الشكلية التي يقصد بها حماية الغير ونفاذ العقود في مواجهته يحقق الاستقرار في المعاملات، فتدخل في صميم الأمن المدني وتخضع للقانون الإقليمي.¹

أما الشكلية الأخرى التي يتطلبها القانون الأردني للعلامات التجارية في الفقرة الثانية من المادة (25) هو أن يكون عقد الترخيص باستعمال العلامات التجارية مكتوباً،² فيستند في مدى اشتراط الدليل الكتابي لإثبات العقد أم لإنعقاده إلى القانون الذي يحكم الشكل.³

وبناء على ذلك، لو كان القانون الذي يحكم الشكل لا يتطلب الدليل الكتابي للإثبات في حين أن قانون القاضي يتطلب هذا الدليل، فيجوز للمتعاقدين إثبات العقد بدليل آخر غير الكتابة وفقاً للقانون الذي يحكم الشكل، أما إذا كان القانون الذي يحكم الشكل يتطلب الدليل الكتابي للإثبات في حين لا يتطلبه قانون القاضي، فلا يجوز للمتعاقدين إثبات العقد إلا كتابة.⁴ وتبرير الحالة الأولى هو أن قاعدة "شكل التصرف يخضع لقانون محل إبرامه" تهدف إلى التيسير على المتعاقدين وتجنب أي قيد يفرضه قانون القاضي الذي لم يكن بالإمكان توقع أحكامه ومراعاة للصلة الوثيقة بين شكل

¹ د. عز الدين عبدالله، تنازع القوانين، مرجع سابق، ص 505، د. محمد كمال فهمي، أصول القانون الدولي الخاص، ط2، 1992،

² منصور عبد السلام الصرايرة، مرجع سابق، ص 81.

³ د. محمد وليد المصري، مرجع سابق، ص 212.

⁴ د. محمد كمال فهمي، مرجع سابق، ص 597، د. عز الدين عبدالله، تنازع القوانين، مرجع سابق، ص 507.

التصرف وإثباته.¹ وأما الحالة التي يتطلب فيها القانون الذي يحكم الشكل الكتابة للإثبات فلا مبرر من أن لا يسمح القاضي بتكوين اقتناعه بدليل آخر طبقاً لأحكام قانونه.²

وتجدر الإشارة أيضاً إلى أن شكل الوصية أو التصرف المضاف إلى ما بعد الموت يستثنى من نطاق قاعدة الإسناد المتعلقة بشكل التصرفات، حيث أن قواعد انتقال العلامات التجارية الأجنبية بالميراث أو الوصية يطبق عليها قانون جنسية المورث أو الموصي أو من صدر منه التصرف المضاف إلى ما بعد الموت وقت وفاته،³ فمثلاً إذا توفى مالك العلامة التجارية الأجنبية المسجلة في الأردن فإن انتقال هذه العلامة إلى الورثة يحكمها قانون الدولة التي ينتمي إليها المالك.

وأما أهلية المتعاقدين، فيطبق عليها قانون الدولة التي ينتمي إليها الأشخاص بجنسيتهم.⁴

الفرع الثالث: حالات استبعاد تطبيق القانون الأجنبي:⁵

على القاضي الأردني أن يتمتع عن تطبيق القانون الأجنبي الذي يحكم أحد العقود المرتبطة بالعلامات التجارية متى ما وجد أن قواعده تخالف النظام العام والآداب العامة بمقتضى أحكام المادة (29) من التقنين المدني الأردني.

لقد قضت الفقرة الأولى من المادة التاسعة من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم (15) لسنة 2000 بأنه إذا ورد في عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية نصاً أو شرطاً مقيداً للمنافسة وذات أثر سلبي على التجارة كمنع المرخص له من المنازعة إدارياً وقضائياً في العلامة التجارية التي يتم الترخيص باستعمالها أو إلزام المرخص له أن يقبل بعقد الترخيص بمجموعة من

¹د. محمد كمال فهمي، مرجع سابق، ص 598.

²د. محمد كمال فهمي، مرجع سابق، ص 598.

³المادة (18) من القانون المدني الأردني رقم (43) لسنة 1976.

⁴الفقرة الأولى من المادة (12) من القانون المدني الأردني رقم (43) لسنة 1976.

⁵د. عبد الكريم محسن أبو دلو، مرجع سابق، ص 326-327.

الحقوق بدلاً من الحق الواحد، فإنه يتعين على القاضي استبعاد القانون الأجنبي الذي يجيز بذلك
والحكم ببطلان النص أو الشرط.¹

¹د. عبد الكريم محسن أبو دلو، مرجع سابق، ص 327.

الفصل الخامس

الخاتمة والنتائج والتوصيات

أولاً: الخاتمة:

لقد تناولت هذه الدراسة موضوع القانون الواجب التطبيق على العلامات التجارية لما يترتب على تحديده من أهمية من الناحيتين القانونية والاقتصادية، فلم تعد العلامات التجارية عنصر من عناصر المشروع التجاري الذي تميز بضائعه أو منتجاته أو خدماته فقط بل أصبح يُنظر إليها باعتبارها مالاً منقولاً ذا كيان قانوني ابداعي مميز وقيمة اقتصادية بالغة، يحرص القانونين والاقتصاديون على حمايتها كونها تخدم مصلحتين في آن واحد مصلحة المستهلك من جهة ومالكها من جهة أخرى.

ونظراً لاهتمام الشركات الأجنبية بالسوق الأردنية سواء من الناحية الإستهلاكية أو الانتاجية، قام الأردن بتهيئة بيئة استثمار ملائمة أسهمت في تدفق العديد من العلامات التجارية الأجنبية إلى الأسواق الأردنية، الأمر الذي ترتب عليه ازدياد في عدد طلبات تسجيل العلامات الأجنبية أمام الجهات المختصة في الأردن والقضايا أمامها وأمام المحاكم الأردنية.

ومن هذا المنطلق جاءت الدراسة لتحديد القانون الواجب التطبيق على العلامات التجارية الأجنبية داخل الأراضي الأردنية ، في الوقت الذي نقل فيه الدراسات والأبحاث بهذا الشأن.

ابتدأت دراستي لموضوع القانون الواجب التطبيق على العلامات التجارية باستعراض المشكلة التي نحن بصددنا والمتمثلة في مدى صلاحية قواعد الإسناد المتعلقة بالمنقولات، المنهج التقليدي لحل مشكلة تنازع القوانين، لتحديد القانون الواجب التطبيق على العلامات التجارية في وقت سكت المشرع الأردني عن تخصيص قاعدة إسناد تعين القانون الذي يحكم مفردات الملكية الفكرية، العلامات التجارية واحدة منها. وتمهيداً لمعالجة موضوع الدراسة تم الوقوف على العلامات التجارية دولياً ووطنياً في الفصل الثاني من حيث نشأتها وتطورها التاريخي والتشريعي، تلاها التعريف بالعلامات التجارية وتمييزها عما يشابهها من أوضاع من خلال تناول العناصر التي يجب أن تتكون منها العلامات التجارية لتصبح ذات صفة مميزة جديدة لا تشبه غيرها من العلامات، خالية من أي مساس بالنظام العام والآداب العامة ومؤهلة للتسجيل لغايات حمايتها.

أما الفصل الثالث من هذه الدراسة، فخصص لتحديد القانون الواجب التطبيق على العلامات التجارية الأجنبية. وتحقيقاً لهذه الغاية عرض الفصل بداية كيفية تطرُق العنصر الأجنبي إلى العلامات التجارية وإسباغها بطابع دولي تتنافس تشريعات الدول لحكمها. ولإن قواعد القانون الدولي الخاص تمتاز بتعدد المناهج المتبعة لحل مشكلة " تنازع القوانين " وإزاء طرح العلامات التجارية في إطار هذه المشكلة، فتم الوقوف على تلك المناهج لتحديد القانون الواجب التطبيق عليها، لذلك قُسم الفصل الثالث إلى مبحثين: تناول الأول أعمال منهج قواعد الإسناد وفقاً لتشريع الأردني من خلال تحديد الطبيعة القانونية للعلامات التجارية وهي العملية الأولية لإنتقاء قاعدة الإسناد الأكثر ملائمة ، تلاه بيان صلاحية منهج

قواعد الإسناد لتعيين القانون الذي يحكم العلامات التجارية وتسليط الضوء على الآراء الفقهية في هذا الصدد. وأما المبحث الثاني، فخصص لإعمال منهج القواعد الموضوعية التي تقدم حلاً مباشراً للنزاعات المشوبة بعنصر أجنبي، عن طريق تناول دور المعاهدات والاتفاقيات الدولية النازمة للعلامات التجارية في ارساء هذا المنهج، تلاه استعراض موقف المشرع الأردني إثر انضمام الأردن لمنظمة التجارة العالمية وتوقيعه على المعاهدات النازمة للعلامات التجارية، حيث ان قانون العلامات التجارية متعلق بسياسية وأمن الدولة الاقصاديين والمستمدة أحكامه من الاتفاقيات الدولية، إذ تسمو على التشريع الوطني متى ما تعارض معها إعمالاً بالتدرُّج التشريعي في النظام القانوني الأردني. واعتمد المشرع الأردني منهج القواعد ذات التطبيق الضروري فيحكم العلامات التجارية الأجنبية دون الاعتماد بكونها أجنبية.

وعرض الفصل الرابع من الدراسة نطاق قانون العلامات التجارية الأردني كونه الواجب التطبيق على حماية العلامات الأجنبية في الأردن مدنياً ، فهو قانون بلد طلب الحماية والمؤيد تطبيقه من قبل المعاهدات الدولية إلا أنه لا يشمل كافة المسائل المتصلة بالعلامات التجارية الأجنبية تلك المتعلقة بالجانب المالي منها والمسائل المتصلة بالعلامات الأجنبية غير المسجلة حمايةً وتصرفاً.

ثانياً: النتائج:

أسفرت عن هذه الدراسة نتائجٍ نعرضها في الآتي:

1- إن الاتجاه السائد يعتبر أن الحق في العلامة التجارية من نوع خاص ذا طبيعة مزدوجة، تمنح مالكة نوعان من الحقوق: حق معنوي يتمثل بالكيان القانوني للعلامة التجارية الإبداعي والمميز، حيث يعطي صاحب العلامة الحق في حمايتها ضد أي تقليد أو منافسة غير مشروعة تؤدي إلى ايقاع

جمهور المستهلكين ضحية للتقليد والغش. والآخر حق مالي ملموس، يجعل لمالك العلامة التجارية استغلال علامته والتصرف فيها ليستفيد من المردود المالي الناتج عن هذه الممارسة. وكل منهما يخضع لنظام قانوني مختلف يترتب عليه اختلاف المنهج الذي يحدد القانون الواجب التطبيق عليه.

2- إن قاعدة الإسناد المتعلقة بالمنقولات في القانون المدني الأردني غير مختصة بحكم حماية العلامات التجارية الأجنبية مدنياً، الشق المعنوي منها، نظراً للطبيعة الخاصة للحق فيها التي لا تدرجه تحت أي طائفة من طوائف الحقوق التقليدية. وبالإضافة إلى ذلك، إن حكم المادة (24) من التقنين المدني الأردني يعطل أعمال منهج قواعد الإسناد بالنسبة للعلامات التجارية. وأما التصرف بالعلامة التجارية، الشق المالي من العلامة التجارية، فيحكمه القانون الذي تحدده قاعدة الإسناد المتعلقة بالالتزامات التعاقدية.

3- على الرغم من عدم صلاحية أعمال قاعدة الإسناد المتعلقة بالمنقولات بالنسبة للعلامات التجارية حمايةً (مدنياً)، ظهرت نظريات فقهية نادت بتطبيق قانون بلد الأصل على العلامات التجارية، حيث انطلقت من قاعدة الإسناد المتعلقة بالمنقولات التي اتخذت من قانون موقع المال ضابط اسناد، وهو ما يتعدى إنصرافه للعلامات التجارية الأجنبية المسجلة داخل المملكة لصعوبة تمركزها في مكان واحد. أما العلامات التجارية الأجنبية غير المسجلة في المملكة، فيصلح أن يحكمها قانون بلد الأصل فيما يتعلق بمكنة مالكة من التصرف فيها فقط.

4- تفوق منهج القواعد الموضوعية الذي يعطي حلاً مباشراً للمسائل ذات العنصر الأجنبي على منهج قواعد الإسناد في تحديده القانون الواجب التطبيق على حماية العلامات التجارية مدنياً. حيث شيدت الاتفاقيات الدولية النازمة للعلامات التجارية صرح هذا المنهج فأصبحت من أهم مصادره. إذ

تضمنت على قواعد موضوعية تؤيد تطبيق قانون بلد طلب الحماية الذي يحمل في طياته قواعد ذات تطبيق ضروري. وكان الهدف الأسمى من ارساء تلك القواعد الموضوعية هو القضاء على التباين بين التشريعات الوطنية وتفاوت حماية العلامة التجارية عن طريق توحيدها، فاتخذت المعاهدات من مبدأ تشبيه الوطنيين بالأجانب وإلزام الدول الأعضاء على تضمين أحكامها في التشريعات الوطنية وسيلة لتوحيدها.

5- إن منهج القواعد الموضوعية الذي أرسته الاتفاقيات الدولية المتعلقة بالعلامات التجارية هو تنظيم دولي تنطبق عليه الصفة التشريعية، حيث تضمنته معاهدات جماعية تتسم بطابع تنظيمي. والنظام القانوني لا يقتصر مفهومه على الدولة وإنما يمتد إلى المجتمع الدولي أيضاً.

6- الاتجاه الفقهي الحديث يناهز بتطبيق قانون بلد طلب الحماية على العلامات التجارية، فهو الأنسب من حيث: أن قوانين العلامات التجارية هي قوانين تتعلق بقواعدا بمسائل الأمن الاقتصادي تطبق مباشرة على النزاع الدولي دون الاعتداد بكونه ذات طابع دولي. وإن بلد طلب الحماية هو المكان الذي يكون قد وقع فيه الإعتداء فمن باب أولى تطبيق قانونه.

7- من متطلبات انضمام الأردن للاتفاقيات النازمة للعلامات التجارية والمنبثقة عن منظمة التجارة العالمية هو تعديل التشريع الخاص بالعلامات التجارية بما يتلاءم مع المبادئ والقواعد التي تضمنتها تلك الاتفاقيات، فالتشريع الأردني هو الذي يحكم العلامات التجارية الأجنبية حمايةً وتسجيلاً داخل الأراضي الأردنية باعتباره قانون بلد طلب الحماية والمؤلف من قواعد تتسم بطابع إقليمي وذات تطبيق ضروري دون تفرقة بين العلامات التجارية الأجنبية وتلك الوطنية. وبهذا يشترك كل من منهجي القواعد الموضوعية والمنهج ذات التطبيق الضروي في تحديد القانون الواجب التطبيق على الحماية

المدنية للعلامات التجارية ، وذلك تماشياً مع التنظيم الثنائي للعلامات التجارية: الدولي والوطني. حيث يسمو التنظيم الدولي على الوطني فيعدل هذا الأخير متى ما تعارض معه ويندمج في قواعده ذات التطبيق الضروري لاتصالها بسياسية الدولة وأمنها الاقتصادي.

8- على الرغم من اعتماد المشرع الأردني لمنهج القواعد ذات التطبيق الضروري، إلا أنه لم يوضح في قانون العلامات التجارية الطابع الإقليمي لقواعده مما أثار حفيظة الفقه ليضع معايير تحدد القواعد ذات التطبيق الضروري. وكذلك لم يسنّ المشرع الأردني نصوصاً مباشرة تحدد المسائل التي يحكمها قانون العلامات التجارية كحماية العلامات التجارية مدنياً والتصرف بها.

9- إن قرار تسجيل علامات تجارية أجنبية هو اعتراف من قبل جهات وطنية منحها القانون هذا الاختصاص تدخل في صميم سيادة الدولة وتحقيق مصالحها الاقتصادية، فيطبق على تسجيل العلامات التجارية الأجنبية التشريع الوطني حتماً ودون منازع حيث يتم استبعاده من نطاق تنازع القوانين كونه يخضع للقانون الإداري وكذلك المسائل المتعلقة بالتسجيل كالاعتراض وتقديم طلبات الترقين. والحماية الجزائية للعلامات التجارية الأجنبية تخرج أيضاً من نطاق مشكلة تنازع القوانين ولا يتم طرح هذه المشكلة بشأنها كون أن الشق الجزائي يتصل بسياسية الدولة في العقاب.

10- بالرغم من أن قانون بلد طلب الحماية هو صاحب الاختصاص الأصيل بحكم حماية العلامات التجارية المسجلة في المملكة مدنياً متى ما وقع الإعتداء داخل الأراضي الأردنية ورفعت بشأنه دعوى أمام المحاكم الأردنية، إلا أن حماية العلامات التجارية الأجنبية غير المسجلة في الأردن مدنياً تخرج من دائرة الحماية بموجب أحكام القانون الأردني للعلامات التجارية وطريق حمايتها هو قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية الأردني إعمالاً بقاعدة الإسناد المتعلقة بالالتزامات غير التعاقدية.

وأما طلبات الاعتراض والشطب المقدمة من مالكي علامات أجنبية غير مسجلة، فيطبق عليها القانون الأردني للعلامات التجارية.

11- إذا أقيمت دعوى المطالبة بتعويضات أمام القضاء الأردني جراء التعدي على علامات تجارية أجنبية مسجلة في الأردن خارج الأراضي الأردنية، فإنه يتم اللجوء إلى قواعد الإسناد المتعلقة بالالتزامات غير التعاقدية، ليطبق عليها قانون مكان وقوع التعدي (الفعل الضار).

12- يختلف القانون الذي يحكم قابلية التصرف بالعلامة التجارية عن ذلك الذي يحكم التصرف ذاته، فالأول يحكمه قانون بلد طلب الحماية فيما يتعلق بالعلامات التجارية الأجنبية المسجلة أو قانون البلد الذي يوجد فيه المشروع التجاري الذي تستعمل العلامة التجارية على بضائعه فيما يتعلق بالعلامات التجارية غير المسجلة، وذلك كون أن المشرع الأردني استبعدها من نطاق حمايته واشترط ليكون التصرف حجة في مواجهة الغير أن يتم قيد التصرف في سجل العلامات التجارية ونشره في الجريدة الرسمية. وأما الثاني فيطبق عليه القانون الذي تعينه قواعد الأسناد المتعلقة بالالتزامات التعاقدية.

13- يعدّ الشق المالي من الحق في العلامات التجارية الأجنبية استثناءً يستبعد فيه اللجوء إلى القانون الأردني للعلامات التجارية باعتباره قانون بلد طلب الحماية ذات التطبيق الضروري، ويستعان بقواعد الإسناد الأردنية لتحديد القانون الذي يحكم التصرف بالعلامات التجارية الأجنبية.

14- إن العقود المرتبطة بالعلامات التجارية هي الطريق الأصيل لاستغلال العلامات التجارية، فيحكمها القانون الذي تعينه قاعدة الإسناد المتعلقة بالالتزامات التعاقدية. حيث يطبق على الشروط الموضوعية للعقود المرتبطة بالعلامات التجارية قانون الإرادة وإذا سكت الأطراف عن تحديده فيطبق قانون موطن المتعاقدين المشترك أو مكان إبرام العقد. وأما الشروط الشكلية التي يتطلبها القانون

الأردني للعلامات التجارية والخاصة بإشهار التصرف ونفاذه في مواجهة الغير يحكمه قانون الدولة التي يحتج فيها بالعقد. وتخضع الكتابة في عقود الترخيص باستعمال العلامات التجارية للقانون الذي يحكم الشكل لتمييز بين أنها شكلية لازمة للإثبات العقد أم انعقاده.

15- ولأن فقه القانون الدولي المعاصر لا يعتبر منهج قواعد الإسناد الوسيلة الوحيدة لحل مشكلة تنازع القوانين وإنما تتعايش مناهج القانون الدولي الخاص لتجعل من قواعده متميزة عن غيرها من قواعد القوانين الأخرى ، حيث يتعاون منهج القواعد الموضوعية ذات المصدر الدولي مع منهج القواعد الوطنية ذات التطبيق الضروري ليقف إلى جانب منهج قواعد الإسناد التقليدي، فتتكافل المناهج الثلاث لتحديد القوانين التي تحكم جانبي العلامات التجارية: المعنوي والمالي، وتلك المسجلة منها وغير المسجلة.

ثالثاً: التوصيات:

- 1- نظراً لقيام القانون المدني الأردني بتقسيم الحقوق إلى ثلاثة أنواع عينية وشخصية وفكرية دون إيضاح الطبيعة القانونية لحقوق الملكية الفكرية، العلامات التجارية واحدة منها، ندعو المشرع الأردني إلى تحديد هذه الطبيعة بما ينسجم والنظرية القائلة بالطبيعة الخاصة المزدوجة لهذه الحقوق.
- 2- لاستقبال الأردن العديد من العلامات التجارية الأجنبية أكثر مما تصدره من علامات وطنية، نوصي المشرع الأردني بتخصيص قاعدة إسناد لتحديد القانون الواجب التطبيق على كل مسألة من المسائل التي يمكن أن تثار في موضوع العلامات التجارية، كما فعل المشرع الكويتي، حيث نصت المادة (58) من قانون تنظيم العلاقات القانونية ذات العنصر الأجنبي رقم (5) لسنة 1961 على القانون الواجب التطبيق على مفردات الملكية الصناعية.

3- نتمنى على المشرع الأردني أن يورد نصاً صريحاً في قانون العلامات التجارية يوضح بأن قواعده تتعلق بسياسة الدولة وأمنها الاقتصادي ليحسم الخلاف حول معايير تشخيص قواعده بأنها ذات تطبيق ضروري. وأن يحدد نطاق تطبيقه فيما يتعلق بحماية العلامات التجارية الأجنبية وتسجيلها وقابلية التصرف فيها.

3- تأييداً لتوصيات الفقه والباحثين في مجال حماية العلامات التجارية المتعلقة بدعوة المشرع الأردني إلى ضرورة تعديل نص المادة (34) من قانون العلامات التجارية لتشمل تلك غير المسجلة وتمكين مالكيها من المطالبة بتعويضات جراء التعدي عليها في المملكة، نوصي أيضاً المشرع الأردني بأن يعدل ذات المادة من ذات القانون، لتطبق على العلامات التجارية الأجنبية غير المسجلة باعتباره قانون بلد طلب الحماية المؤلف من قواعد ذات تطبيق ضروري، وذلك لتجنب التعارض بين الأحكام الصادرة في الدعاوى المتعلقة بحماية العلامات التجارية الأجنبية المسجلة وتلك غير المسجلة مدنياً، حيث تختلف مناهج حل مشكلة تنازع القوانين في كل منها مما يؤدي إلى اختلاف القانون الواجب التطبيق عليها، إذ يطبق قانون المنافسة غير المشروعة على العلامات الأجنبية غير المسجلة والذي تحدده قاعدة الإسناد المتعلقة بالالتزامات غير التعاقدية، وأما العلامات الأجنبية المسجلة فيطبق عليها قانون العلامات التجارية الأردني إعمالاً بمنهج قواعد التطبيق الضروري.

4- نظراً لاعترف المشرع الأردني بالكيان القانوني للعلامات التجارية غير المسجلة عن طريق الاستعمال بموجب المادة الثانية من قانون العلامات التجارية وحرمانها من الحماية المدنية وفقاً لنص المادة (34)، حبذا لو يزيل المشرع الأردني التناقض بين نص المادتين السابقتين من ذات القانون، وذلك لغايات جعل تنظيم حماية العلامات التجارية سواء أكانت مسجلة أم غير مسجلة وطنية كانت أم

أجنبية في قانون العلامات التجارية الأردني وحدةً واحدة بدلاً من تشتت أحكام حمايتها، فالطريق الوحيد لحماية العلامات غير المسجلة هو قانون المنافسة غير المشروعة. ونقيض ذلك هو ما أجازته قانون العلامات التجارية الأردني لمالك العلامة الأجنبية غير المسجلة القيام بإجراء وقائي يتمثل بتقديم اعتراض على تسجيل علامة مشابهة لعلامته، وكما أجاز القيام بإجراء علاجي يتمثل بتقديم طلب شطب علامة مسجلة مشابهة لعلامته، فإذا كان تبرير حرمان المشرع للعلامات غير المسجلة من الحماية هو تشجيع مالكي العلامات التجارية على تسجيلها، فلا تبرير لتناقض تنظيم أحكام العلامات التجارية وتشتتها.

5- إثراء المكتبات القانونية بمزيد من الدراسات المختصة بتحديد القانون الواجب التطبيق على مسائل الملكية الفكرية بشقيها الأدبي والصناعي، نظراً للأهمية التي ينعقد عليها تحديد ذلك القانون، فهي الأكثر تعرضاً لتزاحم تشريعات الدول على حكمها.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: الكتب المنهجية:

- 1- ابراهيم، أحمد ابراهيم(1983). تنازع القوانين و الاختصاص القضائي الدولي، القاهرة: سيد عبدالله وهبة.
- 2- ابراهيم، أحمد ابراهيم (1992). القانون الدولي الخاص. الكتاب الأول "مركز الأجانب وتنازع القوانين، دون مطبعة .
- 3- أبو دلو، عبد الكريم محسن (2004). تنازع القوانين في مسائل الملكية الفكرية:دراسة مقارنة، عمان:دار وائل للنشر والتوزيع
- 4- بالي، سمير فرنان، وحمد، نوري(2007).الموسوعة العلمية في العلامات الفارقة التجارية والمؤشرات الجغرافية والرسوم و النماذج الصناعية: دراسة مقارنة، بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية
- 5- الخشروم، عبدالله حسين،(2005). الوجيز في حقوق الملكية الصناعية و التجارية. ط1، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
- 6- خاطر، نوري حمد (2005). شرح قواعد الملكية الفكرية الملكية الصناعية: دراسة مقارنة بين القانون الأردني والإماراتي والفرنسي. ط1، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
- 7- الداوودي، غالب (1996). القانون الدولي الخاص الأردني في تنازع القوانين وتنازع الاختصاص القضائي الدولي وتنفيذ الأحكام الأجنبية:دراسة مقارنة. ط1، اريد: مركز حماد للطباعة.

- 8- الداوودي، غالب. (1976). القانون الدولي الخاص العراقي. ط1، بغداد: دار الحرية.
- 9-الرشدان، محمود علي (2009). العلامات التجارية. ط1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- 10-الزعبي، أحمد عوض (2011). مدخل إلى علم القانون. ط2، عمان: إثراء للنشر والتوزيع.
- 11- زين الدين، صلاح (2015). العلامات التجارية وطنياً ودولياً. ط3، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- 12- زين الدين، صلاح (2000). الملكية الصناعية والتجارية. ط1، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- 13- زين الدين، صلاح (2007). شرح التشريعات الصناعية والتجارية. ط1، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- 14- السرحان، عدنان، و خاطر، نوري (2008). شرح القانون المدني: مصادر الحقوق الشخصية. ط1، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- 15- السلامة، نادر عبد الحميد (2011). عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في التشريع الأردني: دراسة مقارنة. ط1، عمان: عمادة البحث العلمي - الجامعة الأردنية
- 16- سلامة، أحمد عبد الكريم (1997). علم قاعدة تنازع القوانين والاختيار بين الشرائع أصولاً ومنهجاً. المنصورة: مكتبة دار الجلاء.

- 17- سلامة، أحمد عبد الكريم (1987). القواعد ذات التطبيق الضروري وقواعد القانون العام في القانون الدولي الخاص. ط1، القاهرة: دار النهضة العربية.
- 18- السنهوري، عبد الرزاق (1973). الوسيط في شرح القانون المدني. ط، بيروت: دار إحياء التراث العربي.
- 19- صادق، هشام علي (1974). تنازع القوانين: دراسة مقارنة في المبادئ العامة والحلول الوضعية المقررة في التشريع المصري. ط3. الاسكندرية: منشأة المعارف.
- 20- صادق، هشام علي (1995). القانون الواجب التطبيق على عقود التجارة الدولية. ط1، الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.
- 21- طه، مصطفى كمال (1969). القانون التجاري اللبناني. ط1، بيروت: دار النهضة العربية.
- 22- عباس، محمد حسني (1971). الملكية الصناعية والمحل التجاري. ط1، القاهرة: دار النهضة العربية.
- 23- عبد الرحمن، جابر جاد (1969). تنازع القوانين. ط1، القاهرة: دار النهضة العربية.
- 24- عبدالله، عز الدين (1986). القانون الدولي الخاص: في تنازع القوانين وتنازع الاختصاص القضائي الدوليين. ط7، القاهرة: دار النهضة العربية.
- 25- عشوش، أحمد عبد المجيد (1989). تنازع مناهج تنازع القوانين. ط1، الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة.

- 26- غانم، اسماعيل (1958). النظرية العامة للحق. ط2، القاهرة: مكتبة عبدالله وهبة.
- 27- فهمي، محمد كمال (1992). أصول القانون الدولي الخاص. ط2، القاهرة: مؤسسة الثقافة الجامعية.
- 28- القيلوبي، ربا (1998). حقوق الملكية الفكرية. ط، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- 29- القيلوبي، سميحة (1996). الملكية الصناعية. ط2، القاهرة: دار النهضة العربية.
- 30- الكسواني، عامر محمود (2011). القانون الواجب التطبيق على مسائل الملكية الفكرية: دراسة مقارنة. ط1، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
- 31- محمدين، جلال وفاء (2000). الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقاً لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية. ط1، الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة
- 32- مصري، محمد وليد (2011). الوجيز في شرح القانون الدولي الخاص. ط2، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع
- 33- مغبغب، نعيم (2005). الماركات التجارية والصناعية. ط1، بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية
- 34- مؤيد، محمد عبدالله محمد (1998). منهج القواعد الموضوعية في تنظيم العلاقات الخاصة ذات الطابع الدولي: دراسة تأصيلية. ط1، القاهرة: دار النهضة العربية.
- 35- الناهي، صلاح الدين عبد اللطيف (1982). الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية. ط1، عمان: دار الفرقان.

36- نمر، أبو العلا علي أبو العلا (1998). الحماية الوطنية في ظل اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية جات 1994. القاهرة: دار النهضة العربية.

37- الهداوي، حسن (2001). القانون الدولي الخاص: تنازع القوانين. ط3، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

ثانياً: رسائل الماجستير والدكتوراه:

1- اسماعيل، محمد حسين (1978). الحماية الدولية للعلامة التجارية. (أطروحة دكتوراة)، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.

2- حمدان، ماهر فوزي (1998). حماية العلامات التجارية: دراسة مقارنة. (رسالة ماجستير)، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن

3- الصرايرة، منصور عبد السلام (2004). الترخيص باستعمال العلامة التجارية في القانون الأردني: دراسة مقارنة، (رسالة ماجستير)، جامعة مؤتة، الكرك، الأردن.

4- الطاهات، هشام محمد (2006). القانون الواجب التطبيق على حق المؤلف، (رسالة ماجستير)، جامعة مؤتة، الكرك، الأردن.

ثالثاً: القرارات القضائية:

1- عدل عليا (88/49) ، مجلة نقابة المحامين، سنة 1989، ص926.

2- عدل عليا (55/4) ، مجلة نقابة المحامين، سنة 1955 ، ص6.

- 3- عدل عليا (66/32) ، مجلة نقابة المحامين، سنة 1966، ص913.
- 4- عدل عليا (73/65)، مجلة نقابة المحامين، سنة 1973، ص1497.
- 5- عدل عليا (53/4) ، مجلة نقابة المحامين الأردنيين، سنة 1953، ص151.
- 6- عدل عليا (94/296) ، مجلة نقابة المحامين، سنة 1995، ص1850.
- 7- عدل عليا (95/377) ، مجلة نقابة المحامين، سنة 1996، ص629.
- 8- عدل عليا (97/120) ، مجلة نقابة المحامين، سنة 1997، ص351.
- 9- عدل عليا 39 في القضية 99/429 ، تاريخ 2001/2/21
- 10- تمييز حقوق (83/539)، مجلة نقابة المحامين، سنة 37، عدد 10، ص2019.

رابعاً: القوانين:

- 1- القانون المدني الأردني رقم (43) لسنة 1976.
- 2- قانون العلامات التجارية رقم (29) لسنة 2007.
- 3- قانون العلامات التجارية الأردني رقم (34) لسنة 1999.
- 4- قانون العلامات التجارية الأردني رقم (29) لسنة 1952.
- 5- قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم (15) لسنة 2000.
- 6- قانون التجارة الأردني رقم (12) لسنة 1966.
- 7- قانون براءات الاختراع الأردني رقم (32) لسنة 1999.

8- قانون تنظيم العلاقات القانونية ذات العنصر الأجنبي الكويتي رقم (5) لسنة 1961.

خامساً: الاتفاقيات والبروتوكولات:

- 1- اتفاقية باريس الخاصة بحماية الملكية الصناعية لسنة 1883.
- 2- اتفاقية مدريد الخاصة بالتسجيل الدولي للعلامات التجارية لسنة 1981.
- 3- بروتوكول اتفاق مدريد الخاص بالتسجيل الدولي للعلامات التجارية لسنة 1989.
- 4- اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية تريس (TRIPS) لسنة 1994.