Dirasat: *Shari'a and Law Sciences*, Volume 48, No. 3, 2021

Deanship of Scientific Research

Registration and its Impact on the Legal Protection of the Trademark: An Analytical Study of the Provisions of the Jordanian Trademark Law

Ibrahim Mohammad Obeidat

Department of Private Law, Faculty of Law, Yarmouk University, Jordan.

Received: 28/7/2020
Revised: 15/11/2020
Accepted: 23/12/2020
Published: 1/9/2021

Citation: Obeidat, I. M. (2021). Registration and its Impact on the Legal Protection of the Trademark: An Analytical Study of the Provisions of the Jordanian Trademark Law. *Dirasat: Shari'a and Law Sciences*, *48*(3), 34–51. Retrieved from https://dsr.ju.edu.jo/djournals/index.php/Law/article/view/2567

© 2021 DSR Publishers/ The University of Jordan.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) license https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

Abstract

The Jordanian legislator approved on the legal protection for the trademark as an intellectual property right. This protection comes as a result of the provisions and rules which are provided by the Trademark Law that linked this protection to the registration of the trademark. This study focuses on explaining the legal aspects of the implications of trademark registration by clarifying the rights that the Trademark Law has given to its owner. To demonstrate the importance of registration, it is necessary to show the rights of the unregistered trademark owner to find out the reality of this legislative approach by clarifying the justifications and the reasons behind it, by following the analytical method. The study followed a methodology to indicate the rules related to trademark protection based on the rules of the texts of the trademark law contained in the Jordanian legislature. The study concluded that the registration originates the right to the trademark, and results in civil and penal protection of it. On the other hand, this law did not approve this protection for an unregistered trademark which is alternatively guaranteed by Unfair Competition Law and the Trade Secrets Law. Based on that, a recommendation was made to the legislator to amend some provisions of the trademark law in line with these results.

Keywords: Trademark, foreign trademark, well-known trademark, trademark registration, trademark protection.

التسجيل و أثره في الحماية القانونية للعلامة التجارية: دراسة تحليلية في قانون العلامات التجارية الأردني

إبراهيم محمد عبيدات

قسم القانون الخاص، كلية القانون، جامعة اليرموك، الاردن.

ملخّص

أقر قانون العلامات التجارية الحماية للعلامة التجارية باعتبارها أحد حقوق الملكية الفكرية، ولكن هذه الحماية تختلف وفقاً لآليات تسجيلها محلياً ودولياً ووفقاً لشهرة العلامة أو عدمها، وتركز هذه الدراسة على بيان الجوانب القانونية للآثار التي تترتب على تسجيل العلامة التجارية من خلال بيان الحقوق التي خولها قانون العلامات التجارية لمالكها، ولإبراز أهمية التسجيل فلا بد من البحث في حقوق مالك العلامة غير المسجلة تفصيلاً للوقوف على حقيقة النهج التشريعي وفق المنهج التحليلي. اتبعت الدراسة منهجية لبيان القواعد المتعلقة بحماية العلامة التجارية بالاستناد الى قواعد نصوص قانون العلامات التجارية الواردة في المشرع الأردني. وقد خلصت الدراسة إلى عدّة نتائج مفادها أن التسجيل هو المنشئ للحق في العلامة التجارية حيث يترتب عليه حماية العلامة التجارية مدنياً وجزائياً، في حين لم تلق العلامة التجارية غير المسجلة هذه الحماية في قانون العلامات التجارية بل كفلها قانون المنافسة غير المشروعة، والأسرار التجارية بشقها المدني دون الجزائي، وقد قُدّمت على أساس ذلك التوصية للمشرع بتعديل بعض نصوص قانون العلامات التجارية بما يتوافق مع النتائج.

الكلمات الدالّة: العلامة التجارية، العلامة الأجنبية، العلامة المشهورة، تسجيل العلامة التجارية، الحماية القانونية للعلامة التجارية.

المقدّمة

اهتم المشرع الأردني بتنظيم العلامة التجارية منذ عام 1952 حيث نظم أحكامها بموجب القانون رقم (33)، ثم عمل على إعادة تنظيم بعض الجوانب المتعلقة بها في قانون علامات البضائع رقم (19) لسنة 1953، ثم توافق مع التطورات الدولية التي حدثت في هذا المجال، غذْ تم تعديل هذا القانون سنة 1999 بموجب القانون المعدل رقم (34) وذلك قبيل انضمام الأردن لمنظمة التجارة العالمية، وبعد ذلك عمل على تعديل هذا القانون ليتوافق مع نظام التسجيل الدولي لدى انضمام الأردن لبروتوكول مدريد المتعلق بالتسجيل الدولي للعلامات التجارية بموجب القانون المعدل رقم (29) لسنة 2007 والقانون المعدل رقم (15) لسنة 2008.

وبالرجوع لقواعد الحماية في قانون العلامات التجارية الأردني، نجد أنه قدم الحماية الكاملة -بشقيها المدنية والجزائية- للعلامة التجارية المسجلة، والحقيقة أن منطوق الحماية هذا يستند الى قواعد التسجيل، والوضع مغاير تماماً، إذا لم تحقق العلامة التجارية هذه الشروط من ناحية؛ أو أن العلامة التجارية لم تسجل أصلاً وإنما اكتفى مالكها باستعمالها دون تسجيل من ناحية أخرى.

وتتجسد أهمية الدراسة بالرجوع لقواعد الحماية في قانون العلامات التجارية الأردني، لبيان الأسس التي استند عليها المشرع لإضفاء الحماية القانونية للعلامة التجارية، وللوقوف كذلك على بيان مستوى الحماية التي قدمها المشرع للعلامة التجارية عموماً سواء كانت مسجلة أو غير مسجلة، ثم بيان منطوق الحماية ومدى توافقها مع قواعد الاتفاقيات الدولية التي انضمت اليها المملكة، وبالنتيجة تظهر فائدة الدراسة من خلال بيان فيما إذا كانت قواعد قانون العلامات التجارية الأردني كافية لتحقيق الحماية للعلامة التجارية بمختلف أنواعها، والاستغناء عن القواعد العامة وقواعد المنافسة غير المشروعة.

ومن هنا تظهر إشكالية هذه الدراسة المتمثلة بمدى اعتبار التسجيل منشئ للحق في العلامة التجارية، ويتفرع عن هذه الإشكالية عدة تساؤلات هي: هل يرتب التسجيل كل المُكنات القانونية لمالك العلامة التجارية لممارسة كل التصرفات القانونية التي أتاحها المشرع؟، وفي المقابل؛ هل يغني الاستعمال عن التسجيل، بمعنى هل تقرر واقعة استعمال العلامة التجارية دون تسجيلها ذات الحقوق التي يخولها التسجيل؟، ثم ما نظرة المشرع للعلامات التجارية المشهورة؟، فهل وضعها بذات المقياس مع العلامة العادية أم أن لها قواعد خاصة بها؟، وأخيراً هل تنطبق قواعد الحماية للعلامة الوطنية على العلامة المسجلة في دولة أجنبية؟

للإجابة على هذه الإشكالية وتساؤلاتها يتوجب علينا اتباع المنهج التحليلي لأجل تحليل النصوص القانونية تحليلاً دقيقاً يمكّن القارئ من إدراك أهمية تسجيل العلامة التجارية ومفاعيلها القانونية، وما تتضمنه واقعة التسجيل من أحكام تتباين وفقاً لطبيعة ونوع العلامة التجارية وعلاقة ذلك بحماية جمهور المستهلكين، كما تظهر فائدة هذا المنهج من خلال إبراز التباين في النصوص الحاكمة للعلامة التجارية ومدى موائمتها لأحكام الاتفاقيات الدولية. ولكي تعالج هذه الدراسة اشكاليتها المطروحة فقد تم تقسيمها الى مبحثين يسبقهما تمهيد يعرف بالعلامة التجارية والشروط الموضوعية والشكلية لتسجيلها وفقاً لنصوص قانون العلامات التجارية الأردني، إذْ يتناول المبحث الأول ميّزات تسجيل العلامة التجارية؛ ويبحث في حماية العلامة التجارية المسجلة لتوضيح طبيعة هذه الحماية بشقيها المدني والجزائي؛ أما المبحث الثاني فيتناول حقوق مالك العلامة التجارية غير المسجلة وفقاً لأحكام قانون العلامات التجارية الأردني.

تمهيد

تُعرّف العلامة التجارية بأنها:" كل إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة"(Al qualubi, 1996, p.238)، وقد ذهب آخر إلى القول أن العلامة التجارية هي علامات أو أشكال مميزة توضع على المنتجات أو البضائع أو الخدمات لتمييزها عن غيرها من المنتجات أو البضائع أو الخدمات وذلك لحماية الصانع أو التاجر وكذلك حماية المستهلك، فهي على هذا الأساس تعتبر من الأدوات الهامة لحماية مالكها في بيئة تسودها المنافسة من خلال انفراده بإنتاج سلع أو توزيع بضائع أو تقديم خدمات تتوافر فيها صفات خاصة(Al Khouli, 1967, p.411-413)، ويرى البعض بأنها "إشارة محسوسة توضع على المنتج أو الخدمة لغرض تمييزه عما يشتبه به من منتجات منافسة أو ما يقدم للغير من خدمة" (Khatir, 2005, p.265)، فيما عرفها آخرون على أنها "كلمة، اسم، رمز، شعار، يستعمل لبيان المصدر، النوعية، وملكية المنتج او الخدمة، وتمييزها عن منتجات وخدمات الغير"، ويضيف هذا الرأي بأن العلامة التجارية تميز المنتجات في نوع منها مثل علامة (®REEBOOK) التي تميز نوع من الألبسة والأحذية؛ و(®LEXUS) للسيارات، واخرى تميز الخدمات كعلامة (®STARBUCKS) وعلامة (®THE PALM) لخدمات المطاعم، ويمكن أن تكون العلامة المميزة على شكل تصميم أو نغمة موسيقية(Epstein, 2006, p.5-7) (Bouchoux, 2008, p.4).

كما تطرّق القضاء إلى تعريف العلامة التجارية، إذْ عرفتها محكمة العدل العليا الاردنية بأنها "عبارة عن حروف أو رسوم أو علامات أو خليط من هذه الأشياء ذي صفة فارقة وعلى شكل يكفل تمييز بضائع أو منتجات أو خدمات شخص عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره"(J.H.C.J, 49/88).

ولم يغفل المشرع الأردني تعريف العلامة التجارية؛ إذْ عرّفها في المادة (2) من قانون العلامات بأنها:"أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره"، والملاحظ هنا أن تعديل 1999 أضاف إلى تعريف العلامة التجارية تمييز المنتجات والخدمات، في حين كانت العلامة مقتصرة على تمييز البضائع في قانون 1952، وقد جاء هذا التعديل استجابة لاتفاقية تربس التي شملت علامات المنتجات والخدمات، والملاحظ على النص أن المشرع الأردني لم يقصر تسجيل العلامة التجارية على الاستعمال، ويتضح هذا من الإشارة إلى إرادة أو نيّة الاستعمال، وفي هذا دلالة واضحة على أهمية تسجيل العلامة التجارية وربطها بحق ملكيتها الذي يثبت بالتسجيل حتى لو لم يكن هناك أي استعمال مسبق للعلامة، في حين نجد أن المشرع الامريكي كان يشترط الاستعمال للعلامة التجارية في الاعمال التجارية حتى يتسنى لمالكها تسجيلها، بمعنى أن تسجيل العلامة التجارية وتملكها كان يتوقف على الاستعمال الفعلي، إذْ استمر ذلك لغاية صدور القانون المعدل لقانون العلامات التجارية في عام 1988 الذي أخذ بمبدأ نية الاستعمال لغايات التسجيل والتملك(Bouchoux, 2013, p20).

والعلامة التجارية كغيرها من حقوق الملكية الفكرية تتطلب شروطاً موضوعية وشروط شكلية يجب أن تتحقق فيها حتى يثبت الحق الاستئثاري لصاحبها، وتتمثل الشروط الموضوعية بالجدة والصفة الفارقة والمشروعية. إذْ يعتبر شرط الجدّة من الشروط الهامة اللازم توافرها في العلامة التجارية لكسب الملكية فيها، والمقصود به أن تكون العلامة المراد تسجيلها جديدة لم يسبق لأحد أن قام بتسجيلها أو استعمالها لسلعة مشابهة أو مماثلة، فهي نسبية بسيطة الهدف منها هو منع تضليل الجمهور بوجود علامات تجارية متشابهة(Janis, 2008, p.444)، وشرط الجدة غير مطلق فهو محدد بالصنف ومقيد بالزمان فقد اشترط المشرع مدة عشر سنوات لملكية العلامة التجارية، وبعد انتهاء هذه المدة يكون تسجيل هذه العلامة صحيحاً متوافراً فيه شرط الجدة من قبل الغير(Al Khouli, 1967, p.421).

وأما شرط الصفة الفارقة فالمقصود به أن تكون العلامة التجارية على شكل إشارة قابلة للإدراك بالنظر بشكل يكفل تمييز بضائع صاحبها عن بضائع غيره من الناس، كما أشارت لذلك المادة السابعة من قانون العلامات التجارية الاردني، فإذا ما اقتصرت العلامة التجارية على بيان الصفة الأساسية للمنتجات أو البضائع أو الخدمات أصبحت بمثابة اسم جنس وتعذر اعتبارها مميزة لأحد أنواع الجنس المذكور دون سواها مما يفقدها الحماية، فوضع (بن برازيلي) على سلعة كعلامة تجارية لا يضفي عليها الحماية، لأنها لا تميز النوع عن الأخر فيجب تمييز البن البرازيلي حتى يكون محلاً للتسجيل(Al hakeem, p.301)، وهنا يؤخذ بالاعتبار مدة استعمال العلامة التجارية من حيث أنها أصبحت مستقرة في أذهان الناس لطول مدة استعمالها، فتصبح جديرة بالحماية؛ لأن جمهور المستهلكين يستطيع تمييزها بغض النظر عن احتوائها على شكل مميز أم لا، كما أشارت لذلك المادة (3/15) من اتفاقية تربس.

وفيما يتعلق بالمشروعية فيشترط لتسجيل العلامة التجارية أن تكون مشروعة، والمشروعية هنا تتمثل بأن لا تحمل العلامة التجارية شعارات أو أوسمة أو رايات وطنية أو دولية؛ كما تتمثل المشروعية هنا بعدم مخالفة النظام العام أو الآداب العامة؛ وكذلك أن لا تؤدي إلى تضليل الجمهور أو إيقاعه بالغلط. وفي جميع الأحوال السابقة فان المشرع قد أعطى للمسجل صلاحية عدم قبول تسجيل العلامات التي لا تتحقق فيها الشروط الموضوعية المذكورة.

وأما الشروط الشكلية؛ فتتمثل بالإجراءات التي يتم بها تسجيل العلامة التجارية من لحظة تقديم الطلب إلى قبوله وإصدار شهادة التسجيل، فينبغي على كل شخص يدعي أنه صاحب علامة تجارية مستعملة أو ينوي استعمالها ويرغب في تسجيلها أن يقدم طلباً خطياً إلى المسجل يتضمن جميع البنود التي يجب أن تتحقق فيها صلاحية العلامة للتسجيل، وحالما يتسلم مسجل العلامات التجارية الطلب فانه يجوز له قبول الطلب بشكل كامل دون إجراء أية تعديلات فيه، أو يرفضه كلياً، وهنا يجوز لمقدم الطلب أن يستأنف قرار المسجل إلى محكمة العدل العليا، أو أن يقبل الطلب بموجب شروط أو تعديلات أو تحويرات في طريقة استعمال العلامة أو مكان استعمالها أو غير ذلك من الأمور.

والواقع أن ما تم بيانه من إجراءات الحصول على شهادة تسجيل العلامة التجارية مبعثه أن الحصول على هذه الشهادة يعني منح صاحبها كافة الحقوق المترتبة عليها، ولكن هل تعتبر هذه الأحكام أساساً تستند اليه الحماية القانونية؟، بمعنى هل يمكن تقديم الحماية للعلامة التجارية غير المسجلة التي تثبت بالاستعمال، أو تلك التي تكون مسجلة في الخارج (العلامة الأجنبية) ولم تكن مسجلة في الأردن؟. هذه الاحوال سيتم بيانها من خلال الحديث عن ميزات العلامة التجارية المسجلة في المبحث الاول؛ ثم بيان الحقوق التي يخولها القانون لمالك العلامة التجارية غير المسجلة في المبحث الثاني، وذلك في إطار قانون العلامات التجارية الاردني.

المبحث الأول: ميّزات تسجيل العلامة التجارية

قدم المشرع الأردني في قانون العلامات التجارية ميزات هامة لمالك العلامة التجارية، ومن أهم هذه الميزات حماية علامته من التعدي عليها، وتعتبر حماية العلامات التجارية على قدر كبير من الدقة والحساسية لما يتمثل فيها من إشكاليات قانونية هامة، وإن المتفحص لقواعد قانون العلامات التجارية الاردني يرى أنه ربط الحماية بالتسجيل، عندما نص صراحة في المادة (25) من قانون العلامات التجارية على أن الحق في استعمال العلامة

التجارية المسجلة قانوناً يقتصر على مالكها وله الحق بمنع الغير من استعمال علامات مطابقة أو مشابهه لها تحدث اللبس لدى الجمهور، بمعنى أن التسجيل يعتبر منشئاً للحق وليس كاشفاً له، وأن له حجة مطلقة على الكافة، ويعطي هذا الحق الحماية المدنية التي تتمثل بوقف الاعتداء والاعتراض على تسجيل العلامات المشابهة أو المطابقة وشطبها، ويتمثل أيضا بالتعويض عن الضرر، كما يعطيه الحماية الجزائية. لذا سيتناول هذا المبحث الحديث عن مميزات التسجيل وفقاً لقواعد الحماية التي تتجسد في منع التعدي على العلامة التجارية المسجلة (المطلب الأول)؛ ثم الحق بمنع التعدي عليها باللجوء الى القواعد الجزائية (المطلب الثاني).

المطلب الأول: دعوى منع التعدي على العلامة التجارية المسجلة

اشترط المشرع الأردني في قانون العلامات التجارية تسجيل العلامة التجارية كي تحظى بالحماية المدنية، ولبيان مفهوم هذه الحماية نعود إلى نصوص المواد (25) و(37) و(38) من قانون العلامات التجارية، لنجد أن المشرع حدد الأفعال التي يمكن اعتبارها تعدياً على الحق في العلامة التجارية إذا ما قام بها الغير، كما يمكن التعرف على مفهوم التعدي بالنظر الى طبيعة هذه الأفعال التي يحرُم على الغير القيام بها تجاه مالك العلامة التجارية، وبالرجوع للمادة (25) من قانون العلامات التجارية نتبين أن مفهوم التعدي على العلامة التجارية يتجسد باستعمال علامات مطابقة أو مشابهة للعلامة المسجلة دون موافقة مالكها، والاستعمال هنا يفسر وفقاً لما جاءت به المادة (37) من ذات القانون وهي المادة التي حددت الأفعال التي تعد جرائماً يعاقب عليها القانون إذا ارتكبت على العلامة التجارية المسجلة، وتتمثل هذه الأفعال بتزوير وتقليد العلامة التجارية أو وسم العلامة المزورة أو المقلدة على بضائع من ذات الصنف الذي تميزه العلامة المسجلة المعتدى عليها، كما تتمثل بالاستعمال غير المشروع للعلامة التجارية المسجلة وذلك بوضعها على بضائع أو خدمات من ذات الصنف الذي تميزه العلامة المسجلة، وتكون هذه البضائع بالضرورة ذات جودة أقل من البضائع الاصلية، بحيث يكون الهدف من استعمال العلامة المسجلة لتسويق هذه البضائع على أنها ذات البضائع التي تميزها العلامة الأصلية وذلك لغايات تحقيق الأرباح، كذلك تعد أفعال البيع أو العرض للبيع أو الاقتناء بقصد البيع لبضائع تحمل علامة تجارية مقلدة أو مزورة أو بضائع مقلدة موسومة بعلامة تجارية مسجلة؛ تعد هذه الأفعال من أفعال التعدي على العلامة التجارية المسجلة.

ويعد استعمال علامات مزورة أو مقلدة على الوجه السابق تعدياً على العلامة التجارية المسجلة، وبالتالي لا يحق للغير القيام بهذه الأفعال دون موافقة مالك العلامة التجارية على استعمالها، وقد اشترط المشرع هنا الموافقة المسبقة لمالك العلامة التجارية على استعمالها؛ بمعنى أن الموافقة اللاحقة لا تعفي من استعملها بالصور المذكورة من المسؤولية، والسبب في ذلك أن حماية العلامة التجارية لا تقتصر على حماية حقوق مالكها فيها، ولكنها تمتد لتشمل حقوق المستهلك لأجل حمايته من التضليل واللبس الذي يخلقه استعمال العلامة التجارية بالصور المذكورة، من هنا نتبين أن الأساس الذي استندت عليه الحماية يتمثل بعنصرين هما: منع الإضرار بمالك العلامة التجارية المسجلة؛ ثم منع تضليل المستهلك الذي يتجسد باستهلاكه لبضائع وخدمات لا تمثلها العلامة الأصلية التي سجلت من أجلها معتقداً أنه يقبل على شراء بضائع أصلية، ولو كان يعلم ذلك لما أقبل على شرائها، وبمجرد استعمال العلامة بأي صورة من صور التعدي فان تضليل الجمهور يعد مفترضاً لوجود التطابق أو التشابه بين البضائع المقلدة وتلك الأصلية.

ويتحقق التطابق عند استعمال ذات العلامة المسجلة باسم الغير على بضائع مقلدة للبضائع التي سجلت العلامة لأجلها، وفي ذلك قضت محكمة استئناف عمان؛ حيث جاء في قرارها "إن واقعة هذه الدعوى تتلخص في أن المدعية تقدمت بهذه الدعوى ضد المدعى عليها للمطالبة بوقف التعدي على العلامة التجارية...وإن العلامة التي تستعملها المدعية (أرض وادي الأردن) وهو الترجمة للعبارة الواردة التي استخدمتها المدعى عليها (Jordan Valley) تطابق ترجمتها لمنتج المدعية، وحيث أن هذا التطابق من حيث الصنع والتسمية يجعل المشتري يقع في ذهنه تطابق هذه المادة...) (A.C.A, 50286/2009). أما التشابه؛ فقد أوجد القضاء عدة عناصر يتقرر بتوافرها وجود التشابه أو عدمه، ومن هذه العناصر ما أقرته المحكمة الإدارية الأردنية كمعيار لوجود التشابه بقولها "إن المعيار في تقرير وجود التشابه بين علامة تجارية وأخرى تكمن في توافر عناصر متعددة ومن ضمنها المظهر الأساسي لها والنطق بالعلامة وكتابتها ونوع البضائع المستهلكة أو الخدمات التي تقدمها والانطباع البصري والسمعي عنها، وحتى تكون المقارنة صحيحة ومنتجة لا بد من اعتماد أوجه الشبه كأساس لتحديد التشابه طالما أن أوجه التشابه تتحقق إذا ما وصل الى حد خداع جمهور المستهلكين وتضليله" (J.A.C, 285/2014)، وفي هذا الاتجاه قضت محكمة العدل العليا "ان المستأنفة تقدمت بطلب الى مسجل العلامات التجارية لتسجيل العلامة التجارية (Grand Optics) البصريات الكبرى، ولدى مناظرة هذه العلامة بالعلامة التجارية (Grand Optical) على وجه التعاقب، فاننا نجد أن هناك تشابهاً قد يصل الى درجة التطابق، كما وأن المظهر الرئيس لكلا العلامتين ونوع البضاعة الامر الذي من شأنه تضليل الجمهور وغشهم، وأن ما وضعته المستأنفة من رسمة على علامتها لا ينفي قيام هذا التشابه لأن الفكرة الأساسية التي تنطوي عليها العلامة والمظهر الرئيس لها لا يزال قائماً ولا يشكل علامة فارقة لعلامتها."(J.H.C.J, 510/2008).

والبحث في الحماية المدنية للعلامة التجارية المسجلة يقتضي منا الحديث عن مفهوم المسؤولية، فالمسؤولية تختلف بشكل عام باختلاف الأفعال

المرتكبة، فقد تكون هذه الأفعال مخالفة للقواعد الجزائية فنكون بصدد المسؤولية الجزائية؛ وتكون المسئولية عقدية إذا كانت ناشئة عن عقد، وإذا كانت افعال التعدي مدنية فتكون المسئولية مدنية (Shareef, 1999, p.186)، وتقوم المسؤولية المدنية على أساس جبر الضرر بالتعويض نتيجة الإخلال بالتزام قانوني وهو عدم الإضرار بالغير(Zain Al Deen, 2000, p.394)، فكل اضرار بالغير يلزم فاعله ولو غير مميز بضمان الضرر، وبالتالي فان الحماية المدنية طبقاً لهذه القاعدة مقررة لكافة الحقوق إذا توافرت شروط المسؤولية فيها.

ومن خلال هذه القواعد نستنتج أن كل إضرار بمالك العلامة التجارية يلزم المتسبب بجبر هذا الضرر، ويكون ذلك بوقف التعدي والمطالبة بالتعويض عما لحقه من ضرر، وحقيقة الأمر أن مسؤولية المعتدي على علامة تجارية قد تكون مسؤولية مدنية ناشئة عن أفعال التعدي المنصوص عليها في قانون العلامات التجارية، وقد تكون مسؤولية عقدية إذا كان الضرر الصادر عن مخالفة الشروط والالتزامات العقدية، فإذا وجد اتفاق ما بين تاجرين ينص على تنظيم المنافسة أو عدم المنافسة ففي حالة مخالفة مثل هذا الاتفاق تقوم المسؤولية العقدية ليس على أساس أنه فعل منافسة غير مشروعة بل منافسة ممنوعة يرتبها العقد، وفي ما عدا ذلك تكون المسؤولية ناشئة عن الفعل الضار(Sultan, 1987, p.285).

وفي كل الأحوال مهما كانت المسؤولية فان الأصل جبر الضرر بالتعويض، فإذا ما وقع اعتداء على علامة تجارية فإنه يحق لمالكها المطالبة بالتعويض إذا ما أثبت الضرر الذي وقع عليه، ويشترط تسجيل العلامة التجارية في المملكة للمطالبة بالتعويض وفقاً لأحكام قانون العلامات التجارية، وبالرجوع للمادة 256 من القانون المدني التي تنظم المسؤولية المدنية فإنه يمكن المطالبة بالتعويض في حالة الاعتداء على علامة تجارية مسجلة أو غير مسجلة إذا استطاع المدعي إثبات عناصر المسؤولية المدنية من فعل وضرر وعلاقة سببية تربط الفعل بالضرر، فاستعمال علامة تجارية مسجلة على نفس البضاعة التي يتاجر بها المالك الأصلي، أو تقليد هذه العلامة سيؤدي الى الحاق الضرر بمالكها لأنه يحرمه من ممارسة حقه في استعمال علامته كما أنه يحرمه من الكسب المادي نتيجة هذا الاستعمال، بالإضافة إلى الأضرار المعنوية التي تلحق به.

ويختلف تقدير التعويض في المسؤولية العقدية عنه في المسؤولية التقصيرية، ففي الاولى ينحصر التعويض عن الضرر الواقع فعلاً بالمضرور دون الربح الفائت والضرر المعنوي الا في حالتي الغش والخطأ الجسيم، وفي ذلك قضت محكمة التميز الاردنية "إذا كانت العلاقة بين طرفي الدعوى هي علاقة تعاقدية وإن المطالبة بالأضرار يحكمها المسؤولية العقدية باعتبار أن مصدر الالتزام بينهما هو العقد وليس الفعل الضار مما يتعين تطبيق أحكام المواد 360-364 من القانون المدني على وقائع الدعوى، وأن الضمان المطالب به ينحصر فيما يساوي الضرر الواقع فعلاً بالمدعية ولا يشمل الربح الفائت والضرر المعنوي ما دام أن المدعية لم تدّع الغش والخطأ الجسيم بجانب الجهة المدعى عليها"(J.C.C,(civil), 888/2007; 526/1999)؛ أما في الثانية فيكون التعويض وفقاً لما لحق المضرور من ضرر وما فاته من كسب شريطة أن يكون الضرر نتيجة طبيعية للفعل الضار، فإذا منع فعل التعدي على العلامة التجارية مالكها من تحقيق أرباح نتيجة ضعف الاقبال على شراء المنتجات أو السلع أو الخدمات التي تميزها علامته، فان تفويت الكسب يكون ناتجاً عن فعل التعدي بسبب الاقبال على شراء السلع أو الخدمات التي يروجها المعتدي، وهنا يكون من حق المالك المطالبة بالتعويض عما فاته من كسب بسبب فعل التعدي(J.C.C,(civil), 664/2000)، فيما اعتبر القضاء الفرنسي أن التعويض يكون عن الخسارة اللاحقة والكسب الفائت، حيث قررت محكمة بداية باريس في حكم لها احتساب التعويض بطريقتين: إما أن تحسب الأرباح الصافية بعد خصم التكاليف؛ أو عن طريق اللجوء إلى الخبراء، ويقاس مقدار الحرمان من البيع بعد التقليد بالقياس إلى البيع الذي كان سائداً قبل التقليد(Khatir, 2005, p.349).

ونوافق الرأي القائل أن مسألة تقدير التعويض مستوحى من فكرة العقوبة المدنية لا من فكرة التعويض وفقاً للقواعد العامة(Al Khouli, 1967, p.452)، بمعنى أن ما يتحصل عليه المعتدي من أرباح اضافية ناشئة عن فعل التعدي تحققت فعلاً هو الخاضع للتقدير فتكون من حق مالك العلامة المعتدى عليها، فقياس الكسب الفائت يتحقق من خلال ما تحصل عليه المعتدي من أرباح لأنه بالنتيجة حرم مالك العلامة التجارية من الحصول على عوائد استغلالها، أما الربح الذي كان من الممكن أن يحصل عليه المعتدي لو لم يستخدم العلامة المعتدى عليها فلا حق لمالك تلك العلامة فيه.

ويشترط كذلك أن يكون الضرر محققاً، ويكون الضرر محققاً إذا كان حالاً؛ أي وقع بالفعل، فإذا كان محقق الوقوع يجب التعويض عنه في هذه الحالة، ولا يتعين هنا انتظار وقوعه لرفع دعوى المسئولية المدنية إذا كانت عناصر تقدير التعويض متوافرة في الحال(Sultan, 1987, p.241).

ويجوز أن تكون المطالبة بالتعويض أمام المحكمة الجزائية التي تنظر التعدي، كما يجوز أن تكون مستقلة وذلك برفعها أمام المحكمة المدنية، وفي الحالتين فان هذه المطالبة تخضع لقواعد موضوعية واحدة في مسألة تقدير التعويض.

المطلب الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية المسجلة

تناولت المادة (37) من قانون العلامات التجارية الجرائم التي تقع على العلامة التجارية، حيث حددت الأفعال التي تعد جرائماً حال ارتكابها، كما أنها حددت العقوبات التي تترتب على كل جريمة منها، وحتى يمكن تطبيق الاحكام الجزائية فلا بد من بيان الشروط العامة الواجب توافرها في الحق كي تتحقق الحماية الجزائية، ثم نعرض بعدها الجرائم التي تقع على الحق في العلامة التجارية.

الفرع الأول: شروط الحماية الجزائية

لا تقوم الحماية الجزائية للعلامة التجارية الا بتوافر الشروط الآتية:

أولاً: أن تكون العلامة التجارية مسجلة؛ باستقراء نص المادة (37) من قانون العلامات نجد أن الحماية الجزائية تنصب على العلامة التجارية المسجلة فقط، وهو ما أكدته محكمة بداية عمان بصفتها الاستئنافية في قرارها القاضي بالاعتماد على شهادة تسجيل العلامة التجارية لإثبات ملكيتها(A.C.F, Appeal, 757/2017).

ثانياً: أن الحماية مقررة على الحق في العلامة التجارية؛ وهذا يعني أن الحماية تنصب على ملكية العلامة التجارية بمجرد إقرارها، لهذا لا يشترط تحقق الضرر بمالك تلك العلامة حتى تقوم الحماية الجزائية (Al Khouli, 1967, p.441).

ثالثاً: ان الحماية الجزائية مقررة لمالك العلامة التجارية المسجلة حصراً، وهو صاحب الحق الحصري باستعمال العلامة المملوكة له ومنع الغير من استعمالها، وبالتالي فان الوكيل التجاري لا يملك الحق بتحريك دعوى الحق العام لوقف التعدي على علامة ليست مملوكة له وهذا ما أقرته محكمة التمييز الأردنية(J.C.C. Penal, 5073/2007)، وقد جاء في حكم لمحكمة بداية عمان بصفتها الاستئنافية أيدت فيه قرار محكمة صلح جزاء عمان أنه "من خلال استقراء شهادات تسجيل العلامة التجارية (Vaseline) أن المشتكية لا زالت مالكة للعلامة التجارية المذكورة، وهذا ما يظهر جلياً من خلال شهادة تسجيل العلامة رقم (102901) الامر الذي يجعل من طلب المشتكية للحماية القانونية المقررة بموجب قانون العلامات التجارية أمر متفق وصحيح القانون..."(A.C.F, Appeal, 757/2017). ولا تؤثر الحماية الجزائية على الادعاء بالحق الشخصي، فيمكن لمالك العلامة إقامة دعواه الجزائية مع مطالبته بالتعويض عن الضرر الواقع عليه.

الفرع الثاني: الجرائم الواقعة على الحق في العلامة التجارية

حددت المادة (37) من قانون العلامات التجارية الجرائم التي تقع على الحق في العلامة التجارية، وهي:

أولاً: تزوير العلامة التجارية

يشترط حتى تتحقق هذه الجريمة أن تتوافر جميع أركانها، الشرعي والمادي والمعنوي، فالركن المادي لا تقوم الجريمة عموماً الا بتوافره، حيث لا يعاقب المشرع على مجرد النية طالما أنها بقيت في أعماق الذهن (Assaeed, 1981, p.159)، والركن المادي في جريمة تزوير العلامة التجارية يتطلب وجود ثلاثة عناصر، وهي: ارتكاب فعل التزوير أي أن يقوم الفاعل باتيان جميع العناصر المكونة للركن المادي من فعل ونتيجة وعلاقة سببية تربط بينهما وابرازها الى حيز الوجود، وفعل التزوير هنا يتمثل بإيجاد صورة مطابقة تماماً للعلامة التجارية المسجلة المراد تزويرها ثم وضعها على المنتج أو الخدمة المشابهة لما سجلت العلامة الاصلية من أجله(A.C.A, 19371/2017)، وأما النتيجة فهي الأثر المترتب على الفعل الجرمي المتمثلة بالحاق التعدي على حق يحميه القانون(Majali, 2012, p.239-240)، وتكون النتيجة هنا هي الوصول الى علامة مطابقة للعلامة الأصلية لوسمها على منتجات أو خدمات مقلدة تشابه تلك التي تميزها العلامة الأصلية، والهدف من وراء ذلك هو تسويق المنتج أو الخدمة المقلّدة على أنها أصلية لما ترسخ في ذهن الجمهور من معرفة بتلك المنتجات أو الخدمات والاقبال عليها بمجرد مشاهدة العلامة التي تميزها الأخيرة، أما علاقة السببية فهي العلاقة التي تربط بين الفعل والنتيجة المتمثلة بالتعدي على العلامة التجارية والحاق الضرر بمالكها واسناد هذا الضرر لسلوك الفاعل (Assaeed, 2002, p.213)، وتتمثل رابطة السببية هنا بالعلاقة الرابطة بين فعل التزوير وبين النتيجة التي أرادها الفاعل، أي أن تسويق المنتج أو الخدمة المقلّدة ما كان ليتم لولا وضع العلامة المزوّرة على ذلك المنتج أو الخدمة.

وأما الركن المعنوي فيتمثل باتجاه إرادة الفاعل لتحقيق عناصر الجريمة مع علمه وادراكه لهذه العناصر (Assaeed, 1981, p.169-170)، إذْ تتجه إرادة الفاعل للقيام بتزوير علامة تجارية مسجلة مملوكة للغير، ورغم علمه بذلك الاّ أنه أقدم على فعل التزوير بهدف وضع العلامة المزورة على منتجات أو خدمات مقلدة لا ترقى بجودتها لتلك التي تميزها العلامة المعتدى عليها، ويكفي لقيام الركن المعنوي في جريمة التزوير توافر القصد الجرمي العام، وفي ذلك قضت محكمة استئناف اربد بأن "الركن المعنوي لهذا الجرم يتمثل بتوافر القصد الجرمي العام لدى الفاعل من علم وإرادة بحيث أنه يستخلص من ظروف وملابسات ارتكابه للفعل الجرمي أنه عالم بأنه يقوم ببيع أو عرض بضاعة تحمل علامة تجارية مقلدة للعلامة التجارية المسجلة للمشتكية وأن هذه العلامة تتشابه وتتطابق مع العلامة الاصلية، ومن شأن هذا التطابق أن يؤدي الى غش الجمهور وتضليله حول مصدر البضاعة..."(I.C.A, 14605/2016)، ويتحقق الفعل حتى لو لم يحصل الفاعل على الأرباح المالية، وغش الجمهور في هذه الحالة مفترض فلا يشترط ثبوت وقوعه بل يكفي أن يكون احتمالياً، وهذا ما أقرته محكمة العدل العليا الأردنية(J.H.C.J, 65/1972).

ونرى أن توافر القصد الخاص في جريمة تزوير العلامة التجارية ليس شرطاً لتحقق الركن المعنوي، لأنه بمجرد اتجاه إرادة الفاعل لتزوير العلامة التجارية المسجلة مع علمه بوجود هذه العلامة وملكيتها للغير يكفي لقيام هذا الركن، والسبب في ذلك -كما جاء في قرار محكمة استئناف اربد- أن من يمتهن بيع البضاعة يستطيع التمييز بين البضاعة المقلدة وبين البضاعة الأصلية، وبما أن الحماية الجزائية تنصب على حماية الحق فيها؛ أي تحمي العلامة ذاتها، فانه كان من الأولى عدم النص في صدر المادة (37) من قانون العلامات التجارية على ضرورة توافر القصد الخاص في جميع جرائم

التعدي على العلامة، بل كان من الأفضل تفصيل القصد الخاص وفقاً لطبيعة الجرم، ولهذا يكون القصد العام في جريمة التزوير كافياً لقيام الجرم دون البحث عن قصد الغش، لأن ذلك سيؤدي بالضرورة الى تضييق منطوق الحماية للعلامة التجارية، وهنا نؤيد ما جاء في الاتجاه القضائي السابق (I.C.A, 14605/2016) وكذلك ما اتجه اليه البعض (Al Khouli, 1967, p.441) من أن أهمية التفرقة بين التزوير والتشبيه (التقليد) تكمن في أن الفعل في حالة التشبيه يتم بطريقة تدعو الى تضليل الجمهور أي بقصد الغش، بينما يكفي أن يكون التزوير قد تم عن معرفة؛ أي دون قصد جنائي خاص. وعقوبة هذه الجريمة هي الحبس مدة لا تقل عن ثلاثة أشهر ولا تتجاوز سنة واحدة، أو بغرامة لا تقل عن مائة دينار ولا تتجاوز ستة آلاف دينار، أو بكلتا العقوبتين.

ثانياً: تقليد العلامة التجارية

تتحقق جريمة تقليد العلامة التجارية بإيجاد علامة مشابهة للعلامة الاصلية المملوكة للغير لوضعها على منتجات أو خدمات مقلدة عن تلك التي تميزها العلامة الأصلية، ويجب أن يتوافر في هذه الجريمة جميع الأركان الجرمية من ركن شرعي ومادي ومعنوي، وما تم الحديث عنه في جريمة التزوير ينطبق على هذه الجريمة مع الاختلاف بطبيعة الفعل الجرمي والركن المعنوي، حيث يتمثل الركن المادي هنا بقيام الفاعل بتقليد العلامة التجارية الأصلية، والتقليد يعني إجراء تغيير بسيط في بعض عناصر العلامة الأصلية لتعطي مشهداً نهائياً لعلامة تضلل المستهلك ضاناً أنه يقبل على علامة أصلية يثق بجودة ما تسمه من منتج أو خدمة، والحقيقة أن تغيير بعض عناصر العلامة الأصلية سواء بالحذف أو الإضافة أو التعديل لا يعفي الفاعل من ارتكابه لجريمة التقليد رغم ظنّه أنه غيّر في تركيبة العلامة الأصلية ما دام أنها تعطي مظهراً عاماً يوقع المستهلك بالتضليل. وبالنتيجة لم يقدم الفاعل على فعل التقليد الا بهدف تسويق منتجات أو خدمات مقلدة للأصلية مع إدراكه أن النظر للعلامة المقلّدة يولد لدى المستهلك انطباعاً بأنه يتعامل مع العلامة الأصلية، وبرأينا لا يتحقق فعل التقليد إلا إذا وضِعت العلامة المقلّدة على منتجات أو خدمات مشابهة لما تميزه العلامة الأصلية، وهذا ما أراده المشرع بالنص في الفقرة (1/أ) من المادة (37) "على ذات الصنف من البضائع التي سجلت العلامة التجارية من أجلها".

وأما فيما يتعلق بالركن المعنوي؛ فهذا الجرم يتطلب توافر قصد خاص يتمثل باتجاه إرادة الفاعل لتضليل المستهلك؛ أي بقصد الغش لجني عوائد مالية جرّاء فعله، وهذا ما أكدته محكمة بداية عمان بصفتها الاستئنافية بمنطوق قرارها: "أن البضاعة المستوردة موضوع هذه الدعوى تحمل علامة تجارية مقلّدة وأن من شأنها تضليل الجمهور والمستهلك وخداعهما وذلك لوجود تشابه بين العلامة التجارية الأصلية، والعلامة المقلدة لها" (A.C.F, Appeal, 757/2017)، وهذا ما قصده المشرع حينما نص في صدر المادة (37) من قانون العلامات التجارية على "... كل من ارتكب بقصد الغش فعلاً من الأفعال التالية:". وعقوبة هذه الجريمة هي ذات عقوبة جريمة التقليد.

ثالثاً: وسم علامة مقلدة أو مزورة على بضائع موسومة بعلامة مسجلة

يتمثل الركن المادي هنا بقيام الفاعل بوسم علامة تجارية مزورة أو مقلدة عن علامة تجارية مسجلة على البضائع التي سجلت لأجلها العلامة التجارية، وتتحقق النتيجة الجريمة بمجرد دمغ أو وسم هذه العلامة على البضائع، وبذلك يكتمل الركن المادي بإتيان كافة الأفعال المكونة له مع توافر علاقة السببية التي تربط الفعل بالنتيجة، ويشترط أن يتم هذا الفعل داخل المملكة حتى ينطبق الوصف الجرمي على الفاعل، فإذا قام بوسم العلامة المقلدة أو المزورة على بضائع تميزها العلامة الاصلية خارج المملكة فلا نكون بصدد توافر الوصف الجرمي لهذه الفعل.

ولقيام الركن المعنوي يجب توافر القصد الخاص وهو ارتكاب هذا الفعل بقصد الغش وتضليل المستهلك، والجدير بالذكر أن هذه الجريمة تقوم حتى لو لم يحقق الفاعل أية عوائد مالية من وراء فعله هذا، وعقوبة هذه الجريمة هي ذات العقوبة المقررة لجريمة التقليد.

رابعاً: استعمال علامة تجارية دون وجه حق

تناولت الفقرة (ب) من المادة (37) من قانون العلامات التجارية هذه الجريمة، إذْ أفرد المشرع نصاً مستقلاً للاستعمال غير المشروع للعلامة التجارية، والحقيقة أنه يمكن تناول الاستعمال غير المشروع أو دون وجه حق من عدة جوانب، ولكن النتيجة تتركز بقيام هذه الجريمة باستعمال العلامة من قبل الفاعل دون أن يكون له الحق في استعمالها، حيث يمكن تحقق الركن المادي حينما يقوم المرخص له بعدم التقيد بشروط ترخيص العلامة التجارية، أو أن تكون مدة الرخصة قد انتهت ولكنه استمر في استعمال العلامة التجارية على صنف البضاعة التي تميزها، ويمكن أن يكون الاستعمال من قبل الغير، كأن يحصل على عبوات تحمل وسم العلامة التجارية ويضع فيها بضاعة من ذات الصنف الذي تميزه بحيث تكون أقل جودة من البضاعة الاصلية كعبوات العصائر والمشروبات والعطور والحليب مثلاً، وفي ذلك قضت محكمة استئناف اربد "... وبأجراء الخبرة الفنية تبين وجود تطابق بين العلامة التجارية العائدة للمشتكية مع العلامة التجارية التي تحملها العينة المضبوطة بشكل لا يمكن التفريق بينهما عند النظر اليهما أو كتابتهما أو نطقهما أو سماع اسمهما، وأن هذا التطابق يؤدي الى غش الجمهور وتضليله حول المصدر الحقيقي للمنتج...الامر الذي تجد معه ان كافة اركان وعناصر المسؤولية الجزائية عن هذا الجرم متوافرة مما يقتضي ادانة المشتكى عليها" (I.C.A, 14605/2016)، وفي كل الأحوال يجب أن يتحقق الركن المعنوي المتمثل بإرادة ارتكاب الجريمة مع علم الفاعل بأنه يعتدي على علامة مسجلة باسم الغير وبقصد خاص يتمثل بغش المستهلك. وعقوبة هذه الجريمة هي ذات العقوبة المقررة لجريمة التقليد.

خامساً: بيع أو اقتناء بقصد البيع أو العرض لبضائع تحمل علامة غير مشروعة

تعتبر جريمة بيع أو عرض البضائع التي تحمل علامة غير مشروعة من الجرائم القصدية التي تمثل اعتداء على حق يحميه القانون، وكغيرها من الجرائم لا تقوم الا بتوافر أركانها، حيث يتمثل الركن المادي بفعل البيع أو الاقتناء بقصد البيع أو عرض البضائع التي تحمل علامة غير مشروعة، وهذه الأفعال تشير الى غايات تجارية، وبالتالي تخرج الأفعال غير التجارية من نطاق هذه الجريمة كالاقتناء الشخصي، ويشترط لقيام الجريمة قيام الركن المعنوي المتمثل بالقصد الجرمي العام لدى الفاعل من علم وإرادة، حيث يستخلص من ظروف وملابسات ارتكاب الفعل الجرمي، حيث يكون عالماً بأنه يقوم ببيع أو عرض للبيع بضاعة تحمل علامة تجارية مقلدة، وإرادة ارتكابه هذا الفعل (I.C.A, 14605/2016). وعقوبة هذه الجريمة كما نصت عليه الفقرة الثانية من المادة 37 هي الغرامة بما لا يقل عن خمسين ديناراً ولا تتجاوز خمسمائة دينار.

سادساً: الشروع والمساعدة والتحريض على ارتكاب فعل التعدي على العلامة التجارية

نصت الفقرة (3) من المادة (37) من قانون العلامات التجارية على الشروع والمساعدة والتحريض على ارتكاب جرائم التزوير والتقليد والوسم والاستعمال دون وجه حق والبيع والاقتناء بقصد البيع والعرض للبيع لعلامة تجارية مسجلة بقصد الغش، والملاحظ على النص أنه ساوى في العقوبة بين الجريمة والشروع فيها أو المساعدة على ارتكابها أو التحريض عليها، ولكن الملاحظة الأهم أن عقوبة أفعال البيع أو الاقتناء بقصد البيع أو العرض أقل من عقوبة الشروع أو المساعدة أو التحريض على ارتكاب هذه الجرائم، والحقيقة أن المشرع لم يكن موفقاً في ذلك فمن غير المتصور أن تكون عقوبة الفعل التام أقل من عقوبة الفعل الناقص.

المبحث الثاني: حقوق مالك العلامة التجارية غير المسجلة

رتب المشرع الحماية القانونية الكاملة للعلامة التجارية المسجلة حينما أعطى لمالكها الحق بمنع التعدي على ملكيتها بأية صورة من صور التعدي، وبذات الوقت أعطاه الحق بالمطالبة بالتعويض عن الاضرار التي تترتب على التعدي على ملكية العلامة التجارية، كما أعطاه الحماية الجزائية؛ ولكن هل هذه الحالات تنطبق على العلامة التجارية غير المسجلة في الأردن؟؛ أم أن هناك أوضاعاً قانونية مختلفة تماماً فيما يتعلق بها؟، لمناقشة هذا الموضوع يلزم البحث في قانون العلامات التجارية الأردني لكي نتعرف على الحقوق التي خولها هذا القانون لمالك العلامة التجارية غير المسجلة وغير المشهورة (المطلب الأول)؛ ونظراً لاختلاف القواعد الناظمة للعلامة التجارية غير المشهورة عنها في العلامة التجارية المشهورة، فقد استلزم ذلك الحديث عن أحكام الأخيرة للوقوف على انعكاسات التسجيل عليها والأثر الذي يرتبه على الحق في ملكيتها (المطلب الثاني)، وأخيراً يجب التعرّف على الحماية التي أقرها المشرع الأردني للعلامة غير المسجلة في إطار قواعد قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية (المطلب الثالث).

المطلب الأول: نطاق حماية العلامات التجارية غير المسجلة في قانون العلامات التجارية

تنص الفقرة الاولى من المادة (25) من قانون العلامات التجارية على "أ- يقتصر الحق في استعمال العلامة التجارية المسجلة تسجيلاً قانونياً على مالكها وله الحق في منع الغير من استعمال علامات مطابقة..."، من خلال النص نتبين أن الحق في منع الغير من استعمال علامات مطابقة أو مشابهة على منتجات مماثلة يقتصر على مالك العلامة المسجلة، وبمفهوم المخالفة لا يحق لمالك علامة تجارية غير مسجلة القيام بذلك، كما نصت الفقرة الاولى من المادة (33) على" لا يحق لأحد أن يقيم دعوى بطلب تعويضات عن أي تعد على علامة تجارية غير مسجلة في المملكة.."، هذه النصوص الصريحة بعدم تمكين مالك العلامة غير المسجلة من منع التعدي عليها والمطالبة بالتعويض عن الضرر تولد تساؤلات عديدة أهمها: ماهي مبررات المشرع لوضع هذه الاحكام؟؛ وهل هذه الاحكام تنطبق على جميع العلامات غير المسجلة في الاردن سواء كانت علامات وطنية أو علامات دولية؟.

الفرع الأول: حالة عدم تسجيل العلامة التجارية محلياً أو دولياً

بالرجوع لنصوص قانون العلامات التجارية نجد أنه لم يقر الحماية القانونية للعلامة التجارية المستعملة غير المسجلة، كما حرم مالكها من التعويض حال التعدي عليها عندما نص على ذلك صراحة في المادة (33|1)، والحال كذلك فيما يتعلق بالحماية الجزائية التي قصرها على حماية الحق في العلامة التجارية المسجلة وفقاً لأحكام المادة (37) منه، في حين أن المشرع الأمريكي أقر ثبوت ملكية العلامة التجارية بالاستعمال حتى لو لم يلجأ مالكها لتسجيلها، فيستطيع مالكها بالاستعمال منع التعدي عليها، والمقصود بالاستعمال هو الاستعمال الفعلي للعلامة التجارية بوضعها على المنتج أو الخدمة، ولا ينظر هنا الى قدرة العلامة التسويقية وأهميتها بل يكفي دلالة وجود عمليات تجارية تديرها العلامة التجارية(Bouchoux, 2008,p.22).

وبالرجوع الى قواعد وأحكام الاتفاقيات الدولية الناظمة للعلامات التجارية، نجد أن أحكام النصوص السالفة الذكر (المادة 25 والمادة 33) لم تلبي أحكام اتفاقية تربس وتحديداً نص المادة (16|1) من الاتفاقية التي أعطت لصاحب العلامة التجارية المسجلة حقاً مطلقاً في منع الأطراف الثالثة التي لم تحصل على موافقة صاحب العلامة ذاتها من استخدامها حين يسفر هذا الاستخدام عن احتمال حدوث لبس، ويفترض احتمال حدوث

اللبس في حالة استخدام علامة تجارية مطابقة بالنسبة لسلع أو خدمات مطابقة، ولم تكتفي الاتفاقية بتقرير الحماية للعلامة المسجلة إنما امتدت هذه الحماية لتحظر استعمال هذه الحقوق للإضرار بحقوق سابقة على حق مالك العلامة التجارية، من هنا يتبين لنا أن الاتفاقية، وأن كانت تعطي للتسجيل أهمية قصوى إلا أنها لم تصادر حقوق من ثبت لهم الحق في العلامة التجارية من خلال الاستعمال السابق وان لم تكن مسجلة، وقد أوضحت ذلك صراحة عندما اشترطت في حماية أصحاب العلامات المسجلة عدم المساس بحقوق العلامات القائمة على أساس الاستخدام بالنص على ذلك في متن المادة (1/16) بالقول: "ويحظر أن تضر الحقوق الموصوفة بأعلاه بأية حقوق سابقة قائمة حالياً، أو أن تؤثر في إمكانية منح البلدان الأعضاء حقوقاً في العلامات التجارية على أساس الاستخدام".

وعند التعمق في قراءة نصوص اتفاقية تربس يلاحظ أن المادة 45 منها أعطت السلطة القضائية صلاحيات تلزم المعتدي بأن يدفع لصاحب الحق تعويضات مناسبة عن الأضرار التي لحقت به بسبب التعدي على الحق محل الحماية، كما يجوز للسلطة القضائية أن تأمر المعتدي بأن يدفع لصاحب الحق المصروفات التي تكبدها الأخير والتي من الممكن أن تشمل أيضا أتعاب المحاماة، كذلك نصت هذه المادة على أنه وفي بعض الحالات يجوز للسلطة القضائية أن تأمر باسترداد الأرباح أو دفع التعويضات أو كليهما معاً حتى في حالة عدم علم المعتدي بأنه قام بالاعتداء على حق من حقوق الملكية الفكرية، وقد جاء هذا النص عاماً ولم يحدد فيما إذا كانت العلامة التجارية يجب أن تكون مسجلة أو غير مسجلة.

والحقيقة أن هذا الوضع يشير للوهلة الاولى أن قانون العلامات التجارية الاردني خالف أحكام اتفاقية تربس، ولكن لدى التعمق في هذا الموضوع نجد أن قانون العلامات التجارية بتعديلاته الأخيرة يتوافق مع نصوص الاتفاقية، والسبب في ذلك أن النظام القانوني للعلامات التجارية لم يقتصر على قانون العلامات التجارية فقط، بل تضمن أيضاً قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية الذي قدم الحماية للعلامة التجارية المسجلة وغير المسجلة، ونرى أن قانون العلامات التجارية انسجم مع قواعد اتفاقية تربس فيما يتعلق بالعلامة التجارية المسجلة، إذْ تناول جميع الاحكام المتعلقة بها من حيث التنظيم القانوني تاركاً الأحكام المتعلقة بالعلامة التجارية غير المسجلة لقواعد قانون المنافسة غير المشروعة، ولا غضاضة في ذلك لأن ثبوت الحق في العلامة التجارية يتوقف على التسجيل الذي يترتب على أساسه قواعد الحماية بشقيها المدنية والجزائية، وأما الاحكام الناظمة للعلامة التجارية غير المسجلة فهي ترتبط بقواعد المنافسة الشريفة بعيداً عن تلك الأحكام الناظمة للحق في العلامة التجارية على ما حددها المشرع.

إضافة إلى ما تقدم من مبررات حول استبعاد العلامة التجارية غير المسجلة من قواعد الحماية بموجب قانون العلامات التجارية، يمكن القول أن الامر يتعلق بمسألة التنظيم للحق في العلامة التجارية وثبوته على أساس التسجيل، وهنا نرى أن هذا الحرمان سببه يعود الى طبيعة الحق في العلامة التجارية الذي تقرره واقعة التسجيل، فلا تثبت ملكية العلامة الا بالتسجيل، وفي حال تخلف هذا الشرط فلا نكون أمام ثبوت حق الملكية، وبالتالي من غير المتصور اقرار حقوق ناجمة عن حق الملكية دون ثبوتها أساساً، هذا من ناحية؛ كما أن اشتراط المشرع الأردني تسجيل العلامة التجارية في المملكة لإمكانية المطالبة بالتعويض في حالة التعدي عليها يعود -كما يرى البعض- إلى رغبة المشرع لتشجيع أصحاب العلامات التجارية للقيام بتسجيلها لدى وزارة الصناعة والتجارة بهدف حصرها ومعرفة أصحابها من ناحية أخرى (Nahi, 1982. P.259).

الفرع الثاني: حالة تحقيق الحماية للعلامات التجارية المسجلة دولياً

بالرجوع إلى المادة (40) من قانون العلامات التجارية نجد أن المشرع أعطى حق أولوية تسجيل العلامة التجارية لمن سجلت باسمه دولياً على من سبقه بتسجيلها في الأردن شريطة أن يودع طلبه لدى المسجل خلال ستة اشهر من تاريخ تسجيلها في دولته، وفي هذه الحالة يعتبر تاريخ التسجيل في دولته على أنه التاريخ الذي سجلت فيه العلامة التجارية في الأردن، وينحصر هذا التفضيل على رعايا الدول التي ترتبط مع الأردن باتفاقيات ثنائية أو معاهدات دولية، مستنداً في ذلك إلى قواعد اتفاق وبروتوكول مدريد بشأن تسجيل العلامات التجارية. حيث تبرز المادة الرابعة من اتفاق مدريد ما يترتب على التسجيل الدولي للعلامة، وان أهم ما يتعلق بإجراءات التسجيل هذه هو حماية العلامة التجارية في كافة البلدان المتعاقدة كما لو كانت أودعت فيها مباشرة، وإحلال التسجيل الدولي محل التسجيل الوطني بحيث تصبح الإدارة الوطنية مجبرة على ضرورة تقييد التسجيل الدولي في سجلاتها إذا ما قدم لها طلب التسجيل، كما تكون الحماية في أراضي كل طرف من الأطراف المتعاقدة هي ذاتها في جميع الدول، فذلك يعني حماية العلامة التجارية من تاريخ تسجيلها الدولي كما لو ان العلامة التجارية سجلت في مكتب المنشأ ذات العلاقة.

وعلى الرغم من إعطاء حق الأولوية بالتسجيل لطالب تسجيل العلامة المسجلة في دولة أجنبية واعتبار تسجيلها في الأردن هو تاريخ التسجيل في تلك الدولة الأجنبية، إلا أن المشرع أغفل واقعة التسجيل المنشئة للحق في الحماية وذلك بمنعه من إقامة أي دعوى مدنية أو جزائية للمطالبة بحقوقه قبل التاريخ الحقيقي الذي سجلت فيه في الأردن، وهذا ما نص عليه في ذيل المادة (40) بالقول" *... ولا يحق له اقامة أي دعوى مدنية أو جزائية قبل التاريخ الحقيقي الذي سجلت فيه علامته التجارية في المملكة*"، والواقع أن هذا المنحى من جانب المشرع يخالف جوهر الحماية التي نص عليها وربطها بالتسجيل كواقعة قانونية منشئة للحق، وبما أن المشرع اعتبر تاريخ تسجيل العلامة الأجنبية هذه في الأردن هو تاريخ تسجيلها في الدولة الأجنبية، مما يعني أن حق صاحب العلامة قد نشأ أساساً منذ التسجيل الأول، فما هو وجه الحرمان من إقامة الدعوى المدنية للمطالبة بالتعويض

وكذلك الدعوى الجزائية التي ربطها بالتسجيل الحقيقي في الأردن؟.

ويتجسد منطوق الحماية القانونية للعلامة المسجلة في دولة اجنبية بتأكيد المشرع مرة أخرى عندما نص صراحة في المادة (15) من قانون العلامات على اعتبار تاريخ التسجيل في الدولة الأجنبية هو تاريخ التسجيل في الأردن وذلك ايفاء للغايات المقصودة من القانون، بمعنى أن واقعة التسجيل تعتبر منشئة للحق في الحماية المدنية والمطالبة بالتعويض حال التعدي على هذا الحق، ولكننا بنفس الوقت نجد أن المادة (40) من القانون ذاته تخالف هذا النص وذلك بمنع مالكها من إقامة الدعوى المدنية قبل تاريخ التسجيل الفعلي في الأردن.

وبقراءة النصوص السابقة نجد أن المشرع الأردني وضع قيوداً على حماية العلامة الأجنبية التي يرغب مالكها بتسجيلها في الأردن بعد أن سجلها في دولة اجنبية ترتبط معها بموجب اتفاقيات، وبذات الوقت لم يتوافق مع التزاماته وفقاً لأحكام اتفاق وبروتوكول مدريد التي تتعلق بحماية العلامة الأجنبية الذي أقر حماية العلامة التجارية في كافة البلدان المتعاقدة كما لو كانت أودعت فيها مباشرة، وأقر إحلال التسجيل الدولي محل التسجيل الوطني بحيث تصبح الإدارة الوطنية مجبرة على ضرورة تقييد التسجيل الدولي في سجلاتها إذا ما قدم لها طلب التسجيل، كما تكون الحماية في أراضي كل طرف من الأطراف المتعاقدة هي ذاتها في جميع الدول، والمؤمل من المشرع أن ينظر إلى هذه القواعد القانونية المنظمة لمفردة هامة جداً من مفردات الملكية الفكرية بتدقيق أكثر، ويعيد جمع ما تناقض من قواعد وأسس مستنداً في ذلك على القواعد التي أقرتها القواعد العامة في المسئولية المدنية وقواعد الاتفاقيات الدولية مراعياً ما يتناسب مع طبيعة وتكوين المجتمع الأردني ومكناته الاقتصادية. وإذا كان المشرع الأردني قد حرم مالك العلامة التجارية قبل تسجيلها في الأردن من الحماية المدنية فهل أعطاه ما يعوض عن ذلك من حقوق؟

وبقراءة نص المادة (33) من قانون العلامات التجارية نجد أن المشرع أعطى لمالك العلامة التجارية الأجنبية غير المسجلة في الأردن حق إبطال تسجيل أية علامة تجارية سجلت في الأردن من قبل شخص لا يملكها بعد أن كانت مسجلة في الخارج، وعلى من له الحق في إبطال العلامة التجارية أن يتقدم إلى المسجل بطلب يطلب فيه إبطال هذه العلامة، ويشترط لصحة إبطال العلامة عدة شروط هي: أن تكون العلامة مخلة بالنظام العام أو الآداب العامة أو تؤدي إلى غش الجمهور؛ أن تكون العلامة مؤلفة من أرقام أو حروف أو ألفاظ تستعمل عادة في التجارة لتمييز أنواع البضائع وأصنافها؛ إذا كانت العلامة التي تطابق علامة تخص شخصاً آخر سبق تسجيلها لنفس البضائع التي يراد تسجيل العلامة من أجلها أو لصنف منها؛ أو العلامة التي تشابه تلك العلامة إلى درجة قد تؤدي إلى غش الغير؛ إذا كانت العلامة التجارية تطابق أو تشابه أو تشكل ترجمة لعلامة تجارية مشهورة، ويكون قرار المسجل في هذه الحالة قابلاً للاستئناف لدى المحكمة الادارية خلال ستين يوماً من تاريخ تبليغه.

وقد أكد القضاء الاداري على اقرار هذه القواعد حيث قضت محكمة العدل العليا الاردنية برد الاستئناف وتأييد قرار مسجل العلامات التجارية المستأنف القاضي بترقين (شطب العلامة من السجل) العلامة المسجلة في المملكة بعد طلب مالك العلامة المسجلة بالخارج شطبها، وقد استندت المحكمة في قرارها على نصي المادة (25) والمادة (33) من قانون العلامات التجارية، وقد جاء في متن القرار "..وعليه وحيث أن الاسبقية في الاستعمال تؤخذ بعين الاعتبار عند تقرير ملكية العلامة، وأن وجود التشابه يؤدي الى غش الجمهور، فتكون باقي الشروط لتحقق طلب الترقين قد تحققت. وفضلاً عن ذلك فان المادة 34 (قبل التعديل حيث أصبحت 33) من قانون العلامات التجارية قد أعطت الحق لمالك العلامة التجارية غير المسجلة في المملكة أن يتقدم بطلب الى مسجل العلامات التجارية لإبطال علامة تجارية سجلت في المملكة من قبل شخص لا يملكها بعد أن كانت مسجلة في الخارج إذا كانت الاسباب التي يدعيها هي الاسباب الواردة في المادة (8) من قانون العلامات التجارية، وبذلك يكون ما توصل اليه مسجل العلامات التجارية بقراره المستأنف متفقاً وأحكام القانون والاستئناف مستوجب الرد..."(J.H.C.J, 470/2007).

وقد توسع القضاء في حماية العلامة التجارية المسجلة في خارج المملكة الاردنية الهاشمية حينما أعطى الحق لمالكها بإقامة دعوى ابطال تسجيل علامة مطابقة لها في المملكة حتى لو لم تكن الدولة المسجلة فيها تلك العلامة عضواً في الاتفاقيات الدولية لحماية العلامات التجارية، فقد قضت محكمة العدل العليا بأنه:"يحق لصاحب العلامة المسجلة في الخارج بإقامة الدعوى لإبطال تسجيل هذه العلامة في المملكة الأردنية إذا كان بقاء تسجيلها يخالف النظام العام والآداب العامة أو يؤدي إلى غش الجمهور بسبب شيوع استعمال البضاعة التي تحملها ولو لم تكن الدولة المسجلة فيها تلك العلامة داخلة بالاتفاق الدولي لحماية العلامات التجارية" (J.H.C.J, 87/1972)، وقضت المحكمة ذاتها: "إذا ثبت أن علامة تجارية مسجلة في الخارج تطابق علامة تجارية مطلوب تسجيلها في الأردن، يكون اعتراض صاحب العلامة المسجلة وارداً على تسجيل العلامة المطابقة لها في الأردن" (J.H.C.J, 171/1988).

المطلب الثاني: نطاق حماية العلامات التجارية المشهورة

اتضح مما تقدم بيانه أن التسجيل يعتبر شرطاً أساسياً لتحقيق الحماية للعلامات التجارية، فهل هذا الأمر ينطبق على العلامات التجارية المشهورة أيضاً؟، أم أن لها أحكاماً خاصة تتعلق بها؟. قبل بيان هذه الأحكام سوف نقوم بتوضيح مفهوم العلامة المشهورة؛ ثم نبين حدود الحماية المقررة لها بموجب قانون العلامات التجارية الاردني.

الفرع الأول: مفهوم العلامة التجارية المشهورة

عرف المشرع الأردني العلامة التجارية المشهورة في المادة (2) من قانون العلامات التجارية بأنها "العلامة ذات الشهرة العالمية التي تجاوزت شهرتها البلد الأصلي الذي سجلت فيه واكتسبت شهرة في القطاع المعني من الجمهور في المملكة الأردنية الهاشمية"، مما يدل على أنه يكفي لاعتبار العلامة مشهورة أن تكون معروفة على نطاق واسع لدى جمهور كبير في الأردن ضمن القطاع الذي تروج فيه السلع والخدمات التي تميزها العلامة، شريطة أن تتجاوز هذه الشهرة حدود البلد الذي سجلت فيه العلامة، وقد راعى المشرع عند تحديد تعريف العلامة المشهورة التقيد بالالتزامات والواجبات المترتبة بمقتضى الاتفاقيات المتعلقة بحماية العلامة التجارية المشهورة والتي تكون المملكة طرفاً فيها.

وباستقراء نصوص الاتفاقيات الدولية المتعلقة بتنظيم الملكية الصناعية، نجد أن اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية حددت مفهوم العلامة التجارية المشهورة في المادة (6/ثانياً) منها بأنها تلك "التي تكون معروفة على نطاق واسع عن طريق حملات الدعاية والإعلان دون اشتراط أن تكون السلع التي تحمل العلامة قد تم تسويقها في تلك الدولة"، يلاحظ من خلال النص توسيع مدى حماية العلامة التجارية المشهورة وذلك بعدم اشتراطها تسويق البضائع التي تحمل العلامة في بلد الحماية، ولم تضع اتفاقية باريس أي معايير لقياس مدى شهرة العلامة، بل تركت ذلك لتقدير الأجهزة الإدارية أو السلطات القضائية المختصة في كل دولة من الدول الأعضاء في اتحاد باريس، مما أثار جدلاً كبيراً واختلافاً حاداً في وجهات نظر الدول الأعضاء في اتحاد باريس حول تلك المعايير، كما أن اتفاقية باريس تحدثت عن العلامة المشهورة بصدد علامة السلعة دون علامة الخدمة.

وفي حين توسعت اتفاقية تربس (TRIPS) في المادة (16) في بيان مفهوم العلامة المشهورة فلم تقصرها على علامة السلعة، بل أدخلت فيها أيضا علامة الخدمة، ووضعت اتفاقية تربس ضابطاً عاماً يمكن للدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية الاسترشاد به في تحديد مفهوم العلامة المشهورة، إذ تراعى البلدان الأعضاء مدى معرفة العلامة التجارية في قطاع الجمهور المعنى بما في ذلك معرفتها في البلد العضو المعني نتيجة ترويج العلامة التجارية. بمعنى أن الاتفاقية اشترطت تسويق العلامة التجارية في بلد الحماية.

وفيما يتعلق بمعيار الشهرة؛ نرى أن المشرع الاردني أخذ بمعايير اتفاقية تربس وهي تجاوز شهرة العلامة حدود البلد الذي سجلت فيه؛ أي أن تكون ذات شهرة ومعرفة على المستوى العالمي، وكذلك معرفتها من قبل القطاع المعني بها، وعلى الرغم من عدم النص على ترويج أو تسويق العلامة التجارية في الاردن؛ الا أن النص يشير الى ذلك، حيث أن المعرفة لدى قطاع الجمهور المعني تقتضي بالضرورة أن تكون مثل هذه العلامة مسوّقة داخل المملكة، وأن هذا الجمهور يكون عالماً بما تسوقه هذه العلامة من منتجات وخدمات مما يجعله يقبل عليها ولا يتحقق ذلك الا من خلال تسويقها، وعلى الرغم من ذلك كان على المشرع الاردني الاخذ بمعيار التسويق بكل وضوح -على غرار ما جاء في اتفاقية تربس- حتى لا يقع أي لبس في التطبيق؛ لا سيما في الوقت الحاضر الذي يتيح الاطلاع والمعرفة دون اشتراط التسويق الفعلي وذلك من خلال الانترنت، وهذا توسع غير مبرر في الحماية لعلامات تجارية قد لا تكون مسوّقة فعلاً داخل حدود المملكة.

وعلى الجانب الفقهي؛ يرى البعض أن الشهرة تتأتى من خلال معرفة الجمهور بالعلامة عن طريق وسائل الإعلام الخاصة بالدولة التي يراد فيها حماية العلامة، ويدخل في ذلك الوسائل الحديثة كالانترنت (Al Sagheer, 2003)، مما يعني أن المعرفة بالعلامة تكون عن طريق حملات الدعاية والإعلان دون اشتراط أن تكون السلع التي تحمل العلامة قد تم تسويقها في تلك الدولة. ونرى أن هذا الرأي يتوافق مع معيار اتفاقية باريس ويتفق أيضاً مع المشرع الاردني، ولكنه لا يحقق معيار اتفاقية تربس، التي اشترطت معرفة العلامة التجارية من خلال الترويج لها، وصحيح أن الترويج يتم من خلال وسائل متعددة ومن أهمها الانترنت، الا أن الترويج يقترن بالمعرفة؛ والمعرفة لا تتأتى الا من خلال التجريب والاقتناء والاستعمال، فالاطلاع عن بعد -من خلال الانترنت- لا يشير الى معرفة العلامة التجارية واستمرارية الاقبال عليها الا بعد استعمالها، والاستعمال هنا يتحقق بالتسويق سواء من خلال وجودها في الاسواق التجارية في المملكة أو تسويقها عن طريق الانترنت.

الفرع الثاني: حدود الحماية المقررة للعلامة التجارية المشهورة

حظيت العلامة التجارية المشهورة بأحكام خاصة تتعلق بالحماية سواء في الاتفاقيات الدولية أو التشريعات الوطنية تتميز بها عن العلامة التجارية، وهذا ما دفعنا لبحث الجوانب المتعلقة بها في هذه الدراسة لما ينتج عن حمايتها من إشكالات قانونية ترتبط بالتسجيل، فالسؤال المطروح هنا هل تنساق الأحكام المتعلقة بالعلامات التجارية غير المسجلة على العلامات المشهورة؟ أم أن لها أوضاع خاصة بها حتى لو لم تكن مسجلة؟.

بالنظر إلى نصوص اتفاقية تربس نجد أنها قد أصبغت الحماية على العلامة التجارية المشهورة وذلك بمنع نسخها أو تقليدها بشكل يؤدي إلى إحداث اللبس لدى الجمهور ولو لم تكن العلامة مسجلة، ولم تكتفي بذلك بل توسعت في نطاق حمايتها في المادة (16) منها التي حظرت استخدام العلامة المشهورة إذا كانت مسجلة على سلع أو خدمات غير مماثلة للسلع أو الخدمات التي تستخدم العلامة في تميزها من قبل الغير، شريطة أن يؤدي استخدام العلامة المشهورة على السلع أو الخدمات غير المماثلة إلى الاعتقاد بوجود صلة بين تلك السلع أو الخدمات غير المماثلة وصاحب العلامة المشهورة، وأن يؤدى إلى احتمال المساس بمصلحة صاحب العلامة، وتعريضه للضرر.

وقد نهج المشرع الأردني هذا النهج، إذ يؤكد على حماية العلامة المشهورة وإن لم تكن مسجلة، فأعطى الحق لمالكها أن يطلب من المحكمة

المختصة منع الغير من استعمالها، على منتجات أو خدمات مماثلة، وكما هو الحال في اتفاقية تربس فان المشرع الأردني أوجب الحماية للعلامة المشهورة التي توضع على منتجات أو خدمات غير مماثلة في متن المادة (25) من قانون العلامات التجارية، وفي هذه الحالة اشترط بأن يدل الاستعمال لهذه العلامة على صلة بين تلك المنتجات أو الخدمات وبين العلامة المشهورة، فإذا لم تتوفر هذه الصلة فلا نكون بصدد اعتداء، واشترط كذلك احتمالية أن تتضرر مصالح صاحب هذه العلامة نتيجة هذا الاستعمال، وفي هذه الحالة على مالك العلامة المشهورة أن يثبت الضرر.

وقد استقر الاجتهاد القضائي على أن اختلاف البضاعة لا ينفي احتمالية وقوع الغش والمنافسة غير المحقة، (قرار المحكمة الادارية العليا رقم 111 لسنة 2015؛ قرار المحكمة الادارية رقم 301 لسنة 2016؛ قرارات محكمة العدل العليا 2007/50، 2011/170، 2012/298)، وقد قضت المحكمة الادارية "أن لمالك العلامة التجارية المسجلة في بلدها الاصلي واشتهرت في الاردن أن يطالب بحماية العلامة التجارية وإن لم تكن مسجلة في الاردن، لأن الحماية ليست فقط للعلامة التجارية بل أيضاً لحماية الجمهور من الخداع والتضليل والغش وفقاً لما استقر عليه اجتهاد محكمة العدل العليا" (J.H.C.J, 230/2001; 430/2000) (J.A.C, 301/2016)، وفي ذات الاتجاه قضت محكمة العدل العليا "بأن قيام المستأنفة بتسجيل العلامة(MILLER) التي تملكها شركة أخرى خارج الأردن (شركة ميلر بروينغ كومباني) والتي لها شهرة عالمية من شأنه أن يشجع المنافسة غير المحقة ويؤدي الى تضليل المستهلكين... إن كون العلامة التجارية الاجنبية غير مسجلة في الأسواق لا يمنع من حمايتها طالما كانت لها شهرة عالمية" (J.H.C.J, 120/1997).

وخلاصة القول أن قانون العلامات التجارية لم يقدم الحماية للعلامات التجارية غير المسجلة، في حين أنه توسع في حماية العلامة التجارية المشهورة حتى لو لم تكن مسجلة على الرغم من أن العلامة التجارية تكاد تتطابق في مفهومها القانوني سواء كانت مشهورة أو غير مشهورة، ولكن باعتقادي أن السبب في التوسّع في حماية العلامة المشهورة يعود الى رؤية المشرع في تحقيق الحماية لجمهور المستهلكين من الوقوع في الغش والتضليل، كذلك أن المنتجات والخدمات التي توسم بعلامة تجارية مشهورة تكون –في الغالب- عالية الجودة قد وثق بها المستهلك، إضافة الى سعة انتشارها وشمولية التعامل بها والاقبال عليها في قطاعات متنوعة، الأمر الذي اقتضى التشدّد، والتوسّع في حمايتها ولو لم تكن مسجلة.

المطلب الثالث: حماية العلامة التجارية غير المسجلة بموجب قواعد المنافسة غير المشروعة

تتميز دعوى المنافسة غير المشروعة بأهمية خاصة لأنها تعطي الحق لكل متضرر بالاستناد إليها عندما تتعرض حقوقه للهدر من جراء المنافسة غير الشريفة التي تمارس عادة في الأعمال التجارية والصناعية، وتتمثل أهمية هذه الدعوى أيضاً من خلال إرساء قواعد عدالة تضمن حسن سير النمو الاقتصادي للدول وحماية لمكتسباتها التنموية في المجال الاقتصادي، من هنا فلا بد من معرفة ما تمثله هذه الدعوى من خلال بيان مفهومها؛ ثم بيان أركانها.

الفرع الأول: مفهوم دعوى المنافسة غير المشروعة

يقصد بالتنافس بأنه تزاحم التجار على ترويج أكبر قدر من منتجاتهم أو خدماتهم من خلال جذب أكبر عدد من العملاء، وتتحقق هذه الغاية بالاستناد إلى حرية التنافس فيما بينهم وحرية الاختيار لدى جمهور المستهلكين (Ismael, 1985, p.209). وقد ينتج عن هذا التنافس - لا سيما بين القطاعات المتشابهة - تسابق من أجل كسب المستهلكين لزيادة فرص التسويق التي تحقق زيادة في الأرباح، فهنا قد يلجأ البعض إلى سلوك طرق ووسائل مخالفة للقوانين والأعراف التجارية ينتج عنها إضرار بالآخرين، وكما يرى البعض (Taha, 1977, p559) بأن المنافسة غير المشروعة - بوجه عام – " تتمثل باستخدام التاجر لطرق منافية للقوانين أو العادات أو الشرف"، وفي ذات المعنى اعتبرها البعض بأنها:" تجاوز التاجر للوسائل المشروعة واستخدام أساليب مخالفة للقانون أو العادات أو منافي للشرف من أجل جذب الزبائن"(Yunis, 1963, p.131). وعليه نرى أن المنافسة غير المشروعة تمثل الأفعال التي من شأنها الإضرار بالمنافسين عن طريق تضليل الجمهور لصرف اختياره عن السلعة أو الخدمة التي يقدمها ذلك المنافس سواء كانت هذه الأفعال مخالفة للقانون أو الأعراف الشريفة السائدة في المعاملات التجارية.

وأما المشرع الأردني فقد عرّف المنافسة غير المشروعة بأنها كل عمل يتعارض مع الممارسات الشريفة في الشؤون الصناعية أو التجارية وقد حدد في المادة 2|أ من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم 15 لسنة 2000 بعض هذه الأعمال التي تعتبر من قبيل المنافسة غير المشروعة على وجه الخصوص لا الحصر وهي:1- الأعمال التي بحكم طبيعتها تسبب لبساً مع منشاة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري.2-الادعاءات المغايرة للحقيقة في مزاولة التجارة والتي قد تسبب نزع الثقة عن منشاة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري.3-البيانات أو الادعاءات التي قد يسبب استعمالها في التجارة تضليل الجمهور فيما يتعلق بطبيعة المنتجات أو طريقة تصنيعها أو خصائصها أو كمياتها أو صلاحيتها للاستعمال. .4 أي ممارسة قد تنال من شهرة المنتج أو تحدث لبساً فيما يتعلق بمظهره الخارجي أو طريقة عرضه أو قد تضلل الجمهور عند الاعلان عن سعر المنتج أو طريقة احتسابه.

ومن ذلك نخلص إلى القول بأن الأعمال التجارية الشريفة التي لا تخالف قواعد القانون والأعراف والعادات التجارية تعتبر أعمال منافسة

مشروعة، حيث أنها تقيس مدى نجاح المشروع، وعكس ذلك نكون أمام منافسة غير مشروعة تلحق الضرر بالغير الذي يكون له الحق في إقامة دعوى المنافسة غير المشروعة لأجل المطالبة بالتعويض.

وفيما يتعلق بدعوى المنافسة غير المشروعة نجد أنها تلك الدعوى التي تتعلق بالمطالبة بالتعويض عن الضرر الناتج عن الأعمال التي من شأنها الإخلال بالقوانين والأعراف العادات المتعلقة بالتجارة والصناعة بالإضافة إلى طلب اتخاذ الإجراءات التحفظية إذا أثبت أن المنافسة قد ارتكبت ضده؛ وأن المنافسة أصبحت وشيكة الوقوع وقد تلحق ضرراً يتعذر تداركه وأنه يخُشى من اختفاء الدليل على المنافسة أو إتلافه وهي ما نصت عليها المادة (3) من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية.

وبالنظر الى نص المادة 2|ب من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية نجد أن المشرع قد اعتبر التعدي على علامة تجارية مستعملة في المملكة -سواء كانت مسجلة أو غير مسجلة بشكل يؤدي إلى تضليل الجمهور- عملاً من أعمال المنافسة غير المشروعة، حيث أعطاه الحق بالمطالبة بالتعويض عما لحقه من ضرر جراء هذا التعدي، ولا يتحقق التعويض إلا من خلال تقدم المتضرر بدعوى المنافسة غير المشروعة أمام القضاء لتقرير ذلك؛ ولكن هل تستند دعوى المنافسة غير المشروعة على قواعد دعوى المسؤولية عن الفعل الضار التي تناولت أحكامها القواعد العامة؟

والحقيقة أن دعوى المنافسة غير المشروعة تتخذ طابعاً خاصاً تتميز به عن دعوى الفعل الضار، فهي وإن كانت تقاربها في أحكامها إلا أنها تتميز بأحكام خاصة تحيد عنها في بعض الأحيان، والسبب في ذلك أن هذه دعوى المنافسة غير المشروعة جاءت نتيجة للتطور في المعطيات القانونية التي تفرضها الحياة العملية، لأن الحق الذي تحميه الدعوى ذو طبيعة مزدوجة، فهو يقترب من الحق الشخصي بنفس القدر الذي يقترب فيه من الحق العيني، مما يجعله حق ذو طابع مالي ومعنوي في آن واحد(Mehriz, 1987, p.309).

والواقع التشريعي في الأردن يشير إلى تطبيق أحكام دعوى المسؤولية عن الفعل الضار على المنافسة غير المشروعة مع مراعاة طبيعتها الخاصة التي تجعل منها نوعاً خاصاً من دعاوى المسؤولية تختلف في بعض أحكامها عن المسؤولية عن الفعل الضار، وبقراءة لنص المادة 3|أ من قانون المنافسة غير المشروعة نجد أن المشرع أعطى الحق بالتعويض عن الضرر الناجم من جراء فعل المنافسة غير المشروعة، وهو في ذلك يطبق أحكام المسؤولية عن الفعل الضار التي نصت عليها المادة 256 من القانون المدني، وفي المقابل نجد أن المشرع - في المادة 3|ب من قانون المنافسة غير المشروعة - أعطى الحق للمتضرر باتخاذ التدابير الاحتياطية قبل رفع الدعوى أو أثنائها، مما يميز هذه الدعوى عن دعوى المسؤولية التقصيرية.

وخلاصة القول إن دعوى المنافسة غير المشروعة تعتبر نوعاً خاصاً من دعاوي المسؤولية تحقق لصاحب الحق نوعاً إضافياً من الأحكام فضلاً عن حقه بالتعويض، فإنه وإن كان المشرع قد رتب التعويض عن الضرر الواقع دون اشتراط لمشروعية الفعل من عدمه كما نصت عليه المادة 256 من القانون المدني، مما يوحي - عند تطبيق ذلك على فعل المنافسة - بأن كل فعل منافسة سواء كان مشروعاً أم غير مشروع نتج عنه ضرراً بالغير يلزم صاحبه بالتعويض، وحقيقة الأمر إن هذا لا يتناسب مع القواعد التجارية التي تتركز فيها المنافسة وتعتبر عماد كيانها، وأن ممارستها من قبل التاجر سيترتب عليها ضرر بالمنافس لا محالة، وتطبيقا لذلك لا يستطيع المتضرر من فعل منافسة مشروعة أن يقيم دعوى التعويض عن الضرر الذي لحق به جراء هذا الفعل لأنه يُعد ممارسة مشروعة كفلها القانون لاعتماد العمل التجاري عليها.

ونرى هنا أن هذا هو الفيصل في تمييز أحكام دعوى المنافسة غير المشروعة التي تستند إلى قواعد قانون المنافسة غير المشروعة عن دعوى المسؤولية عن الفعل الضار التي تستند إلى قواعد القانون المدني، ذلك لأن المادة 3|أ من قانون المنافسة غير المشروعة رتبت التعويض عن الضرر الناتج عن فعل المنافسة غير المشروعة فقط، وبالتالي فإن مالك العلامة التجارية المسجلة وغير المسجلة في الأردن يستطيع اللجوء إلى القضاء عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة وله في ذلك حق المطالبة بالتعويض، واتخاذ كافة الإجراءات الاحتياطية الكفيلة بضمان حقه قبل رفع الدعوى أو أثناء النظر فيها، مما يتيح له كذلك وقف الاعتداء على علامته التجارية إذا أثبت شروط وأركان هذه الدعوى.

الفرع الثاني: أركان دعوى المنافسة غير المشروعة

تبين لنا مما تقدم أن دعوى المنافسة غير المشروعة هي دعوى مسئولية تتسم بالخصوصية، إلا أن الأركان التي تستلزم قيامها لا تكاد تتعدى تلك التي تأسست عليها المسؤولية عن الفعل الضار مع اختلافات بسيطة سنتطرق لها بالبحث، وعليه فانه يتعين على الشخص أن يقوم بفعل الاعتداء والذي يتجسد في عمل من أعمال المنافسة غير المشروعة؛ وأن يترتب على هذا الفعل ضرر يلحق بالغير مع قيام رابطة السببية بين الفعل والضرر. لذا ببيان هذه الأركان لنتوصل إلى مدى ملائمة تطبيقها على أفعال المنافسة غير المشروعة التي تقع على العلامة التجارية غير المسجلة في الأردن.

أولاً: فعل التعدي على العلامة التجارية غير المسجلة

تعتبر المنافسة في ميدان التجارة والصناعة حقاً مشروعاً لذا يتعين علينا معرفة متى يعتبر الفعل مشروعاً أو غير مشروع، في هذه الحالة نعود إلى طبيعة الفعل فإن كان يتوافق مع الاعتبارات المبنية على العادات التجارية والمهنية لنوع التجارة أو الصناعة، ومبادئ الأمانة والشرف والاستقامة المتعارف عليها في الميادين التجارية والصناعية فيمكن من خلالها تحديد مشروعية المنافسة أو عدم مشروعيتها(Dermeesh, 1988, p.1121)، ولكي يقوم هذا الركن فانه يستوجب شرطين أساسيين هما قيام المنافسة وعدم مشروعية هذه المنافسة:

- قيام حالة المنافسة أن يكون فعل المنافسة قد وقع على نشاط معين على حساب نشاط آخر مماثل في نفس المجال، كأن يقع فعل الاعتداء على علامة تجارية بتقليدها على نفس البضاعة التي تسمها العلامة الأصلية، فحالة المنافسة هنا تتمثل بالقيام بنفس النشاط الذي يقوم به مالك العلامة الأصلية، ويشترط في هذه الحالة أن يؤدي هذا النشاط إلى تضليل جمهور المستهلكين بحيث يشتبه عليهم، ولا يشترط حالة التماثل الكامل بين النشاطين بل يكفي أن يكون النشاطان متقاربين بحيث يمكن لأحدهما التأثير في عملاء الأخر(Yunis, 1963, p.141).
- عدم مشروعية المنافسة فان ذلك يتمثل بمخالفة القوانين والأنظمة والعادات والأعراف الشريفة بالمعاملات التجارية، وقد حددت اتفاقية باريس في المادة (10مكرر) وقانون المنافسة غير المشروعة في المادة (2/أ/1) أفعال المنافسة غير المشروعة على وجه الخصوص دون الحصر، وهي:

- التي تسبب لبساً مع علامة تجارية، وهذه الحالة تتوافر عند الاعتداء على العلامة التجارية بتقليدها، بحيث يؤثر هذا التعدي على جمهور المستهلكين بإيجاد اللبس لديهم بأن البضائع أو الخدمات التي تحملها العلامة المقلدة هي تلك البضائع أو الخدمات التي تروج لها العلامة التجارية الأصلية.

- الادعاءات المغايرة للحقيقة التي قد تسبب نزع الثقة بالعلامة التجارية، كان يدعي المعتدي على العلامة التجارية أن هذه العلامة ملكا له ويقدم بيانات مزورة أو غير صحيحة لإثبات ذلك.

- ترويج ادعاءات أو بيانات تستعمل في التجارة تتعلق بطبيعة علامة تجارية أو بطبيعة المنتجات التي تروج لها تؤدي إلى تضليل الجمهور.

- أيّ ممارسة قد تنال من شهرة المنتج الذي تروج له العلامة التجارية أو تحدث لبساً فيما يتعلق بمظهرة الخارجي أو طريقة عرضة أو قد تضلل الجمهور عند الإعلان عن سعر المنتج أو طريقة احتسابه. وبالتالي فإن فعل التعدي على العلامة التجارية مسجلة أو غير مسجلة يتحقق بمجرد ارتكاب الفعل غير المشروع.

ثانياً: إلحاق الضرر بمالك العلامة التجارية

لا يكفي لقيام المسؤولية توافر التعدي بل يجب أن ينجم عن الفعل ضرر، فإذا ما انتفى الضرر فلا تقبل دعوى المسؤولية، والضرر قد يكون مادياً وهو ما يصيب الشخص في جسمه وماله؛ وقد يكون أدبيا يصيب شعوره أو عاطفته أو كرامته أو شرفه (Sultan, 1987, p.328)، ويشترط في الضرر أن يكون محقق الوقوع، أي أن يكون قد وقع فعلا أو أنه سيقع حتماً (J.C.C,(civil), 2584/98)، وأما الضرر المحتمل الوقوع فلا تعويض عليه (Sultan, 1987, p.329).

وبالنظر إلى دعوى المنافسة غير المشروعة؛ نجد أن الأمر قد يختلف عما هو عليه في المسؤولية عن الفعل الضار، إذ أن الهدف من دعوى المنافسة غير المشروعة هو حماية التجارة من أعمال المنافسة غير المشروعة بالنسبة إلى المستقبل، لذا يجوز رفع دعوى المنافسة غير المشروعة ولو لم يكن هناك ضرر إذا كان يخشى من وقوع الضرر في المستقبل، فتكون وظيفة هذه الدعوى وقائية بالإضافة إلى وظيفتها المتعلقة بالتعويض، فسيطيع القاضي الحكم بوقف الفعل غير المشروع، لكنّ ذلك لا يخوّل المدعي طلب التعويض إلا إذا اثبت وجود الضرر (Yunis, 1963, p.145)، وحقيقة الأمر إن هذا الرأي قد أجاد في تميز دعوى المنافسة غير المشروعة عن دعوى المسؤولية عن الفعل الضار ويتوافق مع ما جاء به المشرع عندما نص على التدابير الاحتياطية بوقف الاعتداء في المادة 3|ب من قانون المنافسة غير المشروعة، لذا فان الضرر شرط لطلب التعويض لكنه لا يلزم لتأسيس دعوى المنافسة غير المشروعة، وقد سلكت محكمة استئناف القاهرة هذا الاتجاه عندما قررت انه "لا يشترط أن يكون الضرر محققاً بل يكفي في مجال المنافسة غير المشروعة أن يكون احتمالياً" (Yunis, 1963, p.145).

وفيما يتعلق بالاعتداء على العلامة التجارية فان الضرر الذي ينتج عن هذا الاعتداء قد يكون مادياً بإلحاق الخسارة بمالكها أو بإنقاص القيمة التسويقية للعلامة في منطقة التعدي، وقد يكون أدبياً بالنيل من سمعة صاحبها ونزع الثقة به، وعلى صاحب العلامة إثبات الضرر لأجل المطالبة بالتعويض وذلك بكافة طرق الإثبات، وله كذلك المطالبة بوقف الاعتداء على العلامة حتى لو لم يتحقق الضرر إذا كان محتمل الوقوع.

ثالثاً: علاقة السببية بين فعل التعدي والضرر

تعتبر علاقة السببية ركن ضروري لانعقاد المسؤولية المدنية وتحديد التعويض الناجم عن هذه المسؤولية، فلا يكفى للحكم بالتعويض على المعتدي أن يتوافر الفعل والضرر الذي تسبب به، بل لا بد أن يكون من شأن هذا الفعل الذي اقترفه الفاعل أن يؤدي بالنتيجة إلى إلحاق الضرر بالمعتدى عليه، أي أن يكون الفعل مفضياً لتحقيق الضرر، ويشترط كذلك أن لا يحول بين الفعل والضرر فعل آخر لم يتسبب به المعتدي يمنع تحقيق النتيجة من قبل الفعل الأول، ولكن إذا حال بين الفعل والضرر سبب أجنبي لا يد للمعتدي به فإن رابطة السببية تنتفي في هذه الحالة ولا يلزم الفاعل بالتعويض(Sultan, 1987, p.336-337).

وقياساً على تلك القواعد؛ فيجب على مالك العلامة التجارية لدى مطالبته بالتعويض عن طريق دعوى منافسة غير مشروعة من إثبات توافر علاقة السببية بين فعل التعدي الذي ارتكبه أو تسبب به المعتدي على العلامة التجارية وبين الضرر الذي لحق بمالك العلامة التجارية المعتدى عليها، ويقع

عبء إثبات رابطة السببية على مالك العلامة (المدعي)، ولكن إذا تدخل سبب أجنبي كأن يتحقق الضرر نتيجة لأفعال قام بها مالك العلامة التجارية حالت بين فعل الاعتداء على العلامة التجارية وبين الضرر الذي لحق بمالكها، فان عبء الإثبات هنا ينتقل إلى المدعى عليه لإثبات هذا السبب الأجنبي، ويكون الإثبات هنا بكافة طرق الإثبات. ولكن في حالات المنافسة غير المشروعة التي لا يترتب على الاعتداء فيها أي ضرر، كأن يكون الضرر احتمالي يخشى من وقوعه مستقبلا فلا يكون هنا محلا للحديث عن رابطة سببية، بمعنى أن رابطة السببية تدور وجوداً وعدماً مع وجود الضرر أو عدمه.

نخلص إلى القول انه إذا ما تم الاعتداء على علامة تجارية في الأردن سواء كانت مسجلة أو غير مسجلة فان من حق مالك العلامة إقامة دعوى المنافسة غير المشروعة إذا اثبت جميع أركانها من أجل المطالبة بالتعويض، وحتى بانتفاء الضرر يستطيع مالك العلامة التجارية المعتدى عليها إقامة دعوى المنافسة غير المشروعة لوقف الاعتداء تأسيساً على قواعد قانون المنافسة غير المشروعة. وبالنتيجة نتوصل إلى أن قانون المنافسة غير المشروعة حقق الحماية المدنية للعلامة التجارية المسجلة وغير المسجلة، ويكون بذلك مكملاً لقانون العلامات التجارية مما يشير الى اهتمام المشرع بتقديم حماية فعالة لهذا الحق.

الخاتمة

عرضنا في هذه الدراسة للأحكام الخاصة بتسجيل العلامة التجارية والآثار المترتبة على تسجيلها من حيث بيان القواعد المتعلقة بالحماية، وقد استندنا في هذه الدراسة على ما قدمه المشرع الأردني من قواعد في نصوص قانون العلامات التجارية، ولما كان لتسجيل العلامة التجارية أثار قانونية على غاية الأهمية تتعلق بمالك العلامة التجارية من جهة؛ وجمهور المستهلكين من جهة اخرى، فقد تناولت هذه الدراسة الأحكام المتعلقة بالعلامة التجارية المسجلة، ثم تلك التي تنظم قواعد العلامة التجارية غير المسجلة من ضمنها العلامة التجارية المشهورة، ***وقد توصلنا إلى النتائج الآتية:***

1- قدم المشرع الأردني الحماية الكاملة للعلامة التجارية المسجلة بشقيها المدني والجزائي، كما أعطى الحق لمالكها باتخاذ الاجراءات التحفظية الضرورية للحفاظ على حقه في علامته التجارية سواء قبل اقامة دعوى التعدي أو اثنائها، في حين أنه لم يقدم الحماية الكاملة للعلامة التجارية غير المسجلة في قانون العلامات التجارية سواء كانت مدنية أو جزائية، حيث منحه الحق بمنع التعدي على علامته دون أحقية مطالبته بالتعويض عن الاضرار التي سببها التعدي، ويعزى ذلك الى أن المشرع الاردني آثر تنظيم قواعد الحماية المتعلقة بالعلامة التجارية المسجلة في اطار قانون العلامات التجارية تاركاً تنظيم قواعد الحماية للعلامة غير المسجلة لقانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية، على اعتبار أن افعال التعدي على الأخيرة تقع في إطار قواعد المنافسة غير المشروعة، وهذه رؤية نتفق معها تماماً؛ لأن تسجيل العلامة التجارية هو الذي يولّد الحق فيها.

2- على الرغم من اعتماد المشرع الأردني على أسبقية التسجيل لمنح الحماية؛ إلا أنه أعطى لمالك العلامة التجارية المسجلة في الخارج حق الأولوية بالتسجيل، شريطة إثبات تسجيل تلك العلامة خلال ستة شهور قبل طلب تسجيلها في المملكة، وهنا يعتبر تاريخ تسجيلها في تلك الدولة هو التاريخ المتعمد للتسجيل في المملكة، وعلى الرغم من منح الحماية لهذه العلامة؛ الاّ أن المشرع أغفل واقعة التسجيل المنشئة للحق (تاريخ التسجيل في الدولة الأجنبية) لإسناد الحماية على أساسها حيث منع مالكها من إقامة أي دعوى مدنية أو جزائية للمطالبة بحقوقه، والواقع أن هذا المنحى من جانب المشرع يخالف جوهر الحماية التي نص عليها وربطها بالتسجيل كواقعة قانونية منشئة للحق، وبما أن المشرع اعتبر تاريخ تسجيل العلامة الأجنبية هذه في الأردن هو تاريخ تسجيلها في الدولة الأجنبية، فكان من الأولى ثبوت حق مالك تلك العلامة في إقامة الدعوى المدنية للمطالبة بالتعويض وكذلك الدعوى الجزائية من لحظة تسجيلها في الدولة الأجنبية وليس من تاريخ تسجيلها في الأردن.

3- لا يشترط توافر القصد الخاص في جريمة تزوير العلامة التجارية لتحقق الركن المعنوي، حيث يكفي توافر القصد العام المتمثل باتجاه إرادة الفاعل لتزوير العلامة التجارية المسجلة مع علمه بوجود هذه العلامة وملكيتها للغير، على العكس من جريمة التقليد التي تتطلب توافر قصد خاص يتمثل بالغش الذي يؤدي لتضليل الجمهور، لذلك؛ كان من الأولى عدم النص في صدر المادة (37) من قانون العلامات التجارية على ضرورة توافر القصد الخاص في جميع جرائم التعدي على العلامة التجارية، بل كان من الأفضل تفصيل القصد الخاص وفقاً لطبيعة الجرم، ولهذا يكون القصد العام في جريمة التزوير كافياً لقيام الجرم دون البحث عن قصد الغش، لأن ذلك سيؤدي بالضرورة الى تضييق منطوق الحماية للعلامة المزورة.

4- قدم المشرع الأردني الحماية القانونية للعلامة التجارية المشهورة، وإن لم تكن مسجلة، فأعطى الحق لمالكها أن يطلب من المحكمة المختصة منع الغير من استعمالها على منتجات أو خدمات مماثلة، ولم يكتفي بذلك بل شملت حمايته أيضاً منع الغير من استعمالها على منتجات أو خدمات غير مماثلة، واشترط بأن يدل الاستعمال لهذه العلامة على صلة بين تلك المنتجات أو الخدمات وبين العلامة المشهورة، كما اشترط احتمالية أن تتضرر مصالح صاحب العلامة المشهورة نتيجة هذا الاستعمال، وفي هذه الحالة على مالك العلامة المشهورة اثبات الضرر.

وفي ضوء ما خلصت اليه الدراسة من نتائج؛ ***فإننا نضع التوصيات الآتية أمام المشرع الأردني:***

1- تعديل المادة 40 من قانون العلامات التجارية وذلك بشطب العبارة" ***ولا يحق له إقامة أي دعوى مدنية او جزائية قبل التاريخ الحقيقي الذي سجلت فيه علامته التجارية في المملكة***" لتتوافق مع بروتوكول واتفاقية مدريد لتسجيل العلامات التجارية ولتتوافق كذلك مع قواعد وأحكام

القانون ذاته، بحيث تعطي لمالك العلامة التجارية المسجلة في الخارج والمراد تسجيلها في المملكة وفقاً لقاعدة الاولوية؛ تعطيه الحق في اقامة الدعوى المدنية والدعوى الجزائية على اعتبار أن تاريخ التسجيل الاول يعد تاريخ التسجيل في المملكة وبذلك يستحق هذه الحماية وفقاً لقواعد قانون العلامات التجارية.

2- تعديل المادة 37 من قانون العلامات التجارية وذلك بحذف عبارة "***ارتكب بقصد الغش***" منها؛ لأن بعض الجرائم لا تتطلب قصداً خاصاً كما هو الحال في جريمة تزوير العلامة التجارية، تاركاً ذلك لتقدير القاضي فيما يتعلق بالركن المعنوي. وكذلك ***إخراج البند (ج) من الفقرة (1) ودمجه بالفقرة (2) والنص على استقلاليتها بالأحكام والعقوبة والشروع فيها***، لأن النص بوضعه الحالي يعطي الشروع بذات الجريمة عقوبة أزيد من عقوبة الجريمة الكاملة بسبب انطباق صدر نص المادة عليها.

3- تعديل تعريف العلامة التجارية المشهورة الوارد في نص المادة الثانية من قانون العلامات التجارية بإضافة عبارة "نتيجة ترويجها" ليصبح ***"العلامة التجارية المشهورة: العلامة التجارية ذات الشهرة العالمية التي تجاوزت شهرتها البلد الاصلي الذي سجلت فيه واكتسبت شهرة في القطاع المعني من الجمهور في المملكة الاردنية الهاشمية نتيجة ترويجها..."***.

Symbols:

محكمة التمييز: (J.C.C) Jordanian Court of Cassation

محكمة استئناف عمان (A.C.A) Amman Court of Appeal

محكمة استئناف اربد: (I.C.A) Irbid Court of Appeal

محكمة بداية عمان: (A.C.F) Amman Court of First Instance

محكمة العدل العليا: (J.H.C.J) Jordanian High Court of Justice

المحكمة الإدارية العليا: (J.S.A.C) Jordanian Supreme Administrative Court

المحكمة الإدارية: (J.A.C) Jordanian Administrative Court

المصادر والمراجع

إسماعيل، م. ح. (1985). *القانون التجاري الأردني*. عمان: دار عمار للطباعة والنشر.

التوصية المشتركة بشأن الأحكام المتعلقة بحماية العلامات شائعة الشهرة كما اعتمدتها جمعية اتحاد باريس لحماية الملكية الصناعية والجمعية العامة للمنظمة العالمية للملكية الفكرية في سلسلة اجتماعات جمعيات الدول الأعضاء في الويبو من 20 إلى 29 سبتمبر/ أيلول 1999، المنظمة العالمية للملكية الفكرية، جنيف 2000(A) WIPO Publication No. 833

الحكيم، ج. (دون سنة نشر). *الحقوق التجارية - الأعمال التجارية والتجار والمتجر*. دمشق: منشورات جامعة دمشق.

الخولي، أ. (1967). *قانون التجارة اللبناني المقارن، الجزء الاول*. (ط1). بيروت: دار النهضة العربية للطباعة والنشر.

السعيد، ك. (2002).(a) . *شرح الأحكام العامة في قانون العقوبات*. عمان: دار الثقافة.

السعيد، ك. (1981).(b) . *أحكام العامة للجريمة في القانون الأردني*. عمان: دار الثقافة.

الصغير، ح. (2003). الاتجاهات الحديثة في حماية العلامات التجارية، *ندوة الويبو*، 22-23 كانون أول، دمشق.

القليوبي، س. (1996). *الملكية الصناعية*. (ط2). القاهرة: دار النهضة العربية.

المجالي، ن. (2012). *شرح قانون العقوبات - القسم العام*. عمان: دار الثقافة.

الناهي، ص. (1982). *الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية*. (ط1). عمان: دار الفرقان للنشر.

خاطر، ن. (2005). *شرح قواعد الملكية الفكرية – الملكية الصناعية*. (ط1). عمان: دار وائل للنشر.

درميش، ع. (1988).الحماية الدولية للملكية الصناعية وتطبيقاتها القانونية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الحسن الثاني، المغرب.

زين الدين، ص. (2000). *الملكية الصناعية والتجارية*. (ط1). عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

سلطان، أ.(1987). *مصادر الالتزام في القانون المدني الأردني – دراسة مقارنة بالفقه الاسلامي*. (ط1). عمان: منشورات الجامعة الأردنية.

شريف، م. (1999). *مصادر الالتزام في القانون المدني*. (ط1). عمان: دار الثقافة.

طه، م. ك. (1977). *القانون التجاري*. الاسكندرية: منشأة المعارف.

محرز، أ. م. (1987). *القانون التجاري، الجزء الأول*. (ط1). القاهرة: دار النهضة العربية.

يونس، ع. ح. (1963). *المحل التجاري، الطبعة الأولى*. القاهرة: منشورات دار الفكر العربي.

اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، باريس سنة 1883 وتعديلاتها.
اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (TRIPS) وهي إحدى اتفاقيات منظمة التجارة العالمية المنعقدة سنة 1994 بمدينة مراكش بعد جولة مفاوضات أوروغواي، ودخلت حيز التنفيذ في الأول من كانون ثاني 1995.
اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات التجارية الصادر في 14 نيسان 1891 والمعدل في 28 أيلول 1979، والحق به بروتوكول اعتمد في مدريد في 27 نيسان 1989.
قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952 وتعديلاته، المنشور في الجريدة الرسمية عدد1110، ص243.
قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية الأردني رقم 15 لسنة 2000، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 4432، ص1316.
قرارات محكمة التمييز الاردنية رقم 2007/5073؛ تمييز حقوق رقم 2007/888؛ تمييز حقوق 526/ 1999؛ تمييز حقوق رقم 2000/664؛ تمييز حقوق رقم 1987/530، موقع قسطاس.
حكم محكمة استئناف عمان رقم 50286 لسنة 2009؛ حكم محكمة استئناف عمان رقم 19371 لسنة 2017، موقع قسطاس.
حكم محكمة استئناف اربد رقم 14605 لسنة 2016، موقع قسطاس.
حكم محكمة بداية عمان بصفتها الاستئنافية، رقم 757 لسنة 2017، موقع قسطاس.
قرار قاضي الأمور المستعجلة المتضمن القاء الحجز التحفظي الصادر بالدعوى رقم 2017/7635 صلح جزاء عمان بتاريخ 2017/4/20، موقع قسطاس.
عدل عليا، قرار رقم 470 لسنة 2007؛ عدل عليا، رقم 510 لسنة 2008؛ عدل عليا، رقم 524 لسنة 2011؛ عدل عليا رقم 87|72، مجلة نقابة المحامين، السنة72، الصفحة 1467؛ عدل عليا رقم 171|88، مجلة نقابة المحامين، السنة 1989، الصفحة 933. عدل عليا رقم 2007/50؛ رقم 2011/170؛ رقم 2012/298؛ رقم 120|97، موقع قسطاس؛ عدل عليا رقم 88/49، مجلة نقابة المحامين، سنة 1989، ص926؛ عدل عليا رقم 1972/65، مجلة نقابة المحامين، 1973، ص1497.
إدارية عليا رقم 111 لسنة 2015.
إدارية رقم 301 لسنة 2016؛ إدارية رقم 285 لسنة 2014، موقع قسطاس.

References

Administrative Court Jordanian (J.A.C): 285/2014; 301/2016.

Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS). (1995).

Al Sagheer, H. (2003). The Recent trends in trademark protection, WIPO Symposium, Damascus, December 22-23.

Alkhouli, A. (1967). Lebanon Comparative Commercial Law (2nd Ed). Beirut: Dar Alnahdah Alarabia.

Almajali, N. (2012). The penal Law Explanation: General section. Amman: Dar Al Thaqafa.

Alnahi, S. (1982). Synopsis in Industrial and Commercial Property. (1st Ed.). Amman: Dar Alfurgan.

Alqualubi, S. (1996). Industrial Property. (2nd Ed.). Cairo: Dar Alnahdah Alarabia.

Amman Court of Appeal (A.C.A): 50286/2009; 19371/2017.

Amman Court of First Instance (A.C.F): 757/2017.

Assaeed, K. (1981). General Provisions of Crime in Jordanian Law, Amman: Dar Al Thaqafa.

Assaeed, K.. (2002). The General Provisions of the Penal Law Explanation. Amman: Dar Al Thaqafa.

Bouchoux, D. (2008). Intellectual Property for Paralegals: The Law of Trademarks, Copyrights, Patents, and Trade Secrets. (4th Ed.). NY: Delmar Cengage Learning.

Bouchoux, D. (2013). Intellectual Property: The Law of Trademarks, Copyrights, Patents, and Trade Secrets (4th Ed.). NY: Delmar Cengage Learning.

Dermeesh, A. (1988). The International protection of industrial property and its applications Ph.D. theses, Alhasan Aththani University, Morocco.

Epstein, M. (2006). Epstein on intellectual property (5th Ed.). USA: Aspen Publishers.

Hakeem, J. (undated) Commercial Rights: Business, Merchants, and Store, Damascus: Damascus University Publications.

Irbid Court of Appeal (I.C.A): 14605/2016.

Ismael, M. (1985). Jordanian Commercial Law. Amman: Dar Ammar, Amman.

Janis, Mark., & Graeme, B. (2008). Trademark law and theory: a handbook of contemporary research. USA: Edward Elgar

Publishing.

Jordanian Court of Cassation (J.C.C): 5073/2007; 888/2007; 526/1999; 664/2000; 530/1987.

Jordanian High Court of Justice (J.H.C.J): 65/1972; 87/1972; 49/1988; 171/1988; 120/1997; 470/2007; 50/2007; 510/2008; 170/2011; 524/2011; 298/2012.

Jordanian Supreme Administrative Court (J.S.A.C): 111/2015.

Jordanian Trademarks Law. 33/1952 and amendments.

Jordanian Unfair competition and Trade Secrets Law. 15/2000.

Khatir, N. (2005). Explanation the Intellectual Property Regulations: Industrial Property. Amman: Dar Wael.

Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks. (1891), and the Protocol relating to that Agreement, concluded in 1989.

Mehriz, A. (1987). The Commercial Law (1st Ed.). Cairo: Dar Alnahdah Alarabia..

Paris Convention for the Protection of Industrial Property. (1883) and its amendments.

Shareef, M. (1999). Obligation Sources in Jordanian Civil Law (1st Ed.). Amman: Dar Al Thaqafa.

Sultan, A. (1987). Obligation Sources in Jordanian Civil Law: Comparative Study (1st Ed.). Amman: Jordan University Publication, Amman, Jordan.

Taha, M. (1977). The Commercial Law, Alexandria: Monshaet Alma'ref., Egypt.

WIPO Publication No. 833 (A) (2000), Geneva.

Yunis, A. (1963). Commercial venture. (1st Ed). Cairo: Dar Alfekr Al-Arabi.

Zain Al Deen, S. (2000). Industrial and Commercial Property (1st Ed.). Amman: Dar Al Thaqafa.