



## الحق في التعويض الناشئ عن التعدي كوجه من وجوه الحماية المدنية للعلامة التجارية "دراسة في التشريع الأردني"

الدكتور عبد الله الخشروم

### الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى بحث الحق في التعويض كوجه من وجوه الحماية المدنية جراء التعدي على علامة تجارية وذلك في ضوء التشريعات الأردنية المنظمة للعلامة التجارية وخاصة على أثر صدور القانون المعدل لقانون العلامات التجارية لعام 1999. إذ قصرت المادة (34) من هذا القانون حق المطالبة بالتعويض على العلامة التجارية المسجلة في حين نجد أن المادة (2/ب) من قانون المنافسة غير المشروعة والاسرار التجارية لعام 2000 قد اعتبرت أن الاعتداء على علامة تجارية يعتبر عملاً من أعمال المنافسة غير المشروعة سواء أكانت العلامة التجارية مسجلة أم غير مسجلة. ولذلك يهدف هذا البحث إلى بيان الأساس القانوني للحق في التعويض في حالة التعدي على العلامة التجارية المسجلة وغير المسجلة وطريقة المطالبة بالتعويض من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة.

### Abstract

The aim of this study is to discuss the right of compensation as a mean of the civil protection of the infringement of a trade mark. This will be in the light of the Jordanian legislations which organize trade mark, particularly after issuing the modified Act of the Trade Mark of 1999. Article (34) of the Act restricts the right of the compensation to a registered trade mark, while Article (2/b) of the Unfair Competition and Trade Secrets Act states that the infringement of a trade mark is considered an unfair competition whether the trade mark is registered or not. Therefore, this study aims to point out the legal principle of the right of compensation in the case of the infringement of both a registered and unregistered trade mark through the unfair competition suit.



## المقدمة

إن الاهتمام بالعلامة التجارية يعود إلى عصر الرومان حيث استخدمت العلامة للحيلولة دون سرقة المنتجات، ثم استخدمت بشكل إلزامي في القرون الوسطى في ظل نظام الطوائف لتمييز كل طائفة عن الأخرى. وقد كانت هناك علامات أخرى خاصة بكل من الصناعات داخل الطائفة الواحدة حتى يسهل معرفة صانعها ومدى جودتها بحيث كانت تحطم أو تصادر كل سلعة ليس عليها علامة ضماناً لحماية المستهلكين. وقد صدر أول قانون خاص بالعلامات التجارية في فرنسا عام (1857) وفي بريطانيا عام (1879) وفي الولايات المتحدة الأمريكية عام (1946)<sup>(1)</sup>.

وتحتل العلامة التجارية مكانة هامة ومميزة بين حقوق الملكية الصناعية والتجارية الأخرى بحيث أصبح لها قيمة إضافية<sup>(2)</sup> تضاف لقيمة المحل التجاري (أو المتجر كما يسميه قانون التجارة الأردني)<sup>(3)</sup>. ولعل السبب في ذلك يعود إلى انتشار العلامة التجارية واتصالها الوثيق بالتجارة والاقتصاد أكثر من باقي حقوق الملكية الصناعية والتجارية الأخرى، ذلك أن ازدياد المنافسة بين التجار وقيام المستهلك بالشراء بالاعتماد على نوعية المنتج أو الخدمة دفع التجار إلى استخدام علامات تميز منتجاتهم وخدماتهم عن غيرها من المنتجات والخدمات المشابهة.

وتحقق العلامة التجارية مصالح كل من المنتجين والموزعين والتجار بالإضافة إلى مصالح المستهلكين والاقتصاد الوطني، إذ تلعب العلامة التجارية دوراً أساسياً في جذب المستهلكين أو العملاء إلى السلع والخدمات التي تحمل تلك العلامة. فالوظيفة الأساسية (Primary Function) للعلامة التجارية هي تحديد منشأ المنتج، إذ تضمن العلامة التجارية نوعية البضاعة أو الخدمة ليكون المستهلك مطمئناً لما يشتريه<sup>(4)</sup>. فالعلامة التجارية تساعد المستهلكين على معرفة البضاعة أو الخدمة التي يرغبون بها وتسهل للعميل معرفة المنتجات بمجرد النظر إلى علامتها التي تحدث في نفسه مقدار جودتها ومدى ملاءمتها وإشباعها لحاجاته ورغباته حسب ما تعود عليها إذا كان قد سبق له شراءها أو تعامل معها أو قرأ عن مواصفاتها أو مميزاتها بإحدى النشرات أو الإعلانات، ولذلك فإن تضليل المستهلك (Consumer Confusion) هي الهدف من توفير الحماية القانونية للعلامات التجارية<sup>(5)</sup>.

كما تميز العلامة التجارية بين السلع والخدمات المماثلة المعروضة في السوق مما يساعد المنتج على الاحتفاظ بعملائه وجذب عملاء آخرين، وهذا من شأنه أن يشجع على المنافسة المشروعة بين التجار مما ينعكس بدوره على نوعية الإنتاج وخفض الأسعار. إذ أن حرية المنافسة في التجارة سواء تعلقت بتسويق بضائع (Goods) أو خدمات (Services) من شأنها أن تساعد على خلق حوافز لتقديم منتجات عالية الجودة (Quality Products) وأسعار معقولة (Reasonable Prices)<sup>(6)</sup>. وهذا من شأنه أن يشجع التاجر على الاستمرار في إنتاج البضاعة أو الخدمة التي وصلت إلى رضى المستهلك من خلال إقباله على التعامل معها وبذات الجودة أو جودة أعلى<sup>(7)</sup>.

وعلى صعيد التجار فقد فطن التجار إلى أهمية العلامات التجارية منذ زمن غير قريب لأهميتها في جذب الزبائن وتسويق المنتجات وتحقيق الأرباح، ولذلك فإن استعمالهم للعلامات التجارية يؤدي إلى ترويج السلع والخدمات داخل البلد وفي الخارج مما يكسب التاجر الشهرة المرتبطة بالعلامة التجارية. وكلما اتسع نطاق تلك الشهرة كلما ازدادت قيمة العلامة التجارية مما يزيد الطلب على تلك السلع والخدمات



التي تحمل تلك العلامة التجارية وبالتالي زيادة القدرة على منافسة السلع والخدمات المشابهة مما يؤثر إيجابياً على الاقتصاد الوطني من خلال زيادة الأنشطة التجارية في السوق المحلي والخارجي، وهذا بدوره يؤدي إلى زيادة الإنتاج والعمالة وزيادة الإيرادات الضريبية للدولة وتحسين المستوى المعيشي للسكان.

واستخدام العلامات التجارية يساعد الدولة كذلك على تحديد السلع والخدمات التي تفي بالمعايير المطلوبة للجودة وتلك التي لا تفي بالمعايير المطلوبة بالإضافة إلى استخدامها كمصدر للمعلومات الإحصائية والاقتصادية<sup>(8)</sup>. ولذلك فإن الاعتداء على العلامة التجارية بتقليدها وتزييفها هو جرم يستوجب إقامة دعوى مدنية ودعوى جزائية ذلك أن هذا الاعتداء يضر بكل من المنتج والمستهلك والدولة، فهو يسيء للمنتج من خلال خسارته في تسويق منتجاته، كما أنه يسيء للمستهلك لأن التقليد غير القانوني للبضائع والخدمات سوف يقلل من جودة المنتج أو الخدمة الأصلية. وفي بعض الصناعات كالصناعات الدوائية فإن التقليد غير القانوني قد يؤثر سلباً على الصحة العامة للمرضى، هذا بالإضافة إلى أن التقليد والتزييف للعلامات التجارية سوف يضعف من فرص الاستثمار وخاصة الأجنبية في الدولة<sup>(9)</sup>.

ونظراً لدور العلامة التجارية في تسويق المنتجات والخدمات المحلية والدولية، ونظراً لأهمية العلامة التجارية في الحياة التجارية فقد ظهرت صور متعددة للتعدي منها القرصنة على العلامة التجارية كأن يقوم تاجر باستخدام علامة تجارية مطابقة أو علامة مشابهة تخص الغير بوضعها على منتجاته أو خدماته دون إذن من مالكيها، أو استخدام هذه العلامة التجارية لأغراض الإعلان عن منتجاته أو خدماته أو الإدعاء الباطل بتسجيل علامة تجارية. هذا على المستوى المحلي، أما على المستوى الدولي فقد تستخدم بعض العلامات التجارية المشهورة من قبل غير أصحابها كوسيلة لتسويق منتجاتهم أو خدماتهم عبر وسائل الاتصال الحديثة وخاصة برامج الإنترنت (Internet)، الأمر الذي استدعى توفير الحماية القانونية الملائمة مدنياً وجزائياً محلياً ودولياً<sup>(10)</sup> جراء التعدي على العلامة التجارية.

ان اجراء تعديلات جوهرية على تشريعات الملكية الفكرية ومنها العلامات التجارية كان الغرض منه الانسجام مع أحكام اتفاقية تريبس (TRIPS)<sup>(11)</sup> الخاصة بحقوق الملكية الفكرية والتي انبثقت عن إنشاء منظمة التجارة العالمية (W.T.O) والتي كان على المشرع الأردني أن يعدل تشريعاته بما ينسجم مع أحكام الاتفاقيات الدولية. وفي هذا السياق صدر القانون المعدل لقانون العلامات التجارية رقم (34) لسنة (1999)<sup>(12)</sup> الذي أجرى تعديلات جوهرية على قانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة (1952)<sup>(13)</sup>، وقانون علامات البضائع رقم (19) لسنة (1953)<sup>(14)</sup>.

ومن أهم التعديلات التي جاء بها القانون المعدل: حماية علامات الخدمة (Service Marks)<sup>(15)</sup> والعلامات الجماعية (Collective Marks)<sup>(16)</sup> والعلامات المشهورة (Well-Known Marks)<sup>(17)</sup>، بالإضافة إلى علامات السلع والبضائع. كما أجاز القانون المعدل التصرف بالعلامة التجارية بمعزل عن المحل التجاري<sup>(18)</sup>، وأجاز شطب العلامة التجارية بمرور ثلاث سنوات على عدم الاستعمال<sup>(19)</sup>، كما نص صراحة على جواز الترخيص باستعمال علامة تجارية من قبل شخص آخر غير مالكيها<sup>(20)</sup>. كما نظم القانون المعدل من جديد الحماية المدنية والحماية الجزائية جراء التعدي على العلامة التجارية، إذ أن العلامة التجارية المسجلة محمية مدنياً وجزائياً، فإذا ما اعتدى شخص على علامة تجارية مسجلة في المملكة يستطيع مالكيها مطالبة المعتدي بالتعويض الناشئ عن التعدي (م34)، كما من حقه الطلب من المحكمة منعه من الاستمرار في التعدي (م36). ويستطيع مالك العلامة التجارية



إقامة دعوى جزائية بموجب المواد (38 و 39) من قانون العلامات التجارية والمواد (3 و 11) من قانون علامات البضائع. والحماية الجزائية للعلامة التجارية مرتبطة بتسجيل تلك العلامة المعتدى عليها في سجل العلامات التجارية في وزارة الصناعة والتجارة، وعليه فإن العلامة التجارية غير المسجلة لا تتمتع بأية حماية جزائية<sup>(21)</sup>.

والحماية المدنية للعلامة التجارية لا تقتصر على طلب التعويض بل تشمل كذلك وقف التعدي والمحافظة على الأدلة ذات الصلة بالتعدي والحجز التحفظي على البضائع التي ارتكب التعدي بشأنها والاعتراض على تسجيل علامة تجارية<sup>(22)</sup> وشطب (ترقيين) علامة تجارية مسجلة بسبب عدم الاستعمال<sup>(23)</sup>. إلا أن الحق في طلب التعويض، الذي عادةً ما يقترن بطلب وقف التعدي، يعتبر أهم حق من حقوق مالك العلامة التجارية في حالة تعرض علامته التجارية للاعتداء من قبل شخص آخر. وهذا الحق مقرر بموجب المبادئ العامة في المسؤولية المدنية إذ منحت المادة (256) من القانون المدني الأردني كل متضرر الحق في المطالبة بالتعويض جراء تعرضه لفعال ضار، وبالتالي فإن هذا الحق مرتبط بواقعة التعدي على العلامة التجارية وحدث الضرر في جانب مالك العلامة التجارية سواء أكانت العلامة التجارية مسجلة أم غير مسجلة.

إلا أن المادة (34) من قانون العلامات التجارية لسنة (1952) قد اشترطت تسجيل العلامة التجارية في المملكة لاستحقاقها التعويض في حالة التعدي عليها. وقد بقي هذا القيد (التسجيل) مطلوباً رغم صدور القانون المعدل لقانون العلامات التجارية لسنة (1999) الذي صدر لينسجم مع أحكام اتفاقية تريبس. ومثل هذا الإصرار على تطلب تسجيل العلامة التجارية في المملكة لإمكانية المطالبة بالتعويض جراء التعدي عليها يدفعنا للبحث في الحكمة أو العلة من تطلب هذا الشرط خاصة وأن اتفاقية تريبس المنظمة لحقوق الملكية الفكرية، والتي يفترض أن يكون القانون المعدل لقانون العلامات التجارية قد جاء متطابقاً معها، لم تشترط تسجيل العلامة التجارية كمتطلب سابق لإمكانية المطالبة بالتعويض جراء التعدي عليها.

كما أننا نجد بأن قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية الأردني رقم (15) لسنة (2000)<sup>(24)</sup> قد اعتبر من قبيل أعمال المنافسة غير المشروعة تلك المتعلقة بعلامة تجارية مستعملة في الأردن سواء أكانت مسجلة أم غير مسجلة في المملكة ما دامت تؤدي إلى تضليل الجمهور. وبالتالي فإن الاعتداء على علامة تجارية مسجلة أم غير مسجلة في المملكة يعطي الحق لصاحب هذه العلامة المطالبة بالتعويض استناداً لدعوى المنافسة غير المشروعة<sup>(25)</sup>. وعليه فإن القيد الذي وضعه قانون العلامات التجارية لحق المطالبة بالتعويض وهو التسجيل قد تجاوزه قانون المنافسة غير المشروعة وأصبح بالإمكان المطالبة بالتعويض جراء التعدي على علامة تجارية ولو كانت غير مسجلة في المملكة.

ولذلك فإن هذا البحث يهدف إلى الوقوف على مدى إمكانية المطالبة بالتعويض جراء التعدي على علامة تجارية سواء أكانت العلامة مسجلة في المملكة أم غير مسجلة من خلال بيان الأساس القانوني لحق المطالبة بالتعويض وبيان مدى اللجوء لدعوى المنافسة غير المشروعة كوسيلة لحماية العلامة التجارية المسجلة وغير المسجلة وإبراز العلاقة ما بين هذه الدعوى المدنية والدعوى الجزائية لحماية العلامة التجارية المسجلة، ولذلك فإننا سنقسم هذه الدراسة إلى مبحثين نتناول في المبحث الأول الأساس القانوني لحق المطالبة بالتعويض جراء التعدي على علامة تجارية فيما نتناول في المبحث الثاني دعوى المنافسة غير المشروعة كدعوى مدنية للمطالبة بالتعويض من حيث شروطها وعناصرها وعلاقتها بالدعوى الجزائية لحماية العلامة التجارية المسجلة.



## المبحث الأول

### الأساس القانوني لحق المطالبة بالتعويض جراء التعدي على علامة تجارية

تنص المادة (256) من القانون المدني الأردني<sup>(26)</sup> على أنه: "كل إضرار بالغير يلزم فاعله ولو كان غير مميز بضمان الضرر". وبموجب هذه المادة فإن الحماية المدنية مقررة لكافة الحقوق استناداً للقواعد العامة في المسؤولية في القانون المدني، إذ يحق لكل من وقع عليه اعتداء المطالبة بالتعويض عن الضرر المادي والمعنوي الذي لحق به، وبالتالي يحق لكل من وقع عليه اعتداء في علامته التجارية أن يطالب بالتعويض استناداً لهذه المادة.

كما أن الاعتداء على علامة تجارية بالتقليد أو التزوير أو بالاستعمال دون موافقة مالكيها يشكل اعتداءً صارخاً على قانون العلامات التجارية وفعل من أفعال المنافسة غير المشروعة. فالتجار يتنافسون فيما بينهم بالطرق المشروعة وذلك من أجل جذب أكبر عدد ممكن من الزبائن ولكن إذا استخدمت وسائل غير مشروعة في سبيل تحقيق هذا الهدف عدت المنافسة غير مشروعة وحق لكل من لحقه ضرر المطالبة بالتعويض عن كل ضرر مادي ومعنوي نتج عن فعل المنافسة غير المشروعة. وبالتالي فإن العلامة التجارية يفترض أن تكون محمية مدنياً من ثلاث جهات :

أولاً: من جهة قانون العلامات التجارية الذي يمنع كل صور التعدي والقرصنة على العلامات التجارية ويوفر للمعتدى على علامته التجارية حق المطالبة بالتعويض ووقف التعدي على علامته.

ثانياً: من جهة قانون المنافسة غير المشروعة إذ أن واقعة التعدي على علامة تجارية تشكل فعلاً من أفعال المنافسة غير المشروعة.

ثالثاً: من جهة القواعد العامة في المسؤولية المدنية إذ أن التعدي على علامة تجارية يلحق ضرراً بالتجار يستوجب التعويض.

وعليه فإننا سنبحث في الأساس القانوني لحق التعويض في كل من قانون العلامات التجارية وقانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية والقانون المدني الأردني وذلك في ثلاثة مطالب :

### المطلب الأول: حق التعويض في قانون العلامات التجارية :

تنظم المادة (34) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة (1952) موضوع حق المطالبة بالتعويض جراء التعدي على علامة تجارية. واشترطت هذه المادة تسجيل العلامة التجارية في المملكة لأغراض المطالبة بالتعويض في حالة التعدي عليها. وقد كان هذا النص منتقداً من قبل الفقه التجاري<sup>(27)</sup> بسبب اشتراطه تسجيل العلامة التجارية في المملكة من أجل المطالبة بالتعويض جراء التعدي عليها



وذلك لأن التعويض مرتبط بوقوع الضرر وتحققه والذي يترك للقضاء أمر تحديده، ولا يرتبط التعويض بإجراءات تسجيل العلامة التجارية التي يتطلبها قانون العلامات التجارية الأردني.

ويبرر الدكتور صلاح زين الدين<sup>(28)</sup> اشتراط المشرع الأردني تسجيل العلامة التجارية في المملكة لإمكانية المطالبة بالتعويض في حالة التعدي عليها إلى رغبة المشرع على تشجيع أصحاب العلامات التجارية للقيام بتسجيلها لدى وزارة الصناعة والتجارة بهدف حصرها ومعرفة أصحابها. إلا أن هذا التبرير، كما أرى، لا يصلح سبباً كافياً لمخالفة أحكام المبادئ العامة في المسؤولية المدنية والتي تعطي لكل متضرر الحق في المطالبة بالتعويض كما بينت ذلك المادة (256) من القانون المدني الأردني خاصة إذا ما علمنا أن القضاء هو الفيصل في تحديد استحقاق ومقدار التعويض. فكان الأجدر بالمشرع الأردني عدم تطلب شرط تسجيل العلامة التجارية في المملكة لاستحقاقها التعويض جراء التعدي عليها.

وقد كان يؤمل من المشرع الأردني تعديل هذا النص خاصة بعد قيامه بتعديل تشريعات الملكية الفكرية لأغراض انضمام الأردن لمنظمة التجارة العالمية لكي تتوافق مع أحكام اتفاقية تريبس المنظمة لحقوق الملكية الفكرية والتي تشكل أحد أهم محاور منظمة التجارة العالمية. إلا أنه قد صدر القانون المعدل لقانون العلامات التجارية لسنة (1999) مبقياً على نص المادة (34) كما في صيغته القديمة فيما يتعلق بالقدرة على المطالبة بالتعويض إذ تنص هذه المادة على أنه: "لا يحق لأحد أن يقيم دعوى بطلب تعويضات عن أي تعد على علامة تجارية غير مسجلة في المملكة..."، وبهذا يكون المشرع الأردني قد حصر حق المطالبة بالتعويض في حالة التعدي على العلامة التجارية المسجلة في المملكة وبقيت العلامة التجارية غير المسجلة في سجل العلامات التجارية خارج إطار الحماية المدنية المتمثلة بالتعويض.

وبتحليل موقف المشرع الأردني من اشتراط تسجيل العلامة التجارية لأغراض المطالبة بالتعويض جراء التعدي عليها، وبإصراره على تطلب مثل هذا الشرط حتى بعد صدور القانون المعدل لقانون العلامات التجارية لعام 1999، يجدر بنا الرجوع لأحكام اتفاقية تريبس المنظمة للعلامة التجارية وخاصة النص المتعلق بالاجراءات والجزاءات المدنية.

صحيح أن اتفاقية تريبس قد رتبت كثيراً من الآثار القانونية على تسجيل العلامة التجارية، إلا أنها لم تشترط تسجيل العلامة التجارية لأغراض المطالبة بالتعويض جراء الاعتداء عليها. فالتسجيل وفقاً لاتفاقية تريبس هو السبب المنشئ لملكية العلامة التجارية رغم أنها لم تعول على الاستعمال الفعلي للعلامة التجارية كشرط مسبق للتقدم بطلب لتسجيلها (م1/19 من اتفاقية تريبس)، كما أن التسجيل يمنح صاحب العلامة التجارية الحق المطلق في منع الغير من استخدام ذات العلامة أو علامة مشابهة في أعماله التجارية بخصوص نفس نوع السلع أو الخدمات المماثلة لتلك التي سجلت العلامة بشأنها ما دام قد تم هذا الاستخدام بدون موافقة مالك العلامة التجارية المسجلة (م16 من اتفاقية تريبس).

وعليه فإن اتفاقية تريبس المنظمة لحقوق الملكية الفكرية ومنها العلامة التجارية رغم ترتيبها لكثير من الآثار القانونية على تسجيل العلامة التجارية إلا أنها لم تشترط التسجيل المسبق لأغراض المطالبة بالتعويض جراء التعدي عليها خاصة إذا ما علمنا أن المشرع الأردني قد قام بتعديل قانون العلامات التجارية بما يتلائم مع أحكام اتفاقية تريبس وهذا ما كان ينبغي حصوله بخصوص المادة (34) من قانون العلامات التجارية الأردني. وبالرجوع للمادة (45) من اتفاقية تريبس نجد أنها قد منحت السلطات



القضائية في الدول الأعضاء في هذه الاتفاقية الصلاحية بأن تأمر المعتدي بأن يدفع لصاحب الحق تعويضات عادلة مناسبة عن الضرر الذي لحق به بسبب التعدي على حقه في العلامة التجارية، بالإضافة إلى المصروفات التي تكبدها والتي يجوز أن تشمل أتعاب المحامي المناسبة، ويمكن للسلطة القضائية أن تأمر باسترداد الأرباح التي حققها المعتدي. ولذلك فإن حق المتضرر بالمطالبة بالتعويض عن الضرر الذي لحق به جراء التعدي على علامته

التجارية غير مرتبط بتسجيل العلامة التجارية لدى المرجع المختص (وزارة الصناعة والتجارة). وعليه لا نجد مبرراً واضحاً لموقف المشرع الأردني خاصة بعد صدور القانون المعدل لقانون العلامات التجارية والذي أخذ بالكامل عن اتفاقية تريبس ، ولذلك كان من المفترض تعديل أحكام المادة (34) من هذا القانون بما يتلائم مع أحكام هذه الاتفاقية الدولية .

### المطلب الثاني : حق التعويض في قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية:

لقد صدر قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية لعام 2000 على اثر انضمام الاردن لمنظمة التجارة العالمية وذلك لينظم كلاً من المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية . وفي مجال المنافسة غير المشروعة بين هذا القانون الأعمال التي يُعد القيام بها أعمال منافسة غير مشروعة وهي على سبيل المثال لا الحصر (م 2) ، كما بين الحماية المدنية في حالة القيام بأعمال المنافسة غير المشروعة وهي المطالبة بالتعويض عن الضرر ووقف التعدي (م3) . ومن أعمال المنافسة غير المشروعة بموجب المادة (2/ب) تلك المتعلقة بعلامة تجارية مستعملة في الأردن سواء أكانت مسجلة أو غير مسجلة وتؤدي إلى تضليل الجمهور. وبالتالي فإن القيد الذي وضعه قانون العلامات التجارية الأردني لإمكانية المطالبة بالتعويض جراء التعدي على علامة تجارية وهو التسجيل قد تجاوزه قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية.

وبعبارات أخرى يمكن القول أن النقص الذي شاب المادة (34) من قانون العلامات التجارية الأردني قد سُد من قبل المادة (2/ب) من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية وأصبح بالإمكان المطالبة بالتعويض جراء التعدي على علامة تجارية على اعتبار أن هذا التعدي يشكل فعلاً من أفعال المنافسة غير المشروعة. وهذا ما أقرته المادة (3) من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية التي أعطت الحق لكل ذي مصلحة المطالبة بالتعويض عما لحقه من ضرر جراء أي فعل منافسة غير مشروعة.

ونتساءل في هذا السياق حول القانون الأولى بالتطبيق أهو قانون العلامات التجارية أم قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية؟ ونظراً لكون كلا القانونيين خاصين، فلا يوجد قانون أولى بالتطبيق عن القانون الآخر، ولذلك يبقى الأمر متوقف على القانون الأصلح لصاحب المصلحة.

كما أرى أنه لا يمكن تطبيق أحكام المادة الثانية من قانون التجارة الاردني لعام 1966 والتي اجازت الرجوع لاحكام القانون المدني في حالة خلو القانون التجاري بالمعنى الواسع ( قانون) التجارة الاردني لسنة 1966 والقوانين المكملة لقانون التجارة ومنها قانون العلامات التجارية وذلك بسبب ورود نص صريح وهو نص المادة (34) من قانون العلامات التجارية يعالج مدى امكانية المطالبة بالتعويض جراء التعدي على علامة تجارية .



وعليه يمكن تأسيس دعوى المطالبة بالتعويض جراء التعدي على علامة تجارية مسجلة في المملكة استناداً للمادة (34) من قانون العلامات التجارية التي أعطت الحق للمتضرر بالمطالبة بالتعويض جراء التعدي على علامته التجارية المسجلة، واستناداً أيضاً للمادة (2/ب) من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية على اعتبار أن التعدي يشكل فعلاً من أفعال المنافسة غير المشروعة. أما إذا كانت العلامة التجارية غير مسجلة في المملكة فلا يمكن تأسيس دعوى المطالبة بالتعويض إلا وفقاً للمادة (2/ب) من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية التي لم تشترط تسجيل العلامة التجارية في المملكة لاعتبار التعدي على العلامة التجارية فعلاً من أفعال المنافسة غير المشروعة.

### المطلب الثالث : حق التعويض في القانون المدني الأردني :

إن المسؤولية المدنية بشكل عام هي الالتزام بتعويض الضرر، وهي قد تكون مسؤولية عقدية ناشئة عن عقد كما قد تكون مسؤولية تقصيرية ناشئة عن الإخلال بالالتزام قانوني وهو عدم الإضرار بالغير<sup>(29)</sup>. وتكون مسؤولية المعتدي على علامة تجارية مسؤولية تقصيرية لا عقدية لأنه إذا 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، وفيما عدا ذلك تكون المسؤولية تقصيرية.

وقد نظمت المادة (256) من القانون المدني الأردني المسؤولية التقصيرية إذ أعطت الحق لكل من وقع عليه ضرر المطالبة بتعويضه ولو كان غير مميز. وبالتالي استناداً للمادة (256) فإنه يحق لمن وقع اعتداء على علامته التجارية بالمطالبة بالتعويض إذا ما أثبت الضرر الذي وقع عليه. ولا يشترط تسجيل العلامة التجارية في المملكة للمطالبة بالتعويض وفقاً لهذه المادة التي تنظم المسؤولية المدنية. وعليه فإنه يمكن المطالبة بالتعويض في حالة الاعتداء على علامة تجارية مسجلة أم غير مسجلة استناداً للمادة (256) من القانون المدني الأردني دون استلزام شكليات معينة كالتسجيل المسبق للعلامة التجارية ما دام بوسع المدعي إثبات عناصر المسؤولية المدنية، وهي: الفعل، الضرر وعلاقة السببية.

وقد اوجب القانون المدني الأردني التعويض عن الضرر المادي والضرر الأدبي إذ تقرر المادة (1/267) أنه "يتناول حق الضمان الضرر الأدبي كذلك. فكل تعد على الغير في حريته أو في عرضه أو في شرفه أو في سمعته أو في مركزه الاجتماعي أو في إعتباره المالي يجعل المعتدي مسئولاً عن الضمان".

وقد قصرت المادة (363) مدني أردني التعويض على الضرر الواقع فعلاً وهي الخسارة التي لحقت بالدائن فعلاً دون الربح الفائت بقولها: "إذا لم يكن الضمان مقدراً في القانون أو في العقد فالمحكمة تقدره بما يساوي الضرر الواقع فعلاً حين وقوعه". وإذا كان تقدير التعويض بشكل نهائي غير ممكن عند إقامة الدعوى يمكن للقاضي الحكم بتعويض مؤقت محتفظاً للمتضرر بالحق في ان يطالب خلال مدة معينة بإعادة النظر في تقدير التعويض (م 268 مدني أردني).





كما ان الاضرار في القانون المدني الأردني قد يكون بالباشرة او بالتسبب، فإن كان بالباشرة لزم الضمان ولا شرط له واذا وقع بالتسبب فيشترط التعدي أو التعمد أو أن يكون الفعل مفضياً الى الضرر (م257) مدني أردني، ووفقاً للقانون الأردني فان المباشر يتحمل تعويض الأضرار التي يسببها للغير دون الاعتداد فيما اذا كان فعله خطأ أو لا، وهذا ما أشارت له المادة (256) مدني أردني السابق ذكرها، وقد انتقد بعض الفقه (30) هذا النص لأنه يؤدي الى ترتيب المسؤولية والتعويض لمجرد قيام شخص بسلوك وان لم يشكل اعتداء على حق الغير، اذ أن الضرر قد يتحقق بتوافر علاقة السببية بينه وبين الفعل، لكن الفعل قد يكون مشروعاً ولهذا لا بد من اشتراط التعدي في فعل المباشر حتى يكون مسؤولاً عن ضمان الأضرار التي يلحقها بالغير.

وفي كل الأحوال لإقامة دعوى المطالبة بالتعويض جراء التعدي على علامة تجارية مسجلة في المملكة أم غير مسجلة (مع مراعاة السند القانوني لإقامة الدعوى بين العلامة التجارية المسجلة وغير المسجلة)، لا بد للمتضرر من إثبات واقعة التعدي كتنزوير أو تقليد العلامة التجارية أو استعمالها بدون موافقة صاحبها أو أي فعل آخر أحق به ضرراً. كما يجب أن يثبت المدعي الخسارة التي لحقت به جراء فعل الاعتداء، ويدخل في حساب الخسارة تلك التي لحقت بالمدعي فعلاً بالإضافة إلى الربح الفائت كانخفاض مبيعات المدعي، كما لا بد من إثبات قيام علاقة سببية بين واقعة التعدي والضرر الذي لحق بالمدعي وذلك وفقاً للقواعد العامة في المسؤولية المدنية. وبالتالي فإن مظلة الحماية المدنية والمطالبة بالتعويض في كل الأحوال هي دعوى المنافسة غير المشروعة وهذا يقودنا للحديث عن هذه الدعوى في المبحث الثاني.

## المبحث الثاني

### شروط دعوى المنافسة غير المشروعة

لقيام دعوى المنافسة غير المشروعة جراء التعدي على علامة تجارية، لا بد من قيام عناصر المسؤولية المدنية والتي وردت في المادة (256) من القانون المدني الاردني وهي :- الفعل والضرر وعلاقته السببية ندرسها في ثلاثة مطالب .

### المطلب الأول: فعل التعدي على علامة تجارية

يشترط لقيام المسؤولية التقصيرية في القانون المدني المصري أن يكون الفعل من قبيل الخطأ، والخطأ يتضمن ركنين أحدهما مادي وهو التعدي والآخر معنوي وهو الإدراك، ويميل الفقه (31) الى تعريف الخطأ على أنه انحراف في سلوك الشخص مع ادراكه لهذا الانحراف، ويقصد بالانحراف أو التعدي هو انحراف في السلوك يؤدي الى الضرر في ذاته سواء كان فعله معتمداً أو غير معتمد ويلحق بالفعل العمد الخطأ الجسيم غير المتعمد بسبب جسامته، وقد يكون التعدي سلبياً من خلال الامتناع عن القيام بواجب قانوني.

أما القانون المدني الاردني فلا يشترط الخطأ لقيام المسؤولية التقصيرية، بل يكفي أن يكون الفعل ضاراً أي أن يؤدي الفعل الى الضرر في ذاته، ولذلك لا يشترط لقيام المسؤولية أن يكون المسؤول مميزاً أي مدركاً لما في عمله من معنى الانحراف أو التعدي، وقد استقى المشرع الأردني نص المادة (256) من



القانون المدني الأردني من الحديث الشريف (لا ضرر ولا ضرار) ، والخطأ الذي يشترطه القانون لقيام المسؤولية التقصيرية يرادف التعدي في الفقه الإسلامي وهو الانحراف في السلوك سواء عن إهمال وتقصير أو عمداً أدى الى الحاق الضرر بالغير<sup>(32)</sup>. وعليه فإن التاجر المنافس يلزم بتعويض الاضرار التي يسببها للتاجر الآخر بغض النظر ان كان فعله يشكل خطأ ام لا وذلك لان المادة ( 256 ) السابق ذكرها قد اعتدت بالمسؤولية الموضوعية للمتسبب بالضرر دون النظر للنشاط الذي يقوم به سواء أكان خطأ أم لا.

وينتقد بعض الفقه<sup>(33)</sup> هذا النص لانه يعرض الشخص للمطالبة بالتعويض لمجرد قيامه بأي سلوك حتى ولو لم يشكل اعتداء على حق الغير وهذا قد يؤدي الى احباطه، ولذلك دعى هذا الجانب من الفقه الى ضرورة تقييد الاضرار بوصف التعدي حيث يمكن الوصول الى هذه النتيجة بتفسير المادة (256) من القانون المدني الاردني في ضوء المواد ( 61 و 2/257 و 291 ) من ذات القانون والمواد ( 918 - 920 ) من أحكام مجلة الاحكام العدلية .

والفعل الضار في دعوى المنافسة غير المشروعة يفترض وجود منافسة بين تاجرين يقوم أحدهما بفعل منافسة غير مشروعة سواء عن قصد أو إهمال وعدم تبصر<sup>(34)</sup>. وقد استخدم الفقه لتحديد المقصود بالفعل الضار معيار مدى مخالفة ذلك الفعل لقواعد الأمانة والشرف والنزاهة في التجارة<sup>(35)</sup>.

وقد بينت المادة (2) من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية لسنة (2000) صور المنافسة غير المشروعة وذكر من بينها حالة التعدي على علامة تجارية تخص الغير مستعملة في المملكة سواء أكانت العلامة مسجلة أو غير مسجلة وتؤدي الى تضليل الجمهور.

اذ تنص المادة (2) من هذا القانون على ما يلي:

" أ- يعتبر عملاً من أعمال المنافسة غير المشروعة كل منافسة تتعارض مع الممارسات الشريفة في الشؤون الصناعية أو التجارية وعلى وجه الخصوص ما يلي :-

1. الأعمال التي بحكم طبيعتها تسبب لبسا مع منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري .

2. الإدعاءات المغايرة للحقيقة في مزاوله التجارة والتي قد تسبب نزع الثقة عن منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري .

3. البيانات أو الإدعاءات 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 .



ب- اذا كانت المنافسة غير المشروعة متعلقة بعلامة تجارية مستعملة في المملكة سواء أكانت مسجلة أو غير مسجلة وتؤدي الى تضليل الجمهور فتطبق في هذه الحالة أحكام الفقرة (أ) من هذه المادة .

ج- تسري الاحكام الواردة في الفقرتين (أ) و (ب) من هذه المادة على الخدمات حسب مقتضى الحال "

ومما يجدر التنويه اليه أن صور المنافسة غير المشروعة التي حددتها المادة (2) من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية قد وردت على سبيل المثال لا الحصر، وبالتالي يمكن قياس حالات أخرى من المنافسة غير المشروعة على الصور الموجودة حالياً. ونظراً لوجود فقرة خاصة بالعلامة التجارية المستعملة سواء أكانت مسجلة أم غير مسجلة ، فاننا لن نتطرق لصور المنافسة غير المشروعة التي وردت في الفقرة (أ) من المادة الثانية من هذا القانون ، وسوف نقصر الحديث على الفقرة (ب) من ذات المادة التي تناولت بشكل خاص العلامة التجارية .

ويقتضي الحديث عن فعل التعدي على علامة تجارية تحديد المقصود بهذه العلامة إذ تعرّف العلامة التجارية على أنها إشارة توسم بها البضائع والسلع والمنتجات والخدمات أو تعلم تمييزاً لها عما يماثلها من بضائع أو سلع أو خدمات<sup>(36)</sup>. والعلامة التجارية تشمل العلامة الصناعية وبالتالي يمكن أن تميز العلامة التجارية المنتجات الزراعية ومستثمرات الارض ، أي كل ما يعد داخلياً في التعامل التجاري أيا كانت طبيعة مصدر المنتجات (م/3/1 من اتفاقية باريس لعام 1883). وتعرّف العلامة التجارية كذلك على أنها كل إشارة أو دلالة أو رمز يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها وتهدف إلى تيسير التعرف على مصدر بيع المنتجات أو صنعها بحيث لا تختلط بغيرها من السلع المماثلة في الأسواق مما يساعد على سهولة التعرف عليها من قبل المشتريين أو المتعاملين معها<sup>(37)</sup>.

وقد عرفت المادة (2) من قانون العلامات التجارية الأردني العلامة التجارية على أنها: "أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره"<sup>(38)</sup>. وبهذا يكون المشرع الأردني قد اعترف إلى جانب علامات البضائع (Goods) ومثال ذلك علامة (Pepsi – Cola) للمشروبات بعلامات الخدمة (Service Marks) كنوع من أنواع العلامات التجارية. وعلامات الخدمة هي تلك التي تتخذ شكل شارات معينة لتمييز خدمات معينة كالشارات التي تضعها محطات خدمة السيارات كتقديم خدمة لتشحيم السيارات أو كالشارات التي تضعها مصبغة على الثياب التي قامت بتنظيفها أو صبغها وكذلك الشارات التي تتخذها الفنادق والمطاعم، ومثال ذلك علامة (The Four Season) لخدمة المطاعم. كما اعترف المشرع الأردني بالعلامة التجارية المشهورة التي تجاوزت شهرتها حدود البلد الأصلي الذي سجلت فيه (م/2)، إذ أنه مع تطور التجارة وسهولة الاتصال بين الدول وانسياب حركة التجارة وانتقال السلع والبضائع والخدمات بين دول العالم، كان هناك حاجة لحماية العلامات التجارية المشهورة التي تجاوزت شهرتها حدود البلد الذي سجلت فيه. كما أخذ القانون المعدل بالعلامة التجارية الجماعية (Collective Marks) والتي عرفت المادة (2) بأنها: "العلامة التي يستعملها شخص اعتباري لتصديق مصدر بضائع ليست من صنعه أو المواد المصنوعة منها أو جودتها أو طريقة إنتاجها أو الدقة المتبعة في صنعها أو غير ذلك من ميزات وخصائص لتلك البضائع". ومثال ذلك علامة (AFL – CIO) وجميع هذه العلامات سواء أكانت علامات بضائع أو خدمات أو علامات مشهورة أو علامات جماعية تخضع جميعها لأحكام قانون العلامات التجارية<sup>(39)</sup>.



وبحسب المادة السابعة من قانون العلامات التجارية الاردني يجب ان تكون العلامة التجارية المنوي تسجيلها مؤلفة من أسماء (40) أو حروف (41) أو رسوم (42) أو أرقام (43) أو أشكال (44) أو ألوان (45) أو خليط من هذه الاشياء ذي صفة فارقة وقابلة الادراك عن طريق النظر بشكل يكفل تمييز بضائع أو خدمات مالك العلامة التجارية عن بضائع أو خدمات غيره من الناس .

والعلامة التجارية المتعدى عليها قد تكون مسجلة كما قد تكون غير مسجلة، ولتسجيل علامة تجارية ما في سجل العلامات التجارية في وزارة الصناعة والتجارة لا بد من استكمالها للشروط الموضوعية والشكلية التي يتطلبها القانون. ويقصد بالشروط الموضوعية هي تلك الشروط التي تنصب على ذات العلامة التجارية المنوي تسجيلها وهي : أن تكون العلامة التجارية فارقة جديدة مشروعة وقابلة للادراك عن طريق النظر .

ويقصد بالعلامة التجارية الفارقة أن يكون لها ذاتيتها الخاصة لمنع وقوع العملاء في الخلط بين المنتجات التي تحمل علامة تجارية مشابهة وعليه لا يجوز تسجيل علامة تجارية تستعمل عادة في التجارة لتمييز أنواع البضائع وأصنافها إلا إذا أبرزت بشكل خاص واصبح هذا الشكل الخاص هو المميز لبضائع مالك تلك العلامة، فلا يجوز تسجيل رقم كعلامة تجارية إلا إذا أبرز الرقم بشكل خاص. وقد أجازت محكمة العدل العليا تسجيل الرقم (4711) كعلامة تجارية لشركة عطور ألمانية كون هذا الرقم قد استخدم بشكل مميز على العطور مدة طويلة من الزمن، وفي هذا السياق تقول محكمة العدل العليا:- (لا يجوز تسجيل الرقم كعلامة تجارية إذا كان هذا الرقم يؤلف بمفرده العلامة التجارية، أما إذا كان هذا الرقم هو جزء من العلامة التجارية أو أنه أبرز في شكل خاص فلا يوجد في هذا القانون ما يمنع تسجيله).<sup>(46)</sup> كما لا يجوز تسجيل وصف أو رسم شائع وتسجيله لا يكسب العلامة ولا يمنحها الحماية القانونية، وفي هذا قررت محكمة العدل العليا: (إذا كان الرسم المستعمل في العلامة التجارية المطلوب حذفها من الرسوم الشائعة فلا يشكل بحد ذاته علامة فارقة، وليس من شأنه أن يميز بضائع صاحبه عن بضائع غيره من الناس، وأن مجرد استعمال هذا الرسم وحده من قبل المستدعين لا يشكل تعديا على هذه العلامة التي سجلها المستدعي ضده).<sup>(47)</sup> وفي هذا السياق أيضا لم تجز محكمة العدل العليا تسجيل كلمة ستاندر (STANDARD) كعلامة تجارية كونها كلمة عادة ما تستعمل في التجارة لتمييز أنواع البضائع وأصنافها<sup>(48)</sup>.

وترجع العلة في اشتراط أن تكون العلامة التجارية فارقة للحيلولة دون غش الجمهور وانخداعه جراء استعمال الغير علامة تجارية مطابقة أو مشابهة للعلامة التجارية المسجلة حتى ولو اختلف الصنف الذي استعمل عليه المعتدي العلامة عن الصنف الذي من أجله سجلت العلامة. وقد أجملت محكمة العدل العليا في قرارها رقم 65/108 معايير التشابه المؤدي إلى غش الجمهور وهي على النحو التالي:

1. الفكرة الأساسية التي تنطوي عليها العلامة التجارية والتي يجب أن تكون مميزة وفارقة:- وتتضح الفكرة الأساسية للعلامة من خلال الاسم والشكل والرسم أو الصور أو الختم أو الحروف أو النقوش التي تتكون منها. وقد قررت محكمة العدل العليا أنه (لا يوجد تشابه من شأنه أن يؤدي إلى غش الجمهور بين العلامة التجارية (لامكس) والعلامة التجارية (فوراكس) لأن الاسمين مختلفان والأولى تحتوي على صور مختلفة وحددت بألوان ثلاثة ميزتها عن الثانية التي لا وجود للصور عليها)<sup>(49)</sup>.



2. المظاهر الرئيسية للعلامة لا تفصيلها الجزئية :- إن التقليد الذي يشكل اعتداءً على علامة تجارية هو ذلك التقليد الذي يقع على الجزء الرئيسي للعلامة لا على تفصيلها الجزئية. وفي هذا قررت محكمة العدل العليا (أن التشابه في جزء جوهري بين علامتين تجاريتين من شأنه أن يؤدي إلى غش الجمهور)<sup>(50)</sup>. وفي قرار آخر قررت محكمة العدل العليا أنه (يستفاد من المادتين 2/7 و 10/8 من قانون العلامات التجارية أن التشابه الممنوع بالقانون هو التشابه الحاصل في مجموع العلامة لا في جزء من أجزائها فقط، وعليه لا يوجد تشابه بين علامة (-7 up) وعلامة (Bubble UP) من شأنه أن يغش الجمهور إذ أن هناك اختلاف بينهما في اللفظ والرسم والشكل ولهذا لا يوجد ما يمنع من تسجيل علامة (Bubble Up)<sup>(51)</sup>.

3. نوع البضاعة التي تحمل العلامة: استخدمت محكمة العدل العليا في حكمها لفظة نوع بدلا من صنف، وهذا من شأنه أن يضيق من معيار التشابه ويعطي حرية أكبر للتجار باستخدام ذات العلامة التجارية أو علامة أخرى مشابهة على أنواع أو سلع أخرى<sup>(52)</sup>. وقد طبقت محكمة العدل العليا هذا الاتجاه في قرارها رقم 87/39<sup>(53)</sup> حيث سمحت بتسجيل علامتين متماثلتين تحت صنف واحد وهو (29) كانت العلامة التجارية الأولى للأسماك وسمك التونة في حين كانت العلامة التجارية الثانية تخص باقي أنواع البضائع تحت صنف (29). إذ قررت أنه (لا يمنع الغير من استخدام نفس العلامة لتمييز سلعة أخرى تختلف عنها إذ لا ينشأ عن ذلك لبس أو خلط بين السلع الحاملة ذات العلامة ما لم تكن السلع متقاربة، ولا يجوز لمالك العلامة الاحتجاج بها إلا في مواجهة منافسين يمارسون تجارة أو صناعة من ذات النوع، ذلك أن الغرض من العلامة هو تمييز المنتجات ومنع الخلط بينها وبين منتجات مماثلة لها).

4. احتمال وقوع التباس بين العلامات عن طريق النظر أو سماع الاسم:- قد تؤدي العلامة التجارية إلى غش الجمهور سواء عن طريق النظر إليها أو عند سماع الاسم الذي يطلق عليها. وفي هذا قررت محكمة العدل العليا أنه لا يوجد تشابه يؤدي إلى غش الجمهور بين العلامة (جنرال الكترك) وعلامة (جنرال) لأن العلامة الثانية مؤلفة من كلمة واحدة ولا تؤدي إلى فرق ذات المعنى الذي تؤديه العلامة الثانية<sup>(54)</sup>.

5. عدم افتراض أن المستهلك عند شراء البضاعة يفحص علامتها التجارية فحصا دقيقا ويقارنها بالأخرى. ويقوم هذا المعيار على أساس عدم افتراض أن المستهلك خبير بعلامات تجارية عند شرائه للبضائع والخدمات التي تحمل العلامات التجارية<sup>(55)</sup>. وفي هذا السياق أكدت محكمة العدل العليا أنه (لا يفترض في المستهلك عند شراء بضاعة ما القيام بفحص العلامة التجارية فحصا دقيقا لا سيما إذا كان المستهلك من عامة الناس ذلك أن قانون العلامات التجارية شرع لمن لا يدقق)<sup>(56)</sup>.

كما يجب أن تكون العلامة التجارية المنوي استخدامها جديدة لم يسبق لأحد استعمالها أو تسجيلها لتمييز منتجاته أو بضائعه أو خدماته. وشرط الجودة مقيد بنوع المنتجات ومن حيث الزمان والمكان أيضا. إذ يجب على طالب تسجيل العلامة التجارية أن يحدد نوع البضاعة التي يرغب في تسجيل علامته من أجلها. وقد قام نظام العلامات التجارية في الجدول الرابع بتصنيف البضائع إذ يجب أن يشتمل كل طلب على الصنف المحدد التي ستسجل العلامات التجارية فيه، والصنف يشمل عادة عددا من أنواع البضائع التي تدخل تحته. فإذا ما سجلت علامة تجارية على بعض أنواع البضائع في صنف معين، فلا تمتد الحماية القانونية لجميع أنواع البضائع التي يشتمل عليها



ذلك الصنف، ولو سجلت علامة تجارية لتشمل جميع البضائع الداخلة في صنف معين، فلا يتمتع صاحب العلامة التجارية بالحماية القانونية إذا ما قام شخص آخر باستعمال تلك العلامة التجارية على صنف آخر غير الصنف الذي سجلت العلامة التجارية فيه. ويستثنى من ذلك العلامات التجارية المشهورة إذ لا يمكن استخدام العلامة المشهورة على صنف آخر غير الصنف الذي سجلت من أجله البضاعة أو الخدمة وذلك لتعلق ذهن المستهلك بهذه العلامة مما يؤدي إلى تضليل الجمهور وغشهم.

كما إن حماية العلامة التجارية قاصرة على مدة ملكية العلامة التجارية وهي عشر سنوات من تاريخ تسجيلها، غير أنه يجوز تجديد تسجيل العلامة من حين إلى آخر وفقاً لأحكام القانون (م1/20). ويمكن لمالك العلامة التجارية المسجلة تجديد علامته استناداً للمادة (2/21) لمدة عشر سنوات اعتباراً من تاريخ انتهاء مدة التسجيل الأول أو من تاريخ انتهاء التسجيل الأخير. وإذا لم يقم مالك العلامة التجارية بتجديدها جاز للمسجل شطبها من السجل وفقدت الحماية القانونية.

أما من حيث المكان فنطاق الحماية قاصر على إقليم الدولة التي سجلت فيها العلامة التجارية مع عدم الإخلال بالاتفاقيات والمعاهدات الدولية. وعليه فلا حماية لعلامة تجارية مسجلة في الأردن ووقع الاعتداء عليها خارج الأردن، كما لا حماية لعلامة تجارية مسجلة خارج الأردن ووقع الاعتداء عليها في الأردن ما لم تكن محمية بموجب معاهدة دولية منظمة إليها الأردن.<sup>(57)</sup>

كذلك يجب أن تكون العلامة التجارية مشروعة، وتكون العلامة التجارية غير مشروعة إذ خالفت نصاً قانونياً أو جاءت مخالفة للنظام العام أو الآداب (م6/8). ولمسجل العلامات التجارية رفض تسجيل العلامة إذا كان لفظها يتنافى مع الأخلاق والآداب العامة<sup>(58)</sup>. وقد بينت المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية ما لا يجوز تسجيله كعلامة تجارية نظراً لتعلق هذه العلامة بالصفة الرسمية أو الدينية أو لتشابهها مع علامة تجارية أخرى أو لغيرها من الأسباب<sup>(59)</sup>. وأخيراً يجب أن تكون العلامة التجارية المنوي تسجيلها قابلة للادراك عن طريق النظر.

وبالإضافة للشروط الموضوعية للعلامات التجارية، لا بد من توافر شروط شكلية لتسجيل هذه العلامات. ويقصد بالشروط الشكلية الإجراءات التي تتبع لتسجيل العلامة التجارية ابتداءً من تقديم طلب التسجيل وانتهاءً بإصدار شهادة تسجيل للعلامة التجارية<sup>(60)</sup>. وإذا ما سجلت العلامة التجارية (Trademark Registration) على النحو السابق، فإنها تمنح صاحبها حماية داخلية من تاريخ تقديم الطلب وتعطي أولوية لمقدم الطلب في مواجهة أي شخص يستخدم نفس العلامة أو علامة مشابهة بعد تاريخ تقديم الطلب. أما العلامة غير المسجلة فإن الحماية لها محدودة وفقاً لقانون العلامات التجارية في تلك الحالات التي تكون فيها العلامة مشهورة<sup>(61)</sup> (Well Know). إلا أن الاعتداء على العلامة التجارية غير المسجلة يُخول مالكيها حمايتها من خلال إقامة دعوى منافسة غير مشروعة، إذ أن دعوى المنافسة غير المشروعة تسري على العلامات التجارية المسجلة وغير المسجلة المشهورة وغير المشهورة.

كما أن أعمال المنافسة غير المشروعة أعمال مادية يمكن إثباتها بكافة طرق الإثبات بما فيها شهادة الشهود والقرائن<sup>(62)</sup>. ويجب ملاحظة أن الفيصل في تحديد فعل التعدي على العلامة



التجارية هو إلحاق الضرر بالتاجر ومحلته التجاري مما يؤدي إلى انصراف العملاء عنه مما يقتضي الحديث عن عنصر الضرر.

### المطلب الثاني : الضرر :

لا مجال للمطالبة بالتعويض من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة ما لم ينجم عن فعل التعدي على العلامة التجارية ضرر يصيب التاجر المنافس الذي وقع الاعتداء على علامته التجارية، إذ أن المطالبة بالتعويض بدون تحقق الضرر يؤدي الى رد هذه المطالبة إذ لا دعوى بلا مصلحة كما أشارت الى ذلك المادة (1/3) من قانون أصول المحاكمات المدنية الأردني، مع ملاحظة أنه يمكن تقديم طلب للمحكمة المختصة لوقف المنافسة غير المشروعة حتى ولو لم يلحق فعل المنافسة غير المشروعة ضرر (م/3ج) من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية.

وهذا الضرر قد يكون مادياً يصيب التاجر في أمواله أو معنوياً يصيبه في سمعة منتجاته . والضرر المادي هو ذلك الضرر الذي يصيب المضرور في ماله أي هو الضرر أو التلف الذي يصيب الأشياء والأموال المتعلقة بالمضرور وهذا الضرر المتعلق بالأشياء قد يؤدي الى انعدام الفائدة والقيمة الاقتصادية التي تمثلها هذه الأشياء وإما مجرد انقاص هذه القيمة<sup>(63)</sup>.

ويشترط في الضرر المادي أن يكون ناشئاً عن مصلحة مشروعة كتملك علامة تجارية أو حتى استعمالها لفترة من الزمن كما يشترط أن يكون الضرر الواجب التعويض عنه محقق الوقوع أي ثابت على وجه اليقين بأن يكون قد وقع بالفعل<sup>(64)</sup> ، وبالتالي إذا كان الضرر المطلوب تعويضه محقق الوقوع بأن يكون قد وقع فعلاً أو سيقع حتماً فلا يكون أمام المحكمة إلا الحكم بالتعويض الذي يتناسب مع مقدار الضرر، أما الضرر المحتمل الوقوع الذي لا يعرف ما إذا كان سيقع في المستقبل أم لا فلا تعويض عنه<sup>(65)</sup>. كما لا بد أن يكون الضرر مباشراً، أي أن يترتب الضرر على الفعل مباشرة فلا يحول بين الفعل والضرر فعل آخر<sup>(66)</sup>.

وعليه فإن التاجر الذي يتم الاعتداء على علامته التجارية يستطيع ان يطالب بالتعويض عن الضرر الذي وقع فعلاً وهو الانقاص من مبيعاته، أما إذا كان الضرر سيقع حتماً في المستقبل، من خلال الخسارة المالية التي ستلحق به بسبب عجزه عن تسويق منتجاته أو عدم الاقبال على شراءها، أو إذا كان الضرر محتمل الوقوع ولكنه غير حتمي، فلا يستطيع المتضرر المطالبة بالتعويض وإنما يستطيع المطالبة بوقفه (م/3ج) من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية لذلك فإن المطالبة بالتعويض لا تكون الا في الضرر الواقع فعلاً فقط.

ويمكن للمحكمة أن تقضي بالتعويض إن تحقق الضرر في جانب المعتدى على علامته التجارية وأن تتخذ الإجراءات الكفيلة بمنع استمرار وقوع هذا الضرر<sup>(67)</sup> وهو ما يسمى بوقف التعدي وهو أحد صور الحماية المدنية للعلامة التجارية. إذ بموجب المادة (39) من قانون العلامات التجارية فإنه يحق لمالك العلامة التجارية المسجلة في المملكة عند إقامة دعواه المدنية أو الجزائية أو أثناء النظر فيها الطلب من المحكمة وقف التعدي والحجز التحفظي على البضائع التي ارتكب التعدي بشأنها والمحافظة على الأدلة ذات الصلة بالتعدي. وطلب وقف التعدي مرتبط بموجب هذه المادة بتسجيل العلامة التجارية



المعتدى عليها مما يعني أنه لا يجوز طلب وقف تعدي على علامة تجارية غير مسجلة في الأردن، لكن الأمر على نقيض ذلك في قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية (م2/3).

كما يمكن أن يكون الضرر معنوياً كالحط من جودة المنتجات وطريقة انتاجها. والتعويض عن الضرر المعنوي لا يهدف الى جبر الضرر كما في التعويض عن الضرر المادي اذ يصعب تقدير الضرر المعنوي تقديراً مالياً مباشراً ولكن يمكن جبر الضرر بطريق غير مباشر من خلال إعطاء المضرور تعويضاً مالياً يحقق له قدراً من الرضا والسعادة والهدوء النفسي تخفف عنه المساس بسمعة منتجاته وشهرتها<sup>(68)</sup>.

والاعتداء على علامة تجارية لتاجر يلحق بالضرورة ضرراً مادياً ومعنوياً في نفس الوقت، فواقعة الاعتداء على علامة تجارية وإن لم تلحق ضرراً مادياً مباشراً بمالك العلامة التجارية إلا أنها تؤثر على سمعة المنتج أو الخدمة التي يقدمها مالك العلامة التجارية وتؤثر مستقبلاً في نظرة العميل لهذا المنتج أو الخدمة وتحد من رغبته على التعامل معها مما سيؤثر حتماً على تسويق ذلك المنتج أو تلك الخدمة وبالتالي يترجم الضرر المعنوي الى ضرر مادي ملموس، ويشترط كذلك في الضرر المعنوي أن يكون الضرر محقق الوقوع غير احتمالي.<sup>(69)</sup>

ويقع عبء إثبات الضرر على عاتق المدعي طالب التعويض جراء التعدي على علامته التجارية، ويكون اثبات أفعال المنافسة غير المشروعة بكافة طرق الإثبات وعلى وجه الخصوص الشهادة والمعينة والخبرة، ويمكن إثبات الضرر في دعوى المنافسة غير المشروعة جراء التعدي على علامة تجارية من خلال تحول العملاء عن منتجات المدعي إلى منتجات أخرى نتيجة للوسائل غير المشروعة التي قام بها المدعى عليه. صحيح أن التاجر لا يتمتع بحق ملكية على علامته ولا يستطيع منعهم من التعامل مع منتجات التجار الآخرين، إلا أن كل تاجر يسعى إلى الاحتفاظ بعلامته وجذب عملاء جدد<sup>(70)</sup> بوسائل تجارية مشروعة.

### المطلب الثالث : علاقة السببية بين فعل التعدي والضرر

علاقة السببية أو رابطة السببية هي عنصر لازم لانعقاد المسؤولية المدنية وتحديد مداها أي لتحديد مدى التعويض الناجم عن هذه المسؤولية. فلا يكفي لالزم شخص ما بالتعويض أن يتوافر لنا الفعل والضرر في جانبه بل لا بد أن يكون من شأن الفعل أن يؤدي الى هذا الضرر، بمعنى أن يكون الفعل ضرورياً لتحقيق الضرر، أي لولا حدوث الفعل لما وقع الضرر<sup>(71)</sup>، كما تتوافر علاقة السببية بين الفعل والضرر حتى ولو نتج عن الفعل ضرر واحد وأصاب عدة أموال يمتلكها أشخاص مختلفون<sup>(72)</sup>، كما يجب أن يترتب الضرر على الفعل مباشرة، أي أن لا يحول دون الفعل والضرر فعل آخر، وأن يكون قد نتج عن الفعل الأول<sup>(73)</sup>.

ولا تثير رابطة السببية أية مشكلة اذا كانت النتيجة النهائية للفعل قد تمت من خلال فعل المعتدي وحده ولكن المشكلة تثور اذا اجتمعت عدة اسباب ساهمت في تحقيق النتيجة كمشاركة فعل المضرور او الغير





في تحقيقها<sup>(74)</sup> لذلك فقد أوجد الفقه عدة نظريات لتحديد علاقة السببية منها نظرية تكافؤ الاسباب التي ترى بوجود الاعتداد بكل الاسباب التي اشتركت في احداث الضرر ومنها أيضاً نظرية السبب المنتج التي نادى بضرورة التفرقة بين الاسباب العرضية والاسباب المنتجة والاعتداد فقط بالاسباب المنتجة<sup>(75)</sup>.

وللمطالبة بالتعويض من خلال دعوى منافسة غير مشروعة جراء التعدي على علامة تجارية لا بد من توافر علاقة سببية بين فعل التعدي الذي ارتكبه أو تسبب به المعتدي على العلامة التجارية وبين الضرر الذي لحق بمالك العلامة التجارية المعتدى عليها. فإذا لم يكن بالإمكان إثبات هذه العلاقة السببية ما بين فعل التعدي والضرر فلا يمكن المطالبة بالتعويض عن الضرر الذي لحق بمالك العلامة التجارية، كأن يكون الضرر الذي لحق بصاحب العلامة التجارية قد تأتى جراء فعل الغير وليس فعل المدعى عليه أو جراء خطأ مالك العلامة التجارية الشخصي<sup>(76)</sup>.

ويمكن لمالك العلامة التجارية المطالبة بوقف التعدي بطلب مستعجل حتى قبل وقوع الضرر بالفعل<sup>(77)</sup>. ويهدف المدعي في هذه الحالة إلى منع وقوع الضرر في المستقبل جراء وجود علامات تجارية مشابهة أو مطابقة لعلامته التجارية. ولا يملك المدعي هنا المطالبة بالتعويض لعدم تحقق الضرر بالفعل. ويمكن المطالبة بالتعويض جراء التعدي على علامة تجارية مسجلة أمام المحاكم الجزائية إذا كانت الدعوى الجزائية قد رفعت وهو ما يسمى بالادعاء بالحق الشخصي تبعاً لدعوى جزائية، ومن باب أولى يمكن المطالبة بالتعويض بدعوى مدنية مستقلة أمام القضاء المدني، إذ أن الادعاء بالحق الشخصي هو ادعاء مدني يمكن اقامته تبعاً للدعوى الجزائية أو بصورة مستقلة عنها أمام المحكمة المختصة.

وتتميز الدعوى المدنية عن الدعوى الجزائية في حالة التعدي على علامة تجارية في أن الدعوى الجزائية تستلزم أن تكون العلامة التجارية مسجلة فلا حماية جزائية لعلامة تجارية غير مسجلة في الأردن، أما الدعوى المدنية فيمكن تحريكها سواء أكانت العلامة التجارية مسجلة أم غير مسجلة (مع اختلاف السند القانوني بين الحالتين).

كما يمكن الحكم بالتعويض لمالك العلامة التجارية حتى ولو قضت المحكمة الجزائية ببراءة المشتكى عليه لعدم توافر القصد الجرمي، إذ أن التعويض مرتبط بوجود الضرر سواء نجم هذا الضرر عن قصد أم بالخطأ<sup>(78)</sup>. ويملك كل متضرر من الاعتداء على علامة تجارية إقامة دعوى منافسة غير مشروعة، وإن تعدد المتضررين كان لكل منهم إقامة الدعوى مستقلاً عن الآخرين بشرط إثبات الضرر في حقه. كما أن دعوى المنافسة غير المشروعة يمكن إقامتها في مواجهة من قام بواقعة الاعتداء على علامة تجارية وكل من اشترك معه في فعل التعدي شريطة أن يثبت علمه بعدم شرعية العمل أو كان بإمكانه العلم بذلك كصاحب المطبعة الذي يقوم بطبع بطاقات تحمل علامات تجارية مقلدة<sup>(79)</sup>.

## الخاتمة

على ضوء ما تقدم نستطيع أن نخلص الى النتائج التالية:-

أولاً: أن القانون المعدل لقانون العلامات التجارية رقم (34) لسنة 1999، و الذي جاء كتمطلب لانضمام الاردن لمنظمة التجارة العالمية (W.T.O.) ولاتفاقية تريبس (TRIPS) التي تعنى بحماية



حقوق الملكية الفكرية، قد استطاع أن يلبي معظم المتطلبات الدولية فيما يخص حماية العلامة التجارية وذلك من خلال اعترافه بالعلامة التجارية الخدمية (Service Mark) والعلامة التجارية المشهورة (Well-known Mark) والعلامة التجارية الجماعية (Collective Mark) وذلك إلى جانب علامات السلع والبضائع (Goods Mark).

ثانياً: أن قانون العلامات التجارية قد وفر حماية مدنية كاملة للعلامة التجارية المسجلة من حيث طلب التعويض، وقف التعدي، الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية وشطب (ترقيين) العلامة التجارية، أما العلامة التجارية غير المسجلة فإن الحماية المدنية لها غير متوافرة، إذ لا يحق للمتضرر طلب تعويضات جراء التعدي على علامته التجارية غير المسجلة (م 34) ولا يجوز له طلب وقف التعدي (م 39).

ثالثاً: أن القانون المعدل لقانون العلامات التجارية رقم (34) لسنة 1999 رغم قيامه بتعديل معظم نصوص قانون العلامات التجارية لسنة 1952 انسجاماً مع انضمام الأردن لمنظمة التجارة العالمية، إلا أنه أبقى على نص المادة (34) من قانون العلامات التجارية كما هو، والتي اشترطت تسجيل العلامة التجارية في المملكة لإمكانية المطالبة بالتعويض جراء التعدي عليها رغم انتقاد هذا الشرط من قبل الفقه التجاري خاصة وأن اتفاقية تريبس لم تشترط تسجيل العلامة التجارية لإمكانية المطالبة بالتعويض جراء التعدي عليها.

رابعاً: أن قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم (15) لسنة 2000 قد اعتبر من قبيل أعمال المنافسة غير المشروعة تلك المتعلقة بعلامة تجارية مستعملة في الأردن سواء كانت مسجلة أو غير مسجلة ما دامت تؤدي إلى تضليل الجمهور. هذا بالإضافة إلى أن المادة (256) من القانون المدني الأردني تعطي الحق لمن وقع عليه اعتداء في علامته التجارية أن يطالب بالتعويض وفقاً للمبادئ العامة في المسؤولية المدنية.

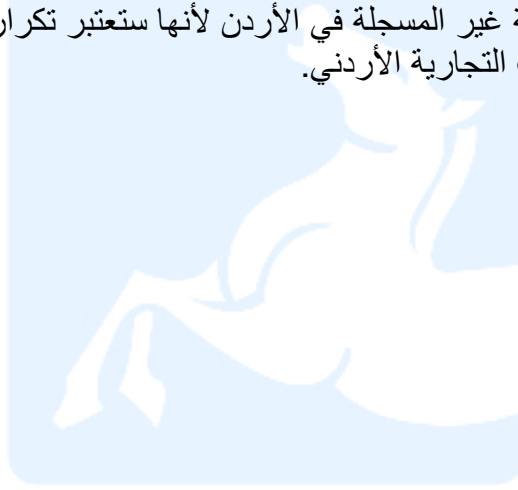
خامساً: للمطالبة بالتعويض جراء التعدي على علامة تجارية مسجلة أم غير مسجلة لا بد من إقامة دعوى المنافسة غير المشروعة، وهذا يتطلب أولاً أن يكون المعتدى عليها علامة تجارية بالمعنى الذي يقصده القانون وذلك من خلال استكمالها لمجموعة من الشروط الموضوعية (إذا كانت العلامة التجارية مسجلة وغير مسجلة) واستكمالها للشروط الموضوعية والشروط الشكلية معاً (إذا كانت العلامة التجارية مسجلة فقط). ولقيام دعوى المنافسة غير المشروعة لا بد من قيام عناصر المسؤولية المدنية وهي: - الفعل، الضرر وعلاقة السببية. ويتمثل الفعل في حالة التعدي على علامة تجارية باستعمال ذات العلامة أو علامة مشابهة من قبل تاجر آخر دون إذن مالك العلامة التجارية أو محاولة استخدام العلامة في الإعلان والتسويق لمنتجاته. أما الضرر فلا بد أن يكون محقق الوقوع بأن يكون قد وقع بالفعل أو سيقع حتماً في المستقبل، وقد يكون الضرر مادياً يصيب التاجر في ذمته المالية أو معنوياً يصيبه في سمعته وسمعة منتجاته، والضرر المعنوي هو ضرر متحقق دائماً بمجرد حصول واقعة الاعتداء على علامة تجارية وذلك من خلال عزوف الناس عن التعامل بالمنتجات التي تحملها علامته التجارية وهذا يؤدي إلى انخفاض مبيعات التاجر وخسارته، كما لا بد من توافر علاقة سببية ما بين فعل التعدي على العلامة التجارية والضرر الذي أصاب المعتدى على علامته.



وعلى ضوء النتائج السابقة، فإننا نقترح ما يلي:-

أولاً:- تعديل المادة (34) من قانون العلامات التجارية الأردني بحيث تعطي الحق لكل متضرر المطالبة بالتعويض في حالة التعدي على علامته التجارية سواء أكانت تلك العلامة التجارية مسجلة أم غير مسجلة.

ثانياً:- الغاء نص المادة (2/ب) من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية التي عالجت موضوع العلامة التجارية غير المسجلة في الأردن لأنها ستعتبر تكرار لا مبرر له في حالة تعديل المادة (34) من قانون العلامات التجارية الأردني.



ArabLawInfo.

Online Legal Directory



### الهوامش

1. د.سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، الطبعة الثانية 1996، دار النهضة العربية، ص280.
2. في دراسة أجريت على أهم العلامات التجارية في العالم تبين أن القيمة الإضافية أي قيمة الشهرة لعلامة كوكا كولا تبلغ 39 مليار دولار، علامة مالبورو 38.7 مليار... الخ وثيقة من إعداد المكتب الدولي الوايبو، مجلة حماية الملكية الفكرية، العدد 42، المجلد الرابع، 1994، ص22.
3. الفصل الأول من الباب الرابع من قانون التجارة الأردني رقم (12) لسنة 1966، منشور في الجريدة الرسمية، العدد 1910، تاريخ 1966/3/30، ص 472.
4. Doris Estelle Long and Anthony D'Amato, International Intellectual property, St.Paul, Minn, 2000, P.86.
5. Ginsburg and Others, Trademark and Unfair Competition Law Cases and Materials, Second Edition, 2000, Michie Law publishers, P.56.
6. Ginsburg and Others, Ibid, P.31.
7. Ginsburg and Others, Ibid, P.P. 74-75.
8. محمد خريسات، دور العلامة التجارية في التنمية الاقتصادية للبلدان النامية، مجلة حماية الملكية الصناعية الصادرة عن المجمع العربي لحماية الملكية الفكرية، العدد السابع العشرون، تموز/1990، ص13 وما بعدها.
9. طلال أبو غزالة، محاضرة بعنوان حماية الملكية الفكرية للمستحضرات الصيدلانية في البلدان العربية، أقيمت في المؤتمر العربي الدولي الأول للملكية الفكرية. من إصدارات المجمع العربي لحماية الملكية الفكرية، عمان 1995، ص 13 وما بعدها .
10. من أبرز الاتفاقيات الدولية التي تعنى بحماية العلامة التجارية:- اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لعام 1883 واتفاقية مدريد عام 1891 بشأن التسجيل الدولي للعلامات والتي بموجبها يكون لكل شخص تابع لإحدى الدول المتعاقدة الحق في أن يكفل حماية علامته التجارية المسجلة في بلده الأصلي في جميع دول الاتحاد، ويتم ذلك بإيداع العلامة المسجلة بالمكتب الدولي لحماية الملكية الصناعية، كما توجد هناك اتفاقية تريبس (Trips) لعام 1994.
11. اتفاقية تريبس (TRIPS) أو ما تعرف باتفاقية جوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights وهي إحدى الاتفاقيات التي انبثقت عن اتفاقية إنشاء منظمة التجارة العالمية (W.T.O) في 1994/4/15.



ولأغراض انضمام الأردن لمنظمة التجارة العالمية، فإنه مطالب بالتوقيع على كافة الاتفاقيات المنبثقة عن هذه

12. المنظمة ومن بينها اتفاقية تريبس (TRIPS). وتعنى هذه الاتفاقية بتنظيم حقوق الملكية الفكرية وهي:- حقوق المؤلف، العلامات التجارية، المؤشرات الجغرافية، التصميمات الصناعية (الرسوم والنماذج الصناعية)، براءات الاختراع، التصميمات التخطيطية (الرسومات الطبوغرافية) للدوائر المتكاملة، حماية المعلومات السرية (المعلومات غير المصرح عنها) ومكافحة الممارسات المنافسة للمنافسة المشروعة في التراخيص التعاقدية. كما وفرت اتفاقية (TRIPS) حماية فعالة لجميع هذه الحقوق ومن بينها العلامات التجارية بهدف تشجيع روح الابتكار التكنولوجي ونقل وتعميم التكنولوجيا، وذلك لتحقيق المنفعة المشتركة لمنتجي المعرفة التكنولوجية ومستخدميها بالأسلوب الذي يحقق الرفاهية الاجتماعية والاقتصادية والتوازن بين الحقوق والواجبات (م7) من اتفاقية تريبس.

13. منشور في الجريدة الرسمية، العدد (4389) بتاريخ 1999/11/1، ص4299

14. منشور في الجريدة الرسمية، العدد (1110) بتاريخ 1952/6/11، ص243.

15. منشور في الجريدة الرسمية، العدد (1131) بتاريخ 1953/1/17، ص486.

16. المادة (2) من قانون العلامات التجارية التي أضافت في تعريفها للعلامة التجارية علامة الخدمة وذلك بقولها: أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره".

17. المادة (2) من قانون العلامات التجارية والتي عرفت العلامة التجارية الجماعية على أنها: " العلامة التي يستعملها شخص اعتباري لتصديق مصدر بضائع ليست من صنعه أو المواد المصنوعة منها أو جودتها أو طريقة انتاجها أو الدقة المتبعة في صنعها أو غير ذلك من ميزات وخصائص لتلك البضائع".

18. المادة (2) من قانون العلامات التجارية التي عرفت العلامة التجارية المشهورة بقولها: " العلامة التجارية ذات الشهرة العالمية التي تجاوزت شهرتها البلد الاصيلي الذي سجلت فيه وإكتسبت شهرة في القطاع المعني من الجمهور في المملكة الاردنية الهاشمية".

19. بموجب المادة (1/19) من قانون العلامات التجارية فقد اصبح بالإمكان نقل ملكية العلامة التجارية أو التنازل عنها أو رهنها دون نقل المحل التجاري، كما أصبح بالإمكان الحجز على العلامة التجارية مستقلة دون المحل التجاري. وقد تبني المشرع الأردني بذلك نظرية الضمان والتي تقوم العلامة بموجبها بدور تحديد صفات المنتجات وتبيان خصائصها، فالعلامة أداة تضمن توافر صفات وخصائص معينة في المنتجات أو الخدمات المقدمة. وعليه يمكن التصرف بالعلامة التجارية بمعزل عن المشروع بموجب عقد الترخيص الاتفاقي الذي يعطي المرخص له إنتاج السلع التي تحمل نفس



العلامة التي تميز منتجاته أو خدماته. أنظر رامي النحاس، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، مجلة حماية الملكية الفكرية، العدد الثالث والخمسون، الربع الثالث 1997، ص28.

20. المادة (22) من قانون العلامات التجارية.
21. المادة (26) من قانون العلامات التجارية.
22. يمكن حصر الجرائم التي تقع على العلامة التجارية بجريمة تزوير علامة تجارية أو تقليدها بطريقة تؤدي إلى تضليل الجمهور (م1/38 من قانون العلامات التجارية والمادة 1/3 من قانون العلامات التجارية)، جريمة استعمال علامة تجارية مسجلة يملكها الغير دون موافقته (م1/38ب من قانون العلامات التجارية والمادة 3 من قانون العلامات التجارية) وجريمة إحراز بضاعة تحمل علامة مزورة أو مقلدة (م 1/38ج من قانون العلامات التجارية والمادة 2/3 من قانون العلامات التجارية). وجعل المشرع العقوبة موحدة لجميع هذه الجرائم وهي الحبس مدة لا تقل عن ثلاثة أشهر ولا تزيد على سنة أو بغرامة لا تقل عن مائة دينار ولا تزيد عن ثلاثة آلاف دينار أو بكلتا هاتين العقوبتين، هذا بالإضافة إلى الإجراءات التحفظية التي يستطيع مالك العلامة التجارية اتخاذها كإصدار مذكرة تحر وجلب البضائع أو الأشياء المضبوطة للنظر في إمكانية مصادرتها من قبل المحكمة (م 11 من قانون العلامات التجارية).
23. أجازت المادة (1/14) من قانون العلامات التجارية الأردني لأي شخص الاعتراض لدى المسجل على تسجيل أية علامة تجارية وذلك خلال ثلاثة أشهر من تاريخ نشر إعلان تقديم الطلب أو خلال أية مدة أخرى تعين لهذا الغرض. ولا يشترط في الاعتراض المقدم ضد تسجيل علامة تجارية أن يكون للمعتراض مصلحة شخصية مباشرة في طلب رفض تسجيل العلامة وإنما يجوز لأي شخص سواء أكان صاحب علامة تجارية مسجلة مشابهة أو مطابقة أو صاحب علامة تجارية غير مسجلة يرى بأن تسجيل العلامة التجارية الجديدة سوف يلحق به ضرراً أو حتى يستطيع الجمهور أن يعترض على طلب التسجيل وذلك حتى لا يؤدي تسجيلها إلى غش الجمهور. وعليه فإن العلامة التجارية المسجلة وغير المسجلة تتمتع بهذا النوع من الحماية المدنية.
24. أجازت المادة (22) من قانون العلامات التجارية لأي شخص ذي مصلحة الطلب من مسجل العلامات التجارية إلغاء تسجيل أية علامة تجارية مسجلة لغيره إذا انقطع عن استعمالها مدة ثلاث سنوات بصورة مستمرة إلا إذا أثبت مالك العلامة التجارية أن عدم الاستعمال راجع إلى ظروف تجارية خاصة أو إلى أسباب مبررة حالت دون استعمالها.
25. منشور في الجريدة الرسمية، العدد 4423، تاريخ 2000/4/2، ص1316.
26. المادة (2ب+3) من قانون المنافسة غير المشروعة لسنة 2000.
27. منشور في الجريدة الرسمية، العدد 2645، تاريخ 1976/8/1، ص2.



28. د.صلاح الدين الناهي، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، 1982، ص 259. ود.عادل المقدادي، الحماية القانونية للعلامات التجارية في القانون الأردني، ورقة عمل قدمت في المؤتمر العلمي العالمي الأول حول الملكية الفكرية التي عقد في جامعة اليرموك في الفترة من 10-2000/7/11. ص16.
29. د. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، الطبعة الأولى 2000، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، ص394.
30. المسؤولية العقدية هي جزء عدم تنفيذ العقد اذا تنص المادة (1/313) من القانون المدني الأردني على انه: "ينفذ الحق جبراً عن المدين به عند استحقاقه متى استوفى الشرائط القانونية". والتنفيذ العيني للعقد واجب متى كان ذلك ممكناً وطلبه الدائن كالاتزام بدفع مبلغ من النقود. أما إذا كان التنفيذ العيني للاتزام غير ممكن لهلاك محل الاتزام أو كان تنفيذ الاتزام ممكناً ولكن لم يطلبه الدائن ولم يعرضه المدين فلا يكون امام الدائن سوى المطالبة بالتنفيذ بمقابل أي المطالبة بالتعويض<sup>(30)</sup>. وإن مجرد عدم التنفيذ لا يستتبع قيام مسؤولية المدين بل يجب أن يكون عدم التنفيذ راجعاً الى فعله أي الى خطئه، فلا تقوم مسؤولية المدين الا اذا تحقق الخطأ في جانب المدين كما أشارت إلى ذلك المادة (2/358) مدني أردني بقولها: " وفي كل الاحوال يبقى المدين مسؤولاً عما يأتيه من غش او خطأ جسيم"، ويفترض الخطأ من جانب المدين اذا لم يقم بتنفيذ التزامه ما لم يثبت أن عدم التنفيذ راجع الى سبب اجنبي ( م 48 مدني اردني)، كما يجب ان يلحق الدائن ضرر جراء عدم قيام المدين بتنفيذ التزامه وهذا ما اوضحته المادة (360) من ذات القانون بقولها: " اذا تم التنفيذ العيني او أصر المدين على رفض التنفيذ حددت المحكمة مقدار الضمان الذي تلزمه المدين مراعية في ذلك الضرر الذي أصاب الدائن والعنت الذي بدا من المدين". ويقع عبء اثبات الضرر على الدائن تحقيقاً لمبدأ أن البيئة على من ادعى. لمزيد من التفصيل انظر: د.أنور سلطان، مصادر الاتزام في القانون المدني الأردني (دراسة مقارنة بالفقه الإسلامي)، الطبعة الأولى 1987، منشورات الجامعة الأردنية، ص 285.
31. د. محمد الزعبي، مسؤولية المباشر والمتسبب في القانون المدني الأردني، مجلة نقابة المحامين، العدد الثالث السنة الخامسة والأربعون 1997، ص883.
32. منهم د. أنور سلطان، المرجع السابق، ص299.
33. المذكرات الايضاحية للقانون المدني الأردني، الجزء الأول، ص277.
34. الاستاذ مصطفى احمد الزرقا، الفعل الضار والضمان فيه، دار القلم دمشق – الطبعة الاولى 1988، ص 72، د. محمد الزعبي، مسؤولية المباشر والمتسبب في القانون المدني الاردني، مجلة نقابة المحامين الاردنيين، السنة الخامسة والاربعون، العدد الثالث آذار 1997، ص 883.
35. د.صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص387.
36. د.عزيز العكيلي، المرجع السابق، ص409.



37. د. محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، 1971، فقرة (324)، د. صلاح الدين الناهي، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، دار الفرقان، عمان الطبعة الأولى، 1983، ص233.
38. د. صلاح الأسمر، دراسة تحليلية لقانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952، المؤتمر العربي الدولي الأول للملكية الفكرية، عمان 1995، ص68.
39. لقد كانت المادة (2) من قانون العلامات التجارية قبل التعديل تعرف العلامة التجارية على أنها:- (أية علامة استعملت أو كان في النية استعمالها على أية بضائع أو فيما تعلق بها للدلالة على أن تلك البضائع تخص صاحب العلامة بحكم صنعها أو انتخابها أو الشهادة أو الاتجار بها أو عرضها للبيع). ويظهر من خلال هذا التعريف أن المشرع قد ركز على الاستعمال عندما عرف العلامة التجارية بأنها أية علامة استعملت أو كان في النية استعمالها وليس مجرد تسجيل العلامة وهذا ما تؤكده المادة السادسة التي تمكن كل من يرغب في أن يستقل في استعمال علامة تجارية لتمييز منتجاته أن يقدم طلب لتسجيل تلك العلامة التجارية. كما توسع المشرع في تعريف العلامة التجارية بالنسبة للاستعمال عندما ذكر (أو كان في النية استعمالها) فالنية مطلوبة لاستخدام العلامة التجارية، ولا يجوز تسجيل علامات تجارية بقصد احتكارها ومنع التجار الآخرين من استخدامها. أما تعريف العلامة التجارية بموجب اتفاقية تريبس (TRIPS) فهي 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 (م1/ 15). وتشمل العلامات التجارية بالإضافة إلى علامات السلع علامات الخدمة (SERVICE MARKS).
40. Ginsburg and Others, Supra, P.P 44-45.
41. يمكن اتخاذ اسم أو أكثر كعلامة تجارية فارقة شريطة ان تتخذ مثل هذه العلامة شكلاً يميز هذا الاسم المؤلف قبل اتخاذه كإطار أو لون أو ترتيب أو تخطيط خاص مثال ذلك اسم (الكوثر) أو (غدير) أو (Cannon) أو (Philips). وإذا كان الاسم لغير التاجر فلا بد من إذن صاحب الاسم أو ورثته (م9/8) من قانون العلامات التجارية الأردني . والاصل انه لا تعد أسماء الأماكن كعلامة تجارية فارقة لامكانية استخدامها من قبل جميع المنتجين والتجار الا انه يمكن استخدامها كعلامة تجارية فارقة اذا ابرزت الكلمات في شكل خاص ( م7/8) من قانون العلامات التجارية الاردني مثال ذلك (القدس) و (البتراء).
42. قد تستخدم الحروف كعلامة تجارية كاستخدام الحروف (T.W.A) للدلالة على شركة الطيران الامريكي والحروف (S.A.S) للدلالة على شركة الطيران الاسكندنافية او (B.M.W) كنوع من السيارات.
43. قد يتخذ الرسم أو صورة معينة كعلامة تجارية مثل استخدام صورة معينة لآحد الأشخاص بشرط استئذان صاحب الصورة في حال حياته ومن ورثته في حال وفاته مثل نقش صورة أحد اللاعبين أو أحد الزعماء على الملابس ، وقد تكون العلامة التجارية رسم معين كرسم الشمس أو القمر.





44. قد تستعمل الأرقام كعلامات تجارية مثال ذلك استخدام أرقام (0 0 0) لتمييز بعض منتجات العطور.
45. قد يستخدم التاجر أو المنتج رمزاً معيناً كعلامة تجارية لتمييز منتجاته وقد يكون هذا الرمز مستمداً من الطبيعة كشكل شجرة أو زهرة أو شكل أحد الحيوانات .
46. يمكن للتاجر أن يتخذ علامة تجارية على شكل لون واحد أو مجموعة من الألوان شريطة أن تكون مميزة.
47. عدل عليا رقم 53/4، مجلة نقابة المحامين لسنة 1953، ص151.
48. عدل عليا رقم 53 /6، مجلة نقابة المحامين لسنة 1953، ص 155.
49. عدل عليا رقم 59/73، مجلة نقابة المحامين لسنة 1959، ص 139. أنظر في هذا المعنى كذلك قرار محكمة العدل العليا رقم 68/75، مجلة نقابة المحامين لسنة 1969، ص 76.
50. قرار عدل رقم 67/96 ص 1038 لسنة 15. أنظر كذلك قرار عدل عليا رقم 72/67، مجلة نقابة المحامين لسنة 1972، ص1463، والقرار رقم 76/54 ص 1927 لسنة 24، والقرار 95/103، مجلة نقابة المحامين لسنة 1996 ص637. قرار عدل عليا رقم 94 /8، مجلة نقابة المحامين لسنة 1995، ص 2028.
51. قرار عدل عليا رقم 61/10 المنشور على ص 263 في العدد 6 من مجلة نقابة المحامين. وأنظر القرار رقم 96/12، مجلة نقابة المحامين لسنة 1997، ص643.
52. قرار عدل عليا رقم 85/94 المنشور على ص 491 لسنة 1986، أنظر أيضا القرار رقم 72/122 ص 179 العدد 2 سنة 1973 والقرار 96/194 والقرار 96/230، مجلة نقابة المحامين لسنة 1997، ص 2286، والقرار رقم 96 /83 مجلة نقابة المحامين لسنة 1997، ص634.
53. د. صلاح الدين البشير، جرائم التعدي الجنائية والمدنية على العلامات التجارية في الأردن ومصر، مجلة حماية الملكية الفكرية، العدد الواحد والخمسون، الربع الأول 1997، ص20.
54. قرار عدل عليا رقم 87/39 مجلة نقابة المحامين لسنة 1988 ص 689.
55. قرار عدل عليا رقم 65/64 ص 1424 عدد 11. أنظر أيضا القرار 72/123، مجلة نقابة المحامين لسنة 1973، ص 373، القرار رقم 96/174، مجلة نقابة المحامين 1997 ص 2276 .
56. المحامي عامر الكسواني، معيار التشابه بين العلامات التجارية، مجلة حماية الملكية الفكرية، العدد الخامس والخمسون، الربع الأول 1998، ص7.



57. قرار عدل عليا رقم 96/73، مجلة نقابة المحامين لسنة 1997، ص 2276 والقرار رقم 96/12، مجلة نقابة المحامين لسنة 1997، ص 643.
58. وفي هذا السياق، وفرت المادة (2) من اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لعام 1891 حماية دولية للعلامات التجارية في دول الاتحاد طالما سجلت تلك العلامة التجارية في بلدها الأصلي وتم إيداع العلامة المسجلة بالمكتب الدولي لحماية الملكية الصناعية. إلا أن المادة العاشرة من قانون علامات البضائع قد جرمت كل من أرشد أو شارك أو ساعد أو عاون وهو في الأردن في تدبير ارتكاب فعل خارج الأردن مما يعتبر جريمة بموجب هذا القانون يعاقب كفاعل للجريمة وتتخذ الإجراءات بحقه ويحكم ويدان في المملكة كما لو كان الجرم قد ارتكب فيها.
59. قرار عدل عليا رقم 95/377، مجلة نقابة المحامين لسنة 1997، ص 605. وقضت محكمة العدل العليا في قرارها رقم (95/1418) بأنه: " لمسجل العلامات التجارية رفض تسجيل العلامة التجارية إذا كان لفظ العلامة يتنافى مع الاخلاق والآداب العامة " مجلة نقابة المحامين لسنة 1995 ، ص 957. أما الوضع في اتفاقية تريبس فإن طبيعة البضاعة أو الخدمة المنوي تسجيلها يجب أن لا تحول دون تسجيل العلامة التجارية في الدولة العضو (م4/15). وهذا يعني عدم قدرة الدولة العضو على رفض تسجيل علامة تجارية لبضائع أو خدمات مخالفة للنظام العام أو الآداب في الدولة العضو، كما أن مخالفة النظام العام أو الآداب قد تتأتى من خلال شكل العلامة التجارية مما قد ينتج عنه إشكالية في تسجيل مثل تلك العلامات التجارية وذلك على الرغم من أن اتفاقية (TRIPS) تسمح برفض تسجيل أي اختراع يخالف النظام العام أو الآداب. وهذا كله سوف يثير مشاكل عملية كثيرة بخصوص هذا الشأن.
60. بينت المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية ما لا يجوز تسجيله كعلامة تجارية وهي:-
1. العلامات التي تشابه شعار جلالة الملك أو الشارات الملكية أو لفظة ملوكي أو أية ألفاظ أو حروف أو رسوم أخرى قد تؤدي الى الاعتقاد أن الطالب يتمتع برعاية ملكية.
  2. شعار أو أوسمة حكومة المملكة الأردنية الهاشمية أو الدول أو البلاد الأجنبية إلا بتفويض من المراجع الإيجابية.
  3. العلامات التي تدل على صفة رسمية إلا إذا فرضت وضعها المراجع الإيجابية التي تخصصها تلك المراجع أو التي هي تحت مراقبتها.
  4. العلامات التي تشابه الراية الوطنية أو أعلام المملكة الأردنية الهاشمية العسكرية أو البحرية أو الأوسمة الفخرية أو شعاراتها أو الأعلام الوطنية العسكرية أو البحرية.



5. العلامات التي تشمل الألفاظ أو العبارات التالية:- (امتياز) (ذو امتياز) (ذو امتياز ملكي) (مسجل) (رسم مسجل) (حقوق الطبع) (التقليد يعتبر تزويراً) أو ما شابه ذلك من الألفاظ والعبارات.

6. العلامات المخلة بالنظام العام أو الآداب العامة أو التي تؤدي إلى غش الجمهور أو العلامات التي تشجع المنافسة التجارية غير المحقة أو التي تدل على غير مصدرها الحقيقي.

7. العلامات المؤلفة من أرقام أو حروف أو ألفاظ تستعمل عادة في التجارة لتمييز أنواع البضائع وأصنافها أو العلامات التي تصف نوع البضائع أو جنسها أو الكلمات التي تدل عادة على معنى جغرافي أو ألقاب إلا إذا أبرزت في شكل خاص ويشترط في ذلك أن لا يعتبر ما ورد في هذه الفقرة أنه يمنع تسجيل العلامات التي تكون من النوع الموصوف فيها إذا كانت له صفة فارقة بحسب المعنى المحدد لها في الفقرتين (2و3) من المادة (7).

8. العلامات التي تطابق أي شعار ذي صفة دينية بحتة أو تشابهه.

9. العلامات التي تحتوي على صورة شخص أو اسمه أو اسم محله التجاري أو اسم شركة أو هيئة إلا يرضى وموافقة ذلك الشخص أو تلك الهيئة أما الأشخاص المتوفون حديثاً فيجوز للمسجل أن يطلب موافقة ممثليهم الشرعيين.

10. العلامات التي تطابق علامة تخص شخصاً آخر سبق تسجيلها لنفس البضائع التي يراد تسجيل العلامة من أجلها أو لصنف منها أو العلامة التي تشابه تلك العلامات إلى درجة قد تؤدي إلى غش الغير.

11. العلامات التي تطابق أو تشابه شارة الهلال الأحمر أو الصليب الأحمر أو صليب جنيف.

12. العلامة التجارية التي تطابق أو تشابه أو تشكل ترجمة لعلامة تجارية مشهورة وذلك لاستعمالها لتمييز بضائع مشابهة أو مماثلة للبضائع التي اشتهرت بها ويكون من شأنها إيجاد لبس مع العلامة المشهورة أو لاستعمالها لغير هذه

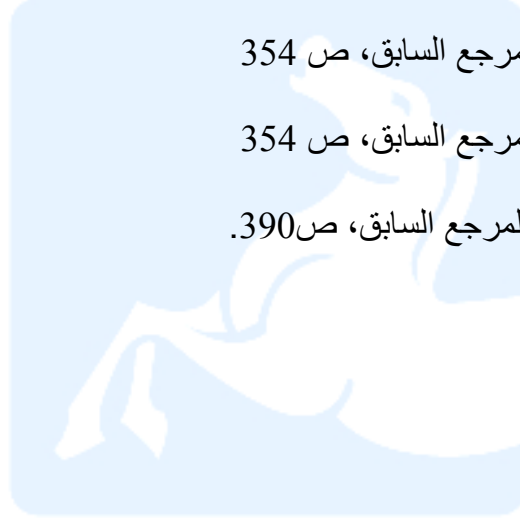


البضائع بشكل يحتمل أن يلحق ضرراً بمصلحة مالك العلامة التجارية المشهورة ويوحي بصلة بينه وبين هذه البضائع وكذلك العلامات التي تشابه أو تطابق الشارات الشرفية والأعلام والشعارات الأخرى والأسماء أو الأسماء المختصرة الخاصة بالمنظمات الدولية أو الإقليمية أو التي تسيء إلى قيمنا التاريخية والعربية والإسلامية).

61. عالج كل من قانون العلامات التجارية الاردني ( المواد 11-15) ونظام العلامات التجارية ( المواد 48-11 ) الاجراءات الشكلية المتبعة لتسجيل علامة تجارية في سجل العلامات التجارية .
62. Ginsburg and Others, Supra, P.P. 227-228.
63. د. آدم وهيب النداوي، شرح قانون البينات والإجراء، دار الثقافة، عمان، 1998، ص 65.
64. د. ابراهيم الدسوقي أبو الليل ، تعويض الضرر في المسؤولية المدنية – دراسة تحليلية تأصيلية لتقدير التعويض – مطبوعات جامعة الكويت ، الكويت 1995، ص 99.
65. د. سعدون العامري ، تعويض الضرر في المسؤولية التقصيرية ، بغداد 1981، ص 14 وما بعدها.
66. د. أنور سلطان، المرجع السابق، ص 329.
67. د. عدنان السرحان ود. نوري خاطر، مصادر الحقوق الشخصية، طبعة 2002، ص 438.
68. د. صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص 288-289.
69. د. ابراهيم الدسوقي ابو الليل ، المرجع السابق ، ص 131.
70. د. أنور سلطان، المرجع السابق، ص 331.
71. د. عزيز العكيلي، المرجع السابق، ص 249.
72. د. محمود جمال الدين زكي، الوجيز في نظرية الالتزام، الجزء الأول، مصادر التزام الطبعة الثانية، مطبعة جامعة القاهرة 1976، ص 97.
73. د. محمد الزعبي ، المرجع السابق، ص 879.



74. د. محمد الزعبي، المرجع السابق، ص 879 .
75. د. عادل جبري محمد حبيب ، المفهوم القانوني لرابطة السببية وإنعكاساته في توزيع عبء المسؤولية المدنية (دراسة مقارنة بأحكام الفقه الاسلامي) ، دار النهضة العربية للطباعة والنشر. القاهرة 1999، ص 539.
76. د. أنور سلطان، المرجع السابق ، ص 334-335.
77. د. عزيز العكيلي، المرجع السابق، ص 250.
78. د. سميحة القليوبي، المرجع السابق، ص 354
79. د. سميحة القليوبي، المرجع السابق، ص 354
80. د.صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص 390.



ArabLawInfo.

Online Legal Directory