جامعة النجاح الوطنية
كلية الدراسات العليا

# العلامة التجارية وطرق حمايتها
## وفق القوانين النافذة في فلسطين

إعداد
محمود أحمد عبد الحميد مبارك

إشراف
الدكتورغسان خالد

قدمت هذه الإطروحة إستكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في القانون الخاص بكلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية في نابلس, فلسطـــين.

2006م

جامعة النجاح الوطنية
كلية الدراسات العليا
نابلس - فلسطين

# العلامة التجارية وطرق حمايتها
## وفق القوانين النافذة في فلسطين

إعداد
محمود أحمد عبد الحميد مبارك

نوقشت هذه الأطروحة بتاريخ 2006/08/30 واجيزت

| أعضاء لجنة المناقشة | التوقيع |
|---|---|
| 1-الدكتور غسان خالد/ مشرفاً ورئيساً | ..... |
| 2-الدكتور غسان عليان/ ممتحناً خارجياً | ..... |
| 3- الدكتور حسين مشاقي/ ممتحناً داخلياً | ..... |

## الإهداء

إلى أستاذي ومثلي الأعلى والدي الدكتور أحمد الخالدي رمز الصـــبر والنجـــاح وإلـــى والدتي الغالية رمز الحنان والمحبة أدعو لكما الله العلي الكريم بدوام الصحة والعافية وأن يبارك الله بعمركما. وإلى أشقائي وشقيقاتي الإعزاء مع تمنياني لهم بالتوفيق والنجاح.

9ANONAK



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين
في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

**المحتويات**


| الموضوع | الصفحة |
|---|---|
| صفحة التواقيع | ب |
| الاهداء | ج |
| المحتويات | د |
| الملخص باللغة العربية. | و |
| المقدمة. | 1 |
| **الفصل الأول:العلامة التجارية ماهيتها وأنواعها وتسجيلها** | 4 |
| المبحث الاول: ماهية العلامة التجارية. | 6 |
| المطلب الاول:تعريف العلامة التجارية. | 6 |
| المطلب الثاني: أنواع وأشكال العلامات التجارية. | 9 |
| الفرع الاول: أنواع العلامات التجارية. | 9 |
| الفرع الثاني: أشكال العلامات التجارية. | 14 |
| المطلب الثالث: تمييز العلامة التجارية عما يشابها من مصطلحات أخرى. | 17 |
| الفرع الأول: تمييز العلامة التجارية عن الأسم التجاري | 17 |
| الفرع الثاني: التمييز بين العلامة التجارية والعنوان التجاري. | 18 |
| الفرع الثالث: التمييز بين العلامة التجارية والبيانات التجارية. | 19 |
| الفرع الرابع: التمييز بين العلامة التجارية والرسم والنموذج الصناعيين. | 20 |
| الفرع الخامس: تمييز العلامة التجارية عن العنوان الالكتروني. | 21 |
| المبحث الثاني: تسجيل العلامة التجارية. | 23 |
| المطلب الاول: الشروط الشكلية لتسجيل العلامة التجارية. | 24 |
| المطلب الثاني: الشروط الموضوعية لتسجيل العلامة التجارية. | 27 |
| الفرع الاول: شرط الصفة الفارقة (التمييز). | 28 |
| الفرع الثاني: شرط الجدة. | 27 |

| الموضوع | الصفحة |
|---|---|
| الفرع الثالث: شرط المشروعية. | 32 |
| المطلب الثالث: الاثار المترتبة على تسجيل العلامة التجارية. | 35 |
| الفرع الاول: ثبوت ملكية العلامة التجارية لمسجلها. | 35 |
| الفرع الثاني: قيام الحماية القانونية كأثر للتسجيل. | 36 |
| **الفصل الثاني: الحماية المدنية للعلامة التجارية** | 37 |
| المبحث الاول: دعوى المنافسة غير المشروعة. | 39 |
| المطلب الاول: ماهية المنافسة غير المشروعة. | 39 |
| المطلب الثاني: الأساس القانوني لدعوى المنافسة الغير مشروعة. | 43 |
| الفرع الاول: المسؤولية التقصيرية. | 43 |
| الفرع الثاني: التعسف في إستعمال الحق. | 49 |
| المطلب الثاني: شروط دعوى المنافسة غير مشروعة. | 54 |
| المبحث الثاني: الحماية بالحذف والإجراءات التحفظية. | 57 |
| المطلب الاول: حذف العلامة التجارية. | 57 |
| المطلب الثاني: الإجراءات التحفظية (منع الإضرار). | 57 |
| **الفصل الثالث: الحماية الجزائية للعلامة التجارية.** | 65 |
| المبحث الاول: القواعد العامة في الحماية الجزائية للعلامات التجارية. | 67 |
| المبحث الثاني: الجرائم الواقعة على العلامات التجارية. | 72 |
| أولاً: تزوير العلامات التجارية أو تقليدها . | 74 |
| ثانياً: الأستعمال الباطل للعلامات التجارية. | 82 |
| ثالثاً: بيع بضائع إستعملت لها علامة مزورة أو مقلدة أو عرضها أو إحرازها بقصد البيع. | 85 |
| رابعاً: جريمة إستعمال علامة تجارية مملوكة للغير بـــدون وجـــه حق. | 87 |
| الخاتمة والتوصيات | 94 |
| قائمة المراجع والمصادر | 96 |
| الملخص باللغة الانجليزية | b |




www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

**العلامة التجارية وطرق حمايتها**

**وفق القوانين النافذة في فلسطين**

**إعداد**

**محمود أحمد عبد الحميد مبارك**

**إشراف**

**الدكتورغسان خالد**

## الملخص

إن الهدف من العلامة التجارية هو تمكين المستهلك من التعرف على منتجات الشركات لتمييز تلك المنتجات عن ما قد يشابهها من منتجات شركات أخرى، حيث يقوم المستهلك بتحديد البضائع التي يرغب في شرائها أو تكرار إستعمالها في المستقبل، لهذا فهو بحاجة إلى آلية سهلة لتمييز المنتجات المتشابه، وبشكل عام، يمكن إعتبار أي كلمة أو حروف أو أعداد أو رسومات أو ألوان أو صور أو أشكال أو خليط من جميع ما ذكر لإستعمالها لتمييز المنتجات والخدمات للشركات المختلفة يمكن إعتبارها كعلامة تجارية. موضوع الرسالة يشمل العلامة التجارية وطرق حمايتها وتم تقسيمها إلى ثلاث فصول:

**الفصل الأول:**

فكرة عامة عن العلامة التجارية وأنواعها و أشكالها المختلفة، مثل الأسماء التواقيع والكلمات والحروف.....الخ، والتي يمكن إستعمالها كعلامة تجارية، كذلك سيتم التطرق لشروط الضرورية الواجب توافرها في العلامة التجارية حتى يمكن تسجيلها، ومن هذه الشروط ما يتعلق بالناحية الشكلية وأخرى متعلقة بالناحية الموضوعية، وأيضاً سيتم دراسة الآثار القانونية المترتبة على تسجيل العلامة التجارية، وهذه الآثار هي ثبوت ملكية العلامة التجارية لمسجلها إضافاً إلى قيام الحماية القانونية للعلامة المسجلة، وهذه الحماية على نوعين، مدنية وأخرى جزائية.

**الفصل الثاني:**

يتناول الحماية المدنية للعلامة التجارية للعلامة التجارية، وهذه الحماية متوفرة فقط للعلامة التجارية المسجلة وفقاً للشروط والإجراءات المنصوص عليها في القانون، وإن أي

علامة تجارية غير مسجلة لا تحظى بالحماية المدنية الواردة في القانون بإستثناء العلامة التجارية المشهورة، كذلك تم تناول موضوع الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة بإعتبارها من أهم صور الحماية المدنية.

**الفصل الثالث:**

تناول هذا الفصل الحماية الجزائية للعلامة التجارية من حيث القواعد العامة للحماية الجزائية، وأيضا تم دراسة الجرائم التي تقع على العلامة التجارية وبيان العقوبات المقررة على مرتكبي الجرائم، وهذه الجرائم هي:

1- جريمة تزوير أو تقليد علامة تجارية.

2- جريمة جريمة الأستعمال الباطل للعلامة التجارية.

3- جريمة بيع بضائع إستعملت لها علامة مزورة أو مقلدة أو عرضها أو إحرازها بقصد البيع.

4- جريمة إستعمال علامة تجارية مملوكة للغير بدون وجه حق.

9ANONAK



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين
في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

## المقدمة

تقسم الملكية الفكرية إلى ثلاث مجموعات: الاولى ملكية صناعية وتشمل، براءات الإختراع والنماذج والرسوم الصناعية، والثانية ملكية أدبية وتشمل حقوق المؤلف والحقوق المجاور له، والمجموعة الأخيرة هي الملكية التجارية التي تشمل الأسماء التجارية والعنوان التجاري واخيراً العلامة التجارية، وهذه الاخيرة هي مدار الدراسة في هذا البحث.

تظهر أهمية العلامة التجارية في تمييز منتجات الصانع أو التاجرعن المنتجات المشابهة لها لصناع أو تجار اخرين، حيث أصبحت العلامة التجارية وسيلة دعائية لزيادة الطلب على سلعة معينة، فيعتبر تزايد إستهلاك تلك السلعة دليلاً على زيادة شهرة العلامة التجارية، مما يرتب عليه إعتبار العلامة التجارية حقاً لصاحبها ذات قيمة مالية طائلة في بعض الأحيان، وغني عن القول أن هذا الحق يحتاج إلى حماية في مواجهة التقليد والتزوير وشتى صور الإعتداء التي تقع على العلامة التجارية، ومن هنا نشطت الدول في وضع تشريعات محلية تكفل حماية العلامات التجارية وتنظمها.

إن القوانين الناقذة في أراضي السلطة الوطنية الفلسطينية حتى اليوم منقسمة بين قوانين سارية المفعول في الضفة الغربية وأخرى في قطاع غزة، فعلى سبيل المثال نجد أن القوانين التي تنظم العلامات التجارية في أراضي السلطة الوطنية:قانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952م الأردني والمعمول به في الضفة الغربية والقانون رقم (35) لسنة 1938م المطبق في قطاع غزة[1]، إن هذه القوانين المعمول بها في الضفة الغربية أو في قطاع غزة على حد سواء تمثل حقبة تاريخية قديمة إذا ما قورنت بالتطور التكنولوجي والعلمي خصوصاً في مجال العلامات التجارية، التي تتطور بشكل مطرد وكبير، تلك القوانين التي مضى على إصدارها أكثر من نصف قرن لا تلبي الغرض المطلوب ولا تشتمل على أحكام التسجيل وحماية العديد من مفردات العلامات التجارية التي ظهرت حديثاً.

---

[1] نظراً لتطابق نصوص القانونين فستقتصر الدراسة في هذه الرسالة على قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1953م، وذلك لسهولة مطابقتها مع القرارات القضائية الصادرة عن محكمة العدل العليا الاردنية التي أصدرت قراراتها المتعلقة بالعلامات التجارية وفقاً لقانون رقم 33 لسنة 1953.

إن التطور التكنولوجي والعلمي الهائل في مجال الملكية الفكرية بحاجه لقيام المختصين في هذا المجال في فلسطين إلى إعداد قانون حماية الملكية الفكرية بحيث يأخذ بعين الاعتبار التطور في مجال الصناعة والتجارة، ويشمل كافة حقول الملكية الفكرية وذلك بهدف مواكبة التشريعات الدولية المتطورة و الرائدة في هذا المجال وأيضاً حتى توافق الاتفاقيات الدولية المتعلقة بهذا المجال.

وفي مجال الاستفادة من الاتفاقيات الدولية فمن الضروري الإشارة إلى أن السلطة الوطنية الفلسطينية لم تكتسب عضوية أي من الاتفاقيات الثنائية أو متعددة الأطراف أو المبادرات الإقليمية في مجال الملكية الفكرية بشكل عام وليست طرفاً فيها.مع ملاحظة أنها تشترك في معظم النشاطات والندوات لحين نضوج الظروف السياسية والقانونية التي تسمح لها الدخول في عضوية الاتفاقيات الدولية الفكرية في هذا المجال[1].

**إشكالية الدراسة:**

إن الحماية الواردة في قانون العلامات التجارية جاءت على نوعين، الاولى حماية مدنية، ومن أهم صور هذه الحماية دعوى المنافسة غير المشروعة، ولم يبين القانون المذكور التكييف القانوني لهذه الدعوى مما فتح الباب أمام إجتهادات فقهية في تحديد الوصف القانوني لهذه الدعوى، والإشكالية الاخرى المتعلقة بالعلامات التجارية تكمن في القواعد الواجب إتباعها للقيام بالإجراءات التحفظية التي يستطيع صاحب العلامة التجارية مباشرتها لتوفير حماية وقتية لعلامته، والثانية حماية جزائية، والإشكالية المثاره في هذه الحماية تكمن في مدى إفتراض سوء النية من عدمه لدى مرتكب فعل الإعتداء على العلامة التجارية، والفرص المتاحة لإثبات حسن نيته.

[1] مع ملاحظة أن فلسطين تشارك في إجتماعات والمؤتمرات التي تعقدها المنظمة العالمية للملكية الفكرية بصفة مراقب وذلك بناءاً على طلب خطي مقدم من رئيس البعثة المراقبة الدائمة لفلسطين لدى الأمم المتحدة الدكتور محمد أبو كوش إلى مدير عام المنظمة العالمية للملكية الفكرية.نقلاً عن www.wipo.int بتاريخ 2006/07/21.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

**أهداف الدراسة:**

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح الجوانب القانونية الهامة المتعلقة بالعلامات التجارية، ومن هذه الجوانب ما يتعلق بتسجيل العلامة التجارية وضرورة توافر شروط موضوعية واخرى شكلية في العلامة التجارية المنوي تسجيلها، كذلك تهدف الدراسة إلى توضيح الاثار القانونية المترتبة على التسجيل والمتمثلة في توفير حماية قانونية للعلامة التجارية.

**الدراسات السابقة حول الموضوع، والجديد الذي يمكن إضافته**

يتبين من المصادر والمراجع التي إطلع عليها الباحث في موضوع الدراسة أن في الشق المتعلق بالحماية المدنية للعلامة التجارية إعتبرت أن دعوى المنافسة غير المشروعة –التي هي من أهم صور الحماية المدنية– لا تخرج عن كونها دعوى مسؤولية تقصيرية وبالتالي ينطبق القواعد العامة في المسؤولية، حيث حاول الباحث تفنيد هذا القول ووضع أسس تتلائم مع الطبيعة القانونية الخاصة لهذه الدعوى.

وفي ظل ما سبق فإن هذه الدراسة ستتناول العلامة التجارية وفقاً للقوانين السارية المفعول في فلسطين، وقد تم تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاث فصول على النحو التالي:

الفصل الأول: التعريف بالعلامة التجارية وتسجيلها و أنواعها وأشكالها.

الفصل الثاني: الحماية المدنية للعلامة التجارية.

الفصل الثالث: الحماية الجزائية للعلامة التجارية.

## الفصل الأول

## العلامة التجارية (تعريفها وتسجيلها وأنواعها).

9ANONAK



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين
في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

## العلامة التجارية
## (تعريفها وتسجيلها وأنواعها).

كانت العلامة التجارية في بداية ظهورها وقبل تطور إستعمالها وإستقلالها عبارة عن منظومة من القواعد العرفية والمكتوبة تنظم في القانون التجاري بإعتبارها أحد العناصر المعنوية المكونة للمتجر مع غيرها من العناصر المعنوية الأخرى، أي لم يكن لها تشريع خاص ينظم هذا الحقل من حقول الملكية التجارية، إلا إنه مع التطور الاقتصادي وبعد الثورة الصناعية التي إجتاحت معظم بلدان العالم في القرن السابع عشر ألقت هذه الثورة الاقتصادية والصناعية والتجارية تأثيراتها على كافة النواحي التجارية، مما دفع معظم دول العالم الاهتمام بالعلامة التجارية من خلال إصدار قوانين تنظمها بإعتبارها جزءاً معنوياً من المحل التجاري[1].

ومع مرور الزمن أصبحت العلامة التجارية جزءاً هاماً في المتجر ويسعى جميع التجار إلى التميّز في إختيار علامتهم التجارية لتمييز خدماتهم أو منتجاتهم عن باقي الخدمات أو المنتجات لحماية حقوقهم ومصالحهم.من هنا كانت بداية الإهتمام الملحوظ بتنظيم موضوع العلامات التجارية من الناحية القانونية في الدول ذات الاقتصاد المتطور والتي تعتمد أساساً على التجارة والصناعة، بإعتبار أن العلامة التجارية تمثل نوعاً من المنافسة المشروعة بين التجار و تساعد على إزدهار الناحية الاقتصادية في الدولة.

على هذا أصبحت العلامة التجارية من أهم الوسائل التي تمكن المستهلك من التعرف على المنتجات أو بضائع صانع أو تاجر بعينه دون غيره من الصناع أو التجار، فهي وسيلة تضمن عدم تضليل جمهور المستهلكين فلا يلتبس عليهم الأمر في إختيار ماهم راغبين فيه لخصائصه المعروفة لديهم، "وتحفز الصانع أو التاجر على بذل أقصى ما في وسعه للإرتقاء

---

[1] فقد سنت فرنسا تشريع العلامات التجارية في سنة 1857، وسنت ألمانيا قانون علامات تجارية في سنة 1874، كما أقرت الإمبراطورية العثمانية قانوناً لحماية العلامات التجارية في سنه 1879. زين الدين، صلاح: **الملكية الصناعية والتجارية**، مكتبة دار الثقافة، عمان، 2000، ص 248.

بجودة منتجاته أو خدماته لأقصى درجة ليضمن رواجها وحيازتها على رضى الشريحة المستهدفة من إنتاجها وبالتالي تفوقها على مثيلاتها في ميدان المنافسة[1]".

وعليه سيتم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين كمايلي:

المبحث الأول: تعريف العلامة التجارية وأنواعها.

المبحث الثاني: تسجيل العلامة التجارية.

**المبحث الأول:**

**ماهية العلامة التجارية**

يختلف تعريف العلامة التجارية من دولة لأخرى، أومن شخص لآخر حسب الزاوية التي ينظر منها للعلامة التجارية، وهذا الإختلاف في وضع تعريف شامل للعلامة التجارية فتح الباب أمام الفقه القانوني في تحديد المقصود في العلامة التجارية، وسيتم تقسيم هذا المبحث إلى المطلبين التاليين:

المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية.

المطلب الثاني: أنواع وأشكال العلامات التجارية.

المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية.

في الواقع لقد أختلف كثير من الكُتاب في إعطاء تعريف محدد متفق عليه بين فقهاء القانون التجاري والمهتمين بموضوع العلامات التجارية، حتى أن بعض قوانين العلامات التجارية العربية (ومنها على سبيل المثال قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952) نجد أنها تطوعت بإعطاء تعريف للعلامة التجارية، رغم أن هذا ليس من مهمة المشرع بل أنه من المتعارف عليه أنه مهمة رجال الفقه شراح القانون. ومن فقهاء القانون من عرف العلامة التجارية بأنها:

[1] حمدان، ماهر فوزي: **حماية العلامة التجارية**، مطبعة الجامعة الأردنية، عمان، الأردن، 1999، ص13.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن www.9anonak.blogspot.com

"إشارة توسم بها البضائع والسلع والمنتجات أو تُعلم بها تمييزاً لها عن ما يماثلها من سلع تاجرعن أخر أو منتجات أرباب الصناعات الأخرى [1]".

وهناك من عرفها بكلمات أخرى على أنها:

"كل إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة "[2]، والبعض من الفقهاء عرفها من زاوية المشتري للبضاعة التي تحمل العلامة فقال أنها:

"إشارة مادية أو سمة تضمن لمن يشتري بضاعة أصلها أو ومصدرها"[3].

والى جانب تعاريف الفقهاء للعلامة التجارية نجد أن قانون العلامات التجارية الذي حمل رقم (33) لسنة 1952م[4] ، أورد تعريفاً للعلامة التجارية، حيث جاء في نص المادة (2) من هذا القانون بأنها "أي علامة إستعملت أو كان في النية إستعمالها على أي بضائع أو فيما له تعلق بها للدلالة على أن تلك البضائع تخص صاحب العلامة بحكم صنعها أو إنتاجها أو الشهادة أو الاتجار بها أو عرضها للبيع"، ويطابقها نص المادة (2) من قانون العلامات التجارية رقم (35) لسنة 1938م المطبق في قطاع غزة.

وبنظرة تحليلية إلى نص المادة المذكور أعلاه يمكن ملاحظة مايلي:

1- أن المشرع ركز على الإستعمال المادي في تعريفه للعلامة التجارية ولم يقتصر على الجانب الإجرائي المتمثل في التسجيل، بل وتوسع في الجانب المادي فلم يقتصر على

---

[1] ناهي، صلاح الدين: **الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية**، دار الفرقان، عمان، 1983، ص 233.

[2] القليوبي، سميحة: **الملكية الصناعية**، دار النهضة العربية، القاهرة، ط2، 1996، ص 283.

[3] بك، محمد صالح: **شرح القانون التجاري المصري**، مطبعة لجنة التأليف والترجمة والنشر، القاهرة، ج1، ط6، 1945، بند 270، ص 297.

[4] هذا القانون مازال معمول به في الضفة الغربية لحين تاريخه وقد نشر في الصفحة (243) من العدد (1110) من الجريدة الرسمية الصادرة بتاريخ 1952/6/1.

الاستعمال للعلامة بل أدخل النية في التعريف بقوله "أو كان في النية إستعمالها"، ويرى الباحث أن النية المطلوبة هنا هي نية إستعمال العلامة وليس بقصد الاحتكار.

وهذا المسلك فيه صعوبة لتحديد المُعرف، فالنية أمر دفين داخل الشخص مما يترتب عليه صعوبة التحقق من هذه النية من عدمها، وعليه فالباحث يرى أن هناك مأخذاً على صياغة المادة من ناحية إدراج النية في التعريف، ولربما لو إكتفى المشرع عند تعريفه للعلامة التجارية بأنها أي علامة تستعمل على أي بضائع.....الخ دون ذكر النية لكان أفضل، لأن إثبات النية في الاستعمال يكون على من يدعيها[1].

2- كذلك يلاحظ على النص السابق قد عرف العلامة التجارية بأنها أي علامة...."، وهذا يعتبر تعميماً للمعنى المراد تحديده من ناحية الصياغة، لأنه لا يمكن تعريف الشيء بأنه هو الشيء..."وإنما يحتاج التعريف إلى إعلام بالشيء وتدليل عليه بحيث يسهل تحديده.

3- خلط المشرع في النص المتقدم بين سبب ملكية العلامة التجارية وبين محل هذه الملكية، فسبب الملكية هو الإستعمال بينما محل الملكية هو العلامة التجارية، حيث جعل السبب عنصراً في تعريف المحل الذي ترد عليه الملكية وهذا الخلط منتقد [2].

4- كما نجد أن المشرع أخذ بالمفهوم الضيق للعلامة التجارية وليس بالمفهوم الواسع: حيث قصرها على العلامات الخاصة بالبضائع فقط دون باقي أنواع العلامات التجارية الأخرى، بقوله "على أي بضائع...." وأغفل علامات الخدمة التي لا تقل أهمية عن العلامة الخاصة بالبضائع.

وبدراسة تعريفات القضاء للعلامات التجارية نجد أن محكمة العدل العليا الأردنية قضت بأن العلامة التجارية هي عبارة عن " حروف أو رسوم أو علامات أو خليط من هذه الأشياء ذي

---

[1] نصت المادة (76) من مجلة الأحكام العدلية على" البينة للمدعي واليمين على من أنكر".

[2] حمدان، ماهر: المرجع السابق، ص 18.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

صفة فارقة (مميزة) وعلى شكل يكفل تمييز بضائع صاحبها عن بضائع غيره من الناس"[1].

وبناءاً على كل ما سبق فإنه يمكن بشكل عام تعريف العلامة التجارية بأنها "أي شكل يمكن تصوره كعلامة فارقة غير مخالفة للنظام العام، الهدف منها تمييز بضاعة أو سلعة أو خدمة عن أخرى".

**المطلب الثاني:**

**أنواع وأشكال العلامات التجارية**

تناول المشرع في المادتين (7 و 8) من قانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952 أنواع وأشكال العلامات التجارية.وسوف أعرض أنواع هذه العلامات فقهاً وتشريعاً وقضاءاً، ثم أتناول أشكال العلامات وذلك في الفرعين التاليين.

**الفرع الأول:**

**أنواع العلامات التجارية**

فرّق بعض فقهاء القانون بين العلامة التجارية وبين العلامة الصناعية قولهم:" ليست العلامة الصناعية والعلامة التجارية سواء بسواء، فالعلامة الصناعية هي سمة المنتج الذي ينتج السلعة، أما العلامة التجارية فهي سمة يضعها من يتلقى البضاعة من المنتج لكي يبيعها بدوره إلى المستهلك"[2] ، بينما إعتبر البعض–وبحق– أن التفرقة ليس لها أي قيمة عملية ولا يترتب عليها أثار قانونية[3]، لأن إشكالية التفرقة بين الأعمال التجارية والأعمال الصناعية قد حسمها

---

[1] قرار رقم 88/49 عدل العليا تاريخ 1988/12/31م، مجلة نقابة المحامين الاردنيين، سنة 1988، ص 926.

[2] بك، محمد صالح: المرجع السابق، البند 271، ص297.

[3] طه، مصطفى كمال: **القانون التجاري**، الدار الجامعية، القاهرة، 1986م، ص729.

المشرع، وإعتبر أعمال الصناعة أعمال تجارية بحكم ماهيتها الذاتية[1]، وهـذا ينطبـق علـى العلامات التجارية والعلامات الصناعية.

ويمكن تقسيم العلامات التجارية إلى علامات إحتياطية وأخرى مانعة أو وقائية، ويقصد بالأولى العلامة ذات الهدف الاحتياطي المتمثل في الاحتياط لحماية السلع أو الخدمات أو المنتجات التـي لم يصنعها التاجر بعد ويحتفظ بها لإستعمالها علـى منتجـات أخـرى، أي مـدخرة إحتياطيـاً للمستقبل.أما العلامات المانعة لا يكون القصد من إتخاذها هو إستعمال هذه العلامة وإنما يقصـد منها منع الغير من إمكانية تسجيل أو إستعمال علامة شبيهة من العلامة الأصلية، فيـؤدي إلـى تضليل المستهلك بين العلامتين.ومثال ذلك قيام شخص بتسجيل علامة تجارية بإسـم "أوليفينـا" لتمييز منتجات الزيوت ثم يقوم بتسجيل علامة تجارية أخرى بإسم "أوليفيتا" أي علامـة مانعـة الهدف منها هو منع الغير من تسجيل أو إستعمال العلامة "أوليفيتـا" علـى منتجـات مشـابهة لمنتجاته.

ويرى الباحث أن هذا التقسيم القائم على التفريق بين العلامات الإحتياطيـة والعلامـات المانعة لا جدوى منه، وأنه ليس هناك ما يبرر هذا التقسيم في ظل قانون العلامـات التجاريـة وذلك إستناداً على أنه من واجبات مسجل العلامات التجارية قبل تسجيل أي علامة تجارية التأكد من أن العلامة المنوي تسجيلها غير مطابقة أو مشابهة لعلامة أخرى مسجلة، فالعلامة المانعـة تدخل تحت مصطلح العلامة المشابهة.حيث أنه بحسب المادة (8) من قانون العلامات التجاريـة رقم (33) لسنة 1952 النافذ في الضفة الغربية والمادة (8) من قانون رقم (35) لسـنة 1938 النافذ في قطاع غزة، فإنه يحق للمسجل أن يرفض تسجيل أي علامة تطابق أو تشـابه علامـة تخص شخص أخر سبق تسجيلها لنفس البضائع، هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى فـإن قـانون العلامات التجارية أورد في المادة (1/22) أنه "يجوز لأي شخص ذي مصـلحة دون إجحـاف

---

[1] نصت الفقرة الأولى من المادة السادسة من قانون التجارة رقم (12) لسنة 1966م ((قانون أردني معمول بـه لحـين تاريخه في كل من الأردن والضفة الغربية وقد نشر هذا القانون في الصفحة (472) من العـدد (1910) مـن الجريـدة الرسمية الصادرة بتاريخ 1966/3/30م)) على أنه:

1- تعد الأعمال التالية بحكم ماهيتها الذاتية أعمال تجارية برية:

و- أعمال الصناعة وإن تكن مقترنة بإستثمار زراعي إلا إذا كان تحويل المواد يتم بعمل يدوي بسيط.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن www.9anonak.blogspot.com

بالصفة العامة التي تتصف بها أحكام المادة (25) من هذا القانون أن يطلب إلغاء تسجيل أي علامة بانياً طلبه ذلك على أنه لم يكن ثمة نية صادقة لاستعمال تلك العلامة للبضائع التي سجلت من أجلها....."[1].

ومن ناحية أخرى يمكن تقسيم العلامات التجارية إلى علامات فردية وعلامات جماعية، وتعريف العلامة الفردية هو نفس ذلك التعريف الوارد في المادة (2) من قانون العلامات التجارية وهي "أي علامة إستعملت أو كان في النية إستعمالها على أي بضائع أو فيما له تعلق بها للدلالة على أن تلك البضائع تخص صاحب العلامة بحكم صنعها أو إنتاجها أو الشهادة أو الاتجار بها أو عرضها للبيع" والعلامة التجارية الفردية قد تكون مملوكة لشخص أو لشركة.أما العلامة التجارية الجماعية فهي التي تعود ملكيتها لأكثر من جهه، كالعلامة المملوكة لمجموعة مؤسسات أو نقابات، وقد عالج المشرع موضوع العلامات الجماعية في المادة (10) من قانون العلامات التجارية، ويمكن اعتماد تعريف العلامة الجماعية بأنها "العلامة التي يستعملها شخص إعتباري 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 تلك البضائع"[2]، ومثال ذلك علامة ISO 9001 .

على أن الفرق الرئيسي بين العلامات التجارية الفردية والعلامات التجارية الجماعية، "أن الأخيرة لا يجوز نقلها أو تحويلها إلا بإذن المسجل، بينما يمكن نقل وتحويل الأولى بدون حاجة لمثل هذا الإذن"[3].

---

[1] تنص المادة (9) من قانون العلامات التجارية الساري المفعول في ثطاع غزة " إذا كان إسم أي بضاعة أو وصفها مثبتاً في أي علامة تجارية، يجوز للمسجل أن يرفض تسجيل تلك العلامة بشأن أي بضاعة خلاف البضاعة المسماة أو الموصوفة على الوجه المذكور.اما إذا كان إسم أو وصف أية بضاعة مثبتاً في العلامة التجارية، وكان ذلك الإسم أو الوصف يختلف في الإستعمال فيجوز للمسجل أن يسمح بتسجيل العلامة التجارية مع إثبات الاسم أو الوصف فيها لغير البضاعة المسماة أو الموصوفة الانفة الذكر، إذا أشار طالب التسجيل في طلبه إلى وجود إختلاف في الإسم أو الوصف".

[2] هذا التعريف وارد في المادة (2) من قانون العلامات التجارية الأردني المعدل رقم (34) لسنة 1999م.

[3] حمدان، ماهر: المرجع السابق، ص 22.

وهناك نوع أخر من العلامات التجارية وهو العلامة التجارية المشهورة، ولكن هذا النوع لم يرد ذكره في قانون العلامات التجارية وذلك على إعتبار أن هذا القانون قديم نسبياً و ليس هذا تبريراً لعدم استكمال تنظيم المشرع للعلامات المشهورة لأنه يفترض في القانون التطور ومواكبة ما هو جديد الذي يحتاج إلى تنظيم قانوني، ولكن تطرقت بعض الاحكام الصادرة عن محكمة العدل العليا الاردنية لموضوع العلامة المشهورة رغم عدم ورود نص بشأنها في القانون، ومن جملة هذه القرارت "إذا كانت العلامة التجارية (ناشد إخوان) السورية معروفة في الاردن فإن تسجيل العلامة (ناشد) لتوضع على نفس صنف البضاعة من شأنه أن يؤدي إلى غش الجمهور، ويكون من حق المعترض بوصفه احد أفراد الجمهور أن يعترض على طلب تسجيل هذه العلامة ما دام أن القانون العلامات التجارية يمنع أصلاً تسجيل أي علامة عند توفر هذا السبب"[1].

علماً أن المشرع الأردني قد نظم العلامات المشهورة في القانون المعدل للقانون السابق الذكر وهو قانون العلامات التجارية رقم (34) لسنة 1999، حيث جاء في المادة (2) من هذا القانون في تعريف العلامة المشهورة بأنها " العلامة التجارية ذات الشهرة العالمية التي تجاوزت شهرتها البلد الأصلي الذي سجلت فيه وإكتسبت شهرة القطاع المعني من الجمهور في المملكة الأردنية الهاشمية ". وقد أضفى المشرع الأردني حماية خاصة للعلامة التجارية المشهورة فاقت الحماية للعلامات التجارية الأخرى التي وردت في القانون، وتتمثل هذه الحماية الخاصة في أن العلامة التجارية المشهورة تكون محمية على جميع الأصناف ودون حاجة لتسجيلها.

وهناك نوع ثالث من العلامات التجارية، وهو مستحدث نوع ما، ظهر نتيجة التطور التكنولوجي، وهي العلامة التجارية ثلاثية الأبعاد (العلامة المجسمة)، فبالرغم من عدم النص عليها في القانون صراحة، إلا أن الباحث يرى أن لا مانع من إعتبار العلامة التجارية ثلاثية الأبعاد علامة يمكن تسجيلها ومن ثم تتمتع بالحماية القانونية وفق نصوص قانون العلامات التجارية إذا إنطبقت عليها بقية الشروط الواردة في القانون، ويرى الباحث أن المشرع لم

[1] قرار عدل عليا رقم 69/8 منشورفي مجلة نقابة المحاميين الاردنيين سنة 1969، ص 104.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين
في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

يستبعدها من نطاقه، إذ بدراسة نصوص مواد قانون العلامات التجارية نجد أن المادة (1/7) من القانون رقم (33) لسنة 1952 نصت على أنه "يجب أن تكون العلامة التجارية التي يمكن تسجيلها مؤلفة من حروف أو رسوم أو علامات أو خليط من هذه الأشياء ذي صفة فارقة" (ومثيل بها المادة 1/7 من قانون العلامات التجارية رقم 35 لسنة 1938 المطبق في عزة) أي يمكن أن تتخذ العلامة المجسمة رسم أو علامة أو خليط من هذه الأشياء وبالتالي تعتبر علامة تجارية تتمتع بحماية القانون المنظم للعلامات التجارية. إضافة إلى ذلك أنه لم يرد في المادة (8) من القانون ذكر للعلامة المجسمة ضمن العلامات التي لا يجوز تسجيلها.

وقد قضت بهذا المبدأ "محكمة القضاء الإداري المصري في حكمها الصادر في 19 يوليو 1960 في الدعوى رقم 249 لسنة 11 قضائية المقامة من شركة كوكاكولا ضد وزارة التجارة المصرية بصدد طلب تسجيل شكل زجاجة الكوكاكولا كعلامة تجارية للمشروبات الغازية المشهورة بهذا الاسم، وجاء في حكم المحكمة القضاء الإداري أنه " يصح أن تكون (العلامة) سلعة مصنوعة كما هو الحال في الأوعية والأغلفة التي تعبأ فيها منتجات صناعية ما دام أن للعبوة شكلاً مميزا""[1].

"وقد إتجه الرأي في الفقه إلى التفرقة بين الشكل الخاص المميز للأغلفة التي تحيط بالسلعة وشكل السلعة ذاتها، فبينما يجوز تسجيل الشكل الخاص بالأغلفة إذا كان مميزاً كالعلامة التجارية، إلا أنه لا يجوز تسجيل شكل السلعة ذاتها أياً كانت درجة تميزه كعلامة تجارية، بل يتم حمايته وفقاً للقواعد المقررة لحماية الرسوم والنماذج الصناعية "[2].

وهناك نوع رابع من العلامات التجارية وهو العلامة الصوتية وعلامة الرائحة، ولم يرد نص في قانون العلامات التجارية أي ذكر لمثل هذه الأنواع، إلا أن البعض إشترط أن تكون

---

[1] الصغير، حسام الدين عبدالغني: **الجديد في العلامات التجارية**، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2004، ص 53.

[2] بهذا المعنى الخولي، أكثم أمين: **الوسيط في القانون التجاري**، ج3، الأموال التجارية، ط1، 1964، ص 311.

العلامة التجارية قابلة للإدراك عن طريق النظر[1]، و بالمقابل نجد أن بعض الفقه المصري مال إلى جواز تسجيل العلامات الصوتية والعلامات الخاصة بحاسة الشم[2].

"وهذا الرأي الأخير يتفق مع الأتجاهات الحديثة في التشريعات المقارنة في ظل التطور التكنولوجي في مجال الصناعة والتجارة، ففي فرنسا وألمانيا وإيطاليا تضمنت تشريعات هذه البلدان نصوصاً صريحة تُجيز تسجيل العلامة الصوتية، وفي إنجلترا سُجلت رائحة الحشائش المقطوعة حديثاً كعلامة تجارية لتمييز كرات التنس وكان ذلك في عام 2001"[3].

**الفرع الثاني:**

**أشكال العلامات التجارية:**

العلامة التجارية كما سبق تعريفها هي كل إشارة أو دلالة يتخذها التاجر أو الصانع لتمييز منتجاته أو خدماته عن غيرها من المنتجات أو الخدمات التي يقدمها الغير، إلا أن الحق في الحرية الممنوحة للتاجر في إختيار العلامة التجارية التي يرغبها ليس حقاً مطلقاً بل مقيد بمجموعة قيود وردت في القانون، فقد أورد قانون بالعلامات التجارية لعام 1952 في المادة (8) منه الحالات التي لا يجوز فيها تسجيل العلامة التجارية[4].وكذلك نصت المادة (1/7) من نفس القانون على أنه: "يجب أن تكون العلامة التجارية التي يمكن تسجيلها مؤلفة من حروف أو رسوم أو علامات أو خليط من هذه الأشياء ذي صفة فارقة"، وعليه فإن العلامة التجارية يمكن أن تتخذ الأشكال التالية:

1- الأسماء التي تتخذ شكلاً مميزاً:

يجوز للتاجر أن يتخذ إسمه أو لقبه كعلامة تجارية بشرط أن يوضع هذا الاسم أو اللقب في شكل مميز عن غيره من الأسماء، "ومثال ذلك أن يتخذ شخص إسمه (عمار) علامة تجارية لكن لا بد أن يضع هذا الاسم في دائرة أو مربع مثلاً أو يكتبه بخط معين ملون لتمييزه عن أي

---

[1] الخشروم، عبدالله حسين: **الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية**، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2005، ص 153.

[2] القليوبي، سميحة: المرجع السابق، بند 224، ص 292.

[3] الصغير، حسام الدين: المرجع السابق، ص 56.

[4] سيتم الحديث عن المادة (8) عند التعرض لشرط المشروعية بإعتباره من الشروط الموضوعية انظر ص 20.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

إسم أخر مشابه أو مطابق لإسمه. "كما يجوز للشخص أن يتخذ إسم الغير كعلامة تجارية ولكن بشرط موافقة هذا الغير، وإذا كان الغير متوفياً فعليه أخذ موافقة ورثته"[1]، أما عن أسماء الأماكن فإنه يشترط أن تُبرز أسماء الأماكن في شكل خاص، مثل "جريدة القدس".

2- الحروف والأرقام:

قد تكون العلامة التجارية مكونة من حروف أو أرقام أو كلاهما، ومثال ذلك إتخاذ تاجر أرقاماً كعلامة تجارية لتمييز نوع من العطور"555"، إلا أنه لا يجوز تسجيل الرقم كعلامة تجارية إذا كان هذا الرقم يؤلف بمفرده العلامة التجارية، أما إذا كان هو جزء من العلامة أو انه أُبرز في شكل خاص فلا يوجد في القانون ما يمنع تسجيله.[2]

وقد تكون العلامة التجارية على شكل حروف معينة يختارها صاحب العلامة التجارية مثل: (B.M.W) للدلالة عن نوع سيارات، وعن شكل العلامة المكونة من حروف وأرقام مثل: ($O_2$) للدلالة على شركة إتصالات خلوية على سبيل المثال، ويشترط لإعتبار الحروف والأرقام علامة تجارية أن لا تؤدي إلى غش الجمهور: مثال، كما لو وضعت على خمور مثلاً علامة (v.1800) إذ أنها ستؤدي إلى الاعتقاد بأن الخمور قديمة وأنها ترجع إلى سنة 1800م[3]، والقدم في مثل هذه السلعة ميزة في البلدان التي تجيز التعامل في هذا النوع من السلع.

3- الرموز والصور والنقوش والرسوم:

ويقصد أولاً بالرموز، تلك الرسوم المرئية المجسمة كصورة نجمة أو وجه إنسان أو حيوان أو شجرة أو غيرها.[4] ويجب التنبيه هنا إلى أن كثيراً من الرموز لها ما يقابلها من الأسماء، فقد يُستعمل تاجر شكل حمامة كعلامة تجارية، وقد يقوم أخر بإتخاذ إسم الحمامة كعلامة تجارية، ويرى البعض" أن الرمز يستتبع ملكية التسمية الدالة عليه، فإذا إتخذت صورة

---

[1] الخشروم، عبدالله : مرجع سابق، ص 157.

[2] قرار عدل عليا رقم 53/4، منشور سنة (1953)، ص155، نقلاً عن قليوبي، ربا طاهر: **حقوق الملكية الفكرية**، مكتبة دار الثقافة، عمان، 1998، ص 124.

[3] حمدان، ماهر: مرجع سابق، ص 24.

[4] زين الدين، صلاح: **شرح التشريعات الصناعية والتجارية**، مكتبة دار الثقافة، عمان، الأردن، 2003، ص 121.

النجمة كعلامة تجارية فإنه يمتنع على منافس أن يستخدم لفظ نجمة لتمييز منتجاتـــه، وبـــالعكس فإن ملكية التسمية تتضمن ملكية الرمز المقابل لها"[1].

أما الصورة المقصودة إتخاذها كشكل من أشكال العلامة التجارية هي الصورة الفوتوغرافية للإنسان كأن يستعمل أحد الاشخاص صورته الشخصية كعلامة تجارية أو صورة الغير بشرط الحصول على الاذن من ذلك الغير.

أما فيما يتعلق بالنقوش فهي لا تعتبر علامة تجارية بحد ذاتها وإنما تشمل الطريقة التـــي يمكن أن توضع بها العلامة التجارية على المنتجات.فالرسوم يقصد بها أي تصميم معين كمنظر طبيعي أو مناظر مشتقة من الخيال توضع في إطار محدد لإظهار شكل ما، وذلك كلـــه متـــى أُخذت هذه الرسوم صفة الابتكار والتمييز والجدة [2].

4- الالوان:

ورد في نص المادة (4/7) من قانون العلامات التجارية المطبق في الضـــفة الغربيـــة وتطابقها المادة (4/7) من القانون النافذ في قطاع غزة، بأنه "يجوز أن تقتصر العلامة التجارية كلياً أو جزئياً على لون واحد أو أكثر من الألوان الخاصة وفي مثل هذه الحالة يأخذ المسجل أو المحكمة بعين الإعتبار لدى الفصل في الصفة الفارقة لتلك العلامـــة التجاريـــة كـــون العلامـــة التجارية مقتصرة على تلك الالوان أما إذا سجلت علامة تجارية دون حصرها في ألوان خاصة فتعتبر مسجلة لجميع الالوان"، وقد جاء في قرار محكمة العدل العليا الأردنية أنه لايوجد تشـــابه بين علامتين تجاريتين من شأنه أن يؤدي الى غش الجمهور إذا إختلف لون كل علامة منهما[3].

5- الكلمات :

ويقصد بالتسميات، الكلمات التي قد يستخدمها الصانع أو التاجر أو مقدمة الخدمة لتمييز منتجاتهم أو بضائعهم أو خدماتهم، وقد تكون التسمية (الكلمة) جديدة ومبتكرة، وقد تكون مقتبسة

---

[1] طه، مصطفى كمال: المرجع السابق، ص 735.

[2] قرار رقم 96/12 عدل عليا، مجلة نقابة المحاميين الأردنيين، سنة 1997م، ص 643.

[3] قرار رقم 164/ 66 عدل عليا، مجلة نقابة المحاميين الأردنيين، سنة 1967، ص 534.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

من تركيب وجودة المنتجات أو البضائع، ولا تكون الكلمات بحد ذاتها علامة تجارية بل يجب لإعتبارها كذلك أن تكون جديدة ومبتكرة وغير شائعة الإستعمال.

ولابد من الاشارة في هذا المقام الى أن تحديد شكل العلامة التجارية في القانون جاء على سبيل المثال لا الحصر، بمعنى أنه يجوز إتخاذ شكل اخر كعلامة تجارية لم يرد ذكره في القانون وتكون جديرة بالحماية، مثل البطاقات والامضاءات وغيرها.

**المطلب الثالث:**

**تمييز العلامة التجارية عما يشابهها من مصطلحات أخرى:**

قد يحدث أحياناً لُبس أو خلط بين العلامة التجارية وبعض مفردات الملكية الفكرية الأخرى مثل: الاسم التجاري، أوالعنوان التجاري، أوالبيانات التجارية، أو الرسم والنموذج الصناعيين، أو العنوان الألكتروني، أما فيما يتعلق ببرءات الاختراع وتمييزها عن العلامات التجارية فالأمر في الغالب واضح.

**الفرع الأول: تمييز العلامة التجارية عن الاسم التجاري**

يقصد بالإسم التجاري اللقب أو الكنية المستخدمة للدلالة على المحل التجاري، وقد نظم المشرع موضوع الأسماء التجارية في قانون خاص وهو قانون تسجيل الأسماء التجارية رقم (30) لسنة 1953م[1]، حيث نصت المادة الثانية على تعريف الاسم التجاري بأنه "الاسم أو اللقب المستعمل في أي تجارة سواء بصفة شركة عادية أم غير ذلك".

وبالمقارنة بين العلامة والاسم التجاريين يتضح مايلي:

1- أن العلامة التجارية تستعمل لتمييز منتج أو سلعة أو خدمة عن مثيلاتها، أما الاسماء التجارية فتستخدم لتمييز المحل التجاري الذي تمارس فيه الاعمال التجارية، بمعنى أن العلامة التجارية توضع على المنتجات لتمييزها بينما يوضع الاسم التجاري على واجهة المحل التجاري.

---

[1] نشر هذا القانون في الصفحة (522) من العدد (1134) من الجريدة الرسمية الصادرة بتاريخ 1953/3/16.

2- العلامة التجارية يمكن أن تتخذ عدة أشكال وصور أو رسوم مكونة لها، أما الاسم التجاري فهو مقصور على شكل معين ألا وهو الاسم أو اللقب أو الكنية، ويالحظ أن كلمة "الأسم" او " اللقب"هنا لا يقصد بها الأسم أو اللقب الحقيقي للتاجر، إذ أن الذي يجب أن يشتمل على الإسم أو اللقب الحقيقيين هو العنوان التجاري وذلك وفقاً لنص المادة (1/41) من قانون التجارة رقم (12) لسنة 1966[1] والتي تنص على"يتألف العنوان التجاري من إسم التاجر ولقبه"، وبكلمات اخرى إن المقصود بالاسم أو اللقب أي إسم أو لقب مستحدث يطلقه التاجر على متجره لتمييزه عن المتاجر الاخرى. هذا ويجب الاشارة الى انه إذا أُتخذ الاسم التجاري علامة فإنه يحمى على أساس كونه علامة تجارية وليس باعتباره إسما تجاريا [2].

3- كذلك فإن صاحب العلامة التجارية يستطيع التوقيع بإستخدام إسمه التجاري إذا كان هو نفسه إسمه المدني إن كان مضافاً اليه بعض الاضافات.

**الفرع الثاني: التمييز بين العلامة التجارية والعنوان التجاري**

لقد نظم المشرع موضوع العنوان التجاري في المواد (40-50) من قانون التجارة رقم (12) لسنة 1966، ومن مقارنة القواعد المتعلقة بالعنوان التجاري بقواعد العلامة التجارية يتبين التالي:

1- إن إتخاذ التاجرعلامة تجارية أمر جوازي له، أما العنوان التجاري فهو أمر إجباري عليه وذلك وفقاً لصريح نص المادة (40) من قانون التجارة الذي جاء فيها "1- على كل تاجر أن يجري معاملاته ويوقع أوراقه المتعلقة بالتجارة بإسم معين يطلق عليه العنوان التجاري".

2- إن العنوان التجاري يقصد به إعلام الجمهور بشخصية من هم على رأس المؤسسة ومن لهم حق التعامل مع الجمهور، وهؤلاء (غالباً) عرضة للتغيير كلما إنتقلت ملكية المتجر

---

[1] نشر هذا القانون في الصفحة (472) من العدد 1910 من الجريدة الرسمية الصادرة بتاريخ 1966/03/30.

[2] بهذا المعنى، حمدان، ماهر: المرجع السابق، ص 31.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن www.9anonak.blogspot.com

من شخص لأخر.أما العلامة التجارية فهي عنصر دائم وهذا هو الأصل في العلامة التجارية.

3- كما أن العلامة التجارية عنصر عيني يتصل بالبضاعة، أما العنوان التجاري فهو عنصر شخصي يتصل بمُنتج البضاعة أو من يتولى بيعها [1].

4- يحمي المشرع حق التاجر في عنوانه التجاري ولو لم يكن مسجلاً بخلاف العلامة التجارية التي لا تحمى إلا إذا كانت مسجلة [2].

**الفرع الثالث: التمييز بين العلامة التجارية و البيانات التجارية (علامات البضائع)**

لقد نظم المشرع موضوع علامات البضائع في قانون مستقل وهو قانون علامات البضائع رقم (12) لسنة 1953، لكن البعض[3] إنتقد تسمية القانون بهذا الاسم "لأنها تؤدي الى الخلط بينها وبين العلامات التجارية، إذ أن العلامة التجارية يمكن أن تعد من قبيل علامات البضائع ولكن العكس غير صحيح، وعليه يرى المنتقدون أن التسمية الافضل يمكن أن تكون (البيانات التجارية) بدلاً من علامات البضائع".

ويقصد بالبيانات التجارية أي إيضاح أو بيان يوضع على البضائع أو السلع وذلك لغاية معرفة تفاصيل عن هذه البضائع من حيث العدد أوالنوع أوالحجم وغيرها من المعلومات، مما يترتب على ذلك أن العلامة تتمتع بالحماية ولا يحق لأحد الاعتداء أو تقليد علامة تجارية مسجلة، أما البيانات التجارية فلا تتمتع بالحماية القانونية ويحق لاي شخص أن يستعمل بيانات تجارية أستعملها تاجر أخر.

---

[1] بك، محمد صالح: المرجع السابق، البند 273، ص 298.

[2] المادتين (34، 38) من قانون العلامات التجارية.

[3] ناهي، صلاح الدين: المرجع السابق، ص 265.

**الفرع الرابع: تمييز العلامة التجارية عن الرسم والنموذج الصناعيين**

جاء في المادة الثانية من قانون الامتيازات والاختراعات والرسوم رقم (22) لسنة 1953[1] في تعريف الرسوم الصناعية بأنها "صور الاشكال أو الهيئات أو النماذج أو الزخرفة فقط المستعملة لأي مادة أو وسيلة صناعية سواء كانت يدوية أو كيماوية منفصلة عن غيرها أو مركبة مما تستحسنه أو تقدره العين المجردة إذا كانت المادة منجزة، ولكنها لا تشمل طريقة الصنع أو كيفيته أو أي شي أخر ليس هو في جوهره سوى إستنباط آلي".

أما النموذج الصناعي فهو عبارة عن القالب الخارجي الجديد الذي تظهر فيه المنتجات فيعطي لها صفة الجاذبية والجمال [2].

ومن خلال تعريف النموذج الصناعي يتضح أنه متميز وليس هناك خلط بينه وبين العلامة التجارية، لكن اللُبس والتشابه قد يظهر بين العلامة التجارية والرسم الصناعي، فالاولى الهدف منها تمييز منتج أو بضاعة أو خدمة أو غيرها، أما الرسم الصناعي فهو عبارة عن تنسيق جديد للخطوط على سطح المنتجات يعطي لها شكلاً جذاباً.

وعلى ذلك فإن الرسوم والنقوش الموجودة على السجاد مثلا تعد رسماً صناعياً يكتسب الحماية إذا كان مبتكراً ومسجلاً بإسم صانعها وفقاً للقانون، وفي مقابل ما تقدم تعد العلامة الموجودة عادة على قطعة قماش مثبتة على طرف السجادة علامة تجارية تخضع للحماية القانونية بموجب قانون العلامات التجارية [3].

---

[1] نشر هذا القانون في الصفحة (491) من العدد (1131) من الجريدة الرسمية الصادرة بتاريخ 1953/04/17.

[2] زين الدين، صلاح: مرجع سابق، ص 207.

[3] حمدان، ماهر: المرجع السابق، ص 35.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

**الفرع الخامس: تمييز العلامة التجارية عن العنوان الألكتروني.**

يمكن تعريف العنوان الالكتروني على أنه "عنوان للمشروعات عبر شبكة الانترنت، وهو عنوان إفتراضي لأنه لا يحدد مواقع المشروعات على أرض الواقع ولكنه يحددها على شبكة الانترنت"[1].

تقوم المشروعات –تسهيلاً لحفظ موقعها وتحديد هويتها– بإختيار عنوانها الالكتروني من حروف سهلة وبسيطة ترتبط بعلامتها الاصلية المعروفة بها حتى تضمن إرتباط المستهلك بعنوانها الالكتروني، فهذا الإرتباط بين العلامة التجارية والعنوان الالكتروني يترك اثره الجيد في نفس المستهلك وسلوكه، ويربطه جيداً بعنوان المشروع.

ومن خلال المقارنة بين العلامة التجارية والعنوان الالكتروني يتضح مايلي:

1- إذا كان كل من العلامة التجارية والعنوان الالكتروني يقوم بدور المميز والمحدد، فإن مجال تمييز كل منهما يختلف على الأخر، فالعلامة التجارية تميز المنتجات والخدمات التي تقدمها المشروعات عن غيرها. والامر على خلاف ذلك بالنسبة للعنوان الالكتروني، فهو يقوم بدور المحدد والمميز للمشروع ذاته لا منتجات هذا المشروع، ويتم هذا التمييز بتحديد موقع خاص للمشروع على شبكة الانترنت يعرض من خلاله منتجاته وخدماته بعد ذلك.

2- عند تسجيل العلامة التجارية، يجب أن يحدد صاحب العلامة فئة المنتجات التي ستسجل العلامة عليها، بحيث تشمل الحماية المقررة للعلامات، حماية هذه الفئات فقط دون غيرها، وهذا ما يطلق عليه الفقه مبدأ التخصص العلامات التجارية[2].

---

[1] غنام، شريف محمد: حماية العلامات التجارية عبر الانترنت في علاقتها بالعنوان الالكتروني. بحث منشور على موقع www.arablawinfo.com بتاريخ 2006/3/27، ص 5.

[2] "يقصد بمبدأ التخصص أن القانون يحمي العلامة التجارية بالنسبة للمنتجات والخدمات المحددة في طلب التسجيل، ومن ثم لا تمتد الحماية إلى المنتجات والخدمات الاخرى غير المماثلة أو المشابهة لتلك المحددة في طلب التسجيل"، نقلاً عن، غنام: مرجع سابق، ص 48.

ويختلف تسجيل العنوان الالكتروني عن ذلك، فلا يلزم لمسجل العنوان الالكتروني أن يحدد الفئة التي يسجل العنوان الالكتروني بصددها، لأن الاصل في العنوان التجاري هو تمييز المشروع في حد ذاته وليس المنتجات التي يصنعها أو يتاجر فيها المشروع. ومن المعروف أن هناك مشروعات كبيرة تقوم بإنتاج أصناف متعددة من المنتجات وتقدم خدمات مختلفة وعليه تقوم هذه المشروعات الكبيرة بتسجيل عنوان إلكتروني لعرض جميع المنتجات التي يصنعها والخدمات التي يقدمها.

3- يختلف نطاق الحماية المقررة للعلامات التجارية عن نطاق الحماية المقررة للعنوان الالكتروني.فإذا تم تسجيل علامة تجارية معينة، فإنه لا يجوز تسجيل علامة اخرى داخل الأقليم الذي سجلت فيه، إلا إذا إستخدمت لتمييز منتجات وخدمات اخرى بخلاف تلك المحددة في طلب التسجيل. أما بالنسبة للعنوان الالكتروني فالأمر عاى خلاف ذلك، فإذا سجل هذا العنوان في مجال معين سواء كان دولياً أم وطنياً، فإنه يصبح غير متاح في كل أنحاء العالم دون تفرقة بين دولة وأخرى.

ويجب الاشارة إلى أنه إذا وجد تماثل في محتوى العنوان الالكتروني مع فئة المنتجات والخدمات التي تمثلها العلامة التجارية فإن ذلك يعتبر إعتداء على العلامة التجارية، أما إذا تأكد بعد فحص محتوى العنوان الالكتروني ومضمونه من إختلاف المنتجات والخدمات التي تعرض على العنوان عن تلك التي تمثلها العلامة فهنا ينتفي الإعتداء على العلامة التجارية.

9ANONAK



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين
في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

## المبحث الثاني

## تسجيل العلامة التجارية

وضع قانون العلامات التجارية نظاماً لتسجيل العلامة التجارية بالرغم من أن هذا التسجيل يعتبر أمراً إختيارياً، لكن مصلحة صاحب العلامة تقتضي تسجيلها بسبب المزايا والأثار القانونية التي تترتب على هذا التسجيل، ومن هذه المزايا الحماية القانونية للحقوق والمصالح القانونية المترتبة على التسجيل.والحماية القانونية الناتجة عن التسجيل ليست على العلامة بحد ذاتها وإنما على إستعمال العلامة التجارية[1]، وبالتالي إذا حاز شخص علامة مملوكة للغير ولم يستخدمها لا يمكن مساءلته، فالمشرع هنا لا يسأل عن الاعتداء على حق الملكية وإنما على المساس بحق الاستعمال.

والقاعدة العامة في العلامات التجارية تقرر أنه حتى تقوم الحماية الواردة في القانون لا بد من التسجيل، وبه تبدأ الحماية وليس من تاريخ إكتساب الحق في العلامة عن طريق الاستعمال، وحتى يتم التسجيل وينشأ الحق في الحماية القانونية لابد من توفر شروط معينة منها شروط شكلية وأخرى شروط موضوعية في الطلب المقدم للحصول على تسجيل العلامة التجارية، والشروط الشكلية قد وضحها القانون ولاتثير لبس كبيراً، إذ هي عبارة عن إجراءات معينة منصوص عليها في قانون العلامات التجارية وفي نظام العلامات التجارية رقم (1) لسنة 1952[2]، لذا سيكون الحديث عن الشروط الشكلية بشكل موجز في هذا المبحث وسوف يت التركيز على الشروط الموضوعية اللازمة توافرها في العلامة التجارية حتى تسجل وكذلك في الاثار المترتبة على التسجيل في ثلاث مطالب على التوالي.

---

[1] زين الدين، صلاح: المرجع السابق، ص 207.

[2] نشر هذا النظام في الصفحة (397) من العدد 1129 من الجريدة الرسمية الصادرة بتاريخ 1952/12/16.

**المطلب الأول:**

**الشروط الشكلية لتسجيل العلامة التجارية:**

هذه الشروط هي الشروط التي ينبغي إتباعها عند المطالبة بالاعتراف بالعلامة التجارية إعترافاً رسمياً بتسجيلها في السجل الخاص بالعلامات التجارية إستناداً لتوفر الشروط الموضوعية، وهذه الشروط هي:

**أولاً: طلب التسجيل**

العلامة التجارية قبل التسجيل ليس لها غير وجود واقعي يتجلى في إستعمالها، فإن أُريد لهذا الوجود إكتساب الصفة الرسمية والتعزز بالحماية الواردة في قانون العلامات التجارية فلا بد من تقديم طلب لتسجيل العلامة التجارية لدى مسجل العلامات التجارية، ويشتمل الطلب على النموذج الموجود لدى دائرة تسجيل العلامات التجارية مع إرفاق صور ملونة عن العلامة المنوي تسجيلها عدد (4) مع وجوب تقديم ما يثبت ملكيته لهذه العلامة المنوي تسجيلها، والذي يقدم الطلب التسجيل هو صاحب العلامة التجارية أو وكيله المخول بتفويض خاص، ويجري تقديم الطلب للمسجل، فإذا رفض المسجل هذا الطلب فإن قرار المسجل والمتمثل بالرفض يخضع للاستئناف لدى محكمة العدل العليا، وكل ذلك وفقاً لما نصت عليه المادة (11) من قانون العلامات التجارية الساري المفعول في الضفة الغربية –يقابلها المادة (11) من القانون المطبق في قطاع غزة– والتي تنص على:"

1- كل من يدعي أنه صاحب علامة تجارية مستعملة، أو في النية إستعمالها ويرغب في تسجيل تلك العلامة، فينبغي عليه أن يقدم طلباً خطياً بذلك إلى المسجل وفقاً للاصول المقررة.

2- يجوز للمسجل، مع مراعاة أحكام القانون أن يرفض أي طلب أو أن يقبله بتمامه من دون قيد أو شرط أو أن يعلن قبلوله إياه بموجب شروط أو تعديلات أو تحويرات في طريقة إستعمال العلامة أو مكان إستعمالها أو غير ذلك من الامور.

3- إذا رفض المسجل تسجيل علامة تجارية فيجوز أن يستأنف قراره إلى محكمة العدل العليا.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

4- يجوز للمسجل أو لمحكمة العدل العليا في أي وقت تصحيح أي خطأ وقع في الطلب أو فيما له تعلق به سواء أكان ذلك قبل قبول الطلب أم بعده أو تكليف الطالب تعديل طلبه على أساس شروط يعينها المسجل أو محكمة العدل العليا".

**ثانياً: إعلان الطلب ونشره**

نصت المادة (13) من قانون العلامات التجارية الساري المفعول في الضفة الغربية- يقابلها المادة (13) من قانون العلامات التجارية المطبق في قطاع غزة- والتي تنص على أنه" على المسجل عندما يقبل الطلب لتسجيل أية علامة تجارية سواء أكان القبول بصورة مطلقة أو معلقاً على بعض الشروط والقيود أن يعلن الصورة التي قبه بها وذلك في أقرب وقت ممكن وبحسب الاصول المقررة وينبغي أن يتضمن هذا الاعلان جميع الشروط والقيود التي قبل الطلب بموجبها". والظاهر من نص المادة أن الإعلان وسيلة لإحاطة ذوي الشأن علماً بأن بقبول المسجل بتسجيل العلامة التجارية بإسم الطالب.

إن المقصود بالاصول المقررة للإعلان هي إجراءات "نشر الطلب" التي ورد النص عليها في نظام العلامات التجارية لسنة 1952 فقد جاء في المادة (32) من هذا النظام:"

1- عند قبول المسجل طلباً ما ينشر إعلاناً به على نفقة الطالب في الجريدة الرسمية التي يقررها وعلى الصورة التي يراها مناسبة.

2- إذا لم تدرج صورة العلامة التجارية مع الإعلان المنشور بشأن الطلب وجب على المسجل أن يشير في الاعلان المذكور إلى المكان أو الامكنة التي أدرج فيها لعرض نموذج العلامة أو صورة عنها".

والنموذج المقصود هو كل ما يمثل العلامة تمثيلاً وافياً ويحتوي جميع عناصرها التي يمكن إدراكها بالنظر، سواء مرسومة على ورق أو كانت محفورة على كليشة خشبية أو معدنية للعلامة.

**ثالثاً: الإعتراض على قبول الطلب وإجراءاته:**

القاعدة في تقرير حق الإعتراض على قرار المسجل بقبول طلب التسجيل العلامة التجارية بإسم طالبها مقررة في صدر المادة (1/14) من قانون العلامات التجارية الساري المفعول في الضفة الغربية – يقابلها المادة (1/14) من قانون العلامات التجارية المطبق في قطاع غزة– فقد نصت المادة على أنه: "يجوز لأي شخص أن يعترض لدى مسجل على تسجيل أي علامة تجارية خلال ثلاثة أشهر من تاريخ نشر إعلان تقديم الطلب لتسجيلها أو خلال أي مدة أخرى تعين لهذا الغرض أما إذا تم نشر إعلان الطلبات قبل نفاذ هذا القانون فتعين المدة التي يجوز تقديم الاعتراض خلالها والصورة التي يجوز تقديمه بموجبها طبقاً لما نص عليه قانون العلامات التجارية المعمول به في تاريخ نشر الإعلان".

وقد نظمت إجراءات القيام بالاعتراض في الفقرة الثانية من المادة (14) السابقة الذكر والتي تنص على أنه" ينبغي أن يقدم الإعتراض كتابة بحسب الأصول المقررة وأن يتبين فيه أسباب الإعتراض"، والاصول المقررة هي التفصيلات الواردة في نظام العلامات التجارية وخصوصاً المواد (34 و35) منه والتي جاء فيها:

"يجوز لأي شخص خلال ثلاثة أشهر من تاريخ نشر أي إعلان في الجريدة الرسمية عن طلب لتسجيل علامة تجارية أن يرسل إشعاراً خطياً إلى المكتب يعترض فيه على التسجيل"، (المادة 34) من نظام العلامات التجارية.

"ينظم الإعتراض المذكور وفق النموذج المقرر المدرج في الذيل الثاني الملحق بهذا النظام وتذكر فيه الاسباب التي يستند إليها المعترض في إعتراضه على التسجيل وإذا كان الاعتراض على التسجيل مبنياً على كون العلامة المبحوث عنها تحاكي علامات موجودة في السجل وجب أن تذكر في لأئحة الاعتراض أرقام تلك العلامات واعداد الجريدة الرسمية التي نشرت فيها ويقدم الإعتراض على نسختين ثم يرسل المسجل أحداهما إلى طالب التسجيل". (المادة 35) من نظام العلامات التجارية.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

**رابعاً: إصدار شهادة تسجيل:**

إذا قبل الطلب المقدم لتسجيل العلامة التجارية –وذلك متى إنتهت مـــدة الاعتـــراض والبالغة ثلاثة شهور على طلب التسجيل دون أن يتقدم أحد بالاعتراض أو إذا إعتـــرض عليـــه وصدر قرار برد الإعتراض– يسجل المسجل العلامة التجارية بعد دفع الرسوم، بقيدها في سجل العلامات التجارية وتسجل العلامة بتاريخ الطلب بإعتبارهذا الاخير تاريخ التسجيل.

"ينبغي أن يتضمن قيد العلامة التجارية الذي يثبت في السجل إشارة إلى تاريخ التسجيل والبضاعة التي سجلت العلامة التجارية بشأنها وسائر التفاصيل المشار إليها في المادة الثالثة في القانون مع تفاصيل تجارة صاحب العلامة وشغله ومهنته وحرفته وتفاصيل اخرى قـــد يراهـــا المسجل ضرورية"، المادة (1/47) من نظام العلامات التجارية.

**المطلب الثاني:**

**الشروط الموضوعية لتسجيل العلامة التجارية**

يشترط في العلامة التجارية لكي تسجل وتحظى بالحمايـــة القانونيـــة تـــوافر شـــروط موضوعية فيها حتى تعتبر موجودة قانوناً، وهذه الشروط يمكن اجمالها في الآتي:

*– شرط الصفة الفارقة.

* – شرط الجدة.

*– شرط المشروعية.

**الفرع الاول: شرط الصفة الفارقة (التمييز)**

لقد عرفت المادة (2/7) –من قانون العلامات التجارية المطبق في الضفة الغربية ومثيلها المادة (2/7) في القانون المطبق في قطاع غزة– الصفة الفارقة، حيث جاء في هذه المادة "توضيحاً للغرض المقصود من هذه المادة تعني لفظة (فارقة) أن العلامة التجارية موضوعة على شكل يكفل تمييز بضائع صاحبها عن غيره من الناس". وذلك يعني أن القاعدة الاساسية لجواز تسجيل علامة تجارية أوعدمه يجب أن تكون تلك العلامة ذات صفة فارقة وأن لا تكون مشابهة أو مطابقة لعلامة تجارية تخص شخص أخر"[1].

وقد أورد المشرع في المادة (7/8) من القانون المطبق في الضفة الغربية ويقابلها المادة (7/و) من القانون النافذ في قطاع غزة الحالات التي لا يجوز فيها تسجيل علامة تجارية لفقدانها شرط التمييز، وهذه الحالات هي:

1- العلامة المؤلفة من أرقام وحروف أو ألفاظ تستعمل عادة في التجارة لتمييز أنواع البضائع وأصنافها أو العلامات التي تصف نوع البضائع أو جنسها أو الكلمات التي تدل عادة معنى جغرافي أو ألقاب، وبما أن كلمة ألقاب جاءت مطلقة فإنها تشمل جميع الالقاب بما في ذلك الالفاظ التي تدل على الالقاب العسكرية في اللغة الانجليزية [2].

ومن جملة القرارات القضائية في هذا الشأن التي تؤكد على المعنى المتقدم، قرار محكمة العدل العليا بشأن تسجيل كلمة "ستاندرد" كعلامة تجارية، حيث جاء في الحكم " إن كلمة "ستاندرد" كلمة إنجليزية تستعمل عادة في التجارة لتمييز أنواع البضائع وأصنافها، لذلك لا يجوز تسجيلها كعلامة تجارية عملاً بالمادة (7/8) من قانون العلامات التجارية "[3]. وقضت أيضاً ذات المحكمة بأن "علامة "Bulbef" التي تطلب

---

[1] قرار رقم 55/4 عدل عليا، مجلة نقابة المحاميين، سنة 1955، ص6.

[2] قرار رقم 88/227 عدل عليا، منشور سنة 1989، ص 913، نقلاًعن القليوبي، ربا: المرجع السابق، ص 131.

[3] قرار رقم 59/73 عدل عليا، مجلة نقابة المحاميين، سنة 1959، ص 139.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن www.9anonak.blogspot.com

الشركة المستأنفة تسجيلها عند لفظها تعتبر وصفاً لنوع البضاعة وليس علامة فارقة ومبتكرة "[1]. وذلك على أساس أن هذه الكلمة تعني " اللحم البقري" عند لفظها.

2- العلامات التي تدل على مصدر المنتجات أو المواد الداخلة في تصنيعها، فقد قضت محكمة العدل العليا الاردنية بأن " كلمة "Spearmint" لا يجوز تسجيلها كعلامة تجارية لإستعمالها على العلكة لأنها تعتبر وصفاً لنوع البضاعة وتدل على النعناع"[2].

3- العلامات العادية، وهي التي لا تحتوي على أي عنصر مميز أو ذات شكل مألوف شائع الاستعمال، مثل إستخدام مثلث أو مربع كعلامة تجارية، وفي هذا الصدد قضت محكمة العدل العليا بأنه "إذا كان شكل العلامة المطلوب تسجيلها هي نتاج صناعي ذات شكل عام شائع الاستعمال في صناعة البوظة ولم تكن ذات العلامة مميزة .....فيجوز في مثل هذه الحالة لمسجل العلامات التجارية بمقتضى المادة (2/11) من قانون العلامات التجارية المطبق في الضفة الغربية –يقابلها نص المادة (2/11) من قانون العلامات التجارية النافذ في قطاع غزة– أن يرفض أي طلب لتسجيل علامة تجارية كهذه"[3]، وتنص المادة (2/11) من قانون العلامات التجارية المطبق في غزة على "يجوز للمسجل مع مراعاة أحكام هذا القانون أن يرفض أي طلب كهذا أو أن يقبله كاملاً بدون قيد أو شرط، أو يعلق قبوله إياه على بعض الشروط أو التعديلات أو التغيرات التي يستصوبها فيما يختص بكيفية إستعمال العلامة أو مكان إستعمالها أو غير ذلك من الأمور". أما عن تقدير وجود الصفة الفارقة في العلامة التجارية من عدمها فإنه يأخذ بالاعتبار مدة الاستعمال ورسوخ هذه العلامة في أذهان الناس مع مرورالزمن، مما يوفر لهذه العلامة الحماية القانونية حتى وإن لم تكن مميزه، المادة (3/7) من قانون العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية –ويقابلها نص المادة (3/7) من قانون العلامات التجارية النافذ في قطاع غزة–.

---

[1] قرار رقم 78/21 عدل عليا، مجلة نقابة المحاميين، سنة 1978، ص 829.

[2] قرار رقم 68/75 عدّل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة 1969، ص 76.

[3] قرار رقم 88/49 عدّل عليا، مجلة نقابة المحاميين، سنة 1989، ص 926.

**الفرع الثاني: شرط الجدة**

يقصد بشرط الجدة أن تكون العلامة التجارية جديدة في شكلها العام بحيث لم يسبق إستعمالها أو تسجيلها على نفس البضائع أو المنتجات أو الخدمات من شخص أخر، ولكن لا يشترط أن تكون المادة المكونة للعلامة التجارية جديدة، لأن الالوان والحروف والاعداد وغير ذلك من الاشياء هي ذاتها ومعروفة ولن تكون جديدة الى ما لا نهاية ، وإنما يجب أن تكون هذه الاشياء في شكل أو طريقة مميزة وجديدة لم يستعملها أو يسجلها الغير [1].

وحتى تعتبر العلامة جديدة يجب أن يتوافر فيها عنصر واحد مميز على الاقل عن أي علامة أخرى مشابهه، بحيث يجب أن تكون العلامة جديدة حتى لا تؤدي الى إحداث التضليل أو اللُبس لدى الجمهور المستعمل للمنتج الذي يحمل العلامة فيخلتط عليه الامرمع علامة أخرى سواء كانت مسجلة أو مستعملة.

وشرط الجدة الواجب توافره في العلامة التجارية لكي تسجل لايعني أن تكون جديدة بصفة مطلقة نهائية، وإنما الجدة النسبية التي يتحدد نطاقها من حيث الزمان ومن حيث المكان ومن حيث المنتجات.وتوضيح ذلك في الآتي:

**أولاً: قيد الجدة من حيث الزمان**

تنص المادة (20) –من قانون العلامات التجارية المطبق في الضفة الغربية ويقابلها نص المادة (20) من القانون النافذ في قطاع غزة– على أن "مدة ملكية حقوق العلامة التجارية سبع سنوات من تاريخ تسجيلها، غير أنه يجوز تجديد تسجيلها من حين لأخر وفقاً لأحكام القانون....".

يتضح من النص السابق أن مدّة الحماية القانونية لممارسة الحقوق على العلامات التجارية هي سبع سنوات، ولكن مدّة ملكية العلامة ذاتها غير محدد بمدّة معينة.

[1] الناهي، صلاح الدين : المرجع السابق، ص 243.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن www.9anonak.blogspot.com

ويمكن لصاحب العلامة التجارية تقديم طلب تجديد تسجيل علامته التجارية بعد إنقضاء السبع السنوات وذلك لمدة أربع عشرة سنة إعتباراً من تاريخ إنتهاء مدة التسجيل الاول أو من تاريخ التسجيل الاخير، المادة (1/21) من القانون المطبق في الضفة الغربية –ويقابلها المادة (1/21) من القانون النافذ في قطاع غزة (مع إختلاف في الصياغة ولكن مطابقة من حيث المعنى) – والتي تنص" على المسجل بناء على طلب صاحب العلامة التجارية المسجلة تجديد تسجيل علامته حسب الاصول المقررة وخلال المدة المعينة أن يجدد تسجيلها لمدة أربعة عشرة سنة إعتباراً من تاريخ إنتهاء مدة التسجيل الاول أو من تاريخ تجديد التسجيل الاخير كما هي الحالة ويعرف ذلك التاريخ في هذا القانون بـ(تاريخ إنتهاء التسجيل الأخير)".

**ثانياً: قيد الجدة من حيث المكان**

إن الحماية المنصوص عليها في القانون محصورة في داخل الاقليم الذي سجلت فيه وعلى نفس نوع وصنف البضائع أو المنتجات أو الخدمات فقط دون سائر الاصناف الاخرى، ويستثنى من ذلك العلامة المشهورة التي تتمتع بالحماية القانونية وإن لم تكن تلك العلامة التجارية المشهورة مسجلة داخل الدولة المطلوب فيها الحماية وعلى جميع الاصناف، أو إذا كانت شهادة تسجيل العلامة التجارية تنص على أن العلامة مقصورة التسجيل على أجزاء معينة من الدولة وليس على كافة أقاليم الدولة.وعليه فإن الحماية تكون مقصورة فقط في الاقاليم المنصوص عليها في شهادة التسجيل، ويحق لأي شخص أن يستعمل أو يسجل تلك العلامة في الاقاليم غير المشمولة في شهادة التسجيل دون أن يؤثر ذلك على شرط الجدة أو يؤثر على المسجل الاول، لكن ذلك التسجيل الجزئي قليل الحدوث من الناحية الواقعية؛لأن من مصلحة الشخص أن يسجل علامته في كافة إقليم الدول حتى يحقق مكاسب أكثر.

**ثالثاً: قيد الجدة من حيث المنتجات**

لا يكفي لإنتفاء شرط الجدة وجود علامة تجارية مشابهه أو مطابقة لعلامة تجارية سبق تسجيلها أو إستعمالها فقط بل بالاضافة الى ذلك يجب أن لا تكون العلامة المنوي تسجيلها أو إستعمالها سوف تستعمل على نفس المنتجات او الخدمات أو ما يشتبه بها، ومثال ذلك إذا كانت هناك علامة تجارية بإسم "الزهراء" لتمييز منتجات العصائر، فلا يجوز لشخص اخر إتخاذ نفس

العلامة لتمييز منتجات متعلقة بالمشروبات الغازية أو للعصائر. ولكن تنتفي هذه الشبهة و يحق لهذا الشخص إتخاذ نفس العلامة السابقة لتمييز منتجات متعلقة بتصنيع الحديد مثلاً، فلا يتأثر هنا شرط الجدة لإختلاف المنتجات، أي الحماية تكون فقط مقصورة على نوع البضائع التي سجلت من أجلها العلامة التجارية دون أن تشمل جميع الاصناف الاخرى المختلفة عنها نوعاً وجنساً، ويجب ملاحظة أن العلامة المشهورة تتمتع بالحماية على جميع الاصناف وإن لم تكن مسجلة.

وهذا ما أكده حُكم لمحكمة العّدل العليا الأردنية الذي جاء فيه "إستقر الاجتهاد على عدم منح الحماية إلا للعلامة التجارية التي سبق تسجيلها لنفس الصنف من البضاعة، وعليه لا ترد الحماية على العلامة إن كان الاختلاف واضحاً بين نوع وصنف البضاعة ومادة التعبئة لإنتفاء تضليل المستهلك أو تشجيع المنافسة غير المشروعة"[1].

ويجب الاشارة الى أن تكييف أو تقدير مدى التقارب بين الصناعات من بعضها البعض مسألة موضوعية يعود الرأي فيها الى قاضي الموضوع ولا رقابة لمحكمة القانون عليها، لأنها مسألة واقعية وليست قانونية [2].

**الفرع الثالث: شرط المشروعية**

يقصد بالمشروعية في العلامة أن لا تكون العلامة التجارية مخالفة للقانون أو النظام العام والاداب العامة، وقد أوردت المادة (8) من قانون العلامات التجارية المطبق في الضفة الغربية –يقابلها المادة (8) من القانون النافذ في قطاع غزة– الحالات التي لا يجوز فيها تسجيل علامة تجارية، وهذه الحالات هي:

1- العلامات التي تشابه شعار جلالة الملك أو الشارات الملكية أو لفظة ملوكي أو أي ألفاظ أو حروف أو رسوم أخرى قد تؤدي إلى الإعتقاد أن الطالب يتمتع برعاية ملكية.(يقابلها الفقرة ج من المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية الساري المفعول في قطاع غزة).

---

[1] قرار رقم 98/115 عدل عليا، مجلة نقابة المحاميين، سنة 1998، ص 3971.

[2] زين الدين، صلاح: المرجع السابق، ص 281.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

2- شعار أو أوسمة حكومة المملكة الاردنية الهاشمية أو الدول أو البلاد الاجنبية إلا بتفويض من المراجع الإيجابية. (يقابلها الفقرة أ من المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية الساري المفعول في قطاع غزة).

3- العلامات التي تدّل على صفة رسمية إلا إذا فرضت وضعها المراجع الإيجابية التي تخصها تلك العلامة أو التي هي في مراقبتها. (يقابلها الفقرة ب من المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية الساري المفعول في قطاع غزة).

4- العلامة التي تشابة الراية الوطنية.(لا يوجد ما يقابلها في القانون المطبق في قطاع غزة).

5- العلامات التي تشمل ألفاظاً معينة مثل "إمتياز" أو "ذو إمتياز ملكي".(يقابلها الفقرة د من المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية الساري المفعول في قطاع غزة).

6- العلامة التي تطابق أي شعار ذي صفة دينية بحتة أو تشابهه. (يقابلها الفقرة ز من المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية الساري المفعول في قطاع غزة).

7- العلامات المخلة بالنظام العام أو الاداب العامة. (يقابلها الفقرة هـ من المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية الساري المفعول في قطاع غزة).

8- العلامات المؤلفة من أرقام أو حروف أو ألفاظ تستعمل عادة في التجارة. (يقابلها الفقرة و من المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية الساري المفعول في قطاع غزة).

9- العلامات التي تطابق شعار الهلال الاحمر أو الصليب الاحمر. (لم يرد بشأنها نص في قانون العلامات التجارية الساري المفعول في قطاع غزة).

10- العلامة التي تطابق علامة مسجلة لنفس البضائع. (يقابلها الفقرة ط من المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية الساري المفعول في قطاع غزة).

11- العلامات التي تحتوي صورة شخص أخر أو إسم محله دون الحصول على الاذن. (يقابلها الفقرة ح من المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية الساري المفعول في قطاع غزة).

بالاضافة إلى ماتقدم ، يجوز للمسجل رفض تسجيل العلامة التجارية وذلك إستناداً إلى نص المادة (9) من القانون النافذ في الضفة الغربية –ويقابلها المادة (9) من القانون النافذ في قطاع غزة– والتي تنص على أنه "إذا كان إسم أية بضاعة أو وصفها مثبتاً في أي علامة تجارية يجوز للمسجل أن يرفض تسجيل تلك العلامة لأي بضاعة خلاف البضاعة المسماة أو الموصوفة على الوجه المذكور، أما إذا كان إسم أو وصف أية بضاعة مثبتاً في العلامة التجارية وكان ذلك الاسم أو الوصف يختلف في الإستعمال فيجوز للمسجل أن يسمح بتسجيل تلك العلامة التجارية مع ثبات الاسم أو الوصف فيها لغير البضاعة المسماة أو الموصوفة إذا أشار طالب التسجيل في طلبه الى وجود إختلاف في الإسم أو الوصف".

وأخيراً يجب التنويه إلى أن الشروط الموضوعية لتسجيل العلامة التجارية منحصرة في الشروط السابقة الذكر وهي:شرط الصفة الفارقة و شرط الجدة وأخيراً شرط المشروعية، وعليه فإنه لا يمكن فرض شرط رابع لتسجيل العلامة التجارية وهو شرط "كتابة العلامة التجارية" إذ أن شرط الكتابة لا يحول دون إستخدام لغة غير اللغة العربية، ويتفق الباحث مع القول الذي مفاده" أن شرط كتابة العلامة التجارية باللغة العربية ليس إلزامياً وإنما هو جوازي"[1]، وذلك إستناداً على نص المادة (21) من نظام العلامات التجارية رقم (1) لسنة 1952م.[2]

---

[1] زين الدين، صلاح: مرجع سابق، ص 287.

[2] تنص المادة (21) من النظام على مايلي: "إذا إحتوت العلامة التجارية على كلمة أو كلمات مكتوبة في غير اللغة العربية **فيجوز** للمسجل أن يطلب ترجمتها بالضبط ويترتب على الطالب أو وكيله أن يظهر تلك الترجمة ويوقع عليها إذا طلب منه المسجل ذلك".



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

**المطلب الثالث:**

**الاثار المترتبة على تسجيل العلامة التجارية**

يرتب المشرع الآثار القانونية على أي تصرف أو واقعة قانونية بعد إستيفاء الشروط التي يحددها، وهكذا الحال بالنسبة لطلب تسجيل علامة تجارية، فبعد إستيفاء العلامة التجارية الشروط الشكلية والشروط الموضوعية السابق وتمام تسجيلها يترتب أثاره قانونية، وجوهرها يكمن في تمتع العلامة التجارية بالحماية القانونية المنصوص عليها في القانون، وكذلك ثبوت ملكية العلامة التجارية لمن قام بتسجيلها.

**الفرع الاول: ثبوت ملكية العلامة التجارية لمسجلها**

إن إكتساب الحق في العلامة التجارية يمكن أن يتحقق بإحدى طريقتين:

الاولى: مادية وتتمثل في الاستعمال.

الثانية: واقعة قانونية عن طريق تسجيل العلامة حسب الاصول الواردة في القانون.

لقد جاء في نص المادة (20) من قانون العلامات التجارية "إن مدّة ملكية حقوق العلامة التجارية سبع سنوات من تاريخ تسجيلها...."، وفي الظاهر يبدو أن النص يقرر حكماً يناقض طبيعة حق الملكية في النظرية التقليدية، إذ يفيد ظاهر النص أنه يرمي الى تحديد مدة ملكية العلامة التجارية، وهذا الحكم الظاهر غير جائز قانوناً على أساس عدم جواز توقيت الملكية، " إن التوقيت يتنافى مع حق الملكية وجوهره"[1].

يتضح من نص المادة السابقة الذكر أن الحديث يدور حول ما تخوله ملكية حقوق العلامة التجارية من سلطات قانونية للمالك تمكنه من إستعمالها وحده خلال فترة زمنية حددها النص بسبع سنوات، وبالتالي فالحديث لا يدور حول طبيعة ملكية رقبة أصل الحق في العلامة التجارية في حد ذاتها، لأن ملكية رقبة الشيء تختلف عن الحق في القدرة القانونية في استعمال

---

[1] بالمعنى ذاته، العبيدي، علي هادي: **الوجيز في شرح القانون المدني، الحقوق العينية**، ط1، دار الثقافة، عمان، 2000، ص 19.وكذلك، سوار، محمد وحيد الدين: **حق الملكية في ذاته**، دارالثقافة، عمّان، 1997، الصفحات من 39 الى 41.

ما يترتب على ملكية الحق على أصل رقبة الشيء، ولتوضيح ذلك نذكر المثال التالي: لو كان هناك شخص مالك لعلامة تجارية مسجلة، وتم إيقاع الحجز أو الرهن على هذه العلامة من قبل الغير، –بإعتبار أن العلامة التجارية أصل يمكن أن يقيم بمال وبالتالي هي تعتبر جزءاً من المحل التجاري–، فإنه لن يكون لصاحب العلامة التجارية الحق في التصرف في العلامة لكونها مرهونة أو محجوزة في حين أن ذلك لا يؤثر على ملكيته لعلامته.فأصل حق مالك العلامة التجارية باقٍ على حاله لكن سلطته القانونية المتمثلة في التصرف بما يترتب على ملكية أصل رقبة محل العلامة التجارية يقيدها القانون هنا.

وبناءاً على ذلك فإن ملكية العلامة تبقى لمسجلها مهما طال الزمن أو قصر وتبقى ملكا لمن قام بتسجيلها أول مرة حتى ولو إنقضت مدة السبع السنوات المنصوص عليها في المادة (20) السابقة الذكر، ما لم يثبت الغير عكس ذلك، لأن التسجيل يعتبر قرينة على ملكية العلامة، ولكن هذه القرينة ليست قرينة قاطعة بل بسيطة يجوز إثبات عكسها، وهذا ما جاء في نص المادة (29) من قانون العلامات التجارية–المطبق في الضفة الغربية– الذي قرر صراحة أنه " يعتبر تسجيل شخص مالكاً لعلامة تجارية مقدمة على بيّنة على قانونية التسجيل الاصلي لتلك العلامة....." (وهذه المادة متقاربة مع المادة 29 من قانون العلامات التجارية النافذ في قطاع غزة مع فارق في صياغة وتشابه في المضمون).

**الفرع الثاني: قيام الحماية القانوية كأثر للتسجيل**

تقوم الحماية القانونية وفقاً لقانون العلامات التجارية ، بمجرد تحقيق الواقعة القانونية– تمام التسجيل– وعليه يبدأ حق المسجل للعلامة التجارية في الحماية القانونية، وهو الأثر الأكثر أهمية، إذ يتوفر لمن قام بتسجيل العلامة التجارية نوعين من الحماية القانونية وهما:الحماية المدنية للعلامة التجارية و الحماية الجزائية للعلامة التجارية، وهناك نوعاً أخر من الحماية يمكن أن تتبع الحماية المدنية وهي الحماية الوقتية (الاجرائية). وهذا ما سيتم بحثه بشيء من التفصيل في الفصول القادمة.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

# الفصل الثاني

# الحماية المدنية للعلامة التجارية

## الحماية المدنية للعلامة التجارية

إن إتمام عملية التسجيل للعلامة التجارية بالشكل المنصوص عليه في القانون ينتج عنه إعتراف قانوني بهذه العلامة، ويتجسد هذا الاعتراف في الاستفادة من الحماية القانونية التي يرتبها القانون لتلك العلامة المسجلة وتتجلى هذه الحماية في أن صاحب العلامة التجارية قرر له القانون دعوى قضائية من خلالها يطلب حماية القضاء لحقه في العلامة التجارية ويمكن أن يقاضي كل من يعتدي على هذا الحق.ومن خلال إستعراض نصوص القانون المنظم للعلامات التجارية في فلسطين نجد أنه هناك نوعان من الحماية القانونية وهما:الحماية المدنية والحماية الجزائية، بالإضافة الى حماية إجرائية تتمثل في جملة من الاجراءات الوقتية التي يستطيع صاحب العلامة التجارية مباشرتها من شأنها أن توفرحماية مؤقتة لعلامته الى حين رفع دعواه ومباشرة حمايتها بالدعوى القضائية المدنية أو الجزائية.

أما فيما يتعلق بالحماية الجزائية فيقصد بها تلك الحماية الخاصة عن طريق فرض جزاء جنائي والمتضمنة تدخل المشرع صراحة بالنص على صور الاعتداء على العلامة التي تدخل في نطاق التجريم، حيث يقوم المشرع بتحديد الافعال التي يعتبر القيام بها من قبيل الاعتداء المجرم ويحدد الجزاءات الواجبة بشأنها، وسوف يتم التفصيل في هذا النوع من الحماية في الفصل الثاني.

وبخصوص الحماية المدنية فقد إشترط المشرع لقيام هذه الحماية أن تكون العلامة التجارية مسجلة وفق الاصول الواردة في القانون[1]، وصور الحماية المدنية للعلامات التجارية تنحصر في ثلاث وهي، دعوى المنافسة الغير مشروعة، مجموعة من الإجراءات التحفظية، دعوى ترقين العلامة التجارية ونظراً لغلبة دعوى المنافسة غير المشروعة على غيرها من صور الحماية الاخرى سنفرد مبحثاً مستقلاً لدعوى المنافسة غير المشروعة ونجمع الحديث عن

[1] المواد (15، 14، 13، 11، 8، 7، 6) من قانون العلامات التجارية الساري المفعول في الضفة الغربية ويقابلها نفس أرقام المواد في قانون العلامات التجارية المطبق في قطاع غزة.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

الاجراءات التحفظية ودعوى ترقين العلامة التجارية المسجلة في مبحث اخر، وذلك على النحو التالي:

المبحث الاول: دعوى المنافسة غير المشروعة وشروطها.

المبحث الثاني: الحماية بالترقين والإجراءات التحفظية.

**المبحث الاول:**

**دعوى المنافسة غير المشروعة.**

تعد دعوى المنافسة غير المشروعة من أهم الصور التي ترد على حماية العلامة التجارية، إلا أن قانون العلامات التجارية لم ينظم هذه الدعوى من حيث كيفية رفعها وكذلك لم يبين شروطها وإنما إكتفى فقط بذكرها دلالةً لا صراحة مما فتح باباً واسع للإجتهاد في التكيف القانوني لهذه الدعوى والشروط الواجب توارفها حتى يتم رفعها. ولكن قبل الخوض في تلك الاجتهادات لابد من التعريف بماهية المنافسة غير المشروعة ومن ثم مناقشة أساسها القانوني.

**المطلب الاول:**

**ماهية المنافسة غير المشروعة**

تعد المنافسة التجارية من أهم المبادئ الحاكمة لاقتصاديات الدول التي تؤمن بحرية التجارة، وإن الاصل في الحياة التجارية مشروعية المنافسة لانها من الامور المتعارف عليها في ميدان النشاط التجاري، فقد عرف الفقهاء المنافسة على أنها: "التزاحم بين التجار في إجتذاب العملاء وترويج أكبر قدر ممكن من المنتجات والخدمات ضماناً لإزدهار التجارة إزدهاراً يؤدي الى بقاء الاصلح"[1].

والحق في المنافسة المشروعة متاح لكل تاجر، ويتمثل هذا الحق في مجموعة من السلطات والصلاحيات التي تمكنه من إستخدام كافة الوسائل العادلة التي لا تتعارض مع الاعراف والعادات التجارية– ومن باب أولى أن لا تتعارض مع الضوابط التي يحددها القانون–

[1] عوض، علي جمال الدين: **القانون التجاري**.ج1، القاهرة، دار النهضة العربية، بدون سنة طبع، ص 117.

من أجل تحقيق أفضل النتائج[1]، وإذا خرج التاجر عن هذه الصلاحيات والسلطات وضوابطها القانونية عندئذ توصف أفعاله بأنها غير مشروعة بحيث يترب عليه مسؤولية. فما هي المنافسة الغير مشروعة؟.

يمكن تعريف المنافسة غير المشروعة "بإنها إستخدام التاجر لطرق منافية للقوانين او العادات أو مبادئ الشرف والامانة في المعاملات"[2]، وفي هذا المجال نسوق توجه القواعد الدولية و القضاء المصري في تعريفه للمنافسة غير المشروعة فقد جاء في قرار لمحكمة النقض المصرية في تعريف المنافسة غير المشروعة بأنها "كل عمل غير مشروع قصد به إحداث لبس بين منشأتين أو إيجاد إضطراب بأحدهما وكان من شأنه إجتذاب عملاء إحدى المنشأتين للاخرى أو صرف عملاء المنشأة عنها"[3] ، وفي مجال القواعد الدولية نجد أن المادة (2/10) من إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لعام 1883م عرفت المنافسة غير المشروعة بأنها " كل منافسة تتعارض مع العادات الشريفة في الشؤون الصناعية أو التجارية".

من خلال التعريفات السابقة للمنافسة غير المشروعة يمكن وضع خصائص عامة تتميز بها المنافسة غير المشروعة:

1- إتخاذ أساليب أو طرق لا تتفق مع الاعراف التجارية وقواعد الأمانة، وبعبارة أخرى، إن المنافسة بحد ذاتها لا تكفي أن تكون سبباً ليترتب عليها المسؤولية بل يجب أن يتحد الخطأ مع المنافسة، سواء كان المنافس حسن النية أو سيء النية، لانه لا يعقل إفتراض النية الحسنة في شخص قام بأفعال يعلم أنها تخالف الاعراف والعادات والقوانين التجارية.

---

[1] الصفار، زينة غانم عبد الجبار: **المنافسة الغير المشروعة للملكية الصناعية**.ط1، عمان، الاردن، دار ومكتبة حامد للنشر والتوزيع، 2002. ص 17.

[2] طه، مصطفى كمال: مرجع سابق، ص 622.

[3] مجموعة أحكام محكمة النقض: جلسة 1959/6/20م، السنة العاشرة، رقم 77، ص 505، نقلاً عن الغريب، محمد سلمان: **الاحتكار والمنافسة غير المشروعة**، ط1، القاهرة، دار النهضة العربية، 2004، ص 67.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

2- وحتى نكون أمام منافسة غير مشروعة لا بد من وجود تاجرين أو أكثر يمارسون حرفة متماثلة أو متشابه، وهذا شرط بالغ الاهمية، حيث أنه سنرى لاحقاً أن دعوى المنافسة غير المشروعة ترفع فقط من تاجر على تاجر أخر فقط.

وحيث أن المقام هنا بحث مفهوم المنافسة غير المشروعة فمن المفيد التمييز من حيث المفهوم بين المنافسة غير المشروعة والمنافسة الممنوعة إستناداً الى مركز قانوني ناشئ عن القانون أو إستناداً إلى إتفاق أو عقد. إن إستخدام التاجر أساليب غير مشروعة من أجل التأثير على عملاء غيره من التجار وإجتذابهم، عن طريق تقليد علامات وبيانات غيره من التجار، أو استخدام أسمائهم التجارية، أو التشهير بسلعهم والتقليل من مزاياها أو أهميتها ، فإن هذه الاساليب تعتبر من قبيل المنافسة غير المشروعة، وهي تختلف عن المنافسة الممنوعة التي تقضي بحظر القيام بنشاط معين إما بمقتضى نص في القانون واما بمقتضى اتفاق بين الطرفين.

ويقصد بالمنافسة الممنوعة "تلك المنافسة التي تستند الى حظر القيام بنشاط معين إما بمقتضى نص في القانون أو بالاتفاق بين المتعاقدين"[1]، ومن أمثلة المنافسة الممنوعة قانوناً ما نصت عليها المادة (24) من قانون الشركات رقم (12) لسنة1964م [2]،الذي يقضي منع الشريك في شركة التضامن من ممارسة ذات النشاط الذي تزاوله الشركة إلا بموافقة الشركاء. فاذا قام الشريك بمنافسة الشركة دون باقى الشركاء، فإنه يكون قد خالف القانون ولا يدخل عمله ضمن أعمال المنافسة غير المشروعة، وإنما من قبيل المنافسة الممنوعة قانوناً، أما اذا حصل على موافقة الشركاء فإنه يجوز له مزاولة الاعمال التي تقوم بها الشركة ومنافستها ومنافسة غيرها من التجار الذين يزاولون ذات الاعمال، ولكنه إذا إتبع في منافسته هذه طرقاً غير مشروعة تعرض للجزاءات والمسؤوليات عن المنافسة غير المشروعة.فالشريك في الفرض الاول ممنوع من ممارسة أعمال الشركة، فلا يجوز له منافسة الشركة في هذه الاعمال، سواء أكانت الاساليب التي إتبعها في هذه المنافسة مشروعة أم غير مشروعة. أما في الفرض الاخر فالشريك غير ممنوع من منافسة الشركة إنما يمتنع عليه أن يستخدم أساليب غير مشروعة في منافسة الشركة.

---

[1] الصفار، زينة غانم عبد الجبار: المرجع السابق، ص 38.

[2] نشر هذا القانون في الصفحة (493) من العدد (1757) من الجريدة الرسمية الصادرة بتاريخ 1964/5/3م.

ولا تقتصر المنافسة الممنوعة على الحالات التي يمنع فيها الشخص من ممارسة النشاط التجاري بمقتضى نص في القانون، وإنما تشمل أيضاً المنافسة الممنوعة بمقتضى إتفاق بين الطرفين، ومن أمثلة ذلك الاتفاق في عقد بيع المتجر على منع البائع من ممارسة تجارة مماثلة في ذات المكان الذي يقع فيه متجر البائع.

وبناءاً على تعريف المنافسة غير المشروعة والمنافسة الممنوعة ثار جدل حول مدى التفرقة بينهما أو إعتبارهما بنفس المعنى، فمن أنصار التفرقة بينهما من بنى قوله: "على إعتبار أن نطاق العمل بالمنافسة غير المشروعة لا يمنع فحواه من ممارسة نشاط تجاري معين بل أنها تدل على إستخدام أعمال وأساليب غير سليمة تهدف إلى التأثير على العملاء وإجتذابهم، بينما نلاحظ أن المنافسة الممنوعة تفترض وجود حظر قانوني (نص قانوني) يمنع القيام بنشاط تجاري معين، وبعبارة أخرى فإن معيار الفصل ما بين المنافستين (غير المشروعة والممنوعة) يكمن في أن المنافسة غير المشروعة تكون فيها الاساليب مشروعة في الاصل إلا أن التاجر قد تجاوز الحدود المسموح بها، بينما المنافسة الممنوعة يقوم فيها الشخص بعمل تنافسي على شكل تصرف بدون حق"[1].

والرأي الاخر في هذا المجال إعتبر-وبحق- أنه ليس هناك أي داعي للتفرقة بين المنافستين، بل أن أمر التفرقة بينهما تعرض إلى عدة إنتقادات أهمها "أن التفرقة لا تقوم على أساس سليم وبالتالي لا يترتب عليها نتائج قانونية هامة، كذلك إنها تفرقة لا يأباها المنطق، إذ ما الفرق بين منافسة منعها القانون إبتداءاً وبين منافسة أصبحت ممنوعة بعد أن تعدت حدودها؟"[2].

[1] الصفار، زينة غانم عبد الجبار: المرجع السابق، ص 39.

[2] حمدان، ماهر: المرجع السابق، ص 71.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

**المطلب الثاني:**

**الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة**

إن خلو القانون التجاري بمعناه العام وقانون العلامات التجارية بوجه خاص من وجود قواعد قانونية خاصة بتنظيم دعوى المنافسة غير المشروعة فتح الباب لإجتهادات فقهية حول التكييف القانوني لهذه الدعوى، فالبعض إعتبر أنها لاتخرج عن كونها دعوى مسؤولية تقصيرية وبالتالي ينطبق عليها القواعد العامة في دعاوي المسؤولية التقصيرية، وهناك رأي اخر أسس دعوى المنافسة غير المشروعة على أساس التعسف في إستعمال الحق والتجاوز في الاستعمال، وعليه سيتم البحث في كل من الاساسين المذكوين على النحو التالي:

الفرع الاولً: إعتبار دعوى المنافسة غير المشروعة دعوى مسؤولية تقصيرية.

الفرع الثاني: إعتبار دعوى المنافسة غير المشروعة دعوى قائمة على أساس التعسف في إستعمال الحق.

**الفرع الاول: المسؤولية التقصيرية**

لقد إتجه الفقه[1] الى ربط دعوى المسؤولية الناتجة عن المنافسة غير المشروعة بالمسؤولية التقصيرية (الفعل الضار) بل منهم من ذهب الى أكثر من ذلك حيث إعتبروا أن دعوى المنافسة غير المشروعة لا تخرج عن كونها دعوى مسؤولية تقصيرية، معتبرين أنه لا فرق بين الدعويين وبالتالي يجب تطبيق القواعد العامة في المسؤولية التقصيرية، وقد إستندوا فيما ذهبوا إليه على أنه في ظل عدم وجود قواعد قانونية خاصة تنظم دعوى المنافسة غير المشروعة فإنه يصار الى تطبيق القواعد العامة في المسؤولية التقصيرية[2]، إلا أن هذا الرأي يمكن التعليق عليه على النحو التالي:

---

[1] زين الدين، صلاح:**شرح التشريعات الصناعية والتجارية**، عمان، دار الثقافة، 2003، ص 173.

[2] الصفار، زينة غانم عبد الجبار: المرجع السابق، ص 123.

**أولاً:** إن نطاق أساس دعوى المنافسة غير المشروعة أوسع من نطاق أساس دعوى المسؤولية التقصيرية[1]، حيث أن الهدف من رفع دعوى المسؤولية التقصيرية ينحصر فقط في جبر الضرر (التعويض عن الضرر) وانها ترفع بمجرد وقوع الضرر بسبب خطأ وعلاقة سببية تربط بينهما، أما الهدف من رفع دعوى المسؤولية عن المنافسة غير المشروعة يتسع ليشمل منع الاضرار إضافة الى التعويض عن الضرر، أو بمعنى اخر فإن دعوى المنافسة غير المشروعة –في غالب الاحيان– ذات وظيفة وقائية تهدف الى منع وقوع الضرر.

والمقصود بمنع الاضرار هو اللجوء الى القضاء لإتخاذ إجراءات وقتية الهدف منها منع وقوع الضرر في المستقبل، إذ يكفي الضرر المحتمل كأساس لإقامة الدعوى أي مجرد إحتمال وقوع الضرر لرفع مثل هذه الدعوى، بمعنى أنه يمكن أن ترفع الدعوى وإن لم يكن هناك ضرر محقق أصاب التاجر.

وعليه فإذا كان الهدف من رفع دعوى المنافسة غير المشروعة هو التعويض عن الضرر الواقع فعلاً فإنه يستلزم توافر أركان المسؤولية التقصيرية من ضرر و خطأ وعلاقة سببية بينهما، "وإن هذه الشروط وان كانت مطلوبة ايضاً لتقرير المسؤولية في دعوى المنافسة غير المشروعة، غير أن لها معنى قد يختلف في بعض الاحيان عن المعنى المطلوب في دعوى المسؤولية عن العمل غير المشروع" [2]، ويرى الباحث أن هذا لا يعني أنه يصح تأسيس دعوى المنافسة غير المشروعة على أنها دعوى مسؤولية تقصيرية، لأنه كما هو معلوم أن المسؤولية العقدية تتطلب خطأ وضرر وعلاقة سببية، فهل يعقل أن نقول أن المسؤولية العقدية هي المسؤولية التقصيرية لانهما يشتركان في الاركان؟؟، إلى جانب ما تقدم نجد أن قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952م –المطبق في الضفة الغربية يقابلها المادة (34) من القانون المطبق في قطاع غزة– في المادة (34) أضاف شرطاً أساسياً لرفع دعوى مطالبة بتعويضات

---

[1] الصفار، زينة غانم عبد الجبار: المرجع السابق، ص 121.

[2] عرب، يونس: **النظام القانوني للمنافسة غير المشروعة في القانون الاردني**، بحث منشور على موقع www.arablaw.org، بتاريخ 2006/4/15، ص 33.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

وهو أن تكون العلامة التجارية المعتدى عليها والذي نتج عن التعدي عليها ضـــرر أن تكـــون مسجلة حسب الاصول الواردة في القانون[1].

وعليه فإنه قبل البحث في توافر الخطأ والضرر والعلاقة الســببية يجــب أن تكــون العلامة التجارية التي نتج عن إستعمالها (بطريق غير مشروع) ضرر يستلزم التعويض تــوافر تسجيل العلامة التجارية حسب الاصول.

إضافة الى أن دعوى المسؤولية عن العمل غير المشروع، تتطلب وجود الخطأ والضرر والعلاقة السببية بين الخطأ والضرر في حين أن دعوى المنافسة غير المشــروعة قــد يثبــت وجودها رغم عدم وجود خطأ أو ضرر، وفي بعض الاحيان يصعب إثبات العلاقة السببية بــين الخطأ والضرر، بل ويتعذر ذلك في بعض صور المنافسة غير المشروعة، الامر الذي يميز بين دعوى المسؤولية عن العمل غير المشروع ودعوى المنافسة غير المشروعة.

إن الشرط الوارد في نص المادة (34) السابق الذكر من حيث إشتراط التسجيل للعلامة التجارية حتى تقبل دعوى المطالبة بالتعويض عن أي تعد عليها، يقابله مرونة من جهه أخــرى فيما يتعلق بدعوى منع الاضرار، فإنه وأخذاً بالمفهوم المخالف في تفسيرالنصوص القانونية فإنه لا يشترط أن تكون العلامة التجارية مسجلة حتى يستطيع التاجر رفع دعوى منع إضــرار لأن التسجيل مطلوب فقط في حال طلب التعويضات.

**ثانياً:** فيما يتعلق بشخص رافع الدعوى، ففي المسؤولية التقصيرية يحق لأي شخص أصابه ضرر من جراء فعل شخص أخر أن يطالبه بالتعويض عملاً بنصوص المواد (19، 20، 92، 916، 922، 960) من مجلة الاحكام العدلية التي أخذت بالمبدأ العام "( لا ضرر ولا ضرار)،

---

[1] حيث نصت المادة (34) " لا يحق لإحد أن يقيم دعوى بطلب تعويضات عن أي تعد على علامة تجارية غير مســجلة في المملكة الأردنية الهاشمية إلا أنه يحق له أن يقيم دعوى لإبطال علامة تجارية سجلت في المملكة الأردنية الهاشمية من قبل شخص لا يملكها بعد أن كانت مسجلة في الخارج إذا كانت الأسباب التي يدعيها من الأســباب الــواردة فــي الفقرات (6، 7، 10، 12) من المادة (8) من هذا القانون".ويقابلها نص المادة (34) من القانون النافذ في قطاع غــزة والتي تنص على" لا يحق لإحد أن يقيم دعوى بطلب تعويضات عن أي تعد وقع على علامة تجارية غير مسجلة فــي فلسطين".

أما فيما يتعلق بدعوى المنافسة غير المشروعة " فإن رافع الدعوى يشترط فيه أن يكون تاجراً ويرفع الدعوى على تاجر اخر حيث يمارسان نشاطاً متماثلاً أو متشابهاً "[1]، من المعروف أن القانون التجاري بمعناه العام وخصوصاً قانون العلامات التجارية جاء لينظم أعمال فئة خاصة من المجتمع الا وهي فئة التجار، وعليه فإن نصوص القانون التجاري تخاطب التجارفقط وتنظم كيفية ممارسة حقوقهم وتحمل واجباتهم[2]، وعليه فإن المقصود في نص المادة (34) من قانون العلامات التجارية "لا يحق لأحد....." هو أنه لا يحق لأحد من التجار أو صاحب علامة تجارية أن يقيم دعوى مطالبة بتعويضات على تاجر اخر إلا إذا كانت العلامة التجارية مسجلة[3]، أما المستهلك العادي إذا أصابه ضرر من جراء علامة تجارية فإنه يحق له مطالبة صاحب العلامة التجارية بالتعويض عن الضرر الذي أصابه سواء كانت العلامة التجاريه هذه مسجلة أم لا، أما فيما يتعلق بدعوى المسؤولية التقصيرية فقد جاء تنظيمها في مجلة الأحكام العدلية في مجمل نصوصها إضافة إلى ما هو وارد في قانون المخالفات المدنية رقم (36) لسنة 1944م وتعديلاته وهي بالتالي تخاطب كل شخص في المجتمع يمكن أن تتوفر فيهاشروطها.

ولمزيد من التوضيح نضرب المثال التالي:

كان التنظيم القانوني للإعمال التجارية في السابق يندرج تحت القواعد العامة الواردة في مجلة الأحكام العدلية، ولكن نظراً للتطور و للخصوصية التي صارت الاعمال التجارية تتمتع بها فقد أفرد لها القانون قواعد خاصة تنظم حقوق وإلتزامات التجار، وقد تجلى ذلك في إصدار قانون التجارة رقم (12) لسنة1966م، حيث أوردت المادة (2) قانون التجارة المذكور قاعدة قانونية مؤكدة على إستقلالية القانون التجاري عن القانون المدني، حيث نصت المادة (2) على ما يلي:

1- إذا إنتفى النص في هذا القانون فتطبق على المواد التجارية أحكام القانون المدني.

---

[1] التكروري، عثمان: **الوجيز في شرح القانون التجاري الاردني**، ج1، بدون مكان النشر، 1998، ص 176.

[2] المادة (2/1) من قانون التجارة رقم 12 لسنة 1966.

[3] حمدان، ماهر: المرجع السابق، ص 103.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

2- على أن تطبيق هذه الاحكام لا يكون إلا على نسبة إتفاقها مع المبادئ المختصة بالقانون التجاري".

أي أن النص المذكور قيد سريان أحكام القواعد العامة والواردة في القانون المدني بقدر إتفاقها مع مبادئ القانون التجاري.

**ثالثاً:** إن إخضاع جميع أعمال المنافسة المشروعة منها وغير المشروعة دون تمييز حالة عن اخرى للقواعد العامة التي تحكم المسؤولية التقصيرية أمر يترتب عليه نتائج خطيرة للغاية، لأنه إذا سلمنا بإخضاعها للقواعد العامة فإن ذلك يؤدي إلى إمكانية مطالبة المتسبب بالضرر بالتعويض في جميع الاحوال، سواء كان الضرر ناتج عن منافسة غير مشروعة أو منافسة مشروعة وهذا يتناقض مع حرية المنافسة في التجارة الذي تكفله جل القوانين، وبالتالي فإن قيام التاجر بإفعال وإجراءات تدخل في نطاق المنافسة المشروعة وإذا ما نتج عن هذه المنافسة المشروعة ضرر بتاجر اخر فإن هذا الرأي يؤدي إلى إمكانية مطالبته بالتعويض، فهل من المعقول أن نطالب من إستعمل حقه في المنافسة المشروعة بالتعويض؟؟؟.

ولكن هنا يثار سؤال عن كيفية التمييز بين الافعال التي تعتبر مشروعة والافعال غير المشروعة؟؟.

لقد إنقسم الفقه في التمييز بين الافعال وتحديد ما يعتبر منها مشروعاً وما يعتبر غير مشروع الى إتجاهين هما:

**الاتجاه الاول:** ينطلق من المنافسة غير المشروعة هي جميع الافعال المخالفة للقانون ، لا في معناه الضيق وانما في معناه الواسع الذي يستوعب العادات التجارية والعقود الخاصة المنظمة للتنافس .وعلى ذلك فإن هذا الرأي يصنف افعال المنافسة غير المشروعة إلى فئتين هما :-

1. الممارسات المخالفة للقانون واللوائح: كتصريف التاجر لبضائعه باعتبارها تخص شخصاً اخر (مادة 37 من قانون العلامات التجارية الذي نصت على أنه "ليس في احكام

هذا القانون ما يؤثر في حق اقامة الدعوى على اي شخص بسبب تصريفه بضائع باعتبارها تخص شخصا آخر أو في تأمين حقوق صاحب البضاعة ).

2. الافعال المخالفة لعادات التجارة، وهي التي لا يشكل اتيانها خطأ منصوصاً عليه في تشريع عادي أو فرعي ولكنها مخالفة لعادة تجارية، [1] ويعتبر من قبيل الافعال المخالفة للعادات التجارية إستعمال شكل خارجي مشابه لشكل محل منافس، أو تقليد دعاية وإعلانات يقوم بها تاجر منافس[2].

**الاتجاه الثاني**[3]: إعتبر أعمال المنافسة غير المشروعة متعددة ولا تدخل تحت حصر، لكنها ترد في صور مختلفة تتمثل في ثلاث مجموعات هي:

1- أعمال من شأنها إحداث الخلط بين المتاجر أو منتجاتها.

2- إدعاءات غير مطابقة للحقيقة .

3- أعمال تهدف الى بث الاضطراب في مشروع منافس أو في السوق.

ويعتقد الباحث أن الاتجاه الاول أعلاه يعد الاكثر شمولية لإعتماده على مصدر القاعدة التي يمكن مخالفتها وبالتالي يتصور إحاطته بمختلف الصور، إضافة الى أنه يجب أن يكون للقاضي سلطة تقديرية في تحديد المشروع وغير المشروع من الافعال التي تشكل منافسة.

**رابعاً:** فيما يتعلق بتقدير قيمة التعويض، يلاحظ في المسؤولية التقصيرية أن التعويض يكون عما أصاب المضرور من ضرر وما فاته من كسب، في حين أن الحكم بالتعويض عن ما فاته من كسب لا يمكن تطبيقه على دعوى المنافسة غير المشروعة عندما يكون الهدف منها هو طلب التعويض، لان تحديد ما فات التاجر من كسب جراء التعدي الحاصل على علامته التجارية أمراً

---

[1] طه، مصطفى كمال: المرجع السابق، ص 623.

[2] تنص المادة (44) من مجلة الأحكام العدلية على أنه " المعروف بين التجار كالمشروط بينهم".

[3] طه، مصطفى كمال: المرجع السابق، ص 622.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

يصعب تحديد مقداره، إضافة الى صعوبة تحديد قيمة الضرر أصلاً. لذا عادة يحدد مقدار التعويض الذي يحصل عليه صاحب العلامة التجارية جزافاً بناءاً على سلطة القاضي التقديرية.

وبحسب رأي الباحث يتضح مما سبق أن تأسيس دعوى المنافسة غير المشروعة على أحكام المسؤولية التقصيرية ليس صحيحاً وكافياً لإسنادها من الناحية الواقعية والقانونية لكثرة الاستثناءات الواردة على المسؤولية التقصيرية عند تطبيق قواعدها على دعوى المنافسة غير المشروعة، إضافة الى الملاحظة حول الطبيعة القانونية الخاصة لهذه الدعوى، مما دفع الفقه القانوني الى البحث عن أساس أخر لدعوى المنافسة غير المشروعة تتلائم الى حد ما مع طبيعة هذه الدعوى، وهذا الرأي قادهم الى تأسيس هذه الدعوى على أساس التعسف في إستعمال الحق أو التجاوز فيه، وهذه ما سيتم دراسته في الفرع التالي مباشرة.

**الفرع الثاني: التعسف في إستعمال الحق**

من المعروف أن للشخص على ما يملك سلطات ثلاث، وهذه السلطات هي:سلطة الاستعمال وسلطة الاستغلال وسلطة التصرف، وهذه السلطات يقررها القانون ويوفر لها الحماية القضائية من أي إعتداء خارجي يبدر من الغير، كما أن هذه السلطات تمنح للشخص حرية التمتع بالحقوق[1]، ونظراً إلى أن حرية التمتع بالحقوق جاءت عامة مما قد يصاحبها تجاوز صاحب الحق حدود صلاحيته القانونية في ممارسة الحقوق الامر الذي قد يؤدي إلى إلحاق أضرار مدنية بالغير تتمثل في مضايقات أو إتلاف أموال للغير، لذا إبتدع فقه القانون نظرية التعسف في إستعمال الحق وذلك للحد من تجاوز الممارسات التي يمكن لصاحب الحق القيام بها على غير الوجه المطلوب منه.

و بناءاً على ماسبق فإن الاصل أن يستعمل الشخص حقه الخاص كما يشاء بشرط أن لا يلحق هذا الإستعمال إضراراً بمصلحة الغير، وذلك عملاً بالقاعدة الواردة في مجلة الأحكام العدلية وخصوصاً في المادة (19) والتي تنص على " لا ضرر ولا ضرار"، فالمالك له أن يبني في أرضه ما يشاء ولكن شرط أن لا يسبب لجاره أي ضرر ناتج عن بنائه في أرضه أو أن لا

[1] العبيدي، علي هادي : مرجع سابق، ص 15 وما بعدها.

يترتب على البناء أن يفوت عليه مصلحة مشروعة، وبمعنى أخر، إن إستعمال الحق المشـــروع ليس حقاً مطلقاً بل مقيد بضوابط الغرض منها أن لا يلحق هذا الاستعمال ضرراً بـــالاخرين [1]. هذا فيما يتعلق بنظرية التعسف في إستعمال الحق بشكل عام، والسؤال المطروح في هذا المقام، هل يصلح أن تؤسس دعوى المنافسة غير المشروعة على أساس نظرية التعسف في إســـتعمال الحق؟.

للإجابة عن هذا السؤال، وبالبحث نجد أنه عند تطبيق نظرية التعسف في إستعمال الحق على دعوى المنافسة غير المشروعة يمكن ملاحظة الامور التالية:

1- "يمكن أن يوجه الى نظرية التعسف في إستعمال الحق كأساس لدعوى المنافســـة غيـــر المشروعة نفس أوجه النقد الموجه الى هذه النظرية أساساً"[2]، وذلك على أساس أن الفقه القانوني إنقسم على نفسه فيما يتعلق بوجود أو عدم وجود نظرية التعسف في إســـتعمال الحق ، " فقد ذهب فريق من الفقهاء إلى أن مبنى نظرية التعسف في إستعمال الحق هو الخطأ المولد للمسؤولية التقصيرية وبذلك لم يجعلوا لهذه النظرية كياناً مستقلاً، وخـــالف هذا التأصيل فريق اخر من الفقهاء فجعلها ذات كيان مستقل وبين أن حقيقة التعسف هو إنحراف بالحق عن غايته [3]. وإذا سلمنا بأن نظرية التعســـف مـــاهي إلا جـــزء مـــن المسؤولية التقصيرية فإنه بالتالي يجب تطبيق القواعد العامة للمسؤولية التقصيرية فـــي حال التعسف في إستعمال الحق، وقد مر بنا أن القواعد العامة للمسؤولية التقصـــيرية لا تصلح كأساس لدعوى المنافسة غير المشروعة.

2- نظرية التعسف في إستعمال الحق –إذا سلمنا بوجودها– نظرية مدنية خالصة ولا تصلح أن تطبق على الاعمال التجارية، لأن من أول المعايير والضوابط لهذه النظرية هـــو أن

---

[1] تنص المادة (1192) من مجلة الأحكام العدلية على أنه :"كل من يتصرف في ملكه كيفما يشاء لكن إذا تعلق حق للغير به فيمنع المالك من تصرفه على وجه الإستقلال." وكذلك تنص المادة (1197) من مجلة الأحكام العدلية علـــى أنـــه" لا يمنع أحد من التصرف في ملكه ما لم يكن فيه ضرر فاحش للغير".

[2] حمدان، ماهر: المرجع السابق، ص 93.

[3] الدريني، فتحي: **نظرية التعسف في إستعمال الحق**، بيروت، مؤسسة الرسالة، ط2، 1977م، ص 349.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

يتوافر لدى الشخص المتعسف قصد التعدي أو قصد الاضرار بالغير، وهـذا المعيـار يتنافى مع طبيعة العمل التجاري المشروع، لانه من الممكن أن يلحق التـاجر ضـرراً بتاجر اخر إذا ما إستخدم الاول الطرق المشروعة في المنافسـة، ومعنـى اخـر، "إن أحـكام دعوى المنافسة غير المشروعة لا يكمن إعتبارهـا تطبيقـاً لأي معيـار مـن مـعاير التعسف في إستـعمال الحق بل لا يمكن أن يصدق عليها المعيـار الجـوهري للتعسف وهو معيار قصد الاضرار، لأن قصد الاضرار بالغير يكمن في صـميم كـل منافسة ولو كانت منافسة مشروعة"[1].

وعليه فإنه لا يمكن تطبيق هذا المعيار على المنافسة غير المشـروعة، ولمزيـد مـن التوضيح، فإنه لا بد لنا من إستعراض سريع لمعاير التعسف في إستعمال الحق:

1- توفر قصد التعدي أو قصد الاضرار بالغير: يكون الشخص متعسفاً في إستعمال حقة إذا إستعملة قاصداً الاضرار بالغير، مع ملاحظة أنه لا يغير من إعتبارالشخص متعسفاً في هذة الحالة أن يختلط لدية قصد الاضرار بالغير مع قصد تحقيق منفعة له. ومثال ذلـك: إذا قام صاحب العمل بفصل العامل لحالة من الحالات الواردة بقانون العمل فهو يستعمل حقه. فإن تبين أن الفصل كان بقصد الانتقام من العامل أو بقصـد التشـهير بـه كـان صاحب العمل متعسفاً في إستعمال حقه، ولكن يجب هنا أن يثبت العامل القصـد لـدى صاحب العمل والمتمثل في الإضرار بالعامل لأن صاحب العمل إستعمل حقه القـانوني في الفصل.كما أنه سبق التوضيح أن هذا المعيار لا يصلح أن يطبق على المنافسة غير المشروعة، مع الأخذ في الإعتبار "أن قصد الاضرار أو سوء النية لـيس شـرطاً فـي دعوى المنافسة غير المشروعة" [2].

2- عدم مشروعية المصلحة: لا شك بأن الشخص يكون متعسفاً في إستعمال حقه إذا كانـت المصلحة التي يتغياها صاحب الحق غير مشروعة بما في ذلك مثلاً إسـتعمال المنـزل

---

[1] محرز، أحمد محمد: **الحق في المنافسة المشروعة**، مجهول مكان النشر، مجهول سنة النشر، ص 326.

[2] حمدان، ماهر: المرجع السابق، ص 94 ، في الهامش.

لإغراض منافية للأداب العامة، وهذا المعيار أيضاً لا يصلح أن يطبق على دعوى المنافسة غير المشروعة لأن المصلحة المرجوة من إستخدام أساليب المنافسة المشروعة تكون دائماً تحقيق أكبر نسبة ربح للتاجر وهذا ينسجم مع طبيعة القصد من الاعمال التجارية بشكل عام.

3- عدم التناسب بين المنفعة من إستعمال الحق وما يصيب الغير من ضرر: يكون الشخص متعسفاً عندما يبغي من إستعمال حقه تحقيق مصلحة تعتبر تافهة مقارنة بما يصيب الغير من الضرر. ولكن يتعين في هذة الحالة أن يثبت رجحان الضررعلي المصلحة، فإن تبين أن المصلحة ترجح الضرر لا يكون صاحب الحق متعسفاً في إستعمال حقه. "والنقد الموجه الى هذا المعيار في مجال المنافسة غير المشروعة هو أن ما قد يصيب الغير من ضرر جراء هذه المنافسة قد يكون أقل بكثير من المنفعة التي تعود على المنافس، حتى ولو كانت منافسته غير مشروعة" [1].

4- معيار تجاوز ما جرى عليه العرف والعادة في إستعمال الحق: تتفق نظرية التعسف في إستعمال الحق مع دعوى المنافسة غير المشروعة في الأخذ بمعيار تجاوز الضررعلى ما جرى العرف على تقبله، لأن مخالفة العرف والعادة في الاعمال التجارية يرتب إمكانية مسائلة المخالف، لأنه يكون قد سللك طرقاً غير مشروعة من أجل تحقيق مصلحة له مخالفاً ما إستقر عليه للعرف والعادة. ولكن إتفاق نظرية التعسف مع دعوى المنافسة غير المشروعة في هذا المعيار فقط دون باقي الضوابط الاخرى لا يصلح عليه تأسيس دعوى المنافسة على نظرية التعسف.

ومما يجدر الاشاره اليه في هذا المقام أنه هناك إختلاف بين نظرية التعسف في إستعمال الحق وبين ما جاء في مجلة الأحكام العدلية في المادة (91) والتي تنص على" الجواز الشرعي ينافي الضمان"، وقصد الشارع بهذه المادة أنه هناك حالات ينتفي فيها ضمان الفعل الذي إذا نظر إليه مجرداً يعد غير مشروع ويضمن فاعله ما ينتج عنه من إضرار، إلا أن الشارع الحكيم

[1] حمدان، ماهر: المرجع السابق، ص 96.



www.9anonak.blogspot.com
9ANONAK.COM موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن www.9anonak.blogspot.com

أعفى الفاعل من ضمان النتائج الضارة إذا إقترن هذا الفعل بقصد إعتبره الشارع الحكيم مبـــرراً للإعفاء من المساءلة.

وبمقارنة نظرية التعسف في إستعمال الحق مع قاعدة الجواز الشرعي ينـــافي الضـــمان نجد الاختلاف هو أن أصل الفعل في نظرية التعسف في إستعمال الحق يكون مشـــروعاً ولكـــن الشخص قد تجاوز و تعسف في فعله المشروع، أما في قاعدة الجواز الشرعي ينـــافي الضـــمان فإن أصل الفعل يكون غير مشروع إبتداءاً إلا أن القصد منه يكون مشروع، ومثال ذلـــك، مـــن كسر باب منزل جاره الذي يحترق بقصد إنقاذ ماله، هنا أصل الفعل وهو الكسر غير مشـــروع ولكن القصد من هذا الفعل تحقيق مصلحة للغير، وعليه فلا يسأل عن التعويض من قام بالكسر.

وبناءاً على ما تقدم نخلص الى أنه لا يصلح أن تؤسس دعوى المنافسة غير المشروعة على أساس نظرية التعسف في إستعمال الحق ولا على أساس المسؤولية التقصيرية وكذلك الامر لا يصلح أن تأسس دعوى المنافسة غير المشروعة على قاعدة الجواز الشرعي ينافي الضـــمان، لأن أصل الفعل في الاخيرة يكون غير مشروع وهو عكس أصل الفعل فـــي حالـــة المنافســـة المشروعة، وبإختلاف الاصل بينهما يصبح من الصعوبة تأسيس أحدهما على الاخر.

وبعد هذا الجدل الفقهي في البحث عن الاساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة لابد من توضيح الشروط الخاصة لدعوى المنافسة غيرالمشروعة، وهذا ما ســيتم بحثـــه فـــي المطلب التالي.

**المطلب الثاني:**

**شروط دعوى المنافسة غير مشروعة**

إن عدم إنطباق شروط دعوى المسؤولية التقصيرية على دعوى المنافسة غير المشروعة جعل فقهاء القانون يبحثون على شروط قيام دعوى المنافسة غير المشروعة لما تتميز بـــه هـــذه الدعوى عن غيرها من الدعاوى، وعليه فقد إستقر الفقه القانوني على ضرورة تـــوفر شـــروط معينة حتى يحق للتاجر أن يرفع دعوى مساءلة عن منافسة غير مشروعة، وهي: وجود منافسة غير مشروعة من تاجر، وأن ينشأ عنها ضرر لتاجر اخر يعمل في أعمال تجارية مماثلة.

**أولاً: وجود منافسة غير مشروعة**

لا تقوم دعوى المنافسة غير المشروعة إلا إذا وجدت حالة تنافسية بين تاجرين يمارسان نوعاً واحداً أو متشابهاً من الاعمال التجارية، والتشابه أو التماثل المقصود بـــه فـــي المنافســـة التجارية ليس بالضرورة أن يكون ذلك التماثل المطلق بين الاعمال التجارية وإنمـــا يكتفـــى أن يكون التماثل نسبي بينها، ويعود تقدير التماثل أو التقارب بين النشاطين الى قاضي الموضـــوع، وفي هذا السياق لا تعتبر منافسة غير مشروعة بين تاجرين أحدهما صاحب محل لبيع الاقمشـــة والاخر صاحب محل لبيع الاحذية، إلا أن صاحب محل لبيع الملابس الجاهزة يمكنـــه أن يقـــيم دعوى منافسة غير مشروعة ضد صاحب محل لبيع الاقمشة إذا كان صاحب المحل الاول يتاجر كذلك في هذه الاقمشة.

ولا يكفي فقط أن تكون هناك حالة تنافسية بين تاجرين حتى تقوم دعوى المنافسة غيـــر المشروعة وإنما يجب أيضاً أن يكون قد سلك أحد التاجرين طرق غيرمشروعة فـــي المنافســـة وذلك بقصد الحصول على أرباح أكثر، وقد سبق التمييز بين الافعال التي تعتبر مشروعة وتلك غير المشروعة وذكرنا أنه يعد تجاوزاً لحدود المنافسة غير المشروعة إرتكاب أعمال مخالفـــة للقانون أو العادات أو إستخدام وسائل منافيه لمبادئ الشرف والامانة في المعاملات التجارية من شأنها إحداث إضطراب بين منشأتين تجاريتين. وبقي أن نذكر أنه "لا يلزم لإعتبار المنافسة غير المشروعة أن يتوفر سوء النية وقصد الاضرار لدى المنافس، بل يكتفي أن يصدر عن إهمال أو



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

عدم إحتياط من جانبه"[1]. وبمعنى أخر إن مجرد التجاوز في الحدود التي رسمها القانون ممنوع سواء كان بحسن نية أو بسوء نية وبغض النظر إن نتج ضرر أو لم ينتج.

ومن صور المنافسة غير المشروعة "إن التاجر الذي يضع علامة تجارية بقصد أن يستولي على عملاء تاجر اخر مزاحم له، ويعرض بضائعه ملفوفة بطريقة توجد إلتباساً في فكر المشتري اليقظ إذا لم توضع أمامه البضاعتان للمقارنة والتفرقة بينهما، ويعتبرعمله هذا مزاحمة غير مشروعة توجب الحكم عليه بالتعويض وبحجزوإعدام العلامات التجارية وإلزامه بنشر الحكم"[2].

كما يشترط أيضاً في المنافسة غير المشروعة وجود كلا النشاطين وقت القيام بأفعال المنافسة، وتأكيداً لشرط التزامن نذكر مثالاً من القضاء اللبناني بخصوص قضية جريدة المحرر، الذي جاء في حكم المحكمة " إن جريدة "المحرر" التي توقفت عن الصدور منذ أكثر من عشرين عاماً في لبنان وأنه بسبب توقفها المستمر فقدت عنصر الزبائن من مشتركين أو قراء أو معلنين، وحيث أن فقدان جريدة "المحرر" لزبائنها المستمر عن الصدور مدة عشرون عاماً يؤدي إلى إستمالة إسناد إرتكاب وسائل الغش والخداع الى المدعي عليه لتحويل زبائن "المحرر" ليصبحوا زبائن "المحرر نيوز " [3].

**ثانياً: أن ينشأ ضرر عن هذه المنافسة غير مشروعة**

إذا حصلت حالة تنافسية غير مشروعة على تاجر فإنه من الطبيعي أن يصاب بضرر، وهذا الضرر إما أن يكون ضرراً مادياً أو معنوياً (أدبياً) وفي كلا النوعين يصعب تقدير ذلك الضرر خصوصاً إذا كان ضرراً أدبياً، وهذا يستتبع صعوبة في تحديد مقدار التعويض اللازم، وعليه لا يشترط أن يكون الضرر قد وقع فعلاً وإنما يكتفى بأن يكون الضرر محتمل الوقوع في

---

[1] طه، مصطفى كمال : مرجع سابق، ص621.

[2] قرار لمحكمة مصرية منقول عن:www.mybiznas.com/abdlaw/ejtihad-mokhtar.htm بتاريخ 2006/4/15.

[3] قرار لمحكمة لبنانية منقول عن:www.mybiznas.com/abdlaw/ejtihad-mokhtar.htm بتاريخ 2006/4/15.

المستقبل بشرط أن يثبت هذا الضرر الذي سيقع لا محالة نتيجة خطأ من أتى فعل من أفعال المنافسة غير المشروعة.

"إن عدم إشتراط وقوع الضرر في الحال والإكتفاء بالضرر المحتمل هو الذي يفسر لنا أن دعوى المنافسة غير مشروعة لا تهدف فقط الى تعويض صاحب المحل التجاري، وإنما تهدف كذلك إلى إتخاذ الاجراءات الكفيلة لمنع وقوع الضرر في المستقبل"[1]، وهذا يؤكد أن نطاق دعوى المنافسة غير المشروعة أوسع و أشمل من نطاق دعوى المسؤولية التقصيرية، وعليه وبعد دراسة نصوص قانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952م –المطبق في الضفة الغربية والقانون رقم (35) لسنة 1938م المطبق في قطاع غزة– وخصوصاً نص المادة (34) منه التي جاء فيها:

" لا يحق لأحد أن يقيم دعوى مطالبة بتعويضات عن أي تعد عن علامة تجارية غير مسجلة في المملكة الأردنية الهاشمية.."، وهكذا نجد بناءاً على ما سبق أن المشرع نص على شرط خاص فيما يتعلق بدعوى المنافسة غير مشروعة إذا كان القصد منها مطالبة بتعويضات، وهذا الشرط هو أن تكون العلامة التجارية مسجلة في سجل لعلامات التجارية حسب الاصول، وعليه فإنه قبل البحث عن الشروط الموضوعية لدعوى المنافسة الغير مشروعة السابقة الذكر، لابد من توافر الشرط الشكلي وهو التسجيل للعلامة التجارية، وهذه الخصوصية –فيما يتعلق بالتسجيل– جاءت حصراً فقط فيما يتعلق بأي تعد عن علامة تجارية، اما إذا كانت الغاية من دعوى المنافسة الغير مشروعة هو منع الاضرار فإنه وبالإستعانة بالقواعد الفقهية المتبعة في تفسير النصوص القانونية وخصوصاً قاعدة " مبدأ المخالفة الضمنية للنص"، يتضح من نص المادة (34) من قانون رقم (33) لسنة 1952م –يقابلها المادة (34) من القانون النافذ في قطاع غزة– أن المشرع إشترط التسجيل فقط فيما يتعلق بالتعويضات دون ذكر موضوع منع الاضرار، وعليه فإن دعوى المنافسة غير المشروعة إذا قصد منها منع الاضرار فإنه يكتفى بالشروط الموضوعية فقط دون الشرط الشكلي.

[1] في هذا المعنى: الغريب، محمد سلمان: المرجع السابق، ص301.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

أخيراً يتضح أن الطبيعة القانونية الخاصة للإعمال التجارية تفرض نفسها على دعــوى المنافسة غيرالمشروعة، بحيث أخرجت نفسها من نطاق القواعد العامــة المتعلقــة بالمســؤولية التقصيرية وليس ذلك وحسب بل أرست لها قواعد خاصة تتلائم مع الخصوصية القانونية التــي تتميز بها تلك الاعمال.

**المبحث الثاني:**

**الحماية بالحذف والإجراءات التحفظية:**

تعتبر دعوى المنافسة غير المشروعة من أهم صور الحماية المدنية للعلامــة التجاريــة ولكن هي ليست الوسيلة الوحيدة للحماية المدنية للعلامات التجارية، بل أن هناك صور اخــرى أوردها المشرع في القانون المنظم للعلامات التجارية، وهذه الصور هي ترقين العلامة التجارية، وكذلك الحماية الوقتية والتي تتمثل في بعض الاجراءات الوقتية، وعليه سأتناول هذه الصور فيما يلي.

**المطلب الاول: حذف العلامة التجارية وإلغائها**

نظمت الفقرة 5 من المادة 25 من قانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952م –ويماثلها نص المادة (5/25) من القانون رقم (35) لسنة 1938م النافذ في قطاع غزة– طلب شطب أو حذف العلامة التجارية أو إلغائها فقضت "إن كل طلب يقدم لحذف علامة تجارية من السجل بسبب عدم وجود ما يسوغ تسجيلها بمقتضى أحكام المواد ( 6 أو 7 أو 8) من هذا القانون أو بسبب أن تسجيل تلك العلامة تنشأ عنه منافسة غير عادلة بالنسبة لحقوق الطالب في المملكة الاردنية الهاشمية يجب أن يقدم خلال خمس سنوات من تسجيل تلك العلامة". ويعد طلب الترقين أهم التطبيقات لفكرة المنافسة غير المشروعة بل هي في الحقيقة ترتكز عليها، لأن الفرض هنا أن شخصاً قد قام بتسجيل علامة تجارية على نحو صحيح واستكملت إجراءت تسجيلها بإسم شخص معين، في وقت يتقدم شخص آخر ويدعي أن ذات العلامة أو علامة شديدة الشبه بها مسجلة سابقاً بإسمه، وإن إستخدام العلامة المطلوب حذفها يحدث منافسة غير مشروعة ويؤدي لتضليل الجمهور.

كذلك نجد أن المادة (1/22) من قانون العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية- يقابلها نص المادة (1/22) من قانون العلامات التجارية النافذ في قطاع غزة- تنص على "يجوز لأي شخص ذي مصلحة دون إجحاف بالصفة العامة التي تتصف بها أحكام المادة (25) من هذا القانون أن يطلب إلغاء تسجيل أي علامة تجارية بانياً طلبه ذلك على أنه لم يكن ثمة نية صادقة لاستعمال تلك العلامة للبضائع التي سجلت من أجلها وأنها في الواقع لم تستعمل إستعمالاً حقيقاً فيما يتعلق بتلك البضائع أو بناء على أن تلك العلامة لم تستعمل بالفعل خلال السنتين التين تقدمتا الطلب إلا إذا ثبت في كل حالة من هاتين الحالتين أن عدم إستعمال تلك العلامة يرجع إلى وجود أحوال تجارية خاصة وليس الى وجود نية ترمي الى عدم إستعمال العلامة المذكورة أو التخلي عنها فيما يتعلق بالبضائع التي سجلت من أجلها".

وعليه فإنه إستناداً لهذه المادة يمكن شطب العلامة التجارية من سجل العلامات التجارية متى كان وجودها فيه مخالفاً لأحكام القانون والتي يمكن ردها الى الحالات التالية[1]:

**الاولى:** إذا لم يكن هناك سبب يدعو الى بقائها في السجل أو إذا كان تسجيل العلامة التجارية قد تم خلافاً للقانون.

**الثانية:** إذا تم إستعمال العلامة التجارية المطلوب ترقينها لغير تمييز البضائع التي هي من إنتاج طالب التسجيل أو صنعه أو إنتاجه أو ما أصدر شهادة بها أو البضائع التي يتجر أو التي ينوي الأتجار بها.

**الثالثة:** إذا كانت العلامة التجارية المطلوب ترقينها من السجل مخالفة للشروط الموضوعية اللازم توافرها فيها.

**الرابعة:** إذا كانت العلامة التجارية المطلوب ترقينها من السجل من العلامات المحظورة قانوناً.

**الخامسة:** إذا كان بقاء العلامة التجارية المطلوب ترقينها من السجل من العلامات التي ينشأ عنها منافسة غير عادلة بالنسبة لحقوق طالب الترقين في العمل.

---

[1] زين الدين، صلاح: المرجع السابق، ص169.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

وفي ذلك قضت محكمة العدل العليا الاردنية[1]: "يتبين من نصوص المواد (34، 5/25) من قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952 أنه لمستعمل العلامة التجارية السابقة الذي أصبحت العلامة مميزة لبضائعه الحق في ترقين العلامة التجارية المسجلة بإسم شخص اخر إذا توافرت الشروط التالية :

1- اذا ثبت ان هنالك تشابها بين العلامتين من شأنه أن يؤدي الى غش الجمهور.

2- اذا كان استعمال العلامة الاولى سابقاً لتاريخ وتسجيل العلامة المطلوب حذفها.

3- اذا لم يمر على تسجيل العلامة المطلوب ترقينها مدة خمس سنوات".

وقضت ذات المحكمة[2]: "لمستعمل العلامة التجارية التي أصبحت مميزة لبضائعه الحق في ترقين العلامة التجارية التي سجلت بإسم شخص اخر إذا ثبت أن هناك تشابهاً بين العلامتين من شأنه أن يؤدي الى غش الجمهور وإذا كان إستعمال العلامة الاولى سابقاً لتاريخ تسجيل العلامة المطلوب حذفها ولم يمض على تسجيل العلامة المطلوب ترقينها مدة خمس سنوات وذلك طبقا للمادة 34 والمادة 5/25 من قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952وعليه وبما أن المستدعية تملك نفس العلامة التجارية ومسجلة بإسمها في الخارج وإستعملت هذه العلامة استعمالاً سابقاً لتاريخ تسجيل العلامة التجارية بإسم المستدعى ضدها، كما أنها استعملت هذه العلامة في الاردن إذ كانت ترد إليها منتوجاتها وباستمرار حتى أصبحت هذه العلامة معروفة شكلاً ومميزة لبضائعه ومشهورة ورائجة ومستقرة في أذهان الجمهور في الاردن. وبما أن العلامتين متطابقتين تماماً في الاسم حرفا ولفظاً ولذات الاصناف ومن شأن هذا التطابق أن يؤدي الى غش الجمهور وبما انه لم يمض على تسجيل العلامة المطلوب ترقينها مدة خمس سنوات فيكون قرار مسجل العلامات التجارية بترقين العلامة التجارية المسجلة بإسم المستدعى ضدها متفقا وأحكام القانون".

---

[1] عدل عليا رقم 76/73 المنشور على الصفحة 1617 من مجلة نقابة المحامين لسنة 1979.

[2] عدل عليا رقم 95/306 تاريخ 1995/10/29 المنشور على الصفحة 641 من مجلة نقابة المحامين لسنة 1996

ويجب أن يتم تقديم طلب حذف أي علامة تجارية مسجلة خلال خمس سنوات من تاريخ التسجيل تلك العلامة المنوي ترقينها، ويترتب على هذا الترقين فقدان العلامة المرقنة للحماية وعليه قضت محكمة العدل العليا الاردنية[1]: "إن كل طلب يقدم لحذف علامة تجارية من السجل بسبب عدم وجود ما يسوغ تسجيلها أو ينشأ عن تسجيلها منافسة غير عادلة، يجب أن يقدم خلال خمس سنوات من تسجيل العلامة، وأن مدة التقادم تبدأ من تاريخ تسجيل العلامة تسجيلاً فعلياً (قيدها في السجل) وليس من تاريخ تقديم طلب التسجيل".

وعليه "فإنه يلاحظ أن شطب العلامة من سجلات إدارة التسجيل العلامات لا يكون فقط إذا لم يتقدم صاحب الحق بطلب لتجديد الحماية المقررة في نهاية فترة الحماية، إنما أيضاً إن لم يقم صاحب الحق في إستعمال العلامة لمدة خمس سنوات متصلة، ففي هذه الحالة يكون من حق أي صاحب شأن إن أثبت للمحكمة عدم إستعمال تلك العلامة لمدة خمس سنوات متصلة أن تأمر بشطب تلك العلامة من السجلات إلا إن أثبت صاحب العلامة للمحكمة بوجود مبررات لم تمكنه من إستعمال العلامة في تلك الفترة"[2] ، كما ان تسجيل العلامة التجارية ليس ناهياً لأي حق للغير فيها، فقد يستطيع أحدهم ان يسجل علامة تجارية ليس له الحق في تسجيلها وإستخدامها لتمييز بضائعه، وعليه فإن تسجيل العلامة لا ينهي حق الغير في المطالبة بشطبها متى كانت قد تم تسجيلها بدون وجه حق [3].

**المطلب الثاني: الإجراءات التحفظية (منع الاضرار)**

إن قيمة العلامة التجارية تكمن في سمعتها لذا فإن قانون العلامات التجارية يكفل حماية قانونية شمولية للعلامات التجارية المسجلة، ويتضح ذلك في المادة (39) من قانون العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية –ويماثلها المادة (39) من قانون العلامات التجارية النافذ في قطاع غزة– حيث نظمت إجراءات الحماية الوقتية أو التحفظية ونصت المادة على "يجوز للمحكمة التي تحاكم أي شخص متهم بمقتضى المواد السابقة أن تأمر بمصادرة أو إتلاف كافة البضائع و مواد الرزم واللف والاعلان واللوحات والطوابع الخشبية والمعدنية والأختام وغير

---

[1] قرار رقم 90/150 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة 1993، ص 28.

[2] الجنبيهي، منير محمد وأخرون: **العلامات والاسماء التجارية**، دار الفكر الجامعي، الأسكندرية، 2000، ص 33.

[3] الجنبيهي، منير: المرجع السابق، ص 34.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

ذلك من الأدوات والمواد المستعملة لطبع العلامة أو مواد اللف او الرزم أو الاعلانات أو المواد الاخرى التي أُرتكب الجرم بشأنها"، يتضح من نص المادة أنها أجازت لصاحب الحق الذي اعتدي على علامته التجارية وفي معرض دعواه المدنية أو الجزائية، وكطلب فيها أو طلب سابق لها –أي كطلب مستعجل يستلزم إقامة الدعوى الموضوعية في مدة ثمانية أيام تالية له، وفي جميع الاحوال يجب أن تكون هذه الطلبات مشفوعة بكفالة عطل وضرر إذا كان مقدم الطلب أو رافع الدعوى غير محق بدعواه– أن يطلب ما يلي:

1- وقف التعدي على علامته التجارية.

2- الحجز التحفظي على البضائع التي إرتكب التعدي بشأنها أينما وجدت.

3- المحافظة على الادلة ذات الصلة بالتعدي.

إن طلب الحجز التحفظي لا يقتصر على وقف الانتاج أو منع تقديم الخدمة، لكنه يمتد الى طلب حجز البضائع والمواد وأدوات الانتاج التي تستخدم في أفعال المنافسة غير المشروعة، وهو كإجراء قضائي مستعجل وتحفظي يخضع لما يخضع له الحجز التحفظي من أحكام مقررة في قانون أصول المحاكمات المدنية والتجارية الفلسطيني رقم (2) لسنة 2001م، (المواد من 266 الى 273)[1] ، لكن يثور سؤال، أليس الحجز التحفظي عادة يكون بصدد إدعاءات بحقوق محددة المقدار ثابتة أقرب ما تكون لاحتمال الحكم بشأنها لصالح مدعيها، فكيف يكون ذلك في حالة المنافسة غير المشروعة التي تنطوي إبتداء على منازعة حول ما إذا نافس فلان فلاناً وما إذا كانت المنافسة أصلاً غير مشروعة؟؟ أليست المنافسة كفعل ضار أو غير مشروع تتطلب ثبوت الفعل الضار؟؟ أليس مثل هذا الثبوت يتجاوز ظاهرالبينة التي يعتمد عليها القاضي عادة في إقرار الحجز التحفظي أو رفضه ؟؟ ألا يتطلب إقتحام البينة وترجيحها والدخول في صلب الموضوع ؟؟ هل هذا مما يملكه قاضي الأمور المستعجلة؟.

---

[1] نشر هذا القانون بتاريخ 05/ 2001/09 في العدد (38) من الوقائع الفلسطينية، وتنص المادة (3/266) من قانون أصول المحاكمات المدنية والتجارية على: "يجب أن يكون مقدار الدين معلوماً ومستحق الأداء وغير مقيد على شرط.."، كذلك تنص (4/266) على انه:"لا يجوز أن يحجز من أموال المدين إلا بما يفي بقدار الدين والرسوم والنفقات ما لم يكمن المال المحجوز غير قابل للتجزئة".

إن القضاء المستعجل ليس من إختصاصه وهو بصدد ولايته ودوره أن يطال في قراراته أصل الحق أويقضي بما يعد حكماً في الموضوع أو فصلاً في الدعوى. وفي ذلك قضت محكمة الاستئناف الاردنية بقرار لها [1] أن: "مسألة وقف تنفيذ القضية الاجرائية تسند الى مقولة مفادها أن التبليغات التي حررت بها باطلة، وهي ذات الواقعة التي ترتكزعليها الدعوى الموضوعية مما يعني أن البحث بها يستلزم المساس بالموضوع الذي لا يملك قضاؤنا المستعجل التصدي له".

أما فيما يتعلق بتطبيق القواعد العامة الواردة في قانون أصول المحاكمات المدنية و التجارية الفلسطيني، ومهما تكن تلك القواعد سواء كانت متعلقة بالاجراءات التحفظية أو طرق الطعن أو غيرها فقد قضت محكمة التمييز الأردنية[2] في قرار لها هذا الصدد ما يلي:- "إن طرق الطعن المنصوص عليها في قانون أصول المحاكمات المدنية لا تسري إلا على الاحكام الصادرة بمقتضاه وفي الدعاوى المقامة وفقاً لاحكامه ما لم يرد نص خاص بخلاف ذلك".

وبناءاً على هذا القرار فإنه لا يجوز القول بأن القواعد العامة الوادة في قانون أصول المحاكمات المدنية والتجارية -وخصوصاً فيما يتعلق بالإجراءات التحفظية- تصلح أن يعتمد عليها فيما يتعلق بالإجراءات التحفظية في موضوع العلامات التجارية.

كما أنه جاء في قرار لمحكمة الأستئناف الأردنية[3] " 1- إذا كان الدين مازال محل نزاع بين الطرفين وليس مستحق الأداء فإن عناصر المادة (141) من الأصول المدنية تكون غير متوفرة في طلب الحجز"، فإذا كان الدين متنازعاً عليه فإنه لا يجوز طلب إيقاع الحجز التحفظي، في حين أن يصعب تحديد ما يعتبر من المنافسة المشروعة من غير المشروعة والذي يترتب على تحديدها إمكانية المطالبة بإيقاع الحجز التحفظي. كل هذه الدلائل تشير إلى أنه لا يمكن تطبيق القواعد العامة على موضوع المنافسة غير المشروعة الناتجة عن العلامة التجارية.

---

[1] قرار رقم 2001/205 تاريخ 2001/9/18 منشور على www.arablaw.org بتاريخ 2006/04/17.

[2] قرار رقم 1990/183 تاريخ 1991/12/19 منشور في مجلة نقابة المحامين ص 1083 سنة 1992.

[3] قرار رقم 91/1521، نقلاً عن الصمادي، حازم نعيم: **قرارات محكمة الأستئناف في الأمور المستعجلة**، مكتبة دار الثقافة، عمان، 1997، ص 186.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

ولكن سبق أن تم تناول موضوع منع الإضرار في إطار دعوى المنافسة الغير مشروعة، وذكرعندئذ أنه يمكن لصاحب العلامة التجارية غير المسجلة رفع دعوى منافسة غير مشروعة بقصد منع الإضرار وإتخاذ إجراءات وقتية تحفظية على وجه الاستعجال القصد منها توفير حماية مؤقته لعلامته التجارية دون إشتراط أن تكون العلامة التجارية المعتدى عليها مسجلة، ولكن هناك شروط معينة يجب توافرها لإستصدار الإجراء التحفظي، وهذه الشروط هي[1]:

1- **وجود حق يقرره القانون:** وهذا الحق هو المصلحة المشروعة التي يحميها القانون سواء أكانت هذه المصلحة التي يسعى المدعي لتحقيقها مادية أم معنوية، وهي وحدها التي تصلح أساساً لقبول الدعوى، فإذا لم يتوفر قاعدة قانونية تحمي المصلحة فلا تسمع الدعوى، وتتمثل مصلحة صاحب العلامة التجارية في وقف التعدي على علامته التجارية بأي صورة كان عليها الاعتداء، ولكن بشرط أن تكون هذه المصلحة حقيقية وجديرة بالحماية.

2- **وقوع إعتداء على هذا الحق:** لا يكفي وجود حق يقره القانون لإصدار الاجراء التحفظي المناسب لحماية العلامة التجارية، وإنما لا بد أن يقع إعتداء على هذا الحق المراد حمايته، ويتمثل هذا الشرط بقيام شخص ما بإنتاج علامات مملوكة للغير أو تصنيع أو إستيراد أو تسويق منتجات تحمل هذه العلامات، والاعتداء المقصود في هذا الشرط هو الاعتداء الملموس على العلامة التجارية، وعلى صاحب العلامة التجارية ان يثبت واقعة الاعتداء على علامته التجارية، وتطبيقاً لذلك فقد حصلت شركة "والت ديزني" الامريكية على امر من المحكمة بوقف نشر رسوم كريكاتيرية لميكي ماوس دون إذن، لم يكن السبب في ذلك هو ان ميكي ماوس هو علامة تجارية مسجلة خاصة بديزني فحسب، ولكن أيضاً لأن ديزني يملك حقوق المؤلف على صورة ميكي ماوس [2]

---

[1] محمود، أحمد صدقي: **الحماية الوقتية لحقوق الملكية الفكرية**، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004، ص 15.

[2] نقلاً عن، محمود، أحمد صدقي: المرجع السابق، ص 29.

أخيراً يتضح لنا أن هناك صوراً عديدة للحماية المدنية للعلامة التجارية أوردها قـــانون العلامات التجارية متمثلة في دعوى المنافسة غير المشروعة وكذلك ترقين العلامـــة التجاريـــة إضافاً الى الحماية الاجرائية، لكن المشرع لم يكتفي بهذه الحماية فقط إنمـــا أضـــاف العنصـــر الجزائي متمثلاً بالحماية الجزائية للعلامة التجارية على كل من يرتكب فعل نص عليه القـــانون المذكور، وهذا ما سيتم بحثه في الفصل الثالث.

9ANONAK



www.9anonak.blogspot.com

موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

# الفصل الثالث

# الحماية الجزائية للعلامة التجارية

## الحماية الجزائية للعلامة التجارية

إن العلامة التجارية أصبحت تشكل ثروة هامة من الناحية التجارية، فقد أوضحت الاحصائيات أن قيمة بعض العلامات التجارية العالمية والمشهورة على الصعيد الدولي قد تجاوزت مبلغ (36) بيليون دولار (العلامة التجارية كوكا كولا)[1]، وقد وضعت معظم دول العالم قوانين خاصة تحمي العلامات التجارية، وهذه الحماية لا تقتصر على إلزام المعتدي على العلامة التجارية المسجلة بدفع تعويضات مادية، حيث أن هذه الحماية المدنية لا تكفي وحدها لمنع الاعتداء على العلامة التجارية بل توسع المشرع في الحماية القانونية ليشمل عنصر العقاب على المعتدي وذلك من خلال دعوى جزائية يرفعها صاحب العلامة التجارية على المعتدي.

وعليه فقد نظم المشرع موضوع الحماية الجزائية للعلامة التجارية في المواد (38) و (39) من قانون العلامات التجارية ، وكذلك المواد (3) و (11) من قانون علامات البضائع، حيث حددت المواد السابقة صراحاً وبشكل حصري لا مجال فيه للقياس عليها أو التوسع فيها صور الإعتداء على العلامة التجارية والتي تدخل ضمن نطاق التجريم، وهذا ما يميز الحماية الجزائية عن الحماية المدنية للعلامات التجارية، إذ أنه هناك إشكالية في تحديد وحصر الافعال التي تعتبرغير مشروعة والتي تعتبر ضرورية لقيام دعوى المنافسة الغير المشروعة للمطالبة بتعويضات، في حين أنه يستلزم لقيام الحماية الجزائية توافر أركان ثلاثة في الفعل، وهذه الاركان هي، الركن المادي والركن المعنوي والركن القانوني.

إن البحث في الحماية الجزائية للعلامات التجارية يقتضي البحث في الجرائم الواردة في القانون من حيث أركانها والعقوبات المنصوص عليها، هذا من جهه، ومن جهه ثانية، هناك قواعد عامة تتعلق بالحماية الجزائية للعلامات التجارية، وعليه سيتم تقسيم هذا الفصل الى مايلي:

المبحث الاول: القواعد العامة في الحماية الجزائية للعلامات التجارية.

المبحث الثاني: الجرائم الواقعة على العلامات التجارية.

---

[1] الصفار، زينة غانم عبد الجبار: مرجع سابق، ص 162.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن www.9anonak.blogspot.com

**المبحث الاول:**

**القواعد العامة في الحماية الجزائية للعلامات التجارية:**

قد ينشأ عن الحماية الجزائية للعلامة التجارية–في غالب الأحيان– عقوبات مانعة أو سالبة للحرية متمثلة بالحبس أوعقوبات مادية متمثلة في الغرامة أو كلاهما، فإنه لا بد أن تخضع الحماية الجزائية لضوابط معينة يجب توافرها في العلامة التجارية حتى يصبح من حق صاحب العلامة التجارية المسجلة من طلب هذه الحماية، وهذه الضوابط هي، أن تكون العلامة التجارية المعتدى عليها مسجلة، كما ان هذه الحماية تنصب على الحق في العلامة التجارية، كذلك فهذه الحماية مقيدة من حيث الزمان ومن حيث المكان، أخيراً فإن هذه الحماية الجزائية لا تؤثر على الإدعاء بالحق الشخصي، وفيما يلي دراسة لهذه القواعد.

**أولاً: الحماية الجزائية مقصورة على العلامة التجارية المسجلة.**

يقصد بتسجيل العلامة التجارية إستيفاء العلامة المنوي تسجيلها لشروط موضوعية و اخرى شكلية في العلامة التجارية، وبتمام عملية التسجيل بالشكل المنصوص عليه في القانون يوفر نوعين من الحماية القانونية وهما الحماية المدنية والحماية الجزائية، وعليه تدور الحماية الجزائية وجوداً وعدماً مع التسجيل، فإن تم التسجيل قامت الحماية الجزائية، وإن إنعدم التسجيل إنعدمت الحماية الجزائية، أي أن الاعتداء على علامة تجارية مسجلة يشكل جريمة يعاقب عليها القانون طول فترة تسجيلها والتي هي (سبع سنوات)[1] ، إلا إذا قام صاحبها بتجديديها مرة أخرى، فعندئذ تمتد الحماية تلقائياً مع التجديد.

ولكن السؤال المطروح في هذا المقام متى تعتبر العلامة التجارية مسجلة حتى تقوم الحماية الجزائية؟ أتعتبر مسجلة بمجرد تقديم طلب التسجيل؟ أو من تاريخ صدور شهادة التسجيل من الجهة المختصة؟ أو تعتبر مسجلة وتكتسب الدرجة القطعية بعد مرور الخمس سنوات التالية لصدور شهادة التسجيل بحيث تصبح محصنة من أي ترقين؟

[1] المادة (20) من قانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952م.

لقد نص قانون العلامات التجارية في المادة (1/15) "....وتسجل العلامة التجارية بتاريخ الطلب بإعتبار هذا التاريخ تاريخ التسجيل....."، لم توضح هذه المادة متى تعتبر العلامة التجارية مسجلة، ولا يعقل القول بأن العلامة تعتبر مسجلة بمجرد تقديم الطلب لمسجل العلامات التجارية، وقد كان هذا الموضوع محل لإجتهادات فقهية لتحديد متى تعتبر العلامة التجارية مسجلة، هناك رأيان في هذا الصدد، الرأي الاول[1] "يرى أنه يجب أن نعطي المتهم الحق أو الفرصة في إثبات حسن نيته في جميع الاحوال".والرأي الثاني[2] يرى أنه "لا محل للأخذ بهذا النص على إطلاقه، ولا محل للقول بأن الحماية الجزائية للعلامة التجارية تبدأ من تاريخ تقديم طلب التسجيل، بل أوجب القانون أن تكون العلامة قد تم تسجيلها".

ويرى الباحث أن الرأي الاول والذي مفاده بأنه يجب إعطاء المتهم فرصة في إثبات حسن نيته يتعارض مع القانون، لأن نص المادة (38) من قانون العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية –يقابلها المادة (38) من قانون العلامات التجارية النافذ في قطاع غزة– نصت على" كل من يرتكب بقصد الغش فعلاً من الافعال التالية أو حاول إرتكابه أو ساعد أو حرض شخصاً اخرعلى إرتكابه يعاقب بالحبس مدة لا تتجاوز سنة واحدة أو بغرامة لا تتجاوز مائة دينار أو بكلتا هاتين العقوبتين."، نلاحظ أن نص المادة قد أوضحت ان قصد الغش (سوء النية) مفترض في المتهم، وليس ذلك فقط بل أن القانون يعاقب على الشروع في إرتكاب أحد الافعال المجرمة والورادة في القانون، إضافاً الى أن هذا الرأي يعالج موضوع الركن المعنوي (قصد العش)–مع العلم أن هذا ركن أساسي في الفعل المجرم–، وعليه فإن أُعطي المتهم فرصة إثبات حسن النية في جميع الاحوال وأفلح في ذلك، فإنه ينفي الركن المعنوي وليس ركن التسجيل وباتالي لا جدوى من إعطائه فرصة إثبات حسن نيته، وعليه فإنه ليس هناك علاقة بين توافر حسن النية أو سوءها وبين الركن المفترض وهو التسجيل.

أما الرأي الثاني والذي إعتبر أنه لا يمكن القول بأن الحماية الجزائية تبدأ من تاريخ تقديم طلب التسجيل، وإنما من تمام عملية التسجيل المنصوص عليها في القانون، وبحسب رأي

---

[1] منصور، محمد: **العلامات التجارية–جريمة الغش التجاري**، مجهول الناشر، مجهول مكان النشر، 1955م، ص 109.

[2] الخولي، أكثم: مرجع سابق، ص 733.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن www.9anonak.blogspot.com

الباحث فإن هذا الرأي هو الأقرب إلى الصواب، لأن نص المادة (1/38) من قانون العلامات التجارية "1- يستعمل علامة تجارية مسجلة بمقتضى القانون..."، والمقصود بالمسجلة تلك العلامة التجارية التي إستوفت كامل المتطلبات الوادرة في القانون، ولا يسري الأمر على الطلبات التي تقدم من أجل تسجيل علامة تجارية، لأن هذه الطلبات لا تنتج أي أثر قانوني لمقدمها يتعلق بالحماية القانونية، إضافاً إلى أن التسجيل يعتبر قرينة قانوية قابلة لإثبات العكس خلال الخمس السنوات التالية لتسجيل العلامة التجارية (وهي مدة ترقين العلامة التجارية)، إلا أنه وبمرور هذه المدة يصبح التسجيل قرينة قانونية قاطعة لا تقبل إثبات العكس، وعليه فإن وقع إعتداء على علامة تجارية خلال هذه الخمس سنوات فإن المعتدي لا يحق له الدفع بحسن نيته أو الدفع بأن تسجيل العلامة التجارية لم يكتسب الدرجة القطعية بعد، وإنما عليه أن يثبت عدم أحقية صاحب العلامة المسجلة لها، عندئذ إن نجح في ذلك فإنه ينفي قرينة التسجيل ويفقد الفعل الجرمي ركنه القانوني وباتالي لا يمكن رفع دعوى جزائية عليه لإنتفاء الركن القانوني وهو نص القانون [1].

وتجدر الاشارة إلى أن الحماية الجزائية عن العلامة التجارية المسجلة تسقط في حالتين:

1- كون العلامة التجارية عبارة عن الأسم الشخصي أوالعنوان التجاريين للغير. المادة (36) من قانون العلامات التجارية[2].

2- بطلان تسجيل العلامة التجارية، وذلك يكون عندما تفقد العلامة التجارية شرط المشروعية أو شرط الجدة أو غيرها من الشروط سواء كانت شروط موضوعية أو شروط شكلية.

---

[1] حمدان، ماهر: المرجع السابق، ص 133.

[2] تنص المادة (36) على أنه "لا يمنع التسجيل الجاري بمقتضى هذا القانون أي شخص من إستعمال إسمه أو إسم محل عمله أو إسم أحد أسلافه في العمل إستعمالاً حقيقياً أو من إستعمال أي وصف حقيقي لبضائعه من حيث النوع والصنف".

**ثانياً: الحماية الجزائية تنصب على الحق في العلامة:**

تقوم الحماية الجزائية للعلامة التجارية إذا ما أُعتدي على أصل الحق في العلامة التجارية، وهذا الحق يتمثل في إستعمال العلامة التجارية، أي أنه يجب أن يقع الإعتداء على إستعمال علامة تجارية مسجلة، وبمجرد وقوع هذا الإعتداء فإنه لا يلزم صاحب العلامة التجارية المسجلة أن يثبت أنه لحقه ضرر من جراء هذا الإعتداء، وتقوم الحماية الجزائية سواءأحقق المتعدي ربحاً أو لحق به خسارة من جراء الاعتداء على علامة تجارية مسجله، "كذلك بصرف النظر عن قيمة البضائع المقلدة أو قيمة البضائع الاصلية"[1]، "وباتالي لا ينتفي وقوع الإعتداء على الحق في العلامة التجارية المسجلة كون البضائع المقلدة أقل جودة أو أكثر جودة من البضائع المخصصة لوضع العلامة التجارية عليها في الاصل"[2].

وتقوم الحماية الجزائية للعلامة التجارية المسجلة سواء وقع الإعتداء على العلامة التجارية أو على جزء منها فقط، وهذا ما جاء في نص المادة (2) من قانون علامات البضائع ، حيث نصت على ".....ولا يمنع كون الوصف الزائف لعلامة تجارية أو جزءاً من علامة تجارية إعتباره وصفاً تجارياً زائفاً حسب مفاد هذا القانون".

**ثالثاً: الحماية الجزائية مقيدة من حيث الزمان ومن حيث المكان:**

إن الحماية الجزائية للعلامات التجارية لا تقوم إلا إذا إعتدي على علامة تجارية خلال فترة تسجيلها أي فترة سبع سنوات، المادة (20) من قانون العلامات التجارية، ويبدأ تاريخ سريان تسجيل العلامة التجارية –إذا ما إستوفت الشروط القانونية– من تاريخ تقديم طلب لتسجيل علامة تجارية، وعليه فإن الحماية الجزائية تبقى قائمة فقط طوال سريان تسجيل العلامة التجارية لدى الجهات المختصة، وتزول هذه الحماية بزوال تسجيل العلامة بأي طريق كان، ومن هذه الطرق: ترقين العلامة التجارية المسجلة، إنتهاء مدة ملكية حقوق العلامة التجارية دون تمديد المدة.

---

[1] صرخوة، يعقوب يوسف: **النظام القانوني للعلامات التجارية**، مطبوعات جامعة الكويت، الكويت، 1993، ص 191.

[2] حمدان، ماهر: المرجع السابق، ص147.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن www.9anonak.blogspot.com

أما فيما يتعلق بالقيد المكاني، فإن من حق صاحب العلامة التجارية المسجلة الذي إعتدي على حقه فيها، أن يحرك الدعوى الجزائية في أي مكان داخل حدود الدولة التي سجلت فيها العلامة التجارية، وذلك مع عدم الاخلال بالحماية القانونية التي تتمتع بها العلامة التجارية المشهورة وإن لم تكن مسجلة داخل الاقليم الذي وقع فيه فعلاً الإعتداء.

**رابعاً: الحماية الجزائية لا تؤثر على الإدعاء بالحق الشخصي:**

إن التعدي على علامة تجارية مسجلة يعطي الحق لصاحبها في رفع نوعين من الدعاوي، الاولى جزائية، يطالب فيها صاحب العلامة التجارية المسجلة بعقاب المعتدي جزائياً، والثانية مدنية يطالب فيها بالتعويض، "وفي الغالب ترفع الدعوى الحقوقية بالتبعية للدعوى الجزائية، ولا يوجد ما يمنع ان ترفع كل دعوى بصورة مستقلة[1]".

وقد تشترك الدعوى الجزائية مع الدعوى المدنية في امور وتختلف في امور اخرى، ومن الامور المشتركة بينهما، إشترط القانون لرفع أي من الدعويين أن تكون العلامة التجارية المعتدى عليها مسجلة وفقاً للقانون، ومن الامور التي يختلفان فيها:

1- إن الجزاء في الدعوى الجزائية يتمثل في عقوبة على شكل حبس المعتدي لمدة محددة في القانون و/ أو غرامة مالية، بينما الجزاء في الدعوى المدنية يكمن في دفع المقلد لتعويضات أو تأخذ صورة منع الاضرار في المستقبل، "غير أنه يجوز للمحكمة الجزائية أن تقضي بالتعويض حتى ولو حكمت بالبراءة في جريمة من جرائم الاعتداء على العلامة التجارية المسجلة[2]". وهذا يعني أن للمدعي بالحق المدني الذي أصابه ضرر بسبب الجريمة أن يرفع دعوى بحقه المدني أمام المحكمة التي تنظر الدعوى الجزائية في أي حالة كانت عليها الدعوى، إلى أن تتم المرافعة، ويكون له في هذه الحالة صفة المدعي المنضم في الدعوى الجزائية إذا كان غيره هو الذي رفعها.

---

[1] زين الدين، صلاح: المرجع السابق، ص 399.

[2] صرخوة، يعقوب يوسف: المرجع السابق، ص 192.

2- إن تحريك الدعوى الجزائية يكون من حق صاحب العلامة التجارية المسجلة أو من ألت إليه ملكيتها بالإضافة الى الإدعاء العام صاحب الإختصاص الاصيل بهذه الدعوى، بينما في الدعوى المدنية يكون صاحب العلامة التجارية المسجلة أو من ألت إليه ملكيتها هو صاحب الحق في تحريك الدعوى المدنية.

**المبحث الثاني:**

**الجرائم الواقعة على العلامات التجارية:**

لقد نظم المشرع الجرائم الواقعة على العلامات التجارية في قانونين، الاول قانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952م والثاني في قانون علامات البضائع رقم (19) لسنة 1953م، فقد نصت المادة (38) من قانون العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية –ويقابلها المادة (38) من قانون العلامات التجارية رقم (35) لسنة 1938م الساري المفعول في قطاع غزة– على ما يلي: كل من يرتكب بقصد الغش فعلاً من الأفعال التالية أو حاول إرتكابه أو ساعد أو حرض شخصاً اخر على إرتكابه يعاقب بالحبس مدة لا تتجاوز سنة واحدة أو بغرامة لا تتجاوز مائة دينار أو بكلتا هاتين العقوبيتن:

1- يستعمل علامة تجارية مسجلة بمقتضى هذا القانون أو علامة مقلدة لها على ذات الصنف من البضاعة التي سجلت العلامة من أجلها.

2- يبيع أو يقتني بقصد البيع أو يعرض للبيع بضاعة تحمل علامة يعتبر إستعمالها جرماً بمقتضى البند (1).

3- يستعمل علامة سجلها شخص اخر حسب الاصول بمقتضى هذا القانون بقصد الأعلان عن بضائع من صنف البضاعة التي سجلها ذلك الشخص الاخر.

4- يصنع أو ينقش أو يحفر أو يبيع لوحة أو طابعة خشبياً أو معدنياً أو ختماً أو شيئاً اخر يدل على علامة مسجلة حسب الاصول أو أي تقليد لها بصدد تمكين أي شخص غير



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن www.9anonak.blogspot.com

صاحب تلك المسجلة من إستعمالها أو إستعمال تقليدها على ذات صنف البضائع التي سجل ذلك الشخص تلك العلامة من أجلها.

5- يدخل أو يتسبب في إدخال قيد مزور في السجل المحفوظ بمقتضى هذا القانون أو يصنع أو يتسبب في صنع أي مستند كتابي يؤخذ منه زوراً أنه نسخة عن قيد مدون في ذلك السجل أو يبرز أو يقدم في معرض البينة مستنداً كتابياً كهذا أو يسبب في إبرازه أو تقديمه وهو يعلم أن ذلك القيد أو المسند مزور.

كما نصت المادة (3) من قانون علامات البضائع على ما يلي:

1- كل من:

أ- زور علامة تجارية، أو

ب- إستعمل للبضائع إستعمالاً باطلاً علامة تجارية أو علامة اخرى قريبة الشبه من علامة تجارية بصورة تؤدي إلى الإنخداع، أو

ج- إستعمل للبضائع أي وصف تجاري زائف، أو

د- تسبب في إجراء أحد الأفعال المذكورة في هذه المادة.

يعاقب بالحبس مدة سنة واحدة أو بغرامة لا تتجاوز مائة دينار أو بكلتا هاتين العقوبيتن ما لم يثبت أنه قد فعل ذلك بدون قصد الاحتيال.

2- كل من باع بضائع أو أشياء إستعملت لها علامة تجارية مزورة أو وصف تجاري زائف أو عرضها للبيع أو أحرزها بقصد البيع أو لأية غاية من غايات التجارة أو الصناعة أو إستعمل إستعمالاً باطلاً علامة تجارية أو علامة قريبة الشبه من علامة تجارية اخرى بصورة تؤدي إلى الإنخداع.

وعليه فإن الجرائم الواقعة على العلامة التجارية هي:

1- تزوير العلامات التجارية أو تقليدها، المادة (1/3/أ) من قانون علامات البضائع.

2- الأستعمال الباطل للعلامات التجارية، المادة (1/3/ب) من قانون علامات البضائع.

3- بيع بضائع إستعملت لها علامة مزورة أو مقلدة أو عرضها أو إحرازها بقصد البيع، المادة (2/3) من قانون علامات البضائع.

4- إستعمال علامة تجارية مملوكة للغير بدون وجه حق، المادة (3/38) من قانون العلامات التجارية.

5- صناعة علامة تجارية مسجلة أو أي تقليد لها، المادة (4/38) من قانون العلامات التجارية.

6- تزوير سجل العلامات التجارية، المادة (5/38) من قانون العلامات التجارية.

يلاحظ من إستعراض نصوص المواد السابقة في كلا القانونين أن المشرع نظم الجرائم الواقعة على العلامات التجارية في قانونين مختلفين، لكن الاختلاف بين القانونين يكمن في أن قانون علامات البضائع المكون من (18) مادة يعالج في حقيقته مسألتين فقط، الاولى ما يسمى بالوصف التجاري الزائف للبضائع، والثاني تزوير العلامة التجارية أو إستعمالها خلافاً للقانون، وتنصب أحكامه على تنظيم المسؤولية الجزائية عن هذين الفعلين وما يتفرع عنهما وتنظيم مسائل مصادرة البضائع التي تستعمل عليها العلامات المزورة أو الشبيهة للمزورة أو الوصف التجاري الزائف، في حين يعالج قانون العلامات التجارية كل ما يتعلق بالعلامة التجارية فقط، ومن الأمور التي ينظمها قانون العلامات التجارية موضوع الحماية القانونية للعلامة التجارية وخصوصاً الحماية الجزائية، في الوقت الذي يتناول قانون علامات البضائع موضوع تحديد الافعال التي تشكل جريمة إذا ما أُعتدي على علامة تجارية، ولكن السؤال هنا لماذا ينظم تقليد وتزوير العلامات التجارية بموجب نصين في تشريعين مختلفين ؟ ولماذا لا يكون موضوع التزوير بذاته محل تنظيم تشريعي واحد؟؟ وعليه سندرس أولا الجرائم الواقعة على العلامة التجارية ومن ثم العقوبات التكميلية.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

**أولاً: جريمة تزوير العلامة التجارية أو تقليدها:**

هذه الجريمة تعتبر الاساس في الجرائم التي تقع على الحق في العلامة التجارية، حيث نصت المادة الثالثة من قانون علامات البضائع الاردني رقم (19) لسنة 1953م على أنه "كل من زور علامة تجارية ...يعاقب بالحبس...ما لم يثبت أنه قد فعل ذلك بدون قصد الإحتيال".

يستفاد من هذا النص أن لجريمة تزوير العلامة التجارية أو تقليدها عنصرين، مادي يتمثل في فعل التزوير أو التقليد، واخر معنوي يتمثل في قصد الأحتيال، ولكن البعض[1] إعتبر أن "لهذه الجريمة أربعة أركان وهي، تسجيل العلامة المدعى بتقليدها، وتشابه العلامتين، ووحدة الأنتاج، والقصد الجنائي".

**1- الركن المادي لجريمة تزوير العلامة التجارية:**

لقد طرح المشرع من خلال نص المادة (4/38) من قانون العلامات التجارية عدداً من الأمثلة على السلوك الذي يمكن أن يقوم به الركن المادي لجريمة تزوير العلامة التجارية، وذلك دون أن يشير صراحة إلى التسمية الإصطلاحية لهذه الجريمة (تزوير العلامة التجارية). يتمثل الركن المادي في هذه الجريمة بفعل التزوير أو التقليد الواقع على علامة تجارية، فما هو الفرق بين تزوير العلامة وتقليدها؟

المقصود بتزوير العلامة هو نقل العلامة المسجلة نقلاً حرفياً وتاماً بحيث تبدو مطابقة تماماً للعلامة الأصلية. وكقاعدة عامة، فإن تزوير حقوق العلامة التجارية يعني إستعمال نسخ طبق الأصل عنها أو طباعة علامة مسجلة أو تزييفها بقصد بيع سلعة أو الأعلان عن سلعة يحتمل أن تسبب تشويشاً أو خداعاً لدى المستهلك مما يرتب مسؤولية التزوير.أما التقليد فهو إتخاذ علامة تشبه فى مجموعها العلامة الأصلية ، مما قد يؤدي الى تضليل الجمهور أو خداعه لظنه أن العلامة أصلية، وبمعنى اخر، إذا إقتصر النقل على مجرد نقل العناصر الأساسية للعلامة أو نقل بعضها نقلاً حرفياً مع إجراء الإضافات أو التغيرات فإن ذلك يعد تقليداً للعلامة لا تزويراً لها. ومتى كانت العلامة مزوره فالأمر لا يثير صعوبة لأن التشابه بين العلامة الأصلية

[1] العريف، علي: **شرح القانون التجاري المصري**، ج1، بدون مكان نشر، 1959م، ص 568.

والعلامة المزورة يكون تاماً، على خلاف التقليد الذى يقتضى إجراء المقارنة بين العلامتين لتحديد وجوه الاختلاف والتشابه بينهما.

"إن الحكم بتوافر الركن المادي لجريمة تزوير العلامة التجارية يختلف في فعل التزوير عنه في التقليد، إذ أن مجرد وجود علامة مطابقة تماماً للعلامة الأصلية يقتضي توافر الركن المادي لهذه الجريمة (وهو هنا فعل تزوير)، أما مجرد وجود علامة قريبة الشبه من العلامة الأصلية فهو لا يستلزم بالضرورة القول بتوافر هذا الركن (وهو هنا فعل تقليد). وهنا يأتي دور القضاء لإعمال سلطته التقديرية في هذا المجال، بحيث يقرر توافر الركن المادي لجريمة التزوير إذا كان من شأن التشابه خداع الجمهور وتضليله ويقرر إنتفاءه بخلاف ذلك"[1].

أما عن موقف القانون من مسألة التمييز بين تزوير العلامة التجارية أو تقليدها فقد نصت المادة (5) من قانون علامات البضائع نصت على مايلي:

يعتبر الشخص مزوراً علامة تجارية:

أ- إذا صنع تلك العلامة التجارية أو أية علامة قريبة الشبه منها بصورة تؤدي إلى الإنخداع دون موافقة صاحبها.

ب- إذا زور اية علامة تجارية حقيقية سواء بتغيرها أو بالاضافة إليها أو بتشويهها أو بغير ذلك.

ويمكن القول من خلال هذا النص أن المشرع تبنى في قانون علامات البضائع سياسة مقتضاها عدم التمييز بين تزوير العلامة التجارية وبين تقليدها، إذ إعتبر أن إصطناع علامة مطابقة تماماً للعلامة الأصلية أو مجرد إصطناع علامة مشابه لها مكونان للركن المادي لجريم تزوير العلامة التجارية.

---

[1] عبيدات، رضوان: تزوير العلامات التجارية وموقف المشرع الأردني من هذه الجريمة بشكل خاص. **دراسات/مجلة صادرة عن الجامعة الأردنية**.مج 26، ص 722-724.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

وبناءاً على نص المادة (5) من قانون علامات البضائع يتضح أن الأفعال التي يقوم عليها الركن المادي لجريم تزوير العلامة التجارية تنقسم إلى قسمين: أولهما إصطناع علامة تجارية مطابقة للعلامة الاصلية، وثانيهما إيجاد تغييرات على علامة تجارية أصلية موجودة أصلاً، سواء بإضافة شيء إليها أو بتشويهها، بحيث يشكل كل فعل من هذه الأفعال جريمة تزوير قائمة بذاتها.

ولكن يثور السؤال التالي، متى يمكن القول أن هناك تشابه أو تزوير أو تقليد لعلامة تجارية؟.حقيقاً لم يضع المشرع معياراً لتحديد درجة التشابه بين العلامتين التى تؤدى الى تضليل الجمهور، غير أن القضاء وضع مجموعة من الضوابط للإستعانة بها فى تحديد مدى قيام التقليد، وهذه الضوابط تجلت في مجموعة من قرارات المحاكم بإختلاف أنواعها، وعليه سنعرض موقف المحاكم الأردنية وموقف بعض المحاكم المصرية فيمايلي.

تعتبر مسألة تقدير قيام التزوير العلامة التجارية أو تقليدها من عدمه من مسائل الواقع التي تدخل في السلطة التقديرية لمحكمة الموضوع، دون رقابة عليها من محكمة التمييز[1]، فقد حددت محكمة التمييز الأردنية في قرار لها أسس تقدير قيام التزوير أو التقليد من عدمه، حيث جاء في القرار[2]:

"لتوضيح ما إذا كانت المدعى عليها قد إستعملت العلامة التجارية العائدة للمدعية أو قلدتها فإنه لابد من تحديد العناصر الرئيسية لتقرير مسألة التعدي والتشابه بين العلامة المسجلة العائدة للمدعية والعلامة المستخدمة من المدعي عليه وهي:

1- الفكرة الاساسية التي تنطوي عليها العلامة التجارية المسجلة.

2- المظاهر الرئيسية للعلامة التجارية وليس تفاصيلها الجزئية.

3- نوع البضاعة التي تحملها.

---

[1] قرار رقم 64/48 تمييز جزاء، مجلة نقابة المحامين، لسنة 1964، ص 741.

[2] قرار رقم 2002/355، تمييز حقوق اردنية، هيئةعامة / بتاريخ 2002/02/27، منشورات مركز عدالة.

4- إحتمال وقوع إلتباس بينها وبين العلامة الاخرى عن طريق النظـر اليهـا أو السـماع إسمها.

5- عدم إفتراض أن المستهلك عند شراء البضاعة يتفحص علامتها التجارية فحصاً دقيقاً أو يقارنها بالاخرين.

6- إن العبرة للجزء الرئيسي في العلامة التجارية."

أما بخصوص موقف القضاء المصري فيما يتعلق تقدير التشابه بين علامتين تجاريتين، فقد قضت محكمة النقض المصرية في حكمها الصادر بتاريخ 1962/11/22 بأنه "يجـب فـي تقرير التشابه بين علامتين تجاريتين النظر إلى العناصر التي تركب منها العلامة التجارية فـي مجموعها كوحدة للتقرير بوجود التشابه أو المغايرة إذ أن العبرة هي للصورة العامة التي تنطبع في الذهن كنتيجة لتركيب الحروف أو الرموز أو الصور بعضها بعض"[1].

وجاء في حكم لمحكمة النقض المصرية[2] بتاريخ 1964/4/13 "أن الغرض من العلامة التجارية أن تكون وسيلة لتمييز المنتجات والسلع، ويتحقق هذا الغرض بالمغايرة بين العلامـات التي تستخدم في تمييز سلعة معينة بحيث يرتفع اللبس بينهما ولا يقع جمهور المسـتهلكين فـي الخلط والتضليل، ومن أجل ذلك يجب لتقدير ما إذا كانت للعلامة ذاتية خاصة مميزة عن غيرها النظر إليها في مجموعها لا إلى كل من العناصر التي تتركب منها، ولا عبرة بإحتواء العلامـة على حروف أو رموز ما تحويه العلامة الأخرى، بل العبرة بالصـورة العامة التي تنطبع فـي الذهن كنتيجة لتركيب الحروف أو الرموز أو الصور بعضها بعض والشكل الذي تبرز به فـي علامة أو أخرى بغض النظر عن العناصر التي تركب منها وعما إذا كانت الواحدة تشترك فـي جزء او أكثر مما تحويه الأخرى".

---

[1] نقلاًعن: بالي، سميرفرنان: **قضايا القرصنة التجارية والصناعية والفكرية**، ج1، بيروت، منشورات الحلبي الحقوقيـة، 2001، ص 169.

[2] بالي، سمير فرنان: المرجع السابق، ص 170.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

إستناداً للقرارت القضائية السابقة فإنه يمكن رد الأسس التي يبنى عليها وجود تشابه بين علامتين تجاريتين إلى مايلي:

1- العبرة بأوجه الشبه بين العلامتين لا بأوجه الاختلاف: إن القاعدة القانونية المقررة في جرائم التقليد تقضي بأن العبرة بوجه الشبه لا بوجه الأختلاف عند إجراء المقارنة بين العلامة الأصلية وبين العلامة الأخرى، فالتقليد يقوم إذا ما وصل التشابه بين علامتين إلى حد إيقاع جمهور المستهلكين في الخلط بين العلامتين بصرف النظر عما يوجد بينهما من إختلاف.وعليه فقد قضت محكمة العدل الأردنية في قرار لها[1] "بوجود تشابه بين العلامة "SI-TONE" وبين العلامة " SI-PHONE" وذلك لوجود تشابه بين تلك العلامتين سواء من حيث الشكل أو اللفظ أو الأحرف".وفي حكم اخر لمحكمة الأستئناف المصرية[2]، فقد حكمت المحكمة أن تسمية (Cairo-Cola) تعتبر تقليداً لعلامة (Coca-Cola) بالرغم من وجود إختلاف في الأجزاء المكونة لكل منهما.

كما حكم بأنه[3] "لا مجال للقول بأن أي تشابه –على فرض وجوده– بين العلامة "Ruxid" والعلامة " Rulid" يؤدي إلى غش الجمهور المستهلك للدواء، لتعلق العلامتين بدواء للإستعمال البشري، وإن إستعمالهما محصور بين الطبيب الذي يكتب الوصفة الطبية والصيدلاني الذي يصرفها والمريض".

2- العبرة في المظهر العام في العلامتين لا بالعناصر الجزئية: يتعين أن تكون العبرة عند إجراء المقارنة بين العلامة الأصلية وبين العلامة المدعى بتزويرها أو تقليدها بالتشابه بينهما في مظهرهما العام لا في تفاصيلها أو جزئياتهما، فقد أكدت محكمة العدل

---

[1] قرار رقم 97/129 عدل عليا، المجلة القضائية، سنة 1997، ص 547. نقلاًعن: زين، مرجع سابق، ص 407.

[2] حكم محكمة الأستئناف المصرية الصادر بتاريخ 1949/5/11، أشار إليه:الأسمر، صلاح سلمان: **العلامة التجارية في القانون الأردني والمصري**، مجهول مكان نشر، مجهول الناشر، سنة **1986**، ص 95.

[3] قرار رقم 96/85 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة 1997، ص 649.

الأردنية في قرار لها هذا المبدأ، فقد قضت [1]"بأن التشابه الممنوع قانوناً هو التشابه الحاصل في مجموع العلامة لا في جزء من أجزائها فقط".

وما دامت العبرة هي بالمظهر العام أو بالصورة التى تنطبع فى الذهن، فيستحسن ألا ينظر القاضي الى العلامتين متجاورتين في نفس الوقت للمقارنة بينهما، بل ينظر أولاً الى العلامة الأصلية ويبعدها، ثم ينظر بعد ذلك الى العلامة الأخرى التى يدعى أنها مقلده، ليقدرما إذا كان الأثر الذى يتركه كل منها لديه واحداً أو متقارباً.

3- العبرة في تقدير المستهلك العادي متوسط الحرص: إن التقليد أو التشابه هو الذي من شأنه تضليل الجمهور وإحداث الخلط واللبس بين المنتجات، وعليه يتعين أن تكون العبرة عند النظر للعلامة الأصلية والعلامة المدعى بتقليدها، عند تقدير توافر التقليد من عدمه إلى المستهلك العادي المتوسط الحرص و الإنتباه، "والمعيار المعتبر في هذا الصدد هو بما يخدع به المستهلك المعتاد المتوسط الحرص والانتباه لا المستهلك المهمل الذي يشتري السلعة دون فحص عادي ولا المستهلك الحريص اليقظ الذي يكثر من الفحص والتدقيق قبل الشراء"[2].

**ثانياً: الركن المعنوي لجريمة تزوير العلامة أو تقليدها:**

إن جريمة تزوير العلامة التجارية -كغيرها من الجرائم العمدية- يجب أن يتوافر فيها القصد الجرمي العام، وهو ما عبر عنه المشرع بللفظ " النية "، وقد عرفها المشرع في المادة (63) من قانون العقوبات الأردني رقم (16) لسنة 1960م -وهو نفس القانون المعمول به في فلسطين- حيث نصت هذه المادة على "النية هي إرادة إرتكاب الجريمة على ما عرفها القانون"، إلا أن هذا القصد الجرمي العام لا يكفي وحده لقيام الركن المعنوي لجريم تزوير العلامة التجارية، بل يشترط إلى جانبه أن يتوافر القصد الجرمي الخاص وهو قصد الغش أو قصد الأحتيال.

---

[1] قرار رقم 138/ 1993عدل عليا، منشور على موقع www.Qanoun.com.

[2] طه، مصطفى كمال: المرجع السابق، ص 756.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

يثور التساؤل هنا حول مدى إفتراض القصد الجرمي في جريمة تزوير العلامة التجارية وفقاً لقانون العلامات التجارية؟ في الوقت الذي حسم فيه قانون علامات البضائع مسألة إفتراض القصد الجرمي في هذه الجريمة من عدمه.

"لقد ظهرت[1]عدة أراء للإجابة عن هذا السؤال، أولها يقول بأن القصد الجرمي في هذه الجريمة مفترض ولا يجوز إثبات عكسه، وذلك على إعتبار أن واقعة تزوير العلامة أو تقليدها لا يحتمل سوى إفتراض توفر القصد الجرمي لدى المتهم، ولا يحتمل أن يكون هذا التشابه هو نتيجة صدفة. أما ثانيها فيقول بأن القصد الجرمي في هذه الجريمة مفترض ويجوز إثبات عكسه، إذ يجب أن يسمح للمتهم بإثبات حسن نيته، ذلك أن التشابه قد يرجع لتوارد الخواطر، فقد يفكر عدد من الأشخاص في وقت واحد في إتخاذ كلمة أو رمز واحد كعلامة تجارية لكل منهم. أما ثالثها فيقول بأن القصد الجرمي في هذه الجريمة غير مفترض ولا بد من إثباته، ذلك أن الأصل في الانسان براءة ذمته، فيجب ألا يعاقب الشخص إلا إذا توافر القصد الجرمي بحقه".

"ويبدو أن نية الأحتيال في هذه الجريمة مفترضة، ويمكن إستخلاص تلك النية من جملة دلائل، إذ يعتبر الشخص بأنه قد زور علامة تجارية إذا صنع تلك العلامة التجارية أو أي علامة قريبة الشبه منها بصورة تؤدي إلى خداع الجمهور بدون موافقة صاحبها، كما أن جريمة التزوير لا تقع إلا إذا كانت العلامة التجارية مسجلة حسب الأصول الواردة في قانون العلامات التجارية، لهذا فإن قيام أحد بتزوير أو تقليد العلامة التجارية المسجلة يعتبر قرينة على توافر الأحتيال لديه، إذ يعتبر تسجيل العلامة التجارية قرينة على علم الغير بها، ولكن هذه القرينة ليست من القرائن القطعية بل من النوع البسيط التي يجوز إثبات عكسها[2] "، ويستطيع المتهم في هذه الجريمة أن ينفي قصد الأحتيال من خلال أمرين:

1- أن فعله تم بموافقة صاحب العلامة التجارية الأصلية.

2- أن فعله لم يؤدِ إلى إنخداع وتضليل الجمهور.

---

[1] منصور، محمد: مرجع سابق، الصفحات 122-126

[2] زين الدين، صلاح : المرجع السابق، ص 403.

هذا فيما يتعلق بإفتراض قصد الأحتيال في قانون العلامات التجارية، أما في قانون علامات البضائع، فقد جاء موقف المشرع واضحاً في موضوع القصد الجرمي، فقد نصت المادة (3) من قانون علامات البضائع عى أنه "كل من زور علامة تجارية.....يعاقب بالحبس....ما لم يثبت أنه قد فعل ذلك دون قصد الأحتيال"، فقد جعلت هذه المادة القصد الجرمي مفترض في جريم تزوير العلامة التجارية وحملت المتهم عبء إثبات إنتفاء هذا القصد.

أما عن الجزاء المفروض على هذه الجريمة فإنه يتمثل في الحبس مدة لا تزيد عن سنة واحدة أو بغرامة لا تزيد عن مائة دينار أو بكلتا هاتين العقوبتين[1].

**ثانياً: جريمة الأستعمال الباطل للعلامة التجارية:**

تنص المادة (3/ب) من قانون علامات البضائع رقم (19) لسنة 1953م على أنه "كل من: إستعمل للبضائع إستعمالاً باطلاً علامة تجارية أو علامة أخرى قريبة الشبه من علامة بصورة تؤدي إلى الإنخداع... يعاقب بالحبس مدة سنة واحدة أو بغرامة لا تتجاوز مائة دينار أو بكلتا هاتين العقوبتين مالم يثبت أنه قد فعل ذلك بدون قصد الأحتيال".

إن جريمة تقليد العلامة التجارية أو تزويرها تستقل عن جريمة الأستعمال الباطل، فلا يشترط أن يستعمل المقلد أو غيره هذه العلامة لأن الأستعمال الفعلي لهذه العلامة يعتبر جريمة أخرى، "وفي الحقيقة فإن فصل المشرع بين التزوير من جهه وبين إستعمال العلامة المزورة من جهة أخرى يقوم على حكمة تشريعية هامة، إذ لو كان الأستعمال شرطاً لقيام جريمة التزوير لتوجب القول ببقاء التزوير في طور الشروع طالما أن هذا الأستعمال لم يتم، وهذا كان سيعني عدم كفاية الحماية الجزائية للعلامة التجارية في هذا الجانب، أما وقد فصل المشرع بين الجريمتين، فإن مثل هذا القول يصبح لا محل له"[2].

---

[1] المادة (38) من قانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952م.

[2] حمدان، ماهر: المرجع السابق، ص 163.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

إن البحث في جريمة الأستعمال الباطل للعلامة التجارية المزورة أو المقلدة يقتضي البحث في أركان هذه الجريمة، وهذه الأركان هي الركن المادي والمتمثل في الأستعمال، والركن الثاني وهو الركن المعنوي والمتمثل في قصد الأحتيال.

**أولاً: الركن المادي:**

يتمثل الركن المادي لهذه الجريمة في إستعمال باطل لعلامة تجارية مسجلة، حيث يعتبر فعل الأستعمال بحد ذاته جريمة يعاقب عليها القانون، ويكون الأستعمال باطلاً متى قام أحد الأشخاص بإستعمال علامة تجارية مسجلة بإسم شخص أخر دون وجه حق، وذلك حسب ما بينته نصوص مواد قانون علامات البضائع التي أوضحت الأفعال التي يتحقق بإرتكابها جريمة الأستعمال الباطل للعلامة التجارية. ويقصد بالإستعمال في هذه الجريمة هو مجرد وضع العلامة المزورة او المقلدة على السلعة بصورة تؤدي إلى خداع وتضليل جمهور المستهلكين، وقد يتخذ ذلك صوراً متعددة، فقد يتخذ صورة وضع علامة تجارية أو علامة قريبة الشبه على البضائع أو المنتجات ذاتها بطريقة مباشرة، وقد يتم ذلك بطريقة غير مباشرة كأن يستعمل العلامة على الأشياء التي تستخدم في تسويق البضائع أو المنتجات، كالمغلفات أو أي شيء أخر تباع أو تعرض فيه البضائع أو تحفظ لأجل البيع أو التجارة أو الصناعة.

"ويلاحظ أنه لا عبرة بالطريقة أو الكيفية التي يتم بها إستعمال العلامة التجارية، إذ يستوي في ذلك أن يكون الأستعمال قد تم عن طريق نسخها أو نقشها أو طباعتها أو بأي صورة أخرى على البضائع او الغطاء او الرقعة أو البكرة أو على كل ما إستعمل في لف البضائع أو أُلحق بها أو أُلصق عليها" [1].

كما قد يحدث إستعمال غير مشروع للعلامة بصورة ساكنة تتمثل في مجرد وضع العلامة أو المنتجات سواء بيعت أو كانت معروضة للبيع أو تم إحرازها من أجل بيعها أو من

[1] الفقرة الثالثة من المادة السادسة من قانون علامات البضائع رقم (19) لسنة 1953م.

أجل إستعمالها علامة تجارية بصورة تحمل على الإعتقاد أن تلك العلامة قد إستعملت لتسمية البضائع أو وصفها [1].

"وتتوافر جريمة الأستعمال الباطل للعلامة التجارية بصرف النظر عن مرات الأستعمال، حتى ولو حدث الأستعمال مرة واحدة فقط، ولا ينفي هذه الجريمة أن تكون البضائع التي وضعت عليها العلامة التجارية بدون وجه حق أقل أو أكثر جودة من البضائع التي تحمل العلامة التي وقع التعدي عليها، كما أن جريمة الأستعمال هذه تقع على العلامات التجارية نفسها وليس على البضائع، وذلك يعني أنه لا جريمة على من يقوم بشراء بضائع تحمل علامة بدون وجه حق، ولكنه إذا ما قام بإعادة بيع تلك البضائع من جديد وهو على علم بحقيقتها عندئذ تتوافر بحقه جريمة الأستعمال[2]"، وبعبارة أخرى، فإن الأستعمال المعاقب عليه في هذه الجريم هو الأستعمال التجاري الذي يهدف إلى تداول السلع، فيخرج من مفهومه الأستعمال الشخصي.

**ثانياً: الركن المعنوي:**

لقد أوضحت المادة الثالثة من قانون علامات البضائع أنه يشترط توافر الركن المعنوي في هذه الجريمة، والمتمثل في إتجاه نية المستعمل للعلامة التجارية في أنه يستعمل العلامة إستعمالاً باطلاً وعلمه بأنه يستعمل علامة تجارية بشكل باطل، وأن هذه العلامة مقلدة أو مزورة وأن إستعمالها من قبله يؤدي بالضرورة إلى غش الجمهور وخداعهم.

ويستطيع المتهم في هذه الجريمة أن ينفي قصده الجرمي من خلال ما جاء في نص المادة (2/3) من قانون علامات البضائع التي جاء فيها: "كل من.... إستعمل إستعمالاً باطلاً... علامة قريبة الشبه من علامة تجارية أخرى بصورة تؤدي إلى الإنخداع ما لم يثبت:

1- أنه لم يكن لديه حين وقوع الجرم المسند إليه ما يدعوه للإشتباه بصحة تلك العلامة او العلامة الأخرى أو الوصف التجاري، وأنه إتخذ جميع الإحتياطات المعقولة لإجتناب إرتكاب أي جرم خلافاً لهذا القانون.

---

[1] المادة السادسة من قانون علامات البضائع رقم (19) لسنة 1953م.

[2] الأسمر، صلاح سلمان :المرجع السابق، ص 104.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن www.9anonak.blogspot.com

2- أنه أعطى جميع ما لديه من المعلومات عن الأشخاص الذين إستلم منهم تلك البضائع أو الأشياء عندما طلب إليه ذلك المشتكي أو من ينوب عنه. -وبمعنى أخر أن لا يكون لـــه قصد خاص في تحقيق ربح غير مشروع-.

3- أنه بالإضافة إلى ذلك قام بما فعله بنية حسنة.

**و**يتمثل الجزاء المقرر لهذه الجريمة بالحبس مدة لا تزيد عن سنة واحدة أو بغرامـــة لا تزيد عن مائة دينار أو بكلتا هاتين العقوبتين.ويلقى نفس العقوبة كل من تسبب في إجراء أحـــد الأفعال التي تم بها الأستعمال أياً كانت الصورة التي تحقق بها ذلك.

**و**لقد تضمنت المادة السابعة من قانون علامات البضائع إستثناء بعض المستخدمين مـــن عقوبة إستعمال علامة تجارية إستعمالاً باطلاً أو علامة قريبة الشبه بها، وذلك إذا ما تـــوافرت أحد الأمور الواردة في نص المادة (7) والتي هي: "إذا إتهم شخص بأنه إســـتعمل للبضـــائع أي علامة تجارية أو علامة قريبة الشبه من علامة تجارية إستعمالاً باطلاً من شأنه أن يؤدي إلـــى الأنخداع أو أنه إستعمل وصفاً تجارياً زائفاً لأية بضائع أو تسبب في إجراء أي أمر من الأمـــور المذكورة في هذه المادة وأثبت:

1- إذا كان مستخدماً أثناء قيامه بأعماله الأعتيادية لإستعمال علامات أو أوصاف تجاريـــة للبضائع بالنيابة عن أشخاص أخرين وله في الحالة التي هي موضوع التهمـــة الموجـــه إليه كان قد إستخدمه على الوجه المذكور شخص يقيم في فلسطين، ولم يكن له صـــالح بالبضائع سواء بطريق الحصول على ربح أو عمولة عند بيع البضائع.

2- أنه إتخذ إحتياطات معقولة لإجتناب إرتكاب الجرم المسند إليه.

3- أنه لم يكن لديه حين وقوع الجرم المسند إليه ما يدعوه للإشتباه بصحة العلامة التجارية أو الوصف التجاري.

4- أنه أعطى للمشتكي جميع المعلومات عمن إستعملت لصـــالحهم العلامـــة التجاريـــة أو الوصف التجاري.

فيعفى من العقوبات، غير أنه يكلف بدفع المصاريف التي تكبدها المشتكي إلا إذا كان قد أخطره حسب الأصول بأنه سيستند في دفاعه إلى النقاط المذكورة أعلاه.

**ثالثاً: جريمة بيع بضائع إستعملت لها علامة مزورة أو مقلدة أو عرضها أو إحرازها بقصد البيع:**

هناك صور أخرى للإعتداء على ملكية العلامة التجارية نص عليها القانون، ألا وهي بيع البضائع التي تحمل علامة مزورة أو مقلدة، حيث ورد النص على هذه الجريمة في المادة (2/38) من قانون العلامات التجارية والمادة (2) من قانون علامات البضائع كما في الجرائم السابقة، فإن لهذه الجريمة ركنان أحدهما مادي وأخر معنوي.

**1- الركن المادي:**

الركن المادي في هذه الجريمة يتمثل في بيع بضائع إستعملت لها علامة تجارية مزورة أو مقلدة أو عرضها للبيع أو إحرازها بقصد البيع، أو لأي غاية أخرى من غايات التجارة والصناعة، وهذا الركن المادي يمكن أن يأخذ عدة صور أهمها:

أ- صورة بيع بضائع تحمل علامة تجارية مزورة أو مقلدة:

وتفترض هذه الصورة أنه توجد بضائع تحمل علامة مزورة أو مقلدة ثم يقوم المتهم ببيع تلك البضائع، ويعتبر من قام بفعل البيع مرتكباً لهذه الجريمة سواء حقق ربحاً أم لحقته خسارة، حتى ولو حدث البيع مرة واحدة فقط.ويقع الجرم على البائع وحده دون المشتري إلا إذا قام هذا الأخير بإعادة بيع تلك البضائع وهو يعلم بحقيقتها، أي يعلم أنها تحمل علامة مزورة أو مقلدة.

ب- صورة عرض بضائع تحمل علامة مزورة أو مقلدة للبيع أو إحرازها بقصد البيع:

ويكون العرض عن طريق وضع البضائع أو المنتجات في مواجه المتجر أو عرضها للبيع بطريق غير مباشر وذلك بأن يعرض التاجر العينات على العملاء أو الإعلان



www.9anonak.blogspot.com
9ANONAK.COM موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن www.9anonak.blogspot.com

عنها، "ولا يشترط لقيام هذه الجريمة أن يؤدي عرض المنتجات التي تحمل علامة مزورة للبيع فعلاً بمقابل نقدي بل قد يتم ذلك عن طريق المقايضة أو بدون مقابل[1]".

**2- الركن المعنوي:**

يتمثل هذا الركن المعنوي في توافر قصد الإحتيال، بحيث يعلم الفاعل أن هذه البضائع المعروضة من قبله بقصد البيع تحمل علامة تجارية مزورة أو مقلدة ويقوم ببيعها بقصد خداع الجمهور وغشهم والتحايل عليهم، وعلى من يدعي عرض بضائع تحمل علامة مسجلة بإسمه وحيازتها دون وجه حق بقصد بيعها إثبات ذلك بكافة طرق الأثبات كونها من الوقائع المادية. "ويمكن إستخلاص نية الإحتيال من شواهد وظروف الحال التي قد تبعث على الشك والريبة، كإمتناع المتهم عن تقديم الدفاتر التجارية أو وجود الكشط فيها بكثرة أو قيود صورية، أو إمتناعه عن ذكر مصدر تلك البضائع، أو بيع البضائع التي تحمل علامة مزورة أو مقلدة بأثمان جد منخفضة عن أثمان البضائع التي تحمل العلامة الأصلية [1]". وذلك في سبيل تحقيق منفعة غير مشروعة.

أما فيما يتعلق بالجزاء لهذه العقوبة فهو بالحبس مدة لا تزيد عن سنة واحدة أو بغرامة لا تزيد عن مائة دينار أو بكلتا هاتين العقوبتين.

**رابعاً: جريمة إستعمال علامة تجارية مملوكة للغير بدون وجه حق:**

إن الإعتداء على ملكية العلامة التجارية في هذه الجريمة يختلف عنه في الجرائم السابقة، ففي هذه الأخيرة كان الأمر يتعلق بتزوير علامة تجارية أو تقليدها أو بإستعمالها إستعمالاً باطلاً، أو في بيع بضائع تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو عرضها للبيع أو مجرد حيازتها، بينما تقوم هذه الجريمة في حال قيام شخص بإغتصاب العلامة الأصلية ووضعها على المنتجات الخاصة به والمماثلة للمنتجات التي تمثلها تلك العلامة.وهذا يعني أن العلامة المغتصبة ليست مقلدة وإنما هي نفس العلامة المسجلة ولم يطرأ عليها أي تغيير.

---

[1] الكسواني، عامر محمود: **الملكية الفكرية -ماهيتها ومفراداتها وطرق حمايتها**- دارالجيب للنشر والتوزيع، عمان، 1998، ص164-165.

[1] الأسمر، صلاح سلمان: المرجع السابق، ص107-108.

وغالباً ما تقع هذه الجريمة على العلامات التجارية التي تتخذ صورة أو نموذج أو أشكال مميزة، كما هو الحال إستعمال زجاجات تحمل العلامة الحقيقة وتعبئتها بمشروبات أخرى، ومثال ذلك ما يحدث بالنسبة لزجاجات العطور ذات الماركة العالمية عندما يتم تعبئتها بمواد أقل جودة من المادة المعبئة فيها أصلاً، ولكي تقوم هذه الجريمة يلزم توافر عنصر مادي وأخر معنوي.

**أولاً: الركن المادي :**

يأخذ الركن المادي لهذه الجريمة أكثر من صورة، فقد يأخذ صورة الأستعمال وقد يأخذ صورة البيع وقد يأخذ أيضاً صورة الأقتناء بقصد البيع وأخيراً يمكن أن يأخذ الركن المادي صورة عرض البضائع التي تحمل علامة مغتصبة للبيع، أما الصورة الأولى وهي صورة إستعمال علامة تجارية مملوكة للغير بدون وجه حق فهي تتوافر بحق كل من يستعمل علامة تجارية مسجلة على ذات الصنف من البضاعة التي سجلت العلامة من أجلها، أي أن المستعمل في هذه الصورة ليس صاحب العلامة التجارية وليس له أي حق على هذه العلامة، ويكون ذلك عن طريق قيام مغتصب العلامة التجارية بنزع العلامة المسجلة ووضعها على منتجات مشابه، أما الصور الثانية –وهي توافر نية الإقتناء بقصد البيع– تتوافر في حق كل من يبيع بضائع تحمل علامة تجارية بدون وجه حق، سواء أحقق هذه البيع ربحاً أو لم يحقق وبغض النظر عن طريقة البيع. "والمقصود بالإقتناء هنا هو الإقتناء المادي لا المعنوي[1] "، والإقتناء المادي يمكن أن يكون عن طريق عرض هذه المنتجات التي تحمل علامة تجارية مغتصبة للبيع، وبغض النظرعن طريقة عرض هذه البضائع، كأن توضع المنتجات في واجه محل معد للبيع للجمهور أو بداخله أو أن تعرض عينات منها على الجمهور، أو أن ترسل إعلانات أو نشرات تتضمن وصفاً للمنتجات وعرضها للبيع، ويجب ملاحظة أن جميع الصور التي يمكن أن تمثل الركن المادي لهذه الجريمة تعتبر متلاحقة، أي أنها تبدأ بالإستعمال علامة مغتصبة مروراً بإقتناء هذه المنتجات ثم عرضها للبيع.

[1] زين الدين، صلاح: مرجع سابق، ص 418.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

**ثانياً: الركن المعنوي لهذه الجريمة:**

لابد لقيام هذه الجريمة من توافر النية الجرمية لدى المغتصب، وتتمثل هذه النية الجرمية في علمه لأنه يغتصب علامة تجارية مملوكة للغير أو أنه يضعها على منتجات لخداع الجمهور وغشهم في ذاتية البضاعة أو مصدرها، أما فيما يتعلق بإمكانية المغتصب في نفي نيته الجرمية في هذه الجريمة فإنه يجب ملاحظة أنه من الصعب أن يثبت المغتصب حسن نيته، لأن سوء النية أمر مفترض كونه على علم تام بأن إستعماله لعلامة تجارية مسجلة قد تم بدون إذن صاحبها، ودليل ذلك أنه قام بنزع العلامة التجارية المسجلة ووضعها على منتجات مقلدة. أما فيما يتعلق بالشروع في هذه الجريمة وغيرها من الجرائم الواقعة على العلامات التجارية يجب ملاحظة أن الشروع معاقب عليه وذلك إستناداً الى نص المادة (38) من قانون العلامات التجارية.

أما عن مرور الزمان على جرائم العلامة التجارية فقد نصت المادة (12) من قانون علامات البضائع على انه "لا تقبل شكوى عن جرم أُرتكب بمقتضى هذا القانون بعد مرور ثلاث سنوات على إرتكابه أو سنة واحدة على إكتشافه لأول مرة من قبل المشتكي وتعتبر في ذلك المدة التي تنقضي أولاً"، وعليه فإن الحق في الشكوى عن الأفعال التي تشكل تعد على العلامة التجارية يسقط بمرور ثلاث سنوات على إرتكابها أو بمرور سنة واحدة على إكتشافها من قبل المتضرر لأول مرة أيهما أقرب.

وفيما يتعلق بمسؤولية الشريك في جرائم العلامات التجارية لقد تبنى المشرع في قانون العقوبات رقم (16) لسنة 1960 سياسة تشريعية مقتضاها التمييز في العقوبة بين الفاعل الأصلي للجريمة وبين المتدخل والمحرض على إرتكابها، "ويقوم هذا التمييز على أساس جعل عقوبة المحرض والمتدخل أقل من عقوبة الفاعل الأصلي[1]"، إلا أنه تبنى سياسة تشريعية مغايرة في قانون العلامات التجارية، إذ ساوى في العقوبة بين الفاعل الأصلي للجريمة وبين المحرض على إرتكابها أو المتدخل فيها وذلك عندما نص في المادة (38) منه على أنه "كل من يرتكب فعل

---

[1] السعيد، كامل: **شرح الأحكام العامة في قانون العقوبات الأردني والقانون المقارن**، ج1، دارالفكر للنشر والتوزيع، عمان، 1981، ص 248 .

بقصد الغش فعلاً من الأفعال التالية أو حاول إرتكابه أو ساعد أو حرض شخصاً اخر على إرتكابه يعاقب بالحبس مدة لا تتجاوز سنة واحدة أو بغرامة لا تتجاوز مائة دينارأو بكلتا هاتين العقوبيتن...."، وكذلك نصت المادة (10) من قانون علامات البضائع رقم (19) لسنة 1953 على أنه "كل من دبر وهو في المملكة إرتكاب فعل خارج المملكة مما يعتبر جرماً بمقتضى هذا القانون فيما لو إرتكبه داخل المملكة أو أرشد أو ساعد أو عاون أو إشترك في إرتكابه يعتبر أنه فاعل الجريمة وتتخذ الإجراءات بحقه ويحاكم ويدان في المملكة كأن الجرم إرتكب فيها".

عند مقارنة النصين السابقين السابقين ببعضهما يتضح أن موقف المشرع في قانون العلامات التجارية كان أوضح من موقف المشرع في قانون علامات البضائع، حيث نص صراحة في القانون الأول على عقوبة من حرض أو شارك في إرتكاب أي جريمة من جرائم الواقعة على العلامات التجارية وهي نفس عقوبة مرتكب الفعل الأصلي، في حين لم ينص صراحاً على ذلك في القانون الثاني، إلا أنه يستفاد من نص المادة (10) من قانون علامات البضائع أن عقوبة المتدخل أو المحرض هي نفس عقوبة الفاعل الأصلي والدليل على ذلك قول المشرع في المادة المذكورة "....يعتبر أنه فاعل الجريمة..."، وباتالي فإن عقوبة المتدخل أو المحرض هي نفس عقوبة الفاعل الأصلي.

ويلاحظ أن المادة (10) من قانون علامات البضائع لم يرد فيها إشارة إلى سوء القصد لدى الشريك أو المحرض أو المتدخل، ولكن البعض[1] يرى "أنه ليس في ذلك ما يعني أن يعاقب على تلك الأفعال دون توافر القصد لدى مرتكبها أو المشاركين فيها، بل يعني أن سوء القصد لدى هؤلاء مفترضاً، إذ لا داعي للنص عليه صرحة لأنه مفهوم ضمناً ويستخلص من وقائع الحال ومن ظروف كل قضية على حدة ".

رغم خضوع العلامة التجارية للأحكام الخاصة الواردة في قانون العلامات التجارية وقانون علامات البضائع رقم (19) لسنة 1953، إلا أن ذلك لا يعني حرمانها من الحماية

[1] زين الدين، صلاح: مرجع سابق، ص 425.



www.9anonak.blogspot.com
9ANONAK
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

العامة الواردة في قانون العقوبات وخصوصاً المادة (257) منه، والتي تنص على أنه " يعاقب بالإشغال الشاقة المؤقتة مدة لا تتجاوز عشر سنوات كل من :

1- صنع أو صلح قالباً أو لوحة أو ألة يمكن إستعمالها في إخراج رسم يحاكي الرسم الذي يخرجه أي قالب أو لوحة أو ألة تستعمل في صنع أية دمغة أو طابع من المملكة الأردنية الهاشمية أو أي بلاد أجنبية، أو صنع أو صلح قالباً أو لوحة أو ألة يمكن إستعمالها في طبع أية كلمات أو خطوط أو حروف أو علامات تشبه الكلمات أو خطوط أو حروف أو العلامات المستعملة في أي ورق أعدته السلطات ذات الشأن لمثل الغايات سالفة الذكر، أو

2- أحرز أو تصرف بأية ورقة أو مادة أخرى مطبوع عليها رسم أي قالب أو لوحة أو أية ورقة مرسوم عليها مثل هذه الكلمات أو الأرقام أو الحروف أو العلامات أو الخطوط المشار إليها فيما تقدم وهو عالم بذلك.

لم يكتف المشرع بالنص على الأفعال التي تشكل القيام بها إعتداءاً على الحق في العلامة التجارية المسجلة وإعطاء تلك الأفعال وصف الجريمة مع تحديد عقوبة لمرتكبي تلك الأفعال، بل أن المشرع ذهب أكثر من ذلك حيث شدد أكثر في الحماية الجزائية للعلامة التجارية، وهذا التشديد يتمثل في فرض عقوبات تكميلية متمثلة في المصادرة و الإتلاف وذلك وفقاً للمادة (39) من قانون العلامات التجارية المطبق في الضفة الغربية- يقابلها المادة (39) من قانون العلامات التجارية النافذ في قطاع غزة- التي جاء فيها :

"يجوز للمحكمة التي تحاكم أي شخص متهم بمقتضى المادة السابقة، أن تأمر بمصادرة أو إتلاف كافة البضائع ومواد الرزم واللف والإعلان واللوحات والقوالب الخشبية والمعدنية والأختام وغير ذلك من الأدوات والمواد المستعملة لطبع العلامة أو مواد اللف أو الرزم أو الإعلانات أو المواد الأخرى، التي ارتكب الجرم بشأنها".

1- **المصادرة:** أجاز القانون للمحكمة التي تحاكم أي شخص متهم بأي جريمة من جرائم العلامات التجارية أن تأمر بمصادرة كافة البضائع والمواد و الالات المستعملة في تنفيذ أي فعل يشكل جريمة من جرائم العلامات التجارية، ويجب ملاحظة أن المصادرة امر جوازي للمحكمة، إذ لها سلطة تقديرية في هذا الخصوص، فإذا ما أمرت بالمصادرة فإنه يجوز أن تقع المصادرة على كافة البضائع و الأدوات و الأشياء المستخدمة في إرتكاب الجريمة.

"وقد تكون المصادرة أثناء النظر في الدعوى وقبل صدور حكم قطعي فيها[1]"، كما أنه يجوز للمحكمة أن تأمر بالمصادرة حتى ولو لم تفض الملاحقة القانونية للمتهم إلى عدم الإدانة فيما نسب إليه من أفعال التعدي على العلامة التجارية[2].

كما أن قانون علامات البضائع رقم (19) لسنة 1953 وفي المادة (4) منه نصت على أنه " إذا أُدين شخص بإرتكاب جريمة بمقتضى هذا القانون تصادر كل مادة أو ألة أُرتكب الجرم بواسطتها أو لها علاقة بإرتكابها".

ومما يجب ملاحظته على هذه المادة أن المشرع ربط الحكم بالمصادرة بإدانة المتهم بإرتكاب الجرم المسند إليه، وذلك يعني عدم جواز الحكم بالمصادرة في حال براءة المتهم، إلا أنه يجب التفريق بين حالتين[3]:

الاولى:هي حالة صدور حكم البراءة لعدم قيام المتهم بالركن المادي للجريمة ففي هذه الحالة لا يجوز الحكم بالمصادرة.

الثانية:هي صدور الحكم بعدم الإدانة مؤسساً على أي سبب اخر كعدم توافر القصد لديه، فعندئذ يجوز الحكم بالمصادرة.

---

[1] الأسمر، صلاح سلمان: مرجع سابق، ص 117.

[2] قرار محكمة التمييز الأردنية رقم 85/72، مجلة نقابة المحاميين، سنة 1985، ص 605.

[3] زين الدين، صلاح: مرجع سابق، ص 427.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

2- **الإتلاف:** إن الحكم بإتلاف البضائع أو الالات وغيرها من الأشياء التي إستخدمت في إرتكاب جرم من جرائم العلامات التجارية هو أمر جوازي للمحكمة ويخضع لسلطتها التقديرية، فإذا ما قضت المحكمة بالإتلاف فإن هذا الإتلاف ينصب على جسم الجريمة أو على الالات التي إستعملت في إرتكاب الجريمة، وتقضي بهذا الإجراء لتحقيق المصلحة العامة.

إلا أن الفقرة الثالثة من المادة الحادية عشر من قانون علامات البضائع أعطت المحكمة خيارات أخرى غير الإتلاف، إذا أجازت لها التصرف في تلك البضائع أو الأدوات على أي وجه تراه مناسباً، وذلك بعد إزالة العلامات و الأوصاف التجارية الموجودة على البضائع أو الأشياء وتعويض الفرقاء من ثمنها عما لحق بهم من خسارة من جراء تعاملهم بتلك البضائع أو الأشياء شريطة أن يكونوا حسني النية أي يجهلوا واقع الأمر وحقيقة تلك البضائع.

## الخاتمة والتوصيات

إن الاهمية التي يتصف بها موضوع العلامات التجارية تقتضي التشدد في الحماية المتوفرة قانوناً بشتى أنواعها المدنية والجزائية على حد سواء، كما تتمتع العلامة التجارية كحقل من حقول الملكية الفكرية بخصوصية تفرض نفسها، وهذه الخصوصية تتمثل في إخضاعها لقواعد خاصة تتلائم مع تلك الخصوصية، إذ لا يمكن القول بأن القواعد العامة الواردة في القانون بمعناه العام تصلح للتطبيق على أي نزاع متعلق بالعلامات التجارية، هذا بشكل عام.

أما فيما يتعلق بإستنتاجات فنلاحظ ما يلي:

لم يبادر مشرعنا الفلسطيني–حتى هذه اللحظة– في تنظيم موضوع الملكية الفكرية بشكل عام والعلامات التجارية بشكل خاص، حيث لم يعطي موضوع العلامات التجارية أي إهتمام، حيث أبقى على القانون الذي كان يسري في الضفة الشرقية لنهر الأردن قبل إنفصالها عن الضفة الغربية، وهو قانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952م، في حين أن الدولة التي أُخذ عنها هذا القانون قد قامت بتحديثه وإضافة بعض الأمور الهامة التي تشكل محور التجارة العالمية ومن أهمها العلامات التجارية المشهورة.

إن الواقع الاقتصادي الفلسطيني يأخذ منحى بإتجاه الأنهيار، وهذا يتطلب من مشرعنا التدخل والعاجل لإنقاذ ما يمكن إنقاده، وهذا التدخل السريع يجب أن يعطي الأهتمام بالدرجة الأولى لموضع العلامات التجارية التي تشكل العمود الفقري للتجارة، حيث يجب سن قانون يواكب التطور المهول في المجال الأقتصادي، هذا من ناحية، ومن ناحية اخرى فإنه يجب أن يحرص مشرعنا الفلسطيني على السعي نحو دخول المجال الدولي لتوفير حماية دولية لأصحاب العلامات التجارية من الفلسطينين وذلك من خلال الإنضام إلى الإتفاقيات الدولية ذات العلاقة، كما انه يجب ملاحظة أن فلسطين ليست منضمة لأي إتفاقية دولية متعلقة بالعلامات التجارية، إضافاً إلى أن ليس لفلسطين أي تمثيل على الإطلاق في المنظمة العالمية للملكية الفكرية.

لذا على مشرعنا أن يعطي إهتمامه لناحيتين مهمتهين في موضوع العلامات التجارية:



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين
في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

الاولى: تنظيم موضوع العلامات التجارية محلياً وبشكل يحافظ على التطور المستمر الذي يحيط بموضوع العلامات التجارية، وذلك بعيداً عن نسخ قوانين لدول اخرى قد تكون قريبة أو بعيدة جغرافياً.

الثاني:السعي إلى الإنضام للمنظمة العالمية للملكية الفكرية والتوقيع على الأتفاقيات التي توفر الحماية لأصحاب العلامات التجارية من الفلسطينين وغير ذلك من الأتفاقيات التي تحقق المصلحة للشعب الفلسطيني.

# قائمة المصادر والمراجع

**أولا: المصادر:**


قانون العلامات التجارية رقم (34) لسنة 1952م.

قانون علامات البضائع رقم (19) لسنة 1953م.

قانون العقوبات الأردني رقم (16) لسنة 1960م.

قانون الإمتيازات والإختراعات والرسوم رقم (22) لسنة 1952م

قانون تسجيل الاسماء التجارية رقم (30) لسنة 1953م.

قانون التجارة الاردني رقم (12) لسنة 1966م.

قانون الشركات التجارية رقم (14) لسنة 1964م.

مجلة الأحكام العدلية.

مجلة نقابة المحامين الأردنيين.


**ثانياً: المراجع:**


حمدان، ماهر فوزي: **حماية العلامة التجارية**، مطبعة الجامعة الاردنية، عمان، الاردن، 1999م.

ناهي، صلاح الدين: **الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية**، دار الفرقان، عمان، 1983م.

القليوبي، سميحة: **الملكية الصناعية**، دار النهضة العربية، القاهرة، ط2 ، 1996م.

بك، محمد صالح: **شرح القانون التجاري المصري**، مطبعة لجنة التأليف والترجمة والنشر، القاهرة، ج1، ط6 ، 1945م.




www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

طه، مصطفى كمال: **القانون التجاري**، الدار الجامعية، القاهرة، 1986م.

الصغير، حسام الدين عبدالغني: **الجديد في العلامات التجارية**، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2004م، ص53.

الخولي، أكثم أمين: **الوسيط في القانون التجاري**، ج3، الاموال التجارية، ط1 ، 1964م.

الخشروم، عبدالله حسين: **الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية**، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2005م.

قليوبي، ربا طاهر: **حقوق الملكية الفكرية**، مكتبة دار الثقافة، عمان، 1998م.

زين الدين، صلاح: **الملكية الصناعية والتجارية**، مكتبة دار الثقافة، عمان، 1999م.

العبيدي، علي هادي: **الوجيز في شرح القانون المدني**، الحقوق العينية، ط1، دار الثقافة، عمان، 2000م.

سوار، محمد وحيد الدين: **حق الملكية في ذاته**، دارالثقافة، عمّان، 1997م.

عوض، علي جمال الدين: **القانون التجاري**، ج1، القاهرة، دار النهضة العربية، بدون سنة طبع.

الصفار، زينة غانم عبد الجبار: **المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية**، ط1، عمان، الاردن، دار ومكتبة حامد للنشر والتوزيع، 2002م.

الغريب، محمد سلمان: **الاحتكار والمنافسة غير المشروعة**، ط1، القاهرة، دار النهضة العربية، 2004م.

زين الدين، صلاح: **شرح التشريعات الصناعية والتجارية**، عمان، دار الثقافة، 2003م.

التكروري، عثمان: **الوجيز في شرح القانون التجاري الاردني**، ج1، مجهول مكان النشر، 1998م.

الدريني، فتحي: **نظرية التعسف في إستعمال الحق**، بيروت، مؤسسة الرسالة، ط1، 1977م.

محرز، أحمد محمد: **الحق في المنافسة المشروعة**، مجهول مكان النشر، مجهول سنة النشر.

الجنبيهي، منير محمد وأخرون: **العلامات والاسماء التجارية**، دار الفكر الجامعي، الأسكندرية، 2000م.

محمود، أحمد صدقي: **الحماية الوقتية لحقوق الملكية الفكرية**، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004م.

منصور، محمد: **العلامات التجارية-جريمة الغش التجاري**، مجهول الناشر، مجهول مكان النشر، 1955م.

صرخوة، يعقوب يوسف: **النظام القانوني للعلامات التجارية**، مطبوعات جامعة الكويت، الكويت، 1993م.

العريف، علي: **شرح القانون التجاري المصري**، ج1، بدون مكان نشر، 1959م.

عبيدات، رضوان: *تزوير العلامات التجارية وموقف المشرع الأردني من هذه الجريمة بشكل خاص*. دراسات/ مجلة صادرة عن الجامعة الأردنية .مج 26.

بالي، سميرفرنان: **قضايا القرصنة التجارية والصناعية والفكرية**، ج1، بيروت، منشورات الحلبي الحقوقية، 2001م.

الكسواني، عامر محمود: **الملكية الفكرية-ماهيتها ومفراداتها وطرق حمايتها**-دارالجيب للنشر والتوزيع، عمان، 1998م.



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين
في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

السعيد، كامل: **شرح الأحكام العامة في قانون العقوبات الأردني والقانون المقارن**، ج1، دارالفكر للنشر والتوزيع، عمان، 1981م.

الأسمر، صلاح سلمان: **شرح قانون العلامات التجارية الأردني**، مجهول الناشر ومكان النشر، 1992م.

الأسمر، صلاح سلمان: **العلامة التجارية في القانون الأردني والمصري**، مجهول مكان نشر والناشر، 1986م.

الصمادي، حازم نعيم: **قرارات محكمة الأستئناف في الأمور المستعجلة**، مكتبة دار الثقافة، عمان، 1997م.

غنام، شريف محمد: **حماية العلامات التجارية عبر الانترنت في علاقتها بالعنوان الالكتروني**، بحث منشور على موقع www.arablawinfo.com بتاريخ 2006/3/27.

**ثالثاً: المواقع الألكتورنية:**

www.qanoun.com

www.mybiznas.com/abdlaw/ejtihad-mokhtar.htm

www.arablaw.org

An-Najah National University
Faculty of Graduate Studies

# Trade Marks and the Ways of Protection in the Laws which is Valid in Palestine.

**Prepared by:**
**Mahmoud Ahmed Abed-Hameed Mubarak.**

**Superiors:**
**Dr.Gahssan Omer Khald**

***Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Private Law, Faculty of Graduate Studies, at An-Najah National University, Nablus, Palestine.***

**2006**

9ANONAK
www.9anonak.blogspot.com
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com

**Trade Marks and the Ways of Protection in the Laws which is Valid in Palestine**

**Prepared:**
**Mahmoud Ahmed Abed-Hameed Mubarak.**
**Superiors:**
**Dr.Gahssan Omer Khald**

## Abstract

The main function of the trademark is to enable consumers to identity a product (wherever a good or a service) of a particular company so as to distinguish it from other identical or similar products provided by competitors.

Consumers who are satisfied with a given product are likely to buy or use the product again in the future, for this; they need to be able to distinguish easily between identical or similar products.In general any distinctive, words, letters, numerals ,drawings ,colours, pictures, shapes, logotypes, labels, or combinations of the above used to distinguish between the goods and the services of different companies may be considered a trademark.

The subject of the trade mark includes the following points:

Chapter one includes:

The concept of the trade marks ،and the different kinds of the trademarks, such as the name, signatures, words, letters, numbers….elc, that can be used as trade marks, and in this chapter will deal with the necessary conditions of the trade marks, which are distinguished, new and legal.

This study treats the different aspects of the legal protection of the trade marks which are: the civil protection and criminal protection.

Chapter tow includes:

The civil protection of the trade mark is available for registered trademarks only as for unregistered trade mark it's not covered by the civil protection according to the amended trademarks law except for the well-known trade marks.

Chapter three includes:

The criminal protection such as:

1- The crime of imitation of trademarks.

2- The usage of falsified trademarks.

3- The usage of trademarks belonging to anther merchant.

4- To sell or expose for selling materials under falsified trademarks or marks belonging to another.

These crimes receive penal punishments such as imprisonment and fines.

9ANONAK



www.9anonak.blogspot.com

9ANONAK.COM
موقع الطلبة والباحثين والمهتمين
في القانون المغربي والمقارن
www.9anonak.blogspot.com