

ترقيـن العلامة التجارية في القانون الأردني(*)

الدكتور/ صلاح سلمان زين الدين
أستاذ القانون التجاري المشارك
كلية القانون - جامعة قطر

ملخص:

إذا كان من المسلم به، أن الحق في العلامة التجارية، يكتسب بوسيلتين اثنتين لا ثالث لهما؛ الأولى: الاستعمال، والثانية: التسجيل، فإنه - أي الحق في العلامة التجارية - ينقضي لغير سبب، البعض منها محل تسليم والآخر محل نظر.

لذلك، جاءت هذه الدراسة، بغية الوقوف على الأسباب التي قد تؤدي - في حالة توفرها - إلى ترقيـن (حذف/شطب/إلغاء/إبطال/انقضاء) العلامة التجارية، في ظل قانون العلامات التجارية الأردني، وذلك من خلال عرض وتحليل للنصوص القانونية ذات الصلة بهذه المسألة. بالإضافة، إلى عرض وتحليل لعدد من القرارات القضائية الصادرة عن المحاكم المختصة، في المسألة ذاتها. وخلصت الدراسة - بحول الله - إلى بعض النتائج والتوصيات.

تمهيد:

يبدو، أن استعمال العلامة (الرمز) قد بدأ قبل القراءة والكتابة، وإن أول نوع من العلامات كان قد استعمل في وسم الماشية؛ إذ ظهرت - هذه الأخيرة

(*) أجاز البحث بتاريخ ٢٨/٤/٢٠٠٨م.

- في الجداريات الفرعونية، في أثناء وسمها في الحقول، كما ظهرت في رسوم كهوف جنوب غرب أوروبا، وكذلك الحال في طروادة وأولمبيا ودمشق^(١).

وتعني العلامة التجارية الإشارة الفارقة التي يستعملها - أو يريد استعمالها - الصانع لتمييز منتجاته أو التاجر لتمييز بضائعه أو مقدم الخدمة لتمييز خدماته. وتأخذ العلامة التجارية أشكالاً فارقة عديدة، كالأسماء أو الإمضاءات أو الحروف أو الأرقام أو الرموز أو الرسوم أو الصور أو الأختام أو النقوش أو البطاقات أو الأغلفة أو الأشرطة أو المجسمات أو الألوان أو الكلمات أو خليطاً مما ذكر^(٢).

وتؤدي العلامة التجارية وظيفة أساسية تتمثل في تمييز المنتجات والبضائع والخدمات التي تستعمل عن غيرها. بالإضافة إلى ذلك، تدل العلامة التجارية، على مصدر المنتجات والبضائع والخدمات، وتشكل أداة للإعلان عنها، وتعتبر رمزاً لثقة المستهلك بها^(٣).

ومن نافلة القول، أن تمتع العلامة التجارية بالحماية القانونية، يقتضي أن يتوافر فيها شروط معينة. ومن هذه الشروط ما هو موضوعي، كالمشروعية والصفة الفارقة (المميزة)، والجدة، والقابلية للإدراك عن طريق النظر. ومنها ما هو شكلي، كالقيام بإيداع العلامة التجارية في سجل العلامات التجارية، وفقاً للإجراءات القانونية، التي تقتضيها الأصول المقررة في هذا الصدد^(٤).

(١) Sidney A. Diamond, "The Historical Development of Trademarks", The Trade-mark Reporter, (TMR) Vol. 73, P.222, 1983. Salah Asmar, Legal Protection of Trademarks, Thesis, Faculty of Law, University of Delhi, India, 1994, P.2.

(٢) المادة ٧ من قانون العلامات التجارية الأردني، رقم ٣٤ لسنة ١٩٥٢م المعدل بالقانون رقم ٣٤ لسنة ١٩٩٩م (وسنشير إليه بـ " القانون الأردني ").

(٣) الدكتور صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة، عمان، ١٩٩٩، ص ٣٦٥.

(٤) انظر، المادة ١١ من القانون الأردني. وراجع الدكتور صلاح الدين الناهي، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، دار الفرقان، عمان، ١٩٨٣، ص ١١٧. المحامي صلاح سلمان الأسمر، العلامة التجارية، في القانون الأردني والمصري، مطبعة التوفيق، عمان، ١٩٨٦، ص ٩٩.

ويعود تاريخ ميلاد بعض العلامات التجارية، إلى النصف الثاني من القرن التاسع عشر، كما هو الحال في علامة "كوكاكولا" COCA COLA وعلامة "كوداك" KODAK. وقد وصلت بعض العلامات التجارية إلى شهرة عالمية، وقيمة مالية خيالية، ومصدر غني لمالكها فوق التوقع أو المألوف. كما هو الحال في علامة "مايكروسوفت" MICROSOFT.

ونظراً، للتطور الهائل للأساليب الصناعية والتجارية والخدمية، وما نتج عن ذلك من ازدياد الأسواق التجارية، بفيض من شتى المنتجات والبضائع والخدمات، فقد أضحت الحاجة للعلامة التجارية، من أجل تمييز ذلك، كالحاجة إلى الأسماء من أجل التعريف بالأشخاص. بل غدت العلامة التجارية، جواز سفر مرور، للمنتجات والبضائع والخدمات المتنوعة إلى الأسواق المحلية والإقليمية والدولية المتعددة.

وهذا الأمر أوجد بيئة مواتية للإسراع في وضع التنظيم القانوني للعلامات التجارية، ومن ثم سار في ازدياد مطرد على المستوى الدولي والإقليمي والمحلي على حد سواء^(٥). وينظم أحكام العلامة التجارية في المملكة الأردنية الهاشمية قانون العلامات التجارية رقم ٣٤ لسنة ١٩٥٢م المعدل بالقانون رقم ٣٤ لسنة ١٩٩٩م (وسنشير إليه بـ "القانون الأردني").

ومن المسلم به، أن الحق في العلامة التجارية يكتسب من خلال وسيلتين اثنتين لا ثالث لهما؛ الأولى: التسجيل، والثانية: الاستعمال. ويتسم - أي الحق في العلامة التجارية - بأنه قابل للاستمرارية، وذلك من خلال استمرارية استعمال العلامة التجارية، أو استمرارية تجديد تسجيلها؛ الأمر الذي يؤدي -

(٥) المحاميان سمير بالي ونوري جمو، الموسوعة العلمية في العلامات الفارقة التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ط١، ٢٠٠٧، ص ٧١ وما بعدها. الدكتور صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، سبقت الإشارة إليه، ص ٣٩٩.

واقعيًا وقانونياً - إلى ديمومة ملكية العلامة التجارية بدوام الاستعمال أو بدوام تجديد التسجيل^(٦).

ومع ذلك، فإن الحق في العلامة التجارية، قد ينقضي لأسباب قانونية، كعدم المشروعية. وأخرى واقعية، كعدم الاستعمال. أو غير ذلك، من أسباب أخرى، كالتعدي على العلامات التجارية المشهورة. ونحاول، في هذه الدراسة، البحث عن تلك الأسباب، في ظل القانون الأردني، بغية الوقوف عليها. بالإضافة إلى بيان موقف الاجتهاد القضائي الأردني من ذلك. ما استطعت إلى ذلك سبيلاً.

ويبدو أن، المواد ٦ و٧ و٨ و٩ و١٢ و١٥ و١/٢١ و٢ و٢٢ و١/٢٥ و٢٦ و٢٧/٥ و٣٤ من القانون الأردني، تشكل أسباباً - واقعية وقانونية - لحالات ترقين (حذف/شطب/إلغاء/إبطال/انقضاء) العلامة التجارية، من سجل العلامات التجارية؛ ذلك أنها - أي المواد المذكورة - قد حددت الشروط القانونية، اللازم توافرها في العلامة التجارية حتى يجوز تسجيلها، ومن ثم تمتعها بالحماية القانونية. كما حددت القيود والأهداف والغايات من ذلك التسجيل، ومدة الحماية القانونية للعلامة التجارية. فإذا ما سجلت علامة تجارية معينة، خلافاً لتلك الشروط أو القيود أو الأهداف أو الغايات، أو تم تسجيلها أو استعمالها خلافاً لتلك المواد، كأن تكون من العلامات الممنوعة؛ لأنها تمسّ حرمة أو قدسية أو تتعلق بالنظام العام أو الآداب العامة، أو حفظاً لحقوق ذوي الشأن، أو خوفاً من تضليل الجمهور أو إيهامه، أو تؤدي إلى المنافسة غير المشروعة أو تشكل تعدياً على علامة مشهورة أو نحو ذلك، فإنه يحق - في أي حالة من تلك الحالات - لأي شخص أن يتقدم، إلى الجهة المختصة، بطلب - بحسب

(٦) المحامي هيثم العكشة، شروط وإجراءات تسجيل العلامة التجارية وطرق اكتساب ملكيتها، مجلة نقابة المحامين لسنة ١٩٩٨، ص ٢٢٤٥.

الأصول المقررة في هذا الشأن - من أجل ترقيين العلامة التجارية، من سجل العلامات التجارية. وقد سار الاجتهاد القضائي الأردني على هدي من تلك النصوص، وصدر غير قرار من المحاكم القضائية في المملكة بهذا الخصوص، تعد تطبيقاً - نصاً وروحاً - لتلك النصوص.

ويمكن رد حالات ترقيين العلامة التجارية، استناداً إلى المواد المشار إليها، إلى أسباب تعود إلى عدم مشروعية تسجيل العلامة التجارية؛ أي أن تسجيل العلامة التجارية، قد تم بصورة مخالفة للقانون أو عدم مراعاة المتطلبات التي يقتضيها القانون لدى تسجيل العلامة، وأخرى تعود إلى عدم استعمال العلامة التجارية من قبل من قام بتسجيلها، أو أن استعمال العلامة التجارية، لم يجر على النحو المقرر قانوناً. أو تعود إلى حماية العلامات المشهورة من التعدي عليها. أي أن في تسجيل العلامة التجارية أو استعمالها، ما يشكل تعدياً على العلامات المشهورة.

هذا، وفي اللغة، كلمة "ترقيين" مصدر الفعل "رَقَنَ". فيقال: "تَرَقَّيْنُ الْكِتَابَ"، أي كِتَابَتُهُ كِتَابَةً حَسَنَةً. ويقال "تَرَقَّيْنُ الْحَطَّ" أي تَنَقِّيطُهُ وَتَبْيِينُ حُرُوفِهِ. كما يقال "ترقيين" الشيء، أي تظليل الشيء، بمعنى وضع ظل عليه، بغرض إخفائه^(٧).

وأما في الاصطلاح، فكلمة "ترقيين" فتعني الأمر الذي يؤدي إلى إزالة الشيء من مكانه، بطريقة تتناسب مع الشيء محل الترقين^(٨)، بغرض العدول

(٧) ترقيين: تظليل (في الرسم) ويقابل ذلك، في الانجليزية، hatch; hatching; muted (Colors) و hachuring وفي الفرنسية. hachure; demiteinte المورد الثلاثي، للدكتور روجي البعلبكي، دار العلم للملايين، بيروت، ط ١، ٢٠٠٤، ص ٤٥٢.

(٨) فتقرر المحكمة، ترقيين قيد الدعوى، لسبب قانوني، يقتضي ذلك، كعدم صحة الإجراءات القانونية. وكذلك، "شَطَبَ/رقن القاضي الدَّعوى، أي رَقْنَهَا/ حَذَفَهَا من جدول القضايا، بلا حُكْم فيها، لسبب قانوني. ورقن/شَطَبَ الكاتب الكلمة، يعني طَمَسَهَا عُدولاً عنها.

عنه. ومن قبيل ذلك، حذفه^(٩)، أو شطبه^(١٠)، أو إلغاؤه^(١١)، أو إبطاله^(١٢)، أو انقضاؤه^(١٣)، أو نحو ذلك.

(٩) وحذِفُ الشيء، يعني إسقاطه. محيط المحيط، المُعَلَّم بُطِرُس البُستاني، مكتبة لبنان، بيروت، ط ١٩٨٧، باب الحاء، ص ١٥٦. ويقابل ذلك، في الانجليزية، deletion, cancellation, canceling وفي الفرنسية rayage, effacement, effacement. انظر،

المورد الثلاثي، للدكتور روجي البعلبكي، سبقت الإشارة إليه، ص ٦٨٤. (١٠) "شطب الشيء، يشطبه شطباً، أي قَطَعَه. وشطب الكاتب العبارة، أي ضرب عليها خطاً علامة لإبطالها". محيط المحيط، المُعَلَّم بُطِرُس البُستاني، سبقت الإشارة إليه، باب الشين، ص ٤٦٥. ومماثل لذلك، ما ورد في، ترتيب القاموس المحيط، للفيروزآبادي، على طريق المصباح المنير وأساس البلاغة، الطاهر أحمد الراوي، الدار العربية للكتاب، الطبعة الثالثة، ١٩٨٠، ص ٧١٢. فجاء فيه أن، "شَطَبَ الشَّيْءَ، يعني عدَلَ عنه". وأيضاً، ورد المعنى عينه، في لسان العرب، لابن منظور، دار صادر، بيروت، ١٩٦٨، ص ٤٩٦. ويقابل ذلك، في الانجليزية striking out, striking off, crossing out وفي الفرنسية retranchement, effacement, effacement. انظر، المورد الثلاثي، للدكتور روجي البعلبكي، سبقت الإشارة إليه، ص ١٠١١.

(١١) أي إسقاطه، بمعنى إبطاله، فلا يعتد به. ترتيب القاموس المحيط، للفيروزآبادي، على طريق المصباح المنير وأساس البلاغة، الطاهر أحمد الراوي، سبقت الإشارة إليه، ص ٢٨٨. ومثل ذلك، القول: قام القاضي، بإلغاء البيع بعد أن لاحظ فيه الغش، أي أبطله. ويقابل ذلك، في الانجليزية، invalidation, nullification, annulment. وفي الفرنسية infirmation, invalidation, nullification. المورد الثلاثي، للدكتور روجي البعلبكي، سبقت الإشارة إليه، ص ٢٢٢.

(١٢) من بطل، بطلاناً، بمعنى تعطل وزهد ضياعاً. كذلك يقال "أَبْطَلَ الْحَاكِمُ الْأَحْكَامَ الْقَدِيمَةَ" أي أَلْغَاهَا، جَعَلَهَا غَيْرَ نَافِذَةٍ لَا فَعُولَ لَهَا. أَبْطَلَ يُبْطِلُ إِبْطَالاً : جاء بالباطل أي بما هو غير صحيح. انظر، ترتيب القاموس المحيط، للفيروزآبادي، على طريق المصباح المنير وأساس البلاغة، الطاهر أحمد الراوي، الدار العربية للكتاب، الطبعة الثالثة، ١٩٨٠، ص ١٥٥. ويقابل ذلك، في الانجليزية to neutralize وفي الفرنسية neutralizer. المورد الثلاثي، للدكتور روجي البعلبكي، سبقت الإشارة إليه، ص ٢٠.

(١٣) وإنْقِضَاءٌ من الفعل إنْقَضَى. وإنْقِضَاءُ الشَّيْءِ، معناه انْتِهَائُهُ. انظر، ترتيب القاموس المحيط، للفيروزآبادي، على طريق المصباح المنير وأساس البلاغة، الطاهر أحمد الراوي، سبقت الإشارة إليه، ص ٦٤١. ويقابل ذلك، في الانجليزية، =

ويلاحظ أن استعمال كلمة "ترقين" قد درج للدلالة على ما ذكر. ومن قبيل ذلك، القول: يلزم "ترقين" قيد الطالب المفصول من مدرسته، لسبب معين^(١٤). ولا يمكن "ترقين" قيد التاجر من سجل التجار، إلا بناء على حكم قضائي بات^(١٥). كذلك، تقرر المحكمة ترقين قيد العلامة لعدم صحة إجراءات تسجيلها أو نحو ذلك^(١٦).

وفي السياق ذاته، استعمل المشرع الأردني، كلمة "ترقين" وكلمة "حذف" وكلمة "شطب" كمترادفات^(١٧). كذلك، فعل القضاء الأردني، إذ قضى بأنه "... وبالرغم من أن التسجيل، قرينة على ملكية العلامة التجارية، إلا أنه يجوز هدم هذه القرينة بدليل عكسي، ويجوز لمن له مصلحة، أن يطلب شطب/

= ecoulement, marche. وفي الفرنسية. passing, passage, elapsing, expiry, end (du temps); expiration; fin. انظر، المورد الثلاثي، للدكتور روجي البعلبكي، سبقت الإشارة إليه، ص ٢٨٤.

(١٤) ورد في جريدة المدى العدد (١١٩٣) الثلاثاء ٨/٤/٢٠٠٨ ص ١، أنه "تم ترقين قيد ١٩٠٠ طالب جامعي قدموا وثائق مزورة". كما ورد في جريدة الصباح الاثنين ١ ربيع الثاني ١٤٢٩ هـ ٧ نيسان ٢٠٠٨م العدد ١٣٥٩، ص ١، بأنه تم المباشرة في تطبيق قرار مجلس الوزراء القاضي، بترقين قيود السيارات من موديل ١٩٧٥، فما دون. .. مع دفع تعويضات مالية لأصحاب السيارات المرقنة.

(١٥) انظر المادة ١٨ من القانون ١٣١ لعام ١٩٥٩ بشأن ترقين قيد العضو من غرفة التجارة.

(١٦) المحامية ربا طاهر قليوبي، حقوق الملكية الفكرية، دار الثقافة، عمان ١٩٩٨، ص ٢٥١ وما بعدها.

(١٧) فنص على أنه "إذا حذفت العلامة التجارية أو شطبت لأي سبب من الأسباب فعلى المسجل إدراج قيد بذلك في السجل مع بيان أسباب هذا الحذف أو الشطب". انظر نظام العلامات التجارية رقم ١ لسنة ١٩٥٢. كذلك نص على أنه "إذا رقت علامة تجارية من السجل وجب على المسجل أن يتخذ التدابير اللازمة لإدراج قيد بترقيتها من السجل مع بيان سبب الترقين. انظر، نظام العلامات التجارية المعدل بالنظام رقم ٣٧ لسنة ٢٠٠٠ والمنشور في الجريدة الرسمية رقم ٤٤٥٣ بتاريخ ٣١/٨/٢٠٠٠.

ترقين العلامة التجارية من السجل" ^(١٨). وكذلك، تقرر المحكمة، ترقين قيد العلامة التجارية، لعدم صحة إجراءات تسجيلها ^(١٩).

وبعد، هذا التمهيد، نوزع هذه الدراسة، على ثلاثة مباحث، على التوالي:
الأول: ترقين العلامة التجارية لعدم المشروعية. الثاني: ترقين العلامة التجارية لعدم الاستعمال. الثالث: ترقين العلامة التجارية للتعدي على العلامات المشهورة. وقد خلصت، الدراسة - بحول الله - إلى نتائج وتوصيات.

(١٨) انظر قرار محكمة العدل العليا رقم ٧٢/٦٥. أشارت إليه، المحامية ربا طاهر قليوبي، حقوق الملكية الفكرية، دار الثقافة، عمان ١٩٩٨، ص ٢٤٩ وما بعدها. وذهبت، المحامية ربا قليوبي، في المرجع ذاته والصفحة ذاتها إلى القول - بحق - : إن مفردات "شطب" و"حذف" و"إلغاء" و"ترقين" ذات معنى واحد لطلبات ترقين قيد العلامة التجارية، من سجل العلامات التجارية.

(١٩) المحاميان سمير بالي ونوري جمو، الموسوعة العلمية في العلامات الفارقة التجارية، سبقت الإشارة إليه، ص ٧٥١ وما بعدها.

المبحث الأول ترقين العلامة التجارية لعدم المشروعية

نتناول في هذا المبحث ترقين العلامة التجارية لعدم المشروعية. وتعتبر العلامة التجارية، غير مشروعة، إذا ما خالفت النظام العام أو الآداب العامة أو خالفت الشروط والقيود - الشكلية والموضوعية - التي يتطلبها القانون في العلامة التجارية. وتعتبر، مخالفة للنظام العام، كل علامة تتخذ شكل الشعارات العامة، وطنية كانت أم أجنبية، كالأعلام والشارات الرسمية للدول، أو الرموز ذات الطابع الديني، كالهلال أو الصليب. كما تعتبر، مخالفة للنظام العام، كل علامة تجارية من شأنها تضليل جمهور المستهلكين، كاستعمال بيانات خادعة، عن صفات أو مصدر المنتجات والبضاعة والخدمات. كذلك تعتبر، مخالفة للآداب العامة، كل علامة تتضمن تسميات أو صوراً تمس بالأخلاق والآداب والذوق. كاستعمال كلمات أو صور فاضحة. وكذلك تعتبر، مخالفة للشروط القانونية، العلامات التجارية التي تخلو من الصفة الفارقة (المميزة)، كالتسميات العادية أو الوصفية أو نحو ذلك.

ويبدو أن، المواد ٧ و ٨ و ٩ و ١٥/١ و ٢٥/١ من القانون الأردني، تشكل أبرز الحالات التي يمكن أن يؤسس عليها طلب ترقين العلامة التجارية، من سجل العلامات التجارية، لجهة عدم مشروعية العلامة التجارية. لذا، نتناول المواد المذكورة، تباعاً، مع تطبيقات قضائية لها، من الاجتهاد القضائي الأردني، ما استطعنا إلى ذلك سبيلاً.

أولاً - ترقين العلامة التجارية استناداً للمادة (٧):

تنص المادة السابعة من القانون الأردني، على أنه:

" ١ - يشترط لتسجيل العلامة التجارية أن تكون ذات صفة فارقة من حيث

الأسماء أو الحروف أو الأرقام أو الأشكال أو الألوان، أو غير ذلك أو أي مجموعة منها وقابلة للإدراك عن طريق النظر.

٢ - توكيماً للغرض المقصود من هذه المادة تعني لفظة (فارقة) أن العلامة التجارية موضوعة على شكل يكفل تمييز بضائع صاحبها عن بضائع غيره من الناس.

٣ - لدى الفصل فيما إذا كانت العلامة التجارية ذات صفة فارقة وفقاً لما تقدم يجوز للمسجل أو المحكمة إذا كانت العلامة التجارية مستعملة بالفعل أن يأخذ بعين الاعتبار طول المدى الذي جعل مثل ذلك الاستعمال لتلك العلامة التجارية مميزاً فعلاً للبضائع والخدمات المسجلة أو التي ينوي تسجيلها".

لقد حددت، الفقرة الأولى، من هذا النص، الشروط الموضوعية اللازم توافرها في العلامة التجارية حتى يجوز تسجيلها في سجل العلامات التجارية. ومن أبرز هذه الشروط أن تكون العلامة المطلوب تسجيلها ذات صفة فارقة؛ أي أن تكون العلامة التجارية مميزة، بمعنى أن تتمتع بذاتية خاصة تميزها عن غيرها من العلامات الأخرى، المستعملة في تمييز منتجات أو بضائع أو خدمات مماثلة. وأن تكون - أي العلامة - جديدة؛ أي لم يسبق استعمالها من قبل منتجين أو تجار أو مقدمي خدمات مماثلة. وأن تكون - أي العلامة - مشروعة؛ أي غير مخالفة للقانون أو النظام العام أو الآداب العامة، وألا تؤدي إلى تضليل الجمهور^(٢٠). وأن تكون - أي العلامة - قابلة للإدراك عن طريق النظر؛ أي تكون العلامة التجارية مادية ولملموسة (مرئية) ترى بالعين المجردة. وعليه، لا يجوز تسجيل علامة تجارية، لا تتوافر فيها الشروط المنوه عنها^(٢١). الأمر الذي يتطلب من مقدم طلب تسجيل علامة تجارية، إظهارها في نموذج فارق

(٢٠) الدكتور نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية، دار وائل للنشر، عمان، ط١، ٢٠٠٥، ص٢٧٣.

(٢١) الدكتور عبدالله حسين الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر، عمان، ط١، ٢٠٠٥، ص١٤٩.

ومميز وقابل للإدراك عن طريق النظر، على شكل يكفل تمييز منتجاته أو بضائعه أو خدماته عن مثيلاتها المملوكة لغيره من الأشخاص. وتتعدد النماذج التي تتخذها العلامة التجارية؛ وإن كانت الأسماء أو الحروف أو الأرقام أو الأشكال أو الألوان أو غير ذلك أو أي مجموعة منها، متى تم إظهارها في نموذج فارق ومميز ويمكن إدراكه بالبصر، من العناصر الدارجة والأكثر استعمالاً - في الغالب - كعلامات تجارية^(٢٢).

ويعتبر إظهار العلامة التجارية، في نموذج فارق ومميز، مطلباً قانونياً أساسياً، لكي تؤدي وظيفتها الأساسية المتمثلة، في تمييز المنتجات والبضائع والخدمات التي تستعمل، عن غيرها. بالإضافة، إلى وظائف أخرى، كأن تدل على مصدر المنتجات والبضائع والخدمات. أو توظف، كوسيلة أو أداة للإعلان عنها، أو رمزاً للثقة بها، فتلعب دوراً محفزاً لجمهور المستهلكين، للإقبال على الشراء تحت تأثيرها^(٢٣).

وعليه، حتى تكون العلامة التجارية صالحة للتسجيل في سجل العلامات التجارية، يلزم أن تكون موافقة للنص موضوع الحديث، الذي اقتضى، - على وجه الوجوب - تمتع العلامة التجارية، بالصفة الفارقة والجدة والمشروعية والقابلية للإدراك بالنظر. عندئذ، تصبح أهلاً للاستعمال والتسجيل. ومن ثم تدخل دائرة الحماية القانونية. والعكس صحيح أيضاً، بمعنى، فقدان العلامة التجارية لأي شرط من الشروط المنوه عنها، يجعل منها علامة غير أهل للحماية القانونية. ومن ثم، تعتبر باطلة بالمطلق، فلا يجوز تسجيلها أصلاً، وكذلك يجب ترقينها/ شطبها إذا ما سجلت^(٢٤).

(٢٢) الدكتور يعقوب صرخوه، النظام القانوني للعلامات التجارية، الكويت ١٩٩٣، ص ٧٩.

الدكتور نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية، سبقت الإشارة إليه، ص ٥٥.

(٢٣) الدكتور صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، دار الثقافة، عمان، ٢٠٠٣، ص ١٤٥.

(٢٤) الدكتور سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة، ط ٤، ٢٠٠٣، ص ٤٣٩.

وقد شكل النص موضوع الحديث أساساً لطلب ترقيين العلامة التجارية، على سند من القول، أنها تفتقر إلى الصفة الفارقة أو المميّزة أو القابلية للإدراك عن طريق النظر، أو خالية منها، ولا يزال محلاً للتطبيق بصور ملموسة في الواقع العملي. فقد صدر عن القضاء الأردني غير قرار يعد تطبيقاً للنص موضوع الحديث؛ فقضت محكمة العدل العليا بأنه "إعمالاً لنص المادة السابعة من قانون العلامات التجارية رقم ٣٣ لسنة ١٩٥٢ يجب أن تكون العلامات التجارية التي يمكن تسجيلها مؤلفة من حروف أو رسوم أو علامات أو خليط من هذه الأشياء ذي صفة فارقة وعلى شكل يكفل تمييز بضائع صاحبها عن غيره من الناس"^(٢٥). وقد قضت بأنه "اشتطت المادة ١/٧ من قانون العلامات التجارية في العلامة التجارية القابلة للتسجيل أن تكون ذات صفة فارقة بصورة تكفل تمييز بضائع صاحبها عن بضائع غيره من الناس مما لا يجوز معه لأحد أن يستأثر بالعلامة الشائعة أو يمتلكها"^(٢٦). كما قضت بأنه "لا يجوز تسجيل الرقم كعلامة تجارية إذا كان هذا الرقم يؤلف بمفرده العلامة التجارية، أما إذا كان هذا الرقم جزءاً من العلامة التجارية أو أنه أبرز بشكل خاص فلا يوجد في القانون ما يمنع تسجيله"^(٢٧). كما قضت بأنه "إذا كان الرسم المستعمل في العلامة التجارية المطلوب حذفها من الرسوم الشائعة، فلا يشكل بحد ذاته علامة فارقة، وليس من شأنه أن يميز بضائع صاحبه عن بضائع غيره من الناس"^(٢٨). كذلك قضت بأنه "يجب أن تكون العلامة ذات صفة فارقة... ويجوز اقتصار العلامة التجارية على لون واحد أو أكثر... يتوجب - عندئذ - أخذه بعين الاعتبار حين الفصل في الصفة الفارقة للعلامة"^(٢٩). وفي السياق ذاته، قررت محكمة العدل العليا، في حكم حديث لها، بأنه "إذا وضعت المستأنف

(٢٥) القرار رقم ٨٨/٤٩ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٨٩، ص ٩٢٦.

(٢٦) القرار رقم ٢٩٦ / ٩٤ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٥، ص ١٨٥٠.

(٢٧) القرار رقم ٥٣/٤ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، السنة الأولى، ص ١٥٥.

(٢٨) القرار رقم ٥٣/٦ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، السنة الأولى، ص ١٥٥.

(٢٩) القرار رقم ٥٥ / ٤ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، السنة الثانية، ص ٦.

عليها علامة فارقة لعلامتها التجارية، كلمة (VICEROY) ضمن شكل هندسي (درع) مع الألوان، جعلت منها علامة تمييز بضائعها عن بضائع المستأنفة وغير مطابقة أو مشابهة لها بالإضافة إلى أن المستأنف ضدها لم تدع باحتكار الألوان المستعملة في علاماتها. ولما كانت العلامة التجارية موضوع الاستئناف، قد جاءت ذات ميزة ظاهرة وتشكل صفة فارقة، فإنها تكون قد جاءت متفقة وأحكام المواد (٧ و ٨ و ١٢) من قانون العلامات التجارية^(٣٠).

وعليه، يمكن القول: إن الاجتهاد القضائي الأردني قد منع - باطراد - تسجيل علامة تجارية من الكلمات الوصفية الخالية من أي صفة فارقة أو مميزة، كما هو الحال في التسمية التي يطلقها العرف على المنتجات أو البيانات الدالة على نوع المنتجات مثل كلمة "نباتي" عند اقترانها بمنتج من الزيت أو السمن. ومن الألفاظ الدالة على صفات المنتج أو التي تصف درجة جودته "ستاندر stander" أو "فاين Fine" أو "سوبر Super" أو "لوكس Lux". ومن الكلمات الدالة على مصدر المنتجات "البن البرازيلي" أو "العسل اليمني" أو "الحلوى العمانية" أو "الكنافة النابلسية" أو "الجميد الكركي". كذلك الحال، بالنسبة للعلامات المكونة من صور أو رسوم عامة ما لم تبرز بشكل فارق.

ومع ذلك، فإنه يجب عدم إغفال أهمية عامل الزمن، وأثره على التمييز (٣/٧). فقد تنشأ العلامة غير مميزة، ولكن طول استعمالها من قبل مالكيها، يضيف عليها صفة التمييز، لدرجة تلتصق في ذهن الجمهور بالمنتجات التي تحملها. وأقوى مثال على ذلك علامة "لوكس Lux" التي تستعمل لتمييز الصابون. فهذه الكلمة لا تصلح للتسجيل كعلامة تجارية بحد ذاتها، كونها كلمة وصفية دالة على جودة المنتج، وتصفه بالأفضلية على المنتجات المماثلة الأخرى. إلا أن استعمال هذه العلامة لفترة طويلة أضفى على هذه الكلمة خاصية التمييز. لذا يقصد - بهذه الأخيرة - في هذا الصدد ارتباط تسمية

(٣٠) انظر القرار رقم ٥٧١/٢٠٠٦، عدل عليا، تاريخ ٢٠٠٧/٢/١٥

معينه في ذهن جمهور المستهلكين بمنتج معين ذي نوعية معينة. فكلمة "لوكس Lux" ترتبط دون شك في ذهن المستهلك بصابون "لوكس Lux". وكذلك يجب مراعاة شمولية العلامة على عنصر أو أكثر من العناصر العامة التي تكون محلاً للحماية. ومن ثم لا يجوز الاستئثار بها، ما لم تتخذ شكلاً خاصاً (مميزاً فارقاً) وعندئذ تنصب الحماية على هذا الشكل^(٣١)؛ وذلك لأن العبرة بالصورة العامة التي تنطبق في الذهن بالنظر إلى العلامة في مجموعها لا إلى كل عنصر من العناصر التي تتركب منها إذا كانت تشترك في جزء واحد أو أكثر مع علامة أخرى؛ أي أن تكون علامة الشخص مميزة تميزاً كافياً لما تتضمنه من عناصر ظاهرة خاصة تنفرد بها عن علامات المنافسين^(٣٢).

ويلاحظ، أن العلامات التجارية التي تكون عرضة لطلب الترقين، استناداً لهذا النص، هي العلامات التي تكون - في الغالب الأعم - قد تم تسجيلها، دون فحص موضوعي جدي أو دقيق، أو حدث سوء تقدير لدى إجراء عملية البحث أو التحري خلال مرحلة تسجيل العلامة.

ويجدر التذكير، بأن ترقين العلامة التجارية، استناداً للنص موضوع الحديث، يشكل حالة من الحالات التي تضمنتها المادة ٥/٢٥ من القانون الأردني التي نصت على أن "كل طلب يقدم لحذف علامة تجارية من السجل بسبب عدم وجود ما يسوغ تسجيلها بمقتضى أحكام المادة ٦، ٧، ٨ من هذا القانون أو بسبب أن تسجيل تلك العلامة تنشأ عنه منافسة غير عادلة، بالنسبة لحقوق الطالب في المملكة الأردنية الهاشمية، يجب أن يقدم خلال خمس سنوات من تسجيل تلك العلامة".

(٣١) كما هو الحال في التفاحة ذات الشكل المميز التي تستخدم في تمييز منتجات نوع من أنواع الكمبيوتر "أبل ماكنتوش" كون التفاحة قد أخذت طابعاً خاصاً مميزاً.

(٣٢) انظر، رجائي الدقي ومختار سعيد، العلامات التجارية ودورها في حماية المنتج والمستهلك، مطبعة الأعمال، الإسكندرية، سنة ٢٠٠٠، ص ٧٠.

لذلك، يلزم تقديم طلب الترقين - في هذه الحالة - خلال خمس سنوات تبدأ من تاريخ تسجيل العلامة التجارية في سجل العلامات التجارية، ويبدأ سريان مدة السنوات الخمس، من تاريخ تسجيل العلامة - في السجل - تسجيلاً فعلياً، وليس من تاريخ تقديم طلب التسجيل.

وفي هذا السياق، صدر عن الاجتهاد القضائي الأردني غير قرار^(٣٣). فحكم بأنه "إذا قدم طلب ترقين للعلامة التجارية بعد مضي خمس سنوات على تسجيلها فإن هذا الطلب لا يقبل"^(٣٤). كما حكم بأنه "يشترط لحذف العلامة التجارية أو ترقينها ألا يكون قد مر على تسجيلها مدة خمس سنوات - وفقاً للمادة ٥/٢٥ من قانون العلامات التجارية - وهذه المدة (خمس سنوات) تبدأ من تاريخ تسجيل العلامة التجارية فعلياً وليس من تاريخ تقديم طلب التسجيل"^(٣٥).

ثانياً - ترقين العلامة التجارية استناداً للمادة (٨):

تنص المادة الثامنة من القانون الأردني على ما يلي:

"لا يجوز تسجيل ما يأتي:

١ - العلامات التي تشابه شعار جلالة الملك أو الشارات الملكية أو لفظة ملوكي أو أية ألفاظ أو حروف أو رسوم أخرى قد تؤدي إلى الاعتقاد بأن الطالب يتمتع برعاية ملكية.

٢ - شعار أو أوسمة حكومة المملكة الأردنية الهاشمية أو الدول أو البلاد الأجنبية إلا بتفويض من المراجع الإيجابية (المختصة).

(٣٣) القرار رقم ٧٧/٦٤ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٧٧، ص ١٤٠٣. والقرار رقم ١٥٠ / ٩٠ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٣، ص ٢٨ و القرار رقم ٩٤/٧٩ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٥، ص ٦٧.

(٣٤) القرار رقم ٧٣/٤١ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٧٣، ص ١٢٩٩.

(٣٥) القرار رقم ٩٦/٧٢٠ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٨، ص ٧١١.

- ٣ - العلامات التي تدل على صفة رسمية إلا إذا فرضت وضعها المراجع الإيجابية (المختصة) التي تخصها تلك العلامة أو التي هي تحت مراقبتها.
- ٤ - العلامات التي تشابه الراية الوطنية أو أعلام المملكة الأردنية الهاشمية العسكرية أو البحرية أو الأوسمة الفخرية أو إشارتها أو الأعلام الوطنية العسكرية أو البحرية.
- ٥ - العلامات التي تشمل الألفاظ أو العبارات التالية: "امتياز" "ذو امتياز" ذو امتياز ملكي" "مسجل" "رسم مسجل" "حقوق طبع" "التقليد يعتبر تزويراً" أو ما شابه من الألفاظ والعبارات.
- ٦ - العلامات المخلة بالنظام العام أو الآداب العامة التي تؤدي إلى غش الجمهور أو العلامات التي تشجع المنافسة التجارية غير المحقة أو التي تدل على غير مصدرها الحقيقي.
- ٧ - العلامات المؤلفة من أرقام أو حروف أو ألفاظ تستعمل عادة في التجارة لتمييز أنواع البضائع وأصنافها أو العلامات التي تصنف نوع البضائع أو جنسها أو الكلمات التي تدل عادة على معنى جغرافي أو ألقاب إلا إذا برزت في شكل خاص، ويشترط في ذلك أن لا يعتبر ما ورد في هذه الفقرة أنه يمنع تسجيل العلامات التي تكون من النوع الموصوف فيها إذا كانت له صفة فارقة بحسب المعنى المحدد لها في الفقرتين ٢ و ٣ من المادة (٧).
- ٨ - العلامات التي تطابق أي شعار ذي صفة دينية بحتة أو تشابهه.
- ٩ - العلامات التي تحتوي على صورة شخص أو اسمه أو اسم محله التجاري أو اسم شركة أو هيئة إلا برضا وموافقة ذلك الشخص أو تلك الهيئة أما الأشخاص المتوفون حديثاً فيجوز للمسجل أن يطلب موافقة ممثليهم الشرعيين.
- ١٠ - العلامة التي تطابق علامة تخص شخصاً آخر سبق تسجيلها للبضائع نفسها أو الخدمات التي يراد تسجيل العلامة من أجلها أو لصنف منها أو العلامة التي تشابه تلك العلامة إلى درجة قد تؤدي إلى غش الغير.

١١- العلامات التي تطابق أو تشابه شارة الهلال الأحمر أو الصليب الأحمر على أرض بيضاء أو إشارات الصليب الأحمر أو صليب جنيف.

١٢- العلامة التجارية التي تميز بضائع أو خدمات أو تشابه أو تشكل ترجمة لعلامة تجارية مشهورة وذلك لاستعمالها لتمييز بضائع أو خدمات مشابهة أو مماثلة للبضائع أو الخدمات التي اشتهرت بها، ويكون من شأنها إيجاد لبس مع العلامة المشهورة أو لاستعمالها لغير هذه البضائع أو الخدمات بشكل يحتمل أن يلحق ضرراً بمصلحة مالك العلامة التجارية المشهورة ويوحي بصلة بينه وبين هذه البضائع، وكذلك العلامات التي تشابه أو تطابق الشارات الشرفية والأعلام والشعارات الأخرى والأسماء المختصرة الخاصة بالمنظمات الدولية أو الإقليمية أو التي تسيء إلى قيمنا التاريخية والعربية والإسلامية".

عَدَّ هذا النص - على سبيل المثال، وليس الحصر- العلامات المحظورة تسجيلها، في سجل العلامات التجارية. فلا يجوز تسجيل أي من العلامات التي وردت في النص المذكور. وكذلك، لا يجوز تسجيل العلامات التي تأخذ حكمها. ويعود السبب في منع مثل هذه العلامات من التسجيل، إلى اعتبارات الحرمة أو القدسية أو النظام العام أو الآداب العامة أو الذوق العام، أو لحفظ حقوق ذوي الشأن، أو خوفاً من غش أو تضليل أو إيهاام للجمهور، بأن تلك العلامات لها صفة خاصة أو تتمتع بحماية خاصة^(٣٦).

لذلك، يجب عدم تسجيل أية علامة تجارية، تشابه ما هو خاص بجلالة الملك، أو يوحي بوجود رعاية ملكية، أو تشابه ما يخص حكومة المملكة، -أو الدول الأخرى - أو تدل على صفة رسمية، أو مخالفة للنظام العام أو الآداب العامة، أو تتعارض مع المنافسة التجارية الشريفة، أو تضلل جمهور

(٣٦) الدكتور عبد الله الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر، عمان، ٢٠٠٥، ص ١٠٥.

المستهلكين، أو تطابق أو تشابه شعاراً دينياً بحتاً، أو شارة الهلال الأحمر أو الصليب الأحمر، أو تخلو من الابتكار، أو تعتدي على حقوق الغير^(٣٧).

وتعتبر العلامات التي قد تسجل، في سجل العلامات التجارية، دون مراعاة الاعتبارات التي توخاها النص المذكور، والتي سبقت الإشارة إليها، علامات غير مشروعة؛ لأنها مخالفة لنص قانوني صريح، أو لتعارضها مع النظام العام أو لمنافاتها الآداب العامة، أو نحو ذلك. ومن ثم تكون عرضة للترقين، لجهة أنها علامات ممنوع تسجيلها بصريح نص القانون، وكذلك ممنوع استعمالها. بالإضافة، إلى أن بقاءها - في السجل - يؤدي إلى إمكانية وقوع جمهور المستهلكين، تحت تأثير الغش التجاري، ومن ثم ضحية لصنوف الخداع والتضليل والإيهام، أو نحو ذلك^(٣٨).

وعليه، فإنه يمكن طلب شطب، أي علامة من العلامات التجارية، من سجل العلامات التجارية، إذا ما كانت مخالفة - نصاً أو روحاً - للمادة موضوع الحديث. ويلاحظ، أن - نص هذه الأخيرة - يوفر أساساً رحباً لطلبات، ترقين العلامة التجارية المسجلة خلافاً لأحكامه، حتى أضحي، من أكثر النصوص القانونية في قانون العلامات التجارية، إعمالاً وتطبيقاً؛ فقد صدر - عن القضاء الأردني - العديد من الأحكام القضائية استناداً إليه. فحكم بأنه "لا يجوز تسجيل العلامة التجارية التي تطابق علامة شخص آخر سبق تسجيلها لنفس البضائع، التي يراد تسجيل العلامة التجارية من أجلها أو لصنف منها أو العلامة التي تشابه تلك العلامة إلى درجة قد تؤدي إلى غش الجمهور، وذلك بموجب المادة ١٠/٨ من قانون العلامات التجارية. وعليه، وحيث إن العلامة التجارية موضوع النزاع مملوكة للمستأنف عليها الثانية - وهي مسجلة خارج الأردن

(٣٧) المحامي صلاح الأسمر، شرح قانون العلامات التجارية الأردني، مطبعة التوفيق، عمان ١٩٩٢، ص ٢٧.

(٣٨) القاضي الدكتور الياس ناصيف، الكامل في التجارة، المؤسسة التجارية، الجزء الأول، عويدات للنشر والطباعة، بيروت ١٩٩٩، ص ٢٢٩.

في تركيا - فيكون بالتالي قرار مسجل العلامات التجارية بترقين العلامة التجارية والمسجلة باسم المستأنفة وبنفس الاسم واقعاً في محله" ^(٣٩). وحكم بأنه "يستفاد من المادة ٨/١٠ من قانون العلامات التجارية رقم ٣٣ لسنة ١٩٥٢ بأنه لا يجوز تسجيل العلامة التي تطابق علامة تخص شخصاً آخر سبق تسجيلها لتلك البضائع التي يراد تسجيل العلامة من أجلها أو لصنف منها أو العلامة التي تشابه تلك العلامات إلى درجة تؤدي إلى غش الجمهور" ^(٤٠). كما حكم بأنه "لا يجوز تسجيل كلمة "ستاندرد Standard" منفردة، كعلامة تجارية لتمييز نوع البضائع وصنفها كونها كلمة إنجليزية عامة، تستعمل عادة في التجارة لوصف البضائع وليس لتمييزها" ^(٤١). كما حكم بأن كلمة "ماريشال Marshal" - وهي تدل على لقب عسكري في اللغة الأجنبية - يمنع تسجيلها كعلامة تجارية، لأنها لا تخرج عن كونها لقباً قد يؤدي إلى غش الجمهور" ^(٤٢). كما حكم بأن "لمسجل العلامات التجارية رفض تسجيل العلامة التجارية إذا كان لفظ العلامة يتنافى مع الأخلاق والآداب العامة، عملاً بالمادة ٨/٦ من قانون العلامات التجارية" ^(٤٣). كما حكم بأنه "لا يجوز تسجيل العلامة التجارية التي تشجع المنافسة التجارية غير المحقة أو التي تدل على غير مصدرها

(٣٩) القرار رقم ٩٥/٧٢٠، عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٢، ص ٧١١.

(٤٠) القرار رقم ٩٥/٢١٥، عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٦، ص ٦٤٥.

(٤١) القرار رقم ٦٠/١٤، عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، السنة الثامنة، ص ٣٠٩.

(٤٢) القرار رقم ٧٧/٢٢٧، عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، السنة ٣٧، ص ٩١٣-٩١٦.

(٤٣) وتتلخص، وقائع هذه القضية، في أن الشركة زيبو مانيو (أمريكية الجنسية) تمارس نشاطها التجاري في سلفانيا، تحت الاسم المذكور -أي زيبو مانيو- وتقدمت بطلبين إلى مسجل العلامات التجارية من أجل تسجيل العلامة التجارية زيبو (Zippo) فرفض المسجل ذلك كون لفظ العلامة المطلوبة تسجيلها مخالفاً بالآداب العامة. فقامت الشركة المذكورة بالطعن بقرار مسجل العلامات التجارية إلى محكمة العدل العليا، فرفضت هذه الأخيرة الطعن وأقرت قرار الأول، انظر القرار رقم ٩٥/٧٧٣، عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٧، ص ٦٠٥.

الحقيقي، كما لا يجوز تسجيل العلامات التي تحتوي اسم شركة إلا برضا وموافقة تلك الشركة" (٤٤).

وقد أكدت محكمة العدل العليا الأردنية جواز ترقيين العلامة التجارية من قبل مسجل العلامات التجارية في أكثر من قرار حديث^(٤٥). تطبيقاً للفقرة ٨/ ١٢ من قانون العلامات التجارية الأردني؛ إذ أيدت، قرار مسجل العلامات التجارية القاضي بقبول طلب ترقيين العلامة التجارية (LAPERDIZ) على سند من القول، بأن هذه الأخيرة، تطابق علامة شركة أخرى من حيث الكتابة واللفظ

(٤٤) وتتلخص، وقائع هذه القضية، أن شركة قد تقدمت بطلب، إلى مسجل العلامات التجارية، من أجل تسجيل كلمة (السبيل) كعلامة تجارية لتمييز منتجاتها من المياه المعدنية فاعترضت الشركة الوطنية للمياه المعدنية (السبيل) المساهمة المحدودة، لدى المسجل على طلب تلك الشركة باعتبار أن كلمة (السبيل) هي جزء رئيسي من اسمها، فأصدر المسجل قراره بقبول الاعتراض ورفض تسجيل العلامة، مما دفع الشركة صاحبة طلب التسجيل للطعن بقرار المسجل أمام محكمة العدل العليا، طالبة إلغاء القرار وتسجيل العلامة (السبيل). وخلصت المحكمة إلى رد الطعن في قرار المسجل المنوه عنه باعتباره صحيحاً وموافقاً للقانون، وقد جاء في حيثيات حكم المحكمة "أن تسجيل كلمة السبيل، كعلامة تجارية لمنتجات الشركة - صاحبة طلب التسجيل- عن المياه المعدنية ينطوي على تسجيل علامة تحتوي على اسم الشركة المعترضة على التسجيل، ولغايات متشابهة وهي إنتاج وتعبئة المياه المعدنية، وحيث إن الشركة صاحبة طلب التسجيل لم تثبت موافقة الشركة المعترضة على التسجيل، وما دام أن كلمة (السبيل) تشكل تعبيراً بارزاً في عنوان الشركة المعترضة، وتعدّها لكي تكون اسم الشهرة المميز لها، إضافة إلى استعمالها من أجل تمييز منتجات متشابهة؛ مما قد يوقع المشتري تحت تأثير دلالة غير حقيقية عن مصدر هذه المنتجات وتتحقق المنافسة غير المحقة". انظر القرار رقم ١٦٣/١٩٤٨ تاريخ ٢٦/١/١٩٨٥ مجلة نقابة المحامين، السنة الثالثة والثلاثون، العددان الثالث والرابع (آذار ونيسان) لسنة ١٩٨٥، ص ٤٠٢-٤٠٤.

(٤٥) القرار رقم ١٧ الصادر في القضية رقم ١٤/٢٠٠٤، عدل عليها، تاريخ ١٦/٣/٢٠٠٤م.

والشكل^(٤٦). وكذلك، أيدت قرار مسجل العلامات التجارية، القاضي بقبول طلب ترقيين العلامة التجارية (PAZO) كونها تشابه العلامة التجارية (TAZO)^(٤٧).

وفي هذا السياق، قضت محكمة العدل العليا، في حكم حديث لها، جاء فيه، أنه "يستفاد من الفقرتين (٦ و ١٠) من المادة الثامنة، من قانون العلامات التجارية، أنه لا بد لقبول طلب الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية، أن يكون هناك علامة تجارية، تخص طالب الاعتراض سبق تسجيله لنفس البضائع، ومن شأنها أن تؤدي إلى تشجيع المنافسة التجارية غير المحقة. وحيث لا يوجد في أوراق الدعوى، ما يثبت أن المستأنفة تملك أي علامة تجارية تميز بضائعها أو خدماتها مسجلة لدى مديرية حماية الملكية الصناعية / العلامات التجارية (دلة البركة) كما تدعي، وإنما تملك اسماً تجارياً، وبذلك لا مجال لإعمال أحكام الفقرتين (٦ و ١٠) من المادة (٨) من قانون العلامات التجارية باحتمال غش الغير أو وجود التشابه الذي يؤدي إلى تشجيع المنافسة غير المحقة. أما فيما يتعلق بالفقرة (٩) من المادة (٨) من قانون العلامات التجارية فإنه لا خلاف بأن المستأنف شركة دلة للتجارة والخدمات والصيانة، هي المالكة للاسم التجاري (مكتب دلة البركة لتأجير السيارات السياحية). وأن تسجيل المستأنف ضدها شركة دلة البركة القابضة، علامتها التجارية (دلة البركة)، لا يوجد فيه مخالفة لأحكام الفقرة (٩) من المادة (٨) من قانون العلامات التجارية. إذ إن منع تسجيل العلامة التجارية، المنصوص عليه في هذه الفقرة، هو تسجيل العلامة التجارية التي تحمل الاسم الكامل للشركة، لا جزءاً منه. وعليه فإنه لا يمتنع تسجيل العلامة التي تحمل جزءاً من اسم الشركة. وبذلك يغدو اعتراض المستأنفة فاقداً لسنده القانوني، ويكون ما توصل إليه مسجل العلامات التجارية برد الاعتراض قد أصاب صحيح القانون^(٤٨).

(٤٦) انظر، القضية رقم ٣ / ٢٠٠٣ عدل عليا، بتاريخ ٢٠/١١/٢٠٠٣م

(٤٧) انظر، القضية رقم ٤٨/٢٠٠٢، عدل عليا، تاريخ ١٨/٧/٢٠٠٢م.

(٤٨) انظر القرار رقم ٥٨٨/٢٠٠٦ عدل عليا تاريخ ٢١/٢/٢٠٠٧.

ولابد من الإشارة إلى أنه، لدى تقرير مسألة التشابه - بين العلامات التجارية - من عدمه، يلزم الأخذ في الاعتبار، معايير عدة. أبرزها، النظر إلى أوجه التشابه بين العلامتين (المقلدة والأصلية) وليس إلى أوجه الاختلاف. فإذا تبين وجود تشابه بين العلامتين، في عناصرهما الجوهرية، فإن التشابه يكون قائماً، ولا يلتفت بعدئذ لما بينهما من فروق جزئية أو أوجه اختلاف هامشية، لا ينتج عنها، تضليل لجمهور المستهلكين. فالعبرة، في التشابه العام الإجمالي وليس في التشابه في التفاصيل والجزئيات. كذلك يجب النظر إلى العلامتين (المقلدة والأصلية) بطريقة متتالية وليس متقابلة. وذلك، للوقوف على الانطباع العام الذي، تسدله على ذهن المستهلك العادي للمنتج. أي المستهلك المتوسط الحرص والانتباه، وليس المستهلك الماهر اليقظ، ولا المستهلك الغشيم المهمل. ويعتبر، تقرير ذلك - أي التشابه بين العلامات التجارية، أو عدمه - من مسائل الواقع، التي تفصل بها محكمة الموضوع، دون معقب عليها من محكمة التمييز. وقد أخذ الاجتهاد القضائي الأردني، بتلك المعايير، لدى فصله في مسألة التشابه بين العلامات التجارية. وصدر عنه العديد من القرارات، مستندة - في هذا الصدد - إلى "الفكرة الأساسية التي تنطوي عليها العلامة التجارية ومظاهرها الرئيسية ونوع البضائع والأشخاص المستهلكين للبضاعة"^(٤٩). وذلك ما استقر عليه، قضاء محكمة العدل العليا؛ إذ قضت بأنه "إذا ما كانت الفكرة الأساسية التي تنطوي عليها العلامة المسجلة ومظاهرها الرئيسية هي ذات المظاهر الرئيسية لها بمجموعتها لا بتفاصيلها الجزئية إضافة إلى أن ألوان العلامة متقاربة بشكل كبير من ألوان العلامة المسجلة بحيث يصعب التمييز بينهما فإن هذه العناصر جميعها سواء في الصورة أو نوع البضاعة أو الألوان المستعملة تجعل التكامل والتطابق بين العلامة التي يود المستأنف تسجيلها والعلامة المسجلة يصل إلى درجة قد تؤدي إلى غش الجمهور وتضليل المستهلك بالمعنى المقصود في الفقرة العاشرة من المادة الثانية من قانون

(٤٩) القرار رقم ٣٩١/٩٤ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٥م، ص ١٨٤٧.

العلامات التجارية، فعليه، يتفق والقانون على عدم تسجيل العلامة المطلوب تسجيلها وقبول الاعتراض.^(٥٠)

وفي هذا السياق، حكم بأن العلامة التجارية (ولد وبرنيطة) تشابه العلامة التجارية (قط وبرنيطة) لأن الجمهور يميز هذه العلامة بـ (البرنيطة)^(٥١). وأن العلامة التجارية (Marten) تشابه العلامة التجارية (Martell) سواء من حيث اللفظ أو الكتابة أو الحجم، وأن هذا التشابه من شأنه أن يؤدي إلى غش الجمهور^(٥٢). وأن العلامة (Rose Dor) تشابه العلامة (Deve Dor)^(٥٣) وأن العلامة (High Up) تشابه العلامة (Seven Up)^(٥٤) وأن العلامة (Fresh Up) تشابه العلامة (Freshsy)^(٥٥). كما حكم بأن العلامة (Tagadar) تشابه العلامة (Taga)^(٥٦) وأن العلامة (TONE-SI) تشابه العلامة (PONE'-SI)^(٥٧) وأن "علامة (crosley) تعتبر تقليداً لعلامة (Croxley) وأن علامة (optica) تعد تقليداً للعلامة (optikos) سواء من حيث الشكل أو اللفظ أو الأحرف أو طريقة الكتابة. وأن العلامة (Cola-Cairo) تعتبر تقليداً لعلامة (Cola-Coca) على الرغم من وجود اختلاف في الأجزاء المكونة لكل منها^(٥٨)؛ لأن التشابه بين هذه

-
- (٥٠) القرار رقم ٩٤/٧ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٤م، ص ٢٠٤٣.
- (٥١) القرار رقم ٥٣/٣١ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، السنة الثانية، ص ٣.
- (٥٢) القرار رقم ٦٧/٧ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، السنة التاسعة ص ٣٣٢.
- (٥٣) القرار رقم ٦٦/١٦٠ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، السنة الخامسة عشرة، ص ٢٨٢.
- (٥٤) القرار رقم ٦٠/١٠ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، السنة التاسعة، ص ٢٦٣.
- (٥٥) القرار رقم ٧٢/١٠٨ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، السنة الثانية والعشرون، ص ١٠٠.
- (٥٦) القرار رقم ٩٨/١٦٤ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٨٩، ص ٩٢١.
- (٥٧) القرار رقم ٩٧/١٢٩ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٧، ص ٥٤٧.
- (٥٨) الدكتور مصطفى كمال طه، القانون التجاري اللبناني، الجزء الأول طبعة ١٩٧٥، ص ٧٥٦. الدكتورة سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة القاهرة ٢٠٠٥، ص ٣١١ وما بعدها. الدكتور محمد حسني عباس، الملكية الصناعية، دار النهضة، القاهرة ١٩٧١، ص ٧١.

العلامات متقارب جداً في الشكل والنطق. فضلاً عن أن النغمة الموسيقية لكل منهما تكاد تكون واحدة؛ مما يجعل وقوع جمهور المستهلكين في الخلط واللبس بينهما قاب قوسين أو أدنى. ومن ثم، رفض تسجيل و/أو قبول ترقين هذه العلامات لمخالفتها أحكام القانون الأردني وبخاصة المادة ٨ موضوع الحديث.

في حين، حكم بالمقابل، بأن "علامة Oil-Star" لا تعد تقليداً لعلامة "Five-Stars" وذلك للاختلاف البين، بين العلامتين بصورة تمكن الجمهور من التمييز بينهما دون لبس، إذ إن التشابه الممنوع قانوناً هو التشابه الحاصل في مجموع العلامة لا في جزء من أجزائها فقط^(٥٩). وحكم بأنه "لا يوجد تشابه بين العلامتين HI-Do و HI-Supsr" من شأنه أن يغش الجمهور، إذ إن هناك اختلافاً بينهما في اللفظ والرسم والشكل^(٦٠). وحكم بأن "التشابه غير قائم بين Break Time والعلامة Half Time" لاختلاف الشكل واللفظ والشعار والتصميم بين العلامتين^(٦١). وحكم "لا تشابه بين العلامة Garden وعلامة Golden"^(٦٢) وحكم "بعدم وجود تشابه بين روكو Roko وعلامة رولو ROLO" لاختلافهما لفظاً وشكلاً^(٦٣). وحكم بأنه "لا مجال للقول بأن أي تشابه - على فرض وجوده - بين العلامة Ruxid والعلامة Rulid" يؤدي إلى غش الجمهور المستهلك للدواء، لتعلق العلامتين بدواء للاستعمال البشري، وإن استعمالها محصور بين الطبيب الذي يكتب الوصفة، والصيدلي الذي يصرفها، والمريض والأول والثاني من أهل الاختصاص^(٦٤). كذلك، حكم بأن "... مسألة حماية العلامات التجارية، المتعلقة بالأدوية، يجب أن ينظر إليها من خلال المنظور، المتمثل في المتعاملين بالدواء،

(٥٩) القرار رقم ٨٥/٩٤ عدل، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٨٦، ص ٤٩١.

(٦٠) القرار رقم ٩٧/٢٠٢ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٧، ص ٥٤٦.

(٦١) القرار رقم ٩٧/١٤٢ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٧، ص ٥٤٨.

(٦٢) القرار رقم ٨٨/١٢٨ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٨٩، ص ٩١٠.

(٦٣) القرار رقم ٩٥/٢٤٧ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٦، ص ٦٥٠.

(٦٤) القرار رقم ٩٦/٨٥ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٧، ص ٦٤٩.

وليس من خلال المبدأ العام، المقرر في قانون العلامات التجارية، وهو أن الهدف من حماية العلامة التجارية هو حماية جمهور المستهلكين من الغش، وحماية مالك العلامة التجارية من المنافسة غير المشروعة؛ ذلك، أن الطبيب بعلمه ودرايته، يعرف الدواء الشافي لعدة مريضه، والصيدلي ينفذ تعليمات الطبيب، الواردة في الوصفة الطبية، والمريض يتناول الدواء الذي وصفه الطبيب. ولذلك فإن مسألة وقوع جمهور المستهلكين، ضحية للغش، بسبب تشابه العلامات التجارية، المميّزة للأدوية غير وارد، كما أن علم الطبيب ودرايته تحولان دون المنافسة غير المشروعة عند تشابه العلامات التجارية المشار إليها؛ لأنه يعلم خصائص كل دواء، بصرف النظر عن العلامة التجارية التي تميزه". وبالنتيجة يستبعد التشابه - بحق - بين العلامات التجارية المتعلقة بالأدوية، على سند من القول، بعدم انطلاء التشابه - على فرض وجوده - على الأشخاص، المتعاملين بالدواء (الطبيب والصيدلي والمريض) لأن الطبيب والصيدلي من أهل الاختصاص لا من المستهلكين العاديين. ويلاحظ أن قرار المحكمة، قد جاء استناداً، إلى معيار نوع المنتجات (الأدوية) والأشخاص المتعاملين بها^(٦٥). ومن ثم، تم قبول أو رفض تسجيل العلامات المنوه عنها، أو تم قبول أو رفض ترقيتها، بحسب واقع الحال، على هدي من أحكام المادة ٨ - موضوع الحديث - من القانون الأردني.

وحالة الترقيين هذه - أيضاً - من الحالات التي تضمنتها المادة ٢٥/٥ من قانون العلامات التجارية التي قضت بأن "كل طلب يقدم لحذف علامة تجارية من السجل بسبب عدم وجود ما يسوغ تسجيلها بمقتضى أحكام المواد ٦ أو ٧ أو ٨ من هذا القانون... يجب أن يقدم خلال خمس سنوات من تسجيل تلك العلامة.

وعليه، يلزم تقديم طلب ترقيين العلامة في هذه الحالة، خلال خمس سنوات من تاريخ تسجيل العلامة في سجل العلامات التجارية. ويبدأ سريان تلك المدة من تاريخ تسجيل العلامة تسجيلاً فعلياً، وليس من تاريخ تقديم طلب تسجيل

(٦٥) انظر القرار رقم ١٥١ / ٢٠٠٤ عدل عليا تاريخ ٢٣/٦/٢٠٠٤.

العلامة؛ لأن مدة التقادم هذه، تبدأ من تاريخ نشوء الحق في إقامة الدعوى، وذلك ما استقر عليه اجتهاد محكمة العدل العليا^(٦٦).

ثالثاً - ترقين العلامة التجارية استناداً إلى المادة (٩):

تنص المادة التاسعة من القانون الأردني على أنه " إذا كان اسم أية خدمة أو بضاعة أو وصفها مثبتاً في أي علامة تجارية، يجوز للمسجل أن يرفض تسجيل تلك العلامة لأية خدمة أو بضاعة خلاف الخدمة أو البضاعة المسماة أو الموصوفة على الوجه المذكور. أما إذا كان اسم أو وصف أي خدمة أو بضاعة مثبتاً في العلامة التجارية، وكان ذلك الاسم أو الوصف يختلف في الاستعمال، فيجوز للمسجل أن يسمح بتسجيل تلك العلامة التجارية مع إثبات الاسم أو الوصف فيها لغير الخدمة أو البضاعة المسماة أو الموصوفة إذا أشار طالب التسجيل في طلبه إلى وجود اختلاف في الاسم أو الوصف ". كما "يجوز للمسجل، قبول أو رفض، أي طلب لتسجيل علامة تجارية... من دون قيد أو شرط أو... بموجب شروط أو تعديلات أو تحويرات في طريقة استعمال العلامة أو مكان استعمالها أو غير ذلك من الأمور" (م ٢/١١).

يمنح القانون، لمسجل العلامات التجارية، سلطة تقديرية واسعة، لدى نظره طلبات تسجيل العلامات التجارية. ومظاهر ذلك، تتمثل - من جهة - في حق المسجل قصر تسجيل أي علامة تجارية، حوت على اسم خدمة أو بضاعة معينة أو وصف لهذه أو تلك، على تلك الخدمة أو البضاعة دون غيرها. ومن ثم رفض - إعادة - تسجيل، العلامة التجارية ذاتها، لتمييز خدمة أخرى أو بضاعة أخرى، لم تذكر أو ينوه عنها (مسماة أو موصوفة) في العلامة التجارية التي تم تسجيلها. ومن جهة ثانية، يجوز للمسجل أن يسمح بتسجيل العلامة التجارية

(٦٦) القرار رقم ٥٩ الصادر عن محكمة العدل العليا الأردنية في الدعوى رقم ٢٠٠٢/٤٨ تاريخ ٢٠٠٢/٧/١٨م. القرار رقم ١٥٠ / ٩٠ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٣، ص ٢٨. القرار رقم ٩٤/٧٩ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٥، ص ٦٧.

ذاتها، المثبت فيها اسم أو وصف أي خدمة أو بضاعة، إذا اختلفت وجهة استعمال ذلك الاسم أو الوصف. وفي هذه الحالة، يلزم إثبات الاسم أو الوصف في العلامة التجارية، لخدمة أو لبضاعة أخرى، غير المسماة أو الموصوفة، في طلب التسجيل. ومن جهة ثالثة، لمسجل العلامات التجارية، قبول أو رفض، أي طلب لتسجيل علامة تجارية "من دون قيد أو شرط أو... بموجب شروط أو تعديلات أو تحويلات في طريقة استعمال العلامة أو مكان استعمالها أو غير ذلك من الأمور". ويخضع - بالطبع - قرار المسجل، لرقابة القضاء المختص (م ٣/١١)، بناء على طلب من كل ذي شأن، يقدم بحسب الأصول المقررة، بهذا الخصوص. وفي هذا السياق، قضت محكمة العدل العليا، بأنه "إذا صدر من مسجل العلامات التجارية ترقيين العلامة التجارية (TAZO)، وشطبها من سجل العلامات التجارية استناداً للمادة (٥/٢٥) من قانون العلامات التجارية وذلك بناء على طلب شركة (بيبيسيكو إنك) لأن هذه العلامة تطابق العلامة التجارية (TAZO) المسجلة والمستعملة من قبل هذه الشركة قبل تسجيل العلامة المرقنة، وما دام أن العلامة التجارية (TAZO) مع الرسم المعارض على طلب تسجيلها، هي ذات العلامة المرقنة، فيكون القرار القاضي بقبول الاعتراض المقدم من شركة (بيبيسيكو إنك) على طلب تسجيل هذه العلامة، ووقف السير بإجراءات تسجيلها موافقاً للقانون" (٦٧).

كما قضت، بتأييد حق مسجل العلامات التجارية في " ... أن يرفض أي طلب لتسجيل علامة تجارية أو يقبله من دون قيد أو شرط أو أن يعلن قبول الطلب بموجب شروط أو تعديلات أو تحويلات في طريقة استعمال العلامة أو مكان استعمالها أو غير ذلك" (٦٨).

وعليه، يمكن ترقيين العلامة التجارية، من سجل العلامات التجارية، في حالة مخالفتها لأحكام النص موضوع الحديث، أو عدم التزام مالك العلامة التجارية أو

(٦٧) انظر القرار رقم ٢٠٠٣/٣٨١ عدل عليا تاريخ ٢٠٠٣/١١/٢٠

(٦٨) انظر القرار رقم ٨٨/٤٩، عدل عليا، مجلة نقابة المحامين لسنة ١٩٨٩، ص ٩٢٦.

مخالفته، لأي شروط أو تعديلات أو تحويلات في طريقة استعمال العلامة أو مكان استعمالها أو غير ذلك من الأمور، التي ارتآها المسجل لدى قبول تسجيل العلامة، لغرض تجنب اللبس أو الخلط أو الإضرار بمصلحة خاصة أو عامة، من جراء استعمال العلامة التجارية. الأمر الذي يترتب عليه، أن أي مخالفة لذلك، يشكل أساساً سليماً، لطلب ترقيين العلامة التجارية.

ولابد من الإشارة إلى أنه يلزم في هذه الحالة - أيضاً - تقديم طلب الترقيين خلال خمس سنوات تبدأ من تاريخ تسجيل العلامات التجارية، وليس من تاريخ طلب التسجيل، وذلك بدلالة الفقرة الخامسة من المادة الخامسة والعشرين من القانون الأردني، وما استقر عليه، اجتهاد القضاء الأردني بهذا الصدد، كما تقدم.

رابعاً - ترقيين العلامة التجارية استناداً للمادة (١٥):

تنص المادة ١٥ من القانون الأردني على أنه "إذا قبل الطلب المقدم لتسجيل علامة تجارية، ولم يكن قد اعترض عليه وانقضت المدة المعينة للاعتراض، أو إذا اعترض على الطلب وصدر القرار برد الاعتراض، يسجل، المسجل تلك العلامة التجارية، بعد دفع الرسم المقرر، إلا إذا كان الطلب قد قبل بطريق الخطأ أو كانت المحكمة قد أشارت بغير ذلك".

تقدم القول: إن تسجيل العلامات التجارية، يتم وفقاً لسلسلة من الإجراءات القانونية؛ إذ يجوز لأي شخص تقديم طلب تسجيل علامة تجارية، إلى مسجل العلامات التجارية. ثم يقوم، هذا الأخير، بدراسة الطلب، ومن ثم إعطاء القرار المقتضى، وفق الأصول القانونية. وفي حالة الموافقة على طلب التسجيل، يتم الإعلان عن ذلك، ومن ثم يفتح باب الاعتراض على قرار القبول، خلال المدة المضروبة قانوناً لذلك. إذ يجوز لأي شخص أن يعترض على ذلك القرار، لدى مسجل العلامات التجارية، خلال المدة القانونية، بتقديم اعتراض خطي للمسجل، يوضح فيه أسباب الاعتراض، ويقوم المسجل بالنظر في الاعتراض، وإعطاء

القرار المقتضى بحسب الأصول^(٦٩). وفي حالة قبول الطلب ورد الاعتراض - إن وجد - يقوم المسجل، بتسجيل العلامة موضوع الطلب في سجل العلامات التجارية، وذلك بعد استيفاء الرسوم المقررة في هذا الشأن. ومن ثم يقوم بإصدار شهادة تسجيل العلامة، وفق نموذج محدد، يحتوي على البيانات المتعلقة بالعلامة ذاتها ومالكها ومدة حمايتها^(٧٠). ومن المفترض أن يتم ممارسة تلك الإجراءات، خلال عملية تسجيل العلامة التجارية، بداية ونهاية، بصور سليمة وموافقة لأحكام القانون. عندئذ، يكون تسجيل العلامة منتجاً لآثاره القانونية^(٧١). والعكس صحيح؛ بمعنى أنه إذا كان الطلب قد قبل بطريق الخطأ أو على غير ما أشارت إليه المحكمة، فإن العلامة تكون عرضة للترقين.

لذلك، يوفر النص موضوع الحديث، أساساً لطلب ترقين العلامة التجارية، لجهة الخطأ في تسجيلها من قبل المسجل أو تم تسجيلها خلافاً لما أمرت به المحكمة. ومن ثم، يمكن - سنداً لهذا النص - طلب ترقين العلامة التجارية من السجل في حالتين:

الأولى: إذا كان قبول طلب تسجيل العلامة قد تم بطريق الخطأ من قبل المسجل، ومن ثم تم اكتشاف ذلك، بعد انتهاء إجراءات التسجيل، وقيد العلامة في السجل.

الثانية: إذا كان قبول طلب تسجيل العلامة قد تم على غير ما أشارت إليه المحكمة؛ أي بصورة غير موافقة لما حددته المحكمة من قيود أو شروط قد ارتأتها.

(٦٩) الدكتور صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، دار الثقافة، عمان ٢٠٠٦، ص ١٠٩.

(٧٠) المحامي صلاح الأسمر، تسجيل العلامة التجارية في القانون الأردني، ورقة عمل، ندوة العلامات التجارية، غرفة صناعة عمان، ٢٧ أيلول ١٩٩٩.

(٧١) الدكتور نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية، دار وائل للنشر، عمان، ط ١، ٢٠٠٥، ص ٣٠٦.

ويستند ترقين العلامة التجارية، في الحالتين المذكورتين، إلى وجود خطأ لدى تسجيل العلامة، أو إلى أنه تم تسجيلها خلافاً لما أمرت به المحكمة. فقد يقبل مسجل العلامات التجارية - خطأ - طلباً مقدماً إليه لتسجيل علامة معينة، كأن تكون العلامة محل طلب التسجيل من العلامات الفاقدة للشروط أو القيود التي فرضها نص قانوني معين من نصوص القانون الأردني أو حتى الاتفاقيات الدولية ذات الصلة. كذلك قد يحدث أن تأمر المحكمة تسجيل علامة تجارية معينة، وفقاً لقيود محددة، تراها مناسبة لتحديد المركز القانوني لمالك العلامة وإنصاف الآخرين أيضاً. ففي هذا الصدد، قضت محكمة العدل العليا الأردنية، في قضية علامة "شعلة الأمان" المستعملة في تمييز منتجات مصنع "صوبات" مملوك لشخصين، قام أحدهما - في غفلة من الآخر - بتسجيل تلك العلامة باسمه الشخصي، تسجيل العلامة ذاتها - تحقيقاً للعدالة - باسم الشخص الآخر. وألغت قرار المسجل المتضمن رفض طلب هذا الآخر، بتسجيل ذات العلامة باسمه، لتمتع الأول، بحق الاستئثار بتلك العلامة، لسبقه تسجيل العلامة ذاتها باسمه^(٧٢). ويلزم تقديم طلب الترقين - في هذه الحالة كسابقاتها - خلال خمس سنوات من تاريخ تسجيل العلامة في سجل العلامات التجارية. وذلك بدلالة المادة ٢٥/٥.

خامساً - ترقين العلامة التجارية استناداً للمادة (٢٥):

تنص المادة ٢٥ / ٥ من القانون الأردني، على أن "كل طلب يقدم لحذف علامة تجارية من السجل، بسبب عدم وجود ما يسوغ تسجيلها، بمقتضى أحكام المواد ٦ أو ٧ أو ٨ من هذا القانون أو بسبب أن تسجيل تلك العلامة تنشأ عنه منافسة غير عادلة بالنسبة لحقوق الطالب في المملكة الأردنية الهاشمية، يجب أن يقدم خلال خمس سنوات من تسجيل تلك العلامة".

(٧٢) القرار ٧٨/٨٩ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، ٧٨، ص ٣٦٠. القرار ٧٤/٤١ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ٧٣، ص ٧٣٧. القرار رقم ٦٦/١٤ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ٦٦، ص ٤٦٢.

هذا النص، يوفر أكثر من أساس لطلب ترقيين العلامة، وبخاصة لجهة أن ينشأ عن تسجيل العلامة منافسة غير عادلة. إذ يمكن شطب العلامة التجارية من سجل العلامات التجارية متى كان وجودها فيه مخالفاً لأحكام القانون، ويمكن رد حالات شطب العلامة، استناداً لهذا النص، إلى الحالات التالية:

- **الأولى:** إذا تم استعمال العلامة التجارية المطلوب ترقينها لغير البضائع التي سجلت تلك العلامة من أجل تمييزها. ونرجى بيان هذه الحالة، لدى الحديث عن ترقيين العلامة التجارية لعدم الاستعمال استناداً للمادة (٦) من القانون الأردني.
- **الثانية:** إذا كانت العلامة التجارية المطلوبة ترقينها من السجل، فاقدة للشروط الموضوعية اللازم توافرها فيها. وقد تقدم بيان هذه الحالة لدى الحديث عن ترقيين العلامة التجارية استناداً للمادة (٧) من القانون الأردني.
- **الثالثة:** إذا كانت العلامة التجارية المطلوبة ترقينها من السجل، من العلامات المحظورة قانوناً. وقد تقدم بيان هذه الحالة، لدى الحديث عن ترقيين العلامة التجارية استناداً للمادة (٨) من القانون الأردني.
- **الرابعة:** إذا كان بقاء العلامة التجارية المطلوب ترقينها من المسجل ينشأ عنه منافسة غير عادلة بالنسبة لحقوق طالب الترقيين في المملكة، وبتناول هذه الحالة، بالبيان حالاً.

من الواضح، أن حالة الترقيين هذه الأخيرة - أي الرابعة - جعلت العلامة التجارية، محلاً لطلب الترقيين متى كان بقاءها في سجل العلامات، يؤدي إلى منافسة غير مشروعة، لحقوق طالب الترقيين في المملكة الأردنية الهاشمية. ومن نافلة القول، أنه يحق "لكل ذي مصلحة المطالبة - بالتعويض - عما لحقه من ضرر نتيجة أي منافسة غير مشروعة" ^(٧٣). ويمكن إثبات - هذه الأخيرة - بمختلف طرق الإثبات بما فيها شهادة الشهود والقرائن ^(٧٤). وتعتبر - هذه الحالة -

(٧٣) المادة ٣/ أ من قانون المنافسة المشروعة والأسرار التجارية الأردني رقم ١٥ لسنة ٢٠٠٠.

(٧٤) الدكتور عبدالله حسين الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، سبقت الإشارة إليه، ص ١٨٢.

من أكثر حالات الترقين صعوبة في الواقع؛ نظراً لأن المنافسة غير المشروعة، مسألة فضفاضة، وتثير جدلاً واسعاً حول وجودها من عدمه. وصور المنافسة غير المشروعة عديدة؛ فتشمل، كل منافسة تتعارض مع الممارسات الشريفة في الشؤون الصناعية والتجارية عموماً. ومنها أي ممارسة غير مشروعة "متعلقة بعلامة تجارية مستعملة في المملكة سواء كانت مسجلة أم غير مسجلة وتؤدي إلى تضليل الجمهور" (٧٥).

وفي هذا السياق، فإن اجتهاد محكمة العدل العليا، مستقر على "أنه يحق لصاحب علامة مسجلة في الخارج ومستعملة في الأردن ومعروفة فيه، أن يعترض على تسجيل علامة مطابقة لعلامته في الأردن، إذا كان من شأن هذا التسجيل، أن يؤدي إلى غش الجمهور، أو تشجيع المنافسة غير المحقة" (٧٦). ويلزم تقديم طلب الترقين، في هذه الحالة، خلال السنوات الخمس التالية، لتسجيل العلامة في سجل العلامات التجارية، وإلا كان مصيره الرفض شكلاً، لمرور الزمن، وتقضي المحكمة من تلقاء نفسها، ولا تشترط إثارته من الخصم.

وذلك ما أكدته محكمة العدل العليا في أكثر من قرار؛ إذ قضت بأنه "إذا قدم طلب ترقين للعلامة التجارية بعد مضي خمس سنوات على تسجيلها، فإن هذا الطلب لا يقبل عملاً بالفقرة الخامسة من المادة (٢٥) من قانون العلامات التجارية" (٧٧). وقضت "أن لمستعمل العلامة التجارية السابقة الذي أصبحت

(٧٥) المادة ٢/ب من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية الأردني رقم ١٥ لسنة ٢٠٠٠. الدكتور عبد الله الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، سبقت الإشارة إليه، ص ١٠٥ و ١٧٢.

(٧٦) القرار رقم ٨٨/١٧١ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين سنة ١٩٨٩، ص ٩٣٣. القرار رقم ٩٥/٧٢٠، عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٢، ص ٧١١. القرار رقم ٩٥/٢١٥ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٦، ص ٦٤٥.

(٧٧) القرار رقم ٧٣/٤١ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين سنة ١٩٧٣، ص ١٢٩٩. القرار رقم ٥٩ الصادر عن محكمة العدل العليا الأردنية في الدعوى رقم ٢٠٠٢/٤٨ تاريخ ٢٠٠٢/٧/١٨. القرار رقم ١٥٠/٩٠ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٣، ص ٢٨. القرار رقم ٩٤/٧٩ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٥، ص ٦٧.

العلامة مميزة لبضائعه الحق في ترقيين العلامة التجارية المسجلة باسم شخص آخر إذا توفرت الشروط التالية:

١ - إذا ثبت أن هنالك تشابهاً بين العلامتين، من شأنه أن يؤدي إلى غش الجمهور.

٢ - إذا كان استعمال العلامة الأولى سابقاً لتاريخ وتسجيل العلامة المطلوب حذفها.

٣ - إذا لم يمر على تسجيل العلامة التجارية مدة خمس سنوات^(٧٨).

وفي السياق ذاته، أيدت قرار مسجل العلامات التجارية، القاضي "... بترقيين العلامة التجارية (TAZO) وشطبها من سجل العلامات التجارية، بناء على طلب شركة "بيسيكو إنك" لأن هذه العلامة، تطابق العلامة التجارية (TAZO) المسجلة والمستعملة من قبل هذه الشركة، قبل تسجيل العلامة موضوع طلب الترقين"؛ الأمر الذي يؤدي إلى غش الجمهور^(٧٩).

ويلاحظ، أن اختيار الشخص لشطب العلامة التجارية، من خلال سلوك الطريق الإداري، بالاعتراض على تسجيلها خلال مرحلة التسجيل، لا تبيح له التقدم - مرة أخرى - بطلب شطب العلامة ذاتها، للأسباب ذاتها، من خلال سلوك الطريقة القضائية. وذلك ما أكدته محكمة العدل العليا، إذ قضت "إنه لما يتعارض مع أحكام قانون تسجيل العلامات التجارية أن يتاح للشخص الذي سلك سبيل الاعتراض من أجل الحيلولة دون تسجيل العلامة أن يعود بعد رد اعتراضه، فيطلب - بمقتضى المادة (٢٥) سالفه الذكر - حذف العلامة ذاتها من السجل، استناداً لنفس الأسباب التي كان أوردها في الاعتراض. والقول بخلاف ذلك يؤدي إلى المساس بحجة القرارات الحائزة قوة الشيء المقضي به"^(٨٠).

(٧٨) القرار رقم ٧٦/٧٣ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين سنة ١٩٧٩، عدد ١١. القرار رقم

٩٤/٧٩ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٥، ص ٦٧.

(٧٩) انظر القرار رقم ٢٠٠٣/٣٨١ عدل عليا تاريخ ٢٠٠٣/١١/٢٠.

(٨٠) رقم ٧٨/٨٩ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين ص ٣٦٠، سنة ٢٧.

ومن الجدير بالتنبيه، أنه إذا ما تم ترقيين العلامة التجارية من سجل العلامات التجارية، لأي حالة من الحالات التي تقدم بيانها، في هذا المبحث، لا يجعل من العلامة التجارية المرقنة، مالاَ عاماً مباحاً، ومن ثم يجوز للآخرين استعمالها أو تسجيلها من جديد. بل يترتب على الترقيين - في الحالات المذكورة - أن يمتنع الجميع عن استعمالها أو تسجيلها لعدم مشروعيتها، هذه العلامات ابتداء وانتهاء، وكأنها لم تكن. إذ لا يحق لأحد في - الأصل - حق استعمالها أو تسجيلها، لأنها علامات محظورة بنص القانون. فآثر ترقيين العلامة التجارية، استناداً لعدم المشروعيتها، ينصرف إلى الماضي والمستقبل. إذ تزول حقوق مالك العلامة التجارية المرقنة، للفترة السابقة على قرار الترقيين، كما تزول - تلك الحقوق - للفترة اللاحقة على قرار الترقيين.

ونخلص، من حالات الترقيين التي تم بحثها، في هذا المبحث، إلى أن القانون الأردني، قد حدد أسباب ترقيين العلامة التجارية، من سجل العلامات التجارية، لجهة عدم المشروعيتها، في حالات عدة، منها ما يعود، إلى مخالفة العلامة التجارية للشروط الموضوعية اللازم توافرها في العلامة (م٧). ومنها ما يعود إلى احتواء العلامة التجارية، على العناصر المحظورة، بنص القانون (م٨). بالإضافة، إلى حالات أخرى، تمت الإشارة إليها، في المواد ٩ و ١٢ و ١٥/١ بالتجارية؛ وذلك، نظراً لما قد تسببه - هذه الأخيرة - من منافسة غير مشروعة، أو إلى إخلال مالك العلامة التجارية بالشروط أو القيود التي قد تفرض من قبل المسجل أو المحكمة، بشأن استعمال العلامة التجارية. هذا من جهة.

ومن جهة أخرى، فقد اتضح أن الاجتهاد القضائي الأردني قد سار على ضوء النصوص المذكورة، وطبقها - نصاً وروحاً - على المنازعات التي عرضت عليه، بشأن العلامة التجارية. كما، استقر الرأي لدى الاجتهاد القضائي الأردني، في مسألة التشابه بين العلامات التجارية من عدمه، على الأخذ بالفكرة الأساسية المميزة / الفارقة التي تنطوي عليها العلامات التجارية، أي الصورة الرئيسية لها وليس تفاصيلها الجزئية. وكذلك، درجة وعي المستهلك، المعني

بنوع البضاعة التي تحمل العلامة. ومدى درجة احتمال وقوع التباس بين اسم العلامات عن طريق النظر أو السمع^(٨١). وقد تبين، أن موقف القانون والقضاء، على اتفاق تام وصريح، من مسألة وجوب تقديم طلب ترقيين العلامة التجارية، في هذه الحالات، خلال خمس سنوات تبدأ من تاريخ تسجيل العلامة التجارية تسجيلاً فعلياً، وليس من تاريخ تقديم طلب تسجيلها (م ٥/٢٥) كما تقدم البيان^(٨٢).

(٨١) الدكتور عبدالله حسين الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، سبقت الإشارة إليه، ص ٢٠٣

(٨٢) القرار رقم ٧٩ / ٩٤ عدل عليها، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٥، ص ٦٧.

المبحث الثاني

ترقين العلامة التجارية لعدم الاستعمال

نتناول في هذا المبحث ترقين العلامة التجارية، لجهة عدم الاستعمال. فالفرض هنا، يتعلق بعلامة تجارية مشروعة بالمعنى القانوني المقصود، ولكنها لم تستعمل بالمعنى الحقيقي المنشود.

ويبدو، أن العلامة التجارية، تعتبر غير مستعملة، إذا ما قعد مالکها عن استعمالها استعمالاً حقيقياً ودائماً وجاداً وظاهراً. أو إذا استعملها خلافاً لما خصصت له، أو خلافاً للشروط أو القيود التي يفرضها القانون أو المسجل أو المحكمة. ذلك، أنه إذا ما كان استعمال علامة تجارية، يؤدي إلى كسب الحق فيها، فإنه - من المنطقي - أن يؤدي توقف مالکها عن استعمالها، أو استعمالها خارج النطاق المسموح به، إلى زوال هذا الحق.

وقد يظهر مالک العلامة التجارية عدم رغبته باستعمال علامته بصورة صريحة، كأن يبارر - بنفسه - إلى طلب شطبها من سجل العلامات التجارية، أو أن يتقاعس عن تجديدها، لدى انتهاء مدة حمايتها، أو يعلن صراحة للعموم، أنه قد تخلص من علامته التجارية وترك التعاطي بها. كما قد يظهر مالک العلامة التجارية عدم رغبته باستعمال علامته بصورة ضمنية، كأن يتم استعمالها أو تقليدها من قبل الغير دون اعتراض أو دفاع من مالکها نحو ذلك المستغل أو المقلد لعلامته. وقد ترشد إلى هذه أو تلك قرائن واقعية وأخرى قانونية، على ما سنرى.

ويبدو أن، المواد ٦ و ١٢ و ٢١/٢ و ٢٢، و ٢٧/٥ من القانون الأردني، تشكل أساساً لترقين العلامة التجارية من سجل العلامات التجارية، لجهة عدم استعمال العلامة التجارية، أو استعمالها خلافاً لمقتضى الضوابط والقيود والشروط، التي يفرضها القانون أو القضاء، على ذلك الاستعمال. وبيان ذلك فيما يلي:

أولاً - ترقيـن العلامة التجارية استناداً للمادة (٦):

تنص المادة السادسة من القانون الأردني، على أنه "كل من يرغب في أن يستقل في استعمال علامة تجارية لتمييز خدماته أو بضائعه التي يتجر أو ينوي الاتجار بها يمكنه أن يطلب تسجيل تلك العلامة وفقاً لأحكام هذا القانون"

أجاز، هذا النص، لأي شخص يرغب في اتخاذ علامة تجارية، لغايات تمييز منتجاته أو بضائعه أو خدماته، التي تشكل نشاطه التجاري - أو حتى ينوي أن تكون كذلك مستقبلاً - أن يقدم طلباً لمسجل العلامات التجارية، بغية تسجيل تلك العلامة، بنية استعمالها على تلك المنتجات أو البضائع أو الخدمات.

ويلاحظ، أن النص موضوع الحديث، يؤكد أن استعمال العلامة التجارية، وكذلك تسجيلها، مسألة جوازية وليست إجبارية، بدلالة كلمة "يرغب" الواردة في النص المشار إليه، الذي فتح باب التسجيل أمام كل راغب بذلك، سواء كان شخصاً طبيعياً أم معنوياً. وهذا ينسجم مع المفهوم العام للعلامة التجارية، باعتبارها الإشارة الفارقة التي يستعملها - أو يريد استعمالها - الصانع لتمييز منتجاته أو التاجر لتمييز بضائعه أو مقدم الخدمة لتمييز خدماته. كما يظهر الغرض الرئيس من العلامة التجارية، باعتبارها وسيلة مهمة، لإرشاد المستهلك للتمييز بين المنتجات والبضائع والخدمات المماثلة، فلا يضل بشأن مصدرها أو جودتها. كما يلاحظ، أن تسجيل العلامة التجارية، مقرون بنية الاستعمال، فلا يجوز تسجيل علامات تجارية - غير وقائية - بقصد احتكارها، ومنع التجار الآخرين من استخدامها^(٨٣).

لذا، يشكل النص موضوع الحديث، أساساً لطلب ترقيـن العلامة التجارية المسجلة، لجهة عدم التزام مالـكها بأحكام هذا النص، المتمثل في الاستعمال لتلك العلامة للغايات التي سجلت من أجلها. فليس، من المستساغ - كما قالت

(٨٣) المحاميان سمير بالي ونوري جمو، الموسوعة العلمية في العلامات الفارقة التجارية، سبقت الإشارة إليه، ص ١٧ و ٢٠.

محكمة العدل العليا - "للشخص أن يطلب تسجيل علامة تجارية باسمه، إلا إذا كان يرغب في أن يستقل في استعمالها لتمييز البضائع التي هي من إنتاجه أو صنعه أو اتجاره" (٨٤).

وعليه، فإنه يمكن طلب ترقيين العلامة التجارية المسجلة، فيما إذا لم يتم استعمالها على ذلك النحو، أو إذا ما تم استعمالها لغير المنتجات أو البضائع أو الخدمات التي سجلت من أجل تمييزها (٨٥). وعليه، يتم ترقيين العلامة التجارية، في حالة عدم استعمالها للغرض الذي سجلت من أجله، أو عدم وجود نية ترمي إلى ذلك. ويستطيع كل ذي مصلحة التقدم بطلب ترقيين العلامة التجارية استناداً للنص موضوع الحديث. وتعتبر هذه الحالة من المسائل الواقعية التي يجوز إثباتها بمختلف طرق الإثبات. وتدخل في السلطة التقديرية لمحكمة الموضوع (٨٦).

ويجدر التذكير، بأن ترقيين العلامة التجارية، استناداً لهذا النص، يشكل حالة من الحالات التي تضمنتها المادة ٥/٢٥ من القانون الأردني التي نصت على أن "كل طلب يقدم لحذف علامة تجارية من السجل بسبب عدم وجود ما يسوغ تسجيلها بمقتضى أحكام المواد ٦، ٧، ٨ من هذا القانون أو بسبب أن تسجيل تلك العلامة تنشأ عنه منافسة غير عادلة، بالنسبة لحقوق الطالب في المملكة الأردنية الهاشمية، يجب أن يقدم خلال خمس سنوات من تسجيل تلك العلامة".

(٨٤) القرار رقم ٦٢/٣٢ عدل عليا، سنة ١٩٦٢. انظر بحثاً، للمحامي هيثم العكشة، بعنوان: شروط وإجراءات تسجيل العلامة التجارية وطرق اكتساب ملكيتها، مجلة نقابة المحامين لسنة ١٩٩٨، ص ٢٢٤٥.

(٨٥) المحامية ربا طاهر قليوبي، حقوق الملكية الفكرية، سبقت الإشارة إليه، ص ٢٤٧.

(٨٦) الدكتور صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة، عمان، ط١، ٢٠٠٠، ص ٣٧٦.

لذلك، يلزم تقديم طلب الترفيق - في هذه الحالة - خلال خمس سنوات تبدأ من تاريخ تسجيل العلامة التجارية في سجل العلامات التجارية، ويبدأ سريان مدة السنوات الخمس، من تاريخ تسجيل العلامة في السجل تسجيلاً فعلياً، وليس من تاريخ تقديم طلب التسجيل.

وفي هذا السياق، صدر عن الاجتهاد القضائي الأردني غير قرار^(٨٧). فحكم - محكمة العدل العليا - بأنه "إذا قدم طلب ترقيق للعلامة التجارية بعد مضي خمس سنوات على تسجيلها فإن هذا الطلب لا يقبل"^(٨٨). وحكم بأنه "يشترط لحذف العلامة التجارية أو ترقيقها، ألا يكون قد مر على تسجيلها مدة خمس سنوات - وفقاً للمادة ٥/٢٥ من قانون العلامات التجارية - وهذه المدة (خمس سنوات) تبدأ من تاريخ تسجيل العلامة التجارية فعلياً وليس من تاريخ تقديم طلب التسجيل"^(٨٩). كما حكم بأن ".... وإن المبادئ القانونية المسلم بها تقضي بأن مدة التقادم لا تبدأ إلا من تاريخ نشوء الحق في إقامة الدعوى، وبديهي أن حق ذي المصلحة في تقديم طلب إلغاء تسجيل العلامة التجارية لا ينشأ إلا بعد تسجيلها تسجيلاً فعلياً، ولا يجوز بالتالي احتساب المدة السابقة على التسجيل من مدة التقادم"^(٩٠).

وقد أكدت المحكمة ذاتها، المبدأ نفسه - في حكم حديث لها - حين قررت بأنه "يستفاد مما ورد في المادة ٥/٢٥ من قانون العلامات التجارية، أن 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 تسجيل العلامة التجارية

(٨٧) القرار رقم ٦٤/٧٧ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٧٧، ص ١٤٠٣. والقرار رقم ١٥٠ / ٩٠ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٣، ص ٢٨ و القرار رقم ٧٩/٩٤ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٥، ص ٦٧.

(٨٨) القرار رقم ٤١/٧٣ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٧٣، ص ١٢٩٩.

(٨٩) القرار رقم ٧٢٠/٩٦ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٨، ص ٧١١.

(٩٠) القرار رقم ٦٤/٧٧ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٧٧، عدد ١٤٠٣.

تسجيلاً فعلياً، وليس من تاريخ تقديم طلب التسجيل^(٩١)؛ أي من تاريخ نشوء الحق في الدعوى^(٩٢). وبمرور تلك المدة دون طعن بتسجيل العلامة، يصبح التسجيل محصناً من الترقين.

ثانياً - ترقين العلامة التجارية استناداً للمادة (١٢):

تنص المادة ١٢ من القانون الأردني على أنه "إذا كانت العلامة التجارية، تشتمل على مواد شائعة الاستعمال في التجارة، أو ليست شائعة الاستعمال، ولم تكن ذات ميزة ظاهرة، فيجوز للمسجل أو لمحكمة العدل العليا، لدى تقرير ما إذا كان يجب تسجيل تلك العلامة التجارية، أو إبقاؤها مسجلة، تكليف صاحبها كشرط لبقاء العلامة التجارية في السجل، أن يتنازل عن أي حق في الاستعمال المستقل لجزء من تلك العلامة التجارية أو لجميع تلك المواد أو بقسم منها، مما يرى المسجل أو المحكمة أنه لا يملك فيه حقاً أو أن يجري أي تنازل آخر يراه المسجل أو المحكمة ضرورياً، لتعيين حقوق صاحب العلامة في ذلك التسجيل على أن لا يؤثر أي تنازل يجريه صاحب العلامة التجارية في السجل عن أي حق من حقوقه إلا بمقدار ما ينشأ عن تسجيل العلامة التجارية التي تم التنازل بشأنها".

تظهر، هذه المادة، رقابة مسجل العلامات التجارية، وكذلك رقابة محكمة العدل العليا، على طلبات تسجيل العلامات التجارية، خلال إجراءات التسجيل، أو بعد الانتهاء من إجراءات التسجيل، لجهة حصر مسألة تسجيل العلامات التجارية، في سياق أهدافها وغاياتها، ومن ثم منع، ما أمكن، أي احتكار غير مبرر، لعناصر تدخل في تكوين العلامة التجارية، من قبل مالكيها، أو بصورة قد تؤدي إلى التضيق على الآخرين. فأعطى، النص موضوع الحديث، للمسجل وللمحكمة، الحق في تكليف مالك العلامة التجارية، كشرط لبقاء علامته

(٩١) القرار رقم ٩٠/١٥٠ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٣، عدد ٢٨.

(٩٢) القرار رقم ٩٤/٧٩ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٥، عدد ٦٧.

التجارية، في سجل العلامات التجارية، أن يقوم بالتنازل عن أي حق، في استعمال احتكاري، لجزء من تلك العلامة التجارية أو لقسم منها، أو غير ذلك من أمور ضرورية؛ وذلك من أجل تحديد نطاق حقوق مالك تلك العلامة التجارية، ومن ثم حصر حقه بعلامته التجارية في تلك الحدود، ويبقى ما بعد ذلك مساحة لاستعمال الآخرين.

لذا، يُشكل نص هذه المادة أساساً لطلب ترقيين العلامة لعدم وفاء مالك العلامة بطلبات مسجل العلامات التجارية أو محكمة العدل العليا بحسب الأحوال، لدى رغبته في تسجيل علامته ابتداءً، أو بقائها في السجل - إن كانت مسجلة - انتهاءً. إذ يمكن طلب شطب العلامة التجارية المسجلة إذا لم يقوم مالكها بتوفيق أوضاع علامته مع متطلبات نص المادة موضوع الحديث، أو إذا أخل بالقيود أو الشروط التي سجلت علامته على التزام بها.

وفي هذا السياق، فإنه لا يجوز تسجيل علامة أو جزء من علامة من الكلمات الدالة على صفات المنتج أو التي تصف جودته، مثل "فاين Fine" أو "سوبر Super" أو الدالة على مصدر المنتجات مثل "البن اليمني" أو "الحلوى العمانية" أو "الزيت الأردني" أو "الصابون النابلسي"، كذلك لا يجوز تسجيل علامة، أو جزء من علامة، مكونة من صور أو رسوم فحسب.

ولا يجوز للشخص أن يستأثر بصورة أو رسم البرتقالة أو الليمونة أو الأسد أو النمر أو الحمامة أو الصقر أو الشمس أو القمر إذا ما شكلت علامته أو جزءاً منها؛ وذلك لأنها عنصر من العناصر الشائعة في الاستعمال في التجارة وغيرها، إلا إذا ظهر ذلك بطريقة مميزة في العلامة. عندئذ، تنصب الحماية على الشكل المميز للعنصر الداخل في العلامة، وليس على العنصر ذاته^(٩٣).

(٩٣) القرار رقم ٧٧/٦٤ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٧٧، عدد ١٤٠٣، وخير مثال على ذلك، صورة التفاحة ذات الشكل المميز، في علامة "أبل ماكنتوش" كونها قد أخذت طابعاً خاصاً مميزاً.

وعليه، فإذا استعمل تاجر رسم ثمرة البرتقالة - بصورة مميزة - كعلامة تجارية أو عنصر فيها، فإنه يتمتع بالحماية على ذلك، دون أن يحول والآخرين من استعمال رسم ثمرة البرتقالة بأشكال أو صور مميزة أخرى^(٩٤).

وفي هذا الصدد، قضت محكمة العدل العليا الأردنية، بأنه "إذا كان شكل العلامة المطلوب تسجيلها هي نتاج صناعي، ذات شكل عام، شائع الاستعمال في صناعة البوظة، ولم تكن ذات علامة مميزة وصفة فارقة على شكل يكفل تمييز بضائع صاحبها عن بضائع غيره من الناس، فيجوز في مثل هذه الحالة، لمسجل العلامات التجارية... أن يرفض أي طلب لتسجيل علامة تجارية كهذه، أو يقبله من دون قيد أو شرط أو أن يعلن عن قبوله إياه، بموجب شروط أو تعديلات أو تحويلات في طريقة استعمال العلامة أو مكان استعمالها أو غير ذلك من الأمور..."^(٩٥). كما قضت بأنه "لمسجل العلامات التجارية إذا كانت العلامة التجارية تشتمل على مواد شائعة الاستعمال ولم تكن ذات ميزة ظاهرة تكلف صاحبها كشرط لبقاء العلامة التجارية في السجل أن يتنازل عن أي حق في الاستعمال المستقل لجميع تلك المواد أو أن يجري أي تنازل آخر يراه المسجل ضرورياً لتعيين حقوق صاحب العلامة في ذلك التسجيل أو إذا كان من رأيه أن تسجيل العلامة على الصورة الأنفة الذكر يعود بالنفع على الجمهور"^(٩٦).

وفي هذه الحالة - أيضاً - يلزم تقديم طلب الترقين خلال خمس سنوات، تبدأ من تاريخ تسجيل العلامة في سجل العلامات التجارية، وليس من تاريخ

(٩٤) ومع ذلك، فإنه يجب عدم إغفال أهمية عامل الزمن وأثره في قدرة العلامة على التميز، حتى لو كانت العلامة تتكون من عنصر عام أو كلمة عامة، فقد تنشأ العلامة غير مميزة - كونها كلمة عامة - ولكن طول استعمالها من قبل مالكيها يضيف عليها صفة التميز لدرجة تلتنصق في ذهن الجمهور بالمنتجات التي تحملها. وأقوى مثال على ذلك علامة "لوكس Lux" التي تستعمل على الصابون.

(٩٥) انظر القرار رقم ٨٨/٤٩، عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ٨٩، ص ٩٢٦.

(٩٦) القرار رقم ٨٨/٤٩، عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ٨٩، ص ٩٢٦.

تقديم طلب التسجيل، وذلك بدلالة المادة ٢٥/٥ من القانون الأردني، واجتهاد القضاء الأردني مستقر بهذا الصدد، كما تقدم البيان.

ثالثاً - ترقين العلامة التجارية استناداً للمادة (٢٢):

نصت المادة ٢٢ من القانون الأردني على أنه " ... يجوز لأي شخص ذي مصلحة أن يطلب من المسجل إلغاء تسجيل أي علامة تجارية مسجلة لغيره إذا لم يستعملها فعلياً وبصورة مستمرة خلال السنوات الثلاث التي سبقت الطلب، إلا إذا أثبت مالك العلامة التجارية أن عدم استعمالها يعود إلى ظروف خاصة أو إلى أسباب مسوغة حالت دون استعمالها..."

تصدى هذا النص لحالة ترقين العلامة التجارية المسجلة، لجهة عدم الاستعمال الفعلي للعلامة التجارية. فأجاز، لأي شخص - ذي مصلحة - التقدم، بطلب إلغاء تسجيل هذه العلامة، استناداً إلى أحد الأمور التالية:

- الأول: عدم وجود نية صادقة لاستعمال العلامة من قبل مالكةا - أو من يقوم مقامه - على بضائعه التي سجلت من أجلها.
- الثاني: عدم استعمال العلامة من قبل مالكةا - أو من يقوم مقامه - على بضاعته التي سجلت من أجلها.
- الثالث: عدم استعمال العلامة من قبل مالكةا - أو من يقوم مقامه - استعمالاً فعلياً ومستمرأ، خلال ثلاث السنوات، التي سبقت طلب الترقين.

والمقصود، بعدم الاستعمال، في هذا المقام، هو التخلي عن العلامة من قبل مالكةا بقصد النزول عن ملكيتها، أي التوقف الإرادي عن استعمال العلامة لما هي مخصصة له من منتجات أو بضائع أو خدمات. وليس التوقف القسري لسبب يؤدي إلى ذلك، كالخطر الاقتصادي أو التجاري على تلك المنتجات أو البائع أو الخدمات. وهناك قرائن عدة تدل على ذلك، كأن يصرح مالك العلامة بعدم رغبته استعمال العلامة أو انقطاع ظهور المنتجات التي تحمل تلك العلامة في التعامل التجاري أو توقف المتجر عن العمل، أو سكوت صاحب العلامة عن تتبع تقليد العلامة أو تزويرها، أو اتخاذه موقفاً سلبياً من الاعتداء على علامته

بالوقوف منه موقف عدم الاكتراث أو عدم المبالاة، أو أن يعتزل صاحب العلامة الصناعة أو التجارة أو تقديم الخدمات التي تستخدم العلامة لتمييز منتجات تلك الصناعة أو بضائع تلك التجارة أو خدمات تلك الخدمة أو نحو ذلك. وحتى يعتد بالقرائن المذكورة - أو ما يأخذ حكمها - ومن ثم اعتبارها، مبرراً لطلب الترقين، لا بد أن تكون راجعة إلى النية الصريحة أو الضمنية لدى مالك العلامة في عدم استعمال علامته أو التخلي عنها فيما يتعلق بالبضائع أو المنتجات أو الخدمات التي تستعمل العلامة في تمييزها. لذا، لا يعتبر التسامح والإهمال، نوعاً من التنازل عن حق في العلامة. كما لا يجوز افتراض تنازل أو تخلي مالك العلامة عن علامته، بل لا بد من التأكد فعلياً بأن نيته قد اتجهت إلى ذلك^(٩٧).

لذلك، يعتبر استعمال الغير، لعلامة تجارية مسجلة بموافقة مالكةا، استعمالاً لها، لمقاصد استمرار تسجيلها (م٢٢/٢). أي أن موافقة مالك العلامة التجارية، على استعمال علامته من قبل الغير، يعتبر تمسكاً منه بعلامته، وغير متخل عنها؛ الأمر الذي يعني أنه ليس بالضرورة أن يكون استعمال العلامة التجارية، من قبل المالك شخصياً، بل يمكن أن يكون - أيضاً - من قبل الأشخاص الذين يوافق لهم مالك العلامة التجارية على ذلك^(٩٨).

وفي هذا السياق، حكم بأنه "لتوفر شرط عدم الاستعمال يجب أن تكون النية ترمي إلى عدم استعمال العلامة التجارية أو التخلي عنها فيما يتعلق بالبضائع التي سجلت من أجلها، أو بيع البضائع التي تحمل علامة تجارية إلى تاجر آخر دفعة واحدة ليتولى هو بدوره بيعها إلى المستهلكين أو إلى تاجر

(٩٧) الدكتور مصطفى كمال طه، والأستاذ وائل أنور بندق، أصول القانون التجاري، دار الفكر العربي، الإسكندرية ٢٠٠٦، ص ٧٣٨. الدكتورة سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة، ط٤، ٢٠٠٣، ص ٥١٤. القاضي الدكتور إلياس ناصيف، الكامل في التجارة، المؤسسة التجارية، الجزء الأول، عويدات للنشر والطباعة، بيروت ١٩٩٩، ص ٥٢٩.

(٩٨) قارن، القاضي الدكتور إلياس ناصيف، الكامل في التجارة، سبقت الإشارة إليه ١٩٩٩، ص ٢٥٣.

آخرين. وأن التوقف مؤقتاً عن الاستيراد، لا يعني الانقطاع الكلي عن استعمال تلك العلامة التجارية... وتعتبر العلامة التجارية لا تزال تستعمل بالفعل ما دام أن البضاعة التي تحملها مازالت موضع التداول" (٩٩).

لذلك، فقد أعطى النص موضوع الحديث، مالك العلامة الحق في دفع الطلب المقدم من الآخرين لشطب علامته، بأن يثبت أن عدم استعماله لعلامته يرجع إلى وجود أحوال تجارية خاصة^(١٠٠). كوجود كساد كبير في السوق، مما اضطر معه إلى التوقف عن إنتاج المنتج بضعة شهور، وليس إلى وجود نية ترمي إلى عدم استعمال العلامة أو التخلي عنها، فيما يتعلق بالبضائع التي سجلت من أجلها. كما يستطيع مالك العلامة دفع طلب ترقيين علامته، بأن يثبت أن عدم استعماله لعلامته يعود إلى أسباب مسوغة (مبررة) أخرى، حالت دون ذلك الاستعمال، كوجود خطر اقتصادي أو تجاري. وبعبارة أخرى يجوز دفع طلب ترقيين العلامة (شطبها) كلما أثبت مالك العلامة - في هذه الحالة - أن عدم استعماله العلامة، يرجع إلى ظروف أو أمور خارجية لا دخل لإرادته فيها من قريب أو بعيد.

وعليه فإن عدم الاستعمال الموجب لترقيين العلامة التجارية، استناداً للنص موضوع الحديث، ينصرف إلى عدم الاستعمال المطلق أو غير الجدي أو غير الظاهر للعلامة التجارية^(١٠١). ، وأن يستمر ذلك بصورة مستمرة ودائمة، ولمدة لا تقل عن ثلاث سنوات سابقة على طلب الترقيين. وتعتبر، مسألة عدم استعمال العلامة التجارية، من الوقائع المادية البحتة. وتقدير ذلك متروك لمحكمة الموضوع، وهي تستخلصها من ظروف الحال، ويقع عب إثبات ذلك على طالب

(٩٩) القرار رقم ٥٣/٣١ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين سنة ١٩٥٤، ص ١.

(١٠٠) ومن الجدير ذكره أنه يجوز لأي شخص تقديم طلب شطب (إلغاء) العلامة إلى المسجل الذي بدوره يتيح للفريقين إبداء دفعتهما يكون قرار التسجيل خاضعاً للاستئناف لدى محكمة العدل العليا. انظر الفقرة ٣ من المادة ٢٢ من قانون العلامات الأردني.

(١٠١) الدكتور نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية، سبقت الإشارة إليه، ص ٣١٧.

الترقين، الذي له حق استعمال جميع طرق الإثبات المتوفرة لديه. كما أن لمالك العلامة المطلوب ترقيتها لعدم الاستعمال، دفع ذلك بجميع طرق الإثبات أيضاً. ويخضع القرار الصادر بهذا الشأن لرقابة محكمة العدل العليا^(١٠٢).

وفي هذا الصدد، ذهبت محكمة العدل العليا الأردنية، إلى أن الأحداث في لبنان (الحرب الأهلية) وقتئذ لا تعتبر سبباً مانعاً أو مبرراً لعدم استعمال العلامة التجارية، إذا ثبت أن الشركة ذاتها صاحبة العلامة التجارية المطلوب ترقيتها (شطبها) لم تتوقف عن تصدير إنتاجها من منتجها المشابه، والذي يحمل علامة تجارية أخرى. وقد جاء في حيثيات ذلك الحكم أن "تمادي مدة عدم الاستعمال حتى استنفدت مدة الترخيص البالغة سبع سنوات بالتام، وإنما ينبني على ذلك كله تعزيز القناعة لدينا، بأن عدم استعمال العلامة يرجع إلى وجود نية ترمي إلى عدم الاستعمال ولا يرجع إلى ظروف المنشأة أو إلى أحوال تجارية خاصة"^(١٠٣).

فقد اعتبر القرار موضوع التعليق، أنه ما دامت الأحداث في لبنان لم تمنع الشركة المستأنف عليها من الاستمرار في إنتاج وتصدير منتجها المشابه (المياه المعدنية) الذي يحمل علامة تجارية أخرى (الصحة) فإنه يجب ألا تكون تلك الأحداث، مانعاً أو حجة للشركة عينها لعدم قيامها باستعمال العلامة التجارية المسجلة باسمها.

وفي تقديري، أن التبرير الذي جاء به الحكم موضوع التعليق، وإن كان ينسجم مع المنطق السليم، فإن الاستمرار في الإنتاج والتصدير شيء، في حين أن التجهيز والإعداد لمباشرة الاستغلال والإنتاج شيء آخر. فالأمر الأول وضع قائم على أرض الواقع، ولا يحتاج إلى إنشاء أو تشييد أو إعداد، ومن مصلحة الشركة الاستمرار فيه على الرغم من الصعوبات التي قد تعترضها، في حين

(١٠٢) انظر قرار رقم ٦٨٧ / ٢٠٠٥ عدل عليا، تاريخ ٢٠ / ٦ / ٢٠٠٥.

(١٠٣) قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم ٨٥ / ١٥٩، مجلة نقابة المحامين الأردنيين سنة ١٩٨٥، ص ١٠٩٥.

وضع الأمر الثاني غير قائم على أرض الواقع، إنما ما زال في ذاكرة الشركة ويحتاج إلى إنشاء وتشديد وإعداد وليس من مصلحة الشركة - أي شركة - الإقدام على ذلك في ظل ظروف حرب ضروس تعصف بالأخضر واليابس؛ مما ينبغي معه، أن تكون هذه الأخيرة، عذراً لتلك الشركة لعدم إقدامها على استعمال العلامة التجارية المسجلة باسمها، على الرغم من استمرارها في تصدير منتجات مماثلة، هذا من جهة، ومن جهة أخرى، فقد اعتبر الحكم موضوع الحديث طول مدة عدم الاستعمال، قرينة على وجود نية ترمي إلى عدم الاستعمال، ولا يرجع إلى ظروف المنشأة، أو إلى أحوال تجارية خاصة. وبذلك يكون قد جعل لعامل الزمن أهمية مقدمة على ظروف صاحبة العلامة وأحوالها. في حين أن العكس هو الصحيح، خاصة إذا لم يكن عدم الاستعمال مقروناً بنية التخلي عن العلامة، فلا شك أن العذر يبقى قائماً ما دامت توجد ظروف تبرره، وإذا ما زالت تلك الظروف زال معها العذر، بصرف النظر عن طول المدة أو قصرها الجمهور^(١٠٤).

ومن الأهمية بمكان، تأكيد أنه يلزم تقديم طلب الترقين، في هذه الحالة - أي لجهة عدم الاستعمال الفعلي - بعد مرور ثلاث سنوات على توقف مالك العلامة، عن استعمال علامته استعمالاً فعلياً ومستمراً، ودون عذر تقبله المحكمة، وقد أكدت ذلك محكمة العدل العليا، بقولها:

- إن الطلب لإلغاء (ترقين) تسجيل علامة الشركة المستأنف عليها لعدم استعمال هذه العلامة يقدم خلال السنتين السابقتين (أصبحت ثلاثاً بعد التعديل) للطلب، ولا يخضع هذا الطلب للتقادم المنصوص عليه في الفقرة ٥ من المادة ٢٥ من قانون العلامات التجارية.

- يستفاد من عبارة (من تسجيل تلك العلامة) الوارد في نص الفقرة (٥) من المادة (٢٥) من قانون العلامات التجارية، أنها مدة تقادم، ... تبدأ من

(١٠٤) انظر للمحامي صلاح سلمان الأسمر، بحثاً بعنوان، قضية مقضية، مجلة حماية الملكية الفكرية، العدد ٣٥، سنة ١٩٩٣، ص ١٦، ١٧.

تاريخ تسجيل العلامة تسجيلاً فعلياً، وليس من تاريخ تقديم طلب التسجيل.

- إن المبادئ القانونية المسلّم بها تقضي بأن مدة التقادم لا تبدأ إلا من تاريخ نشوء الحق في إقامة الدعوى، وبديهي أن حق ذي المصلحة في تقديم طلب إلغاء تسجيل العلامة التجارية لا ينشأ إلا بعد تسجيلها تسجيلاً فعلياً، ولا يجوز بالتالي احتساب المدة السابقة على التسجيل من مدة التقادم^(١٠٥).

رابعاً - ترقيّن العلامة التجارية استناداً إلى إرادة مالّكها:

إن حالات الترقيّن السابقة عادة ما تكون ضد إرادة مالك العلامة، فتواجه بالمقاومة من قبل مالك العلامة التجارية محل الترقيّن، إذ يمكن لمالك العلامة التجارية المنازعة في ذلك، سواء أمام المسجل أو أمام المحكمة المختصة، كون تلك الحالات تؤسس على سبب واقعي أو قانوني. وتؤدي - إذا ما نجحت - إلى ترقيّن العلامة، على النحو الذي تقدم.

ومع ذلك، فإنه من المتصور، في الواقع العملي، أن يتم ترقيّن العلامة التجارية، استناداً إلى إرادة مالّكها الصريحة أو الضمنية. ويتم - عادة - استخلاص تلك الإرادة من خلال قرائن واقعية أو قانونية.

ويبدو أن المادة ٢١/٢ والمادة ٢٧/٥ من القانون الأردني خير مثال على ترقيّن العلامة التجارية من سجل العلامات التجارية لجهة الإرادة الصريحة أو الضمنية لمالكها. فإذا كان استعمال علامة تجارية أو تسجيلها سبباً صحيحاً لمليّتها فإن توقف ذلك الاستعمال أو التسجيل، سبب كاف لزوال تلك الملكية^(١٠٦).

(١٠٥) القرار رقم ٧٧/٦٤ عدل عليا. مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٧٧، ص ١٤٠٣.

(١٠٦) الدكتور محسن شفيق، القانون التجاري المصري، الجزء الأول، دار الثقافة، الإسكندرية، الطبعة الأولى ١٩٤٩، ص ٥٠٠. القاضي الدكتور الياس ناصيف، الكامل في التجارة، سبقت الإشارة إليه، ص ٥٢٩.

أ - ترقيين العلامة التجارية استناداً إلى إرادة المالك الصريحة:

الترقيين، في هذه الحالة، يكون لجهة إرادة مالك العلامة التجارية؛ أي بناء على طلب مالك العلامة التجارية، أو من يقوم مقامه قانوناً. فمن حق مالك العلامة التجارية، بمحض إرادته، التقدم بطلب إلى مسجل العلامات التجارية، لشطب علامته التجارية وحذفها من سجل العلامات التجارية، لأي سبب يراه مناسباً أو لغاية يسعى إلى تحقيقها أو لمصلحة يريد أن يقررها. ومن المتصور، في الواقع العملي، حدوث ذلك. ويلزم أن يتم ذلك بصورة صريحة. ومن قبيل ذلك أن يعلن مالك العلامة التجارية للعموم، أنه قد تولى وترك علامته التجارية، أو يصرح بأنه قد اعتزل ممارسة النشاط التجاري، أو يقوم بإغلاق متجره التجاري، أو التخلص من أعباء التجارة أو نحو ذلك. ويستطيع أن يتقدم مالك العلامة التجارية بطلب ترقيين علامته التجارية، متى شاء وغير مقيد بمدة معينة، خلافاً لحالات الترقيين الأخرى التي يجب تقديم طلب الترقيين استناداً إليها، خلال مدة خمس سنوات، كما تقدم البيان.

وفي هذا السياق، يمكن ترقيين العلامة التجارية استناداً للمادة (٢٧/٥) من القانون الأردني، التي نصت على أنه "يجوز للمسجل، بناء على طلب يقدمه إليه، صاحب العلامة المسجلة... أن يلغي قيد أية علامة مدونة في السجل... وكل قرار يصدره يجوز استئنافه لدى محكمة العدل العليا".

لا ريب، أن هذا النص يشكل أساساً واضحاً، لترقيين العلامة التجارية، بناء على الإرادة الصريحة لمالكها. فيجوز لمسجل العلامات التجارية أن يلغي قيد أية علامة تجارية مسجلة، في سجل العلامات التجارية، بناء على طلب من مالكها، يقدمه إلى مسجل العلامات التجارية، وفقاً للأصول القانونية. فالترقيين - في هذه الحالة - يستند، إلى الإرادة الصريحة لمالك العلامة التجارية المسجلة، الذي يعلن رغبته في ترقيين علامته التجارية المسجلة، ويقدم طلباً بذلك، للوصول إلى ترقيين علامته.

وعليه، يمكن لمسجل العلامات التجارية، استناداً للنص موضوع الحديث، ترقيين العلامة التجارية من سجل العلامات التجارية، بناء على طلب يقدم من

مالكها، وتخضع أسباب طلب الترقين، لتقدير المسجل. ويملك - هذا الأخير -
حيال الطلب، سلطة تقديرية واسعة، فالأمر جوازي لا إجباري؛ فقد يقبل الطلب
وقد يرفضه، وربما يقبله بموجب شروط أو تعديلات أو نحو ذلك^(١٠٧).

ويلاحظ، أن الأسباب التي قد تكون أساساً لطلب ترقين العلامة - في هذه
الحالة - غير محددة؛ الأمر الذي يمكن معه القول: إن أسباب الطلب تطرح من
قبل مقدم طلب الترقين على المسجل، الذي يكون له - بدوره - دور رقابي
وتقديري، على صلاحية تلك الأسباب، لترقين العلامة من عدمه. وفي الواقع، قد
تندر الأسباب التي تدفع مالك العلامة التجارية إلى تقديم طلب لترقين علامته،
لما تتمتع به العلامة التجارية - في العادة - من قيمة مالية، ولكن - قطعاً - لا
تنعدم؛ فقد يقوم بذلك لسبب يراه مناسباً أو لغاية يسعى إلى تحقيقها أو
لمصلحة يريد أن يقررها، ويلزم توفر المشروعية في ذلك.

كما يلاحظ، أن النص المذكور قد أعطى المسجل صلاحية إلغاء " قيد أية
علامة تجارية مدونة في السجل " دون قيد أو شرط ودون تحديد للأسباب التي
يستند إليها في ذلك؛ أي أن صلاحية المسجل في إلغاء قيد أي علامة مدونة في
السجل، وفقاً لهذا النص، صلاحية مطلقة. وذلك أمر معيب؛ لأنه قد أعطى
المسجل صلاحيات أوسع من صلاحيات المحكمة (م ٢٥/٥). ولا يرفع هذا
العيب، تضمن نص المادة موضوع الحديث، على جواز استئناف قرار المسجل
لدى محكمة العدل العليا، وأن هذه الأخيرة، تقوم بدور الرقابة القضائية على
السلطات الممنوحة للمسجل بصفته موظفاً عاماً.

ومن الجدير بالذكر أن تقديم طلب الترقين، في هذه الحالة، غير مرتبط
بمدة زمنية محددة، بل يمكن تقديمه، في أي وقت حتى لو بعد مرور خمس

(١٠٧) قارن المادة (٢/١١) التي أجازت " ... للمسجل، قبول أو رفض، أي طلب لتسجيل
علامة تجارية. .. من دون قيد أو شرط أو .. بموجب شروط أو تعديلات أو تحويلات
في طريقة استعمال العلامة أو مكان استعمالها أو غير ذلك من الأمور ".

سنوات على تسجيل العلامة التجارية موضوع طلب الترقين. فلمالك العلامة التجارية حرية تحديد أسباب تقديم الطلب، وكذلك تحديد زمانه.

ب - ترقين العلامة استناداً إلى إرادة المالك الضمنية:

الترقين - في هذه الحالة - يكون لجهة هجر مالك العلامة التجارية، بصورة ضمنية، علامته والتخلي عنها واقعاً. وذلك، يستفاد من وقائع أو ظروف، تدل على أن إرادة مالك العلامة التجارية، ذات عزم أكيد، على التخلي عن ملكيته لعلامته التجارية. ومن قبيل ذلك، أن يقوم منافسوه التجاريون باستعمال علامته، دون أي اعتراض منه، أو أن يقوم الغير بتقليدها، دون أن يحرك ساكناً للدفاع عن حقه فيها أو نحو ذلك. ولا بد من الوقوف على الإرادة الضمنية لمالك العلامة التجارية بوضوح وقوة. ويخضع ذلك لمطلق تقدير محكمة الموضوع^(١٠٨).

وفي هذا السياق عرفت محكمة العدل العليا التخلي بأنه " اتخاذ موقف سلبي إزاء عمل ما يتمثل في عدم التجاوب مع ذلك العمل، فيقف منه غير مبال لما ينطوي عليه العمل ". الأمر الذي يؤكد، أن الاستعمال، قرينة على كسب الحق في العلامة التجارية. والعكس صحيح؛ أي أن عدم الاستعمال، قرينة على زوال الحق فيها.

ويكون الترك - في العادة - سبباً كافياً، لانتهاك الحق في العلامة التجارية، وبخاصة العلامة التجارية غير المسجلة، بل قد يكون الترك - الصريح أو الضمني - هو الطريق الوحيد في انقضاء الحق في العلامات التجارية غير المسجلة، في حين لا يكفي وحده لانقضاء الحق في العلامات التجارية المسجلة، بل يلزم - أيضاً - ترقين تسجيل تلك العلامة التجارية من سجل العلامات، بمقتضى قرار من مسجل العلامات التجارية، الذي له أن يلغي قيد أي

(١٠٨) القاضي الدكتور إلياس ناصيف، الكامل في التجارة، سبقت الإشارة إليه، ص ٢٥٣.

علامة تجارية مدونة في السجل^(١٠٩). أو بمقتضى قرار من المحكمة صاحبة الاختصاص والرقابة على قرارات المسجل^(١١٠).

وفي هذا الصدد، يتم ترقين العلامة التجارية استناداً للمادة (٢/٢١) من القانون الأردني، التي نصت على أنه "إذا لم يطلب مالك العلامة التجارية تجديدها، فتعتبر حكماً مشطوبة من السجل بانقضاء سنة على انتهاء مدة تسجيلها ومرور سنة على تخلفه عن تقديم طلب التجديد "

فهذا النص، يشكل مثلاً واضحاً، على ترقين العلامة التجارية، استناداً للإرادة الضمنية لمالكها. فترقين العلامة التجارية - في هذه الحالة - يستند لواقعة عدم تجديد تسجيل العلامة التجارية. ومن ثم، اعتبار ذلك قرينة على الإرادة الضمنية لمالكها، بالتخلي عن علامته التجارية، بسبب تقاعسه عن تجديدها؛ ذلك أن مدة حماية ملكية العلامة التجارية، في القانون الأردني، تبلغ عشر سنوات، وتبدأ من تاريخ تسجيلها، ويجوز تجديد هذه المدة، لمدد مماثلة، بناء على طلب يقدمه مالك العلامة التجارية، وفقاً لأحكام القانون^(١١١). فالفرض هنا، أن العلامة التجارية مسجلة بحسب الأصول القانونية. وتمتعت بكامل مدة الحماية القانونية المقررة بهذا الشأن. ومن ثم انتهت تلك المدة. ولم يبادر مالك العلامة التجارية إلى تجديد تسجيل علامته، بل تقاعس عن ذلك. تعتبر هذه العلامة - عندئذ - محلاً للشطب والترقين من سجل العلامات التجارية (م٢١).

وعليه، ينقضي الحق في العلامة التجارية - في هذه الحالة - لأمر متوقف على إرادة مالكها. ويتمثل في عدم قيامه بدفع رسوم تجديد تسجيل علامته، من أجل حمايتها لمدة جديدة. وفي هذه الحالة، تعتبر علامته مشطوبة حكماً من سجل العلامات التجارية. فأساس طلب الترقين، في هذه

(١٠٩) بدلالة المادة ٢٧/٢ من القانون الأردني.

(١١٠) بدلالة المادة ١١ و ١٤ و ١٧ من القانون الأردني.

(١١١) انظر المادة ٢٠ من القانون الأردني.

الحالة، لجهة عدم دفع الرسوم المقررة قانونياً، لغايات بقاء العلامة في السجل واستمرار حمايتها لمدة أخرى.

ويبدو أن القانون الأردني قد أخذ بمبدأ الشطب الحكمي؛ أي دون الحاجة إلى قرار بالشطب لا من المسجل ولا من المحكمة. وكذلك دون الحاجة إلى أن يسبق ذلك إشعار مالك العلامة خطياً بانتهاء مدة تسجيل علامة، وكان ذلك إجراء شكلياً لا بد من القيام به في ظل نص المادة^(١١٢)، موضوع الحديث، قبل تعديلها حتى يحق للمسجل شطب العلامة، وكان الغرض من ذلك الإشعار، هو التأكد من أن عدم تجديد العلامة من قبل مالكيها كان مقصوداً وليس من قبيل السهو أو النسيان. فالإشعار، المرسل من المسجل إلى مالك العلامة يكون - بشأن تجديد العلامة - بمنزلة الدليل على ذلك.

ومن نافلة القول، أن أثر ترقيين العلامة التجارية، استناداً لعدم الاستعمال، ينصرف إلى المستقبل دون الماضي؛ أي تبقى حقوق مالك العلامة التجارية قائمة للفترة السابقة على قرار الترقيين، وتنتهي تلك الحقوق بعد قرار الترقيين؛ الأمر الذي يؤدي إلى دخولها دائرة الملك العام، فتصبح حقاً مباحاً للجميع بعد أن كانت حقاً خاصاً لمالكها. وبعبارة أخرى، يترتب على ترقيين العلامة التجارية انقضاء حقوق مالكيها عليها، وبخاصة فقدان تلك العلامة الحماية القانونية التي

(١١٢) كانت المادة تنص على أنه "يرسل المسجل في الوقت المعين قبيل انتهاء مدة التسجيل الأخير للعلامة التجارية إلى صاحب العلامة التجارية المسجل إشعاراً - على النموذج المقرر - يخبره فيه بتاريخ انتهاء مدة التسجيل والشروط التي يجوز بموجبها تحديد تسجيلها من حيث الرسوم الواجب دفعها وغير ذلك، فإذا انتهت تلك المدة ولم يقم صاحب العلامة المذكور بالعمل بتلك الشروط، يجوز للمسجل أن يشطب تلك العلامة من السجل". انظر: الدكتور صلاح الأسمر، الجديد في قانون العلامات التجارية الأردني، ورقة عمل مقدمة إلى، ندوة قانون العلامات التجارية، التي نظمتها الجمعية الأردنية للحماية الملكية الفكرية، عمان ٢٥/٣/٢٠٠٠م.

تتمتع بها، فضلاً عن انتهاء حق الاستئثار بها من قبل مالكيها، ومن ثم دخولها الملك العام، وتصبح مالاً مباحاً بعد أن كان مالاً خاصاً^(١١٣).

ومع ذلك، في ظل القانون الأردني، لا يجوز لأحد استعمال تلك العلامة التجارية أو تسجيلها، قبل مرور سنة كاملة على ترقيتها^(١١٤)، في حين، يجوز لمالك العلامة التجارية، التي شطبت لعدم الاستعمال^(١١٥) أن يعيد تسجيلها لنفسه، بعد مرور سنة على ترقيتها، ما لم تكن سجلت باسم غيره.

ونخلص، من حالات الترقين التي تم بحثها في هذا المبحث، إلى أن القانون الأردني قد حدد أسباب ترقين العلامة التجارية، من سجل العلامات التجارية، لجهة عدم الاستعمال، أو الانحراف به، عن الغايات التي سجلت من أجلها العلامة التجارية؛ إذ تعتبر، العلامة التجارية، غير مستعملة، إذا ما قعد مالكيها عن استعمالها استعمالاً حقيقياً ودائماً وجاداً وظاهراً. كذلك، استعمالها بصورة مخالفة لما خصصت له، أو خلافاً للشروط أو القيود التي يفرضها، القانون أو المسجل أو المحكمة، وذلك بدلالة نصوص المواد ٦ و ١٢ و ٢/٢١ و ٢٢ و ٥/٢٧ من القانون التجاري، وسار على ذلك الاجتهاد القضائي الأردني، كما تقدم البيان.

(١١٣) القاضي الدكتور إلياس ناصيف، الكامل في التجارة، سبقت الإشارة إليه، ص ٢٥٣.

الدكتور محسن شفيق، القانون التجاري المصري، سبقت الإشارة إليه، ص ٥٠٠.

(١١٤) بدلالة المادة ٢/٢١ من قانون العلامات التجارية.

(١١٥) بدلالة المادة ٣/٢١ من قانون العلامات التجارية.

المبحث الثالث

ترقين العلامة التجارية للتعدي

على العلامات المشهورة

نتناول، في هذا المبحث، ترقين العلامة التجارية، للتعدي على العلامات المشهورة، في ظل القانون الأردني، الذي نظم أحكام العلامة التجارية المشهورة، في المواد ٢ و ٨/١٢ و ٢٦/١/ب و ٣٤. ففي المادة ٢، عرف العلامة التجارية المشهورة. وفي المادة ٨/١٢ حظر تسجيل أي علامة تجارية، تشكل تعدياً على العلامة المشهورة. وفي المادة ٢٦/١/ب منع استعمال أي علامة تجارية، تشكل تعدياً على العلامة المشهورة. وفي المادة ٣٤ (بدلالة م ٨/١٢) أجاز ترقين/إبطال تسجيل أي علامة تجارية تشكل تعدياً على العلامة المشهورة.

أولاً - تعريف العلامة التجارية المشهورة:

عرفت المادة ٢ من القانون الأردني، العلامة المشهورة، بأنها "العلامة التجارية ذات الشهرة العالمية التي تجاوزت شهرتها البلد الأصلي الذي سجلت فيه، واكتسبت شهرة في القطاع المعني من الجمهور في المملكة الأردنية الهاشمية" (١١٦).

ويلاحظ أن هذا النص قد اشترط صراحة، شرطين اثنين لا ثالث لهما، لاعتبار العلامة التجارية قد وصلت آفاق الشهرة المعتبرة قانوناً، وهما:

الأول: أن تكون العلامة التجارية ذات شهرة عالمية، تجاوزت شهرتها البلد الأصلي الذي سجلت فيه.

الثاني: أن تكون العلامة التجارية قد اكتسبت "شهرة" لدى جمهور القطاع المعني بالعلامة في المملكة.

(١١٦) أدخل المشرع الأردني هذا التعريف للعلامة التجارية المشهورة بموجب المادة ٢ من قانون العلامات التجارية المعدل رقم ٣٤ لسنة ١٩٩٩.

ولا يخفى أن في ذلك ربطاً جلياً ومتلازماً بين وجوب "شهرة العلامة خارج البلد الأصلي الذي سجلت فيه، واكتسابها شهرة في القطاع المعني في المملكة. فلا يغني وجود أحدهما عن الآخر، بل لابد من وجودهما معاً؛ الأمر الذي يستلزم ضرورة اكتساب العلامة "الشهرة" لدى قطاع الجمهور المعني في المملكة، حتى تعتبر علامة مشهورة، ومن ثم أهلاً للحماية فيها، على هذا الأساس. وإن شهرتها في الخارج فحسب، ليس بسبب كاف لحمايتها - كعلامة مشهورة - في المملكة.

ومع ذلك، يبدو أن النص المذكور لا يخلو من شيء من الإبهام، لجهة المقصود بعبارة "القطاع المعني من الجمهور في المملكة". أيقصد بذلك جمهور التجار المتعاملين بالمنتجات أو البضائع أو السلع أو الخدمات التي تحملها العلامة أم جمهور الزبائن المستهلكين للمنتجات أو البضائع أو السلع أو الخدمات التي تحملها تلك العلامة؟. بالإضافة إلى شيء من الغموض لجهة سبب "شهرة" العلامة، وكيفية اكتسابها ومداها؛ إذ يجب ربط ذلك بجهود معلومة، بذلها مالك العلامة التجارية، من أجل الوصول بعلامته إلى آفاق الشهرة، إذ ينبغي أن يكون لمالك العلامة التجارية، دور رئيس في هذا الشأن^(١١٧).

ذلك، أن العلامة المشهورة تبدأ في الأسواق - غالباً - كعلامة عادية، ثم تأخذ في الانتشار، رويداً رويداً، حتى تصبح معروفة، في أوساط المهتمين في عالم الإنتاج أو التجارة أو الخدمات، لارتباطها بمنتجات أو بضائع أو خدمات، ذات جودة مميزة من مصدر محدد ومعلوم. ومن ثم تشتهر بين جمهور المستهلكين لتلك المنتجات أو البضائع أو الخدمات^(١١٨).

(١١٧) المحاميان سمير بالي ونوري جمو، الموسوعة العلمية في العلامات الفارقة التجارية، سبقت الإشارة إليه، ص ٦٥.

(١١٨) P.S. Sangal and K. Ponnuswami, Intellectual Property Law, Delhi, 1994, P138 and 147. وقارن، الدكتورة سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة، ط ٤، ٢٠٠٣، ص ٥٠٠.

وفي الواقع، يتم التعرف على مدى شهرة العلامة التجارية من خلال جملة عوامل، كدرجة الصفة الفارقة التي تتمتع بها العلامة، ودرجة الثقة التي اكتسبتها العلامة، ودرجة الانتشار التي وصلتها العلامة، ودرجة الجودة التي تتمتع بها البضائع التي تحمل العلامة، ودرجة معرفة الجمهور المتلقي للبضائع التي تحمل العلامة، ودرجة الاستمرار في استعمال العلامة، ودرجة الدعاية والإعلان للعلامة، وغير ذلك^(١١٩).

ثانياً - منع استعمال علامة تجارية تشابه علامة مشهورة:

تنص المادة ٢٦/١/ب على أنه: "إذا كانت العلامة التجارية مشهورة، وإن لم تكن مسجلة، فيحق لمالكها أن يطلب من المحكمة المختصة، منع الغير من استعمالها على منتجات أو خدمات مماثلة أو غير مماثلة، شريطة أن يدل الاستعمال لهذه العلامة، على صلة بين تلك المنتجات أو الخدمات وبين العلامة المشهورة، واحتمال أن تتضرر مصالح صاحب هذه العلامة، نتيجة هذا الاستعمال، ويفترض احتمال حدوث لبس في حالة استعمال علامة تجارية مشهورة مطابقة على منتجات مماثلة"^(١٢٠).

لقد أعطى هذا النص، مالك العلامة التجارية المشهورة، حق الدفاع عن علامته أمام القضاء المختص، ضد الاستعمال غير المشروع لعلامته. وذلك باستصدار قرار من المحكمة المختصة، يقضي بمنع الغير من استعمال علامته التجارية المشهورة. بصرف النظر عن هذه الأخيرة إذا كانت مسجلة أو غير

(١١٩) الدكتور صلاح زين الدين، حماية العلامات التجارية المشهورة في ظل اتفاقية باريس وتريس، مجلة المنارة، المجلد السابع، العدد الثالث، تشرين الأول ٢٠٠١، ص ١٧٢. وقارن، للمحاميين سمير بالي ونوري جمو، الموسوعة العلمية في العلامات الفارقة التجارية، سبقت الإشارة إليه، ص ٦٦ وما بعدها.

(١٢٠) تمت إضافة هذه الفقرة إلى المادة ٢٦ من قانون العلامات التجارية الأردني لسنة ١٩٥٣ بموجب المادة ١١ من القانون المعدل لقانون العلامات لتجارية رقم ٣٤ لسنة ١٩٩٩.

مسجلة، في البلد الذي يقع فيه ذلك الاستعمال، وبصرف النظر - أيضاً - عن استعمال العلامة المشهورة على منتجات أو خدمات مماثلة أو غير مماثلة. وفي ذلك، توسع في نطاق حماية العلامة المشهورة، من جهة عدم اشتراط تسجيل العلامة المشهورة، ومن جهة عدم اشتراط تماثل المنتجات التي تستعمل عليها العلامة المشهورة.

ومع ذلك، حتى يتسنى لمالك العلامة التجارية المشهورة، منع الغير من استعمال علامته، على الوجه المذكور، لا بد من تحقق أحد أمرين:

- الأول: أن يوحى الاستعمال بوجود صلة بين تلك المنتجات أو الخدمات والعلامة التجارية المشهورة.

- الثاني: أن يؤدي الاستعمال إلى احتمال تضرر مصالح صاحب العلامة التجارية المشهورة. ويفترض حدوث اللبس في حالة الاستعمال على منتجات مماثلة، في حين لا يفترض - أي حدوث اللبس - في حالة الاستعمال على منتجات غير مماثلة.

واستناداً إلى "شهرة" العلامة التجارية، تم منع الغير من استخدام علامة KODAK لتميز الدراجات الهوائية، كما تم منع الغير من استخدام علامة BATA لتميز المفروشات، وكذلك تم منع الغير من استخدام علامة OMEGA لتميز أقلام الحبر^(١٢١). ويعود ذلك، لارتباط العلامة التجارية بالمنتجات التي تستعمل من أجل تمييزها، فإن اكتساب الأولى للشهرة يؤدي إلى شهرة الثانية بالتبعية، لارتباطهما - أي العلامة والبضاعة - معاً. كما أن استعمال العلامة المشهورة من قبل الغير قد يوحى للمستهلك بوجود صلة تجارية بين بضائع هذا الغير وبضائع مالك العلامة المشهورة؛ الأمر الذي قد يؤدي إلى منافسة مالك العلامة المشهورة بصورة غير محقة. ليس فقط في البضائع التي يتعاطى

(١٢١) انظر:

Case of Eastern V. Griffiths Cycle Corporation, Report of Patent Cases, Vol. 15, 1998, P. 105. Case of Bata India, V.M/S Pyare Lal and Company, All India Reporter, 1985, P. 242

فيها بالفعل، بل في تلك التي لا يتعاطى بها أصلاً. وتظهر هذه المشكلة بصورة أكثر جدية، في حالة إذا لم يكن مالك العلامة المشهورة قد قام بتسجيلها بعد في الخارج أو لم يكن قد باشر استعمالها في الأسواق العالمية، مما يُثير مشكلات كبيرة أمام مالكي تلك العلامات في الحفاظ على حقوقهم فيها، والدفاع عنها في البلدان التي لم تسجل أو تستعمل فيها تلك العلامة.

ولقد عالج القضاء الأردني، حالات استعمال علامات تجارية في الأردن، مشابهة لعلامات تجارية أجنبية. فحكم بأن "اجتهاد محكمة العدل العليا، قد استقر على أنه "يحق لصاحب علامة مسجلة في الخارج ومستعملة في الأردن ومعروفة فيه، أن يعترض على تسجيل علامة مطابقة لعلامته في الأردن إذا كان من شأن هذا التسجيل أن يؤدي إلى غش الجمهور أو تشجيع المنافسة غير المحقة وأنه لا يشترط للاعتراض على علامة تجارية مطلوب تسجيلها في الأردن أن يكون لمقدم الاعتراض علامة تجارية مسجلة في الأردن". ومن صلاحية سجل العلامة التجارية النظر في الاعتراض المقدم من شركة أجنبية تملك علامة تجارية مسجلة في الخارج على طلب تسجيل مثل هذه العلامة في المملكة الأردنية سواء أكان هذا الاعتراض منصباً على التسجيل بعد وقوعه أم على مجرد طلب التسجيل"^(١٢٢). وحكم بأنه "إذا ثبت أن علامة مسجلة في الخارج تطابق علامة مطلوباً تسجيلها في الأردن، فيكون اعتراض صاحب العلامة المسجلة في الخارج وارداً على تسجيل العلامة المطابقة لها في الأردن"^(١٢٣).

وفي هذا السياق، حكم بأنه "إذا كانت العلامة مسجلة باسم المستأنفة عليها تحت اسم DELTA، وهي أسبق بالاستعمال من المستأنفة، وأن علامة المستأنفة المعترضة عليها DELTA COAT تتشابه مع علامة المستأنف

(١٢٢) القرار رقم ٨٧/٣٢ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين سنة ١٩٨٨، ص ١٢٠٧. والقرار رقم ٨٨/١٧١ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٨٩، ص ٩٣٣.
(١٢٣) القرار رقم ٨٨/١٧١ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٨٩، ص ٩٣٣.

عليها، وهما بالصنف ذاته وإن الجزء الرئيسي من العلامة هو DELTA، وهي علامة مسجلة نهائياً باسم المستأنف عليها منذ عام ١٩٨٨، وتستعملها استعمالاً مستمراً بحيث أصبحت مشهورة، فإن هذا التشابه قد يؤدي إلى غش الجمهور" (١٢٤).

ويجب على مالك العلامة التجارية المشهورة، تقديم طلب المنع من الاستعمال خلال خمس سنوات، تبدأ من تاريخ علمه باستعمال علامته من قبل الغير، وذلك بدلالة المادة ٢٥/٥ من قانون العلامات التجارية، التي تقضي بأن "كل طلب يقدم لحذف علامة تجارية من السجل يجب أن يقدم خلال خمس سنوات من تسجيل تلك العلامة". وتبدأ، السنوات الخمس هذه من تاريخ قيد العلامة في سجل العلامات التجارية بحسب الأصول (١٢٥).

ثالثاً - ترقين العلامة التجارية استناداً للمادة (٣٤) بدلالة المادة ١٢/٨:

تنص المادة ٣٤ من القانون الأردني على أنه " ١- لا يحق لأحد أن يقيم دعوى بطلب تعويضات عن أي تعد على علامة تجارية غير مسجلة في المملكة، إلا أنه يحق له أن يتقدم إلى المسجل بطلب لإبطال علامة تجارية سجلت في المملكة من قبل شخص لا يملكها بعد أن كانت مسجلة في الخارج إذا كانت الأسباب التي يدعيها هي الأسباب الواردة في الفقرات ٦ و ٧ و ١٠ و ١٢ من المادة (٨) من هذا القانون.

٢ - يجوز استئناف القرار الذي يصدره المسجل بمقتضى أحكام هذه المادة أمام محكمة العدل العليا خلال ستين يوماً من تاريخ تبليغه".

لقد حوت، الفقرة الأولى، من هذا النص، على حكمين غاية في الأهمية. فمن جهة منعت إقامة دعوى مدنية للمطالبة بالتعويض - أيّاً كان نوعه أو

(١٢٤) انظر قرار رقم ٢٠٠٢/٦١، عدل عليا، تاريخ ٢٠٠٢/٦/١٨

(١٢٥) انظر القرار رقم ٧٧/٦٤ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٧٧، ص ١٤٠٣.

والقرار رقم ٩٠/١٥٠ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٣، ص ٢٨. والقرار

رقم ٩٤/٧٩ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٥، ص ١٧.

طالبه - عن أي تعدد على علامة تجارية - أياً كانت صورته - ما دامت هذه الأخيرة غير مسجلة في المملكة^(١٢٦).

ومن جهة أخرى، فقد أعطي الحق - وهذا المهم هنا - لأي شخص، أن يتقدم إلى مسجل العلامات التجارية طالباً ترقيين علامة تجارية سجلت في المملكة، من قبل شخص لا يملكها، إذا ما كانت مسجلة في الخارج، استناداً إلى أحد الأسباب التالية:

الأول: إن العلامة التجارية المطلوب ترقيتها، مخلة بالنظام العام أو الآداب العامة التي تؤدي إلى غش الجمهور أو العلامات التي تشجع منافسة غير محقة أو التي تدل على غير مصدرها الحقيقي (بدلالة الفقرة السادسة من المادة الثامنة من قانون العلامات الأردني، وقد سبق بيان ذلك).

الثاني: أن العلامة المطلوب ترقيتها مؤلفة من أرقام أو حروف أو ألفاظ تستعمل عادة في التجارة، لتمييز أنواع البضائع وأصنافها أو التي تصف نوع البضائع أو جنسها أو الكلمات التي تدل عادة على معنى جغرافي أو ألقاب غير مبرزة في شكل فارق (بدلالة الفقرة السابعة من المادة الثامنة من قانون العلامات الأردني، وقد سبق بيان ذلك).

الثالث: أن العلامة التجارية المطلوب ترقيتها، تطابق علامة تخص شخصاً آخر سبق تسجيلها لنفس البضائع أو الخدمات التي يراد تسجيل العلامة من أجلها أو لصنف منها أو العلامة التي تشابه تلك العلامة إلى درجة قد تؤدي إلى غش الجمهور (بدلالة الفقرة العاشرة من المادة الثامنة من القانون الأردني، وقد سبق بيان ذلك).

الرابع: أن العلامة التجارية المطلوب ترقيتها تطابق أو تشابه أو تشكل ترجمة لعلامة تجارية مشهورة، وذلك لاستعمالها لتمييز بضائع مشابهة أو مماثلة

(١٢٦) الدكتور صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، دار الثقافة، عمان ٢٠٠٦، ص ٢٤٢.

للبضائع، التي اشتهرت بها، ويكون من شأنها إيجاد لبس مع العلامة المشهورة أو لاستعمالها لغير هذه البضائع، بشكل يحتمل أن يلحق ضرراً بمصلحة مالك العلامة التجارية المشهورة، ويوحي بصلة بينه وبين هذه البضائع (بدلالة الفقرة الثانية عشرة من المادة الثامنة).

وقضت، هذه الأخيرة - أي المادة ١٢/٨ - التي أحالت إليها م ٣٤ موضوع الحديث - بعدم جواز تسجيل "العلامة التجارية التي تطابق أو تشابه أو تشكل ترجمة لعلامة تجارية مشهورة وذلك لاستعمالها لتمييز بضائع مشابهة أو مماثلة للبضائع التي اشتهرت بها ويكون من شأنها إيجاد لبس مع العلامة المشهورة أو لاستعمالها لغير هذه البضائع بشكل يحتمل أن يُلحق ضرراً بمصلحة مالك العلامة التجارية المشهورة ويوحي بصلة بينه وبين هذه البضائع" (١٢٧)

ويلاحظ، أن ترقين العلامة التجارية، استناداً للسبب الرابع أعلاه (م ١٢/٨) يهدف إلى حماية " العلامة المشهورة، وقد مد - النص المشار إليه - نطاق، حماية العلامة المشهورة، ليشمل: (١٢٨)

- أ - أية علامة تجارية تكون "مطابقة" لعلامة تجارية مشهورة.
- ب - أية علامة تجارية تكون "مشابهة" لعلامة تجارية مشهورة.

(١٢٧) "وكذلك العلامات التي تشابه أو تطابق الشارات الشرفية والأعلام والشعارات الأخرى أو الأسماء المختصرة الخاصة بالمنظمات الدولية أو الإقليمية أو التي تسيء إلى قيمنا التاريخية والعربية والإسلامية". تم إضافة هذه الفقرة إلى المادة ٨ من قانون العلامات التجارية الأردني لسنة ١٩٥٣ بموجب المادة ١١ من القانون المعدل لقانون العلامات التجارية رقم ٣٤ لسنة ١٩٩٩.

(١٢٨) من الجدير بالتنبيه أن حماية العلامة التجارية المشهورة غير مرتبط بشرط التسجيل ولا بوحدة الصنف. الدكتور حسام الدين عبدالغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية دار الفكر الجامعي، الإسكندرية ٢٠٠٥، ص ٦٧. المحامي صلاح سلمان أسمر، أحكام العلامة المشهورة في القانون المعدل رقم ٣٤ لسنة ١٩٩٩، مجلة نقابة المحامين، عدد كانون الثاني، ٢٠٠١، ص ١٧.

ج - أية علامة تجارية تكون "ترجمة" لعلامة تجارية مشهورة.

ولا يخفى أن في ذلك مدأً لنطاق منع تسجيل "العلامة التجارية التي تطابق أو تشابه أو تشكل ترجمة لعلامة تجارية مشهورة" ليشمل حالة الاستعمال على بضائع مماثلة أو مطابقة. وكذلك حالة الاستعمال على بضائع غير مماثلة أو غير مطابقة على حد سواء. مع الأخذ في الاعتبار، أن يكون من شأن ذلك الاستعمال - في الحالة الأولى - إيجاد لبس بين العلامة المطلوب تسجيلها والعلامة المشهورة. وأن يكون من شأن ذلك الاستعمال - في الحالة الثانية - احتمال أن يلحق ضرر بمصلحة مالك العلامة التجارية المشهورة من جهة، وأن يوحي بوجود صلة بين هذا الأخير، وتلك البضائع من جهة أخرى^(١٢٩).

ولقد تصدى القضاء الأردني إلى منازعات حول العلامة التجارية المشهورة،^(١٣٠) وأصدر بها قرارات قضائية، شكلت استقراراً قضائياً في هذه المسألة، ونورد بعضاً منها. فقد حكم بأنه "من صلاحية مسجل العلامة التجارية النظر في الاعتراض - المقدم من شركة أجنبية تملك علامة تجارية مسجلة في الخارج - على طلب تسجيل مثل هذه العلامة في المملكة الأردنية سواء أكان الاعتراض منصباً على التسجيل بعد وقوعه أم على مجرد طلب التسجيل"^(١٣١).

وحكم، بأن "قيام المستأنفة بتسجيل العلامة (MILLER) التي تملكها شركة أخرى خارج الأردن (شركة ملير بروينغ كومانبي) والتي لها شهرة عالمية من شأنه أن يشجع المنافسة غير المحقة ويؤدي إلى تضليل المستهلكين، لأنه

(١٢٩) قارن الدكتور عبدالله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص ١٩٣. الدكتور نوري حمد خاطر، مرجع سابق، ص ٢٨٩.

(١٣٠) القرار رقم ٨٧/٣٢ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٨٨ ص ١٢٠٧. القرار رقم ٨٨/١٧١ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٨٩ ص ٩٣٣. القرار رقم ٥١ الصادر في القضية رقم ٤٥٤ / ٩٩ تاريخ ٢٨/٢/٢٠٠٠.

(١٣١) القرار رقم ٨٨/١٧١ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٨٩، ص ٩٣٣.

يؤدي إلى الخلط بين السلعة الوطنية والسلعة الأجنبية. وإن كون العلامة التجارية الأجنبية غير مسجلة في الأردن لا يمنع من حمايتها مادام لها شهرة عالمية، ويتعين رفض تسجيل أية علامة تحمل الاسم نفسه لمنتجات مماثلة" (١٣٢).

كما حكم، بأنه "إذا كانت العلامة مسجلة، باسم المستأنف عليها، تحت اسم DELTA وهي أسبق بالاستعمال، من المستأنف المعارض عليها DELTA COAT تتشابه مع علامة المستأنف عليها، وهما بذات الصنف وأن الجزء الرئيس من العلامة هو DELTA، وهي العلامة المسجلة نهائياً، باسم المستأنف عليها منذ عام ١٩٨٨، وتستعملها استعمالاً مستمراً بحيث أصبحت مشهورة، فإن هذا التشابه قد يؤدي إلى غش الجمهور" (١٣٣).

وفي هذا السياق، لم تنجح شركة دار الدواء للتنمية والاستثمار - وهي شركة وطنية - في طلب تسجيل كلمة (TAGADAR) من أجل استعمالها لتمييز أصناف من الدواء بسبب اعتراض شركة سميث كلاين أند فونش لايف انوريز - وهي شركة أجنبية - على ذلك، بحجة أن تلك العلامة تتشابه مع علامتها التجارية المستخدمة من قبلها لتمييز أصناف من الدواء أيضاً. إذ قرر مسجل العلامات التجارية قبول اعتراض شركة سميث على طلب تسجيل العلامة التجارية (TAGADAR) وعدم السير بإجراءات تسجيلها؛ لأنها تؤدي إلى الالتباس والغش، مما دفع شركة دار الدواء صاحبة طلب التسجيل إلى استئناف ذلك القرار، إلى محكمة العدل العليا، فأيدت هذه الأخيرة، قرار المسجل برفض تسجيل العلامة، وقد جاء في حيثيات الحكم "... إن طلب الشركة المستأنفة لتسجيل العلامة التجارية (TAGADAR) من أجل تمييز المنتجات المتعلقة بالمستحضرات الصيدلانية والطبية والصحة، ولما كانت شركة سميث / المستأنف

(١٣٢) القرار رقم ٩٧/١٢٠، عدل عليا، المجلة القضائية، العدد السادس، كانون الأول، سنة ١٩٩٧، ص ٣٥١.

(١٣٣) قرار رقم ٢٠٠٢/٦١، عدل عليا تاريخ ٢٠٠٢/٦/١٨

عليها - كما هو ثابت من التصريح المشفوع باليمين - قد حازت على جائزة المملكة (إنجلترا) للإنجازات الإلكترونية لسنة ١٩٧٨، وذلك لاكتشاف دواء للتهناتين، وأطلق على الدواء اسم (Tagament) وأن شهرة شركة سميث المستأنف عليها كبيرة في هذا الصدد. لذلك، نرى أن شركة دار الدواء المستأنفة قد أرادت الاستفادة من هذه الشهرة، فأخذت المقطع الأساسي للفكرة الأساسية للعلامة، وهي (Taga)، وأضافت مقطعاً آخر إليها هو (dar)، فأصبحت العلامة المطلوب تسجيلها هي (Tagadar)؛ مما يتعين رد الاستئناف^(١٣٤).

وفي السياق ذاته، أكدت محكمة العدل العليا المفهوم ذاته، في حكم حديث لها في القضية رقم ٩٩/٤٥٤ بين شركة صبحي جبيري (أردنية) وشركة جبلاي كورتينا (لبنانية) في نزاعهما حول العلامة التجارية GIANT إذ قامت الأولى بتسجيل العلامة المذكورة، في الصنف ٣٠ فتقدمت الثانية بالاعتراض رسمياً على ذلك أمام مسجل العلامات التجارية الأردني، طالبة ترقيين تلك العلامة - عن اسم تلك الشركة - على سند من القول، بأن العلامة ذاتها مملوكة لها ومسجلة باسمها منذ زمن في لبنان، وقبل مسجل العلامات التجارية ذلك الاعتراض، وأصدر قراره بترقيين تلك العلامة. ولدى الطعن، بذلك القرار أمام محكمة العدل العليا، أقرت هذه الأخيرة قرار المسجل، وقد جاء في حيثيات حكمها "... لمستعمل العلامة التجارية الحق في ترقيين العلامة التجارية المسجلة باسم شخص آخر إذا ثبت أن هناك تشابهاً بين العلامتين من شأنه أن يؤدي إلى غش الجمهور و إذا كان استعمال العلامة الأولى سابقاً لتاريخ تسجيل العلامة المطلوب حذفها ولم يمض على تسجيل العلامة المطلوبة ترقيينها مدة خمس سنوات. وحيث، يتبين للمحكمة من أوراق الدعوى، أن الشركة المستدعى ضدها الثانية (الشركة اللبنانية) تملك العلامة التجارية (GIANT) المسجلة على اسمها بالخارج (الجمهورية اللبنانية) كما يظهر من وثيقة تسجيل العلامة

(١٣٤) القرار رقم ٨٨/١٦٤، عدل عليا /مجلة نقابة المحامين سنة ١٩٨٨، ص ٩٢٤.

التجارية المبرزة بأوراق الدعوى. كما أنه من الثابت من الأوراق والفواتير والتصاريج المشفوعة بالقسم وكشوف المبيعات اليومية، أن المستدعى ضدها الثانية (الشركة اللبنانية) قد استعملت العلامة المذكورة استعمالاً سابقاً لتاريخ تسجيل العلامة المطلوب ترقيتها؛ حيث أصبحت هذه العلامة معروفة شكلاً ومميزة لبضائعها ومشهورة ورائجة ومستقرة في لبنان. كما يتبين أن العلامتين متطابقتان تماماً في الاسم (حرفاً ولفظاً). ومن شأن هذا التطابق أن يؤدي إلى غش الجمهور؛ لأن العلامتين لصنف واحد من البضائع (البوظة والجيلاتي)، وكذلك فإنه لم يمض على تسجيل العلامة المطلوب ترقيتها مدة خمس سنوات. وعليه، تكون الشروط التي يتطلبها القانون لترقين العلامة التجارية المسجلة باسم شخص آخر متوافرة، ويكون قرار مسجل العلامات التجارية إذ قضى بذلك قد صدر موافقاً للقانون وتكون أسباب الاستئناف جميعها غير واردة ومستوجبة الرد". (١٣٥)

وفي قضية أخرى، أصدر مسجل العلامات التجارية، القرار رقم ع ت / ط / ٨٨٣٤ تاريخ ١/٨/٢٠٠٠ برفض طلب شركة حلواني الصناعية (أردنية) لتسجيل علامة "ليوننج: LIONGING" على سند من القول إن هذه الأخيرة "علامة تجارية مشهورة ومملوكة" إلى "والث ديزني كومباني / ديزني انترابرايز" فاستأنفت شركة حلواني الصناعية قرار المسجل لدى محكمة العدل العليا، التي قررت (بالأكثرية) رد الاستئناف، استناداً لنص المادة ٨، الفقرة ١٢، وقد جاء في حيثيات القرار "... وفي الموضوع: نجد أن العلامة التجارية (LIONGING) التي تطلب المستأنفة تسجيلها باسمها، هي علامة تجارية مشهورة ومملوكة إلى والث ديزني كومباني (ديزني انترابرايز) تحت اسم (LIONKING) بفرق حرف واحد فقط G بدلاً من K وذلك، كما هو ثابت من الوثائق المرفقة بلائحة المستأنف عليه الجوابية، ومسجلة باسمها في أكثر دول

(١٣٥) القرار رقم ٥١ الصادر في القضية رقم ٤٥٤ / ٩٩ تاريخ ٢٨/٢/٢٠٠٠.

العالم منها الولايات المتحدة وبريطانيا وألمانيا وكندا وبورما ومصر والكويت ولبنان، وبتواريخ تسبق تاريخ تقدم المستأنفة لطلب التسجيل وأن شركة والت ديزني تقوم باستعمال العلامة (LIONKING) لتحقيق غاياتها وذلك على أصناف متعددة، منها الصنف ٣٠. وبالرجوع إلى أحكام المادة ٨ من قانون العلامات التجارية - الفقرتين السادسة والثانية عشرة - المعدل بالقانون رقم ٣٤ لعام ١٩٩٩ نجد أن الفقرة السادسة من المادة الثامنة - تنص على أنه - لا يجوز تسجيل ما يلي: "العلامات المخلة بالنظام أو الآداب العامة أو التي تؤدي إلى غش الجمهور أو العلامات التي تشجع المنافسة التجارية غير المحقة أو التي تدل على غير مصدرها الأصلي". وأن الفقرة الثانية عشرة من المادة الثامنة تنص على أنه لا يجوز تسجيل ما يلي: "العلامات التجارية التي تطابق أو تشابه أو تشكل ترجمة لعلامة تجارية مشهورة، وذلك لاستعمالها لتمييز بضائع متشابهة أو مماثلة للبضائع التي اشتهرت بها، ويكون من شأنها إيجاد لبس مع العلامة المشهورة أو لاستعمالها بغير هذه البضائع بشكل محتمل أن يلحق ضرراً بمصلحة مالك العلامة التجارية المشهورة ويوحي بصلة بينها وبين البضائع ". وحيث إن العلامة LIONKING المطلوب تسجيلها باسم المستأنفة تطابق وتشابه العلامة ذاتها LIONKING باستثناء حرف واحد G بدلاً من K المملوكة إلى شركة والت ديزني، والمسجلة باسمها في كثير من بلدان العالم بتواريخ سابقة، لتاريخ طلب المستأنفة، الأمر الذي من شأنه أن يؤدي إلى غش الجمهور. كما يؤدي إلى المنافسة التجارية غير المحقة. وحيث إن اجتهاد محكمتنا، قد استقر على منح الحماية للعلامات التجارية المشهورة بغض النظر عن تسجيلها أو استعمالها في المملكة؛ ذلك أن الحماية ليس للعلامة التجارية فقط بل لحماية الجمهور أيضاً من الخداع والتضليل والغش. لما كان ذلك، فالقرار المستأنف قد جاء واقعاً قي محله، ولا ترد عليه أسباب الطعن. لذا نقرر - بالأكثرية - رد الاستئناف، لذا نقرر - بالأكثرية - رد الاستئناف، وتضمنين

المستأنفة الرسوم والمصاريف وأتعاب المحاماة (قراراً صدر وأُفهِمَ علناً في ٢٨ ذي القعدة هـ الموافق ٢٠٠١/٢/٢١) (١٣٦).

(١٣٦) القرار رقم ٣٩ في القضية رقم ٤٢٩/٢٠٠٠، عدل عليها، تاريخ ٢٠٠١/٢/٢١. أما قرار المخالفة - في القضية ذاتها - فقد جاء به: "مع احترامنا - الكامل- لقرار الأكثرية المحترمة، فإننا نخالف في النتيجة التي توصلت إليها، وبيان ذلك أن المادة (٢) من قانون العلامات رقم ٣٣ لسنة ١٩٥٢ كما عدلت بالقانون رقم ٣٤ لسنة ١٩٩٩ عرفت العلامة التجارية المشهورة بأنها (العلامة التجارية ذات الشهرة العالمية التي تجاوزت شهرتها البلد الأصلي الذي سجلت فيه واكتسبت شهرة في القطاع المعني من الجمهور في المملكة الأردنية الهاشمية). كما أن المادة (٨) من القانون ذاته، في الفقرة (١٢) منها التي أضيفت إليها بموجب القانون المعدل المشار إليه، قد منعت تسجيل (العلامة التجارية التي تطابق أو تشابه أو تشكل ترجمة لعلامة تجارية مشهورة، وذلك لاستعمالها لتمييز بضائع مشابهة أو مماثلة للبضائع التي اشتهرت بها ويكون من شأنها إيجاد لبس مع العلامة المشهورة أو لاستعمالها لغير هذه البضائع بشكل يحتمل أن يلحق ضرراً بمصلحة مالك العلامة التجارية المشهورة، ويوحي بصلة بينه وبين هذه البضائع، وكذلك العلامات التي تشابه أو تطابق الشارات الشرفية والأعلام، والشعارات الأخرى، والأسماء أو الأسماء المختصرة الخاصة بالمنظمات الدولية أو الإقليمية، أو التي تسيء إلى قيمنا التاريخية والعربية والإسلامية). وحيث إن الاستفادة مما سبق، أنه حتى يمتنع تسجيل العلامة المقصودة، في الفقرة (١٢) من المادة (٨) المشار إليها، يشترط أن تكون هذه العلامة (مشابهة أو مطابقة أو تشابه أو تشكل ترجمة لعلامة تجارية مشهورة. ..) وحيث، إن المستأنف عليه، استند في قرار المستأنف إلى أحكام الفقرة (١٢) المشار إليها وليس إلى أي بند آخر من بنود المادة (٨) سالف الذكر. وحيث لم يرد في الملف العلامة التجارية الوارد من المستأنف عليه والمبرز في الدعوى ولا في البيانات التي أرفقها المستأنف عليه مع لائحته الجوابية ما يشير إلى أن هذه العلامة مسجلة، في المملكة الأردنية الهاشمية، أو أنها مشهورة لدى جمهور المستهلكين في الأردن بالمعنى المقصود في تعريف العلامة المشهورة الواردة في المادة (٢) من قانون العلامات التجارية السالف بيانه. وحيث، إنه كان على المستأنف عليه، قبل إصدار قراره المستأنف أن يبيث فيما إذا كان نص الفقرة (١٢) المشار إليها، وكذلك تعريف العلامة المشهورة ينطبقان على الحالة موضوع الدعوى. وحيث إنه لم يفعل، فإن قرار المستأنف يكون سابقاً لأوانه ويستوجب الإلغاء. ولا يرد القول إن العلامة (TIONGING) المملوكة لشركة (والت ديزني) مسجلة معظم دول العالم ما دام المستأنف عليه لم يقدم أي بينة على أنها مسجلة في المملكة و/ أو معظم دول=

وفي السياق ذاته، اعتبرت محكمة العدل العليا، قرار مسجل العلامات التجارية، مخالفاً للقانون، ومستوجباً للفسخ، في قضية العلامة التجارية (OASIS) لعدم إقامة الدليل على شهرة العلامة المذكورة،^(١٣٧) بالمفهوم الوارد لمعنى "شهرة العلامة التجارية" في القانون الأردني^(١٣٨)، الذي يقتضي توافر شرطين اثنين معاً للقول بشهرة العلامة التجارية؛ الأول: أن تكون شهرة العلامة قد تجاوزت البلد الأصلي المسجلة فيه. والثاني: أن تكون العلامة التجارية قد اكتسبت شهرة في القطاع المعني من الجمهور في المملكة الأردنية الهاشمية^(١٣٩).

= العالم و/أو أنها علامة مشهورة لدى الجمهور الأردني بالمعنى المقصود من العلامة المشهورة بالشكل الذي أوضحناه سابقاً، كما أن شهرتها في بعض دول العالم لا يعني أنها أصبحت مشهورة في المملكة الأردنية الهاشمية، لهذا، ولما كان ما سبق، وخلافاً لرأي الأكثرية المحترمة، نرى فسخ القرار المستأنف. قرار صدر في ٢٨ من ذي القعدة ١٣٤٢ هـ الموافق ١٢/٢/٢٠٠١ م (المرجع السابق). وإن جاز لي أن أدلي بدلوي في هذا المقام، أرى جازماً أن الصواب قد كان أقوى في جانب الرأي المخالف منه في رأي الأكثرية، لذلك أرجحه. مع أنه قد كان بالإمكان رفض تسجيل تلك العلامة، بالاستناد إلى الفقرة السادسة والتاسعة والعاشر من المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية (أي كونها تؤدي إلى غش الجمهور)، دون الحاجة إلى الاستناد إلى الفقرة الثانية عشرة من المادة ذاتها، من القانون نفسه، كون هذه الأخيرة، خاصة بالعلامة التجارية المشهورة بالمعنى القانوني. الذي لم يتوافر في العلامة موضوع القرار. مع التسليم بأنها - أي العلامة موضوع القرار - ليست مغمورة، ولكنها - قطعاً ليست مشهورة - بالمفهوم القانوني لمعنى "الشهرة" في القانون الأردني.

(١٣٧) انظر القرار رقم ٤٣٦/٢٠٠٥ عدل عليا تاريخ ٢٨/١٢/٢٠٠٥.

(١٣٨) انظر المادة ٢ من القانون الأردني.

(١٣٩) من الجدير بالتنبيه أن حماية العلامة التجارية المشهورة غير مرتبط بشرط التسجيل ولا بوحدة الصنف. الدكتور حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية، دار الفكر الجامعي، مجلة الإسكندرية ٢٠٠٥، ص ٦٧. المحامي صلاح سلمان أسمر، أحكام العلامة المشهورة في القانون المعدل رقم ٣٤ لسنة ١٩٩٩، مجلة نقابة المحامين، عدد كانون الثاني، ٢٠٠١، ص ١٧.

ويلزم تقديم طلب الترقين - في هذه الحالة - خلال خمس سنوات، تبدأ من تاريخ تسجيل العلامة التجارية، في سجل العلامات التجارية، وذلك بدلالة المادة ٢٥/٥ من القانون الأردني، التي تقضي بأن "كل طلب يقدم لحذف علامة تجارية من السجل يجب أن يقدم خلال خمس سنوات". وتبدأ، الخمس السنوات هذه، من تاريخ قيد العلامة في سجل العلامات التجارية بحسب الأصول. وقد أخذ الاجتهاد القضائي الأردني بذلك^(١٤٠)، كما تقدم البيان.

ومن الجدير بالتنبه، أن ترقين العلامة التجارية، لجهة التعدي على العلامة المشهورة، يؤدي إلى حظر استعمال العلامة المرقنة أو تسجيلها، من قبل الجميع. فلا يحق لأحد، القيام بإعادة استعمالها أو تسجيلها، من جديد.

ونخلص من حالات الترقين التي تم بحثها، في هذا المبحث، إلى أن القانون الأردني، قد وسع نطاق حماية العلامة المشهورة، لتشمل حظر استعمال أو تسجيل أية علامة تجارية، تطابق أو تشابه أو تشكل ترجمة لعلامة تجارية مشهورة. وذلك في حالة، أن يدل ذلك الاستعمال، على وجود صلة بين تلك المنتجات أو البضائع أو الخدمات والعلامة التجارية المشهورة، وكذلك في حالة، أن يؤدي ذلك الاستعمال، إلى احتمال أن تتضرر مصالح صاحب العلامة التجارية المشهورة، مع الأخذ في الاعتبار، أن حدوث اللبس مفترض، في الحالة الأولى، في حين غير مفترض في الحالة الثانية. ومن ثم، فإن أسباب ترقين العلامة التجارية، من سجل العلامات التجارية، لجهة التعدي على العلامات المشهورة، تتوافر عند مخالفة، تلك الضوابط القانونية، من قبل مالك العلامة المعتبرة؛ الأمر الذي يبرر ترقينها، إعمالاً لنصوص المواد ٢ و ٨/١٢ و ٢٦/١ ب و ٣٤ من القانون الأردني. وقد سار الاجتهاد القضائي الأردني، في تطبيق ذلك، على النحو الذي تقدم بيانه.

(١٤٠) انظر القرار رقم ٧٧/٦٤ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٧٧، ص ١٤٠٣. والقرار رقم ٩٠/١٥٠ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٣، ص ٢٨. والقرار رقم ٩٤/٧٩ عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٥، ص ١٧.

الخاتمة

لقد انصب، هذا البحث، على حالات ترقين (حذف/شطب/إلغاء/ انقضاء/ إبطال) العلامة التجارية، من سجل العلامات التجارية، في القانون الأردني (قانون العلامات التجارية رقم ٣٣ لسنة ١٩٥٢ والمعدل بالقانون رقم ٣٤ لسنة ١٩٩٩م). وذلك، استناداً إلى نصوص المواد ٦ و ٧ و ٨ و ٩ و ١٢ و ١٥/١ و ٢١/٢ و ٢٢ و ٢٥/١ و ٢٦ و ٢٧/٥ و ٣٤. فقد حددت - هذه المواد - الشروط القانونية اللازم توافرها، في العلامة التجارية حتى يجوز استعمالها أو تسجيلها. كما حددت الأهداف والغايات، من ذلك الاستعمال أو التسجيل، حتى تمتع بالحماية القانونية، للمدة المضروبة لتلك الحماية.

فإذا ما سجلت علامة تجارية، خلافاً لتلك الشروط أو القيود أو الأهداف أو الغايات، كأن تكون العلامة التجارية، فاقدة للشروط الموضوعية، أو سجلت خلافاً للقانون، أو تم استعمالها خلافاً لما سجلت من أجله، أو كانت من العلامات الممنوع تسجيلها، لما تتمتع به من حرمة أو قدسية أو تعلق بالنظام العام أو الآداب العامة أو حفظاً لحقوق ذوي الشأن، أو خوفاً من تضليل أو إيهام الجمهور، أو تؤدي إلى المنافسة غير المشروعة، أو قعد مالكةا عن استعمالها، أو تشكل تعدياً على علامة مشهورة، أو نحو ذلك. فإنه يحق لأي شخص، ذي مصلحة - في أي حالة من تلك الحالات أو ما يأخذ حكمها - أن يتقدم إلى الجهة المختصة (المسجل أو محكمة العدل العليا) بطلب - بحسب الأصول - من أجل ترقين، تلك العلامة التجارية، باعتبار أن أيا من تلك الحالات، يشكل أساساً - واقعياً أو قانونياً - لطلب ترقين العلامة التجارية، من سجل العلامات التجارية، ومن ثم النظر، في طلب الترقين، من الجهة المختصة - المسجل أو المحكمة - واتخاذ القرار المقتضى.

وقد سار الاجتهاد القضائي الأردني، على هدي من تلك النصوص، تفسيراً وتطبيقاً، وصدر غير قرار عن محكمة العدل العليا الأردنية، في المملكة بهذا

الصدد، تُعدُّ تطبيقاً - نصاً وروحاً - لتلك النصوص، وقد تم الإشارة إلى عدد منها في ثنايا هذا البحث.

وعليه، فقد تم رد حالات، ترقيين العلامة التجارية في القانون الأردني إلى أسباب تعود لعدم مشروعية العلامة التجارية، وخصصنا، لذلك المبحث الأول، من هذه الدراسة. وأخرى تعود لعدم استعمال العلامة التجارية، وخصصنا، لذلك المبحث الثاني، من هذه الدراسة. وأسباب ثالثة تعود للتعدي على العلامة المشهورة، وخصصنا لذلك المبحث الثالث، من هذه الدراسة.

وبعد، فقد خلصنا إلى النتائج والتوصيات التالية:

أولاً: وسع القانون الأردني من مفهوم العلامة التجارية، فأدخل "علامة الخدمة" في نطاق الحماية القانونية، وأخضعها للأحكام ذاتها للعلامة التجارية (م ٢). وقد أحسن صنعاً بذلك؛ الأمر الذي يشكل اعترافاً بأهمية علامة الخدمة، لما لها من اتساع وانتشار، في النشاط التجاري الخدمي، في ظل الثورة التقنية.

ثانياً: أضاف القانون الأردني لجهة "الشروط الموضوعية" اللازم توافرها في العلامة التجارية حتى تكون قابلة للتسجيل، شرط أن تكون "قابلة للإدراك بالنظر" (المادة ٧)؛ الأمر الذي يترتب عليه عدم جواز تسجيل العلامة التجارية التي لا ترى بالعين المجردة. كالعلامات التي تدرك عن طريق السمع (نغمة موسيقية) أو العلامات التي تدرك عن طريق الشم (رائحة معينة). وفي تقديري، أن السبب في منع ذلك، يعود إلى أسباب فنية، وليس إلى أسباب قانونية.

ثالثاً: أضاف، القانون الأردني، لجهة "العلامات الممنوعة" التي لا يجوز تسجيلها. "العلامة التجارية التي تطابق أو تشابه أو تشكل ترجمة لعلامة تجارية مشهورة"؛ وذلك لاستعمالها لتمييز بضائع مشابهة أو مماثلة، للبضائع التي اشتهرت بها، ويكون من شأنها، إيجاد لبس مع العلامة المشهورة أو لاستعمالها لغير هذه البضائع، بشكل يحتمل أن يلحق ضرراً

بمصلحة مالك العلامة التجارية المشهورة، ويوحي بصلة بينه وبين هذه البضائع. (المادة، ٨/١٢).

رابعاً: أخذ القانون الأردني بتحسين حقوق مالك العلامة التجارية المسجلة، إذا مضى على تسجيلها مدة خمس سنوات فأكثر، (م ٢٥/٥) دون أن يستتني حالات التسجيل التي قد تتم "بسوء نية" في الواقع العملي. وهذا أمر منتقد، لأن سوء النية يفسد الأمر. وصاحب "النية السيئة" أولى بالخسارة، هذا من جهة. ومن جهة أخرى، لا عدالة في حماية حقه، كونه بني على باطل. لذا، أتمنى على المشرع الأردني، لدى تعديل قانون العلامات التجارية إدخال، فقرة تنص على جواز ترقيين (شطب) العلامة التجارية، التي تسجل "بسوء نية" حتى لو مضى على تسجيلها خمس سنوات أو أكثر.

خامساً: اعتمد القانون الأردني مبدأ "الشطب الحكمي" للعلامة التجارية، في حالة انتهاء مدة الحماية دون أن تجدد. فقرر أن العلامة التجارية التي لم يطلب مالکها تجديدها، تعتبر حكماً مشطوبة من السجل، بانقضاء سنة على انتهاء مدة تسجيلها (المادة ٢١/٢). وفي ذلك، إعفاء، لمسجل العلامات التجارية، من وجوب إخطار مالك العلامة التجارية؛ الذي لم يتقدم لتجديد علامته، قبل إصدار قرار بشطب العلامة لعدم التجديد؛ الأمر، الذي يخفف من سلسلة الإجراءات الإدارية، ذات التكلفة من حيث الوقت والمال. ناهيك عن المنازعات التي قد تثيرها تلك الإجراءات، حول حدوثها أصلاً أو صحة ذلك. فضلاً عن أنه ينبغي لمالك العلامة التجارية، المبادرة في تقديم طلب تجديد علامته، وعدم التراخي في ذلك، حفاظاً على حقوقه في علامته التجارية. خاصة إذا ما علمنا أن هناك مئات أو آلاف العلامات التجارية المسجلة. فإذا كان القانون، لا يحمي المغفلين، كما يقال، كذلك - ينبغي - ألا يحمي المهملين دون مسوغ مقبول.

سادساً: أعطى القانون الأردني، "لأي شخص ذي مصلحة"، الحق في تقديم طلب الترقيين (الشطب). وأجاز لمقدم الطلب أن يتقدم بطلبه على سبيل الخيار إلى المسجل أو إلى المحكمة، فجعل من كل منهما جهة اختصاص للفصل في طلب ترقيين (شطب) العلامة التجارية (م ٢٢ و ٢٤)؛ الأمر الذي

يوفر نوعين من الرقابة القانونية؛ الأولى: رقابة إدارية، يقوم بها "مسجل العلامات التجارية"، لها ميزة الرقابة الإدارية. والثانية: رقابة قضائية، تقوم بها محكمة "العدل العليا"، لها ميزة الرقابة القضائية. ولا يخلو ذلك من شيء من ازدواجية المرجع في الفصل في طلبات الترقين. لذلك، أدعو إلى تقديم طلبات ترقين العلامات التجارية، من سجل العلامات التجارية إلى المسجل حصراً، على أن تكون قراراته، بهذا الصدد قابلة للطعن أمام محكمة العدل العليا. وبذلك يمكن الاستفادة القصوى للرقابة الإدارية والقضائية، على سبيل التعاقب؛ الأمر الذي يؤدي إلى تحقيق أعلى للعدالة.

سابعاً: استعمل القانون الأردني، في معرض الدلالة على ملكية العلامة التجارية، تارة كلمة "صاحب" العلامة التجارية، وتارة كلمة "مالك" العلامة التجارية أو "صاحب الحق" في العلامة التجارية (المادة ١٢ والمادة ٢/٢١ والمادة ٢٢). وأعتقد أن كلمة "مالك" أكثر دقة، من غيرها، في هذا الصدد. لذا أدعو المشرع الأردني إلى الإقتصار على استعمال كلمة (مالك) بغية توحيد المصطلح، في الإشارة إلى ملكية العلامة التجارية.

ثامناً: استعمل القانون الأردني، للدلالة على رفع العلامة التجارية وإزالتها، من السجل، أكثر من كلمة؛ فاستعمل كلمة "مشطوبة" أو كلمة "إلغاء" أو كلمة "حذف" أو كلمة "يلغي" أو كلمة "إبطال" (المواد ٢/٢١ و ٢/٢٢ و ٥/٢٧ و ٥/٣٤). ويبدو أن استعمال كلمة "ترقين" أكثر دلالة على ذلك؛ كونها تشمل كل حالات إزالة قيد العلامة التجارية، من سجل العلامات التجارية. لذلك أدعو المشرع الأردني إلى استعمال هذه الكلمة (ترقين) بغية توحيد المصطلح، في الإشارة إلى شطب العلامة التجارية من السجل.

تاسعاً: استحدث القانون الأردني، نصوصاً خاصة بالعلامة المشهورة. (م ٢ و ٨/١٢ و ٢٦ و ٣٤) وقد شاب تلك النصوص شيء من الإبهام، لجهة المقصود بعبارة "القطاع المعني من الجمهور في المملكة". هل يقصد بذلك، جمهور التجار المتعاملين بالبضائع التي تحملها العلامة المشهورة أم جمهور الزبائن المستهلكين لتلك البضائع؛ الأمر الذي يستدعي ضرورة، قيام المشرع الأردني،

بتحديد المقصود بالجمهور المعني، رفعاً للالتباس بهذا الصدد. بالإضافة، إلى شيء من الغموض، لجهة سبب "شهرة" العلامة، وكيفية اكتسابها ومداها. وبخاصة، أنه تم توسيع نطاق الحماية القانونية للعلامة المشهورة، لتشمل منع تسجيل أو استعمال العلامة التجارية التي تطابق أو تشابه أو تشكل ترجمة لعلامة تجارية مشهورة. سواء أكانت مسجلة - هذه الأخيرة - أم غير مسجلة، وسواء أكان استخدامها على الصنف ذاته من المنتجات أو البضائع أو الخدمات أم على صنف آخر مختلف؛ الأمر الذي يستدعي ضرورة قيام المشرع الأردني بالربط بين العلامة المشهورة من جهة والوسائل التي تؤدي إلى تلك الشهرة من جهة أخرى، وبخاصة وسيلة ترويج العلامة، التي تقتضي وجود دعم وتشجيع ورعاية للعلامة التجارية من قبل صاحبها، أو من يأخذ حكمه، لتصل إلى دائرة الشهرة، وما يتكبد في سبيل ذلك من وقت ومال وجهد.

عاشراً: سار الاجتهاد القضائي الأردني، ممثلاً بقضاء محكمة العدل العليا، على استقرار تام في تطبيق وتفسير النصوص القانونية التي شملتها الدراسة. وقد صدرت جميع قرارات المحكمة المذكورة - بصدد موضوع هذه الدراسة - بالإجماع، باستثناء قضية واحدة، هي قضية علامة "ليونكنك LIONKING" ضد علامة "ليونجنج: LIONGING". إذ صدر الحكم بشأنها بالأكثرية، وليس بالإجماع، كما سبقت الإشارة والتعليق على ذلك في حينه.

المراجع

أولاً - العربية:

١ - الكتب:

- القاضي الدكتور إلياس ناصيف، الكامل في التجارة، المؤسسة التجارية، الجزء الأول، عويدات للنشر والطباعة، بيروت، ١٩٩٩.
- المحامية ربا طاهر قليوبي، حقوق الملكية الفكرية، دار الثقافة، عمان ١٩٩٨، ص ٢٥١.
- الدكتور رجائي الدقي ومختار سعد، العلامات التجارية ودورها في حماية المنتج والمستهلك، مطبعة الأعمال، الإسكندرية، سنة ٢٠٠٠.
- الدكتورة سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة القاهرة ٢٠٠٥، ص ٣١١ وما بعدها.
- المحاميان سمير بالي ونوري جمو، الموسوعة العلمية في العلامات الفارقة التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ط ١، ٢٠٠٧.
- المحامي صلاح الأسمر، شرح قانون العلامات التجارية الأردني، مطبعة التوفيق، عمان ١٩٩٢.
- الدكتور صلاح الدين الناهي، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، دار الفرقان، عمان، سنة ١٩٧٣.
- الدكتور صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة، عمان، ١٩٩٩.
- الدكتور صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، دار الثقافة، عمان ٢٠٠٣.

- الدكتور صلاح زين الدين، المدخل إلى الملكية الفكرية، دار الثقافة، عمان ٢٠٠٤.
- الدكتور صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، دار الثقافة، عمان ٢٠٠٦.
- الدكتور عبدالله حسين الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر، عمان، ٢٠٠٥.
- الدكتور محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٧١.
- الدكتور مصطفى كمال طه، القانون التجاري اللبناني، الجزء الأول، طبعة ١٩٧٥، ص ٧٥٦.
- الدكتور نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية، دار وائل للنشر، عمان، ٢٠٠٥.
- الدكتور يعقوب صرخوه، النظام القانوني للعلامات التجارية، الكويت ١٩٩٣.

٢ - الأبحاث:

- الدكتور صلاح زين الدين، حماية العلامة التجارية المشهورة في ظل اتفاقية باريس وتربس والقانون الأردني، مجلة المنارة، المجلد السابع، العدد الثالث، تشرين الأول ٢٠٠١م، ص ١٧٢.
- المحامي صلاح سلمان أسمر، أحكام العلامة المشهورة في القانون المعدل رقم ٣٤ لسنة ١٩٩٩، مجلة نقابة المحامين، عدد كانون الثاني، ٢٠٠١، ص ١٧.
- الدكتور عبد الرحمن السيد قرمان، الاتجاهات الحديثة في حماية العلامات المشهورة، ورقة عمل مقدمة إلى ندوة حقوق الملكية الفكرية، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، الرياض، إبريل ٢٠٠٣.

-
- ٣ - المحامي هيثم العكشة، شروط وإجراءات تسجيل العلامة التجارية وطرق اكتساب ملكيتها، مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٨، ص ٢٢٤٥.

٣ - القوانين:

- ٣ - قانون العلامات التجارية (الأردني) رقم ٣٢ لسنة ١٩٥٢ المعدل بقانون رقم ٣٤ لسنة ١٩٩٩.

٤ - اجتهادات قضائية:

- ٤ - مجلة نقابة المحامين (الأردن) عدة مجلدات، تصدر عن نقابة المحامين الأردنيين، عمّان.

ثانياً - الأجنبية:

- Dr. P.S Sangal and K. Ponnuuswami, Intellectual Property Law, Delhi, India, 1994.
- Sidney A. Diamond, "The Historical Development of Trademarks", The Trademark Reporter, (TMR) Vol. 73, P.222, 1983.
- Dr. Salah Zainelddin, Rules of Well-Known Trademarks in Jordan's Trademark Amended Law No 34 of 1999, Journal of Law, No. 4, Vol. 29 P.11.
- WIPO, Publication NO 832 (A) 2000.
- WIPO, Publication No 435 (E) 1997.
- Paris Convention for the Protection of Industry Property (1967).
- RIPS Agreement (1994).