

العنوان:	الإطار القانوني لمميزات الحق في العلامة التجارية وانقضاء ملكيتها: دراسة تحليلية مقارنة
المصدر:	مجلة المنارة للبحوث والدراسات
الناشر:	جامعة آل البيت - عمادة البحث العلمي
المؤلف الرئيسي:	سلامة، نعيم
المجلد/العدد:	مج24، ع3
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	2018
الصفحات:	509 - 555
رقم MD:	922291
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
اللغة:	Arabic
قواعد المعلومات:	EduSearch, IslamicInfo, HumanIndex, EcoLink, AraBase
مواضيع:	العلامة التجارية، الملكية الفكرية، القانون الأردني
رابط:	http://search.mandumah.com/Record/922291

الإطار القانوني لمميزات الحق في العلامة التجارية وانقضاء ملكيتها دراسة تحليلية مقارنة

نعيم سلامه *

تاريخ قبوله للنشر: ٢٨/١٠/٢٠١٨م

تاريخ تسلم البحث: ٠٥/١١/٢٠١٧م

الملخص

يعالج هذا البحث الإطار القانوني لمميزات الحق في العلامة التجارية وانقضاء ملكيتها، حيث تم تناول المميزات التي يتمتع بها مالك العلامة التجارية على علامته التي يمتلكها، حيث يثبت لمالك العلامة التجارية حقوق عدة على علامته، ومن هذه المميزات والحقوق بأن حق مالك العلامة على علامته ليس مطلقاً وإنما نسبياً من حيث نوع المنتجات التي تميزها العلامة، ومن حيث العناصر والأجزاء التي تتكون منها ومن حيث الإقليم المسجلة به، كما أن من الحقوق التي تثبت لمالك العلامة التجارية بأنه حق دائم واستثنائي واحتكاري على العلامة المملوكة له، وقد أكدت التشريعات محل المقارنة على هذه الحقوق والمميزات، كما استقرت أحكام القضاء على هذا النهج، ويعالج هذا البحث كذلك طرق انقضاء حق مالك العلامة التجارية على علامته، فمالك العلامة ينقضي حقه على علامته بطرق عدة والتي منها ترك العلامة التجارية والتخلي عنها، وكذلك بعدم استعمالها، كما أن الحق على العلامة التجارية ينقضي وفقاً لمبدأ استنفاد الحق في العلامة التجارية الذي أصبح من المبادئ المعترف به تشريعياً في بعض الدول. ومن أجل إثراء البحث بالجانب التطبيقي فإن الباحث لجأ إلى تدعيم الأحكام التي ذكرها في البحث بالتطبيقات القضائية.

الكلمات الدالة: العلامة التجارية، الحق في العلامة، مميزات الحق في العلامة، انقضاء الحق في العلامة، الملكية الفكرية.

Abstract

This study deals with the legal framework of the rights to a trademark and its expiry. The privileges of trademark's owner were addressed. The trademark's owner establishes several rights to the trademark he/she owns. Among such privileges and rights are that the right

* أستاذ مساعد، جامعة النجاح الوطنية.

of the owner to his/her trademark is rather relative not absolute in terms of the products the trademark marks, its components and parts, and the territory at which it is registered therein. They also include the rights that prove the owner's permanent, exclusive, and monopolistic right to his/her trademark. Comparative legislation have also stressed on these rights and privileges. Judgments also adopted such approach. This study also addresses the ways in which the right of the trademark's owner expires. The trademark's owner loses his/her right to the trademark in several ways, including ditching and abandoning the trademark, as well as not using it. The right to the trademark expires in accordance with the principle of exhaustion of the right to a trademark, which has become one of the principles recognized by legislation in some countries. In order to practically enrich the research, the researcher sought to strengthen the provisions mentioned in the research by judicial applications.

Keywords: trademark, right to a trademark, privileges of right to a trademark, expiry of the right to a trademark, intellectual property.

المقدمة:

تشكل العلامة التجارية في الوقت الحالي أداة هامة من أدوات المشاريع الاقتصادية وطريقة من طرق الدعاية والإعلان عن المنتجات والخدمات التي تقدمها الشركات في المجالات كافة^(١)، حيث تعد العلامة التجارية بأنها كل إشارة تستخدم لتمييز البضائع والمنتجات والخدمات التي تقدمها الشركات لجمهور المستهلكين أو للدلالة على مصدر البضائع أو نوعها أو طريقة تحضيرها.

ويعرفها قانون العلامات التجارية الأردني لسنة ١٩٥٢م الساري في الضفة الغربية^(٢) بأنها أية علامة استعملت أو كان في النية استعمالها على أية بضائع أو فيما له تعلق بها للدلالة على أن تلك البضائع تخص صاحب العلامة بحكم صنعها أو انتخابها أو الشهادة أو الاتجار بها أو عرضها للبيع. كما وجاء التعريف ذاته في قانون العلامات التجارية الانتدابي لسنة ١٩٣٨م الساري في قطاع غزة^(٣).

وتجدر الإشارة بأن قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري^(٤) توسع في تعريف العلامة التجارية، إلا أنه كما قانون العلامات الأردني المذكور لا يعترف بالعلامات غير المادية (الصوت، الرائحة، الطعم) لأنهما اشترطا أن تكون العلامة مما يدرك بالبصر، حيث لا يجوز

وفقاً لهذه التشريعات تسجيل الصوت أو الطعم أو الرائحة كعلامة تجارية لأنها علامات غير مادية، حيث أن هذه التشريعات تتطلب أن تكون العلامة التجارية مادية ومكونة من أشكال أو حروف أو رسوم، ففي ذلك تنص المادة (١/٧) من قانون العلامات الأردني الساري في الضفة الغربية بأنه يجب أن تكون العلامات التجارية التي يمكن تسجيلها مؤلفة من حروف أو رسوم أو علامات أو خليط من هذه الأشياء ذي صفة فارقة^(٥).

كما نصت المادة (٢/٦٣) من القانون المصري بعد تعريفها للعلامة التجارية بأنه جميع الأحوال يتعين أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر. وهذا الموقف لهذه التشريعات ينسجم مع نص المادة (١/١٥) من اتفاقية تريبس التي سمحت للدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية أن تشترط أن تكون العلامة المنوي تسجيلها قابلة للإدراك بالبصر. أما قانون الملكية الفكرية الفرنسي^(٦) فقد أجاز في المادة (١/٧١١) منه الاعتراف بتسجيل العلامات الصوتية كالجمال الموسيقية.

وترى المنظمة العالمية للملكية الفكرية في شأن العلامات غير المادية بأنه من الممكن تسجيل الصوت أو الرائحة كعلامة تجارية إذا كان الصوت أو الرائحة هو الذي يضيف الطابع المميز على العلامة غير أن المعاهدات الدولية لا تلزم بالنص على إمكانية تسجيل علامات الصوت أو الرائحة، لأن ذلك متروك للقوانين الوطنية في إمكانية تسجيل تلك العلامات من عدم تسجيلها^(٧).

وتقوم العلامة التجارية بعدد من الوظائف، فهي تحدد مصدر المنتجات والبضائع والخدمات، ووسيلة هامة من وسائل المنافسة المشروعة، ووسيلة لضمان حماية المستهلكين، كما أنها تشكل رمزاً للثقة بصفات المنتجات والبضائع والخدمات، ووسيلة للإعلان عن المنتجات والبضائع والخدمات^(٨)، فالعلامة التجارية تكون وسيلة لتمييز المنتجات والسلع وهو ما يتحقق بالمغايرة بين العلامات التي تستخدم لتمييز سلعة معينة بحيث يرتفع اللبس فلا يكون بينهما من وجوه التشابه ما يؤدي إلى تضليل الجمهور^(٩).

كما ويشترط أن تتوافر عدد من الشروط لتسجيل العلامة التجارية، وهي أن تكون جديدة ومميزة، وألا تكون مخالفة للنظام العام والآداب (مشروعة)، كما تشترط بعض التشريعات أن تكون العلامة التجارية باللغة العربية^(١٠).

ونظراً لأهمية العلامة التجارية في الحياة التجارية والاقتصادية لجأت الدول إلى تنظيم أحكام العلامة التجارية، حيث تعد العلامة التجارية منظمة في فلسطين بموجب قانون العلامات

التجارية الأردني لسنة ١٩٥٢م الساري في الضفة الغربية ونظام العلامات التجارية الأردني رقم (١) لسنة ١٩٥٢م، وقانون العلامات التجارية الانتدابي الساري في قطاع غزة لسنة ١٩٣٨م، ونظام العلامات التجارية الانتدابي لسنة ١٩٤٠م. وعليه، فإننا نلاحظ بأن التشريعات الخاصة بالعلامة التجارية قديمة وموروثة عن حقبات تشريعية مرت على فلسطين، لذلك لا بد من تطوير وتحديث هذه التشريعات، علماً بأن هناك مقترح لمشروع قانون الملكية الصناعية الفلسطيني لسنة ٢٠١٢م بادرت به وزارة الاقتصاد الوطني، إلا أن هذا المشروع ما زال تحت التطوير والنقاش.

كما تم تنظيم العلامة التجارية في مصر بموجب قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري رقم (٨٢) لسنة ٢٠٠٢م ولائحته التنفيذية الصادرة بقرار عن مجلس الوزراء رقم (١٣٦٦) لسنة ٢٠٠٣م^(١١)، وكذلك تم تنظيمها في فرنسا بموجب قانون الملكية الفكرية الفرنسي لسنة ١٩٩٢م وتعديلاته، ونظراً لأهمية العلامة التجارية على المستوى الدولي فقد تم تنظيمها في اتفاقية باريس لحماية حقوق الملكية الصناعية لسنة ١٨٨٣م وتعديلاتها، وكذلك عالجت اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية " تريس" لسنة ١٩٩٥م العلامة التجارية في المواد من (١٥-٢١).

اشكالية البحث :

تكمن اشكالية البحث في التساؤلات الآتية:

١. هل الحق في العلامة التجارية له مميزات معينة؟
٣. هل الحق في العلامة التجارية يشمل جميع عناصرها والمنتجات التي تميزها؟
٤. هل الحق في العلامة التجارية ينقضي لأسباب معينة؟
٥. هل هناك تنظيم قانوني لمميزات الحق في العلامة التجارية وآلية انقضاءها؟.

أهمية موضوع البحث :

نظراً لأهمية التي تكتسبها العلامة التجارية جراء تملكها فكان لا بد من:

١. تسليط الضوء على مميزات الحق في العلامة التجارية، حيث عندما تتملك الجهة المعنية للعلامة التجارية يترتب لهذه الجهة عدد من الحقوق الحصرية والاحتكارية على العلامة التجارية التي تم تملكها سواء بالاستعمال أو التسجيل.

٢. إبراز موقف التشريعات والقضاء المقارن من مميزات الحق في العلامة التجارية، فقد تصدى القضاء لهذه الحقوق والمميزات نظراً لأهمية وجوهية هذا الحق وذلك بتأكيد حق مالك العلامة التجارية على علامته سواء أكانت مسجلة أم لا.
٣. بيان الحالات التي ينقضي بها حق مالك العلامة التجارية على علامته وذلك من خلال طرق عدة سيتم بيانها في هذا البحث.

البيانات المستخدمة في البحث :

تم استقصاء البيانات المنشورة وبشكل خاص التشريعات والتطبيقات القضائية، والمراجعة الأدبية للدراسات السابقة من كتب ورسائل علمية وأوراق عمل ذات الصلة بموضوع البحث.

نطاق البحث :

ينحصر نطاق البحث في المسائل الآتية:

١. بيان مميزات الحق في العلامة التجارية من حيث أن الحق في العلامة دائم وحصري واحتكاري ولكنه نسبي من حيث نوع المنتجات التي تميزها العلامة التجارية.
٢. بيان طرق انقضاء الحق في العلامة التجارية، حيث قد ينقضي الحق الحصري والاستثنائي على العلامة بطرق عدة ومنها ترك العلامة، وعدم استعمالها ومن خلال مبدأ استنفاد الحق في العلامة.

منهج البحث :

لقد اتبعت المنهج الوصفي التحليلي، وذلك بذكر الأحكام القانونية والتطبيقات القضائية التي تعالج موضوع البحث وتحليلها ووصفها، بالإضافة إلى إبراز موقف الفقه القانوني وتحليله وتوظيفه في جزئيات البحث، كما اتبعت أيضاً المنهج المقارن بين فلسطين ومصر وفرنسا، وكذلك موقف اتفاقية الجوانب المتصلة بحقوق الملكية الفكرية " ترابس".

خطة البحث :

يشتمل البحث على مقدمة، ومبحثين، وخاتمة، وتم تقسيم المبحثين كما يلي:

المبحث الأول: مميزات الحق في العلامة التجارية.

المبحث الثاني: انقضاء الحق في العلامة التجارية.

المبحث الأول

مميزات الحق في العلامة التجارية

يترتب لمالك العلامة التجارية حق على علامته التي اتخذ منها وسيلة لتمييز منتجاته لدى جمهور المستهلكين، سواء أكانت هذه العلامة مسجلة لدى جهات الاختصاص أم غير مسجلة، حيث إن المستقر بأن ملكية العلامة التجارية تكتسب بالاستعمال وليس بالتسجيل، فقد حكمت محكمة النقض المصرية في ذلك إن التسجيل لا ينشئ بذاته حقاً في ملكية العلامة، إذ إن هذا الحق وليد استعمال العلامة، ولا يقوم التسجيل إلا قرينة على هذا الحق يجوز دحضها لمن يدعي أسبقيته في استعمال العلامة إلا أن تكون قد استُعملت بصفة مستمرة خمس سنوات على الأقل من تاريخ التسجيل دون أن تُرفع بشأنها دعوى حكم بصحتها^(١٢).

وكذلك قضت محكمة العدل العليا الفلسطينية أن: "العبرة في ملكية العلامة التجارية هو لسبق استعمالها استعمالاً حقيقياً لا لسبق تسجيل العلامة في مكتب تسجيل العلامات التجارية"^(١٣).

وقد بينت اتفاقية " ترينس " بأن ثبوت ملكية العلامة التجارية يكون بالاستعمال الفعلي، حيث نصت المادة (٣/١٥) من الاتفاقية على أنه: "يجوز للبلدان الأعضاء جعل قابلية التسجيل معتمدة على الاستخدام، غير أنه لا يجوز اعتبار الاستخدام الفعلي للعلامة شرطاً للتقدم بطلب لتسجيلها، ويحظر رفض طلب التسجيل لمجرد أن الاستخدام المزمع لم يحدث قبل انقضاء فترة ثلاث سنوات اعتباراً من تاريخ تقديم الطلب".

أما بالنسبة لموقف القانون الفرنسي فإنه أخذ بالتسجيل وليس بالاستعمال السابق، حيث تكتسب ملكية العلامة بالتسجيل الذي تترتب آثاره من تاريخ إيداع الطلب^(١٤).

وبالتالي، يثبت لمالك العلامة التجارية حق على علامته التجارية سواء أكانت مسجلة أم غير مسجلة، وقد اتفق على ذلك موقف القضاء المصري والأردني والفلسطيني وكذلك اتفاقية ترينس.

ويمتاز حق مالك العلامة التجارية على علامته بعدد من المميزات التي سيتم تناولها في

هذا المبحث بعدد من المطالب.

المطلب الأول: الحق في العلامة التجارية حق نسبي.

المطلب الثاني: الحق في العلامة حق دائم.

المطلب الثالث: الحق في العلامة احتكاري واستثنائي.

المطلب الأول

الحق في العلامة التجارية حق نسبي

كما ذكرنا سابقا يثبت لمالك العلامة التجارية على علامته عدد من الحقوق والمميزات التي ترتبط به طالما بقي محتفظاً بملكيته، فكان لا بد لنا من بيان هذه المميزات وبيان موقف التشريعات والقضاء منها، ولأن الحق الأول من هذه الحقوق هو أن الحق نسبي لمالك العلامة موضوع هذا المطلب، فإن الباحث سيقوم بدراسة هذا المطلب في الفرعين الآتيين:

الفرع الأول: الإطار القانوني للحق النسبي.

الفرع الثاني: القيود الواردة على الحق النسبي.

الفرع الأول: الإطار القانوني للحق النسبي

يقصد بنسبية الحق في العلامة التجارية بأن مالكها لا يمكن له أن يحتج بحقه فيها تجاه الكافة، ولكن ينحصر ذلك في الاحتجاج تجاه منافسيه من الأشخاص والتجار الذين يزاولون الصناعة أو التجارة أو الخدمات ذاتها التي يزاولها مالك العلامة التجارية^(١٥)، فالمقرر أن وظيفة العلامة التجارية هي تمييز سلعة عن غيرها من السلع التي من نوعها^(١٦). وبذلك يكون حق مالك العلامة في عدم السماح للغير من استخدام وتسجيل علامته على ذات المنتجات التي تميزها علامته التجارية وذلك حماية لجمهور المستهلكين^(١٧).

وفي ذلك حكمت محكمة النقض المصرية بأن: " الغرض من العلامة التجارية هو أن تكون وسيلة لتمييز المنتجات والسلع ويتحقق هذا الغرض بالمغايرة بين العلامات التي تستخدم في تمييز سلعة معينة بحيث يرتفع اللبس بينها ولا يقع جمهور المستهلكين في الخلط والتضليل، ومن أجل ذلك وجب لتقرير ما إذا كانت للعلامة ذاتية خاصة متميزة عن غيرها النظر إليها في مجموعها لا إلى كل العناصر التي تتركب منها على حدة ويتوقف على كسب ملكية العلامة التجارية حق مقصور على صاحبها يخوله وحده استعمالها في تمييز منتجاته عن مثيلاتها وما يشابهها من المنتجات المنافسة^(١٨).

وبناء عليه، فإن مالك العلامة التجارية لا يستطيع أن يمنع الغير من استعمال العلامة ذاتها إذا كان هذا الاستعمال لا يخدع جمهور المستهلكين ولا يوقعهم في الخلط واللبس^(١٩)، لأن الغاية والهدف من العلامة التجارية تمييزها عن غيرها من العلامات المشابهة لذات النشاط

الاقتصادي حماية للمستهلك والمنتج^(٢٠)، فالأصل الاعتداد في تقدير أوجه الشبه لا بأوجه الخلاف بين العلامات، وأن المعيار في أوجه الشبه هو بما ينخدع به المستهلك المتوسط الحرص والانتباه^(٢١).

وتسمح التشريعات السارية في فلسطين بجواز استخدام العلامة من قبل أكثر من شخص حتى ولو اتحد موضوع نشاطهم ما دام الخلط أو اللبس بين منتجاتهم أو بضائعهم أمر بعيد الوقوع^(٢٢)، حيث لا يجوز لمالك علامة تميز السلع الغذائية أن يمنع وضعها من قبل تاجر أحذية أو أثاث وذلك لانتفاء احتمال الخلط بين هذين النوعين من السلع، فمالك العلامة يحتج بها في مواجهة منافسيه فحسب وهم الذين يصنعون نوع السلع التي توضع عليها العلامة^(٢٣).

وتؤكد المادة (٢٦) من قانون العلامات الأردني بأن تسجيل شخص مالكاً لعلامة تجارية يخول ذلك الشخص الحق في أن يستعمل مستقلاً تلك العلامة التجارية الموجودة على البضائع التي سجلت من أجلها أو على ما له تعلق بها وذلك إذا كان التسجيل قانونياً^(٢٤).

وتؤكد هذا التوجه أيضاً المادة (١/٧١٣) من قانون الملكية الفكرية الفرنسي، التي بينت أن تسجيل العلامة يمنح لصاحبها حق الملكية على هذه العلامة بالنسبة للمنتجات والخدمات التي تمثلها.

وفي هذا الشأن فقد حكمت محكمة النقض الفرنسية^(٢٥) بنقض حكم محكمة استئناف باريس الصادر بتاريخ ١٧ نوفمبر ٢٠٠٦م، وتأييد حكم محكمة الدرجة الأولى بخصوص الطعن الذي رفعته شركة (Avera) الفرنسية ضد جمعيتين خيريتين، حيث قامت هاتين الجمعيتين بوضع دعاية وطباعة منشورات ضد الصناعات الذرية، وفي إطار ذلك قامت بوضع علامة تدل على هدفهما وهذه العلامة هي (A) وهي علامة مستخدمة لصالح شركة (Avera)، وقد اتخذت الجمعيتين من تلك العلامة شعار لهما.

وبناءً على ذلك، قامت شركة (Avera) باللجوء إلى القضاء لمقاضاة الجمعيتين لأنهما استخدمتا علامة الشركة، وطالبت الشركة بإلغاء هذه العلامة التي تستخدمها الجمعيتين، وذلك لتشابهها مع علامتها التجارية، وكذلك طالبت وقف أي تقليد لها، إلا أن قاضي الدرجة الأولى (الذي أيدته محكمة النقض الفرنسية) قضى برفض طلبات شركة (Avera)، وسبب ذلك أن مجال عمل الجمعيتين يختلف عن مجال عمل الشركة بشكل كامل.

كما وتقول المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO)، بأنه عندما يتسلم مكتب العلامات التجارية طلباً لتسجيل علامة لفظها مثل لفظ علامة سبق تسجيلها، على المكتب أن يتأكد من أن

العلامة المطلوب تسجيلها لا تشبه العلامة المسجلة إلى حدّ اللبس، وإذا رأى المكتب أن السلع أو الخدمات المعنية تُطلب عادة بالطرق الشفهية، فمن المحتمل جداً أن يرفض المكتب الطلب^(٢٦). وعليه، يرى الباحث مما تم عرضه، أن حق مالك العلامة التجارية على علامته إنما هو حقٌ نسبيٌّ على البضائع والمنتجات والخدمات التي تميزها العلامة التجارية، فلا يستطيع أن يمنع الغير من استخدامها على سلع ومنتجات وخدمات مختلفة عن البضائع والمنتجات والخدمات التي تميزها علامته، طالما أن هذا الاستخدام لا يوقع المستهلك في اللبس أو الخلط بين العلامتين، وقد أكدت هذا التوجه ما استقرت عليه أحكام القضاء في الدول محل المقارنة.

الفرع الثاني: القيود الواردة على الحق النسبي

تناولنا في الفرع الأول الإطار القانوني للحق النسبي لمالك العلامة التجارية، حيث إن هذا الحق ليس مطلقاً وإنما نسبياً ومحدداً ضمن معايير سيتم تناولها في هذا الفرع، فهناك قيود يحد بموجبها من نطاق الحق النسبي من النواحي الآتية^(٢٧):

أولاً: ملكية العلامة حق نسبي من حيث نوع المنتجات: كما ذكر أعلاه، فإنه بموجب ذلك يكون لأي مُنتج أن يستعمل نفس العلامة لتمييز منتجات من نوع آخر، حيث يقتصر حق صاحب العلامة على احتكار استعمالها لتمييز منتجاته عن مثيلاتها وما يشابهها^(٢٨)، وهذا معنى ما ورد في نص المادة (١/٧١٣) من قانون الملكية الفكرية الفرنسي حيث إن تسجيل العلامة يمنح لصاحبها حق الملكية على هذه العلامة بالنسبة للمنتجات والخدمات التي تمثلها.

وقد حكمت محكمة النقض المصرية بأنه إذا اكتسب التاجر أو المنشأة التجارية ملكية العلامة التجارية فإنه يترتب على ذلك نشوء حق خاص وقاصر على مالكها، فيكون له استعمالها ومنع الغير من استخدامها، غير أن هذه الملكية لا تنشئ هذا الحق إلا بالنسبة إلى السلعة التي خصصت لتمييزها فلا تشمل غيرها من السلع^(٢٩).

وفي هذا الشأن أيضاً تؤكد المحكمة ذاتها بأن استخدام علامة لتمييز منتجات معينة لا يمنع الغير من استخدام ذات العلامة لتمييز منتجات أخرى مغايرة تختلف عنها اختلافاً يمنع معه الخلط بينهما، وأن تقدير قيام التشابه أو الاختلاف بين المنتجات وبعضها هو مما تستقل به محكمة الموضوع^(٣٠).

وفي المعنى ذاته تؤكد محكمة العدل العليا الأردنية بأن حماية العلامة التجارية لا تتعدى المنتجات التي نصت عليها شهادة تسجيل تلك العلامة، فلا يمنع الغير من استخدام نفس العلامة لتمييز سلعة أخرى تختلف عن تلك السلع التي نصت عليها شهادة التسجيل، وذلك لأن الغرض من العلامة هو تمييز منتجات ومنع الخلط بينها وبين منتجات مماثلة لها^(٣١). كما قررت المادة (١٧) من قانون العلامات الأردني بمنع تسجيل علامات تجارية متماثلة أو قريبة الشبه بعضها ببعض وكانت تلك العلامات تتعلق بنفس البضائع أو الصنف، فيجوز للمسجل أن يرفض تسجيل أية علامة من تلك العلامات باسم شخص من هؤلاء الطالبين إلا بعد أن تسوى حقوقهم^(٣٢).

وعليه، يرى الباحث بأن حق مالك العلامة التجارية على علامته ليس مطلقاً وإنما نسبياً من حيث نوع المنتجات والبضائع والخدمات التي تميزها علامته، وقد استقرت أحكام القضاء على هذا النهج، مما يعني أن مالك العلامة التجارية يستأثر بعلامته من حيث المنتجات التي تميزها ولا يستطيع منع الغير من استخدامها بما أن هذا الاستخدام لا يوقع الجمهور في الخلط أو اللبس.

ثانياً: ملكية العلامة حق نسبي من حيث العناصر التي تتكون منها العلامة التجارية: يقتصر حق مالك العلامة على احتكار استعمالها كوحدة ذات مظهر عام متميز، وليس لصاحب العلامة أن يحتكر استعمال أجزاء من العلامة كاللون مثلاً، حيث يجوز لغيره استخدام هذه الأجزاء لتكوين علامة تجارية.

وقد أكدت ذلك محكمة النقض المصرية التي ترى بأن العبرة في العلامة التجارية هي بالصورة العامة التي تنطبع في ذهن نتيجة لتركيب الحروف أو الرموز أو الصور على بعضها، وللشكل الذي تبرز به في علامة أو أخرى بصرف النظر عن العناصر التي تركبت منها والتي يخدع بها المستهلك المتوسط في الحرص والانتباه^(٣٣).

كما وقررت المادة (٤/٧) من قانون العلامات التجارية الأردني بشأن مواصفات العلامة القابلة للتسجيل يجوز أن تقتصر العلامة التجارية كلياً أو جزئياً على لون واحد أو أكثر من الألوان الخاصة، وفي مثل هذه الحالة يأخذ المسجل أو المحكمة بعين الاعتبار لدى الفصل في الصفة الفارقة لتلك العلامة التجارية كون العلامة التجارية مقتصرة على تلك الألوان^(٣٤).

وبالتالي يرى الباحث أنه إذا احتوت العلامة التجارية على عناصر معينة مثل الألوان أو الحروف أو الرسوم أو الأشكال فإن ذلك لا يمنع الغير من استخدام ذات العناصر بطريقة مغايرة من شخص آخر على علامة أخرى، شريطة ألا تخلق الخلط واللبس لدى المستهلك، وفي ذلك ذهبت محكمة العدل الفلسطينية بخصوص العلامة BELMONT "لتمييز نوع من السجائر والعلامة الأخرى لذات الصنف ذاته EXIPAMILD-BELMONT والبعض الآخر BELMNT 2002 فقد أكدت المحكمة المذكورة بأنه يوجد اختلافات كثيرة بين العلامتين، وحيث أنه لما كان ذلك فإن العلامتين محل البحث مختلفتان اختلافاً بيّناً مما يجعل الانخداع بينهما مستبعداً"^(٣٥).

ثالثاً: ملكية العلامة حق نسبي من حيث الإقليم: حيث يقتصر حق الملكية في العلامة واحتكارها داخل إقليم الدولة، فلا تمتد الحماية إلى الخارج^(٣٦)، وهذا لا يطبق إذا كانت العلامة التجارية مسجلة في أكثر من دولة وفقاً للاتفاقيات الخاصة بذلك^(٣٧)، وكذلك إذا كانت العلامة ذات شهرة عالمية، فإن الحماية لهذا النوع من العلامات يمتد للخارج^(٣٨). وقد حكم القضاء الفرنسي بشأن الحماية داخل حدود الإقليم بأنه: "ومع ذلك فإن تقليد علامة فرنسية واستخدامها على شبكة الإنترنت كعلامة (Boss) المشابهة لعلامة (Hugo Boss) لا تمثل جريمة تقليد ما لم تكن المنتجات التي تحمل تلك العلامة المقلدة موجودة ومتداولة داخل الأراضي الفرنسية"^(٣٩).

وكذلك حكمت محكمة النقض المصرية بشأن حماية العلامة داخل الإقليم المصري في قضية تتلخص وقائعها بأن هناك علامة أجنبية مسجلة في مصر وفقاً للقانون المصري في سنة ١٩٥٩، وقد طعنت إحدى الشركات في قرار تسجيل العلامة الأجنبية بحجة أنها لا تتمتع بحماية وفقاً لمعاهدة مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، وقد أيدت المحكمة صحة تسجيل العلامة الأجنبية وحمايتها لأنها مسجلة وفقاً للقانون المصري، ورفضت المحكمة ما أبدته الشركة الطاعنة بأن العلامة لا تتمتع بحماية وفقاً لاتفاقية مدريد، وذلك لأن العلامة مسجلة في مصر وفقاً للقانون المصري^(٤٠).

وتؤكد أيضاً هذا التوجه بحماية العلامة داخل الإقليم ما ذهبت إليه المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO) بأنه يسري قانون الملكية الفكرية أساساً في أراضي البلد الذي صدر

فيه، ويعني ذلك أن الحق في العلامة التجارية ينحصر أثره في البلد الذي أودع فيه طلب الحماية وحصل فيه المودع على تلك الحماية^(٤١).

وعليه، وبعد عرض القيود الرئيسة التي ترد على الحق النسبي لمالك العلامة على علامته التجارية، نشير بأن المادة (١/١٦) من اتفاقية "تريس" ضيّقت من هذا المبدأ، حيث منحت مالك العلامة حق منع الأطراف الثالثة من استخدام نفس العلامة إلا بموافقة مالكيها نظراً لأنه يتمتع بحق مطلق على علامته.

وعليه، يشير الباحث بأن اتفاقية تريس أكدت على حق مالك العلامة على علامته من حيث نوع المنتجات والخدمات التي تميزها، وبالتالي لا يحق لمالك العلامة التجارية منع الغير من استخدامها طالما أن هذا الاستخدام لا يحدث لبساً أو خلطاً لدى الجمهور، وفي إطار تأكيد اتفاقية تريس على حق مالك العلامة على علامته فإنها أجازت له أن يمنح للغير ترخيصاً باستخدامها على ذات البضائع والخدمات ولكن يكون ذلك ضمن إطار عقد الترخيص باستخدام العلامة التجارية^(٤٢)، وكذلك تضمنت اتفاقية تريس حماية للعلامة المشهورة حتى وإن لم تكن مسجلة لدى الدول الأعضاء باتفاقية تريس^(٤٣).

وقد أكدت محكمة النقض المصرية وجوب أن يتوافر التشابه بين المنتجات المستخدمة للعلامات التجارية لتقرير الحماية لها، ولو كان الأمر متعلقاً بعلامة تجارية ذات شهرة خاصة دولياً، ولو لم تكن مسجلة لدى إحدى دول هذه الاتفاقية، على أن يسرى ذات المبدأ - ولو اقتصر الأمر على مجرد التزوير أو التقليد - على الجزء الجوهرى منها وكان من شأنه أن يحدث لبساً^(٤٤).

المطلب الثاني: الحق في العلامة حق دائم

يقصد بذلك أن الحق في العلامة حق دائم، وذلك رغم أن مدة ملكية العلامة التجارية محددة بفترة زمنية إلا أن مدة ملكيتها قابلة للتجديد بصفة مستمرة^(٤٥)، حيث إن العلامة تكتسب شهرة وتزداد قيمتها مع مرور الزمن على استخدامها، الأمر الذي يبرر استمرار الاحتفاظ بملكيتها، وحق ملكية العلامة بهذا المنظور شبيه بحق الملكية العيني، فهو حق دائم^(٤٦)، ومن المقرر أن تسجيل العلامة هو مناط الحماية التي أسبغها القانون على ملكيتها الأدبية بتقليدها أو استعمالها من غير مالكيها^(٤٧).

والمقرر وكما تم بيانه سابقاً بأن ملكية العلامة لا تستند إلى مجرد التسجيل الذي لا ينشئ بذاته حقاً في ملكيتها، إذ إن هذا الحق وليد استعمالها، ولا يقوم التسجيل إلا قرينة على

استعمالها من تاريخ إجرائه، وهذه القرينة يجوز دحضها لمن يثبت أسبقيته في استعمال تلك العلامة في وقت سابق على تاريخ التسجيل فتقرر له ملكيتها^(٤٨).

فقد نصت المادة (٢٠) من قانون العلامات التجارية الأردني الساري في الضفة الغربية على أن: "مدة ملكية حقوق العلامة التجارية سبع سنين من تاريخ تسجيلها غير أنه يجوز تجديد تسجيلها من حين إلى آخر وفقاً لأحكام هذا القانون شريطة أن يسري نص هذه المادة فيما يتعلق بالمدة على الطلبات التي تقدم بعد نفاذ هذا القانون وأن لا يشمل أية علامة تجارية سجلت بمقتضى أي قانون سابق"^(٤٩).

كما ونصت المادة (١٨) من اتفاقية "تريس" على أنه: "يكون التسجيل الأول للعلامة التجارية، وكل تجديد لذلك التسجيل، لمدة لا تقل عن سبع سنوات، ويكون تسجيل العلامة التجارية قابلاً للتجديد لمرات غير محددة".

حيث نلاحظ بأنه إذا قام مالك العلامة باتباع إجراءات تجديد العلامة كلما انتهت مدة ملكيتها فإن حقه فيها يصبح حقاً دائماً، وليس مؤقتاً^(٥٠).

وهناك من يرى^(٥١)، بأن الحق في العلامة التجارية حق مؤقت وليس دائم، حيث أن ملكيتها محددة بمدة معينة من الزمن، ويحدد تلك المدة القانون، ويبدأ سريان هذه المدة من تاريخ تسجيل العلامة، ويؤكد بأنه "ومع ذلك فإنه يحق لصاحب العلامة إذا ما رغب في الاحتفاظ بعلامته مدة أخرى أن يطلب تجديد تسجيل علامته لمدة مماثلة أخرى، ويمكن إجراء تجديد تسجيل العلامة لمدة أو مدد متلاحقة قد تصل إلى ما لا نهاية، الأمر الذي قد يوحي بأن الحق في العلامة التجارية حق دائم غير محدد بوقت معين إلا أنه بالرغم من إمكانية صاحب العلامة القيام بتجديدها من حين إلى آخر، فإن الحق في العلامة يبقى حقاً مؤقتاً، وذلك أن عدم قيام مالك العلامة بتجديدها ودفع الرسوم عنها يؤدي إلى شطبها من السجل، وبالتالي زوالها"^(٥٢).

وعليه، يلاحظ الباحث بأن مالك العلامة التجارية يكون له حق دائم على علامته طالما يقوم بتجديد تسجيلها وفقاً لأحكام التشريعات السارية، فملكية العلامة التجارية من هذا المنظور تمتد إلى ما لا نهاية، وتجدر الإشارة بأن حق ملكية العلامة بوصفه حقاً دائماً يختلف عن حق ملكية براءة الاختراع والتصميمات والنماذج الصناعية التي تنقضي ملكيتها بمرور فترة زمنية معينة^(٥٣)، حيث تنص المادة (٩) من قانون حماية الملكية الفكرية المصري على: "مدة حماية براءة الاختراع عشرون سنة تبدأ من تاريخ تقديم طلب البراءة في جمهورية مصر العربية".

المطلب الثالث

الحق في العلامة احتكاري واستثنائي

تناول الباحث سابقاً عدداً من الحقوق والمميزات التي تثبت لمالك العلامة على علامته، ومن المميزات الأخرى التي يمتاز بها حق مالك العلامة أنه احتكاري واستثنائي على المنتجات والخدمات التي تميزها علامته، وسيتم في هذا المطلب بيان هذه الميزة من خلال الفرعين الآتيين:

الفرع الأول: الإطار القانوني للحق الاحتكاري والاستثنائي على العلامة.

الفرع الثاني: الحق الاستثنائي لمالك العلامة والممارسات المقيدة للمنافسة.

الفرع الأول: الإطار القانوني للحق الاحتكاري والاستثنائي على العلامة

يترتب على اكتساب ملكية العلامة التجارية أن يصبح لمالكها حق احتكار استغلالها دون غيره في تمييز المنتجات والسلع^(٥٤)، وبالتالي يحق لمالكها منع الغير من استيراد أو بيع أو استخدام أو توزيع المنتجات محل تمييز هذه العلامة، بمعنى أنه لا يحق لغير مالك العلامة التعامل مع المنتجات التي تستخدم العلامة لتمييزها بأي نوع من أنواع التعامل إلا من خلال مالك العلامة^(٥٥)، ويستوي في ذلك أن تكون العلامة مسجلة أم غير مسجلة، إذ له في حالة عدم التسجيل حماية علامته من الناحية المدنية عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة وذلك سنداً لقانون التجارة المصري^(٥٦) وقانون الملكية الفكرية الفرنسي^(٥٧)، ولكن سنداً للتشريعات السارية في فلسطين فإنها تستلزم تسجيل العلامة التجارية لاستحقاقها التعويض في حالة التعدي عليها، حيث تنص المادة (٣٤) من قانون العلامات الأردني الساري في الضفة الغربية بأنه: "لا يحق لأحد أن يقيم دعوى بطلب تعويضات عن أي تعد على علامة تجارية غير مسجلة في المملكة الأردنية الهاشمية إلا أنه يحق له أن يقدم الدعوى لإبطال علامة تجارية سجلت في المملكة الأردنية الهاشمية من قبل شخص لا يملكها بعد أن كانت مسجلة في الخارج.." ^(٥٨).

علماً بأن حق المالك الاستثنائي في العلامة يعد حق دائم إذا ما قام بتجديد تسجيلها حسب الأنظمة الخاصة بذلك^(٥٩)، وكذلك يترتب على الحق الاستثنائي لمالك العلامة حقه في التنازل عن ملكيتها أو تقرير رهن أو منح تراخيص باستعمالها وفقاً للقانون^(٦٠).

وهذا المبدأ مستقر أيضاً في الفقه الفرنسي، حيث يرى الفقه الفرنسي^(٦١) أن حق صاحب العلامة هو حق استثنائي يمنح لصاحب الحق في تسجيل العلامة أو للمرخص له باستخدام العلامة، ويتميز هذا الحق بأنه حق منقول، وأنه حق شخصي ذو طابع عيني فإذا كان صاحب

العلامة أكثر من شخص فيحق لكل منهم استغلال العلامة لحسابه باستثناء الحق في التصرف، إذ يجب عليه الرجوع إلى باقي شركاؤه لأخذ موافقتهم على ذلك.

ويترتب على هذا الحق أيضاً، بأنه يحظر على الغير استخدام العلامة نفسها أو تقليدها أو استخدام العلامة المقلدة أو العلامة المنسوخة في غير منتجات سلعية أو خدمية مماثلة أو شبيهة لتلك العلامة التي تميز العلامة الأصلية، حيث قد ينتج عن ذلك إحداث لبس وخط لدى الجمهور المستهلك^(٦٢).

وتأكيداً لذلك فقد حكمت محكمة النقض المصرية بأنه: "يترتب على كسب ملكية العلامة التجارية حق خاص لصاحبها يخوله استعمال العلامة وحده ومنع الغير من استعمالها، إلا أن الاعتداء على هذا الحق لا يتحقق إلا بتزوير العلامة أو بنقلها من المزايمين لصاحبها في صناعته أو تجارته، وعندئذ فقط يتولد لصاحب العلامة الحق في مطالبة المزور أو المقلد بالتعويض"^(٦٣).

ويرى الباحث بأن حق مالك العلامة في احتكار استغلالها يقتصر على العلامة ككل كوحدة واحدة، ولا يشمل الجزئيات التي تتكون منها العلامة من حروف وألوان، حيث يجوز لتاجر آخر أن يستعمل الألوان أو الحروف في علامة أخرى غير مماثلة، وهذا ما تؤكدته محكمة النقض المصرية بقولها: " ليس الفصل في التمييز بين علامتين باحتواء العلامة على حروف أو رموز أو صور مما تحتويه العلامة الأخرى بل العبرة بالصورة العامة التي تتطبع في الذهن نتيجة لتكوين هذه الصور أو الرموز أو بالشكل الذي تبرز في علامة أخرى بصرف النظر عن العناصر التي ركبت منها، واما إذا كانت الواحدة فيها تشترك في جزء أو أكثر مما تحتويه الأخرى"^(٦٤).

وفي ذلك فقد قالت محكمة النقض الفرنسية بأنه: "تكون محكمة الاستئناف قد عللت قرارها حين قامت بدراسة عناصر التشابه وعناصر الاختلاف بين الشارات موضوع المقارنة واستخلصت أن الكرات المستطيلة موضوع النزاع لا تعطي نفس الانطباع العام، كما أنها استبعدت عن حق وجود تزيف بمجرد عدم أخذها بأية امكانية لحدوث التباس حتى لو تشابهت ألوان الكرات"^(٦٥).

وتأكيداً على أن حق مالك العلامة استثنائي، فقد نصت المادة (١/٧١٣) من قانون الملكية الفكرية الفرنسي على أن تسجيل العلامة يمنح لصاحبها حق الملكية على هذه العلامة بالنسبة للمنتجات والخدمات التي تمثلها.

وكذلك نصت المادة (١٦/١) من اتفاقية " تربرس " على تمتع صاحب العلامة التجارية المسجلة بالحق المطلق في منع جميع الأطراف الثالثة التي لم تحصل على موافقة صاحب العلامة من استخدام العلامة ذاتها أو علامة مماثلة في أعمالها التجارية بالنسبة للسلع والخدمات ذاتها أو المماثلة لتلك التي سجلت بشأنها العلامة التجارية.

فلاحظ بأن اتفاقية تربرس تؤكد بأن مالك العلامة التجارية يتمتع بحق استثنائي على علامته، وله الحق في منع الغير الذي لم يحصل على موافقته من استخدام العلامة ذاتها أو علامة مماثلة في أعماله التجارية بالنسبة للسلع والخدمات ذاتها أو المماثلة لتلك التي سجلت بشأنها العلامة التجارية، ومرد ذلك إلى أن مثل هذا الاستخدام ينطوي على احتمال حدوث لبس في حالة استخدام علامة تجارية مطابقة على سلعة أو خدمة مطابقة، ويجب ألا يضر هذا الحق الممنوح للمالك بأي حق سبق نشوؤه وما زال قائماً، أو أن يؤثر على إمكانية منح الدول الأعضاء حقوقاً في العلامات التجارية على أساس الاستخدام^(٦٦).

كما ويلاحظ الباحث بأن القانون المصري لم ينص بشكل صريح على الحق الاستثنائي لمالك العلامة التجارية إلا أنه قرر حق مالك العلامة على علامته بنقل ملكيتها أو تقرير أي حق عيني عليها أو الحجز عليها استقلالاً عن المحل التجاري أو مشروع الاستغلال^(٦٧).

وكذلك تقول المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO) بأنه يسري أثر الحقوق التي تخولها العلامات التجارية (خلاف العلامات شائعة الشهرة) على السلع أو الخدمات التي تكون مطابقة أو مشابهة للسلع والخدمات التي يشملها تسجيل العلامة، ويعني ذلك أن الحقوق الاستثنائية التي يتمتع بها مالك العلامة تخص سلعاً أو خدمات معينة في صنف معين أو أكثر من أصناف السلع والخدمات، ويجوز لشركة أخرى أن تنتفع بالعلامة ذاتها لسلع أو خدمات مختلفة^(٦٨).

وعليه، يخلص الباحث القول بأن هناك استقرار لدى التشريعات محل المقارنة وأحكام القضاء المقارن واتفاقية تربرس والمنظمة العالمية للملكية الفكرية بأن حق مالك العلامة التجارية على علامته حقاً استثنائياً من حيث نوع البضائع والخدمات التي تميزها، أو التي قد تحدث لبساً لدى جمهور المستهلكين، ولا يجوز للغير استخدام العلامة التجارية إلا بموافقة وإذن مالكها من خلال عقد ترخيص باستخدامها.

الفرع الثاني: الحق الاستثنائي لملك العلامة والممارسات المقيدة للمنافسة

يرى بعض الفقه الفرنسي^(٦٩) بأنه على المستوى العملي يجوز أن يتم تحديد مجال العديد من العلامات التجارية سواء من خلال التقسيم للأسواق والتوزيع الإقليمي أم من خلال تقسيم وتوزيع المنتجات، ولكن المفوضية الأوروبية تناهض اتفاقات التقسيم للأسواق والتوزيع الإقليمي، ولكنها توافق على اتفاقات تقسيم وتوزيع المنتجات، وذلك في قضية (Phildar- Sirdar)، حيث أدانت المفوضية توزيع وتقسيم الأسواق الذي تم بواسطة عقد تواجد بين العلامتين التجاريتين (Phildar- Sirdar) معاً ليتواجد كل منهما في السوق معاً بشكل متضامن، وكانت العلامة التجارية (Sirdar) تابعة لشركة إنجليزية، أما العلامة التجارية الأخرى (Phildar) فكانت تابعة لشركة فرنسية، وفي عام ١٩٦٤ قبل انضمام المملكة المتحدة إلى المفوضية الأوروبية، اتفق أصحاب هذه العلامات التجارية على عدم بيع المنتجات ذات علامة (Sirdar) في فرنسا، وعلى عدم تسويق المنتجات التي تحمل علامة (Phildar) في المملكة المتحدة، بالإضافة إلى أن كل منهما التزم بعدم منازعة صلاحية العلامة الأخرى، وقد أدانت المفوضية مثل هذا الاتفاق.

أما فيما يتعلق بتحديد المجالات التبادلية للعلامات التجارية بواسطة توزيع وتقسيم المنتجات، فقد أيدت المفوضية موافقتها على هذا الشأن في هذه القضية، حيث كان كل طرف فيها يسوق التبغ تحت علامات تجارية من شأنها إحداث خلط ولبس لدى المستهلك وبموجب الاتفاق المبرم بين الطرفين، التزم أحدهما بعدم استخدام علامته التجارية إلا بالنسبة لنوع مخصوص من التبغ، ومن جانبها أمرت المفوضية الأوروبية أن فرض قيود على استخدام العلامة لا يشكل قيود على المنافسة من وجهة نظر قانون الاتحاد الأوروبي في حالة عدم وجود التشابه والخلط لدى المستهلك.

ومن الحقوق المشروعة لصاحب العلامة إعطاؤه قدر من الإشراف (المراقبة) على تسويق المنتجات التي تحمل العلامة الخاصة به، لذلك يقوم بإنشاء شبكة من الموزعين بأنماط

متنوعة عن طريق عقود متضمنة شروط عديدة مثل: تقييد حرية اختيار الزبائن أو الموردين، وحجم المنتجات المباعة، كما يقوم صاحب العلامة بإبرام عقود حق التوزيع دون منازع مع موزعيه، مع الوعد لكل منهم بحق التوزيع في منطقته لمنتجات ذات العلامة التجارية بدون منازع، ويمكن لصاحب العلامة أيضاً إبرام عقود تحديد أو تواجد للعلامة التجارية مع منافسيه^(٧٠).

ومع ذلك، لم تعد حالياً هذه الشروط المشروعة لها نفس التأثير والقوة، فعلى الصعيد الداخلي، يخشى المشرع من عدم مساهمة هذه الشروط في تسهيل أوضاع المركز المسيطر أو تعارضها مع حرية التجارة والفرص المتساوية لكل تاجر في بحثه عن الزبائن.

وعلى الصعيد الأوروبي، فهناك تخوف من أن لا تؤدي هذه الشروط إذا تعلقت بعدة دول من الاتحاد الأوروبي إلى "عدم تجزئة" السوق أو عدم تخصصها في التعسف في استخدام المركز المسيطر، ولهذا، فإذا استمر مبدأ صحة هذه الشروط أصبحت فاعليتها حالياً هشة للغاية، علماً بأن التوجه لعقد استغلال العلامة التجارية يجب أن لا يهدف أو ينتج عنه إعادة تقسيم السوق^(٧١).

وعليه، فإننا نرى بأن حق مالك العلامة على علامته لا يشكل اعتداء على مبدأ حرية المنافسة وتقييداً للمنافسة، حيث إن الحقوق الاستثنائية التي يتمتع بها مالك العلامة على علامته تعد منظمة تشريعاً ومعترف بها قانوناً، ولا يحق للغير استخدام العلامة إلا من خلال إذن مالكيها.

المبحث الثاني

انقضاء الحق في العلامة التجارية

تناول الباحث في المبحث الأول مميزات الحق في العلامة التجارية، فمالك العلامة التجارية تثبت له عدد من الحقوق على علامته سواء أكانت علامته مسجلة أم لا، وتم تناول هذه الحقوق في المبحث الأول في مطالب ثلاثة، حيث تبين بأن من مميزات هذا الحق أنه نسبي ودائم واستثنائي، ولكن هل هذا الحق يبقى قائماً أم ينقضي؟ حيث إن المستقر بأن الحق في العلامة التجارية ينقضي في حالات معينة، وفي هذا المبحث سوف يتم تناول هذه الحالات من خلال دراسته في المطالب الآتية:

المطلب الأول: ترك العلامة التجارية.

المطلب الثاني: عدم استعمال العلامة التجارية.

المطلب الثالث: انقضاء الحق في العلامة وفقاً لمبدأ استنفاد الحق في العلامة التجارية.

المطلب الأول: ترك العلامة التجارية

يعد الترك من حالات انقضاء ملكية العلامة التجارية، حيث يبقى مالك العلامة محتفظاً بعلامته، إلا أن هناك حالات عدة ينقضي حقه بها والتي من ضمنها ترك العلامة التجارية، ولذلك سيقوم الباحث في هذا المطلب بدراسة أحكام الترك في الفرعين الآتيين:

الفرع الأول: المفهوم القانوني للترك.

الفرع الثاني: صور حالات الترك الضمني.

الفرع الأول : المفهوم القانوني للترك

يعد الترك من حالات انقضاء الحق في العلامة التجارية^(٧٢)، ويمكن تعريفه بأنه التخلي عن العلامة التجارية بقصد النزول عن ملكيتها، ويترتب عليه زوال ملكية العلامة التجارية، والترك يأخذ صورتين، هما: صورة الترك الصريح، وصورة الترك الضمني، ويكون الترك صريحاً، كأن يتم التنازل عن العلامة التجارية من قبل مالئها بشكل صريح، وبالتالي يصبح غير متمسك بملكيتها بناءً على إقرار منه أو بناءً على اتفاق بينه وبين الغير.

ويكون الترك ضمناً، حيث يستخلص من عدة مظاهر توحى بترك العلامة، كما لو استعملها الغير بدون اعتراض صاحبها، وبدون الدفاع عن حقه في ملكية العلامة أو ألا يقوم باستعمالها بعد أن قام بتسجيلها خلال مدة معينة، ومن حالات الترك الضمني أيضاً، اعتزال صاحبها ممارسة التجارة أو الصناعة التي تستخدم العلامة لتمييز منتجاتها^(٧٣)، وهذا ما سيتم بيانه في الفرع الثاني.

كما ويسنفاد من نص المادة (١/٢٢) من قانون العلامات التجارية الأردني^(٧٤) بأنها بينت بأن الترك من حالات انقضاء ملكية العلامة التجارية، ولكن ضمن شروط أكدتها محكمة العدل العليا الفلسطينية بشأن العلامة التجارية (الصفحات الصفراء): بقولها^(٧٥) " وهذا يعني أن هناك شرطان لا بد من توافرها لغاية تطبيق نص المادة المذكورة حتى يتم إلغاء العلامة التجارية وهما:

١. عدم وجود نية صادقة لاستعمال تلك العلامة للبضائع التي سجلت من أجلها.
 ٢. أن تلك العلامة لم تستعمل بالفعل خلال السنتين اللتين تقدمتا الطلب.
- وكذلك تنص المادة (١/٨٧١) من القانون المدني المصري على: "يصبح المنقول لا مالك له إذا تخلى عنه مالكه بقصد النزول عن ملكيته"، وهذا دليل على أن الترك يؤدي إلى انقضاء الحق في العلامة التجارية.
- وبالتالي يلاحظ الباحث بأنه كي يتم اعتبار العلامة متروكة أن يتخلى عنها صاحبها بنية النزول عن ملكيتها، فإذا لم تتوافر هذه النية لا يعتبر ذلك تركاً للعلامة التجارية.

الفرع الثاني : صور حالات الترك الضمني

تناولنا في الفرع الأول المفهوم القانوني لترك العلامة التجارية، وسيتناول الباحث في هذا الفرع صور لحالات الترك الضمني، فالترك الضمني للعلامة مسألة تستخلص من ظروف الواقع وتدخل في نطاق السلطة التقديرية لقاضي الموضوع، ومن حالات الترك الضمني للعلامة التجارية^(٧٦):

أولاً: اعتزال التجارة أو الصناعة من قبل مالك العلامة: حيث يترتب على ذلك زوال المنافسة مع غيره من المشروعات، وبالتالي تتعدم وظيفة العلامة التجارية لانعدام المنتجات التي كانت تميزها، ولا بد أن يكون اعتزال التجارة والصناعة نهائياً وأن تمضي فترة زمنية طويلة على الاعتزال^(٧٧). أما إذا كان الاعتزال مؤقتاً فلا يعتبر دليلاً على ترك العلامة

التجارية، لأنه قد يعود لمزاولة التجارة مرة أخرى ويستعمل نفس العلامة التجارية، فلا بد أن يمر وقت طويل يصبح بعده من المؤكد أن التاجر قد اعتزل التجارة وكل ما يتعلق بها ومن ضمنها العلامة التي كان يستعملها^(٧٨).

ثانياً: عدم اعتراض مالك العلامة التجارية على استعمال الغير للعلامة: حيث إذا قام الغير باستعمال العلامة نفسها وعدم قيام مالكيها بالاعتراض على ذلك، فإنه يعتبر تاركاً لها، ولكن إذا كان عدم اعتراض مالك العلامة على استعمالها من قبل الغير من قبيل التسامح مع منافس آخر فلا يعد ذلك دليلاً على انصراف نيّة المالك التخلي عن العلامة التجارية ولا تنقضي ملكيتها^(٧٩).

وفي هذا الشأن حكمت إحدى المحاكم المصرية بأن عدم اعتراض صاحب العلامة استعمال الغير لعلامته التجارية زمناً طويلاً مؤداه نزول المالك عن ملكية العلامة، بحيث يصبح استعمالها أمراً مباحاً^(٨٠).

وهناك من يرى^(٨١) بأن تحول العلامة التجارية إلى علامة وصفية يعتبر تركاً لا إرادياً لها، والمقصود هو أن تتحول العلامة إلى اسم يدل على جنس البضاعة أو الخدمة. وتنص المادة (٦/٧١٤) من قانون الملكية الفكرية الفرنسي بشأن ذلك على سقوط حقوق المالك الذي أدى فعله إلى التعيين الشائع للمنتج أو الخدمة في السوق التجاري، أو حدوث خطأ شخصي يتعلق بطبيعة أو جودة ومنشأ المنتج أو الخدمة، وفي ذلك أيضاً حكم القضاء الفرنسي^(٨٢) بطلان علامة (E- Learning) وذلك لشيوع استخدامها في الصحافة منذ شهر مارس ٢٠٠٠م، وهو ما يفقدها شرط التميز.

ومن أمثلة تحول العلامة التجارية إلى علامة وصفية: علامة " زيروكس" التي أصبحت تستعمل في اللفظ للدلالة على آلات تصوير الورق رغم أن تلك الآلات تتكون من ماركات مختلفة، وكذلك علامة " فريجير" التي تستعمل لتمييز نوع من الثلاجات، وتحولت مع الوقت كاسم يطلقه العامة على الثلاجات بشكل عام، وعليه، فالعلامة التي يتم استخدامها بكثرة من مشاريع كثيرة، تفقد قدرتها على أداء وظيفتها بالإشارة إلى مصدر المنتجات، بحيث إن شيوع استعمالها يفقدها القدرة على تمييز منتجات مشروع معين^(٨٣).

ونرى بأنه يتعين على مالك العلامة للحفاظ عليها من التحول إلى علامة وصفية القيام بحملات دعائية عن العلامة وتعريف الجمهور بها باستمرار، وكذلك اتباع إجراءات قانونية ضد كل من يستغل العلامة بطريقة غير مشروعة.

ولكن لا يعد تركاً للعلامة التجارية إذا صدرت قرارات سيادية تمنع استعمال علامات تجارية معينة، وذلك بهدف مقاطعة منتجات دولة أو دول معينة، ومثال ذلك القرارات التي تم اتخاذها من الدول العربية بمقاطعة منتجات دول معينة وذلك أثناء حرب ١٩٥٦ وحرب ١٩٦٧م^(٨٤).

وعليه، فإننا نلاحظ بأنه إذا حصل الترك بعدم اعتراض مالك العلامة التجارية على استعمال الغير لها فإنها تصبح مباحة، ويجوز اتخاذها من أي شخص علامة له، وبالتالي يصبح مالك العلامة فاقداً لها ولا يستطيع التصرف بها.

المطلب الثاني: عدم استعمال العلامة التجارية

تناول الباحث في المطلب الأول إحدى حالات انقضاء الحق في العلامة التجارية ألا وهي ترك العلامة التجارية من قبل مالكيها سواء أكان بشكل صريح أم بشكل ضمني تستخلص من ظروف واقع الحال، وفي هذا المبحث سوف يتناول الباحث حالة أخرى لانقضاء الحق في العلامة التجارية من خلال عدم استعمالها من مالكيها ضمن ضوابط، وعليه، سيقوم الباحث في هذا المطلب بدراسة عدم استعمال العلامة التجارية كحالة من حالات انقضاء الحق فيها من قبل مالكيها، ولذلك سوف يتم تقسيم هذا المطلب للفروع الآتية:

الفرع الأول: المفهوم القانوني لعدم الاستعمال.

الفرع الثاني: الموقف القانوني والقضائي في فرنسا من عدم الاستعمال.

الفرع الثالث: الموقف الفقهي لعدم الاستعمال.

الفرع الأول: المفهوم القانوني لعدم الاستعمال

يقصد بعدم الاستعمال التوقف من قبل مالك العلامة وبشكل إرادي عن استعمال علامته، وذلك كأن يتوقف عن استعمالها وفقاً لما هي مخصصة له من منتجات وبضائع وخدمات، بانقضاء مدة معينة تمر على عدم استعمالها^(٨٥).

ويتبين للباحث بأن المادة (١/٢٢) من قانون العلامات التجارية الأردني^(٨٦) أجازت لأي شخص أن يطلب إلغاء تسجيل أية علامة تجارية إذا كان صاحب تلك العلامة لم يكن لديه النية الصادقة في استعمالها أو أنه في الواقع لا يستعملها استعمالاً حقيقياً، وقد سار على هذا النهج

موقف القضاء الأردني في اجتهاداته في ظل قانون العلامات لسنة ١٩٥٢م^(٨٧)، وقد أكد ذلك أيضاً القضاء الفلسطيني^(٨٨).

ونشير بأن التشريعات السارية في فلسطين حددت مدة ملكية حقوق العلامة التجارية سبع سنوات^(٨٩) من تاريخ تسجيلها، إلا أنه أجاز تجديد تسجيل العلامة من حين إلى آخر، وأوجب على المسجل - بناءً على طلب صاحب العلامة المسجلة - تجديد تسجيل تلك العلامة لمدة أربعة عشر سنة اعتباراً من تاريخ انتهاء مدة التسجيل الأول^(٩٠)، وبذلك يمكن لصاحب العلامة الاحتفاظ بعلامته لمدد أخرى متلاحقة قد تصل إلى ما لا نهاية إذا ما رغب في ذلك، إذ يجوز له أن يقدم طلباً لتجديد علامته خلال مدة لا تقل عن ثلاثة شهور قبل انقضاء مدة تسجيلها الأخير^(٩١).

أما إذا لم يقدم طلب تجديد تسجيل العلامة التجارية خلال مدة لا تقل عن شهر واحد قبل انقضاء مدة التسجيل الأخير ولا تزيد عن شهرين قبل ذلك التاريخ يرسل المسجل إخطاراً بذلك إلى صاحب العلامة، فإذا ما انقضت مدة التسجيل الأخيرة ولم يدفع رسم التجديد عن العلامة ينشر المسجل إعلاناً بذلك، فإن مضت مدة الإعلان المذكور يجوز للمسجل أن يرقن (يشطب) العلامة التجارية من السجل اعتباراً من التسجيل الأخير، فإذا ما رقنت (شطب) العلامة من السجل^(٩٢) وجب على المسجل أن يتخذ التدابير اللازمة لإدراج قيد بترقينها (شطبها) من السجل مع بيان سبب الترقين^(٩٣)، أما إذا ما تم تجديدها وفقاً للأصول يرسل المسجل إلى صاحب العلامة إشعاراً بتجديد التسجيل وينشر إعلاناً بذلك في الجريدة الرسمية^(٩٤).

كما وتنص المادة (١/١٩) من اتفاقية " ترابس " على: " إذا كان استخدام العلامة التجارية شرطاً لاستمرار تسجيلها، لا يجوز إلغاء التسجيل إلا بعد انقضاء مدة لا تقل عن ثلاث سنوات متوالية من عدم استخدامها، ما لم يثبت صاحب العلامة التجارية وجود أسباب وجيهة تستند إلى وجود عقبات تحول دون هذا الاستخدام، وتعتبر الأوضاع الناشئة بغير إرادة صاحب العلامة والتي تحول دون استخدامها، كقيود الاستيراد المفروضة على السلع والخدمات التي تحميها العلامة التجارية المعنية أو الشروط الحكومية الأخرى المفروضة عليها، أسباباً وجيهة لعدم استخدامها".

وفي فرنسا، يتم رفع دعوى عدم الاستعمال أمام المحكمة الابتدائية، ويتحقق عدم الاستعمال في حالة غياب الاستغلال الجاد خلال خمس سنوات بشكل مستمر وبدون أي عذر شرعي^(٩٥)، وتجدر الإشارة هنا إلى قيام القانون الفرنسي بقلب عبء الدليل طالما أنه يتعين على

المدعى عليه (صاحب العلامة المودعة) إثبات استغلاله للعلامة التجارية^(٩٦)، أو عدم قيامه باستغلالها ناتج عن أسباب قانونية سليمة، ولكن يستبعد القانون عدم الاستعمال إذا قام صاحب العلامة باستخدام علامة قريبة منها بدلاً من العلامة التجارية الخاصة به كما هي^(٩٧).

وهذا ما أكدته محكمة باريس أنه إذا كان استعمال علامة تحت صيغة مغايرة عن التسجيل الأصلي ولكنها مقبولة يعتبر جائزاً ويبقى مالك العلامة غير فاقدها، بشرط أن يكون الاستعمال مثبتاً بالنسبة لكل منتج معين ولكن لا يعد كذلك بالنسبة للمنتجات المشابهة^(٩٨).

وقضت محكمة النقض الفرنسية: "أخذت محكمة الاستئناف أن اجتماع المواد (٩/٧١٢؛ ٢٥/٧١٢) من قانون الملكية الفكرية يسمح بالتجديد المسبق للعلامة التجارية المسجلة خلال الإيداع الجديد القائم على تعديل العلامة وعلى توسيع قائمة المنتجات أو الخدمات المستهدفة من هذا التسجيل"^(٩٩).

وبالنسبة لموقف القانون المصري فقد بين بنص المادة (٩١) من قانون الملكية الفكرية المصري، بأنه يجوز للمحكمة المختصة بناءً على طلب كل ذي شأن أن تقضي بشطب تسجيل العلامة بحكم قضائي واجب النفاذ إذا ثبت لديها أنها لم تستعمل بصفة جدية دون مبرر تقدره لمدة خمس سنوات متتالية.

ويتبين من ذلك بأن هناك شروط عدة كي يتم شطب العلامة وهي:

١. أن تمضي خمس سنوات متتالية يثبت فيها عدم استعمال العلامة التجارية من مالكيها.
٢. يتم تقديم الطلب إلى المحكمة وليس إلى مصلحة التسجيل.
٣. كما يشترط أن يكون حكم المحكمة واجب النفاذ.

وبالتالي يرى الباحث بأنه يجوز لكل صاحب مصلحة أن يتقدم بطلب إلغاء تسجيل العلامة التجارية في حال عدم وجود نية صادقة من مالكيها لاستعمالها أو لعدم استعمالها على البضائع التي سجلت من أجلها، كما يجوز التقدم بطلب الإلغاء في حال عدم الاستعمال خلال المدة المحددة قانوناً، أما إذا كان عدم الاستعمال ناتجاً عن ظروف السوق أو الأحوال التجارية المتعثرة أو إلى ظروف اقتصادية لمالك العلامة التجارية، علماً بأن هذه الأحوال من اختصاص المحكمة التي تملك التقدير، ويترتب على عدم استعمال العلامة أن تصبح مباحة ويجوز للغير استعمالها^(١٠٠).

الفرع الثاني

الموقف القانوني والقضائي في فرنسا من عدم الاستعمال

يؤكد الفقه الفرنسي^(١٠١) بأن سقوط الحق في العلامة لعدم استغلالها إحدى صور انقضاء الحق في العلامة التجارية، ويصدر بذلك حكم من المحكمة الابتدائية الواقع في ذاتها محل إقامة صاحب العلامة المقضي بسقوطها ويحق لكل صاحب مصلحة الادعاء بذلك كأحد المنافسين مثلاً، وبسبب هذا الحق فإن دعوى السقوط هذه لا تتقدم ويجوز الادعاء بها كطلب أصيل أو كطلب احتياطي أو عارض.

وتؤكد ذلك ما نصت عليه المادة (٥/٧١٤) من قانون الملكية الفكرية الفرنسي على^(١٠٢) بأنه يستوجب سقوط الحق على العلامة للمالك الذي لا يستخدم بشكل جدي منتجاته وخدماته المحددة في شهادة التسجيل، خلال مدة غير قابلة للقطع مدتها خمس سنوات.

ويجوز تقديم طلب سقوط الحق في العلامة أمام القضاء من كل ذي مصلحة، فإذا تعلق الطلب بجزء من المنتجات أو الخدمات المذكورة في شهادة التسجيل فإن السقوط لا يتجاوز إلا المنتجات أو الخدمات المعنية، والاستخدام الجاد للعلامة الذي يبدأ أو يتم في وقت لاحق على مدة الخمس سنوات المذكورتين في الفقرة الأولى من المادة السابق بيانها أعلاه، لا يعوق إذا تم مباشرته خلال ثلاثة أشهر سابقة على طلب السقوط وبعد أن يكون المالك على علم باحتمال تقديم هذا الطلب.

وإثبات استغلال العلامة يقع على عاتق مالك العلامة في حال طلب سقوطها^(١٠٣)، ويجوز إثباته بكافة طرق الإثبات، والسقوط ينتج أثره من وقت انقضاء مدة الخمس سنوات وله أثر مطلق ونهائي.

ولا يقع على المدعي إثبات عدم استغلال العلامة من قبل صاحبها، إذ إنه أمر لا يمكن، ولكن على المدعي عليه إثبات استغلاله للعلامة^(١٠٤)، وذلك للهروب من طلب السقوط، سواء من خلال إثباته للاستغلال الحقيقي والجاد للعلامة، أو أن يقدم مبرر لعدم الاستغلال، ويجب إثبات حصول هذا الاستغلال خلال مدة خمس سنوات وهي مدة قاطعة للتقدم^(١٠٥)، حيث إن هذه المدة هي مدة سقوط يبدأ حسابها من يوم الإعلان عن التسجيل، ويعد الاستخدام جاداً للعلامة إذا تعددت الإعلانات الخاصة بالمنتجات التي تحمل ذات العلامة^(١٠٦).

وهناك حالات قد تبرر عدم استخدام العلامة، ويقبلها القضاء، وتحول دون سقوط العلامة، كوجود حالة قاهرة تحول دون استخدام العلامة أو تعزز الحصول على المواد الأولية اللازمة لتنفيذ المنتج الذي يحمل اسم العلامة وذلك مثل حالات الحرب، فالحالة القاهرة تعد أمر خارجي غير متصل بنشاط الشخص كزلزال أو فيضان^(١٠٧).

وقد يكون هناك مانع قانوني يحول دون استخدام العلامة كعدم إصدار الترخيص الطبي للدواء مثلاً، وإذا تم قبول دعوى السقوط فإن حق صاحب العلامة على علامته يسقط كلياً أو جزئياً، ويتم نشر حكم السقوط في السجل الوطني للعلامات، ومع ذلك لم ينص القانون على شطب العلامة^(١٠٨).

كما عد القضاء الفرنسي أن استعمال شارة كعلامة بصفة جديدة ومستمرة لمنتجات وخدمات محددة في الإيداع بواسطة فرع للشركة، يسمح باستبعاد سقوط الحق^(١٠٩). وعليه، يلاحظ الباحث بأن موقف الفقه والقانون والقضاء الفرنسي من عدم الاستعمال يتفق مع ما ذهب إليه التشريعات والاجتهادات الأخرى محل المقارنة، حيث إن عدم الاستعمال يعد سبباً لانقضاء الحق في العلامة التجارية، فإذا لم يقم مالك العلامة باستخدامها فإنه يفقد حقه عليها، ولكن إذا كانت هناك مبررات مقنعة للقضاء بأن عدم الاستعمال ناتج عن ظروف قاهرة وأسباب تتعلق بالسوق والمنشأة الاقتصادية لمالك العلامة فإن ذلك يحول دون الحكم بسقوط ملكيتها.

الفرع الثالث : الموقف الفقهي لعدم الاستعمال

لقد برز في خصوص انقضاء ملكية العلامة لعدم الاستعمال رأيان هما^(١١٠):
الرأي الأول: يذهب هذا الرأي إلى أن ملكية العلامة التجارية دائمة لا تزول عن صاحبها مهما طال الزمن بعدم الاستعمال، فقد يكون سبب عدم الاستعمال نظراً لظروف خاصة لدى صاحبها فيجب أن تبقى ملكاً له، وأن عدم استعمال العلامة لا يفقد ملكيتها إلا إذا انضمت إليه شواهد وظروف أخرى على ترك العلامة^(١١١).

الرأي الثاني: يذهب هذا الرأي إلى أن ملكية العلامة تنشأ من الاستعمال من قبل مالكها وهذا هو الأصل، وعليه فإن هذه الملكية تنقضي إذا توقف صاحبها عن استعمالها^(١١٢).

ويرى البعض^(١١٣)، أن ملكية العلامة قد تنقضي بالترك بسبب عدم الاستعمال، أي أن انقضاء ملكية العلامة بسبب عدم الاستعمال يفترض معه ترك المالك للعلامة، وأن عدم

استعمالها يعد قرينة على انصراف إرادة مالك العلامة إلى تركها، ويضيف، إلى ضرورة التفرقة بين العلامة التجارية غير المسجلة والعلامة التجارية المسجلة، حيث إن العلامة غير المسجلة يثبت الحق فيها بالاستعمال، فإن هذا الحق يزول بعد الاستعمال إذا اقترن عدم الاستعمال بنية الترك لأن الاستعمال هو سند ملكية العلامة وهو مصدر هذا الحق، وبالتالي يزول هذا الحق بزوال المصدر وهو الاستعمال، أما العلامة المسجلة فإن ملكيتها لا تنقضي لمجرد عدم الاستعمال.

وهذا الرأي يتفق مع ما ذهب إليه قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري من حيث السماح للمحكمة المختصة بناءً على طلب كل ذي شأن أن تقضي بشطب تسجيل العلامة بحكم قضائي إذا اثبت لديها أنها لم تستعمل بصفة جدية دون مبرر تقدره لمدة خمس سنوات متتالية^(١١٤).

ويستفاد من ذلك^(١١٥) بأن حالة الشطب المذكورة هي إحدى صور الترك المستفاد من عدم الاستعمال للعلامة لفترة زمنية معينة وبشروط معينة، حيث يتوجب على المحكمة أن تقضي بشطب العلامة إذا أثبت أن العلامة لم تستعمل بصفة جدية خمس سنوات متتالية إلا إذا قدم مالك العلامة التجارية أسباب مقنعة تدعو بعدم استعمالها خلال المدة المذكورة، ولكن هذا لا يؤدي إلى اعتبار عدم الاستعمال من أسباب انقضاء الحق في العلامة، ولا يؤدي أيضاً إلى اعتبار شطب التسجيل من أسباب الانقضاء أيضاً، وإنما يعتبر سبب انقضاء الحق في العلامة هو الترك المؤسس على عدم الاستعمال.

وعليه يكون من الجائز أن يتم إلغاء تسجيل العلامة لعدم الاستعمال المتواصل دون أسباب مقنعة، ونقول في ذلك المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO) بأنه ينبغي عامة الانتفاع بالعلامة التجارية فور تسجيلها وإلا تتعرض للشطب بناءً على طلب أي شخص آخر يستطيع أن يثبت أنها لم تكن موضع انتفاع، وفي معظم البلدان لا تشطب العلامة في تلك الحالة إلا إذا ثبت مرور ثلاث سنوات على الأقل من غير الانتفاع بها، ولعل من المجدي في هذا الصدد الاطلاع على الوضع القانوني في البلد الذي تم فيه تسجيل العلامة، ومع ذلك، إذا استطاع مالك العلامة أن يثبت أن ظروفًا خارجة عن إرادته منعه من الانتفاع بالعلامة رغم نيته الصادقة للانتفاع بها، فلا يجوز شطب العلامة^(١١٦).

المطلب الثالث

انقضاء الحق في العلامة وفقاً لمبدأ استنفاد الحق في العلامة التجارية

ويقصد بهذا المبدأ سقوط حق صاحب العلامة في منع الغير من استيراد المنتجات المشمولة بالحماية بمجرد أن يطرح تلك المنتجات للتداول في سوق أي دولة سواء بنفسه أو عن طريق أحد تابعيه أو بموافقته^(١١٧).

ويستنفذ الحق في العلامة التجارية عندما لا يكون من المستطاع استخدامه للحيلولة دون مواصلة البيع التجاري للسلع التي تحمل علامة تجارية، فإذا ما طرح مالك العلامة سلعة في سوق إحدى الدول - حيث تكون العلامة مسجلة - فلا يكون ثمة انتهاك للعلامة الخاصة بتلك السلعة التي سيعاد بيعها داخل الدولة نفسها^(١١٨)، فبمجرد أن وضع مالك العلامة المنتج الذي يحمل هذه العلامة بإرادته في التداول يستنفذ حقه تجاه هذه العلامة، فلا يعود بإمكانه أن يستند إلى حقه بالعلامة للتحكم بمصير المنتج الذي يحمل هذه العلامة^(١١٩).

وتضمن قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري مبدأ استنفاد حقوق مالك العلامة التجارية حيث تنص المادة (٧١) منه على: "يستنفذ حق مالك العلامة في منع الغير من استيراد أو استخدام أو بيع أو توزيع المنتجات التي تميزها هذه العلامة إذا قام بتسويق تلك المنتجات في أية دولة أو رخص للغير بذلك"، وهذا مبدأ هام أدخله المشرع المصري.

وهناك من يرى^(١٢٠) أن تطبيق هذا المبدأ على إطلاقه يعني أن صاحب العلامة له الحق في منع الغير من استيراد كافة المنتجات المشمولة بالحماية، بما في ذلك المنتجات التي طرحت للبيع في الخارج عن طريق صاحب العلامة سواء بنفسه أو بموافقته، مما يؤدي إلى إعاقة تداول المنتجات عبر الحدود الدولية، ولذلك ذهبت بعض التشريعات إلى تضيق نطاق حق صاحب العلامة في منع استيراد المنتجات المشمولة بالحماية عن طريق تقنين مبدأ الاستنفاد الدولي لحقوق الملكية الفكرية.

وفي النص المذكور يرى البعض^(١٢١) أنه لا يعد اعتداء على حقوق صاحب العلامة التجارية عند قيام الغير باستيراد أو استخدام أو بيع أو توزيع منتجات أو سلع تميزها العلامة طالما ثبت قيام صاحب الحق بتسويقها بنفسه أو بواسطة ترخيصه للغير في أية دولة.

ويرى بعض الفقه الفرنسي^(١٢٢) بأن آلية نفاذ الحقوق تسمح بالتوفيق بين مقتضيات قانون الملكية الفكرية وبين مبدأ حرية نقل البضائع، وقد تم النص على هذه الآلية في المادة (٤/٧١٣) من قانون الملكية الفكرية الفرنسي، والتي بموجبها لا يسمح الحق الممنوح من قبل العلامة لصاحبها حظر استخدام هذه العلامة لمنتجات تم عرضها للبيع في المجتمع الاقتصادي الأوروبي أو في المجال الاقتصادي الأوروبي وتحمل هذه العلامة التجارية، ولن يلعب نفاذ الحقوق دوره إلا إذا كان المنتج محلاً للتداول لأول مرة في إحدى دول الاتحاد الأوروبي مع رضا صاحب العلامة التجارية، وعلاوة على ذلك، تنص الفقرة (٥) من المادة (٤/٧١٣) على استثناء النفاذ في حالة الدوافع المشروعة مثل: التعدي على سمعة العلامة التجارية.

وهناك من يرى^(١٢٣) أن اتفاقية "تريس" وقفت موقفاً سلبياً من مسألة استنفاد حقوق الملكية الفكرية، ويستشهد بذلك ما نصت عليه المادة (٦) من الاتفاقية التي نصت على: " لأغراض تسوية المنازعات بموجب هذه الاتفاقية، مع مراعاة أحكام المادتين (٣ و ٤)، لا تتضمن هذه الاتفاقية ما يمكن استخدامه للتعامل مع مسألة انقضاء حقوق الملكية الفكرية".

حيث يرى^(١٢٤) بأن حكم هذه المادة يؤكد أن التزام الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية بتطبيق مبدأ استنفاد حقوق الملكية الفكرية، لا يجوز أن يستمد من نصوص اتفاقية تريس، فالاتفاقية لم تتخذ أي موقف إيجابي من قضية استنفاد حقوق الملكية الفكرية، ولا يجوز تفسير نصوصها على نحو ينشئ التزاماً في ذمة الدول الأعضاء بتطبيق مبدأ الاستنفاد، أو يعفيها من تطبيقه، وهذا يعني أن الاتفاقية تركت لتشريعات الدول الأعضاء كامل الحرية في الأخذ بمبدأ استنفاد حقوق الملكية الفكرية أو عدم الأخذ به وفقاً لمصلحتها الوطنية.

تطبيقات قضائية على مبدأ استنفاد حقوق مالك العلامة التجارية :

١. إحدى محاكم الاستئناف الألمانية قررت أنه لا يحق للشركة صاحبة العلامة المصنعة للسيارات التي تحمل هذه العلامة أن تمنع تاجر من استعمال صورة علامة المرسيدس- وهي النجمة الثلاثية المعروفة- وكذلك العلامة الكلمة "مرسيدس- بنز" على الإعلانات المتعلقة ببيع هذه السيارات، طالما أن هذا الاستعمال يكون ضمن الحدود المعروفة تجارياً بقصد بيع هذه السيارات ولا يتم استعماله بطريقة أخرى بحيث يقصد منه أن يستفيد التاجر كتاجر من سمعة هذه العلامة والشركة التي تملكها، من جملة الاعتبارات التي أسندت المحكمة رأيها إليها هو مبدأ استنفاد الشركة صاحبة العلامة لحقها في منع التاجر من استخدام هذه العلامة في معرض بيع السيارات التي تحملها طالما أنها هي نفسها قامت بوضع هذه السيارات علامتها في التداول^(١٢٥).

٢. قضت محكمة استئناف شرق القاهرة ببراءة صاحب إحدى الشركات المصرية المتخصصة في تجارة العطور من تهمة تقليد علامة تجارية لقيامه باستيراد بعض هذه العطور من إحدى الشركات المنتجة لها في فرنسا وكانت علامتها مسجلة في مصر وفي الخارج، وقدمت الشكوى ضده من الشركة المصرية التي قامت بتسجيل العلامة في مصر، وقد استندت المحكمة إلى أن المتهم لم يقم بتقليد العلامة وإنما قام باستيراد السلعة من الخارج وفقاً للنظم الاستيرادية المتبعة، ومن ثم لا تقوم بحقه جريمة^(١٢٦).

وتجدر الإشارة بأن قوانين العلامات التجارية السارية في فلسطين لم تنص على هذا المبدأ، رغم أهميته بالنسبة للدول النامية، حيث يؤدي إلى تضيق نطاق الحق الاستثنائي المقرر لمالكي العلامات التجارية في منع الغير من الاستيراد، ويسمح للدول النامية بالاستيراد الموازي^(١٢٧)، وتوفير المنتجات في الأسواق المحلية بأسعار قليلة^(١٢٨).

وأخيراً، تجدر الإشارة بأن موقف التشريعات الأخرى مختلفة من مبدأ الاستنفاد الدولي لحقوق الملكية الفكرية^(١٢٩)، فهناك دول على رأسها الولايات المتحدة الأمريكية تقف موقفاً معارضاً لفكرة الاستنفاد الدولي، لأنه لا ينسجم مع السياسات التسويقية التي تنتهجها شركاتها العملاقة المتعددة القوميات، فهي تعتمد في تسويق منتجاتها في الأسواق العالمية بصفة أساسية

على تقسيم الأسواق والتمييز السعري فيما بينها، بحسب ظروف وأوضاع كل سوق منها على حدة.

أما في أوروبا فقد أثار تطبيق مبدأ الاستنفاد الدولي لحقوق الملكية الفكرية جدلاً كبيراً، ولعبت محكمة العدل الأوروبية دوراً هاماً في التنسيق بين الاتجاهات المتعارضة لدول المجموعة الأوروبية في تطبيقها لمبدأ الاستنفاد الدولي أدى إلى توحيد موقفها، وتم اقتصار تطبيق نظرية استنفاد حقوق الملكية الفكرية على نطاق إقليمي في نطاق المجموعة الأوروبية^(١٣٠).

الخاتمة :

تناولنا في هذا البحث الإطار القانوني لمميزات الحق في العلامة التجارية وانقضاء ملكيتها، ولاحظنا بأن الغرض من العلامة التجارية هو أن تكون وسيلة لتمييز المنتجات والسلع، ويتحقق هذا الغرض بالمغايرة بين العلامات التي تستخدم في تمييز سلعة معينة، وإن التسجيل لا ينشئ بذاته حقاً في ملكية العلامة، إذ إن هذا الحق ولید استعمال العلامة، ولا يقوم التسجيل إلا قرينة على هذا الحق يجوز دحضها لمن يدعي أسبقيته في استعمال العلامة، إلا أن القانون الفرنسي يأخذ بالتسجيل وليس بأسبقية الاستعمال، كما أن لمالك العلامة التجارية عدد من الحقوق والمميزات تثبت له على علامته سواء أكانت مسجلة أم لم تكن مسجلة، ومن هذه الحقوق بأن حق مالك العلامة على علامته نسبياً أي يكون بإمكان الغير استخدام العلامة على منتجات وخدمات وبضائع أخرى غير مماثلة للمنتجات والخدمات التي تميزها العلامة الأولى بما أن اللبس والخداع مستبعد بالنسبة للمستهلك، وذلك لأن العبرة بالعلامة التجارية بمظهرها العام وليس بالعناصر الجزئية التي تتكون منها العلامة، وبالتالي لا يجوز لمالك العلامة الاحتجاج بحقه في العلامة في مواجهة الكافة، وإنما له الاحتجاج به فقط في مواجهة الأشخاص الذين يزاولون نفس النوع من الصناعة أو التجارة أو الخدمات التي يزاولها مالك العلامة، وقد اتفقت على ذلك التشريعات محل المقارنة وأحكام القضاء في الدول محل المقارنة.

النتائج :

١. أن الحق في العلامة هو حق دائم بالنسبة لمالكها، فرغم أن ملكية العلامة محددة بفترة زمنية معينة إلا أن التشريعات أجازت لمالك العلامة الاحتفاظ بها إلى الأبد طالما يحرص على تجديد تسجيلها وفقاً للقانون،
٢. يثبت لمالك العلامة التجارية حق احتكار واستئثار علامته، وبالتالي لا يجوز للغير استخدامها بدون اتفاق مع مالكها، كما لا يجوز للغير تقليدها أو تزويرها أو الاعتداء عليها بأي صورة من صور الاعتداء. ولا يعد الحق الاحتكاري مقيداً لمبدأ حرية المنافسة فقد اعترفت بالحق الاحتكاري وباقي الحقوق المذكورة التشريعات محل المقارنة وأحكام القضاء المقارن واتفاقية تربس والمنظمة العالمية للملكية الفكرية (الوايبو).
٣. يترتب على الحق الاحتكاري لمالك العلامة حقه في التنازل عن ملكيتها أو تقرير رهن عليها، إلا أن التشريعات السارية في فلسطين لا تسمح التصرف بالعلامة منفصلة عن المحل التجاري.
٤. تبين لنا بأن الحق في العلامة التجارية ينقضي بحالات عدة، ومن حالات الانقضاء ترك العلامة التجارية والتخلي عنها بشكل إرادي من مالكها وذلك نتيجة لزوال النشاط الذي تميزه، كما أن عدم اعتراض المالك ضد الغير الذي استخدمها رغم علمه يعد تركاً لها، كما يجوز لكل صاحب مصلحة أن يتقدم بطلب إلغاء تسجيل العلامة التجارية في حال عدم وجود نية صادقة من مالكها لاستعمالها أو لعدم استعمالها على البضائع التي سجلت من أجلها، أما إذا كان عدم الاستعمال ناتجاً عن ظروف السوق أو الأحوال التجارية المتعثرة أو إلى ظروف اقتصادية لمالك العلامة التجارية، فإن ذلك لا يعد سبباً لانقضاء ملكيتها، علماً بأن تقدير مثل هذه الحالات يكون من اختصاص المحكمة.
٥. ومن الحالات الأخرى التي ينقضي فيها حق المالك على العلامة مبادئ استنفاد الحق في العلامة التجارية، وهي المبادئ التي اعترفت بها بعض التشريعات المقارنة، بحيث يستنفذ حق مالك العلامة في منع الغير من استيراد أو استخدام أو بيع أو توزيع المنتجات التي تميزها هذه العلامة إذا قام بتسويق تلك المنتجات في أية دولة أو رخص للغير بذلك.

التوصيات :

١. نوصي المشرع المصري والفلسطيني والأردني الاعتراف بتسجيل العلامات غير المادية على غرار القانون الفرنسي، وذلك بالأخذ بالمفهوم الواسع لتعريف العلامة التجارية بحيث يتم الاعتراف بتسجيل العلامات غير المادية (الصوت، الطعم، الرائحة) وذلك نظراً للتطور الحاصل في هذا المجال.
٢. نوصي بتعديل التشريعات السارية في فلسطين (قانون العلامات الأردني، وقانون العلامات الانتدائي) بحيث يتم السماح لمالك العلامة التجارية برهنها أو نقل ملكيتها مستقلة عن المحل التجاري.
٣. نوصي بتعديل التشريعات السارية في فلسطين برفع مدة ملكية حقوق العلامة التجارية إلى عشر سنوات من تاريخ تسجيلها بدلاً من سبع سنوات انسجاماً مع اتفاقية تريس والقوانين محل المقارنة.
٤. نوصي المشرع الفلسطيني والأردني الأخذ بمبدأ استنفاد الحقوق في العلامة التجارية على غرار المشرع المصري، نظراً لأهميته بالنسبة للدول النامية في تضيق نطاق الحق الاستثنائي المقرر لمالكي العلامات التجارية.
٥. نوصي المشرع الفلسطيني بالعمل على إقرار مشروع قانون الملكية الصناعية الفلسطيني بعد نقاشه بشكل كاف مع جهات الاختصاص ومع الخبراء المحليين والدوليين لكي يكون منسجماً مع الاتفاقيات الدولية ذات العلاقة، حيث لاحظنا بأن التشريعات الخاصة بالعلامة التجارية قديمة وموروثة عن حقبات تشريعية مرت على فلسطين، لذلك لا بد من تطوير وتحديث هذه التشريعات بما ينسجم مع التطور الحاصل في هذا الشأن.

الهوامش :

- (١) الشريدة، محمد عبيد، الحماية الوقائية للعلامة التجارية المشهورة في القانون البحريني، مجلة الحقوق، جامعة البحرين، المجلد (١٢)، العدد (٢)، ص ١١٦.
- (٢) المادة (١) من قانون العلامات الأردني رقم (٣٣) لسنة ١٩٥٢م الساري في الضفة الغربية (منشور في الجريدة الرسمية الأردنية، العدد (١١١٠) بتاريخ ١/٦/١٩٥٢م، ص ٢٤٣) - فيما بعد يشار إليه: " قانون العلامات الأردني"، وصدر بموجب هذا القانون نظام العلامات الأردني

ومنشور في الجريدة الرسمية الأردنية، العدد (١١٢٩) بتاريخ ١٦/١٢/١٩٥٢م، ص ٣٩٧. سيشار إلى هذا النظام فيما بعد: "نظام العلامات الأردني".

(٣) المادة (١) من قانون العلامات التجارية الانتدابي الساري في قطاع غزة رقم (٣٥) لسنة ١٩٣٨م (الوقائع الفلسطينية - فترة الانتداب البريطاني- في العدد (٨٤٣) بتاريخ ٢٤/١١/١٩٣٨م، ص ١٥٦)- فيما بعد يشار إليه: " قانون العلامات الانتدابي"، وصدر بموجب هذا القانون نظام العلامات الانتدابي ومنشور في الوقائع الفلسطينية - فترة الانتداب البريطاني-، العدد (٩٨٤) بتاريخ ٨/٢/١٩٤٠م، ص ٢٨٨. سيشار إلى هذا النظام فيما بعد: "نظام العلامات الانتدابي".

(٤) المادة (٦٦) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري رقم (٨٢) لسنة ٢٠٠٢م، منشور في الجريدة الرسمية المصرية، العدد (٢٢) (مكرر) في ٢١ ربيع الأول سنة ١٤٢٣هـ، الموافق ٢ يونية ٢٠٠٢م.

(٥) تقابل المادة (١/٧) من قانون العلامات التجارية الانتدابي الساري في قطاع غزة.

(٦) قانون الملكية الفكرية الفرنسي لسنة ١٩٩٢م، تاريخ نفاذه ٣ يوليو ١٩٩٢م، وقد صدرت مواد عدة معدلة وإضافية له، ومتاح بتعديلاته وبصيغته لسنة ٢٠١٤م على موقع المنظمة العالمية للملكية الفكرية بالرباط الآتي: <http://www.wipo.int/wipolex/ar/details.jsp?id=14082> تاريخ الدخول ١٤/٢/٢٠١٧م. وقد نظم هذا القانون أحكام العلامات التجارية في المادة (٧١١) وما بعدها).

(٧) انظر الموقع الرسمي للمنظمة العالمية للملكية الفكرية على الرابط الآتي:

http://www.wipo.int/sme/ar/faq/tm_faqs.htm تاريخ الدخول للموقع ١٥/١/٢٠١٨م الساعة ٩:٠٠ مساءً.

(٨) زين الدين، صلاح، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٦م، ص ٤١ وما بعدها.

(٩) انظر حكم محكمة النقض المصرية في الطعن رقم ٢٣ لسنة ٧١ - جلسة ١٠/٩/٢٠٠٨م، منشور لدى: حافظ، مجدي محمود محب، كنوز مصر للأحكام، أحكام محكمة النقض المدنية والجنائية من عام ٢٠٠٨-٢٠٠٩م، دار محمود للنشر والتوزيع، القاهرة، ص ٢٩٧.

(١٠) المادة (٢١) من نظام العلامات الأردني، المادة (٢١) من نظام العلامات الانتدابي.

(١١) الجريدة الرسمية المصرية، العدد (٣٣) (مكرر) في ١٨ جمادى الآخرة سنة ١٤٢٤ هـ، الموافق ٢٠٠٣/٨/١٦ م.

(١٢) الطعن رقم (٦٢) سنة ٦٢ ق جلسة ١٩٩٣/٤/٢٦ م، كذلك الطعن رقم (٣٠١٢) سنة ٥٧ ق جلسة ١٩٨٩/٣/٦ م، كذلك الطعن رقم (٢١٣) سنة ٤٠ ق جلسة ١٩٨٠/٦/٢٣ م، س ٣١ ع ٢ ص ١٨٢٦، كذلك الطعن رقم (٤١٣) سنة ٢٩ ق جلسة ١٩٦٤/٤/٩ م س ١٥ ص ٥٣٥، كذلك الطعن رقم (٣٤٢) سنة (٢٢ ق) جلسة ١٩٥٦/٣/١٥ م س ٧ ص ٣٤١، طعون منشورة في مؤلف: المستشار حسني، أحمد، قضاء النقض التجاري (المبادئ التي قررتها محكمة النقض في ثمانية وستين عاماً/١٩٣١-١٩٩٩ م)، منشأة المعارف، الإسكندرية، ٢٠٠٠ م. ص ٥٣٥-٥٣٦.

(١٣) حكم محكمة العدل العليا الفلسطينية المنعقدة في رام الله بتاريخ ١٩٩٨/٩/٢٩ م في الدعوى رقم (٥١) لسنة ١٩٩٧ م، منشور على الموقع الإلكتروني الآتي: <http://muqtafi.birzeit.edu> منظومة القضاء والتشريع في فلسطين "المقتفي"، معهد الحقوق، جامعة بيرزيت- فلسطين. وذهبت بالاتجاه ذاته محكمة العدل العليا الأردنية، انظر: قرار رقم (٨٧/١٦٩)، مجلة نقابة المحامين الأردنيين، ١٩٨٩ م، ص ٨٩٩.

(١٤) المادة (١/٧١٢) من قانون الملكية الفكرية الفرنسي.

(١٥) زين الدين، صلاح، المرجع السابق، ص ١٩٤،

Joanna SCHMIDT- SZALEWSKI & Jean- Luc PIERRE, Droit de la propriété industrielle, 4 è éd, Litec, Paris, 2007, p.235.

ويرى الفقيهان الفرنسيان (CHAVANNE) و (BURST) بأن الحق في العلامة التجارية بأنه حق مطلق، بالرغم أنهما يران بأن التوسع في لفظة مطلق أمر مبالغ فيه.

Albert CHAVANNE et Jean- Jacques BURST, Droit de la propriété industrielle, Dalloz, 5è éd, 1998, p.677.

(١٦) الطعن رقم ١٩٩ لسنة ٧٠ جلسة ٢٠٠٩/٣/١٠ م س ٦٠ ص ٣٧٥ ق ٦٣، حكم منشور على الموقع الرسمي لمحكمة النقض المصرية على الرابط: <http://www.cc.gov.eg>.

(١٧) الطراونة، سامر، مدخل إلى الملكية الفكرية، وثيقة من ندوة الويبو الوطنية حول الملكية الفكرية، تنظمها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) وغرفة تجارة وصناعة البحرين، المنامة، ٩ و ١٠ أبريل/نيسان ٢٠٠٥ م، ص ٥٥، 59، Ann. 1975, TGI, Pars, 9 mai 1975.

(١٨) الطعن رقم ٦٧٥ لسنة ٧١ جلسة ٢٢/١٢/٢٠٠٩م س٦٠ حكم منشور على الموقع الرسمي

لمحكمة النقض المصرية على الرابط: <http://www.cc.gov.eg> .

(١٩) الخشروم، عبد الله، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر، عمان، الطبعة

الثانية، ٢٠٠٨م، ص١٦٣. Cor de cassation, 8 avril 2008, Recueil Dalloz, N°34, 2008,

TGI Paris, 13 nov. 1998 p.2402; حكم منشور على الموقع الإلكتروني

التالي: www.celog.fr/cpi/sommaires/livre7.htm.

(٢٠) شفيق، محسن، القانون التجاري المصري، الجزء الأول، دار نشر الثقافة بالإسكندرية، الطبعة

الأولى، ١٩٤٩م، ص٤٩٨، مرسى، محمد مصطفى، الحماية القانونية للعلامات التجارية، رسالة

دكتوراه، كلية الحقوق - جامعة القاهرة، ٢٠٠٤م، ص١٩٣، الشمري، محمد، حماية العلامة

التجارية في ضوء اتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (التريس)، رسالة

دكتوراه، كلية الحقوق - جامعة القاهرة، ٢٠٠٤م، ص٢٣٦؛ حماد، عمر محمد، الاحتكار

والمنافسة غير المشروعة - دراسة تحليلية مقارنة، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق - جامعة القاهرة،

٢٠٠٨م، ص١٩٢؛

Joanna SCHMIDT- SZALEWSKI & Jean- Luc PIERRE, (2007), op. Cit, p. 234

(٢١) الطعن رقم ٤٢٨ لسنة ٨٠ جلسة ١٣/٣/٢٠١١م حكم منشور على الموقع الرسمي لمحكمة

النقض المصرية على الرابط: <http://www.cc.gov.eg> .

(٢٢) انظر المواد (١٧، ١٨) من قانون العلامات الأردني.

(٢٣) قايد، محمد بهجت، القانون التجاري (١)، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة،

٢٠٠٧م، ص٢٣٣؛ وكذلك في هذا المعنى: حماد، عمر محمد، المرجع السابق، ص١٩٢ .

(٢٤) تقابل نص المادة (٢٦) من قانون العلامات الانتدابي الساري في قطاع غزة.

(٢٥) Cuor de cassation, 8 avril 2008, Recueil Dalloz, N°34, 2008, p.2402

(٢٦) أنظر موقع المنظمة العالمية للملكية الفكرية: http://www.wipo.int/sme/ar/faq/tm_faqs.htm

تاريخ الزيارة ٢٠١٧/٣/٤م.

(٢٧) عباس، محمد حسني، التشريع الصناعي، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٦٧م، ص٢٢٨-٢٢٩؛

حماد، عمر محمد، المرجع السابق، ص١٩٢.

(٢٨) الخشروم، عبد الله، المرجع السابق، ص١٦٣.

(٢٩) الطعن رقم ١٩٩ لسنة ٧٠ جلسة ٢٠٠٩/٣/١٠ م س ٦٠ ص ٣٧٥ ق ٦٣، حكم منشور على الموقع الرسمي لمحكمة النقض المصرية على الرابط: <http://www.cc.gov.eg>، كذلك انظر: الطراونة، سامر، المرجع السابق، ص ٥.

(٣٠) الطعن رقم ٣٤٠ لسنة ٦٧ جلسة ٢٠٠٨/٦/٢٤ م س ٥٩ ص ٧٤٩، حكم منشور على الموقع الرسمي لمحكمة النقض المصرية على الرابط: <http://www.cc.gov.eg>، كذلك انظر: الطعن رقم (٤٣٥) سنة ٣٤ ق جلسة ١٩٦٨/١٢/٢٦ م س ١٩ ع ٣ ص ١٥٧٧، من مؤلف المستشار: شعله، سعيد أحمد، قضاء النقض في المواد التجارية، منشأة المعارف، الإسكندرية، ٢٠٠٤ م، ص ٧٣٨.

(٣١) القرار رقم (٨٧/٣٩) مجلة نقابة المحامين الأردنيين، ١٩٨٨ م، ص ٦٨٩، كذلك انظر بنفس الاتجاه قرار المحكمة ذاتها بشأن العلامة التجارية (زارا (ZARA))، قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم (٢٠٠٦/٣٤٤)، (هيئة خماسية)، بتاريخ ٢٠/١٢/٢٠٠٦، منشورات مركز عدالة.

(٣٢) تقابل المادة (١٧) من قانون العلامات الانتدابي الساري في قطاع غزة.

(٣٣) الطعن رقم ٦٧٥ لسنة ٧١ جلسة ٢٠٠٩/١٢/٢٢ م س ٦٠، حكم منشور على الموقع الرسمي لمحكمة النقض المصرية على الرابط: <http://www.cc.gov.eg>.

(٣٤) تقابل المادة (٤/٧) من قانون العلامات الإنتدابي الساري في قطاع غزة.

(٣٥) قرار محكمة الاستئناف الفلسطينية في الطلب رقم ٩٢/٩٥/بصفحتها محكمة العدل العليا) - غزة بتاريخ ١٥/٦/١٩٩٨ م، حكم منشور على الموقع الإلكتروني التالي: <http://muqtafi.birzeit.edu> منظومة القضاء والتشريع في فلسطين "المقتفي"، معهد الحقوق، جامعة بيرزيت - فلسطين.

(٣٦) الخشروم، عبد الله، المرجع السابق، ص ١٦٣.

(٣٧) وبشكل خاص اتفاق مدريد وبروتوكول مدريد (اتفاقيات اتحاد مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات).

(٣٨) Jean Bernard Blais, Droit des affaires, L.G.D.J, Paris, 2000, p.173.

(٣٩) Cass.Com. 11 janvier 2005, Dalloz, 2005. 428.

(٤٠) الطعن رقم (٢١٣) لسنة ٤٠ جلسة ١٩٨٠/٦/٢٣ م س ٣١ ع ٢ ص ١٨٢٦ ق ٣٤٠، حكم منشور على الموقع الرسمي لمحكمة النقض المصرية على الرابط: <http://www.cc.gov.eg>.

- (٤١) أنظر موقع المنظمة العالمية للملكية الفكرية: http://www.wipo.int/sme/ar/faq/tm_faqs.htm تاريخ الزيارة ٢٠١٧/٣/١٣م.
- (٤٢) التشريعات السارية في فلسطين لم تعالج عقد الترخيص.
- (٤٣) انظر: المادة (٣/١٦) من اتفاقية تربس، كذلك المادة ٦ مكررة من معاهدة باريس (١٩٦٧م).
- (٤٤) الطعن رقم (٣٤٠) لسنة (٦٧) جلسة ٢٤/٦/٢٠٠٨م س٥٩ ص٧٤٩، حكم منشور على الموقع الرسمي لمحكمة النقض المصرية على الرابط: <http://www.cc.gov.eg>.
- (٤٥) Joanna SCHMIDT- SZALEWSKI & Jean- Luc PIERRE, (2007), op. Cit, p. 235
- (٤٦) شفيق، محسن، المرجع السابق، ص٤٩٩، عباس، محمد حسني، المرجع السابق، ص٢٢٨، حماد، عمر محمد، المرجع السابق، ص١٩١.
- (٤٧) الطعن رقم ١٠٨٦٣ لسنة ٥٩ جلسة ٢٩/١٢/١٩٩٢م س٤٣ ع١ ص١٢٤٧ ق١٩٣، حكم منشور على الموقع الرسمي لمحكمة النقض المصرية على الرابط: <http://www.cc.gov.eg>.
- (٤٨) الطعن رقم ٦٧٥ لسنة ٧١ جلسة ٢٢/١٢/٢٠٠٩م س٦٠، حكم منشور على الموقع الرسمي لمحكمة النقض المصرية على الرابط: <http://www.cc.gov.eg>.
- (٤٩) تقابل المادة (٢٠) من قانون العلامات الانتدائي الساري في قطاع غزة. وتقابل نص المادة (٩٠) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية التي جعلت مدة ملكية العلامة (١٠) سنوات.
- (٥٠) محكمة العدل الأوروبية تبنت معياراً مرناً في تقدير الرضا الضمني في تجديد العلامة: CJCE 20 novembre 2001, Dalloz, 2002. AJ. 214
- (٥١) زين الدين، صلاح، المرجع السابق، ص١٩٥.
- (٥٢) المرجع السابق نفسه، ص١٩٥.
- (٥٣) شفيق، محسن، المرجع السابق، ص٤٩٩، فايد، محمد بهجت، المرجع السابق، ص٢٣٣، مرسى، محمد، المرجع السابق، ص١٩٤.
- (٥٤) Georges Decocq, Droit Commercial, Dalloz, Paris, 2007 p.328,
- (٥٥) Georges Decocq, op. Cit, p.328
- (٥٦) نص المادة (٦٦) من قانون التجارة المصري الجديد رقم (١٧) لسنة ١٩٩٩م (منشور في الجريدة الرسمية المصرية بتاريخ ١٧/٥/١٩٩٩م، العدد (١٩) مكرر)، كذلك يقابلها نص المادة (٧٢) من مشروع قانون التجارة الفلسطيني.

- (٥٧) المادة (٣/٧١٦) من قانون الملكية الفكرية الفرنسي.
- (٥٨) تقابل نص المادة (٣٤) من قانون العلامات الانتدائي.
- (٥٩) الخشروم، عبد الله، المرجع السابق، ص ١٦٤.
- (٦٠) القليوبي، سميحة، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة الثامنة، القاهرة، ٢٠٠٩م، ص ٥٣٩؛ قايد، محمد بهجت، المرجع السابق، ص ٢٣٣؛ مرسى، محمد، المرجع السابق، ص ١٩٣؛ وفي معنى قريب: المهيري، خالد محمد، الحماية القانونية للملكية الصناعية (حماية العلامات التجارية في دولة الإمارات العربية المتحدة في ضوء الاتفاقيات الدولية وأحكام القضاء)، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق - جامعة الإسكندرية "السنة غير مذكورة"، ص ١٦٧.
- علما أنه سنداً لأحكام التشريعات السارية في فلسطين لا يسمح بالتصرف في العلامة التجارية بمعزل عن المحل التجاري سواء أكان التصرف بيعاً أو تنزلاً أو رهناً أو حجزاً (انظر: المادة (١/١٩) من قانون العلامات الأردني، المادة (١٩) من قانون العلامات الانتدائي).
- (٦١) Joanna SCHMIDT- SZALEWSKI & Jean- Luc PIERRE, (2007), op. Cit, p.234
- (٦٢) حماد، عمر محمد، المرجع السابق، ص ١٩٠، المادة (١/٥١) من مشروع قانون الملكية الصناعية الفلسطيني لسنة ٢٠١٢م.
- (٦٣) الطعن رقم (٣٦٩) سنة ٢١ ق جلسة ١١/٢/١٩٥٤، حكم منشور في مؤلف: المستشار، شعله، سعيد أحمد، المرجع السابق، ص ٧٢٩
- (٦٤) الطعن رقم (٣٩٠) سنة ٢٧ ق جلسة ٢٤/١/١٩٦٣م س ١٤ ص ١٨٠؛ كذلك في المعنى نفسه: الطعن رقم (٤٥) سنة ٣٣ ق جلسة ٢٦/١/١٩٦٧م س ١٨ ع ١ ص ٢٥٦؛ كذلك الطعن رقم (٤٩٥) سنة ٣٤ ق جلسة ٢٠/٦/١٩٦٨م س ١٩ ع ٢ ص ١٢١٢: طعون منشورة في كتاب المستشار: شعله، سعيد أحمد، المرجع السابق، ص ٧٣٨.
- (٦٥) Cass. Com, 8 mars 2005, PIBD, n°811- III-404
- حكم منشور في دليل العلامة التجارية: <http://guidesurlesmarques.com> ص ٩٥.
- (٦٦) خاطر، صبري، العلاقة بين اتفاقية تربس والقانون البحريني (دراسة نقدية تحليلية مقارنة)، الجزء الثاني، مركز الإعلام الأمني، البحرين، ص ٥، دراسة متاحة على الرابط الآتي (تاريخ الاطلاع ١٧/٦/٢٠١٧م):

<http://www.policemc.gov.bh/reports/2012/January/3-1-2012/634611861231613660.pdf>

- (٦٧) المادة (٨٧) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري.
- (٦٨) أنظر موقع المنظمة العالمية للملكية الفكرية: http://www.wipo.int/sme/ar/faq/tm_faqs.htm
- (69) Joanna SCHMIDT- SZALEWSKI & Jean- Luc PIERRE, Droit de la propriété industrielle, Litec, Paris, 1996, p. 319.
- (70) Albert CHAVANNE et Jean- Jacques BURST, op. Cit, p.671.
- (71) Georges Decocq, op. Cit, p.328 .
- (72) Joanna SCHMIDT- SZALEWSKI & Jean- Luc PIERRE, (2007), op. Cit, p.239; Patrick TAFFOREAU, Droit de la Propriété intellectuelle, 2 è éd, Gualino éditeur, Paris, 2007, p. 398
- ويضيف الفقيهان الفرنسيان (SZALEWSKI و PIERRE) في الصفحة ذاتها أعلاه، بأنه يسقط حق صاحب العلامة في علامته بشكل تلقائي إذا أهمل، وترتب على أهماله فقدان العلامة لطابعها المميز أو ترتب عن فعل المرخص له من خلال تعديله في عناصر العلامة أن أصبحت علامة خادعة، يقع المستهلك في الخلط واللبس إذا شاهدها.
- (٧٣) شفيق، محسن، المرجع السابق، ص ٥٠٠، عباس، محمد حسني، المرجع السابق، ص ٢٤٦، القليوبي، سميحة، المرجع السابق، ص ٥٧٩، مرسى، محمد، المرجع السابق، ص ١٩٧.
- (٧٤) تقابل نص المادة (١/٢٢) من القانون الانتدابي الساري في قطاع غزة.
- (٧٥) قرار محكمة العدل العليا الفلسطينية بتاريخ ٢٠١٤/٣/٣١، في الدعوى رقم (٢٠٠٩/١٣٠) منشور <http://muqtafi.birzeit.edu> منظومة القضاء والتشريع في فلسطين "المقتفي"، معهد الحقوق، جامعة بيرزيت- فلسطين.
- (٧٦) عباس، محمد حسني، المرجع السابق، ص ٢٤٧، القليوبي، سميحة، المرجع السابق، ص ٥٨٠.
- (٧٧) CA Paris, 4 ch. A, 15 déc 2004, PIBD, 2005, n° 803, III, P. 142
- (٧٨) شفيق، محسن، المرجع السابق، ص ٥٠٠، مرسى، محمد، المرجع السابق، ص ١٩٧؛ Patrick TAFFOREAU, op. Cit, p. 399
- (٧٩) زين الدين، صلاح، ترقيين العلامة التجارية في القانون الأردني، مجلة الحقوق (الكويت)، المجلد (٣٣)، العدد (٤)، ٢٠٠٩م، ص ١٦٧.
- Albert CHAVANNE et Jean- Jacques BURST, op. Cit, p.697

(٨٠) استئناف مختلط ١٦ فبراير ١٩٢١م، مشار إليه لدى: عباس، محمد حسني، المرجع السابق، ص٢٤٨ هامش رقم (٣).

(٨١) الشمري، محمد، المرجع السابق، ص٢٦٤.

(٨٢) TGI Nanterre, 19 nov. 2001 حكم منشور على الموقع الإلكتروني الآتي:

www.celog.fr/cpi/sommaires/livre7.htm

(٨٣) الأحمر، كنعان، التقاضي في مجال الملكية الفكرية، العلامات التجارية، ندوة الويبو الوطنية عن إنفاذ حقوق الملكية الفكرية للقضاة والمدعين العامين، المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) بالتعاون مع المجلس القضائي الأعلى الأردني ودائرة المكتبة الوطنية/ وزارة الصناعة والتجارة ومركز الملك عبد الله الثاني للملكية الفكرية، عمان، ٤ و ٥ أبريل/نيسان ٢٠٠٤م، ص٩.

(٨٤) القليوبي، سميحة، المرجع السابق، ص٥٧٩.

(٨٥) زين الدين، صلاح، ترقيع العلامة التجارية في القانون الأردني، المرجع السابق، ص١٥٩،

مرسي، محمد، المرجع السابق، ص١٩٨؛ كذلك أنظر: دليل العلامة التجارية:

<http://guidesurlesmarques.com>, p.78.

Georges Decocq, op. Cit, p.334;

Patrick TAFFOREAU, op. Cit, p. 398

(٨٦) تقابل نص المادة (٢٢) من القانون الانتدابي؛ كذلك تقابل نص المادة (٤٨) من مشروع قانون الملكية الصناعية الفلسطيني لسنة ٢٠١٢م.

(٨٧) قرار رقم (٩٩/١٢)، بتاريخ ١٣/٧/١٩٩٦م، مجلة نقابة المحامين الأردنيين، ١٩٩٧م، ص٦٤٣؛ كذلك راجع القرار رقم (٩٦/٢٤٢)، بتاريخ ٩/٣/١٩٩٧م، مجلة نقابة المحامين الأردنيين، ١٩٩٧م، ص٤١٨٤؛ أحكام منشوره في مؤلف: القاضي: الرواحنة، منير عبد الله، مجموعة التشريعات والاجتهادات القضائية المتعلقة في الملكية الفكرية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، ٢٠٠٩م، ص٩٩.

(٨٨) قرار محكمة العدل العليا الفلسطينية رقم (٢٣٢) رام الله بتاريخ ٢٧/٥/٢٠٠٦م، في الدعوى رقم (٢٠٠١/٢٤)، وتتلخص وقائع هذه القضية التي رفعها مالك العلامة التجارية " سمراء عدن" وذلك لأن مسجل العلامات كان قد شطب تسجيلها بناء على عدم الاستعمال وفقاً لطلب شركة منافسة لها، حاول مالك هذه العلامة أن يثبت للمحكمة بأن العلامة مسجلة وموجودة ولم يعتزل التجارة، إلا أن محكمة العدل العليا الفلسطينية قررت رد الدعوى لعدم صحة الخصومة، وذلك

لأن وكيل مالك العلامة خاصم مسجل العلامات التجارية فقط، وكان عليه مخاصمة مسجل العلامات بصفته الوظيفية وكذلك مخاصمة الشركة التي طلبت شطب تسجيل العلامة. حكم منشور على موقع منظومة القضاء والتشريع في فلسطين "المقتفي" <http://muqtafi.birzeit.edu>.
(٨٩) المادة (٢٠) من قانون العلامات الأردني، المادة (٢٠) من القانون الانتدائي؛ المادة (٤١) من مشروع قانون الملكية الصناعية الفلسطيني. علماً بأن مدة ملكية العلامة التجارية في القانون الفرنسي (١٠) سنوات (المادة ٩/٧١٢ من القانون الفرنسي).

(٩٠) المادة (١/٢١) من قانون العلامات الأردني، المادة (١/٢١) من القانون الانتدائي.
(٩١) المادة (٥٠) من نظام العلامات التجارية الأردني.
(٩٢) المادة (٥١) من نظام العلامات التجارية الأردني.
(٩٣) يقصد بترقيق العلامة التجارية شطبها أو إلغائها من السجل. كذلك انظر: المادة (٥٢) من نظام العلامات التجارية الأردني.

(٩٤) المادة (٥٣) من نظام العلامات التجارية الأردني.
(٩٥) Patrick TAFFOREAU, op. Cit, p. 398

(٩٦) المادة (٥/٧١٤) من قانون الملكية الفكرية الفرنسي.

(٩٧) المادة (٥/٧١٤ ب) من قانون الملكية الفكرية الفرنسي.

(٩٨) TGI, Paris, 3^o ch. 31 mai 2006, PIBD, n^o 836.III.587

حكم منشور في دليل العلامة التجارية: <http://guidesurlesmarques.com> ص ٧٩.
(٩٩) Cass. Com., 12 févr. 2008, n^o 06-13.454, LA Semaine JURIDIQUE, 2008, N^o 12, p. 56
(١٠٠) شفيق، محسن، المرجع السابق، ص ٥٠١.

(101) Joanna SCHMIDT- SZALEWSKI & Jean- Luc PIERRE, (2007), op. Cit, p.236;
Georges Decocq, op. Cit, p.334;
Patrick TAFFOREAU, op. Cit, p. 398
(١٠٢) الصادر بها القانون رقم (٧) لسنة ١٩٩١م، المادة (٢٧) المعدلة بالقانون رقم (١٠٢) لسنة ١٩٩٤م.

(١٠٣) وكذلك أشار القضاء الفرنسي بأن القانون عكس عبء الإثبات وألقى على عاتق صاحب العلامة أو صاحب طلب الإيداع إثبات استخدامه الجاد والحقيقي للعلامة،

Com. 21 janv, 2004, Dalloz, p. 567;

Com. 14 mars 2006, JCP, E& A 2006, P. 817

(١٠٤) المادة (٥/٧١٤) من قانون الملكية الفكرية الفرنسي.

(١٠٥) المادة (٥-٢/٧١٤) من قانون الملكية الفكرية الفرنسي.

(١٠٦) Paris 19 octobre 2001, Dalloz, 2003. Somm. 130

(١٠٧) سلطان، أنور، مصادر الإلتزام في القانون المدني الأردني (دراسة في الفقه الإسلامي)، المكتب القانوني، ط٢، ١٩٩٨م، ص٣٨٢.

(١٠٨) Joanna SCHMIDT- SZALEWSKI & Jean- Luc PIERRE, (2007), op. Cit, p.236;

Patrick TAFFOREAU, op. Cit, p. 398

(١٠٩) TGI, Paris, 3^o ch. 13 October 2006, PIBD, n° 847.III.173

حكم منشور في دليل العلامة التجارية: <http://guidesurlesmarques.com> ص٧٩ .

(١١٠) للتفصيل حول هذه الآراء أنظر: الخولي، أكنم، الموجز في القانون التجاري، الجزء الأول،

القاهرة، ١٩٧٠م، ص٣٣٦، شفيق، محسن، المرجع السابق، ص٥٠١، عباس، محمد حسني،

المرجع السابق، ص٢٤٨-٢٥١.

(١١١) الخولي، أكنم، المرجع السابق، ص٣٣٦.

(١١٢) شفيق، محسن، المرجع السابق، ص٥٠١، عباس، محمد حسني، المرجع السابق، ص٢٤٨-٢٥١.

(١١٣) زين الدين، صلاح، ترقيين العلامة التجارية في القانون الأردني، المرجع السابق، ص١٦٥،

عباس، محمد حسني، المرجع السابق، ص٢٥٠، الخشروم، عبد الله، المرجع السابق، ص٢١٩.

(١١٤) أنظر، المادة (٩١) مصري.

(١١٥) أنظر، القليوبي، سميحة، المرجع السابق، ص٥٨٢ - ٥٨٤.

(١١٦) أنظر الموقع الرسمي للمنظمة العالمية للملكية الفكرية:

http://www.wipo.int/sme/ar/faq/tm_faqs.htm

(١١٧) بدوي، بلال عبد المطلب، تطور الآليات الدولية لحماية حقوق الملكية الصناعية (دراسة في

ضوء اتفاقية التبريس والاتفاقيات السابقة عليها)، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٦م،

ص٨٢، الشمري، محمد، المرجع السابق، ص٢٦٨؛

Albert CHAVANNE et Jean- Jacques BURST, op. Cit, p.676

(١١٨) الشمري، محمد، المرجع السابق، ص٢٦٨، كذلك انظر: المنظمة العالمية للملكية الفكرية (تاريخ الاطلاع ٢٠١٧/٦/١٥م):

http://www.wipo.int/sme/ar/ip_business/export/international_exhaustion.htm

(١١٩) الأحمر، كنعان، المرجع السابق، ص٨، كذلك انظر: المنظمة العالمية للملكية الفكرية (تاريخ الاطلاع ٢٠١٧/٦/١٥م):

http://www.wipo.int/sme/ar/ip_business/export/international_exhaustion.htm

(١٢٠) الصغير، حسام الدين، الجديد في العلامات التجارية، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، الطبعة الأولى، ٢٠٠٧م، ص٧٥-٧٦.

(١٢١) القليوبي، سميحة، المرجع السابق، ص٥٤٢.

(١٢٢) Georges Decocq, op. Cit, p.329

(١٢٣) الصغير، حسام الدين، المرجع السابق، ص٨١؛ وتذهب الدكتورة سميحة القليوبي بالاتجاه ذاته، ولكن بطريقة أنها لا تذكر بأن الاتفاقية قد أخذت موقفاً سلبياً، وإنما تشير بأن الاتفاقية لم تنص صراحة على استنفاد حقوق صاحب العلامة التجارية وفقاً لمفهوم الاستنفاد، حيث أن المادة السادسة من اتفاقية "تريس" قررت أنها لا تتضمن ما يمكن استخدامه للتعامل مع حالة استنفاد حقوق الملكية الفكرية، لا سيما فيما يتعلق بتسوية المنازعات في هذه المسألة. (القليوبي، سميحة، المرجع السابق، ص٥٤١).

(١٢٤) الصغير، حسام الدين، المرجع السابق، ص٨١.

(١٢٥) محكمة الاستئناف في دسلدورف، القضية رقم (٣٤١٠١ U ٢٠)، تاريخ ٥ تموز عام ٢٠٠١م، منشور باللغة الألمانية في مجلة GRUR صفحة ٤٣٨، مشار إليها لدى: الأحمر، كنعان، المرجع السابق، ص٨.

(١٢٦) قضية رقم (١١١٧٨) لسنة ١٩٩٨م - جنح مستأنف شرق القاهرة مشار إليها لدى: الشمري، محمد، المرجع السابق، ص٢٧٦.

(١٢٧) ويقصد بالاستيراد الموازي استيراد سلع خارج قنوات التوزيع المحددة.

(١٢٨) وكذلك لم يتناول مشروع قانون الملكية الصناعية الفلسطيني لسنة ٢٠١٢م أية إشارة إلى هذا المبدأ.

(١٢٩) في ذلك أنظر: الصغير، حسام الدين، المرجع السابق، ص٧٧.

(١٣٠) الصغير، حسام الدين، المرجع السابق، ص٧٨.

المراجع:

أولاً: المصادر:

١. مشروع قانون الملكية الصناعية الفلسطيني (نسخة ٢٠١٢م).
٢. قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري رقم (٨٢) لسنة ٢٠٠٢م ولائحته التنفيذية الصادرة بقرار عن مجلس الوزراء رقم (١٣٦٦) لسنة ٢٠٠٣م.
٣. اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية "تريبس" لسنة ١٩٩٥م.
٤. قانون الملكية الفكرية الفرنسي لسنة ١٩٩٢م وتعديلاته، تاريخ نفاذه ٣ يوليو ١٩٩٢م.
٥. قانون العلامات الأردني رقم (٣٣) لسنة ١٩٥٢م ونظامه.
٦. قانون العلامات التجارية الانتدابي الساري في قطاع غزة رقم (٣٥) لسنة ١٩٣٨م ونظامه.
٧. اتفاقية باريس لحماية حقوق الملكية الصناعية لسنة ١٨٨٣م وتعديلاتها.

ثانياً: الكتب العربية:

١. بدوي، بلال عبد المطلب، تطور الآليات الدولية لحماية حقوق الملكية الصناعية (دراسة في ضوء اتفاقية التريبس والاتفاقيات السابقة عليها)، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٦م.
٢. بريري، محمود مختار، قانون المعاملات التجارية، الجزء الأول (الأعمال التجارية والتاجر - الأموال التجارية) وفقاً لقانون التجارة رقم (١٧) لسنة ١٩٩٩م، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٠م.
٣. الخشروم، عبد الله، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر، عمان، الطبعة الثانية، ٢٠٠٨م.
٤. الخولي، أكثم، الموجز في القانون التجاري، الجزء الأول، القاهرة، ١٩٧٠م.
٥. زين الدين، صلاح، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٦م.
٦. سلطان، أنور، مصادر الإلتزام في القانون المدني الأردني (دراسة في الفقه الإسلامي)، المكتب القانوني، الطبعة الثانية، ١٩٩٨م.
٧. شفيق، محسن، القانون التجاري المصري، الجزء الأول، دار نشر الثقافة بالإسكندرية، الطبعة الأولى، ١٩٤٩م.
٨. الصغير، حسام الدين، الجديد في العلامات التجارية، دار الفكر الجامعي بالإسكندرية، الطبعة الأولى، ٢٠٠٧م.
٩. عباس، محمد حسني، التشريع الصناعي، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٦٧م.

١٠. قايد، محمد بهجت، القانون التجاري (١)، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، ٢٠٠٧م.
١١. القليوبي، سميحة، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة الثامنة، القاهرة، ٢٠٠٩م.

ثالثاً: الرسائل العلمية:

١. حماد، عمر محمد، الاحتكار والمنافسة غير المشروعة -دراسة تحليلية مقارنة-، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق - جامعة القاهرة، ٢٠٠٨م.
٢. الشمري، محمد، حماية العلامة التجارية في ضوء اتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (التربس)، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق - جامعة القاهرة، ٢٠٠٤م.
٣. مرسي، محمد مصطفى، الحماية القانونية للعلامات التجارية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق - جامعة القاهرة، ٢٠٠٤م.
٤. المهيري، خالد محمد، الحماية القانونية للملكية الصناعية (حماية العلامات التجارية في دولة الإمارات العربية المتحدة في ضوء الاتفاقيات الدولية وأحكام القضاء)، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق - جامعة الإسكندرية "السنة غير مذكورة".

رابعاً: البحوث والمقالات:

١. الأحمر، كنعان، التقاضي في مجال الملكية الفكرية: العلامات التجارية، ندوة الويبو الوطنية عن إنفاذ حقوق الملكية الفكرية للقضاة والمدعين العامين، المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) بالتعاون مع المجلس القضائي الأعلى الأردني ودائرة المكتبة الوطنية/ وزارة الصناعة والتجارة ومركز الملك عبد الله الثاني للملكية الفكرية، عمان، ٤ و ٥ أبريل/نيسان ٢٠٠٤م.
٢. زين الدين، صلاح، ترقيين العلامة التجارية في القانون الأردني، مجلة الحقوق (الكويت)، المجلد (٣٣)، العدد (٤)، ٢٠٠٩م.
٣. الشريده، محمد عبيد، الحماية الوقائية للعلامة التجارية المشهورة في القانون البحريني، مجلة الحقوق، جامعة البحرين، المجلد (١٢)، العدد (٢).
٤. الطراونة، سامر، مدخل إلى الملكية الفكرية، وثيقة من ندوة الويبو الوطنية حول الملكية الفكرية، تنظمها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) وغرفة تجارة وصناعة البحرين، المنامة، ٩ و ١٠ أبريل/نيسان ٢٠٠٥م.

خامساً: أحكام القضاء:

١. حافظ، مجدي محمود محب، كنوز مصر للأحكام، أحكام محكمة النقض المدنية والجنائية من عام ٢٠٠٨ - ٢٠٠٩م، دار محمود للنشر والتوزيع، القاهرة.

٢. حسني، أحمد، قضاء النقص التجاري (المبادئ التي قررتها محكمة النقص في ثمانية وستين عاماً/١٩٣١-١٩٩٩م)، منشأة المعارف، الإسكندرية، ٢٠٠٠م.
٣. الرواحنة، منير عبد الله، مجموعة التشريعات والاجتهادات القضائية المتعلقة في الملكية الفكرية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، ٢٠٠٩م.
٤. شعله، سعيد أحمد، قضاء النقص في المواد التجارية، منشأة المعارف، الإسكندرية، ٢٠٠٤م.
٥. مجلة نقابة المحامين الأردنيين.
٦. مركز عدالة/الأردن.
٧. منظومة القضاء والتشريع في فلسطين "المقتفي"، معهد الحقوق، جامعة بيرزيت- فلسطين، الرابط الآتي: <http://muqtafi.birzeit.edu>
٨. أحكام محكمة النقص المصرية على موقعها الرسمي: <http://www.cc.gov.eg>.

سادساً: المواقع الإلكترونية:

١. خاطر، صبري، العلاقة بين اتفاقية تريس والقانون البحريني (دراسة نقدية تحليلية مقارنة)، الجزء الثاني، مركز الإعلام الأمني، البحرين، ص ٥، دراسة متاحة على الرابط الآتي (تاريخ الاطلاع ٢٠١٧/٦/١٧م):
- <http://www.policemc.gov.bh/reports/2012/January/3-1-2012/634611861231613660.pdf>
٢. المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الوايبو)
٣. دليل العلامة التجارية: <http://guidesurlesmarges.com>.

سابعاً: الكتب باللغة الفرنسية:

1. Albert CHAVANNE et Jean- Jacques BURST, Droit de la propriété industrielle, Dalloz, 5^e éd, 1998.
2. Georges Decocq, Droit Commercial, Dalloz, Paris, 2007.
3. Jean Bernard Blais, Droit des affaires, L.G.D.J, Paris, 2000.
4. Joanna SCHMIDT- SZALEWSKI & Jean- Luc PIERRE, Droit de la propriété industrielle, 4^e éd, Litec, Paris, 2007.
5. Joanna SCHMIDT- SZALEWSKI & Jean- Luc PIERRE, Droit de la propriété industrielle, Litec, Paris, 1996.
6. Patrick TAFFOREAU, Droit de la Propriété intellectuelle, 2^e éd, Gualino éditeur, Paris, 2007.

ثامناً: الدوريات القضائية الفرنسية:

1. Dalloz.
2. JCP.
3. LA Semaine JURIDIQUE.
4. PIBD.
5. Recueil Dalloz.