

حالات انقضاء العلامة التجارية "دراسة مقارنة"

إعداد
بشار نضال داود

إشراف
د. أمجد حسان
د. حسن فلاح

قدمت هذه الأطروحة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الملكية الفكرية وإدارة الإبداع، بكلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية-نابلس - فلسطين.

2019

حالات انقضاء العلامة التجارية "دراسة مقارنة"

إعداد

بشار نضال داود

نوقشت هذه الأطروحة بتاريخ 2019/2/13 م ، وأجيزت.

أعضاء لجنة المناقشة

د. أمجد عبد الفتاح حسان / مشرفاً رئيساً

د. حسن فلاح / مشرفاً ثانياً

د. عماد بني عودة / ممتحناً خارجياً

د. غسان خالد / ممتحناً داخلياً

التوقيع

.....

د. حسن فلاح / مشرفاً ثانياً

.....

.....

الإهداء

إلى عائلتي الحبيبة... أبي وأمي... اخوتي: أحمد وشادي

إلى روح جدي صبحي شحروري

إلى الزملاء الأصدقاء في جامعة النجاح الوطنية

إلى كل من ينشر السلام والخير في العالم

الشكر والتقدير

أتقدّم بجزيل الشكر والامتنان والتقدير لمشرفي: الأستاذ الدكتور أمجد حسان، والأستاذ الدكتور حسن فلاح، على إعطائهما الكثير من وقتهما وجهدهما وعلمهما، ومساندتهما المميزة لي، منذ بداية اقتراح العنوان حتى نهاية الرسالة، فكانا خيرَ موجّهٍ ومشرفٍ.

ويسعدني أن أتقدم بخالص الشكر وعميق التقدير لمن أسهموا بجهودهم الخيرة، التي دفعت إلى تقوية هذا العمل فكرياً وتطبيقاً وإخراجاً، وأخص بالذكر الأساتذة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة، الذين تفضلوا بالموافقة على مناقشة هذه الرسالة، وإبداء ملاحظاتهم وتوجيهاتهم القيمة لإثرائها.

ولا يفوتني أن أتقدم بالشكر والعرفان إلى أساتذتي أعضاء الهيئة التدريسية في جامعة النجاح الوطنية، لما قدّموه من علم ومعرفة طيلة فترة دراستي في الجامعة، فلهم مني كل التقدير والاحترام.

الإقرار

أنا الموقع أدناه، مقدم الرسالة التي تحمل العنوان:

حالات انقضاء العلامة التجارية

"دراسة مقارنة"

أقر بأن ما اشتملت عليه الرسالة هي نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة إليه حيثما ورد، وإن هذه الرسالة ككل، أو أي جزء منها، لم يقدم من قبل لنيل أية درجة أو لقب علمي أو بحثي لدى مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

Declaration

The work provided in this thesis, unless otherwise referenced is the research's own work, and has not been submitted elsewhere for any other degree or qualification.

Student Name:

اسم الطالب:

Signature:

التوقيع:

Date:

التاريخ:

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع.
ج	الإهداء.
د	الشكر والتقدير.
هـ	الإقرار.
ط	الملخص.
1	المقدمة.
9	الفصل الأول: حالات شطب العلامة التجارية.
10	المبحث الأول: إمكانية شطب العلامة التجارية لعدم استعمالها من صاحبها.
11	المطلب الأول: عدم استعمال العلامة التجارية.
11	الفرع الأول: عدم استعمال العلامة التجارية بإرادة صاحبها.
19	الفرع الثاني: عدم استعمال العلامة التجارية بخلاف إرادة صاحبها.
22	المطلب الثاني: إجراءات شطب العلامة التجارية لعدم الاستعمال.
22	الفرع الأول: مقدم طلب شطب العلامة لعدم الاستعمال.
24	الفرع الثاني: الجهة المختصة بتلقي طلب شطب العلامة لعدم الاستعمال.
27	الفرع الثالث: المدة الواجب تقديم طلب شطب العلامة التجارية لعدم الاستعمال.
29	الفرع الرابع: عبء الإثبات.
30	المطلب الثالث: الأثر المترتب على شطب العلامة التجارية لعدم استعمالها.
30	الفرع الأول: لحظة سريان شطب العلامة التجارية.
31	الفرع الثاني: إعادة تسجيل العلامة المشطوبة.
34	المبحث الثاني: شطب العلامة التجارية لعدم تجديدها أو بطلب من صاحبها.
34	المطلب الأول: تجديد العلامة التجارية وشطبها لعدم التجديد.
34	الفرع الأول: مدة حماية العلامة التجارية وتجديدها.
38	الفرع الثاني: أسباب شطب العلامة التجارية لعدم تجديدها.
41	الفرع الثالث: إجراءات شطب العلامة التجارية لعدم تجديدها.
43	الفرع الرابع: الأثر المترتب على شطب العلامة لعدم تجديدها.
45	المطلب الثاني: شطب العلامة التجارية بطلب من مالكها.
50	الفصل الثاني: حالات إبطال العلامة التجارية.

52	المبحث الأول: إبطال العلامة التجارية لمخالفتها الشروط الموضوعية.
53	المطلب الأول: إبطال العلامة التجارية لمخالفتها لشروط الصفة الفارقة.
54	الفرع الأول: شرط الصفة الفارقة.
56	الفرع الثاني: حالات إبطال العلامة التجارية لعدم توافر شرط الصفة الفارقة.
62	المطلب الثاني: إبطال العلامة التجارية لمخالفتها شرط المشروعية.
62	الفرع الأول: إبطال العلامة التجارية لكونها تمس بالشعارات الدينية والرسمية.
65	الفرع الثاني: إبطال العلامة التجارية لكونها تخالف النظام العام والآداب العامة.
67	المطلب الثالث: إجراءات إبطال العلامة التجارية لكونها غير فارقة وغير مشروعة.
67	الفرع الأول: مقدم طلب الإبطال لكون العلامة غير فارقة وغير مشروعة.
69	الفرع الثاني: المدة الزمنية اللازمة لتقديم طلب الإبطال.
72	المبحث الثاني: إبطال العلامة التجارية لكونها تشكل تعدياً على علامة تجارية أخرى.
72	المطلب الأول: إبطال العلامة التجارية لكونها تشكل تعدياً على علامة مسجلة.
72	الفرع الأول: إبطال العلامة التجارية لكونها تشكل تعدياً على علامة مسجلة داخل الوطن.
79	الفرع الثاني: إبطال العلامة التجارية لكونها تشكل تعدياً على علامة مسجلة خارج الوطن.
84	المطلب الثاني: إبطال العلامة التجارية لكونها تشكل تعدياً على علامة مشهورة.
84	الفرع الأول: مفهوم العلامة التجارية المشهورة.
87	الفرع الثاني: إبطال العلامة التجارية لكونها تشكل تعدياً على علامة تجارية مشهورة.
93	الخاتمة.
97	قائمة المصادر والمراجع.
102	قائمة الملاحق.
b	Abstract

فهرس الملاحق

الصفحة	الموضوع	الملحق
102	نموذج تجديد التسجيل قبل الإشعار.	(1)
103	طلب لتجديد التسجيل أو لإعادة تسجيلها بعد شطبها لعدم دفع الرسوم.	(2)
104	طلب لشطب بعض البضائع من البضائع التي سجلت بها العلامة التجارية.	(3)
105	طلب بقاء اسم صاحب العلامة المغيرة في السجل.	(4)
106	الطلب المشترك المقدم من صاحب العلامة والمحال إليه من أجل تسجيل العلامة باسم المحال إليه.	(5)
107	صورة عن الإعلان في مجلة الملكية الصناعية والتجارية لنقل ملكية العلامة التجارية.	(6)

حالات انقضاء العلامة التجارية

"دراسة مقارنة"

إعداد

بشار نضال داود

إشراف

د. أمجد حسان

د. حسن فلاح

الملخص

يبين الباحث في هذه الدراسة بعضاً من حالات انقضاء العلامة التجارية، ويبينها وفقاً لما نصت عليه التشريعات المتعلقة بالعلامات التجارية، وهي: الأردني والجزائري والسوري، فتناول أحكام وشروط هذه الحالات وفقاً لما جاء في هذه القوانين، والباحث يقارن بين قانون العلامات التجارية المطبق بالصفة الغربية مع القوانين المذكورة وذلك من أجل الوصول إلى أفضل تنظيم قانوني في هذه المسألة، كما أنه تم تقسيم هذه الحالات إلى حالتين: حالة شطب وحالة إبطال، وعليه يبين الباحث في هذه الدراسة الفرق بين هاتين الحالتين، من حيث الأحكام والشروط والآثار القانونية المترتبة، ففي الحالة الأولى يتم الحديث عن حالة شطب العلامة التجارية لعدم استعمالها، وكذلك حالة شطب العلامة لعدم تجديدها، وحالة تقديم طلب للشطب من صاحب العلامة من تلقاء نفسه، أما الحالة الثانية فيوضح الباحث حالات الإبطال نظراً لعدم توافر الشروط الموضوعية، وهي: شرط الصفة الفارقة وشرط الجودة وشرط المشروعية، وهنا الباحث يسلط القصور الموجود لدى القانون المطبق في الصفة الغربية فيما يتعلق بالعلامة التجارية المشهورة ومدى إمكانية إبطال العلامة التي تشكل التعدي عليها، وتوضيح قصور الأحكام في هذا الشأن والنظر إلى التشريعات المقارنة للحصول على أحكام أفضل، كما أن الباحث يسلط الضوء على القصور بالقانون المطبق بالصفة الغربية فيما يتعلق بإبطال العلامة لعدم توافر شرط الجودة.

في نهاية هذه الدراسة توصل الباحث إلى عدد من النتائج التي استخلصها بعد استقراء النصوص القانونية محل هذه الدراسة، ووضع عدداً من التوصيات للمشرع الفلسطيني من أجل إجراء بعض

التعديلات على قانون العلامات التجارية المطبق في الضفة الغربية، للوصول إلى تنظيم أفضل
لنصوص القانون المتعلقة بموضوع هذه الدراسة.

المقدمة:

تعدّ العلامات التجارية نوعاً من أنواع الملكية التجارية، التي هي جزء من الملكية الفكرية نظراً لأهميتها، فعلى الرغم من عدم الحاجة لوجود شرط ابتكاري للعلامات التجارية، نظراً لقيمتها السوقية، وزيادة إمكانية الاعتداء عليها، ومحاولة تزويرها أو تقليدها، فلا بد من حمايتها ضمن إطار قانون الملكية الفكرية، ويقوم كثير من أصحاب العلامات التجارية بتسجيل هذه العلامات لتوفير الحماية اللازمة لها، رغم أن تسجيل العلامة التجارية هو أمر جوازي لا إجباري¹، ويستطيع صاحب العلامة التجارية أن يقوم بتجديد العلامة التجارية متى أراد ذلك، ويجعلها تعيش مدى الحياة، وذلك عند إتباعها لإجراءات الشكلية اللازمة لتسجيل العلامة وتجديدها²، ولكن إذا لم يتم تجديد هذه العلامة، أو تم التخلي عنها، أو لم يتبع الإجراءات الشكلية اللازمة لإبقائها، فإنه يترتب على ذلك انقضاء العلامة التجارية، وفقاً لأحكام ينظمها القانون، ويوضحها الباحث في هذه الدراسة.

عرف قانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952 العلامة التجارية بأنها: "أية علامة استعملت أو كان في النية استعمالها على أية بضائع، أو فيما تعلق بها، لدلالة على أن تلك البضائع تخص صاحب العلامة، بحكم صنعها أو انتخابها أو الشهادة أو الاتجار بها أو عرضها للبيع"³، وتم انتقاد هذا التعريف؛ لأنه لم يشمل الخدمات التي أصبحت مهمة جداً في وقتنا الحاضر، ويجب حماية هذه الخدمات ضمن إطار العلامة التجارية، لكي يتم تمييزها عن غيرها من الخدمات الأخرى⁴.

إنّ تسجيل العلامة التجارية لا يعدّ قرينة قطعية على ملكية العلامة التجارية، فهي قرينة بسيطة، قابلة لإثبات العكس، وتسجل العلامة التجارية، وتنقضي بأحد الحالات التي حددها القانون، ولا بد

¹ المادة (1/11) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952 والمنشور على الصفحة 243 من عدد الجريدة الرسمية 1110 بتاريخ 1952/6/1 والمطبق بالصفة الغربية.

<http://muqtafi.birzeit.edu/Legislation/PDFPre.aspx?Y=1952&ID=12149>

² المادة (1/22) من قانون العلامات التجارية (المطبق في الصفة الغربية أو المعدل).

³ المادة (2) من قانون العلامات التجارية (المطبق في الصفة الغربية).

⁴ زين الدين، صلاح، الملكية الصناعية والتجارية، ط1، عمان، دار الثقافة، 2000، ص291.

من آلية معينة لانقضاء العلامة التجارية، فالقوانين محل هذه الدراسة نظمت هذه الحالات، وبناء على ذلك يوضح الباحث هذه الحالات والأحكام التي جاءت في القوانين محل الدراسة.

والباحث في هذه الدراسة يستعمل مصطلح "انقضاء العلامة التجارية"؛ لأنه اصطلاح يستطيع أن يشمل الحالات التي تؤدي إلى انقضاء العلامة التجارية كافة، وبمراجعة القوانين المقارنة يجد الباحث أنه تم التفريق بين الاصطلاحات بخصوص انقضاء العلامة التجارية، وذلك على الرغم من قيام القانون المصري رقم 82 لسنة 2002 بتوحيد الاصطلاح، فاستعمل اصطلاح "شطب العلامة التجارية"، للتعبير عن حالات الانقضاء كافة، إلا أن الباحث يجد أن بعض القوانين قد فرقت بين حالات الشطب وحالات البطلان، مثل: قانون العلامات الفارقة، والمؤشرات الجغرافية، والرسوم، والنماذج الصناعية، رقم 8 لسنة 2007 السوري، وكذلك بالنسبة للأمر الجزائري رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، وعبر عن اصطلاح الشطب باصطلاح "إلغاء العلامة التجارية"، وعن البطلان بحالات خاصة وآثار مختلفة عن حالات الإلغاء، ولذلك استعمل الباحث اصطلاح انقضاء العلامة التجارية لغايات التفريق بين اصطلاح شطب العلامة التجارية وبطلانها، اللتين سيقوم الباحث بتناولهما من خلال هذه الدراسة.

ولهذا استعمل الباحث اصطلاح "انقضاء العلامة التجارية"، من أجل التعبير عن موضوعه، مع إعطاء كل حالة من حالات الانقضاء مسمى خاصا بها؛ لأن لكل حالة أثرا مختلفا عن الحالات الأخرى، وعليه يكون الباحث استعمل اصطلاح "شطب العلامة التجارية" للتعبير عن حالات انقضاء العلامة التجارية كافة، التي لا تمتد أثرها إلى الماضي، واستعمل اصطلاح "إبطال العلامة التجارية" للتعبير عن حالات انقضاء العلامة التجارية التي يمتد أثرها إلى الماضي.

أسباب اختيار الموضوع:

1. مصلحة الجمهور باعتبارها الأولى بالحماية من التغيرير والتضليل، وذلك لحماية المستهلك من التضليل من علامة تجارية غير قانونية.

2. توعية أصحاب العلامات بحالات انقضاء العلامة التجارية، وذلك لتحديد ما يترتب عليهم من التزامات وتوعيتهم بحقوقهم، وهي حقهم في المطالبة بانقضاء العلامة التجارية التي تشكل تعدياً على علامتهم التجارية.

3. لاختيار أفضل الأحكام الموضوعية، والإجراءات المتبعة في انقضاء العلامات التجارية وفقاً لتشريعات المقارنة، ومقارنتها بالإجراءات المطبقة في الضفة الغربية، وتتبيه المشرع الفلسطيني بها.

4. الموضوع جديد، لم يسبق تناوله داخل فلسطين بشكل مفصل، مما يستوجب الحديث عنه في دراسة متخصصة بهذا الشأن.

أهمية الدراسة:

إن انتشار العلامات التجارية وازدياد أعدادها لدى سجل العلامات التجارية، أصبح من المهم الحديث عن كيفية انقضاء العلامة التجارية، من أجل التمييز فيما إذا كانت العلامة التجارية المسجلة سارية المفعول، ومسجلة وفق الأصول والقانون، أم أنها انقضت من السجل، وأصبحت خارج الحماية القانونية، حتى لا يؤدي إلى تضليل الجمهور عن العلامات المحمية بموجب القانون، وتسجيل العلامة التجارية الجديدة الخاصة بالأشخاص، فإنهم يقومون بتسجيلها دون الاكتراث لتلك العلامة التي انقضت، وذلك وفقاً للأصول والقانون.

وتكمن أهمية هذه الدراسة أيضاً في أن صاحب العلامة التجارية يمكن له تقديم طلب لانقضاء العلامة التجارية، التي تشكل تعدياً على علامته، كأن تكون العلامة مزورة للعلامة الأصلية أو مقلدة لها، وانقضاء بعض العلامات المخالفة للقانون، أو تلك التي تعدّ مخلة بالآداب العامة، ومخالفة للنظام العام، تحمي قيم المجتمع، وأصحاب العلامات التجارية، وتحفظ حقوق الغير، فكانت هذه الدراسة للحديث عن الموضوع.

مشكلة الدراسة:

تتمثل المشكلة الرئيسية التي يريد الباحث اثارتها في هذه الدراسة، تسليط الضوء على نقاط الضعف التي عانى منها قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952 المطبق في الضفة الغربية فيما يتعلق بحالات انقضاء العلامة التجارية، فهل هناك أحكام جديدة تم تنظيمها بالتشريعات الأخرى بشكل أفضل بخصوص هذا الموضوع؟ وكذلك هناك أسئلة فرعية يثيرها الباحث من خلال هذه الدراسة، وهي:

1- ما هي الحالات التي تؤدي إلى انقضاء العلامة التجارية وفق قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952؟

2- ما هي الإجراءات المتبعة لانقضاء العلامة التجارية وفقا لتشريع الأردني والتشريعات المقارنة؟

3- هل هناك حالات إضافية لشطب العلامة التجارية وفق التشريعات المقارنة وتحديدًا وفقا لتشريع الجزائري والسوري، ولم يتم تناولها في التشريع المطبق بالضفة الغربية؟

4- هل الأثر المترتب على انقضاء علامة تجارية هو ذاته بالنسبة لحالات انقضاء العلامة التجارية كافة؟

5- كيف يمكن أن تنقضي علامة تجارية تشكل اعتداء على علامة تجارية مشهورة؟

أهداف الدراسة:

1- معرفة حالات انقضاء العلامة التجارية الموجودة في القوانين المقارنة لكي يتم الأخذ بها في قانون العلامات التجارية المطبق بالضفة الغربية، ولكي يأخذ بها القضاء الفلسطيني.

2- الوصول إلى تنظيم أفضل للأحكام المتعلقة بانقضاء العلامة التجارية استنادا إلى القوانين المقارنة في هذا الشأن.

3- لمعرفة الإجراءات المتبعة لانقضاء العلامة التجارية في كل حالة على حدة، وما الفرق بين كل حالة.

4- لمعرفة الفرق بين الأثر المترتب على شطب العلامة التجارية وإبطال العلامة التجارية.

5- توضيح حالات إبطال العلامة التجارية، وكيفية تعامل قانون العلامات المطبق في الضفة الغربية معها مقارنة مع القوانين محل الدراسة.

منهجية الدراسة:

اتبع الباحث خلال دراسته أسلوب المنهج الوصفي، والتحليلي والمقارن، ناقش النصوص القانونية التي وردت في القانون الأردني رقم 33 لسنة 1952 المطبقة بالضفة الغربية، وتعديلاته المطبقة بالأردن في موضوع حالات انقضاء العلامة التجارية، ومقارنتهما بقانون العلامات التجارية الجزائري، وهو الأمر رقم 06-03، وقانون حماية العلامات الفارقة، والمؤشرات الجغرافية، والرسوم والنماذج الصناعية السوري، رقم 8 لسنة 2007، حيث قام الباحث بتحليل هذه النصوص، وتوضيح ما استقر عليه الاجتهاد القضائي في فلسطين والاردن بشأن انقضاء العلامة التجارية من قرارات قضائية صادرة عن محكمة العدل العليا الفلسطينية والاردنية، ومن ثم دراسة الآراء الفقهية في هذا الشأن، وتحليلها.

محددات الدراسة:

سيتناول الباحث النصوص القانونية في قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952، ونصوص التشريعات المقارنة، واختار الباحث لهذه الغاية كل من التشريع الجزائري والسوري، وذلك بعد استقراء لنصوص القوانين للبلدان العربية، فارتأى الباحث الاخذ بهما لما يوجد بهما نصوص قانونية مميزة يمكن للمشرع الفلسطيني الاستفادة منهما عند القيام بتعديل نصوصه واستعان كذلك بمؤلفات القانونيين والفقهاء في مجال انقضاء العلامة التجارية. بالإضافة الى القرارات القضائية الصادرة عن محكمة العدل العليا الفلسطينية.

بيانات الدراسة:

يستخدم الباحث مجموعة من القوانين للمقارنة فيما بينها، لتكون مصادر دراسته، وهي: قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952، والقانون المعدل في الاردن لسنة 1999، وقانون حماية العلامات الفارقة، والمؤشرات الجغرافية، والرسوم والنماذج الصناعية السوري، رقم 8 لسنة 2007، وقانون العلامات التجارية الجزائري، وهو أمر رقم 06-03، والمؤرخ بتاريخ 19 يوليو لسنة 2003، والمتعلق بالعلامات التجارية، كما استخدم الباحث البيانات الثانوية، سواء الكتب، أو قرارات المحاكم، أو المواقع الالكترونية، والرجوع إلى الآراء الفقهية المتعلقة بالموضوع، إضافة إلى استخدام البيانات الأولية في هذه الدراسة، فقد تم إجراء مقابلة مع موظف مختص في مجال هذه الدراسة.

الدراسات السابقة:

لا يوجد في فلسطين بحسب علم الباحث دراسات حول انقضاء العلامة التجارية، ولكن هناك عدة دراسات في هذا الموضوع ببعض الدول العربية، ومن أهمها:

1- قعنب الغلام، **آليات انقضاء العلامة التجارية- دراسة مقارنة بين القانونين الجزائري والفرنسي**، وتناول الباحث من خلال دراسته أسباب انقضاء العلامة التجارية، والإجراءات المتبعة من أجل هذه الغاية، والأثر المترتب على ذلك، وحصر دراسته ما بين القانون الجزائري والفرنسي، ويلاحظ من خلال هذه الدراسة أن الباحث قد خلط بين حالات انقضاء العلامة التجارية وحالات الاعتراض على طلبات التسجيل، وسيفيد الباحث من هذه الدراسة لأنها معمقة في هذا الموضوع مع الإحاطة بالقانون بالصفة الغربية، وإضافة تشريع آخر للمقارنة، وهو التشريع السوري، للإفادة من الأحكام التي جاءت به، مع محاولة الإفادة من هذه الدراسة، والإضافة عليها نظرا لكون العملية البحثية عملية تراكمية.

2- الدكتور صلاح زين الدين، **ترقين العلامة التجارية في القانون الأردني**، وقام بهذه الدراسة من أجل تحديد حالات انقضاء العلامة التجارية في ظل قانون العلامات التجارية الأردني، وتحليل

نصوصه القانونية، وتحليل القرارات القضائية الصادرة عن المحاكم المختصة داخل الأردن في هذا الشأن، واقتصرت دراسته على نطاق القانون الأردني، كما أنها لم تشمل الحالات التي يريد الباحث الحديث عنها في هذه الدراسة.

3- شفاء ربابعة، شطب العلامة التجارية لعدم الاستعمال، وقامت الباحثة بدراسة إشكالية شطب العلامة التجارية لعدم استعمالها خلال الفترة المسموح بها قانونياً، وناقشت الآثار التي تترتب على هذا الأمر، واقتصرت الدراسة على الحديث عن إحدى حالات انقضاء العلامة التجارية وهي عدم الاستعمال، ولم تتحدث عن باقي الحالات الأخرى، كحالات الشطب، وحالات الإبطال التي سيبينها الباحث في هذه الدراسة.

4- عبد الله أبو عثمان، العلامة التجارية ما بين الاعتراض وطلب الترقين في القانون الأردني والمقارن، يتحدث الباحث هنا عن الفرق ما بين طلبات الاعتراض التي تكون مقدمة قبل تسجيل العلامة التجارية بشكل نهائي، وطلبات الترقين "شطب" العلامة التجارية التي تكون بعد أن تسجل العلامة التجارية بشكل رسمي ونهائي، وبالتالي تم الحديث في هذه الدراسة عن حالة انقضاء العلامة التجارية بشكل بسيط دون التوسع بها؛ لأن الإشكالية الأساسية في هذه الدراسة كانت عن المقارنة بين الاعتراض والترقين، وتحديد الفروق بينهما، وركز الباحث في رسالته على الاعتراض أكثر من حالات الشطب والبطالان.

خطة الدراسة:

يقسم الباحث دراسته إلى فصلين، الفصل الأول: يتحدث فيه عن حالات شطب العلامة التجارية، باستخدام المقارنة، وتم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين، فالمبحث الأول: يتحدث عن شطب العلامة التجارية لعدم استعمالها، ويبين الباحث الشروط القانونية التي وضعتها التشريعات محل الدراسة، والإجراءات والآثار المترتبة على ذلك، والمبحث الثاني: شطب العلامة التجارية لعدم تجديدها أو بطلب من صاحبها، ويبين الباحث الشطب الحكمي والصريح للعلامة التجارية، وكيفية تجديد العلامة والإجراءات المتبعة، والأثر المترتب على الشطب لعدم التجديد أو رغبة من صاحبها.

الفصل الثاني: يتحدث فيه الباحث عن إبطال العلامة التجارية، وتم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين، فالمبحث الأول: يتحدث عن إبطال العلامة التجارية لمخالفتها شرط الصفة الفارقة وشرط المشروعية، وتوضيح الإجراءات المتبعة لإبطال العلامة التجارية لعدم توافر الشرطين السابقين، وفي المبحث الثاني: يتناول فيه الباحث إبطال العلامة التجارية التي تشكل اعتداء على علامة تجارية أخرى، بمعنى الحديث عن العلامات التي لا تتوفر فيها شرط الجودة، وهو أحد الشروط الموضوعية للعلامة التجارية، ولتفصيل ذلك فإنه سيتم الحديث عن العلامات التي تشكل اعتداء على علامات مسجلة في فلسطين أو خارجها، كما سيتم تناول حالة إبطال العلامة التي تشكل تعدياً على علامة تجارية مشهورة، التي لم يتناولها القانون المطبق في الضفة الغربية بشكل صريح، وعليه يكون الباحث قد قسم دراسته إلى:

1- الفصل الأول: حالات شطب العلامة التجارية.

2- الفصل الثاني: حالات إبطال العلامة التجارية.

الفصل الأول

حالات شطب العلامة التجارية

يتناول الباحث في هذا الفصل حالات شطب العلامة التجارية، والاصطلاحات التي تناولت هذه الحالة، كالإلغاء والترقين والحذف، واستخدم اصطلاح "شطب"، للتعبير عن الاصطلاحات بهذا الشأن كافة¹، والشيء المشترك بين هذه الاصطلاحات هو إمكانية إعادة تسجيل العلامة بعد شطبها، فعند اتباع الاجراءات التي نص عليها حكم القانون، فإنه يمكن إعادة العلامة التجارية إلى السجل الخاص بها، وسيتم الحديث عنها في هذا الفصل، ويرى الباحث أن هناك اختلافاً بين اصطلاح "الشطب" السابق ذكره واصطلاح "البطلان"، ففي بطلان العلامة لا بد من وجود شرطين أساسيين معاً، وهما:

الشرط الأول: عدم إعادة تسجيل العلامة التجارية إلى سجل العلامات التجارية مرة أخرى.

الشرط الثاني: عدم ترتيب أثر هذه العلامة في الماضي أو الحاضر أو المستقبل.

ولكن الأثر المترتب على الشطب يكون فوراً، وليس بأثر رجعي، وهذا الأثر غير وارد في حالة عدم الاستعمال، وهو ما سيتم تناوله في المطلب الثالث من المبحث الأول من هذا الفصل².

¹ تعني كلمة شطب (لغة): حذف، فيقال: قام القاضي بشطب الدعوى، أي أنه قام بحذفها من السجل.

تعني كلمة التخلي (لغة): التنازل الطوعي عن الممتلكات أو حق في الممتلكات.

تعني كلمة بطلان (لغة): سقوط العقد وفساده أو انعدام أثر التصرف بالنسبة إلى المتعاقد.

تعني كلمة حذف (لغة): قطعه وأسقطه.

تعني كلمة إلغاء (لغة): إبطال العمل بها.

تعني كلمة التنازل (لغة): ترك المرء له حقاً أو فائدة تعود عليه. <http://www.almaany.com/> / وذلك بتاريخ 2018/10/1.

² يلاحظ بهذا الشأن أن المادة (11) من الأمر الجزائري استعملت مصطلح إبطال العلامة التجارية، وهو ما ينتقده البعض، إذ إن المشرع الجزائري استعمل مصطلح "إلغاء" -وهو مصطلح مرادف لمصطلح "الشطب"- في المادة (21) وذلك للتعبير عن عدة حالات، ومن بينها المادة (11)، وكان الأجدر بالمشرع الجزائري استعمال مصطلح إلغاء لهذه الغاية، يراجع: عجة، الجيلالي، العلامة التجارية، خصائصها وحمايتها "دراسة مقارنة"، ط1، بيروت، منشورات زين الحقوقية، 2015.

وعرف بعض الفقهاء شطب العلامة التجارية بأنه: "إلغاء علامة تجارية من سجل العلامات التجارية إذا توافرت الشروط التي تطلبها القانون لذلك، ووفقا للإجراءات التي رسمها"¹. ويضيف الباحث: "والتي تسري بأثر فوري ومباشر، مع إمكانية إعادة تسجيلها في سجل العلامات التجارية في حال اتخذت الإجراءات القانونية اللازمة لهذه الغاية".

ويقسم هذا الفصل إلى مبحثين، ففي المبحث الأول: يتناول الباحث الحالة الأولى من حالات شطب العلامة التجارية لعدم قيام صاحب العلامة التجارية باستعمال علامته على الوجه المطلوب قانونا، وفي المبحث الثاني: يتناول الباحث حالة شطب العلامة التجارية لعدم قيام صاحب العلامة التجارية بتجديدها في الوقت المحدد قانونا لهذه الغاية، وكذلك حالة تقديم طلب شطب من صاحب العلامة من تلقاء نفسه.

المبحث الأول: شطب العلامة التجارية لعدم استعمالها من صاحبها

يبين الباحث إحدى حالات شطب العلامة التجارية، وذلك لعدم قيام صاحب العلامة التجارية باستعمالها وفق الغاية المخصصة لهذه العلامة، ونظم قانون العلامات التجارية الأردني²، أحكام هذه الحالة التي سيتم تناولها بالتفصيل في هذا المبحث.

ويقسم الباحث المبحث إلى ثلاثة مطالب، فالمطلب الأول: يتناول عدم استعمال العلامة التجارية بمحض إرادة صاحبها، أما المطلب الثاني: فيتناول عدم استعمال العلامة التجارية بخلاف إرادة صاحبها، أما المطلب الثالث: يتحدث عن إجراءات شطب العلامة التجارية لعدم الاستعمال، وأخيرا: يتحدث بمطلبه الرابع عن الأثر المترتب على شطب العلامة التجارية لعدم استعمالها.

¹ عساف، شذى احمد، شطب العلامة التجارية في ضوء اجتهاد محكمة العدل العليا، ط1، عمان، دار الثقافة، 2011، ص19.

² المادة (22) من قانون العلامات التجارية (المطبق في الضفة الغربية او المعدل)

المطلب الأول: عدم استعمال العلامة التجارية

يهدف الباحث إلى تعريف مفهوم استعمال العلامة التجارية، كما يسعى إلى إيجاد معيار لتحديد مدى حصول هذا الاستعمال من عدمه، إضافة إلى تحديد المدة الواجب فيها استعمال العلامة التجارية، ويبين الباحث الاستثناءات التي تسمح بعدم استعمال العلامة التجارية.

الفرع الأول: عدم استعمال العلامة التجارية بمحض إرادة صاحبها

أولاً: مفهوم الاستعمال ومعياره.

يبين الباحث هنا حالة عدم الاستعمال بإرادة صاحب العلامة التجارية وفقاً لقانون العلامات التجارية الأردني، رقم (33) لسنة 1952، المطبق في الضفة الغربية، والتطرق إلى التعديلات التي أجريت عليه، والمطبقة في الأردن¹، وكذلك قانون العلامات التجارية الجزائري، وهو الأمر رقم 06/03 المؤرخ في 2003/7/19 ويتعلق بالعلامات التجارية²، وقانون حماية العلامات الفارقة، والمؤشرات الجغرافية، والرسوم والنماذج الصناعية السوري رقم 8 لسنة 2007م³، وبعد شرط عدم الاستعمال شرطاً حديثاً، والمشرع السوري لم يكن يعدّه حالةً من حالات شطب العلامة التجارية في القانون السوري القديم، رقم 47 لسنة 1946 الخاص بحماية الملكية التجارية والصناعية، وبقي الوضع على هذه الحال حتى صدور القانون الجديد السابق ذكره، إذ نص في المادة (8) على هذه الحالة⁴.

¹ قانون العلامات التجارية الاردني رقم 34 لسنة 1999 والمنشور على الصفحة 4299 من الجريدة الرسمية عدد رقم 4389 بتاريخ 1999/11/1

<http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/ar/jo/jo007ar.pdf>

² الأمر رقم 06-03 مؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو عام 2003 المتعلق بالعلامات

http://www.wipo.int/wipolex/ar/text.jsp?file_id=228125

³ وقانون حماية العلامات الفارقة، والمؤشرات الجغرافية، والرسوم والنماذج الصناعية، رقم 8 لسنة 2007م والمنشور بتاريخ

1428/2/22 هـ الموافق 2007/3/12م www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/ar/sy/sy001ar.pdf

⁴ تراجع المادة(8) من قانون العلامات الفارقة السوري.

ويلاحظ الباحث هنا أنه لم يتم وضع تعريف محدد لاستعمال العلامة التجارية، وفقا لأحكام التشريعات محل المقارنة، بل تم وضع معيار، أو عدة معايير لهذا الاستعمال، وعليه تكون هذه التشريعات قد تركت الأمر للفقهاء والقضاء.

إن الحديث عن عدم الاستعمال يشمل العلامات التي تم تسجيلها وفقا للأصول والقانون، وليست العلامات غير المسجلة، وعليه يكون صاحبها لم يقيم باستعمالها استعمالا حقيقيا، أو لم يقيم باستعمال علامته بشكل جدي، كأن يستعمل علامته بشكل وهمي، فيوهم الجمهور بأنه يستعملها وهو ليس كذلك، أو يقوم بالإعلان عن افتتاح محل تجاري توجد فيه منتجات عليها علامات التجارية، وفي حقيقة الأمر لا توجد هذه المنتجات، ولا يقوم باستعمال العلامة التجارية عليها، أو أنه قام باستعمال علامته بخلاف الغاية المقصود منها تسجيل تلك العلامة، كأن يقوم بتسجيل علامته على منتج ملابس، وقام باستعمالها على منتج يتعلق بالطعام مثلا، فكل ذلك يؤدي إلى إمكانية تقديم طلب من أجل شطب هذه العلامة¹.

وجاء في نص المادة (1/11) من قانون العلامات (المطبق بالصفة الغريبة أو المعدل): "... أو كان في النية استعمالها..."، وكذلك المادة (1/22) من القانون المذكور، بقولها: "...أنه لم يكن ثمة نية صادقة لاستعمال تلك العلامة..."، وذلك كسبب من أسباب شطب العلامة التجارية لعدم الاستعمال، وبمفهوم المخالفة في حال كانت هناك نية صادقة للاستعمال فإنه يترتب عليه بقاء العلامة التجارية وعدم شطبها، واشترط وجود نية الاستعمال لدى مقدم الطلب من أجل تسجيل هذه العلامة، ولم يشترط الاستعمال الفعلي لها².

إلا أن قانون العلامات التجارية الأردني المعدل، قد عدل المادة (22) سابقة الذكر تعديلا جوهريا، فاشتراط في الاستعمال أن يكون استعمالا فعليا، "... إذا لم يستعملها فعليا وبصورة مستمرة..."،

¹ الأسمر، صلاح سلمان، شرح قانون العلامات التجارية الأردني، عمان، دون دار نشر، 1992/ص138.

² وذلك يتوافق مع القانون الاسترالي حيث أنه أجاز للغير تقديم طلب لشطب العلامة التجارية في حال لم تكن هناك نية لصاحبها باستعمالها فيما يتعلق بالسلع والخدمات المسجلة لأجلها، وبالتالي يكون المشرع الاسترالي لم يشترط الاستعمال الفعلي.

Mackie, Jenny & Keette, Dawn, A REFERENCE AUSTRALIAN TRADE MARK SYSTEM GUIDE TO THE, 2009

<https://www.ipso.org/wp-content/uploads/2013/04/AGuidetoAustralianTrademarks.pdf>

وفي حال وجود نية بالاستعمال فإنّ المشرّع الأردني لا يعد هذا كافياً لانطباق الاستعمال القانوني للعلامة التجارية، ولا يمكن القياس على المادة (1/11)¹، كما قال بعض الفقهاء² بهذا الصدد، لكون المادة المذكورة تتحدث عن تسجيل العلامة التجارية وليس شطبها، وقام المشرع الأردني بتعديله أيضاً بحذف عبارة: "... ثمة نية صادقة لاستعمال تلك العلامة..."، وبالتالي يفهم من النص أن القانون الأردني المعدل وبمفهوم المخالفة يأخذ بالاعتبار الاستعمال الفعلي للعلامة، ولا يأخذ بنية صاحب العلامة إن كان يريد استعمالها أم لا، حتى لو كانت لديه النية لاستعمالها فلا يعتدّ بذلك، وتكون العلامة معرضة للشطب.

إن الأمر الجزائري يتوافق مع التعديل الأردني بهذا الشأن، ولا بد أن يكون الاستعمال جدياً³، ويرى بعض الفقهاء أنّ العلامة يجب أن تستعمل بصورة مستمرة، فيكون هناك انتظام باستعمالها ودون تقطع⁴، وألا يكون القصد من الاستعمال الاحتيال، فالاستعمال كل ثلاث سنوات من أجل عدم شطب العلامة التجارية يكون القصد منه الاحتيال، وعدم وجود نية فعلية لاستعمالها، بقصد التجارة بالسلع والخدمات⁵.

ويرى المشرع السوري أنه حتى يتم اعتبار العلامة التجارية مستعملة بصفة جدية لا بد من استعمالها بشكل فعلي، فلا تكفي وجود نية الاستعمال، فالعبرة بقيام فعل الاستعمال، وإلا تكون العلامة معرضة للشطب بعد مضي المدة المحددة قانوناً⁶، وهو ما يطابق التعديل الأردني في هذا

¹ المادة (1/11) من قانون العلامات التجارية (المطبق في الضفة الغربية أو المعدل): " كل من يدعي أنه صاحب علامة تجارية مسجلة استعملت أو في النية استعمالها ويرغب في تسجيل تلك العلامة عليه أن يقدم طلباً خطياً إلى المسجل وفقاً للأصول المقررة".

² زين الدين، صلاح، ترقين العلامة التجارية، مجلة الحقوق (الكويت)، ع4، 155 / 2009
<http://search.mandumah.com/Record/417596>

³ تراجع المادة (11) من الأمر الجزائري المتعلق بالعلامات التجارية

⁴ تراجع المادة (11) من الأمر الجزائري وكذلك الجيلالي، عجة، مرجع سابق/ ص93-94

⁵ الربابعة، شفاء، شطب العلامة التجارية لعدم استعمالها "دراسة مقارنة"، رسالة ماجستير غير منشورة على الانترنت، جامعة آل البيت، عمان/ ص25.

⁶ تراجع المادة (1/8) من قانون حماية العلامات الفارقة والمؤشرات الجغرافية والرسوم والنماذج الصناعية رقم 8 لسنة 2007.

الشأن، ولكن المشرع السوري وضع أوجه الاستعمال الفعلي التي تشكل استعمالاً جدياً لمواجهة الغير، وهو بذلك يكون قد تفوق على التشريعات السابقة، فحدد أوجه الاستعمال بما يأتي:

1- القيام بوضع العلامة على الأغلفة من أجل تسويقها، والقيام بالتجارة بها، وبالتالي تستخدم العلامة عن طريق عرضها على منتجات أو خدمات، يستطيع الناس رؤيتها بالشكل المعتاد¹.

2- القيام باستعمال العلامة ذاتها، ولكن بشكل مغاير يمكن من خلاله تمييز هذه العلامة، بمعنى يمكنها المحافظة على صفتها الفارقة، وهذا نص خاص جاء به القانون السوري دون القوانين السابقة²، ويقوم صاحب العلامة باستعمال علامته بشكل مغاير لشكل العلامة الأصلية، التي تم تسجيلها لدى مسجل العلامات التجارية، والشرط الأساسي لاعتبار ذلك استعمالاً يحول دون شطب هذه العلامة هو تمكين الجمهور من تمييزها، ومعرفة أنها هي ذاتها العلامة الأصلية، حتى لا يقعوا بالتضليل³.

ويرى الباحث أن هناك صعوبةً لتحديد مدى محافظة العلامة المغايرة على الصفة الفارقة للعلامة الأصلية، فلا بد من تقديم طلب إلى الجهة المختصة من أجل القيام بتعديل شكل العلامة، والقيام بالإعلان عن ذلك حتى يعلم الجمهور بهذا التغيير⁴، وهو ما تشترطه وزارة الاقتصاد الوطني الفلسطيني⁵.

3- استعمال العلامة من قبل الغير يكون بواقعة الاستعمال بحد ذاتها، ولا يكفي الترخيص من الغير، ففي حال تم استعمالها من الغير فإن ذلك الاستعمال يعد صحيحاً منتجاً لأثره، بشرط أن تكون هناك موافقة مسبقة من صاحب العلامة، ولا بد لهذه الغاية من القيام بتثبيت هذا الترخيص

¹ تراجع المادة (1/8) من قانون حماية العلامات الفارقة السوري.

² تراجع المادة (1/8) من قانون حماية العلامات الفارقة السوري.

³ برانبو، عدنان، **التنظيم القانوني للعلامة التجارية**، ط1، بيروت، منشورات الحلبي الحقوقية، 2012/ص578.

⁴ وهو ما أكد عليه قانون العلامات التجارية (المطبق في الضفة أو المعدل) في المادة (9/14) منهما.

⁵ حيث أنه بالنظر إلى مجالات الملكية الصناعية والتجارية الصادرة عن وزارة الاقتصاد الوطني الفلسطيني يتم وضع قائمة بالعلامات التي تم تعديلها من صاحبها ونشرها في المجلة المذكورة.

لدى سجل العلامات المختص، حتى يعدّ الاستعمال جدياً¹، وهو ما جاء به التعديل الأردني والأمر الجزائري².

إلا أن السؤال المطروح بهذا الصدد: ما هو معنى عدم الاستعمال؟ وقبل الحديث عن عدم استعمال العلامة التجارية لا بد من تعريف استعمال العلامة بحد ذاته، فقد عرفه البعض: "الاستعمال الذي يكون جادا وحقيقيا، ويعدّ الاستعمال جاداً عندما يتم استعمال العلامة بما يتفق مع الغرض منه، وهذا الغرض يكون متفقاً مع المنتجات أو الخدمات المسجلة من أجلها في سجل العلامات التجارية"³، ويلاحظ أن التعريف السابق ارتكز على الغاية من الاستعمال، ومطابقة الغرض الذي سجلت من أجله العلامة التجارية.

ويعرف بعض الفقهاء عدم الاستعمال بأنه: "التوقف الإرادي عن استعمال العلامة لما هي مخصصة له من منتجات أو بضائع أو خدمات"⁴. وهذا يعني أن عدم الاستعمال هو امتناع صاحب العلامة التجارية عن استعمال علامته التجارية بمحض إرادته، وليس إجبارياً، فلا يقوم باستعمالها رغم إمكانيتها، أو يعلن عن عدم رغبته في استعمالها صراحة أو ضمناً، كأن يتم استعمالها من الغير، ولا يعترض على ذلك، فهذه دلالة ضمنية على عدم رغبته في استعمالها، وهذا يؤدي إلى إمكانية تقديم طلب لشطب العلامة التجارية من ذي مصلحة⁵.

وجاء في قرار محكمة العدل العليا الفلسطينية بالقضية رقم (2010/73)، أن معنى عدم الاستعمال، هو: "... عدم وجود نية صادقة لاستعمال العلامة التجارية، كأن يتخلى صاحب العلامة تماماً ونهائياً عن أي استعمال لهذه العلامة في البيع والشراء، والعرض والدعاية، والانتماء، ويتركها كلياً، ولا يستغلها بأي شكل من الأشكال، ولا في أي وقت من الأوقات مهما كان، وألا

¹ تراجع المادة (3/1/8) من قانون حماية العلامات الفارقة السوري.

² تراجع المادة (12) من الأمر الجزائري وتراجع المادة (2/22) من القانون الأردني المعدل.

³ Julia Holden, Trevisan & Cuonzo Avvocati, Trademark cancellations, 2017. https://www.inta.org/Cancellations/Documents/Cancellations_France_Sample_Jurisdiction.pdf.

⁴ زين الدين، صلاح، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، ط3، عمان، دار الثقافة، 2015/ص230.

⁵ زين الدين، صلاح، الملكية الصناعية والتجارية، مرجع سابق/ص160.

يعارض الغير في استعمالها؛ لأنه تركها أساساً، ولا يريد استخدامها في التجارة، أو في سبب آخر...".¹

ويتضح ممّا سبق، أن الاجتهاد القضائي قد وسعت نطاق الاستعمال، فعُدّت الاستعمال لمرة واحدة قرينةً على الاستعمال، ويمكن التدليل على وجود نية لاستعمالها مرة أخرى، وهذا ما يتوافق مع قانون العلامات التجارية المطبق بالصفة الغربية، ويكفي أن تكون هناك نية في الاستعمال، ولا يشترط أن يكون الاستعمال كبيراً، وقد تم تعديل هذه المادة بموجب القانون الأردني المعدل، فاشترط لاعتبار العلامة مستعملة الاستمرار باستعمالها كما سبق²، وهو ما يخالف قرار محكمة العدل العليا الفلسطينية السابق ذكره، التي عدّت الاستعمال في أي وقت من الأوقات استعمالاً صحيحاً، وبحول دون الشطب، كما أكدت المحكمة في قرارها: أنه في حال كانت نية صاحب العلامة ترمي إلى استعمالها لأغراض غير تجارية، كاستعماله في أغراض مدنية مثلاً، فالاستعمال المدني يعد من قبيل الاستعمال المحمي بموجب القانون، وينتقد الباحث هذا الحكم لأنه لا بد من استخدام العلامة التجارية واستغلالها في الإطار التجاري لا المدني، وذلك لكونها ذات قيمة اقتصادية.³

ويرى بعض الفقهاء أن الاستعمال لغاية الدعاية لا يعدّ استعمالاً بالمعنى القانوني، -وهو ما يخالف قرار المحكمة السابق- لأن الاستعمال يكمن في عرض البضائع أو بيعها في السوق، ممّا يؤدي إلى حرمان الغير من الاستعمال الحقيقي لهذه العلامة⁴، وبالمقابل يرى بعضهم الآخر أن استعمال العلامة في الدعاية والإعلان يعدّ استعمالاً ظاهراً لهذه العلامة⁵.

¹ <http://muqtafi.birzeit.edu/courtjudgments/ShowDoc.aspx?ID=88733>

² تراجع الصفحة 12-13 من هذه الدراسة.

³ يجدر الإشارة إلى أنه ليس هناك تعريف صريح للاستعمال المدني وإنما هناك معايير وضعها الفقه لتحديد إن كان طبيعة العمل مدني أو تجاري ومن هذه المعايير لتمييز الاستعمال المدني: وجود صفة التبرع في العمل، أن يكون العمل الممارس بشكل منتظم، أو أن يقوم باحتراف هذه المهنة، وتعتبر هذه المعايير هي الأبرز للتمييز بين الاستعمال المدني والتجاري.

سامي، فوزي محمد، شرح القانون التجاري (الجزء الأول)، ط1، عمان، دار الثقافة، 2009/ص40-44

⁴ عساف، شذى، مرجع سابق/ص127

⁵ الحمصي، علي نديم، الملكية التجارية والصناعية، ط1، بيروت، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع،

2010/ص290

ويرى الباحث أن الدعاية لعلامة تجارية في أغلب الأحيان تكون لغاية الترويج لعلامة موجودة في السوق، أو ستكون موجودة في وقت قريب، ومن غير المعقول أن يقوم صاحب العلامة بالدعاية لعلامته وهي غير موجودة، إلا إذا كان لديه سوء نية من أجل عدم شطبها، فإنه يترتب على هذا الأمر عندئذ شطبها.

وبخصوص الاستعمال الجدي، صدر قرار عن محكمة العدل الأوروبية ببريطانيا، بأن العبرة في الاستعمال بحد ذاته وليس بحجمه، وتم تقديم طلب لشطب علامة تجارية، نظرا لكون الأرباح التي تحققها هذه العلامة قليلة، وحجم التسويق لها صغير، فرفضت المحكمة هذا الطلب، فالعبرة بالاستخدام الحقيقي وهو ثابت هنا، حتى وإن كانت كمية الاستخدام قليلة، وهو ما يؤيده الباحث بهذا الشأن، لكون الأمر يتعلق بعلامة تجارية، وليس ببراءة اختراع. ففي حالة الاختراعات فإنه يتم المطالبة بالترخيص الإجمالي، لأن الاختراع يلبي احتياجات الجمهور، وهو على العكس من العلامة التجارية التي لا يجوز فيها الترخيص الإجمالي، فلا يتطلب استخدامها بشكل كبير، فيكتفي الاستعمال دون النظر إلى حجمه¹.

وبشأن فكرة الاستعمال الجدي أو اعتماد النية في استعمالها فإن الباحث يميل إلى فكرة النية في الاستعمال، بشرط أن يتم وضع معايير لهذه الغاية من أجل الاستدلال على هذه النية، فمثلا لو كان صاحب العلامة التجارية يريد افتتاح محل تجاري بحلة جديدة، ويجهز لذلك، فإنه يمكن الاستدلال على ذلك بالنية في الاستعمال بشكل واضح، فإن لم تكن كذلك فمن الصعب الاستدلال على هذه النية، ولم يستطع صاحب العلامة إثبات هذه النية، فإنه لا بد من اللجوء إلى فكرة الاستعمال الفعلي.

ثانيا: مدة عدم الاستعمال.

حدد قانون العلامات التجارية الأردني المطبق في الضفة الغربية المدة التي تؤدي إلى إمكانية شطب العلامة لعدم استعمالها، وفقا لنص المادة (22) منه: "... خلال السنتين اللتين تقدمتا

¹ What constitutes use of a registered trademark the Europe Legislation Analysis Subcommittee, [http://www.inta.org/Advocacy/Documents/INTA Trademark Use Europe 2004. Pdf/ p44](http://www.inta.org/Advocacy/Documents/INTA%20Trademark%20Use%20Europe%202004.Pdf)

الطلب..."، ويفهم من النص السابق أنه في حال لم يتم استعمال العلامة التجارية لمدة سنتين على التوالي من تاريخ تقديم الطلب، فإنه يمكن تقديم طلب من أجل شطب هذه العلامة¹، والمقصود بتقديم الطلب هنا طلب الشطب، أي عدم استعمال العلامة خلال سنتين أو أكثر من زمن تقديم طلب الشطب، فإذا كانت المدة أقل فلا يتم شطب هذه العلامة، والقانون الأردني المعدل حذف كلمة "تقديم الطلب"، واكتفى بقول "الطلب"، والمقصود هو تقديم طلب الشطب كذلك.

وبالرجوع إلى القرارات الصادرة عن محكمة العدل العليا الفلسطينية نجدها أخذت بما سبق ذكره، ففي القضية رقم (2010/73) عدّت قرار المسجل نهائياً، لعدم استئناف قراره خلال مدة العشرين المحددة قانوناً لهذه الغاية، وكذلك لوجود اتحاد في السبب والموضوع؛ لأنه لم تمر سنتان جديدتان على عدم الاستعمال، فلو مرت سنتان جديدتان على عدم الاستعمال لنظرت به المحكمة موضوعاً²، وهنا يمكن أن يفهم بأن المحكمة أخذت بالاعتبار آخر مرة تم استعمال العلامة فيها، وعليه تكون أخذت بمعيار الاستعمال.

واستناداً لقرار محكمة العدل العليا الفلسطينية رقم (2013/41) التي رفضت طلب لشطب علامة (freez)، لأنه من غير المعقول أن يتم طلب شطب هذه العلامة لعدم استعمالها، ولم يمض على تسجيلها سوى شهر واحد فقط³، ويفهم من هذا القرار أنه يجب أن تكون العلامة المراد شطبها لعدم الاستعمال قد مضى على تسجيلها مدة سنتين، فلا يجوز تقديم طلب بشطب علامة تم تسجيلها منذ سنة مثلاً.

أما من حيث المدة التي اشترطها القانون الأردني المعدل لعدم الاستعمال، فهي وحسب النص: "... خلال السنوات الثلاث التي سبقت الطلب..."، وعدل المشرع مدة الاستعمال لتصبح ثلاث سنوات، وجاء هذا التعديل متوافقاً مع اتفاقية ترينس التي حددت المادة (1/19) منها بالقول: "... فلا يجوز إلغاء التسجيل إلا بعد انقضاء مدة لا تقل عن ثلاث سنوات متواصلة من عدم الانتفاع..."، فوضعت حدّاً أدنى لمدة ثلاث سنوات، مع إمكانية زيادتها بالتشريعات الداخلية المنضمة للاتفاقية،

¹ تراجع المادة (22) من قانون العلامات التجارية المطبق في الضفة الغربية

² <http://muqtafi.birzeit.edu/courtjudgments/ShowDoc.aspx?ID=88733>

³ <http://muqtafi.birzeit.edu/courtjudgments/ShowDoc.aspx?ID=94833>

وهو ما أخذ به الأمر الجزائري¹، وقام به المشرع السوري²، وقامت بعض التشريعات بزيادة هذه المدة إلى خمس سنوات كالتشريع المصري³، وانتقد بعض الفقهاء مدة السنوات الخمس لأنها تعد طويلة جداً، ويكفي لهذه الغاية ثلاث سنوات⁴.

أما بخصوص المدة، فيرى الباحث أنه يجب الأخذ بالحل الأوسط، وهو مدة ثلاث سنوات؛ لأن مدة السنتين تعد قليلة، ومدة السنوات الخمس تعد كبيرة، وطالما أن اتفاقية ترينس حددت هذه المدة كحد أدنى، فهي مناسبة لهذه الغاية توافقاً مع الاتفاقية.

وبحسب نص المادة (21) من اتفاقية ترينس فإنه لا يوجد ما يسمى الترخيص الإلزامي للعلامات التجارية، كما هو الحال مع براءة الاختراع مثلاً، وإنما يكون الأثر المترتب على عدم الاستعمال هو شطب للعلامة التجارية⁵.

الفرع الثاني: عدم استعمال العلامة التجارية بخلاف إرادة صاحبها

يبين الباحث هنا استثناء يعطي صاحب العلامة الأحقية بعدم الاستعمال، ضمن شروط معينة حددها القانون، والأصل أن عدم الاستعمال يترتب عليه شطب العلامة التجارية، ولكن هنالك أحوال معينة سمحت بالتشريعات محل هذه الدراسة بعدم استعمال العلامة مع السماح ببقائها وعدم شطبها.

وبالرجوع إلى قانون العلامات (المطبق في الضفة الغربية أو المعدل)، نجد أن المادة (22) من القانون المذكور، نصّت على أن: "... عدم استعمال تلك العلامة يرجع إلى وجود أحوال تجارية خاصة، وليس إلى وجود نية ترمي إلى عدم استعمال العلامة..."، ويلاحظ من النص السابق، أنه

¹ تراجع المادة (1/19) من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة (ترينس) لسنة 1994
www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/a_r/wipo_ip_uni.../wipo_ip_uni_amm_04_2.doc
وتراجع المادة (1/11) من الأمر الجزائري.

² تراجع المادة (8) من قانون العلامات الفارقة السوري.

³ تراجع المادة (91) من قانون الملكية الفكرية المصري رقم (82) لسنة 2002 والصادر في الثالث من حزيران لسنة 2002.
<https://egyptian-awkaf.blogspot.com/2009/11/82-2002.html>

⁴ عبد الصادق، محمد مصطفى، الحماية القانونية للعلامات التجارية إقليمياً ودولياً، ط1، المنصورة، دار الفكر والقانون، 2011/ص106.

⁵ تراجع المادة 21 من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية-معاهدة ترينس-1994.

جاء عامًا، فلم يتم بتحديد الحالات التي تسمح بعدم استعمال العلامة التجارية، كما في الأمر الجزائري، الذي ترك هذه الأسباب للقاضي، لتقدير كل حالة على حدة، فيما إذا كانت الحالة تتوافر حالة عدم الاستعمال أم لا¹، وكذلك المشرع السوري، لم يتم بتحديد الأسباب المسوغة لعدم استعمال العلامة². ويمكن إعطاء أمثلة على هذه الحالات، وهي حالة وجود كساد في السوق، أو وجود كوارث طبيعية، ويكون لصاحب العلامة الأحقية بإثبات أنه لم تكن لديه النية في عدم الاستعمال، وإنما لوجود مبرر، اضطر لعدم استعمال علامته، وأن الأمر لم يكن بإرادته³.

وعرف بعض الفقهاء هذه الظروف، بأنها: "تلك الظروف الشخصية المرتبطة بتجارة مالك العلامة التجارية، التي حالت دون استخدام علامته على منتجاته، أو خدماته، والعائدة لأسباب مالية، أو عدم توفر المادة الخام اللازمة للتصنيع"⁴، ومن الواضح أن التعريف السابق قد حصر الحال بالظروف التجارية المتعلقة بصاحب العلامة، ولم يتطرق إلى الأحوال الأخرى، التي قد تعيق استعمال هذه العلامة، مثل: الحروب أو الكوارث الطبيعية، ولا بد من دخول هذه الأمور ضمن نطاق الأسباب المبررة لعدم الاستعمال.

ويثار تساؤل حول هذا الموضوع، فإذا توقف صاحب العلامة عن استعمال علامته لفترة محددة بإرادته، ثم طرأ سبب آخر حال دون استعمالها، فمن أي وقت يتم حساب هذه المدة؟ يرى بعض الفقهاء أن العبرة تكون في آخر استعمال للعلامة التجارية، وتحسب المدة من تاريخ التوقف عن الاستعمال إلى حين ظهور سبب يمنع الاستعمال، ثم تستكمل المدة من تاريخ زوال السبب المانع من الاستعمال. فمثلا: إذا لم يستعمل صاحب العلامة علامته مدة ستة أشهر، وطرأ سبب بعدها حال دون استعمالها، واستمر السبب المانع من الاستعمال ستة أشهر أخرى، فإن مدة الاستعمال

¹ الغلام، قعنب، آليات انقضاء العلامة التجارية-دراسة مقارنة بين القانون الجزائري والفرنسي (رسالة منشورة على الإنترنت)، جامعة الجزائر-يوسف بنخدة-، الجزائر، 2015

http://biblio.univ-alger.dz/jspui/bitstream/123456789/13318/1/KAANEB_LOUGHLAM.pdf

² من خلال استقراء الباحث لنصوص قانون العلامات الفارقة السوري

³ زين الدين، صلاح، الملكية الصناعية والتجارية، مرجع سابق/ ص 231

⁴ الخشروم، عبد الله حسين، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، ط2، عمان، دار وائل، 2008 / 219-220.

تستكمل من الستة الأشهر الأولى، وتكون هي مدة توقف وليس انقطاع¹، وهو ما يؤيده الباحث لأن المقصر لا يكافأ على تقصيره.

وجاء قرار محكمة العدل العليا الفلسطينية رقم (2010/73) لتبرير عدم شطب علامة تجارية لعدم استعمالها، وفي حيثيات هذه الدعوى أن الجهة المستأنف ضدها هي شركة تمارس أعمالها بالأردن، وتقوم عادة بتصدير منتجاتها إلى الضفة الغربية، ولوجود أوضاع استثنائية أحالت دون قيام الشركة لنقل بضائعها، فعلى الرغم من ذلك ما زالت نية هذه الشركة قائمة، من أجل توريد منتجاتها إلى الضفة الغربية، وبالتالي تم رد الاستئناف، لعدم توافر حالة عدم الاستعمال².

وجاء المشرع الجزائري بحكم جديد بهذا الشأن، وأعطى لصاحب العلامة الذي لديه مبرر لعدم استعمال علامته مهلة سنتين على الأكثر للقيام باستعمالها، فإن استمر مانع الاستعمال أكثر من سنتين فإنه يمكن للغير تقديم طلب لشطب هذه العلامة³، وحسنا فعل المشرع الجزائري، وذلك حتى لا يتم احتكار هذه العلامة للأبد، فلا بد من تحديد مدة معينة من أجل زوال مانع الاستعمال.

أما بخصوص المشرع السوري فقام بالنص على هذه المبررات، وذلك في المادة (1/8): "... إلا إذا قدم مالك العلامة ما يبرر عدم استعمالها خلال هذه المدة..."، وتعود كلمة هذه المدة إلى السنوات الثلاث ذاتها، وبعد انقضاء هذه المدة لا يمكن لصاحب العلامة القيام بتبرير عدم الاستعمال.

ويرى الباحث أن المشرع الجزائري حدد هذه المسألة بالشكل الأفضل، فأعطى مدة سنتين من أجل هذا التبرير، ولم يحصرها في ثلاث سنوات، ولم يتركها مفتوحة، كما هو الحال مع المشرع الأردني، إذ يرى الباحث أن الأولوية عدم شطب العلامة التجارية، بل محاولة الإبقاء عليها.

¹ عساف، شذى، مرجع سابق، ص 134.

² في حيثيات هذه الدعوى تم رفع دعوى من شركة فلسطينية تدعى شركة الرائد لوجستكس للتجارة العامة والاستثمار من أجل شطب علامة تجارية مسجلة، وهي علامة تدعى "علامة حمودة"، وذلك لعدم استعمالها، وتم تقديم بيانات جمركية تؤكد تصدير هذه المنتجات لفلسطين في عام 2007 و 2008 و 2011، وفي ذلك دلالة على وجود نية في استعمال هذه العلامة، وتوقفت هذه العلامة عن التصدير نتيجة لوجود ظروف استثنائية أعاقها عن القيام بتصدير منتجاتها.

<http://muqtafi.birzeit.edu/courtjudgments/ShowDoc.aspx?ID=88733>

³ تراجع المادة (2/11) من الأمر الجزائري.

وحددت اتفاقية ترينس سبب تبرير عدم استعمال صاحب العلامة لعلامته¹، إذ جاء فيها أن السبب يكون خارجاً عن إرادة صاحب العلامة، وأعطت أمثلة² على ذلك، منها: وجود قيود استيراد على البضائع، أو الشروط التي تفرضها الحكومة على السلع، تحول دون قدرة أصحاب هذه العلامات على استخدامها في دولة محددة.

ونظراً لقلة القرارات الصادرة في فلسطين بخصوص الأسباب المبررة لعدم الاستعمال، فإنه لا بد من اللجوء إلى قرارات المحاكم الدولية لمعرفة هذه الأسباب، فجاء في قرار المراقب المالي "مسجل العلامات التجارية" الإيرلندي، أن عدم مرور السلع عبر الجمارك، وحيث أنه لم يتم تخليص السلع من هناك، فإنه يعد سبباً لعدم استعمال العلامة التجارية، وأن لدى صاحب العلامة التجارية نية حسنة من أجل استعمالها في المستقبل، فرفض مسجل العلامات طلب شطب العلامة لعدم استعمالها³.

المطلب الثاني: إجراءات شطب العلامة التجارية لعدم الاستعمال

يبين الباحث من خلال هذا المطلب الإجراءات الواجب إتباعها من أجل القيام بشطب العلامة التجارية لعدم استعمالها، والشخص الذي يحق له تقديم هذا الطلب، ويسعى إلى تحديد الجهة المختصة بتلقي مثل هذا الطلب، وتحديد المدة المتاحة لهذا الطلب، وذلك وفقاً لتشريعات المقارنة محل هذه الدراسة.

الفرع الأول: مقدم طلب شطب العلامة لعدم الاستعمال

جاء في المادة (22) من قانون العلامات التجارية (المطبق في الضفة الغربية أو المعدل): "... يجوز لأي شخص ذي مصلحة..."، ويكون لمقدم الطلب مصلحة من أجل تقديم طلب الشطب،

¹ تراجع المادة (19) من اتفاقية ترينس.

² يلاحظ أن المشروع الفلسطيني لقانون الملكية الصناعية والتجارية لسنة 2012، قد حدد بعض الأسباب لعدم الاستعمال، إذ جاء في نص المادة (1/19): "...إلا إذا تقدم مالك العلامة التجارية بأسباب وجيهة تبين وجود عوائق تجارية خاصة خارجة عن إرادته، حالت دون استعمال العلامة التجارية، ومن هذه العوائق قيود الاستيراد، أو أية شروط حكومية مفروضة على البضائع، أو الخدمات المسجلة عليها العلامة، أو الظروف القاهرة.

³ <http://www.inta.org/Advocacy/Documents/INTATrademarkUseEurope2004.pdf>

فلا يجوز لأي شخص أن يتقدم بهذا الطلب، إلا إذا كان ذا مصلحة ومتضرراً بشكل مباشر من جراء هذه العلامة، وعليه إثبات مصلحته، كأن يريد تسجيل ذات العلامة، ولا يستطيع ذلك لسبق تسجيلها، وعدم استعمالها من صاحبها¹.

وحتى يكون لمقدم طلب الشطب مصلحة في تقديم طلبه، فلا بد أن تكون مصلحته شخصية ومباشرة، ولا يحق لجمعيات حماية المستهلك تقديم هكذا طلب، لأنه ليس لديها مصلحة شخصية في هذا الشأن، فمصلحتها حماية الجمهور المستهلك، وإن عدم استعمال علامة ما لا يؤثر سلباً في الجمهور المستهلك، وبالتالي لا يكون لجمعية حماية المستهلك مصلحة مباشرة في هذا الشأن، وعلى العكس من ذلك تنشأ هذه المصلحة للأشخاص الذين لديهم الرغبة في تسجيل هذه العلامة واستعمالها².

ونتيجة ذلك يكون شرط المصلحة أساسياً من أجل قبول طلب الشطب لعدم الاستعمال شكلاً، فإن لم تتوفر هذه المصلحة تقرر المحكمة عدم قبول الدعوى؛ لأنها مقدمة من شخص ليس له مصلحة لتقديمها، وهي قدر تقرر ذلك من تلقاء نفسها، كما أن للأطراف التمسك بالدفع المتعلق بشرط المصلحة في أي مرحلة كانت عليها الدعوى لتعلق ذلك بالنظام العام³، فمثلاً: لو كان مقدم الطلب لا يستعمل هذه العلامة، ولا ينوي استعمالها في المستقبل، فإنه لا تتوفر فيه شرط المصلحة⁴.

وإن صاحب المصلحة بحسب المادة (2/22) من الأمر الجزائري التي جاء فيها: "طلب من الغير الذي يعنيه الأمر"، ويقصد بالغير الذي له مصلحة من أجل شطب العلامة لعدم الاستعمال، ويشمل الشخص الطبيعي أو الشخص المعنوي، سواء أكان منتزحاً لأحد أشخاص القانون العام أم القانون الخاص، وسواء أكان جزائري الجنسية أم أجنبياً ينتمي إلى دولة من دول اتحاد باريس، وذلك لكون الجزائر منضمة لاتفاقية باريس⁵، ويفهم مما سبق أن المسجل من أحد أشخاص القانون

¹ زين الدين، صلاح، ترقيين العلامة التجارية، مرجع سابق/ ص 160.

² عساف، شذى، مرجع سابق/ ص 208-209.

³ تراجع المادة (1/3) من قانون اصول المحاكمات المدنية والتجارية الفلسطيني رقم (2) لسنة 2001 و الذي تم اقراره في تاريخ 2000/9/28

⁴ الغلام، قعنب، مرجع سابق/ ص 143.

⁵ الجيلالي، عجة، مرجع سابق/ ص 127.

العام يمكن له تقديم طلب من أجل شطب هذه العلامة، وهذا على العكس من القانون السوري، الذي لم يسمح لمسجل العلامات التجارية من أجل تقديم هذا الطلب من تلقاء نفسه، بل لا بد من مصلحة لتقديم الطلب¹، وفي هذا الشأن بالنسبة للقانون (المطبق في الضفة الغربية أو المعدل)، فيرى بعض الفقهاء أن مسجل العلامات التجارية لديه صلاحيات مطلقة لشطب تسجيل أي علامة مسجلة من السجل، وعليه يمكن له شطب العلامة التجارية لعدم استعمالها²، وهو ما ينتقده الباحث، فلا يوجد نص يتيح لمسجل العلامات التجارية القيام بشطب علامة تجارية من تلقاء نفسه لعدم استعمالها، وبالتالي تكون بحاجة إلى طلب من شخص له مصلحة شخصية ومباشرة.

ويضيف الباحث أنه لا بد من أن يتم تقديم طلب من شخص ذي مصلحة، فإذا قدم طلب الشطب محام، فلا بد من إرفاق وكالة، تفيد بأن للمحامي الحق في تقديم طلب الشطب، فإن لم يتم ذكر ذلك صراحة فإنه يترتب عليه رد الدعوى؛ لأنها مقدمة من شخص ليس له صفة، وذلك لكون الوكالة مقيدة بالخصوص الموكل به، وهذا ما جاء به قرار محكمة العدل العليا الفلسطينية في القضية رقم (2011/114)³.

الفرع الثاني: الجهة المختصة بتلقي طلب شطب العلامة لعدم الاستعمال

حدد قانون العلامات التجارية الأردني المطبق في الضفة الغربية الجهة المختصة بتلقي هذه الطلبات، فيمكن أن يتم تقديم الطلب ابتداء إلى مسجل العلامات التجارية، أو أن يتم تقديمه مباشرة إلى محكمة العدل العليا، وعليه يكون لمقدم الطلب حرية الاختيار⁴.

ويمكن لمسجل العلامات التجارية أن يقوم بإحالة هذا الطلب إلى محكمة العدل العليا في أي دور من الإجراءات⁵، ولكن في حال نظر المسجل في النزاع، وحدد جلسة للنطق بقراره، فهل يجوز له في هذه الحالة إحالة الطلب إلى محكمة العدل العليا؟ أجابت محكمة العدل العليا الفلسطينية عن

¹ برانبو، عدنان، مرجع سابق/ ص 568.

² زين الدين، صلاح، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، مرجع سابق/ ص 239.

³ يراجع قرار محكمة العدل العليا الفلسطينية رقم (2011/114)

<http://muqtafi.birzeit.edu/courtjudgments/ShowDoc.aspx?ID=94100>

⁴ تراجع نص المادة (2/22) من قانون العلامات المطبق في الغربية.

⁵ تراجع المادة (3/22) من قانون العلامات التجارية المطبق في الضفة الغربية.

هذه المسألة، وذلك في القرار الصادر عنها برقم (2010/918)، وجاء في حيثياته، أنه يمكن للمسجل أن يحيل الطلب إلى محكمة العدل العليا في أي دور من إجراءات المحاكمة في أثناء سماع البيانات، وقبل تحديد جلسة لإصدار القرار، فطالما أنه سمع البيانات الموجودة في الدعوى كافة، وقام بتحديد جلسة لإصدار قراره، فيجب عليه إصدار قراره بهذا الشأن، ويتمتع مسجل العلامات التجارية بالصفة القضائية، إضافة إلى صفة إدارية، وبالتالي قررت المحكمة إعادة الأوراق إلى المسجل من أجل البت في الطلب¹، وفي حال نظر المسجل بالنزاع، وأصدر قراره، فإن قراره يكون قابلاً للاستئناف أمام محكمة العدل العليا².

وبالرجوع إلى نص المادة (1/22) من القانون المعدل، التي جاء بها: "... يجوز لأي شخص ذي مصلحة أن يطلب من المسجل إلغاء..."، وكأن هذا التعديل بحذف نص المادة (2/22)، ألزم مقدم الطلب تقديم طلبه إلى المسجل ابتداءً، وليس هناك حرية للاختيار بينه وبين محكمة العدل العليا، كما هو الحال مع قانون العلامات المطبق بالصفة الغربية، مع إمكانية استئناف قرار المسجل أمام محكمة العدل العليا، وتم حذف النص القديم الذي يتيح للمسجل إحالة الطلب إلى محكمة العدل العليا، وأبقى على النصوص القديمة في الطلبات الأخرى، مثل: طلب إحداث التغييرات من حذف وإضافة إلى السجل من أجل تصحيح خطأ، فيمكن تقديم الطلب ابتداءً إلى المسجل أو إلى محكمة العدل العليا، وإحالة الطلب إلى محكمة العدل العليا³.

وبالرجوع إلى المادة (1/22) من قانون العلامات المعدل بالأردن يجد الباحث أنها قد بدأت بعبارة: "مع مراعاة أحكام المادة (26) ..."، وهو خطأ كتابي، عدل المشرع الأردني ذلك في القانون رقم 29 لسنة 2007، وأصبحت المادة (25)، وهي ما نصت على ما تم ذكره سابقاً، فهل قصد المشرع مراعاة ذات الإجراءات المتبعة في المادة (25) لذات هذه المادة⁴؟ ويرى الباحث أن المشرع

¹ يراجع قرار محكمة العدل العليا الفلسطينية رقم (2010/918).

² تراجع نص المادة (3/22) من قانون العلامات المطبق في الضفة الغربية.

³ يراجع نص المادة (1/25) والمادة (2/25) من القانون المعدل رقم 34 لسنة 1999.

⁴ يراجع تعديل القانون العلامات التجارية الأردني رقم 29 لسنة 2007.

قد قصد ذلك بالفعل، وفضل قانون العلامات الاردني المعدل عدم تكرار هذه الإجراءات في المادة (22) فأحالها إلى المادة (25).

وجاء في نص المادة (21) من الأمر الجزائري: "تلغي الجهة القضائية المختصة..." ويلاحظ من هذا النص أنه اقتصر على المحكمة القضائية فقط، للنظر في هذا الطلب المقدم من صاحب المصلحة الذي يعنيه الأمر، ولم يعط الصلاحية إلى مسجل العلامات التجارية، وهي المعهد الوطني للملكية الصناعية، للنظر بطلب الشطب لعدم الاستعمال، فيتم البت بالطلب بشكل قضائي وليس إدارياً¹.

ويلاحظ أن المحكمة المختصة بهذا الشأن هي المحكمة الابتدائية، ويكون قرارها قابلاً للاستئناف، وإذا كان قرار المحكمة فيه مخالفة للقانون، أو بمعنى مخالفة لنص المادة (21) من الأمر الجزائري، فيكون حينها قابلاً للطعن بطريق النقض، ويسري أثر هذا الحكم متى ما أصبح نهائياً، ويسري أثر هذا الحكم بشكل فوري وليس بأثر رجعي²، ولم يسند المشرع الجزائري هذا الأمر إلى المحكمة الإدارية، وإنما أسنده إلى المحاكم النظامية³.

أما بخصوص المشرع السوري فجاء في نص المادة (1/8): "للمحكمة المختصة بناء على طلب كل ذي مصلحة..."، وبالتالي يكون التشريع السوري قد أوكل هذه المهمة إلى القاضي المختص في هذا الشأن، وعليه يندرج هذا الشطب تحت إطار الشطب القضائي؛ لأنه يحتاج إلى قرار من المحكمة المختصة للبت فيه، وبذلك لا يكون لمسجل العلامات التجارية الحق في النظر في هذا الطلب، ولا حتى التقدم به للمحكمة، وذلك على عكس ما جاء في قانون العلامات (المطبق بالصفة الغربية أو المعدل)⁴.

¹ الغلام، قعنب، مرجع سابق/ ص145 وتراجع المادة (21) من الأمر الجزائري.

² الجبلاي، عجة، مرجع سابق/ ص128.

³ إن القضاء الإداري الجزائري يكون على درجتين: الدرجة الأولى تكون للمحاكم الإدارية، والدرجة الثانية يتم فيها استئناف القرارات الإدارية إلى مجلس يسمى مجلس الدولة، يراجع في هذا الشأن: فضيلة، واضح، التنظيم القضائي الجزائري، (رسالة ماجستير منشورة على الإنترنت)، جامعة عبد الرحمن ميرة - بجاية-، الجزائر، 2016/ ص21-24.

⁴ تراجع المادة(1/8) من قانون العلامات الفارقة السوري.

ويرى الباحث في هذا الشأن أن حرية الاختيار بين التقديم إلى المسجل، أو إلى محكمة العدل العليا تسهيل لمقدم الطلب إلى الجهة التي يراها مناسبة، وأن قرار المسجل بالأحوال كافة يمكن استئنافه، فلا بأس من إعطاء المسجل الصلاحية للنظر في هذا الطلب، وذلك على الرغم من أن القضاء يكون دائما الأقدر على النظر في هذه المنازعات، ويستطيع وزن البينة، ولديه الخبرة الأكبر في هذا المجال، ويجوز إعطاء السلطة للمسجل للبت بالطلب، إذا كان محل طعن لدى سلطة قضائية مختصة.

الفرع الثالث: المدة الواجب تقديم طلب شطب العلامة التجارية لعدم الاستعمال

يتناول الباحث في هذا الفرع المدة اللازمة لتقديم طلب شطب العلامة التجارية، فهل تكون المدة محددة بوقت معين، أم مدة مفتوحة دون تحديد؟ ويعالج الباحث هذه المسألة وفقا للقوانين محل الدراسة.

وبخصوص قانون العلامات (المطبق في الضفة الغربية والمعدل) فإن المادة (22) موضع الحديث لم تحدد مدة لتقديم طلب شطبها، ويرى بعض الفقهاء أن الطلب يقدم خلال خمس سنوات من التسجيل الفعلي، وليس من تاريخ تقديم طلب الشطب، ويستند هذا الرأي إلى المادة (5/25) من القانون (المطبق في الضفة الغربية او المعدل) التي جاء فيها: "... يجب أن يقدم الطلب خلال خمس سنوات من تسجيل تلك العلامة". ويتضح أنه أشار إلى تلك المدة من تاريخ التسجيل، وهو ما يعني تاريخ التسجيل الفعلي¹.

أما الرأي الآخر في هذه المسألة فيرى أن الطلب يقدم في أي وقت، حتى لو تجاوزت مدة السنوات الخمس المذكورة، إذ إن العبرة تكون بالاستعمال، فعدم استعمال العلامة لثلاث سنوات متتالية، يترتب عليه إمكانية شطب هذه العلامة، حتى لو كانت مسجلة لأكثر من خمس سنوات، ويستند هذا الرأي إلى اتفاقية ترينس التي أخذت بمعيار الاستعمال، ولم تأخذ بمعيار التسجيل، ويستند أيضا إلى قرار محكمة العدل الأردنية رقم 77/64، التي جاء في حيثياته أن شطب العلامة لعدم

¹ زين الدين، صلاح، ترقين العلامة التجارية، مجلة الحقوق (الكويت)، ع4، 2009/ ص156 وراجع كذلك الخولي، سائد احمد، حقوق الملكية الصناعية، ط1، عمان، دار المجدلوي، 2004/ ص70.

استعمالها لا يدخل ضمن الأسباب المنصوص عليها في المادة (5/25) من قانون العلامات الأردني، وعليه لا يمكن أن يخضع إلى مدة التقادم المنصوص عليها في هذه المادة، وهي خمس سنوات، وبنقد قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم 2004/365 هذا الرأي، وجاء في حيثياته أن طلب شطب العلامة التجارية لعدم الاستعمال يخضع لمدة التقادم الواردة في المادة (5/25) من القانون المذكور ؛ لأن تاريخ نشوء الحق في العلامة التجارية يبدأ من تاريخ تسجيل هذه العلامة¹.

ويرى الباحث أن نص المادة (1/22) من القانون المذكور جاء به: "... مع مراعاة أحكام المادة (25) ..."، فهل قصد المشرع مراعاة مدة التقادم المحددة في الفقرة الخامسة من النص؟ ويرى الباحث أنه وارد لكون المشرع الأردني المعدل قد ربط ذلك صراحة من تاريخ التسجيل الفعلي، فهذا المعيار الذي تم الأخذ به، وبالرجوع إلى موقع وزارة الاقتصاد الوطني الفلسطيني في غزة، نجد أنه قد حدد المدة اللازمة لتقديم طلب شطب العلامة التجارية لعدم استعمالها بخمس سنوات، لتحديد الشروط الواجب توافرها قبل تقديم طلب شطب العلامة التجارية، لكونها غير مستعملة².

ولم يحدد المشرع الجزائري في الأمر رقم (06-03) مدة التقادم في دعاوي الإلغاء "الشطب" عموماً، ويفسر بعض الفقهاء أن المشرع أحال تحديد هذه المدة إلى القواعد العامة، التي تم النص عليها في القانون المدني الجزائري³.

ويرى بعضهم الآخر أن سبب عدم تحديد مدة يرجع إلى أن المشرع الجزائري حدد معيار الاستعمال، وليس هناك مدة محددة لتقديم طلب شطب العلامة لعدم استعمالها، ففي أي وقت لا يتم استعمال العلامة لثلاث سنوات متتالية، يترتب عليه إمكانية تقديم طلب لشطب هذه العلامة لعدم استعمالها⁴، وهو ما يؤيده الباحث في هذا الشأن.

¹ عساف، شذى، مرجع سابق/ ص 212-213.

² <http://www.mne.ps/mne/servicedetails/14.html>

³ الجبلاي، عجة، مرجع سابق/ ص 133.

⁴ الغلام، قعنب، مرجع سابق/ ص 146.

وأخذ القانون السوري بمعيار الاستعمال، فإذا لم تستعمل العلامة لمدة ثلاث سنوات متتالية فإنه يترتب على ذلك إمكانية تقديم طلب لشطبها لعدم الاستعمال¹.

وفي هذه المسألة يرى الباحث أنه يجب الأخذ بمعيار الاستعمال، وألا يتم ربط هذه المدة بخمس سنوات، لأنه قد يقوم صاحب العلامة التجارية باستعمالها لمدة أربع سنوات مثلاً، ثم يتركها ولا يستعملها، فيحتاج الأمر إلى سنتين وفقاً للقانون المطبق في الضفة الغربية من أجل شطبها، وهنا يكون قد مضى ست سنوات كاملة على التسجيل، وتصبح العلامة محصنة من الشطب، وهذا ما يؤدي إلى حرمان الغير من الاستفادة من هذه العلامة، واستعمالها بما يفيد الاقتصاد الوطني.

الفرع الرابع: عبء الإثبات

جاء في نص المادة (1/22) من قانون العلامات التجارية (المطبق في الضفة الغربية أو المعدل): "... إذا أثبت مالك العلامة التجارية أن عدم استعمالها يعود إلى ظروف خاصة..."، ويرى بعض الفقهاء أن هذا النص يدل على أنه في حال ادعى الغير بأن صاحب العلامة لم يقيم باستعمال علامته فإن عبء إثبات ذلك يقع على صاحب العلامة سنداً للنص السابق، وذلك لكونه صعباً على الغير إثبات عدم الاستعمال²، ويرى الباحث أنه لا يمكن التدليل على النص السابق بأن عبء الإثبات يقع على صاحب العلامة، لكون النص السابق تحدث عن حالة إثبات عدم الاستعمال لوجود ظروف خاصة، فهنا يكون على صاحب العلامة إثبات الظروف الخاصة التي حالت دون استعماله لعلامته، ولم يقر المشرع بتحديد الشخص الذي يقع عليه عبء إثبات استعمال العلامة أم لا.

ولم يحدد المشرع الجزائري ذلك صراحة، ويستند بعضهم إلى أن المشرع أوقع عبء الإثبات على صاحب العلامة التجارية، وذلك استناداً إلى نص المادة (2/11)، التي تطلبت الإثبات في حال وجود مبرر لذلك³، وسبق أن قام الباحث بنقد هذا الرأي.

¹ تراجع المادة (8) من قانون العلامات الفارقة السوري.

² عساف، شذى، مرجع سابق/ ص 215.

³ الغلام، قعنب، مرجع سابق/ ص 84.

وجاء نص صريح في قانون العلامات الفارقة السوري¹، إذ إنها أوقعت عبء الإثبات على صاحب العلامة التجارية المراد شطبها، وافترض عدم الاستعمال، ويكون لمقدم الطلب قرينة قانونية بأن العلامة غير مستعملة، ويمكن لصاحب العلامة دحض القرينة القانونية بطرق الإثبات كافة، بما يشمل الأدلة الكتابية والشفوية².

ويرى الباحث أن المشرع السوري حدد بشكل صريح، ما يجب أن تحدده القوانين المقارنة، حتى يتم السير بالإجراءات على هذا الأساس، ولكن يلاحظ أن هذا الحكم استثناء على الأصل، و"البينة على من ادعى"، فهنا يقع عبء الإثبات على المدعى عليه، لأنه يصعب على مقدم الطلب إثبات الاستعمال من عدمه، ومع ذلك يرى الباحث أنه يجب أن تكون البينة على من ادعى، فيكون مدعي الشيء أولى بإثباته.

المطلب الثالث: الأثر المترتب على شطب العلامة التجارية لعدم استعمالها

بعد الحديث عن حالة شطب العلامة التجارية لعدم الاستعمال، والإجراءات اللازمة لهذه الغاية، فإنه لا بد أن يتناول الباحث الأثر المترتب على ما سبق ذكره، بمعنى أنه بعد شطب العلامة التجارية لعدم استعمالها، فما مصير هذه العلامة؟ وهل يمكن إعادة تسجيلها بعد شطبها؟

الفرع الأول: لحظة سريان شطب العلامة التجارية

يلاحظ في هذا الشأن، أنه ومن خلال استقراء القانون (المطبق في الضفة الغربية أو المعدل) والأمر الجزائري، لم يتم النص بهما صراحة على الأثر المترتب على قرار القاضي بشطب العلامة التجارية لعدم استعمالها، ولم يتم توضيح هذه المسألة وأثر السريان ومدته في كلا التشريعين، فلا بد من اللجوء إلى التشريع السوري، الذي تناول هذه المسألة بشكل مفصل، وجاء في المادة (8/ج): "يسري الشطب اعتباراً من تاريخ انقضاء المهلة المشار إليها في الفقرة (أ) من هذه المادة"، ويلاحظ من خلال هذه المادة أن المشرع السوري عدّ العلامة التجارية غير المستعملة خلال مدة

¹ تراجع المادة (8/ب) من قانون العلامات الفارقة السوري لسنة 2007.

² برانبو، عدنان، مرجع سابق/ ص 581-582.

ثلاث سنوات متواصلة مشطوبةً حكماً، وعليه يكون قرار القاضي الذي يصدر بناء على طلب الغير طلباً مقررًا لشطب العلامة التجارية وليس منشئاً لها، ويسري أثر الشطب بعد انقضاء مدة ثلاث السنوات مباشرة دون استعمال، ولو قام باستعمالها بعد مضي هذه المهلة فإنه لا يعد استعمالاً قانونياً، وسيكون مصير علامته الشطب¹، وكان يفترض توضيح هذه المسألة في القانونين الأردني والجزائري.

ورغم قيام المشرع السوري بتوضيح هذه المسألة فإن الباحث يرى أن الأثر يبدأ من اللحظة التي يصدر فيها قرار شطب العلامة التجارية، وليس من لحظة مضي السنوات الثلاث، لكون الشطب يتم تقديمه من ذي مصلحة، ولا يمكن أن يترتب على عدم الاستعمال أي أثر، إلا من لحظة حصول الشخص الذي لديه مصلحة لشطب هذه العلامة على قرار شطب هذه العلامة، ويستلزم الأمر هنا صدور حكم قضائي بات بشطب العلامة التجارية، ويسري هذا الأثر من لحظتها.

الفرع الثاني: إعادة تسجيل العلامة المشطوبة

أما بخصوص إمكانية إعادة تسجيل العلامة التجارية المشطوبة لعدم استعمالها، سواء من صاحب العلامة التجارية أو من الغير، فلم يتم تحديد هذه المسألة في القانون (المطبق في الضفة الغربية أو المعدل) من خلال استقراء نصوصه، ويرى بعض الفقهاء أنه يمكن القياس على المادة (21) التي تتحدث عن جواز إعادة تسجيل العلامة المشطوبة لعدم تجديدها -والتي سيتم الحديث عنها في المبحث الثاني من هذا الفصل- وذلك مع ضرورة أن يقوم المشرع بالنص على إعادة تسجيل العلامة المشطوبة من صاحبها السابق، وذلك بعد مضي مدة محددة، حتى لا يقوم بتسجيلها مباشرة بعد شطبها، وبذات الوقت يكون لغير مقدم طلب شطب العلامة لعدم استعمالها الأولوية لتسجيلها، إذ يتم منحه مدة محددة من أجل القيام بذلك²، ويرى الباحث في الشق الأول من هذا الرأي أنه لا يمكن القياس؛ لأن المشرع الأردني لو أراد ذلك لنص صراحة على جواز إعادة تسجيل العلامة التجارية لعدم استعمالها، كما هو الحال مع المادة (21)، فلماذا تم النص عليها صراحة

¹ تراجع المادة (8/ج) من قانون العلامات الفارقة السوري

² عساف، شذى، مرجع سابق/ ص 233-334.

في المادة (21) ولم ينص عليها في المادة (22)؟ أما فيما يتعلق بالشق الثاني فيرى الباحث أنه صائب؛ لأنه يكفل تحقيق العدالة اللازمة لهذه الغاية، ويعطي الحق لصاحب العلامة تسجيل علامته خلال مدة يتم تحديدها قانوناً، وكذلك يعطي الحق للغير (مقدم طلب الشطب) من أجل تسجيلها بعد مضي المدة الواجب تحديدها قانوناً، ليكفل الاستعمال الهادئ للغير دون أن تتم معارضته من صاحب العلامة السابق.

أما بخصوص القانون الجزائري، فيرى بعض الفقهاء أنه يمكن الاستناد إلى المادة (9/7)¹ من الأمر الجزائري، والتي تمنع بموجبها الغير من تسجيل علامة تجارية مشطوبة، إذا كان ذلك يحدث لبساً لدى الجمهور، ويؤدي إلى تضليلهم خلال سنة أو أكثر من تاريخ انتهاء حماية تلك العلامة، فيكون لدى الغير الذي يريد إيداع طلب لتسجيل هذه العلامة مدة سنة كاملة من تاريخ شطبها²، ويرى الباحث بهذا الشأن، وعلى الرغم من التفسير الصحيح لنص القانون، فإنه لا ينطبق على علامة لم تستعمل لثلاث سنوات، لأنها فقدت قيمتها الاقتصادية مع مرور الوقت، ولا حاجة لمنع مقدم طلب شطبها من تسجيل هذه العلامة لمدة سنة كاملة، ويكون التضليل غير وارد، ويمكن أن يصدق هذا النص في حالة شطب العلامة لعدم تجديدها، أما في حالة عدم استعمالها فهو غير وارد، وبكل الأحوال لم يحدد المشرع الجزائري مدى إمكانية إعادة تسجيل العلامة التجارية المشطوبة لعدم استعمالها من صاحبها السابق بنص صريح.

وخصص المشرع السوري المادة (10) من قانونه للحديث عن هذا الموضوع -إمكانية إعادة تسجيل العلامة التجارية المشطوبة- وحدد مدة ثلاث سنوات لقيام صاحب العلامة التجارية الأصلي الذي شطبت علامته بتسجيل علامته مرة أخرى، والغاية منه إعطاء الشخص الأفضلية على غيره لإعادة تسجيل هذه العلامة، لأنه قام ببنائها، وجعلها ذات قيمة اقتصادية عالية، وحتى

¹ وجاء في نص المادة (9/7) من الأمر الجزائري: "الرموز المطابقة أو المشابهة لعلامة كانت محل طلب تسجيل أو تسجيل يشمل سلعا أو خدمة مطابقة أو مشابهة لتلك التي سجلت من أجلها علامة الصنع أو العلامة التجارية إذا كان هذا الاستعمال يحدث لبساً".

² الغلام، قعنب، مرجع سابق/ ص 170.

يمنع الغير من الاستفادة من سمعة العلامة، فيعطيه المشرع هذه المدة من أجل إعادة تسجيلها، لكي يستفيد منها مجدداً¹.

ومن الجدير ذكره أن المادة (10) تنطبق على حالات عديدة من شطب العلامة التجارية، ولا تقتصر على حالة شطب العلامة لعدم استعمالها، بل تمتد إلى حالات أخرى، ويرى بعض الفقهاء أن الحكمة من إعطاء ثلاث سنوات أخرى على إعادة تسجيل العلامة التجارية، إضافة إلى ثلاث سنوات من عدم الاستعمال أنه في الغالب لا يتم تقديم طلب لشطب علامة ما لعدم استعمالها، بل تنثار في دعوى يقيمها صاحب العلامة التجارية على شخص يشكل اعتداء على هذه العلامة، فيقوم المدعى عليه في هذه الدعوى بإثارة دفع أن هذه العلامة غير مستعملة منذ ثلاث سنوات، وعند إثباته لهذا الدفع فإنه يقوم برد الدعوى، ويترتب على الحكم رد دعوى شطب العلامة التجارية المسجلة أمام المحكمة المختصة بذلك²، وهو ما يعتقد الباحث أن المشرع قصده في المادة (10)، حين تحدث عن شطب العلامة نتيجة لتنفيذ حكم قضائي نهائي ونافذ، ويجوز إعطاء أولوية من أجل تسجيل هذه العلامة للغير الذي سبق، وإن صدر قرار من المحكمة المختصة يفيد بأحقية في تسجيل هذه العلامة، وذلك قبل مضي الثلاث السنوات المذكورة³.

أما بعد فوات مدة الثلاث السنوات المذكورة في المادة (10)، فإنه يجوز تسجيل هذه العلامة من صاحب العلامة أو من غيره، ويمكن للغير (مقدم طلب الشطب) أن يقوم بتسجيل هذه العلامة بعد مضي هذه المهلة⁴.

إن العبرة الأساسية من شطب العلامة التجارية لعدم استعمالها تمييز السلع والخدمات عن غيرها، وبالتالي فإن عدم استعمالها لمدة ثلاث سنوات يترتب معه شطب العلامة؛ لأن الغاية الأساسية من العلامة لم يتم تحقيقها، وعليه تصبح غير جديرة بالحماية⁵.

¹ تراجع المادة (10) من قانون حماية العلامات الفارقة والمؤشرات الجغرافية والرسوم والنماذج الصناعية السوري.

² برانبو، عدنان، مرجع سابق/ ص 588.

³ تراجع المادة (10) من قانون العلامات الفارقة السوري

⁴ تراجع المادة (10) من قانون العلامات الفارقة السوري

⁵ إبراهيم، خالد ممدوح، حقوق الملكية الفكرية، ط1، إسكندرية، الدار الجامعية، 2010/ ص 197-198.

وفي نهاية هذا المبحث يكون الباحث قد تناول حالة شطب العلامة التجارية لعدم استعمالها، مبينا الإجراءات الواجب إتباعها، وتحديد الأثر المترتب على هذا الشطب، وفقا للتشريعات محل هذه الدراسة.

المبحث الثاني: شطب العلامة التجارية لعدم تجديدها أو بطلب من صاحبها

يبين الباحث حالتين من حالات شطب العلامة التجارية، الأولى: عدم تجديد العلامة في المدة اللازمة والمحددة قانونا، والحق في العلامة التجارية هو مؤقت؛ لكونها مرهونة بالتجديد والالتزام بعدد من الشروط القانونية من أجل بقاء الحق في العلامة التجارية، وهذه الحالة سيتم تناولها في المطلب الاول من هذا المبحث¹. والثانية: قيام صاحب العلامة التجارية بالتخلي عن علامته وعدم إبداء أي رغبة في الاعتماد عليها لتمييز منتجاته أو خدماته، وخصص الباحث المطلب الثاني من هذا المبحث للحديث عن هذا الموضوع.

المطلب الأول: شطب العلامة التجارية لعدم تجديدها

يبين الباحث في هذا المطلب مدة حماية العلامة التجارية والموعود المناسب لتجديدها، وأسباب شطب العلامة التجارية لعدم تجديدها، والإجراءات المتبعة لشطب العلامة، والأثر المترتب على شطب العلامة التجارية لعدم تجديدها.

الفرع الأول: مدة حماية العلامة التجارية وتجديدها

يتحدث الباحث عن مدة سريان تسجيل العلامة التجارية، وتحديد اللحظة التي يسري فيها أثر التسجيل، وتوضيح الفترة الزمنية اللازمة للقيام بهذا التجديد، وفقا للقوانين محل الدراسة.

¹ كحول، وليد، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، (رسالة ماجستير منشورة على الانترنت) جامعة محمد خضيرة بسكرة، بسكرة، الجزائر، 2015.

أولاً: مدة حماية العلامة التجارية ومدة تجديدها.

تسري مدة حماية العلامة التجارية في القانون الأردني المطبق بالصفة الغربية من تاريخ تسجيلها لدى مسجل العلامات التجارية، وتم تحديد هذه المدة قانوناً بسبع سنوات ، ويجوز القيام بتجديد تسجيلها من حين إلى آخر، بناء على طلب صاحب العلامة التجارية، وتقديم طلب لتجديد علامته، ويكون تجديد التسجيل بما يعادل أربع عشرة سنةً من تاريخ انتهاء تسجيل العلامة التجارية، أو من تاريخ تجديد التسجيل الأخير، ويفهم من ذلك أنه يجوز تجديد هذه العلامة إلى أجل غير مسمى، ففي حالة قيام صاحب العلامة بتجديد علامته للمرة الأولى لأربع عشرة سنة أخرى، فإنه يجوز تجديد تسجيلها عند انتهاء المدة الأخيرة، ويسمى ذلك (بتاريخ انتهاء التسجيل الأخير)¹.

وعُدّل التشريع الأردني المدة الواردة في المادة (20) منه، فأصبحت عشر سنوات بدلا من سبع سنوات، وتجديدها بمدة مماثلة لها، بمعنى أنها تجدد لعشر سنوات أخرى من تاريخ انتهاء العلامة التجارية المسجلة أو المجددة، ويسري هذا الأثر على قانون العلامات المطبق بالصفة الغربية، فصاحب العلامة الذي كان يجدد علامته كل أربع عشرة سنة حسب القانون المطبق بالصفة الغربية، يجددها كل عشر سنوات، ويتضح أن المشرع الأردني قد عدل هذه المدة لتصبح أعلى من الحد الأدنى المقرر في اتفاقية تريرس، وهو سبع سنوات، وذلك في المادة (18) منها، حيث جاء بها: "... لمدة لا تقل عن سبع سنوات..."².

أما المشرع الجزائري فقد حدد مدة سريان العلامة التي يتم تسجيلها بعشر سنوات، تسري بأثر رجعي من تاريخ القيام بإيداع الطلب -وهذا بخلاف ما جاء في القانون الأردني الذي حددها من تاريخ تسجيل العلامة التجارية- مع إمكانية قيام صاحب العلامة التجارية بتجديدها لعشر سنوات

¹ تراجع نص المادة (20) والمادة (1/21) من قانون العلامات المطبق في الصفة الغربية.

² تراجع المادة (20) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم 34 لسنة 1999 وكذلك المادة (18) من اتفاقية تريرس، ويلاحظ هنا أن مدة السبع السنوات تتوسط ما بين خمس وعشر سنوات، وأن التشريعات المقارنة قد أخذت بالحد الأعلى =لهذا المعدل، وبالتالي تكون هذه التشريعات قد زادت عن مدة السبع السنوات المحددة في القانون المطبق بالصفة الغربية، ويمكن القول: أن في مدة العشر السنوات ضمنا أكبر من حيث الحماية، طالما أن العلامة مسجلة وفقا للأصول والقانون.

أخرى، تبدأ من اليوم التالي لانقضاء العلامة التجارية¹، ولم يحدد المشرع الجزائري مدى هذا التجديد، فيكون التجديد دائما، فمتى كانت العلامة التجارية مستعملة يمكن تجديدها عند انتهاء مدتها في كل مرة تنتهي بها مدة التجديد².

ويتوجب على صاحب العلامة التجارية أن يقدم طلب تجديد علامته التجارية خلال السنة الأشهر التي تسبق انتهاء مدة سريان العلامة التجارية، أو الستة الأشهر التي تليها من ذات التاريخ، ويعني ذلك أن الفترة الواجبة لتجديد العلامة التجارية وفقا للمرسوم التنفيذي هي خلال سنة، تكون الستة الأشهر الأولى فيها قبل انتهاء مدة الحماية، والستة الأشهر من اليوم التالي لانتهاء مدة الحماية المقررة قانونا³.

ويتوجب على مقدم طلب تجديد العلامة التجارية أن يثبت بالوسائل الممكنة كافة قيامه باستعمال العلامة التجارية، بما يتوافق مع نص المادة (11) من الأمر الجزائري رقم (06-03) - الذي سبق شرحه - وذلك عند تقديمه لطلب تجديد العلامة⁴.

ونص المشرع السوري على مدة سريان تسجيل العلامة التجارية في المادة (32) منه، وحددت المدة بعشر سنوات تبدأ من تاريخ تقديم الطلب، وتنتهي بمرور عشر سنوات من آخر يوم من الشهر الذي تم تقديم طلب التسجيل، فمثلا: لو تم تقديم طلب التسجيل في 2008/10/5 فإن أثر تسجيل هذه العلامة يسري إلى تاريخ 2018/10/31، مع إمكانية تجديد المدة من صاحب العلامة أو من يمثله قانونا، خلال السنة الأخيرة من مدة الحماية، أي خلال السنة العاشرة من تقديم الطلب⁵.

¹ تراجع المادة (5) من الأمر الجزائري رقم 06-03 المتعلق بالعلامات التجارية

² زوبير، حمادي، الحماية القانونية للعلامات التجارية، ط1، بيروت، منشورات الحلبي الحقوقية، 2012/ ص117.

³ تراجع نص المادة (18) من المرسوم التنفيذي الجزائري رقم 277/05.

⁴ تراجع نص المادة (19) من المرسوم التنفيذي الجزائري رقم 277/05.

⁵ تراجع المادة (32) من قانون العلامات الفارقة السوري.

ثانيا: فحص طلب التجديد.

يرى بعض الفقهاء: أن الطلبات المقدمة في المواعيد المقررة قانونا لتجديد العلامة التجارية لا يمكن الاعتراض عليها، ولا يجوز للمسجل القيام بفحص العلامة التجارية عند تقديم هذا الطلب، طالما أن طلب التجديد قد تم وفقا للأصول والقانون¹.

والرأي السابق لم يرد صراحة بنص القانون، فلم يوضح قانون العلامات (المطبق في الضفة الغربية او المعدل) إن كان يجب فحص طلب التجديد أم لا، وكان الأجدر به توضيح هذه النقطة صراحة، كما فعلت التشريعات المقارنة محل الدراسة، وهو ما سيبينه الباحث.

وفي وزارة الاقتصاد الوطني الفلسطيني، لا يتم الفحص إذا كانت العلامة مستعملة أم لا، ولا يطلب من صاحبها القيام بذلك، ولكن يتم تدقيق شكل العلامة إن لم يتغير، وأنه ما زال على ذات الصنف، فلا يجوز تغييره إلا بطلب منفصل من أجل تغيير الشكل أو الصنف المراد استعمال العلامة التجارية من أجله².

ويشترط الأمر الجزائري لإجراء هذا التجديد ألا يكون هناك تعديل جوهري في نموذج العلامة التجارية، أي بشكلها، ولا يجوز التجديد على سلع أو خدمات جديدة، بل لا بد أن يكون على المنتجات المحددة سابقا في السجل³، وعليه يجب أن يتم فحص الطلب من ثلاث نواحٍ، وهي: التأكد من أنه لم يتم إضافة منتجات أو خدمات جديدة على المنتجات أو الخدمات المسجلة سابقا، والتأكد من أن الطلب تم تقديمه خلال الفترة اللازمة، وقيام صاحب العلامة بإثبات أنه كان يستعمل هذه العلامة⁴.

ونصّ المشرع السوري صراحة على وجوب القيام بالفحص الموضوعي من حيث النشر والاعتراض، فيكون طلبا جديدا لتسجيل علامة تجارية قبل نفاذ القانون رقم (8) لسنة 2007 وذلك

¹ الكسواني، عامر محمود، التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية، ط1، عمان، دار الثقافة، 2010/ص38.

² خلال مقابلة تم إجرائها مع موظف وزارة الاقتصاد الوطني الفلسطيني سلام أبو سمرة، رام الله، بتاريخ 2018/10/4

³ تراجع نص المادة (17) من المرسوم التنفيذي الجزائري رقم 277/05، والجدير ذكره هنا أن المشرع الأردني لم يوضح هذه المسألة بشكل تفصيلي، وذلك من خلال استقراء الباحث لمواد نصوصه.

⁴ الجبلاي، عجة، مرجع سابق/ص86.

لمرة واحدة¹، ويعني ذلك أن العلامات التي تم تسجيلها قبل صدور القانون في عام 2007 يجب القيام بفحصها مجدداً، ويرى الباحث أن هذا النص أصبح بلا قيمة في الوقت الحالي، فمن أراد استمرار علامته لا بد من تجديد علامته قبل هذا الموعد.

ويرى الباحث أن المشرع الجزائري يطلب القيام بفحص طلبات التجديد للتأكد من عدة أمور، سبق ذكرها، وهو الرأي الأكثر صواباً فيما يتعلق بمسألة إثبات الاستعمال، ويجب على صاحب العلامة إثبات استعمالها وفقاً للأصول والقانون، فمن غير المعقول أن يستمر بتجديدها دون استعمالها بقصد احتكارها، فكان على المشرع السوري والأردني النص على هذا الأمر في قانونهما.

ويلحظ أن القانون (المطبق في الضفة الغربية أو المعدل) حدد بدء مدة سريان الحماية منذ اللحظة التي يتم فيها التسجيل الفعلي للعلامة التجارية، أما المشرع السوري والجزائري فجعلوا هذه المدة تبدأ من لحظة الإيداع، بمعنى تتم حماية العلامة بمجرد إيداع طلب التسجيل، وهو الرأي الأكثر صواباً، باستثناء انتظار انتهاء فترة الاعتراض عليها من الغير، لتصبح محمية قانوناً إلى حين تسجيلها، ولا يمكن حمايتها إذا كانت محل اعتراض.

الفرع الثاني: آثار عدم تجديد العلامة التجارية

بعد أن تناول الباحث مدة سريان تسجيل العلامة التجارية، ومدة تجديد تسجيلها، فلا بد من تحديد الحالات التي تؤدي إلى شطب العلامة التجارية لعدم تجديدها، ويبين الباحث في هذا الفرع الأثر المترتب على عدم قيام صاحب العلامة التجارية بتقديم طلب لتجديد العلامة التجارية.

ووضح قانون العلامات التجارية المطبق بالضفة الغربية الآلية التي يقوم بها مسجل العلامات التجارية قبل القيام بشطب العلامة التجارية، فقبل انتهاء المدة المقررة قانوناً، والتي حددها المشرع بسبع سنوات، يقوم المسجل بإرسال إشعار يبلغ فيه صاحب العلامة التجارية، بأن عليه تقديم طلب من أجل تجديد العلامة الخاصة به، مع إبلاغه بالتفاصيل اللازمة كافة لهذه الغاية، من حيث الرسوم الواجب دفعها، والمدة المتبقية لانتهاء سريان العلامة التجارية في سجل العلامات التجارية،

¹ تراجع المادة (34/ب) من قانون العلامات الفارقة السوري.

ففي حال انتهت هذه المدة دون قيام صاحب العلامة التجارية بتقديم طلب التجديد، فإنه يجوز للمسجل أن يقوم بشطب هذه العلامة من السجل¹، ويلاحظ أن للمسجل سلطة جوازية في شطب هذه العلامة، ولا تكون عليه سلطة وجوبية لشطبها².

وجرى تغيير على هذا النص وفقا للقانون الأردني المعدل، ففي حال عدم قيام صاحب العلامة بتجديد علامته بعد مرور سنة كاملة على انتهاء أثر سريان العلامة التجارية، فإنها تعد مشطوبة حكما، ويعني ذلك أنه لا يوجد أي إشعار من المسجل لصاحب العلامة بشأن تجديد العلامة التجارية³، ولم يعط المشرع أي سلطة للمسجل للإبقاء على العلامة التجارية، فهي مشطوبة حكما، أما في القانون المطبق بالصفة الغربية، كما سبق ذكره، فأعطى المشرع للمسجل سلطة جوازية من أجل شطب هذه العلامة، ولكن مع تعديل النص يؤدي عدم التجديد إلى شطب العلامة التجارية دون حاجة إلى قرار من المسجل في هذا الشأن⁴.

ويرى بعض الفقهاء أن هذا التعديل في مكانه؛ لأن شطب العلامة لعدم تجديدها لا يحتاج إلى سلطة تقديرية من المسجل، وإذا لم يلتزم صاحب العلامة بالتجديد فلا بد من شطب العلامة حكما، وفيه مساواة بين أصحاب العلامات التجارية جميعا، ويستند هذا الرأي إلى أن إعطاء المسجل سلطة تقديرية فستثار إشكالية في حال عدم قيام المسجل بشطب العلامة، فما هو مصير هذه العلامة؟⁵

ويرى الباحث أنه يجب الإبقاء على النص الذي يستوجب أن يقوم المسجل بإرسال إشعار، لإعلام صاحب العلامة بانتهاء مدة تسجيل علامته، بدلا من ترتيب الشطب الحكمي في حال عدم التجديد، وليس شطبها بمجرد انقضاء المدة المحددة قانونا، والذي سيتم تناوله بشكل مفصل في

¹ تراجع المادة (21) من قانون العلامات التجارية المطبق في الصفة الغربية.

² تراجع المادة (2/21) من قانون العلامات التجارية المطبق في الصفة الغربية.

³ الجعير، حمدي غالب، العلامات التجارية - الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، ط1، بيروت، منشورات زين الحقوقية، 210/2012.

⁴ تراجع نص المادة (2/21) من قانون العلامات التجارية الأردني المعدل رقم (34) لسنة 1999.

⁵ عساف، شذى، مرجع سابق/ ص150.

الفرع الثالث، أما بخصوص السلطة التقديرية للمسجل، فيؤيد الباحث تعديل النص، فلا بد من شطب العلامة غير المجددة، ولا سلطة تقديرية للمسجل في هذا الشأن¹.

ولم يحدد المشرع الجزائري الأثر المترتب على عدم قيام صاحب العلامة بتجديد العلامة التجارية، وبالرجوع إلى المرسوم التنفيذي الجزائري، نجد أنه قد نص في المادة (21) على أنه: "... في حالة عدم توافر هذه الشروط، تطلب المصلحة المختصة من صاحب التسجيل القيام بالتصحيحات، أو الاستكمالات اللازمة في الأجل الذي تحدده، وفي حال عدم الاستيفاء يرفض الطلب"²، ويلاحظ أن المشرع الجزائري قد نص على عدم قيام صاحب العلامة بالالتزام بالإجراءات المنصوص عليها قانوناً، يؤدي إلى رفض تجديد العلامة، ولكن السؤال المطروح: ماذا يعني رفض التجديد؟ هل يعني انتهاء تلك العلامة من السجل وشطبها؟

ويرى بعض الفقهاء أن عدم الالتزام بالإجراءات المترتبة على تجديد العلامة يؤدي إلى شطبها حكماً من السجل، دون حاجة إلى قرار من المسجل أو من المحكمة المختصة بهذا الخصوص³، ويفقد صاحب العلامة ملكيتها، إذا لم يتم بتجديدها في الموعد المحدد قانوناً، وعليه تشطب علامته من السجل حكماً⁴.

وحدد المشرع السوري فترة السماح، التي تُعطى لصاحب العلامة من أجل القيام بتجديد علامته التجارية، وتبلغ هذه المدة ستة أشهر، وتبدأ من انتهاء مدة سريان العلامة التجارية، وخلال هذه الفترة يمكن لصاحب العلامة القيام بتجديد العلامة، بشرط دفع رسم يسمى رسم تأخير، وتم تحديده

¹ بالعودة إلى مشروع قانون حماية الملكية الصناعية نجد أنه قد أبقى على الإشعار، وجاء في المادة (47/ب) أنه: "يقوم المسجل بإرسال إخطار حسب الأصول المقررة لمالك العلامة التجارية خلال المدة المنصوص عليها في النظام قبل انقضاء مدة التسجيل، يعلمه بموجبه بالتاريخ الذي ينتهي فيه تسجيل العلامة التجارية، وبالشروط المتعلقة بدفع الرسوم، وغيرها لغايات تجديد هذا التسجيل. وبالتالي يكون المشروع الفلسطيني قد حافظ على هذا الشرط رغم حذفه من القانون المعدل، وهو الأصوب برأي الباحث.

² تراجع المادة (21) من المرسوم التنفيذي الجزائري المتعلق بالعلامات التجارية.

³ الغلام، قعنب، مرجع سابق/ ص 93.

⁴ زوبير، حمادي، مرجع سابق/ ص 117.

بمبلغ 3000 ليرة سورية، وإذا لم يقم صاحب العلامة بتجديد العلامة فإنها تعدّ ملغاة، بمعنى مشطوبة من السجل لانتهاء مدة حمايتها¹، وهو ما سبق أن انتقده الباحث².

وخلاصة الأمر أن القانون المطبق بالصفة الغربية يلزم المسجل بتقديم إشعار إلى صاحب العلامة، لتذكيره بوجوب التجديد³، وكان الأجدر بالتشريعات المقارنة الأخذ بهذا الإشعار.

الفرع الثالث: إجراءات شطب العلامة التجارية لعدم تجديدها

يتناول الباحث في هذا الفرع الإجراءات اللازمة لشطب العلامة التجارية لعدم تجديدها، وفقا لقانون العلامات التجارية المطبق بالصفة الغربية، ونظام العلامات التجارية رقم (1) لسنة 1952، لأن الدول المقارنة تشطب العلامة التجارية حكما وبموجب القانون⁴، ولا توجد إجراءات خاصة لشطب العلامة التجارية لعدم تجديدها في التشريعات المقارنة.

ويلاحظ أن وزارة الاقتصاد الفلسطيني بغزة -وفق قانون العلامات التجارية رقم 35 لسنة 1938⁵- استخدمت اصطلاح الترقين في حال لم يقم صاحب العلامة التجارية بتجديد علامته التجارية، وتم وضع الشروط اللازمة لتنظيم إجراءات شطب العلامة التجارية لعدم تجديدها، وهذه الشروط كما وردت في موقع الوزارة، وهي⁶:

¹ تراجع المادة (33) والمادة (156) من قانون العلامات الفارقة السوري.

² تراجع الصفحة السابقة من هذه الدراسة.

³ وهنا لا بد من الإشارة الى الاستثناء الوارد في المادتين (1/3/21) و(3/3/21) من قانون العلامات المطبق بالصفة الغربية اذ فيظل وجودهما فانه لا يشترط الاشعار لهذه الغاية

⁴ يراجع الفرع الثاني من هذا المطلب.

⁵ إن قانون العلامات التجارية رقم 35 لسنة 1938 صدر بموجب مرسوم من المندوب السامي البريطاني، في عهد الانتداب البريطاني، ويلاحظ بالنسبة للقانون المطبق في قطاع غزة أن نصوص القانون فيما يتعلق بالمادة (20) و(21) مشابهة إلى حد كبير في صياغتها مع القانون المطبق بالصفة الغربية، فلا تختلف إلا بالصياغة فقط، وعليه تكون مطابقة ذات الأحكام الموجودة في قطاع غزة.

⁶ <http://muqtafi.birzeit.edu /Legislation /PDFPre.aspx?Y=1938&ID=1098>
<http:// www. mne.ps/mne/servicedetails/56.html>

• إذا تلقى المسجل طلباً من صاحب العلامة بالتجديد مع دفع رسوم التأخير يقوم المسجل بالتجديد دون ترقيين العلامة من السجل.

• إخطار من المسجل إلى صاحب العلامة، إذا لم يقم صاحب العلامة بتجديد علامته خلال مدة لا تقل عن شهر واحد، ولا تزيد عن شهرين قبل انتهاء مدة التسجيل الأخير، ويعلمه بضرورة التجديد، ويرسل هذا الإخطار حسب العنوان المسجل في سجل العلامات التجارية¹.

• ينشر إعلان من المسجل في الوقائع، ويتم نشره في الجريدة الرسمية في حال عدم دفع صاحب العلامة التجارية لرسم المقرر قانوناً، فإذا قام صاحب العلامة بتقديم طلب لتجديد علامته، ودفع رسم التجديد والبالغ 60 ديناراً، والرسم الإضافي نتيجة لتأخره عن السداد، والبالغ 20 ديناراً، فإنه يجوز للمسجل الإبقاء على هذه العلامة وعدم شطبها².

• يقوم المسجل بترقيين (شطب) العلامة بعد مضيّ شهر من تاريخ نشر الإعلان، وهي الحالة التي لا يقوم فيها صاحب العلامة بتقديم طلب لتجديد علامته التجارية، ولم يقم كذلك بدفع هذه الرسوم المترتبة على التجديد، وذلك بعد مرور مدة شهر من تاريخ الإعلان المذكور، فإنه يجوز للمسجل شطب هذه العلامة اعتباراً من تاريخ انتهاء مدة التسجيل الأخير، فتشطب العلامة حينها بأثر رجعي، منذ انتهاء مدة سريان العلامة التجارية³، وهنا يعاب على النص أنه جعل المدة قصيرة، وذلك على العكس مع القوانين المقارنة التي جعلت هذه المدة أطول، ويفضل تعديل هذا النص لجعل المدة سنة على الأقل بدلاً من شهر.

• إذا دفع الرسوم بما فيها رسم التأخير (الرسم الإضافي)، يجوز للمسجل أن يعيد تسجيل العلامة، وإذا لم يدفع قام المسجل بترقيتها (شطبها)، وهنا كان الأجدر تقييد سلطة المسجل، وجعلها وجوبية

¹ مراجعة نص المادة (1/51) من نظام العلامات التجارية رقم (1) لسنة 1952.

² مراجعة نص المادة (2/51) من نظام العلامات التجارية رقم (1) لسنة 1952، وكذلك المادة (2) من قرار مجلس الوزراء الفلسطيني رقم (3) لسنة 2012 بنظام معدل لنظام العلامات التجارية رقم (1) لسنة 1952 وهو سارٍ في الضفة الغربية وغزة.

<http://muqtafi.birzeit.edu/Legislation/PDFPre.aspx?Y=2012&ID=16436>

³ مراجعة نص المادة (1/52) من نظام العلامات التجارية رقم (1) لسنة 1952.

من أجل إعادة العلامة التجارية إلى السجل، طالما أنه دفع الرسوم الأصلية والإضافية نتيجة لتأخره، فلا يوجد مانع من إعادة هذه العلامة إلى السجل.

الفرع الرابع: الأثر المترتب على شطب العلامة لعدم تجديدها

بعد الحديث عن شطب العلامة التجارية لعدم تجديدها، والإجراءات اللازم إتباعها لهذه الغاية، فلا بد من الحديث عن أثر الشطب، ففي هذا المطلب سيتم الإجابة عن تساؤل: هل يمكن إعادة تسجيل هذه العلامة؟ ومن يحق له القيام بذلك؟

وضح قانون العلامات المطبق بالصفة الغربية إمكانية إعادة تسجيل العلامة التجارية، التي تم شطبها من صاحبها الأصلي، وحدد المشرع مدة سنة كاملة، تحتفظ العلامة خلال هذه المدة بصفاتها كعلامة تجارية، ويجوز لصاحب العلامة الأصلي القيام بإعادة تسجيل هذه العلامة خلال هذه السنة، ولكن هناك استثناء¹:

1- لم يتم استعمال العلامة التجارية وفقا لأحكام المادة (22) السابق ذكرها في المبحث الأول، ويفهم من ذلك أن صاحب العلامة إذا أراد إعادة تسجيل العلامة مرة أخرى خلال هذه السنة يجب عليه إثبات استعمال هذه العلامة وفقا للأصول والقانون.

2- لم يستعمل آخرون العلامة التجارية بعد شطبها، مما يؤدي إلى التضليل بين العلامة المراد تسجيلها وبين العلامة المستعملة من الغير، ويعني ذلك أن المشرع قد أجاز للغير بمجرد شطب هذه العلامة القيام باستعمالها، دون القيام بتقديم طلب لتسجيلها، وعليه فإنه إذا تم استعمال هذه العلامة مما ترتب عليه التضليل وخداع الجمهور، فإنه لا يجوز إعادة تسجيل العلامة المشطوبة.

ينتقد الباحث هذا النص لأنه يتيح للغير التحايل على القانون، ويعطيه فرصة لكسب شهرة العلامة بمجرد شطبها واستعمالها باسمه، ويحرم صاحب العلامة من الاستفادة من هذا النص، وكان الأجدر بالمشرع عدم إتاحة الفرصة للغير بالقيام باستعمال العلامة خلال هذه المدة، وعدم وضع هذا الاستثناء، والجدير بالذكر أن قانون العلامات الاردني المعدل قام بحذف هذه الفقرة منه.

¹ تراجع المادة (3/21) من قانون العلامات التجارية المطبق في الصفة الغربية.

وكما أسلفت سابقاً، فإن المشرع الأردني عدل نص المادة (21) بأكمله، وأعطى قانون العلامات الاردني المعدل الحق لصاحب العلامة التجارية بتسجيلها خلال سنتين من تاريخ انتهاء مدة سريانها، أما بعد مرور هاتين السنتين تصبح العلامة متاحة للتسجيل من الغير، مع إعطاء الحق لصاحب العلامة الأصلية بإعادة تسجيلها، طالما أنه لم يسبقه أحد لتسجيل هذه العلامة بعد انتهاء المدة السابق ذكرها¹.

والجدير ذكره أن القانون الأردني المعدل قد حذف المادة (1/1/23) من قانون العلامات التجارية المطبق بالصفة الغربية، التي تشترط إقناع المسجل باستعمال العلامة التجارية، وقد يكون السبب في حذف النص هو تجنب التكرار، ولكن الأمر متعلق بعلامة تم شطبها لعدم تجديدها، وأراد شخص إعادة تسجيلها خلال الفترة المحددة قانوناً، فإنه يتوجب على صاحب العلامة عند طلب إعادة تسجيلها أن يثبت أن العلامة كانت مستعملة وفقاً للأصول والقانون، وعليه كان الأجر بالمشرع الإبقاء على هذا النص وعدم حذفه.

وبانتهاء المدة المذكورة فإن العلامة التجارية تصبح جديدة، فيحق للغير ولصاحب العلامة التجارية الأصلي القيام بتسجيلها من جديد، على الرغم من أنها لم تكن جديدة قبل مرور المدة سابقة الذكر، ولكنها أصبحت كذلك بسبب عدم تجديدها من صاحبها، ومضى سنتان على ذلك²، وإذا أراد صاحب العلامة التجارية تسجيلها فعليه إتباع الإجراءات المقررة قانوناً من أجل تسجيل هذه العلامة من جديد³.

ولم ينظم المشرع الجزائري مدى إمكانية إعادة تسجيل العلامة المشطوبة لعدم تجديدها، سواء لصاحبها الأصلي أو للغير، فإنه بمجرد انتهاء مدة السنة الأشهر التي تلي انتهاء مدة سريان

¹ تراجع المادة (2/21) والمادة (3/21) من قانون العلامات التجارية المعدل رقم 34 لسنة 1999.

² تكون المدة ثلاث سنوات بحسب قانون العلامات التجارية الأردني المعدل.

³ الكسواني، عامر محمود، مرجع سابق/ ص 39-40.

العلامة التجارية، فإنه يجوز لأي شخص أن يقوم بتسجيل هذه العلامة سواء أكان الغير أم صاحب العلامة الأصلي¹.

وحدد المشرع السوري في قانونه مدى إمكانية إعادة تسجيل العلامة التجارية التي سبق شطبها لعدم تجديدها، وأعطى لصاحب العلامة الأصلية الحق في إعادة تسجيلها بعد مضي ثلاث سنوات على انتهاء مدة سريانها، ولم يعط هذا الحق للغير، فلا يجوز خلال الفترة المذكورة أن يتم إعادة تسجيلها إلا من صاحبها الأصلي²، ولعل الغاية من هذا النص هو عدم استفادة الغير من شهرة هذه العلامة وسمعتها، وإعطاء فرصة لقيام صاحبها بتسجيلها، لكونه قام ببناء هذه العلامة، وأسهم في انتشارها لدى الجمهور المستهلك، إضافة إلى حماية الجمهور، ومنع تضليلهم³، أما بعد مضي الثلاث السنوات فإنه يحق للغير القيام بتسجيل هذه العلامة باسمه⁴.

وبكل الأحوال يكون على المسجل أن يقوم بشطب العلامة التجارية من السجل المخصص لها، مع بيان الأسباب التي أدت إلى شطب العلامة من السجل، لعدم قيام صاحبها بتسجيلها بالميعاد المحدد قانوناً⁵.

المطلب الثاني: شطب العلامة التجارية بطلب من مالكها

بعد التطرق إلى حالات الشطب السابقة يعالج الباحث هنا قيام صاحب العلامة من تلقاء نفسه بتقديم طلب لشطب العلامة التجارية، وما الأثر المترتب عليه بالنسبة للغير.

¹ زوبر، حمادي، مرجع سابق/ ص117. ويرى الباحث في هذا المجال أنه كان يجدر بالمشرع الجزائري أن يقوم بتنظيم هذا الأمر بقانونه، لكي يتم الاستفادة من السمعة التي حققتها العلامة التجارية، والتي تم شطبها لعدم تجديدها، وإعطاء أولوية لصاحب العلامة للقيام بتسجيلها خلال فترة محددة.

² تراجع للمادة (10) من قانون العلامات الفارقة السوري.

³ برانبو، عدنان، مرجع سابق/ ص586.

⁴ تراجع للمادة (10) من قانون العلامات الفارقة السوري.

⁵ الخولي، سائد احمد، مرجع سابق/ ص74.

ولا بد هنا من التمييز بين التنازل والترك، فالتنازل: تقديم طلب لنقل ملكية علامة تجارية من شخص لآخر، وتوثيقه في سجل العلامات التجارية، ليكون حجة على الغير¹، وبالتالي لا يعتبر التنازل سببا من أسباب انقضاء العلامة التجارية، وإنما يكون حوالة لها، على العكس من الترك الذي يكون سببا لانقضاء العلامة التجارية²، ويتم نشر نقل العلامة التجارية في مجلة الملكية الصناعية والتجارية بفلسطين، ويرفق الباحث صورة عن الإعلان الذي يصدره المسجل في مجلة الملكية الصناعية والتجارية³.

وتم النص على هذا الأمر صراحة في قانون (المطبق في الضفة الغربية او المعدل)⁴، وبموجب هذا النص يقوم صاحب العلامة التجارية بشطب بضائع معينة أو صنف محدد من سجل العلامات التجارية، فمثلا: لو أراد صاحب العلامة الذي يستعمل علامته لأكثر من صنف أو نوع أن يحصر استعمال علامته على منتج محدد دون غيره، فإنه يقوم بتقديم طلب لشطب هذه العلامة، لمعرفة أن صاحب العلامة قد يريد اعتزال التجارة وتركها، ولا يريد أن تبقى هذه العلامة مرتبطة به، ومن الممكن أن يتم تقديم هذا الطلب لإتاحة تسجيلها للغير، الذي سبق وأن أعطى صاحب العلامة مبلغا من المال من أجل ترك العلامة⁵.

وقد يترك صاحب العلامة علامته، ويعلن للناس أنه يريد ترك علامته ولن يقوم باستعمالها صراحة أو ضمنا، كأن يقوم الغير باستعمال هذه العلامة دون اعتراض من صاحبها على هذا الاستعمال⁶، ولا بد من الترك الصريح كتابيا حتى يعتد به، ويكون صاحب العلامة مدركا لأثر تركه هذه

¹ خاطر، نوري حمد، مرجع سابق/ ص 314، وبخصوص نقل العلامة فقد تم النص على هذا الأمر في المادة (4/27) من قانون العلامات التجارية المطبق في الضفة الغربية.

² الناهي، صلاح، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، دار الفرقان، عمان، 1973/ ص 260.

³ يراجع الملحق (6) من هذه الدراسة/ ص 111.

⁴ تراجع المادة (3/27) من قانون العلامات التجارية (المطبق في الضفة الغربية او المعدل).

⁵ الجببير، حمدي غالب، مرجع سابق/ ص 149-150 وراجع كذلك زويبر، حمادي، مرجع سابق/ ص 118.

⁶ زين الدين، صلاح، العلامة التجارية وطنيا ودوليا، مرجع سابق/ ص 235.

العلامة، والتأكد من نيته بشكل قطعي¹، وحتى يكون الترك صحيحا لا بد أن تتصرف نية صاحب العلامة بالنزول عن العلامة، فإن لم تكن نيته النزول عنها فلا يحق للغير تملك هذه العلامة².

ويعتبر الترك بهذا الشأن غير كافٍ من أجل شطب العلامة التجارية، ولا بد من القيام بتقديم طلب خطي إلى مسجل العلامة التجارية من أجل شطب هذه العلامة من السجل³.

وحتى يعتد بهذا الترك لا بد من صدور قرار من مسجل العلامات التجارية يقضي بشطب العلامة التجارية، بناء على رغبة صاحبها، بموجب طلب خطي يقدم إلى المسجل⁴.

وفي الواقع العملي وحسب ما هو معمول به في وزارة الاقتصاد الوطني فإن حالة ترك صاحب العلامة لعلامته نادرة الحدوث، وعادة ما يترك صاحب العلامة علامته ضمنا بعدم تجديدها، لما يترتب عليه من رسوم، ويقوم صاحب العلامة بتقديم مثل هذا الطلب عند حدوث نزاع بشأن هذه العلامة، من أجل تجنب أي خلافات مع الغير⁵.

ونص المشرع الجزائري على ذلك في الأمر رقم 06-03 وأعطى الحق لصاحب العلامة التجارية العدول عن تسجيل العلامة، سواء لإحدى السلع والخدمات المسجلة أو لكل السلع والخدمات المسجلة من أجل العلامة، وأحال المشرع الجزائري التنظيم الإجرائي إلى المرسوم التنفيذي رقم 05-277⁶، الذي يمكن لصاحب العلامة أو وكيله الذي يجب عليه إرفاق وكالة خاصة، تتضمن اسمه وعنوانه، تقديم هذا الطلب، وحتى يكون هذا العدول (الترك) نافذا بحق الغير لا بد من قيده بالسجل⁷.

¹ برانبو، عدنان، مرجع سابق/ 556.

² الجغبير، حمدي غالب، مرجع سابق/ ص150.

³ طه، مصطفى كمال، أساسيات القانون التجاري: دراسة مقارنة، ط1، بيروت، منشورات الحلبي الحقوقية، 2006/ ص670.

⁴ زين الدين، صلاح، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، مرجع سابق/ ص237.

⁵ خلال مقابلة تم إجرائها مع موظف وزارة الاقتصاد الوطني الفلسطيني سلام أبو سمرة، رام الله وذلك بتاريخ 2018/10/4.

⁶ تراجع المادة (19) من الأمر الجزائري رقم 06-03.

⁷ تراجع المادة (25) من المرسوم التنفيذي الجزائري رقم 05-277.

ويشترط تقديم طلب خطي إلى المصلحة المختصة، وهي المعهد الوطني الجزائري، ويتم نشر شطب العلامة التجارية في الجريدة الرسمية للملكية الصناعية، لإعلام الجمهور بشطب هذه العلامة من السجل¹.

ويترتب على ما سبق أن تصبح العلامة التجارية ملكا مباحا للغير، فيستطيع القيام باستعمالها، وتقديم طلب جديد من أجل تسجيلها، ولا يحق لصاحب العلامة السابق الاعتراض على ذلك².

وبالرجوع إلى قانون العلامات الفارقة السوري، لم يتم النص على تقديم طلب من أجل شطب العلامة التجارية صراحة في نصوصه³، ولكن يمكن الاستناد إلى القانون المدني السوري، وذلك في المادة (1/829)، وجاء فيها: "يصبح المنقول لا مالك له إذا تخلى عنه ماله بقصد النزول عن ملكيته"⁴، وعليه يمكن الاستناد إلى هذا النص للتخلي عن العلامة التجارية، وذلك باعتبار أن العلامة التجارية مال معنوي منقول⁵.

أما بخصوص الشطب الحكمي للعلامة التجارية، نظرا لتخلي صاحب العلامة عن علامته، فإن الباحث يرى أن هذا الأمر يتحقق في حالة عدم تجديد العلامة التجارية، وهي الحالة التي ذكرها سابقا⁶، ففي عدم تجديد العلامة التجارية رغبة ضمنية بالتخلي عن العلامة التجارية، وخاصة كما هو الحال في القانون الأردني المطبق بالصفة الغربية، الذي يشترط توجيه إخطار من أجل تجديد العلامة، وعليه فإن عدم التجاوب مع هذا الإخطار، وعدم إبداء الرغبة بتجديد العلامة التجارية، يترتب عليه تخلي صاحب العلامة عن علامته بشكل ضمني.

ويطرح تساؤل بشأن هذا الطلب فيما إذا كانت العلامة التجارية مرخصة للغير من أجل استعمالها أو أنه تم رهنها، فهل يجوز لصاحب العلامة تقديم مثل هذا الطلب؟ وقبل تفصيل هذه المسألة، لا

¹ زويير، حمادي، مرجع سابق/ 119.

² الغلام، قعنب، مرجع سابق/ 102.

³ من خلال استقراء الباحث لنصوص القانون

⁴ يراجع نص المادة (1/829) من القانون المدني السوري الصادر بالمرسوم التشريعي رقم 84 بتاريخ 1949/5/18

www.wipo.int/wipolex/ar/text.jsp?file_id=243234

⁵ الحمصي، علي نديم، مرجع سابق/ ص 132-133.

⁶ يراجع المطلب الأول من المبحث الثاني في الفصل الأول.

بد من الإشارة إلى أن الترخيص يختلف عن التنازل، فيكون التنازل عن ملكية العلامة التجارية، أما الترخيص فيكون بإعطاء الحق للمتصرف إليه باستعمال العلامة التجارية مع عدم إعطائه الحق في تملكها، أو تنازل صاحبها عنها للمتصرف إليه، وبالنهاية يتم تكييف هذا العقد وفقاً للقصد الظاهر للمتعاقدين، فإن قصد التملك كان عقد تنازل، أما إذا قصد الاستعمال فقط فإنه عقد ترخيص¹.

وبالعودة إلى السؤال المطروح أعلاه، فإن بعض الفقهاء يرون أنه يجب عدم السماح بشطب العلامة التجارية إلا بموافقة المستفيد منها، ويتم نشر ذلك في الجريدة الرسمية، لكي يتيح للغير الاعتراض، ويجب على المشرع الأردني القيام بذلك²، ولكن يرى الباحث بشأن هذه المسألة أن لصاحب العلامة الحق بالقيام بشطب علامته التجارية، طالما أنه يريد ذلك، لكونه مالكا لها، وهو الذي يستطيع التصرف بها، ولا احترام ملكيته لها، فإنه لا يجوز للغير الاعتراض على ذلك، مع جواز تقديم المستفيد من العلامة طلباً لتسجيل العلامة باسمه، وإعطائه الحق بتقديم دعوى لمطالبة صاحب العلامة بالتعويض عن الأضرار اللازمة جراء هذا الشطب.

وفي هذا الفصل يكون الباحث قد بين الأسباب التي تؤدي إلى شطب العلامة التجارية، وطرح عدداً من الحالات في هذا الشأن، ومنها الشطب لعدم الاستعمال، ولعدم التجديد أو بناء على طلب من صاحب العلامة التجارية، ووضح الأثر المترتب على كل حالة، والإجراءات المتبعة لهذه الغاية.

¹ الصغير، حسام عبد الغني، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، كلية الحقوق-جامعة المنوفية، القاهرة، 1993/ ص 58-59.

² خاطر، نوري حمد، مرجع سابق/ ص 315.

الفصل الثاني

حالات إبطال العلامة التجارية

بعد أن تناول الباحث في الفصل الأول من هذه الدراسة حالات شطب العلامة التجارية وأسبابها والآثار المترتبة عليها، يتناول في الفصل الثاني الحالات التي تؤدي إلى إبطال العلامة التجارية، وأن هناك فرقا بين الشطب والإبطال كما ذكره الباحث سابقاً¹.

ولا بد في البداية من القول: إن التشريع الأردني سواء في القانون المطبق بالضفة الغربية أو في القانون الأردني المعدل نص على حالة واحدة فقط من حالات إبطال العلامة التجارية، فتم استعمال اصطلاح "البطلان" فقط في المادة (34)² للحدوث عن حالة بطلان العلامة التجارية التي تشكل تعدياً على علامة تجارية مسجلة خارج الأردن في (فلسطين)، مع الإحالة إلى المادة (8) من ذات القانون، وسيتم تناول الموضوع بشكل تفصيلي في هذا الفصل، ولا تعد هذه المادة كافية للحدوث عن البطلان بمعناه الحقيقي وفقاً لرأي الباحث.

وفي هذا اختلاف عن القانون الجزائري، الذي قام بإفراد مادة خاصة للحدوث عن بطلان العلامة التجارية، وهي المادة (20) من الأمر الجزائري، التي رتبت البطلان على تسجيل علامة تجارية وفقاً للمادة (7) من الفقرة الأولى وحتى التاسعة من الأمر ذاته³.

ونظم المشرع السوري مسألة البطلان وأحكامها وشروطها في المادة (7/ب) من قانون العلامات الفارقة السوري، التي أحالت على المواد (2) - (3) - (4) من ذات القانون بشأن بطلان العلامة التجارية⁴.

¹ راجع الصفحة 9-10 من هذه الدراسة.

² تراجع المادة (34) من القانون الأردني رقم (33) لسنة 1952 والقانون المعدل (34) لسنة 1999.

³ تراجع المادة (20) والمادة (7) من الأمر الجزائري رقم 06-03.

⁴ تراجع المواد (2)، (3)، (4)، (7/ب) من قانون العلامات الفارقة السوري.

ويتضح مما سبق، أن الأمر الجزائري والقانون السوري قد نظما هذه المسألة بشكل أفضل من القانون الأردني، لتمييزهما بين البطلان والإلغاء "الشطب" بشكل صريح، وذلك على العكس من المشرع الأردني.

ويعرف الباحث إبطال العلامة التجارية، بأنها: مخالفة العلامة التجارية لأحد الشروط الموضوعية اللازمة لاكتساب العلامة التجارية صفتها، فيترتب على ذلك انقضاء العلامة التجارية بناء على طلب يقدم إلى الجهة المختصة بذلك¹.

ولا بد من التطرق إلى حالات البطلان التي جاء بها كل من القانون السوري والجزائري، ومحاولة إسقاط هذه النصوص على ما جاء في القانون (المطبق في الضفة الغربية أو المعدل)، الذي قام باستعمال مصطلح "حذف" للحديث عن حالات مشابهة لما تم ذكره من حالات بطلان لدى كل من المشرع السوري والجزائري².

ويهدف الباحث في هذا الفصل إلى تناول حالات بطلان العلامة التجارية لعدم توافر الشروط الموضوعية، بما يشمل شرط المشروعية، وشرط الصفة الفارقة، وهو ما يتناولها في المبحث الأول، وكذلك يتحدث الباحث عن إبطال العلامة التجارية لمخالفتها لشرط الجودة، وهو ما يبينه في المبحث الثاني.

¹ لا بد من التنويه: أن القانون لم يعرف إبطال العلامة التجارية، ولم يستطع الباحث الوصول إلى تعريف فقهي في هذا الشأن، ولذلك ارتأى وضع تعريف لذلك.

ويرى الباحث بشأن مخالف العلامة التجارية لشروط الشكلية أنها حالة نادرة الحدوث فمن الصعب إبطال العلامة التجارية لمخالفة أحد الشروط الشكلية، لأن الطلب يتم فحصه شكليا بصورة جدية، إضافة إلى ذلك فإن تخلف أحد الشروط الشكلية لا يترتب معه البطلان، وهذه الإجراءات لا تمس بالعلامة، فلذلك لا يمكن أن تدخل بالبطلان، وانظر كذلك بخصوص هذا الأمر: كحول، وليد، مرجع سابق/ ص 53.

² تراجع المادة (25) من القانون الأردني رقم (33) لسنة 1952 والقانون المعدل (34) لسنة 1999.

المبحث الأول: إبطال العلامة التجارية لمخالفتها بعض الشروط الموضوعية

يتناول الباحث شرطين من الشروط الموضوعية للعلامة التجارية، وهما: شرط الصفة الفارقة، وشرط المشروعية، أما بالنسبة لشرط الجودة ففضل الباحث تخصيص المبحث الثاني للحديث عنه بشكل مفصل.

وهنا يفترض أن المسجل عند قيامه بتسجيل العلامة التجارية لم يَقم بفحص العلامة التجارية المراد تسجيلها فحصاً موضوعياً، وإنما اكتفى بفحصها من الناحية الشكلية فقط، وفي هذا الصدد لا بد من توضيح مسألة وجود نوعين من الفحص: نظام الإيداع، ونظام التسجيل، فنظام الإيداع: هو النظام الذي يعتمد على فحص العلامات من الناحية الشكلية فقط، دون التطرق إلى الشروط الموضوعية، باستثناء شرط المشروعية الذي يتم فحصه بأنواع أنظمة الفحص كافة، أما نظام التسجيل فهناك نوعان لهذا النظام: نوع الفحص النسبي، وهو الفحص الذي يقوم على التحقق من الشروط الموضوعية كافة، والفحص المطلق الذي يشمل الفحص شرط الصفة الفارقة والمشروعية مع ترك شرط الجودة للاعتراض عليه في حال عدم توافره¹.

اكتفى الباحث بلمحة موجزة عن أنظمة الفحص الخاص بالعلامة التجارية، من أجل توضيح ما هو نظام الفحص المطبق في القوانين محل الدراسة، وبالرجوع إلى نظام العلامات التجارية الأردني، فإنه يشترط على المسجل أن يقوم بالتحقق من توافر شرط الجودة، وعدم وجود علامات سبق تسجيلها، أو طلبات ما زالت محل نظر، أو تشابه بين العلامات والعلامة المراد تسجيلها يؤدي إلى تضليل الجمهور، وإعطاء الفرصة لمن له مصلحة بتقديم اعتراض على تسجيل تلك العلامة²، ويرى بعضهم الآخر أن صلاحية مسجل العلامات التجارية وفقاً للقانون (المطبق في الضفة الغربية أو المعدل) واسعة، ويمكن أن تمتد إلى عدم السماح للعلامة التي لا تتمتع بالصفة الفارقة من تسجيلها في سجل العلامات³، ويرى الباحث أن صلاحية المسجل في فحص العلامة هي صلاحية مطلقة، ويمكنه رفض تسجيل أي علامة تخالف أحد الشروط الموضوعية أو الشكلية،

¹ برانبو، عدنان، المرجع السابق/ ص 244-248.

² تراجع المادة (22) من نظام العلامات التجارية الأردني رقم 1 لسنة 1952.

³ زين الدين، صلاح، العلامة التجارية وطنياً ودولياً، مرجع سابق/ ص 114.

وإتاحة الفرصة لكل ذي مصلحة تقديم طلب للطعن بقرار المسجل في حال كان غير محق في طلبه.

أما بالنسبة للمرسوم التنفيذي الجزائري، فقد أخذ بنظام الإيداع، بمعنى أنه يشترط توافر الشروط الشكلية فقط، دون فحص الشروط الموضوعية، وعليه فإنه يكتفي بتوافر البيانات الشكلية اللازمة لتسجيل العلامة دون الخوض في توافر الشروط الموضوعية¹.

أما بالنسبة للمشرع السوري، فإنه قد أخذ كذلك بنظام فحص التسجيل النسبي الذي يشترط توافر الشروط الشكلية والموضوعية كاملة².

ويرى الباحث في هذا الشأن أن نظام فحص التسجيل النسبي هو الأمثل؛ لتجنب حدوث مشكلات، ويجب فحص العلامات التجارية عند تسجيلها فحصا موضوعيا وشكليا لتجنب دعاوي الإبطال في هذا الشأن.

وبناء على ما سبق فإن الباحث يبين حالات إبطال العلامة التجارية لعدم توافر شرط الصفة الفارقة، وشرط المشروعية، وتحديد الإجراءات الواجب إتباعها للإبطال وفقا للقوانين محل الدراسة.

المطلب الأول: إبطال العلامة التجارية لمخالفتها شرط الصفة الفارقة

يهدف الباحث هنا إلى تحديد مفهوم شرط الصفة الفارقة، وكذلك يسعى إلى تحديد الأشخاص الذين يحق لهم تقديم إبطال العلامة التجارية، ومدة تقادم العلامة المفتقدة لشرط الجودة، وذلك وفقا للقوانين محل الدراسة.

¹ تراجع المادة (11) من المرسوم التنفيذي الجزائري رقم 05/277 والتي جاء بها: " إذا تبين من الفحص الشكلي أن الإيداع استوفى الشروط المطلوبة في المواد من 4 إلى 7 أعلاه، تبحث المصلحة المختصة عما إذا لم تكن المودعة مستثناة من التسجيل لسبب أو عدة أسباب من أسباب الرفض المنصوص عليها في المادة (7) رقم 06-03 والمؤرخ... وكذلك المادة (7) من الأمر الجزائري رقم 03/06 والتي قامت بتحديد العلامات التي تستثنى من التسجيل وأنظر أيضا إلى قعنب، غلام، مرجع سابق/ص18.

² تراجع المادة (22) من قانون العلامات الفارقة السوري.

الفرع الأول: شرط الصفة الفارقة

لا بد من الحديث عن شرط الصفة الفارقة بحد ذاته، قبل الخوض في حالة إبطال العلامة التجارية التي تفتقد شرط الصفة الفارقة.

إن شرط الصفة الفارقة هو الشرط التي نصت عليه صراحة المادة (2/7) من قانون العلامات التجارية (المطبق في الضفة الغربية أو المعدل) ، ووضحت تلك المادة معنى الصفة الفارقة، وهي: أن تكون العلامة التجارية مميزة، ويمكن لصاحب العلامة من تمييز منتجاته أو خدماته عن البقية، وعلى الرغم من عدم نص المادة صراحة عن الخدمة في قانون العلامات التجارية، إلا أنه نظرا للتطور التكنولوجي الحاصل، أصبح لا بد من إضافة الخدمات في العلامات التجارية¹، فحتى تتمتع العلامة المراد تسجيلها بشرط الصفة الفارقة لا بد أن تكون مميزة، ويتم وضعها داخل شكل هندسي، أو أن يتم زخرفتها بحروف مميزة، تكفل تمييزها عن باقي السلع والخدمات الأخرى²، وفي هذا المعنى يرى بعض الفقهاء أن العلامات الوصفية في حال تم كتابتها بشكل مميز، أو أن تكون كتبت بلون مميز يكفل تمييزها عن باقي السلع والخدمات الأخرى، فإنه يترتب على ذلك اكتسابها لشرط الصفة الفارقة، ويخضع تقدير ذلك إلى سلطة القاضي الموضوع³.

ويلاحظ من قانون العلامات الأردني المعدل قد أضاف شرطا لاكتساب العلامة الفارقة، لم يذكره القانون المطبق بالضفة الغربية صراحة، وهو شرط قابلية العلامة للإدراك عن طريق النظر، وهو بذلك يستثني العلامات الصوتية وعلامات الرائحة⁴، ويلاحظ من هذا التعديل أن المشرع الأردني أراد عند تقديم طلب لتسجيل علامة تجارية ما أن يقدم صاحب العلامة نموذجا ملموسا عن العلامة المراد تسجيلها، وإلا يتم رفضه، فالمشرع لا يريد الاعتماد على أمور غير ملموسة عند القيام بهذا التسجيل، وتكون العلامة متمثلة على شكل كلمات أو إشارات أو رموز، أو غير ذلك،

¹ زين الدين، صلاح، الملكية الصناعية والتجارية، مرجع سابق/ ص254 وتراجع المادة (2/7) من قانون العلامات التجارية المطبق بالضفة الغربية والمعدل.

² الخشروم، عبد الله حسين، مرجع سابق/ ص150.

³ الغوييري، عبد الله حميد سليمان، العلامة التجارية وحمايتها (العلامة المشهورة وحمايتها)، ط1، عمان، دار الفلاح للنشر والتوزيع، 2008/ ص75.

⁴ تراجع المادة (1/7) من قانون العلامات التجارية الأردني المعدل لسنة 1999.

أو خليط ما بين هذه الأشياء¹، وهذا ما أخذ به المشرع السوري، إذ جاء في نص المادة (2) منه: "... وفي كل الأحوال يجب أن تكون العلامة الفارقة مرئية يمكن إدراكها بالبصر..."²، وبالنسبة للأمر الجزائري لم يوضح هذه المسألة، في المادة (1/2)، ولم يتم اشتراط قابلية العلامة للإدراك بالبصر، ولم يرقم بالنص على علامة الرائحة أو الصوت في هذا المجال³.

ينتقد الباحث الأخذ بالعلامة المرئية فقط، وهو سهل على المسجل عند تسجيل العلامة التجارية، ويستطيع إدراك مدى وجود الصفة الفارقة بالنظر إلى العلامة، وقد يكون سببا في تضليل الجمهور، فمثلا: الموسيقى التي تبدأ عند فتح الهواتف المحمولة لأجهزة "سامسونج" تميزها عن باقي الشركات، فلا يجوز لشركات الأخرى أخذها، وهناك أنواع للمنتجات تتميز برائحة معينة قد يحبها الجمهور، ويفضلها عن الأخرى لهذا السبب، وبالتالي تكون وسيلة لتمييز منتج عن آخر، فإذا تم استعمال ذات الرائحة لمنتج آخر فيكون وسيلة لتضليل الجمهور⁴.

إن مفهوم الصفة الفارقة يعني أنه يكفي أن تكفل العلامة التجارية تمييز سلعة أو خدمة عن باقي السلع والخدمات الأخرى، ولا يشترط شرط الابتكارية، كما هو الحال مع الاختراعات مثلا، فتعتبر الغاية الأساسية من العلامة التجارية هي عدم تضليل المستهلك العادي، فيتم تمييز سلعة أو خدمة عن أخرى، ولتقدير مدى توافر شرط الصفة الفارقة يكون تقدير هذا الأمر للمحكمة المختصة، أو لمسجل العلامات التجارية، بحسب السلطة التي يخولها كل قانون في هذا الشأن⁵، ولكن يرى بعض الفقهاء أن صاحب العلامة قد يبتكر علامة تجارية بإرادته، على الرغم من أنها ليست شرطا، وهذا الرأي يرى أن العلامة التي تكون كلمة غير موجودة باللغة، ولم يتم السماع بها من

¹ زين الدين، صلاح، ترقين العلامة التجارية في القانون الأردني، مرجع سابق/ 129-130.

² تراجع المادة (2) من قانون العلامات الفارقة السوري.

³ الجبالي، عجة، مرجع سابق/ ص14.

⁴ من الواضح أن القوانين محل الدراسة لم تعتد إلا بالعلامة المرئية وعليه لا بد من إيجاد سند قانوني من أجل حماية العلامات غير المرئية ويمكن الاستناد إلى قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية الأردني لسنة 2000 على سبيل المثال حيث جاء في المادة (1/1/2): الأعمال التي بحكم طبيعتها تسبب لبسا مع منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري". ويمكن الاستدلال على النص السابق من أجل الاستناد على حماية العلامة غير المرئية، والجدير ذكره أن هذا القانون غير مطبق في فلسطين، ويجدر بالمشرع الفلسطيني النص على قانون مختص بتنظيم أحكام المنافسة غير المشروعة.

⁵ الجببير، حمدي غالب، مرجع سابق/ ص70.

قبل، هي علامة مبتكرة، مثل علامة كوداك (Kodak)، فهي كلمة غير موجودة باللغة الإنجليزية، ولكنها علامة تميّز أجهزة تصوير¹.

الفرع الثاني: بطلان العلامة التجارية لعدم توافر شرط الصفة الفارقة

أعطى القانون (المطبق في الضفة الغربية أو المعدل)² الحق بتقديم طلب من أجل إبطال العلامة التجارية، لافتقادها شرط الصفة الفارقة، فالمادة المذكورة أحالت إلى بعض المواد³ من قانون العلامات التجارية الأردني، ويلاحظ أن هناك عدة مواد⁴ قد نصت على شرط الصفة الفارقة، ولذلك يجوز تقديم طلب إبطال العلامة التي لا يتوافر فيها شرط الصفة الفارقة⁵.

ويلاحظ أن القانون (المطبق في الضفة الغربية أو المعدل) استخدم اصطلاح "حذف"، للتعبير عن حالة البطلان، وهذا على العكس من الأمر الجزائري الذي استخدم اصطلاح "الإبطال"، فقد حدد موضوع البطلان في المادة (20)، التي أحالت إلى مادة أخرى من ذات الأمر بجميع فقراتها، بما يشمل العلامة العامة والمجردة من أي صفة تمييز⁶، وعلى العكس من المشرع السوري الذي نص على البطلان المطلق للعلامة التجارية التي لا تتمتع بالصفة الفارقة⁷.

وحتى تبطل العلامة التجارية لعدم توافر شرط الصفة الفارقة لا بد من وجود خلل، أدى إلى عدم اكتساب هذه العلامة شرط الصفة الفارقة، وهذه الحالات:

أولاً: العلامة الوصفية:

وهي تصف المنتج، أو السلعة، أو الخدمة، أو تبرز مميزاتها، أو بيان أوصافها وخصائصها، أو تكون العلامة عبارة عن المكونات الأساسية لها، فمثلاً: استخدام اصطلاح (extra) كعلامة

¹ برانبو، عدنان غسان، مرجع سابق/ ص 107.

² تراجع المادة (5/25) من قانون العلامات التجارية (المطبق في الضفة الغربية أو المعدل).

³ تراجع المادة (6-7-8) من قانون العلامات التجارية (المطبق في الضفة الغربية أو المعدل).

⁴ تراجع المواد (2/7) (3/7) (7/8) قانون العلامات التجارية (المطبق في الضفة الغربية أو المعدل).

⁵ تراجع المادة (5/25) من قانون العلامات التجارية (المطبق في الضفة الغربية أو المعدل).

⁶ تراجع المادة (2/7) الأمر الجزائري رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية.

⁷ برانبو، عدنان، مرجع سابق/ ص 540.

تجارية، يؤدي إلى جعل العلامة وصفية، وهذا الاصطلاح يعني أن العلامة مميزة، فهي بذلك تصف المنتج أنه مميز، وهذا المصطلح بشكل مجرد يؤدي إلى تضليل الجمهور¹.

ووضع المشرع السوري قائمة بالعلامة التجارية تؤدي إلى تحولها لعلامة وصفية، ولا تعد ذات صفة مميزة، وهي: "... لا سيما النوع، والصفة، والكمية، ووجهة الاستعمال، والقيمة، والمصدر الجغرافي، وتاريخ صنع المنتج، أو تقديم الخدمة"².

ولتوضيح ما جاء في النص السابق، لا بد من ذكر أمثلة على كل نوع من أنواع العلامات، فعلاصة النوع أو ما يسمى بالعلامة النوعية، هي العلامة التي تكون من جنس الشيء، فعند وضع صورة "البقرة" على منتج متعلق بالحليب، يجب وضعها بطريقة مميزة ومبتكرة، وليس وضعها بشكل مجرد، وهذا ما أخذت به العلامة التجارية المشهورة "البقرة الضاحكة"، فلم تضعها بشكل مجرد³، أما تعدي علامة على مؤشر جغرافي، كأن يتم تسمية علامة تجارية لتمييز سلعة "البن" بالبن اليمني، وأشار إلى البلد المنتج، ففيه تضليل للجمهور، يؤدي إلى الاعتقاد بأن هذا المنتج مصنوع باليمن، وهو ليس كذلك⁴، وإذا كانت العلامة تصف طريقة الاستعمال، أو الحديث عن وظيفة السلعة أو الخدمة، مثل: استعمال كلمة "قاطعة" لتمييز منتج السكين⁵.

ويلاحظ أن ما ورد في النص السابق جاء على سبيل المثال لا الحصر، وذلك لكون المشرع استخدم اصطلاح "لا سيما"، وهذا يعني أن أي وصف أو ميزة للمنتج أو الخدمة، حتى لو لم تكن مذكورة في نص القانون، فإنه يترتب عليه بطلان العلامة التجارية في حال تسجيلها⁶.

وفي ذات الوقت تكون العلامة وصفية، تكتسب الصفة الفارقة، لطول مدى الاستعمال، فتكون باستعمالها لفترة طويلة قد اكتسب شرط الصفة الفارقة، وهذا ما نصت عليه المادة (3/7) من قانون

¹ الجبيري، حمدي غالب، مرجع سابق/73-74.

² تراجع المادة (3/ب/2) من قانون العلامات الفارقة السوري.

³ خاطر، نوري، مرجع سابق/ ص 282.

⁴ زين الدين، صلاح، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، مرجع سابق/ ص 97.

⁵ خاطر، نوري، مرجع سابق/ ص 284.

⁶ يرانبو، عدنان، مرجع سابق/ ص 112.

العلامات (المطبق في الضفة الغربية او المعدل)¹، ويرى بعض الفقهاء أن طول مدى الاستعمال ومدى رسوخ هذه العلامة بذهن الجمهور، يمكن إثباته بطرق الإثبات كافة، باعتبارها واقعة مادية²، ومن العلامات التي اكتسبت شرط الصفة الفارقة، نظرا لطول مدى استعمالها علامة "لوكس" أو "lux"، التي تتميز نوعا معينا من الصابون عن باقي المنتجات الأخرى المماثلة، فنظرا لارتباط هذه العلامة بذهن الجمهور على المدى الطويل، فأكسبتها شرط الصفة الفارقة³.

ويعد استعمال كلمة (soft) كعلامة تجارية لتمييز المناديل، علامة وصفية تصف المنتج بالنعومة، لكونها استخدمت على المدى الطويل، ورسخت في ذهن الجمهور، فإن ذلك جعلها علامة ذات صفة فارقة على الرغم من أنها بالأصل علامة وصفية⁴.

ويلحظ الباحث من خلال استقراء مواد الأمر الجزائري أنه لم يأخذ بمبدأ طول مدى الاستعمال، فالعلامة التجارية مرتبطة بتسجيلها لدى مسجل العلامات التجارية، وعليه فإن طول مدى الاستعمال لا يعتد به لكسب الحق في العلامة التجارية، وفي حال استعمال علامة لا تتمتع بالصفة الفارقة لمدة طويلة، كأن تكون وصفية مثلا، وأراد صاحبها تسجيلها فإنه يجوز للمسجل رفض طلبه لعدم تمتعها بشرط الصفة الفارقة، كما أنه يمكن شطبها في حال تسجيلها وفقا لأحكام القانون، وهذا ما سيتم توضيحه في الفرع الثاني من هذا المطلب⁵.

¹ يراجع في هذا الشأن المادة (1/15) من اتفاقية تريبس وكذلك المادة (3/ج) من قانون العلامات الفارقة السوري اللتين تحدثتا عن ذات الأمر.

² برانبو، عدنان، مرجع سابق/ص114.

³ زين الدين، صلاح، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، مرجع سابق/ص98.

⁴ "عرب زادة"، هديل، التنازع على ملكية العلامة التجارية الوطنية، (رسالة ماجستير غير منشورة على الإنترنت)، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2009/ص62.

⁵ تراجع لهذه الغاية المادة (4) من الأمر الجزائري التي نصت: "لا يمكن استعمال أي علامة لسلع أو خدمات عبر الإقليم الوطني إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها عند المصلحة المختصة".

أما المشرع السوري فقد نص على طول مدى الاستعمال كالمشرع الأردني، وبالتالي في حال قام صاحب العلامة بتقديم طلب لتسجيل العلامة المستعملة مدة طويلة، فإنها تكتسب شرط الصفة الفارقة¹.

ثانياً: علامة شائعة بين التجار:

ويشترط في العلامة التجارية حتى تكون فارقة هنا، ألا تكون شائعة بين التجار، فهناك العديد من الرموز والكلمات التي تعد شائعة بين التجار، ولها دلالات محددة، وهو ما وضحه قانون العلامات (المطبق في الضفة الغربية أو المعدل)، ففي حال احتواء العلامة التجارية على مواد شائعة الاستعمال بين التجار فإنه يجوز للمسجل أو لمحكمة العدل العليا إجبار صاحبها بالتنازل عنها أو التنازل عن الجزء الشائع منها²، أما بالنسبة للمشرع الجزائري فلم يخول المسجل أو المحكمة المختصة بهذه الصلاحية، وقد نص الأمر 03/06 في المادة (7): "تستثنى من التسجيل..."، ووضع على هذه المادة عدة فقرات، ومن بينها "6- الرموز التي يمكن أن تضلل الجمهور أو الأوساط التجارية..."، وقد جاء نص مماثل في القانون السوري³، وبالتالي يجب رفض تسجيل هذه العلامة، وهو الرأي الأصوب في هذا المجال.

ولحل مشكلة الاصطلاحات الشائعة في الأوساط التجارية، قامت بعض الدول بتنظيم لائحة بالاصطلاحات كافة، والتي تكون متداولة في وسط تجاري معين، ففي ألمانيا مثلاً: هناك قائمة بهذه الرموز التي تعد شائعة في التجارة ولا يجوز الاستقلال باستعمالها، حتى لا يتم استخدامها كعلامة تجارية مستقلة⁴.

¹ تراجع المادة (3/ب) وكذلك المادة (3/ج) من قانون العلامات الفارقة السوري.

² تراجع المادة (3/ب) وكذلك المادة (3/ج) من قانون العلامات الفارقة السوري.

³ تراجع المادة (5) من قانون العلامات الفارقة السوري والتي جاء بها: "لا تشكل علامة كل إشارة تمس بحقوق سابقة كالحقوق التالية: د. اسم أو شعار تجاريين معروفين على الصعيد الوطني في حال كان من شأن ذلك خلق التباس في ذهن الجمهور".

⁴ خاطر، نوري حمد، مرجع سابق/280-281 ويلاحظ هنا أن المرجع لم يوضح أمثلة على هذه المصطلحات التي وضعتها ألمانيا.

ولا بد من طرح سؤال: ماذا لو كانت العلامة عند تسجيلها لا تتمتع بالصفة الفارقة وبعد ذلك أصبحت هذه العلامة تتمتع بالصفة الفارقة عند تقديم طلب إبطالها؟ فهل يتم النظر إليها عند تسجيلها أما عند تقديم طلب إبطالها؟¹

وفي العودة إلى القانون (المطبق في الضفة الغربية أو المعدل) يرى الباحث أنه يتم النظر إلى واقعة التسجيل، وبالرجوع إلى نص المادة (5/25) منه، نجد أنها قد نصت على أنه: " إن كل طلب يقدم لحذف علامة تجارية من السجل بسبب عدم وجود ما يسوغ تسجيلها..."، ويفهم من هذا النص أنه في حال قام مقدم الطلب بإثبات عدم وجود سبب مسوغ لتسجيلها، فإنه يحق له إبطالها، ويلاحظ أن العبرة هنا عند تقديم طلب التسجيل، وليس عند تقديم طلب إبطالها.

ويمكن القياس على طول مدى الاستعمال، فالعلامة التي تستعمل لمدة طويلة تكتسب الصفة الفارقة، نظرا لرسوخ هذه العلامة بذهن الجمهور، والأصل أن يتم النظر إلى تاريخ التسجيل، إلا في هذه الحالة يتم النظر إلى العلامة لحظة تقديم طلب الإبطال، لأن الصفة الفارقة يمكن اكتسابها مع طول مدى استعمالها.

أما المشرع السوري لم يتطرق إلى هذه المسألة²، ولكن يمكن القياس على طول مدى الاستعمال. أما المشرع الجزائري فلقد وضع هذه المسألة بشكل أفضل، وجاء في نص المادة (20): "... لا يمكن إقامة دعوى الإبطال إذا اكتسبت العلامة صفة التمييز بعد تسجيلها..."، وهنا يلاحظ أن المشرع الجزائري اشترط توافر السبب عند تقديم طلب إبطال العلامة التجارية، فيشترط لهذه الغاية أن يبقى شرط عدم التمييز قائما حتى تقديم الطلب³، ويرى الباحث أن المشرع الجزائري كان الرأي الأكثر صوابا من هذه الناحية، وقام بتوضيح هذه المسألة إضافة إلى أن الأهم هو العبرة بتاريخ الإبطال، وليس تاريخ التسجيل، وتنتفي العبرة بمجرد أنها أصبحت مميزة ومتمتعة بالصفة الفارقة، وبالتالي يكون سبب الإبطال قد زال.

¹ برانيو، عدنان، مرجع سابق/540

² من خلال استقراء الباحث لنصوصه

³ تراجع المادة (20) من الأمر الجزائري للعلامات التجارية رقم 06-03

وبخصوص الصفة الفارقة يثار سؤال آخر في حال تحول العلامة المميزة إلى علامة عامة، بمعنى أن هذه العلامة أصبحت ترتبط بنوع المنتج، وبالتالي تتوقف العلامة عن أداء وظيفتها الأهم، وهي تمييز السلعة أو الخدمة عن غيرها، فهل يؤدي ذلك إلى بطلانها؟ وقبل الإجابة عن هذا السؤال، لا بد من طرح أمثلة عملية على علامات تجارية تحولت إلى علامة عامة، ومرتبطة بالمنتج، فهناك علامة "كلينكس" التي أصبحت لدى الجمهور تدل على منتج معين، وهو المناديل الورقية، وكذلك علامة "أسبرين" التي أصبحت اسماً عاماً يدل على دواء لتخفيف الآلام¹، وبالتالي يلاحظ أن الإجابة عن هذا السؤال أمر في غاية الأهمية، نظراً لوجود أمثلة عملية على تحول علامة مميزة إلى علامة عامة.

ويلاحظ أن القانون (المطبق في الضفة الغربية أو المعدل) لم يجب عن هذا السؤال في قانونه، ولكن المعيار هو الإبطال في لحظة تسجيل العلامة، ولا يمكن القيام بشطب العلامة العامة، وبالعودة إلى الأمر الجزائري يجد الباحث أن المشرع اشترط أن تكون العلامة غير مميزة لحظة تقديم طلب الإبطال، وبالتالي يمكن الفهم من ذلك أن العلامة غير المميزة عند تقديم طلب الإبطال يقبل إبطالها، وهو ما ينطبق على العلامات العامة، وعند الرجوع إلى المشرع السوري فقد نص عليها صراحة، فأجاز المشرع السوري لكل من له مصلحة تقديم طلب من أجل شطب علامة تجارية، أصبحت تمثل تسمية عامة لسلعة أو خدمة²، ويلاحظ الباحث أن المشرع السوري استخدم اصطلاح شطب، ولم يستخدم اصطلاح إبطال، وذلك لكون هذه العلامة لم تكن باطلة في الأصل، وإنما طرأ سبب أدى إلى جعلها علامة عامة، نظراً لارتباط ذهن الجمهور بمنتج معين، وبالتالي عند تسجيل هذه العلامة للمرة الأولى، فهي كانت صحيحة، وتحمل الصفة الفارقة للسلعة أو للخدمة، ولكن نظراً لرسوخها في ذهن الجمهور، وارتباطها بالسلعة أو الخدمة، جعلها علامة عامة، ويلاحظ كذلك أنه يحق لمن له مصلحة فقط بتقديم هذا الطلب، ولا يجوز لأحد من الجمهور تقديمه، فيقدم عادة من الشركات المنافسة -التي تمتلك سلعة أو خدمة من ذات النوع أو الصنف- التي تضررت نتيجة وجود هذه العلامة فيؤثر سلباً عليها.

¹ برانبو، عدنان، مرجع سابق/ ص 544.

² تراجع المادة (1/9) من قانون العلامات الفارقة السوري.

ويرى الباحث أن التشريع السوري كان أفضل من باقي التشريعات المقارنة في هذه الدراسة، ووضح مصير هذه العلامات، ومن يحق له تقديم طلب الشطب في هذه المسألة وكان الأجدر بباقي التشريعات الأخذ بنص مماثل له.

المطلب الثاني: إبطال العلامة التجارية لمخالفتها شرط المشروعية

في هذا المطلب يتناول الباحث مسألة في غاية الأهمية، تكون العلامة هنا غير مشروعة، بمعنى أنها تمس شعارات وطنية، أو دولية أو دينية، وقد تمس النظام العام، والآداب العامة في الدولة، وعليه لا بد من التعرف إلى العلامات التي تعد غير مشروعة، وطريقة إبطال هذه العلامات.

الفرع الأول: إبطال العلامة التجارية لكونها تمس الشعارات الرسمية والدينية

حدد قانون العلامات (المطبق في الضفة الغربية او المعدل) مجموعة من الشعارات المحظورة قانوناً، وهي شعارات تتشابه مع الشعارات الخاصة بالدولة، أو منظمات عالمية، أو رموز دينية، فجميع هذه الشعارات تعد شعارات غير قانونية¹، ويلاحظ أن القانون المذكور قد منع الشعارات الملكية، أو التي تخص جلالة الملك، ويمكن القياس على هذا الأمر في فلسطين، ويمنع وضع شعارات تخص رئيس السلطة الوطنية الفلسطينية، وأي إشارة تدل على وجود رعاية من هذه السلطة، وأوضح ذات القانون أنه يمنع وضع هذه الشعارات أو حتى الشعارات التي تخص السلطة في الدول الأجنبية إلا بموافقة المراجع الإيجابية²، ومعنى ذلك أنه لا يجوز تسجيل أي من العلامات السابق ذكرها، إلا في حال أخذ موافقة من السلطة المختصة بذلك، وإلا عدت العلامة باطلة³، فمثلاً: لا يمكن تسجيل علامة تدعى "الدستور للكهرباء" أو "مشروب المصالحة الوطنية"⁴.

¹ تراجع المادة (8) من قانون العلامات التجارية (المطبق في الضفة الغربية او المعدل).

² وفي هذا الشأن لم يوضح القانون الآلية التي يتم فيها الحصول على موافقة هذه المراجع، وكذلك عدم تحديد الجهة المخولة بإعطاء هذا الإذن، وبالتالي يكون هذا النص قاصراً، فلم يتم توضيح الحالات التي يستلزم فيها الحصول على الموافقة، ولا الجهات المطلوبة العودة في حال الرغبة بالحصول على الإذن.

³ تراجع المادة (3-1/8) من قانون العلامات التجارية (المطبق في الضفة الغربية او المعدل).

⁴ الجبلاي، عجة، مرجع سابق/ ص 57.

وانتقد بعض الفقهاء الإذن الذي تمنحه الدولة لتسجيل الأوسمة والشعارات باعتبار أن هذه الشعارات تعد شعارات سيادية، وتؤدي إلى تضليل الجمهور بوجود رعاية ملكية، وبالتالي لا يجوز للدولة أن ترخص للغير بتسجيل شعاراتها وأوسمتها كعلامات تجارية¹، وهو ما يؤيده الباحث.

ومنع قانون العلامات (المطبق في الضفة الغربية أو المعدل) وضع شعارات تخص الأعلام كعلامة تجارية مستقلة، أو الأعلام العسكرية أو البحرية أو الأوسمة الفخرية، وتجدر الإشارة بخصوص الأعلام الوطنية، فلا يمنع وضعها مع علامة فارقة تتسم بالتميز، وذلك من أجل الدلالة على بلد الإنتاج، فلا تكون بهذا الشأن كعلامة تجارية مستقلة، وإنما تتوافق مع علامة مستقلة.

ونص القانون المذكور على حظر تسجيل العلامات المشابهة للصليب الأحمر أو الهلال الأحمر، أو صليب جنيف، فهذه الإشارات يحظر تسجيلها كعلامات تجارية، وكذلك يمنع تسجيل أي علامة مطابقة لرموز دينية أو مشابهة لها².

ويلاحظ أن قانون العلامات الاردني المعدل أضاف فقرة جديدة لهذه المادة، وهي منع تسجيل علامات مشابهة أو مطابقة لمنظمات دولية أو إقليمية³، وهي إضافة بمكانها من وجهة نظر الباحث، فلا يمكن أن يطلق على علامة تجارية اسم "أونروا" مثلاً، فهذه منظمة عالمية، والتسمية باسمها يدل على أن هذه العلامة تابعة لهذه المنظمة، ولعل هذه الإضافة جاءت بعد انضمام الأردن إلى اتفاقية باريس، التي نصت على هذا الأمر باتفاقيتها⁴، ويجدر بالمشرع الفلسطيني في هذا المجال النص على أمر مشابه له.

وجاء الأمر الجزائري بنص مشابه في هذا المجال، وذكر الحالات التي وردت لدى المشرع الأردني، فيما يخص الشعارات العامة، ولكن لم يتناول الرموز الدينية بشكل صريح ضمن الأمور المحظور تسجيلها، إذ جاء فيه: "...أو شعارات أخرى..."، وهذا يعني أنه لم يحصر الشعارات

¹ عساف، شذى، مرجع سابق/ ص 109-110.

² تراجع المادة (11/8) من قانون العلامات التجارية (المطبق في الضفة الغربية أو المعدل) وكذلك المادة (8/8) منه.

³ تراجع المادة (12/8) من قانون العلامات التجارية الأردني المعدل عام 1999.

⁴ تراجع المادة (6) (ثالثاً) فقرة (ب) من اتفاقية باريس: "... الأسماء أو الأسماء المختصرة الخاصة بالمنظمات الدولية...".

المحظورة، وبلا أدنى شك أنها تشمل الشعارات الدينية¹، وعلى الرغم من ذلك فإنه يفضل النص على هذا الأمر صراحة، وقد نص المشرع السوري على هذا الأمر في قانونه، إذ نصت المادة على نصوص مشابهة لما ذكر سابقاً².

ويلاحظ أن معظم دول العالم تقوم بالنص على هذا المنع في تشريعاتها الداخلية، وتمنع تسجيل الشعارات الدولية كافة، سواء في داخل دولتها أو الشعارات الرسمية الموجودة في الدول الأجنبية، لأن هذه الشعارات تتعلق بسيادة الدولة والتعريف بهويتها، ووضع هذه الشعارات كعلامة تجارية قد يدل على أن الدولة صاحبة الشعار هي راعية هذا المنتج أو الخدمة المقدمة، مما يؤدي إلى تضليل الجمهور³.

ولا بد أن تكون هناك طريقة من أجل معرفة الدول للشعارات الرسمية للدول الأخرى، وقد نصت اتفاقية باريس على طريقة من أجل ذلك، وتقوم الدول بإرسال شعاراتها الرسمية، والتعديلات التي تطرأ عليها بشكل دوري إلى المكتب الدولي، الذي أنشأته اتفاقية باريس لهذه الغاية، فتلتزم الدول بوضع هذه القوائم لتصل الشعارات إلى الدول الأخرى، ويحق لكل من الدول الأعضاء القيام بالاعتراض على أي شعار يتم إرساله خلال مدة اثني عشر شهراً، ويقدم هذا الاعتراض إلى الدولة أو المنظمة التي تريد جعل هذا الشعار رسمياً لها⁴.

¹ تراجع المادة (5/7) من الأمر الجزائري المتعلق بالعلامات التجارية.

² تراجع المادة (4/د) من قانون العلامات الفارقة السوري والتي جاء فيها: "الشعارات والأعلام والصور والأختام وغيرها من الرموز الخاصة بالدول، أو المنظمات العربية أو الدولية، أو الدينية أو أحد مؤسساتها، أو التقليد لتلك الشعارات أو الأعلام، أو رموز الهلال الأحمر والصليب الأحمر، وغيرها من الرموز الأخرى المشابهة، وكذلك العلامات التي تكون تقليداً لها" والمادة (4/هـ) من قانون العلامات الفارقة السوري: "العلامات المماثلة أو المشابهة للرموز ذات الصبغة الدينية البحتة أو لأسماء الأماكن المقدسة".

³ برانبو، عدنان غسان، مرجع سابق/ ص132.

⁴ تراجع المادة (3/6) والمادة (4/6) من اتفاقية باريس.

الفرع الثاني: إبطال العلامة التجارية لكونها تخالف النظام العام والآداب العامة

فكرة النظام العام مرنة تختلف باختلاف المكان والزمان، فمثلا العلامة التي تمس معتقدا دينيا معيناً قد تعد مخالفة في دولة، ولا تعد كذلك في دولة أخرى، وما كان مخالفا للنظام العام سابقا، قد لا يكون كذلك في الوقت الحالي¹، ويعرف بعض الفقهاء العلامات المخالفة للنظام العام والآداب العامة، بأنها: "كل إشارة أو كلمة فجأة أو صورة مخلة بالآداب"²، فمثلا: تسمية علامة "كوكابين" لمنتج عطور يعد مخالفا للنظام العام، لأنها من الكلمات التي تشجع المستهلك على تعاطي المخدرات، فيتم إبطال هذه العلامة لمخالفتها النظام العام وشرط المشروعية³.

وقد تتعارض العلامة التجارية المراد إبطالها مع القيم والمبادئ السائدة في المجتمع لإخلالها بالآداب العامة، كأن تدل على إحياءات جنسية، وتشجع على الانحلال الخلقي في المجتمع، أو فيها ازدراء لدين معين، كأن تسمى علامة "خمور الجنة"، لتمييز منتج محرم دينيا يحتوي على الكحول، ويتم ربط هذا الأمر بخمور الجنة، فهذه العلامة فيها مساس بالدين الإسلامي، فيتم إبطالها وفقا للأصول والقانون، لأنها تختلف من مكان لآخر ومن زمان لآخر⁴.

وقام المعهد الفيدرالي السويسري للملكية الفكرية بإبطال علامة (ابن لادن)، بحجة أنها تؤذي مشاعر المجتمع، لارتباطها بأحداث الحادي عشر من أيلول، واستأنفت المحكمة الفيدرالية الاستئنافية القرار لكون العلامة مسجلة قبل الأحداث، فهي لا تؤذي الجمهور، وأن صاحبها الأخ غير الشقيق لأسامة بن لادن، وهذه العلامة لم تلق أي سخط من الجمهور، ولم تؤثر فيه سلبا، فلا داعي لإبطالها⁵.

يرى الباحث أن قرار المحكمة جاء بناء على عدم رغبتها في إبطال هذه العلامة، للحفاظ عليها؛ لأن صاحبها مستثمر أجنبي يريد استثمارها في الدولة، بصفة اقتصادية بحتة، ودور القضاء

¹ خاطر، نوري حمد، مرجع سابق/ ص 296.

² زوبير، حمادي، مرجع سابق/ ص 71.

³ الجبلاي، عجة، مرجع سابق/ ص 56.

⁴ الجبلاي، عجة، مرجع سابق/ ص 56.

⁵ لمراجعة تفاصيل هذه القضية عبر الموقع الإلكتروني

<https://www.swissinfo.ch/ara/%D8%A7%20/4377852> في يوم 2018/8/2

الحفاظ على المصلحة العامة، للإبقاء على الاستثمارات الخارجية من أجل النمو الاقتصادي، والعلامة لا تخالف النظام العام والآداب العامة، ولم تمس شعور الجمهور بشكل مباشر، فيتم تضيق نطاق المشروعية من أجل الحفاظ على هذه العلامات وعدم إبطالها.

وفي هذه الدراسة المقارنة نصت جميع التشريعات على حظر تسجيل العلامات التجارية المخالفة للنظام العام وللآداب العامة، بما فيها التشريعات محل هذه الدراسة¹.

ولا بد من التفرقة بين مشروعية العلامة ومشروعية محلها، وتم توضيح هذه المسألة في اتفاقية باريس، التي أكدت على مبدأ لا يجوز أن تكون طبيعة المنتج أو الخدمة المقدمة سببا لعدم تسجيل علامة تجارية ما، ويجب الفصل بين العلامة كشكل وتصميم عن محلها الذي قد يكون خدمة أو منتجا²، ولا بد من الإشارة إلى أن اتفاقية ترينس أكدت على ذات المبدأ في اتفاقيتها³.

ويجب الفصل بين المنتجات والخدمات غير المشروعة في الدول الأعضاء لهذه الاتفاقية، وبين العلامات المشروعة بتصميمها وشكلها، وعدم الخلط بينهما، ولكن هذا لا يعني تقييد سلطات الدول الأعضاء في تقدير ما إذا كانت هذه المنتجات المراد استيرادها وتصديرها والخدمات المقدمة في هذا المجال مشروعة أم لا، إذ يحق لهذه الدول منع هذه الخدمات والمنتجات لكونها علامات غير مشروعة وغير جائز تداولها⁴.

¹ تراجع المادة (6/8) من قانون العلامات التجارية الأردني (المطبق في الضفة الغربية أو المعدل)، تراجع المادة (4/7) من الأمر الجزائري 03-06 وكذلك تراجع المادة (4/ب) من قانون حماية العلامات الفارقة السوري.

² المادة (7) من اتفاقية باريس والتي جاء بها: "لا يجوز بأي حال أن تكون طبيعة المنتج الذي يتعين أن توضع عليه العلامة الصناعية أو التجارية حائلا دون تسجيل العلامة".

³ تراجع المادة (4/15) من اتفاقية ترينس والتي جاء بها: "لا يجوز مطلقا أن تكون طبيعة السلع أو الخدمات التي يراد استخدام العلامة التجارية بشأنها عقبة تحول دون تسجيل العلامة التجارية".

⁴ يرانبو، عدنان غسان، مرجع سابق/ ص133.

المطلب الثالث: إجراءات إبطال العلامة التجارية لكونها غير فارقة وغير مشروعة

يبين الباحث هنا إجراءات الإبطال للأسباب الواردة في هذا المبحث، حيث سيتم تحديد الشخص الذي يملك مصلحة تقديم هذا الطلب والجهة المختصة بتلقيه، وتوضيح المدة الواجب تقديم الطلبات فيها.

الفرع الأول: مقدم طلب الإبطال لعدم المشروعية ولعدم توافر الصفة الفارقة

يتم الحديث هنا عن الشخص الذي يحق له تقديم طلب الإبطال لعدم مشروعية العلامة، وعدم توافر الصفة الفارقة، وفقا للقوانين محل هذه الدراسة.

وبالعودة إلى قانون العلامات (المطبق في الضفة الغربية او المعدل) ، فإنه أجاز تقديم طلب لإبطال العلامة التجارية، لوجود سبب يمنع تسجيل مثل هذه العلامات، استنادا إلى مواد أخرى من ذات القانون¹، ويلاحظ أن هذه المواد تناولت شرط الصفة الفارقة، وشرط المشروعية من بين الشروط الواجب توافرها لتسجيل هذه العلامة، ففي حال عدم توافر تلك الشروط تصبح المادة (5/25) مطابقة لها، وتراعى الأحكام التي نظمها هذه المادة في إجراءات الحذف (الإبطال)².

ونصت المادة (1/25) من القانون على أن: "كل من لحقه حيف من جراء..."، ويلاحظ أن هذه المادة حددت الشخص المخول له لتقديم هذا الطلب، وهو كل شخص لحقه حيف نتيجة تسجيل هذه العلامة، ويرى الباحث أن هذا النص غامض، فهل يشترط لهذه الغاية أن يكون مقدم الطلب شخصا له مصلحة شخصية ومباشرة من أجل تقديم هذا الطلب؟ أم أنه يحق لأي شخص تأذى بشكل غير مباشر جراء تسجيل هذه العلامة، حتى لو لم يكن تاجرا، ولا يملك أي علامة أصلا أن يتقدم به؟³

¹ تراجع المواد (6-7-8) من القانون المذكور.

² تراجع المادة (5/25) من القانون المذكور.

³ يلاحظ أن للمشرع فلسفة خاصة فيما يتعلق بشرط المصلحة فيلاحظ أن المادة (1/14) من قانون العلامات التجارية والتي تحدثت عن الاعتراض أتاححت الاعتراض لأي شخص ان كان دون وضع شرط المصلحة ولعل غاية المشرع في ذلك أن الاعتراض لا يعتبر دعوى قضائية إذ أن قرار الاعتراض يعد قرار اداري يصدر عن المسجل فقط دون المحكمة وذلك على

يبدو أن هذه المسألة غير واضحة وفقا للقانون الأردني، فلم يحدد معنى الحيف الذي يلحق بمقدم الطلب، ولم يحدد نطاق هذا الحيف، هل هو مباشر أم لا، ويرى بعض الفقهاء أنه يجب أن يتم تعديل هذا النص، ليتيح لأي شخص إمكانية تقديم هذا الطلب، طالما أن الأمر متعلق بعلامة غير فارقة وعلامة غير مشروعة¹.

أما الأمر الجزائري فقد نص في المادة (20) على الشخص الذي يحق له تقديم طلب الإبطال، إذ جاء فيها: "... وذلك بطلب من المصلحة المختصة أو من الغير..."، وقصد المشرع بالمصلحة المختصة المعهد الوطني للملكية الصناعية في الجزائر، الذي يحق له رفع دعوى الإبطال على صاحب العلامة بصفته مدعيًا، أما الغير فهو كل شخص لحقه ضرر جراء تسجيل هذه العلامة، والقيام باستعمالها محل الإبطال².

ويرى بعض الفقهاء أن تفسير هذا النص يتيح لأي شخص أن يتقدم بطلب لإبطال العلامة التجارية لمخالفتها شرط الصفة الفارقة، أو لمخالفتها شرط المشروعية، ولا يشترط لهذه الغاية المصلحة المباشرة والشخصية من أجل تقديم الطلب، ويحق لأي شخص تقديم طلب الإبطال إلى المحكمة المختصة³، ويؤيد الباحث هذا التفسير.

أما بخصوص المشرع السوري فقد أعطى توضيحا أفضل لهذه المسألة، فحدد الأشخاص الذين يحق لهم تقديم هذا الطلب بشكل صريح، وهم: النيابة العامة، والمدير، وهو مدير حماية الملكية الصناعية والتجارية، وكذلك كل شخص له مصلحة⁴.

=العكس مع طلب الإبطال أو الشطب، وحتى يتيح لصاحب المصلحة المحتملة لتقديم طلب الاعتراض، وخاصة أن العلامة لم تسجل بعد فهو يتيح للجميع للاعتراض عليها قبل تسجيلها لعدم تضليل الجمهور بشكل عام.

يراجع في هذا الشأن أبو عثمان، عبد الله محسن، العلامة التجارية ما بين الاعتراض وطلبات الترقين في القانون الأردني والمقارن، رسالة ماجستير (غير منشورة على الإنترنت)، جامعة جرش، جرش، 2015/ص79-86

¹ عساف، شذى، مرجع سابق/ص179.

² الجبلاي، عجة، مرجع سابق/ص116 وتراجع المادة (20) من الأمر الجزائري رقم 06-03.

³ الغلام، قعنب، مرجع سابق/ص115.

⁴ تراجع المادة (7/ب/3) من قانون حماية العلامات الفارقة السوري.

وللنيابة العامة حق في تقديم هذا الطلب بصفتها ممثلة للمجتمع، وللمدير وكل من له مصلحة أيضاً، ولكن من هو الشخص الذي له مصلحة لتقديم مثل هذا الطلب؟ ومن الواضح عدم تحديد معنى هذه المصلحة بالقانون، ويتم تقدير مدى توافر هذه المصلحة للمحكمة المختصة المقدم إليها هذا الطلب، فهي التي تحدد إن كانت المصلحة موجودة أم لا، فمن غير المعقول أن يكون لكل شخص في المجتمع تقديم هذا الطلب، فلا بد من وضع ضوابط لتنظيم هذه الطلبات، وعدم ترك الباب مفتوحاً لتقديمها¹.

يرى الباحث أنه من غير المعقول أن يتقدم أي شخص بطلب الإبطال، فإن كان من الممكن استيعاب هذا الأمر فيما يخص عدم مشروعية العلامة التجارية، لما في العلامة غير المشروعة مساس بالمجتمع ككل، إلا أن ذلك غير متصور بالنسبة لشرط الصفة الفارقة، فمثلاً: هناك علامة تجارية في فلسطين لتمييز منتجات اللحوم والمرتبديلا، وتسمى (الإسلامية)، فهذه العلامة من حيث الأصل مخالفة للقانون، وفقاً لما ذكره الباحث سابقاً²، ولكن تم تسجيلها لدى مسجل العلامات التجارية الفلسطيني، فهل من الممكن قيام شخص لا يملك أي علامة، بل ليس تاجراً، ولا علاقة له في هذا الاختصاص، بتقديم طلب إلى محكمة العدل العليا الفلسطينية، من أجل إبطالها بحجة أنها مخالفة لنص المادة (10/8) من قانون العلامات التجارية المطبق في الضفة الغربية؟ فهذا الأمر برأي الباحث غير متصور، وغير ممكن؛ لأن تقديم هذا الطلب يحتاج إلى مصلحة شخصية ومباشرة.

الفرع الثاني: المدة الزمنية الواجب تقديم فيها طلب ابطال العلامة التجارية

تحدث الباحث في الفصل السابق عن المدة الواجب تقديم طلب الشطب، ولا بد من معرفة المدة التي يجب تقديم طلب الإبطال فيها بالنظر في القوانين محل الدراسة من أجل تحديدها.

نص القانون (المطبق في الضفة الغربية او المعدل) في المادة (5/25) من قانون العلامات التجارية الأردني: "... يجب أن يقدم الطلب خلال خمس سنوات من تسجيل تلك العلامة"، ويلاحظ

¹ برانبو، عدنان، مرجع سابق/ ص 541

² يراجع المطلب الثاني من هذا المبحث.

هنا أن هذه المدة تنطبق في حال تبين أن العلامة المراد تسجيلها هي علامة مخالفة لأحد الشروط الموضوعية، وتبدأ من تاريخ التسجيل الفعلي، وليس من تاريخ طلب الإيداع¹.

ويرى بعض الفقهاء أن السبب في تحديد هذه المدة، هو أنه بعض هذه المدة تكون العلامة رسخت بذهن الجمهور، ويمكن لهم ربط العلامة بالمنتج أو الخدمة التي تقدمها، وعليه ولاستقرار المعاملات، وعدم حدوث أي تضليل للجمهور يجب أن تتحصن العلامة من الطعن بعد مضي مدة الخمس السنوات المذكورة².

وكذلك الأمر الجزائري فحدد هذه المدة بخمس سنوات أيضا، باستثناء أن يكون الطلب قد تم تقديمه بسوء نية³، ويفهم من ذلك أن من قام بتسجيل علامة تجارية بحسن نية رغم أنها من العلامات غير الجائز تسجيلها فإنه يتمتع بهذه المدة، أما من سجلها بسوء نية فإن علامته لن تنقيد بمدة من أجل القيام بإبطالها، ولكن المشرع الجزائري لم يحدد المعايير الواجب إتباعها لتحديد حسن نية صاحب العلامة أم لا، وعليه يترك الأمر لسلطة القاضي ليقدر وجودها من عدم وجودها⁴.

وهناك العديد من المعايير لتحديد مسألة حسن النية من عدمها⁵:

أ. **معيار العلم:** وهو معيار يتم محاولة إثبات علم هذا الشخص بأن العلامة باطلة، فإذا ثبت ذلك تثبتت معه سوء نيته، أما إذا لم تثبت فإنه يكون حسن النية.

ب. **معيار القصد:** وهنا المعيار الأساسي لوجود النية الحسنة من عدمها، هو قصد صاحب العلامة من تسجيله لعلامته، فإذا كان قصده مخالفة أحكام القانون وإيهام المسجل أن هذه العلامة مشروعة بأي طريقة من طرق التحايل فهنا تثبت سوء نيته، وبالعكس ذلك يكون حسن النية.

¹ زين الدين، صلاح، العلامات التجارية وطنية ودولية، مرجع سابق/ ص234.

² خاطر، نوري حمد، مرجع سابق/ ص316.

³ المادة (20) من الأمر الجزائري رقم 06-03.

⁴ الجبلاي، عجة، مرجع سابق/ ص117.

⁵ الجبلاي، عجة، مرجع سابق/ ص117.

ويمكن الأخذ في هذين المعيارين من أجل الاستدلال على نية صاحب العلامة، إن كان حسن النية أم سيء النية.

وجعل الأمر الجزائري الأثر الذي يترتب على إبطال العلامة التجارية رجعياً، بمعنى أنه رتب البطلان المطلق، فتكون جميع التصرفات التي جرت على العلامة التجارية باطلة، وتعد كالعدم¹، وهو ما لم يتم تحديده بشكل واضح من المشرع الأردني بناء على ما سبق ذكره.

وجاء المشرع السوري بشيء مخالف تماماً عما ورد في القانون الأردني والأمر الجزائري، ولم يتم بتحديد مدة تقديم هذا الطلب، بل أجاز تقديم طلب الإبطال في أي وقت دون التقيد بأي مدة، طالما أن العلامة باطلة ولم يتم بإعطاء أي استثناء على ذلك².

وبعد القانون السوري بطلان العلامة التجارية لعدم توافر شرط المشروعية فيها، أو لكون العلامة غير متمتعة بالصفة الفارقة، فإن ذلك يترتب عليه البطلان المطلق، وغير القابل للتصحيح، فتكون العلامة كالعدم، ويمكن إبطالها في أي وقت دون التقيد بمدة محددة³.

وبالنظر إلى القانون (المطبق في الضفة الغربية أو المعدل) يجد الباحث أن فيه قصوراً بشأن مدة تقديم طلب الإبطال، فلا يعقل أن تتحصن علامة باطلة لمخالفتها النظام العام أو الآداب العامة بعد مضي خمس سنوات على تسجيلها، مما يؤدي إلى إحداث آثار سلبية على الجمهور⁴.

أما بخصوص المشرع الجزائري فيرى الباحث أن مسألة إثبات النية هي داخلية، ومن الصعب إثباتها، بسبب إطالة إجراءات التقاضي. ويرى الباحث أن المشرع السوري صائب فيما يخص العلامات غير المشروعة، ولكنه ليس كذلك فيما يخص العلامات غير الفارقة، التي تصبح بعد مضي خمس سنوات معروفة لدى الجمهور بأنها تميز منتجا أو خدمة ما، فهي إن كانت غير فارقة بتسميتها أو بتصميمها تكسب شرط الصفة الفارقة مع مرور الزمن، حتى لو لم تكن كذلك في

¹ تراجع المادة (20) من الأمر الجزائري رقم 06-03.

² تراجع المادة (7/ب/2) من قانون العلامات الفارقة السوري.

³ برانبو، عدنان، مرجع سابق/ ص 540.

⁴ لا بد من الإشارة هنا إلى أن الباحث سيتناول المادة (34) بشكل مفصل في المبحث الثاني، ويبين بشكل واضح ما هي حالات الإبطال التي وردت فيها.

البداية، وتكتسب هذا التمييز بعد مرور خمس سنوات، وعليه يرى الباحث أن هذه المدة يجب أن تكون مفتوحة فيما يخص العلامات غير المشروعة، فهذه العلامات يجب ألا تنقيد بمدة لتقديم طلب إبطالها، أما العلامات غير الفارقة فإنه يجب أن تنقيد بمدة خمس سنوات نظرا للأسباب سابقة الذكر.

المبحث الثاني: إبطال العلامة التجارية لكونها تشكل تعديا على علامة تجارية

العلامات التجارية تكون عرضة للاعتداءات بعلامات أخرى مقلدة لها أو مزورة، وتفتقد أحد الشروط الموضوعية ألا وهو شرط الجودة، ولذلك يجب أن يتم حماية هذه العلامات، ولكن ماذا لو سها صاحب العلامة المقلدة أو المزورة عن تسجيل علامته؟ هل يفقد صاحب العلامة حقه في الدفاع عنها؟ أم يحق له أن يتخذ إجراءات قانونية أمام المحكمة المختصة؟

ويبين الباحث مدى إمكانية إبطال علامة تجارية تشكل اعتداء على علامة تجارية سبق استعمالها أو تسجيلها، ومدى إمكانية إبطال العلامات التي تشكل اعتداء على العلامات المشهورة، وذلك بحسب قانون العلامات المطبق في الضفة الغربية والقوانين محل الدراسة.

المطلب الأول: إبطال العلامة التجارية لكونها تشكل تعديا على علامة تجارية مسجلة

يبين الباحث هنا حالة إبطال العلامات التي تشكل تعديا على علامات تجارية مسجلة داخل الوطن وخارجه، وكيفية إبطال العلامات التجارية التي تشكل اعتداء على علامات وطنية وأجنبية وفقا للقوانين محل الدراسة.

الفرع الأول: إبطال العلامة التجارية لكونها تشكل تعديا على علامة تجارية مسجلة داخل الوطن

يكن الحديث هنا عن علامة تم تسجيلها لدى سجل العلامات التجارية داخل الدولة، وعليه تكون هذه العلامة محل حماية، ويحق لصاحبها أن يقدم طلبا لإبطال العلامة التجارية والمسجلة أيضا، التي تشكل تعديا على علامته التجارية.

وبالرجوع إلى قانون العلامات (المطبق في الضفة الغربية أو المعدل) ، نجد أنه نظم موضوع ابطال العلامات التجارية في المادة (10/8)، التي تنص على أن: "العلامة التي تطابق علامة تخص شخصاً آخر، سبق تسجيلها لنفس البضائع التي يراد تسجيل العلامة من أجلها، أو لصنف منها أو العلامة التي تشابه تلك العلامة إلى درجة قد تؤدي إلى غش الغير"، ويتضح من خلال النص أنه تم منع تسجيل علامة تجارية سبق تسجيلها، حتى لا يؤدي إلى مخالفة شرط الجودة، ويشترط أن تكون العلامة المراد تسجيلها من نفس الصنف أو البضائع ما لم تؤد إلى غش الجمهور وتضليله، حتى يجوز إبطال تلك العلامة أو أن يرفض تسجيلها من الأساس¹، ولا بد أن يوضح الباحث مفهوم شرط الجودة، والمعايير اللازمة لتحديد توافر هذا الشرط.

أولاً: شرط الجودة ومعاييرها

يعرف بعض الفقهاء شرط الجودة: "بأن تكون العلامة التجارية جديدة في شكلها العام، ولم يسبق استعمالها أو تسجيلها داخل الدولة على نفس البضائع أو المنتجات أو الخدمات من شخص آخر"²، ويشترط أن تكون جديدة بشكلها العام، ولا ضرورة لتكون جديدة في أجزائها كافة، وكذلك لا يعني أن تكون العلامة التجارية لم يسبق استعمالها أو تسجيلها بالمطلق، وإنما شرط نسبي، ويمكن أن يتم تسجيل علامة تجارية فيها قليل من الشبه مع علامة تجارية أخرى، ولكن دون أن يؤدي هذا الشبه إلى تضليل الجمهور³.

وشرط الجودة مقيد من ثلاث نواحي وهي:

1- من حيث نوع وصنف المنتجات: وهو يعني عدم تسجيل علامة تجارية مشابهة أو مطابقة لذات الصنف أو النوع لمنتج أو خدمة أخرى، فمثلاً يمكن استعمال علامة تجارية لتمييز منتج العطر مشابهة لعلامة منتج اصباغ الشعر، ولكن لا يجوز أن يكون الاستعمال لعلامة تعتبر

¹ الجغبير، حمدي غالب، مرجع سابق/ ص73-74

² الكسواني، عامر، مرجع سابق/ ص34.

³ حمدان، ماهر فوزي، حماية العلامات التجارية (دراسة مقارنة)، الجامعة الأردنية، الأردن، عمان، 1999/ ص43.

مقارنة لعلمة أخرى، فمثلاً: اذا كانت علةمة تستعمل لتميز ساعات اليد فلا يجوز استعمال ذات العلةمة على ساعات الحائط.¹

2- من حيث المكان: ويعني ذلك أن الشرط الاساسي لتوافر شرط الجودة هو أن تكون العلةمة جديدة داخل البلد الواحد، وحتى وان كانت في مدن مختلفة داخل هذه الدولة، وبالتالي لا يمنع من وجود علةمات متشابهة في دول مختلفة، ولكن يرى البعض أن هذا الأمر من الصعب تحقيقه، وذلك لسهولة توريد المنتجات والخدمات من دولة لأخرى، وبالتالي يصبح هذا الشرط غير منطقي من الناحية العملية بسبب تداخل الاسواق المحلية بالعالمية.²

3- من حيث الزمان: سبق للباحث أن تناول هذا الشرط في المبحث الثاني من الفصل الاول، لذلك لا داعي لتكراره.

وورد في حكم محكمة التمييز الأردنية رقم 2001/1506³ المعايير المتبعة لانطباق شرط الجودة في العلةمات التجارية، وللتأكد من عدم وجود تقليد لعلمة تجارية سبق وأن تم تسجيلها، وهذه المعايير هي:

- الفكرة الأساسية التي تنطوي عليها العلةمة التجارية.
- المظاهر الرئيسة للعلمة لا تفاصيلها الجزئية.
- نوع البضاعة التي تحمل العلةمة: وهنا لا بد من التنويه إلى أن هذا المعيار قد خالف قانون العلةمات التجارية في المادة (10/8)، وجاء في هذه المادة "...أو لصنف منها..."، ولكن المحكمة أخذت بمعيار نوع البضاعة لا الصنف، فلا يوجد سبب لشطب العلةمة التجارية نظراً لتشابهها أو تطابقها مع علةمة أخرى مسجلة من نفس الصنف، بل يتم النظر إلى المنتج أو السلعة أو الخدمة المقدمة، حتى يتم التأكد من وجود تشابه أم لا، منعا لتضليل الجمهور⁴، ويرى الباحث أن وجود

¹ زين الدين، صلاح، العلةمات التجارية وطنية ودولية، مرجع سابق/ص 99-101

² زين الدين، صلاح، العلةمات التجارية وطنية ودولية، مرجع سابق/ص 101-102

³ <http://www.lawjo.net/vb/showthread.php?38349> تاريخ الزيارة 2018/9/8 الساعة الثامنة مساءً.

⁴ عساف، شذى، مرجع سابق/ص 84.

تشابه بين علامتين يجب النظر إلى الصنف ونوع البضاعة بالتلازم، ولا يمنع من النظر إلى الصنف للتأكد من وجود تشابه أم لا، لأن معيار تحديد نوع البضاعة هي معيار واسع، قد يختلف من شخص لآخر، أما معيار الصنف فهو ثابت بموجب تصنيف نيس الدولي، ولا اجتهاد فيه.

- احتمال وقوع التباس بينها وبين العلامة الأخرى بالنظر إليها أو سماع اسمها.

- عدم افتراض أن المستهلك عند شراء البضاعة يفحص علامتها التجارية فحصا دقيقا ويقارنها بالأخرى، وتكون العبرة بالرجل العادي وليس الفطن ولا الغافل.¹

- إن العبرة في الجزء الرئيس للعلامة التجارية.

هذه هي المعايير التي نصت عليها محكمة التمييز الأردنية لتحديد العلامة المراد تسجيلها بما ينطبق عليها شرط الجودة أم لا، ويمكن الأخذ بمعيارين إضافيين، وهما²:

- النظر إلى أوجه التشابه لا أوجه الاختلاف، فعند النظر إلى العلامة كونها مشابهة لأخرى أم لا يتم النظر إلى أوجه الشبه فيما بينهما، ولا يتم النظر إلى الفروقات، لأنه بطبيعة الحال إن أي علامتين متشابهتين لهما أوجه اختلاف محددة، ولا عبرة في النظر إلى أوجه الاختلاف، وإنما إلى أوجه الشبه.

- النظر إلى العلامتين كل منها على حدة وليس بشكل متجاور، لأنه يفترض في المستهلك عند شرائه لمنتج ما أن ينظر إلى العلامة التي أمامه، ولا يستطيع أن يقارنها بعلامات أخرى، فإذا

¹ وهنا لا بد من الإشارة إلى أنه يجب النظر إلى الفئة المستهدفة إذ جاء في قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم 1996/85 والتي جاء بها: "المقصود من منع تسجيل علامة تجارية تشابه علامة أخرى تخص شخصا آخر هو حماية الجمهور المستهلك لتلك البضاعة أو المادة، وعليه، ولما كان تسجيل علامة تجارية تتعلق بدواء للاستعمال البشري، فإن استعمالها يكون محصور بين الطبيب الذي يكتب الوصفة الطبية والصيدلي الذي يصرفها للمريض، وبما أن كل من الطبيب والصيدلي وهما اصحاب الاختصاص وكل منهما مسؤول في حدود مهنته فلا مجال للقول بأن أي تشابه على فرض وجوده بين العلامة ruxid والعلامة ruled يؤدي إلى غش الجمهور المستهلك للدواء".

<http://www.lawjo.net/vb/showthread.php?24549>

² زين الدين، صلاح، ترقين العلامة التجارية، مرجع سابق/ ص77
<http://search.mandumah.com/record/417596>

رأى أن هناك تشابها محددًا في العلامتين عند النظر إليهما كل على حدة فإنه يقع معه تضليل للجمهور.

إن ما سبق الحديث عنه هو مجموعة من المعايير لتحديد إذا كانت العلامة التجارية المراد تسجيلها تتمتع بشرط الجدة أم لا، ويمكن لمسجل العلامات التجارية القيام برفض تسجيل العلامة التجارية، بموجب الصلاحيات الممنوحة له في التحري عن العلامات التجارية، والتأكد من تشابه الصنف أو نوع المنتجات¹.

ومن الجدير ذكره أن تقدير مدى وجود التقليد يكون للسلطة القضائية المختصة، التي تقدر إذا كان هناك تقليد أم لا، وهذا ما أكدته محكمة النقض السورية: "إن تقدير قيام التشابه بين العلامتين أو انتقائه يعود لمحكمة الموضوع، شريطة ألا يقتصر تقديرها على بعض عناصر العلامة دون العناصر الأخرى"².

ثانياً: إبطال العلامة التجارية الوطنية لعدم توافر شرط الجدة فيها

ماذا لو لم ينتبه المسجل إلى هذا الأمر، أو قصر في عمله، وسمح بتسجيل العلامة التي لا تتوافر فيها شرط الجدة، هل تظل إمكانية إبطال هذه العلامة قائمة أم لا؟ والإجابة هي نعم، حيث نظم قانون العلامات (المطبق في الضفة الغربية أو المعدل) آلية إبطال العلامة عبر المادة (5/25)، وهي ذات المادة التي نظمت هذا الأمر، فيما يخص باقي الشروط الموضوعية، التي تم ذكرها في المبحث الأول من هذا الفصل، وتكون آلية الإبطال هي ذاتها التي ذكرت في المبحث الأول من هذا الفصل³.

¹ تراجع المادة (22) من نظام العلامات التجارية الأردني والتي أوجبت على المسجل التحري فيما إذا كان شرط الجدة متوافراً أم لا.

² قرار محكمة النقض السورية القرار رقم 35 بتاريخ 1962/1/18 مشار إليه لدى: الأحمر، كنعان، *التقاضي في مجال الملكية الفكرية: العلامات التجارية، ندوة الويبو الوطنية عن إنفاذ حقوق الملكية الفكرية للقضاة والمدعين العامين*، عمان، 2004 / ص 18.

³ تراجع المادة (5/25) من قانون العلامات التجارية (المطبق في الضفة الغربية والمعدل) والتي جاء بها: "ان كل طلب يقدم لحذف علامة تجارية من السجل بسبب عدم وجود ما يسوغ تسجيلها بمقتضى أحكام المواد 6 أو 7 أو 8 من هذا القانون أو

أما بالنسبة للمشرع الجزائري فقد نص على شرط الجودة¹، وحظر تسجيل أي علامة تجارية مشابهة أو مطابقة لعلامة تجارية مسجلة أو حتى محل تسجيل، وجعل المشرع الجزائري لطالب التسجيل أولوية، وعليه من قام بإيداع طلب لتسجيل علامة تجارية فإن العلامة تفقد شرط الجودة²، وهو على عكس ما أخذ به المشرع الأردني الذي اشترط التسجيل الفعلي للعلامة كما سبق ذكره.

ونظم المشرع الجزائري آلية إبطال العلامة التجارية، التي حددها في المادة (20)، كما سبق الحديث عنها في المبحث الأول، فلم يفرق المشرع بين إجراءات البطلان لعلامة تجارية غير مشروعة أو غير متمتعة بالصفة الفارقة مع علامة غير متمتعة بشرط الجودة، فاعتبر أن جميع العلامات باطلة بطلاناً مطلقاً، مع وضع استثناء فيما يخص حسن النية.

ونص المشرع السوري على شرط الجودة في قانونه، فأوضح أنه في حال وجود تشابه أو تطابق مع علامة تجارية سبق تسجيلها من حيث اللفظ أو الكتابة أو الشكل، وأدى إلى تضليل الجمهور، فإنه لا يتم قبول تسجيل العلامة لمخالفتها شرط الجودة³. وأعطى المشرع السوري توضيحاً أفضل بخصوص بطلان العلامة التجارية المخالفة لشرط الجودة، وفرق بين البطلان لعدم مشروعية العلامة، وعدم تمتعها بالصفة الفارقة من جهة، ومخالفة العلامة لشرط الجودة من جهة أخرى، ورتب في الحالة الأولى البطلان المطلق، وفي الحالة الثانية البطلان النسبي، فالعلامة المفتقدة لشرط الجودة تكون متمتعة بشرط الصفة الفارقة ومشروعة، لكونها تشكل اعتداء على حقوق الغير، ويترتب معها البطلان النسبي في حال تم تسجيلها⁴.

= 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"

¹ تراجع المادة (9/7) من الأمر الجزائري المتعلق بالعلامات التجارية والتي جاء بها: "الرموز المطابقة أو المشابهة لعلامة كانت محل طلب تسجيل أو تسجيل يشمل سلعاً أو خدمات مطابقة أو مشابهة لتلك التي سجلت من أجلها علامة الصنع أو العلامة التجارية إذا كان هذا الاستعمال يحدث لبساً".

² تراجع المادة (9/7) من الأمر الجزائري المتعلق بالعلامات التجارية.

³ تراجع المادة (1/5) من قانون العلامات الفارقة السوري.

⁴ يرانبو، عدنان غسان، مرجع سابق/ ص 542.

ورتب المشرع السوري آثاراً مختلفة عن البطلان المطلق السابق ذكره، ففي حالة البطلان النسبي جعل المدة الواجب تقديم طلب فيها خمس سنوات، طالما أن صاحب العلامة المقلدة كان حسن النية، فإن لم يكن كذلك كانت المدة دون قيد، بمعنى تكون المدة مفتوحة دون التقيد بموعد، كما هو الحال مع البطلان المطلق، أما الأثر الثاني المترتب على هذا الفرق تقديم طلب الإبطال من شخص له مصلحة مباشرة، فلا يجوز تقديمه إلا من الشخص المعتدى على حقوقه بشكل مباشر، فلا يجوز للنسبة العامة تقديم هذا الطلب من تلقاء نفسها مثلاً¹، ويرى الباحث أن البطلان المطلق يكون دون التقيد بمدة، وتكون العلامة هنا كعدم ولا وجود لها، وتكون كل الحقوق الواردة عليها باطلة، فمثلاً: إبرام عقد ترخيص لعلامة تجارية غير مشروعة فإنه يترتب معه بطلان هذا العقد، وهذا على عكس البطلان النسبي الذي يكون الإبطال فيه مرهوناً بمدة، ومقدماً من شخص له مصلحة شخصية ومباشرة، فلا يجوز لأي شخص تقديمها كما هو الحال في البطلان المطلق.

حدد المشرع السوري في المادة (10) طريقة إعادة تسجيل العلامة التجارية، ولكن لم يجعل هذه الحالة من حالات الإبطال، وعليه بمجرد إبطال العلامة التجارية سواء أكان مطلقاً أم نسبياً، فإنه يترتب عليه عدم السماح بإعادة تسجيل تلك العلامات، ويمكن أن يفهم من ذلك بمفهوم المخالفة؛ لأنه لم تذكر حالات الإبطال في المادة (10)².

ويرى الباحث صعوبة حصول حسن النية الواردة في القانون السوري والجزائري، فكيف لشخص لديه نية حسنة أن يقلد علامة تجارية؟ ولا يمكن التخمين بحدوث ذلك، ولم يكن المشرعان السوري والجزائري موفقين بشأن النص على شرط حسن النية في الحديث عن الإبطال، فلا يمكن الإبقاء على علامة باطلة حتى لو كانت هناك نية حسنة³.

¹ تراجع المادة (7/ب/4) من قانون العلامات الفارقة السوري.

² تراجع المادة (10) من قانون العلامات الفارقة السوري

³ يمكن أن يقال: إن التقليد كان بمحض الصدفة، ولم يكن مقصوداً، وبالتالي هناك نية حسنة لمن قلّد هذه العلامة، ولكن هذا من الناحية العملية نادرة الحدوث حيث أن القضاء لا يتعامل مع الصدفة، بل يتعامل مع التقليد الموجود أمامه، وحيث أن إثبات حسن النية يكون صعباً وفقاً لرأي الباحث، ويؤدي إلى مماطلة في غنى عنها، فطالما أن التقليد موجود، ويؤدي إلى تضليل الجمهور فيجب إبطال هذه العلامة بطلاناً نسبياً.

ويرى الباحث أن المشرع السوري كان أفضل من التشريع الجزائري والأردني في تحديد الشخص الذي لديه مصلحة لتقديم طلب إبطال العلامة التجارية، وجاء في المادة (7/ب/4) منه: "يكون لصاحب الحق السابق في العلامة وحده حق التقدم بطلب البطلان"، فقد حدد هذه المسألة بشكل لا يقبل التأويل، فالمشرع الجزائري أعطى هذا الحق لأكثر من جهة¹، والمشرع الأردني ذكر حالة تقديم طلب من شخص تنشأ منافسة غير عادلة له، إلا أنه من الأجدر وضعها في نص خاص، للتمييز بين حالة بطلان العلامة لعدم توافر شرط المشروعية من جهة، وعدم توافر شرط الجدة من جهة أخرى، فجمع المشرع الأردني بين جميع حالات البطلان في نص واحد دون تفريق².

الفرع الثاني: إبطال العلامة التجارية لكونها تشكل تعدياً على علامة تجارية مسجلة خارج الوطن

يتم الحديث هنا عن علامة تجارية تم تسجيلها داخل الوطن، ولكنها بذات الوقت تشكل اعتداء على علامة تجارية خارج الوطن، فما هي الطريقة اللازمة لتقديم هذا الطلب؟

نص قانون العلامات (المطبق في الضفة الغربية أو المعدل) على هذا صراحة في المادة (34) من قانونه، وجاء فيها: "... 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، إذا كانت الأسباب التي يدعيها هي الأسباب الواردة في الفقرات 6 و 7 و 10 من المادة (8) من هذا القانون"³.

ويرى بعض الفقهاء أن تفسير النص السابق يعني القيام بتقديم دعوى أمام محكمة مدنية، وليست محكمة إدارية كمحكمة العدل العليا، لكون اصطلاح الدعوى جاء معرّفاً بأل التعريف، وأن كلمة دعوى تقال في الدعاوي المدنية المطالبة بتعويضات مادية، وتحدث النص في بدايته عن دعوى المطالبة بالتعويضات، فتكون الدعوى المقصود فيها هي ذات الدعوى المدنية، وهي دعوى المنافسة

¹ تراجع المادة (20) من الأمر الجزائري المتعلق بالعلامات.

² تراجع المادة (5/25) من قانون العلامات (المطبق في الضفة الغربية أو المعدل).

³ تراجع المادة (34) من قانون العلامات المطبق في الضفة الغربية.

غير المشروعة، وبناء على ذلك تكون المحكمة المختصة بنظر دعوى الإبطال هي المحكمة المدنية¹.

وفي هذا الشأن فإن المشرع الأردني قد عدل النص السابق في قانونه المعدل، ونص صراحة على أنه يكون تقديم طلب الإبطال إلى المسجل، مع جواز تقديم استئناف خلال ستين يوماً من صدور قرار المسجل أمام محكمة العدل العليا²، وبالتالي يكون المشرع قد أصلح الخطأ الذي ورد في قانونه الماضي، ولا تتساوى دعوى المنافسة غير المشروعة مع دعوى الإبطال، وتكون دعوى الإبطال لعلامة مسجلة، ويتم التعامل مع قرار إداري أمام المحاكم المدنية، وعليه كان التعديل في محله.

يرى الباحث أن النص في المادة (34) السابق ذكره يكتنفه كثير من الغموض، وعدم الوضوح، والفقرات التي أشار إليها القانون تتعلق بالشروط الموضوعية، وهي: عدم مخالفة العلامة للنظام العام والآداب العامة، والشروط المشروعية، وعدم مخالفتها لشرط الصفة الفارقة وشرط الجودة، وهذا يعني أن صاحب العلامة الأجنبية يحق له تقديم طلب لإبطال علامة تجارية غير فارقة أو غير مشروعة، ومسجلة في فلسطين، ولكن ما هي المصلحة التي يمتلكها هذا الأجنبي لتقديم مثل هذا الطلب؟ وكيف تشكل علامة مخالفة النظام العام والآداب العامة اعتداء على علامة مسجلة في دولة أجنبية؟ أو كيف لعلامة لا تتمتع بصفة فارقة أن تشكل اعتداء على علامته؟ والأصل أن تكون مصلحة هذا الشخص في العلامة التي تشكل اعتداء على علامته وتخالف شرط الجودة، وتؤدي إلى تضليل الجمهور عن هذه العلامة الأجنبية، وليس له شأن في النظام العام الداخلي للدولة على سبيل المثال، فيكون الغرض الأساسي لتقديم طلب للإبطال، لكونها مقلدة لهذه العلامة أو مزورة لها.

كما أن المادة خلطت بين مسألتين لا علاقة لهما ببعض، وبالرجوع إلى القسم الأول من هذه المادة، يرى الباحث أنها اشترطت تسجيل العلامة من أجل قيام الدعوى المدنية، ومن ثم قالت: أنه

¹ حمدان، ماهر فوزي، مرجع سابق/ ص 105-106.

² تراجع المادة (1/34) والمادة (2/34) من قانون العلامات التجارية الاردني المعدل.

يحق لصاحب العلامة الأجنبية تقديم طلب إبطال علامة مسجلة داخل الوطن، فالدعوى المدنية مغايرة للدعوى الإدارية، وكان الأجدر بالمشرع الحديث عن كل جزء وحده في مادة مخصصة، أو النص على جواز تقديم دعوى مدنية من أجل التعويض، إضافة إلى دعوى الإبطال، فالمشرع الأردني لم يوضح مدى إمكانية التعويض المدني في حال كانت العلامة مسجلة بالخارج، بل أشار فقط إلى جواز إبطال العلامة التي تشكل اعتداء على علامته،¹ ولكن بالرجوع إلى نص المادة (1/41/ب)،² يجد الباحث أن المشرع قد حرم الاجنبي من الحق في الحصول على تعويض مدني طالما أن العلامة الاجنبية لم يتم تسجيلها داخل الوطن.

وجاء في قرار محكمة العدل العليا الفلسطينية، أنه يمكن لصاحب العلامة التجارية الأجنبية القيام بالاعتراض على تسجيل علامة تجارية، تشكل اعتداء على علامته، وعليه يكون من حق هذا الشخص تقديم طلب الإبطال، والاعتراض عند الشروع في تسجيل العلامة التجارية³.

ولا يشترط استعمال العلامة الأجنبية في فلسطين من أجل قيام الحماية بشأنها، وعليه فإن عدم الاستعمال لا يحول دون القيام بالاعتراض على تسجيل العلامات في فلسطين، وإبطالها إن تم

¹ وهنا يجد الباحث أن قانون العلامات التجارية المطبق في غزة، الذي يعد أقدم من القانون المطبق في الضفة الغربية، قد نص في المادة (34): "لا يحق لأحد أن يقيم دعوى للمطالبة بالتعويضات عن أي تعد وقع على علامة تجارية غير مسجلة في فلسطين". ويلاحظ أن المشرع قد وضع هذا النص منفردا، ولم يتبعه بأحكام متعلقة بالإبطال، وذلك لاختلاف السبب. وكذلك بالنظر إلى المادة (53) من مشروع حماية الملكية الصناعية الفلسطينية نجد أنه قد فصل بين المادتين، ووضع كل موضوع في فقرة مختلفة.

² تراجع المادة (1/41/ب) من قانون العلامات المطبق في الضفة الغربية والتي جاء بها: "ليس في هذه المادة ما يخول صاحب العلامة التجارية حق الحصول على التعويض لقاء أي تعد وقع على علامته التجارية قبل التاريخ الحقيقي الذي سجلت فيه علامته في المملكة الأردنية الهاشمية".

³ قرار محكمة العدل العليا رقم 2011/90، وجاء في حيثيات الدعوى أن شركة سورية مسجلة لعلامة تجارية تدعى "كتاكيت"، وكان هناك تزوير من شركة فلسطينية، وتوصل المسجل إلى تطابق بين العلامتين، وبالتالي سمح لهذه الشركة بتقديم الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية، وتم قبول اعتراضه بالنتيجة.

<http://muqtafi.birzeit.edu/courtjudgments/ShowDoc.aspx?ID=87960>
وانظر ايضا الى قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم 1953/4 فقد جاء بحكم مشابه للحكم أعلاه
<http://www.lawjo.net/vb/showthread.php?24551>

تسجيلها¹. ويلاحظ للوهلة الأولى أن المشرع اشترط في نص المادة (34) توافر الجودة المطلقة من حيث المكان، ولا يجوز تسجيل علامة تجارية مشابهة أو مطابقة لعلامة تجارية سبق وأن تم تسجيلها في دولة أجنبية، ولكن يجب أن تتم الإشارة إلى أن الجودة هي شرط نسبي من حيث المكان، عند قيام بفحص العلامة التجارية عند تسجيلها داخل نطاق الدولة فقط، فالمسجل غير مسؤول عن التأكد من مدى وجود علامة مشابهة أو مطابقة خارج فلسطين، وإنما يقتصر عمله داخل فلسطين فقط، مع إتاحة الفرصة للغير من أجل الاعتراض أو تقديم طلب الإبطال².

ماذا عن المدة الواجب تقديم طلب الإبطال فيها وفقاً للمادة (34)؟ هل تنقيد بالمدة الواردة في المادة (5/25) وهي مدة الخمس السنوات السابق ذكرها؟ ويرى بعض الفقهاء أن تكون المدة مفتوحة، طالما أن المشرع لم يحدد المدة، وقام بتحديد بنصوص أخرى، فهو يفسح المجال للغير من أجل تقديم هذا الطلب في أي وقت³، وهو ما يؤيده الباحث، ولا بد أن المشرع قصد ذلك للأسباب المذكورة سابقاً، وعلى فرض صحة هذا النص، فهل تفسيره في محله أم لا؟ فإذا كان كذلك فإنه ليس في محله، لكون المشرع يعطي حماية أكبر للعلامات الأجنبية، بينما العلامات المسجلة داخل فلسطين يعطيها الحق فقط لمدة خمس سنوات، وفقاً للمادة (5/25) من قانون العلامات التجارية (المطبق في الضفة الغربية والمعدل)، وهذا الأمر ليس في مكانه عند الحديث عن شرط الجودة، فالبطلان هنا نسبي وليس مطلقاً، كما ذكر سابقاً⁴.

واجتهدت محكمة العدل العليا الأردنية بخصوص المدة، وذكرت صراحة أنه لا يجوز تسجيل علامة تجارية داخل الوطن تشكل اعتداء على علامة تجارية أجنبية، طالما أن الطلب قدم خلال خمس سنوات من تسجيل العلامة المراد إبطالها، وجاء فيه: "... وكذلك فإنه لم يمض على تسجيل

¹ يراجع قرار محكمة العدل العليا الفلسطينية رقم 2010/580، وفي حيثيات الدعوى، شركة لبنانية تملك علامة تدعى "هايبز"، التي تشابه العلامة التجارية المراد تسجيلها في فلسطين، وحيث كان ادعاء الجهة المستأنفة بأن العلامة غير مستعملة في فلسطين، إلا أن المحكمة لم تعط اعتباراً لذلك، وحكمت برفض تسجيل العلامة الفلسطينية.

² تراجع المادة (34) من قانون العلامات (المطبق في الضفة الغربية والمعدل)، وكذلك تراجع المادة (22) من نظام العلامات التجارية الأردني وانظر أيضاً إلى حمدان، ماهر فوزي، مرجع سابق/ ص 54، وانظر أيضاً إلى الغويري، عبد الله، مرجع سابق/ ص 81.

³ عساف، شذى، مرجع سابق/ ص 196.

⁴ انظر إلى الصفحة 77-78 من هذه الدراسة.

العلامة المطلوب ترقيتها خمس سنوات..."، وبمفهوم المخالفة فإن كان هذا الطلب قدم بعد مرور الخمس السنوات المذكورة فإنه لا يجوز قبول هذا الطلب¹.

ولم يرق المشرع الجزائري بالنص مشابهة للمادة (34) الواردة لدى المشرع الأردني، وهذا يعني عدم الاعتراف بالعلامات المسجلة في الدول الأجنبية إلا إذا كانت مشهورة ومعروفة في الجزائر، وسببين الباحث موضوع العلامات المشهورة في المطلب الثاني²، وذات الأمر جاء في قانون العلامات الفارقة السوري، الذي اشترط شهرة العلامة من أجل القيام بإبطالها³.

ويرى الباحث أن المشرع الأردني لم يشترط استعمال العلامة التجارية الأجنبية داخل الأردن لإبطال العلامة الوطنية⁴، ولا يستلزم الأمر أن تكون مشهورة ومعروفة في الأردن، كما كان عند المشرع السوري والجزائري، وبناء عليه فإنه ينتقد المشرع الأردني الذي جعل هذه الحماية مفتوحة دون النص صراحة عليها، وكان الأجدر به النص على المدة صراحة، فهو يخالف مبدأ استقرار المعاملات، وقد يوافق المسجل على التسجيل، ويتبين فيما بعد أن العلامة المراد تسجيلها تشكل اعتداء على علامة أجنبية، مما يؤدي إلى فتح مجال كبير للاعتراض، وما يمكن تأييده في هذا النص، أنه يشجع العلامات الأجنبية للاستثمار في الأردن (فلسطين) مستقبلاً، في حال أرادوا استخدام علاماتهم الأجنبية في الأردن (فلسطين)، وفي ذلك تشجيع لأصحاب العلامات الوطنية على إيجاد علامة تجارية جديدة مختلفة عن العلامات الأجنبية، وبعبارة ما سبق يمكن القول بخصوص المشرع الجزائري والسوري، وعليه يكون الباحث قد استعرض إيجابيات هذا النص وسلبياته.

¹ يراجع قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم (1999/454) وفي حيثيات هذه الدعوى أن علامة تجارية مسجلة في لبنان لتمييز سلعة وهي "البوظة" وتم تزوير هذه العلامة وتسجيلها في الأردن على سلعة من ذات الصنف وهو "الجيلي" وبالتالي تم إبطال العلامة، مشار إلى هذا القرار في: أبو عثمان، عبد الله محسن، **العلامة التجارية ما بين الاعتراض وطلبات الترقين في القانون الأردني والمقارن**، رسالة ماجستير (غير منشورة على الانترنت)، جامعة جرش، جرش، 2015/ص 125.

² تراجع المادة (8/7) من الأمر الجزائري رقم 06-03.

³ تراجع المادة (5/ب) والمادة (44) من قانون العلامات الفارقة السوري.

⁴ من خلال المقابلة مع موظف وزارة الاقتصاد الوطني الفلسطيني سلام أبو سمرة، رام الله: بين أنه حتى تتم حماية العلامة الأجنبية في فلسطين لا بد أن تكون مستعملة داخل فلسطين من أجل القيام بحمايتها، وذلك على الرغم من عدم اشتراط القانون لذلك.

المطلب الثاني: إبطال العلامة التجارية لكونها تشكل تعدياً على علامة تجارية مشهورة

يبين الباحث في هذا المطلب مفهوم العلامة التجارية المشهورة، والمعايير التي يتم الأخذ بها لتقرير شهرة العلامة التجارية، كما يستعرض الباحث سؤالاً مهماً، هل يجوز لصاحب العلامة المشهورة تقديم طلب من أجل إبطال العلامة التجارية التي تشكل اعتداءً على علامته؟ وذلك وفقاً للقوانين محل الدراسة.

الفرع الأول: مفهوم العلامة التجارية المشهورة ومعاييرها

إن العلامة التجارية تكون في بدايتها علامة عادية، ومع مرور الوقت تصبح مشهورة، ولا يأتي هذا بسهولة، ويحتاج كثيراً من الجهود المالية، والقدرة على الابتكار التسويقي لهذه العلامات، فالعلامة المشهورة تحتاج إلى كثرة الاستعمال، والترويج والقيام بالدعايات والإعلانات، ورعاية الأحداث العالمية، مثل: كأس العالم لكرة القدم، والألعاب الأولمبية وغيرها، وتحتاج إلى وجود إدارة حكيمة من أجل إيصال العلامة إلى الناس بأبسط الوسائل المناسبة، ولعل خير مثال على العلامات المشهورة: كوكا كولا، مرسيدس، ماكдонаلدز، سوني، وغيرها من العلامات، وعليه فإن معظم الناس لديه المعرفة الكافية بهذه العلامات، وبالتالي تكون علامات معروفة بالنسبة لهم¹.

أولاً: مفهوم العلامة المشهورة

لا بد من توضيح مفهوم العلامة التجارية المشهورة وفقاً للقوانين محل الدراسة، فحسب قانون العلامات المطبق بالصفة الغربية، لم يوضح تعريفاً للعلامة التجارية المشهورة، وهو عيب شاب ذلك القانون، فلم يتطرق القانون المذكور إلى أحكام العلامة التجارية المشهورة بشكل صريح²، وتدارك المشرع الأردني هذه المسألة في قانونه المعدل، فأضاف تعريفاً للعلامة التجارية المشهورة،

¹ زين الدين، صلاح، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، مرجع سابق/ ص 158-159.

² إلا أن مشروع قانون حماية الملكية الصناعية لسنة 2000 تدارك هذا الأمر ونص على العلامة المشهورة ضمن نصوصه وذلك في المادة (35/ل) حيث أنه منع تسجيل كل علامة تشكل تعدياً على علامة مشهورة ونظم أحكامها بشكل مفصل في المادة (52).

وهو: "العلامة التجارية ذات الشهرة العالمية التي تجاوزت شهرتها البلد الأصلي الذي سجلت فيه، واكتسبت شهرة في القطاع المعني من الجمهور في المملكة الأردنية الهاشمية"¹.

وينتقد بعض الفقهاء هذا التعريف؛ لما يكتنفه الكثير من الغموض وعدم الدقة، ولم يتم توضيح المقصود بالبلد الأصلي الوارد في التعريف، فهل هو البلد المسجل فيه العلامة التجارية، أم مكان المؤسسة التي يمتلكها صاحب العلامة التجارية؟ وهذا قد تكون العلامة مسجلة في أكثر من مكان بذات الوقت، ولم يحدد بدقة الجمهور المعني، فهل هم تجار الجملة والمفرق أم الجمهور المستهلك لهذه المنتجات والخدمات²؟ ويؤيد الباحث الانتقادات السابقة، ويضيف عليها أن العلامة التجارية المشهورة يجب ألا يتم اشتراط تسجيلها حتى تتوفر الحماية اللازمة لها³.

أما المشرع الجزائري فلم يقد بتعريف العلامة التجارية المشهورة، وترك هذا الأمر للفقهاء، ولم يقد بذكر العلامة التجارية المشهورة سوى في نص المادة (8/7)، وذلك عند رفضه لتسجيل علامة تشكل اعتداء على علامة تجارية مشهورة⁴، وهو ما سيتناوله الباحث في الفرع الثاني من هذا المطلب.

وترك المشرع السوري تعريف العلامة التجارية للفقهاء، ونص صراحة على وجوب حماية العلامة التجارية المشهورة، واشترط أن تكون العلامة مشهورة في سوريا، كما هو الحال مع القوانين محل الدراسة، وجاء فيه: "... وإن لم تكن مسجلة..."، فهل كان القصد عدم التسجيل نهائيا في أي دولة أم عدم تسجيلها داخل سوريا؟ ويرى الباحث هنا أن المشرع لم يحدد الدولة، وبالتالي يكون قصد أي دولة في العالم، فالعلامة المشهورة لا تحتاج إلى التسجيل من أجل الحماية، فتكفي شهرتها، وهنا لا بد من الإشارة إلى أن أصحاب العلامات المشهورة يبادرون دائما لتسجيل علاماتهم، وفي كثير من الدول حتى لا يتم الاعتداء على علاماتهم.

¹ تراجع المادة (2) من قانون العلامات التجارية الأردني المعدل لسنة 1999.

² الخشروم، عبد الله حسين، مرجع سابق/ ص 193-194.

³ تراجع المادة (6) (ثانيا) الفقرة 1 من اتفاقية باريس: "... ترى السلطة المختصة في الدولة التي تم فيها التسجيل أو الاستعمال أنها مشهورة..." ويلاحظ هنا ورود الاستعمال أو التسجيل بمعنى لا يشترط لحماية العلامة المشهورة تسجيلها بل يكفي استعمالها في البلد المراد فيه حمايتها أو القيام بإبطال علامة تجارية تشكل اعتداء على هذه العلامة.

⁴ الجيلالي، عجة، مرجع سابق/ ص 38 وتراجع المادة (8/7) من الأمر الجزائري رقم 06-03.

ثانياً: معايير العلامة المشهورة

يرى الباحث صعوبة حصر تعريف خاص بالعلامة التجارية المشهورة، ولا بد من اللجوء إلى معايير تحدد العلامة مشهورة أم لا، وبناء عليه لا بد من التطرق إلى المعيارين الأساسيين المعتمد عليهما للاستدلال فيما إذا كانت العلامة التجارية مشهورة أم لا، وهما:

1- **المعيار الموضوعي:** يتعلق بذات العلامة بعيداً عن الجمهور وصاحب العلامة، بمعنى أنه يتعلق بموضوع العلامة فيما يخص الفترة الزمنية التي استخدمت فيها العلامة، وعمرها الزمني، فكلما كانت قديمة كانت أكثر شهرة، والنطاق المكاني لشهرة العلامة، فكلما ازدادت عدد الدول التي تعرف هذه العلامة وتداولها بكثرة زادت شهرتها¹، ومدى الترويج للعلامة عن طريق الدعاية والإعلان، فكلما ازداد الترويج لها ازدادت شهرتها، كما أن محاولة الغير تقليد العلامة أو تزويرها يعطي انطباعاً على أهمية هذه العلامة، وكذلك قيمة العلامة، وهناك عدة أساليب اقتصادية من أجل تقدير قيمة العلامة، فكلما ازدادت قيمتها ازدادت شهرتها²، وخلاصة الأمر يتعلق بمدى معرفة الجمهور لهذه العلامة، ومدى انتفاعهم منها، ومدة الإعلان عنها، وعدد الدول التي سجلت فيها، فكلما ازداد ازدادت شهرة العلامة³.

2- **المعيار الشخصي:** يعتمد بشكل أساسي على الأشخاص، بمعنى مدى شهرة العلامة بالنسبة لعدد كبير من الجمهور، واختلف الفقهاء في تحديد معنى كلمة جمهور، فهل يقصد به الجمهور الواسع لكل طبقات الجمهور دون اقتصار ذلك على فئة منهم، أو الجمهور المستهلك للمنتج أو الخدمة بذاتها دون غيرهم من فئات الجمهور الأخرى، التي لا تتعامل مع هذا المنتج⁴، وهو ما أخذ به المشرع السوري، ويلاحظ أن كلا من اتفاقية باريس واتفاقية ترييس لم تنصا على معايير العلامة المشهورة، وترك الأمر لتشريعات الداخلية لتحديده⁵.

¹ الغويري، عبد الله، مرجع سابق/ ص 202.

² برانبو، عدنان، مرجع سابق/ ص 376-384.

³ عيسى، نهى خالد، العلامة التجارية المشهورة "دراسة مقارنة"، مجلة جامعة بابل، مج 21، ع 1، 2013/ ص 17.

⁴ برانبو، عدنان، مرجع سابق/ ص 385-389.

⁵ الغويري، عبد الله، مرجع سابق/ ص 138-139.

يرى الباحث أنه يجب قصر الشهرة على الفئة المتعاملة بالمنتج أو الخدمة بما في ذلك التجار والموزعين والوكلاء والموردين لهذا المنتج أو الخدمة، فيجب أن تكون معروفة لديهم جميعاً، ولا يتطلب الأمر معرفة العلامة من كل فئات المجتمع، فالعبرة في المتعاملين مع المنتج أو الخدمة¹.

الفرع الثاني: إبطال العلامة التجارية لكونها تشكل تعدياً على علامة تجارية مشهورة

يبين الباحث هنا إمكانية تقديم طلب لإبطال علامة تجارية تشكل اعتداءً سواء بالتقليد أو التزوير على علامة تجارية مشهورة، فهل يمكن القيام بذلك وفقاً للقوانين محل الدراسة؟ وهل تم تنظيم هذا الأمر في القانون المطبق بالصفة الغربية أم لا؟

وبالرجوع إلى قانون العلامات التجارية المطبق بالصفة الغربية يتبين أنه لم ينص صراحة على هذا الأمر، ولا يعني عدم الاعتراف بالعلامة التجارية المشهورة في فلسطين، فهناك تطبيقات قضائية

¹ وبالرجوع إلى مشروع حماية الملكية الصناعية الفلسطيني، فإنه قد وضع هذه المعايير بشكل مفصل، وذلك في المادة (53/ب) و(53/ج) حيث جاء بهما:

أ. لغايات تطبيق أحكام هذه المادة، وتحديد فيما إذا كانت العلامة التجارية مشهورة، تؤخذ بعين الاعتبار المعايير الآتية:

1. درجة معرفة القطاع المعني من الجمهور للعلامة أو تمييزها في فلسطين.
2. مدة استعمال العلامة التجارية ومداه، والمدى الجغرافي لهذا الاستعمال، سواء داخل فلسطين وخارجها.
3. مدة الترويج الجغرافي للعلامة ومداه.
4. مدة التسجيلات القانونية الخاصة بالعلامة التجارية في الدول الأجنبية المختلفة وعددها، وعدد طلبات التسجيل الخاصة بها في تلك الدول.
5. تاريخ إنفاذ الحقوق المرتبطة بالعلامة التجارية، بما يعكس إدراك السلطات المعنية لكون العلامة مشهورة.
6. قيمة العلامة التجارية.

ب. لغايات تطبيق أحكام هذه المادة، وتحديد فيما إذا كانت العلامة التجارية مشهورة، فإن العوامل الأساسية التي يؤخذ بها لتحديد القطاع المعني من الجمهور:

1. المستهلكين الفعليين والمحتملين لذات النوع من البضائع والخدمات.
2. الأشخاص العاملين في مجال توزيع ذات النوع من البضائع والخدمات.
3. الأوساط التجارية التي تتعامل مع ذات النوع من البضائع والخدمات.

بهذا الخصوص، تحمي بموجبها العلامات التجارية المشهورة في فلسطين، ويستعرض الباحث بعض هذه القرارات.

فجاء في قرار محكمة العدل العليا الفلسطينية (2006/78)، بأنه طالما أن العلامة التجارية "تراك"، وهي علامة لتمييز منتجات الأحذية، يتم توحيدها إلى فلسطين، وقبل أن يطرح صاحب العلامة المقلدة لعلامة "تراك" بعدة سنوات، التي أصبحت معروفة بفلسطين، ونظرا لوجود التشابه الكبير، فإن ذلك يؤدي إلى غش الجمهور، واستند قرار المحكمة إلى أحكام المادة (10/8) من قانون العلامات التجارية الأردني، واستند إلى المادة (5/25)، من أجل إبطال العلامة التجارية المسجلة في فلسطين، التي تشكل تقليدا لعلامة معروفة في فلسطين، نظرا لتوحيدها منذ سنوات طويلة¹، ويلاحظ أن القاضي استعمل سلطته لتقدير شهرة العلامة، فاعتبر توحيده هذه المنتجات والمميزة بعلامة "تراك" ولسنوات طويلة كافيا لاكتسابها الشهرة الكافية في فلسطين.

في حيثيات قرار محكمة العدل العليا الفلسطينية رقم (2005/82) تم تقديم طلب لإبطال علامة تجارية، تشكل اعتداء على علامة تجارية تركية، مسجلة في تركيا، وادعى صاحب هذه العلامة أنها مشهورة، لكونها مستخدمة في عدة دول، منها: الأردن والضفة الغربية، إلا أن هذا الطلب تم رفضه، لأن العلامة التجارية المراد إبطالها تتشابه مع العلامة التركية، وقد مضى على تسجيلها الفعلي مدة أكثر من خمس سنوات، فإن ذلك يحميها من الإبطال أو الشطب، استنادا للمادة (5/25) من قانون العلامات التجارية الأردني².

فالعلامة التركية هي علامة أجنبية مسجلة في تركيا وفقا للأصول والقانون، وكان الأجدر بالقاضي الاستناد إلى المادة (34) من ذات القانون، الذي لم يحدد مدة تتقادم فيها العلامة الباطلة بموجب القانون، وعلى الرغم من ذلك، فإن ترك الباب مفتوحا للطعن بالعلامات التجارية الوطنية فيه مخالفة لمبدأ استقرار المعاملات، وبالتالي كان القرار في مكانه.

¹ يراجع قرار محكمة العدل العليا الفلسطينية رقم (2006/78)

<http://muqtafi.birzeit.edu/courtjudgments/ShowDoc.aspx?ID=57360>

² يراجع قرار محكمة العدل العليا الفلسطينية رقم (2005/82)

<http://muqtafi.birzeit.edu/courtjudgments/ShowDoc.aspx?ID=57349>

هل أتاح قانون العلامات (المطبق في الضفة الغربية او المعدل) لمستعمل العلامة التجارية الحق في تقديم طلب إبطال علامة تجارية مسجلة في فلسطين؟

يرى بعض الفقهاء أنه لم يعط لمستعمل العلامة التجارية الحق بتقديم طلب إبطال العلامة التجارية المسجلة نظرا لسبق الاستعمال، وكان الأجدر به تنظيم هذه المسألة بقانونه، وإتاحة هذا الأمر لمستعمل العلامة التجارية، ويستند هذا الرأي إلى عدة قرارات صادرة عن محكمة العدل العليا الأردنية¹، وعلى الرغم من إعطاء مستعمل العلامة الصفة الفارقة للعلامة التجارية، لاستعمالها فترة طويلة، واكتسبت الصفة الفارقة نظرا لطول استعمالها².

وفي هذا الشأن اجتهد لمحكمة العدل العليا الأردنية³، جاء فيه: يجوز لمستعمل العلامة التجارية تقديم طلب لشطب العلامة التجارية، وذلك إذا توافرت ثلاثة شروط، وهما:

أ- إذا ثبت وجود تعدد، بمعنى وجود تطابق أو تشابه بين العلامة المراد إبطالها والعلامة المستعملة، ويؤدي إلى غش الجمهور.

ب- إذا كان أسبق بالاستعمال من العلامة المراد شطبها.

ج- إذا لم يمض على تسجيل العلامة المسجلة خمس سنوات.

يفهم من الحكم السابق، أنه يشترط لقيام مستعمل العلامة بتقديم طلب لإبطال العلامة التجارية المسجلة، أن يثبت وجود اعتداء من العلامة المسجلة على العلامة المستعملة، وأن مستعمل العلامة قد سبق واستعملها قبل صاحب العلامة المسجلة، وألا يكون قد مضى على تسجيل العلامة خمس سنوات، فبعد مرور هذه المدة تتحصن العلامة من الإبطال، ويرى الباحث أن العلامة هنا باطلة نسبيا، فالبطلان محددٌ بمدة معينة لاستقرار المعاملات، ويؤيد الباحث قرار المحكمة السابق

¹ قليبوي، ربا طاهر، حقوق الملكية الفكرية-تشريعات، أحكام قضائية اتفاقيات دولية ومصطلحات قانونية، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 1998/ص251.

² تراجع المادة (3/7) من قانون العلامات (المطبق في الضفة الغربية والمعدل).

³ قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم 71/26، مشار إليه في قليبوي، ربا طاهر، مرجع سابق/ص260.

لما فيه من تحقيق للعدالة، ومنع استغلال العلامات المستعملة وغير المسجلة من قبل الغير، والقيام بتسجيلها لما في ذلك تضليل للجمهور.

أما بالنسبة للقانون الأردني المعدل فإنه تدارك الأمر، ونص صراحة على العلامة التجارية المشهورة، ووضع تعريفا لها كما سبق ذكره، وأتاح بنص صريح إمكانية تقديم طلب لإبطال العلامة التجارية التي تشكل اعتداء على علامة تجارية مشهورة، وهنا لا بد من الإشارة إلى أن النص أتاح هذا الأمر بموجب نصين اثنين، وليس نصا واحدا، وأحال المادة (12/8) التي تحدثت عن عدم جواز تسجيل: "العلامة التجارية التي تطابق أو تشابه أو تشكل ترجمة لعلامة تجارية مشهورة..." إلى المادة (5/25)، التي أجازت تقديم طلب حذف علامة تجارية لأسباب عديدة، منها: أن العلامة المراد حذفها (إبطالها) تشكل تعديا على علامة مشهورة، وكذلك فإن المادة (34) من قانون العلامات التجارية المعدل¹ أتاحت الفرصة لتقديم طلب من أجل القيام بإبطال علامة تجارية تشكل تعديا على تجارية مشهورة.

وأتاح **المشرع الجزائري** الفرصة لتقديم طلب إبطال الرموز المشابهة أو المطابقة لعلامة تجارية مشهورة في الجزائر²، ويلاحظ أن المشرع اشترط شهرة العلامة بالجزائر دون النظر إلى شهرتها في الدول الأخرى.

ويرى بعض الفقهاء أن المشرع الجزائري تحدث عن السلع دون الخدمات، وكأنه أراد حصر العلامة التجارية المشهورة بالسلع دون الخدمات، ويجدر به أن ينص على الخدمات لوجود الكثير منها،

¹ حيث أن نص المادة (34) أضاف الفقرة 12 إذ جاء فيه: "... إذا كانت الأسباب التي يدعيها هي الأسباب الواردة في الفقرات 6 و 7 و 10 و 12 من المادة (8) من هذا القانون". وهنا يلاحظ إضافة الفقرة 12 التي أصلا لم تكن موجودة في المادة (8) في القانون المطبق في الضفة الغربية.

² تراجع المادة (8/7) من الأمر الجزائري رقم 03-06 والتي جاء بها: "الرموز المماثلة أو المشابهة لعلامة أو اسم تجاري يتميز بالشهرة في الجزائر، وتم استخدامه لسلع مماثلة أو مشابهة تنتمي لمؤسسة أخرى، إلى درجة إحداث تضليل بينهما، أو الرموز التي هي بمثابة ترجمة للعلامة أو الاسم التجاري، تطبق أحكام هذه الفقرة مع ما يلزم من تغيير، على السلع أو الخدمات التي لا تعد مطابقة لتلك التي طلب تسجيل العلامة من أجلها، بشرط أن يكون استعمال هذه العلامة من أجل =سلع وخدمات مطابقة، يدل على صلة بين هذه السلع والخدمات، ومالك العلامة المسجلة، في هذه الحالة، وبشرط أن يكون من شأن هذا الاستعمال إلحاق الضرر بمصالح صاحب العلامة المسجلة".

مثل: خدمة الاتصالات¹، ويرى الباحث أن المشرع استطرد كلمة "الخدمات" في الحديث بالمادة (7/8) عند الحديث: "... على السلع والخدمات التي لا تعد مطابقة أو مشابهة..." وقد سها عن ذكرها في البداية، ولم يتعمد تجاهلها، وعليه يجدر بالمشرع الجزائري تصحيح هذا السهو ابتداء.

وأتاح المشرع الجزائري الفرصة لإبطال العلامة التجارية التي تشكل اعتداء على علامة تجارية مشهورة، سواء كانت مشابهة أو مطابقة لها، ويستثنى جواز تقديم هذا الطلب في حال كانت السلعة أو الخدمة غير مطابقة وغير مشابهة، نظرا لوجود صلة بينها وبين العلامة المشهورة، والاعتقاد بوجود هذه الصلة يؤدي إلى تضليل الجمهور، ووجود منافسة غير مشروعة، لأن المستهلك سيعتقد حينها أن صاحب العلامة المشهورة قد قام بتوسيع نشاطه، فأضاف سلعا وخدمات جديدة، فإن كانت العلامة المعتدية ذات جودة رديئة، فإن ذلك سيؤدي إلى الإضرار بسمعة صاحب العلامة المشهورة، ويشترط لهذا الاستثناء إلحاق الضرر بصاحب العلامة المشهورة، ويشمل الضرر المادي والخسائر التي قد تلحق بالعلامة المشهورة نتيجة لهذا الاعتداء، والضرر المعنوي في جذب العملاء للعلامة المعتدية، بسبب استعمال العلامة على أكثر من سلعة أو خدمة، مما يترتب معه إضعاف القيمة التسويقية للعلامة المشهورة، وجعل علامتها عامة².

ويلاحظ أن مدة التقادم التي حددها المشرع الجزائري لمثل هذه الطلبات هو ذاته بالنسبة لطلبات الإبطال الأخرى كافة، وهي الخمس السنوات التي تم ذكرها في المبحث الأول³.

أما المشرع السوري فقد نص على جواز تقديم طلب لشطب العلامة التجارية، بشرط شهرة العلامة المشهورة داخل سوريا، وعالميا، بعكس المشرع الجزائري الذي اكتفى بشهرتها في الجزائر فقط⁴.

¹ الجبالي، عجة، مرجع سابق/ ص39.

² كحول، وليد، مرجع سابق/ 215.

³ تراجع المادة (20) من الأمر الجزائري رقم 03-06.

⁴ تراجع المادة (44) من قانون العلامات الفارقة السوري: "أ- لمالك العلامة الفارقة المشهورة عالميا وفي سوريا وإن لم تكن مسجلة أن يطلب من المحكمة المختصة شطب، أو من الغير من استعمال علامة تطابقها، أو تشابهها، أو تشكل ترجمة لها على منتجات أو خدمات مماثلة أو غير مماثلة، إذا كان من شأن استخدام العلامة على المنتجات غير المماثلة أن يحمل الغير على الاعتقاد بوجود صلة بين صاحب العلامة المشهورة وتلك المنتجات، أو أن يؤدي هذا الاستخدام إلى الحط من شأن العلامة، أو إلحاق الضرر بصاحبها، أو إذا كان ذلك الاستخدام يشكل استفادة غير مبررة منها".

ويرى الباحث أن المشرع السوري استعمل مصطلح "شطب"، ولم يستعمل مصطلح إبطال على الرغم من نصه على البطلان النسبي، في حال كانت العلامة مفقودة لشرط الجدة، بمعنى أن العلامة المسجلة تشكل اعتداء على علامة مسجلة أخرى، وذلك على الرغم من نصه على البطلان عند الإحالة إلى المادة (5/ب)، التي تحدثت عن عدم جواز تسجيل علامة تشكل ترجمة لعلامة مشهورة.

ويرى بعض الفقهاء أن اشتراط المشرع توافر الشهرة في سوريا ودول العالم كافة، هو أمر منتقد؛ لأنه يضيق نطاق حماية العلامة المشهورة¹، وهو ما يؤيده الباحث في هذا الشأن.

ويحدد المشرع السوري المدة اللازمة لتقديم هذا الطب بخمس سنوات²، وفقا لذات الأحكام والشروط التي سبق تناولها بشأن البطلان النسبي للعلامة التجارية.

أما الشروط التي وضعها المشرع السوري لتقديم هذا الطلب، فإنها متقاربة إلى حد بعيد مع الشروط التي وردت في القانون الجزائري، والأردني المعدل³، ولا داعي لتكرارها.

ويرى الباحث أن العلامة المشهورة يجب أن تكون محل حماية دائمة، لتشجيع أصحاب العلامات على الاستثمار بفلسطين، ولعكس صورة جيدة بأن هذا النوع من العلامات محمي بموجب القانون، ويجب تعديل القانون المطبق بالضفة الغربية بنص يحمي العلامة المشهورة بشكل صريح، حتى لا يتم ترك ذلك إلى سلطة القضاء التقديرية، فيجب النص عليه بشكل صريح.

بانتها هذه الدراسة يكون الباحث قد استعرض بعض حالات انقضاء العلامة التجارية، وبين حالات الشطب والإبطال، والإجراءات المتبعة لهذه الغاية، والآثار التي ترتب على انقضاء العلامة التجارية، وذلك وفقا للقوانين محل هذه الدراسة.

¹ برانبو، عدنان، مرجع سابق/ ص394.

² تراجع المادة (7/ب/4) من قانون العلامات الفارقة السوري.

³ تراجع المادة (12/8) من قانون العلامات التجارية الأردني المعدل لسنة 1999.

الخاتمة

النتائج:

يستنتج الباحث بعد القيام بهذه الدراسة ما يأتي:

1- إن قانون العلامات التجارية (المطبق بالصفة الغربية أو المعدل) لم يوضح التفرقة الصحيحة بين مصطلح شطب العلامة التجارية وإبطالها بشكل واضح، بل استعمل عدة اصطلاحات للتعبير عن الاصطلاحين.

2- إن كل من المشرع السوري والجزائري وضعا تفرقة واضحة بين حالات الشطب، وحالات البطلان، وخصصا مادة لكل حالة، فوضعا حالات الشطب ضمن حالة عدم استعمال العلامة التجارية وعدم تجديدها، ولكن المشرع الجزائري استعمل كلمة إبطال للحديث عن الشطب لعدم الاستعمال.

3- إن قانون العلامات التجارية المطبق في الصفة الغربية يعتد بمعيار نية الاستعمال، دون الأخذ بمعيار الاستعمال الفعلي، الذي أخذ به كل من القانون الأردني المعدل، والمشرع الجزائري والمشرع السوري.

4- حددت كافة التشريعات محل الدراسة استثناءات يسمح من خلالها الإبقاء على العلامة التجارية رغم عدم استعمالها، ولكن المشرع الأردني لم يقيد هذه الاستثناءات بمدة، فطالما أن الظروف تمنع الاستعمال تبقى العلامة مهما طالّت هذه المدة.

5- لم يحدد المشرع الأردني تاريخ سريان أثر شطب العلامة التجارية لعدم استعمالها، وذلك على العكس من المشرع السوري، الذي حددها بانتهاء مدة الثلاث سنوات دون استعمال العلامة التجارية.

6- إن أثر سريان العلامة التجارية يبدأ من لحظة تسجيلها الفعلي بحسب المشرع الأردني، أما المشرع السوري والجزائري فجعلا التاريخ يبدأ من لحظة تقديم الطلب.

7- لم يحدد المشرع الأردني مدى إمكانية شطب العلامة العامة، والتي أصبحت عامة مع مرور الزمن، ولكن المشرع السوري والجزائري أتاحا الفرصة لشطب العلامة التجارية التي تعد عامة.

8- إن المشرع الأردني أتاح فرصة تقديم طلب إبطال العلامة التجارية المسجلة داخل الوطن، التي تشكل اعتداء على علامة أجنبية مسجلة في الخارج، وهو ما لم يتم النص عليه في القانون الجزائري والسوري.

9- إن العلامة التجارية المشهورة لم يتم النص عليها صراحة في القانون الأردني المطبق في الضفة الغربية، بينما تم النص عليها صراحة في القوانين المقارنة في هذه الدراسة.

10- يوجد عدة قرارات صادرة من محكمة العدل العليا الفلسطينية تحمي العلامة التجارية المشهورة، على الرغم من عدم النص عليها صراحة في القانون المطبق في الضفة الغربية.

التوصيات:

بعد أن حدد الباحث النتائج التي توصل إليها، يستعرض الآن التوصيات التي يوصي فيها المشرع الفلسطيني، لأخذها:

1- يوصي الباحث بتوحيد مصطلح "الشطب" عندما يتعلق الأمر بعدم استعمال العلامة التجارية، وعدم تجديد أو تقديم طلب لشطب العلامة بناء على رغبة صاحبها، وتوحيد مصطلح "البطلان" فيما يتعلق بمخالفة العلامة التجارية للشروط الموضوعية كافة.

2- يوصي الباحث بالنص صراحة على الشخص الذي يقع عليه عبء إثبات استعمال العلامة التجارية، عندما يتعلق الأمر بطلب شطب العلامة لعدم استعمالها، وأن يكون هذا الشخص هو صاحب العلامة، لأنه الأقدر على إثبات استعماله لعلامته.

3- يوصي الباحث بالنص صراحة على إتاحة الفرصة لصاحب العلامة التي شطبت علامته لعدم الاستعمال، بإعادة تسجيل العلامة المشطوبة خلال مدة محددة، تكون بين السنتين أو الثلاث السنوات.

4- يوصي الباحث بحذف المادة (21/3/ب) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952، لكونه يتيح استعمال العلامة التجارية من الغير خلال فترة السنة من بعد شطب العلامة، ويقوم صاحب العلامة الأصلي بتسجيلها مرة أخرى بسبب استعمال الغير لها.

5- يوصي الباحث بالنص صراحة على أنه عند تقديم طلب لإبطال العلامة التجارية يتم النظر إلى العلامة لحظة تقديم طلب الإبطال، لا أن يتم النظر إلى العلامة لحظة تسجيلها.

6- يوصي الباحث بتحديد الأشخاص الذين يحق لهم تقديم طلب لإبطال العلامة التجارية، فالقول: "كل من لحقه حيف"، تعد كلمة مرنة وواسعة، فيجب تحديد هؤلاء الأشخاص، وفي هذا الشأن يوصي الباحث بما يأتي:

1- أن يكون حق تقديم طلب لإبطال العلامة لعدم توافر شرط المشروعية للجميع، لكون العلامة غير المشروعة تمس المجتمع كافة.

2- أن يكون حق تقديم طلب إبطال العلامة لعدم توافر شرط الصفة الفارقة للمسجل، ولكل شخص له مصلحة شخصية ومباشرة.

3- أن يكون حق تقديم طلب إبطال العلامة لعدم توافر شرط الجدة، لمن له مصلحة شخصياً ومباشرة فقط.

7- يوصي الباحث بعدم التقيد بمدة الخمس السنوات الواردة في المادة (5/25) فيما يتعلق بمخالفة العلامة لشرط المشروعية، بمعنى تركها وجعلها متاحة للبطلان في أي وقت.

8- يوصي الباحث بتعديل المادة (34) من قانون العلامات التجارية المطبق في الضفة الغربية لكونه لا يربط بين الشق الأول المتعلق بوجوب تسجيل العلامة لحمايتها، والشق الثاني الذي يتيح إبطال العلامات التجارية، التي تشكل اعتداء على علامة تجارية أجنبية، فيوصي الباحث بتنظيم الشقين في مادتين منفصلتين لاختلاف الموضوع.

9- يوصي الباحث بتعديل العلامة المادة (34) في قانون العلامات التجارية المطبق في الضفة الغربية، والنص صراحة على الجهة المختصة بتلقي طلب الإبطال لتعدي علامة على علامة أجنبية أخرى، وتم النص عليه صراحة في القانون المعدل، ولكن لم يتم معالجته في القانون المطبق في الضفة الغربية.

10- يوصي الباحث بتعديل المادة (34) التي أحالت إلى الشروط الموضوعية كافة، مع العلم أن صاحب العلامة الأجنبية يقدم هذه الدعوى لتعديها على علامته، لمخالفة العلامة لشرط الجدة فقط، وليس لمخالفة العلامة لشرط الصفة الفارقة وشرط المشروعية، إذ لا مصلحة للأجنبي في هذا المجال.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: قائمة المصادر:

- 1- قانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952، نشر في الصفحة (243) من العدد (1110) من الجريدة الرسمية الصادرة بتاريخ 2017/6/1.
- 2- نظام العلامات التجارية رقم (1) لسنة 1952، نشر هذا النظام في الصفحة (397) من العدد (1129) من الجريدة الرسمية الصادرة بتاريخ 1952/12/16.
- 3- اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية- معاهدة تريس - 1994.
- 4- اتفاقية باريس الخاصة بحماية الملكية الصناعية 1883، المعدلة ببروكسل سنة 1900، وواشنطن سنة 1911، ولاهاي سنة 1925، ولندن سنة 1934، ولشبونة سنة 1958، ستوكهولم سنة 1967، والمنقحة سنة 1979، نص رسمي باللغة العربية.
- 5- الأمر الجزائري رقم 03-06 والمؤرخ بتاريخ 19 يوليو لسنة 2003 والمتعلق بالعلامات التجارية. نظام العلامات التجارية رقم (1) لسنة 1952.
- 6- قانون حماية العلامات الفارقة والمؤشرات الجغرافية والرسوم والنماذج الصناعية السوري رقم 8 لسنة 2007.
- 7- قرار مجلس الوزراء الفلسطيني رقم (3) لسنة 2012 بنظام معدل لنظام العلامات التجارية رقم (1) لسنة 1952.
- 8- قانون العلامات التجارية رقم 35 لسنة 1938.
- 9- قانون العلامات التجارية الأردني المعدل رقم 11 لسنة 1999.
- 10- قانون العلامات التجارية الأردني المعدل رقم (29) لسنة 2007.

11- القانون المدني السوري الصادر بالمرسوم التشريعي رقم 84 بتاريخ 18/5/1949.

12- مشروع قانون حماية الملكية الصناعية الفلسطيني لسنة 2012.

13- قانون الملكية الفكرية المصري رقم (82) لسنة 2002.

14- قانون اصول المحاكمات المدنية والتجارية الفلسطيني رقم (2) لسنة 2001

ثانياً: قائمة المراجع:

الكتب:

- 1- إبراهيم، خالد ممدوح، حقوق الملكية الفكرية، ط1، إسكندرية، الدار الجامعية، 2010.
- 2- الأسمر، صلاح سلمان، شرح قانون العلامات التجارية الأردني، عمان، دون دار نشر، 1992.
- 3- برانبو، عدنان، التنظيم القانوني للعلامة التجارية، ط1، بيروت، منشورات الحلبي الحقوقية، 2012.
- 4- الجغبير، حمدي غالب، العلامات التجارية -الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، ط1، بيروت، منشورات زين الحقوقية، 2012.
- 5- حمدان، ماهر فوزي، حماية العلامات التجارية (دراسة مقارنة)، الجامعة الأردنية، الأردن، عمان، 1999.
- 6- الحمصي، علي نديم، الملكية التجارية والصناعية، ط1، بيروت، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، 2010.
- 7- الخشروم، عبد الله حسين، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، ط2، عمان، دار وائل، 2008.

- 8- الخولي، سائد احمد، حقوق الملكية الصناعية، ط1، عمان، دار المجدلاوي، 2004.
- 9- زوبير، حمادي، الحماية القانونية للعلامات التجارية، ط1، بيروت، منشورات الحلبي الحقوقية، 2012.
- 10- زين الدين، صلاح، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، ط3، عمان، دار الثقافة، 2015.
- 11- زين الدين، صلاح، الملكية الصناعية والتجارية، ط1، عمان، دار الثقافة، 2000.
- 12- سامي، فوزي محمد، شرح القانون التجاري (الجزء الاول)، ط1، عمان، دار الثقافة، 2009.
- 13- الصغير، حسام عبد الغني، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، كلية الحقوق - جامعة المنوفية، القاهرة، 1993.
- 14- طه، مصطفى كمال، أساسيات القانون التجاري: دراسة مقارنة، ط1، بيروت، منشورات الحلبي الحقوقية، 2006.
- 15- عبد الصادق، محمد مصطفى، الحماية القانونية للعلامات التجارية إقليميا ودوليا، ط1، المنصورة، دار الفكر والقانون، 2011.
- 16- عجة، الجيلالي، العلامة التجارية، خصائصها وحمايتها "دراسة مقارنة"، ط1، بيروت، منشورات زين الحقوقية، 2015.
- 17- عساف، شذى، شطب العلامة التجارية في ضوء اجتهادات محكمة العدل العليا، ط1، عمان، دار الثقافة، 2011.
- 18- الغويري، عبد الله حميد سليمان، العلامة التجارية وحمايتها (العلامة المشهورة وحمايتها)، ط1، عمان، دار الفلاح للنشر والتوزيع، 2008.
- 19- قليوبي، ربا طاهر، حقوق الملكية الفكرية-تشريعات، أحكام قضائية اتفاقيات دولية ومصطلحات قانونية، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 1998.

20- الكسواني، عامر محمود، التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية، ط1، عمان، دار الثقافة، 2010.

21- الناهي، صلاح الدين عبد اللطيف، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، ط1، عمان، دار الفرقان، 1982.

الرسائل العلمية:

1- أبو عثمان، عبد الله محسن، العلامة التجارية ما بين الاعتراض وطلبات الترقين في القانون الأردني والمقارن، رسالة ماجستير (غير منشورة على الإنترنت)، جامعة جرش، جرش، 2015.

2- الربابعة، شفاء، شطب العلامة التجارية لعدم استعمالها "دراسة مقارنة"، (رسالة ماجستير غير منشورة على الإنترنت)، جامعة آل البيت، عمان.

3- الغلام، قعنب، آليات انقضاء العلامة التجارية-دراسة مقارنة بين القانون الجزائري والفرنسي، (رسالة ماجستير منشورة على الإنترنت)، جامعة الجزائر-يوسف بنخدة-، الجزائر، الجزائر، 2015.

4- عرب زادة"، هديل، التنازع على ملكية العلامة التجارية الوطنية، (رسالة ماجستير غير منشورة على الإنترنت)، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2009.

5- فضيلة، واضح، التنظيم القضائي الجزائري، (رسالة ماجستير منشورة على الإنترنت)، جامعة عبد الرحمان ميرة -بجاية-، الجزائر، 2016.

6- كحول، وليد، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري (رسالة ماجستير منشورة على الإنترنت)، جامعة محمد خضيرة بسكرة، بسكرة، الجزائر، 2015.

المواقع الإلكترونية:

أولاً: المواقع العربية:

- 1- منظومة القضاء والتشريع في فلسطين (المقتفي) <http://muqtafi.birzeit.edu>
- 2- المعاني <http://www.almaany.com/>
- 3- زين الدين، صلاح، ترقين العلامة التجارية، مجلة الحقوق (الكويت)، ع4،
<http://search.mandumah.com/Record/4175962009>
- 4- قاعدة بيانات منظمة العالمية للملكية الفكرية (wipo) <http://www.wipo.int>
- 5- <https://www.swissinfo.ch/ara/%D8%A7%20/4377852>
- 6- <http://www.lawjo.net/vb/showthread.php?38349>
- 7- الأحمر، كنعان، التقاضي في مجال الملكية الفكرية: العلامات التجارية، ندوة الويبو الوطنية
عن إنفاذ حقوق الملكية الفكرية للقضاة والمدعين العامين، عمان، 2004.
- 8- <http://www.mne.ps/mne/servicedetailsl>
- 9- عيسى، نهى خالد، العلامة التجارية المشهورة "دراسة مقارنة"، مجلة جامعة بابل، مج 21،
ع1، 2013.

ثانياً: المواقع الأجنبية:

- 1- <https://www.ipo.org/wp-content/uploads/2013/04/AGuidetoAustralianTrademarks.pdf>
- 2- <http://www.inta.org/Advocacy/Documents/INTATrademarkUseEurope2004.pdf>
- 3- https://www.inta.org/Cancellations/Documents/Cancellations_France_Sample_Jurisdiction.pdf

قائمة الملاحق

الملحق (1)

State of Palestine
Ministry of National Economy



دولة فلسطين
وزارة الاقتصاد الوطني

Page: 1/1

IP-F08-01



قانون العلامات التجارية لسنة (1952)
تجديد التسجيل قبل الإشعار

الى مسجل العلامات التجارية المحترم

الرجاء تجديد تسجيل العلامة التجارية باسم :

_____ والمسجلة تحت رقم: _____
في الصنف: _____

وقد ارفق طيه سند إيداع رسم التسجيل المقرر وقدره ستون (60) ديناراً بالإضافة الى عشرون (20) ديناراً أجور النشر المقررة.

_____ تحريراً في :

عنوان التبليغ :

التوقيع :

الملحق (2)

State of Palestine
Ministry of National Economy



دولة فلسطين
وزارة الاقتصاد الوطني

Page: 1/1

IP-F08-02



دائرة تسجيل الملكية الصناعية
قانون العلامات التجارية لسنة (1952)

طلب لتجديد تسجيل العلامة التجارية خلال شهر واحد من تاريخ الإعلان لعدم دفع رسم التجديد أو لإعادة تسجيل
علامة تجارية رقت لعدم دفع رسم التجديد عنها

الى مسجل العلامات التجارية

عملاً بالإشعار الذي ارسلتموه الي (الينا) أتقدم اليكم بهذا الطلب راجياً منكم تجديد تسجيل العلامة التجارية

المسجلة في الصنف:

رقم:

وعليه ارفق سند إيداع رسم التسجيل المقرر والبالغ قدره ثلاثة وستون (63) ديناراً ورسماً إضافياً قدره (16) ديناراً.

تحريراً في :

عنوان التبليغ :

التوقيع :

الملحق (3)

State of Palestine
Ministry of National Economy



دولة فلسطين
وزارة الاقتصاد الوطني

Page: 1/1

IP-F06-01



فنون العلامات التجارية لسنة (1952)

طلب بشطب بعض بضائع من البضائع التي سجلت بها علامة تجارية

الى مسجل العلامات التجارية

أنا / نحن :

من :

اطلب شطب :

من البضائع التي سجلت بها العلامة التجارية رقم : المسجلة في الصنف :

تحريراً في :

التوقيع :

الملحق (4)

State of Palestine
Ministry of National Economy



دولة فلسطين
وزارة الاقتصاد الوطني

Page: 1/1

IP-F11-01



فنون العلامات التجارية لسنة (1952)
طلب بقاء اسم صاحب العلامة التجارية المغير في السجل

الى مسجل العلامات التجارية المحترم

أنا / نحن :

وعنواني :

ارجو أن تقيّدوا اسمنا في سجل العلامات التجارية كصاحب للعلامة التجارية

في الصنف :

رقم :

من :

الى :

علماً بأنه لم يقع تغيير في ملكية العلامة التجارية المذكورة

غير :

تحريراً في :

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام

التوقيع :

الملحق (5)

State of Palestine
Ministry of National Economy



دولة فلسطين
وزارة الاقتصاد الوطني



IP-F12-02

قانون العلامات التجارية لسنة 1952

الطلب المشترك الذي يقدمه أصحاب العلامة التجارية المسجلين والمحال إليه لتسجيل العلامة باسم المحال إليه

الى مسجل العلامات التجارية المحترم

أنا / نحن :

من :

و :

من :

أطلب / نطلب وفقاً للمادة 55 من نظام العلامات التجارية تدوين اسم :

الذي يتعاطى التجارة

في سجل العلامات التجارية كصاحب علامه تجاريه رقم :

في الصنف : واعتبارا من :

وفقاً لـ:

توقيع صاحب العلامة المسجل :

توقيع المحال اليه :

الملحق (6)

التعديلات من تاريخ 2017/10/5 لغاية 2018/1/24			
العلامات التجارية التي انتقلت ملكيتها			
رقم العلامة	تاريخ سند التحويل	المالك الأصلي	المالك الجديد
556	17/12/2017	ويلا جي ام بي اتش	إتش إف سي بريستيج إنترناشونال هولدينغ سويسرلاند إس إيه آر آل
1275	14/01/2018	باتا براننس إس.إيه.إر.آل	باتا براننز إس.إيه.
2695	14/01/2018	باتا براننس إس.إيه.إر.آل	باتا براننز إس.إيه.
2696	14/01/2018	باتا براننس إس.إيه.إر.آل	باتا براننز إس.إيه.
2697	14/01/2018	باتا براننس إس.إيه.إر.آل	باتا براننز إس.إيه.
2698	14/01/2018	باتا براننس إس.إيه.إر.آل	باتا براننز إس.إيه.
2699	14/01/2018	باتا براننس إس.إيه.إر.آل	باتا براننز إس.إيه.
2814	17/12/2017	ذا بروكتر آند جامليل كومباني	توكسيل كوربوريشن
3910	17/12/2017	ويلا جي ام بي اتش	إتش إف سي بريستيج إنترناشونال هولدينغ سويسرلاند إس إيه آر آل
4135	31/10/2017	كولجيت - بالموليف كميني	شركة مئيب حداد وأولاده
5223	05/12/2017	بي إس ان ميديكال جي ام بي اتش	بي إس ان ميديكال هولدينغ جي ام بي اتش
5482	14/01/2018	باتا براننس إس.إيه.إر.آل	باتا براننز إس.إيه.
7895	09/10/2017	إيفريدي باتري كومباني انك	انيرجيزر براننز، آل إل سي .
7896	09/10/2017	إيفريدي باتري كومباني انك	انيرجيزر براننز، آل إل سي .
7897	09/10/2017	إيفريدي باتري كومباني انك	انيرجيزر براننز، آل إل سي .
7898	09/10/2017	إيفريدي باتري كومباني انك	انيرجيزر براننز، آل إل سي .
7899	09/10/2017	إيفريدي باتري كومباني انك	انيرجيزر براننز، آل إل سي .
7900	09/10/2017	إيفريدي باتري كومباني انك	انيرجيزر براننز، آل إل سي .
7901	09/10/2017	إيفريدي باتري كومباني انك	انيرجيزر براننز، آل إل سي .
7902	09/10/2017	إيفريدي باتري كومباني انك	انيرجيزر براننز، آل إل سي .
8394	09/10/2017	آر أند بي فودز (شركة ديلاوير)	ميزكان امريكا، انك .
8395	09/10/2017	آر أند بي فودز (شركة ديلاوير)	ميزكان امريكا، انك .
8837	26/12/2017	نيتيو بروداكتس، آل إل سي	اميريكان كوفرز، انك .
8837	26/12/2017	اشلاند لاجينستينغ اند انتلكتشوال بروبترتي آل إل سي	نيتيو بروداكتس، آل إل سي
10209	17/12/2017	ويلا جي ام بي اتش	إتش إف سي بريستيج إنترناشونال هولدينغ سويسرلاند إس إيه آر آل
10210	17/12/2017	ويلا جي ام بي اتش	إتش إف سي بريستيج إنترناشونال هولدينغ سويسرلاند إس إيه آر آل
10959	09/10/2017	آر أند بي فودز (شركة ديلاوير)	ميزكان امريكا، انك .
11049	13/11/2017	ماتيرنا لابوراتوريز لميند و سوسيتيه دي برودوي نسلته، إس.إي .	سوسيتيه دي برودوي نسلته، إس.إي .
11249	06/12/2017	شركة أرما للصناعات الغذائية ش.م.م	أرما المحدودة
11250	06/12/2017	شركة أرما للصناعات الغذائية ش.م.م .	أرما المحدودة
11254	06/12/2017	شركة أرما للصناعات الغذائية ش.م.م .	أرما المحدودة
11255	06/12/2017	شركة أرما للصناعات الغذائية ش.م.م	أرما المحدودة

An-Najah National University

Faculty of Graduate Studies

"Trademark Cancellations cases"

"Comparative Study"

By
Bashar Nidal Dawood

Supervisor
Dr. Amjad Hassan
Dr. Hassn Falah

This Thesis is Submitted in partial Fulfillment of the Requirements of the Degree of Master of Intellectual Property and Innovation Management, Faculty of Graduate Studies, An-Najah National University, Nablus – Palestine.

2019

"Trademark Cancellations cases"
"Comparative Study"

By
Bashar Nidal Dawood
Supervisor
Dr. Amjad Hassan
Dr. Hassn Falah

Abstract

In this Thesis, the researcher shows some cases of Cancellations of the trademark. it is easy to infringe on registered trademarks by imitating or forgery them. But that the aggressors are registering the mark for themselves in the sense that they attribute the original signs to themselves in vain. As the trader may prefer a particular brand it is in his interest to take this mark for himself as long as the owner of the trademark does not use it and does not wish to keep this mark with him, Therefore, it is best to exploit this mark to the fullest in order to benefit from this logo and its impact on the public, all of which leads to the improvement of the economy as long as this mark increases economic movement in the market.

Based on the above, this Thesis shows some cases of expiry of the trademark in a comparative study between several legislations, namely, Jordanian, Algerian and Syrian, The researcher in the first chapter of his study shows the cases of the expiry of the trademark and the talk here revolves around the cases that lead to the expiration of the trademark because of the owner of the trademark. Accordingly, the trademark itself shall not be the reason for this write-off. The trademark contains all the substantive and formal conditions and their registration was in accordance

with the principles and the law, therefore it indicates several cases of cancellation, including: Firstly, the case of cancellation of the mark for not used by the owner and shows the time required for it. Secondly, is the non-renewal of the trademark in the sense of non-payment of fees due to the trademark and non-renewal during the period specified by law. Thirdly, is the case where the owner of the mark voluntarily to request to remove the trademark.

In second Chapter, the researcher shows the cases of Nullity of the trademark in accordance with the laws of this Thesis, and there are many cases about that, such as, Firstly, Nullity of trade because of absence Distinctive character, Here the researcher shows the meaning of the condition of the characteristic and what are the reasons that lead to the invalidity of the mark, Secondly, Nullity of trade because of the Illegal mark, The researcher is talking about the immoral trademark and the mark violates the public order , Thirdly, The case of imitation or forgery of a trademark in the sense that the mark is a breach of the novelty condition, The researcher shows the status of whether a infringed trademark has been registered abroad and that the mark has been infringed within the country. The researcher also explains the concept of the famous Mark clarifies the possibility of Nullity the trademarks that infringement of these marks.

At the end of this study, the researcher reached a number of conclusions derived from some extrapolation of the legal articles in this study, The researcher also made a number of recommendations to the Palestinian legislator to make some amendments to the trademark law applied in

Palestine, In order to achieve better regulation of the texts of the law relating to the subject of this study.

