جامعة النجاح الوطنية

كلية الدراسات العليا

تحليل أحكام المحكمين في منازعات العلامات التجارية والتعليق عليها

إعداد

هاني ماهر شرف

إشراف

د. إسحق برقاوي

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الملكية الفكرية وإدارة الابداع، من كلية الدراسات العليا، في جامعة النجاح الوطنية، نابلس –فلسطين.

2024

تحليل أحكام المحكمين في منازعات العلامات التجارية والتعليق عليها

إعداد

هاني ماهر شرف

نوقشت هذه الرسالة بتاريخ 2024/01/27، وأجيزت.

د. إسحق برقاوي	
المشرف الرئيس	التوقيع
د. ياسر زبيدات	
الممتحن الخارجي	التوقيع
د. غسان خالد	
الممتحن الداخلي	التوقيع

الاهداء

إلى الإنسان الذي علمني الثقة بالنفس ...

إلى الإنسان الذي ما زال يعاني ظروف الحياة ليؤمن لنا هناء العيش ولكرمه ...

إلى الإنسان الذي مد لي يده فذلل الصعاب وأضاء الدرب لي ...

إلى روح والدي العزيز

إلى القلب الكبير ومنبع العطف والحنان...

إلى التي أعطت وما زالت تعطي بسخاء...

إلى الشمعة التي ما زالت تذوب من اجل سعادتي...

أمي الغالية

إلى الأحبة الذين شاركوني أمالي وآلامي...

إلى من قاسمتهم فرحتي وبسمتهم استبدلت متاعبي وأحزاني ...

إلى قدوتي في الحياة ورصيدي في الشدائد...

أخوتي الأعزاء

إلى كل من ساعدني ووقف إلى جانبي...

إلى كل من كان له دور في أتمام هذه الرسالة...

إلى كل من لم يبخل من الأصدقاء والمحبين بأي معلومة...

لكم مني كل الحب والشكر والتقدير.

الشكر والتقدير

قال تعالى : ﴿رَبِّ أَوْزِعْنِيٓ أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ ٱلَّتِيٓ أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَٰلِدَيَّ﴾ [سورة النمل:19].

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك .... ولا يطيب النهار إلا بطاعتك.... ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك ... ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك.... ولا تطيب الجنة إلا برؤيتك.... فالحمد والشكر لله حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه، الذي أهداني وأعانني على إتمام هذه الدراسة، كما ولا يسعني في هذا المقام إلا أن أتوجه بجزيل الشكر والتقدير إلى الدكتور الفاضل الموقر إسحاق البرقاوي الذي تفضل مشكوراً بالإشراف على هذه الرسالة.

كما وأتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى الدكتور ياسر زبيدات بصفته ممتحناً خارجياً، والدكتور غسان خالد بصفته ممتحناً داخلياً، الذين تفضلا بقبول مناقشة الأطروحة وتقديم النصائح والإرشادات لإضفاء القيمة العلمية على الأطروحة وزيادة في معلوماتها.

كما وأتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى قدم العون والمساعدة والدعم من أجل إتمام كتابة هذه الأطروحة.

فلكم مني كل الاحترام والتقدير والمحبة

الإقرار

أنا الموقع أدناه مقدم الرسالة التي تحمل عنوان:

تحليل أحكام المحكمين في منازعات العلامات التجارية والتعليق عليها

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

اسم الطالبة: **هاني ماهر شرف**

التوقيع: هاني شرف

التاريخ: **2024/01/27**

فهرس المحتويات

الاهداء ..... ج

الشكر والتقدير ..... د

الإقرار ..... هـ

فهرس المحتويات ..... و

فهرس الملاحق ..... ح

الملخص ..... ط

المقدمة 1

إشكالية الدراسة 3

منهجية الدراسة 4

بيانات الدراسة 4

أهمية الدراسة 5

أهداف الدراسة 5

الدراسات السابقة 6

الفصل الأول: ماهية العلامات التجارية 11

المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية وطبيعتها 13

المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية 13

الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية فقهياً 14

الفرع الثاني: تعريف العلامة التجارية تشريعياً 16

الفرع الثالث: تعريف العلامة التجارية قضائياً 18

المطلب الثاني: طبيعة العلامات التجارية وأسس التعامل بها 19

الفرع الأول: الطبيعة الخاصّة للعلامة التجارية 19

الفرع الثاني: أسس التعامل بالعلامة التجارية وقواعد حمايتها 24

المبحث الثاني: الحماية المُقَرّرة للعلامة التجارية مدنيّاً وجزائيّاً 33

المطلب الأول: حماية العلامة التجارية مدنياً 34

الفرع الأول: مفهوم دعوى المنافسة غير المشروعة وقواعدها الأساسية في إطار العلامات التجارية..... 35
الفرع الثاني: آثار إقامة دعوى المنافسة غير المشروعة 38
المطلب الثاني: حماية العلامة التجارية جزائياً 40
الفصل الثاني: التحكيم في منازعات العلامات التجارية 43
المبحث الأول: ماهية التحكيم ودوره في حل منازعات العلامات التجارية 47
المطلب الأول: أفضلية التحكيم عن القضاء العادي في حل منازعات العلامات التجارية..... 48
الفرع الأول: مبررات اعتماد التحكيم في منازعات الملكية الفكرية والصناعية..... 49
الفرع الثاني: دوْر التحكيم في حل منازعات العلامات التجارية: 58
المطلب الثاني: مجال التحكيم في منازعات العلامات التجارية والموقف القانوني منه 71
الفرع الأول: التحكيم العادي التقليدي 72
الفرع الثاني: التحكيم الالكتروني 81
المطلب الثالث: أحكام التحكيم والأسس واجبة الإتباع في التعليق عليها وتحليلها 83
الفرع الثاني: التعليق على أحكام التحكيم 89
الخاتمة 96
قائمة المصادر والمراجع 99
الملاحق 106
Abstract ..... B

فهرس الملاحق

ملحق رقم (أ): نموذج طلب تحكيم 106

ملحق رقم (ب): نموذج رد طلب تحكيم 108

ملحق رقم (ج): نموذج مشارطة تحكيم 110

تحليل أحكام المحكمين في منازعات العلامات التجارية والتعليق عليها

إعداد

هاني ماهر شرف

إشراف

د. إسحق برقاوي

الملخص

تناولت هذه الدراسة القواعد القانونية التي يجري اتباعها حال حدوث أية منازعات مرتبطة بشكل أساسي بالعلامات التجارية التي تعدّ جزءاً مهماً من أقسام وعناصر الملكية الفكرية، فمنازعات العلامات التجارية ليست منازعات حديثة، وليس كل ما يجري تطبيقه بشأنها هو أمر جديد، بل إنّ حدوث هذه المنازعات مرتبط بولادة وقيام العلامات التجارية على اختلاف أنواعها وأشكالها في دول العالم أجمع، فامتلاك العلامة التجارية، وبالتالي القدرة على التصرف بها، واستعمالها لتسويق المنتجات والخدمات، هو أساس العديد من المنازعات.

ولما كان التحكيم هو الوسيلة المناسبة لحل كل المشاكل الناتجة عن إبرام العقود، أو تنفيذها، أو حتى تفسيرها؛ فما كان من المتنازعين على اختلاف هُوِيّاتهم إلى أن بدأوا باعتماد هذا القضاء البديل لِفَض وإنهاء هذه المنازعات بشكل سهل وسريع، ودون الدخول في إجراءات معقدة كالموجودة في المحاكم، فالمحاكم الوطنية لم تعُد ملاذاً للأطراف المتنازعة من أجل إنهاء منازعتهم، بل يأتي ما يجري الاتفاق عليه عند ابرام العقد من حلٍّ لأي منازعة عن طريق ما يُعرف بقضاء التحكيم.

فاتجاه دول العالم نحو التنمية الاقتصادية ودعم دور القطاع الخاص، وجلب الاستثمارات الأجنبية، وتطبيق الحماية القانونية الشاملة لعناصر الملكية الفكرية والتي من بينها العلامات التجارية؛ هو ما دفع الكثيرين إلى التفكير في البحث عن وسيلة جديدة لفض المنازعات، والتي تَتَجَسّد في إيقاع ما يُسمّى بشرط التحكيم ضمن العقود المبرمة، والذي يكون في نهاية المطاف طريقاً اتفاقياً لحلّ المنازعات، دون جدل أو شك، فَيَكون الباحث قد اقتحم من خلال سطور هذه الدراسة عالم هذا القضاء والثنايا التي ينفرد بها دون أن يغفل عن

الدوْر النموذجي الذي يجري الاعتماد عليه في حلِّ كافة المنازعات التي تقع بشأن العلامات التجارية، والتي تشكّل جزءاً مُهِمّاً من منازعات الملكية الفكرية، وفي التركيز كذلك على أهمية اللجوء للتحكيم كوسيلة بديلة عن القضاء العادي لما فيه من اختصار للوقت، وتحقيقٍ للأهداف بشكل مُمَيّزِ ودقيق، إذ لم يعد قضاء التحكيم مقصوراً على المنازعات الفردية بشكل خاص، بل يُعدّ كذلك مركز اهتمام العديد من المعاهدات العربية والدوليّة التي أصبحت تعتمد على هذا القضاء ضمن منازعات التجارة الدولية، وهو ما يُطْلَق عليه بالتحكيم التجاري الدولي.

ولِيُحَقّقَ الباحث غايته من هذه الدراسة فقد ارتأى تقسيمها إلى فصلين رئيسيّين، يتحدث في الأول وبشكل مقتضب عن عموميّات العلامة التجارية وفضلها في تمييز السّلع والخدمات، وقوتها في جذب المستهلكين، وذلك كله في مبحثين رئيسيين، يناقش فيهما ماهيّة العلامة التجارية، وأهميّتها، وموقفها المُتَأتي في تحقيقها للقوة التنافسية والشرائية على حدٍّ سواء، والذي يشكل نقطة انطلاق نحو قيام ممارسات الاعتداء على هذه العلامة بشكل يؤدي معه لِقيام دعاوى قانونية من قِبل أطرافها لكبح هذه الاعتداءات وإزالة آثارها.

بينما يناقش في الفصل الثاني الأساس العلمي والقانوني الذي يدفع هؤلاء الأفراد المتخاصمين للجوء للتحكيم باعتباره وسيلة بديلة لحل هذه الخصومات، وذلك من خلال مبحثين، يناقش فيهما ماهية التحكيم في منازعات العلامات التجارية، والقواعد التي يتبناها القانون الفلسطيني من أجل تحقيق الفائدة المرجوّة منه من جانب، ومن ثمّ في التركيز على الأسس الموضوعية المُتّبعة في تحليل أحكام المحكّمين الصادرة في تلك المنازعات من جانب آخر.

ولِيَخْتِمَ الباحث هذه الدراسة في ضوء ما توصّل إليه من نتائج وتوصيات.

الكلمات المفتاحية: العلامات التجارية، قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952، التحكيم، قانون التحكيم الفلسطيني رقم 3 لسنة2000، منازعات العلامة التجارية، التعليق على أحكام المحكمين.

المقدمة

تهتم قواعد الملكية الفكرية بتوفير الحماية القانونية اللازمة للحقوق الذهنية، فهي تلك الحقوق التي تعتبر وليدة إبداعات الفكر البشري، والتي تضم من ضمن محتوياتها أسماء وصور تجارية، لِتكون العلامات التجارية أحد المواضيع التي تعنى بها الملكية الفكرية، وذلك بسبب كوْن أنّ هذه العلامات تعمل على بيان ماهية المنتجات المتداولة في الأسواق وجودتها، وتسعى بشكل أو بآخر لِرَبْطِها بمؤسّسِها، أو مُكْتَشِفِها، وذلك من خلال الإشارة التي توضع على كل منتج لِتُمَثّل علامة مميزة له عمّا يُشبِهُهُ من منتجات مماثلة، فتكون العلامة بذلك بمثابة بصمة فكرية تنقل للمستهلك وصف المنتج ومحتوياته، والجودة التي يرغب في الوصول إليها، ثم في شغف مالِكِه في نشره على نطاقٍ واسع، فضلاً عن قيامها كذلك بتسيير المنتج والارتقاء بوضعه السوقي وذلك نظير خدمته للمستهلك ورضائه عنه (المراغي، 2017).

وبالتالي تمثل العلامة التجارية وسيلة لتقديم المنتجات في الأسواق الاستهلاكية، وفي استخدامها لتحقيق قوة تنافسية لهذه المنتجات تمكنها من الاستمرار بالوجود في الأسواق في مواجهة المنتجات الأخرى المشابهة، وذلك بالاعتماد على مدى إقبال المستهلكين على شرائها، وتمتعهم بمحتوياتها، وبالتالي الوقوف على قوّة تسويقها من عدمه في ظل وجود العديد من المنتجات المماثلة ذات الجودة المتفاوتة، وعليه فيكون من الطبيعي حدوث منازعات تتعلق بكيفية استخدام هذه العلامات، والغرض القائم من ورائه، وما يُسفر عنه هذا الاستخدام من نتائج وآثار سلبية أو إيجابية تكمن في رفع دعاوى قانونية نظراً لاتصال هذه العلامات التجارية بحقوق جهاتٍ عدّة (معلا، 2023).

ويَتَّصل سوء استخدام العلامة التجارية بشكل رئيسي بالموضوع الذي يسعى الباحث لمناقشته من خلال هذه الدراسة، وذلك بتركيزه الضوء على أشكال النزاعات التي يُمكن أن تشوب من جرّاء سوء الاستخدام، فهي " كما أُسْلِفَ القول "تؤدي دوْراً مهماً جداً في عمل الشركات التجارية وفي تسويقها السهل والسريع لِسِلَعِها وخَدَماتِها، مما يجعل للعلامة التجارية وزناً اقتصادياً من جهة، وذلك لما يُمكن أن تُحَقّقه من جذب لأكبر

عدد ممكن من المستهلكين، وبالتالي تحقيق الربح وتعظيم قِيَمه، وقانونياً من جهة أخرى، وذلك فيما تمثله من ملكية فكرية خالصة لِمُؤَسّسها تمنع أي شخص من مغبّة الاعتداء عليها بأي وجه أو شكل كان، فيأتي دوْر قواعد هذه الملكية في تمكين هذا الأخير من إزالة آثار هذا الاعتداء والحفاظ على العلامة التي يملكها.[1]

وقد كان القضاء الرسمي في السابق هو الجهة الوحيدة المختصة بحل معظم المنازعات الخاصة بملكية العلامة التجارية، وكيفية استخدامها، وأحكام الاعتداء عليها، وذلك باعتباره مرفقاً وطنياً يهدف لصون وحماية الحقوق وتحقيق العدالة[2]، لكن ومع التطوّر الذي شَهِدَه قطاع العدالة في فلسطين، فقد ظَهَر من فترة ليست بقريبة قضاء بديل ورديف للقضاء الوطني لِيكون كجهة مترابطة معه تعمل على الفصل في منازعات القانون الخاص، وتحلّ كافة المشاكل المدنية والتجارية الناشئة عنه، ليكون ما يُعْرَف بقضاء التحكيم، فقضاء التحكيم هو القضاء الذي يسعى من خلاله الأفراد المتخاصمون لحل كافة خصوماتهم بشكل أسرع وأسهل من القضاء الرسمي أو العادي، لكن مع وجود عدّة فروقات تجعل من الأول وجهة قانونية وقضائية هامّة لكل من يسعى لحل خصوماته التجارية بشكل سريع وسهل، وبعيداً عن تعقيدات ومماطلة القضاء الثاني أي العادي، حتى ولو كان ذلك على حساب دفع مبالغ قد تكون مضاعفة إذا ما قورنت بالمبالغ المدفوعة أمام ذلك الأخير.[3]

ويُعدّ تركيز الباحث في هذه الدراسة على تحليل أحكام المحكمين الصادرة في منازعات العلامات التجارية مسألة منظمة من خلال اتخاذ مجموعة من الخطوات بغرض الوصول إلى تحليل قانوني سليم وصحيح لحكم

---

[1] تنص المادة (35) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952 والساري في الضفة الغربية والمنشور في الجريدة الرسمية الأردنية في العدد 1110 وعلى الصفحة رقم 243 وذلك بتاريخ 1952/6/1 على: "تقبل المحكمة التي تنظر في دعاوى التعدي على العلامات التجارية شهادة التعامل التجاري السائد بخصوص أسلوب صنع البضائع التي سجلت العلامة التجارية من أجلها أو أية علامة تجارية أو طريقة أسلوب صنع المستعمل بصورة مشروعة من قبل أشخاص آخرين بخصوص تلك البضائع".

[2] إبراهيم، خالد ممدوح: الحماية القانونية للعلامات التجارية مدنيا وجنائياً " في ضوء القانون الاتحادي لدولة الامارات العربية المتحدة رقم 37 لسنة 1992 المعدل بالقانون رقم 8 لسنة 2002 ". بدون طبعة. الإسكندرية: دار الفكر الجامعي. 2020. ص98 وما بعدها. وتأتي المادة (3) من قانون علامات البضائع الأردني رقم 19 لسنة 1953 والساري في الضفة الغربية والمنشور في الجريدة الرسمية الأردنية في العدد 1131 وعلى الصفحة رقم 486 وذلك بتاريخ 1953/1/17 بالتركيز على مسألة المعاقبة على الاعتداء على العلامة التجارية والوصف التجاري، فتنص المادة على: " كل من:

أ- زور علامة تجارية، أو

ب- استعمل للبضائع استعمالاً باطلاً علامة أخرى قريبة الشبه من علامة تجارية بصورة تؤدي إلى الانخداع، أو

ج- استعمل للبضائع أي وصف تجاري زائف.

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

يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على سنة واحدة أو بغرامة لا تزيد على مائة دينار أو بكلتا هاتين العقوبتين ما لم يثبت أنه فعل ذلك بدون قصد الاحتيال".

[3] يُستفاد من نص المادة (1) من قانون التحكيم الفلسطيني رقم 3 لسنة 2000 والمنشور في الوقائع الفلسطينية في العدد 33 وعلى الصفحة رقم 5، وذلك بتاريخ 2000/6/30 أنّ التحكيم هو عبارة عن: "وسيلة لفض نزاع قائم بين أطرافه وذلك بطرح موضوع النزاع أمام هيئة التحكيم للفصل فيه".

هيئة التحكيم الصادر في النزاع الدائر حول العلامة التجارية، فتحليل أحكام المحكمين في منازعات العلامات التجارية يعد شكلاً من أشكال الدراسات التطبيقية في قانون التحكيم (اوشن، 2019)، فكل نزاع يُعْرَض على هيئة التحكيم ويكون خاصاً بأية مشاكل أو اعتداءات تقع على العلامات التجارية، وتقوم الهيئة بإصدار حكمها فيه؛ فإنّ هذا الحكم يكون بحاجة لتحليل ومناقشة موضوعية مجردة بقصد قياس مدى نجاح الهيئة بإسقاط نصوص قانون التحكيم على وقائع النزاع، ويكون لهذا التحليل مجموعة من العناصر التي لابد من توافرها فيه، والتي تتلخص في الوقائع أو الاحداث التي أدت الى نشوء النزاع، ثم في الإجراءات التي تتم أو تمّت أمام هيئة التحكيم، والتي تشمل مختلف المراحل التي مر بها النزاع من درجات أمام هيئة التحكيم حتى درجات صدور القرار محل التحليل، وكذلك في التركيز على المسائل القانونية التي تطرح في قرار هيئة التحكيم، ومع ذكر مواقف الاطراف والمسائل القانونية التي ركزوا عليها، ليأتي دوْر منطوق القرار وآثاره بحق الأطراف المتخاصمة، وأهميته تجاهَهُم (القهالي، 2014).

إشكالية الدراسة:

تمثلت إشكالية الدراسة الرئيسية في تبيان الأمور التي يجب التركيز عليها عند التعليق على قرار التحكيم الفاصل في منازعات دائرة حول علامة تجارية، وعليه فإن السؤال الرئيسي الذي يسعى الباحث للإجابة عليه من خلال هذه الدراسة يتمثل في:

ما هو النهج الذي يمكن اتباعه في تحليل أحكام المحكمين في منازعات العلامات التجارية والتعليق عليها بالشكل الذي يظهر أهمية ومعنى وقيمة هذا الحكم؟

وتبرز تحت هذا التساؤل الرئيسي عدّة تساؤلات فرعية، وهي:

1- ماهي الأحداث التي أدت الى نشوء النزاعات في مجال العلامات التجارية؟

2- ما هي الإجراءات التي يمر تتبعها هيئة التحكيم عند النظر في منازعات العلامات التجارية حتى تصدر حكمها بخصوص تلك المنازعات؟

3- ما هي النصوص والاسانيد القانونية التي يستند لها حكم هيئة التحكيم الفاصل في المنازعات المتعلقة بالعلامات التجارية؟

4- ما هي المسائل القانونية التي يطرحها حكم هيئة التحكيم الفاصل في المنازعات المتعلقة بالعلامات التجارية؟

5- كيف تفسر هيئة التحكيم الاحداث التي أدت الى نشوء النزاعات في مجال العلامات التجارية؟

6- ما هي عناصر التعليق على حكم هيئة التحكيم الفاصل في المنازعات المتعلقة بالعلامات التجارية؟

منهجية الدراسة:

اعتمد الباحث في اعداده لهذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث يتمثل الجانب الوصفي بالتعرف على ظواهر مشكلة الدراسة ووضعها في نصابها الصحيح، وذلك من خلال الاطلاع على التشريعات والقوانين والنظم الفلسطينية ذات العلاقة بالموضوع، ثم في التركيز على الأحكام القضائية الصادرة، أما بخصوص الجانب التحليلي فيتمثل في دراسة الاشكاليات الخاصة بهذه الدراسة (قوة أحكام المحكمين الصادرة في منازعات العلامات التجارية) بأسلوب نقدي بنّاء من خلال استقراء نصوص أحكام المحكمين الصادرة في منازعات العلامات التجارية، وتحليلها والتعليق عليها.

بيانات الدراسة:

اعتمد الباحث في إتمام هذه الدراسة على مجموعة من البيانات الأولية والثانوية، فقد تمثلت البيانات الأولية في قيام الباحث باللجوء إلى إجراء المقابلات مع الأشخاص ذوي الصفة والاختصاص للوصول إلى تغطية علمية شاملة تزخم البحث العلمي وتعطيه الفائدة العلمية المطلوبة، وقد اعتمد كذلك على مجموعة من البيانات الثانوية والمتمثلة في المراجع الأم التي تحدثت عن العلامات التجارية وطرق حمايتها قانوناً، والأساليب المتبعة في فض أي منازعة بشأنها عن طريق القضاء البديل وهو قضاء التحكيم، فضلاً عن التطرق لمجموعة من الأبحاث العلمية والقانونية المنشورة على مواقع الانترنت والشبكة العنكبوتية، وغيرها مما استطاع الباحث الوصول إليه من رسائل ماجستير ودكتوراه.

أهمية الدراسة

أولاً: الأهمية العلمية:

تكمن أهمية هذه الدراسة العلمية في قيام الباحث من خلالها بتسليط الضوء على النتائج العلمية والقانونية المترتبة على عملية التحكيم في منازعات العلامات التجارية، وفي الوقوف كذلك على النصوص التي توفر السند لإجراءات التحكيم الفاصلة في منازعات العلامات التجارية، وفحص فعالية إجراءات التحكيم الفاصلة في منازعات العلامات التجارية وقدرتها على الفصل في المنازعات الخاصة بالعلامات التجارية، بالإضافة إلى تسليط الضوء على العقبات العملية التي تواجه موضوع التحكيم في مجال المنازعات الخاصة بالعلامات التجارية، كذلك تتمثل أهمية هذه الدراسة في التعليق على أحكام المحكمين بأسلوب قانوني تحليلي ناقد مما يساعد في بيان حجم الثغرات والفجوات الموجودة في تلك الأحكام.

الأهمية العملية

تكمن أهمية هذه الدراسة العملية في كونها تتناول التطبيقات العملية المتبعة لدى هيئات التحكيم فيما يتعلق بإصدار الأحكام الفاصلة في منازعات العلامات التجارية بما يشمل تناول كيفية تطبيق نص المادة القانونية على الملف وتفسير منطوق حكم التحكيم وكيفية التعليق عليه، والتطرق إلى قوة احكام المحكمين الفاصلة في منازعات العلامات التجارية، والدور العملي للتحكيم في فض منازعات العلامات التجارية ودراسة هذه الأحكام وتحليلها وفي بيان مدى حجيتها وقابليتها للتنفيذ.

أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف الدراسة في:

1- بيان طبيعة منازعات العلامات التجارية التي يعمل التحكيم على حلها وتسويتها.

2- تحديد كيفية تطبيق نصوص قانون التحكيم الفلسطيني في تسوية منازعات العلامات التجارية.

3- مناقشة إجراءات التحكيم المتبعة في فض منازعات العلامات التجارية على الصعيد المحلي والصعيد الدولي.

الدراسات السابقة

بالعودة للأبحاث والدراسات التي تناولت موضوع تحليل أحكام المحكمين في منازعات العلامات التجارية، فإننا نجد العديد من الأبحاث والدراسات القانونية في هذا الصدد، ومن أبرز هذه الأبحاث والدراسات ما يلي:

- دراسة حسين (2021). تسوية منازعات الملكية الفكرية بطريق التحكيم "دراسة تحليلية مقارنة".

تناولت هذه الدراسة التسوية الخاصة بمنازعات الملكية الفكرية من خلال التحكيم، حيث بينت الدراسة أن التحكيم بمنازعات الملكية الفكرية الدولية يرتبط بعلاقة طردية، كما بينت الدراسة أنّ التحكيم يُعد في الوقت الحالي القضاء الأمثل لحل كافة منازعات الملكية الفكرية وأهمها منازعات العلامات التجارية، أي المنازعات التجارية بوجه عام، وذلك باعتبار أنّ هذه المنازعات تحتاج للسرعة والسهولة في اتمامها، وهما الميّزتين اللتان يتميّز بهما قضاء التحكيم.

- دراسة محمد (2016). التحكيم في منازعات الملكية الفكرية.

تناولت هذه الدراسة التحكيم في منازعات الملكية الفكرية، حيث اعتبرت الدراسة أن التحكيم يمثل البديل الأمثل عن قضاء الدولة في تسوية هذه منازعات الملكية الفكرية وذلك نظراً لسهولة إجراءاته والسرعة بالفصل في هذه المنازعات، فهي منازعات تحتاج بشكل دائم للسرعة والسهولة في الإجراءات، وهي الأمور التي جعلت من التحكيم وسيلة فعلية حقيقية يلجأ لها الكثير من الأفراد المتخاصمين وخاصة في المسائل التجارية للفصل في خصومتهم، وتحقيق الفائدة المرجوة والمتمثلة في استعادة كل ذي حقٍ حقه بشكل سريع ودون أية مماطلة قد تؤدي لضياع هذه الحقوق أو اهدارها.

- دراسة المرشود (2010). التحكيم ودوره في حسم الخصومات في الشريعة الإسلامية والنظام السعودي.

تناولت هذه الدراسة التحكيم والفرق بينه وبين القضاء الرسمي العادي في حسمه للمنازعات المدنية عامة، والتجارية خاصة، والإجراءات التي يأخذ بها هذا القضاء من أجل حسم هذه النزاعات بشكل سريع، ودون الدخول في إجراءات معقدة وطويلة، ثم في تناولها للمسائل التي يجوز ولا يجوز فيها التحكيم، وفي التركيز بشكل مميز على منازعات الملكية الفكرية ودور التحكيم في حلها، وذلك باعتبارها من ضمن المنازعات التي يجوز عرضها على التحكيم للفصل فيها، ثم في مناقشة مدى مشروعية عرض هذه المنازعات في الأصل على قضاء التحكيم، وما اذا كانت الشريعة الإسلامية تسمح بذلك أم لا، وذلك من ناحية موقفها من حل الخصومة من قِبَل شخص واحد يقال له المحكم، ومدى أهليته في حل هذه الخصومة، وكذلك من ناحية الأفراد اللذين يُسمح لهم باللجوء للتحكيم والأشخاص الممنوعين من ذلك.

- دراسة الحوامدة (2019). قابلية حقوق الملكية الفكرية للتحكيم.

تم البحث في هذه الرسالة عن مدى إمكانية خضوع حقوق الملكية الفكرية للتحكيم، وناقش الباحث في هذا الإطار الطبيعة القانونية لحقوق الملكية الفكرية، ثم تطريق إلى ماهية المنازعة في حقوق الملكية الفكرية، وكان ذلك كبوابة للدخول منها إلى قابلية حقوق الملكية الفكرية للتحكم، فتطرق الباحث إلى تعريف التحكيم وأنواعه وما يعترض التحكيم من أفكار قانونية تحد من انتشاره كوسيلة لفض نزاعات الملكية الفكرية ومن أشهرها فكرة السيادة، وفكرة النظام العام، وتوصل الباحث إلى أن سيادة الدول لا تتأثر باللجوء إلى التحكيم، ولا يعني اللجوء إلى التحكيم تنازل الدولة عن سلطة الفصل في المنازعات والتي يتولاها القضاء، إضافة إلى أن فكرة النظام العام ليست مطلقة في مجال التحكيم ففي بعض المطارح تبهت هذه الفكرة، ويبرز دور التحكيم كأنجح البدائل لفض النزاعات، وفي مطارح أخرى، يكون التحكيم صاحب اليد العليا على التحكيم، بحيث يصطدم التحكيم بفكرة النظام العام مما يعرقل اللجوء إلى التحكيم لفض النزاعات، وقد بين الباحث ما هي النزاعات التي تقبل التحكيم من عدمه في إطار حقوق الملكية الفكرية، ثم تطرق الباحث إلى أحد أنجح التجارب الدولية في مجال تحكيم الملكية الفكرية وهي المنظمة العالمية للملكية الفكرية، إذ سُلط الضوء على

هذه المنظمة وطريقة حلها للنزاع تحكيمياً منذ بداية عرضه على التحكيم وإلى نهايته بصدور قرار تحكيمي فاصل في موضوع النزاع.

- دراسة أزعبلي (2010). الجرائم الماسّة بحقوق الملكية الأدبية والفنية والصناعية.

يهدف الباحث من خلال هذا البحث للتعرف على أحكام الحماية القانونية التي تنص عليها كافة قوانين دول العالم والتي يجري بسطها بشكل أساسي على حقوق الملكية الفكرية "الأدبية، الفنية، الصناعية، التجارية" وذلك من خلال الحماية المدنية والجزائية التي يمكن المطالبة بها عند وقوع أي اعتداء على أي شكل من أشكال هذه الملكية، والتركيز على أشكال الردع التي تتبناها النظم القانونية في مواجهة هذه الاعتداءات.

تمايز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة "الإضافة العلمية":

أما بخصوص الدراسة التي سيعدها الباحث فهي تختلف عن الدراسات السابقة في عدد من الجوانب سواء المتعلقة بمتن الدراسة، أو بإشكالية الدراسة، أو بخطة الدراسة، أو بنطاق وحدود الدراسة، أو فيما يخص النتائج والتوصيات الخاصة بالدراسة، ويكمن للباحث اجمال تمايز دراسته عن الدراسات السابقة في النقاط الآتية:

1- أن موضوع دراسة الباحث يستند إلى أساس محدد وهو تحليل أحكام المحكمين في منازعات العلامات التجارية والتعليق عليها، فالدراسات السابقة تناولت الموضوع من خلال نطاق التحكيم بشكل عام أو نطاق التحكيم في مجال الملكية الفكرية، فدراسة الباحث تتناول موقف التحكيم في نزاعات العلامة التجارية وبأسلوب تحليلي يقوم على تحديد القيمة القانونية لأحكام المحكمين الصادرة، والتعليق على عناصر الحكم في ضوء قراءة التشريعات والنصوص القانونية الناظمة لإجراءات التحكيم، خصوصاً وأن أحكام المحكمين لها دور مؤثر ومهم في تسوية المنازعات الدائرة حول العلامات التجارية مما يعطيها أهمية عملية في الحياة القانونية.

2- سيعمل الباحث من خلال هذه الدراسة في تسليط الضوء على العناصر الأساسية لعملية التعليق على أحكام المحكمين في منازعات العلامات التجارية، حيث سيبحث في عنصر الوقائع أو الاحداث التي أدت إلى نشوء النزاع حول العلامة التجارية، ثم سيبحث في عنصر الإجراءات بما تشمله من مختلف المراحل التي مر بها النزاع أمام هيئة التحكيم، حتى صدور القرار المحكمين محل التعليق، كما سيبحث في المسائل القانونية التي تطرح في القرار، ومواقف الاطراف والمسائل القانونية التي ركزوا عليها، وحجية القرار وآثاره، وأهميته.

3- سيعمل الباحث من خلال هذه الدراسة في تسليط الضوء على تأثير أحكام المحكمين في منازعات العلامات التجارية على حماية هذه العلامات التجارية من التعدي عليها، حيث يتناول الباحث الأسباب التي تقود لنشوء منازعات في مجال العلامات التجارية، ويناقش قدرة هيئات التحكيم على معالجة هذه المنازعات القائمة، كما سيناقش الباحث الآثار الناجمة عن أحكام المحكمين في منازعات العلامات التجارية.

4- سيعمل الباحث من خلال هذه الدراسة على بيان أبرز هيئات التحكيم الفلسطينية المختصة التي لديها القدرة على النظر في منازعات العلامات التجارية والفصل فيها في الفصل، حيث توجد في دولة فلسطين هيئات تحكيم معتمدة، حيث سيبين الباحث من خلال دراسته كيف يعزز وجود هذه الهيئات من فاعلية الاحكام الصادرة للفصل في منازعات العلامات التجارية.

5- تتمايز دراسة الباحث عن الدراسات السابقة في متنها حيث تتناول الباحث أحكام المحكمين في منازعات العلامات التجارية من النواحي التشريعية والفقهية في نطاق دولة فلسطين، حيث سيركز الباحث على موقف المشرع الفلسطيني من مسألة التحكيم في موضوع العلامات التجارية، كذلك سيقوم الباحث بتحليل الشروط التي وضعها المشرع الفلسطيني في القانون لتنفيذ وإتمام عملية التحكيم الخاصة بالفصل في منازعات العلامات التجارية بصورة قانونية صحيحة، ثم يتناول الباحث كيفية تنظيم المشرع الفلسطيني في القانون لحجية أحكام المحكمين في منازعات العلامات التجارية.

6- تتمايز دراسة الباحث عن الدراسات السابقة في حدودها الموضوعية حيث أن الحدود الموضوعية في هذه الدراسة تكمن بقانون التحكيم، وكذلك حدودها المكانية حيث تشمل هذه الدراسة معرفة وتحليل أحكام المحكمين في منازعات العلامات التجارية في فلسطين، وكذلك في حدودها الزمانية حيث تبدأ الفترة الزمنية لهذه الدراسة من العام 2000 الذي شهد صدور أول قانون تحكيم في دولة فلسطين، وحتى العام 2022.

7- سيعمل الباحث من خلال هذه الدراسة على بيان الصعوبات التي تقف في وجه عمليات التحكيم وبالتحديد في مجال العلامات التجارية، وبالتحديد تلك الصعوبات المتعلقة بحداثة التشريع الفلسطيني الذي يعالج موضوع التحكيم، وصعوبة رصد تأثير أحكام المحكمين في منازعات العلامات التجارية في الحياة القانونية العملية داخل فلسطين.

الفصل الأول

ماهية العلامات التجارية

تُعَدّ العلامة التجارية أداةً عملية تستخدمها العديد من المؤسسات والشركات لجذب العملاء والزبائن وللانفراد بالسوق بشكل كلي، فغالباً ما تسعى هذه المؤسسات والشركات لاستخدام علامة تجارية جديدة وغير تقليدية لتدفع بالأفراد للإقبال على شراء المنتجات التي تحمل هذه العلامة بشكل تلقائي بعدما تكون قد زرعت الثقة في نفوسهم من جودة هذه المنتجات وقدرتها على منافسة غيرها من المنتجات المشابهة لها، لتكون هذه المؤسسات والشركات بذلك قد حقّقت هدفها في خلْق علامة تجارية فريدة ومميّزة. (هواري و آخرون، 2013).

وللعلامة التجارية على اختلاف أنواعها وأشكالها عدّة وظائف اقتصادية بالدرجة الأولى، وقانونية وأخلاقية بالدرجة الثانية، فبالنسبة للوظائف الاقتصادية، فهي تلعب دوراً هامّاً في تمييز المنتجات والبضائع وبيان مصدرها الأساسي، ومنشئها الأصلي، وتقديم الدليل على جودتها، وكفاءتها، وقدرتها على منافسة غيرها من المنتجات المماثلة والتي يُمكن أن تؤدي نفس الغرض، أي أنّ الفكرة الأساسية الاقتصادية من العلامة التجارية هي في قدرتها على تسويق المنتج وايصاله لأكبر قدر من المستهلكين (سليمان، 2021)، أما عن وظيفتها القانونية والأخلاقية، فتكمن في أنّ مالك العلامة التجارية أو مبتكرها هو من يكون له الحق بشكل مستقل في أن يستعملها ويستغلها ويتصرف بها بالشكل الذي يراه مناسباً، وأنّ أي تصرّف خارجي يقع عليها يكون واجباً إزالته فوراً، والمطالبة بالتعويض عن أية أضرار لَحِقَت أو بالإمكان أن تلحق بصاحبها من جرائه، وذلك كله تطبيقاً للقاعدة القانونية التي تدل على أنّ ملك الانسان محترم مصان، وأن الاعتداء عليه واجب الازالة فوراً، وواجب تعويضه ان اقتضى الأمر ذلك.[1]

[1] نصت المادة (1018) من القانون المدني الأردني رقم 43 لسنة 1976 والمنشور في الجريدة الرسمية الأردنية في العدد 2645 وعلى الصفحة رقم 2 وذلك بتاريخ 1976/1/8 على: "1-حق الملكية هو سلطة المالك في أن يتصرف في ملكه تصرفا مطلقا عينا ومنفعة واستغلالا، 2-ولمالك الشيء وحده ان ينتفع بالعين المملوكة وبغلتها وثمارها ونتاجها ويتصرف في عينها بجميع التصرفات الجائزة شرعاً"، وقد نصت المادة (256) من ذات القانون على: "كل إضرار بالغير يلزم فاعله بالتعويض ولو كان غير مميز".

وفي حقيقة الأمر، فإنّه وحتى يُمكن فهم طبيعة العلامة التجارية والغرض الذي تؤديه على مختلف الأصعدة، فلا بدّ من التعمق ولو بشكل مقتضب في مفهوم هذه العلامة، وطبيعة وجودها، وأشكالها المختلفة، وغيرها من الأحكام التي تساعد على فهم عناصر العلامة والغاية المرجوة منها.

وعليه، فإنّ الباحث يقسم هذا الفصل إلى مبحثين رئيسيين، يعالج في الأول مفهوم العلامة التجارية وطبيعتها الاقتصادية والقانونية، بينما يتحدث في الثاني عن أشكال هذه العلامة والغرض منها، وذلك فيما يلي.

المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية وطبيعتها

يهدف الباحث من خلال هذ المبحث لفهم واستيعاب الفكرة القانونية القائمة على الاهتمام بعناصر الملكية الصناعية عامّةً، والعلامات التجارية خاصّةً، فعرض منازعات العلامة التجارية على قضاء التحكيم، والذي أصبح وسيلة بديلة لحلّها؛ يتطلب معرفة مفهوم هذه العلامة وجوهرها والطبيعة القانونية التي تقضي بأسس التعامل بها، ولعل الدخول في تعريف العلامة فقهياً وقانونياً وقضائياً هو السبيل المناسب لذلك، لِيتمكن الباحث حينها من شق الطريق نحو فكرة قضاء التحكيم وحلّه للمنازعات المتعلقة بالعلامة التجارية، فهذه المنازعات تشكّل نموذجاً حيّاً للوضع القانوني الواجب معرفته في تتبّع الوسائل غير التقليدية التي يلجأ إليها المُحَكّمين في سبيل إتمام عملية التحكيم ، وإصدار الحكم بما يُرضي كافة الأطراف، وبالتالي فإنّ الباحث يقسم هذا المبحث إلى مطلبين كالتالي:

المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية

لم يكن المشرّع الفلسطيني موفقّاً عندما قام بتطبيق نصوص القانون الأردني الخاص بالعلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952، فالنص الوارد في القانون المذكور هو نص تقليدي يضع العلامة التجارية في قالب جامد، ولو كان المشرّع قد عَمِدَ إلى وضع تشريع فلسطيني خاص بالعلامات التجارية لكان أفضل بكثير، وذلك باعتبار أنّه سيكون تشريعاً جديداً يحوي أفكاراً ونصوصاً ومصطلحات جديدة تتواكب مع التطور الذي يشهده النظام القانوني والاقتصادي في فلسطين، لكن ومع ذلك وحيث لا يوجد نص تشريعي فلسطيني؛ فإنّ الباحث سيتطرق من خلال هذا المطلب لتعريف العلامة التجارية فقهياً وقانونياً وقضائياً كلما أمكن ذلك، وذلك في الفروع التالية:

الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية فقهياً:

رغم محاولة فقهاء القانون الاتفاق على وضع تعريف موحّد للعلامة التجارية، إلّا أنّ هذا الاتفاق لم يكن حليفهم حتى هذه اللحظة، فقد اختلفوا في طبيعة العلامة التجارية وأساسها القانوني، مع وجود بعض الخطوط العريضة التي وقع الاتفاق بشأنها، حيث يعرض الباحث فيما يلي لأهم هذه التعريفات وما يُفْهَم منها:

أولاً: تعريف الدكتورة سميحة القليوبي:

عرّفت الدكتورة سميحة القليوبي العلامة التجارية بأنها: "كل إشارة أو دلالة أو رمز أو ما شابه ذلك يستخدمه صاحب ومالك منتجات معينة لتمييزها عن غيرها من المنتجات المُماثِلة، فالعلامة التجارية تُعَدُّ جزءاً من عناصر المحل التجاري، يستخدمها صاحب المحل من أجل تعريف الزبائن على بضاعته وتسهيل مسألة وصولهم إليها" (القليوبي، 2007).

ثانياً: تعريف الدكتور خالد ممدوح إبراهيم:

أما الدكتور خالد ممدوح إبراهيم فَيُعَرّف العلامة التجارية بأنها: "وصف مميّز للسلع والخدمات التي ينتجها أو يُقَدّمها صاحب العلامة كي يُمَيّزُها عن مثيلاتها مِمّن هو معروض ومتبادل في الأسواق بهدف تعريف جمهور المستهلكين بالسلعة أو الخدمة بطريقة مُيَسّرة تجنبهم الوقوع في اللبس أو الخلط بين السلعة أو الخدمة ومثيلاتها" (إبراهيم، 2011).

ويرى الباحث أنّ هذا التعريف يُقْحِم العلامة التجارية في دائرة المعاملات التجارية خاصة والاقتصادية عامة، ويتركز بشكل أساسي على العميل المستهلك ومدى إعجابه بالسلعة المعروضة، وعلى قدرة صاحبها على إقناعه بها وجذبه إليها، وكل ذلك يدور في فلك رسم علامة تجارية ذات بصمة خاصة.

ثالثاً: تعريف الدكتور صلاح زين الدين للعلامة التجارية:

ويُعَرّف الدكتور صلاح زين الدين العلامة التجارية بقوله أنها: "عبارة عن حروف أو رسوم أو علامات أو خليط من هذه الأشياء ذي صفة فارقة، وعلى شكل يكفل تميّز بضائع صاحبها عن بضائع غيره من الناس" (زين الدين، 2015).

ويرى الباحث أنّ التعريف الوارد هو تعريف شبه دقيق، حيث يصف العلامة التجارية بأنها تشكيلة من الحروف والرموز والأرقام والعلامات وقد تكون أحدها أو خليط منها جميعاً، فالأصل اختيار صاحب العلامة لوصف جديد ومميز يقيه من خطر الاختلاط مع علامة أخرى، وبالتالي الدخول في دائرة الصراع على التشابه والتقليد والذي يُعَدّ جزءاً من منازعات العلامات التجارية التي سيتطرق لها الباحث في الفصل الثاني من هذه الدراسة.

رابعاً: تعريف الدكتور محمد الصادق للعلامة التجارية:

وبالنسبة للدكتور محمد الصادق فيرى بأنّ العلامة التجارية هي: "كل إشارة أو بصمة أو علامة مميزة يضعها التاجر على بضاعته من أجل تمييزها عن بضاعة غيره من التجار والتي تكون مماثلة لها، وذلك بهدف وضع المستهلك في خيار ما بين الاقدام على شرائها أو شراء غيرها" (الصادق، 2011).

ويرى الباحث أنّ الدكتور الصادق يُقَدّم من خلال هذا التعريف شيئاً جديداً وهو في رغبته في وضع المستهلك بين خيار الامتثال للعلامة الأجمل وشراء منتجها حتى ولو كان ذي جودة منخفضة، وبين شراء العلامة المميزة والمستقلة كلياً والتي تكون رمزاً لمنتج ذي جودة عالية، فالصراع الذي سيدور في نفس المستهلك هو ما يجري التركيز عليه في الوقت الراهن.

خامساً: تعريف الدكتور عبد الوهاب عرفة للعلامة التجارية:

يركّز الدكتور عبد الوهاب بشكل أكبر ولافت على مسألة العلامة التجارية المشهورة وليس فقط العلامة التجارية العادية، بحيث يرى أنّ هذه العلامة هي: "العلامة التي تكون معروفة من قِبَل شريحة كبيرة من المستهلكين، وَبِسُمْعة ودِعاية لافتة وواسعة النطاق، وبانتشار واسع وثابت في السوق المحلي والعالمي" (عرفة، 2003).

وبناء على هذه التعاريف، فيمكن تعريف العلامة التجارية من وُجْهَة نظر الباحث بأنها: كل علامة فارقة ومميزة تجعل من بضائع أو منتجات أو خدمات شخص معيّن بمثابة بصمة خاصة له، وتجعل منتجاته متميزة بشكل واضح عن منتجات أو سلع غيره المتماثلة معه، لتقع مسألة الجودة والاتقان مصيراً متعلقاً بها، وليعطي المستهلكين الفرصة لاختيارها أو اختيار غيرها بما يُرضي متطلباتهم وشغفهم".

الفرع الثاني: تعريف العلامة التجارية تشريعياً:

أولاً: تعريف العلامة التجارية في قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952:

تُعَرّف العلامة التجارية بحسب هذا القانون على أنها: "أية علامة استعملت أو كان في النية استعمالها على أية بضائع، أو فيما له تعلق بها للدلالة على أنّ تلك البضائع تخص صاحب العلامة التجارية بحكم صنعها أو انتخابها أو الشهادة أو الاتجار بها أو عرضها للبيع".[1]

وباستقراء وتحليل النص السابق، فقد تبيّن للباحث أنّ لهذا التعريف عدّة نقاط قوة وضعف، فبالنسبة لنقاط القوة، فقد بيّن المشرّع الأردني أنّ العلامة التجارية هي العلامة يتم استعمالها و/أو كان في النية استعمالها،

[1] أنظر المادة (2) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952، وعلى سبيل المقارنة، وبالرجوع للقانون المصري رقم 57 لسنة 1939 الخاص بالعلامات والبيانات التجارية والمنشور في الجريدة الرسمية المصرية في العدد 69 وعلى الصفحة رقم 1 وذلك بتاريخ 1939/7/13؛ فقد بيّن في نص المادة الأولى منه أنّ العلامة التجارية هي: "تعتبر علامات تجارية الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً والإمضاءات والكلمات والحروف والأرقام والرسوم والرموز وعناوين المحال والدمغات والأختام والتصاوير والنقوش البارزة وأية علامة أخرى، أو أي مجموع منها إذا كانت تستخدم أو يراد إن تستخدم في تمييز منتجات عمل صناعي أو استغلال زراعي أو استغلال للغابات أو لمستخرجات الأرض أو أية بضاعة للدلالة على مصدر المنتجات أو البضائع أو نوعها أو مرتبتها أو ضمانها أو طريقة تحضيرها أو للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات". واستناداً إلى نص المادة السابقة يرى الباحث أنه تم ذكر جملة وأية علامة أخرى، وبالتالي فإن هذا التعريف يفتح المجال لاستيعاب كافة العلامات الجديدة التي تتطور مع تطور الزمن وبالتالي ينسجم هذا التعريف مع تغيرات الزمن وتطور التكنولوجيا فيتم تسجيل العلامات التقليدية وغير التقليدية.

وبذلك يكونُ النصُّ شاملاً لكافة العلامات التي استعملت أو كان بالنية استعمالها، وموفقاً في ذلك على الرغم من صعوبة إثبات نية الاستعمال، ولكن البينة على من ادعى[1]، أما بالنسبة لنقاط الضعف، فتكمن في أنّ المشرّع قد ذكر كلمة البضائع وهنا استثنى علامة الخدمة (زين الدين، 2015؛ الخولي، 2012)[2]، وأنه حصر العلامة التجارية فقط بالبضائع والمنتجات دون غيرها، مع أنه الخدمات تُعد جزءاً من عناصر أية مؤسسة قائمة على التعامل مع الأفراد، وأنّ علامة هذه الخدمات هي مثال للعلامات التجارية، ثم أنّ المشرّع قد ذكر في التعريف العلامة التي تخص صاحبها بحكم صنعها أو الاتجار بها، وهذا ليس كافياً، فقد يقوم أي شخص بسرقة المنتجات وبيعها على أنه مالكها، وبالتالي يدّعي أيضاً ملكية العلامة، لذلك فإنّ التعريف الوارد هو تعريف واسع وفضفاض (مبارك، 2006)، وأنه لا بدّ من ضبط مفرداته بشكل أفضل.

ثانياً: تعريف العلامة التجارية في قانون علامات البضائع رقم 19 لسنة 1953:

يقصد بالعلامة التجارية بحسب هذا القانون: "كل علامة تجارية مسجلة في سجل العلامات التجارية بمقتضى قانون العلامات التجارية لسنة 1952 وتشمل كل علامة تجارية محمية قانوناً في أي بلد تسري عليها أحكام المادة (41) من القانون المذكور سواء أكانت تلك العلامة مسجلة أم غير مسجلة".[3]

ويتلاحظ للباحث من جرّاء استقراء النص السابق بأنّ النص قد أشار إلى العلامة التجارية التي يجري تسجيلها بمقتضى القانون رقم 33 لسنة 1952، فضلاً عن اعتباره كل علامة تجارية مسجلة بالسجلات حسب القانون المشار إليه وكذلك العلامات الأجنبية المحمية بالدول الأخرى، وبغض النظر أكانت مسجلة أم لا، ولِيُشير الباحث إلى موطن الضعف الموجود في هذا التعريف والذي يكمن في أنّه لم ينص صراحة على العلامات غير التقليدية، بل ذكر أي علامة يتم تسجيلها وبالإمكان تسجيلها بالسجلات، والعلامات التي يجري تسجيلها هي العلامات المشهورة والمعروفة، بينما قد تكون بعض العلامات التقليدية وجزء كبير من العلامات غير

[1] نصّت المادة (76) من مجلة الأحكام العدلية لسنة 1876 على: "البيّنة على من ادعى واليمين على من أنكر".

[2] المقصود بعلامة الخدمة هي الاشارة التي يستخدمها مقدم خدمة معينة لتمييز الخدمات التي يتعاطى بها عن الخدمات المقدمة من الاخرين.

[3] أنظر نص المادة (2) من قانون علامات البضائع الأردني رقم 19 لسنة 1953، وبحسب المادة (2) من تعليمات رقم 3 لسنة 2021 الخاصة بأجور الخدمات في مؤسسة المواصفات والمقاييس الأردنية لسنة 2021 والمنشورة في الجريدة الرسمية الأردنية في العدد 5740 وعلى الصفحة رقم 3530 وذلك بتاريخ 2021/9/1 فقد عرّفت العلامة التجارية بأنها: "أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره".

التقليدية بعيدة عن تسجيلها في السجل التجاري، فلذلك كان الأفضل عدم ترك النص عاماً بل تخصيصه بما يتناسب والطبيعة القانونية القائمة في البلد أو الدولة الصادر فيها التشريع.

الفرع الثالث: تعريف العلامة التجارية قضائياً:

لم يصدر عن القضاء الفلسطيني أي حكم يقوم على تعريف العلامة التجارية، أو تبيان الغرض منها، لذلك وبالنظر إلى محاكم الدول العربية، فقد قام القضاء الأردني بتبيان الفكرة الرئيسية للعلامة التجارية في بيان إلى طبيعتها والغرض منها، ويُمكن القول أنّه يُعدّ بمثابة تعريف غير مباشر للعلامة، فقد صَدَرَ عن محكمة التمييز الأردنية حكم مفاده أنّ: "العلامة التجارية تعتبر جزءاً هاماً من المحل التجاري يميز من خلالها التجار السلع والخدمات المقدمة من قبلهم حماية لحقوقهم ومصالحهم وقد شرع المشرع الأردني في قانون العلامات التجارية سبلاً لحمايتها بل أجاز لأصحاب العلامة التجارية اتخاذ إجراءات تحفظية وقائية استعجالية إثباتاً لأي اعتداء على علاماتهم التجارية ومنعاً لمظاهر الاعتداء عليها بصورة مؤقتة لحين فصل محكمة الموضوع في أصل النزاع...".[1]

أما عن محكمة النقض المصرية، فقد بيّنت في حكم سابق لها أنّ: "الغرض من العلامة التجارية وبحسب القانون رقم 57 لسنة 1939 هو في كوْنِها وسيلة لتمييز المنتجات والسّلَع، ويتحقق هذا الغرض بالمغايرة بين العلامات التي تُسْتخدم في تمييز سلعة معينة بحيث يرتفع اللبس بينها، ولا يقع جمهور المستهلكين في الغلط والتدليس، ومن أجل ذلك وجب لتقرير ما إذا كانت للعلامة ذاتية خاصة متميزة عن غيرها النظر إليها في مجموعها لا إلى كل من العناصر التي تتركّب منها...".[2]

ويرى الباحث أنّه وإنْ لم يضع القضاء المقارن وحتى الفلسطيني أحكاماً قضائية في تعريف العلامة التجارية بشكل مباشر، إلّا أنه يُستفاد من تحليل الحُكْمَيْن السابِقَيْن أنّ للعلامة ميّزتيْن مُهِمّتيْن، الأولى في كونها

[1] راجع في ذلك حكم محكمة التمييز الأردنية في القضية الحقوقية رقم 2022/6677 والصادر بتاريخ 2023/6/20 والوارد لدى موقع قسطاس: يُسْر المعرفة القانونية.
[2] راجع في ذلك حكم محكمة النقض المصرية في الطعن الحقوقي رقم 5693 لسنة 65 قضائية والصادر بتاريخ 2002/5/14 والوارد لدى: المكتب الفني س53 ع2 ق125 ص649.

وسيلة ناجعة في فصْل المنتجات المتشابهة عن بعضها وبالتالي تجنب وقوع المستهلكين في مغبّة الخلط أو الغلط أو التضليل، والثانية في أنّها تُعدّ بكافة مكوناتها بمثابة وحدة واحدة، لا يُمكن فصل إحداها عن الأخرى، فتكوين العلامة بكافة عناصرها هو ما يُساعد على وجودها وثباتها وانتشارها، وبالتالي حق صاحبها في تكوين الحماية القانونية لها.

المطلب الثاني: طبيعة العلامات التجارية وأسس التعامل بها

يناقش الباحث في هذا المطلب الطبيعة الخاصة للعلامة التجارية، سواء من الناحية الاقتصادية والتي يوجز فيها أهم التحدّيات التي تواجه العلامة التجارية وطريقة تسويقها للمنتج الذي تدل عليه أو بلغة أخرى المنتج المطبوعة عليه، أو من الناحية القانونية التي يُعالج فيها الباحث موقف وحق صاحب العلامة في حماية علامته من التزوير أو التقليد أو التشابه، والذي سيكون باباً لمسألة قيام تنازع بشأن الاعتداء على العلامة الخاصة بصاحِبِها، ومن ثم عرض التنازع على قضاء التحكيم للفصل فيه وذلك في الفرع الأول، أما في الفرع الثاني فيناقش الباحث الأسس القائمة في كيفية التعامل بالعلامة التجارية من ناحية معرفة تقسيماتها باختصار وطرق حماية كل نوع منها، وذلك فيما يلي:

الفرع الأول: الطبيعة الخاصّة للعلامة التجارية:

أولاً: الطبيعة الاقتصادية للعلامة التجارية:

تُحَقّق العلامة التجارية نَقْلَةً اقتصاديّة نوعيّة في البلد الذي تنتشر فيه، فهي بكافة مكوناتها عبارة عن كَيَان قائم على فكرة الترويج الواسع للمنتج أو السلعة أو حتى الخدمة، وكيفية جذب أكبر عدد من المستهلكين لشرائها، وذلك من أجل العمل على تحقيق قفزة نوعية ودرجة ربح مناسبة لِصاحبها، وبالتالي تحفيز الاقتصاد وتطوّر عجلته (شتاتحة، 2019؛ شنيني، 2019؛ العبيدي، 2014).

ولا تقف حدود أهمية العلامة التجارية عندَ صاحِبِها (أي مالك المؤسسة مقدمة المنتج أو الخدمة) فحسب، بل تمتد آثارها لتشمل المستهلك نفسه، وحتى المُوَزّع القائم على تسويق المُنْتَج حامل هذه العلامة، ففيما يلي يذكر الباحث أهم الآثار الإيجابية التي تعود على صاحب العلامة والمستهلك، والموزع على حدّ سواء.

1- بالنسبة لصاحب العلامة التجارية (مالِكِها):

وهو مُؤسّس ومبتكر المُنْتَج حامل العلامة التجارية، فَيُعَدّ هذا الشخص مالكاً للعلامة التجارية من جهة، وللمُنْتَج أو الخدمة من جهة ثانية، وحيث أنه هو أيضاً من قام بابتكار العلامة التجارية المطبوعة على المُنْتج، أو المُسَوّقة للخدمة التي يُقَدّمها؛ فله بذلك التمتع بآثارها وتلمّس منفعتها لأبعد الحدود، لكن شريطة أن يكون قد أتمّ إجراءات تسجيل علامته التجارية بالشكل القانوني السليم، وإلّا فإنّ الآثار الإيجابية التي لا بدّ من اكتسابها من شهرة أو نشاط علامته سوف تنقلب إلى آثار سلبية، ستؤدي حتماً لحدوث تضارب سيء بين علامته وعلامات غيره، وبالتالي تضليل الجمهور، وإحجامهم عن تقبل علامته أو شراء منتجاتها (المقتفي، بلا تاريخ)[1]، فهو وبعد امتثاله للشروط القانونية وباستخدامه علامة تجارية جديدة مبتكرة ومستقلة يكون قد اكتسب جزءاً لا بأس به من أجزاء السوق ألا وهو المستهلك، فالترويج للمُنْتَج أو الخدمة وكونه مصحوباً بعلامة تجارية مبتكرة وغير تقليدية يجعل لدى المستهلك قناعة داخلية على كوْن أنّ هذه المنتجات أفضل من غيرها، وبالتالي يُقْدم بشكل أو بآخر على شرائِها، هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإنّ وضع صاحب العلامة لعلامته المبتكرة على منتجاته يضمن عدم حدوث أي لُبْسْ أو التباس أو تضليل بين جمهور المستهلكين الذين يرغبون دائماً في الحصول على أفضل المنتجات وبأسعار مناسبة، فهنا يأتي دور صاحب العلامة في استخدماه لعلامة مُمَيّزة، ليضمن عدم خداع المستهلكين، وبالتالي كسب ثِقَتِهم، ثمّ إقدامهم على

[1] تنص المادة (6) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952 على: "كل من يرغب في أن يستقل في استعمال علامة تجارية لتمييز البضائع التي هي من إنتاجه أو صنعه أو انتخابه أو مما أصدر شهادة بها أو البضائع التي يتجر أو التي ينوي الاتجار بها يمكنه أن يطلب تسجيل تلك العلامة وفقاً لأحكام هذا القانون "، وبموجب ذلك وتطبيقاً لمسألة أهمية التسجيل لعدم حدوث منافسة غير مشروعة أو تعدي على العلامة، وبالتالي تضييع المستهلكين وتشتيتهم؛ فقد صدر من محكمة النقض الفلسطينية بِصِفَتِها الإدارية حكم في الطعن الحقوقي رقم 2020/26 والصادر بتاريخ 2022/3/2 والذي بيّنت في جزء منه أنَ: "أمّا بخصوص باقي أسباب الاستئناف فهي تنصب حول مخالفة المادة 6 و7 و8 و25 من قانون العلامات التجارية وعدم اعمال مبدأ الحماية للعلامة التجارية، وأنّنا وبإمعان التدقيق في الأوراق المقدمة مرة اخرى فإن المحكمة تؤكد على ما سبق وسطرته بالبند ثالثاً/3 من هذا الحكم كما وتبين أنه في حال النظر الى عناصر كل علامة تجارية سيكون هناك فروق عديدة تتيح أنْ يستقل كل طرف بِعَلامَتِه، حينها سينشأ منافسة غير محقة، وسيكون هناك غش للجمهور، وَلُبْس على المستهلك من أجل معرفة المصدر الحقيقي للبضائع التي اقتناها شراءً أو غير ذلك، وعلى هذا الأساس كان الاجتهاد بأن يكون النظر للفكرة الرئيسية للعلامة التجارية وليس للتفاصيل...".

شراء المنتج أو التمتع بالخدمة، ليتحقق غرضه في الحصول على درجة الربح التي يسعى لها في وقت وجهد قليليْن (حواس و حواس، 2021).

ولا تقف حدود استفادة صاحب العلامة عند هذا الحد، بل يستفيد هذا الأخير أيضاً في بناء الثقة الكبيرة في صفوف المستهلكين الذين تكوّنت لديهم القناعة الذاتية بفضل المنتجات الحاملة للعلامة التجارية غير التقليدية والجديدة، وبأنها متميّزة عمّا يُشبِهُها من منتجات مماثلة لها، وأنّ هذا المُنْتَج أفضل من غيره، حتى ولو كان ثمنه أعلى بقليل، فتكوين الثقة يجعل المستهلكين على رغبة بتكرار شراء المُنْتَج بشكل مستمر، ودفع ثمنها، وتفضيلها على غيرها، لِيَسهل في نهاية الأمر على صاحبها الترويج لها بالشكل المطلوب.[1]

ولا يُمكن إغفال مسألة المخاطرة التي يشعر بها صاحب العلامة التجارية عند طرحه لعلامته في السوق، وخاصة إنْ كانت علامته تحمل منتجات يتوافر منها الكثير، ولديها سمعة طيّب في صفوف المستهلكين، فهنا يأتي دوْر الأول في تعزيز الشعور الإيجابي في نفوس المستهلكين بأنّ المُنْتَج الجديد أفضل من غيره من المنتجات الموجودة، وأنه قادر على المنافسة بتقديمه أقوى وأفضل جودة، وبأسعار مقبولة، فالفائدة التي تعود على صاحب العلامة في كونه سيستطيع الدخول في غمار منافسة اقتصادية مهمة، تجعل من مُنْتَجِهِ أو خدمته وعلامته بمثابة عناصر لا يُمكن لأي مستهلك نسيانها أو الاستغناء عنها، ثم في كوْنه سيقطع الطريق أمام حدوث أي عمل من أعمال المنافسة غير المشروعة والتي يقوم بها البعض في إطار استغلالهم غير الشرعي وغير القانوني لشهرة علامة تجارية، ليقوموا بتسويق مُنْتَجاتِهم من خلالها، فشهرة العلامة تكون بحد ذاتها أداة من أدوات حمايتها (الشواورة، 2017؛ سلامة، 2015).

2- بالنسبة للمستهلك (من يقوم بشراء المُنْتَج حامل العلامة):

تُفيد العلامة التجارية المُسْتهلك في قدرته على تحديد المُنْتَج الأفضل وذي الجودة العالية عند اقدامه على شراء المنتجات التي تتشابه فيما بينها (هواري و آخرون، 2013)، فمثلاً، إذا رغب المُستهلك في شراء قارورة

[1] تنص المادة (7) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952 على العلامة التي تبني الثقة لدى جمهور المستهلكين، والتي تكون مستحقة للحماية، فهي وبحسب المادة: "العلامة الفارقة أي الموضوعة على شكل يكفل تمييز بضائع صاحبها عن بضائع غيره من الناس".

مياه معدنية، فأوّل خطوة يتّخِذُها المستهلك تكمن في إقدامه على شراء القارورة التي تحمل العلامة التجارية المشهورة، والتي لاقت من قِبَلِه استحساناً كبيراً، أي أنّه اقتنع بها في البداية، ثم وَجَدَ أنها منتشرة بكثرة، فَيُقْدِم حينها على شرائها دون الحاجة للسؤال عنها، أو حتى التردّد في ذلك (الصيفي، 2018).

ومن الإيجابيات التي تحملها العلامة التجارية للمُسْتهلك وهو في كَوْنها تساعد في خَلْقْ نوع من الطمأنينة والرضا عند الاقدام على شراء المُنْتج صاحب العلامة دون وجود فكرة التخبّط أو الضلالة من جِهَتِه، فقد تكوّنت لديه قناعة تامة في أنّ هذه العلامة أفضل من غيرها، وأنّ المُنْتج أفضل من غيره، فَيُقْدِم على الشراء دون تفكير أو تردد، وبالتالي يُوفر جهداً ووقتاً كبيرين (الرشدان، 2009).

ولعل أهم ما في الأمر هو في كَوْنْ أنّ المستهلك يستطيع من خلال العلامة التجارية أنْ يُمَيّز بين مُنْتَج وآخر، أو بين خدمة وأخرى بسهولة تامة، فمثلاً تدل علامة KFC على محل لبيع الوجبات السريعة التي يحتل الدجاج العنصر الرئيسي فيها، وكذلك تدل علامة Paltel على أنّها تتبع شركة الاتصالات الفلسطينية الوحيدة التي تُقَدّم خدمات الهاتف والانترنت وغيرها، لذلك فالتمييز السريع بين المُنْتَجات أو الخدمات يُكسب المستهلك قناعة ذاتية وفكر بنّاء حول أهمية هذه العلامة، وموقعها بين العلامات الأخرى التي تقدّم نفس الخدمة، أو تدل على نفس المُنْتَجات (متولي، 2019).

3- بالنسبة للمُوَزّع:

والمقصود بالموزع هنا المحل أو المتجر أو تاجر التجزئة الذي أخذ على عاتقه التوكل ببيع منتجات علامة تجارية معيّنة، كالشركات التي تتولى بيع منتجات شركة عالمية ما، أو التاجر الذي يستورد بشكل حصري منتجات شركة صاحبة علامة تجارية مشهورة، فهذا الشخص يُمكن أن يستفيد هو الآخر من السمعة الإيجابية الطيّبة التي تحملها العلامة التجارية التي يقوم على توزيع منتجاتها، أو تسويق خدماتها[1]، فهو كذلك له

[1] تُعرّف المادة (1) من قانون رقم 2 لسنة 2000 بشأن تنظيم أعمال الوكلاء التجاريين والمنشور في الوقائع الفلسطينية في العدد 32 وعلى الصفحة رقم 92 وذلك بتاريخ 2000/1/16 الوكيل التجاري بأنه: "الشخص الطبيعي أو الاعتباري والذي له الحق بموجب اتفاقية في بيع أو توزيع أو ترويج السلع والمنتجات أو توفير الخدمات في فلسطين لحساب منتج أو مورد مقابل عمولة أو هامش ربح".

نصيب إيجابي في كونه سيكون له هو الآخر سمعة جيّدة بين غيره من التجار، وخصوصاً أنه يقوم على تسويق وبيع منتجات شركة مشهورة ذات علامة تجارية واسعة سواء أكانت وطنية أم عالمية، فضلاً عن أنه سيحتل مكانة مهمة لدى المستهلكين الذين سيفضّلون التعامل المباشر معه كونه ربما يكون الممثل الوحيد لمنتجات الشركة الأم في وطنهم، أو أنهم يفضّلون منتجات هذه الشركة حتى ولو لم يكن لديهم تواصل مباشر مع الموزع أو التاجر المتولّي توزيع منتجاتها، أو تقديم خدماتها، لذلك فإنّ الموزع سيكون نقطة الوصل بين المستهلكين والشركة الأم بشكل كامل (الحميزي، 2013؛ الحسن، 2011)، وسيكون له نصيب من الأرباح مقابل قيامه ببيع منتجات الشركة، وتسويقها لأبعد الحدود، وهو أيضاً سيتفوّق على غيره من التجار موزعي التجزئة إذا ما استخدم علامة تجارية مهمة جداً وذات استقطاب واسع من عدد كبير من المستهلكين، حيث أنّ معدّل بيعه سيكون عالياً، وتعاملاته التجارية ستكون كبيرة (حواس و البز، 2019).

وإذا حَمَلَ تاجر التجزئة أو الموزع من خلال متجره عدّة علامات ذات سمعة تجارية طيّبة، وذات انتشار واسع؛ فإنّه كذلك سَيَتَمَتّع هو الآخر بالعديد من المزايا والتي يكون من أبرزها قدرته على المنافسة مع غيره من تجار التجزئة، وتربعه على عرش التجار ذوي السمعة الحسنة والتوريدات التجارية الكبيرة، وبالتالي قدرته على عقد الكثير من الصفقات التجارية الرابحة والتي تشكل بالنسبة له انطلاقة كبيرة نحو تعظيم فرص الربح والمنافسة والدخول القوي في السوق بالشكل الذي يريد، وبحسب الغاية التي يتمنّاها (الصيرفي، 2020).

ويُشير الباحث إلى أنّ تاجر التجزئة والذي يُعدُّ بمثابة وكيل تجاري عن التاجر الرئيسي صاحب العلامة التجارية، فيكون لهذا الأخير أن يعين الأول وكيلاً ينوب عنه فيما يتعلق بتلك العلامة التجارية، أي بكل ما يتعلق بها من أمور قانونية من تسجيل وشطب وإدارة وغيرها، وذلك بإرساله إلى المسجل تفويضاً بهذا الشأن موقعاً منه وفقاً للنموذج المختص المدرج في الذيل الثاني الملحق بهذا النظام أو بأية صيغة أخرى يرى المسجل أنها تفي بالغرض، على أنه إذا عيّن صاحب العلامة التجارية المسجلة وكيلاً كهذا يعتبر تبليغ ذلك

الوكيل أي مستند يتعلق بتلك العلامة التجارية تبليغاً للشخص الذي عينه ويجوز أن ترسل للوكيل الموكل إليه جميع المخابرات الواجب إرسالها إلى ذلك الشخص فيما يتعلق بالعلامة التجارية المذكورة.[1]

وهذا ما أكدت عليه محكمة العدل العليا الفلسطينية في أحد أحكامها، حيث جاء فيه: "نجد أنّ مسجّل العلامات التجارية قد جانبه الصواب وخالف القانون، لأنه يجوز لطالب التسجيل بمقتضى المادة العاشرة من نظام العلامات التجارية الأردني رقم 1 لسنة 1952 والساري في الضفة الغربية أنْ يُعيّن وكيلاً عنه لإتمام كافة إجراءات التسجيل، وغيرها من المعاملات الخاصة به، وأنه طبقاً لذات المادة يُمكن أن يكون الوكيل محامياً، أو وكيل مسجّل في سجل وكلاء امتيازات الاختراعات والرسوم، وبالإجمال فطالب التسجيل هو أي شخص هيئة يكون صاحب مشروع اقتصادي يطلب تسجيل علامته في دولة فلسطين بذاته، أو بواسطة وكيل عنه أيّاً كان هذا الوكيل..." (المقتفي، بلا تاريخ).[2]

ويرى الباحث بأنّ الموزّع أو تاجر التجزئة أو الوكيل للعلامة التجارية قد يكون شخصاً طبيعياً وهذا هو الأكثر شيوعاً، وقد يكون شخصاً اعتبارياً كشركة أو هيئة، وسواء أكان شخصاً طبيعياً أم اعتبارياً فإنّ آثار استقطابه لمنتجات العلامة التجارية وبيعه إياها ودخوله السوق من هذا الباب؛ أهمية بالغة في قدرته على استيعاب حاجات ومتطلبات السوق، وكذلك حاجات ورغبات المستهلكين، وأنّ عليه التركيز على عنصر المستهلكين الذين سيكون لهم الفضل في قدرته على الاستمرار في حمل العلامة التجارية وتقديم منتجاتها وخدماتها، أو في التوقف وخسارة العلامة وَرُوّادِها.

الفرع الثاني: أسس التعامل بالعلامة التجارية وقواعد حمايتها:

يستعرض الباحث في هذا الفرع أنواع العلامات التجارية التي ينتشر وجودها بين علامات تقليدية وغير تقليدية، وذلك من خلال الإشارة باختصار لكل نوع منها، ليقوم بالتركيز بشكل أساسي على طرق حماية هذا

[1] أنظر المادة (10) من نظام العلامات التجارية الأردني رقم 1 لسنة 1952.

[2] راجع في ذلك حكم محكمة العدل العليا الفلسطينية في الدعوى الإدارية رقم 2012/89 والصادر بتاريخ 2013/4/15.

النوع من العلامة، وذلك في إشارة لنقطة الانطلاق نحو التوجه لحل كافة المنازعات الناشئة من جرّاء مخالفة قواعد الحماية الخاصة بالعلامة، وذلك على النحو التالي:

أولاً: التعامل بالعلامات التقليدية:

تُقسم العلامات التقليدية إلى الأقسام والفروع التالي:

1- علامات السّلَع: وهي التي تقسم بدورها إلى قسمين:

القسم الأول: العلامة الصناعية:

وهي العلامة التي تستخدم لتمييز المنتجات الصناعية التي تعود إلى الصانع أو المنتج عن منتجات غيره المماثلة له في الأصناف، مثل علامة مرسيدس الخاصة بالسيارات، علامة شارب الخاصة بالأجهزة الكهربائية، علامة Samsung الخاصة بالأجهزة الالكترونية، وغيرها (لقليب، 2021؛ الغمري، 2015).

القسم الثاني: العلامة التجارية:

وهي العلامة التي يستخدمها الوكلاء التجاريين أو تجار التجزئة لتمييز البضاعة أو المنتجات التي يقومون ببيعها عن غيرها من المنتجات المماثلة لها، فهذه العلامة تكون محصورة باستخدام تجار التجزئة الذين يستوردون بضاعة معينة تحمل علامة تجارية معينة، فيستخدمون هم بدورهم علامة تجارية تساعدهم على إقامة تمييز بين منتجاتهم ومنتجات غيرهم المتماثلة (القليوبي، 2007).

2- علامة الخدمة

وهي العلامة التي تستخدم في تمييز خدمة معينة عن غيرها من الخدمات، كخدمات شركات الطيران، أو خدمات الفنادق والمطاعم، أو خدمات شركات الاتصالات، أي بمعنى آخر هي العلامة التي تُشير بشكل رئيسي للخدمة الخاصة بالشركات والهيئات، أو للخدمات التي يُقَدّمها مشروع معين، سواء أكان تجارياً أم غير تجاري (الصادق، 2011).

ثانياً: التعامل بالعلامات غير التقليدية:

تتعدد العلامات غير التقليدية، فهي متنوعة وكثيرة، وقد برز أغلبها في ضوء التطور الذي تشهده أحكام الملكية الصناعية في الوقت الحاضر، لكنّ الباحث يركز في هذ الإطار على علامات الحواس باعتبارها علامات جديدة مبتكرة وغير تقليدية، وقد بدأت تنتشر بشكل كبير، وعلى نطاق واسع، وهذه أبرز الأمثلة على علامات الحواس:

في البداية، وقبل توضيح أنواع وأشكال علامات الحواس، يُمكن تعريف هذه العلامات بأنها العلامات التي يستخدم فيها ما يتم به إثارة الحواس من صوت أو رائحة أو لون أو شكل، فهي تقوم على تحريك حواس المستهلك وتلتصق بذهنه، وَتُكَوّن لديه فكرة ترتبط مع هذه العلامة بحيث يبني ثقته أو عدم ثقته بها بناء على ما شعر به أو أحسّه منها (الجزازي، 2016).

وبشكل مختصر، فإنّ لعلامات الحواس عدّة أشكال وأنواع، وهي:

أ. علامة اللون

العلامة التجارية قد تكون ملونة، وبالتالي يكون اللون جزءاً منها فتعد علامة تقليدية، وقد يكون اللون لوحده مميزاً، فتكون علامة تجارية غير تقليدية قائمة بحد ذاتها، والأصل عدم الخلط بين "العلامة التجارية" وملكية اللون، فإذا كان اللون لوحده بمثابة علامة تجارية قائمة بحد ذاتها؛ فهنا يعود اللون باعتباره علامة تجارية كاملة لمالكه أي الشخص الذي قام بابتكاره، أمّا إنْ كان اللون جزء من العلامة، ولو فصل اللون عن العلامة وبقي اللون لوحده لم يكتسب صفة التمييز والابتكار فهنا تكون العلامة علامة تجارية تقليدية وليست علامة لون، بينما إذا كان اللون لوحده علامة تجارية فهنا هذه العلامة التجارية مبتكره ومميزه بحد ذاتها (الفوزان، 2012).

وبرجوع الباحث لقانون العلامات التجارية الأردني الساري في الضفة الغربية، فإنّه يجوز أن تقتصر العلامة التجارية كلياً أو جزئياً على لون واحد أو أكثر من الألوان الخاصة وفي مثل هذه الحالة يأخذ المسجل أو

المحكمة بعين الاعتبار لدى الفصل في الصفة الفارقة لتلك العلامة التجارية كون العلامة التجارية مقتصرة على تلك الألوان أما إذا سجلت علامة تجارية دون حصرها في ألوان خاصة فتعتبر مسجلة لجميع الألوان.[1]

وحول حماية اللون الخاص بالعلامة التجارية، فيجب ومن أجل اكتساب اللون للحماية المطلوبة أن يقوم مالك العلامة بتسجيل علامته دون تحديد لون محدد لها، فهو انْ قام بذلك سيكون قد حَصَرَ علامته بلون واحد، فالأفضل عدم تحديد لون ليُصار إلى حماية العلامة من الاعتداء عليها بشكل كامل بغض النظر عن لونها، أي أنّ الحماية تكون شاملة للعلامة التجارية ككل، لكن وبالرجوع للقانون الساري في الضفة الغربية، فإنّ تحديد شكل العلامة التجارية ولونها بشكل دقيق يساعد في توفير الحماية لها بشكل أكبر، ثم في زيادة فرصة عدم تقليدها أو تزويرها، وتكون العلامة واضحة للجمهور والمستهلك، وبالتالي تجنب وقوعهم في الغش والتضليل، فضلاً عن تثبيت استقلالية صاحب هذه العلامة لعلامته، وتقليل فرصة الاعتداء عليها بالتزوير أو التشابه أو التقليد، ولا يكون أمام مالك العلامة دائماً إلّا القيام بتسجيلها لضمان إحاطتها بالحماية المطلوبة.[2]

فعندما يرغب صاحب علامة تجارية بتسجيل علامته التقليدية ففي الأغلب يتم تسجيل العلامة ((محبوبي، 2015)؛ (عبد القادر، 2015)[3] باللون الأبيض والأسود لأنه بذلك يستطيع استخدامه في أي لون (المنظمة العالمية للملكية الفكرية، 2021؛ قسطاس، بلا تاريخ)[4] دون أن يعد ذلك انتهاكاً أو تعدي يترتب عليه أية مسائلة قانونية.

---

[1] أنظر نص المادة (4/7) من قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952.

[2] تنص المادة (26) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952 على: "مع مراعاة أية قيود وشروط مقيدة في السجل فإن تسجيل شخص مالكاً لعلامة تجارية يخول ذلك الشخص الحق في أن يستعمل مستقلاً تلك العلامة التجارية الموجودة على البضائع التي سجلت من أجلها أو على ما له تعلق بها وذلك إذا كان التسجيل قانونياً، على أنه إذا كان شخصان أو أكثر مسجلين مالكين لعلامة تجارية واحدة (أو علامة كثيرة التشابه بها) عائدة لذات البضائع لا يحق لأي منهم أن يستقل باستعمالها بموجب ذلك التسجيل (إلا بقدر ما عينه له المسجل أو عينته له محكمة العدل العليا من الحقوق) وعدا ذلك يكون لكل منهم الحقوق ذاتها كما لو كان هو الوحيد المسجل مالكاً لتلك العلامة".

[3] يكمن الفرق بين الشعار والعلامة في أنّ الشعار يرمز إلى الشركة أو الجهة المنتجة، وليس إلى المنتج أو الشيء الذي يتم إنتاجه، فالشعار يرمز إلى شخص ما أو مؤسسة ما أو شركة ما، بينما تعدّ العلامة التجارية بمثابة الصورة التي يبنيها الزبائن في ذهنهم نتيجة لاستخدام هذا المنتج والتعامل مع الشركة فهو يميز المنتج عن غيره من المنتجات....

[4] جاء في حكم لمحكمة صلح جزاء غرب عمان في القضية الجزائية رقم 2015/2710 والصادر بتاريخ 2018/2/15 قولها بشأن تسجيل العلامة بلون أو ألوان مُحَدّدة أنّ: "العلامة التجارية اذا سجلت بالأبيض والأسود يكون مجال حمايتها أوسع من حيث تحديد الألوان، أما عدم تحديد الألوان أو تسجيلها بعدّة ألوان قد يُثير شكوكاً واشكالات بشأن حمايتها".

ب. علامة الرائحة

يمكن تعريف علامة الرائحة بأنها: "علامة لا يمكن الوصول إليها أو إدراكها عن طريق حاسة النظر، بل عن طريق حاسة الشم، فالتجار أو المصنعون يستخدمونها لتمييز بضائعهم ومنتجاتهم وربطها بذهن المستهلك عن طريق حاسة الشم، فتكون الرائحة بحد ذاتها دليلاً على أنّها تعود لهذا المنتج أو الشركة أو المصنع، وبالتالي تعدّ علامة تجارية يُمكن من خلالها تمييز منتجات شركة أو مؤسسة عن باقي المنتجات أو الخدمات التي تشبهها" (حواس و البز، 2019).

وفيما يخص الحماية القانونية لعلامة الرائحة، وحيث أنه وبالرجوع للقوانين ذات الصلة "محل الدراسة"، فإنّ قانون العلامات التجارية الأردني الساري في الضفة الغربية لم ينص بشكل واضح ومباشر على اعتبار الرائحة من ضمن العلامات التجارية، فقد جاء النص عاماً، حينما ذكر أنّ العلامة التجارية هي كل علامة أو إشارة يستخدمها شخص لتمييز منتجاته أو خدماته عن منتجات أو خدمات غيره، وحتى لو تمّ تفسير النص وتأويله، فلا يُمكن استخلاص الرائحة باعتبار أنها علامة تجارية قائمة بحد ذاتها، وكذلك، وبالرجوع لقانون علامات البضائع فلم يدل هو الآخر على اعتبار علامة الرائحة ضمن العلامات التجارية، حتى يُقال بضرورة حمايتها[1]، وعليه، وما دام أنّ القانون لم ينص على علامة الرائحة، فلا بدّ من الرجوع لرأي الفقه والقضاء في ذلك، فقد استقر الفقه والقضاء الأردني على أنّ هناك حماية قانونية للعلامات التجارية التقليدية، أمّا بخصوص العلامات التجارية غير التقليدية، فقد ثار بشأنها خلاف بين الفقهاء، فمنهم من فرض الحماية القانونية لها كما فرضها للعلامات التقليدية، ومنهم من عارض الحماية القانونية للعلامات التجارية غير التقليدية، وبشكل خاص علامة الرائحة ، والسبب في ذلك هو أنّ العلامات التجارية غير التقليدية ليس لها أيْ دور في تمييز المنتجات والخدمات وربطها في ذهن المستهلك، وأنها قد تؤدي إلى تضليله، لكن بالمقابل، فقد ثَبُتَ علمياً بأنّ استخدام رائحة لمنتج معين تُساعد على انتاج أثر خاص في الشخص الذي يشم الرائحة، وتبني بداخله طابع مميز بتذكر المنتج وربطه بهذه الرائحة، حيث أنّ هناك علاقة قوية بين الرائحة والذاكرة

[1] يُرْجَع لنص المادة (2) في كِلَا القانونين للاطلاع على تعريف العلامة التجارية.

(حواس و البز، 2019)، وقد ثَبُتَ عملياً الدَوْر الفعّال الذي تمارسه علامة الرائحة باعتبارها علامة تجارية غير تقليدية، لذلك يرى الباحث بأنّه يجب حماية علامة الرائحة كغيرها من العلامات التجارية غير التقليدية، وأنّ حمايتها تكون بتسجيلها كالعلامات التجارية التقليدية، لكن وللأسف لم يُشر المشرّع الأردني (بناء على سريان التشريعات الأردنية في الضفة الغربية) إلى الرائحة كعلامة تجارية قائمة بحد ذاتها حتى يُقال بضرورة حمايتها، وبضرورة تسجيلها، لكن وبالرجوع إلى اتفاقية تريبس المتعلقة بالجوانب التجارية لحقوق الملكية الفكرية[1]، فقد بيّنت فيما يخص علامة الرائحة أنّ أي علامة، أو أي مجموعة من العلامات، قادرة على تمييز سلع أو خدمات مؤسسة ما عن تلك الخاصة بالمؤسسات الأخرى، يجب أن تكون قادرة على تشكيل علامة تجارية، وتكون هذه العلامات، وخاصة الكلمات بما في ذلك الأسماء الشخصية والحروف والأرقام والعناصر التصويرية ومجموعات الألوان بالإضافة إلى أي مجموعة من هذه العلامات، مؤهلة للتسجيل كعلامات تجارية. عندما لا تكون الإشارات قادرة بطبيعتها على تمييز السلع أو الخدمات ذات الصلة، يجوز للأعضاء جعل قابلية التسجيل تعتمد على التمييز المكتسب من خلال الاستخدام. ويجوز للأعضاء أن يتشرطوا، كشرط للتسجيل، أن تكون الإشارات مرئية[2]، وبيّنت أيضاً أنّه لا يجوز فهم القاعدة القانونية على أنها تمنع العضو من رفض تسجيل علامة تجارية لأسباب أخرى، بشرط ألا تنتقص من أحكام اتفاقية باريس (1967).[3]

[1] وهي الاتفاقية المتعلقة بالجوانب التجارية لحقوق الملكية الفكرية والصادرة عن منظمة التجارة العالمية، بحكيث جرى التوقيع عليها في مراكش في أبريل من عام 1994، وبدأت النفاذ أول يناير عام 1995، وتم تعديلها مؤخراً في 2005/12/12، يُمكن الاطلاع على الوثيقة عبر العنوان الالكتروني: https://www.wipo.int/wipolex/ar/treaties/details/231 .

[2] جاء النص الأصلي باللغة الإنجليزية كالتالي:"

"Any sign, or any combination of signs, capable of distinguishing the goods or services of one undertaking from those of other undertakings, shall be capable of constituting a trademark. Such signs, in particular words including personal names, letters, numerals, figurative elements and combinations of colours as well as any combination of such signs, shall be eligible for registration as trademarks. Where signs are not inherently capable of distinguishing the relevant goods or services, Members may make registrability depend on distinctiveness acquired through use. Members may require, as a condition of registration, that signs be visually perceptible."

[3] Paragraph 1 shall not be understood to prevent a Member from denying registration of a trademark on other grounds, provided that they do not derogate from the provisions of the Paris Convention (1967).

وقد تمت الترجمة من قِبل الباحث

ج. علامة الصوت:

يقصد بعلامة الصوت هي "كل إشارة أو دلالة معينة مكونة من لحن أو جمل موسيقية معينة تستخدم لدلالة أو لتمييز بضائع أو سلع أو خدمات معينة" (الكسواني، التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية، ط1، 2010؛ الكسواني، القانون الواجب التطبيق على مسائل الملكية الفكرية، ط1، 2011).

وقد ظهرت علامة الصوت باعتبارها علامة تجارية لسبب أساسي يكمن في أنه لا يمكن التعرف على كل العلامات التجارية من خلال الاسم والشعار فقط، بل أيضاً من خلال صوتها، كصوت الأسد المتعلق بعلامة (MGM) الشهيرة، أو عرض لوني تونز[1]، أو شاحنة Mister softee)) الأيس كريم، فهذه الأصوات مسجلة في ذهن المستهلك وبإمكانه ربطها بالمنتج نفسه، وأي جانب من الجوانب المميزة بصوتها يجعل ذلك مفتاحاً للنجاح وأيضا لحماية العلامة التجارية، فأي صوت مميز وجذاب للجمهور ويطبع صفه مميزة في ذاكرة الجمهور ويربط بين العلامة التجارية والمنتج بالصوت بإمكانك حمايته، وتسجيل علامة الصوت لأنها متميزة ومبتكرة (الرشدان ع.، 2009).

وحول حماية علامة الصوت باعتبارها علامة تجارية قائمة، فيُمكن القول بأن هناك عدّة شروط يجب توافرها في الصوت حتى يكتسب الحماية القانونية المطلوبة، فليست جميع الأصوات قادرة على اكتساب تلك الحماية، إذ وحتى يكتسب الصوت الحماية القانونية كعلامة تجارية قائمة فيجب في البداية أن يكون الصوت شائعاً، أي معروفاً بشكل واسع، والأهم من ذلك أن يكون مميزاً، فصوت المنبه مثلاً معروف على مستوى العالم كله، لكنه غير مميز، لذلك لا يُمكن اعتباره علامة تجارية قائمة، ثم يجب أن يكون الصوت صادراً لأداء الوظيفة، أي أنه يدل على وظيفته، فلا يُمكن لصوت اعتيادي لا يَدُلّ على وظيفة أو عمل أو مهنة معينة

[1] بمعنى الألحان المجنونة : (Looney Tunes) هو سلسلة رسوم متحركة من وارنر براذرز استمر عرضه في دور العرض من 1930 إلى 1969، سلسلة لوني تيونز سبقت سلسلة ميري ميلوديز وتعد أولى سلسلة رسوم متحركة سينمائية لوارنر براذرز , شخصيات السلسلة عرفت بالاسم "لوني تيونز ."Looney *Tunes*

أنْ يكون علامة تجارية قائمة، فضلاً عن وجوب أنْ تكون العلامة دالّة على موقعها الجغرافي بشكل مميز ودقيق، وإلا لا مجال لاعتبارها علامة تجارية.[1]

د. علامة اللمس

إن علامة اللمس هي علامة فريدة من نوعها، وعن طريق لمس المنتج يرتبط في ذهن المستهلك أنه يعود إلى صنف معين أو جهة معينة وبالتالي فهي وسيلة لتمييز هذه المنتجات، وحيث إنها التصق في ذهن الجمهور نوع هذا المنتج ومواصفاته وكيانه، وبالتالي فإنه أصبح جزء من هذه الشركة أو صاحبة المنتج أو الخدمة، فإن استخدام هذه العلامة بطريقة غير مشروعة تؤدي إلى تضليل المستهلك وعلى سبيل المثال شكل القارورة، وكذلك أيضا شوكولاتة Bubbly ملمس الشوكولاتة كالفقاعات يوحي ويرتبط في ذهن المستهلك إن هذه شوكولاتة Bubbly أو حبات رافيلو شكلها وملمسها يوحي بأنها تعود إلىraffaello (عجينة، 2020)

هـ. علامة الذوق

تعني علامة الذوق العلامة التي يستطيع المستهلك من خلالها أنْ يُفَرّق بين ما إذا كان هذا المنتج يعود إلى شركة معينة أو مُنتَج معين من خلال طعمه، بحيث تقوم هذه العلامة عل فكرة ربطها بذهن المستهلك من خلال ما يشعر به عند تَذَوّقِها، فتعلْق في ذهنه، وتصبح جزءاً من تفكيره، كعلامة الذوق لماكدونالدز، وعلامة الذوق ل KFC.

وحول كيفية حماية هذه العلامة، فَيُقال أنّ الحماية التي تحيط بهذه العلامة هي ذاتها التي تُحيط بغيرها من العلامات، وأنّ طريقة حمايتها أيضاً تتشابه مع غيرها من العلامات، كأحكام تسجيلها[2]، ووضع عينة ووصف

[1] تنص المادة (4/أ/1) من قانون المؤشرات الجغرافية الأردني رقم 8 لسنة 2000 والمنشور في الجريدة الرسمية الأردنية في العدد 4423 وعلى الصفحة رقم 1255 وذلك بتاريخ 2000/4/2 على: "المسجل العلامات التجارية رفض تسجيل أي علامة تجارية إذا تكونت العلامة من مؤشر جغرافي او احتوت عليه وكانت متعلقة بمنتج من منشئ غير ما يوحي به استعمال ذلك المؤشر الجغرافي وبصورة تؤدي الى تضليل الجمهور".

[2] تنص المادة (10) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952 والساري في الضفة الغربية على: "إذا كان اسم أية بضاعة أو وصفها مثبتاً في أية علامة تجارية يجوز للمسجل أن يرفض تسجيل تلك العلامة لأية بضاعة خلاف البضاعة المسماة أو الموصوفة على الوجه المذكور أما إذا كان اسم أو وصف أية بضاعة مثبتاً في العلامة التجارية وكان ذلك الاسم أو الوصف يختلف في الاستعمال فيجوز للمسجل أن يسمح بتسجيل تلك العلامة التجارية مع إثبات الاسم أو الوصف فيها لغير البضاعة المسماة أو الموصوفة إذا أشار طالب التسجيل في طلبه إلى وجود اختلاف في الاسم أو الوصف.

هذه العلامة بطلب التسجيل، بحيث أنه إذا ثَبُتَ تشابُهُها مع علامة تجارية أخرى، فلمسجّل العلامات أن يرفض تسجيلها، والاهتمام بالكيفية التي يُصار معها إلى تحديد معايير التشابه في هذه العلامة وما هي حدودها المحمية وما يخرج عن إطار الحماية لها.[1]

[1] تنص المادة (29) من القانون السابق على: "يعتبر تسجيل شخص مالكاً لعلامة تجارية مقدمة بينة على قانونية التسجيل الأصلي لتلك العلامة وعلى كل ما يلي من التنازل عنها وتحويلها وذلك في جميع الإجراءات القانونية المتعلقة بتسجيلها".

المبحث الثاني: الحماية المُقَرّرة للعلامة التجارية مدنيّاً وجزائيّاً

إنّ العلامة التجارية التي جرى تسجيلها وفق الأُطُرْ والضوابط القانونية "والتي جرى تبيانها في المبحث الأول من هذا الفصل" تكتسب الحماية القانونية المُقَرّرة لها؛ فإجراءات التسجيل التي رسمها المشرّع في التشريعات المنظّمة لأحكام العلامات التجارية، وقواعد حمايتها؛ يجب إتباعها بالشكل القانوني الصحيح، وعليه وحتى يتمكن صاحب علامة تجارية من تسجيلها، ثم اكسابها الحماية المطلوبة ألّا تكون من العلامات التي حَظَرَ القانون في الأصل تسجيلها كعلامة تجارية قائمة، فكل علامة من هذا القبيل لا يَعْتَد القانون بها كعلامة تجارية حقيقية، وبالتالي يفقد صاحبها الحق بتسجيلها، لِيَنْعَكِسَ ذلك على حقّه أيضاً في حمايتها.[1]

وَتحتل مسألة حماية العلامة التجارية أهمية كبيرة ليس في زَمَنِنا الحالي فقط، بل منذ فترات بعيدة، فالتعدّي على العلامة التجارية بتقليدها، وتزويرها، وابتكار علامة مُشابِهة لها؛ يُكَوّنُ لدى صاحبها حقّاً قانونياً بالحفاظ عليها، وإزالة كل أثر أو إجراء من شأنه المساس بها، فَيَستطيعُ أنْ يُقيمَ دعوى أمام القضاء يبطل فيها إبطال صلاحية علامة تجارية مُسَجّلة من قبل شخص لا يملكها بعد أن كانت مسجلة في الخارج إذا كانت الأسباب التي يدعيها هي الأسباب الواردة في الفقرات 6 و7 و10 من المادة (8) من هذا القانون والتي سبق الإشارة

[1] تنص المادة (8) من قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952 على العلامات التي يُحْظر تسجيلها، وهي: "1- العلامات التي تشبه شعار جلالة الملك أو الشارات الملكية أو لفظة ملوكي أو أية ألفاظ أو حروف أو رسوم أخرى قد تؤدي إلى الاعتقاد أن الطالب يتمتع برعاية ملكية، 2- شعار أو أوسمة حكومة المملكة الأردنية الهاشمية أو الدول أو البلاد الأجنبية إلا بتفويض من المراجع الإيجابية، 3- العلامات التي تدل على صفة رسمية إلا إذا فرضت وضعها المراجع الإيجابية التي تخصها تلك العلامة أو التي هي تحت مراقبتها، 4- العلامات التي تشابه الراية الوطنية أو أعلام المملكة الأردنية الهاشمية العسكرية أو البحرية أو الأوسمة الفخرية أو شاراتها أو الأعلام الوطنية العسكرية أو البحرية، 5- العلامات التي تشمل الألفاظ أو العبارات التالية: "امتياز" "ذو امتياز ملكي" "مسجل" "رسم مسجل" "حقوق الطبع" "التقليد يعتبر تزويراً" أو ما شابه ذلك من الألفاظ والعبارات، 6- العلامات المخلة بالنظام العام أو الآداب العامة أو التي تؤدي إلى غش الجمهور أو العلامات التي تشجع المنافسة التجارية غير المحقة أو التي تدل على غير مصدرها الحقيقي، 7- العلامات المؤلفة من أرقام أو حروف أو ألفاظ تستعمل عادة في التجارة لتمييز أنواع البضائع وأصنافها أو العلامات التي تصف نوع البضائع أو جنسها أو الكلمات التي تدل عادة على معنى جغرافي أو ألقاب إلا إذا أبرزت في شكل خاص ويشترط في ذلك أن لا يعتبر ما ورد في هذه الفقرة أنه يمنع تسجيل العلامات التي تكون من النوع الموصوف فيها إذا كانت له صفة فارقة بحسب المعنى المحدد لها في الفقرتين 2 و3 من المادة (7)، 8- العلامات التي تطابق أي شعار ذي صفة دينية بحتة أو تشابهه، 9- العلامات التي تحتوي على صورة شخص أو اسمه أو اسم محله التجاري أو اسم شركة أو هيئة إلا برضى وموافقة ذلك الشخص أو تلك الهيئة أما الأشخاص المتوفون حديثاً فيجوز للمسجل أن يطلب موافقة ممثليهم الشرعيين، 10- 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، 11- العلامات التي تطابق أو تشابه شارة الهلال الأحمر أو الصليب الأحمر على أرض بيضاء أو شارات الصليب الأحمر أو صليب جنيف".

إليها (مقام، بلا تاريخ).[1]

وتطبيقاً لما سَبَق، فإنّ حماية العلامة التجارية يكمن في أمرين اثنين، الأول وهو في حماية العلامة من التعدي عليها بتزويرها وتقليدها أو إيجاد علامة مشابهة لها، وهو ما يُمثّل بالدرجة الأولى فكرة المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية[2]، وبالتالي إيجاد مخرج لحمايتها يتمثل في القيام بمجموعة من الإجراءات التحفظية، أما الثاني وهو في حماية العلامة من أيّ جُرْمٍ قد يقع عليها، والذي يتمثل في قيام الجاني بارتكاب خطوات تقوم بالدرجة الأولى على تضليل الجمهور، وإظهار صاحب العلامة على أنه غير مالك لها، وأنه هو مالكاه، وهو ما يُمثل حمايتها جزائياً، وعليه، فإنّ الباحث يستعرض من خلال هذا المبحث أساسيات حماية العلامة التجارية مدنياً وجزائياً من خلال المطالب التالية:

المطلب الأول: حماية العلامة التجارية مدنياً

بنى المشرّع الأردني "باعتبار أنّ التشريع الأردني هو الساري في الضفة الغربية" قواعد بسيطة في حماية العلامة التجارية من أيّ اعتداء يُمكن أن يَتَسَبّب بمنع أو عدم تَمْكين صاحب العلامة التجارية الأصلي من استعمال حقه فيها، إذ يؤدي تقليد العلامة التجارية و/أو تزويرها إلى خلْقِ فرصة لقيام منافسة غير مشروعة وغير عادلة بين صاحبها الأصلي وبين مُزَوّرها، وبالتالي إلحاق ضرر كبير بالأول لمصلحة الثاني، فَيكون

[1] أنظر نص المادة (34) من قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952 والساري في الضفة الغربية، وتطبيقاً لهذا النص، واستناداً إلى مسألة التعدي على علامة تجارية مسجلة باسم شخص أو أكثر والقيام بتقليدها، فقد صدر عن محكمة النقض الفلسطينية حكم في الطعن الجزائي رقم 2021/327 والصادر بتاريخ 2021/12/26 ما مفاده أنّ: "إنّ كلاً من محكمة الدرجة الاولى مصدرة القرار ومحكمة البداية بصفتها الاستئنافية المصدقة لقرار الاولى وقعت بذات الخطأ من حيث تطبيق نص المادة 1/38 دون الالتفات لنص المادة 34 بدلالة المادة 10/8 من قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952 والتي تنفي الجرم كون العلامة التجارية عالمية وهي ملكية موقع (colourbox) الدينماركي المعروف– المشار اليه سابقاً– والتي تباع بمبلغ زهيد جداً وهو أربعة عشر دولاراً امريكياً فقط فمن الظلم والأجحاف ما ذهبت اليه كلاً محكمتي الصلح والبداية بإدانة المتهمين وحبسهما وهما قد اشتريا العلامة من موقع أجنبي يعرضها للكافة قبل أن يقوم المشتري بسرقتها وتسجيلها باسمه...، وبالرجوع الى أسباب الطعن وحاصلها أن الحكم المطعون فيه جاء على غير منهج بناء الأحكام من حيث التعليل والتسبيب على توافر أركان وعناصر الجريمة المسندة وتخطئة المحكمة الاستئنافية ومن قبلها محكمة الدرجة الاولى من حيث تطبيق نص المادة 1/38 ومن الالتفات الى نص المادة 34 بدلالة المادة 10/8 من قانون العلامات التجارية 33 لسنة 1952 والتي تنفي الجرم كون العلامة التجارية عالمية وهي ملكية موقع (colourbox) الدينماركي المعروف...".

[2] صَدَرَ عن المحكمة الإدارية الأردنية الحكم رقم 2021/33 وذلك بتاريخ 2021/5/31 والذي يقضي بـ: "1– إنّ الفقه والقضاء قد وضعا مجموعة من المعايير في تقرير التشابه بين علامة تجارية واخرى تكمن في توفر عناصر متعددة ومن ضمنها التشابه في الاسم واللفظ والنطق وطريقة الكتابة والاحرف والمظهر الاساسي او العام والانطباع البصري والسمعي عن الاسم والجرس اللفظي وبما يؤدي الى اللبس بين العلامتين وغش الجمهور وبروز المنافسة غير المشروعة بالإضافة الى نوع التجارة 2– ان العبرة في التمييز بين العلامتين التجاريين هي لأوجه التشابه لا الاختلاف وان المبدأ العام في التمييز يقضي في الاخذ بمعيار الجمهور الذي لا يدقق في التمييز بينهما وبناء عليه يتوجب حماية هذا الجمهور الذي لا يدقق ومنع تسجيل العلامة التجارية المطابقة او المشابه للعلامة التجارية المسجلة ...". وقد ورد الحكم لدى موقع قسطاس: يُسر المعرفة القانونية.

من حق صاحب العلامة الأصلي أنْ يُقيم دعوى أمام القضاء وتحديداً أمام محكمة العدل العليا يطلب فيها إزالة آثار هذا الاعتداء من جهة (منظومة القضاء والتشريع في فلسطين، بلا تاريخ)[1]، وتعويضه عن كل ما لَحِقَ به من ضرر من جهة أخرى، وعليه، يُمكن لطالب الحماية رفع دعوى مدنية أمام القضاء تسمى دعوى المنافسة غير المشروعة يتمكن فيها من إيقاف كل عمل من شأنه المزاحمة في حقه في الاستفادة من ملكية العلامة وآثار انتشارها، والتي يستعرض الباحث فيما يلي أهم أحكامها، وقواعد إقامتها أمام القضاء، لِيَقوم على تقسيم هذا المطلب إلى فرعين، يتحدث في الأول عن مفهوم دعوى المنافسة غير المشروعة وقواعد إقامتها، أما في الثاني فيتعرض للآثار المترتبة على إقامة الدعوى أمام القضاء، وسلطته في إزالة آثارها بالشكل المطلوب.

الفرع الأول: مفهوم دعوى المنافسة غير المشروعة وقواعدها الأساسية في إطار العلامات التجارية.

أولاً: تعريف دعوى المنافسة غير المشروعة:

خلت التشريعات التجارية الفلسطينية وكذلك التشريعات السارية في فلسطين من تحديد أو وضع تعريف لدعوى المنافسة غير المشروعة، بل تكون قد خلت من تنظيم هذه الدعوى من الأساس[2]، لذلك وبالعودة على التشريعات الأردنية المنظمة لها والسارية في فلسطين، فقد نصّ قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار

---

[1] 1) تنص المادة (25) من قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952 على: "مع مراعاة أحكام هذا القانون: 5- إن كل طلب يقدم لحذف علامة تجارية من السجل بسبب عدم وجود ما يسوغ تسجيلها بمقتضى أحكام المواد 6 أو 7 أو 8 من هذا القانون أو بسبب أن تسجيل تلك العلامة تنشأ عنه منافسة غير عادلة بالنسبة لحقوق الطالب في المملكة الأردنية الهاشمية يجب أن يقدم خلال خمس سنوات من تسجيل تلك العلامة". 2) جاء في حكم صادر عن محكمة العدل العليا الفلسطينية في الدعوى الإدارية رقم 2017/236 والصادر بتاريخ 2019/4/10 ما مفاده أنّ: "بعد الدراسة والتدقيق باللوائح والبيّنات المقدمة نجد بأنّ المستدعية قد استندت في طلبها إلى أنها مسجلة كوكيل تجاري لبضائع القصدير والتي تقوم باستيرادها من شركة METATLS REYNOLDS، وقد ثَبُتَ لمسجّل العلامات التجارية صحة هذا السبب التي استندت إليه المستدعية من صورة شهادة تسجيل وكالة تجارية صادرة لصالح شركة عجاوي وغوري للاستيراد والتسويق، والتي تغير اسمها لاحقاً لشركة بالكو، والتي مُنِحَت بتاريخ 2000/1/11 شهادة توكيل تجاري لمنتجات الموكلة تحت العلامة التجارية DIAMOND للقصدير، والتي تم تسجيلها كعلامة تجارية قبل ما يُقارب التسع سنوات، وهذا ما يُثبت أسبقية شركة REYNOLDS METATLS COMPANY في ابتكار واستخدام علامة DIAMOND على الشركة المُسْتدعى ضدها، وبالتالي فإنّ الإبقاء على تسجيلها يؤدي إلى غش الجمهور، ويشجع على قيام المنافسة غير المُحِقّة، ويدل على غير مصدّر البضاعة الحقيقي، وعليه واستناداً لأحكام المادة 25 من قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952، والمادة 8 من ذات القانون؛ قرّرنا ترقين العلامة المذكورة من المسجّل...".

[2] على سبيل المثال، لم ينص قانون التجارة الأردني رقم 12 لسنة 1966 والساري في الضفة الغربية والذي نُشِرَ في الجريدة الرسمية الأردنية في العدد 1910 وعلى الصفحة رقم 469 وذلك بتاريخ 1966/3/30 من تنظيم لهذه الدعوى، لكن بالنظر لنص المادة (39) منه، فيتَبَيَّن بأنها قد أحالت أية نزاعات قد تثور بشأن حقوق صاحب العلامة التجارية للقوانين والتشريعات الخاصة، فنصت على: "إنّ حقوق مستثمر المتجر فيما يختص بالعناصر المختلفة من علامات تجارية، وبراءات اختراع، واسم تجاري، وشعار، وغيرها من العناصر؛ تعين بمقتضى القوانين الخاصة المتعلقة بها أو بمقتضى المبادئ العامة في الحقوق".

التجارية على تعريف هذه الدعوى بقوله أنها: " أ. يعتبر عملاً من أعمال المنافسة غير المشروعة كل منافسة تتعارض مع الممارسات الشريفة في الشؤون الصناعية او التجارية وعلى وجه الخصوص ما يلي:

1) الأعمال التي بحكم طبيعتها تسبب لُبساً مع منشأة أحد المنافسين، أو منتجاته، أو نشاطه الصناعي أو التجاري.
2) الادعاءات المغايرة للحقيقة في مزاولة التجارة والتي قد تسبب نزع الثقة عن منشأة أحد المنافسين، أو منتجاته، أو نشاطه الصناعي أو التجاري.
3) البيانات أو الادعاءات التي قد يسبب استعمالها في التجارة تضليل الجمهور فيما يتعلق بطبيعة المنتجات أو طريقة تصنيعها أو خصائصها أو كمياتها أو صلاحياتها للاستعمال.
4) أيّة ممارسة قد تنال من شهرة المنتج أو تحدث لُبساً فيما يتعلق بمظهره الخارجي أو طريقة عرضه، أو قد تضلل الجمهور عند الاعلان عن سعر المنتج أو طريقة احتسابه".[1]

ويَتَضح للباحث باستقراء وتحليل التعريف السابق أنّ الأصل في الأعمال التجارية وجود عمل أو مجموعة أعمال تقوم على المنافسة بين التجار أصحاب هذه الأعمال، لكن شريطة أن تكون المنافسة شريفة وعادلة، أي دون أنْ يعتدي أيّ منهم على حق الآخر في ماله، أو ملكه، أو زبائنه، أو اسمه التجاري، أو شعاره، وغيرها، فإذا دخلت أي من هذه الأعمال في غمار المنافسة بين التجار؛ انقلبت المنافسة من منافسة عادلة إلى غير عادلة، وأصبح من حق الطرف المتضرر المطالبة بالتعويض عن كل ما لَحِقَ به من ضرر جرّاء وجود هذه الأعمال أو تلك المنافسة.[2]

[1] أنظر نص المادة (2/أ) من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم 15 لسنة 2000 والمنشور في الجريدة الرسمية الأردنية في العدد 4423 وعلى الصفحة رقم 1316 وذلك بتاريخ 2000/4/2

[2] تنص المادة (3) من القانون السابق على: "أ- لكل ذي مصلحة المطالبة بالتعويض عما لحقه من ضرر نتيجة أي منافسة غير مشروعة، ب- لصاحب المصلحة عند اقامة دعواه المدنية المتعلقة بالمنافسة غير المشروعة او في اثناء النظر في هذه الدعوى ان يقدم طلبا الى المحكمة المختصة مشفوعا بكفالة مصرفية او نقدية تقبلها لاتخاذ أي من الاجراءات التالية:

1- وقف ممارسة تلك المنافسة.
2- الحجز التحفظي على المواد والمنتجات ذات العلاقة أينما وجدت.
3- المحافظة على الادلة ذات الصلة".

ثانياً: قواعد المنافسة غير المشروعة في إطار العلامات التجارية:

في إطار التعدي على العلامة التجارية، فإنّ دعوى المنافسة غير المشروعة هي الأساس في حماية العلامة التجارية من أية اعتداءٍ قد يطالها، وهي جوهر حماية العلامة التجارية مدنياً، ولا يقف الأمر عند حدود العلامة التجارية بل قد يتعداها ليشمل كل ما شأنه أن يشكّل نموذجاً فيه أي نوع من أنواع الخروقات التي تطال حقوق الملكية الصناعية، أو الفكرية، أو الأدبية، كبراءات الاختراع مثلاُ، فَإذا أصبح شخص مستحقاً امتياز اختراع، أو حق طبع في رسم مسجل، أو أي حق آخر فيه بطريق التحويل أو الانتقال أو برخصة أو بحكم القانون فيجب عليه أن يقدم طلباً إلى المسجل لتسجيل حقه، ويجوز للمسجل أن يسجله كصاحب امتياز بذلك الاختراع أو الرسم إذا اقتنع بصحة ذلك الحق وأن يدرج في السجل صك حق الملكية أو الصك الذي يثبت ذلك الحق[1]، وحتى في ميدان العمل التجاري، فإنّ قواعد المنافسة غير المشروعة تكون من خلال منع الشريك في شركة التضامن مثلاً من الاتيان بأي عمل من شأنه التأثير على الشركة ككل، وعلى غيره من الشركاء المُتَضامِنين، أو القيام بعمل خاص من شأنه منافسة الشركة التي هو متضامن فيها بشكل مباشر، أو حتى غير مباشر، فَيُمنع على هذا الشريك القيام بأي لِحِسابه الخاص بشكل مباشر أو غير مباشر دون موافقة خطية مسبقة من باقي الشركاء، أو بنص صريح في عقد تأسيس الشركة يجيز له القيام به، بما في ذلك ممارسة أي عمل أو نشاط ينافس به الشركة، سواءً لحسابه الخاص أو لحساب غيره[2]، فإذا قام بذلك دون موافقة باقي الشركاء، ودون وجود نص صريح في عقد تأسيس الشركة يجيز له ذلك، فإنه يكون مسؤولاً عن تقديم حساب للشركة عن كل ما حصل عليه من أرباح أو منفعة من الأعمال التي قام بها، ودفع تلك الأرباح للشركة وتعويض الشركة عن ذلك.[3]

[1] أنظر نص المادة (1/42) من قانون امتيازات الاختراع والرسوم الأردني رقم 22 لسنة 1953 والساري في الضفة الغربية والمنشور في الجريدة الرسمية الأردنية في العدد 1131 وعلى الصفحة رقم 491 وذلك بتاريخ 1953/1/17.

[2] أنظر نص المادة (1/42) من القرار بقانون رقم 42 لسنة 2021 بشأن الشركات في فلسطين والمنشور في الوقائع الفلسطينية في العدد 25 وعلى الصفحة رقم 2 وذلك بتاريخ 2021/12/30.

[3] أنظر المادة (2/42) من القانون السابق.

وَيُشير الباحث في هذا الإطار إلى أنه لمّا كانت دعوى المنافسة غير المشروعة هي الأصل في حماية العلامة التجارية مدنياً من خلال رفعها أمام القضاء، فإنّ لجوء صاحب العلامة لإقامة هذه الدعوى يُسَهّل عليه بشكل كبير مسألة إزالة أي ضرر قد يتعرّض له من جرّاء هذا الاعتداء، ويُقيم بشكل مباشر مسؤولية المعتدي التقصيرية، والتي تتحوّل إلى إلزامه بالتعويض عن الضرر الحاصل، وبمقدار ذلك الضرر (فهمي خ.، 2022)؛ (صفار، 2022)[1]، وخصوصاً في حال قيام المحكمة الناظرة في دعوى التعدي على العلامة التجارية بتبرئة المتهم من هذه التهمة لعدم كفاية الأدلة، أو لعدم وجود ما يستدعي قيام مسؤولية المعتدي، فلذلك لا يكون أمام المتضرّر إلا طريق الدعوى المدنية وهي دعوى المنافسة غير المشروعة، والتي يستطيع من خلالها جبر الضرر الواقع به، وإزالته، وإعادة الحال إلى ما كان عليه (فريدة، 2021).

الفرع الثاني: آثار إقامة دعوى المنافسة غير المشروعة:

لم ينص قانون العلامات التجارية الأردني الساري في الضفة الغربية على مسألة المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية المسجّلة وكيفية إزالتها، بل على العكس، فقد عَمِدَ القانون إلى تبيان طبيعة المنافسة أو المزاحمة الشريفة للعلامة التجارية المسجّلة باسم مالكها، فبيّن في ذلك أنّه إذا كان شخص يستعمل بطريقة المزاحمة الشريفة علامة تجارية يستعملها شخص آخر. أو إذا وجدت أحوال خاصة أخرى يستصوب المسجل معها تسجيل نفس العلامة باسم أكثر من شخص واحد، فيجوز للمسجل أن يسمح بتسجيل تلك العلامة أو أية علامات أخرى قريبة الشبه بها، لنفس البضائع أو الصنف من البضائع باسم أكثر من شخص واحد على أساس القيود والشروط التي قد يستصوب فرضها من حيث طريقة الاستعمال ومكانه وغير ذلك من الأمور[2]، حتى أنّ نظام العلامات التجارية الساري لم يَدْخل في مسألة اثبات المنافسة غير المشروعة من قِبَل مالك العلامة التجارية، وحقّه في حمايتها، بل ألقى بهذه المهمّة على عاتق مسجل العلامات الذي أوكل إليه عند

[1] تنص المادة (266) من القانون المدني الأردني رقم 43 لسنة 1976 والمنشور في الجريدة الرسمية الأردنية في العدد 2645 وعلى الصفحة رقم 2 وذلك بتاريخ 1976/8/1 على: "يقدر الضمان في جميع الأحوال بقدر ما لحق المضرور من ضرر وما فاته من كسب بشرط أن يكون ذلك نتيجة طبيعية للفعل الضار".

[2] أنظر المادة (1/18) من قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952 والساري في الضفة الغربية، ويُبيّن الباحث أنّ القانون قد نصّ بشكل غير مباشر على مسألة المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية من خلال نص المادة (38) منه التي وضعت عقوبات على عدّة تصرفات يمكن أن تُلْحِق ضرراً بصاحب علامة تجارية مسجّلة باسمه ويملكها بشكل كامل، ويَوَدُّ الباحث أنْ يترك مسألة العقوبات عند الحديث عن حماية العلامة التجارية جزائياً.

استلامه طلباً لتسجيل علامة تجارية أن يأمر بالتحري بين العلامات التجارية التثبت من العلامة التجارية المطلوب تسجيلها، فجاء النص بالقول: "يترتب على المُسَجّل عند استلامه طلباً لتسجيل علامة تجارية أنْ يأمر بالتحري بين العلامات التجارية المسجلة وطلبات التسجيل غير المفصول فيها للتثبت مما إذا كان في القيود علامات مسجلة تتعلق بالبضائع نفسها أو بصنف البضائع ذاته مطابقة للعلامة المطلوب تسجيلها، أو قريبة الشبه بها بدرجة من شأنها أن تؤدي إلى الغش.[1]

فباستقراء وتحليل النص السابق يَتَبَيّن للباحث أمرين، الأول وهو في أنّ التشريعات المنظمة لملكية العلامات التجارية وقواعد تسجيلها والسارية في الضفة الغربية ألقت مسؤولية الكشف عن تصرّفات المنافسة غير الشريفة للعلامات التجارية على عاتق مسجّل العلامات التجارية بنفسه، الأمر الذي يعني عدم وقوع أية احتمالية بشأن حدوث منافسة غير مشروعة من قِبَل أي شخص تجاه أي علامة تجارية مسجلة، وأنّ تحرّي المسجّل عن العلامة وتوخّي الدقّة في تسجيلها يكون منذ البداية أي منذ تقديم طلب التسجيل، وهذا ما أكده أحد أحكام محكمة العدل العليا الفلسطينية والذي جاء فيه: "بالمداولة والتدقيق وبعد الاطلاع على لائحة الاستئناف والقرار المستأنف والمذكّرة المُقَدّمة من وكيل الشركة المستأنفة، تجد المحكمة أنّ القرار المستأنف الصادر عن المستأنف عليه جاء على النحو التالي: (استناداً لأحكام المادة 22 الصادر عن نظام العلامات التجارية رقم 1 لسنة 1952، فلقد تمّ التحرّي والتدقيق بين العلامات التجارية المسجّلة وبين طلبات التسجيل غير المفصول فيها، وقد تبيّن وجود علامة مسجلة في الصّنف 35 وتحت الرقم 4628 وأنها تشابه العلامة التجارية المطلوب تسجيلها إلى درجة كبيرة، وعليه واستناداً إلى أحكام المادة 24 من نفس النظام، وفي حال رغبتكم بمتابعة الطلب فيُطلب منكم تزويدي بالبيانات أو التعديلات التي تقترحونها أو التحويرات اللازمة على العلامة، أو الموافقة على الشروط الموضوعة من قِبَلي لِيَتم قبول الطلب والسير في إجراءات التسجيل، وإذا لم تقوموا بذلك خلال مدّة شهر من تاريخ تَسَلُّمِكُم كتابي هذا، فإنني أعتبركم مستردين لِطَلَبِكم)...".[2]

---

[1] أنظر نص المادة (22) من نظام العلامات التجارية رقم 1 لسنة 1952 والساري في الضفة الغربية.

[2] راجع في ذلك حكم محكمة العدل العليا الفلسطينية في الدعوى الإدارية رقم 2018/336 والصادر بتاريخ 2019/2/25 والوارد لدى موقع المقتفي: منظومة القضاء والتشريع في فلسطين. https://2u.pw/UvQwl8Gc. تاريخ الزيارة 2024/3/11 الساعة 11.01

أما عن الأمر الثاني الذي يستنتجه الباحث وهو في أنّه لا أساس قانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة في القوانين والتشريعات المنظمة لملكية العلامات التجارية وتسجيلها والسارية في الضفة الغربية، لِيَجدر بالباحث القول بأنّ تنظيم هذه المسألة يكون بناء على تطبيق الأحكام العامة في القانون المدني ما بين قواعد المسؤولية التقصيرية (السنهوري ، 1960)[1] "التي سبق الإشارة إليها باقتضاب"، وما بين قاعدة التعسف في استعمال الحق.[2]

المطلب الثاني: حماية العلامة التجارية جزائياً

حَصَرَ قانون العلامات التجارية الأردني مسألة حماية العلامة التجارية جزائياً في مادة واحدة، حيث اعتبر أنّ كل تصرّف يدور حول الاعتداء على العلامة التجارية المُسَجّلة وفق الأصول يُعَدّ جُرْماً جزائياً مُعاقب عليه إما بالحبس لمدة لا تتجاوز السنة الواحدة، أو بغرامة لا تزيد عن مئة دينار، أو بكِلْتا العقوبتين، وأتبعهما بعقوبة مادية تتمثل في مصادرة البضاعة التي حَصَلَ الُّبْسُ بشأنها.

فالأفعال التي من شأنها أن تُمَثّل جرماً جزائياً معاقب عليه قانوناً تكمن في: "1- استعمال علامة تجارية مسجلة بمقتضى هذا القانون أو علامة مقلدة لها على ذات الصنف من البضاعة التي سجلت العلامة من أجلها، 2- بيع أو اقتناء بقصد البيع أو عرض للبيع بضاعة تحمل علامة يعتبر استعمالها جرماً بمقتضى البند السابق، 3- استعمال علامة سجلها شخص آخر حسب الأصول بمقتضى هذا القانون بقصد الإعلان عن بضائع من صنف البضاعة التي سجلها ذلك الشخص الآخر، 4- صناعة أو نقش أو حفر أو بيع لوحة

[1] حتى يتمكن صاحب العلامة التجارية من حماية علامته مدنياً من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة، فيجب إقامة دعواه بناء على قواعد المسؤولية التقصيرية، هذه المسؤولية لا تقوم إلا باجتماع ثلاثة عناصر، الأول وهو فعل التعدي أو الإضرار وهو ما يمثل الركن المادي لقيام المسؤولية، ثم عنصر الضرر الناتج عن الفعل المرتكب وهو ما يُمَثّل الركن المعنوي في هذه المسؤولية، وأخيراً في قيام علاقة سببية بينهما، وفي حال غياب أحد هذه العناصر، فإنّ المسؤولية تعد منقوصة، وبالتالي لا تقوم، وتكون مسألة اثبات قيام المسؤولية على عاتق المضرور. وقد حَكَمَ القضاء الأردني بعدم جواز الاتفاق على الاعفاء من المسؤولية سواء أكانت العقدية أو التقصيرية، فجاء في أحد أحكام محكمة التمييز الأردنية في حكمها الذي يحمل الرقم 2022/768 والصادر بتاريخ 2022/5/23 والذي جاء فيه: "إنّ نص المادة (270) من القانون المدني لا تنطبق على هذه الواقعة اذ لا يوجد شرط يقضي بالإعفاء من المسؤولية كما أنّ المادتين (256) و(266) من القانون ذاته لا تطبقان إلّا في حال ثبوت الضرر، وإنّ اثبات حصول الضرر يقع على عاتق من يدعيه، إذ أنّ الخبر هي لتقدير الضمان عن الفعل الضار ..."، وقد ورد الحكم لدى موقع قسطاس، ويُنَوّه الباحث أنه لم يَرِد عن المحاكم الفلسطينية شيء من هذا القبيل.

[2] تنص المادة (66) من القانون المدني الأردني رقم 43 لسنة 1976 على: "1-يجب الضمان على من استعمل حقه استعمالاً غير مشروع، 2- ويكون استعمال الحق بشكل غير مشروع: أ-إذا توفر قصد التعدي، ب-إذا كانت المصلحة المرجوة من الفعل غير مشروعة، ج-ذا كانت المنفعة منه لا تتناسب مع ما يصيب الغير من الضرر، د- اذا تجاوز ما جرى عليه العرف والعادة".

أو طابعاً خشبياً أو معدنياً أو ختماً أو شيئاً آخر يدل على علامة مسجلة حسب الأصول أو أي تقليد لها بقصد تمكين أي شخص غير صاحب تلك المسجلة من استعمالها أو استعمال تقليدها على ذات صنف البضائع التي سجل ذلك الشخص تلك العلامة من أجلها، 5- الدخول أو التسبب في إدخال قيد مسجل في السجل المحفوظ بمقتضى هذا القانون، أو صناعة أو التسبب في صناعة أي مستند كتابي يؤخذ منه زوراً أنه نسخة عن قيد مدون في ذلك السجل أو إبراز أو تقديم في معرض البينة مستنداً كتابياً كهذا أو التسبب في إبرازه أو تقديمه مع وجود العلم أنّ ذلك القيد أو المستند مزوّر.[1]

وبتحليل النص السابق، يَتَبَيّن للباحث بأنّ ارتكاب أي فعل من الأفعال السابقة لا يستلزم قيام صاحب العلامة نفسها بإثبات حدوث التزوير أو التقليد أو ما شابهها من هذه الأفعال أو التصرفات، بحيث أنه يكفي بمجرّد حدوث الالتباس حول هذه التصرفات، أو وجود شكوى من المستهلكين أو الزبائن حول وجود بضاعة مقلدة أن يجري تحريك الحق العام تجاه المُقَلّد أو المُزَوّر، لِيُصار إلى مُحاكمته بالصورة القانونية المشار إليها، فجاء في أحد أحكام محكمة النقض الفلسطينية قولها: "وفي الموضوع فإننا نجد أنّ النيابة العامة كانت قد أحالت المطعون ضده بلائحة اتهام لمحاكمته أمام محكمة صلح جنين بجرم تقليد واستعمال عالمه تجارية مسجلة خلافاً للمادة 1/38 من قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952 على سند من القول أنه وبشهر 1/2015 تبين للمشتكي) م. ص(وهو صاحب محل احذية (س) في نابلس ومن خلال زبائن له أنّ هناك محل تجاري يبيع الأحذية في جنين يحمل نفس الاسم أحذية (س) وذهب الى جنين وعثر على هذا المحل، وأنّ المحل يعود للمتهم، وقد حصل من المحل على كيس يحمل مطبوع عليه العلامة التجارية الخاصة بمحله، وهي نفس العلامة التجارية الخاصّة به وقام بوضع أحذية (س) على نفس البضائع، وأنّ هذا التصرف يُعدّ تقليداً للعلامة، وهو مُعاقب عليه قانوناً..."[2]

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

[2] راجع في ذلك حكم محكمة النقض الفلسطينية في الطعن الجزائي رقم 2019/176 والصادر بتاريخ 2019/9/10 والوارد لدى موقع المقتفي: منظومة القضاء والتشريع في فلسطين. https://2u.pw/ML7Hz6oE. تاريخ الزيارة 2024/3/12 الساعة 10.51

ويُشير الباحث في ذلك أيضاً إلى أنّ المشرّع في ذات القانون قد وضع العقوبات التي سبق الإشارة إليها، لكنه بالمقابل ومن أجل توفير الحماية القانونية الكاملة لصاحب العلامة التجارية، وَلِمنع وجود أي لُبس لدى المستهلك، أو إيقاعه في التضليل، فقد أجاز للمحكمة يجوز للمحكمة التي تحاكم أي شخص متهم أن تأمر بمصادرة أو إتلاف كافة البضائع ومواد الرزم واللف والإعلان واللوحات والطوابع الخشبية والمعدنية والأختام وغير ذلك من الأدوات والمواد المستعملة لطبع العلامة أو مواد اللف أو الرزم أو الإعلانات أو المواد الأخرى التي ارتكب الجرم بشأنها. [1]

[1] أنظر المادة (39) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952.

الفصل الثاني

التحكيم في منازعات العلامات التجارية

يشيع في الآونة الأخيرة وجود جملة من المنازعات التي تقع عناصر الملكية الفكرية أو جزء منها ضمن حدودها وأساس قيامها، فقد باتت عناصر الملكية الفكرية والتي هي نتاج العقل البشري مثالاً مباشراً ونقطة انطلاق نحو قيام العديد من المنازعات التي تدور حول اثبات ملكية هذه العناصر وطبيعة وجودها، وكيفية استخدامها، ولعلّ العلامات التجارية هي من أبرز وأكثر هذه العناصر التي تدور في فلكها الكثير من الصراعات الخاصة بكيفية استخدامها، وأساس تملكها، وفكرة تداولها، وما إلى ذلك من الأمور التي يسعى كل ذي حقّ في هذه المنازعات لإثبات حقه في مواجهة الطرف الآخر (نبيل، 2017)؛ (الحموري، 2010).

وقد جاء المشرّع الفلسطيني من خلال قانون التحكيم رقم 3 لسنة 2000 ولائحته التنفيذية التي صَدَرَت بموجب قرار لمجلس الوزراء رقم 39 لسنة 2004 بوضع مجموعة من الأحكام القانونية التي يُمكن بِمُقتَضاها الوصول الى حل لكل هذه النزاعات، لِيَكونَ التحكيم هو أبرز هذه الأحكام، فقد بَدَأ العديد من الأفراد المتنازعين في عنصر أو أكثر من عناصر الملكية الفكرية والصناعية التوجه لقضاء التحكيم لفض هذا النزاع، وتحديد الشخص صاحب الحق، لِيُصبح التحكيم واحداً من الطرق التي تُنهي منازعات العلامات التجارية، والتي تعد في الأصل جزءاً لا يتجزأ من قواعد الملكية الفكرية، وما يرتبط بها من تفاصيل وحيثيات أخرى (عبد الله م.، 2023).

وَيُشير الباحث إلى أنّ مسألة فض منازعات العلامات التجارية ترتبط بشكل أساسي بفكرة حماية تلك العلامة، وحماية العلامة التجارية يكون من خلال اتخاذ مجموعة من الإجراءات التي حدّدها المشرّع من خلال النصوص القانونية والضوابط التطبيقية المتبعة، والتي يُمكن من خلال الأخذ بها وتطبيقها بالشكل الصحيح تجنب حدوث تلك المنازعات، وتحديد صاحب العلامة بشكل قانوني، وعليه فالأصل أنّه على كل من يريد

حماية علامته من السرقة أو التقليد أو التزوير أو غيرها من الوسائل الأخرى أن يقوم بتسجيل هذه العلامة في وزارة الاقتصاد الوطني.[1]

والواقع أنّ القانون قد اعتبر أنّ صاحب العلامة التجارية هو المبتكر الحقيقي لها، وان لم يقم بعد بتسجيلها باسمه، فابتكار العلامة يُمكن أن يكون دليلاً على جديّة ملكيتها[2]، وهو ما جاء في حكم لمحكمة العدل العليا الفلسطينية والذي جاء فيه: "تبيّن لمسجّل العلامات التجارية أنّ العلامة موضوع الدعوى ليست من ابتكار المُدّعى ضدّها، مما يعني عدم توفر عنصر الجديّة في ملكيّتها، وفي طلب تسجيلها، وأن الموافقة على تسجيلها باسم المستدعى ضدها يؤدي الى تشجيع حدوث المنافسة غير المشروعة بشأنها، وهو ما يخالف نص المادة السادسة من قانون العلامات التجارية الساري".[3]

وفي حكم آخر صادر عن محكمة النقض الفلسطينية بِصِفَتِها الإدارية فقد بيّنت أنه: "اما بخصوص باقي اسباب الاستئناف فهي تنصب حول مخالفة المادة 6 و25 و7 و8 من قانون العلامات التجارية وعدم اعمال

---

[1] نصت المادة (6) من نظام العلامات التجارية رقم 1 لسنة 1952 والمنشور في الجريدة الرسمية الأردنية في العدد 1129 وعلى الصفحة رقم 397 وذلك بتاريخ 1952/12/16 على: "إنّ كافة الطلبات والاشعارات والبيانات والوثائق الأخرى التي يقضي القانون أو هذا النظام بأن تودع لدى المسجل، أو ترسل إليه؛ يجب أن يكتب على ورقة لون أبيض متين بحجم 13 إنش × 8 إنشات على وجه التقريب، وأن يترك على الجانب الأيسر من كل صفحة منه هامش لا يقل عرضه عن انش واحد، على أن تُراعى في ذلك أية تعليمات أخرى قد يصدرها المسجل بهذا الشأن"، وقد نصت كذلك المادة (1/10) من ذات النظام على: "طلبيات تسجيل العلامات التجارية ولوائح الاعتراض على تسجيلها، وسائر المخابرات التي تجري بين طالب التسجيل والمعترض على التسجيل، وما بين صاحب العلامة التجارية المسجلة والمسجل أو أي شخص آخر، يجوز اجراؤه بواسطة وكيل أو من قِبَلُه"، أما المادة (9) من قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952 فنصت على: "إذا كان اسم أية بضاعة أو وصفها مثبتاً في أية علامة تجارية يجوز للمسجل أن يرفض تسجيل تلك العلامة لأية بضاعة خلاف البضاعة المسماة أو الموصوفة على الوجه المذكور أما إذا كان اسم أو وصف أية بضاعة مثبتاً في العلامة التجارية وكان ذلك الاسم أو الوصف يختلف في الاستعمال فيجوز للمسجل أن يسمح بتسجيل تلك العلامة التجارية مع إثبات الاسم أو الوصف فيها لغير البضاعة المسماة أو الموصوفة إذا أشار طالب التسجيل في طلبه إلى وجود اختلاف في الاسم أو الوصف"، والمادة (11) والتي نصت على: "1- كل من يدعي أنه صاحب علامة تجارية استعملت أو في النية استعمالها ويرغب في تسجيل تلك العلامة عليه أن يقدم طلباً خطياً إلى المسجل وفاقاً للأصول المقررة، 2- يجوز للمسجل مع مراعاة أحكام هذا القانون بأن يرفض أي طلب كهذا أو أن يقبله بتمامه من دون قيد أو شرط أو أن يعلن قبوله إياه بموجب شروط أو تعديلات أو تحويرات في طريقة استعمال العلامة أو مكان استعمالها أو غير ذلك من الأمور، 3-إذا رفض المسجل تسجيل علامة تجارية فيجوز أن يستأنف قراره إلى محكمة العدل العليا، 4- يجوز للمسجل أو لمحكمة العدل العليا في أي وقت تصحيح أي خطأ وقع في الطلب أو فيما له تعلق به سواء أكان ذلك قبل قبول الطلب أم بعده أو تكليف الطالب تعديل طلبه على أساس شروط المسجل أو محكمة العدل العليا".

وفي هذا الإطار، وعلى سبيل المقارنة القضائية، فقد صَدَرَ عن محكمة النقض المصرية حكم في الطعن الحقوقي رقم 213 لسنة 40 قضائية والذي صَدَرَ بتاريخ 1980/6/23، والذي يقضي بِـ: "أنّ نص المادة الثالثة من قانون العلامات والبيانات التجارية رقم 57 لسنة 1939 يدل على أنّ الأصل في ملكية العلامة التجارية أنها تثبت للأسبق باستعمالها، وأنّ تسجيلها لا يعدو أن يكون قرينة على ذلك، فيجوز دحضها من قِبَل من يُثْبِت أنه سَبَقَ في استعمالها، إلّا أنّ المشرّع قد خرج على هذا الأصل وأكّد أنّ ملكية العلامة لمن قام بتسجيلها، واستمر في استعمالها بصفة دائمة لمدة 5 سنوات متتالية دون أن ترفع عليه خلالها دعوى تتضمن منازعته في ملكية العلامة قضى فيها بصحة هذه المنازعة..."، وقد وَرَدَ الحكم لدى المكتب الفني، س31، ص1826.

[2] تنص المادة (6) من قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952 على: "كل من يرغب في أن يستقل في استعمال علامة تجارية لتمييز البضائع التي هي من إنتاجه أو صنعه أو انتخابه أو مما أصدر شهادة بها أو البضائع التي يتجر أو التي ينوي الاتجار بها يمكنه أن يطلب تسجيل تلك العلامة وفقاً لأحكام هذا القانون".

[3] راجع حكم محكمة العدل العليا الفلسطينية في الدعوى الإدارية رقم 2018/306 والصادر بتاريخ 2019/3/27 والمنشور على موقع المقتفي: منظومة القضاء والتشريع في فلسطين. https://2u.pw/IRjBc7Ys تاريخ الزيارة 2023/6/9 الساعة 6.18 م

مبدأ الحماية للعلامة التجارية اننا وبإمعان التدقيق في الاوراق مرة اخرى فإن المحكمة تؤكد على ما سبق وسطرته بالبند ثالثاً/3 من هذا الحكم كما وتبين انه في حال النظر الى عناصر كل علامة تجارية سيكون هناك فروق عديدة تتيح ان يستقل كل طرف بعلامته حينها سينشأ منافسة غير محقة وسيكون هناك غشاً للجمهور ولبس على المستهلك بمعرفة المصدر الحقيقي للبضائع التي اقتناها شراءً او غير ذلك، وعلى هذا الاساس كان الاجتهاد بأن يكون النظر للفكرة الرئيسية للعلامة التجارية وليس للتفاصيل وطالما كانت الفكرة الرئيسية وبمجمل العلاقة تدل على انها للحلويات ولاسم عائلة الطرفين (ابو صالحة) فيكون ما توصل اليه المسجل من استخدام المادة 18 توصل صائب يمنع الغش للجمهور ويشجع المنافسة المحقة والشريفة بين الطرفين ضمن القيود التي فرضها والشروط التي استصوب وضعها على المستدعى ضده المطلوب ترقين علامته التجارية وهذا ما اتاه المسجل بقرار تفسيره للقرار الصادر عنه تفصيلاً وان هذا الذي خلص اليه المسجل لهو عين مبدأ الحماية الذي اراده وهدف اليه المشرع والا لما كان قد منح المسجل هذه الصلاحية والمكنة للتسجيل ضمن القيود التي يستصوبها ما يجعل من مجمل اسباب الاستئناف الثاني واجبة الرد...".[1]

وعن فكرة اللجوء للتحكيم كقضاء بديل عن القضاء العادي في الوقت الحاضر، فإنّ الاحتكام للتحكيم أصبح يُعدُّ شرطاً جوهريّاً من شروط أي عقد قائم بين طرفين أو أكثر، فيقع في العقد الاتفاق على إحالة أي نزاع قد ينشأ بينهم للتحكيم، فغالباً ما يُرى هذا الشرط ضمن بنود العقود التجارية التي تقوم على الثقة والائتمان، فيكون التحكيم أفضل من القضاء العادي في حل أي نزاع يدور في فلك هذا العقد، أو نتاجه[2]، وتأكيداً على ذلك، فقد جاء في أحد أحكام محكمة التمييز الأردنية قولها بخصوص الاتفاق على وضع شرط للتحكيم ضمن عقد بيع وتسويق منتجات شركة تجارية، أنّها بيّنت فيه: "أنه وبتاريخ 2012/1/15 أبرمت المستدعى ضدها (شركة داود نابلسية وشركاه) التي تعمل في مجال إنتاج وتصنيع المطابخ وتحمل منتجاتها الشعار

[1] راجع حكم محكمة النقض الفلسطينية بِصِفَتِها الإدارية في الطعن الحقوقي رقم 2020/26 والصادر بتاريخ 2022/3/2 والوارد لدى موقع المقتفي: منظومة القضاء والتشريع في فلسطين. https://2u.pw/IAtwbAIt. تاريخ الزيارة 2024/2/25 الساعة 11.49ص.

[2] تنص المادة (1/5) من قانون التحكيم الفلسطيني رقم 3 لسنة 2000 والمنشور في الوقائع الفلسطينية في العدد 33 وعلى الصفحة رقم 5 وذلك بتاريخ 2000/4/5 على: "اتفاق التحكيم هو اتفاق بين طرفين أو أكثر يقضي بإحالة كل أو بعض المنازعات التي نشأت أو قد تنشأ بشأن علاقة قانونية معينة تعاقدية كانت أو غير تعاقدية، ويجوز أن يكون اتفاق التحكيم في صورة شرط تحكيم وارد في عقد أو اتفاق منفصل".

التجاري مطابخ يونفيرسال عقدا بتعيين المستدعية (شرطة السوطري ورشيد) وكيلاً حصرياً لبيع وتسويق منتجاتها في منطقة العقبة وفق الشروط والأحكام الواردة في العقد وقد ورد في العقد شرط مقتضاه أنه بتوقيع هذا العقد يكون الطرفان قد استغنيا عن المحاكم النظامية وفي حال حدوث خلاف لا سمح الله يلجأ الفريقان إلى التحكيم باختيار الفريقين وفي حال عدم الاتفاق على محكم يتم اللجوء إلى المحكمة لاختيار محكم ولما نشأ خلاف بين الطرفين تم إحالته إلى التحكيم.

وحتى يتمكّن الباحث من إبراز الأهمية الكامنة وراء مسألة اللجوء للتحكيم كقضاء بديل عن القضاء العادي في حل منازعات العلامات التجارية، فكان منه أنْ قام بتقسيم هذا الفصل إلى مبحثين رئيسيّين، يعالج في الأول الفكرة العامة وراء اعتماد التحكيم في حل منازعات العلامات التجارية بشكل خاص، ومنازعات الملكية الفكرية بشكل عام، وذلك من خلال تقسيمه لمطلبين، يناقش في الأول أهمية التحكيم ودوره في حل منازعات العلامات التجارية، أما في الثاني فيتحدث عن الإجراءات التي يجري اعتمادها من قِبَل هيئة التحكيم لحل منازعات العلامات التجارية وذلك في ضوء التشريع الفلسطيني النافذ، أما عن المبحث الثاني فَيُسَلّط فيه الباحث الضوء على الأسس الموضوعية والاجرائية المُتّبعة في تحليل الأحكام الصادرة عن المُحَكّمين في منازعات العلامات التجارية، وذلك من خلال مطلبين، يتعرض في الأول للحديث عن أفضلية اللجوء للتحكيم كوسيلة بديلة عن القضاء العادي في حل منازعات العلامات التجارية، بحيث يتعرّض للمبرّرات الدافعة لذلك، أما في الثاني فيتحدث عن مجال التحكيم في منازعات العلامات التجارية والموقف القانوني منه.

المبحث الأول: ماهية التحكيم ودوره في حل منازعات العلامات التجارية

بيّن الباحث فيما سبق أنّ مسألة اللجوء للتحكيم كوسيلة بديلة عن القضاء العادي من أجل حل منازعات الملكية الفكرية عموماً وبما يشمل منازعات العلامات التجارية خصوصاً يكون في الأصل بناء على شرط أو اتفاق يجري وضعه ضمن بنود العقد الموقّع بين الطرفين المتنازعين، أو في صورة اتفاق مستقل عن العقد، وهو ما يجري عليه العمل في الوقت الراهن، فالكثير من الشركات أو المؤسسات، أو حتى الأفراد باتوا يميلون بشكل تلقائي للجوء لقضاء التحكيم لحل منازعاتهم المدنية والتجارية على حساب القضاء العادي نظراً لما يوفره الأول من مزايا يفتقدها الثاني، فتكاد السرعة والائتمان الذي تتطلبه الأعمال التجارية هي ما تدفع هؤلاء لاعتماد قضاء التحكيم (التميمي، 2022).

وعليه، وحيث أنّ اتفاق التحكيم بات جزءاً لا يتجزأ من أي عقد مدني أو تجاري[1]؛ فإنّ قضاء التحكيم أصبح الملاذ الآمن السهل والسريع في حل المنازعات، وإتمام القضايا بالسرعة والائتمان المطلوبين، دون الاغفال عن أنه لا يُمكن عرض كافة المنازعات القائمة بين أطرافها على التحكيم، فالتحكيم يصلح لكافة المنازعات، إلّا ما استثنيَ منها بنص خاص، حيث جاء المشرّع الفلسطيني بالنص على أنّ هناك منازعات، أو قضايا لا يمكن عرضها على التحكيم للفصل فيها، وأنّ الطريق الوحيد لحلها يكون عبر القضاء العادي الرسمي، فهي تتلخص في المسائل المتعلقة بالنظام العام في فلسطين، وكذلك المسائل التي لا يجوز فيها الصلح قانوناً، وأيضاً المنازعات المتعلقة بالأحوال الشخصية[2]، ويود الباحث القول بأنّ المنازعات الجزائية المتعلقة

---

[1] تنص المادة (5) من قانون التحكيم الفلسطيني رقم 3 لسنة 2000 على: "1- اتفاق التحكيم هو اتفاق بين طرفين أو أكثر يقضي بإحالة كل أو بعض المنازعات التي نشأت أو قد تنشأ بشأن علاقة قانونية معينة تعاقدية كانت أو غير تعاقدية، ويجوز أن يكون اتفاق التحكيم في صورة شرط تحكيم وارد في عقد أو اتفاق منفصل".

[2] أنظر المادة (4) من القانون السابق، وفي التأكيد على ذلك، فقد صَدَرَ عن محكمة النقض الفلسطينية حكم في الطعن الحقوقي رقم 2015/149 والذي صَدَرَ بتاريخ 2018/10/7 والذي أكّدت فيه على: "الذي نجده أنّ طرفي الدعوى وأثناء سير محكمة بداية الخليل بصفتها الاستئنافية في الدعوى قد اتفقا عل اجراء التحكيم بينهما وقاما بالتوقيع عل اتفاق التحكيم المبرز (س1) الذي يبين للمحكمة أنّ الطاعن تراجع عن صك التحكيم بتاريخ لاحق كما هو ثابت ف المبرز (س1) المُشار اليه الذي كتب عليه عبارة ملغي، وأنّ المُحَكّمين الذين تم اختيارهما لفض النزاع القائم بين طرفي الدعوى لم يقوما بأي اجراء من إجراءات التحكيم، ولما كانت المادة الرابعة الفقرة الأولى منها من قانون التحكيم قد بينت ان أحكام قانون التحكيم لا تخضع لها المسائل المتعلقة بالنظام العام في فلسطين، ولما كانت ملكية الأراضي التي تمت عليها أعمال التسوية من المسائل المتعلقة بالنظام العام؛ فلا يجوز عرض هذا النزاع على التحكيم، تطبيقاً لنص المادة السابق ذكره..."، وقد ورد الحكم لدى موقع مقام: موسوعة القوانين وأحكام المحاكم الفلسطينية. https://2u.pw/fPguCkVV. تاريخ الزيارة 2024/3/24 الساعة 11.51

بالعلامات التجارية كسرقة العلامة، أو الاتجار بمنتجاتها، أو كل ما يدخل ضمن الحدود الجزائية لا المدنية أو التجارية فهو كذلك لا يخضع للتحكيم، بل يخضع للقضاء العادي.

وحتى يكون التحكيم نموذجاً حقيقياً يُلْجَأُ إليه لحل وإنهاء منازعات الملكية الفكرية عموماً، والعلامات التجارية خصوصاً؛ فلا بدّ من التعرض للموقف القانوني من هذا النظام، ولأبعاده المختلفة، وأحكامه المعتمدة في إنهاء وفض هذه المنازعات، وذلك من خلال تقسيم الباحث هذا المبحث لمطلبين اثنين، يعالج في الأول الدوافع والمبررات وراء اللجوء للتحكيم لحل منازعات العلامات التجارية، ثم يناقش في الثاني وفي ضوء التشريعات النافذة الإجراءات التي يجري اتباعها في حل منازعات العلامات التجارية عن طريق هيئة التحكيم أو قضاء التحكيم، والآثار المترتبة على ذلك.

المطلب الأول: أفضلية التحكيم عن القضاء العادي في حل منازعات العلامات التجارية

نظراً لما تتميّز به قواعد الملكية الفكرية عموماً، والعلامات التجارية خصوصاً من أنّها تقوم في الأصل على احترام ملكية كل فرد لما يَمْلِكه من أنواع الملكية الفكرية المختلفة سواء أكانت علامة تجارية، أو براءة اختراع، أو مصنف أدبي أو فني، أو ما إلى ذلك من أقسام الملكية الفكرية[1]، فإنّ الاحتكام للتحكيم لحل أية منازعة تظهر بشأن قواعد هذه الملكية وأحكام استعمالها والتفرّد بها؛ يكون هو الأفضل والأنسب لكافة الأطراف المتنازعة، فالاحتكام للتحكيم يختلف مثلاً عن القضاء العادي في أنه يقوم في الأصل على إرادة الأطراف، ولا يتعلق بالنظام العام كهذا الأخير، وحتى أنّه ولو أنه ما زال مُعتمداً باعتباره الجهة المتميزة التابعة للدولة

[1] تنص على سبيل المثال المادة (1/1) من قانون حقوق الطبع والتأليف رقم 46 لسنة 1911 والساري في الضفة الغربية والمنشور في على مبدأ حماية الحق في الطبع والتأليف، فتبين المادة أنّه: "مع مراعاة أحكام هذا القانون، تحمى حقوق الطبع والتأليف في جميع الآثار الأدبية والتمثيلية والموسيقية والفنية في كافة أنحاء ممتلكات جلالته التي يسري عليها هذا القانون المدة المذكورة فيها، بشرط أن تتوفر في ذلك الشروط التالية:

(أ) إذا كان الأثر قد تم نشره فيجب أن يكون قد نشر لأول مرة في إحدى ممتلكات جلالته السابق ذكرها.

(ب) إذا كان الأثر لم ينشر فيجب أن يكون المؤلف في تاريخ تأليفه الأثر من رعايا الدولة البريطانية أو مقيماً في إحدى ممتلكات جلالته السابق ذكرها...، أما حقوق الطبع والتأليف الأخرى فلا تحمى إلا إذا كانت الحماية المقررة في هذا القانون قد مددت بمراسيم صدرت بمقتضى هذا القانون إلى الممتلكات المستقلة التي لا يسري عليها هذا القانون وإلى البلاد الأجنبية..."، وتنص كذلك المادة (68) من قانون حماية الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002 والمنشور في الجريدة الرسمية المصرية في العدد 22 مكرر وعلى الصفحة رقم 4 وذلك بتاريخ 2002/6/2 على: "يكون لصاحب العلامة التجارية المشهورة عالمياً وفي جمهورية مصر العربية حق التمتع بالحماية المقررة في هذا القانون، ولو لم تسجل في جمهورية مصر العربية، ويجب على المصلحة (مصلحة السجل التجاري) أن ترفض من تلقاء نفسها أي طلب لتسجيل علامة مطابقة لعلامة مشهورة يتضمن استخدام العلامة لتمييز منتجات تماثل المنتجات التي تستخدم العلامة المشهورة في تمييزها، ما لم يكن الطلب مقدماً من صاحب العلامة المشهورة نفسه..."

التي يلجأ إليها كافة الأفراد لحل منازعاتهم والمطالبة بحقوقهم، إلّا أنّ التحكيم وباعتماده إجراءات سهلة وسريعة تتناسب مع ما يتطلبه العمل التجاري من سرعة وسهولة، يُعَدّ الأنسب والأكثر تماشياً مع هؤلاء المتنازعين (محمد، 2019؛ إبراهيم، 2016).

وعليه، فإنّ الباحث يُعالج من خلال هذا المطلب مبررات اللجوء للتحكيم كوسيلة بديلة لفض منازعات العلامات التجارية، أي بمعنى آخر أفضلية التحكيم عن القضاء العادي لحل تلك المنازعات، وذلك في الفروع التالية:

الفرع الأول: مبررات اعتماد التحكيم في منازعات الملكية الفكرية والصناعية:

أولاً: أسباب ارتقاء التحكيم على القضاء العادي في الفصل في المنازعات:

لم يُبيّن قانون التحكيم الفلسطيني رقم 3 لسنة 2000 ولائحته التنفيذية رقم 39 لسنة 2004 الدوافع والأسباب التي تجعل قضاء التحكيم قضاءً متميزاً عن القضاء العادي الرسمي، لكن وبعمل مقارنة قانونية بين التحكيم كقضاء مستقل وبين القضاء العادي الرسمي، فإنّ هناك مجموعة من المميّزات التي تجعل التحكيم أفضل من القضاء العادي في حل أغلبية منازعات الملكية الفكرية وبالتحديد المنازعات المتعلقة بالشؤون المدنية والتجارية، وهذه المميزات هي كالتالي:

أ. السرعة والسهولة في الإجراءات:

1) السرعة:

يُعَدّ قضاء التحكيم قضاءً متميّزاً عن القضاء العادي من حيث اعتماده لمسألة السرعة في اتخاذ القرار، فحكم التحكيم الذي يصدر من المُحَكّم المحدّد في الأصل من قِبَل الأطراف المتنازعة يجب أن يصدر خلال فترة محددة يكون الأطراف قد اتفقوا عليها، وفي حال عدم اتفاقهم يتولى القانون تحديد هذه المدة[1]، وذلك على

[1] تنص المادة (38) من قانون التحكيم الفلسطيني رقم 3 لسنة 2000 على: "1- أ- على هيئة التحكيم إصدار القرار المنهي للخصومة خلال الميعاد الذي اتفق عليه الطرفان، ب- ما لم يتفق الطرفان على خلاف ذلك يجب أن يصدر القرار خلال اثني عشر شهراً من تاريخ بدء إجراءات التحكيم، وفي جميع الأحوال يجوز أن تقرر هيئة التحكيم مد الميعاد لمدة لا تزيد على ستة أشهر، 2- إذا لم يصدر قرار التحكيم خلال الميعاد المشار إليه في الفقرة (1) أعلاه جاز لأي من طرفي التحكيم أن يطلب من المحكمة المختصة

عكس المدّة التي يجري فيها اصدار الحكم من قِبَل القاضي العادي في النزاع المعروض أمامه، فهو يكون مجبراً على اتباع مجموعة من الإجراءات الشكلية والموضوعية التي تكفل حماية حقوق الأطراف المتنازعة، مما يؤخر بشكل تلقائي مسألة الفصل في النزاع، وبالتالي يأخذ الفصل فيه عدة أشهر، بل في أحيان كثيرة عدّة سنوات.[1]

2) السهولة في الإجراءات المتبعة:

يتميّز قضاء التحكيم عن القضاء العادي في اعتماده لمجموعة من الإجراءات التي يُمكن القول بأنها سهلة ويسيرة وتتماشى مع السهولة واليسر الذي تتطلبه الأعمال التجارية بشكل خاص، فالمُحكم يعتمد مجموعة من الإجراءات السهلة والبسيطة والتي تبتعد كل البعد عن التعقيدات والمماطلة التي تكون ملتصقة بالإجراءات المتبعة في المحاكم العادية، بحيث أنّه وغالباً ما يكون الأطراف المتنازعون هم من قاموا بتحديد وتبيان هذه الإجراءات بالاتفاق فيما بينهم، وحتى وفي حال عدم اتفاقهم عليها، فيتولى المُحَكّم تحديدها بما يتماشى مع طبيعة التحكيم والمرونة التي يتّسم بها (شندي، 2014).[2]

ب. السريّة:

على عكس القضاء العادي، تَتّسم جلسات التحكيم بالسريّة، فهي جلسات يجري فيها فتح كافة ملفات الأفراد المتنازعة، وغالباً ما يكون هؤلاء الأفراد من فئة التجار وأصحاب الأموال، والذين اختاروا في الأصل الاحتكام

أن تصدر أمراً لتحديد ميعاد إضافي أو لإنهاء إجراءات التحكيم، ويكون لأي من الطرفين عندئذ رفع دعوى إلى المحكمة المختصة، 3- تصدر هيئة التحكيم قرارها الفاصل في موضوع النزاع خلال ثلاثة أشهر من تاريخ حجز القضية للحكم، ويجوز للهيئة تمديد هذه المدة إذا دعت الضرورة إلى ذلك...".

[1] يُمكن الاطلاع على كافة الإجراءات والخطوات التي يجري اتباعها في المحاكم النظامية من أجل إقامة الدعوى والفصل فيها وذلك من خلال النظر في نصوص المواد (52-67) من قانون أصول المحاكمات المدنية والتجارية رقم 2 لسنة 2001 والمنشور في الوقائع الفلسطينية في العدد 38 وعلى الصفحة رقم 5 وذلك بتاريخ 2001/5/12.

[2] وتنص المادة (18) من قانون التحكيم الفلسطيني رقم 3 لسنة 2000 على: "يجوز للأطراف الاتفاق على القواعد الإجرائية الواجب إتباعها من قبل هيئة التحكيم، فإن لم يتفقوا كان لهيئة التحكيم تطبيق الإجراءات المعمول بها في مكان إجراء التحكيم"، وتأكيداً على ذلك فقد أكدت محكمة النقض الفلسطيني في حكم لها ضرورة الاتفاق على إجراءات التحكيم، وأنه في حال عدم الاتفاق يجري السير في الإجراءات من قِبَل المحكم وبما يتماشى مع قانون التحكيم ولائحته التنفيذية، فقد جاء في الحكم الذي يحمل الرقم 2017/1201 والصادر بتاريخ 2021/2/22 أنّ:" نرى في ذلك أن المادة 18 من قانون التحكيم نصت على:" مسألة اتفاق الاطراف على القواعد الاجرائية الواجب اتباعها من قبل هيئة التحكيم، وإذا لم يتفقوا كان لهيئة التحكيم تطبيق الاجراءات المعمول بها في مكان اجراء التحكيم"، وبما أن اتفاق التحكيم الأول المؤرخ في 2009/9/10 (ملحق رقم أ)، والاتفاق الثاني المؤرخ في 2009/3/16 (الملحق رقم ب) قد خلا كل منهما من القواعد الاجرائية التي يجب على هيئة التحكيم العمل بمقتضاها، سواء فيما يتعلق بتثبيت إجراءات حضور الخصوم أو بتثبيت وتدوين ما يتم في محاضر الجلسات حتى لحظة اصدار قرار التحكيم، علما أن هذا الواقع مثبت في الكتاب الموجه من رئيس هيئة التحكيم إلى محكمة الدرجة الاولى بتاريخ 2015/6/16، بما يوجب على هيئة التحكيم الاسترشاد بالقواعد الاجرائية الواردة في اللائحة التنفيذية رقم 34 لسنة 2004 الصادرة عن مجلس الوزراء بشأن قانون التحكيم رقم 3 لسنة 2000..."، وقد ورد الحكم لدى موقع مقام: موسوعة القوانين وأحكام المحاكم الفلسطينية. https://maqam.najah.edu/judgments/7633/ . تاريخ الزيارة 2024/4/6 الساعة 12.41

للتحكيم لسهولة اجراءاته وسريّتها، فدائماً ما تكون أعمال التجار ونشاطاتهم في غاية من الأهمية، والتي يجب أن تكون منازعاتها وكل ما يتعلق بها منطوياً تحت مبدأ السرية والكتمان، وهو كما تم الإشارة إليه يُعدُّ مختلفاً تماماً عن القضاء العادي، الذي يجري في الأصل على اعتماد مبدأ العلنية كمبدأ أساسي، واعتماد السريّة كمبدأ ثانوي وفي حالات خاصة، أما عن التحكيم فهو يعتمد السريّة كمبدأ أساسي، ويعتمد العلنية في جلساته أو اجراءاته كمبدأ ثانوي.[1]

ولا تقف السريّة عند حدود التحكيم الداخلي، بل تتعدى لتشمل أيضاً إجراءات التحكيم الدولي، فيجب على هيئة التحكيم الدولية عند نظرها للنزاع القائم بين أفرادها أن تراعي السريّة في كافة الإجراءات والنشاطات المعتمدة من قِبَلِها، وذلك من بدايتها حتى انتهائها والوصول إلى اصدار قرار التحكيم، وتشمل السريّة الإجراءات والبيّنات والمستندات والصّور، وغيرها من الدلائل التي تقدم من قِبَل الأطراف المتنازعة، ويجدر القول بأنّ اعتماد المحكم للسريّة هو واجب من الواجبات الملقاة على عاتقه، وأنّ مخالفته إياها تجعله عرضة للمسائلة القانونية أو للرد (أحمد، 2018).

ج. الحياديّة والنزاهة:

يجب أن يتمتّع المُحَكّم أو هيئة التحكيم التي يتم اختيارها من قِبَل جميع الأطراف المتنازعة بالحياديّة أولاً، ثم بالنزاهة، فالحيادية تعني أنْ يباشر المُحكّم أو الهيئة أعمالهم دون الميْل لمصلحة طرف على حساب طرف آخر، فصحيح أنّ ذلك أيضاً يجب أن يتوافر لدى القاضي العادي، لكنّ مسألة الحياديّة تكون أشد وأكثر تطبيقاً في قضاء التحكيم، إذ يُمكن للقاضي العادي أن يهتم بطرف على حساب طرف آخر فيما يخص تقديم المستندات، أو ابداء الدفوع، أو حضور الجلسات، لكنّ لا وجود لذلك لدى المُحَكّم أو هيئة التحكيم[2]،

[1] تنص المادة (115) من قانون أصول المحاكمات المدنية والتجارية الفلسطيني رقم 2 لسنة 2001 على: "تكون جلسات المحاكمة علنية، إلا أنّه يجوز للمحكمة من تلقاء نفسها أو بناء على طلب أحد الخصوم إجرائها سرّاً محافظة على النظام العام أو الآداب أو حرمة الأسرة"، وبالمقابل تنص المادة (41) من قانون التحكيم الفلسطيني رقم 3 لسنة 2000 على: "بما لا يتعارض مع أحكام القانون لا يجوز نشر قرار التحكيم أو أجزاء منه إلا بموافقة أطراف التحكيم أو المحكمة المختصة"، وتنص المادة (50) من اللائحة التنفيذية لقانون التحكيم الفلسطيني والصادرة بموجب قرار مجلس الوزراء رقم 39 لسنة 2004 والمشور في الوقائع الفلسطينية في العدد 50 وعلى الصفحة رقم 168 وذلك بتاريخ 2004/4/12 على: "تنظر هيئة التحكيم النزاع المعروض أمامها بصفة سريّة، إلّا أنه يجوز بناء على اتفاق الأطراف جعل الجلسة علنية".

[2] تنص المادة (35) من اللائحة التنفيذية لقانون التحكيم الفلسطيني رقم 3 لسنة 2000 والصادرة بموجب قرار مجلس الوزراء رقم 39 لسنة 2004 على: " تكفل هيئة التحكيم جميع حقوق الدفاع لأطراف النزاع، وتعامِلُهُم على قِدَم المساواة، وتُتيح لكل طرف منهم في جميع الإجراءات الفرصة الكاملة لعرض قضيّته ".

وفي حال وجوده بطريقة لا تدعُ للشك، فيُمكن لأي من الأطراف طلب رد المُحَكّم، وتعيين مُحَكّم آخر للفصل في النزاع[1]، أما عن النزاهة، فالأصل في المُحَكّم أن يتقاضى أتعابه من الأطراف المتنازعة، فالتحكيم كما سبق القول هو طريق اتفاقي اختاره الأطراف بالاتفاق فيما بينهم، وعليه، فلا يجوز للمُحَكّم ولا بأي شكل من الأشكال أن يتقاضى أتعاباً أكثر من الأتعاب التي تمّ الاتفاق عليها، إذ يُمكن أنْ يدخل حينها في دائرة عدم النزاهة وبالتالي يَكون عُرضة للمسائلة القانونية من جهة، ويجعل حُكْمه غير مقبولاً لدى الأطراف من جهة أخرى، وبالتالي لا تَتَحَقّق الغاية من التحكيم (الرشدان، 2014).

د. السلطات الواسعة والمفتوحة:

يتمتع المُحكّم بسلطات أوسع وأكبر من تلك التي يتمتّع بها القاضي العادي، فسلطات القاضي وعلى الرغم من أنه يتمتع بولاية عامّة في الفصل في النزاع المعروض أمامه؛ إلّا أنّها تكون أضيق من تلك التي يَتَمَتّع بها القاضي العادي في المحاكم الرسمية، والسبب في منح المُحكّم هذه الصلاحيات هو أنّه قد تمّ اختياره في الأساس من قِبَل الأطراف المتنازعة، وبالتالي يكون قائماً على تطبيق قواعد العدالة أكثر من الامتثال لقواعد القانون، إلّا ما كان منها متعلقاً بالنظام العام (عبد الله، 2023).

هـ: نهائية قرار التحكيم ومباشرة تنفيذه بشكل رضائي:

الأصل في قرار أو حكم التحكيم أن يصدر نهائياً باتاً أي لا يُمكن الطعن فيه أو استئنافه، إلّا إذا كان باطلاً،

[1] تنص المادة (1/13) من قانون التحكيم الفلسطيني رقم 3 لسنة 2000 على: " لا يجوز طلب رد المحكم إلا إذا وجدت ظروف تثير شكوكاً لها ما يبررها حول حيدته أو استقلاله، ولا يجوز لأي من أطراف التحكيم رد محكم عينه هو أو اشترك في تعيينه إلا لأسباب اكتشفها بعد أن تم تعيين هذا المحكم ".

وفي حال أنْ جرى تصديقه من المحكمة المختصة أصبح قطعياً[1]، وذلك على عكس الحكم الصادر من القاضي العادي الذي يبقى للأطراف فيه إمكانية الطعن فيه بأي طريقة من الطرق التي نص عليها القانون وخصوصاً إذا كان الحكم الصادر مشوباً بعيب يتعلق بالشكل أو بالموضوع أو بتطبيق القانون.[2]

ثانياً: دوْر التحكيم في حل منازعات الملكية الفكرية والصناعية:

تدور منازعات الملكية الفكرية في فلك يحوي قطبين متضادّين، الأول وهو القائم على حفظ حقوق الأشخاص أصحاب هذه الملكية بشتى أنواعها وتصنيفاتها، فهناك الكثير من الدول التي قامت بسنّ التشريعات القائمة على حماية أشكال الملكية الفكرية، وحفظ حقوق أفرادها، وهناك من الدول كذلك من بدأت بشكل جدّي بوضع قوانين تُعاقِب على أيّ خروقات أو تجاوزات أو اعتداءات تطال ملك الشخص ونتاجه الفكري، ومنها

أما القطب الثاني فيتعلق بالوسائل والطّرُق التي تَتَبَنّاها الدول من أجل وقف أي اعتداء يقع على نتاجات الملكية الفكرية، ويقوم على معاقبة المعتدي على ذلك بأي وسيلة تحفظ فكرة الردع وتقوّي أصولها، فعلى سبيل المثال جاء قانون حقوق الطبع والتأليف رقم 46 لسنة 1911 والساري في الضفة الغربية على وضع قواعد خاصة تتعلق بمسألة الاعتداء على حقوق الطبع والتأليف، فبيّن القانون أنّ: "الشخص يعتبر معتدياً

[1] تنص المادة (1/45) من قانون التحكيم الفلسطيني رقم 3 لسنة 2000 على: "اذا انقضت المدة المنصوص عليها في المادة 44 من هذا القانون دون الطعن في قرار التحكيم، تصدر المحكمة المختصة بناء على طلب احد الاطراف قراراً بتصديقه واكسابه الصيغة التنفيذية، ويكون قرار المحكمة نهائياً، وينفذ بالطريقة التي ينفذ بها قرارات المحاكم"، وتنص المادة (47) من ذات القانون على: "يكون لقرار التحكيم بعد تصديقه من المحكمة المختصة القوة والمفعول التي لقرارات المحاكم ويتم تنفيذه بالصورة التي ينفذ فيها أي حكم أو قرار صادر عن محكمة وفقاً للأصول المرعية"، وفي ذلك حَكَمَت محكمة النقض الفلسطينية في حُكْمِها الذي يحمل الرقم 2021/582 والصادر بتاريخ 2023/1/24 بِـ: "يُفهم من نص المادة 1/45 من قانون التحكيم أنّ نفاذ الاحكام الواردة فيه معلقة على شرط عدم طعن أحد اطراف العلاقة التحكيمية في قرار التحكيم خلال المهلة المُحَدّدة في المادة 44 من ذات القانون وقدرها ثلاثين يوماً يبدأ حسابها من اليوم التالي لتاريخ صدور قرار المحكم ان كان وجاهيا او من اليوم التالي لتبليغه ،ولما كان الثابت بان الدعوى الابتدائية رقم 2016/413 والتي موضوعها طلب التصديق على قرار المحكم قدمت قبل انقضاء الاجل المضروب في المادة 44 سالفة الذكر، كما أنه ثابت أيضاً بأنّ الطاعنان كانا قد تقدما بدعوى موضوعها الطعن في قرار التحكيم لغرض فسخه وابطاله، وقدمت أيضاً هذه الدعوى قبل الأجل المضروب في المادة 44 المشار اليها، ونظرت من ذات القاضي امام محكمة الدرجة الأولى، وثابت من أوراق الدعوى أيضاً بأنّ المحكمة مصدرة الحكم الطعين كانت على علم ودراية بوجود دعوى أخرى جرى تقديمها للطعن في قرار التحكيم وفق ما هو ثابت من ضبط جلسات المحاكمة أمام محكمة الاستئناف مصدرة الحكم المطعون فيه، ومن ذلك فان الشرط الذي علق المشرع عليه تحصين قرار المحكم من الطعن فيه او طلب فسخه والغاءه واعتبار الحكم بتصديقه حكماً نهائياً غير قابل للطعن، وهو أنْ يقدم طلب لتصديقه بعد انقضاء الاجل المضروب في المادة 44 من قانون التحكيم ودون ان يقدم طلب لفسخه والطعن فيه قبل انقضاء الاجل ذاته المعين في المادّة المشار اليها لم يتحقق، اذ أنّ طلب التصديق قدم قبل انقضاء الاجل وكذلك قدم طلب لفسخه والغاءه قبل انقضاء الأجل أيضاً...". وقد ورد الحكم لدى موقع مقام: موسوعة القوانين وأحكام المحاكم الفلسطينية. https://maqam.najah.edu/judgments/8840/ . تاريخ الزيارة: 2024/4/7 الساعة 10.57

[2] تنص المادة (175) من قانون أصول المحاكمات المدنية والتجارية الفلسطيني رقم 2 لسنة 2001 على: "القصور في أسباب الحكم الواقعية، والنقص أو الخطأ الجسيم في أسماء الخصوم وصفاتهم وعدم بيان أسماء القضاة الذين أصدروا الحكم يترتب عليه البطلان".

على حق الطبع والتأليف المحفوظ في أي أثر إذا فعل شيئاً حصر هذا القانون حق القيام به في صاحب ذلك الحق، بدون رضا صاحبه، بشرط ألّا تعتبر الأفعال التالية اعتداء على حق الطبع والتأليف:

(1) التداول بأي أثر تداولاً عادلاً من أجل الدراسة أو البحث أو الانتقاد أو التقريظ أو التلخيص للصحافة، (2) إذا كان مؤلف الأثر الفني ليس بصاحب حق الطبع والتأليف فيه واستعمل المؤلف قالباً أو رسماً أو خريطة أو نموذجاً أو درس الأثر على ألا يكرر المؤلف بذلك غاية الأثر الأساسية ولا يقلدها، (3) صنع أو نشر صور زيتية أو تصاوير أو صوراً منحوتة أو صوراً شمسية عن تمثال أو أثر فني إذا كان الأثر قائماً بصورة دائمة في محل عمومي أو بناية عمومية أو صنع أو نشر صوراً زيتية أو تصاوير أو نقوشاً أو صوراً شمسية عن أثر معماري ليست من قبيل التصاوير والخرائط الهندسية، (4) نشر مجموعة مؤلفة في الغالب من مواد غير محفوظة حقوق الطبع فيها بقصد استعمالها حقيقة في المدارس وقد وصفت كذلك الاسم الذي أطلق عليها وفي الإعلانات التي أصدرها الناشر بشأنها وهي مؤلفة من فقرات موجزة مقتبسة من آثار أدبية منشورة ولكنها لم تنشر بقصد استعمالها ومحفوظة حقوق الطبع والتأليف فيها بصفتها كذلك، (5) نشر خلاصة محاضرة ألقيت علناُ في صحيفة ما لم يكن نشر الخلاصة قد حظر بموجب إعلان خطي أو مطبوع واضح وجلي علق قبل إلقاء المحاضرة، على مدخل البناية التي ألقيت المحاضرة فيها أو في جوارها وأبقي معلقاً كذلك أثناء إلقائها أو علق بجانب المحاضر إلا إذا كان ذلك أثناء استعمال البناية للعبادة. غير أنه ليس في هذه الفقرة ما يؤثر في أحكام الفقرة (1) فيما يتعلق بالتلخيص للصحافة.

(6) قراءة بعض مقتطفات لا تتجاوز الحد المعقول من أي أثر منشور أو تلاوتها علناً.

(2) يعتبر الشخص معتدياً على حق الطبع والتأليف في أي أثر:

(أ) إذا باع ذلك الأثر أو أجره أو عرضه على سبيل التجارة أو قدمه للبيع أو للإيجار، أو

(ب) إذا وزع ذلك الأثر للشؤون التجارية أو لدرجة مجحفة بصاحب حق الطبع والتأليف، أو

(ج) عرض ذلك الأثر على الجمهور بقصد التجارة، أو

(د) إذا استورد ذلك الأثر للبيع أو الإيجار في أي قسم من ممتلكات جلالته التي يسري عليها هذا القانون.

وكان يعلم بأن عمله هذا يعتبر تعدياً على حق الطبع والتأليف أو يكون بمثابة تعد على حق الطبع والتأليف فيما لو وقع في أي قسم من ممتلكات جلالته وتم فيه بيع الأثر أو تأجيره أو عرضه أو تقديمه لأجل البيع أو الإيجار أو التوزيع أو العرض أو الاستيراد...".[1]

ويرى الباحث ومع الأسف أنّ المشرّع الفلسطيني ما زال مكتوف الأيدي أمام اصدار تشريعات قانونية كاملة تهتم بالملكية الفكرية، وتضع قواعد لحماية حقوق أصحابها، ونتاجاتهم الأدبية أو الفنية أو الصناعية، وحتى أنّ مشروع قانون حماية حقوق الملكية الصناعية لسنة 2000 لم يدخل حيّز التنفيذ لغاية الآن، هذا يعني أنّ فكرة التعاطي مع الملكية الفكرية في فلسطين ليست مسألة ذات اهتمام كبير من أولي الشأن، وبالتالي يجب التفكير ملياً في تطوير قوانين تسعى لحماية حقوق كل شخص ذو نتاج يدخل في تصنيفات الملكية الفكرية، ويقع في دائرتها، وحتى وان كانت هناك قوانين نافذة فهي قوانين تقليدية قديمة بحاجة إلى إعادة صياغة لِتَكون أكثر انسجاماً مع الواقع الحالي.

فمنازعات الملكية الفكرية بمختلف أنواعها وتقسيماتها والتي باتت تُحَلّ بواسطة التحكيم كقضاء ثانٍ تندرج في إطار كل ما من شأنه حماية الإبداعات الفكرية والأدبية والفنية وكذلك الصناعية الخاصة بأصحابها، والتي يُفَصّلُها الباحث كالتالي:

[1] أنظر المادة (2) من قانون حقوق الطبع والتأليف رقم 46 لسنة 1911 والساري في الضفة الغربية، وقد نصّت المادة (23) من قانون امتيازات الاختراعات والرسوم رقم 22 لسنة 1953والمنشور في الجريدة الرسمية الأردنية في العدد 1131 وعلى الصفحة رقم 491 وذلك بتاريخ 1952/12/30 على: "يجوز الحصول على إلغاء امتياز اختراع بتقديم طلب بذلك إلى محكمة التمييز بصفتها محكمة عدل عليا، ويجوز تقديم طلب بإلغاء أي امتياز اختراع من قبل: رئيس النيابة العامة، أو أي شخص آخر يدعي: أن امتياز الاختراع أحرز بالاحتيال على حقوق المستدعي أو حقوق أي شخص يدعي بالوكالة عنه أو بواسطته، أو أن المستدعي أو أي شخص يدعى بالنيابة عنه أو بواسطته هو المخترع الحقيقي للاختراع المدرج في ادعاء صاحب الامتياز، أو أن المستدعي أو أي شخص آخر يدعى بحصته، بالوكالة عنه أو بواسطته قي أية تجارة أو شغل أو معمل صنع أو استعمل أو باع علناً في المملكة قبل تاريخ امتياز الاختراع شيئاً يدعى صاحب امتياز الاختراع أنه اخترعه"، وقد تمّ الغاء هذا القانون في المملكة الأردنية بموجب القانون رقم 32 لسنة 1999 والذي يُسَمّى بقانون براءات الاختراع لسنة 1999 وتعديلاته، والذي تمّ نشره في الجريدة الرسمية الأردنية في العدد 4389 وعلى الصفحة رقم 4256 وذلك بتاريخ 1999/11/1.

1- قابلية التحكيم في حل منازعات الملكية الفكرية:

جاء مشروع قانون حماية حق المؤلف والحقوق المُجاوِرة لسنة 2012 بتوضيح نطاق الحقوق التي يجب حمايتها من أيّ اعتداء يُمكن أن يطالها، فبيّن أنّ هذه الحقوق هي: "المُصَنّفات المُبْتَكَرة في الآداب والفنون والعلوم أيّاً كان نوع هذه المُصَنّفات أو أهميّتها أو الغرض من انتاجها، بحيث تشمل الحماية المُصَنّفات التي يكون مظهر التعبير عنها الكتابة أو الصوت أو الرسم أو التصوير أو الحركة، وبوجه خاص الكُتُب والكُتَيّبات وغيرها من المواد المكتوبة، وكذلك المُصَنّفات التي تُلْقى شفاهَةً كالمحاضرات والخُطَب والمَواعِظ، المُصَنّفات المسرحية والمسرحيات الغنائية والموسيقية والتمثيل الايمائي، المُصَنّفات الموسيقية سواء أكانت مرقّمة أو بدون أو كانت مصحوبة بكلمات أو بدون، أعمال الرسم والتصوير والنحت والحفر والعمارة والفنون التطبيقية والزخرفية، الصور التوضيحية والخرائط، برامج الحاسوب سواء أكانت بلغة المصدر أو بلغة الآلة".[1]

ويود الباحث الإشارة إلى أنّ المشروع السابق قد خلا من النص على مسألة الاحتكام للتحكيم في حل أية منازعة تظهر بشأن حماية حق المؤلف والحقوق المُجاوِرة له، وأنه قد وَضَعَ مجموعة من العقوبات التي يجري تطبيقها بواسطة حكم المحكمة التي يُرْفَع إليها الأمر لحل المسألة، إذْ حَصَرَ المشرّع الفلسطيني مسألة حل منازعات الملكية الفكرية بواسطة المحاكم الفلسطينية دون غيرها.[2]

[1] أنظر المادة (3) من مشروع قانون حماية حق المؤلف والحقوق المجاورة الفلسطيني رقم 1 لسنة 2012 والساري في فلسطين منذ 2018/12/4.

[2] أنظر نص المادة (46) و(47) من المشروع السابق، وعلى سبيل المقارنة، فكما هو الحال بالنسبة للمشروع الفلسطيني، فإنّ القوانين والتشريعات العربية المماثلة قد خلت أيضاً من النص على مسألة الاحتكام للتحكيم لحل أية منازعة تثور بشأن حق المؤلف والحقوق المُجاوِرة له، وهو ما يجعل المحاكم النظامية في أي بلد مختصة بشكل حصري بحل هذه المنازعات، إلّا في حال أنْ قام الأطراف المتنازعون بالاتفاق بشكل ودّي على الاحتكام للتحكيم، فعندها يسري الاتفاق الخاص على النص العام، فبالنظر لنص المادة (34) من قانون اتحادي رقم 7 لسنة 2002 بشأن حماية حق المؤلف والحقوق المجاورة الساري في دولة الامارات العربية المتحدة، والمنشور في الجريدة الرسمية في العدد 712 ملحق وعلى الصفحة رقم 1 وذلك بتاريخ 2021/9/26 وقد بدأ نفاذ التشريع بتاريخ 2022/1/2 فقد نصّت بشكل عام على: "لرئيس المحكمة الابتدائية بناءً على طلب المؤلف أو من يخلفه، وبمقتضى أمر يصدر على عريضة أن يأمر بالإجراءات التالية بالنسبة لكل مصنف نشر أو عرض بدون إذن كتابي من المؤلف أو ممن يخلفه، وهي: 1- إجراء وصف تفصيلي للمصنف، 2- وقف نشر المصنف أو عرضه أو صناعته، 3- توقيع الحجز على المصنف الأصلي أو نسخه (كتباً كانت أو صوراً أو رسومات أو أداءات أو فوتوغرافيات أو تسجيلات صوتية أو برامج إذاعية أو غير ذلك) وكذلك على المواد التي تستعمل في إعادة نشر هذا المصنف أو استخراج نسخ منه بشرط أن تكون تلك المواد غير صالحة إلا لإعادة نشر المصنف، 4- اثبات الأداء العلني بالنسبة لإيقاع أو تمثيل أو إلقاء مصنف بين الجمهور، ومنع استمرار العرض القائم أو حظره مستقبلاً، 5- حصر الإيراد الناتج من النشر أو العرض بمعرفة خبير يندب لذلك إن اقتضى الحال، وتوقيع الحجز على هذا الإيراد في جميع الأحوال، 6- إثبات واقعة الاعتداء على أي من الحقوق المحمية طبقاً لأحكام هذا القانون "، لكن وبالمقابل فقد جاء قانون اتحادي رقم 6 لسنة 2018 بشأن التحكيم في دولة الامارات العربية المتحدة والمنشور في الجريدة الرسمية في العدد 630 وذلك بتاريخ 2018/5/15 والذي بدأ نفاذه بتاريخ 2018/7/4 بالنص في المادة (7) منه على: "ج- إذا تم الاتفاق على التحكيم أثناء نظر النزاع من قبل المحكمة المختصة بنظره، تصدر المحكمة حكمها بإثبات اتفاق التحكيم ويترك للخصوم مباشرة إجراءات التحكيم في المكان والوقت الذي يتم تحديده وبالشروط التي تحكمه، والقضاء باعتبار الدعوى كأن لم تكن، د- إذا ورد في المذكرات الخطية المتبادلة بين الأطراف أثناء إجراءات التحكيم أو الإقرار به أمام القضاء، والتي يطلب فيها أحد الأطراف إحالة النزاع إلى التحكيم ولا يعترض على ذلك الطرف الآخر في معرض دفاعه".

لكنه يرى بالمقابل بأنّ مسألة الاحتكام للتحكيم باتت واقعةً كشرط ضمني في أي اتفاقية أو عقد يشتمل على التعامل مع حق من حقوق المؤلف، أو يدل عليه، أو يساهم في نشره، وذلك يرجع في الأصل لقدرة المتنازعين على حل النزاع بواسطة التحكيم طالما أنّ موضوع النزاع من المواضيع التي يُمكن حلّها عن طريقه، ويستند في ذلك لنص المادة الخامسة من قانون التحكيم الفلسطيني التي تبيّن بأنّ اتّفاق التحكيم هو اتفاق بين طرفين أو أكثر يقضي بإحالة كل أو بعض المنازعات التي نشأت أو قد تنشأ بشأن علاقة قانونية معينة تعاقدية كانت أو غير تعاقدية، ويجوز أن يكون اتفاق التحكيم في صورة شرط تحكيم وارد في عقد أو اتفاق منفصل.

2- قابلية التحكيم في حل منازعات الملكية الصناعية:

الملكية الصناعية وبحسب التشريعات السارية في فلسطين وكتب الفقهاء هي التي تضم براءات الاختراع ونماذج المنفعة، والتصميمات التخطيطية للدوائر المتكاملة، والعلامات التجارية والرسوم والنماذج الصناعية والبيانات والمؤشرات الجغرافية والأسرار التجارية والمعرفة الفنية، والأصناف النباتية (قيسي، 2018).[1]

وعلى غرار ما سبق ذكره بشأن أحكام الفصل في منازعات الملكية الفكرية، فإنّه يُمكن حل منازعات الملكية الصناعية عامّة، والعلامات التجارية خاصّة، عن طريق القضاء البديل وهو قضاء التحكيم، لكن بشرطين، الأول هو أن يكون قد تمّ الاتفاق بشكل مسبق على حل هذه المنازعات عن طريق التحكيم، حيث لا وجود للتحكيم ان لم يكن هناك اتفاق مسبق من قبل الأطراف المتنازعة، وهو ما أكدت عليه محكمة النقض المصرية في أحد أحكامها، إذ بيّنت أنّ: "إرادة المتعاقدين هي التي توجد التحكيم، وتحدد نطاقه من حيث المسائل التي يشملها، والقانون الواجب التطبيق، وتشكيل هيئة التحكيم" (عبد الله، 2023).[2]

أما بالنسبة للشرط الثاني وهو في الاتفاق على أن يكون التحكيم محلياً أي لا يتعلّق بأي أمر من الأمور الدولية ويجري في فلسطين، إلا إذا كان أحد أطراف النزاع أجنبياً، فهنا يكون التحكيم دولياً، وهو الذي يدور

[1] أنظر نص المادة (1) من مشروع حماية الملكية الصناعية الفلسطيني لسنة 2000.

[2] راجع في ذلك حكم محكمة النقض المصرية في النقض المدني رقم 145 لسنة 68 قضائية والصادر بتاريخ 2007/5/28.

حول كون المراكز الرئيسة لأطراف التحكيم تقع في دول مختلفة وقت إبرام اتفاق التحكيم، أو إذا كان موضوع النزاع الذي يشمله اتفاق التحكيم مرتبطاً بأكثر من دولة، أو إذا كان المركز الرئيس لأعمال كل طرف من أطراف التحكيم يقع في نفس الدولة وقت إبرام اتفاق التحكيم وكان أحد الأماكن الآتية يقع في دولة أخرى: مكان إجراء التحكيم كما عينه اتفاق التحكيم أو أشار إلى كيفية تعيينه، ومكان تنفيذ جانب جوهري من الالتزامات الناشئة عن العلاقة التجارية أو التعاقدية بين الأطراف، وكذلك المكان الأكثر ارتباطاً بموضوع النزاع.[1]

ويرى الباحث أنّ القصور التشريعي الذي يطال تنظيم قواعد الملكية الفكرية والتجارية والصناعية وما يتعلق بها والمنازعات التي تثور بشأنها يجب أنْ يتوقف بشكل سريع، وأن يجري معالجته بشكل جدّي وحقيقي، فقواعد الملكية الفكرية وما تحويه من حقوق كبيرة ومرتبطة بأصحابها؛ لا بُدّ من وضع تنظيم تشريعي رسمي لها، وأن يكون سارياً بشكل تلقائي، ومع ضرورة تنبه المشرّع الفلسطيني إلى وجوب النص على فكرة الاحتكام للتحكيم في فض منازعات الملكية الفكرية والصناعية وما يتعلق بهما، وذلك لما له من أثر جوهري في إنهاء وحل أكثر المنازعات التي يُمكن أن تثور في الوقت الحالي.

الفرع الثاني: دوْر التحكيم في حل منازعات العلامات التجارية:

أولاً: مدى جواز التحكيم في حل منازعات العلامات التجارية ومشكلاته:

في البداية يُمكن القول بأنّ منازعات العلامات التجارية كثيرة وَمُتَعَدّدة، ويرى الباحث أنه وطالما أنّ قانون التحكيم قد جاء بنص عام يتعلق بجواز إحالة أية منازعات يتفق الأطراف على حلّها بواسطة التحكيم إلا ما استُثْنِيَ منها بنص خاص[2]، فإنّ أية مشاكل يمكن أنْ تدور في فلك العلامات التجارية تصلح أساساً لاعتبارها

[1] أنظر المادة (3) من قانون التحكيم الفلسطيني رقم 3 لسنة 2000.

[2] أنظر نص المادة (4) من القانون السابق، وتنص المادة (1841) من مجلة الأحكام العدلية لسنة 1876 على: "يَجُوزُ التَّحْكِيمُ فِي دَعَاوَى الْمَالِ الْمُتَعَلِّقَةِ بِحُقُوقِ النَّاسِ".

جزءاً من المنازعات التي يُمكن حلّها بواسطة التحكيم، وعليه، فإنّ النزاعات الخاصة بالعلامات التجارية والتي يُمكن عرضها على قضاء التحكيم وفقاً للنص العام هي كما يلي:

1- استعمال العلامات التجارية المُسَجّلة أو تقليدها أو تزويرها:

بيّنَ قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952 والساري في الضفة الغربية أنّه يجب: "أن تكون العلامات التجارية التي يمكن تسجيلها مؤلفة من حروف أو رسوم أو علامات أو خليط من هذه الأشياء ذي صفه فارقة، وتوخياً للغرض المقصود من هذه المادة تعني لفظة (فارقة) أن العلامة التجارية موضوعة على شكل يكفل تمييز بضائع صاحبها عن بضائع غيره من الناس".[1]

ويُرْجَعْ في تقدير قيام تشابه أو تقليد بين علامتين أو أكثر إلى مجموعة من المعايير، وهي:

1. يتم النظر للعلامتين منفصلتين أي ينظر إلى كل منها واحدة تلو الأخرى:

يسهل ايجاد الفروقات والتمييز بين أي علامتين في حال تمّ وضعِهِما بجانب بعضِهِما البعض، بينما لو تم النظر الى كل من العلامتين بشكل منفصل؛ فيتم النظر في هذه الحالة لانطباع المستهلك الذي يمكن أن يتأثر من جرّاء وجود ذلك التشابه بين العلامتين، وعليه، فالأفضل أن يُنْظر لكل علامة على حدة، ثم تقرير وجود التشابه من عدمه.[2]

2. يتم الأخذ بعين الاعتبار بأوجه التشابه بين العلامة التجارية والعلامة الأخرى لا بأوجه الاختلاف:

فعند تحديد التشابه يتوجب الأخذ بعدد التشابهات الموجودة بين العلامة الاصلية والاخرى وليس بعدد الاختلافات فان اللبس يحصل بين العلامات بسبب وجود التشابه بينهم.[3]

---

[1] أنظر المادة (7) من قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952.

[2] هذا ما أخذت به العديد من المحاكم الأردنية، وهو ما جاء في قرار لمحكمة التمييز الأردنية في القرار رقم 2002/355، والصادر بتاريخ 2002/2/27، منشورات مركز عدالة، وكذلك قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم 53/30 ص 505 سنه 1963، بالإضافة إلى قرار محكمة العدل العليا الاردنية رقم 88/164 ص931 سنه 1989.

[3] حمدان، ماهر: حماية العلامات التجارية، ط1. الأردن: مطبعة الجامعة الأردنية, 1999، ص56. وقد قضت بخصوص هذا المعيار محكمة النقض المصرية في طعنها الذي حَمل الرقم 390 لسنة 27 قضائية والصادر بتاريخ 1963/1/24 بِ: "إنّ على المحكمة تقدير التشابه والتقليد من حيث وجهة نظر المستهلك، باعتبار المشابهة الاجمالية أكثر من اعتبارها للفروق في الجزئيات الموجودة بين العلامة الحقيقية والعلامة الجارية بشأنها الدعوى، وبما أنه يجب الاعتداد عند المقارنة بأوجه الشبه لا الاختلاف والتفاصيل والجزئيات، فتقدّر المحكمة التقليد أو التشبيه الذي يؤدي لتضليل الجمهور واحداث اللبس، والخلط بين السلع، ومن وجهة نظر المستهلك المتوسط الحرص والانتباه...".

3. يتم النظر للعلامة التجارية بشكل مجمل وعمومي ليس بشكل مفصل للعلامة وأجزائها:

لا يدقق المستهلك بالعلامة أو ينظر الى تفاصيلها، بل يشاهدها بشكل عام، وبالتالي فإنه يتوجب النظر إلى العلامتين بشكل عام ومجمل لنكون قد قاربنا من آليّة حصول التشابه ومعرفة الحقيقة بوجود تشابه أم لا.[1]

4. يتم تقدير التشابه وذلك بالأخذ بعين الاعتبار معيار الرجل العادي:

المستهلك بشكل عام هو شخص عادي متوسط الحرص ولا يتفحص المنتج والعلامة كالرجل شديد الحرص الذي يدقق ويفحص بشكل شديد ودقيق (الصادق، 2011).[2]

5. وجود تضليل للمستهلك واحتمالية غش الجمهور:

يعني ذلك حصول التضليل فكيف يكون هنالك تشابه إذا لم يحصل غش للجمهور فترى الباحثة انه من اهم الاسس لتقدير التشابه هو هذا الاساس (الشيخ أحمد، 2008).[3]

وهو الأمر الذي تحكم به المحاكم الأردنية، بحيث جاء في حكم منها قوله: "لتوضيح ما إذا كانت المدعى عليها قد استعملت العلامة التجارية العائدة للمدعية أو قلدتها فإنه لا بد من تحديد العناصر الرئيسية لتقرير مسألة التعدي والتشابه بين العلامة المسجلة العائدة للمدعية والعلامة المستخدمة من المدعي عليه وهي الفكرة الاساسية التي تنطوي عليها العلامة التجارية المسجلة، وكذلك المظاهر الرئيسية للعلامة التجارية وليس تفاصيلها الجزئية ، وأيضاً نوع البضاعة التي تحملها، واحتمالية وقوع التباس بينها وبين العلامة

وفي حُكْم آخر لمحكمة الاستئناف المدنية في بيروت والذي حَمَلَ الرقم 1996/1153 والصادر بتاريخ 1996/12/5 ذات فقد طبّقت هذه المحكمة ذات المبدأ الذي سارت عليه محكمة النقض المصرية، فقضت بِ: "نظراً لتقدير وجود التقليد بين علامتين فإنه يُنْظَر إلى العلامة المُقَلّدة أو المحتذى بها من وجهة نظر المستهلك، والأخذ بعين الاعتبار المشابهة الاجمالية أكثر من الفروق في الجزئيات الموجودة بين الماركة الحقيقية، والماركة الجاري عليها الدعوى". وقد ورد الحكم لدى بالي، سمير فرنان: الموسوعة العلمية في العلامات الفارقة التجارية والمؤشرات الجغرافية والرسوم والنماذج الصناعية ج3 "دراسة مقارنة". ط3. بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية. 2007. ص82

[1] راجع في ذلك حكم محكمة النقض المصرية في الطعن المدني رقم 430 سنة 25 قضائية، والصادر بتاريخ 2014/11/11 والوارد لدى المكتب الفني لمحكمة النقض السنة 11، العدد الأول، ص 100، وعلى العنوان الالكتروني: https://2u.pw/nyI5x6pB

[2] ويُراجع في ذلك أيضاً قرار محكمة العدل العليا الأردنية في القضية الحقوقية رقم 30 /53 ص 506 سنة 1953، وكذلك قرار صادر من نفس المحكمة رقم 53/31 ص 3 سنه 1954.

[3] ويُراجع في ذلك أيضاً القرار الصادر عن محكمة العدل العليا الأردنية رقم94/83 ص 63 سنه 1995.

الاخرى عن طريق النظر اليها أو السماع اسمها، وعدم افتراض أن المستهلك عند شراء البضاعة يتفحص علامتها التجارية فحصاً دقيقاً أو يقارنها بالآخرين...."[1]

2- التعدي على علامة تجارية مشهورة:

لم تميّز التشريعات السارية في فلسطين بين العلامة التجارية العادية والعلامة التجارية المشهورة، فالعلامة التجارية التي وردت في تلك التشريعات هي العلامة التي تحوي إشارة أو بصمة أو رمز أو رقم أو شكل يُساعد على تفرقة هذه العلامة عن غيرها من العلامات التي تُشابِهُها، أو التي تحمل نفس المنتجات، أما العلامة التجارية المشهورة فلم يرد ذكرها في هذه التشريعات، وعليه، وبالاطلاع على التشريعات المنظمة للعلامة التجارية المشهورة، فقد وردت فيها عدّة تعريفات تخص هذه العلامة، فهي عبارة عن: "العلامة التجارية ذات الشهرة العالمية التي تجاوزت شهرتها البلد الأصلي الذي سُجّلَت فيه، واكتسبت شهرة في القطاع المعني من الجمهور..."[2]، وهناك من التشريعات ما عرّفها بأنها: "العلامة التي تُستخدم على نطاقٍ واسع لتمييز المنتجات المتماثلة مع بعضها البعض، وهي العلامة التي تتمتع بالحماية القانونية شأنها في ذلك شأن أي علامة مسجلة في قانون الدولة التي صَدَرَت فيها والتي تكون عضواً في منظمة التجارة العالمية، والتي يجري استخدامها في دول أخرى منها جمهورية مصر العربية".[3]

وحول إمكانية اللجوء للتحكيم في حل أية منازعة تتعلق بالاعتداء على هذه العلامة بأيّ وجه من أوجه الاعتداء؛ فإنّ اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية قد خلت من الإشارة إلى إمكانية حل أية مشاكل تنشأ عن استعمال علامة تجارية مشهورة بوجه غير مشروع أو التعدي عليها بأي شكل من أشكال الاعتداء،

[1] راجع في ذلك حكم محكمة التمييز الأردنية في القضية الحقوقية رقم 2002/355، والصادر بتاريخ 2002/2/27 والوارد لدى موقع قسطاس: يُسْر المعرفة القانونية.

[2] أنظر المادة رقم (2) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952 والمعدل بموجب القانون رقم 15 لسنة 2008 والمنشور في الجريدة الرسمية الأردنية في العدد 4900 وعلى الصفحة رقم 1286 وذلك بتاريخ 2008/4/16.

[3] أنظر المادة (68) من قانون حماية الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002، وتنص المادة (6ثانياً/1) من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المُبرمة في 20 مارس 1883 والمعدلة في 1900 والمنقحة بشكل نهائي في 28 سبتمبر 1979 على: "تتعهد دول الاتحاد سواء من تلقاء نفسها إذا أجاز تشريعها ذلك، أو بناء على طلب صاحب الشأن، برفض أو إبطال التسجيل وبمنع استعمال العلامة الصناعية أو التجارية التي تشكل نسخاً أو تقليداً أو ترجمة يكون من شأنها ايجاد لبس بعلامة ترى السلطة المختصة في الدولة التي تم فيها التسجيل أو الاستعمال بأنها مشهورة باعتبارها فعلاً العلامة الخاصة بشخص يتمتع بمزايا هذه الاتفاقية ومستعملة على منتجات مماثلة أو مشابهة، كذلك تسري هذه الأحكام إذا كان الجزء الجوهري من العلامة يشكل نسخاً لتلك العلامة المشهورة أو تقليداً لها من شأنه إيجاد لبس بها".

مكتفية بالنص على: "يجب منح مهلة لا تقل عن خمس سنوات من تاريخ التسجيل للمطالبة بشطب مثل هذه العلامة، ويجوز لدول الاتّحاد أن تحدد مهلة يجب فيها المطالبة بمنع استعمال العلامة".[1]

أما عن التوجّه للتحكيم لحل أية إشكاليات تُثار بشأن هذه العلامة، فقد وَضَعَت المُنَظّمة العالمية للملكية الفكرية المعروفة بالويبو (wipo) [2] سياسة موحّدة للفصل في المنازعات الخاصة بالعلامة التجارية المشهور، وكذلك بما يتعلق بأية اعتداء يُمكن أن يطال أسماء الدومين، حيث بيّنت المنظمة أنّ مسألة الاحتكام للتحكيم تقع بشأن أي اعتداء يطال هذه العلامة أو يَحِدّ من شهرتها، أو لا يوصِلُها للجمهور المعني بالمستوى المطلوب وصولها إليه، سواء أكان ذلك بسوء نية، أو بشكل يتضمن تعدّياً على حقوق صاحب العلامة بطريقة تعسفيّة، فالاحتكام للتحكيم يقع ضمن ما يُسمّى بالسياسة الموحّدة التي تنتهجها المنظمة، بحيث تتضمن هذه السياسة تشكيل لجنة تحكيم إدارية تتكون من مُحَكّم واحد، يقوم بالنظر في الشكوى المُقَدّم من المُدّعي تجاه المُدّعى عليه، ثمّ يجري الفصل في النزاع بشكل الكتروني (وذلك باعتبار أن التحكيم في هذه الحالة هو من نوع التحكيم الدولي الذي يكون أحد أطرافه أو جميعهم أجنبياً)، ويجري البت فيه خلال مدة لا تتجاوز الخمسين يوماً، بحيث يُرسل بعد ذلك المُحكم قراره في النزاع إلى لجنة الويبو للتحكيم، بحيث تُحيل اللجنة النزاع طرفي الخصومة وكذلك للجهة التي تتولى عملية تسجيل العلامات التجارية المشهورة والمعروفة باسم ICANN (ICANN), n.d.))، بحيث تقوم هذه الجهة بتنفيذ قرار التحكيم، والذي تتخذ فيه خطوة واحدة من أساس خطوتين، فهي تقوم إما ببقاء العلامة التجارية المشهورة باسم من سُجّلت باسمه كما هو، أو الحكم بعدم أحقية من استخدم العلامة بقيامه باستخدامها، شريطة أن يكون المُدعى عليه قد استخدم العلامة التجارية المشهورة أو الاسم المتعلق بها بسوء نية، لأنه لو استخدمه بحسن نية، لكان الأمر مختلفاً، ولكان قد تمّ الدخول في نطاق المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية (الصغير، أ2005).

[1] أنظر المادة (6ثانياً/2) من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883.

[2] يُمكن الاطلاع على موقع المنظمة من خلال الرابط التالي: https://2u.pw/0qoNhVtS. تاريخ الزيارة 2024/4/15 الساعة 9.15

3- التعدي على علامة تجارية مسجلة:

يُعدّ الاحتكام للتحكيم بشأن النزاعات المتعلقة بالاعتداء على علامة تجارية مسجّلة أصل قيام هذا القضاء باعتباره قضاء بديل عن القضاء العادي، فالعلامة المسجلة أو المستخدمة بشكل متواصل ومستمر ودون اعراض من أحد هي علامة مملوكة لمن يقوم باستخدامها، ولو لم يقم بتسجيلها، فقيام أي شخص آخر بالتعدي على هذه العلامة بأي وجه من أوجه الاعتداء من شأنه أن يثير فكرة اللجوء للتحكيم لكبح هذا الاعتداء ومعاقبة المعتدي، فقد جاءت المادة 18 من قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952 والساري في فلسطين بالنص على: "1- إذا كان شخص يستعمل بطريقة المزاحمة الشريفة علامة تجارية يستعملها شخص آخر أو إذا وجدت أحوال خاصة أخرى يستصوب المسجل معها تسجيل نفس العلامة باسم أكثر من شخص واحد، فيجوز للمسجل أن يسمح بتسجيل تلك العلامة أو أية علامات أخرى قريبة الشبه بها، لنفس البضائع أو الصنف من البضائع باسم أكثر من شخص واحد على أساس القيود والشروط التي قد يستصوب فرضها من حيث طريقة الاستعمال ومكانه وغير ذلك من الأمور، 2- يجوز استئناف القرار الذي يصدره المسجل بمقتضى هذه المادة لدى محكمة العدل العليا التي لها عند النظر في الاستئناف نفس الصلاحية التي خولها المسجل بمقتضى هذه المادة، 3- يقدم الاستئناف بمقتضى هذه المادة خلال 30 يوماً من تاريخ قرار المسجل".[1]

[1] صَدَرَ بخصوص ذلك حكم من محكمة العدل العليا الفلسطينية والذي حَمَل الرقم 2016/174 والصادر بتاريخ 2018/3/27 ما يُفيد ب: "بالتدقيق والمداولة وبعد الاطلاع على لائحة الاستئناف ولوائح الاستئناف الجوابية وملف العلامة التجارية والبينات المقدمة وسماع اقوال الاطراف تجد المحكمة ان المادة (6/8) من قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 52 تنص على انه ((لا يجوز تسجيل العلامة التي تؤدي الى غش الجمهور او العلامة التي تشجع المنافسة غير المحقة او التي تدل على غير مصدرها الحقيقي) وان محكمة العدل العليا هي المختصة في نظر القرارات التي تصدر عن مسجل العلامات التجارية وعن كل من لحقه ضرر بصورة غير محقه بسبب يتعلق بعلامة تجارية وذلك حسب ما تقضي به المادة (1/25) من قانون العلامات التجارية المذكور اعلاه وان المواد 2 ، 13، 15، 16 من قانون الاسماء التجارية رقم 30 لسنة 1953 تهدف الى حماية الاسم التجاري وان أي نزاع على حق التصرف في الاسم التجاري او ملكية الاسم التجاري وحمايته يدخل في اختصاص المحاكم البدائية وليس من اختصاص محكمة العدل العليا يضاف الى ذلك ان قانون الاسماء التجارية قد اضفى على الاسم التجاري صفة قانونية بحيث يكون صالحاً لإسناد الالتزامات والحقوق في الاسم التجاري وصاحبه في الشؤون التجارية المتعلقة بالمحل التجاري وبحيث يجيز للتاجر ان يستعمل هذا الاسم للتوقيع به على معاملاته واوراقه التجارية من هذه الشؤون وان محكمة العدل العليا لا تختص بالنزاع القائم على ملكية الاسم التجاري الامر الذي يغدو معه نزاعاً حقوقياً يخرج عن اختصاصها ويكون الاختصاص للمحاكم النظامية وبما ان المستأنف محمد طلال محمد السعدي يدعي انه المالك للاسم التجاري (CAZA) وان المستأنف عليه الاول يستعمل العلامة التجارية (KAZA) المسجلة لدى مسجل العلامات التجارية تحت الرقم (26490) فإن المحكمة تجد ان المادة (18) من قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952 تجيز للمسجل ان يسمح بتسجيل العلامة التجارية باسم اكثر من شخص في حالات خاصة وعن طريق المزاحمة الشريفة عندما يتنازع فريقا الدعوى على العلامات علامة تجارية ايهما احق بتسجيلها فيحق لمسجل العلامات التجارية في الحالات المنصوص عليها في هذه المادة ان يسجل العلامة باسم اكثر من شخص واحد وبما ان المستأنف عليه قد سجل العلامة التجارية كعلامة تجارية وليس كاسم تجاري وان المستأنف يدعي ان (CAZA) هو اسم تجاري له فيكون النزاع هنا هو نزاع على الاسم التجاري وتكون محكمة العدل العليا غير مختصة في نظر الدعوى وانما الاختصاص هو المحاكم البدائية ...". وقد ورد الحكم لدى موقع مقام: موسوعة القوانين وأحكام المحاكم الفلسطينية.

وبتحليل النص السابق يتبيّن للباحث أنّ قيام التشابه والتقليد في بعض الأحيان يكون قِياماً قانونياً وذلك في الحالة التي يكون فيها استعمال مزدوج لعلامة تجارية واحدة، يتعيّن معها إبقاء هذا الاستعمال قيْد النفاذ، وذلك حتى لا يُلْحِقَ ضرراً بأحدهم من جهة، وبالمستهلك من جهة أخرى، لكن هذا النص لا يؤخذ على اطلاقه، فيجوز الطعن بهذا القرار أمام محكمة العدل العليا التي من شأنها الغاء هذا الاستعمال وتثبيته بحق صاحبه فقط، أي صاحب العلامة، أو شطب تسجيل العلامة التجارية التي تتشابه الى حد كبير مع العلامة الأصلية، اذ يخضع تقدير ذلك لموضوع الدعوى، ودرجة الضرر الحاصل (أبو زيد، 2015).

والواضح من النص السابق كذلك أنّ من اختصاص محكمة العدل العليا النظر في أية أمور ليست مذكورة في القانون، لكنّها ترفع إليها بموجب أحكام القانون[1]، وهي المنازعات المتعلقة بإثبات ملكية العلامة التجارية والحق في استعمالها، أو الطعن بأيّ قرار صادر عن مُسَجّل العلامة التجارية (الصابري، 2021)، وقد صَدَرَ بخصوص ذلك حكم من محكمة النقض الفلسطينية جاء فيه: " فيما يخص دفوع المستأنف حول الأسبق بالاستعمال، فإننا نجد من خلال البينة المقدمة من المستأنف ذاته خاصة شهادة الشاهد أنّ العلامة التجارية (MODA) معروفة في فلسطين منذ خمس سنوات لأنه يتعامل منذ ذلك التاريخ وهو لا يعرف تاريخ بداية التعامل، ولم يقرأ ليبل البضاعة، ...وأنّ تسجيل العلامة باسم المستأنف بالصنف 3 الخاص ببضائع العطور ومستحضرات التجميل جاء وفق شهادة التسجيل (البضائع مستحضرات التجميل والعطور ومستحضرات التنظيف) أي ارتبط بمجال بيع والاعلان عن مواد التجميل وادواتها والتنظيف، ولما كان من المستقر عليه بهذا الخصوص أنّ اتجار الشخص ببضاعة معينة واستيراده لها من بلد المنشأ وتعاقده على ذلك الشراء من المنتج وتسويقها في بلده كبضاعة خاصة بالشركة المنتجة المصنعة لا يكسب ذلك التاجر حقاً في ملكية أو تسجيل العلامة التجارية الخاصة بالبضائع باسمه... أمّا غش الجمهور فإنّه من الواضح أنّ تسجيل العلامة التجارية محل الخلاف باسم المستأنف رغم تسجيلها دولياً باسم المستأنف عليها باعتبارها

[1] أنظر المادة (20) من القرار بقانون رقم 41 لسنة 2020 بشأن المحاكم الإدارية في فلسطين، والمنشور في الوقائع الفلسطينية في العدد 22 عدد ممتاز، وعلى الصفحة رقم 19 وذلك بتاريخ 2021/1/11.

المصنعة والمبتكرة للعلامة يعتبر دالا على المصدر غير الصحيح وغير الحقيقي للمنتجات المسجلة العلامة التجارية بحمايتها ما يجعل من تطبيق حكم المواد 10/8 من قانون العلامات التجارية وبالنتيجة يجعل من كافة اسباب الاستئناف واجبة الرد...".[1]

وقد جاءت كذلك المادة 22 من القانون ذاته بالنص على: "1- يجوز لأي شخص ذي مصلحة دون إجحاف بالصفة العامة التي تتصف بها أحكام المادة (25) من هذا القانون أن يطلب إلغاء تسجيل أية علامة تجارية بانياً طلبه ذاك على أنه لم يكن ثمة نية صادقة لاستعمال تلك العلامة للبضائع التي سجلت من أجلها وأنها في الواقع لم تستعمل استعمالاً حقيقياً فيما يتعلق بتلك البضائع أو بناء على أن تلك العلامة لم تستعمل بالفعل خلال السنتين اللتين تقدمتا الطلب إلا إذا ثبت في كل حالة من هاتين الحالتين أن عدم استعمال تلك العلامة يرجع إلى وجود أحوال تجارية خاصة وليس إلى وجود نية ترمي إلى عدم استعمال العلامة المذكورة أو التخلي عنها فيما يتعلق بالبضائع التي سجلت من أجلها، 2- يجوز للطالب أن يقدم طلب الإلغاء على الوجه المقرر إلى محكمة العدل العليا، كما يجوز له أن يقدمه بادئ ذي بدء إلى المسجل وله الخيار في اتباع الطريق الذي يشاؤه، 3-يجوز للمسجل أن يحيل كل طلب من هذا القبيل في أي دور من أدوار الإجراءات إلى محكمة العدل العليا، وله بعد سماع الفريقين أن يفصل المسألة فيما بينهما على أن يكون قراره خاضعاً للاستئناف لدى محكمة العدل العليا".[2]

وهو ما تحكم به المحاكم الفلسطينية، إذ جاء في حكم لمحكمة العدل العليا قولها في ذلك أنه: " بالتدقيق والمداولة وبعد الاطلاع على لائحة الاستئناف ولائحة الاستئناف الجوابية والبينات المقدمة وملف العلامة التجارية تجد المحكمة ان قرار مسجل العلامات التجارية المستأنف جاء غامضاً وغير واضح ومليء بالإبهام

[1] راجع في ذلك حكم محكمة العدل العليا الفلسطينية في الدعوى الإدارية رقم 2019/57 والصادر بتاريخ 2021/4/28، والوارد لدى موقع مقام.

[2] جاءت المادة (14) من القانون الاتحادي رقم 37 لسنة 1992 بشأن العلامات التجارية لدولة الامارات العربية المتحدة بالنص على: "إذا قبلت الوزارة العلامة التجارية وجب عليها قبل تسجيلها أن تعلن عنها في النشرة وفي صحيفتين يوميتين تصدران في الدولة باللغة العربية، وذلك على نفقة طالب التسجيل، ولكل ذي شأن أن يعترض على تسجيل العلامة، ويقدم الاعتراض كتابة إلى الوزارة أو يرسل إليها بالبريد المسجل أو البريد الإلكتروني خلال ثلاثين يوما من تاريخ آخر إعلان، وعلى الوزارة أن تخطر طالب التسجيل بصورة من الاعتراض على طلبه خلال خمسة عشر يوما من تاريخ تسلمها له، وعلى طالب التسجيل أن يقدم إلى الوزارة رداً مكتوباً على هذا الاعتراض في خلال ثلاثين يوماً من تاريخ إبلاغه به ، فإذا لم يصل الرد في الميعاد المذكور اعتبر طالب التسجيل متنازلاً عن طلبه".

في الوقائع والنتائج الغير واضحة والمفهومة والتي يصعب على العامة تدارك ما الذي يبتغيه من القرار كما تجد المحكمة انه بالرجوع الى نص المادة (1/22) من قانون العلامات التجارية رقم 22 لسنة 53 التي تنص على يجوز لأي شخص ذي مصلحه دون إجحاف بالصفة العامة التي تتصف بها احكام المادة 25 من هذا القانون ان يطلب إلغاء تسجيل أيّة علامة تجارية بانياً طلبه ذلك على انه لم يكن ثم نية صادقه لاستعمال تلك العلامة للبضائع التي سجلت من أجلها وانها في الواقع لم تستعمل استعمالا حقيقياً فيما يتعلق بتلك البضائع او بناء على ان تلك العلامة لم تستعمل بالفعل خلال السنتين التين تقدمتا الطلب الا اذا ثبت في كل حاله من هاتين الحالتين ان عدم استعمال تلك العلامة يرجع الى وجود احوال تجارية خاصة وليس الى وجود نية ترمي الى عدم استعمال العلامة المذكورة أو التخلي عنها فيما يتعلق بالبضائع التي سجلت من أجلها، مما يعني أنّ عناصر المادة 22 من قانون تسجيل العلامات التجارية التي تستند اليها الشركة المستدعية في طلب الترقين لم تتوفر؛ مما يوجب رد الطلب".[1]

أما المادة 25 فنصت على: "1–كل من لحقه حيف من جراء عدم إدخال قيد في السجل أو بسبب حذف أي قيد منه أو من تدوين أي قيد فيه من دون سبب كافٍ يبرر تدوينه أو بسبب بقاء أي قيد في السجل بصورة غير محقة أو وجود خطأ أو نقص في أي قيد مدرج في السجل، ويجوز له أن يختار بين أن يقدم طلباً حسب الأصول المقررة إلى محكمة العدل العليا وبين أن يقدم طلباً ابتدائياً بذلك إلى المسجل، 2–يجوز للمسجل في أي دور من أدوار الإجراءات أن يحيل هذا الطلب على محكمة العدل العليا أو أن يفصل في المسألة المختلف عليها بعد سماع الفرقاء ذوي العلاقة على أن يستأنف قراره إلى محكمة العدل العليا، 3– يجوز لمحكمة العدل العليا في أية إجراءات قائمة أمامها تتعلق بتصحيح السجل بمقتضى هذه المادة أن تفصل في أية مسألة ترى من الضرورة أو من المناسب الفصل فيها، 4– يجوز للمسجل في حالة وجود تزوير في تسجيل أية علامة تجارية مسجلة أو في تحويلها أو انتقالها أن يقدم طلباً إلى محكمة العدل العليا

[1] راجع في ذلك حكم محكمة العدل العليا الفلسطينية في الدعوى الإدارية رقم 2017/236 والصادر بتاريخ 2019/4/10، والوارد لدى موقع مقام، وأنظر أيضاً قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم 1984/159 والصادر بتاريخ 1985/4/8. والوارد لدى موقع قسطاس.

بمقتضى أحكام هذه المادة، 5- إن كل طلب يقدم لحذف علامة تجارية من السجل بسبب عدم وجود ما يسوغ تسجيلها بمقتضى أحكام المواد 6 أو 7 أو 8 من هذا القانون أو بسبب أن تسجيل تلك العلامة تنشأ عنه منافسة غير عادلة بالنسبة لحقوق الطالب في المملكة الأردنية الهاشمية يجب أن يقدم خلال خمس سنوات من تسجيل تلك العلامة، 6- يجب أن يتضمن القرار الذي تصدره محكمة العدل العليا من أجل تصحيح السجل أمراً إلى الفريق الذي صدر القرار لصالحه بإرسال صورة عن القرار إلى المسجل ومن ثم يقوم المسجل بتصحيح السجل وفاقاً لمنطوق ذلك القرار".[1]

وبشأن ذلك، حكمت محكمة العدل العليا بِ: "... وبالرجوع للبيّنات المقدّمة في هذه الدعوى، فقد تبيّن أنّ المستدعِيَة سبق لها أنْ تقدّمت لمسجّل العلامات التجارية بتاريخ 2009/2/8 بطلب ترقين العلامة التجارية رقم 7866 استناداً لأحكام المادة 22 من قانون العلامات التجارية النافذ، وبتاريخ 2009/8/20 أصدر مسجل العلامات التجارية قراراً برد الطلب، وقد تبلغته المستدعية بتاريخ 2009/10/19 وهذا القرار قابل للاستئناف أمام محكمة العدل العليا خلال عشرين يوماً من تاريخ تبلغه، إلّا أنّ المستدعية لم تقدم باستئناف هذا القرار خلال المدة المحددة، وتقدمت بتاريخ 2010/1/19 بطلب جديد لمسجل العلامات التجارية لترقين ذات العلامة؛ والمسجل الذي قام بدوره بإحالة هذا الطلب الى محكمتِنا وفقاً لأحكام المادة 25 من قانون العلامات التجارية ...".[2]

ثانياً: مواقف عملية تحكيمية في حل منازعات العلامات التجارية:

بخصوص أحكام التحكيم الصادرة بشأن مسألة الاعتداء على علامة تجارية مسجّلة واستغلال منتجاتها، فقد حَكَمَ مركز القاهرة الاقليمي للتحكيم التجاري الدولي في أحد القضايا التي عُرِضَت عليه، وكانت متعلقة

[1] نصّت المادة (24) من قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952 الساري على: "1-يحق لصاحب العلامة التجارية المسجلة أن يطلب إلى المسجل بالصورة المقررة أن يرخص له أن يضيف شيئاً إلى تلك العلامة أو أن يغيرها بصورة لا تؤثر على ذاتيتها، ويجوز للمسجل أن يرفض إعطاء هذا الترخيص أو أن يصرح به بموجب بعض القيود والشروط التي قد يراها مناسبة ويكون هذا الرفض أو الترخيص تابعاً للاستئناف لدى محكمة العدل العليا، 2-إذا سمح بإدخال إضافة أو إجراء تغيير بنشر إعلان العلامة التجارية على الوجه الذي تم معه تغييرها حسب الأصول المقررة".

[2] راجع في ذلك حكم محكمة العدل العليا الفلسطينية في الدعوى الإدارية رقم 2010/62 والصادر بتاريخ 2011/11/16، والوارد لدى موقع المقتفي: بوابة القضاء والتشريع في فلسطين.

بالاعتداء على علامة تجارية مسجّلة وفق الأصول، بحيث تدور القضيّة بين شركة مُدّعية وبين شركة مؤسسة فردية مُدّعى عليها في دولتين مختلفتين من دول مجلس التعاون الخليجي، بحيث تمّ توقيع عقد بين الطرفين، لكن لم يجرِ الاتفاق بينهما على طبيعة العقد ولا على تفاصيله، ولا على إمكانية عرض أي نزاع يدور في المستقبل للتحكيم، العقد ينظم العلاقة بين هذين الطرفين، والتي تدور في الأصل حول أن الشركة المُدّعية كانت لديها مجوهرات وساعات ثمينة تحمل علامة تجارية خاصة بها، وتقوم بتسويقها في الدولة الأخرى من خلال الشركة أو المؤسسة المُدّعى عليها، بحيث لم يكن بين الشركتين أي رأس مال نقدي، بل تقوم الشركة المُدّعية بتقديم حصة عينية من المجوهرات والساعات الثمينة للمؤسسة المُدّعى عليها، مقابل قيام الأخيرة بتقديم محلاتها كمكان لترويج وبيع هذه المنتجات، فبذلك يحتفظ كل شريك بحصته، لكن ما حصل هو في قيام المؤسسة المُدّعى عليها بعرض بضائع تعود لشركة أخرى غير الشركة المُدّعية، وهو ما أثار اعتراض هذه الأخيرة، والذي قابله قيام المؤسسة المُدّعى عليها بتهديد الشركة المُدّعية بضرورة انهاء العقد وسحب بضائعها بشكل كامل، وهو ما قامت بعمله الشركة المُدّعية، والتي بموجب ذلك أصابها ضرر مادي كبير ناتج عن عدم تنفيذ العقد، وفسخه، فضلاً عن الأضرار الأدبية والمعنوية التي طالتها بسبب السمعة السيئة التي لَحِقَت بعلامتها التجارية، واعتبار المؤسسة المُدّعى عليها بمثابة سارقة لمنتجاتها، وذلك باعتبارها لم تقم بتسويقها كما تم الاتفاق عليه في العقد، فعندما تمّ عرض النزاع على هيئة تحكيم مركز القاهرة الإقليمي فقد اعتبرت الهيئة في البداية أنّ الشركة القائمة بين الطرفين هي شركة محاصة، وليس عقد وكالة تجارية، وذلك على اعتبار أنّ شركة المحاصة هي شركة تجارية تنعقد بين شخصين او أكثر ، يمارس أعمالها شريك ظاهر يتعامل مع الغير بحيث تكون الشركة مقتصرة على العلاقة الخاصة بين الشركاء، على أنه يجوز اثبات الشركة بين الشركاء بجميع طرق الاثبات[1]، ثم قامت الهيئة بمنح الشركة المُدّعية تعويضاً إجمالياً عن كافة الأضرار المادية والأدبية التي لَحِقَت بها من دون تفصيل كل ضرر على حدى، واعتمدت

[1] أنظر نص المادة (1/49) من قانون الشركات الأردني رقم 22 لسنة 1997 وتعديلاته، والمنشور في الجريدة الرسمية الأردنية في العدد 4204 وعلى الصفحة رقم 2038 وذلك بتاريخ 1997/5/15، ولا مقابل لهذا النص في القرار بقانون رقم 42 لسنة 2021 بشأن الشركات في فلسطين، والمنشور في الوقائع الفلسطينية في العدد 25 وعلى الصفحة رقم 2 وذلك بتاريخ 2021/12/30.

الهيئة القانون المصري لتطبيقه على النزاع، باعتبار أنّ مكان الفصل فيه هو جمهورية مصر العربية، وبالتالي يسري تطبيق قانون الدولة التي يجري فيها الفصل في النزاع طالما أنّ الطرفين مختلفين من حيث الموطن، وأنه لم يجرِ الاتفاق على قانون معيّن يجري الاحتكام اليه عند النزاع، وبالتالي تمّ الفصل في النزاع بالاعتماد على المواد التي تقوم على حماية العلامة التجارية حسب القانون المصري (عبد الله، 2023؛ الصادق، 2011).

وبتحليل الباحث للحكم السابق فيجب الوقوف عند نقطتين، الأولى وهي فيما يخص الاحتكام للتحكيم حتى لو لم يكن ذلك مشروطاً في العقد المُبرم بين الطرفين المتنازعين، فبالعودة على قانون التحكيم الفلسطيني رقم 3 لسنة 2000، فإنّ اتفاق التحكيم يُمكن أن يكون في صورة شرط وارد في عقد، أو في صورة اتفاق مستقل، لكن بضرورة أن يكون الاتفاق مكتوباً، فإنْ كان غير مكتوب لم يعتد به[1]، ولا بد من الإشارة إلى أنّ الاحتكام للتحكيم يوقف جميع إجراءات المحاكم لحين الفصل في النزاع، فلو شرع أحد أطراف التحكيم في اتخاذ أي إجراء قانوني أمام أية محكمة ضد الطرف الآخر بشأن أمر تم الاتفاق على إحالته إلى التحكيم، فيجوز للطرف الآخر قبل الدخول في أساس الدعوى أن يطلب من المحكمة وقف ذلك الإجراء وعلى المحكمة أن تصدر قراراً بذلك إذا اقتنعت بصحة اتفاق التحكيم[2]، أما عن النقطة الثانية وهي القانون الواجب التطبيق على النزاع، فالأصل تطبيق قانون الأطراف إذا ما اتحدوا في الموطن، أما في حال الاختلاف، فَيُرْجَع في الأصل للقانون الذي جرى الاتفاق عليه، وفي حال عدم الاتفاق تطبق هيئة التحكيم القانون الفلسطيني "هذا في حال أنْ تمّ عرض النزاع على هيئة التحكيم الفلسطينية"، وإذا كان التحكيم دولياً ويجري في فلسطين ولم يتفق الأطراف على القانون الواجب التطبيق فتطبق القواعد الموضوعية التي تشير إليها قواعد تنازع القوانين في القانون الفلسطيني مع عدم تطبيق قواعد الإحالة إلا إذا أدت إلى تطبيق أحكام القانون الفلسطيني، وفي جميع الأحوال تراعي هيئة التحكيم الأعراف المطبقة على العلاقة بين أطراف النزاع.[3]

[1] أنظر المادة (5) من قانون التحكيم الفلسطيني رقم 3 لسنة 2000.

[2] أنظر المادة (1/7) من القانون السابق، أنظر أيضاً المادة (19) من قرار مجلس الوزراء رقم 39 لسنة 2004 والمتعلق باللائحة التنفيذية لقانون التحكيم الفلسطيني رقم 3 لسنة 2000.

[3] أنظر المادة (19) من القانون السابق.

وَيُشير الباحث في ذلك وبخصوص مسألة فسخ العقد وتعويض الطرف الآخر عمّا لَحِقَه من أضرار جرّاء هذا الفسخ، إلى أنه إذا اشترط أحد المتعاقدين أن يكون له الحريّة في فسخ العقد بإرادته المنفردة في أي وقت يشاء، ولأي سبب من الأسباب؛ كان له ذلك، بحيث يكون له فسخ العقد وانهائه في الوقت الذي يرى فيه أنّ هناك من الأسباب ما تدفع لإنهائه، ولا يكون بحاجة للتذرع بنظريتي القوة القاهرة أو الظرف الطارئ عند إيقاع هذا الفسخ أو الانهاء.[1]

وعن الاخلال بتنفيذ الشروط التي تمّ الاتفاق عليها في العقد، فَيُبَيّن الباحث أنّه يجب على المُحَكّم أو هيئة التحكيم الامتثال للشرط الوارد في العقد، والذي يُحَدّد طبيعة الجزاء المفروض على الطرف المُخلّ بالتزاماته تجاه الطرف الآخر، وفي حال خلو العقد من هكذا شرط، فَيُرْجَع لتطبيق القواعد العامة الواردة في القانون المدني، وهي أنه يجب تنفيذ العقد طبقاً لما اشتمل عليه وبطريقة تتفق مع ما يوجبه مبدأ حسن النية، ولا يقتصر العقد على الزام المتعاقد بما ورد فيه، ولكن يتناول أيضاً ما هو من مستلزماته وفقاً للقانون والعرف وطبيعة التصرف[2]، حتى أنّ المشرّع قد حاول تسوية الكفّة بين الطرف المتضرّر من عدم التنفيذ، والطرف المخلّ بالتنفيذ، فبيّن في ذلك أنه في العقود المُلْزِمة للجانبين اذا كانت الالتزامات المتقابلة مستحقة الوفاء جاز لكل من المتعاقدين أنْ يمتنع عن تنفيذ التزامه اذا لم يقم المتعاقد الآخر بتنفيذ ما التزم به.[3]

ويود الباحث القول أنه وللأسف لم يصدر عن غرفة التحكيم الفلسطينية الدولية أحكام خاصة بمسألة الاخلال بتنفيذ العقد سواء فيما يخص استحالة التنفيذ، أو الظروف الاستثنائية التي تمنع التنفيذ لأي سبب كان، لذلك وبالعودة على الأحكام الدولية الصادرة بخصوص ذلك، فقد صَدَرَ حكم في قضية خاصة بعقد نقل التكنولوجيا، وعن مسألة عدم تنفيذ العقد، أو الاخلال بالتنفيذ، فقد ادّعت شركة هندية على شركة ألمانية أنها لم تقم بتنفيذ التزاماتها تجاهها وفقاً لما جرى الاتفاق عليه في العقد، حيث يتعلّق العقد في الأصل بقيام الشركة الألمانية

[1] راجع في ذلك حكم صادر عن مركز القاهرة الإقليمي للتحكيم التجاري الدولي في القضية التي تحمل الرقم 1995/70 والتي صدرت بتاريخ 1996/4/13، ويمكن الاطلاع على الحكم من خلال زيارة الموقع الالكتروني: https://2u.pw/jaK4Dmee. تاريخ الزيارة 2024/4/17 الساعة 10.56

[2] أنظر المادة (202) من القانون المدني الأردني رقم 43 لسنة 1976.

[3] أنظر المادة (203) من القانون السابق.

بتوريد تكنولوجيا ومعلومات للشركة الهندية مقابل أقساط متعددة تؤديها الأخيرة على مراحل وبتواريخ محدّدة، وأنّها قامت فعلياً بسداد جزء من هذه الأقساط، لكنّ الشركة الألمانية أخلّت بجزء من العقد وهو في تعاقدها مع شركة أخرى لتتولى مهمة توريد المعلومات للشركة الهندية بدلاً منها، لكنّ الشركة الجديدة امتنعت عن تنفيذ التزامها مقابل قيام الشركة الهندية بدفع مبلغ كبير لها، وهو ما دفعها لرفع دعوى أمام هيئة التحكيم للمطالبة بقيام الشركة الألمانية بتنفيذ التزاماتها كما تمّ الاتفاق عليها في العقد المُوَقّع بينهما، الشركة الألمانية بدورها بيّنت أنها لم تخل بالتنفيذ وأنها نَفّذَت العقد كما تمّ الاتفاق عليه دون زيادة أو نقصان، حتى أنها ادّعت بالمقابل أنها قدّمت معلومات إضافية خارجة عن العقد للشركة الهندية، وأنها تريد أخذ مبلغ مالي مقابلها، وفي النهاية، فقد حكمت هيئة التحكيم الدولية بالزام الشركة الألمانية بتعويض الشركة الهندية عن كل الأضرار التي لَحِقَتها من جرّاء تغيير تنفيذ العقد، والزامها كذلك بالرسوم والمصاريف، أي برسوم ومصاريف التحكيم كاملة، على أن يتحمل كل طرف مصاريفه الخاصة به من أتعاب محاماة وملفات ورسومات ومخطّطات وانتقالات وما إلى ذلك... (شهاوي و دسوقي، 2003).

المطلب الثاني: مجال التحكيم في منازعات العلامات التجارية والموقف القانوني منه

يُعالج الباحث في هذا الإطار الأحكام القانونية النظرية والعملية الخاصة بمسألة التحكيم في منازعات العلامات التجارية، بدءاً من رفع الدعوى أمام هيئة التحكيم وصولاً الى اصدار الحكم النهائي فيها، وذلك بالتفرقة بين التحكيم العادي الذي يعتبر الأكثر شيوعاً بين أنواع التحكيم، ثمّ التحكيم الالكتروني، وكيفية تطبيق آثاره بالشكل المطلوب.

الفرع الأول: التحكيم العادي التقليدي:

يقسم الباحث هذه المسألة إلى عدّة أقسام كالتالي:

أولاً: اتفاق التحكيم وصيغته:

سَبَقَ وأن بيّن الباحث أنّ قانون التحكيم الفلسطيني قد عالجَ مسألة اتفاق التحكيم بقوله أنّ اتفاق التحكيم يُمكن أنْ يكون اتفاقاً مستقلاً، وقد يكون اتفاقاً وارداً كشرط في العقد، وأنه يجب أن يكون مكتوباً، وأنْ يتضمن موضوع النزاع، وإلا كان باطلاً، لكن ما يهم الباحث في هذا الأمر هو في تبيانه أنّه قد يتفق الأطراف في منازعات العلامات التجارية بأن يتولى مهمة التحكيم في النزاع الدائر حول العلامة التجارية مؤسسة تحكيم متخصصة، بحيث يجري التحكيم سنداً لإجراءاتها، ويتم تحت مظلتها وقواعدها وإجراءاتها[1]، وفي العادة تقترح مراكز ومؤسسات التحكيم على الأطراف الراغبين في تسوية منازعات العلامات التجارية وفقاً لقواعد التحكيم لديها أن يتم تضمين بند تحكيم ومحدد في صيغته يجري ايراده في العقد ذاته المبرم بين الأطراف، بحيث تكون صيغته على النحو التالي:

كل نزاع ينشأ عن انعقاد أو تنفيذ أو تفسير أو إلغاء أو فسخ أو بطلان العقد المتعلق بالعلامة التجارية، أو ما يتفرع عنه أو يرتبط به بأي وجه من الوجوه، يتم فصله من خلال التحكيم وفقا لقواعد وإجراءات التحكيم لدى مؤسسة (.....) بواسطة محكم منفرد أو أكثر ويتم تعيينهم وفقاً لتلك القواعد.[2]

لكن وبالمقابل، قد يقوم نزاع بين طرفين حول ملكية علامة تجارية دون أن يكونا قد اتّفقا على احالته للتحكيم، فيجوز لهم إحالته للتحكيم بموجب اتفاق جديد مستقل، بحيث تكون صيغته كالتالي:

---

[1] تنص المادة (3) من قانون التحكيم الفلسطيني رقم 3 لسنة 2000 على: "لغايات هذا القانون يكون التحكيم: خامساً: مؤسسياً إذا تم من خلال مؤسسة مختصة بتنظيم التحكيم والإشراف عليه سواء كانت داخل فلسطين أو خارجها".

[2] وفقاً للقواعد الصادرة عن غرفة التحكيم الفلسطينية الدولية فيما يخص قواعد التحكيم والتي تعتبر نافذة ابتداء من 2014/1/1، فإنّ شرط التحكيم الذي تطلبه هيئة التحكيم يتمثل بأنّ جميع المنازعات التي تنشأ عن هذا العقد تسوى بطريق التحكيم وفقاً لقواعد غرفة التحكيم الفلسطينية الدولية، بحيث تتكوّن هيئة التحكيم من مُحَكّم فرد يُعيّن طبقاً لهذه القواعد، بحيث تطلب الهيئة أن يوقع الأطراف على اتفاقية التحكيم التي تكون صيغتها كالتالي: "إنّ جميع المنازعات التي تنشأ عن العقد المبرم تُسوّى بطريق التحكيم وفقاً لقواعد غرفة التحكيم الفلسطينية الدولية"، ويُمكن الاطلاع على هذه القواعد من خلال زيارة الموقع الالكتروني: https://2u.pw/UZywCbId. تاريخ الزيارة 2024/4/20 الساعة 12.15

"اتفق الأطراف {يجب تحديد أسماء الأطراف الرباعية وصفاتهم بالنسبة لموضوع العقد وأرقام هوياتهم وأنهم مخولون بالتوقيع على ذلك (أي على حل النزاع المتعلق بالعلامة التجارية) هنا يجب تحديد طبيعة وموضوع النزاع المتعلق بالعلامة التجارية تحديداً دقيقاً بحيث يكون هذا التحديد بمثابة وصف نافي للجهالة عن طريق التحكيم، وذلك وفقاً لقواعد واجراءات التحكيم لدى مؤسسة التحكيم التي تم اللجوء لها لإجراء التحكيم ، مع ذكر طبيعة هيئة التحكيم سواء محكم منفرد أو أكثر أو تم تفويض مؤسسة التحكيم التي تم اللجوء لها لإجراء التحكيم بتحديد عدد المحكمين واختيارهم ، بحيث يتم تعيينهم وفقاً لتلك القواعد، فعلى سبيل المثال يرد في ديباجة الاتفاق الصيغة الآتية:

اتفق الأطراف وهم السيد و/ أو السادة (.....) بصفته الوظيفية المعتبرة والمتمثلة ب(.....) ويحمل هوية رقم (....)، مع السيد او / أو السادة (.....) بصفته الوظيفية المعتبرة والمتمثلة ب(.....) ويحمل هوية رقم (....)، وفي حال كان الأطراف المتنازعون اشخاص اعتبارية أو أحد الأطراف كان شخصاً اعتبارياً يتم ايراد الصيغة الآتية: اتفق الأطراف وهم شركة (.....) والمسجلة لدى مراقب الشركات تحت الرقم (.....)، على حل النزاع المتعلق بالعلامة التجارية وهنا يتم ذكر تفاصيل العلامة التجارية القانونية والفنية عن طريق التحكيم، وذلك وفقاً لقواعد واجراءات التحكيم لدى مؤسسة (....) للوساطة والتحكيم وتفويض المؤسسة بتحديد عدد المحكمين واختيارهم، وأن يتم تعيينهم وفقاً لتلك القواعد}".

ويشير الباحث بهذا الخصوص إلى أنه يجب التفريق بين الشرط السابق للنزاع حول العلامة التجارية، وهو شرط يتضمنه عقد موقع بين طرفين أو أكثر قبل نشوء النزاع، ينص على أن ما قد ينشأ في المستقبل من نزاع حول العلامة التجارية فإنه يحل عن طريق التحكيم وليس المحاكم، وبين الشرط اللاحق أو ما يسمى بالمشارطة وهي اتفاق يوقع بين طرفين أو أكثر بعد نشوء نزاع متعلق بالعلامة التجارية يتضمن النص على حل هذا النزاع عن طريق التحكيم حتى لو كان هذا النزاع المتعلق بالعلامة التجارية منظوراً أمام المحكمة (الفهد، 2019).

ويرى الباحث أنّ معيار الاختلاف بين شرط التحكيم الوارد في العقد أو في صورة اتفاق مستقل، وبين مشارطة التحكيم هو في أنّ الأول وهو شرط التحكيم يتم الاتفاق عليه قبل قيام النزاع؛ أي عند تنظيم العقد المنشئ للعلاقة بين الأطراف، أما الثاني وهي المشارطة يتم الاتفاق عليها بعد قيام النزاع أو الخلاف بين الأطراف إذ لا يمكن تصور مشارطة تحكيم (عقد أو وثيقة تحكيم) قبل نشوء النزاع، فالأول يكون موجوداً قبل نشوء النزاع، ويُتّفق عليه حتى ولو لم ينشأ أي نزاع بين الطرفين، أما الثاني وهي المشارطة فلا بدّ من قيام النزاع حتى يجري الاتفاق عليها.

ويود الباحث الإشارة هنا أيضاً إلى أنّ هيئة التحكيم تقوم بالفصل في الدفوع المتعلقة بعدم اختصاصها بما في ذلك الدفوع المبنية على عدم وجود اتفاق تحكيم أو مشارطة تحكيم أو سقوطه أو بطلانه أو عدم شموله لموضوع النزاع، ولها كذلك أنْ تفصل في هذه الدفوع، أو أنْ تضمها إلى الموضوع لتفصل فيهما معاً، ويجبب التمسك بهذه الدفوع لمدة لا تتجاوز موعد تقديم اللائحة الجوابية، وذلك وفقاً لأحكام المادة (21/ب) من قانون التحكيم والتي تنص على: "يجب التمسك بهذه الدفوع لمدة لا تتجاوز موعد تقديم اللائحة الجوابية وفقا لأحكام الفقرة (ب) من المادة (29) من هذا القانون، ولا يترتب على قيام أحد طرفي التحكيم بتعيين محكم او الاشتراك في تعيينه سقوط حقه في تقديم أي من هذه الدفوع، أما الدفع بعدم شمول اتفاق التحكيم لما يثيره الطرف الآخر من مسائل اثناء نظر النزاع فيجب التمسك به فوراً، وإلّا سقط الحق فيه، ويجوز في جميع الأحوال أن تقبل هيئة التحكيم الدفع المتأخر إذا رأت أنّ التأخير كان لمعذرة مشروعة أو سبب مقبول".[1]

ثانياً: إجراءات التحكيم:

1- طلب التحكيم:

أولاً: يودع المدعي طلب التحكيم لدى المدير التنفيذي لغرفة التحكيم.

---

[1] 1) نص المادة (21/ب) من قانون التحكيم الأردني رقم 31 لسنة 2001 والمنشور في الجريدة الرسمية الأردنية في العدد 4496 وعلى الصفحة رقم 2821 وذلك بتاريخ 2001/7/16.

2) راجع في ذلك حكم محكمة التمييز الأردنية في القضية الحقوقية رقم 2023/297 والصادر بتاريخ 2023/3/20 والوارد لدى موقع قسطاس: https://2u.pw/hO17x9Jg. تاريخ الزيارة 2024/4/20 الساعة 12.32

ثانياً: يكون طلب التحكيم موقعاً من الطرف الذي يقدمه أو من وكيله بواسطة توكيل خطي ويجب أن يشتمل أو يكون مصحوباً بالتالي:

1- أسماء ومحال إقامة الأطراف.

2- وصف لموضوع النزاع والطلبات مع ذكر قيمتها المالية.

3- تعيين المحكم أو جميع البيانات اللازمة لمعرفة عدد المحكمين وطريقة تعيينهم.

4- الأدلة القانونية إن وجدت، وجميع المستندات المؤيدة لدعوى طالب التحكيم.

5- جميع البيانات إن وجدت، الخاصة بالقواعد واجبة التطبيق على الإجراءات وعلى موضوع النزاع، أو مبادئ العدالة والانصاف.

6- مكان ولغة التحكيم.

7- التوكيل الممنوح للوكيل إذا كان قد تم تعيينه بالفعل.

8- اتفاق التحكيم.

وبالنسبة للرد على طلب التحكيم، فَيرسل المدير التنفيذي طلب التحكيم للمُدّعى عليه خلال سبعة أيام من تاريخ إيداع الطلب، ويجوز للمُدِعي إخطار المدعى عليه مباشرة بطلب التحكيم، على أن يكون طلب التحكيم قد تمّ ايداعه لدى المدير التنفيذي للغرفة، وفي جميع الأحوال تُحْتَسَب الآجال المنصوص عليها في هذه القواعد ابتداءً من استلام المدير التنفيذي للطلب.[1]

[1] يُراجع نص المادة (9) من قواعد التحكيم الصادرة عن غرفة التحكيم الفلسطينية الدولية لسنة 2014، أنظر أيضاً المادة (11) من قانون التحكيم الفلسطيني رقم 3 لسنة 2000 والتي تنص على: "1- بناءً على طلب أحد الأطراف أو هيئة التحكيم تعين المحكمة المختصة محكماً أو مرجحاً من ضمن قائمة المحكمين المعتمدين من وزارة العدل وذلك في الحالات الآتية:

أ- إذا كان اتفاق التحكيم يقضي بإحالة النزاع إلى محكم واحد ولم يتفق الأطراف على تسمية ذلك المحكم.

ب- إذا كان لكل طرف الحق في تعيين محكم من قبله ولم يقم بذلك.

ج- إذا لم يقبل المحكم مهمته كتابة خلال خمسة عشر يوماً من تاريخ علمه باختياره محكماً.

د- إذا اعتذر المحكم أو محكم أحد الأطراف في التحكيم المتعدد عن القيام بالتحكيم أو أصبح غير أهل لذلك أو غير قادر عليه ولم يعين الأطراف أو ذلك الطرف خلفاً له.

هـ- إذا كان على المحكمين تعيين مرجح ولم يتفقوا.

و- إذا رفض أو اعتذر المرجح عن القيام بالتحكيم، ولم يتضمن اتفاق التحكيم كيفية تعيين خلف له ولم يتفق الأطراف على تعيين ذلك الخلف.

2- تصدر المحكمة قرارها بالتعيين خلال خمسة عشر يوماً من تاريخ تبليغ الطرف الآخر بنسخة الطلب، ويكون القرار غير قابل للطعن".

1- مكان التحكيم:

إذا لم يتفق أطراف التحكيم على مكان إجرائه فإنه يُجرى في المكان الذي تحدده هيئة التحكيم مع مراعاة ظروف النزاع وملاءمة المكان لأطرافه، ويجوز لهيئة التحكيم عقد جلسة أو أكثر في أي مكان تراه مناسباً.[1]

2- القانون الواجب التطبيق:

يجوز لأطراف التحكيم وخاصّةً في التحكيم الدولي الاتفاق على القانون الواجب التطبيق على موضوع النزاع، فإن لم يتفقوا تطبق هيئة التحكيم القانون الفلسطيني، وإذا كان التحكيم دولياً ويجري في فلسطين ولم يتفق الأطراف على القانون الواجب التطبيق فتطبق القواعد الموضوعية التي تشير إليها قواعد تنازع القوانين في القانون الفلسطيني مع عدم تطبيق قواعد الإحالة إلا إذا أدت إلى تطبيق أحكام القانون الفلسطيني، وفي جميع الأحوال تراعي هيئة التحكيم الأعراف المطبقة على العلاقة بين أطراف النزاع.[2]

3- التبليغ والرد:

- بالنسبة للتبليغ:

يجب على المُدّعي خلال المدة التي تحددها هيئة التحكيم أن يرسل إلى المدعى عليه وهيئة التحكيم بياناً خطياً شاملاً ادعاءاته وتحديد المسائل محل النزاع وطلباته مرفقاً به نسخاً عن المستندات التي يستند إليها، ويجب على المدعى عليه بالمقابل وخلال ثلاثين يوماً من تاريخ استلامه بيان المدعي ومشتملاته أن يتقدم بمذكرة جوابية وافية مرفقاً معها نسخاً عن المستندات التي يستند إليها ويرسل نسخاً من المذكرة والمستندات إلى المدعي وهيئة التحكيم، حتى أنه يحق لهيئة التحكيم في أي مرحلة أن تطلب من الأطراف تقديم أصول المستندات المبرزة أمامها إلا إذا اتفق أطراف التحكيم على الاكتفاء بصور عن تلك المستندات.[3]

[1] أنظر المادة (21) من قانون التحكيم الفلسطيني رقم 3 لسنة 2000.

[2] أنظر المادة (19) من القانون السابق.

[3] أنظر المادة (23) من القانون السابق، وقد نصّت المادة (25) من ذات القانون على: "يجري تبليغ الأوراق إلى المطلوب تبليغه شخصياً أو في مقر عمله أو محل إقامته المعتاد أو عنوانه البريدي المحدد في اتفاق التحكيم أو في العقد المنظم للعلاقة التي يتناولها التحكيم ما لم يتفق الأطراف على خلاف ذلك".

- بالنسبة للرد:

يجب على المُدّعى عليه خلال ثلاثين يوماً من استلامه ادّعاء المُدّعي أن يرد بلائحة جوابية مرفقاً معها كافة المستندات الضرورية والمطلوبة، وَيُرسِل نسخاً منها للمدعي ولهيئة التحكيم[1]، وَيُشير الباحث إلى أنّه قد تمنح الهيئة المُدّعى عليه مهلة إضافية تزيد على المهلة المُحَدّدة في القانون لغايات تراها ضرورية لحماية كل من الطرفين وتمكينه من ممارسة دوره القانوني بالشكل المطلوب، والواقع أنّ قيام هيئة التحكيم بمثل هذا الاجراء يجب أن يكون مكتوباً وموثقاً بشكل خطّي، ثم يجب أن يكون لغايات قانونية واضحة تُظهر مدى حاجة المُدّعى عليه لمثل هذه الزيادة في الوقت، وهو ما جاء في أحد أحكام محكمة استئناف القدس المنعقدة في رام الله والتي بيّنت أنّ: "يَتَبَيّن بأنّ مضي الوقت المحصور من تاريخ 2009/6/24 وحتى تاريخ 2010/6/29 على أقل تقدير كان لِضَرورات سماع البيّنات واتخاذ الإجراءات التي توصي بإصدار قرار التحكيم المذكور، وحيث أنّ المادة 23 من قانون التحكيم قد حدّدت مواعيد لغايات تقديم بيان خطي من قِبَل المُدّعي يتضمن ادعاءاته وتحديد المسائل محل النزاع، وحيث أنّ هناك فترة أخرى تُعْطَى للمُدّعى عليه لتقديم مذكّرة جوابية حول ذلك، وحيث أنّ ما سلف ذكره يتطلب التوافق الخطّي لهذه الإجراءات وتحديد الالتزام بتلك المواعيد المُحَدّدة من لجنة التحكيم من عَدَمِه، وحيث أنّ ذلك الأمر لا يُمكن ضبطه ومُراعاته إلا من خلال التوثيق والكتابة بموجب محاضر خطيّة، وأنّ عدم مراعاة هيئة التحكيم لذلك يجعل قرارها محل الطعن منسوباً له القصور وعدم مراعاة الأصول والقانون بخصوص هذا الشأن...".[2]

[1] حسب نص المادة (62) من قانون أصول المحاكمات المدنية والتجارية الفلسطيني رقم 2 لسنة 2001 والمنشور في الوقائع الفلسطينية في العدد الثامن والثلاثين وعلى الصفحة رقم 5 وذلك بتاريخ 2001/9/5، فإنها تنص على: "على المدعى عليه أن يقدم إلى قلم المحكمة لائحة جوابية خلال خمسة عشر يوماً من تاريخ تبليغه لائحة الدعوى، من أصل وصور بعدد المدعين مرفقة بالمستندات التي تؤيد دفاعه، فإن لم تكن بحوزته فعليه أن يقدم بياناً بالمستندات التي بوسعه الحصول عليها دون الإخلال بحقه في تقديم ما يستجد من مستندات أثناء المرافعة".

[2] راجع في ذلك حكم محكمة استئناف القدس المُنْعَقِدة في رام الله في القضية الحقوقية رقم 2014/548 والصادر بتاريخ 2019/1/23 والوارد لدى موقع المقتفي: https://2u.pw/1eczArQS. تاريخ الزيارة 2024/4/21 الساعة 10.35

- بالنسبة لرد ادّعاء المُدّعي وجواب المُدّعى عليه:

إذا لم يقدم المدعي دون عذر مقبول بياناً خطياً المطلوب منه تقديمه بحسب ما هو منصوص عليه في القانون؛ فيجب على هيئة التحكيم بناء على طلب المدعى عليه أن تقرر رد ادعاء المدعي، هذا من جهة، ومن جهة أخرى، إذا لم يقم المُدّعى عليه بالمقابل بتقديم لائحته الجوابية خلال فترة الثلاثين يوماً المنصوص عليها في القانون؛ فيجب على هيئة التحكيم بناء على طلب المدعي أن تستمر في إجراءاتها دون أن يعتبر ذلك إقراراً من المدعى عليه بادعاء المدعي، وحينئذ لهيئة التحكيم أن تصدر قرارها غيابياً استناداً إلى عناصر الإثبات المقدمة أمامها.[1]

ويُشير الباحث إلى أنّ مسألة الرد على اللائحة الجوابية وتقديمها لهيئة التحكيم تسري بشكل كامل على كافة المنازعات التي يجري عرضها على قضاء التحكيم، حتى فيما يخص منازعات العلامات التجارية، أو منازعات الملكية الفكرية بوجه عام، وعليه، واجمالاً للحديث، فلم يُخَصص المشرّع الفلسطيني في قانون التحكيم أو في غيره من القوانين إجراءات معيّنة لتسري على منازعات العلامات التجارية دون غيرها، بل تطبق الإجراءات الواردة في التشريعات التحكيمية النافذة على كافة المنازعات التجارية والمدنية على حدٍّ سواء.[2]

[1] أنظر المادة (26) من قانون التحكيم الفلسطيني رقم 3 لسنة 2000، وتنص المادة (10) من قواعد التحكيم الصادرة عن غرفة التحكيم الفلسطينية الدولية على: "1- يُودِع المُدّعى عليه بياناً بِدِفاعه مرفقاً بالادّعاء المتقابل ان وُجِد لدى المدير التنفيذي لغرفة التحكيم خلال 30 يوم من تاريخ استلام طلب التحكيم الذي أرسله له المدير التنفيذي، ويجوز له أن يُمَدّد هذه المُهلة في حالة وجود أسباب تُبَرّر ذلك، 2- يكون بيان الدفاع مُوَقّعاً من المُدّعى عليه، أو من وكيله المُكَلّف بالدفاع عنه، ويجب أن يشتمل أو يكون مصحوباً بِـ: أ- اسم ومحل إقامة المُدّعى عليه، ب- عرض موجز للدفاع، ج- عرض للادعاء المتقابل ان وجد مع ذكر القيمة المالية، د- تعيين المحكم أو جميع البيانات اللازمة لمعرفة عدد المُحَكّمين وطريقة تعيينهم، هـ- الأدلة القانونية وجميع المستندات المؤيّدة لدفاع المُدّعى عليه، و- جميع البيانات الخاصة بالقواعد واجبة التطبيق على إجراءات التحكيم، وعلى موضوع النزاع، أو مبادئ العدالة والانصاف، ومكان ولغة التحكيم، ز- التوكيل الممنوح لوكيل الدفاع إذا كان قد تمّ تعيينه بالفعل، 3- يرسل المدير التنفيذي لغرفة التحكيم بيان الدفاع والادعاء المتقابل ان وجد إلى المُدّعي خلال سبعة أيام من تاريخ ايداعه، ويجوز للمُدّعى عليه إخطار المُدّعي مباشرة ببيان الدفاع والادّعاء المتقابل، ان وُجِد على أنْ يكون قد تم إيداعه لدى المدير التنفيذي لغرفة التحكيم، 4- في حالة عدم إيداع المُدّعى عليه لبيان دفاعه لدى المدير التنفيذي لغرفة التحكيم يستمر التحكيم بدونه، 5- في حال أن المدعى عليه قد قدم ادعاءً مُتَقابلاً، فإنّ للمدعي الحق في أنْ يودع لائحته الجوابية عن الادّعاء المتقابل المُقَدّم من المُدّعى عليه لدى المدير التنفيذي للغرفة خلال ثلاثين يوماً من تاريخ استلامه للادّعاء المتقابل".

[2] مقابلة أجريتها مع الأستاذ عبد الله عابدة. مُحكّم مُعْتَمد لدى غرفة التحكيم الفلسطينية الدولية. رام الله. وذلك بتاريخ 2024/3/12 الساعة 11.00 صباحاً.

هـ- الطعن بالتزوير:

إذا طُعِنَ أمام هيئة التحكيم بالتزوير في مستند جوهري ومرتبط بموضوع النزاع؛ فيكلف الطرف الطاعن بإثبات طعنه أمام الجهات المختصة، على أنّه يجري توقف جميع إجراءات التحكيم لحين الفصل في الطعن بالتزوير إذا أثبت الطاعن أنه تقدم بادعائه إلى الجهات المختصة خلال أسبوع من تاريخ تكليفه بذلك.[1]

و- الإجراءات التحفظية:

يجوز لهيئة التحكيم أثناء نظر النزاع أن تصدر أمراً باتخاذ أية إجراءات تحفظية أو مستعجلة تراها مناسبة بحق أحد أطراف التحكيم إذا نص اتفاق التحكيم على ذلك ويكون لهذا الأمر قوة الأمر الصادر عن المحكمة المختصة، ويجري تنفيذه بذات الطريق الذي تنفذ به الأحكام والقرارات.[2]

ويرى الباحث أنّ النص السابق لا يُأخذ على اطلاقه، بحيث أنه إذا مُنِحَ المُحكّم صلاحيات قاضي الأمور المستعجلة فإنّ ذلك يمثل خرقاً واضحاً لقانون التحكيم من جهة، ولقانون أصول المحاكمات المدنية والتجارية من جهة أخرى، وتطبيقاً لذلك فقد صَدَرَ من محكمة استئناف رام الله حكم يقضي بِ: "وبالرجوع الى المادة 33 من قانون التحكيم والتي استندت اليها المستأنفة في طلبها نجدها تنص على (يجوز لهيئة التحكيم أثناء نظر النزاع أن تصدر أمراً باتخاذ أيّة إجراءات تحفظية أو مستعجلة تراها مناسبة بحق أحد أطراف التحكيم إذا نصّ اتفاق التحكيم على ذلك، ويكون لهذا الأمر قوة الأمر الصادر عن المحكمة المختصة ويجري تنفيذه بذات الطريق الذي تنفذ به الاحكام والقرارات، فمن خلال الاطلاع على هذا النص فأننا لا نجد ما يشير فيه الى طلب الاذن من قاضي الأمور المستعجلة من أجل تنفيذ أمر هيئة التحكيم وانما يتم تنفيذه بذات الطريق الذي تنفذ به الاحكام والقرارات، وأنّ ما ورد في قانون التحكيم هو تقديم طلب الى المحكمة المختصة من اجل التصديق على قرار التحكيم او الطعن به خلال المدة الزمنية المحددة في المادة 44، 45 من قانون التحكيم حيث انه اذا انقضت مدة 30 يوماً من تاريخ صدور قرار التحكيم ان كان وجاهيا ومن اليوم التالي

[1] نص المادة (32) من القانون السابق.

[2] أنظر نص المادة (33) من القانون السابق.

لتبلغه اذا كان غيابياً، وقد دون الطعن فيه فان لصاحب المصلحة ان يقدم طلب الى المحكمة المختصة من اجل تصديق هذا القرار واكسابه الصيغة التنفيذية ونجد ان هذا الامر يتعلق بالنزاع الموضوعي الذي تم البت فيه من قبل المحكم. ولا يمكن ان يكون قصد الشارع من المادة 33 من قانون التحكيم هو إعطاء المحكم صلاحية قاضي الأمور المستعجلة بإصدار قرارات مستعجلة ووقتية وسحب هذه الصلاحية من قاضي الأمور المستعجلة المنصوص عليها في قانون أصول المحاكمات المدنية والتجارية في المواد 102–114 منه ولا يوجد في هذه النصوص أي إشارة الى قرارات تصدر عن محكمين بصورة مستعجلة...".[1]

ز– مصاريف التحكيم:

يجوز لهيئة التحكيم ذاتها أو المُحَكّم المُخَوّل إصدار الحكم في النزاع المعروض أمامه؛ أن تقرر إلزام الأطراف إيداع أي مبلغ تراه مناسباً لتغطية المصاريف التي قد تنشأ عن التحكيم شريطة أن ينص اتفاق التحكيم صراحة على قبول هذا المبدأ، فإذا لم يقم الأطراف أو أي منهم بدفع المبلغ يحق لهيئة التحكيم الطلب من المحكمة المختصة إصدار أمر بذلك.[2]

ثالثاً: صدور حكم التحكيم في موعده القانوني (الميعاد المُتّفق عليه):

يجب على هيئة التحكيم إصدار القرار المنهي للخصومة خلال الميعاد الذي اتفق عليه الطرفان، وفي حالة ما لم يتفق الطرفان يجب أن يصدر القرار خلال اثني عشر شهراً من تاريخ بدء إجراءات التحكيم، وفي جميع الأحوال يجوز أن تقرر هيئة التحكيم مد الميعاد لمدة لا تزيد على ستة أشهر، حتى أنه إذا لم يصدر قرار التحكيم خلال الميعاد المشار إليه، جاز لأي من طرفي التحكيم أن يطلب من المحكمة المختصة أن

[1] راجع حكم محكمة استئناف رام الله في القضية الحقوقية رقم 2018/367 والصادر بتاريخ 2018/5/29 والوارد لدى موقع مقام: موسوعة القوانين وأحكام المحاكم الفلسطينية. وعلى الموقع: https://2u.pw/ZnRvWioJ. تاريخ الزيارة 2024/4/21 الساعة 11.15

[2] أنظر المادة (34) من قانون التحكيم الفلسطيني رقم 3 لسنة 2000، وتنص المادة (35) من قواعد غرفة التحكيم الفلسطينية الدولية على: "1– في سبيل تحديد مصاريف التحكيم، تكون قيمة النزاع هي اجمالي الطلبات المقدمة من جميع الأطراف، 2–يُقدر المدير التنفيذي لغرفة التحكيم قيمة النزاع على أساس طلب التحكيم وبيان الدفاع وكذلك على أساس البيانات الأخرى التي يقدمها الأطراف وهيئة التحكيم. وفق المعايير الخاصة بتقدير قيمة النزاع، 3– في أي مرحلة من مراحل الدعوى، عندما يكون ذلك مناسباً يجوز للمدير التنفيذي لغرفة التحكيم أنْ يُقَسّم قيمة النزاع وفقاً لطلبات كل طرف، كم يمكنه أن يلزم كل طرف بتحمل المصاريف المُتَعلّقة بهذه الطلبات، 4– وفي حال قسمة قيمة النزاع وفقاً لمطالبات كل طرف كم جاء في البند (3) من هذه المادة، فيجب ألا تتجاوز رسوم غرفة التحكيم أو مصاريف المُحَكّمين القيمة المحتسبة وفقاً للبند 1 من هذه المادة".

تصدر أمراً لتحديد ميعاد إضافي أو لإنهاء إجراءات التحكيم، ويكون لأي من الطرفين عندئذ رفع دعوى إلى المحكمة المختصة، على أنّ هيئة التحكيم تقوم بإصدار قرارها الفاصل والنهائي خلال ثلاثة أشهر من تاريخ حجز القضية للحكم، ويجوز للهيئة تمديد هذه المدة إذا دعت الضرورة إلى ذلك.[1]

الفرع الثاني: التحكيم الالكتروني:

يُعَرّف التحكيم الالكتروني بأنه: "الوسيلة التي تُسْتَخْدَم لفض نزاع قائم بين طرفين وذلك عن طريق تطبيق وسائل الاتصال والتواصل الحديثة، والتي من أهمها شبكة الانترنت، وذلك باتباع ذات الخطوات التي يجري اتباعها في التحكيم التقليدي العادي، بدايةً من الاتفاق على اللجوء للتحكيم، ثم باختيار المُحَكّم أو هيئة التحكيم، مروراً بالإجراءات التي يجري اتباعها في تقديم كل طرف لِبَيّناته، ووصولاً في آخر المطاف لإصدار الحكم النهائي" (عبد الله، 2023؛ أبو الهيجاء، 2010).

ويرى الباحث أنّه ما دام أنّ الوسيلة المُسْتَخْدَمة لفض النزاع هي وسيلة الكترونية حديثة؛ فإنّه سينجم عنها بالضرورة وجود مُحَكّم أو هيئة تحكيم ستقوم على فض النزاع بشكل الكتروني، أي عن بُعْد، ودون اجتماع الأطراف المتنازعة في مكان واحد، الأمر الذي يستدعي اتخاذ كافة الخطوات التحكيمية من جميع الأطراف بما فيهم المُحَكّم المُختار أو هيئة التحكيم عن طريق شبكة الانترنت، مما يُتيح ذلك لظهور وحدات إدارية وقضائية يُمكن أن يكون لها دوْر فعّال في السير في إجراءات المحكمة الالكترونية وبالتالي فض النزاع.

وعليه، يُمكن تعريف المحكمة الالكترونية بأنها: "فضاء تِقَني معلوماتي ثنائي الوجود، يسمح بتقديم الدعوى بشكل الكتروني، بحيث تتألف من شبكة ربط دولية، تجمع هذه الشبكة كافة أطراف النزاع على اختلاف مواطنهم وَجِنْسِيّاتهم، إضافة إلى هيئة المحكمة، بحيث تقوم الأخيرة بمباشرة الفصل في النزاع المعروض أمامها بشكل الكتروني وباختيار قوانين ووسائل وأنظمة تكون مُتَفِقة والنظام الالكتروني الحديث الذي يجري استخدامه لفض النزاع (نجاة و ليلى، 2021).

[1] أنظر المادة (38) من قانون التحكيم الفلسطيني رقم 3 لسنة 2000.

وَيُشير الباحث إلى أنّ التشريعات الفلسطينية ومع الأسف قد خَلَت من تنظيم مسألة التحكيم الالكتروني، حتى أنّ قواعد التحكيم الصادرة عن غرفة التحكيم الفلسطينية قد خَلَت هي الأخرى من تنظيم هذه المسألة، وعليه، فإنه يجب ومن أجل إتمام عملية التحكيم الالكتروني أنْ يجري تطبيق كافة القواعد والإجراءات الخاصة بالتحكيم العادي واعتمادها في التحكيم الالكتروني، وذلك باعتبار أنّ قواعد هذا الأخير هي ذاتها ذات قواعد التحكيم العادي، إلّا أنّ اعتماد الإجراءات والوسائل يكون بشكل الكتروني تِقَني، وهذا هو ما يُميّز كلا نوعي التحكيم عن بعضِهِما البعض (رحيم، 2023).[1]

ويود الباحث التركيز في هذا الإطار إلى أنه لا توجد ثقافة قانونية تحكيمية في مجال العلامات التجارية والمنازعات الخاصة بها، والتي تَتَمَثّل بعرض هذه المنازعات على قضاء التحكيم للفصل فيها، إذ أنّ فكرة اللجوء للتحكيم أصلاً هي فكرة غير ناضجة وليس لها انتشار كبير بين أفراد المجتمع الفلسطيني، وهذا يعود لسببين، الأول وهو أنّ الواقع الاقتصادي الفلسطيني لا يُعَدُّ واقعاً مُشَجّعاً على اللجوء لبدائل عن القضاء الرسمي والذي غالباً ما يتطلب دفع مصاريف ونفقات إضافية عن القضاء العادي، أما عن السبب الثاني ويَكمن في أنّ الاقتصاد الفلسطيني بطبيعته ليس اقتصاداً صناعيّاً، مما يعني أنه لا توجد علامات تجارية خاصة بالصناعات الفلسطينية أو الشركات الفلسطينية يكون لها شهرة دولية، فالعلامات التجارية العالمية الموجودة في السوق الفلسطيني يتم استخدامها بموجب الحصول على وكالات خارجية من الشركة الأم بموجب عقود مستحدثة، وبالتالي فإن نطاق حدوث نزاعات تتعلق بالعلامات التجارية في فلسطين هو نطاق ضيق.[2]

[1] بالمقابل تنص المادة (1) من قانون التحكيم الفلسطيني رقم 3 لسنة 2000 على: "مع مراعاة أحكام المادة (4) من هذا القانون تسري أحكام هذا القانون على كل تحكيم بين أشخاص طبيعيين أو اعتباريين يتمتعون بالأهلية القانونية للتصرف بالحقوق أياً كانت طبيعة العلاقة القانونية التي يدور حولها النزاع، مع مراعاة الاتفاقيات الدولية التي تكون فلسطين طرفاً فيها".

[2] مقابلة أجريتها مع عبد الله عابدة. محكم معتمد لدى غرفة التحكيم الفلسطينية الدولية. مقابلة سبق ذكرها.

المطلب الثالث: أحكام التحكيم والأسس واجبة الإتباع في التعليق عليها وتحليلها

يعالج الباحث فقي هذا المطلب أحكام التحكيم والأسس واجبة الإتباع في التعليق عليها وتحليلها من خلال تقسيمه إلى ثلاثة فروع وفق الآتي:

الفرع الأول: مفهوم الحكم التحكيمي

اختلفت تشريعات التحكيم في تحديد ماهية الحكم الصادر عن هيئات التحكيم نظراً لإختلاف النظرة إلى طبيعة مهمة التحكيم وطبيعة ما يصدر عنها من قرارات، حيث رآه البعض حكماً بينما رأته بعض التشريعات قراراً ولا يرتقي الى مرتبة الحكم، حيث يرى أصحاب الرأي الأول أن ما تقرره هيئة التحكيم فاصلاً في الخصومة التحكيمية عبارة عن حكم ذلك أن به تنتهي الخصومة ويرتب مراكز قانونية، بينما يرى أصحاب الرأي الثاني أن ما يصدر عن هيئة التحكيم ليس إلا قراراً وإن كانت الخصومة التحكيمية تنتهي به إذ أنه لا يكتسب قوة تنفيذية ولا يرتب مراكز قانونية نهائية إلا عند تصديقه من قبل المحكمة المختصة.

فلسطينياً، يلاحظ أن المشرع في قانون التحكيم رقم (3) لسنة 2000 قد أخذ بوجهة النظر الثانية حيث اعتبر أن ما تصدره هيئة التحكيم هو من صنف القرارات[1] وقد عرفت مجلة الأحكام العدلية الحكم بأنه "عبارة عن قطع القاضي المخاصمة وحسمه اياها[2]" حيث يلاحظ أن مجلة الأحكام العدلية قد نظمت التحكيم ضمن كتاب القضاء، وعليه فإن تعريف الحكم القضائي يصلح في معظم مكوناته وأركانه لينطبق على حكم التحكيم أيضاً من وجوب أن تكون الجهة التي أصدرته تملك صلاحية إصداره، وهي بالنسبة للتحكيم هيئة التحكيم التي منحها أطراف التحكيم هذه الصلاحية، ومن ثم أن تكون بنية الحكم وفقاً للشكل المقرر له قانوناً[3] ومنعاً لأي لبس هنا فإن الباحث يبيّن أن الحكم المقصود وفقاً لهذه الدراسة هو الحكم الفاصل في الخصومة التحكيمية وليست القرارات التمهيدية التي تصدر أثناء سير الدعوى ولا تنتهي بها الخصومة.

[1] تراجع المادة (38) من قانون التحكيم رقم (3) لسنة 2000.

[2] تراجع المادة 1786 من مجلة الأحكام العدلية.

[3] عبد السلام الشواربي، تسبيب الأحكام المدنية والجنائية في ضوء الفقه والقضاء، الإسكندرية، 1996، صفحة 8.

للوصول الى الحكم الفاصل في الخصومة كما هو أمام المحاكم –كما هو أمام التحكيم– فإن الدعوى بالنسبة لهيئة التحكيم تمر بثلاث مراحل، المرحلة الأولى هي مرحلة فحص الوقائع وأما المرحلة الثانية فهي مرحلة تكييف الوقائع والثالثة هي مرحلة إنزال حكم القانون على الوقائع بناءً على تكييفها. وإذا ما سلطنا الضوء على تكييف الوقائع، فإنه تجب بداية ملاحظة أنه يتوجب على هيئة التحكيم أن تكيّف الوقائع التكييف القانوني السليم، بغض النظر عمّا أبداه الخصوم من تكييف لمحل النزاع، فهذا اختصاص أصيل من اختصاصات هيئة التحكيم، ولعلّ هذه الأهمية بالذات لهذه المرحلة من مراحل الفصل في الخصومة هي التي جعلتها محلاً لرقابة محكمة القانون بخلاف المرحلة السابقة عليها وهي مرحلة فحص الوقائع. فيما يخص بنية حكم التحكيم، فإننا نلاحظ بداية أنها لا تختلف من حيث العناصر الأساسية عن بنية الحكم القضائي، فهو يتكون من الديباجة التي تردف رأس الحكم وتتضمن البيانات اللازمة حول الخصومة التحكيمية وأسماء المحكمين الذين أصدروا الحكم وأطراف التحكيم، ثم مقدمة الحكم والتي تعرض فيها هيئة التحكيم مضمون الخصومة المعروضة على هيئة التحكيم، ومن ثم يعرض وقائع الدعوى وطلبات الأطراف ودفاعهم ودفوعهم، ومن ثم تأتي هيئة التحكيم على تسبيب الحكم، وتخلص في الخاتمة إلى نتيجة الحكم.

وعلى صعيد التشريع الفلسطيني[1] فإن حكم التحكيم يجب أن يشتمل على أسماء أعضاء هيئة التحكيم التي أصدرته وتاريخ ومكان إصداره وملخص لإتفاق التحكيم وموضوعه وأسماء أطراف التحكيم وألقابهم وصفاتهم وكل ما يتعلق بالرسوم والمصاريف والأتعاب الناجمة عن التحكيم وكيفية دفعها وخلاصة موجزة لدفوعهم ودفاعهم الجوهري ثم أسباب الحكم ومنطوقه وتوقعه هيئة التحكيم والكاتب.

الدارس لبيانات حكم التحكيم أعلاه سيلاحظ حتماً أنها مختلفة من حيث أهميتها والأثر المترتب على نقصانها، من حيث كونه هل سيؤدي إلى بطلان الحكم أم لا. عند الرجوع إلى نص المادة (23) من قانون أصول المحاكمات المدنية والتجارية رقم (2) لسنة 2001 يتضح أن هناك حالتين للبطلان: حالة نص القانون

[1] تراجع المادة (39) من قانون التحكيم رقم (3) لسنة 2000 وكذلك المادة (73) من اللائحة التنفيذية لقانون التحكيم الصادرة بموجب قرار مجلس الوزراء رقم 39 لسنة 2004.

صراحة على خلل معين وأنه يترتب عليه البطلان، حيث يلزم مدعي البطلان في هذه الحالة فقط بإثبات حصول الخلل، وأما الحالة الثانية فهي حالة حصول خلل لم تتحقق بسببه الغاية من الإجراء، حيث يلزم مدعي البطلان في هذه الحالة بإثبات ليس فقط وجود الخلل إنما أيضاً أن هذا الخلل قد أعاق تحقيق الغاية المرجوة من الإجراء.

وتطبيقاً لما ورد أعلاه فقد نصت المادة (175) من قانون أصول المحاكمات المدنية والتجارية على أن "القصور في أسباب الحكم الواقعية، والنقص أو الخطأ الجسيم في أسماء الخصوم وصفاتهم وعدم بيان أسماء القضاة الذين أصدروا الحكم يترتب عليه البطلان." وبذلك فإن الخلل في باقي بينات الحكم يرتب البطلان إن استطاع مدعي البطلان أن يثبت، إضافة إلى حصول الخلل، أنه قد منع تحقق الغاية المرجوة منه، وهذا ينطبق بمجمله على حكم التحكيم مع استبدال أسماء القضاء بأسماء أعضاء هيئة التحكيم.

ويرى الباحث هنا ابراز أهمية تسبيب الأحكام سواء كانت أحكام قضائية أم أحكام تحكيمية نظراً لأهميته إذ أنه –وكما أسلف– فقد نصت المادة (39) من قانون التحكيم رقم (3) لسنة 2000 على وجوب اشتمال حكم التحكيم على أسبابه، ونصت المادة (175) من قانون أصول المحاكمات المدنية والتجارية رقم (2) لسنة 2001 على أن القصور في أسباب الحكم الواقعية يرتب البطلان .[1]

وقد استقر الفقه والقضاء على مجموعة من الضوابط واجبة المراعاة والاتباع عند تسبيب الأحكام على السواء، اكانت أحكام قضائية أم أحكام تحكيم والتي يمكن إجمالها في التالي:

1. التسبيب يجب أن يكون كافياً، بحيث يتناول جميع الطلبات والدفوع والدفاع المبدا من الخصوم، وليس بالضرورة تناول تلك الدفوع جميعاً على التتالي بنداً بنداً إنما يصح أيضاً حتى لو حصل ذلك ضمناً.
2. التسبيب يجب أن يكون واضحاً لا لبس فيه ولا غموض، بحيث أنه لا يحتمل التأويل لأكثر من رأي واجتهاد.

[1] قضت محكمة التمييز الأردنية في حكمها رقم (64/124) بضرورة اشتمال الحكم على الأسباب التي استند اليها القاضي في حكمه واعتبرت أن ذلك من واجبات المحكمة وليس من حقوق الخصوم وأن على محكمة الاستئناف أن تبحث فيه تلقائياً ولو لم يثره الخصوم.

3. لا يجوز أن تكون أسباب الحكم تناقض بعضها البعض، كأن يكون الحكم تارة اعتبر العلامة التجارية مشهورة وفي موضع آخر اعتبرها ليست كذلك.
4. يجب على هيئة التحكيم أن تشير إلى الوقائع التي ثبت لها صحتها وما هي القواعد القانونية التي قامت بتطبيقها على تلك الوقائع. فمثلاً إذا ثبت للمحكمة أن أحد أطراف الخصومة كان يستعمل العلامة التجارية قبل أن يسجلها الطرف الآخر فإنها حينئذٍ يجب أن تشير إلى ذلك حتماً وأن تبين كيف ثبت لها ذلك وبناء على أي بينة وما هو حكم القانون الذي طبقته بناء على ثبوت تلك الواقعة.
5. يجب أن تكون الأسباب منطقية، حيث يجب أن تؤدي الأدلة التي يستند إليها الحكم إلى النتيجة التي انتهى اليها بحيث يكون هناك إتساق بين منطوق الحكم وأسبابه.[1]

بالإضافة إلى مسألة تسبيب الأحكام فإن الباحث يرى أن هناك مسألة أخرى يعتبر البحث فيها ذا أهمية كبيرة وهي مسألة إغفال الفصل في بعض الطلبات المدعى بها من الاطراف في الخصومة التحكيمية، ولعلّ أهمية ذلك تزداد بالنسبة للتحكيم ذلك أن قانون التحكيم ينص على معالجة تشريعية مباشرة لهذه المسألة كما فعل قانون أصول المحاكمات المدنية والتجارية في المادة (185)، فذلك قد يجعل البعض يتسائل فيما اذا كانت ذات القاعدة تنطبق أيضاً على التحكيم، أي أنه سيكون من حق طرف الخصومة صاحب المصلحة أن يطلب من هيئة التحكيم أن تستكمل الفصل فيما أغفلت الفصل فيه. إن الجواب على هذه المسألة يتمحور على سؤال جوهري آخر وهو، هل تستطيع هيئة التحكيم أن تكمل النقص في اجراءات التحكيم من قانون أصول المحاكمات المدنية والتجارية، الجواب، نعم بالتأكيد تستطيع[2]، ذلك أن نصوص قانون أصول المحاكمات المدنية تعتبر الشريعة العامة لإجراءات الخصومة المدنية، ولهذا فهي المرجع لسد النقص في

[1] يراجع: عثمان التكروري، الكافي في شرح قانون أصول المحاكمات المدنية والتجارية رقم (3) لسنة 2001، 2002، صفحة 596. وكذلك: مصطفى عبد الباقي، الحكم القضائي، جامعة بيرزيت، معهد الحقوق، 2002، صفحة 40.

[2] للمزيد: فتحي والي، التحكيم في المنازعات الوطنية والتجارية الدولية علماً وعملاً، الإسكندرية، منشأة المعارف، 2014، صفحة 388.

النصوص الخاصة الواردة في تشريعات التحكيم، وأساس ذلك وحدة الطابع القضائي الذي يجمع بين الخصومتين، وتشابه الهدف الذي تسعى إليه كلتا من الخصومتين .[1]

وقد أخذت بهذا الموقف محكمة النقض المصرية في العديد من أحكامها، حيث قررت فيها أن قانون أصول المحاكمات المدنية يمثل قانون الإجراءات العامة والتشريع الأساسي في النظام القانوني الإجرائي وهو المرجع العام بالنسبة لجميع التشريعات الإجرائية الاخرى بشأن كل ما ينقصها أو في كل ما يحتاج إلى تفسير أو تكملة منها، وأن أحكامه تكون واجبة التطبيق بشأن مالم يرد فيه نص خاص في التشريعات الإجرائية الأخرى بما فيها قانون التحكيم .[2]

وبذلك فإنه يصبح من الواضح أن هيئة التحكيم تكون ملزمة بالفصل بالطلبات الموضوعية التي أغفلت الفصل فيها رغم أنه لم يرد معالجة تشريعية مباشرة لتلك المسألة في قانون التحكيم، وذلك إنطلاقاً من وجوب مراعاة النصوص الإجرائية في قانون أصول المحاكمات المدنية بشأن مالم يرد فيه نص خاص في تشريعات التحكيم، فلا يجوز لهيئة التحكيم أن تغير في موضوع الدعوى أو أسبابها، ولا يجوز لها أن تمتنع عن الفصل في الدعوى أو في جزء منها لأي سبب طالما أنها ضمن مهمتها وفقاً لإتفاق التحكيم. وما تجدر الإشارة إليه هنا أن الطلبات التي يجوز لصاحب المصلحة العودة للمحكمة التي أصدرت الحكم لإستكمال الفصل فيها هي حصراً الطلبات الموضوعية، أما الطلبات التي تتعلق بإجراءات الخصومة فلا ينطبق عليها هذا النص .[3]

أما المسألة الأخيرة واجبة البحث بالنسبة لماهية حكم التحكيم وذلك لما لها من خصوصية تشريعية معينة فهي تتعلق بتصحيح وتفسير الاحكام التي تصدرها هيئة التحكيم، حيث تنص المادة (42) من قانون التحكيم رقم (3) لسنة 2000 على أنه "1- يجوز لهيئة التحكيم من تلقاء نفسها أو بناءً على طلب من أحد الأطراف

[1] هدى مرجان، دور المحكم في الخصومة التحكيمية، 1997، صفحة 198.

[2] يراجع حكم محكمة النقض المصرية في الطعن رقم 338 لسنة 68 ق الصادر بتاريخ 2006/5/22. وكذلك حكمها رقم 966 لسنة 73 ق الصادر بتاريخ 2005/1/10.

[3] تنص المادة (185) من قانون أصول المحاكمات المدنية والتجارية رقم (2) لسنة 2001 على أنه: "إذا أغفلت المحكمة في أسباب حكمها ومنطوقه الفصل في بعض الطلبات الموضوعية، جاز لصاحب المصلحة أن يطلب باستدعاء يقدم إلى المحكمة التي أصدرت الحكم النظر في الطلب والحكم فيه، ويعتبر الحكم الصادر في الطلب متمماً للحكم الصادر في الدعوى".

شريطة أن يقدم خلال ثلاثين يوماً من تاريخ تبليغه قرار التحكيم أو إعلان الطرف الآخر أن تصحح ما يكون قد وقع في قرارها من أخطاء حسابية أو كتابية أو أية أخطاء مادية، ويجري هذا التصحيح على نسخة القرار الأصلية ويوقع عليها بواسطة هيئة التحكيم.2- يجب إجراء التصحيح خلال ثلاثين يوماً من تاريخ صدور الحكم إذا كان التصحيح من تلقاء ذات الهيئة، وخلال ثلاثين يوماً من تاريخ طلب التصحيح إذا كان التصحيح بناءً على طلب أحد الأطراف.3- يجوز لهيئة التحكيم بناءً على طلب يتقدم به أحد الأطراف خلال ثلاثين يوماً من تاريخ تبليغه قرار التحكيم وبشرط إعلان الطرف الآخر تفسير نقطة معينة وردت في قرار التحكيم أو جزء منه، فإذا اقتنعت هيئة التحكيم بطلب التفسير تصدر قرارها خلال ثلاثين يوماً من تاريخ تسلم الطلب، ويعتبر قرار التفسير متمماً لقرار التحكيم الذي يفسره وتسري عليه أحكامه. 4- عند تعذر اجتماع هيئة التحكيم بسبب وفاة المحكم أو إصابته بمرض يعيقه عن أداء مهمته تحل المحكمة المختصة محل هيئة التحكيم، إلا إذا اتفق صراحة على خلاف ذلك." وتنص المادة (74) من اللائحة التنفيذية لقانون التحكيم الصادرة بموجب قرار مجلس الوزراء رقم (39) لسنة 2004 على أنه "إذا تعذر اجتماع هيئة التحكيم بسبب وفاة أحد أعضائها أو وفاة المحكم إذا كانت هيئة التحكيم مكونة من محكم منفرد، أو إصابته، أو أي من أعضاء هيئة التحكيم بمرض يعيقه عن أداء مهمته، فللمحكمة المختصة أن تحل محل هيئة التحكيم بإجراء التصحيح أو إصدار القرار المتعلق بتفسير قرار التحكيم التي كانت تلك الهيئة قد أصدرته إلا إذا اتفق الأطراف صراحة على خلاف ذلك." حيث يتبين عند مراجعة نص المادتين أعلاه بالمقارنة مع أحكام المادتين (183، 184) من قانون أصول المحاكمات المدنية والتجارية رقم (2) لسنة 2001 بأنها تتشابه معها من حيث أن الخطأ الذي يمكن تصحيحه هو الخطأ المادي البحت سواء أكان حسابياً أم كتابياً، أما الأخطاء القانونية التي تعتري الحكم فلا يجوز تصحيحها بهذه الطريقة إنما تطرح أمام محكمة الطعن[1]، أما الإختلاف بين نصوص قانون التحكيم ونصوص قانون أصول المحاكمات المدنية بشأن المسألة المذكورة فيتمثل بأن التصحيح وفقاً للمادة (42) من قانون التحكيم يجري على نسخة القرار الأصلية ويوقع عليه

[1] يراجع حكم محكمة التمييز الأردنية رقم (62/214/ حقوق) منشور في مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1962، صفحة 867.

بواسطة هيئة التحكيم، بينما لم ينص على ذلك في المادة (183) من قانون الأصول وبينت أنه يوقع على التصحيح من رئيس الجلسة ومن الكاتب، وأما الخصوصية الثانية للنص الوارد في المادة (42) من قانون التحكيم فتتمثل بالمدة التي حددتها لتقديم طلب بالتصحيح والفصل، حيث لا يوجد لها مقابل في المادة (183) من قانون الأصول، وأما الخصوصية الثالثة فتتمثل بكون المشرع في المادة (42) من قانون التحكيم قد تعامل مع الحالة التي يتعذر فيها اجتماع هيئة التحكيم للقيام بالتصحيح أو التفسير المطلوب بسبب وفاة المحكم أو مرضه مرضاً يعيق أدائه لمهمته حيث بينت أن المحكمة المختصة تحل محل هيئة التحكيم في القيام بما يلزم من تصحيح أو تفسير لحكم التحكيم إلا اذا اتفق صراحة على خلاف ذلك.

الفرع الثاني: التعليق على أحكام التحكيم

دأبت منذ زمن عدد من الدوريات والمجلات المتخصصة بالعلوم القانونية في المنطقة العربية[1] على التعليق على بعض الأحكام القضائية وقد انتقلت الفكرة في الفترة الأخيرة إلى الحالة الفلسطينية فبدأنا نلحظ تعليقاً على الأحكام القضائية من قبل بعض الجهات الأكاديمية[2] ومن قبل بعض المجلات والدوريات المتخصصة بالشأن القانوني[3]، ولكن أحكام التحكيم لم تحظ اقليمياً ومحلياً بذات الإهتمام حيث بقي الأمر هكذا إلى أن ظهرت مؤخراً مجلات متخصصة بشؤون التحكيم في المنطقة العربية والتي تعنى بنشر الدراسات والأبحاث حول التحكيم وتعنى كذلك بالتعليق على أحكام المحاكم ذات الصلة بالتحكيم بالإضافة إلى التعليق حول عدد من أحكام المحكمين المختارة في كلّ عددٍ من أعدادها .[4]

سيدرس الباحث هذا الفرع من خلال تقسيمه إلى جزئين يقوم في الأول منها بتعريف التعليق على أحكام المحكمين ويتناول في الثاني منهجية التعليق على أحكام المحكمين.

[1] مثل، "مجلة الحقوق" التي تصدر عن جامعة الكويت.

[2] مثل، معهد الحقوق في جامعة بيرزيت.

[3] مثل، مجلة " العدالة والقانون" التي يصدرها المركز الفلسطيني لإستقلال المحاماة والقضاء (مساواة).

[4] مثل، "مجلة التحكيم العالمية" في لبنان.

الجزء الأول: التعريف بالتعليق على أحكام المحكمين

المقصود بالتعليق على أحكام المحكمين هو تحليل هذه الأحكام وتأصيلها واستيضاح الوقائع والحقائق والنقاط القانونية التي اشتملت عليها، وإبراز مواطن الصحة والخطأ فيها من وجهة نظر الدارس، وبحيث يحصل ذلك كله بناءً على منهجية علمية واضحة.

وحقيقة الأمر أن التعليق على الأحكام سواءً كانت قضائية أم أحكام محكمين هو في جوهره نوع من البحث العلمي الجاد والمعمق والمكثف[1]. وقد عرّف بعض الفقه التعليق على الأحكام بأنه "تحليل ونقد للحكم من طرف المهتمين والمختصين"، حيث قد يؤيد الدارس للإجتهاد القضائي، وقد يعارضه استناداً إلى أسباب قانونية ومنطقية يدعمها المعلق بالنصوص القانونية والإجتهادات القضائية السابقة والآراء الفقهية .[2]

ولا يختلف اثنين أن وجود مختصين مهتمين بالتعليق على الأحكام، يمثل بنتيجة الامر ضمانة إضافية في إتجاه تحري العدل ومنع الزلل من قبل مصدريها، حيث تنشر ثقافة التحليل والتأصيل والنقد وقبول الرأي الآخر وتجعل مصدري الأحكام يستشعرون الرقابة على أحكامهم من قبل المختصين[3]، حتى أن مصدري الأحكام أنفسهم يطورون من معارفهم ويستفيدون بشكل بناء من تلك التعليقات في اتجاه تجنب ما اشتملت عليه أحكامهم من أخطاء تم ابرازها من المعلقين والدارسين. وتبرز أهمية التعليق على الأحكام القضائية في شموليته فهو يتناول ليس فقط تسبيب الأحكام إنما يتناول أيضاً تركيب الحكم وشكله وأسلوبه وحسن عرض الوقائع فيه وتكييفها ومدى صحة معالجته للنقاط القانونية المثارة ومن ثم مراجعة مدى صحة إنزال أحكام القانون ذات الصلة، إذاً فهو بالنتيجة أوسع من الرقابة القضائية التي تقوم بها محكمة الطعن. أضف إلى ذلك أن التعليق على الأحكام يبرز مواطن الخلل في التشريعات وينبه أصحاب العلاقة إلى الحاجة إلى تعديلها أو أن هناك خلل ما في تطبيقها وفهمها، خاصة إذا كان المعلق ذا دراية بتشريعات وتجارب الدول الاخرى فيوصي بتحري الأفضل على أساس خبرته وعلمه.

---

[1] مصطفى عبد الباقي، مرجع سابق، صفحة 59.

[2] احمد العلمي، تقنية تحرير الأحكام والتعليق عليها، مجلة العدالة، العدد الخامس والخمسون، 1988، أبو ظبي، صفحة 46.

[3] مصطفى عبد الباقي، مرجع سابق، صفحة 60.

الجزء الثاني: منهجية التعليق على أحكام المحكمين

إن آلية التعليق على الأحكام، في حقيقتها عبارة عن فن يجمع الجميع على مبتغاه إلا أن طريقة ممارسته لها اجتهادات شتى، لكنها في مجموعها تجمع على أن التعليق على الاحكام، يجب أن يتناول دراسة تلك الاحكام وتحليلها وأن تتم صياغة تلك الخطوات ونتائجها بمنهجية معينة تكفل سهولة وصول مضمونها إلى قارئها بشكلٍ منهجي وعلمي، وهذا سنأتي على تفصيله في هذه الجزئية.

الخطوة الأولى: دراسة الحكم محل التعليق وتحليله واستنباط ما يشتمل عليه من مبادئ وإظهار ما يعتريه من عيوب ومن ثم تصنيف عناصره وفق منهجية منطقية تتفق وطبيعتها.

عند مراجعة الأحكام فإنه يلاحظ أنه يمكن إجمال عناصرها في المجموعات التالية:

- أسماء الخصوم وصفاتهم
- وقائع الدعوى وما صدر فيها من قرارات وأحكام تمهيدية
- طلبات الخصوم ودفاعهم ودفوعهم
- موضوع الدعوى
- القواعد القانونية التي تحكم النزاع
- منطوق الحكم
- أسباب الحكم وأسانيده

ما تجدر ملاحظته هنا أن غاية التعليق على الأحكام القضائية تتحقق على نحوٍ متفاوت عند التعليق على الاحكام القضائية وأحكام المحكمين، حيث يعتمد مدى تحققها على جزئية دقيقة وهي مدى تحقق غايتها وعمقها والفائدة منها على الإشكاليات التي يثيرها الحكم، فهناك أحكام لا تثير اشكاليات وبالتالي يكون التعليق عليها قليل الفائدة، بالمقابل فإن التعليق على الأحكام التي تثير اشكاليات جدلية معينة أو أنها أرست مبدأ عاماً يحقق الغاية من عملية التعليق على نحوٍ أكثر فائدة وذلك من خلال اثارة الأسئلة ومناقشتها

ومحاولة الإجابة عليها واستيضاح الموقف القانوني السليم بشأنها وأخيراً وبشأن هذه المسألة فإن الباحث يرى إبراز أن التعليق يجب أن يكون لصيقا بموضوع الحكم ومشكلته فيتعمق فيها من كافة جوانبها ودون أن يضيع بتفاصيل إحدى جوانبها على حساب الجوانب الأخرى.

الخطوة الثانية: صياغة مقدمة التعليق

حيث يجب أن يمهد لدارس التعليق بتقديم يتناول الإشكالية التي سيتم تناولها في التعليق، وتبعاً لذلك ما هي الأسئلة التي سيسعى الناقد (الباحث) للإجابة عليها وما هي منهجيته في ذلك، ومن ثم يجب تضمين المقدمة الحقائق الثابتة في الحكم محل التعليق، بمعنى ما هي الوقائع الثابت حصولها في الدعوى والتي استند اليها الحكم، والتي تأتي أهمية تناولها من قبل الناقد (الباحث) أنها لن تراجع من قبل محكمة القانون، حيث أنها هذه الأخيرة ستفترض أن ما قررته محكمة الموضوع من الوقائع بإعتباره ثابتاً فإنه يعتبر كذلك، أي أن محكمة القانون تسلم بصحة ما قررته محكمة الموضوع بشأن الثابت من الوقائع، وبذلك يتضح أهمية مراجعة هذه الجزئية وتدقيقها من قبل الناقد (الباحث) في تعليقه، وللإيضاح، فإننا نبين أن محكمة النقض لا تتطرق لبحث الوقائع الواردة في الحكم المطعون فيه من جديد، بل تفترض صحتها[1]، فهي لا تقحم ذاتها بالجانب الموضوعي، وعليه وبسبب ذلك يكون واجباً على الناقد (الباحث) عند التعليق على الحكم أن يؤخذ ذلك بالإعتبار فيقوم هو بمهمة مراجعة حكم محكمة الموضوع أو هيئة التحكيم بشأن فهم الواقع والتقرير بشأنه وتقرير قيمة البينة المقدمة في الدعوى ووزنها. ويرى الباحث أنه أحياناً سيكون من المفيد عند التعليق على الأحكام الولوج إلى الأبعاد الإجتماعية أو التاريخية أو السياسية أو الإقتصادية للدعوى ومن ثم للحكم الفاصل فيها[2]، فأحياناً يستلزم حسن فهم النزاع ومن قبل حسن فهم النص التشريعي الناظم له وتأصيله وتناول السياق الذي أتى فيه النص، فإن كان النزاع يتعلق بأرض من صنف الأراضي الأميرية، فإنه يتحتم حينئذٍ على الباحث (الناقد) شرح أسباب ظهور هذه النوعية من الأراضي وطبيعة الأحكام الناظمة لها، وإن كان النزاع

[1] عثمان التكروري، مرجع سابق، صفحة 721.

[2] مصطفى عبد الباقي، مرجع سابق، صفحة 65.

يتعلق بعلامة تجارية غير مسجلة، فإنه يتعين على الباحث تناول مسألة أن التشريع ساري المفعول في الأراضي الفلسطينية لا يعطي لصاحب العلامة التجارية غير المسجلة الحق في المطالبة بالتعويض عن الضرر بسبب الإعتداء على علامته غير المسجلة، وما هو مبرر المشرع في هذا الحكم الغريب، وكيف أن ذلك يتناقض مع القاعدة القائلة "بأن كل متسبب بالضرر يلزم بتعويض المضرور ولو لم يكن مميزاً".

الخطوة الثالثة: تتمثل المهمة الرئيسية في هذه المرحلة ببناء متن التعليق على أساس مضمون الحكم محل التحكيم، حيث يجب إبراز المشكلة الرئيسية في الحكم ومن ثم التعليق عليها، ويحصل ذلك من خلال تناول بالمراجعة والتدقيق الإجرائين اللاحقين لمرحلة إثبات الوقائع وهما تكييف الوقائع وإنزال حكم القانون عليها بناء على تكييفها وما تجدر الإشارة إليه هنا أن مهمة الباحث (الناقد) بشأن المهمة أعلاه ستكون أسهل إذا كنا بصدد حكم وصل إلى مرحلة النقض وأصدرت حكمها الفاصل فيه، ذلك أن دور محكمة النقض في الفحص والتدقيق والمراجعة يبدأ من مرحلة تكييف الوقائع وينتهي بمرحلة إنزال حكم القانون عليها، فيستفيد الباحث (الناقد) من ذلك على نحوٍ كبير، فهو يجد أمامه مادة ثرية للدراسة والبحث فنجد معروضاً أمامه المشكلة الرئيسية في الدعوى، وما قررته محكمة الموضوع من وقائع ثابت لها حصولها، ومن ثم اجتهادها في تكييفها وإنزال حكم القانون عليها، ومن ثم فإنه يجد ما قضت به محكمة القانون بشأن مدى صحة التكييف الذي تم للوقائع ومدى صحة إنزال حكم القانون عليها كما تمت من محكمة الموضوع. وما تجدر ملاحظته أخيراً بهذا الشأن أنه ان صادف ملف الحكم محل التعليق أكثر من إشكالية فإن الباحث (الناقد) يجب أن يبدأ بها من الأهم للأقل أهمية وصولاً إلى المسائل الثابت الموقف القانوني منها بموجب نصوص صريحة، فهذه الأخيرة ربما لا تدخل أصلاً في مسألة الجدل والنقاش والبحث عن الأصوب.

الخطوة الرابعة: تدقيق سلامة شكل الحكم محل التعليق

إذ درج الفقه العربي عموماً والفلسطيني خصوصاً[1] عند التعليق على الاحكام على التركيز على جانب مضمون الحكم وما قضى به من نقاط قانونية دون تناول شكليات الحكم، ويرى الباحث أن هذا النهج غير

[1] مصطفى عبد الباقي، مرجع سابق، صفحة 67.

دقيق ، إذ أن الخلل في شكليات الحكم أحياناً قد يحول دون تأديته للمهمة المفترضة له. فالحكم القضائي، يجب أن يكون واضحاً ومتكاملاً وخالياً من العيوب القانونية والشكلية واللغوية والفنية، فيجب أن تستخدم فيه المصطلحات التي تؤدي المعنى المطلوب على نحوٍ دقيق ولا يحتمل التأويل وتعدد التفسيرات، ويجب أن تكون أفكاره مترابطة ومتسلسلة وتصل به إلى النتيجة التي اشتمل عليها على نحوٍ منطقي، فيتعين أن تكون كل فكره في الحكم تؤدي وتوصل إلى الفكرة التالية لها، وأن يكون خالياً من الأخطاء اللغوية والنحوية وأنه يستعمل علامات الإشارة إستعمالاً صحيحاً، فالخلل في هذه الأخيرة قد يضيع أحياناً المعنى، وإجمالاً يجب أن تكون لغة الحكم القضائي بصفته عنواناً للحقيقة فصحى وجزلة في الفاظها وتعطي المعنى المقصود على نحوٍ قوي ودون ضعف وأن لا يتضمن عبارات فاحشة أو نابية أو اساءة لأحد أو نقد غير موضوعي للقوانين المرعية أو لإجتهادات المحاكم المماثلة في الدرجة.

الخطوة الخامسة: فحص توازن الحكم من حيث الشمول والإيجاز غير المخل

إن الدارس للأحكام سواءً أكانت صادرة عن المحاكم أم عن هيئات التحكيم حتماً يكون قد صادف أحياناً أن منها ما يتضمن اسهاباً وتفاصيل زائدة وبعيدة عن غرض الحكم، وبالمقابل لاحظ أن بعض الأحكام تكون مقتضبة اقتضاباً مخلاً. فالمطلوب، والذي يجب أن يتحقق من توافر الباحث (الناقد) في تعليقه هو مدى اشتمال الحكم محل التعليق على ما يلزم من تفاصيل دون زيادة أو نقصان، وحيث أن الأحكام القضائية تصاغ من بشر فإننا سنجد صياغتها حتماً متفاوتة، إلا أن ما يجب على الجميع توخيه هو اشتمال الحكم على ما يلزم من عناصر وفقاً لما قرره المشرع[1]، حتى أن المشرع رتب البطلان إذ ما خلا الحكم من بعض بيناته .[2]

[1] تنص المادة (174) من قانون أصول المحاكمات المدنية والتجارية رقم (2) لسنة 2001 على أنه: " يجب أن يشتمل الحكم على اسم المحكمة التي أصدرته ورقم الدعوى وتاريخ إصدار الحكم وأسماء القضاء الذين اشتركوا في إصداره وحضروا النطق به وأسماء الخصوم بالكامل وحضورهم أو غيابهم وأن يشتمل على عرض مجمل لوقائع الدعوى وخلاصة موجزة لطلبات الخصوم ومستنداتهم ودفوعهم ودفاعهم الجوهري مع بيان أسباب الحكم ومنطوقه". وتنص المادة (39) من قانون التحكيم رقم (3) لسنة 2000 على أنه: " 1- يجب أن يشتمل قرار التحكيم على ملخص لاتفاق التحكيم وأطرافه وموضوعه والبينات المستمعة والمبرزة والطلبات وأسباب القرار ومنطوقه وتاريخ ومكان صدوره وتوقيع هيئة التحكيم. 2- تضمّن هيئة التحكيم قرارها كل ما يتعلق بالرسوم والمصاريف والأتعاب الناجمة عن التحكيم وكيفية دفعها."

[2] تنص المادة (175) من قانون أصول المحاكمات المدنية والتجارية رقم (2) لسنة 2001 على أنه: " القصور في أسباب الحكم الواقعية، والنقص أو الخطأ الجسيم في أسماء الخصوم وصفاتهم وعدم بيان أسماء القضاة الذين أصدروا الحكم يترتب عليه البطلان".

من زاوية ثانية فإن الحكم يجب أن يتمتع بالكفاية الذاتية، فيكون كافياً بذاته دون الحاجة إلى الإستعانة بعوامل وأمور أخرى للتدليل على معناه ومضمونه. فيفهمه ليس فقط أطرافه، إنما أي قارئ من غيرهم، وذلك حتى يتسنى لمحكمة الطعن فرض رقابتها عليه وللدارسين والباحثين فهمه ودراسته.

الخطوة السادسة: دراسة وملاحظة مدى موافقة الحكم محل التعليق للسوابق القضائية المستقرة.

حيث يتعيّن على الباحث (الناقد) قبل الشروع في التعليق على حكم معيّن أن يراجع النصوص التشريعية ذات الصلة به، وأن يدرس ما هو مستقر من أحكام قضائية بشأن موضوعه وما استقرت عليه واشتملته من مبادئ، فإذا ما وجد الباحث (الناقد) عند الشروع في التعليق على الحكم أنه يخالف السوابق القضائية المستقرة في البلد فإن عليه أن يولي ذلك الأمر إهتماماً ويبرزه ويبدي رأيه بشأنه، وله في سبيل الوصول إلى الرأي الأصوب أن يرجع إلى ملف الدعوى ذاتها والتي فصل فيها الحكم محل التعليق فيدرسه ويحلل حيثياته، وله أيضاً الإفادة من تفاصيل رأي المخالفة الوارد في الحكم في حال وجوده.

الخاتمة

كان القضاء ولا زال يُعَدُّ الجهة الرسمية المختصة بحل كافة المنازعات المدنية والشرعية والتجارية وغيرها باعتباره مرفقاً وطنياً يهدف لصون وحماية الحقوق وتحقيق العدالة، لكن ومع ظهور التحكيم مؤخراً كجهة أخرى بديلة تعمل على الفصل في منازعات القانون الخاص المدنية والتجارية؛ أصبح اللجوء للتحكيم ملاذاً للعديد من المُتخاصمين الذين يُفضّلون الاحتكام لهذا القضاء، بدلاً من الدخول في تعقيدات القضاء الرسمي، ومتطلباته الشكلية والاجرائية التي في الغالب توصف بأنها صعبة ومُعَقَّدة، وتأخذُ وقتاً طويلاً لتمامها، وعلى الضفة الأخرى، فقد تطور نظام التحكيم ليصبح نظاماً قانونياً معاصراً يحتل مكاناً متقدماً في علم القانون والاقتصاد والإدارة، مما جعل النظم القانونية السائدة في العالم تأخذ بنظم التحكيم وتنص عليه في تشريعاتها وتنظم ماهيته واجراءاته ومراحله وشروطه، وتنظم القيمة القانونية للأحكام الصادرة عن المحكمين، وأنّ فلسطين شأنها شأن سائر دول العالم الأخرى، حيث أخذ النظام القانوني الفلسطيني بالتحكيم، وأفرد له تشريعاً عرف بقانون التحكيم رقم 3 لسنة 2000، ثم في قيام رئاسة الوزراء بإصدار اللائحة التنفيذية بموجب قرارها الصادر سنة 2004، ليَتَبَيّن بأنّ التحكيم أصبح ناجعاً أكثر من أي وقت مضى، وأنظّ له الأثر المُعتمد فض المنازعات، وأنّ مجاله قد اتسع ليشمل معظم المعاملات والمواضيع التي أجاز القانون في الأصل عرضها على التحكيم، والتي منها موضوع العلامات التجارية، حيث يصلح التحكيم كأداة لفض وحل المنازعات المتعلقة بالعلامات التجارية، فعند اتفاق الأطراف ذوي العلاقة بالعلامة التجارية على إحالة النزاع الخاصة بهذه العلامة التجارية هيئة تحكيم، فإن هيئة التحكيم تباشر عملها وفقاً للإجراءات القانونية الواردة في قانون التحكيم حتى تصل إلى إصدار قرار تحكيمي منهيا للخصومة القائمة حول العلامة التجارية والذي يتم تصديقه من المحكمة المختصة لكي تكتسب قوة الأمر المقضي به، مما يترتب عليه عدم جواز طرح ذات النزاع الخاصة بالعلامة التجارية على القضاء في المستقبل.

وفي الختام، فقد توصل الباحث لمجموعة من النتائج والتوصيات، وهي كما يلي:

النتائج:

1. ازدادت أهمية التحكيم فيما يخص مجال منازعات العلامات التجارية، وذلك بسبب طبيعة الاستغلال والتعامل التجاري في هذه العلامات والذي يتسم بأنه ذو طبيعة دولية عابرة لحدود الدول مما جعل العلاقة بين التحكيم ومنازعات العلامات التجارية علاقة طردية.
2. يمتاز التحكيم كنظام قانوني بالاستقلالية عن النظام القضائي المحلي، وذلك فيما يتعلق بالأحكام والإجراءات وقواعد الفصل في المنازعات وآلية اصدار الأحكام.
3. ما زال استخدام التحكيم كوسيلة قانونية لحل منازعات العلامات التجارية في فلسطيني أمراً مستحدث وفي بدايته، وذلك يعود لعدة عوامل قانونية واقتصادية تتصل بالواقع السياسي والقانوني الفلسطيني.
4. لا تتضمن القوانين والتشريعات الناظمة لمجال الملكية الفكرية في فلسطين، بما في ذلك تلك القوانين المتعلقة بالعلامات التجارية أي لغة قانونية محددة تضمن التحكيم في منازعات الملكية الفكرية بما في ذلك منازعات العلامات التجارية، كما أن قانون التحكيم الفلسطيني رقم 3 لسنة 2000 لم ينص على أحكام محددة بشأن منازعات الملكية الفكرية.
5. أسس المشرع الفلسطيني موضوع جواز التحكيم في منازعات العلامات التجارية وفقاً لمعيار التصرف بالحقوق وجواز التصالح عليها، فحدد المشرع الفلسطيني في قانون التحكيم الفلسطيني المواضيع والمسائل التي لا يمكن التصالح عليها ولا التصرف بها.
6. أن التحكيم في منازعات العلامات التجارية يقتصر على المنازعات المتعلقة بالشق المدني أما منازعات العلامات التجارية ذات الجنائي فهي لا تدخل في إطار التحكيم.
7. لا يوجد سوابق قضائية في القضاء الفلسطيني تبين مدى قابلية اللجوء إلى التحكيم لتسوية منازعات العلامات التجارية.

8. يمتاز التحكيم بأن له إطار تنظمي دولي يسمح من خلاله بتنفيذ قرارات التحكيم الأجنبية، في مقابل ذلك لا توجد اتفاقية دولية تجيز تنفيذ أحكام قضائية أجنبية محلياً، وهذه ميزة إجرائية مهمة عندما يتلق الأمر بموضوع التنفيذ.

التوصيات

1. يوصي الباحث المشرع الفلسطيني بتنظيم تشريعي خاص في منازعات العلامات التجارية ومدى جواز التحكيم فيها نظراً لأهمية هذا الموضوع في الحياة العملية.
2. يوصي الباحث وزارة العدل الفلسطينية بوضع الخطط والبرامج اللازمة لإعداد المحكمين وتأهيلهم وتدريبهم على التحكيم في منازعات العلامات التجارية، من خلال ورش ومحاضرات وندوات ودورات تدريبية.
3. يوصي الباحث المشرع الفلسطيني بمراجعة التشريعات المتعلقة بالعلامات التجارية والسارية في فلسطين وتعديلها بشكل يجعلها أكثر مرونة فيما يخص موضوع التحكيم في منازعات العلامات التجارية.
4. يوصي الباحث الشركات العاملة في مجال العلامات التجارية بضرورة الأخذ بالتحكيم كوسيلة رئيسية في حل المنازعات المتعلقة بالعلامات التجارية.
5. يوصي الباحث الجهات الرسمية الفلسطينية ذات الاختصاص وذات العلاقة بالعمل على الحد من القيود المفروضة على قابلية اللجوء للتحكيم في منازعات العلامات التجارية.

قائمة المصادر والمراجع

اتفاقية الجوانب المتصله بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية "تريبس".

قانون التحكيم الفلسطيني رقم 3 لسنة 2000.

قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952.

قانون العلامات والبيانات التجارية رقم 57 لسنة 1939.

قانون علامات البضائع رقم 19 لسنة 1953.

قانون مشروع حماية الملكية الصناعية لعام 2000.

مجلة الاحكام العدلية.

مشروع قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري.

اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المؤرخة 20 مارس عام 1983 والمعدلة في بروكسل ف 14 ديسمبر عام 1900 وفي واشنطن 2يونيوعام 1911 وفي لاهاي 6 نوفمبر عام 1925 ولندن 2 يونيو عام1934 ولشبونة في 31 اكتوبر عام 1958 وفي وستكهولم 14 يوليوعام 1967 والمنقحة في 2 اكتوبر عام 1979.

طعن مدني رقم 430 سنة 25 قضائية، مجموعة الأحكام، المكتب الفني لمحكمة النقض، السنة 11، العدد الأول، ص 100, نشر على الموقع:

قرار رقم 64/48 تمييز جزاء، مجلة نقابة المحاميين، لسنة 1964، ص741.

قرار لمحكمة النقض المصرية في21ق،م الصادر في تاريخ 24 يناير لعام 1963.

الشيخ أحمد، غادة. (2008). *الاعتراض على قبول تسجيل العلامة التجارية (دراسة مقارنة)*. جامعة الخرطوم.

الأسمر، صلاح. (1992). *شرح قانون العلامات التجارية الأردني*. عمان، الأردن.

أبو بكر، محمد. (1999). *موسوعة القوانين المتعلقة بالملكية الفكرية*. الأردن –عمان: مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع.

بندق، وائل. (2009). *العلامات التجارية والنماذج الصناعية، ط2*. الإسكندريه: مكتبة الوفاء القانونية.

الجغبير، حمدي. (2012). *العلامات التجارية "الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها"، ط1*. بيروت– لبنان: منشورات الحلبي الحقوقية.

الحجي، إبراهيم بن محمد. (بلا تاريخ). *صناعة العلامات التجارية*. تم الاسترداد من http://brandingdot.com/

الحداد، محمد. (2011). *الآليات الدولية لحماية حقوق الملكية الصناعية وأثرها الاقتصادي*. مصر: كلية الشريعة والقانون، جامعة الأزهر، دار الكتب القانونية –دار شتات للنشر والبرمجيات.

حسن، علي. (2005). *قانون حماية الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002م المصري*. القاهرة: مكتبة الآداب.

حمدان، فوزي. (1999). *حماية العلامات التجارية*. عمان –الأردن: مطبعة الجامعة الأردنية.

حمدان، ماهر. (1999). *حماية العلامات التجارية*. عمان: مطبعة الجامعة الأردنية.

الخروم، عبد الله. (بلا تاريخ). *الحق في التعويض الناشئ عن التعدي كوجه من وجوه الحماية المدنية للعلامة التجارية" دراسة في التشريع الأردني"*.

ربا، قليوبي. (1998). *حقوق الملكية الفكرية تشريعات، أحكام قضائية، إتفاقيات دولية ومصطلحات قانونية، ط1.* عمان: مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع.

الرشدان، علي. (2009). *العلامات التجارية، ط1.* عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

رضوان، علاء. (2020). *العلامات التجارية في التشريعات العربية.* تم الاسترداد من اليوم السابع: https://www.youm7.com/story/2020/1/12v

روما، رضا. (2019). *الوعي بالعلامات التجارية.* تم الاسترداد من https://rezaroma.com/ar/brand-awareness

زوبير، حمادي. (2012). *الحماية القانونية للعلامات التجارية، ط1.* بيروت –لبنان: منشورات الحلبي الحقوقية.

زين الدين، صلاح. (2015). *العلامات التجارية وطنياً ودولياً، ط3.* الأردن –عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

سعفان، مصطفى. (2002). *تفسير النصوص القانونية في ضوء أحكام القضاء المصري.* القاهرة –مصر: رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة القاهرة.

السلامات، ناصر. (2008). *الحماية الجزائية للعلامات التجارية، ط1.* القاهرة: دار النهضة العربية.

سلطان، ناصر. (2009). *حقوق الملكية الفكرية، ط1.* جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا، مكتبة الجامعة الشارقة، إثراء للنشر والتوزيع.

سلمان، سجى. (2018). *حقوق الملكية الفكرية في فلسطين.* نابلس: جامعة النجاح. تم الاسترداد من https://repository.najah.edu/handle/20.500.11888/13672?show=full

سمية، عطاء الله. (2014). *حماية العلامة التجارية في علاقتها بالعنوان الالكتروني*. الجزائر: جامعة المسلية كلية الحقوق والعلوم السياسية.

شاوي، عبد الله. (2017). *العلامة التجارية والمنافسة الغير مشروعة*. الجفلة: جامعة زيان عاشور.

شحادة، عمر والعوض، سامي. (2021). *التعدي على العلامة التجارية- دراسة مقارنه*. تم الاسترداد من منشورات حماية الحق، المحامين الاردنيين: https://jordan-lawyer.com/2020/

الشمرى، محمد. (2004). *حماية العلامة التجارية في ظل إتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة الحقوق الملكية الفكرية (تريبس)*. جامعة الإسكندرية.

شيفا، فاندانا. (2005). *حقوق الملكية الفكرية*. الرياض -السعودية: دار المريخ للنشر.

الصادق، محمد. (2011). *الحماية القانونية للعلامات التجارية إقليميا ودوليا*. البحرين: دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع.

الصغير، حسام الدين. (2005). *حلقة الويبو الوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية للدبلوماسيين، "التقاضي وقضايا مختارة في محال البراءات والعلامات التجارية"*. تم الاسترداد من https://2u.pw/xu34Cwsf

الصغير، حسام. (1993). *الترخيص باستعمال العلامة التجارية*. مصر -القاهرة: جامعة المنوفية.

الصغير، حسام. (2004). ندوة الوايبو دون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، قضايا مختارة من اجتهادات المحاكم العربية في مجال العلامات. *نظمة العالمية للملكية الفكرية، جامعة المنوفية*.

صونيه، حقاص. (2012). *حماية الملكية الأدبية والفنية في البيئة الرقمية في ظل التشريع الجزائري*. قسنطينة، الجزائر: جامعة منتوري.

ضمرة، مهند. (2017). الحماية الجزائية وفقا لنظام العلامات التجارية السعودي: دراسة مقارنه. *مجلة جامعة الملك سعود، م29، الحقوق والعلوم السياسية2*.

الطانجي، ألاء. (2021). *مصداقية العلامة التجارية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالقرار الشرائي لدى المستهلك المصري*. جامعة المنصورة.

عبد الرحمن، عبد الرحيم. (2009). *حقوق الملكية الفكرية وأثرها الاقتصادي، ط1*. الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.

عبد الله، عبد الله. (2008). *الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية*. الأزايطة: دار الجامعة الجديدة.

عبده، ممدوح. (2018). إشكالية تسجيل الرائحة كعلامة تجارية غير تقليدية بين الفقه والتشريع. *مجلة كلية القانون الكويتية العالمية، السنة السادسة العدد4*.

عبود، فادي. (2008). *العلامة التجارية*. تم الاسترداد من المتحدة حماية الملكية: https://unitedxpn.com/

عساف، شذى. (2011). *شطب العلامة التجارية في ضوء اجتهاد محكمة العدل العليا، ط1*. الأردن– عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

عيسى، نهى. (2013). العلامة التجارية المشهورة. *مجلة جامعة بابل، العلوم الإنسانية، المجلد21، العدد1*.

فرج، توفيق حسن. (1975). *المدخل للعلوم القانونية: النظرية العامة للقانون، والنظرية العامة للحق*. بيروت، لبنان: مكتبة مكاوي.

القليوبي، سميحة. (2007). *الوجيز في التشريعات الصناعية*. دار النهضة العربية، ج2.

الكسواني، عامر. (2010). *التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية، ط1*. عمان –الأردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

الكسواني، عامر. (2011). *القانون الواجب التطبيق على مسائل الملكية الفكرية، ط1*. عمان –الأردن: دار وائل للنشر.

ماضي، سميرزي. (1979). *مجموعة المبادئ القانونية والصادرة عن محكمتي التميز والعدل العليا في قضايا العلامات التجارية والأسماء التجارية، ط1*. عمان: دار وائل للنشر.

مبارك، محمود. (2006). العلامة التجارية وطرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين. *جامعة النجاح الوطنية*.

مبروك، عاشور. (2006). *الوسيط في النظام القانوني لتنفيذ أحكام التحكيم، ط3*. القاهرة: دار النهضة العربية.

المحيسن، أسامة والوج، عبدي. (2011). *عبدي حقوق الملكية الفكرية، ط1*. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

مراد، عبد الفتاح. (2010). *الجديد في الملكية الفكرية، ط2*. القاهرة.

مراد، عبد الفتاح. (بلا تاريخ). *شرح تشريعات التحكيم الداخلي والدولي*. مصر.

المركز الوطني للملكية الفكرية. (2000). *مجموعة التشريعات الخاصة بالملكية الفكرية*. عمان: المركز الوطني للملكية الفكرية.

المعشري، سعيد. (2010). *حقوق الملكية الصناعية*. الأزاريطة –عُمان: دار الجامعة الجديدة.

معوض، عائده. (بلا تاريخ). *دراسة مفهوم العلامة التجارية الداخلية ودورها في تدعيم العلامة التجارية لمنظمات الاعمال*. جامعة القاهرة، كلية التجارة. تم الاسترداد من جامعة القاهرة، كلية التجارة: file:///C:/Users/HP/Downloads/2203-4310-1-SM.pdf

المفهوم القانوني والفقهي للعلامة التجارية. (بلا تاريخ). تم الاسترداد من مراجع: https://maraje3.com

المنشاوي، عبد الحميد. (1995). *التحكيم الدولي والداخلي في المواد المدنية والتجارية والادارية طبقاً للقانون رقم 27 لسنة 1994*. الإسكندرية: منشأة المعارف.

المنظمة العالمية للملكية الفكرية. (2006). *أنواع جديدة من العلامات*. تم الاسترداد من https://www.wipo.int/edocs/mdocs/sct/ar/sct_16/sct_16_2.pdf

المومني، أحمد سعيد. (بلا تاريخ). *التحكيم في التشريع الأردني والمقارن*.

ناهي، صلاح. (1983). *الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية*. عمان: دار الفرقان.

هارون، جمال. (2012). *تطبيقات عملية حول العلامات التجارية وبراءات الإختراع، ط1*. المعهد القضائي الأردني.

المراجع الأجنبية

Aleksi, T. (2012). *10 Colors That Might Get You Sued*. Retrieved from https://www.businessinsider.com/colors-that-are-trademarked-2012-9#tiffany-blue-4

Colors: Can They Be Trademarked. (2018). Retrieved from https://www.carterdeluca.com/news/colors-can-trademarked/

Eva, T. (n.d.). *Color Trademark*. Retrieved from https://2u.pw/GR825Ufz

الملاحق

ملحق رقم (أ)

نموذج طلب تحكيم

السادة / مركز ..... للوساطة والتحكيم المحترمين

تحية طيبة وبعد،

مقدم من: السيد علي (.....) حامل هوية رقم: .....، وعنوانه: مدينة.....، ص.ب: هاتف رقم: 0000000000، البريد الإلكتروني: .....

ويمثله المحامي: ..... وعنوانه: .....

ضد:

1) السادة: (المحتكم ضده)، عنوانه: مدينه ص.ب: ، هاتف رقم: 000، البريد الإلكتروني: .....

ويمثله المحامي : .....، وعنوانه: مدينة .....

2) السادة (المحتكم ضده الثاني) عنوانه: مدينة ..... ص.ب: هاتف رقم: .....

يمثله المحامي: .....، عنوانه: ..... (المفهوم القانوني والفقهي للعلامة التجارية، بلا تاريخ)

الموضوع: حل نزاع حول ..... عن طريق هيئتكم الموقرة

1. بتاريخ.. -..-.... اتفق المحتكم ضده بصفته الوكيل الحصري للعلامة التجارية العالمية (....) مع المحتكم على ابرام عقد استغلال علامة تجارية عالمية في السوق الفلسطينية لمدة كذا لقاء عائد مالي عن فترة الاستغلال مقداره .....

2. قدم المحتكم للشركة المحتكم ضدها خطاب الضمان رقم ..... لسنة ..... الصادر من بنك .....بمبلغ ..... دينار وتضمن العطاء بنداً ينص على أن خطاب الضمان الذي تقدمة الشركة المتحكمة يرتبط بتنفيذ التزاماتها الموضحة بهذا العقد بحيث لا يجوز للشركة المحتكم ضدها صرف قيمته طالما أنها تستوفى أقساط الثمن في المواعيد المتفق عليها.

3. لما كان أجل تنفيذ العقد الاول قد انقضى وقام كل من الطرفين بتنفيذ ما تضمنه من التزامات فيما عدا الالتزام الملقى على عاتق الشركة المحتكم ضدها المتعلق برد خطاب الضمان سالف البيان للشركة المحتكمة طالما قامت بالوفاء، وهو ما تضمنته حافظة مستندات الشركة المحتكمة من مخالصات (وقد تذرعت الشركة المحتكم ضدها بعدم قيام الشركة المحتكم بتنفيذ التزامها في عقد استغلال العلامة التجارية عقد الشراء).

4. وحيث أن العقد المذكور قد ذكر صراحة في البند رقم (...) منه على أنه في حال نشوء نزاع متعلق بهذا العقد أن يتم اللجوء للتحكيم من أجل حله.

الطلبات:

بناء عليه،

1- يلتمس الطالب عرض النزاع على إحدى هيئات التحكيم التابعة لمؤسستكم مؤسسة .....للوساطة والتحكيم

2- إلزام الشركة المحتكم ضدها برد خطاب الضمان رقم ..... لسنة ..... بتاريخ ..-..-.... بمبلغ ..... دينار الصادر من بنك ..... الى المحتكم بالإضافة الى مبلغ ..... دينار والمصاريف ومقابل أتعاب المحاماة.

وتم اختيار الأستاذ ..... المحامي بالإدارة القانونية للمحتكم ليكون محكماً عنه.

تحريرا في: ..-..-....

وكيل المحتكم

ملحق رقم (ب)

نموذج رد طلب تحكيم

السادة..... / مركز ..... للوساطة والتحكيم المحترمين

تحية طيبة وبعد.

مقدم من: شركة .....(المحتكم ضده)، عنوانه: مدينه ص.ب: .....، هاتف رقم: 0-000 ، البريد الإلكتروني: .....

ويمثله المحامي: .....، وعنوانه: مدينة .....

ضد

السيد:.....(المحتكم) ، حامل هوية رقم: .....، وعنوانه: مدينة .....، ص.ب: .....، هاتف رقم : 0000000000 ،البريد الإلكتروني : .....

ويمثله المحامي :..... وعنوانه:.....

الموضوع: أسباب الرد الابتدائية

هنا يتم ذكر الدفوع الموضوعية التي بحوزة المحتكم ضده ، كما يرد المحتكم ضد على بنود طلب التحكيم بنداً بندا او على البنود التي يرى المحتكم ضده أنها تستوجب الرد، ويبين المحتكم ضده في الرد موقفه من اتفاق التحكيم من حيث الإقرار بصحة اتفاق التحكيم بينه وبين المحتكم.

الطلبـات:

بناء عليه،

يلتمس المحتكم ضده برد طلب التحكيم بالإضافة الى مبلغ ..... دينار والمصاريف ومقابل اتعاب المحاماة.

وتم اختيار الأستاذ ..... المحامي بالدائرة القانونية للمحتكم ضده ليكون محكماً عنه

تحريراً في: 0000/00/00.

وكيل المحتكم ضده

ملحق رقم (ج)

نموذج مشارطة تحكيم

إنه في يوم ..... الموافق.. /.. .../ تم بمدينة ..... في دولة ..... الاتفاق والتراضي على إبرام هذه المشارطة (هذا العقد) بين كل من:

1- شركة..... (وجنسيتها.....) المسجلة بالسجل التجاري رقم....، وتاريخ ..... ويمثلها السيد..... بصفته ..... ومهنته ..... وجنسيته ..... ومحل اقامته ..... هاتف ..... فاكس ..... عنوان بريده ..... "محتكم".

2- مؤسسة.....(وَجِنْسِيّتها.....) المُسَجّلة بالسجل التجاري رقم.....، وتاريخ ..... ويُمَثّلها السيد...../ ومهنته ..... وجنسيته ..... ومحل اقامته ..... هاتف ..... فاكس ..... عنوان بريده ..... "محتكم ضده"

أسباب الموضوع:

حيث قام الطرفان بتاريخ ... بإبرام عقد " يُذكر مسمى العقد وتاريخه "، ورغبة من الطرفين في إنهاء النزاع القائم بينهما عن طريق التحكيم، فقد تمّ إبرام هذه المشارطة وذلك وفق البنود التالية:

(وفي حال ما إذا كان العقد الأصلي المبرم بين الطرفين يَتَضَمّن مجرّد شرط اللجوء إلى التحكيم دون ذكر التفاصيل المرتبطة به، ويرغب الطرفان في ذكر تفاصيل التحكيم، فإن عليهما الإشارة إلى مسمى العقد وتاريخه، ثم يشيران إلى البند الخاص باتفاق التحكيم الوارد به بقولهما:...).

وحيث تَضَمّن ذلك العقد في البند رقم... منه الاتفاق على أن يكون التحكيم هو وسيلة الفصل في أي نزاع قد ينشأ بين الطرفين بسبب إبرام أو سريان أو تنفيذ أو تفسير ذلك العقد وتحديد أحقية كل طرف فيما يدّعيه من حقوق ومدى اخلال كل طرف بالتزاماته المحددة في العقد إذ تضمّن هذا البند النص على (يجب ذكر

نص البند كاملاً)، فإنه وإعمالاً لِحُكم هذا البند، ومن أجل تنظيم عملية التحكيم بينهما فقد أبرم الطرفان مشارطة التحكيم هذه بعد أنْ قرّرا اللجوء إلى التحكيم، وإبرام هذا العقد (المشارطة).

وبعد أن أقر كل من الطرفين بعدم خضوعه للحراسة القضائية أو إجراءات المنع من التصرف، وأقر بحالته المعتبرة شرعاً، وأهليّته الصالحة للابرام والتصرّف، وَبِصِفَتِه المُعْتدّ بها نظاماً، فقد التقت ارادتيهما على ابرام هذه المشارطة وفق الشروط التالية:

1) **يعتبر التمهيد السابق وما علاه من بيانات جزءاً لا يتجزأ من هذه المشارطة، ومكملة لها، وَمُتَمّمة لِبُنودِها تُقرأ وتُفَسر على هذا الأساس.**

2) **موضوع التحكيم:** اتفق الطرفان على أن تتولى هيئة التحكيم الفصل في نقاط الخلاف الناشئة عن العقد المُشار إليه في تمهيد العقد والمبينة تفصيلاً في هذا البند(.....) من هذه المشارطة، حيث يكون موضوع التحكيم منحصراً في المسائل أو نقاط الخلاف التي يَطْرَحُها كل من طرفي النزاع وطلباته المسند إلى هيئة التحكيم الفصل فيها، وتتمثل النقاط محل الخلاف فيما يلي:

أ) طلبات المحتكم " الطرف الأول ":

أولاً: .....

ثانياً: .....

ثالثاً: .....

ب) طلبات المحتكم ضده " الطرف الثاني ":

أولاً: .....

ثانياً: .....

ثالثاً: .....

وعلى أن يعتبر موضوع التحكيم (طلبات الطرفين) حسبما هو موضّح في هذا العقد جزءاً لا يتجزأ منه، ولا يجوز لأي من الطرفين التوسع فيه، أو الإضافة إليه بعد التوقيع عليه (مالم يجرِ الاتفاق على خلاف ذلك).

3) هيئة التحكيم:

تتكون هيرة التحكيم من ثلاثة أعضاء وهم:

- المحكّم المعيّن من جانب المحتكم: الاسم الرباعي: .....، الجنسية: .....، رقم الهوية: .....، العنوان: .....
- المُحَكّم المُعَيّن من جانب المُحْتَكَم ضده: الاسم الرباعي: .....، الجنسية: .....، رقم الهوية: .....، العنوان: .....

ولا يكون أي منهما قابلاً للعزل إلّا بموافقة الطرفين.

- وقد اختار المُحَكّمان المختاران السيد: .....، جنسيته: .....، رقم الهوية: .....، العنوان: ..... لِيَكون مُحَكّماً ثالثاً ورئيساً لهيئة التحكيم.

مع وجوب الانتباه إلى أنه إذا لم يُحَدّد أحد الطرفين المُحَكّم المُعَيّن من جانبه خلال خمسة عشر يوماً من تاريخ تسلّمه طلباً بذلك من الطرف الآخر، أو إذا لم يتفق المُحَكّمان المُعيّنان من الطرفين على اختيار المُحكّم الثالث خلال خمسة عشر يوماً التالية لتاريخ تعيين آخرهما تولى مركز ..... أو تولّت المحكمة المختصة اختياره بناء على طلب من يَهُمّه التعجيل، وذلك خلال خمسة عشر يوماً من تاريخ تقديم الطلب، ويكون للمُحَكّم الذي اختاره المُحَكّمان المُعَيّنان، أو الذي اختارته المحكمة المختصة رئاسة هيئة التحكيم، وَيُقرّ كل من طرفي النزاع بعلمه بالعلاقة القائمة بين الطرف الآخر، وبين المُحَكّم المُعيّن من جانبه في حدود ما يعرفه وما هو مسموح به قانوناً، وبأنه ليس لديه أي اعتراض على المُحَكّم الذي اختاره الطرف الآخر.

4) أتعاب التحكيم:

حُدّدت أتعاب هيئة التحكيم على النحو التالي:

- المُحَكم الأول: مبلغاً وقدره ..... فقط .....
- المُحَكّم الثاني: مبلغاً وقدره ..... فقط .....
- المحكم الثالث: مبلغاً وقدره ..... فقط .....

ويقوم كل طرف بدفع كامل أتعاب المحكم المعين من قبله، وبالنسبة لأتعاب المحكم الثالث فتدفع مُناصفَةً بين الطرفين بموجب شيكات مصرفية مصدقة تودع في ملف القضيّة، كما يتحمل الطرفان مناصفة بينهما أتعاب أمانة سر التحكيم.

5) مصروفات التحكيم:

بالنسبة لمصروفات نفقات التحكيم مثل أتعاب أمانة السر أو الخبير فيتم دفعها مناصفة بين طرفي الدعوى، ويجوز لهما الاتفاق على أن يتحمّل الطرف الخاسر كافة أتعاب ومصاريف التحكيم.

An-Najah National University

Faculty of Graduate Studies

ANALYSIS OF ARBITRATORS' JUDGMENTS IN TRADEMARKS DISPUTES

By

Hany Maher Shraf

Supervisor

Dr. Ishaq Barqawi

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

2024

ANALYSIS OF ARBITRATORS' JUDGMENTS IN TRADEMARKS DISPUTES

By
Hany Maher Shraf
Supervisor
Dr. Ishaq Barqawi

Abstract

This paper studies the legal rules which are followed in dealing with disputes related mainly to trademarks, that pose an integral part of the individual intellectual property. Trademarks disputes are not newly born, neither dealing with them; rather, the occurrence of such disputes is related to the emergence of the various trademarks globally. Hence, the ownership of these trademarks and using them in marketing the products and services is the basis of many disputes.

Disputers, of various backgrounds, preferred adopting arbitration as the appropriate method of resolving the issues resulted from concluding, implementing, or interpreting contracts to the complex procedures in courts in order to solve these disputes smoothly. National courts are no longer the refugee to solve these disputes. Instead, disputers now agree on resorting to arbitration in case of disputes.

The motive behind looking for a new method of resolving disputes is the modern movement globally to achieve economic development, support the private sector, attract the foreign investments, and legally and comprehensively protect the intellectual property elements including trademarks. This new method is embodied in mentioning the arbitration clause in contracts acting ultimately as a consensual method of resolving disputes without controversies or doubts. By this study, the researcher delves into the realm of arbitration and its special aspects without ignoring the exemplary role followed in resolving all trademarks-related disputes which are a part of intellectual property disputes as well. Also, emphasizing the importance of resorting to arbitration as an alternative method of the traditional courts resulting in saving time, and achieving objectives excellently. Arbitration is no longer restricted to individual disputes; rather, it has become the mainly adopted method for many Arab and International treaties in resolving the international trade disputes, which is known as international commercial arbitration.

To achieve the aim of this study, the researcher divides it into two main chapters. The first presents the generalities of trademarks, and its importance in distinguishing goods and services, and attracting consumers. This will be covered in two sections discussing what a trademark is, its importance, and its role in achieving the competitive and purchasing powers both, leading to practices that harm the trademark, and in result legal actions would be taken by the involved parties against these harms.

The second chapter discusses the scientific and legal basis that motivated the disputers to resort to arbitration as an alternative method of resolving disputes. This will be covered in two sections presenting the nature of arbitration's role in trademarks disputes and the rules adopted by the Palestinian Law to achieve the intended result on the one hand, and then focusing on the adopted substantive principles in analyzing the arbitration judgments in these disputes on the other.

The researcher concludes the study based on the results and recommendations.

Keywords: Trademarks, Trademarks Act 33 of 1952, Palestinian Act 3 of Arbitration of 2000, Trademarks Disputes, Commenting on the Arbitration's Judgments.