

January 2015

Trademark Ownership of the Store between the Seller for the Buyer: A Comparative Study

Omar Falah Alatine

College of Law, University of Al Al-Bayt- Jordan, omar.falah@yahoo.com

Follow this and additional works at: https://scholarworks.uaeu.ac.ae/sharia_and_law



Part of the [Commercial Law Commons](#)

Recommended Citation

Alatine, Omar Falah (2015) "Trademark Ownership of the Store between the Seller for the Buyer: A Comparative Study," *Journal Sharia and Law*: Vol. 2015 : No. 61 , Article 2.

Available at: https://scholarworks.uaeu.ac.ae/sharia_and_law/vol2015/iss61/2

This Article is brought to you for free and open access by Scholarworks@UAEU. It has been accepted for inclusion in Journal Sharia and Law by an authorized editor of Scholarworks@UAEU. For more information, please contact sljournal@uaeu.ac.ae.

Trademark Ownership of the Store between the Seller for the Buyer: A Comparative Study

Cover Page Footnote

Dr. Omar Falah Alattain Assistant Professor of Commercial Law, College of Law, University Al-Albayt, Hashemite Kingdom of Jordan omar.falah@yahoo.com

ملكية العلامة التجارية
للمتجر بين بائعه ومشتريه
- دراسة مقارنة* -

د. عمر فلاح العطين*

ملخص البحث:

تدور فكرة البحث حول أثر العرف في العقود، والذي اصطالحنا عليه العرف العقدي وهو عبارة عن العادات التي درج عليها الناس في العقود التي يبرمونها حتى أصبحت في نظرهم ملزمة لا تجوز مخالفتها، فالبحث محاولة لوضع نظرية لهذا العرف تحدد ماهيته وآثاره في العقد.

تتمحور هذه الدراسة في إطار العلامة التجارية كعنصر من العناصر المعنوية التي تنهض في المحل التجاري، ومدى ملكية تلك العلامة بين بائع المتجر الذي لم يتطرق في أثناء البيع إلى العلامة التجارية، وبين المشتري (المالك الجديد) الذي اعتبر العلامة جزءاً لا يتجزأ من عملية البيع الذي على أثرها قام باستعمال تلك العلامة. وتتجلى الدراسة في حجج وبراهين تدعم رأي كل الطرفين في مدى تملك تلك العلامة من خلال مبحثين وأربعة مطالب وتخلص الدراسة إلى ضرورة إجراء التعديلات القانونية اللازمة لحل هذه المعضلة.

- أجاز للنشر بتاريخ ٢٠١٣/٩/١٢.
- أستاذ القانون التجاري المساعد - كلية القانون - جامعة آل البيت - المملكة الأردنية الهاشمية .

المقدمة:

ليس من شك في أن العناصر المعنوية في المتجر تسهم، وبشكل كبير جداً، في إثراء القيمة المادية لهذا الأخير، وتسهم في الترويج للمنتجات أو السلع أو النشاط التجاري بعمومه، الذي يتعامل به. حيث: (١) يضم المحل التجاري العناصر اللازمة للنشاط التجاري، وتنقسم هذه العناصر إلى عناصر مادية كالبضائع، والمهمات، والآلات والأدوات، وعناصر معنوية، كالاتصال بالعملاء، والسمعة التجارية، والاسم التجاري، والحق في الإجارة، وحقوق الملكية الصناعية، والأدبية، والفنية والرخص. (٢) ولا تعتبر العناصر المادية أساسية في المحل التجاري على خلاف العناصر المعنوية التي لا يوجد المحل التجاري إلا إذا توافر عنصر منها أو أكثر.^(١)

وقد بلغ الاهتمام بحماية العناصر المعنوية ذروته، لاسيما في ضوء التطورات التي شهدتها ميادين التجارة العالمية، وما لعبته منظمة التجارة العالمية من دور منذ عام ١٩٩٤، حيث أعدت اتفاقية تريس أحد أهم الاتفاقيات الموقع عليها داخل هذه المنظمة، واحتلت العلامات التجارية مركزاً مهماً في هذه الاتفاقية، باعتبارها إحدى أهم عناصر الملكية التجارية، وقد رسخت الاتفاقية قواعد ملزمة إزاء الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية، بحيث كان من بين أهم الشروط اللازمة للعضوية العمل على تعديل التشريعات الوطنية، انسجاماً مع متطلبات الانضمام إلى هذه المنظمة.

وفي خضم السعي نحو تنويع قواعد موضوعية تسهم في التأسيس القانوني للتصرفات التي ترد على العلامة التجارية، سعى قانون العلامات التجارية الأردني إلى توفير جملة من النصوص التي شكلت الغطاء القانوني لمجمل التصرفات،

(١) المادة ٤٠ من قانون العلامات التجارية الإماراتي رقم ١٩٩٢/٣٧ الباب الثاني.

[د.عمر فلاح العطين]

والتي من شأنها أن تحقق التوازن بين حقوق المالك، وحقوق الجمهور، وحقوق الغير في أن معاً.

ولما كانت العلامة التجارية من أهم العناصر المعنوية في المتجر، لاسيما مع ما شهده القطاع التجاري من تنامٍ ومدّ في الآونة الأخيرة، شكلت فيه علامات الخدمات واحدة من أهم العلامات التي باتت تميز مختلف الأنشطة التي تتعاطى بها المتاجر والتجار عالمياً، لذا باتت التصرفات التي ترد على هذه العلامة التجارية واحدة من القضايا التي استدعت تدخل المشرع، لوضع قيود على هذه التصرفات، تتسم مع الطبيعة القانونية للعلامة التجارية كواحدة من العناصر المعنوية في المتجر.

ويقصد بالعلامة التجارية أو الصناعية، كل إشارة أو رمز يتخذ شعاراً لتمييز منتجات مشروع تجاري أو صناعي، أو يتخذ شعاراً للخدمات التي يؤديها المشروع. وتحمل العلامة التجارية مكانة هامة ومميزة في حقوق الملكية الصناعية والتجارية الأخرى، بحيث أصبح لها قيمة إضافية^(٢) تضاف لقيمة المحل التجاري (أو المتجر كما يسميه قانون التجارة الأردني)^(٣).

وتهدف العلامة التجارية أو الصناعية إلى تمييز المنتجات لجذب العملاء وجمهور المستهلكين، نظراً لما تؤديه لهم من خدمات كسهولة التعرف على ما يفضلونه من بضائع وسلع. وتلعب العلامات التجارية دوراً هاماً في المجال الاقتصادي، إذ تحقق العلامة التجارية مصالح كل من المنتجين والموزعين

(٢) في دراسة أجريت على أهم العلامات التجارية في العالم تبين أن القيمة الإضافية أي قيمة الشهرة لعلامة كوكا كولا تبلغ ٣٩ مليار دولار، علامة مالبورو ٣٨,٧ مليار... الخ وثيقة من إعداد المكتب الدولي الوايبو، مجلة حماية الملكية الفكرية، العدد ٤٢، المجلد الرابع، ١٩٩٤، ص ٢٢.
(٣) الفصل الأول من الباب الرابع من قانون التجارة الأردني رقم (١٢) لسنة ١٩٦٦، منشور في الجريدة الرسمية، العدد ١٩١٠، تاريخ ٣٠/٣/١٩٦٦، ص ٤٧٢.

والتجار، بالإضافة إلى مصالح المستهلكين والاقتصاد الوطني، إذ تلعب العلامة التجارية دوراً أساسياً في جذب المستهلكين أو العملاء إلى السلع والخدمات التي تحمل تلك العلامة. فالوظيفة الأساسية للعلامة التجارية هي تحديد منشأ المنتج، إذ تضمن العلامة التجارية نوعية البضاعة أو الخدمة، ليكون المستهلك مطمئناً لما يشتريه. فالعلامة التجارية تساعد المستهلكين على معرفة البضاعة أو الخدمة التي يرغبون فيها، وتسهل للعميل معرفة المنتجات بمجرد النظر إلى علامتها، التي تحدث في نفسه مقدار جودتها ومدى ملاءمتها وإشباعها لحاجاته ورغباته، حسب ما تعود عليها إذا كان قد سبق له شراؤها، أو تعامل معها، أو قرأ عن مواصفاتها، أو مميزاتها بإحدى النشرات أو الإعلانات، كما تميز العلامة التجارية بين السلع والخدمات المماثلة المعروضة في السوق، مما يساعد المنتج على الاحتفاظ بعملائه، وجذب عملاء آخرين، وهذا من شأنه أن يشجع على المنافسة المشروعة بين التجار، مما ينعكس بدوره على نوعية الإنتاج وخفض الأسعار.

ويمكن تقسيم العلامات التجارية إلى نوعين: علامة السلعة، وهي التي تستخدم لتمييز منتجات مشروع معين عن غيرها من المنتجات المماثلة. وعلامة الخدمة، وتستخدم لتمييز الخدمات التي يؤديها المشروع. ولم يقرر قانون العلامات والبيانات التجارية المصري الملغى رقم ٥٧ لسنة ١٩٣٩ في بداية صدوره حماية علامة الخدمة، ولكنه أضافها بعد ذلك إلى أنواع العلامات القابلة للتسجيل واعتبرها من قبيل العلامات التجارية بموجب القانون رقم ٢٠٥ لسنة ١٩٥٦. ووفقاً للمادة ٦٣ من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ فإن العلامة التجارية هي كل ما يميز منتجاً أو سلعة، أو خدمة عن غيره، لهذا فقد عرف قانون التجارة الكويتي رقم ٦٨ لسنة ١٩٨٠ العلامة التجارية بأنها كل ما يأخذ شكلاً مميزاً من كلمات، أو إمضاءات، أو حروف أو أرقام أو رسوم أو رموز، أو عناوين أو أختام

[د. عمر فلاح العطين]

أو تصوير أو نقوش، أو عناصر تصويرية، وتشكيلات الألوان، أو أية إشارة قابلة للإدراك بالنظر، والعلامات السمعية، والعلامات الخاصة بحاسة الشم، أو أية علامات أخرى، أو أية مجموعة منها إذا كانت تستخدم، أو يراد استخدامها في تمييز بضائع أو منتجات، أو خدمات، للدلالة على أنها تخص صاحب العلامة بسبب صنعها، أو اختيارها، أو الاتجار بها، أو عرضها للبيع.^(٤)

بحيث تكون وسيلة لتمييز المنتجات والسلع، ويتحقق هذا الغرض بالمغايرة بين العلامات لكي تستخدم في تمييز سلعة معينة، بحيث يرتفع اللبس بينهما^(٥)

ويمكن القول أن طبيعة التصرفات الواردة على العلامة التجارية تتطلب إكساءها نسقاً قانونياً متميزاً، يميز في أن معاً بين العناصر المادية والعناصر المعنوية التي تعد من مشمولات المتجر وبين العلامة ذاتها، حيث تجد من الناحية التطبيقية أن عدداً كبيراً من التجار لجأ إلى دعوى المنافسة غير المشروعة كوسيلة لحماية منتجاتهم وبضائعهم وحقوقهم الخدمائية التي تميزها العلامة التجارية. مما يعني أن العلامة التجارية أضحت تضطلع بدور متميز في توفير الحماية القانونية للنشاط التجاري الذي يتعاطى به التجار.

(٤) المادة ٦١ من قانون التجارة الكويتي رقم ٦٨/١٩٨٠ "العلامة التجارية هي كل ما يأخذ شكلاً مميزاً من كلمات أو إمضاءات أو حروف أو أرقام أو رسوم أو رموز أو عناوين أو أختام أو تصاوير أو نقوش أو عناصر تصويرية وتشكيلات الألوان أو أي إشارة قابلة للإدراك بالنظر والعلامات السمعية والعلامات الخاصة بحاسة الشم أو أي علامات أخرى أو أي مجموعة منها إذا كانت تستخدم أو يراد استخدامها في تمييز بضائع أو منتجات أو خدمات للدلالة على أنها تخص صاحب العلامة بسبب صنعها أو اختيارها أو الاتجار بها أو عرضها للبيع".

(٥) قرار محكمة النقض المصرية في الطعن رقم ٢٣٨٣ لسنة ٣٣ قضائية جلسة ١٣/٤/١٩٦٤ العبرة في التمييز بين السلع والمنتجات بالصورة العامة التي تتطبع في الذهن نتيجة علامة أخرى للصورة أو الرموز أو الصور مع بعضها وللشكل الذي تبرز به علامة أو أخرى بصرف النظر عن العناصر التي تركبت منها واما إذا كانت الواحدة منها تشترك في جزء أو أكثر مما تحويه الأخرى

إلا أن الواقع يكشف -وفي كثير من الأحيان- عن معضلات تطرق باب القضاء، وتجعل من الاجتهاد القضائي إزاءها ضرورة ملحة، لاسيما مع عدم وضوح الرؤيا التشريعية.

وتتويجاً لما سبق نجد أن من بين هذه المعضلات تلك التي ارتأينا التوقف عندها في هذه الدراسة، والتي تخص القاعدة الأصلية في التصرف بالمتجر بأي من أشكال التصرف التي تعطي للمتصرف إليه حقوقاً على المتجر بعناصره المادية والمعنوية كافة، والتي من بينها مسك العلامة التجارية.

حيث يقفز التساؤل عن إمكانية المالك الجديد في المطالبة بالحقوق المادية والمعنوية استناداً إلى التصرف المثبت في سجل التجارة، والتي يطالب فيها بوقف استعمال العلامة لتجارية من البائع استناداً إلى حقه فيها، بفعل عقد البيع للمنتج، في الوقت الذي يتمسك فيه البائع بأن العلامة ليست مسجلة، وأن انتقال ملكية العلامة التجارية لا تتواءم والكيفية التي انتقل بها المتجر نظراً للخصوصية التي تحيط بها، فضلاً عن أن التصرف بعلامة تجارية غير مسجلة يغدو بلا فائدة، مما يتداعى معه التساؤل عن كيف سيتم التوفيق بين حقوق المالك الجديد ومصلحة الأصل في استعمال العلامة التجارية، وما القيمة القانونية للتصرف بالمتجر دون العلامة التي تعتبر في الأصل علامة تجارية ليست مسجلة؟.

أن هذا التساؤل لا يقل أهمية عن الغطاء الذي يوفره قانون العلامات التجارية للعلامة غير المسجلة، وأيضاً قانون المنافسة غير المشروعة، حيث يتطلب منا هنا التوقف عند حدود هذه المقتضيات القانونية، ومقارنتها مع المشهد الذي يخص هذه الدراسة.

مشكلة الدراسة:

تتناول هذه الدراسة مشكلة هامة وجديرة بالبحث، وهي الإجابة عن التساؤل الذي مفاده: ما الحلول التي وفرها المشرع إزاء المطالبة التي يقيمها المالك الجديد للمتجر، والمبنية على انتقال العناصر المادية والمعنوية إليه، بينما يتمسك البائع بالمحافظة على العلامة التجارية بحجة أنها غير مسجلة في سجل العلامات التجارية؟ وكيف يتم التعاطي قانوناً مع هذا المقتضى؟

أن الموازنة بين مصلحة البائع والمشتري للمتجر لا تتبري عن الأخذ بعين الاعتبار متطلبات قانون العلامات التجارية، والتي تستوجب مراعاة القيود الشكلية والموضوعية للتصرف بالعلامة التجارية. ومن هنا بات تسجيل العلامة التجارية مطلباً ملحاً لحماية لظاهر هذه التصرفات، ومراعاة لمتطلبات استقرار المعاملات بين الأفراد.

تتطلب الإجابة عن مشكلة هذه الدراسة الاستعانة بمنهج قادر على الوصول إلى تخريج شمولي متناسق، يوفر الحلول القانونية والقضائية الممكنة.

منهج الدراسة:

يغدو المنهج الوصفي أحد أبرز المناهج التي تقود إلى الوصول إلى حلول إيجابية، وذلك عملاً بكل مقوماته، واقتداءً بالمناهج الفكرية المنبثقة عنه من منهج تحليلي ومنهج مقارنة، حيث سيوفر هذا المنهج المقدرة على تحليل واقع النصوص القانونية، ورصدها في محيطها الاجتماعي والمادي، ويعمل في الوقت ذاته على مناقشة المواقف القانونية لكل من قانون العلامات التجارية الأردني رقم ٣٣ لعام ١٩٥٢ وتعديلاته، وقانون الملكية الفكرية المصري رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢، واتفاقية

الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية تريس الموقع عليها بتاريخ
١٥/٤/١٩٩٤م.

خطة الدراسة:

تقوم هذه الدراسة على مبحثين: الأول تحت عنوان (التصرفات الواردة على
العلامة التجارية، ويشمل هذا المبحث الأول مطلبين: المطلب الأول، تسجيل
العلامة التجارية، أما المطلب الثاني فهو قيد التصرفات الواردة على العلامة
التجارية في السجل المعني.

أما المبحث الثاني فيتناول: الوضعية القانونية لمطالبة مالك المتجر الجديد
بالحقوق على العلامة التجارية غير المسجلة، ويشمل هذا المبحث مطلبين،
المطلب الأول: استناد مالك المتجر الجديد على الاعتراف القانوني بالملكية المبنية
على استعمال العلامة دون تسجيل. أما المطلب الثاني فيتناول (تمسك المالك
الأصيل بشكلية التصرف لانتقال الحقوق على العلامة التجارية.

المبحث الأول

المتطلبات الموضوعية للتصرفات الواردة

على العلامة التجارية

لا شك أن الوجود القانوني لأي عنصر من عناصر الملكية الصناعية
والتجارية يتأسس على الاعتراف القانوني بهذا العنصر المعنوي. وتتويجاً لهذه
القاعدة شكل اتجاه قانون العلامات التجارية الأردني واحداً من بين المنابر القانونية
التي رسخت هذا الفهم على أرض الواقع، حين اشترط في المادة الثالثة منه ضرورة
العمل على تسجيل العلامة التجارية في السجل المعني، وفق الشروط الموضوعية
والإجراءات الشكلية المتطلبه لذلك.

[د. عمر فلاح العطين]

فقد ورد في المادة السادسة من قانون العلامات التجارية الأردني القول: " 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 يتاجر أو التي ينوي الاتجار بها، يمكنه أن يطلب تسجيل تلك العلامة وفقاً لأحكام هذا القانون"^(٦).

يظهر من منطوق هذا النص -بالتالي- أن التسجيل المنصب على العلامة التجارية يشكل أداة تحقق إمكانية تمييز المنتجات، أو البضائع للخدمات التي يستقل بها التاجر في قطاع ما وتسهم في حماية تجارة هذا الأخير في هذا القطاع. وبالتالي فإن الادعاء بملكية العلامة التجارية من حيث المبدأ يلزم أن تستوفي مختلف القواعد الموضوعية، والشكلية اللازمة للاعتراف القانوني بها. حيث يعتبر حق المالك الاستثنائي على علامته التجارية حقاً دائماً إذا ما قام بتجديد تسجيل العلامة كل عشر سنوات، وفقاً للإجراءات المنصوص عليها بقانون حماية حقوق الملكية الفكرية.^(٧)

ولتوضيح هذه الصورة وبيان طبيعة التصرفات ونطاقها التي ترد على العلامة التجارية، انطلاقاً من واقع العلاقة بينها وبين المالك (التاجر)، فإننا نسوق، ومن خلال مطلبين الآلية التي تكفل بناء المتطلبات القانونية لوجود العلامة التجارية، حيث نستعرض في المطلب الأول تسجيل العلامة التجارية كمتطلب موضوعي لها، والذي نناقش فيه أهمية هذا التسجيل وضرورته من منظور قانون العلامات التجارية، والمنظور الفقهي. بينما نستعرض في المطلب الثاني متطلبات التصرف

(٦) المادة (٦) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (٣) لسنة ١٩٥٢.
(٧) القليوبي، سميحة الملكية الصناعية، الطبعة الخامسة، دار النهضة العربية، القاهرة ٢٠٠٥، ص ٥٣٩ بند ٣٨٥.

بالعلامة التجارية، والتي من جملتها قيد التصرف في سجل العلامات التجارية تحقيقاً للحماية المنشودة لهذا التصرف واستكمالاً للوجود القانوني له، حيث سنناقش ضمنه الأثر المترتب على انعدام هذا القيد تماشياً مع المشكلة التي ترتبت عليها الدراسة، والتي تتمثل بحقيقة التصرف بعلامة تجارية غير مسجلة ضمن التصرفات الواردة على العناصر المعنوية للمتجر.

المطلب الأول

تسجيل العلامة التجارية

أشرنا إلى أن الاستقلال في حماية العلامة التجارية، يتطلب مبدئياً العمل على تسجيلها في السجل المعني، وإذا كنا سنعرج على الشروط الموضوعية والإجرائية لتسجيل العلامة التجارية تماشياً مع الكشف عن مضمون تسجيل هذه العلامة^(٨)، وكيف يتم تسجيل العلامة التجارية من المسجل بناء على طلب مالكاها وفق أحكام قانون العلامات التجارية الأردني^(٩) فإن الغاية المنشودة من وراء هذا الإجراء ليس الوقوف على التسجيل بحد ذاته، وإنما الكشف عما وراء هذا التسجيل كمتطلب إلزامي يقود إلى حقوق مترتبة على هذا التسجيل، والتي من ضمنها مناقشة ما إذا كان كاشفاً أو منشئاً عن الحقوق في الملكية والحماية القانونية على السواء.

(٨) العكيلي، عزيز، الوسيط في شرح القانون التجاري، ج١، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان ٢٠٠٨، ص ٢١٦.

(٩) المادة ٣ من قانون العلامات التجارية الأردني رقم ٣٣ لسنة ١٩٥٢: "١- ينظم في الوزارة تحت إشراف المسجل سجل يسمى (سجل العلامات التجارية) تدون فيه جميع العلامات التجارية وأسماء مالكيها وعناوينهم ومطراً على هذه العلامات من الأمور التالية:-
أ- أي تحويل أو تنازل أو نقل ملكية أو ترخيص من مالكاها للغير باستعمالها ويستثنى التسجيل ما في عقد الترخيص من سرية. ب- الرهن أو الحجز الذي يوقع على العلامة التجارية أو أي قيد على استعمالها. ٢- يحق للجمهور الاطلاع على سجل العلامات التجارية وفقاً للتعليمات التي يصدرها الوزير لهذه الغاية ويتم نشرها في الجريدة الرسمية. ٣- يجوز استعمال الحاسوب الآلي لتسجيل العلامات التجارية وبياناتها وتكون البيانات والوثائق المستخرجة من المسجل حجة على الكافة".

وتتويجاً لهذا الأمر يبدو أن قانون العلامات التجارية قد اتجه، ومنذ البداية، إلى تحديد الشروط اللازمة لتسجيل العلامة التجارية تماشياً مع الغرض الذي أعدت لأجله هذه العلامة، حيث تشير المادة السابعة من قانون العلامات التجارية الأردني، والتي وردت تحت مسمى العلامات القابلة للتسجيل، إلى أنه يلزم لتسجيل العلامة التجارية أن تكون ذات صفة فارقة من حيث الأسماء، أو الحروف، أو الأرقام، أو الأشكال، أو الألوان، أو غير ذلك، أو أية مجموعة منها وقابلة للإدراك عن طريق النظر^(١٠).

وبالتالي فإن أية علامة تشكل المصدر الأصيل في تمييز التاجر من حيث البضاعة أو الخدمة أو المنتج، وتحقق حماية للمتجر، يلزم أن تستوفي هذه الشروط الموضوعية، والتي تشمل أن تكون فارقة أي غير مقلدة لعلامة مسجلة في سجل العلامات التجارية، وأن تتجسد الصفة الفارقة - عملياً - في عناصر هذه العلامة التجارية ومكوناتها، سواء من حيث الأرقام، أو الحروف، أو الكلمات، أو الرسومات لكل هذه العناصر أو بعضها. وهكذا تتضح أهمية العلامات الفارقة بالنسبة إلى

(١٠) ورد في المادة السابعة من قانون العلامات التجارية الأردني القول: "العلامات التجارية القابلة للتسجيل: ١- يشترط لتسجيل العلامة التجارية أن تكون ذات صفة فارقة من حيث الأسماء أو الحروف أو الأرقام أو الأشكال أو الألوان أو غير ذلك أو أي مجموعة منها وقابلة للإدراك عن طريق النظر. ٢- توخياً للغرض المقصود من هذه المادة تعني لفظة (فارقة) أن العلامة التجارية موضوعة على شكل يكفل تمييز بضائع صاحبها عن بضائع غيره من الناس. ٣- لدى الفصل فيما إذا كانت العلامة التجارية ذات صفة فارقة وفقاً لما تقدم يجوز للمسجل أو للمحكمة إذا كانت العلامة التجارية مستعملة بالفعل أن يأخذ بعين الاعتبار طول المدى الذي جعل مثل ذلك الاستعمال لتلك العلامة التجارية مميزاً فعلاً للبضائع المسجلة أو التي ينوي تسجيلها. ٤- يجوز أن تقتصر العلامة التجارية كلياً أو جزئياً على لون واحد أو أكثر من الألوان الخاصة وفي مثل هذه الحال 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". ٥- يجوز تسجيل العلامة التجارية لصنف أو أكثر من أصناف البضائع أو الخدمات. ٦- إذا نشأ خلاف حول الصنف الذي تنتمي إليه أية بضاعة فيفصل المسجل ذلك الخلاف ويكون قراره نهائياً.

المحل التجاري لجهة اعتبارها وصفاً صحيحاً يميز البضائع والمنتجات عن تلك التي توصف بوصف آخر^(١١)

والجدير بالذكر أن كل علامة فارقة هي جديدة بطبيعة الحال، ويفترض أن تكون كذلك، ولكن ليست كل علامة جديدة هي فارقة بالضرورة، حيث يكون المسجل أحق في تقدير مدى توافر الصفة الفارقة، ويكون للجماهير حق الاعتراض على أي إيداع، وللقضاء كامل الحق في تقرير مدى توافر شرط الصفة الفارقة من عدمه. ويجب أن يرفق بطلب التسجيل المستندات إعمالاً لنص المادة ٧٢ من اللائحة التنفيذية لقانون العلامة التجارية المصري، على أن يتم ذلك خلال ستة أشهر طبقاً لحكم القانون^(١٢).

ولعل شرط المشروعية هو الآخر يعد من الشروط الموضوعية التي تتصل بالنظام العام، والتي تعطي للمسجل حق الاعتراض، ورفض أية علامة تتصل بمنتج تجدها مخالفة بطبيعتها للنظام ولآداب العامة في الدولة. أما إذا ما توافرت الشروط القانونية اللازمة لصحة العلامة التجارية، واتباع صاحبها الإجراءات المنصوص عليها في قانون حماية حقوق الملكية ولائحته التنفيذية وجب على جهة التسجيل قبول طلب تسجيل العلامة التجارية^(١٣).

أن الإمعان في جوهر متطلبات التسجيل لا تتوقف عند التزام صاحب الحق في العلامة التجارية، أو المسجل، بتوافر الشروط الموضوعية للعلامة، بل لا بد

(١١) الكيلاني، محمود، الموسوعة التجارية والمصرفية، م٢، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان ٢٠٠٧ ص ٨٢ وما بعدها.

(١٢) مادة ٧٣ من قانون العلامات التجارية المصري يقدم طلب تسجيل العلامة إلى مصلحة التسجيل التجارية وفقاً للأوضاع والشروط التي تقرها اللائحة التنفيذية لهذا القانون وتحدد هذه اللائحة فئات الرسوم المستحقة على طلب وسائر الإجراءات المتعلقة بالعلامة بما لا يجاوز في مجموعة خمسة آلاف جنيه. والمادة ٧٢ من اللائحة التنفيذية لقانون العلامات التجارية المصري قرار رئيس مجلس الوزراء رقم ٤٩٧ لسنة ٢٠٠٥.

(١٣) القليوبي، سميحة مرجع سابق ص ٥٠٨ بند (٣٥٦).

[د. عمر فلاح العطين]

من متطلبات إجرائية يلزم سلوكها كي تحظى العلامة التجارية بالوجود القانوني وفق ما تقتضيه قواعد قانون العلامات التجارية المصري. وفي هذا السياق اشترط القانون سلوك مجموعة من الإجراءات التي تبدأ بتقديم طلب يتضمن صورة عن العلامة التجارية المنوي تسجيلها، وأن يتضمن هذا الطلب اسم التاجر، والنشاطات التي يزاولها، والصنف، أو البضاعة، أو الخدمة المنوي استقلال العلامة التجارية بتمييزها، وفق تسلسل الأصناف المعتمد لدى وزارة الصناعة والتجارة والمفهرس عالمياً. كما أُلقي على عاتق المسجل عبء فحص العلامة التجارية من حيث المبدأ، وطلب التعديل على العلامة التجارية إذا لزم الأمر وفق ما تقتضيه متطلبات تمييزها عن غيرها من العلامات المسجلة في السجل المعني، ثم فتح باب الاعتراض للجمهور، والذي يصل إلى ثلاثة أشهر قابلة للتמיד بحسب الحاجة، ثم البت بأية اعتراضات ترد على العلامة التجارية من لدن الجمهور وفق الإجراءات التي ينص عليها القانون والنظام، علماً أن قرارات المسجل بهذا الخصوص تقبل الطعن أمام محكمة العدل العليا، باعتبارها صادرة عن سلطة إدارية متخصصة، ويكون عليه تصحيح قراره بحسب قرارات المحكمة، وأخيراً صدور شهادة التسجيل التي تشكل بحد ذاتها الأداة التي تكفل الأبوة الذهنية والمادية لهذا المنقول المعنوي، والتي تربط التاجر بالمنتج، أو البضاعة، أو الخدمة التي سجلت عليها^(١٤).

(١٤) ورد في المادة ١١ من قانون العلامات التجارية الأردني والتي جاءت تحت مسمى طلب تسجيل العلامة التجارية القول: "١- 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. ٢- يجوز للمسجل مع مراعاة أحكام هذا القانون أن يرفض أي طلب كهذا وان 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. ٣- إذا رفض المسجل تسجيل علامة تجارية فيجوز أن يستأنف قراره إلى محكمة العدل العليا. ٤- يجوز للمسجل أو لمحكمة العدل العليا في أي وقت تصحيح أي خطأ وقع في الطلب أو فيما له تعلق به سواء أكان قبل قبول الطلب أم بعده أو تكليف الطالب تعديل طلبه على أساس شروط يعينها المسجل أو محكمة العدل العليا.

بالرجوع إلى مقتضيات النصوص سالفه الذكر، نجد أن القانون اعتد مبدئياً بالعلامة المستعملة من خلال منطوق المادة ١/١١ من قانون العلامات التجارية الأردني والتي أوردت القول: "١- كل من يدعي أنه صاحب علامة تجارية استعملت أو في النية استعمالها، ويرغب في تسجيل تلك العلامة، عليه أن يقدم طلباً خطياً إلى المسجل وفقاً للأصول المقررة...." حيث نلمس من هذا النص أن قانون العلامات التجارية يعطي للمستعمل الحق في هذه العلامة بحجة القول أن كل من يدعي بأنه صاحب حق في العلامة استعملت...بمعنى أن الاستعمال يؤسس للحق في العلامة التجارية وفقاً لهذا النص يعتبر من قام بتسجيل العلامة التجارية مالكا لها متى اقترن ذلك التسجيل بالاستعمال خلال السنوات الخمس التالية على التسجيل ما لم يثبت أن أولوية الاستعمال كانت لفترة، ويتضح من ذلك أنه وفقاً للتشريع المصري تكتسب ملكية العلامة بواقعة استعمالها، وليس بواقعة التسجيل، فالعبرة في تقدير ملكية العلامة هي سبق الاستعمال، وليس سبق التسجيل^(١٥) حيث أكد قانون التجارة الكويتي ذلك في نص المادة ٦٥: (١) - يعتبر من قام بتسجيل علامة تجارية مالكلها دون سواه. ٢- ولا تجوز المنازعة في ملكية العلامة إذا استعملها من قام بتسجيلها بصفة مستمرة خمس سنوات على الأقل من تاريخ التسجيل، دون أن ترفع عليه دعوى بشأن صحتها).

يلحظ من قانون العلامات التجارية الأردني أن التسجيل للعلامة التجارية هو إجراء يترتب عليه حقوق منها ما هو كاشف ومنها ما هو منشيء، وإذا كان قانون العلامات التجارية يورد من النصوص اللاحقة ما نسخ منطوق المادة ١/١١ من قانون العلامات التجارية الأردني خصوصاً ما يتصل بموضوع الحماية القانونية

(١٥) المادة ٦٥ من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري وكذلك حكم محكمة النقض المصريه جلسة ١٩٦٤/٤/٩ المجموعة -السنة الخامسة عشرة- العدد الثاني وكذلك طعن رقم ٦٢ لسنة ٢٦/٤/١٩٩٣ والطعن رقم ٣٠١٢ لسنة ٥٧ ق جلسة ١٩٨٩/٣/٦.

[د.عمر فلاح العطين]

وفق أحكام المادة ٣٣ من قانون العلامات التجارية الأردني، والتي تعلق هذه الحماية على التسجيل، بيد أننا ندرك أن القانون يعتد بالاستعمال ليقيم الحق في الملكية. واعتبار التسجيل شرطاً للمطالبة بالتعويض في حال التعدي عليها، وعليه لا يستفيد مالك العلامة من تلك الحماية إلا إذا كانت تلك العلامة مسجلة^(١٦) يضحى بالمحصلة أن اعتداد قانون العلامات التجارية بحق الملكية المبني على الاستعمال يقود إلى مناقشة التصرفات التي ترد على العناصر المعنوية بالمتجر بما فيها العلامة غير المسجلة، حيث نتساءل هنا عن طبيعة هذا التصرف الذي يقيمه مالك المتجر لعلامة غير مسجلة، والذي يتمسك فيه ببطلان التصرف استناداً إلى عدم استيفاء الشكل القانوني، في الوقت الذي تجد فيه أن القانون الذي يؤسس منذ البداية يعتد بالملكية المبنية على الاستعمال.

وإذا كان هذا الموضوع يشكل جوهر هذه الدراسة، فإن ذلك لا يعفي من مناقشة المتطلب الثاني للتصرفات الواردة على العلامة التجارية، والتي بطبيعتها يفترض أنها تعد علامة مسجلة قانوناً.

لذا سنناقش في المطلب الثاني من هذه الدراسة قيد التصرفات الواردة على العلامة التجارية في سجل العلامة التجارية، كمحدد يتحقق في ضوءه صحة هذا التصرف ونفاذه، وحماية أطرافه، ليفتح بالتالي المجال للتساؤل عن إمكانية المطالبة من قبل مالك المتجر الجديد بالحقوق على العلامة التجارية، استناداً إلى المبررات التي ينشدها، والتي يستند إليها في صميم القانون

(١٦) خشروم، عبد الله، الحق في التعويض الناشئ عن التعدي كوجه من وجوه الحماية المدنية للعلامة التجارية، بحث منشور على موقع www.aralawinfo.com ص ٦ ٢٠٠٢).

المطلب الثاني: قيد التصرفات الواردة على العلامة التجارية في السجل المعني

أجاز القانون نقل ملكية المحل التجاري، أو أي جزء للغير، وليس من شك في أن التصرفات الواردة على العلامة التجارية تمثل جوهر حق الملكية الذي يعطي للمالك كامل الحق في التصرف بالعلامة التجارية بكل أوجه التصرفات الجائزة شرعاً.^(١٧)

ولما كان محور الإشكال المنصب على هذه الدراسة يتمحور حول حق التصرف بالعلامة التجارية إلى جانب الحقوق المعنوية على المتجر، في الوقت الذي لا تكون فيه العلامة التجارية غير مسجلة في سجل العلامات، فإن التوقف عند حلول منطقية لهذه المشكلة يقتضي استجلاء موقف قانون العلامات التجارية من التصرفات التي تتعقد على هذه الأخيرة، سواء كانت هذه التصرفات واردة بصفة فردية أو إلى جانب انتقال الحقوق المعنوية والمادية على المتجر إلى الغير. ورغم أن النص المشار إليه يذكر صراحة أن بيع المحل التجاري يشمل في الوقت ذاته العلامات المسجلة باسم ناقل الملكية ذات الارتباط الوثيق بالمتجر أو المشروع، إلا أن الرأي مستقر على أن بيع المتجر يشمل أيضاً جميع العلامات المسجلة وغير المسجلة، طالما كان لها ارتباط وثيق بالمحل أو المشروع، ما لم يتفق صراحة على خلاف ذلك، أي أنه إذا بيع المحل التجاري، أو رهن شمل البيع أو الرهن العلامة باعتبارها من مقومات المتجر، ولو لم ينص صراحة في العقد، لأن المتجر أصل والعلامة فرع، ويتبع الفرع الأصل ولا يتخلف عنه، إلا بالنص الصريح، كما نجد أن قانون العلامات التجارية الأردني قد نص على ذلك من خلال المادة ١٩ الققرة ٢

(١٧) العكيلي، عزيز، مرجع سابق، ص ١٦٣.

[د. عمر فلاح العطين]

بالقول أن ملكية العلامة التجارية تنتقل بانتقال ملكية المحل التجاري إذا كانت ذات ارتباط وثيق به ما لم يتفق على غير ذلك^(١٨).

ويلاحظ أن المادة ١٦ من قانون حقوق الملكية الفكرية المصري لم تتكلم إلا عن العلامات المسجلة باسم ناقل الملكية، إلا إذا كانت مسجلة، والصحيح أن التصرف في المتجر يتضمن التصرف في العلامة التجارية المتصلة به متى كانت لازمة وضرورية للانتفاع المتصرف إليه بالمتجر على وجه مقيد^(١٩).

وفي هذا السياق نستعرض نص المادة (٣) من قانون العلامات التجارية الذي يورد القول "١- ينظم في الوزارة تحت إشراف المسجل سجل يسمى (سجل العلامات التجارية) تدون فيه جميع العلامات التجارية، وأسماء مالكيها، وعناوينهم، وما طرأ على هذه العلامات من الأمور التالية:

أ- أي تحويل أو تنازل أو نقل ملكية أو ترخيص من مالكيها للغير باستعمالها، ويستثنى التسجيل ما في عقد الترخيص من سرية.

ب- الرهن أو الحجز الذي يوقع على العلامة التجارية، أو أي قيد على استعمالها.

٢- يحق للجمهور الاطلاع على سجل العلامات التجارية وفقاً للتعليمات التي يصدرها الوزير لهذه الغاية، ويتم نشرها في الجريدة الرسمية.

(١٨) المادة ٢/١٩ من قانون العلامات التجارية الأردني ويقابل ذلك المادة ١/٨٨ من قانون الملكية الفكرية المصري.

(١٩) شفيق ، محسن، القانون التجاري الجزء الأول ص ١٠٦ فقرة ٣٧٤ وكذلك محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، دار النهضة العربية، ١٩٧١م... ص ٢٣٣ و٢٣٤ وما بعدها والمادة ٢/٣٨- إذا اشتمل المتجر على عناصر خاضعة لنظام خاص للشهر أو التسجيل فلا يقوم شهر التصرف في المتجر في صحيفة السجل التجاري مقام الشهر أو التسجيل الخاص إلا إذا نص القانون على غير ذلك.

٣- يجوز استعمال الحاسوب الآلي لتسجيل العلامات التجارية وبياناتها، وتكون البيانات والوثائق المستخرجة من المسجل حجة على الكافة^(٢٠). ومن أهم التعديلات التي جاء بها القانون المعدل: حماية علامات الخدمة (Service Marks)^(٢١) والعلامات الجماعية (Collective Marks)^(٢٢) والعلامات المشهورة (Well-Known Marks)^(٢٣)، بالإضافة إلى علامات السلع والبضائع. كما أجاز القانون المعدل التصرف بالعلامة التجارية بمعزل عن المحل التجاري^(٢٤)، وأجاز شطب العلامة التجارية بمرور ثلاث سنوات على عدم الاستعمال^(٢٥)، كما نص صراحة على جواز الترخيص باستعمال علامة تجارية من شخص آخر غير مالكيها^(٢٦) التجاري.

- (٢٠) يقابل هذا النص المادتان ٩٦ و ٩٦ من قانون الملكية الفكرية المصري رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ واللتان ورد بهما القول: "لمالك العلامة أن يرخّص لشخص أو أكثر طبيعي أو اعتباري باستعمال العلامة على كل أو بعض المنتجات المسجلة عنها العلامة ولا يحول الترخيص للغير دون استعمال مالك لها ما لم يتفق على غير ذلك. ولا يجوز لمالك العلامة إنهاء عقد الترخيص أو عدم تجديده إلا لسبب مشروع". وورد في المادة ٩٦ النص "يشترط لقيّد عقد الترخيص في سجل العلامات التجارية أن يكون موثقاً أو مصدقاً على صحة التوقيعات عليه ولا يكون الترخيص نافذاً في حق الغير إلا بعد إجراء هذا القيد والنشر عنه بالكيفية التي تحددها اللائحة التنفيذية لهذا القانون".
- (٢١) منشور في الجريدة الرسمية، العدد (١١٣١) بتاريخ ١٧/١٠/١٩٥٣، ص ٤٨٦.
- (٢٢) المادة (٢) من قانون العلامات التجارية الأردني التي أضافت في تعريفها للعلامة التجارية علامة الخدمة وذلك بقولها: أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره".
- (٢٣) المادة (٢) من قانون العلامات التجارية الأردني والتي عرفت العلامة التجارية الجماعية على أنها: "العلامة التي يستعملها شخص اعتباري لتصديق مصدر بضائع ليست من صنعه أو المواد المصنوعة منها أو جودتها أو طريقة إنتاجها أو الدقة المتبعة في صنعها أو غير ذلك من ميزات وخصائص لتلك البضائع".
- (٢٤) المادة (٢) من قانون العلامات التجارية التي عرفت العلامة التجارية المشهورة بقولها: "العلامة التجارية ذات الشهرة العالمية التي تجاوزت شهرتها البلد الأصلي الذي سجلت فيه واكتسبت شهرة في القطاع المعني من الجمهور في المملكة الأردنية الهاشمية".
- (٢٥) بموجب المادة (١/١٩) من قانون العلامات التجارية الأردني فقد أصبح بالإمكان نقل ملكية العلامة التجارية أو التنازل عنها أو رهنها دون نقل المحل التجاري، كما أصبح بالإمكان الحجز على العلامة التجارية مستقلة دون المحل.
- (٢٦) المادة (٢٢) من قانون العلامات التجارية الأردني

[د. عمر فلاح العطين]

وقد تبنى المشرع الأردني بذلك نظرية الضمان، والتي تقوم العلامة بموجبها بدور تحديد صفات المنتجات، وتبيان خصائصها، فالعلامة أداة تضمن توافر صفات وخصائص معينة في المنتجات أو الخدمات المقدمة. وعليه يمكن التصرف بالعلامة التجارية بمعزل عن المشروع بموجب عقد الترخيص الاتفاقي الذي يعطي المرخص له إنتاج السلع التي تحمل نفس العلامة التي تميز منتجاته أو خدماته^(٢٧).

يظهر من خلال النص سالف الذكر، وما يقابله في القانون المصري، أن العلامة التجارية كمنقول معنوي تعطي لصاحبها الحق في إبرام التصرفات الإيجابية كافة بما فيها التنازل عن طريق البيع، أو الترخيص بالاستغلال، وكذلك السلبية وفق ما يسميها البعض^(٢٨)، والتي تشمل الرهن والحجز، حيث تخول للمالك مقابلاً مادياً يكفل النهوض بالمنشأة التجارية، لا سيما في الأحوال التي تتعر فيها المسيرة الاقتصادية لتلك المنشأة. حيث عرفت المادة ٣٤ من قانون التجارة المصري رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩ المحل التجاري والصناعي^(٢٩).

ولعله من اللافت، الإشارة إلى ما تضمنه القانون المصري حيال التنازل عن عقد الترخيص بالعلامة التجارية من المرخص إليه إلى الغير، حيث قرن القانون هذا التنازل بضرورة ارتباطه بالمتجر، وأن لا يرد مستقلاً، فقد تضمن قانون الملكية الفكرية المصري القول: "لا يجوز للمرخص له التنازل عن عقد الترخيص للغير إلا

(٢٧) النحاس، رامي، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، مجلة حماية الملكية الفكرية، العدد الثالث والخمسون، الربع الثالث ١٩٩٧، ص ٢٨.

(٢٨) الدلالة، سامر: حق الاستئثار بملكية العلامة التجارية، دراسة مقارنة، بحث منشور في مجلة المنارة، جامعة آل البيت، العدد ١٣ لسنة ٢٠٠٧.

(٢٩) م ٣٤ - إذا اشتمل المتجر على عناصر خاضعة لنظام خاص للشهر أو التسجيل فلا يقوم شهر التصرف في المتجر في صحيفة السجل التجاري مقام الشهر أو التسجيل الخاص إلا إذا نص القانون على غير ذلك .

مع التنازل عن المحل التجاري، أو مشروع الاستغلال الذي تستخدم العلامة في تمييز منتجاته، وذلك ما لم يتفق على خلافه،

ولا يكون رهنه أو تقرير حق الانتفاع عليه حجة قبل الغير، إلا بعد قيده في السجل، والنشر عنه بالكيفية التي تحددها اللائحة التنفيذية لهذا القانون^(٣٠).

وبالتالي يكون القانون المصري قد حسم الموقف كلياً حين اشترط صراحة عدم جواز الاعتداد بالتصرف على العلامة التجارية إلا بعد قيده في السجل التجاري، والنشر عنه وفق إجراءات النشر التي تحددها اللائحة التنفيذية لقانون الملكية الفكرية لسنة ٢٠٠٢م. في حين قرر المشرع المصري قاعدة أن يشمل بيع المحل التجاري جميع العلامات المسجلة باسم مالك المتجر طالما كانت ذات صلة وثيقة^(٣١) بالمحل أو المشروع، والاستغلال، حيث تنص المادة ١/٨٨ من قانون حقوق الملكية الفكرية المصري على أنه: " يشمل نقل ملكية المحل التجاري أو مشروع الاستغلال العلامات المسجلة باسم المالك إذا كانت ذات صلة وارتباط وثيق بالمحل التجاري، أو مشروع الاستغلال ما لم يتفق على غير ذلك.^(٣٢)

في حين أن القانون الفرنسي أجاز التنازل عن العلامة وحدها بعيداً عن المتجر، أما إذا تم التنازل عن الأخير كلياً فتنقل العلامة دون حاجة إلى نص

(٣٠) المادة ٩٧ من قانون الملكية الفكرية المصري رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢م. مادة ٩٧. لا يجوز للمرخص له التنازل عن عقد الترخيص للغير إلا مع التنازل عن المحل التجاري أو مشروع الاستغلال الذي تستخدم العلامة في تمييز منتجاته وذلك ما لم يتفق على خلافه. ولا يكون رهنه أو تقرير حق الانتفاع عليه حجة قبل الغير إلا بعد قيده في السجل والنشر عنه بالكيفية التي تحددها اللائحة التنفيذية لهذا القانون.

(٣١) الفليبوي ، سميحة، مرجع سابق ص ٥٤٥ بند ٣٨٩.

(٣٢) مادة ٨٨ من قانون الملكية الفكرية المصري يشمل نقل ملكية المحل التجاري أو مشروع الاستغلال العلامات المسجلة باسم المالك إذا كانت ذات ارتباط وثيق بالمحل التجاري أو بمشروع الاستغلال ما لم يتفق على غير ذلك. وإذا لم يشمل نقل ملكية المحل التجاري أو مشروع الاستغلال العلامة التجارية كان لمالك العلامة استخدامها على ذات نوعية المنتجات أو الفئة أو الفئات المسجلة عنها ما لم يتفق على غير ذلك.

[د. عمر فلاح العطين]

صريح بشأنها شريطة تأشير ذلك في دائرة التسجيل ليكون التنازل نافذاً بحق الغير، ولكن إذا تم التنازل عن المتجر مع تعداد العناصر المتنازل عنها، ولم يذكر فيها العلامة التجارية فإن هذه العلامة لا تنتقل مع المتجر^(٣٣). وإذا تم التنازل عن المتجر بعناصره المعنوية فقط تنتقل العلامة مع المتجر^(٣٤).

أن الحقيقة التي لا بد من ذكرها، أن المشرع الأردني حينما دعا إلى إصدار قانون العلامات التجارية لم يكن بمنأى عن هذه المؤثرات جميعاً، ذلك أن مصدر هذه المؤثرات هو - بطبيعة الحال - اتفاقية ترس التي شكلت المرجعية لتشريعات الملكية الصناعية والتجارية كافة، وما تضمنته أيضاً اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية وحقوقها من نصوص إلزامية، لا سيما المواد من ١ إلى ٢١ منها بموجب الإحالة عليها من اتفاقية ترس. حيث ساير المشرع المصري في قانون حماية حقوق الملكية الفكرية في شأن جواز نقل ملكية العلامة التجارية مستقلة عن المحل التجاري الذي تميز منتجاته، وهذا ما نصت عليه اتفاقية ترس في حق صاحب العلامة في التنازل عنها للغير مع أو دون نقل المنشأة التي تعود العلامة التجارية إليها لصاحب العلامة الجديد^(٣٥).

(33) P. Sirinell, et autres, code de la propriété intellectuelle, ed. Dalloz, 2000, p. 347, مشار إليه في مؤلف أ.د. نوري خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية، ط٢، دار وائل للنشر، ٢٠١٠، ص ٣٢٨.

(34) Cass. 26 avril, 1967, Ann. 1968, 132,

(٣٥) مشار إليه في مؤلف أ.د. نوري خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية، مرجع سابق، ص ٣٢٨. المادة ٢١ من اتفاقية ترس الترخيص والتنازل Licensing and Assignment أجازت المادة ٢١ من اتفاقية الترس الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية أن تضع شروطاً للترخيص باستخدام العلامة التجارية أو التنازل عنها، غير أنها حظرت الترخيص الإلزامي باستخدام العلامة التجارية. وقد أجازت المادة ٢١ لصاحب العلامة أن يتنازل عن العلامة التجارية بصفة مستقلة دون أن يرتبط التنازل عنها بالتنازل عن المنشأة التي تستخدم العلامة في تمييز منتجاتها. وبينما يتفق هذا الحكم مع الوضع الذي كان معمولاً به في التشريع الفرنسي قبل الترس وبعض التشريعات الأخرى، إلا أنه يخالف تشريعات كثير من الدول الأخرى التي كانت لا تجيز التنازل عن العلامة إلا بالارتباط بالمتجر أو المشروع الذي تستخدم العلامة في تمييز منتجاته أو خدماته.

وبالتالي يكون من الواجب التناسق بين مختلف تشريعات العلامات التجارية المقارنة بما فيها القانون الأردني.

بيد أن ذلك لم يمنع من ورود بعض النصوص التي تثير اللبس حولها، كما هي حال المادة ١/١١ من قانون العلامات الأردني، الذي سبق أن ذكرنا أنه يعرف بالحق في الملكية للعلامة المستعملة صراحة بموجب قانون العلامات التجارية الأردني، الأمر الذي يثير المشكلات العملية حول التصرفات التي ترد على هذه العلامة، وكيف لنا أن نعتد بها، ويكون لها حجة على الغير، والمواءمة أيضاً بينها وبين النصوص التي تعود لتتشرط توثيق التصرفات كافة الواردة على العلامة في السجل المعني؟

ويتوضيح بسيط، هل من المنطقي عدم الاعتداد بأي تصرف يجريه المالك الأصيل على المنقول المعنوي المعتد قانوناً بملكيته، وعدم قبول تسجيل التصرف في سجل العلامات التجارية، وذلك بسبب أن العلامة غير مسجلة، مع العلم أن القانون نفسه يقر بأن العلامة مملوكة سنداً إلى الاستعمال.

إذا كنا نسلم بأن حق الملكية يعطي لصاحبه الصلاحيات كافة على المال المملوك، فكيف لنا أن نعترف له بالملكية؟ وفي الوقت نفسه نسلب منه حقه في تسجيل التصرف نظراً لأن العلامة غير مسجلة؟

إذا كان التسجيل كاشفاً حين الاستعمال عن الحق في الملكية، فالمفروض أن المالك يتمتع بكل الصلاحيات القانونية على العلامة، وبالتالي نستغرب هذا التناقض في منطوق النصوص التي قد تفتح الباب أمام هذا النقاش القانوني، والجدل الذي حققه حين الإمعان والتدقيق به يقود إلى الإشكالات التي ترد على التصرفات لا سيما تلك التي تقترن بالمتجر.

[د. عمر فلاح العطين]

ليس من شك أن انتقال ملكية المتجر لا يعني انتقال ملكية العلامة التجارية كعنصر معنوي في المتجر، ذلك أن انتقال هذه الأخيرة وفق قانون العلامات التجارية يتطلب التسجيل في السجل المعني، ولكن كيف سيتحقق هذه الانتقال بالنسبة إلى علامة غير مسجلة، وفي الوقت نفسه مملوكة بصريح القانون؟

من هنا كان لا بد من إعادة النظر في الأسانيد التي تعضد موقف المالك الجديد إلى المتجر والتي يستند إليها في تمسكه بحقه في العلامة التجارية بناء على التنازل الصريح عنها من البائع الأصلي ومضاهاة هذا الموقف مع القانون المصري للخروج بحلول منطقية تجاه هذه المعضلة، لا سيما أننا سلمنا منذ البداية أن من المتطلبات القانونية التي استقر عليها القانون للاعتداد بالحقوق على العلامة التجارية تلك المتمثلة بالتسجيل والأخرى المتمثلة بقيد التصرف في سجل العلامات التجارية.

سنعرض فيما يلي الوضعية القانونية لمطالبة مالك المتجر بالحقوق على العلامة غير المسجلة وبيان الأسانيد التي ينهض عليها موقفه إزاء هذه المطالبة.

المبحث الثاني:

**الأسانيد القانونية لمطالبة مالك المتجر الجديد
بالحقوق على العلامة التجارية غير المسجلة**

خلصنا في المبحث الأول من هذه الدراسة إلى أن التصرف بالعلامة التجارية يتطلب أولاً أن تكون العلامة التجارية مسجلة في سجل العلامات، فالمشرع الأردني رتب آثاراً مهمة للتسجيل، فاعتبر العلامة التجارية مملوكة لمن سجلت باسمه العلامة التجارية، يضاف إلى ذلك فإن العقوبات التي تناولها قانون العلامات التجارية الأردني^(٣٦) لا يمكن تطبيقها إلا في الحالات التي يقع فيها اعتداء على

(٣٦) المواد ٣٢، ٣٣، ٣٤- من قانون العلامات التجارية الأردني المادة ٣٢-١ كل من يقدم علامة تجارية على اعتبار أنها مسجلة مع انها غير مسجلة يعاقب بغرامة لا تتجاوز خمسين

العلامات المسجلة دون غيرها،^(٣٧) كما يتطلب التصرف بالعلامة التجارية أن يقع تقييد التصرف الوارد عليها ضمن السجل المعني أيضاً. وانتهينا بالمحصلة إلى أن ثمة جدلاً قائماً على أرض الواقع، مفاده البحث عن الآلية التي يقع فيها التعاطي مع التصرفات التي ترد على المتجر، وتتضمن نقل العناصر المادية والمعنوية، في الوقت الذي لا تكون فيه العلامة التجارية مسجلة.

وطرحنا مجموعة من التساؤلات التي قادتنا إلى الدخول في هذا المبحث المتضمن الوقوف على الوضعية القانونية لمطالبة مالك المتجر الجديد بالحقوق على العلامة التجارية غير المسجلة، والبحث بالتالي عن الحلول المنطقية تجاه العنت التشريعي إزاء الاعتراف بالتصرفات الواردة على العلامة التجارية، والتي لا تكون فيها هذه الأخيرة مسجلة في سجل العلامات.

وكان من جملة التساؤلات التي استحققت الوقوف عليها تلك المتصلة بمعرفة الوضعية القانونية لمطالبة المالك الجديد بتسجيل التصرف على العلامة -أن استدعى الأمر- بأي شكل من الأشكال التي تثبت انتقال الملكية.

ولطالما أشرنا إلى أن تسجيل التصرف في الواقع يرد على صحيفة المنقول

ديناراً عن كل جرم. ٢- إيفاء للغاية المقصودة من هذه المادة يعتبر الشخص أنه قدم علامة تجارية على أنها مسجلة إذا استعمل لفظة (مسجلة) فيما يتعلق بتلك العلامة أو أية الفاظ تدل صراحة أو ضمناً على أن تلك العلامة قد سجلت. المادة ٣٣ -١- لا يحق لأحد أن يقيم دعوى بطلب تعويضات عن أي تعد على علامة تجارية غير مسجلة في المملكة إلا أنه يحق له أن يتقدم إلى المسجل بطلب لإبطال علامة تجارية سجلت في المملكة من قبل شخص لا يملكها بعد أن كانت مسجلة في الخارج إذا كانت الأسباب التي يدعيها هي الأسباب الواردة في الفقرات ٦ و ٧ و ١٠ و ١٢ من المادة (٨) من هذا القانون. ٢- يجوز استئناف القرار الذي يصدره المسجل بمقتضى أحكام هذه المادة أمام محكمة العدل العليا خلال ستين يوماً من تاريخ تبليغه. المادة ٣٤- 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 الصنع المستعمل بصورة مشروعة من قبل أشخاص آخرين بخصوص تلك البضائع".

(٣٧) الأسمر، صلاح: العلامات التجارية في القانون الأردني والمصري ١٩٨٦ ص ٨٦-٨٧.

[د. عمر فلاح العطين]

ضمن سجل العلامات التجارية، فمعنى ذلك أنه يقود حتماً إلى النتيجة التي مؤداها أن انعدام وجود العلامة التجارية في سجل العلامات يقود إلى انعدام قيد التصرف في هذا الأخير.

ولعل هذا بحد ذاته يشكل عقبة قانونية تتطلب التحقق من الطبيعة التي تعاطى بها القانون مع العلامة غير المسجلة، والمشكلات التي اعترضت سبيل الاعتراف ببيان الحق في ملكيتها في الوقت الذي لا يعترف لمالك المتجر الجديد بالحقوق على العلامة التجارية، خصوصاً إذا استمر المالك الأصلي (السابق) بالاستمرار بالتعاطي مع العلامة على تجارته، حيث أجاب على ذلك القضاء الأردني من خلال قرار محكمة العدل العليا^(٣٨) وضمن هذه المسميات قادتنا كل هذه السيناريوهات إلى رصد الأسانيد التي تقف بجانب طرفي العلاقة التبادلية في إطار التنازل عن المتجر، والجوانب التي تعضد رأي كل منهما إزاء تمسكه بحقوقه على هذا العنصر المعنوي.

ولتوضيح ذلك ارتأينا تقسيم هذا المبحث إلى مطلبين، نستعرض في المطلب الأول الأساس الذي يستند عليه المالك الجديد للمتجر، والمتضمن اعتراف القانون بالملكية المبنية على الاستعمال المسبق كأساس للحق على العلامة التجارية من غير أن تكون العلامة مسجلة.

(٣٨) قرار محكمة العدل العليا رقم ٢٠٠٧/٤٧٠ (هيئة خماسية) تاريخ ٢٠٠٨/١/١٦. تؤخذ الأسبقية في الاستعمال بعين الاعتبار عند تقرير ملكية العلامة وأن وجود التشابه يؤدي إلى غش الجمهور فتكون باقي الشروط لتحقيق طلب الترفيق قد تحققت. فضلاً عن ذلك فإن المادة (٣٤) من قانون العلامات التجارية رقم (٣٣ لسنة ١٩٥٢) قد أعطت الحق لمالك العلامة التجارية غير المسجلة في المملكة أن يتقدم بطلب إلى مسجل العلامات التجارية لإبطال علامة تجارية سجلت في المملكة من شخص لا يملكها بعد أن كانت مسجلة في الخارج إذا كانت الأسباب التي يدعيها هي الأسباب الواردة في المادة (٨) من قانون العلامات التجارية المشار إليها آنفاً.

بينما نتعرض في المطلب الثاني إلى موقف الطرف الآخر (بائع المتجر) والمتمثل في استناده إلى القواعد القانونية المتضمنة لشكلية التصرف كأساس لانتقال الحقوق على العلامة التجارية.

المطلب الأول:

استناد مالك المتجر الجديد على الاعتراف القانوني بالملكية المبنية على استعمال العلامة دون التسجيل.

ثمة من يرى أن هذا ليس بجديد يذكر في جانب الاعتراف بالحقوق على العلامة التجارية استناداً إلى الاستعمال المسبق. ونؤيد هذا الرأي حين يقع النظر إلى هذا الموضوع من مزاولة الحماية المدنية للعلامة التجارية بدعوى المنافسة غير المشروعة، والتي تقر بحقه في الحماية للعلامة التجارية، حتى لو لم تكن مسجلة. ويقصد هنا بالحماية العامة المقرر للعلامات المسجلة وغير المسجلة.^(٣٩)

يبدو أن الرأي أكبر من هذا التصور حين يتم التوقف عند التصرفات التي ترد على العلامة التجارية بصفة غير مباشرة عن طريق التنازل عن المتجر، أو المنشأة التجارية، ولا يكون ثمة تسجيل مسبق للعلامة التجارية.

(٣٩) المادة ١/٦٦ من قانون التجارة المصري. ١- يعتبر منافسة غير مشروعة كل فعل يخالف العادات والأصول المرعية في المعاملات التجارية، ويدخل في ذلك على وجه الخصوص الاعتداء على علامات الغير أو على اسمه التجاري أو على براءات الاختراع أو على أسراره الصناعية التي يملك حق استثمارها، وتحريض العاملين في متجره على إذاعة أسراره أو ترك العمل عنده وكذلك كل فعل أو ادعاء يكون من شأنه إحداث اللبس في المتجر أو في منتجاته أو إضعاف الثقة في مالكة أو في القائمين على إدارته أو في منتجاته. ٢- كل منافسة غير مشروعة تلزم فاعلها بتعويض الضرر الناجم عنها. وللمحكمة أن تقضي - فضلاً عن التعويض - بإزالة الضرر وينشر ملخص الحكم على نفقة المحكوم عليه في إحدى الصحف اليومية. وكذلك قرمان، عبد الرحمن -المنافسة الطفيلية- دار النهضة العربية ٢٠٠٥، م ٢٥٦ من القانون المدني الأردني، المادة ٢٥٦- كل إضرار بالغير يلزم فاعله ولو غير مميز بضمان الضرر. وكذلك المادة ٤٢ من قانون التجارة الأردني تجاري: ١- إذا أراد تاجر فتح فرع في غير المركز الذي سجل فيه عنوانه التجاري و كان هناك تاجر آخر قد سجل العنوان التجاري نفسه فعلى ذلك التاجر إضافة ما يميز عنوانه عن التاجر الآخر المسجل في ذلك المركز.

[د. عمر فلاح العطين]

حيث يغدو التساؤل مطروحاً على مائدة النقاش حول حق المشتري للمتجر في التمسك بالعلامة التجارية التي كان يستعملها التاجر على بضاعته أو منتجاته مسبقاً، خصوصاً أننا نعلم أن انتقال ملكية المتجر تنتقل معها العناصر المادية من أثاث ومواد لازمة، وكذلك البضاعة التي هي الأخرى قد تحمل علامة تجارية كان يستقل التاجر الأصيل في استعمالها لتمييز منتجاته أو بضاعته. والعناصر المعنوية باستثناء العنوان التجاري الذي يتطلب النص عليه صراحة أو ضمناً، حيث إن العقد يشمل جميع العناصر التي يجوز التنازل عن الحق فيها باستثناء العنوان التجاري.^(٤٠)

إذ من المتصور هنا أن التاجر الجديد سيعمد إلى التصرف بهذه المنتجات، لا بل استعمال العلامة على المنتجات التي يتولى أما استيرادها أو تصنيعها، أو الاتجار بها، بحسب النشاط الذي يهيم هذا المتجر الذي تولى شراؤه لهذه الغاية. إذ نجد أن المتجر يضم عناصر مادية ومعنوية ضرورية في النشاط التجاري، ولا يمكن تفضيل أحدهما على الآخر، فكلهما ضرورة من ضروريات المتجر القانونية، وبالتالي فإن أي تصرف يرد على نقل ملكية المحل التجاري، أو إنشاء حق عيني عليه، يجب أن يكون وفق الإجراءات قانونية تحفظ حقوق كلا طرفي العقد من خلال التوثيق والتصديق، وإلا كان هذا التصرف باطلاً، ليس ذلك فحسب، بل يجب أن يشتمل العقد بيانات ضرورية من أسماء المتعاقدين وجنسياتهم ومحال إقاماتهم، وكذلك من حيث التصرفات وتحديد الثمن ومقداره والإجراءات.^(٤١)

(٤٠) المادة ٤٩٠ من القانون المدني الأردني - "يشمل التسليم ملحقات المبيع وما اتصل به اتصال قرار وما أعد لاستعماله بصفة دائمة وكل ما جرى العرف على أنه من توابع المبيع ولو لم تذكر في العقد".

(٤١) (المواد ٤٤/٤٤/٤٦) من قانون العلامات التجارية الاماراتي ٣٧ لسنة ١٩٩٢

نجد أن المشرع الإماراتي قد وضع المواد المناسبة، وكان له السبق في هذا المجال، ونأمل أن يحذو حذوه المشرعون العرب من أجل تنظيم ذلك. وأنه إذا تم البيع باعتبار المحل التجاري يتكون من العناصر الرئيسية فيجوز استثناء البعض الآخر الذي لا يعد جوهرياً، ومن العناصر الجوهرية للمحل التجاري: عنصر الاتصال بالعملاء، وأمر تقدير جوهرية العناصر المادية من المسائل القانونية التي يعود أمر البت فيها للمحكمة الموضوع وتراقبها في ذلك محكمة التمييز^(٤٢).

على أن المتعاقدين يتوليان تحديد العناصر بالاستعانة بنية الطرفين دون أن تغفل أن العناصر الجوهرية في المحل التجاري لا بد أن تكون محلاً للعقد، ويتوقف تمييز العناصر الجوهرية من غير الجوهرية على معرفة نوع التجارة الذي باشره البائع في محلة قبل بيعه^(٤٣).

المادة ٤٢ كل تصرف يكون موضوعه نقل ملكية المحل التجاري أو إنشاء حق عيني عليه يجب أن يكون موثقاً أو مصدقاً من الكاتب العدل ومقيداً في السجل التجاري وإلا كان باطلاً. ويجب أن يشتمل التصرف على البيانات الآتية: (١) أسماء المتعاقدين وجنسياتهم ومحال إقاماتهم. (٢) تاريخ التصرف ونوعه. (٣) نوع المحل التجاري وعنوانه والعناصر التي اتفق على أن يشملها التصرف. (٤) ثمن العناصر المادية وغير المادية كل منها على حدة إذا كان التصرف بيعاً والجزء المدفوع منه عند إبرام العقد وكيفية أداء الباقي. (٥) الاتفاقات الخاصة بشأن العقود والتعهدات المتصلة بالمحل التجاري أن وجدت. (٦) الاتفاقات المتعلقة باحتفاظ البائع بحق الفسخ أو الإنهاء أو حق الامتياز إن وجدت المادة ٤٤. (٧) لا تنتقل ملكية المحل التجاري فيما بين المتعاقدين وبالنسبة إلى الغير إلا من تاريخ قيد التصرف في السجل التجاري ونشر ملخصه في صحيفتين يوميتين تصدران في الدولة باللغة العربية يفصل بين صدورهما مدة أسبوع وبعد انتهاء المدة المحددة لقبول الاعتراض على التصرف المذكور. (٨) وإذا اشتمل المحل التجاري على عناصر خاضعة لنظام خاص للإعلان أو التسجيل فلا يقوم إعلان التصرف في المتجر مقام الإعلان الخاص أو التسجيل إلا إذا نص القانون على غير ذلك المادة ٤٦ (١) كل من تزول إليه ملكية المحل التجاري يحل بحكم القانون محل المنصرف في جميع الحقوق والتعهدات الناشئة عن العقود المتصلة بالمحل التجاري ما لم يتفق على غير ذلك أو كان العقد قائماً على اعتبارات شخصية. (٢) ومع ذلك يجوز لمن كان طرفاً ثانياً في العقود المشار إليها في الفقرة السابقة أن يطلب خلال تسعين يوماً من تاريخ إعلان التصرف إلغائها بشرط أن تكون لديه أسباب جدية تبرر ذلك، وأن يخطر المالك الجديد بمرغبته في الإلغاء في ميعاد مناسب.

(٤٢) الفليبوي، سميحة القانون التجاري نظرية الاعمال والتاجر طبعة ١٩٨١ ص ٣٥٦ القاهرة.

(٤٣) الشرفاوي، محمود سميح القانون التجاري طبعة سنة ١٩٨٤ ص ١٠.

[د.عمر فلاح العطين]

ولعله يمكن القول إن التاجر الجديد سيواجه هو نفسه بدعوى المنافسة غير المشروعة، بحجة أنه قام باستعمال العلامة التجارية من غير وجه حق، خصوصاً أننا سلمنا بأن التصرف بالعلامة التجارية يجب أن ينصب كتابة في سجل العلامات التجارية، ويكون على العلامة المسجلة. أما وأن هذه العلامة التجارية لم تعد مسجلة فهذا بحد ذاته يشكل سبباً يستدعي التوقف عنده لمعرفة هل فعلاً أن التاجر الجديد قد تعدى على الحقوق في العلامة الأصلية، أو أن تصرفه هو تصرف مشروع مبني على الانتقال التلقائي للعلامة التجارية مع الأصول المادية والمعنوية الأخرى بحسب الأحوال، أو أن الأمر يستدعي تدخلاً تشريعياً يعالج الثغرة التي تسلل منها رأي المشتري بدعوى أن القانون يعتد بالملكية للعلامة التجارية حتى لو لم تكن مسجلة، وبالتالي فإنه كان حريصاً أيضاً أن يعتد بانتقال ملكية العلامة من غير الحاجة إلى تسجيل؟

فأي هذه الآراء هو الأسلم؟ وما المتطلبات القانونية لمعالجة هذه الموقف؟

لقد أضحي من اليسير معرفة حجم المشكلة التي لا تتفصم عراها عن واقع العمل في النشاط التجاري، فإن الوقوف على الأسانيد التي يتشبث بها التاجر هو الأكثر أهمية في تمكين الباحث من معالجة هذا الإشكال.

وفي هذا السياق يسوق الباحث الحجج والأسانيد التي تعضد رأي المالك الجديد وفق مشاهد وسيناريوهات عدة.

يتجلى المشهد الأول في الصورة التي يرسمها المشرع حيال أن الحق في العلامة التجارية استناداً إلى الاستعمال المسبق وذلك وفق منطوق المادة ٣٣ من قانون العلامات التجارية الأردني، حيث ترد هذه المادة تحت مسمى العلامات غير المسجلة والتي تورد القول: "١- لا يحق لأحد أن يقيم دعوى بطلب تعويضات عن

أي تعد على علامة تجارية غير مسجلة في المملكة، إلا أنه يحق له أن يتقدم إلى المسجل بطلب لإبطال علامة تجارية سجلت في المملكة من قبل شخص لا يملكها بعد أن كانت مسجلة في الخارج إذا كانت الأسباب التي يدعيها هي الأسباب الواردة في الفقرات ٦ و ٧ و ١٠ و ١٢ من المادة (٨) من هذا القانون ٢٠- يجوز استئناف القرار الذي يصدره المسجل بمقتضى أحكام هذه المادة أمام محكمة العدل العليا خلال سنتين يوماً من تاريخ تبليغه".

يظهر من سياق المادة ٣٣ من قانون العلامات التجارية الأردني أن المشرع يعترف صراحة بالحقوق على العلامة التجارية غير المسجلة في المملكة حين تكون هذه العلامة قد استعملت أو سجلت في بلد أجنبي، إذ يتسنى لصاحب الحق في العلامة التجارية التقدم بطلب لإبطال تسجيل تلك العلامة المسجلة انطلاقاً من طبيعة العلاقة التي يقيمها القانون بين العلامة والمالك الأصيل استناداً إلى سبق التسجيل في البلد الأجنبي.

وإذا كان القانون يقيم وزناً لهذه العلاقة بالرغم من أن العلامة غير مسجلة باسم الأصيل، وإنما يستند إلى استعمال أو تسجيل مسبق في بلد أجنبي،^(٤٤) فإن طبيعة هذه العلاقة هي نفسها التي تجعله صحيحاً من مطالبة التاجر المشتري للمتجر بحقوقه على العلامة التجارية استناداً إلى البيع الذي تم برضا الطرفين، من

(٤٤) قرار محكمة العدل العليا رقم ١٩٧٢/٦٥ (هيئة خماسي). المنشور على الصفحة ١٤٩٧ من عدد مجلة نقابة المحامين بتاريخ ١/١/١٩٧٣. - لقد استقر قضاء محكمة العدل العليا على أنه وإن كان تسجيل العلامة التجارية باسم شخص يعتبر قرينة على ملكيته للعلامة، إلا أن هذه القرينة يجوز هدمها بدليل عكسي بحيث إذا ارتطم حق الشخص الذي سجلت العلامة باسمه بحق مستعمل سابق لهذه العلامة، فيكون للشخص الذي استعملها أولوية على الشخص الذي سجلت باسمه ومن حقه أن يطلب ترقيين التسجيل عند وجود تشابه بين العلامتين من شأنه أن يؤدي إلى غش الجمهور. - لا يرد القول بجواز بقاء تسجيل العلامة التجارية استناداً للمادة ١٨ من قانون العلامات التجارية التي تجيز تسجيل العلامة الواحدة باسم أكثر من طالب واحد إذا لم تكن المنافسة غير شريفة، إذا كان استعمال هذه العلامة بعد أن أصبحت مميزة لبضائع الشركة المستدعية من شأنه أن يؤدي إلى غش الجمهور لوجود التشابه.

[د.عمر فلاح العطين]

دون الحاجة إلى أن تكون ثمة قيود مادية تعترض هذا التصرف، لكون العلامة، مثلاً، غير مسجلة في سجل العلامات التجارية.

بيد أن الحقيقة التي لا تتفك تراود الدارسين لهذا الاجتهاد تتجلى في الحكم على هذه الحجج بأنها لا تعضد، وبشكل متين، موقف المالك الجديد، ولا تحقق له صلاحة في الرأي ليتحقق له مقاضاة المالك الأصيل بإلزامه بعدم التعرض للعلامة التجارية، والتمسك بالتالي بحقوقه الجديدة على العلامة التجارية.

تتويجاً لما سبق يتمسك المالك الجديد بحجة قوامها الدعوى التي يتسنى لصاحب الحق في العلامة التجارية أن يقيمها بحكم القانون، والتي تعني له التشبث بأحكام قانون المنافسة غير المشروعة للمطالبة بالتعويضات من غير أن تكون العلامة مسجلة في المملكة.

لقد أعطى قانون المنافسة غير المشروعة الأردني في المادة الثانية منه الحق لصاحب الحق على العلامة التجارية في إقامة دعوى المنافسة غير المشروعة، والمطالبة بالتعويض عن أي تعدّ على العلامة التجارية فقط، لكون هذه العلامة مستعملة من المالك، وأن مجرد استعمالها من الغير يشكل عملاً موجباً إلى المساءلة القانونية عن دعوى المنافسة غير المشروعة و يحقق لصاحبة الحق في التعويض وفق شروط وأحكام دعوى المنافسة.^(٤٥) تستند الحماية المدنية المقررة للعلامة التجارية إلى القواعد العامة في القانون المدني. وهي تخول صاحبها الحق في المطالبة بالتعويض إذا ما وقع اعتداء على علامته بأي صورة من الصور عن

(٤٥) طعن نقض مصري رقم ٧٨ لسنة ٢٥ قضائية ١٩٥٩/١١/١٢ يعد منافسة غير مشروعة ارتكاب أعمال مخالفة للقانون أو العادات أو استخدام وسائل منافية للشرف والأمانة والمعاملات متى قصد بها إحداث لبس بين منشأتين تجاريتين أو إيجاد اضطراب بأحدهما وكان من شأنه اجتذاب عملاء إحدى المنشأتين لأخرى أو صرف عملاء المنشأة عنها.

طريق رفع دعوى المنافسة غير المشروعة. (٤٦)

ليس هذا هو المقصود من هذا الرأي، وإنما المراد هو إعمال هذه القرينة القانونية التي نرى معها ضرورة الاعتداد بما يقر به القانون من حقوق على العلامة التجارية، وما يجعل منه صحيحاً من تصرفات المالك فقط، لكون العلامة مستعملة في المملكة من التاجر حتى يستطيع بالتالي اللجوء، وفق أحكام القانون، للمطالبة بالتعويض، سناً إلى أحكام دعوى المنافسة غير المشروعة. كما أن أعمال المنافسة غير المشروعة أعمال مادية يمكن إثباتها بطرق الإثبات كافة بما فيها شهادة الشهود والقرائن (٤٧).

ويشترط في الضرر المادي أن يكون ناشئاً عن مصلحة مشروعة، كتملك علامة تجارية أو حتى استعمالها لفترة من الزمن، كما يشترط أن يكون الضرر الواجب التعويض عنه محقق الوقوع، أي ثابتاً على وجه اليقين بأن يكون قد وقع بالفعل (٤٨)، وبالتالي إذا كان الضرر المطلوب تعويضه محقق الوقوع بأن يكون قد وقع فعلاً أو سيقع حتماً، فلا يكون أمام المحكمة إلا الحكم بالتعويض الذي يتناسب مع مقدار الضرر، أما الضرر المحتمل الوقوع الذي لا يعرف ما إذا كان سيقع في المستقبل أو لا فلا تعويض عنه (٤٩). كما لا بد أن يكون الضرر مباشراً، أي أن يترتب الضرر على الفعل مباشرة فلا يحول بين الفعل والضرر فعل آخر، فكيف، بالتالي، لا يستطيع أن يعتد بهذه الملكية لجعل من تصرفاته بها صحيحة، ويعتد بانتقالها إلى التاجر الجديد حين تتصرف الإرادة صراحة إلى انتقال هذه الملكية من

(٤٦) المادة ٢٥٦ من القانون المدني الأردني.

(47) Ginsburg and Others, Supra, P.P. 227-228.

(٤٨) أبو الليل، إبراهيم الدسوقي، تعويض الضرر في المسؤولية المدنية - دراسة تحليلية تأصيلية لتقدير التعويض - مطبوعات جامعة الكويت، الكويت، ١٩٩٥، ص ٩٩.

(٤٩) العامري، سعدون، تعويض الضرر في المسؤولية التقصيرية، بغداد ١٩٨١، ص ١٤ وما بعدها.

غير أن يجعل قيوداً على هذا التصرف، قوامها ضرورة أن تكون العلامة التجارية مسجلة كي يعتد بانتقالها؟

ويبرر البعض^(٥٠) اشتراط المشرع الأردني تسجيل العلامة التجارية في المملكة بإمكانية المطالبة بالتعويض في حال التعدي عليها إلى رغبة المشرع في تشجيع أصحاب العلامات التجارية، للقيام بتسجيلها لدى وزارة الصناعة والتجارة بهدف حصرها ومعرفة أصحابها.

ذلك أننا بهذا القيد كأننا نخالف ظاهر الأمور الذي لا يتصور معه أن تنتقل ملكية المتجر، بينما يبقى المالك على العلامة التجارية لمجرد أنها غير مسجلة. فضلاً عن أن المشرع يستلزم معه إزاء هذه القرائن القانونية من الاعتراف بحق الملكية، أن يعترف أيضاً بالتصرفات الواردة على العلامة غير المسجلة، حين تتوافر فيها شروط الاستعمال من المتجر، حماية لاستقرار المعاملات، وتعاطياً إيجابياً مع ما تقتضيه حماية التصرفات الظاهرة.

عطفاً على ما سبق يتمسك صاحب الحق في المتجر بحجة قانونية جديدة، قوامها أن القانون يأتي صراحة على ذكر حق الملكية حين يجعل من الاستعمال المسبق سبباً لكسب هذا الحق وإسباغ هذه الصفة على التاجر، وذلك وفق مقتضيات المادة ١١ في فقرتها الأولى من قانون العلامات التجارية والتي تورد القول. (١- كل من يدعي أنه صاحب علامة تجارية استعملت أو في النية استعمالها ويرغب في تسجيل تلك العلامة، عليه أن يقدم طلباً خطياً إلى المسجل وفقاً للأصول المقررة.

(٥٠) الناهي، صلاح الدين، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، ١٩٨٢، ص ٢٥٩. و المقدادي، عادل، الحماية القانونية للعلامات التجارية في القانون الأردني، ورقة عمل قدمت في المؤتمر العلمي العالمي الأول حول الملكية الفكرية التي عقد في جامعة اليرموك في الفترة من ١٠-١١/٧/٢٠٠٠. ص ١٦.

فبموجب هذا النص يتحقق للمستعمل حق العمل على تسجيل العلامة التجارية ويعتبر هو الأول في ممارسة هذا الحق، وإذا كنا مع هذا الاعتداد الصريح الذي يقره القانون، فإن حماية التصرفات التي تجري على العلامة غير المسجلة يجب أن تسير مع هذا التوجه ولا تغيّره.

وتأسيساً على ما سبق من حجج تستوي بتقديرنا مع متطلبات النشاط التجاري، وتواكب ظاهر التصرفات ذات الصلة بالثقة المتبادلة بين التجار، وما تفرزه من آثار من شأن اعتراضها بتفسيرات النصوص القانونية، أو الاجتهادات غير المنهجية، أن تخل بحجم هذا النشاط وطبيعته، وتؤدي بالتالي إلى عرقلة التنمية الاقتصادية، فضلاً عما يرتبه من آثار أصلاً لم يهدف القانون إليها، لكونها تؤدي إلى عدم استقرار المعاملات، وإشغال القضاء، وما يلحق بالنشاط الاجتماعي والتجاري من آثار. فالتصرف القانوني يشمل المحل التجاري بعلاماته التجارية لارتباطها الوثيق بالمحل أو المشروع الوارد عليه التصرف باعتبارها من توابعه وجزءاً لا يتجزأ منه بوصفها متصلة به ومن مستلزماتها التي يتحقق منها عنصر الاتصال بالعملاء.^(٥١)

إزاء كل هذه الاعتبارات السابقة وغيرها، نعود إلى الأصل، لنؤكد ضرورة أن يعيد القانون وضعه الطبيعي الذي أوكل إليه في المحافظة على معالجة المشكلات التي تنجم عن بيئة النشاط التجارية، بأسلوب عملي قادر على إفراز النتائج الإيجابية على حقوق الأفراد المتبادلة، ويحرص على حمايتها، وهذا عن طريق ضرورة الاعتراف بالتصرفات التي تجري على العلامة التجارية غير المسجلة حين التصرف بها مع المتجر، ولو بصفة استثنائية، حينما نتجه إرادة الأفراد إلى تحقيق

(٤٦) صرخوه ، يعقوب يوسف، النظام القانوني للعلامات التجارية دراسة مقارنة، مطبوعات جامعة الكويت ١٩٩٣ وحكم محكمة النقض رقم الطعن ٢٨٤ سنة ٤٦ ق جلسة ١٩٨١/٣/٣٠.

هذه النتيجة، وأن يجعل من المشتري الجديد هو المالك الشرعي للعلامة التجارية المقترنة بالنشاط التجاري.

وإذا كانت هذه هي الدعوة التي نخاطب بها المشرع القانوني والقضاء في أن معاً، فإن ثمة من يرى في أن المالك الأصيل للمتجر يستند هو الآخر على حجج لا تقل أهمية عما ينهض عليه المالك الجديد من أسس وحجج قانونية هي الأخرى. وللمفاضلة بين الموقفين فإننا نسوق هذه الحجج من خلال المطلب الثاني من هذا المبحث.

المطلب الثاني:

تمسك المالك الأصيل بشكلية التصرف لاتنتقال الحقوق على العلامة التجارية

خلصت نتائج البحث الأولية إلى أن ثمة معضلة حقيقية، قوامها أن مالك العلامة التجارية يستند أساساً إلى حقوقه القائمة على الاستعمال المسبق، ويزعم بالتالي حرمان المالك الجديد للمتجر من التصرف بالعلامة التجارية الأردني، وأن التنازل عن هذه الأخيرة لم يتم وفق الشكل الذي تطلبته المادة الثالثة من قانون العلامات التجارية، والتي تقتضي أن يتم في السجل المعني وهو ما لم يتحقق علمياً على أرض الواقع.

بيد أن الطرف الآخر لم يستسلم إلى هذه الأسانيد والادعاءات، ذاهباً في هذا الصدد إلى ضرورة استقرار العمل القضائي على حماية ظاهر التصرفات، والحرص بالتالي على استقرار المعاملات، والعمل على تنويع مبدأ حسن النية كأساس جوهري لردع كل من يحاول أن يلتف على مقتضيات ومتطلبات أعمال هذا المبدأ في التصرفات، التي ربما يغيب عنها بعض التنظيم القانوني، أن جاز التعبير بذلك صراحة.

وإنفاذاً لهذا المقتضى يذهب هذا الجانب إلى القول بأن ادعاءات البائع الأصلي للمتجر بأن التصرف الذي انصب على العلامة التجارية يدور في طائفة البطلان لكونه لم يوثق في سجل العلامة التجارية، هو ادعاء ليس له أساس من القانون.

فالعلامة، وفقاً لهذا الرأي، غير مسجلة في سجل العلامات التجارية، وهذا أمر منطقي أن ينصب التصرف عليها خارج نطاق السجل، فضلاً عن أن قانون التجارة الأردني يفترض انتقال سائر العناصر المعنوية مع المتجر ما لم يتفق على خلاف ذلك^(٥٢)، وأن إرادة الأطراف قد اتجهت نحو الاتفاق على انتقال ملكية العلامة التجارية صراحة بموجب العقد المحرر بين الطرفين، وإن لم يتم هذا التصرف داخل السجل.

كما أن قانون العلامات التجارية الأردني ذاته يعتد بالعلامة التجارية المستعملة، ويبيّن حق الملكية على هذا الاستعمال، إذ أن المادة ١١ من القانون تنص صراحة على اعتبار مستعمل العلامة التجارية بأنه مالك لها، وفق ما تذهب إليه من إعطاء هذا المالك الذي يرغب بذلك الحق في الاستقلال بحماية علامته عن طريق تسجيلها.

وبما أن ظاهر النص يعتد بالملكية، ابتداءً، على العلامة غير المسجلة ولا يتطلب شكلاً لهذه الملكية، فمن باب أولى بالتالي أن تكون التصرفات التي ترد على هذه الأخيرة هي الأخرى لا تتطلب شكلياً معينة.

يمكن بالمحصلة القول بأن تمسك المالك ببطلان التصرفات الواردة على العلامة التجارية خارج دائرة التسجيل للتخلص من المسؤولية المترتبة على هذه التصرفات، وبالتالي حرمان المالك الجديد من التصرف بالعلامة التجارية هو عمل

(٥٢) المادة ٤٣ من قانون التجارة الأردني". ١- لا يجوز فصل العنوان التجاري عن المتجر والتفرغ عنه مستقلاً عن المتجر. ٢- التفرغ عن المتجر لا يشمل العنوان التجاري ما لم ينص على ذلك صراحة أو ضمناً".

لا يعضده نص في القانون، ولا يخدم حسن النية، ولا يحقق الهدف من استقرار المعاملات بين الأفراد.

وكل ما هنالك هو أن القانون لا يعتد فقط بالحماية القانونية للعلامة التجارية غير المسجلة، وليس أنه لا يعترف بالحق في الملكية، وإن كانت البدائل التشريعية حاضرة في أعمال الحماية القانونية للعلامة غير المسجلة، كما هيو الحال في دعوى المنافسة غير المشروعة وفق أحكام المادة الثانية من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية الأردني، وكذلك حال قانون علامات البضائع بالنسبة للحماية الجزائية^(٥٣) وكذلك قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم ١٥ لسنة ٢٠٠٠، وتتمثل هذه الحماية في عقوبات جزائية قررها المشرع الأردني على من يعتدي على علامة تعود للغير. كما قرر أيضاً حماية مدنية لصاحب العلامة التجارية، تتمثل في حقه بالتعويض عن ثمن اعتداء على العلامة التجارية، ذلك لأن العلامة تعتبر بالنسبة لمالكها عنصراً من عناصر الملكية التجارية والصناعية، الأمر الذي يستوجب منع الغير من الاعتداء على علامة تجارية مملوكة لتاجر^(٥٤).

وأكثر من ذلك، يذهب معارضو هذا الموقف إلى الاعتداد بنص المادة ٣٣ من قانون العلامات التجارية، فوفقاً لهذا النص يكون لصاحب الحق في استعمال العلامة التجارية الحق في إبطال أي تسجيل للعلامة التجارية من الغير، إذا كانت

(٥٣) راجع بهذا الخصوص: الدلالة، سامر: الحماية المدنية للعلامة التجارية الأجنبية غير المسجلة في القانون الأردني، مقبول للنشر لدى مجلة الحقوق - جامعة البحرين ص ٨-١٣.
(٥٤) حمدان، ماهر فوزي حماية العلامات ١٩٧٣. لقد استقر قضاء محكمة العدل العليا على أنه وإن كان تسجيل العلامة التجارية باسم شخص يعتبر قرينة على ملكيته للعلامة، إلا أن هذه القرينة يجوز هدمها بدليل عكسي بحيث إذا ارتطم حق الشخص الذي سجلت العلامة باسمه بحق مستعمل سابق لهذه العلامة، فيكون للشخص التجارية دراسة مقارنة عمان ١٩٩٩ ص ١٠٢

علامته غير مسجلة، وكان مستعملاً لها بشكل مسبق، مما يعني أن العلامة التجارية تنشأ باستعمالها لا بتسجيلها. ووفقاً لقانون الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ - شأنه في ذلك شأن قانون العلامات التجارية المصري الملغى رقم ٥٧ لسنة ١٩٣٩ - تنشأ ملكية العلامة، مما يعني أن القانون يعود مجدداً لتأكيد أن العلاقة المبنية بين مستعمل العلامة التجارية، وهذه الأخيرة هي علاقة ملكية تخول له حقوقاً، وترتب آثاراً قانونية يعتد بها القانون صراحة. والأصل أنها ملكية بالاستعمال وليس بالتسجيل، وما التسجيل إلا قرينة على أسبقية الاستعمال، وهذه القرينة بسيطة يجوز للغير إثبات عكسها خلال الخمس سنوات التالية لتاريخ التسجيل. وهذا يعني أن القانون يحمي من استعمال العلامة رغم أنه لم يسجلها، على أنه إذا سجلت العلامة، واقترن التسجيل باستعمال العلامة دون منازعة من أحد خلال الخمس سنوات التالية لتاريخ التسجيل، فإن القرينة تصبح قرينة قاطعة، ولا يقبل من أحد الادعاء بملكيته، استناداً إلى أنه كان أسبق في استعمال العلامة ممن سجلت باسمه. ووفقاً للفقرة الأخيرة من المادة ٦٥ من قانون الملكية الفكرية المصري رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ يجوز الطعن ببطان تسجيل العلامة دون التقيد بأي مدة متى اقترن السجل بسوء نية. لهذا فقد استقر القضاء الأردني في قرارات محكمة التمييز، رغم تسجيل العلامة التجارية باسم شخص يعتبر قرينة على ملكيته للعلامة، إلا أن هذه القرينة ليست مطلقة^(٥٥).

(٥٥) قرار محكمة العدل العليا رقم ١٩٧٢/٦٥ (هيئة خماسية) المنشور على الصفحة ١٤٩٧ من عدد مجلة نقابة المحامين بتاريخ ١/١ الذي استعملها أولوية على الشخص الذي سجلت باسمه ومن حقه أن يطلب ترفيق التسجيل عند وجود تشابه بين العلامتين من شأنه أن يؤدي إلى غش الجمهور. لا يرد القول بجواز بقاء تسجيل العلامة التجارية استناداً للمادة ١٨ من قانون العلامات التجارية التي تجيز تسجيل العلامة الواحدة باسم أكثر من طالب واحد إذا لم تكن المنافسة غير شريفة، إذا كان استعمال هذه العلامة بعد أن أصبحت مميزة لبضائع الشركة المستدعية من شأنه أن يؤدي إلى غش الجمهور لوجود التشابه.

[د.عمر فلاح العطين]

ونظراً لما كانت عليه هذه النتائج والمواقف التي يبني عليها هذا الجانب موقفه في حماية انتقال الحق في ملكية العلامة التجارية إلى المالك الجديد للمتجر، فإن النتيجة التي يمكن أن تدفعنا إلى إبرازها، تتجلى في القول بأن ثمة مشكلة حقيقية قوامها أن كلا طرفي العلاقة يبني موقفه على حجج وأسانيد لها نصيب من نصوص القانون، وتستحوذ على اهتمامات المشرع، وتقود إلى فتح باب الاجتهاد.

أن كلا طرفي العلاقة يزعم مزاعم تصب في مصلحته، وتدعم موقفه حين يتمسك الأول بعدم انتقال الملكية، متمسكاً بالبطلان الذي لم يستوف الشكل القانوني، بينما يتمسك الثاني بصحة التصرف المبني على اعتراف صريح للقانون بحق الملكية المبني على الاستعمال المسبق للعلامة التجارية.

وإزاء هذا الوضع، نرى أنه لا بد من معالجة حقيقية لهذا الموضوع، تدعم فكرة إعادة النظر باشتراط التسجيل لانتقال الحق في ملكية العلامة التجارية، والاعتراف بالتصرفات التي ترد على هذه الأخيرة، من غير أن يتطلب الأمر تسجيلها في سجل العلامات، حماية لظاهر هذه التصرفات، واستقراراً للمعاملات بين الأفراد، ومنعاً للتعارض بين النصوص القانونية، كما هو ظاهر مما هو وارد ضمن قانون العلامات التجارية.

صفوة القول، إن المشرع مدعو إلى إعادة النظر في قانون العلامات التجارية، والعمل على تضمين نص صريح يقضي بصحة التصرفات الواردة على العلامة غير المسجلة، إذا كانت هذه الأخيرة مستعملة بشكل مسبق تنويجاً لظاهر الحق في الملكية.

الخاتمة

يبدو أن البحث في مدى انتقال العلامة التجارية مع انتقال المتجر، رغم عدم النص على ذلك، وحيث إن العلامة التجارية تعتبر من أهم العناصر المعنوية للمتجر، وتم تنظيمها وفقاً لأحكام قانون خاص يتعلق بالعلامات التجارية، سواء من حيث التسجيل، أو الاستغلال، ومدى الحماية القانونية لذلك، وقد خلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:-

١- أن هناك رأيين مختلفين حول مدى انتقال تلك العلامة مع المتجر، حيث إن أحدهما يؤدي إلى انتقال العلامة مع المتجر عند البيع دونما حاجة إلى النص صراحة على ذلك، تجسيدا للمبدأ القانوني أن الفرع يتبع الأصل، وبالتالي فالعلامة تتبع المتجر، وهناك رأي آخر اعتبر أن العلامة مستقلة عن المتجر، ويتم التنازل عنها في استقلال تام عن المتجر، وذلك وفقاً للنصوص القانونية.

٢- أن على بائع المتجر الذي لا يرغب في بيع علامته التجارية أن ينص صراحة على ذلك في عقد البيع.

٣- أن قانون التجارة الأردني اعتبر بيع المتجر بيعاً لعناصره جميعها، باستثناء العنوان، في حال عدم تحديد العناصر التي يرغب صاحب البيع في بيعها، ولكن اشترط أن يتم التنازل عن تلك العناصر وفق القنوات القانونية الخاصة بها.

التوصيات:

١. مراجعة نصوص قانون العلامات التجارية، بحيث يتم التطرق إلى هذه المعضلة ومعالجتها، لبيان من صاحب الحق في العلامة التجارية؟ هل هو صاحب المتجر القديم أو المالك الجديد خاصة أنه استعمل العلامة

[د. عمر فلاح العطين]

التجارية؟.

٢. تصدي القضاء الأردني بشكل مباشر وصريح لهذه المعضلة، بحيث يتم استقرار أحكام القضاء على وجهة نظر ثابتة، في إطار بيان من يحق له استعمال العلامة التجارية وتسجيلها.

المراجع

١. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، الطبعة الخامسة، دار النهضة العربية، القاهرة ٢٠٠٥.
٢. عزيز العكلي، الوسيط في شرح القانون التجاري، الجزء الأول، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان ٢٠٠٨.
٣. محمود الكيلاني، الموسوعة التجارية والمصرفية، المجلد الثاني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان ٢٠٠٧.
٤. محسن شفيق، القانون التجاري، الجزء الأول.
٥. محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، دار النهضة العربية، ١٩٧١م.
٦. صلاح الاسمر، العلامات التجارية في القانون الأردني والمصري ١٩٨٦.
٧. عبد الرحمن قرمان، المنافسة الطفيلية، دار النهضة العربية ٢٠٠٥.
٨. سميحة القليوبي، القانون التجاري، نظرية الأعمال والتاجر، الطبعة السنة ١٩٨١ القاهرة.
٩. محمود سمير الشرفاوي، القانون التجاري طبعة سنة ١٩٨٤.
١٠. أبو الليل إبراهيم الدسوقي، تعويض الضرر في المسؤولية المدنية - دراسة تحليلية تأصيلية لتقدير التعويض، مطبوعات جامعة الكويت، الكويت ١٩٩٥.
١١. العامري سعدون، تعويض الضرر في المسؤولية التقصيرية، بغداد ١٩٨١.
١٢. الناهي صلاح الدين، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، ١٩٨٢.

[د. عمر فلاح العطين]

١٣. ماهر فوزي حمدان، حماية العلامات حماية العلامات التجارية: دراسة مقارنة، الجامعة الأردنية، عمان، تاريخ النشر -١٩٩٩.
١٤. نوري خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية، ط٢، دار وائل للنشر، ٢٠١٠.
١٥. يعقوب يوسف صرخوه، النظام القانوني للعلامات التجارية دراسة مقارنة، مطبوعات جامعة الكويت ١٩٩٣.

الأبحاث:

- ١- عادل المقدادي، الحماية القانونية للعلامات التجارية في القانون الأردني، ورقة عمل قدمت في المؤتمر العلمي العالمي الأول حول الملكية الفكرية التي عقدت في جامعة اليرموك في الفترة من ١٠-١١/٧/٢٠٠٠.
- ٢- رامي النحاس، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، مجلة حماية الملكية الفكرية، العدد الثالث والخمسون، الربع الثالث ١٩٩٧.
- ٣- خشروم عبد الله، الحق في التعويض الناشئ عن التعدي كوجه من وجوه الحماية المدنية للعلامة التجارية بحث منشور على موقع: www.aralawinfo.com 2002.
- ٤- الدلالة سامر، حق الاستثناء بملكية العلامة التجارية.....مجلة المنارة جامعة ال البيت العدد ١٣ لسنة ٢٠٠٧.
- ٥- الدلالة سامر، الحماية المدنية للعلامة التجارية الأجنبية غير المسجلة في القانون الأردني، مقبول للنشر لدى مجلة الحقوق - جامعة البحرين.

القوانين:

- ١- قانون العلامات التجارية الأردني رقم ٣٣ لسنة ١٩٥٢.
- ٢- القانون المدني الأردني رقم ٤٣ لسنة ١٩٧٦.
- ٣- قانون التجارة المصري رقم ١٧ لسنة ١٩٩٧.

- ٤- قانون التجارة الكويتي رقم ٦٨/١٩٨٠.
- ٥- قانون التجارة الأردني رقم (١٢) لسنة ١٩٦٦.
- ٦- قانون العلامات التجارية الإماراتي رقم ٣٧/١٩٩٢.
- ٧- قانون الملكية الفكرية المصري رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢.
- ٨- اللائحة التنفيذية لقانون العلامات التجارية المصري قرار رئيس مجلس الوزراء رقم ٤٩٧ لسنة ٢٠٠٥ منشور في الجريدة الرسمية، العدد (١١٣١) بتاريخ ١٧/١/١٩٥٣.

أحكام قضائية

- ١- قرارات محكمة النقض المصرية
- ٢- قرارات محكمة العدل العليا الأردنية