



التنظيم القانوني لتسجيل العلامة التجارية

د. حسين عقيل عابد

الهيئة الليبية للبحث العلمي، طرابلس، ليبيا.

husainageelabed@gmail.com

Legal regulation of trademark registration

HUSAYN AQEEL ABID

Libyan Authority for Scientific Research, Tripoli, Libya.

تاريخ النشر: 2023-12-20

تاريخ القبول: 2023-11-29

تاريخ الاستلام: 2023-11-15

الملخص

أصبحت العلامات التجارية في الآونة الأخيرة ذات أهمية في حياتنا اليومية ، حيث تعبر عن تلك المنتجات والبضائع من جهة فضلاً على تأثيرها على قرار المستهلك الخاص بشراء تلك المنتجات التي تحمل تلك العلامة التجارية من جهة أخرى وذلك لارتباطها في ذهنه بمستوى الجودة ، وتعد العلامة التجارية من أبرز عناصر الملكية الفكرية وأكثرها أهمية حيث تلعب دوراً مهماً في نجاح المشروع التجاري؛ وتظهر أهمية العلامة التجارية في تمييز منتجات الصانع أو التاجر عن المنتجات المشابهة لها لصناع وتجار آخرين؛ وتسجيل العلامة التجارية يوفر للتجار والصناع حماية لعلاماتهم التجارية.

الكلمات الدالة: العلامة التجارية، تسجيل العلامة، أشكال العلامات، اتفاقية مدريد، العلامة المشهورة.

Abstract

Trademarks have recently become important in our daily lives, as they express those products and goods on the one hand, as well as their influence on the consumer's decision to purchase those products that carry that trademark, on the other hand, because they are linked in his mind to the level of quality. The trademark is one of the most prominent The most important elements of intellectual property, as they play an important role in the success of the commercial project: The importance of the trademark appears in distinguishing the products of the manufacturer or merchant from similar products of other manufacturers and merchants. Trademark registration provides merchants and manufacturers with protection for their trademarks.

Keywords: Trademark, trademark registration, trademark forms, Madrid Agreement, well-known trademark.

مقدمة

يجب استيفاء عدة شروط في العلامة التجارية ؛ حتى تصلح أن تكون محلاً للتسجيل سواء الوطني أو الدولي إذ يشترط في العلامة التجارية أياً كان شكلها أن تكون علامة مميزة ، بمعنى أن يكون لها ذاتيتها التي تمنع الخلط بينها وبين العلامة الأخرى التي تحملها منتجات مماثلة ، كما يشترط أن تكون العلامة جديدة ، وأن تكون مشروعة بحيث لا تخالف القانون أو النظام العام وحسن الآداب ، وهناك شروط إثبات شهرة العلاقة ، ثم الحماية الجزئية للعلامة المشهورة ، ثم الجرائم التي تقع على العلامة المشهورة بصورة مباشرة ثم الجرائم التي تقع على العلامة المشهورة بصورة غير مباشرة ثم صور وشروط العلامات المتشابهة ، ثم نتناول أشكال العلامات التجارية المشهورة .

أهمية البحث:

لموضوع العلامات التجارية أهمية بالغة وما تلعبه من دور في المجال الاقتصادي والتجاري وعمدت الدول إلى تنظيم أحكام خاصة بالعلامات التجارية ، كما كرس لها حماية خاصة في تشريعاتها الداخلية وتماشياً مع متطلبات السوق أصبحت الدول تعطي الأسبقية للجانب الاقتصادي على حساب الجانب السياسي ، وتعتمد على أسلوب جديد للحصول على رؤوس أموال وذلك بترقية الاستثمار وخصخصة المؤسسات الاقتصادية وذلك بتصدير المنتجات والخدمات والانضمام للمنظمة العالمية للتجارة.

إشكالية البحث:

تتبلور مشكلة البحث حول تسجيل العلامة التجارية وحول إمكانية توفير الحماية القانونية لها وهل تتمتع العلامات التجارية غير المسجلة بالحماية أم لا؟

منهج البحث:

المنهج المتبع في هذا البحث هو المنهج التحليلي المقارن وذلك من خلال ذكر النصوص القانونية التي تعالج موضوع الدراسة وبيان موقف المشرعين واجتهادات الفقه والقضاء.

خطة البحث :

ستكون على النحو التالي:-

المبحث الأول : الشروط العامة لتسجيل العلامة التجارية.

المبحث الثاني : إجراءات تسجيل العلامة التجارية.

المبحث الثالث : أشكال العلامات التجارية والعلامات المتشابهة.

المبحث الرابع : أشكال العلامات التجارية المشهورة.

المبحث الأول

الشروط العامة لتسجيل العلامة التجارية

إذا استوفت العلامة التجارية الشروط الموضوعية التي سبقت الإشارة إليها ، بأن كانت ذات صفة مميزة وكانت جديدة ومشروعة فإن لصاحبها الحق في تقديم طلب بتسجيلها لدى الدائرة المختصة بتسجيل العلامات التجارية⁽¹⁾. ويمكن اعتبار تسجيل العلامة التجارية بمثابة شرط شكلي لتوفير الحماية لها وفق أحكام قوانين العلامات التجارية.

وبعد القانون العراقي والقوانين المقارنة تسجيل العلامة التجارية مسألة اختيارية ، فهي لم تشترط تسجيل العلامة التي يتخذها الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة إلا أنها في الوقت نفسه اشترطت التسجيل للتمتع بالحماية التي يمنحها القانون لهذه العلامات ، إذ أن البعض منها اشترط التسجيل لاكتساب ملكية العلامة مع منح بعض الحقوق لمستعمل العلامة الذي لم يتم بتسجيلها كما سنرى لاحقاً .

فالقانون الفرنسي وكذلك الانكليزي لم يرد في أي منهما نص يفيد بوجوب تسجيل العلامة التجارية من قبل من اتخذها لتمييز منتجاته أو خدماته⁽²⁾ ، وكذلك القانون المصري إذ تستتج اختيارية التسجيل من نص المادة (4) والتي جاء في بدايتها (للأشخاص الآتي ذكرهم حق تسجيل علاماتهم ...) ولم يذكر النص عبارة (على الأشخاص) ، وجاء المشرع الأردني بنص مشابه في المادة (6) منه أن (كل من يرغب في أن يستقل باستعمال علامته التجارية لتمييز البضائع التي هي من إنتاجه ... أن يطلب تسجيلها وفقاً لأحكام هذا القانون) ، وبالاتجاه نفسه أخذ المشرع العراقي إذ نص في المادة (4) أنه (لمن يرغب في استعمال علامة لتمييز بضاعة من إنتاجه أو صنعه ... أن يطلب تسجيلها وفقاً لأحكام هذا القانون) ولم يذكر (على من يرغب) وهذا يدل على اختيارية التسجيل .

تنظيم إجراء تسجيل العلامة :

وقد نظمت القوانين إجراءات تسجيل العلامة التجارية بشكل واضح وتفصيلي وذلك من خلال لوائح تنفيذية ملحقة بهذه القوانين⁽³⁾ ، حددت عملية التسجيل ابتداءً من تقديم الطلب مروراً بفحصه ثم نشره في الجريدة المخصصة لذلك ثم كيفية الاعتراض على قرار المسجل انتهاءً بنشر قرار التسجيل وإصدار شهادة التسجيل

أما بالنسبة للاتفاقيات الدولية فإن اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لم تنص على تسجيل دولي للعلامات التجارية في الاتحاد الذي تقيمه الدول المنضمة إليها لتضمن الحماية لهذه العلامات ، وإنما توفر هذه الاتفاقية الحماية للعلامات المسجلة في أي دولة من الدول المنضمة إليها في باقي دول الاتحاد الأخرى وتنص الاتفاقية على أن تحدد شروط إيداع وتسجيل العلامات التجارية في كل دولة متعاقدة طبقاً للقانون المحلي (أي تشريعها الوطني)⁽⁴⁾ .

(1) وهذه الدائرة في العراق هي دائرة اتحاد الصناعات العراقي . فقد حدد قانون اتحاد الصناعات العراقي رقم (4) لسنة 1989 من ضمن الأهداف التي يقوم الاتحاد بتحقيقها هو تسجيل العلامات التجارية على وفق الأحكام التي تنظمها ومسك السجلات الخاصة بها وتزويد الجهات ذات العلاقة بالبيانات والشهادات اللازمة لها . (الفقرة الثامنة من المادة (3) من القانون المذكور أعلاه) .

(2) Alisson Coleman – Op. cit- p. 150 .

(3) وهذه اللوائح هي اللائحة التنفيذية الخاصة بالعلامات التجارية الملحقة بمجموعة قوانين الملكية الفكرية الفرنسية وقواعد العلامات التجارية رقم (2583) لسنة 1994 الملحق بقانون العلامات التجارية الانكليزي وقرار وزير التجارة والصناعة المصري رقم (239) لسنة 1939 باللائحة التنفيذية الملحقة بالقانون رقم (57) لسنة 1939 الخاص بالعلامات والبيانات التجارية والنظام رقم (1) الملحق بالقانون رقم (57) لسنة 1939 الخاص بالعلامات والبيانات التجارية والنظام رقم (1) الملحق بالقانون الأردني لعام 1952 ، والنظام رقم (26) لسنة 1957 نظام العلامات والبيانات التجارية الملحق بقانون العلامات والبيانات التجارية العراقي رقم (21) لسنة 1957 .

(4) الفقرة (1) المادة (6) من الاتفاقية .

بينما تحدد اتفاقية مدريد (للتسجيل الدولي للعلامات التجارية) طريقة تسجيل العلامات التجارية التابعة لرعايا الدول المنظمة إليها ، تسجيلاً دولياً لدى الاتحاد الخاص الذي تولفه هذه الدول . وبموجب هذه الاتفاقية يجوز لمواطني كل بلد من البلدان المتعاقدة ضمان حماية علاماتهم المطبقة على السلع أو الخدمات المسجلة في بلد المنشأ في جميع البلدان الأخرى الأطراف في هذا الاتفاق شرط أن تودع إدارة بلد المنشأ العلامات المذكورة لدى المكتب الدولي للملكية الفكرية في جنيف (1) .

ولتنظيم التسجيل الدولي للعلامات التجارية وفق هذه الاتفاقية ، ألحق بها لائحة تنفيذية لتبیین كيفية التسجيل اعتمدت في 22 نيسان 1988، أسوة بالقوانين الوطنية للعلامات التجارية .

وستنتج إجراءات التسجيل ضمن المطلب الأول ثم نبين في المطلب الثاني كيفية تجديد التسجيل وكذلك الحالات التي يتم فيها شطب التسجيل أو إلغاؤه .

إذا لم يقدم مالك العلامة ما يسوغ به عدم استعماله يشطب التسجيل ، وقد يقتزن ترك العلامة باستعمال الغير لها لتمييز منتجات منافسة استعمال العلامة بحيث تصبح شائعة الاستعمال وتعد أسما نوعياً فلا تصلح علامة تجارية لأنها لم تعد عبارة مميزة ولا يجوز تملكها كعلامة تجارية : قانون العلامات 82 لسنة 2002م.

ولقد نصت المادة 91 من القانون الجديد للملكية الفكرية لسنة 2002م ، يجوز للمحكمة المختصة بناء على طلب كل ذي شأن أن تقضى بشطب تسجيل العلامة بحكم قضائي واجب النفاذ ، إذا ثبت لديها أنها لم تستعمل بصفة جدية دون مبرر تقدره لمدة خمسة سنوات متتالية .

أجاز المشرع في هذه المادة للمحكمة المختصة بناء على طلب كل ذي شأن أن تأمر بشطب تسجيل العلامة إذا ثبت لديها أنها لم تستعمل بصفة جدية دون مبرر تقدره لمدة خمس سنوات متتالية ، وهو حكم يتماشى مع أحكام المادة 19 من اتفاقية (التريس) ويتفق مع فلسفة المشرع التي أولت استخدام العلامة أهمية كبيرة وتعتبر شرطاً لاستمرار تسجيلها .

ونحن نؤيد هذه المادة لأنه في حالة عدم استعمال العلامة وتركها بدون استعمال لمدة خمس سنوات دليلاً على أن المالك لا يرغب في استعمالها وهذه مدة كافية لإثبات ذلك ، إلا أننا نرى أنه كان يتعين على المشرع إضافة عبارة "ما لم يقدم مالك العلامة عذراً حال دون استعمال العلامة خلال هذه المدة وتقدره المحكمة" لأنه قد تطرأ ظروف اقتصادية أو اجتماعية ، أو تغيير في اقتصاديات وآليات السوق تجعل بعض المنتجين يتوقفون عن إنتاج السلعة المرتبطة بالعلامة ثم يعودون إلى إنتاجها بعد مدة وهذه الظروف يرجع تقديرها لمحكمة الموضوع حسب ما يقدمه مالك العلامة من مبررات حالت دون استعماله لهذه العلامة خلال تلك المدة ، وهذا الرأي يتفق مع اتفاقية التريس ، فقد ذهبت إلى جواز إلغاء تسجيل العلامات التجارية إذا لم يتم استعمالها لمدة ثلاث سنوات متصلة ، واشترطت ألا يكون هناك عائق قهري يمنع الاستعمال نتيجة قيود تفرضها .

أولاً : شرط تمييز العلامة :

يجب أن تكون العلامة مؤلفة من حروف أو رسوم أو علامات أو خليط من هذه الأشياء ذات صفة (فارقة) ، أي قادرة على تمييز بضائع صاحبها عن بضائع غيره ، وذلك حتى يمكن تسجيلها واشتراط هذه الصفة للعلامة التجارية أمر أساسي وبديهي ، حيث تمثل تلك الصفة أهم وظائف العلامة حيث إن تمييز جمهور المستهلكين للمنتجات ، وتمكنهم من التعرف على السلع التي يعرفونها واستطاعوا أن يتقوا بها وبمنتجاتها ، وبأنها هي ذات المنتجات التي ترضيهم وتقي حاجاتهم هي بحق الوظيفة

(1) المادة (1) من اتفاقية مدريد (اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات التجارية - المنظمة العالمية للملكية الفكرية - (الويبو) - النص الرسمي باللغة العربية - جنيف - 1988) . والمقصود ببلد المنشأ (بلد الاتحاد الخاص الذي يكون فيه للمودع مؤسسة من هذا النوع في أحد بلدان الاتحاد الخاص ، فإن بلد الاتحاد الخاص الذي يقع فيه محل إقامته يعد بلد المنشأ . وإذا لم يكن له محل إقامة في أحد بلدان الاتحاد الخاص فإن البلد الذي يتمتع بجنسيته يعد بلد المنشأ إذا كان من مواطني اتحاد بلدان الاتحاد الخاص) . الفقرة (3) من المادة (1) من الاتفاقية .

الأساسية للعلامة فضلاً عن وظيفتها في حماية المنتجين والتجار من منافسيهم والحفاظ على عدم تعرضهم لخطر فقد ثقة العملاء في حالة تعرض تلك السلع والمنتجات للغش والتقليد (1).

وقد نص التشريع المصري الحالي على أنه : "لا يسجل كعلامة تجارية أو عنصر منها العلامات الخالية من أي صفة مميزة أو المكونة من علامات أو بيانات ليست إلا التسمية التي يطلقها العرف على المنتجات أو الرسم أو الصور العادية لها"، وقد جاء ذلك متوافقاً مع نص المادة (15) من اتفاقية الجات بتحديد الشكل المميز للعلامة التجارية مثل الكلمات التي تشمل أسماء شخصية وحروفاً وأرقاماً وأشكالاً ومجموعات ألوان وأي مزيج من هذه العلامات (2).

كما أكدت محكمة النقض هذا المفهوم بما أوردته من أن : مفهوم هذا النص أن الشارع أباح للتاجر أو الصانع أن يتخذ من اسمه الخاص علامة ، كما أباح له أيضاً إذا لم يرد اتخاذ اسمه كعلامة أن يتخذ من أية كلمة من الكلمات علامة ، ولأن الكلمة شيء غير الاسم الشخصي اقتضى الحال أن تكون الكلمة المطلقة كعلامة متضمنة تسمية مميزة أو مبتكرة ، ويتضح من ذلك أن الشارع في تعداده لم يصح اعتباره علامة تجارية ذكر الأسماء والكلمات مما يفيد أن اسم التاجر المتخذ علامة تجارية ليس في مفهوم النص مجرد كلمة من الكلمات بحيث يستغنى عن شرط اتخاذها في كتابته شكلاً مميزاً (3) ، وبناء على ذلك لا تعتبر علامات تجارية واجبة الحماية القانونية تلك العلامات الخالية من أية خصائص معينة ، أو صفات تميزها عن غيرها، كذلك لا يصلح لأن يكون علامة تجارية أي رسم أو رمز أو صورة أو كلمة عادية أو حرف معروف للجميع أو تعبير شائع الاستعمال ، كما تأخذ حكم العلامات الخالية من أي خصائص ، المعلومات الخاصة بوزن السلعة أو قيمتها أو أوجه استعمالها أو موقعها الجغرافي .

وتطبيقاً لذلك لا يجوز استعمال كلمة جاليري أو كافيتريا أو بوتيك أو سوبر ماركت ، وقد حكم بعدم قبول تسجيل كلمة (Loto) لتمييز نوع من ألعاب اللوتاري ، وقد قضت محكمة استئناف الاسكندرية بعدم صلاحية لفظ (نباتية) لتمييز نوع من أنواع المسلى النباتي (4) ، وإذا لم تكن العلامة التجارية مميزة ، فقدت الشرط الأساسي للحق فيها ، وبالتالي فقدت استحقاقها للحماية القانونية ، ولا يقصد من اشتراط تميز العلامة التجارية أن تتخذ شكلاً مبتكراً أو عملاً فنياً ، إنما هو تمييز العلامة عن غيرها من العلامات التي توضع على ذات السلع ؛ لمنع حصول لبس لدى المستهلك العادي ، وجدير بالذكر أن تقدير ما إذا كانت العلامة مميزة من عدمه هو أمر تختص به محكمة الموضوع ، كما يراعى أن تقدير ذاتية العلامة يكون وقت تسجيلها (5) .

وقضت أيضاً محكمة النقض المصرية بأنه : ليس الفیصل في التمييز بين علامتين هو احتواء العلامة على حروف أو رموز أو صور مما تتطوي عليه العلامة الأخرى ، وإنما العبرة بالصورة العامة التي تتطبع في الذهن نتيجة لتركيب هذه الصور أو الرموز أو الشكل الذي تبرز به في علامة أخرى ، بصرف النظر عن العناصر المركبة فيهما ، وعماً إذا كانت الوحدة فيها تشترك في جزء أو أكثر مما تحتويه الأخرى ، هذا وقد قضت نفس المحكمة في حكم آخر بأن تحقق تقليد العلامة التجارية لا يلزم فيه التطابق بين العلامتين ، بل يكفي وجود تشابه بينهما من شأنه تضليل جمهور المستهلكين وإحداث اللبس والخط بين المنتجات (6) .

(1) د. صلاح الدين زين الدين ، الملكية الصناعية والتجارية دار الثقافة للنشر والتوزيع عمان ، الطبعة الأولى ، ص 277.

(2) المادة (63) من قانون حماية الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002 .

(3) الطعن رقم 121 لسنة 25 ق جلسة 1959/12/10 .

(4) محكمة نأثير 2000/9/4 والمؤيد من محكمة استئناف فرساي 22 مارس 2001 .

(5) نقض تجاري 1992/6/2.

(6) مجموعة أحكام النقض ، السنة الرابعة عشرة العدد الأول سنة 1967 ، طعن رقم 29 لسنة 27 ق جلسة 1962/1/24 ، طعن رقم 227 لسنة 55 ق جلسة 1986/12/22 ، د. سميرة القليوبي ، الملكية الصناعية الطبعة الثالثة، دار النهضة العربية، 2003م ، ص 444 ، 445 .

كما قضت محكمة القضاء الإداري في مصر برفض تسجيل علامة تجارية ، لثبوت خلوها من العناصر المميزة لها ؛ لتكونها من رسم بسيط شائع الاستعمال بالنسبة لمنتجات الخيوط ، كما أنه لا يمت الى رسم زهرة البنفسج بصلة ، واعتبرت المحكمة عبارة (Super Violet) بيانا تجارياً يدل على لون ونوع المنتجات شأنه في ذلك شأن البيانات التجارية الواردة بطلب التسجيل ولا تشير الى أي رسم (1) .

وتطبيقاً لذلك قضت محكمة الاستئناف المدنية الأولى في بيروت في حكمها الصادر بتاريخ 1993/7/13 في دعوى اسكندر/ شركة كوكاكولا كوربوريشن ، وتدور وقائع هذه القضية في أن المستأنف الذي عمل لفترة مديراً لمصانع إنتاج الكوكاكولا والفانتا في المملكة العربية السعودية سجل في دائرة حماية الملكية التجارية والصناعية في وزارة الاقتصاد بלבنا في 1967/7/21 علامة فاندنا ، وفي 1967/4/10 علامة "ك كولا" . فأقامت شركة كوكاكولا دعوى قضائية طلبت إلغاء علامتي (ك كولا) ، وفاندنا لتوافر عنصري التقليد والمنافسة غير المشروعة لعلامتيها كوكاكولا وفاندنا بالإضافة إلى التعويضات ، وقد عرضت القضية على محكمة الاستئناف ، فطبقت المبدأ المتقدم بقولها : (على المحكمة تقدير التقليد والتشبيه من وجهة نظر المستهلك ، باعتبار المشابهة الإجمالية أكثر من اعتبارها للفروق في الجزئيات الموجودة بين العلامة الحقيقية والعلامة الجارية عليها الدعوى، وبما أنه يجب ، سنداً لهذه المادة ، الاعتداد عند المقارنة بأوجه الشبه في المظهر العام للعلامتين لا في أوجه الخلاف فيه والتفاصيل والجزئيات ، فتقدر المحكمة التقليد أو التشبيه الذي يؤدي إلى تضليل الجمهور وإحداث اللبس والخلط بين السلع ، ومن وجهة نظر المستهلك المتوسط الحرص والانتباه) ، وانتهت المحكمة من إجراء المقارنة بين العلامة فاندنا VANDA والعلامة FANTA ، من جانب والعلامة ك. كولا والعلامة كوكاكولا من جانب آخر إلى توافر التقليد ، وقضت بإلغاء تسجيل العلامتين المقلدتين بالإضافة إلى التعويض (2) .

كما أكدت محكمة النقض في حكمها الصادر بجلسة 22 نوفمبر 1962 على أن العبرة ليست باحتواء العلامة على حروف أو رموز أو صور مما تحتويه علامة أخرى ، وإنما العبرة هي بالصورة العامة التي تتطبع في الذهن نتيجة لتركيب هذه الحروف أو الرموز أو الصور مع بعضها ، وللشكل الذي تبرز به في علامة أو أخرى بصرف النظر عن العناصر التي تركبت منها ، وعمّا إذا كانت الواحدة منها تشترك في جزء أو أكثر مما تحتويه الأخرى (3) .

كما أن القضاء قد استقر على أن العلامات التي تتكون من كلمات أو أسماء أو رموز أو تصميمات ولكنها لا تصف مكونات أو نوعية أو استخدام أو وظيفة أو خصائص للسلع أو الخدمات تمثل علامات مميزة بطبيعتها ، وإن كان المشرع قد وسد إلى الجهة الإدارية تحديد عناصر وسمات عدم التميز الخاص بالعلامة محل الطلب ولا يكفي حال رفض طلب تسجيل العلامة ذكر عبارة أنها غير مميزة (4) .

(1) محكمة القضاء الإداري (هيئة منازعة الأفراد والهيئات) ، 22 نوفمبر 1960 ، مجموعة أحكام القضاء الإداري س 15 رقم 32 ، ص 45 ، 6 ، د. محمد حسام محمود لطفي ، ورقة بحثية بعنوان النظام القانوني لحماية الحقوق الذهنية في مصر (دراسة موجزة مقدمة إلى ندوة مستقبل اتفاقية حقوق الملكية الفكرية في ضوء بعض اتجاهات المعارضة على المستوى العالمي ، مركز بحوث ودراسات التجارة الخارجية ، جامعة حلوان بالتعاون مع منظمة الويبو .

(2) محكمة الاستئناف المدنية الأولى في بيروت ، قرار رقم 1993/437 مشار إليه في مؤلف سمير فرنان بالي، قضايا القرصنة التجارية والصناعية والفكرية ، الجزء الثالث ، ص 52 .

(3) محكمة النقض في حكمها الصادر بجلسة 22 نوفمبر 1962 ، طعن مدني رقم 160 لسنة 27 قضائية حيث كانت الشركة المطعون عليها قد سجلت علامة تجارية بالفئة 14.

(4) محكمة القضاء الإداري ، طعن رقم 1 لسنة 50 ق جلسة 2006/1/28 د/12 .

ويتضح مما سبق وجوب وجود تشابه بين العلامتين للقول بالتعارض ، وهو ما أقرته أيضاً محكمة القضاء الإداري في مصر في حكم حديث لها بقولها : "وحيث إن مؤدى ما تقدم أن المشرع بموجب حكم القانون المذكور قد وضع تعريفاً محدداً للعلامات التجارية ، وقد استقر قضاء هذه المحكمة على أن العلامات التي تتكون من كلمات أو أسماء أو رموز أو تصميمات ، ولكنها لا تصف مكونات أو نوعية أو استخدام أو وظيفة أو خصائص للسلع أو الخدمات تمثل علامة مميزة بطبيعتها ، كما أنه لا يجوز للجهة الإدارية الاحتجاج بتعارض العلامة مع أخرى لعدم التسجيل ، إلا إذا كان هناك ثمة تشابه بين العلامتين يثير اللبس والخلط بين جمهور المستهلكين ، فإذا لم يكن هذا التشابه فلا يكون هناك وجه اعتراض، وحيث إنه وبتطبيق ما تقدم وكان الثابت بالأوراق أن الشركة المدعية تقدمت بطلب لتسجيل العلامة التجارية رقم 81364 وهي عبارة عن كلمة (أم أم) وقد رفضت الجهة الإدارية تسجيلها لتعارضها مع العلامة رقم 66398 وهي عبارة عن كلمة (أم أم) ، ولما كانت العلامة الأخيرة تختلف عن العلامة المطلوب تسجيلها اختلافاً جوهرياً واضحاً يتمتع معه ثمة لبس أو خلط بين جمهور المستهلكين ، الأمر الذي يكون معه القرار المطعون فيه قد جاء غير قائم على سبب يبرره واقعاً أو قانوناً متعيناً القضاء بإلغائه (1) .

كما ذهبت أيضاً تلك المحكمة إلى عدم وجود تعارض في حالة اندماج شركتين مالكتين لعلامتين تجاريتين ، ولا يكفي لتحقيق التشابه المحقق لواقعة التعدي على العلامة التجارية مجرد احتواء إحدى العلامات على حروف أو رموز فيما تحويه علامة أخرى خاصة إذا كانت السلعة التي تعلن عنها العلامة ذات شهرة عالمية أو كان جمهور المتعاملين والمستهلكين على درجة من الوعي والفهم يؤهلهم للتمييز بين المنتجات ، وكل ذلك يخضع للسلطة التقديرية لقاضي الموضوع الذي يحسن تحقق التشابه ، وأثره على قيام حالة الخداع ، ومن ثم تقرير التعدي على العلامة التجارية في ضوء ظروف الدعوى ومستنداتها ، ولما كانت العلامتان (6762 و 67626) قد قدم طلب التسجيل لهما باسم شركة (ميرلوني فينيتا تيريار إس بي تي) شركة مساهمة إيطالية ، وأن الشركة المدعية قد قدمت مستندات تضمنت اندماج الشركة المذكورة مع شركة ميرلوني موسانيتازي بي أيه وذلك تحت الاسم الأخير ، وقد أبرم اتفاق بين الشركة الأخيرة والشركة المدعية تضمن أن شركة ميرلوني سنيتازي تصبح مالكة لوثائق التسجيل للعلامات التجارية (ميرلوني) ، وتتنازل هذه الشركة عن كل وثائق تسجيل العلامة التجارية التي ذكرت في الاتفاق المبرم من الشركتين ، ومنها العلامة محل الدعوى يراجع حافظة مستندات الشركة المقدمة بجلسة 2005/5/21 وما أبدته بجلسة 2005/7/16 في حضور الحاضر عن الجهة الإدارية ، ومن حيث أنه ولما كان الأمر كذلك فإن قرار الجهة الإدارية برفض تسجيل العلامة التجارية رقم 670510 باسم الشركة يضحى غير قائم على سبب صحيح يبرره وتقضي المحكمة بإلغائه (2) .

ثانياً : شرط جدة العلامة :

المقصود بالجدة في هذا الخصوص ليست الجدة المطلقة في خلق أو ابتكار العلامة ، وإنما المقصود هو الجدة في التطبيق على ذات السلعة أي عدم سابقة استعمالها على ذات المنتجات أي أن العلامة التجارية تعتبر جديدة بالرغم من سابقة استعمالها على نوع آخر من السلع ، ومن الجدير بالذكر أن العلامة التجارية لا تفقد عنصر الجدة ، إذا استعملت ثم تركت من قبل صاحبها ، أو عند عدم قيامه بتجديد تسجيلها وفقاً للشروط القانونية الخاصة بذلك ، وأخيراً يلاحظ أن شرط جدة العلامة شرط غير مطلق ، بل هو شرط مقيد في مناح ثلاثة :

(أ) من حيث نوع (صنف) المنتجات : لا تفقد العلامة عنصر الجدة بالنسبة للمنتجات غير المتماثلة ، أي أن الاستعمال الممنوع للعلامة من قبل الغير يكون في حدود المنتجات أو البضائع التي خصصت لها تلك العلامة ، ولا ينصرف المنع إلا في

(1) محكمة القضاء الإداري طعن رقم 11035 لسنة 55 ق جلسة 2006/2/4 د/ 12 .

(2) محكمة القضاء الإداري طعن رقم 232 لسنة 55 ق جلسة 2006/1/28 د/ 12 .

حالة استخدامها لتمييز منتجات غير متماثلة ، وعلى ذلك يبقى شرط الجودة متوافراً في العلامة التجارية فيما إذا استعملت أو تستعمل لتمييز ملابس مثلاً ، وكانت قد استعملت أو تستعمل في تمييز صنف من المأكولات أو لتمييز أحد الأجهزة الالكترونية أي أنه يمكن استعمال علامة واحدة للدلالة على منتجات مختلفة (1) .

(ب) من حيث المكان : يجوز من الناحية النظرية أن تحمل منتجات أو بضائع أو خدمات متماثلة علامات تجارية واحدة ، طالما أن تلك المنتجات أو البضائع أو الخدمات لا تجتمع في مكان واحد وذلك حيث إن المشرع قصد حماية العلامة في جميع أنحاء الدولة الواحدة طالما أنه ركز تسجيل العلامات في مكان واحد فإن استخدام العلامة التجارية لا يقتصر على منطقة أو جزء من الدولة المسجل بها العلامة ، وإنما يشمل الدولة بكامل أقاليمها ، وبالرغم أن مبدأ إقليمية العلامات التجارية يعتبر من المبادئ التشريعية المستقرة في معظم القوانين الوضعية إلا أنه يرد عليه استثناءان : أولهما : أنه يجب الاعتداد بأحكام الاتفاقيات الدولية التي تكفل لرعايا الدول المتعاقدة حماية علاماتهم في بلد كل منهما ، وثانيهما : يجب ألا يكون هناك غش أو سوء نية من جانب التاجر في استعمال العلامة الأجنبية بقصد تضليل الجمهور (2) .

(ج) من حيث الزمان : يجوز لصاحب العلامة تجديد علامته ، فإذا لم يقم بذلك خلال المدة المقررة ، وهي ستة أشهر يصبح من حق المسجل شطبها من سجل العلامات التجارية ، ومن ثم لا تفقد العلامة صفة الجودة بل يكون من حق مالكيها وحدة القيام بإعادة تسجيلها خلال ثلاث سنوات من تاريخ شطبها ، وينتقل الحق في تسجيل العلامة على ذات المنتجات للغير بعد انقضاء تلك المدة ، كما أن العلامة لا تفقد صفة الجودة أيضاً وذلك حال شطبها المستند لحكم قضائي ترتبياً على الترك بعدم الاستعمال والذي حدده المشرع بمدة خمس سنوات متتالية (3) .

ويرى بعض الفقه جواز رفض تسجيل علامة تجارية مشابهة لعلامة سبق تسجيلها أو استعمالها عن منتجات غير متماثلة ، متى كان من شأن تسجيل العلامة واستعمالها الحط من قيمة وسمعة المنتجات التي تستعمل العلامة فعلاً لتمييزها ، مثال ذلك عدم جواز تسجيل علامة تستخدم لتمييز روائح عطرية كعلامة لتمييز مبيدات حشرية ، علماً بأنه من المقرر أن لمحكمة الموضوع سلطة تقديرية في أمر التشابه أو الاختلاف بين المنتجات (4) .

وتطبيقاً لذلك ذهبت محكمة القضاء الإداري إلى تقرير عدم ممانعة تسجيل علامة تجارية لأكثر من طالب تسجيل في فئات مختلفة ، وذلك فيما جاء بقولها : "إن سبق تسجيل علامة تجارية لمنتج أو لمجموعة من المنتجات يحول دون التسجيل في فئة أخرى ، فالعبرة في قبول تسجيل علامة متطابقة أو مماثلة لعلامة سبق تسجيلها باختلاف الفئة أو اتحادها (5) ، كما أن العلامة التجارية تتمتع بالحماية القانونية داخل إقليم الدولة بأكمله ، أي أنها تعتبر جديدة إذا لم يسبق استعمالها داخل إقليم الدولة بأكمله ، فإذا سبق استعمالها في جزء فقط من الإقليم كان ذلك كافياً لفقد عنصر الجودة ، كما أن استعمال العلامة التجارية خارج إقليم الدولة أي في إقليم أجنبي لا يفقدها عنصر الجودة عند استعمالها في الإقليم الوطني إلا إذا كانت العلامة التجارية الأجنبية مسجلة في ذات الإقليم ، وذلك يعد أثراً من آثار التسجيل الدولي للعلامة ، حيث تتمتع بحماية العلامة الوطنية وفقاً لما أقرته الاتفاقيات الدولية في هذا الشأن ، والتي سوف نتحدث عنها تفصيلاً في موقعها من البحث (6) .

(1) د. صلاح الدين زين الدين ، الملكية الصناعية والتجارية دار الثقافة للنشر والتوزيع عمان ، الطبعة الأولى ، ص 277 . ص 280 .

(2) د. صلاح الدين زين الدين ، المرجع السابق ، ص 282 .

(3) المادة (90 ، 91 ، 92) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002 .

(4) د. محمود سمير الشرقاوي ، القانون التجاري الجزء الأول 1978 ، دار النهضة العربية ، ص 534 .

(5) طعن رقم 436 لسنة 43 ق جلسة 1999/9/25 مشار إليه بقرار المفوضين 50/1 ق هوجوبوس .

(6) د. فايز نعيم رضوان ، مبادئ القانون التجاري الطبعة الثانية (2001/2000) ، دار النهضة العربية ، ص 411 .

ثالثاً : شرط مشروعية العلامة :

لا يكفي لتسجيل العلامة التجارية أن تكون مميزة وجديدة ، وإنما يشترط أيضاً أن تكون مشروعة ، وتقضي كافة التشريعات المتعلقة بالعلامات ، برفض تسجيل الشارات التي تكون مخالفة للآداب ، وعلى سبيل المثال الصور الداعرة وشعارات السلطات العامة أو الأحزاب السياسية المحظورة (1) .

وذلك الشرط من الشروط البديهية التي تتفق مع جميع الأعراف والقواعد القانونية المستقرة في هذا الشأن ، وقد نصت على ذلك كافة التشريعات الخاصة بالعلامات التجارية ، كما أكدت على ذلك الاتفاقيات الدولية المعنية بحماية العلامات، وقد تضمن التشريع المصري الحالي بياناً بالعلامات التي لا يجوز قبول تسجيلها بجمهورية مصر العربية ، ولا يجوز تسجيلها كعلامة تجارية أو كعنصر منها وهي على التفصيل التالي (2):

- 1- العلامة الخالية من أية صفة مميزة .
- 2- العلامات المخلة بالنظام العام أو الآداب العامة .
- 3- الشعارات العامة والإعلان وغيرها من الرموز الخاصة بالدولة أو الدول الأخرى أو المنظمات الإقليمية أو الدولية وكذلك أي تقليد لها .
- 4- العلامات المطابقة أو المشابهة للرموز ذات الصبغة الدينية .
- 5- رموز الصليب الأحمر أو الهلال الأحمر .
- 6- صور الغير أو شعاراته ما لم يوافق على استعمالها .
- 7- البيانات الخاصة بدرجات الشرف التي لا يثبت طالب التسجيل حصوله عليها .
- 8- العلامات والمؤشرات الجغرافية التي من شأنها أن تضلل الجمهور أو تحدث لبساً لديه أو التي تتضمن بيانات كاذبة .

المبحث الثاني

إجراءات تسجيل العلامات التجارية

من البديهي أن يتم تسجيل العلامة التجارية وفق سلسلة من الإجراءات يقوم بها كل من طالب التسجيل والمسجل على السواء ، وسنقوم بتحليل تفصيلي لعملية تسجيل العلامات التجارية في العراق مع الأخذ بنظر الاعتبار أية فروقات جوهرية مع القوانين المقارنة أينما وجدت تلك الفروقات ، مع أحكام اتفاقية مدريد حول التسجيل الدولي للعلامات التجارية.

أولاً : الأشخاص الذين لهم الحق في تسجيل العلامة التجارية :

من الملاحظ أن أغلب التشريعات الخاصة بالعلامات التجارية لم تحدد شروطاً معينة في الشخص الذي يحق له طلب تسجيل العلامة .

فأياً من القانون الفرنسي والانكليزي وكذلك الأردني والعراقي لم يحدد الأشخاص الذين لهم الحق في طلب تسجيل العلامة التجارية ، في حين نرى أن القانون المصري قد حدد هؤلاء الأشخاص في المادة (4) منه بقولها (للأشخاص الآتي ذكرهم حق تسجيل علاماتهم :

- 1- كل صاحب مصنع أو منتج أو تاجر مصري الجنسية .
- 2- كل صاحب مصنع أو منتج أو تاجر مقيم بمصر أو له فيها محل حقيقي.

(1) د. نبيل محمد حمد صبيح ، من قانون حماية الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002 . ص 34 ، 35 .

(2) المادة (67) من قانون حماية الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002 .

- 3- كل صاحب مصنع أو منتج أو تاجر ينتمي لبلاد تعامل مصر معاملة المثل أو يقيم فيها أو له فيها محل حقيقي .
- 4- الجمعيات أو جماعات أرباب الصناعة أو المنتجين أو التجار التي تكون مؤسسة في مصر أو في إحدى البلاد المذكورة آنفاً إذا كان ممكن اعتبارها متمتعة بالأهلية المدنية) .

أما وفق اتفاقية مدريد ، فقد حددت هذه الاتفاقية وفق المصطلحات التي عرفتھا ، أن مودع أو صاحب طلب التسجيل الدولي هو الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يقدم باسمه طلب التسجيل الدولي وفي تحديد مفهوم الشخص المعنوي ذكرت الاتفاقية أنه كل جماعة من الأشخاص الطبيعيين أو الأشخاص المعنوية التي يسمح لها التشريع الوطني الذي نشأت بمقتضاه بحيازة الحقوق وتحمل الالتزامات⁽¹⁾.

ومن خلال ما تقدم يتبين لنا أن من له حق تقديم طلب لتسجيل علامة تجارية هو كل شخص طبيعي أو معنوي استخدم أو يعتزم استخدام علامة لتمييز المنتجات التي يقوم بصنعها أو الاتجار بها أو العلامة التي يستخدمها لتمييز الخدمة التي يؤديها عن غيرها .

ومن المتفق عليه أنه كما يجوز أن يكون مقدم طلب التسجيل من رعايا الدولة المطلوب فيها التسجيل فهو يمكن أن يكون أجنبياً ، وفي هذه الحالة يشترط أن ينيب عنه وكيلاً مقيماً في تلك الدولة ويقدم طلب التسجيل على نموذج خاص يحدد بموجب القانون ويوقع من صاحب الشأن أو وكيله وهو عادة محامي (وكيل تسجيل)⁽²⁾ .

ثانياً : طلب التسجيل :

يقدم طلب من قبل أي من الأشخاص الذين تم ذكرهم سابقاً ، ويكون الطلب عادة بشكل استمارة مطبوعة خصيصاً لهذا الغرض ، ويجب أن يتضمن الطلب جميع البيانات التي حددها القانون ، وأن ترفق به كافة المستندات والوثائق المطلوبة . وبشكل عام ومن خلال استقراء نصوص القانون العراقي والقوانين المقارنة به⁽³⁾ يمكن أن نجمل البيانات التي يجب أن يشتمل عليها طلب التسجيل فيما يأتي :

- 1- اسم الطالب ولقبه ومهنته واسمه التجاري ، وإذا كان الطالب شركة فيذكر اسمها وعنوانها والغرض من تأسيسها .
- 2- جنسية الطالب ومحل إقامته .
- 3- نموذج للعلامة المطلوب تسجيلها ، كما أجاز المشرع الفرنسي أن يلحق بهذا النموذج شرح مختصر عن العلامة التجارية والمنتجات التي تميزها⁽⁴⁾ .
- 4- بيان البضائع أو المنتجات المطلوب تسجيل العلامة عنها مع ذكر رقم فئة المنتجات التي تتبعها .
- 5- الجهة التي يوجد فيها المحل التجاري أو مشروع الاستغلال الذي يستخدم العلامة أو يراد أن تستخدم في تمييز بضائعه أو منتجاته .
- 6- إذا كان الطلب مقدماً بواسطة وكيل فيذكر اسمه ولقبه وعنوانه .
- 7- المحل المختار الذي ترسل إليه المكاتبات والمستندات .

(1) القاعدة الأولى من اللائحة التنفيذية الملحق باتفاقية مدريد .

(2) مع ملاحظة نص الفقرة (ب) من المادة (4) من النظام الخاص الملحق بالقانون العراقي للعلامات التجارية (ان الطلبات العائدة لأشخاص مقيمين خارج العراق لا يجوز تقديمها إلا من قبل وكيل مزود بوكالة رسمية مخول بذلك) .

(3) الفقرة (3) من المادة (712) من القانون الفرنسي وتقابلها الفقرة (2) من المادة (32) من القانون الانكليزي، والمواد (3 ، 4 ، 5) من اللائحة التنفيذية الملحق بالقانون المصري والمادة (11) من القانون الأردني والمواد من (5 - 10) من النظام الملحق بالقانون العراقي للعلامات التجارية

(4) الفقرة (ب/3) من المادة (712) من اللائحة التنفيذية الملحق بالقانون الفرنسي .

8- توقيع صاحب الشأن أو من ينوب عنه وإذا كان شركة أو جمعية أو مؤسسة ذات شخصية معنوية فيوقع من قبل الشخص المخول بالتوقيع عليه .

9- كما تتفق القوانين على أن يرفق بطلب التسجيل عدة صور للعلامة ⁽¹⁾ ويجب أن تكون كل صورة مطابقة لرسم العلامة في استمارة طلب التسجيل علماً بأنه يحق للمسجل أن يطلب تبديل صورة أي علامة إذ لم تكن مبينة وواضحة بالدرجة التي يريتها ، كما له أن يطلب نموذج أي علامة يرى ضرورة الاطلاع عليها .

10- وتشتت القوانين أن يكون الطلب قاصراً على تسجيل علامة واحدة وإلا يشتمل على أكثر من صنف واحد من أصناف المنتجات المبينة في جدول البضائع والسلع الملحق القانون .

علماً بأنه يجوز أن يشتمل طلب التسجيل على أكثر من مادة واحدة في صنف واحد ⁽²⁾ .

وتجيز القوانين للمسجل أن يطلب أي مستندات أو وثائق أخرى يرى من الضروري تقديمها حسب ظروف كل حالة للتحقق من شخصية طالب التسجيل وصنعه أو أحقيته في استعمال العلامة أو جزء منها أو لبيان كيفية استخدامها ومدى انتشارها .

فمسجل العلامات التجارية العراقي يطلب في الوقت الحاضر وجود اسم تجاري مسجل في غرفة تجارة وصناعة بغداد - هوية من جهة رسمية - وكتاب من دائرة التقييس والسيطرة النوعية للتأكد من مطابقة المنتجات المراد تمييزها بالعلامة للمواصفات المعملية المطلوبة ، هذا بالنسبة للعلامة العراقية ، أما تسجيل علامة أجنبية في العراق فإنه يستثنى من شرطي الاسم التجاري والمواصفة المعملية ⁽³⁾ .

وبعد أن يقدم الطلب يكلف مقدم الطلب بدفع رسم التسجيل ورسوم نشر الطابع وفق ما هو محدد في القانون ⁽⁴⁾ . ويجب أن توجه جميع الكتب والطلبات إلى المسجل في دائرته وتكتب باللغة العربية وفي حالة تقديم مستند أو وثيقة بغير اللغة العربية يجب أن يرفق به ترجمة مصدقة باللغة العربية ⁽⁵⁾ . وتعد الكتب والطلبات هذه قد سلمت إلى المسجل اعتباراً من تاريخ تسجيلها في سجل الواردة .

أما بالنسبة لطلب التسجيل الدولي وفق اتفاقية مدريد فهو يجب أن يقدم على الاستمارة المنصوص عليها في اللائحة التنفيذية ، كما يجب أن يتضمن اسم المودع وعنوانه بالإضافة إلى كل البيانات ذات الصلة به وكذلك البلد المتعاقد - بلد المنشأ - وتاريخ ورقم تسجيل العلامة المعمول به في بلد المنشأ .

كما يجب أن يتضمن الطلب صورة مستنسخة بالأبيض والأسود والأبيض عن العلامة أو إشارة مؤداها أن العلامة جماعية إذا كانت كذلك ، والسلع والخدمات التي تنطبق عليها العلامة المطلوب حمايتها حسب التصنيف الدولي - تصنيف نيس - مع مقدار الرسم الأساسي وطريقة الدفع وتاريخ واسم الدفع .

(1) ونلاحظ أن القوانين قد تبين في عدد الصور المطلوبة ، فمثلاً في مصر أربع صور بينما في العراق يشترط القانون أن يرفق بطلب التسجيل عشرة صور للعلامة . نصت على ذلك المادة (8) من اللائحة الملحق القانون المصري والفقرة (ب) من المادة (6) من نظام العلامات الملحق القانون العراقي .

(2) وقد نص القانون العراقي في المادة (8) منه أنه (لغرض استيفاء الرسم في هذه الحالة تعد وكأنها مقدمة على طلبات منفردة ومستقلة بشأن البضائع الداخلة في كل صنف) .

(3) المحامي قحطان سليمان القيسي ، مصدر سابق ، ص 91 .

(4) فمن المقرر أن يلحق في كل دولة بالقانون الخاص بالعلامات التجارية ، جداول بالرسوم الخاصة بالتسجيل علماً أن مقدار الرسوم المحددة وفقاً للجدول الملحق بقانون العلامات التجارية العراقي النافذ قد تم تعديله عدة مرات حسب الظروف الاقتصادية والاجتماعية .

(5) نصت على ذلك المادة (10) من القانون العراقي ، وهذا ما هو متبع في كل الدول المقارنة إذ يحق للمسجل أن يطالب بترجمة أي وثائق أو مستندات إذا كانت مكتوبة بغير اللغة الرسمية للبلد .

كما يشترط أن يتضمن الطلب إعلاناً من الإدارة الوطنية لبلد المنشأ تثبت فيه أن كل البيانات المتعلقة بالعلامة وبصاحبها والواردة في طلب التسجيل الدولي تطابق بيانات السجل الوطني وكذلك البلدان التي تطلب لها الحماية .

ويجب أن يقدم طلب التسجيل الدولي في نسختين مؤرختين وموقعتين من الإدارة الوطنية للبلد المنشأ على الاستمارة التي يضعها المكتب الدولي مجاناً تحت تصرف الإدارة الوطنية (1) .

أما من حيث اللغة التي يقدم بها الطلب فهي اللغة الفرنسية وإذا تضمنت العلامة كتابة بغير اللغة الفرنسية ، فيجب أن ترفق بها ترجمة لهذه الكتابة باللغة الفرنسية (2) .

ثالثاً : فحص الطلب :

بعد أن يتم تقديم طلب التسجيل إلى المسجل في الدائرة المختصة يقوم المسجل بفحص الطلب (3) . فيؤكد أولاً من استيفائه الشروط الشكلية وهي - التأكد من تضمن طالب التسجيل البيانات التي نص عليها القانون والتي سبقت الإشارة إليها - والتأكد ثانياً من استيفائه الشروط الموضوعية - وهي توفر الشروط المطلوبة في العلامة المراد تسجيلها من حيث كونها ذات صفة مميزة وجديدة ومشروعة - فقد لاحظنا أن القوانين قد عدت حالات معينة لا يجوز تسجيل العلامة فيها على سبيل الحصر ، وبالتالي إذا كانت العلامة التي قدم إلى المسجل طلب بتسجيلها تتضمن إحدى العلامات التي حظر القانون تسجيلها ، فعلى المسجل أن يرفض الطلب المقدم له لعدم استيفائه الشروط الموضوعية .

ومن المفيد أن نذكر أن هناك ثلاثة أنظمة عالمية في فحص طلب تسجيل العلامات هي :

النظام الأول :

يعتمد أن يكون للإدارة المختصة فحص الطلب للتأكد من استيفائه الشروط الشكلية ، ولا يجوز للإدارة بموجب هذا النظام رفض الطلب حتى لو كانت العلامة مشابهة لعلامة أخرى ، ويكون لصاحب المصلحة حق الاعتراض أمام المسجل ، وللإدارة حق الفصل في المعارضة وقرارها قابل للطعن أمام القضاء .

النظام الثاني :

وبموجبه يكون للإدارة المختصة الحق في فحص الطلب من حيث توفر الشروط الشكلية فقط ولا يحق للإدارة النظر في الاعتراضات المقدمة من صاحب المصلحة وإنما للأخير حق اللجوء إلى القضاء لرفع دعوى إلغاء تسجيل العلامة أمام المحكمة المختصة .

النظام الثالث :

يكون للإدارة حق فحص الطلب من حيث استيفائها للشروط الشكلية مع الاحتفاظ بحقها في الاعتراض على الطلب الذي ترى فيه اعتداء على حق الغير أو على النظام العام أو الآداب ، ووفقاً لهذا النظام يعطي الحق للإدارة - المسجل - في رفض التسجيل إذا توفرت إحدى هذه الأسباب ، ويجوز لذوي المصلحة أيضاً تقديم اعتراض على طلب التسجيل أمام المسجل نفسه أو أمام المحكمة المختصة حسب نص القانون (4) .

(1) الفقرتان الأولى والثانية من المادة (8) من اللائحة التنفيذية الملحقة باتفاقية مدريد .

(2) الفقرة الثالثة من المادة (8) من الاتفاقية .

(3) نصت على هذا الاجراء الفقرة (10) من المادة (712) من اللائحة الملحقة بالقانون الفرنسي ، وتقابلها المادة (37) من القانون الانكليزي ، والمادة

(11) من اللائحة الملحقة بالقانون المصري ، والمادة (11) من القانون الأردني والمادة (11) من النظام الخاص الملحق بالقانون العراقي .

(4) د. سميرة القليوبي ، الملكية الصناعية، الطبعة الثالثة، دار النهضة العربية، 2003 م . ص 305 - 306 .

ويعد النظام الأخير نظاماً وسطاً بين النظامين السابقين ، وقد أخذت به معظم التشريعات الحديثة في المجموعة الأوروبية وكذلك أخذت به كل من مصر والأردن والعراق .

وبعد أن يتم الفحص من قبل المسجل أو إتمام ما يسمى بالتفتيش في القانون العراقي ، يصدر المسجل قراره إما بقبول الطلب قبولاً مطلقاً بدون أي قيد أو شرط، أو قبول الطلب قبول مقيد بشرط معين ، أو برفض طلب التسجيل إذا وجد سبب للرفض . وعلى المسجل بعد إصدار قراره إبلاغ هذا القرار إلى طالب التسجيل خلال مدة يحددها القانون وبعد ذلك تستكمل إجراءات التسجيل كالآتي :

1- إذا كان قرار المسجل بقبول طلب التسجيل قبولاً مطلقاً ، فعندها ينشر قرار المسجل بقبول طلب التسجيل في الجريدة الرسمية ، كما سيأتي تفصيل ذلك .

2- أما إذا كان قرار المسجل بقبول طلب التسجيل قبولاً مقيداً بتعليمات معينة حول تعديل شكل العلامة أو أي شروط أخرى يرى المسجل ضرورتها ، فعندئذ على المسجل إبلاغ طالب التسجيل بهذه التعديلات وإذا لم يستلم ما يفيد موافقة الأخير على التعديلات أو الشروط ولم يبد رغبتة في إكمال التسجيل فللمسجل عد الطلب ملغياً.

3- وفي حالة ما إذا كان قرار المسجل رفض طلب التسجيل ، فيحق لطالب التسجيل أن يطعن في قرار المسجل لدى المحكمة المختصة وهذا ما هو متبع في العراق والقوانين المقارنة .

فقد أجاز المشرع الفرنسي للمسجل - وهو رئيس المعهد الوطني للملكية الصناعية - أن يرفض تسجيل أي علامة لعدم توفر الشروط الشكلية أو لعدم دفع الرسوم أو لمخالفتها للنظام العام أو الآداب أو لأنها لا تتمتع بصفة مميزة وقراره بالرفض قابل للطعن أمام محكمة الاستئناف ومن ثم محكمة النقض⁽¹⁾ .

وكذلك أجاز المشرع الانكليزي الاعتراض على قرار المسجل برفض طلب التسجيل لدى المسجل نفسه بشرط أن يقدم الاعتراض مكتوباً من قبل طالب التسجيل⁽²⁾.

كما أجاز القانون المصري للعلامات التجارية التظلم من قرار الإدارة - المسجل - برفض طلب التسجيل ويجب أن يقدم المتظلم طلبه خلال 30 يوم من تاريخ إخطاره بقرار الرفض . ويقدم التظلم إلى لجنة خاصة تشكل لهذا الغرض بقرار من الوزير المختص . ويلاحظ أن قرار اللجنة يكون نهائياً إلا في حالة واحدة وهي تأييد اللجنة لقرار الإدارة برفض التسجيل ، ففي هذه الحالة يجوز لطالب التسجيل بناءً على حكم قضائي حائز قوة الشيء المقضي به أن يسجل علامته⁽³⁾ .

وقد أخذ المشرع الأردني بالاتجاهات السابقة نفسها ، إذ أجاز للمسجل مع مراعاة أحكام القانون أن يرفض أي طلب للتسجيل أو أن يقبله بتمامه من دون قيد أو شرط أو أن يعلن قبوله إياه بموجب شروط أو تعديلات أو تحويلات في طريقة استعمال العلامة ، وإذا رفض المسجل تسجيل علامة تجارية فيجوز أن يستأنف قراره لدى محكمة العدل العليا . كما يجوز للمسجل أو لمحكمة العدل العليا في أي وقت تصحيح أي خطأ وقع في الطلب أو فيما يتعلق به سواء أكان ذلك قبل قبول الطلب أم بعده أو تكليف الطالب تعديل طلبه على أساس شروط يعينها المسجل أو محكمة العدل العليا⁽⁴⁾ .

(1) الفقرة (14) من المادة (712) من اللائحة الملحقه بالقانون الفرنسي .

ومما تجدر الإشارة إليه أن شروط تقديم طلب التسجيل ومحتواه محددة في فرنسا بموجب قرار من وزير الملكية الصناعية (المكلف بالملكية الصناعية) لاسميا فيما يتعلق بطلب التسجيل المنصوص عليه في الفقرة (3) من المادة (712) من اللائحة .

(2) الفقرتان (2 ، 3) من المادة (38) من القانون الانكليزي .

(3) المادة (14) من اللائحة الملحقه بالقانون المصري .

(4) المادة (11) من القانون الأردني .

وكذلك أعطى المشرع العراقي في المادة العاشرة الحق لطالب التسجيل أن يطعن في قرار المسجل لدى محكمة البداية خلال 30 يوماً من تاريخ التبليغ به وليس من تاريخ صدوره (1) .

وبعد حصول الاعتراض يكون القرار أما بتأييد رفض الطلب ورد الاعتراض وعندها يعد الطلب ملغياً ، أو يكون القرار برفض قرار المسجل وقبول طلب التسجيل .

من خلال ما تقدم يتضح أن القانون العراقي والقوانين المقارنة به قد أخذت بالنظام الثالث لفحص الطلبات ، والحقيقة ، أن هذا النظام يعد أفضل من النظامين الآخرين ، إذ أنه يتيح للإدارة المختصة بالتسجيل فحص الطلب ولها صلاحية رفضه في حالة ، ما إذا كانت العلامة غير مشروعة قانوناً ، وفي الوقت نفسه لم يترك للمسجل هذه الصلاحية دون رقابة إذ أجاز الطعن في قرار المسجل قضائياً أمام المحاكم المختصة لضمان عدم الخطأ وتحقيق العدالة .

ولذلك فقد أخذت به التشريعات الحديثة في المجموعة الأوروبية مثل إنكلترا وفرنسا كما بينا إذ يبدو أنه الاتجاه الحديث الذي أخذ به قانون المجموعة الأوروبية للعلامات التجارية الصادر بتاريخ 1 نيسان 1996 لمرونته وسهولة إجراءاته وقلة كلفتها . أما بالنسبة لاتفاقية مدريد فإن طالب التسجيل بعد أن يقدم طلباً إلى المكتب الدولي مستوفياً كافة البيانات التي ذكرناها سابقاً ، فإن هذا الطلب لا يخضع لفحص وإنما على المكتب الدولي أن يباشر بتسجيل العلامة الدولية فوراً (2) .

رابعا : شهر قبول طلب التسجيل :

إذا قبل طلب التسجيل ، سواء أكان القبول مطلقاً أم مقيداً ووافق الطالب على التعديلات التي اشترطها المسجل ، أو صدر قرار من المحكمة بقبول الطلب الذي سبق وأن رفضه المسجل – وبلغ المسجل طالب التسجيل بذلك ، فعلى المسجل نشر إعلان عن هذا القبول ، وذلك بنشره في الجريدة الرسمية المخصصة بذلك .

وتتفق القوانين (3) على هذه الإجراءات بنشر طلب التسجيل وذلك لغرض فتح المجال أمام أي صاحب مصلحة للاعتراض على قبول الطلب، إذ أن النشر هو الطريقة الوحيدة لتعريف ذي المصلحة بوجود النية لتسجيل علامة تجارية قد يكون في تسجيلها إضرار بالغير ، ولهذا عن طريق النشر سيتمكنون من الاعتراض على تسجيلها .

ونص القانون العراقي على هذا الإجراء في المادة (11) أنه (على المسجل في حالة قبول عين العلامة مبدئياً ، الإعلان عنها في ثلاثة أعداد متتالية في نشرة مديرية التجارة العامة) (4) .

(1) المادة (10) معدلة بموجب التعديل رقم (214) لسنة 1968 فقد نصت المادة الثانية منه (تحتذف المادة العاشرة من قانون العلامات التجارية رقم (21) لسنة 1957 ويحل محلها ما يلي : المادة العاشرة : تكون القرارات التي يصدرها المسجل – ما عدا ما نص عليه في الفقرة (3) من المادة الرابعة والعشرين من هذا القانون . قابلة للاعتراض لدى المحكمة خلال ثلاثين يوماً من تاريخ التبليغ بها وليس من تاريخ صدوره) .

(2) الفقرة (4) من المادة (3) من الاتفاقية .

(3) نصت على ذلك الفقرة (8) من المادة (712) من اللائحة الملحقة بالقانون الفرنسي وأضافت هذه المادة (أن يذكر في النشرة إمكانية أي شخص صاحب مصلحة أن يقدم اعتراضاً على طلب التسجيل خلال شهرين من تاريخ نشره) . كما نصت على نشر قبول طلب التسجيل الفقرة (1) من المادة (38) من القانون الانكليزي والمادة (12) من اللائحة الملحقة به ، وتقابلها المادة (12) من قانون العلامات التجارية المصري وكذلك المادة (13) من القانون الأردني .

(4) ومن خلال زيارة الباحثة لاتحاد الصناعات العراقي (قسم العلامات التجارية) تبين أن هناك حالياً نشرة خاصة بالعلامات التجارية يتم نشر كل ما يتعلق بالعلامات التجارية فيها ، ومن الملاحظ أن عدد العلامات المسجلة والتي تم نشرها بموجب آخر نشرة تم الاطلاع عليها بتاريخ 1997/9/15 قد بلغ 35953 علامة عراقية وأجنبية .

ويكون هذا الإعلان على نفقة صاحب الطلب على أن لا تقل المدة بين إعلان وآخر عن ستة أيام ويكلف مقدم الطلب لغرض الإعلان بتقديم كتيشة مطبعية للعلامة بالحجم والشكل اللذين يقرهما المسجل من حين لآخر أو ما يطلبه المسجل من معلومات أو وسائل نشر أخرى تتعلق بالإعلان عن العلامة والطلب⁽¹⁾ .

ولا يتم وفقاً لاتفاقية مدريد شهر قبول طلب التسجيل من قبل المكتب الدولي وإنما الذي يشهر هو التسجيل الكامل للعلامة .

خامساً : الاعتراض على طلب التسجيل :

بعد نشر طلب تسجيل العلامة في النشرة المخصصة لذلك ، أجاز القانون العراقي والقوانين المقارنة به لأي صاحب مصلحة أن يقدم اعتراضاً على هذا الطلب وخلال فترة معينة يحددها القانون ولغرض التعرف على طريقة الاعتراض والجهة التي يقدم لها سنتابع ذلك وفق التفصيل الآتي :

أجاز القانون الفرنسي أن يقدم طلب الاعتراض على طلب التسجيل خلال شهرين من تاريخ نشره⁽²⁾ .

وقد استحدث القانون الفرنسي الجديد رقم (7 - 91) لسنة 1991 والمعروف الآن بمجموعة قوانين الملكية الفكرية الفرنسية بموجب تعديل سنة (1992) استحدث إجراءات الاعتراض هذه إذ أنه بموجب القانون الملغي لسنة (1964) لم يكن من حق إدارة التسجيل رفض طلب التسجيل سواء أكان الرفض تلقائي أم بطلب ولكن بموجب القانون الجديد أصبح بإمكان إدارة التسجيل (المعهد الوطني للملكية الصناعية)

ترفض طلب التسجيل بناء على اعتراض مقدم أما من مالك علامة مسجلة سابقاً أو المستفيدين من تاريخ أسبقية أو من قبل مالك علامة مشهورة⁽³⁾ .

كذلك أجاز القانون الانكليزي لأطراف العلاقة في غضون ثلاثة أشهر أن يسجلوا اعتراضاتهم على التسجيل ويقدموها إلى المسجل ، وهذه الاعتراضات تظهر إما لوجود علامة سابقة على سلع أو خدمات مشابهة أو عن علامة مشهورة⁽⁴⁾ . وفي مصر يجوز لصاحب الشأن أن يقدم للإدارة اعتراضاً خلال 3 أشهر من تاريخ الإعلان ويكون قرار الإدارة المصرية بقبول المعارضة في التسجيل أو رفضها قابلاً للطعن فيه أمام المحكمة الابتدائية خلال 10 أيام من تاريخ أخطار الإدارة لصاحب الشأن به وتخطر الإدارة الطرفين بالقرار الذي تصدره في المعارضة في ميعاد ثلاثة أيام من تاريخ صدوره⁽⁵⁾ .

وأجاز القانون الأردني لصاحب الشأن أن يعترض على طلب التسجيل لدى المسجل خلال 3 أشهر من تاريخ النشر . ويجوز استئناف القرار الصادر عن المسجل لدى محكمة العدل العليا في الأردن ويقدم الاستئناف خلال 20 يوماً من تاريخ قرار المسجل وعند النظر في الاستئناف تسمع المحكمة الأطراف والمسجل إذا اقتضى الأمر ذلك وتصدر قراراً تبين فيه ما إذا كان من المقتضى السماح بالتسجيل والشروط التي يجب مراعاتها فيه⁽⁶⁾ .

أما في العراق فسنبين طريقة الاعتراض بشيء من التفصيل :

(1) المادتان (15 و 16) من النظام الملحق بالقانون العراقي .

(2) الفقرة (4) من المادة (713) من القانون الفرنسي .

(3) Claude Rodhain – Nouvelle Loi Sur Les Marques De Fabrique, De Commerce Ou De Services – Doctrine – Gazette Du Palais – (2 sem) – 1991, p. 501 .

(4) الفقرتان (2 ، 3) من المادة (38) من القانون الانكليزي .

(5) المادة (12) من القانون المصري والمادة (17) من اللائحة الملحقه به .

(6) الفقرات (5 ، 6 ، 7) من المادة (14) من القانون الأردني .

يقدم الاعتراض من قبل صاحب الشأن خلال ثلاثة أشهر من تاريخ الإعلان الأخير بشكل أخطار كتابي إلى المسجل⁽¹⁾ . ويقدم الاعتراض بنسختين تذكر فيه الأسباب التي يستند إليها طالب الاعتراض ، وإذا كان يستند إلى أن العلامة المعترض عليها تشابه علامة أو علامات مسجلة ، وجب على المعترض أن يذكر في الاعتراض المقدم أرقام تلك العلامات وإعداد النشرة أو الجريدة التي نشرت فيها ، وعلى المسجل أن يبلغ طالب التسجيل بهذا الاعتراض بإرسال النسخة الثانية منه إلى الأخير . وإذا رغب طالب التسجيل بعد تسلم الاعتراض أن يرد عليه فيجب أن يقدم للدائرة المختصة خلال 30 يوماً رداً تحريراً يذكر الأسباب التي استند إليها فيه وترسل نسخة منه إلى المعترض ، وإذا لم يستلم المسجل الرد خلال المدة المذكورة عد الطالب متنازلاً عن طلبه⁽²⁾ .

وعلى المعترض أن يقدم للمسجل خلال 30 يوماً من تاريخ اعتراضه البيانات التي يستند إليها في اعتراضه وبالمقابل على الطالب أن يقدم خلال 30 يوماً من تاريخ تبليغه بالبيانات التي قدمها المعترض أن يقدم للمسجل البيانات التي تؤيد طلبه وترسل للمعترض نسخة منها⁽³⁾ .

وبعد أن ينتهي المسجل من النظر في البيانات المقدمة إليه من كلا الطرفين ، له أن يعين موعداً لسماع القضية إذا طلب منه ذلك أحد الطرفين أو كلاهما على أن يشعره بذلك قبل ثلاثة أيام على الأقل⁽⁴⁾ .

ثم يصدر المسجل قراره في الاعتراض أما بقبول التسجيل أو رفضه ، فإذا قبل التسجيل ورد الاعتراض فيجوز له أن يقرر ما يراه لازماً ضمن القيود ، ويكون قرار التسجيل في الاعتراض قابلاً للطعن به استئنافاً لدى محكمة البداية المختصة خلال 30 يوماً من تاريخ التبليغ به⁽⁵⁾ .

وإذا كان لدى المسجل ما يحمله على الاعتقاد أن الاعتراض لم يكن جدياً جاز له رغم وقوعه أن يصدر قراراً مسبباً بالسير في إجراءات التسجيل⁽⁶⁾ .

أما إذا كان قراره بتأييد الاعتراض ورفض التسجيل فإنه يكون قابلاً للطعن به استئنافاً لدى محكمة البداية من قبل طالب التسجيل فإذا صدر حكم قضائي حائز قوة الشيء المقضي به برفض التسجيل ، فلا يجوز الاستمرار في إجراءات التسجيل ويرفض الطلب نهائياً .

أما إذا لم يقدم الاعتراض خلال مدة ثلاثة أشهر من تاريخ النشر ، فلا يكون أمام صاحب المصلحة سوى الاعتراض على تسجيل العلامة أمام المحكمة المختصة - البداية - خلال خمسة سنوات تبدأ من تاريخ إكمال التسجيل ، أما بعد مرور هذه المدة فلا يحق لأي شخص الطعن في تسجيل العلامة لأن ملكيتها هنا تكون قاطعة لا يجوز المنازعة فيها⁽⁷⁾

(1) الفقرتان (2 ، 3) من المادة (11) من القانون العراقي ، وقضي " أن عبارة (صاحب الشأن) الوارد ذكرها في المادة (11) من قانون العلامات والبيانات التجارية رقم (21) لسنة 1957 تعني (صاحب العلامة) و(صاحب المصلحة) لأن كل ذي مصلحة هو ذو شأن . وبناء عليه يحق لصاحب المصلحة الاعتراض على تسجيل علامة تجارية لأنها تدعو إلى الالتباس مع علامته التي يستعملها من السابق ولو كانت علامته غير مسجلة ، طالما هو صاحب الشأن " . القرار رقم 1430 / مدنية ثانية / 1971 بتاريخ 1972/2/7 ، النشرة القضائية - العدد الأول - السنة الثالثة ، مطبعة الإدارة المحلية ، بغداد ، 1973 ، ص 278 .

(2) المادتان (17 ، 18) من النظام الملحق بالقانون العراقي .

(3) المادتان (19 ، 20) من النظام الملحق بالقانون العراقي .

(4) الفقرة (1) من المادة (12) من القانون العراقي .

(5) الفقرة (2) من المادة (12) من القانون العراقي ، والمادة (10) منه .

(6) الفقرة (3) من المادة (12) من القانون العراقي .

(7) الفقرة (3) من المادة (714) من القانون الفرنسي والفقرة (1) من المادة (18) من القانون الانكليزي والمادة (3) من القانون المصري والفقرة (5) من المادة (25) من القانون الأردني والمادة (3) من القانون العراقي .

سادسا : شهر العلامة :

إذا انتهت مدة النشر ولم يعترض أحد على طلب تسجيل العلامة ، أو صدر قرار من المسجل برفض الاعتراض المقدم إليه ، أو صدر حكم قضائي برفض الطعن في قرار المسجل ، يجب على الدائرة المختصة بالتسجيل أن تقوم بتسجيل العلامة في سجل العلامات التجارية المعد لهذا الغرض في الدائرة وهذا ما يطلق عليه بإجراء شهر العلامة ⁽¹⁾ .

ويعطى لمن سجلت باسمه العلامة بمجرد إتمام تسجيلها شهادة تشتمل على البيانات الهامة مثل اسم صاحب العلامة ولقبه وجنسيته وعنوانه ، ورقم العلامة المتتابع في السجل ، وتاريخ الطلب وتاريخ تسجيله، وبيان المنتجات الخاصة بتلك العلامة ، ثم نشر العلامة في الجريدة الرسمية ⁽²⁾ .

كما ينص القانون العراقي على أنه إذا لم يتم تسجيل العلامة خلال ستة أشهر من تاريخ تقديم الطلب بسبب تقصير من طالب التسجيل فيجوز للمسجل عندها أن يخطر الأول بأنه سيعد متنازلاً عن طلبه إذا لم يقدم بإكمال التسجيل خلال المدة التي يحددها المسجل ⁽³⁾ .

ومن الضرورة بمكان أن نشير إلى أنه يكون للتسجيل أثر رجعي من تاريخ تقديم طلب التسجيل ⁽⁴⁾ .

أما بالنسبة لاتفاقية مدريد فإن على المكتب الدولي أن يقوم بالتسجيل فور تسلمه لطلب التسجيل ، ويذكر في التسجيل تاريخ طلب التسجيل الدولي في بلد المنشأ، شرط أن يكون قد تسلم الطلب خلال شهرين اعتباراً من ذلك التاريخ .

وعلى المكتب أن يقوم بنشر العلامات المسجلة في إحدى نشراته الدورية تبعاً لواقع البيانات الواردة في طلب التسجيل . ومن أجل الإشهار في البلدان المتعاقدة عن العلامات المسجلة ، تتسلم كل إدارة من المكتب الدولي عدداً من نسخ النشرة السالفة الذكر دون مقابل ، وعدداً آخر بثمن مخفض وفق ما تنص عليه اللائحة التنفيذية . ويعد هذا الإشهار كافياً تماماً في جميع البلدان المتعاقدة ، ولا يطالب المودع بأي إشهار آخر ⁽⁵⁾ .

وبعد أن يتم إشهار العلامة في البلدان المتعاقدة فقد أعطت هذه الاتفاقية الحق للإدارات الوطنية التي يخطرها المكتب الدولي بتسجيل علامة أو بطلب تجديد الحماية - أن تصرح بأنه لا يجوز منح الحماية لهذه العلامة في أراضي البلدان التي تسمح تشريعاتها بذلك ، وعلى الإدارات التي ترغب في ممارسة هذا الحق أن تخطر المكتب الدولي بالرفض مع بيان الأسباب التي أدت إليه خلال المدة المنصوص عليها في تشريعها الوطني ، وقبل انقضاء سنة على الأكثر من تاريخ التسجيل الدولي للعلامة أو تاريخ طلب تحديد الحماية ، فإذا لم يقدم طلب الرفض خلال هذه السنة فقدت الإدارة حقها بالرفض .

عندئذ على المكتب الدولي أن يرفع على الفور صورة عن الأخطار بالرفض إلى الإدارة المختصة في بلد المنشأ ، وإلى صاحب العلامة أو وكيله إذا كانت الإدارة المذكورة قد أخطرت المكتب الدولي باسمه . ويحق لصاحب الشأن اللجوء إلى طرق الطعن ذاتها كما لو كان قد أودع العلامة بنفسه مباشرة في البلد الذي رفضت فيه الحماية .

(1) نصت على هذا الإجراء الفقرة (23) من المادة (712) من اللائحة الملحقه بالقانون الفرنسي والفقرة (4) من المادة (40) من القانون الانكليزي ، والمادة (22) من اللائحة الملحقه بالقانون المصري .

(2) وهذه الجريدة في العراق هي نشرة العلامات التجارية التي يصدرها اتحاد الصناعات العراقية كما سبق وذكرنا .

(3) المادة (16) من القانون العراقي . وهذه المدة حددتها المادة (16) من القانون الأردني بـ 12 شهر من تاريخ تقديم الطلب .

(4) الفقرة (1) من المادة (712) من القانون الفرنسي ، والفقرة (3) من المادة (40) من القانون الانكليزي وتقابلها المادة (15) من القانون المصري ، والفقرة (1) من المادة (15) من القانون الأردني والمادة (14) من القانون العراقي .

(5) الفقرتين (4 ، 5) من المادة الثالثة من الاتفاقية .

ولا تجيز الاتفاقية للسلطات المختصة النطق بإبطال أي علامة دولية دون أن يكون صاحب العلامة قد تمكن من اتخاذ التدابير اللازمة للدفاع عن حقوقه في الوقت المناسب ويبلغ قرار الإبطال للمكتب الدولي⁽¹⁾.

وفي حالة رفع أي دعوى أمام القضاء ينبغي على إدارة بلد المنشأ أن ترسل إلى المكتب الدولي أما تلقائياً أو بناء على طلب المدعي صورة عن عريضة رفع الدعوى إلى القضاء أو أية وثيقة أخرى تثبت رفع الدعوى ، وكذلك صورة عن الحكم النهائي ، وينبغي للمكتب الدولي أن يقيّد ذلك في السجل الدولي⁽²⁾ .

المبحث الثالث

اشكال العلامات التجارية والعلامات المتشابهة

للعلامات التجارية حيث جاءت المادة (36) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية العديد من الصور والأشكال ، والتي وردت على سبيل المثال وليس الحصر ، حيث جاء بالنص عبارة (وتشمل على وجه الخصوص)، والملاحظ أن ما جاء في نص المادة قد أضاف الكثير للتعريف الذي كان واردا بموجب المادة الأولى من القانون الملغى 1939\57، حيث أشارت إلى بعض الأمثلة لأشكال العلامة التجارية؛ فذكرت الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً والإمضاءات والكلمات، والحرف ، والأرقام والرسوم ، والرموز وعناوين المحال ، والدمغات، والاختام، والتصاویر، والنقوش البارزة ، وأي علامة أخرى ، أو أي مجموع منها ، وفيما يلي سوف نستعرض أهم هذه الصور والأشكال⁽³⁾.

1- الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً والإمضاءات :

قد تأتي العلامة في هيئة اسم من الأسماء ، ويقصد بذلك أسماء الصناعات أو التجار أو مقدمي الخدمات أو أسماء منشآتهم أو أسماء الجهات الموجودة بها هذه المنشآت ، ومن أمثلة العلامات التي تتكون من الاسم التجاري للمنشأة والمشهورة عالمياً 'علامة نستل (Nestle) ، وعلامة (McDonalds) وحتى يمكن اعتبار تلك الأسماء علامات تجارية ، لا بد أن تتخذ تلك الأسماء شكلاً مميزاً ، وذلك بحيث يكون قد تمت بطريقة هندسية معينة أو يكون مكتوباً داخل إطار فني أو مكتوب بشكل زخرفي معين أو يستعمل في تكوين حروفه مجموعة من الألوان التي تعطي شكلاً مميزاً⁽⁴⁾ ، ومن أمثلة العلامات التجارية المتخذة من اسم التاجر أو الصانع شكلاً مميزاً علامة (فورد) في صناعة السيارات ، و(سنجر) الفرنسية لماكينات الحياكة و(الشبراويشي) في إنتاج العطور ، ومن أمثلة العلامات التي تتخذ من اسم مقدم الخدمة ، علامة

(مصر للطيران) في مجال النقل الجوي ، وقد تتخذ العلامة من تسمية مبتكرة مثل مشروب (كوكاكولا) أو صابون (بالموليف) كما أن العلامة قد تتكون من مجموعة كلمات لا ارتباط لها بطبيعة السلعة التي تميزها ، ويكون الغرض منها لفت نظر المستهلك ، مثال (Bright-Sun) لتمييز مستحضرات تجميل لإكساب البشرة اللون البرونزي ، وقد ترتبط العلامة بشكل السلعة أو بمدلولها اللفظي ، مثل علامة (Bug) ومعناها الخنفس وذلك لتمييز سيارات فولكس فاجن الألمانية ، كما يتبين مما سبق أن الأسماء الشخصية المجردة من أي تمييز لا تعتبر علامة صناعية أو تجارية وذلك للتشابه الذي قد يحدث من جراء استخدام تلك الأسماء التي قد تتشابه بطبيعة الحال ، كذلك لا يجوز استعمال الألفاظ العادية التي يعتاد الناس التعامل بها ، الأمر الذي قد يمنع الغير من استخدام تلك الألفاظ المعتادة ، كنتيجة طبيعية لما يتمتع به صاحب العلامة من حق استثنائي ، وهذا غير

(1) نصت على الأحكام الخاصة برفض الإدارات الوطنية للحماية المادة (5) من الاتفاقية .

(2) الفقرة (4) من المادة (6) من الاتفاقية .

(3): د. حسام الدين الصغير ، الجديد في العلامات التجارية في ضوء قانون حماية حقوق الملكية الفكرية الجديد واتفاقية الترس ، الناشر : دار الفكر الجامعي 2004، ص 19 .

(4) : نقض مدني جلسة 1959/12/20 ، مجموعة أحكام النقض 10 ص 763 حيث اعتبرت المحكمة أن كتابة الاسم في دائرة أو مربع أو بالخط الكوفي أو الفارسي أو الديواني يجعل منه شكلاً مميزاً .

مقبول قانوناً ، إلا أن مجموع تلك الأسماء قد يكون اسماً جديداً مميزاً ، وبالتالي يعتبر هذا المجموع علامة تجارية ، وقد حكمت محكمة السين الفرنسية بصحة العلامة (Baby-Soup) ، حيث إن الحماية جاءت على مجموع تلك الكلمات وليس لكل كلمة على حدة ، ويجوز أن يتخذ التاجر اسم غيره كعلامة مميزة لمنتجاته ، كأن يستخدم اسم زعيم مشهور أو قائد أو فيلسوف ، ويشترط لذلك استئذان صاحب الاسم أو ورثته ، وإلا كان من حقهم الرجوع عليه بالتعويض ، وقد تكون العلامة لقباً لأحد الأشخاص أو العائلات ، ومن ثم يصعب تسجيلها في بلاد متعددة، إلا أن العرف قد يقبلها في حالة أن تكون مميزة ، كما هو الحال في علامات (فورد - بيجو - لاكوست) ⁽¹⁾ . وحيث إن اسم التاجر قد يمثل اسماً تجارياً لمتجره ، وفي ذات الوقت يستخدم كعلامة تجارية نظراً لتمييزه ، فإنه بذلك يخضع للحماية التي يقرها قانون حماية حقوق الملكية الفكرية ، حيث يصبح الاعتداء على ذلك الاسم المستخدم كعلامة من الجرائم المعاقب عليها فضلاً عن الحماية التي يكفلها القانون رقم 1951/55 في شأن الأسماء التجارية وفي ذلك قضى نقضاً "أن الشارع أباح للتاجر أو الصانع ، أن يتخذ هذا الاسم في كتابته شكلاً مميزاً ، كما أباح له أيضاً إذا لم يرد اتخاذ اسمه كعلامة ، أن يتخذ أية كلمة من الكلمات ، ولأن الكلمة تختلف عن الاسم الشخصي ، فإن الأمر يقتضي أن تكون تلك الكلمة المستخدمة متضمنة تسمية مبتكرة أو متميزة ⁽²⁾ .

كما أنه لا يجوز استخدام اسم إقليم معين كعلامة مميزة ، حيث إن ذلك لا يمنع الغير من استخدامه خاصة في حالة اشتهاة الإقليم بصناعة معينة إلا في حالة أن يأتي اسم الإقليم مضافاً إلى العلامة التجارية ، إلا أن ذلك أيضاً لا يمنع الغير من استخدام اسم الإقليم ، أما الإمضاءات فما هي إلا كتابة اسم التاجر أو الصانع بطريقة خاصة ، ومن ثم يمكن اعتبارها علامة تجارية لتمييز المنتجات أو البضائع أو الخدمات متى توافر فيها الشكل المميز وعنصر الجودة ، ومن أمثلة هذه العلامات ، علامة (كريستيان ديور) للملابس ومنتجات التجميل وعلامة (ليبتون) للشاي ، وعلامة (فورد) للسيارات ⁽³⁾ .

وتجدر الإشارة إلى أن إمضاءات الشخصيات المشهورة أو صورها تأخذ حكم الأسماء في هذا الشأن إذ يجوز أن يتخذ منها علامة لتمييز المنتجات أو البضائع أو الخدمات ، متى وافق على ذلك صاحب الإمضاء أو الصورة فضلاً عن توفر الشروط المطلوبة لإسباغ الحماية عليها ، ومن أمثلة ذلك تسجيل توقيع الممثلة (مارلين مونرو) كعلامة تجارية في ظل قانون العلامات التجارية البريطاني لسنة 1938 ⁽⁴⁾ إلا أن حق تسجيل أسماء شخصية مشهورة كعلامات تجارية أصبحت موضع اعتراض وخلاف منذ قضية الاستئناف المقامة بين مؤسسة (ألفيس بريسلي برايزس)، وشركة (ألفيس يورز) ، حيث تم تأييد قرار المحكمة بشأن إسقاط تسجيل مجموعة متنوعة من أشكال اسم المطرب ألفيس بريسلي كعلامات تجارية ، وتقرر في إطار هذه القضية عدم قبول اسم الشخصية المشهورة ، كعلامة تجارية ما لم يتخذ الاسم شكلاً مميزاً ، وفي هذا الصدد نوه قاضي الاستئناف إلى أنه لا ينبغي أن يكون هناك افتراض مسبق بأنه يجوز فقط للشخصية المشهورة أو خلفائها في أي وقت تسويق تلك الشخصية المشهورة أو الترخيص بتسويقها ، فالاحتكارات لا ينبغي أن تنشأ بهذه السهولة ⁽⁵⁾ .

2- الحروف والأرقام :

(1) : محكمة السين الفرنسية جلسة فبراير ، سنة 1960 ، د. سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، الطبعة الخامسة 2005 ، ص 466 .

(2) طعن 121 لسنة 25 ق جلسة 1959/12/10 .

(3) د. سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، الطبعة الخامسة 2005 ، ص 466 .

(4) Charlotte Waelde, Commercialising The Personality of the late Diana princess of Maxwell, London, p. 214 .

د. محمد عبد الرحمن الشمري حماية العلامة التجارية في ظل اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (التريس) ، ص 70 .

(5) قضية : 567 R.P.C. 1999 Sid Shaw Elvisly Yous CA, Elvis Presley Enterprises Inc V. محمد عبد الرحمن الشمري،

المرجع السابق ، ص 70 .

يجوز أن تتكون العلامة التجارية من حروف أو أرقام سواء كانت الحروف تمثل الأحرف الأولى لصاحب العلامة أم كانت حروفاً لا تدل على اسم معين ، وذلك وفقاً لنص المادة (1/15) من اتفاقية التريس ، كما أجاز نص المادة (63) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002 أن تتخذ إحدى الكلمات المبتكرة كاسم تجاري مثل (كوكاكولا - بيبسي - لوكس) وغيرها ، وهناك العديد من الأمثلة لتلك العلامات : فمن العلامات التي تتخذ من بعض الحروف ما تتميز به علامة (BMW) التي تميز السيارات الألمانية ، و (GMC) و (JVC) ، والتي تميز الأدوات الكهربائية ، وقد تكون تلك الحروف معبرة عن الأحرف الأولى لاسم التاجر أو المنشأة مثل (SAS) ؛ للدلالة على خطوط الطيران الاسكندنافية، أو (KLM) ، للدلالة على خطوط الطيران الهولندية ، وقد لا تدل على شيء سوى تمييز ذلك المنتج أو السلعة ، ومن أمثلة العلامات التي تتخذ من الأرقام ما يميزها علامة (555) لتمييز الكولونيا ، كما قد تكون العلامة من الحروف والأرقام مجتمعة شرط أن تتوافر بها صفة التميز شأنها شأن الصور الأخرى للعلامة التجارية مثل علامة (7up) ؛ لتمييز نوع من المشروبات الغازية وعلامة (Brut33) وذلك لتمييز نوع من العطور ، وجدير بالذكر أن ذلك النوع من العلامات يعد من الأنواع المنتشرة كثيرة الاستخدام في المجال الصناعية والتجاري وذلك لسهولة نطقها مع وضوحها الشديد ⁽¹⁾ ، وفي حالة استعمال أحد التجار أو الصناع ذلك النوع من العلامات لتمييز بضائعه أو منتجاته لا يجوز لغيره أن يستخدمها ؛ منعاً لعدم حدوث تشابه أو خلط بين المنتجات وذلك في حالة أن تكون المنتجات متماثلة أو متشابهة ، أما في حالة السلع أو المنتجات غير المتماثلة ، فيمكن أن تستخدم نفس العلامة المكونة من الحروف أو الأرقام دون أن يمثل ذلك اعتداء على حق صاحب العلامة وتجدر الإشارة إلى أن الرقم وحده لا يجوز تسجيله كعلامة تجارية ، ما لم يعط للعلامة صفة مميزة .

وفي هذا الصدد قضت محكمة العدل العليا الأردنية : "أنه لا يجوز تسجيل الرقم كعلامة تجارية إذا كان هذا الرقم يؤلف بمفرده العلامة التجارية ، أما إذا كان هذا الرقم جزءاً من العلامة التجارية ، أو أنه أبرز في شكل خاص يعطي العلامة صفة التمييز والنقرد ، فلا يوجد في القانون ما يمنع تسجيل مثل تلك العلامة" ⁽²⁾ .

وفي هذا الشأن أيضاً ذهبت المحكمة العليا الألمانية إلى أن الرقم "1" يمكن أن يكون مميزاً للمنتجات وأن يسجل كعلامة وذلك حيث حكمت في قرار حديث بأن الرقم "1" يمكن أن يكون له قدرة على تمييز منتجات معينة كالسجائر ويسجل كعلامة تجارية ، وليس بالضرورة أن يدل على الكمية دائماً ، وبهذا قررت المحكمة المبدأ بأن هذا الرقم ، أو غيره من الأرقام ذات الخانة الواحدة أي الأرقام من 1 إلى 9 ، يمكن أن تكون عندما تستعمل بالنسبة لخدمات أو منتجات معينة ، دالة على الكمية وبالتالي لا يكون لها قدرة على التمييز ولا يصح استخدامها كعلامة ، وقد سبق لنفس المحكمة أن قررت بالفعل أن الرقم "1" لا يصح أن يستخدم كعلامة في معرض أداء بعض الخدمات الإذاعية ؛ لأنه بالنسبة لهذه الخدمات وطبيعتها محتمل أن يكون له دلالة على الكمية أو الرقم أو العدد . أما بخصوص المنتجات المعنية بهذه القضية وهي السجائر ، فلا يدل هذا الرقم على الكمية أو العدد ، بل قادر على تمييز المنتج كعلامة .

3- الرموز والصور والرسوم :

وقد تتخذ العلامة التجارية رمزاً معيناً ، سواء كان مستمداً من الطبيعة كأن يستخدم التاجر أو الصانع عنقود عنب ، أو غصن زيتون أو زهرة اللوتس لتمييز منتجاته ، وقد يستخدم شكل أحد الحيوانات أو العمارات أو السيارات ، كذلك قد يستخدم رسماً أو

(1) د. محمد عبد الرحمن الشمري ، حماية العلامة التجارية في ظل اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (التريس) ، ص 74 .

(2) قرار محكمة العدل العليا رقم 53/4 لسنة 1953 ، مشار إليه في مؤلف ربا طاهر قليوبي، حقوق الملكية الفكرية تشريعات وأحكام قضائية واتفاقيات دولية ومصطلحات قانونية ، الناشر مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان 1998 ، ص 124 .

صورة أشخاص كأحد البحارة أو صورة لبقرة ؛ لتمييز أحد منتجات الألبان ، أو صورة صياد أو غزال لتمييز نوع معين من أدوات الصيد إلا أنه في حالة استخدام صورة شخص ، فإنه يجب عليه أن يستأذن صاحب الصورة أو ورثته، ومن أحكام القضاء في هذا الصدد ما ذهبت إليه محكمة النقض من (جواز اتخاذ صورة كليوباترا أو تسجيلها كعلامة تجارية لتمييز المنتجات باعتبارها صورة تاريخية) ⁽¹⁾ ، وفي حالة أن تتمثل العلامة في أحد تلك الأشكال ، فإن الحماية تشمل الرمز أو الصورة أو الرسم ، وكذلك الألفاظ الموضحة بالرسم أو الصورة في حالة وجودها ، كما أنها تتمتع بالحماية المقررة للعلامات التجارية ، ومن ثم لا يجوز للغير استخدام تلك الرموز والصور والرسوم بذات الشكل المميز ⁽²⁾ .

ومن المقرر في قضاء المحكمة العليا الليبية إن العبرة في العلامة بما تتضمنه من عناصر شكلية مثل الرسوم وغيرها من الأشياء التي تخاطب حاسة النظر وتوحي إلى المستهلك بأنها علامة السلعة التي يرغبها ، وغالباً ماتكون العلامة مركبة من عدة عناصر ، بعض هذه العناصر سمعي وبعضها مرئي ومايقترن بها من رسوم ⁽³⁾ .

وقد قررت محكمة القاهرة التجارية أن صور الأشخاص التاريخية، يحق لأي فرد استعمالها كعلامة تجارية إلا أن الأسبق هو صاحب الحق الأول ، وله أن يمنع الغير من استعمال نفس الصورة لعدم حدوث خلط أو تشابه ، وقد أكدت محكمة النقض هذا المبدأ ، وأضافت أن تلك النقطة من المسائل الموضوعية التي تدخل في سلطة قاضي الموضوع دون معقب عليه من محكمة النقض ، وقد قضت محكمة الاستئناف المختلطة أن الرسم المكون من ثلاثة خطوط ذهبية مطبوعة على ورق السجائر يجوز اعتباره علامة تجارية قابلة للتسجيل بشرط أن يكون التكوين مميزاً ولاقتاً للنظر ⁽⁴⁾ .

الدمغات والأختام والنقوش :

والمقصود بالدمغات في هذا الشأن العلامات المحفورة ، ومثال ذلك الدمغات المحفورة على المواد الخشبية أما الأختام فيقصد بها العلامات التي تظهر على المواد المستعملة في غلق المعلبات أو زجاجات العطور ، أو الصناديق مثل الرصاص أو الشمع ، ولا تعتبر الدمغات والأختام شكلاً مستقلاً من أشكال العلامة إنما تتمثل العلامة في صورة الختم أو الدمغة ⁽⁵⁾ ، وقد تكون العلامة في شكل نقش ، ويقصد بها الرسوم أو الكلمات البارزة التي توضع على المنتجات أو المصنوعات ، ومثال ذلك وضع كلمة (Camay) بطريقة مضغوطة على قطعة الصابون أو بطريقة بارزة مثل وضع كلمة (Guess) على حقائب اليد للسيدات ، أو خطوط ملونة تنسج على قطع القماش ، وتلك الدمغات والأختام والنقوش تدخل ضمن الحماية المقررة للعلامات التجارية لما تتخذ من شكل مميز .

5- مجموعة الألوان المتخذة شكلاً خاصاً :

وقد تتخذ السلعة شكلاً أو لوناً معيناً ، كأن تتخذ شكلاً دائرياً أو مربعاً أو تتخذ لوناً معيناً ، وفي هذه الحالة يجب أن نأخذ في الاعتبار ألا يكون شكل السلعة من مستلزمات إنتاجها ، أي أنه يمكن إنتاجها في غير ذات الشكل المراد استخدامه كعلامة

(1) محكمة القاهرة التجارية المختلطة جلسة 1920/4/19 ، د. صلاح زين الدين ، المرجع السابق ، ص 264 .

(2) د. علي جمال الدين عوض ، التشريع الصناعي ، حقوق الملكية الصناعية والتنظيم الصناعي والتجاري ، القاهرة 1964 ، بند 155 ، ص 175 بدون ناشر .

(3) المحكمة العليا الليبية طعن 4/19 س 3 ، بتاريخ 1974/1/10م ، ص 47؛ وأنظر د. عافيه صالح مسعود ، التنظيم القانوني لحماية العلامة التجارية "دراسة مقارنة"، منشورات دار الوفاء للكتب القانونية، الإسكندرية، 2022م، ص 98.

(4) استئناف مختلط ، 16 فبراير سنة 1921 ب السنة 33 ، ص 181 ، د. رجائي الدقي ومختار سعد، العلامات التجارية ودورها في حماية المنتج والمستهلك ، ص 23 ، 24 .

(5) السيد عبد الوهاب عرفة ، الموسوعة العلمية في حماية حقوق الملكية الفكرية ، الناشر / المكتب الفني للموسوعات القانونية الاسكندرية ، الجزء الأول ، طبعة 2007 . ص 95 .

تجارية ، وإذا كان الشكل من مستلزمات انتاج السلعة ، فلا يجوز اتخاذه علامة تجارية ؛ لأن ذلك يعني احتكار صاحبها للشكل وحرمان الآخرين من إنتاج السلعة ، وهذا أمر غير جائز ، ويتنافى مع مبدأ حرية المنافسة ⁽¹⁾ ، ومن الجدير بالذكر أن القانون الحالي قد استحدث إضافة جديدة ، عما كان مستقراً في ظل التشريع السابق حيث اعتبر مجموعة الألوان التي تتخذ شكلاً مميزاً وخاصاً ، علامة تجارية يحميها القانون إذا تم استخدامها لتمييز منتجات أو خدمات معينة⁽²⁾، ومثال ذلك تلك الألوان المكونة من شريط أحمر ، ثم شريط أبيض ثم شريط أحمر يليه ، والمستخدم في علامة (Signal 2) ، أما في حالة كونه لوناً واحداً فلا يوجد به أي تنويعات ، فإن ذلك الشكل لا يجوز أن يشكل علامة تجارية يحميها القانون ، وهو ما ذهبت إليه أيضاً العديد من الأنظمة القانونية ⁽³⁾ . ونرى أن المشرع المصري بذلك يكون قد سلك أيضاً منحى آخر عما اتخذته تلك الأنظمة القانونية ، والتي تجيز تسجيل اللون الواحد كعلامة تجارية إذا توافرت فيه شروط الحماية حيث قضت المحكمة (بأيرلندا الشمالية) بقبول طلب تسجيل درجة من درجات اللون الأخضر كعلامة تجارية بصدد الخدمات التي تقدمها إحدى المحطات البترولية ، كما قضى في الولايات المتحدة الأمريكية بصلاحية اللون المميز لسيارات الأجرة كعلامة تجارية⁽⁴⁾.

6- العلامة المكونة من خليط من عدة عناصر :

أجاز المشرع للتاجر أو الصانع في سبيل تمييز منتجاته ، أن يتخذ علامته من خليط من عدة عناصر ، ومن ثم أجاز أن تتكون العلامة من أسماء لها شكل مميز ، ومن إمضاءات وكلمات ، وأرقام ورسومات وألوان ، ودمغات وأختام وصور معينة أو بعض منها ، وكذلك أي خليط من هذه العناصر ، وبالطبع فإن ذلك الخليط هو أكبر ضمان لتمييز تلك العلامة ، مما يجعلها من أكثر العلامات تميزاً ، كما يجعلها بمنأى عن الخلط أو التشابه ⁽⁵⁾ ، وقد جاء النص على ذلك الشكل متوافقاً مع النص الوارد في اتفاقية التريس ، حيث ضمنت تلك الصورة في تعدادها للصور التي يمكن أن تتخذها العلامة بقولها : "وأي مزيج من هذه العلامات صالح للتسجيل كعلامة تجارية، ولما كان تعداد هذه الصور أو الأشكال المكونة للعلامة التجارية وارداً على سبيل المثال لا الحصر ، فإنه من المتصور أن توجد صور وأشكال أخرى تمثل علامة تجارية ، ولكل تاجر أن يختار ما يشاء منها ؛ لتمييز منتجاته ⁽⁶⁾ .

7- أغلفة وشكل السلعة (العلامات المجسمة) :

قد تعتبر أغلفة السلع والمنتجات علامة تجارية لذات السلعة وذلك بشرط أن تتخذ تلك الأغلفة شكلاً خاصاً مميزاً ، وذلك كما في زجاجات العطور أو المياه الغازية أو المعدنية ، كما أنه قد تعتبر أيضاً علامة تجارية الأكياس أو الكرتون الذي توضع فيه

(1) د. صلاح زين الدين ، المرجع السابق ، ص 266 .

(2) المادة 63 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية 82 لسنة 2002 .

(3) حكم محكمة السين الفرنسية في 1962/11/15 والذي قضى بصحة العلامة المكونة من خلط لونين طالما أن اللون الناتج لا يتفق بلون ضروري لمادة معينة ، وإنما للزخرفة فقط ، د. سميحة القليوبي ، المرجع السابق ، ص 471 .

(4) د. حسام الدين عبد الغنى الصغير ، الجديد في العلامات التجارية في ضوء قانون حماية حقوق الملكية الفكرية الجديد واتفاقية التريس ، الناشر : دار الفكر الجامعي 2004 ، ص 52 .

(5) د. صلاح زين الدين ، المرجع السابق ، ص 268 ، أيضاً : خاطر لطفي ، موسوعة حقوق الملكية الفكرية ، دراسة تأصيلية للقانون 82 لسنة 2002 ، طبعة 2003 ، ص 215 ، د. مصطفى كمال طه ، القانون التجاري ، الجزء الأول ، الطبعة الثانية 1956 ، ص 735 ، أيضاً : وثيقة من إعداد المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) بالتعاون مع اتحاد المحامين العرب بعنوان (برنامج دولي لتدريب المحامين) في الفترة من 20 ، 23 أكتوبر - مصر 2001 .

(6) المادة (15) من اتفاقية التريس .

المنتجات ، إذا كان يمثل شكلاً خاصاً مميزاً ، وبشرط ألا يكون من مستلزمات إنتاج السلعة ، كما أوضحنا آنفاً⁽¹⁾، ومن الجدير بالذكر أنه قد ذهب رأي الفقه إلى التفرقة بين الشكل الخاص المميز للأغلفة التي تحيط بالسلعة ذاتها ، فبينما يجوز تسجيل الأول كعلامة تجارية إذا كان مميزاً ، وعدم جواز تسجيل شكل السلعة ذاتها أيّاً كانت درجة تميزه ، بل يتم حمايته وفقاً للحماية المقررة للرسوم والنماذج الصناعية⁽²⁾ .

ومن الجدير بالذكر أن الأشكال المجسمة كانت ضمن أمثلة العلامات التي وردت في مشروع القانون الحالي قبل إقراره ، غير أن اللجنة المكلفة بإعداد المشروع قررت حذف عبارة الأشكال المجسمة من النص قبل إحالة المشروع إلى مجلس الوزراء للنظر في إقراره ، حيث وجدت اللجنة أن الأشكال المجسمة يمكن حمايتها كرسوم ونماذج صناعية ، وبالتالي فإن حمايتها كعلامات تجارية من شأنه ازدواج الحماية وإتاحة فرصة الالتفاف حول الأحكام الآمرة المتعلقة بمدة الحماية المقررة قانوناً للنماذج الصناعية عن طريق تسجيل الشكل المجسم كعلامة تجارية ، وتجديد مدة الحماية على التوالي بدون حد أقصى لعدد مرات التجديد ، بدلاً من تسجيله كنموذج صناعي لمدة حدها الأقصى 15 سنة⁽³⁾ .

إلا أننا نرى أن ذلك المسلك الذي قد سلكه المشرع المصري هو مسلك ينافي العلة التشريعية ذاتها ، ألا وهو إسباغ الحماية حيث إنه ليس ثمة ما يمنع من اعتبار ذلك الشكل علامة تجارية متى كان هذا الشكل مميزاً ، ويصلح كعلامة تجارية لتمييز المنتجات عامة ، مع جواز اعتباره نموذجاً أو رسماً صناعياً ، ويتمتع في ذلك الوقت بالحمايتين ، وهذا ما أكدته القضاء حيث قررت محكمة الاستئناف المختلطة جواز أن تتكون العلامة التجارية من الشكل أو القالب الخارجي الذي تتخذه السلعة ذاتها بشرط أن تكون السلعة في ذاتها علامة مميزة⁽⁴⁾ .

8- العلامات الصوتية والعلامات الخاصة بحاسة الشم :

وجول إمكانية تسجيل ذلك النوع من العلامات ، نجد هناك عدة آراء منها ما ذهب إلى إمكانية ذلك التسجيل - وهو ما نؤيده - حيث إنه ومن الناحية الواقعية يمكن ذلك عن طريق تسجيل الصوت وتقديم شريط إلى مكتب التسجيل بإدارة العلامات لتسجيله ، كذلك الشأن بالنسبة للعلامات الخاصة بحاسة الشم ، وهذا الرأي يتفق مع الاتجاهات الحديثة في التشريعات المقارنة ، حيث تسمح الولايات المتحدة بتسجيل العلامات الصوتية كعلامة (زئير الأسد) الخاصة بشركة جولدوين ماير منتجة الأفلام السينمائية ، وكذلك أيضاً علامات الرائحة حيث تم تسجيل عطر الأزهار (زهرة بلومريا) ، ويستعمل في خيوط الغزل والتطريز ، وفي

(1) طعن 64/2762 ق ، 2002/4/23 و (نقض جنائي في 12 ديسمبر 1949 ، استئناف مختلط ديسمبر 1928 السنة 117 مجلة المحاماة - 30 - 688 مجرد استعمال زجاجات فارغة وتعبئتها بمياه غازية أيّاً كان نوعها أو لونها وعرضها للبيع أو حيازتها وهي تحمل علامة تجارية هي علامة الكوكاكولا المسجلة مع العلم بأن هذه العلامة مملوكة لآخر ومن حقه استعمالها يكون مستوجباً للعقاب طبقاً للقانون ، محكمة القضاء = الإداري ، جلسة 1960/7/19 المجموعة الرسمية لسنة 60 ، ص 871 ، مشار إليه في مؤلف السيد عبد الوهاب عرفة ، المرجع السابق ، ص 107 .

(2) : روبييه ، الجزء الثاني ، ص 552 ، حيث يرى اكتفاء حماية الأشكال بحسب قانون الرسوم والنماذج الصناعية ؛ لأن السير في هذا المجال قد يؤدي فيما بعد إلى بعض الصعوبات العملية خاصاً وإذا تعدت العلامة الشكل أو اللون الخارجي إلى درجة الرنين والرائحة ، د. سميحة القليوبي ، المرجع السابق ، ص 470 ، وأيضاً : حكم محكمة القضاء الإداري جلسة 1960/7/19 القضية رقم 511/1249 ، المقامة من شركة كوكاكولا ضد وزير التجارة والتموين ، نقض تجاري 1993/12/17 P/I/B/D 1944 - 179 جلسة 22 فبراير 2000 ،

(3) د. حسام الدين عبد الغني الصغير ، المرجع السابق ، ص 54 .

(4) استئناف مختلط ديسمبر سنة 1928 لسنة 117 ، مشار إليه في مؤلف د. سميحة القليوبي الملكية الصناعية ، المرجع السابق ، ص 470 ، 471

فرنسا وألمانيا وإيطاليا تضمنت التشريعات نصوصاً صريحة أجازت تسجيل العلامة الصوتية ⁽¹⁾ وطبقاً للتشريع الفرنسي ، يجوز تسجيل رائحة عطر بشرط إمكانية عرض العلامة برسم بياني ، وقد تم تسجيل رائحة الحشائش المقطوعة حديثاً كعلامة تجارية ، وذلك لتمييز نوع من كرات التنس يتم تمييزها عن طريق حاسة الشم ⁽²⁾ .

وتطبيقاً لذلك أكدت محكمة العدل الأوروبية في قرار هام صدر في 27 تشرين الثاني من عام 2003 أن الأصوات يمكن أن تستعمل كعلامة تجارية ، وأنها قادرة على أداء وظيفة العلامة التجارية في تمييز منتجات أو خدمات أحد المشاريع عن منتجات أو خدمات المشاريع الأخرى ، بنفس الوقت قامت هذه المحكمة بتحديد الشروط الصارمة التي يتوجب على العلامة الصوتية أن تحققها من أجل أن تكون قابلة للتسجيل حيث يجب أن يكون ممكناً تمثيلها بشكل مرئي بطريقة واضحة ، دقيقة ، شاملة وموضوعية ، وبهذا فإن الصوت - مثلاً - الممكن تمثيله بنوتة موسيقية كاملة تحدد مسافته وأبعاده بشكل دقيق يمكن تسجيله كعلامة تجارية ، بينما صوت حيوان أو ضجيج المحركات لا يمكن تسجيلها كعلامة؛ لأنها لا يمكن تمثيلها بدقة وفق الشروط المبينة أعلاه في نوتة مثلاً، وإن كان يمكن تسجيلها على آلة تسجيل ⁽³⁾.

وجدير بالذكر أن هناك جانباً من الفقه المصري ، ذهب إلى جواز تسجيل ذلك النوع من العلامات الصوتية وعلامات الرائحة إلا أن القانون السابق الملغي رقم 57 لسنة 1939 لم يوضح مدى إمكانية تسجيل مثل هذه العلامات وجاء القانون الحالي 82 لسنة 2002 بموقف مغاير لما ذهب إليه الرأي الأول حيث نص في المادة (1/63) على أنه وفي جميع الأحوال يتعين أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر ، وقد جاء هذا النص متفقاً مع المادة 1/15 من اتفاقية التريس التي أجازت للدول الأعضاء اشتراط أن تكون العلامات المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالبصر ، على الرغم من أن ذلك الموقف الذي تبناه المشرع المصري يختلف مع الاتجاهات التشريعية الحديثة ⁽⁴⁾ . ونرى أنه في ظل الاتجاه العالمي لتحرير التجارة العالمية ، قد نفاجاً بدخول مثل هذه العلامات لحياتنا التجارية ، ومن ثم ضرورة وجود إمكانية لتسجيل مثل تلك العلامات ، عملاً بما قد أخذ به القانون الفرنسي حيث يجيز أن تكون العلامة مرئية أو مسموعة ، كالعلامات الصوتية بشرط أن تكون مميزة وقابلة للكتابة أو الرسم ⁽⁵⁾ .

المبحث الرابع

أشكال العلامات التجارية المشهورة

تتعدد أنواع العلامات التجارية وتنقسم تبعاً لنوع المشروع الذي تستخدم من أجله ونوع النشاط الذي تميزه وهي على النحو التالي :

1- علامات المنتجات (البضائع) :

وهي تلك العلامة التي تستخدم لتمييز منتجات مشروع معين عن غيرها من المنتجات المماثلة ، وهذا النوع من العلامات قد يميز منتجات مشروع صناعي ؛ أي يضعها الصانع لتمييز السلع التي يصنعها عن غيرها من المصنوعات ويمكن أن تكون علامة يستخدمها التجار لتمييز بضائعهم التي يقومون ببيعها بغض النظر عن مصدر الإنتاج ، وقد توضع العلامة على

(1) وثيقة من إعداد مكتب الويبو الدولي ، جنيف ، بعنوان (استعمال العلامات في تسويق السلع) ، مشار إليه في مجلة حماية الملكية الفكرية ، تصدرها جمعية المجمع العربي لحماية الملكية الفكرية ، العدد التاسع والثلاثون - الربع الأول 1994 ، ص 26 ، 28 .

(2) قرار (O.H.M.I) L'office de L'harmonisation dans le marche interieur الصادر في 11 فبراير 1999 ، 2000 P/I/B/D ، 3 - 100 ، د. سميحة القليوبي ، المرجع السابق، ص 474 .

(3) التقرير عن هذا القرار المنشور في النشرة الإلكترونية : http://www.internationalawoffice.com/id.cfm?Newsletters_Ref=774 .

(4) د. سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، الطبعة الثانية 1999 ، بند 234 ، ص 292 ، الناشر : دار النهضة العربية .

(5) ريبيري رقم 513 وفي طبعة 2001 رقم 687 ، د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية ، الطبعة الخامسة ، ص 475 .

المنتجات أو المحاصيل التي ينتجها مشروع زراعي معين ، أو أنها قد تستخدم من قبل مشروع يقوم على استخراج ما في باطن الأرض من ثروات ؛ لتمييز مستخرجاته عن غيرها من المستخرجات المماثلة ، وتعد علامة المنتجات تلك هي النموذج الفذ للعلامة التجارية ، وهي الأكثر انتشاراً ومعرفة بين أوساط المستهلكين والأكثر عرضة للتقليد والانتهاك⁽¹⁾.

2- علامة الخدمة :

وهي العلامات التي تستخدم لتمييز الخدمات التي يؤديها المشروع ، ومن أمثلتها العلامة المميزة لشركة الطيران (TWA) ، والعلامات المميزة لشركات الصرافة والفنادق والمنشآت السياحية وشركات الدعاية والإعلان، هذا ، ولم يقرر قانون العلامات والبيانات التجارية المصري الملغي رقم 57 لسنة 1939 عند بداية صدوره حماية علامة الخدمة ، إلا أن المشرع المصري قد أضاف علامة الخدمة بعد ذلك إلى أنواع العلامات القابلة للتسجيل بمقتضى القانون رقم 205 لسنة 1956 المعدل للمادة الأولى من القانون المشار إليه ، وبدأ قبولها وتسجيلها منذ بدء العمل بالقرار الوزاري رقم 397 لسنة 1958 الخاص بعلامات الخدمة، ومن الجدير بالذكر أن المادة 63 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية الجديد لم تفرق بين علامة السلعة وعلامة الخدمة فيما يتعلق بمعايير ومستويات الحماية⁽²⁾ .

ونرى أن ذلك المسلك متفق مع اتفاقية التريس ، التي أوجبت على الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية المساواة بين علامة السلعة وعلامة الخدمة ، حيث أوردت المادة (1/15) من اتفاقية التريس في تعاده للصور التي يمكن أن تتخذها العلامة بقولها : "تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة ؛ لأن تكون علامة تجارية وتكون هذه العلامات ولاسيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية وحروفاً وأرقاماً وأشكالاً ومجموعات ألوان وأي مزيج من هذه العلامات صالحة للتسجيل كعلامات تجارية ، وحين لا يكون في هذه العلامات ما يسمح بتمييز السلع والخدمات ذات الصلة ، ويجوز للبلدان الأعضاء أن تجعل الصلاحية للتسجيل مشروطة بالتمييز المكتسب من خلال الاستخدام ، كما يجوز لها اشتراط أن تكون العلامات المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر كشرط لتسجيلها" ، ومن ثم نجد أن الاتفاقية قد وسعت نطاق للعلامات التجارية⁽³⁾ ، وهو ما جاءت به أيضاً اتفاقية باريس 1883 حيث نصت على أنه " لا يجوز أن تحول طبيعة السلع والخدمات الخاصة بالعلامة دون تسجيلها" ، كما أشارت في مادتها الأولى فقرة (3) بقولها : "تؤخذ عبارة الملكية الصناعية بأوسع معانيها ، فلا يقتصر تطبيقها على الصناعات والتجارة بالمعنى الدقيق ، بل تشمل الأمور المتعلقة بالصناعات الزراعية والاستخراجية وجميع المنتجات الصناعية أو الطبيعية كالنبيذ والحبوب وأوراق التبغ والفواكه والمواشي والمعادن والمياه المعدنية والبيرة والزهور والدقيق⁽⁴⁾ .

(1) د. محمد عبد الرحمن الشمري ، حماية العلامة التجارية في ضوء اتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (التريس) ، رسالة دكتوراه ، كلية الحقوق ، جامعة القاهرة . ص 122 .

(2) د. أحمد طه السنوسي ، الحماية القانونية لعلامات الخدمة التجارية والتطور الاقتصادي للملكية الصناعية في التشريع المقارن ، مجلة مصر المعاصرة ، السنة السادسة والأربعون ، العدد 279 ، يناير 1955 ص 30 .

(3) د. نبيل محمد أحمد صبيح ، المرجع السابق ، ص 28 .

(4) حماية الملكية الفكرية ، برنامج دولي لتدريب المحامين ، من إعداد المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) بالتعاون مع اتحاد المحامين العرب في الفترة من 20 - 23 أكتوبر - مصر 2001 .

- العلامات الجماعية :

والعلامة الجماعية هي تلك العلامة التي "تستخدم لتمييز مجموعة من الأشخاص الذين ينتمون إلى كيان معين ، ولو كان لا يملك بذاته منشأة صناعية أو تجارية" ، ومن الجدير بالذكر أنه تتم حماية تلك العلامة بواسطة تقديم طلب تسجيل لتلك العلامة من خلال هذا الكيان (1) .

4- علامات المراقبة :

وحيث قرر قانون حماية الملكية الفكرية إضافة فئة أخرى من الأشخاص يحق لهم تسجيل علاماتهم داخل جمهورية مصر العربية ، وهم الأشخاص الطبيعيون والاعتباريون الذين يزولون أعمال مراقبة المنتجات أو فحصها فيما يختص بمصدرها أو عناصر تركيبها أو طريقة صنعها أو صفتها أو حقيقتها أو أية خاصية أخرى تميزها ، وأضافت الفقرة الثانية من المادة ذاتها أنه لا يجوز التصرف في تلك العلامات - علامة المراقبة - إلا بموجب ترخيص خاص من الوزير المختص (2) .

5- العلامات الوقتية :

وهي العلامة الوقتية التي تتمتع بحماية مؤقتة ، نظراً لأنها تميز منتجات معروضة في المعارض الوطنية أو الدولية ، ومن ثم تمنح تلك العلامات حماية مؤقتة، ويعين الوزير المختص هذه المعارض بموجب قرار يصدره وتحدد اللائحة التنفيذية لهذا القانون شروط وأوضاع وإجراءات منح تلك الحماية (3) ، ومن الجدير بالذكر أنه إذا رغب صاحب العلامة في الحماية المؤقتة لعلامته في أحد المعارض الوطنية أو الدولية ، وجب عليه أن يخطر الإدارة المختصة برغبته في العرض قبل حصوله ، ويحرر الإخطار على النموذج المعد لذلك أو ما يتضمن بياناته مشفوعاً برسم تصويري للعلامة ، ويجوز للإدارة أن تكلفه بتقديم أي بيان آخر يتعلق بالعلامة إذا رأت ضرورة لذلك ، كما تقيد طلبات الحماية المؤقتة في سجل يشتمل على : تاريخ تقديم الطلب واسم المعارض والمعرض وتاريخ افتتاحه الرسمي ومدته فضلاً عن المنتجات الموضوعة عليها العلامة ، وتاريخ إدخال المنتجات الموضوعة عليها العلامة في المعرض إذا توافرت الشروط والبيانات سائلة البيان ، تمنح الإدارة للطالب شهادة حماية مؤقتة لعلامته ، تكفل له تقديم طلب تسجيلها خلال مدة لا تجاوز ستة أشهر من تاريخ إدخال المنتجات الموضوعة عليها العلامة إلى المعرض (4)

قائمة المراجع :

1. صلاح الدين زين الدين ، الملكية الصناعية والتجارية دار الثقافة للنشر والتوزيع عمان ، الطبعة الأولى .
2. عافيه صالح مسعود ، التنظيم القانوني لحماية العلامة التجارية "دراسة مقارنة"، منشورات دار الوفاء للكتب القانونية، الإسكندرية، 2022م.
3. سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية الطبعة الثالثة، دار النهضة العربية، 2003م .

(1) المادة (69) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002 .

(2) مادة (70) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002 .

(3) المادة (72) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002 .

(4) المواد (72) ، (85) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002 ، مواد (83) ، (84) من لائحته التنفيذية .

4. محمد حسام محمود لطفي ، ورقة بحثية بعنوان النظام القانوني لحماية الحقوق الذهنية في مصر (دراسة موجزة مقدمة إلى ندوة مستقبل اتفاقية حقوق الملكية الفكرية في ضوء بعض اتجاهات المعارضة على المستوى العالمي ، مركز بحوث ودراسات التجارة الخارجية ، جامعة حلوان بالتعاون مع منظمة الويبو .
5. محمود سمير الشرقاوي ، القانون التجاري الجزء الأول 1978 ، دار النهضة العربية .
6. فايز نعيم رضوان ، مبادئ القانون التجاري الطبعة الثانية (2001/2000) ، دار النهضة العربية .
7. نبيل محمد حمد صبيح ، من قانون حماية الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002 .
8. حسام الدين الصغير ، الجديد في العلامات التجارية في ضوء قانون حماية حقوق الملكية الفكرية الجديد واتفاقية التريبس ، الناشر : دار الفكر الجامعي 2004 .
9. محمد عبد الرحمن الشمري حماية العلامة التجارية في ظل اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (التريبس) .
10. على جمال الدين عوض ، التشريع الصناعي ، حقوق الملكية الصناعية والتنظيم الصناعي والتجاري القاهرة 1964
11. السيد عبد الوهاب عرفة ، الموسوعة العلمية في حماية حقوق الملكية الفكرية ، الناشر / المكتب الفني للموسوعات القانونية الاسكندرية ، الجزء الأول ، طبعة 2007 .
12. أحمد طه السنوسي ، الحماية القانونية لعلامات الخدمة التجارية والتطور الاقتصادي للملكية الصناعية في التشريع المقارن ، مجلة مصر المعاصرة ، السنة السادسة والأربعون ، العدد 279 ، يناير 1955 .
13. رجائي الدقي ومختار سعد، العلامات التجارية ودورها في حماية المنتج والمستهلك .

14. Ali, A. S. M. (2019). Provisions regulating trademarks in international agreements. Al-haq Journal for Sharia and Legal Sciences, 57-83.
15. Charlotte Waelde, Commercialising The Personality of the late Diana princess of Maxwell, London, p. 214

References

1. Salah al-Din Zain al-Din, Industrial and Commercial Property, Dar al-Thaqafa for Publishing and Distribution, Amman, First Edition.
2. Afia Saleh Masoud, The Legal Regulation of Trademark Protection: A Comparative Study, Dar al-Wafaa for Legal Books, Alexandria, 2022.
3. Samiha al-Qalyubi, Industrial Property, Third Edition, Dar al-Nahda al-Arabiya, 2003.
4. Mohamed Hossam Mahmoud Lotfy, Research Paper entitled "The Legal System for the Protection of Intellectual Property Rights in Egypt" (A Brief Study presented at the Symposium on the Future of the Agreement on Intellectual Property Rights in Light of Some Trends of Opposition at the Global Level), Center for Research and Studies of Foreign Trade, Helwan University, in cooperation with the World Intellectual Property Organization (WIPO).
5. Mahmoud Samir El-Sharkawy, Commercial Law, Part One, 1978, Dar El-Nahda El-Arabiya.
6. Fayez Naeem Radwan, Principles of Commercial Law, Second Edition (2000/2001), Dar El-Nahda El-Arabiya.
7. Nabil Mohamed Hamad Sobeih, From the Intellectual Property Protection Law No. 82 of 2002.
8. Hossam El-Din El-Soghayar, New Developments in Trademarks in Light of the New Intellectual Property Rights Protection Law and the TRIPS Agreement, Publisher: Dar El-Fikr El-Jami'i, 2004.
9. Mohamed Abdel Rahman El-Shammari, Trademark Protection under the Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS).
10. Ali Gamal El-Din Awad, Industrial Legislation, Industrial Property Rights and Industrial and Commercial Regulation, Cairo, 1964.
11. Mr. Abdel Wahab Arafa, The Scientific Encyclopedia on the Protection of Intellectual Property Rights, Publisher: The Technical Office for Legal Encyclopedias, Alexandria, Part One, 2007 Edition.
12. Ahmed Taha El-Senousi, The Legal Protection of Trademarks and the Economic Development of Industrial Property in Comparative Legislation, Contemporary Egypt Journal, 46th Year, Issue 279, January 1955.
13. Ragai El-Dokki and Mokhtar Saad, Trademarks and Their Role in Protecting the Producer and the Consumer.
14. Masoud, A. S., & Ateeq, E. A. (2022). Formalities in a Civil Lawsuit and the Penalty Arising from its Violation. Al-haq Journal for Sharia and Legal Sciences, 116-144.
15. Ali, A. S. M. (2019). Provisions regulating trademarks in international agreements. Al-haq Journal for Sharia and Legal Sciences, 57-83.
16. ALTAEB, M. O. (2014). Administrative judiciary oversight in the field of public service. Al-haq Journal for Sharia and Legal Sciences, 196-219.
17. MUSBAH OMAR ALTAEB. (2014). The foundations on which the tender is based. Al-Haq Journal for Sharia and Legal Sciences, 1(1), 154-170. <https://www.al-haqjournal.ly/index.php/alhaq/article/view/170>
18. Charlotte Waelde, Commercialising The Personality of the late Diana princess of Maxwell, London, p. 214

