A

WIPO/IPR/JU/AMM/04/DOC.5B
الأصل : بالعربية
التاريخ : -/٢/٢٠٠٤

المملكة الأردنية الهاشمية

المنظمة العالمية للملكية الفكرية

ندوة الويبو الوطنية عن إنفاذ حقوق الملكية الفكرية للقضاة والمدعين العامين

تنظمها
المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)

بالتعاون مع

المجلس القضائي الأعلى الأردني
ودائرة المكتبة الوطنية/ وزارة الصناعة والتجارة

ومركز الملك عبد اللـــه الثاني للملكية الفكرية
عمّان، ٤ و٥ أبريل/نيسان ٢٠٠٤

التقاضي في مجال الملكية الفكرية: العلامات التجارية

السيد كنعان الأحمر
محامي (دمشق)
وباحث في معهد ماكس بلانك للملكية الفكرية، قانون المنافسة والضريبة
ميونخ، ألمانيا

المحتويات

١ مقدمـــــة ٣
٢- أهمية دور القضاء في العالم في حماية حقوق الملكية الفكرية ٣
٣- أداء القضاء العربي في حماية حقوق الملكية الفكرية ٤
٤- قضايا مختارة من القضاء الأجنبي في مجال العلامات التجارية ٥
٤-١ محكمة العدل الأوروبية و تسجيل العلامات الصوتية في الاتحاد الأوروبي..... ٥
٤-٢ منع استخدام شعار الاتحاد الأوروبي في علامة تجارية ٦
٤-٣ العلامة "٢٤ BANK" و العلامة "٢٤ Immobilien" ٦
٤-٣-١ معايير التشابه بين علامات الخدمات..... ٦
٤-٣-٢ معايير التشابه بالنسبة "للعلامة السلسلة"..... ٧
٤-٤ استعمال علامة "مر سيدس" من قبل بائع و مبدأ الاستنفاد. ٨
٤-٥ الرقم "١" يمكن أن يكون مميزاً للمنتجات وأن يسجل كعلامة..... ٩
٤-٦ فقدان العلامة لقدرتها على أداء وظيفتها ٩
٥- قضايا مختارة من القضاء الأردني, اللبناني و السوري في مجال العلامات التجارية..... ٩
٥-١ من حيث المبدأ ملكية العلامة تنشأ بحق الاستعمال وليس الإيداع. ٩
٥-٢ مفعول تسجيل العلامة الإقليمي. ١٥
٥-٤ العلامة تحمى جزائياً و مدنياً ١٦
٥-٥ كيفية تقدير التشابه ومن المختص به ١٧
٥-٦ اختلاف الخط أو اللغة لا ينفي التشابه. ٢٤
٥-٧ حماية العلامة المشهورة بالنسبة لمنتجات مختلفة ٢٥
٦- خلاصة ٣١

١- مقدمـــــة

إصلاح القوانين الناظمة للقواعد الموضوعية لحقوق الملكية الفكرية و جعلها متوافقة مـــع الاتفاقيـــات الدولية ذات الصلة، لا يمكن أن ينتج ثماره بدون وجود إجراءات سليمة و فعالة لتنفيذ هذه الحقوق.

الإقرار و الاعتراف بوجود أي حق بموجب نصوص قانونية موضوعية لا يكفي بحد ذاته لحماية هذا الحق و لابد من إنفاذ هذا الحق عن طريق الأجهزة القضائية و الإجرائية حتى يمكننا القول بأن هـــذا الحق تمت حمايته فعليا.

المشكلة الرئيسية فيما يتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية في الدولة العربية والنامية بشكل عام هـــي ليست في انعدام النصوص القانونية الموضوعية التي تعترف و تقر هذه الحقوق وإنما في تطبيق هذه القوانين و إنفاذ هذه الحقوق لمصلحة أصحابها من قبل الأجهزة المختصـــة، علـــى رأســـها الجهـــاز القضائي. قوانين الملكية الفكرية التي تضمن الحد الأدنى من الحماية لهذه الحقوق موجودة في الـــدول المذكورة منذ أكثر من قرن، ويندر أن نجد دولة في العالم لم تدخل قوانين الملكية الفكرية إليها حتـــى الآن. كذلك فقد عرفت معظم الدول العربية قوانين الملكيـــة الفكريـــة بمعناهـــا الحـــديث منـــذ أيـــام الإمبراطورية العثمانية، ناهيك عن تراث العالم العربي الذي يدين السرقات الفكرية. مع ذلك فإن نسبة قرصنة حقوق الملكية الفكرية والاعتداء عليها لازالت عالية بشكل كبير في العالم العربـــي و الســـبب الرئيسي لذلك هو ضعف تطبيق و إنفاذ هذه الحقوق من قبل الأجهزة المعنية.

أهمية دور القضاء في حماية حقوق الملكية الفكرية تفوق أحيانا أهمية وجود النص التشـــريعي نفســـه الذي يقرر و يعترف بالحق. وجود قضاء جيد مع عدم وجود نص تشريعي خاص يحمي حقوق الملكية الفكرية يعطي نتائج أفضل على صعيد الحماية من وجود قضاء و أجهزة ملحقة به غير مؤهلة حتى و لو كانت تتوفر بين لديها أفضل النصوص التشريعية و أحدثها التي تحمي حق الملكية الفكرية. القضاء الكفء يمكن أن يستند على المبادىء العامة للقانون المدني وقواعد العدالة من أجل حماية حق الملكية الفكرية.

٢- أهمية دور القضاء في العالم في حماية حقوق الملكية الفكرية

القضاء بشكل عام، في كل الدول، لعب ولا يزال يلعب دوراً أساسيا في حماية حقوق الملكية الفكريـــة وتطوير القوانين المنظمة لهذه الحماية. السبب الرئيسي لذلك هو أن الحماية المنظمة المنهجية لحقـــوق الملكية الفكرية بدأت في فترة تاريخية متأخرة نسبياً بالمقارنة مع حماية باقي الحقوق المتصلة بالأموال

المادية الثابتة والمنقولة. الاعتراف بحقوق الملكية الفكرية، بكل جوانبها مثل حق المؤلف أو البراءات أو العلامات التجارية، بدأ يأخذ هذا الطابع المنظم خلال الثلاثمائة سنة الأخيرة بعد ظهور الثورة الصناعية و ظهور أهمية هذه الحقوق في العملية الاقتصادية. فكانت هذه الحقوق ولا زالت، تتطور بسرعة تفوق سرعة المشرع على تنظيمها في قوانين و نصوص موضوعية، مما استدعى تدخل القضاء بشكل إيجابي وفعال، ليس فقط لتنفيذ القوانين الموضوعة المتعلقة بهذه الحقوق وتطبيقها بشكل آلي جامد، إنما لتطبيقها وتفسيرها بطريقة بناءة إيجابية بحيث يضع القواعد الأساسية التي تسهم في تطويرها وسد ثغراتها والتعامل مع التطورات التي لم يتعامل منها. وهكذا نجد أن الكثير من المبادئ المكرسة حالياً في قوانين الملكية الفكرية تم تطويرها بالأساس و الاعتراف بها من قبل القضاء في الدول المختلفة. ولعل أحد الأمثلة على هذه المسالة هي قواعد حماية العلامات المشهورة عالمياً بالنسبة لمنتجات مغايرة عن المنتجات التي تم تسجيل العلامة بالنسبة لها أو المستعملة عليها. لقد بدأت المحاكم الغربية و الأوروبية (الألمانية، الفرنسية وغيرها) تعترف بهذا المبدأ تدريجياً حتى تم تكريسه بالتدريج بموجب نصوص قانونية على المستويين الدولي و المحلي إلى تثبيته تريبس كل قوانين العلامات التجارية التي صدرت في السنوات الأخيرة. وهكذا لعب القضاء ولا يزال يلعب دوراً أساسياً في تطوير قواعد حماية الملكية الفكرية وقوانينها.

٣- أداء القضاء العربي في حماية حقوق الملكية الفكرية

أهمية دور القضاء في حماية حقوق الملكية الفكرية تفوق أحيانا أهمية وجود النص التشريعي نفسه الذي يقرر و يعترف بالحق. وجود قضاء جيد مع عدم وجود نص تشريعي خاص يحمي حقوق الملكية الفكرية يعطي نتائج أفضل على صعيد الحماية من وجود قضاء و أجهزة ملحقة به غير مؤهلة حتى و لو كانت تتوفر بين لديها أفضل النصوص التشريعية و أحدثها التي تحمي حق الملكية الفكرية. القضاء الكفء يمكن أن يستند على المبادىء العامة للقانون المدني وقواعد العدالة من أجل حماية حق الملكية الفكرية، كما حصل في بعض البلدان العربية التي تأخر وجود قوانين لحماية العلامة التجارية فيها لأسباب معينة، و يمكن لقضاء غير مؤهل أن لا يطبق بشكل فعال أفضل و أحدث القوانين.

على سبيل المثال، في الوقت الذي لم يكن لدى مصر قانون خاص لحماية العلامة التجارية، حيث أن أول قانون خاص لحماية العلامة التجارية فيها صدر عام 1939، قام القضاء المصري بحماية هذا الحق استنادا على المبادىء العامة في القانون المدني و خاصة أحكام المسؤولية التقصيرية التي تعتبر أي اعتداء على أي حق عملا غير مشروع مستوجب للمسؤولية و التعويض واستنادا لمبادئ القانون الطبيعي وقواعد العدالة.

ومثال آخر على ذلك هو القضاء في الإمارات العربية المتحدة التي تأخر صدور أي قانون اتحادي لحماية العلامات التجارية فيها حتى ١٩٩٢ فقام القضاء بحماية العلامات التجارية بناء على القواعد العامة للقانون المدني، قواعد العدالة والإنصاف والقانون الإسلامي[١].

و القضاء الأردني أيضاً لعب و لا يزال يلعب دوراً هاماً في حماية العلامات التجارية و تطوير قواعد الحماية. وفي سورية لعب القضاء منذ مرحلة الخمسينات دوراً هاماً في تطبيق أحكام المرسوم ٤٧ لعام ٤٦ وفي حل الغموض الذي لف بعض نصوصه ومواده.[٢] ونشير إلى أن القضاء اللبناني توصل إلى حماية العلامات المشهورة بالنسبة لمنتجات مختلفة عن تلك التي تستعمل العلامة أو سجلت بشأنها، إذا توفرت شروط معينة، وذلك استناداً إلى الفقه الدولي والتطور القانوني في هذا المجال على الرغم من أن قانون العلامات التجارية اللبناني، الذي هو بدوره مطابقاً للسوري، لا ينص صراحة على حماية هذه العلامات بحكم قدمه.[٣]

٤- قضايا مختارة من القضاء الأجنبي في مجال العلامات التجارية

٤-١ محكمة العدل الأوروبية و تسجيل العلامات الصوتية في الاتحاد الأوروبي

أكدت محكمة العدل الأوروبية في قرار هام صدر منذ أسابيع قليلة في ٢٧ تشرين الثاني من عام ٢٠٠٣[٤] 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 ممكن تمثيلها بشكل مرئي بطريقة واضحة، دقيقة، شاملة، وموضوعية. وبهذا فإن الصوت، مثلاً، الممكن تمثيله بنوته موسيقية كاملة تحدد مسافاته و أبعاده بشكل دقيق يمكن تسجيله كعلامة تجارية. بينما صوت حيوان أو ضجيج المحركات لا يمكن تسجيلها كعلامة لأنه لا يمكن تمثيلها بدقة وفق الشروط المبينة أعلاه في نوتة مثلاً، وإن كان يمكن تسجيلها على آلة تسجيل.

---

[1] انظر مثلاً، القرار المنشور باللغة الإنكليزية في مجلة "المراجعة الدولية للملكية الصناعية وحق المؤلف" (IIC)، عدد ٥، ١٩٨٢، صفحة ٦٥٨.

[2] انظر مثلاً، القرار: نقض مدني سوري – قرار ٧٦٧ تاريخ ٩٦١/١١/٢٠، زكية العوا وأنس كيلاني، «المدونة القضائية»، المجلد /١٥/، (دار الأنوار دمشق ١٩٨٩)، ص ١٨٢.

[3] انظر مثلاً القرارات المنشورة في كتاب الأستاذ سمير فرنان بالي، قضايا القرصنة التجارية و الصناعية و الفكرية – الجزء الثالث – منشورات الحلبي الحقوقية – طبعة أولى، ٢٠٠٣، صفحة ٩ وما بعد، والتي سيتم الإشارة لبعضها أدناه.

[4] انظر التقرير عن هذا القرار المنشور في النشرة الإلكترونية: http://www.internationallawoffice.com/ld.cfm?Newsletters__Ref=7746

٤-٢ *منع استخدام شعار الاتحاد الأوروبي في علامة تجارية*

من المبادئ المقررة في قوانين العلامات التجارية عدم السماح باستخدام شعارات الدول أو المنظمات الدولية أو الإقليمية و رموزها كعلامات تجارية. أحد القرارات الصادرة حديثاً عن "لجنة الاستئناف الثانية" لدى "مكتب توحيد السوق الداخلية" في الاتحاد الأوروبي تعلق بطلب طريف من إحدى الجهات لتسجيل علامة تشابه لحد كبير شعار مؤسسات الاتحاد الأوروبي نفسه، حيث تتألف من حلقة من النجوم في وسطها الاختصار "ECA". فصدر القرار[5] يرفض تسجيل هذه العلامة استناداً للمبدأ المذكور والمؤكد في المادة (h) (١) ٧ من "نظام العلامة الأوروبية" رقم ٤٠/٩٤ تاريخ ٢٠ كانون الأول لعام ١٩٩٣، المعطوفة على المادة٦ من اتفاقية باريس للملكية الصناعية.

ولقد بين القرار أن الشعار المؤلف من دائرة من النجوم الصفراء/الذهبية على خلفية زرقاء أو من دائرة من النجوم البيضاء على خلفية سوداء محمي كشعار وكعلم للاتحاد الأوروبي ولا يجوز تقليده في علامة تجارية.

٤-٣ *العلامة "٢٤ BANK" و العلامة "٢٤ Immobilien"*

٤-٣-١ معايير التشابه بين علامات الخدمات

تقليدياً، تعامل قانون العلامات التجارية مع المنتجات المادية من بضاعة و مواد مختلفة. تقرير التشابه بين أنواع هذه المنتجات في سياق النظر في تشابه العلامات التي تمثلها أصبح يخضع لمعايير معروفة في القوانين المختلفة واجتهادات المحاكم. بعد تطور قانون العلامات التجارية وامتداد العلامات إلى الخدمات أيضاً، نشأت الحاجة لتطوير معايير تشابه بخصوص أداء الخدمات، لأنه بطبيعة الاختلاف بين المنتجات كمواد ملموسة والخدمات غير المادية التي تؤدى أداءً للزبائن، لا بد أن يكون هناك معايير خاصة لتقدير التشابه بين الخدمات. الاجتهاد القضائي ساعد كثيراً في بلورة هذه المعايير. أحد الأمثلة على ذلك من المحاكم الألمانية نبينه فيما يلي:

نظرت "لمحكمة الألمانية الفدرالية العليا" في دعوى تتعلق بإدعاء من صاحب علامة الخدمة: "٢٤ BANK" المستعملة و المسجلة للخدمات المالية ضد العلامة "٢٤ Immobilien" المستخدمة بالنسبة لمشروع إدارة بنك معلومات على الإنترنت يتعلق بالعقارات يوضع تحت خدمة الراغبين بالشراء أو

[5] قضيته رقم ٢-٤٦٦/٢٠٠٠ تاريخ ١٨ شباط ٢٠٠٢ تقرير عنه منشور في IIC، عدد ٣٤، ص٤٢٨ وما بعد

الاستئجار و الراغبين بالبيع والتأجير وقد سجلت هذه العلامة بتاريخ لاحق للعلامة الأولى. محكمة الدرجة الأولى ومحكمة الاستئناف رفضتا الدعوى بسبب عدم التشابه بين العلامتين والخدمات التي تتعلق كل من العلامتين بهما، أما المحكمة العليا فكان لها رأي آخر.

جاء في قرار المحكمة العليا[6] "أنه بحسب الاجتهاد المستقر لهذه المحكمة يتوجب، عند النظر إذا ما كان هناك احتمال للخلط بين العلامتين من قبل الجمهور، أن يتم النظر في ظروف كل قضية بشكل إفرادي على حدى. هناك ترابط وتفاعل بين التشابه بين العلامات أنفسهم والتشابه بين الخدمات التي يستعملون بالنسبة لها وبين قدرة العلامة الأولى على التمييز. بناء على ذلك، فإن التشابه القليل بين الخدمات يمكن أن يعوض بشدة التشابه بين العلامات نفسها، وبالعكس، وكذلك يمكن أن تعويضه بالقدرة الكبيرة على التمييز التي اكتسبتها العلامة الأولى. لقد وقعت محكمة الاستئناف بالخطأ عندما نفت وجود تشابه بين الخدمات المالية المصرفية المغطاة بعلامة المدعي وبين الخدمات التي تغطيها علامة المدعى عليه وهي توفير بنك معلومات على الإنترنت لخدمة المشترين والبائعين والمستأجرين والمؤجرين للعقارات". المحكمة تابعت أنه بحسب الاجتهاد القضائي لمحكمة العدل الأوروبية، فإنه عندما تم تحديد التشابه بين الخدمات يجب النظر إلى العلاقة بين الخدمات، وبشكل خاص لنوعها والهدف منها إضافة لرأي الجمهور عن هذه الخدمات ومن يؤديها عادة. "لقد أخطأت محكمة الاستئناف عندما لم تأخذ بعين الاعتبار العلاقة الوثيقة بين الخدمات المالية والمصرفية والخدمات المتصلة بالعقارات. هذه العلاقة تظهر، على سبيل المثال، من خلال واقع أن المصارف والمؤسسات المالية أصبحت تنشط في مجال العقارات والخدمات المتصلة بها. محكمة الاستئناف لم تأخذ بعين الاعتبار أن البنوك تنشط بشكل خاص في مجال التمويل العقارية، حيث أنها تمول صفقات الشراء للعقارات. لذلك، فإن رفض اعتبار أن هناك احتمال للخلط بين العلامتين لأنه لا يوجد تشابه بين الخدمات في غير محله".

٤-٣-٢ معايير التشابه بالنسبة "للعلامة السلسلة"

مسألة قانونية أخرى هامة، و جديدة نسبياً، عالجتها المحكمة العليا في هذا القرار، هي مسألة التشابه عندما تتعلق المسألة ب "سلسلة" علامات. سلسلة العلامات تكون عندما تطور شركة أو مشروع سلسلة من علامات تشترك في جذر واحد تضيف إليه كلمة جديدة لتؤلف علامة جديدة، مثل علامة كيندر للشوكولا، حيث هناك "كيندر كانتري"، "كيندر بوينو"، "كيندر سوربريز" إلى أخره. والعلامة موضوع القرار وهي: "BANK ٢٤" هي أيضاً علامة من سلسلة تستعملها الجهة المدعية في الخدمات المصرفية والمالية مثل: "DEPOT ٢٤"، "DISPO ٢٤"، "KONTO٢٤"، "BANK ٢٤" الخ.

[6] القرار الصادر في القضية رقم IZR ١٥٦/٩٩ تاريخ ٢٤ كانون الأول عام ٢٠٠٢، منشور باللغة الألمانية في مجلة GRUR لعام ٢٠٠٢، صفحة ٥٤٤ وباللغة الإنكليزية في مجلة IIC، عدد ٣٤ صفحة ٤٣٤.

جميع هذه العلامات تتألف من الجذر الذي هو الرقم "٢٤" إضافة إلى كلمة أخرى (الجدير بالذكر أن الكلمات الأخرى وصفية ولو كانت لوحدها لما كانت مؤهلة للحماية والتسجيل كعلامات، ولكن هذه مسألة أخرى). محكمة الاستئناف وجدت أنه لا يوجد تشابه إجمالي بين علامة الجهة المدعية "٢٤ BANK" وعلامة المدعى عليه "٢٤ Immobilien" حيث أن الانطباع العام الذي تتركه كل من العلامتين لدى الجمهور مختلف، على الرغم من اشتراكها في الرقم ٢٤. محكمة النقض وافقت على هذه النتيجة، ولكن اعتبرت أنه لا بد أيضاً من التمحيص ما إذا كان هناك احتمال للخلط على اعتبار أن علامة المدعي هي "علامة سلسلة". المحكمة تابعت مبينة أنه عندما لا يكون هناك احتمال للخلط لدى الجمهور بناء على عدم التشابه الإجمالي، لا بد أيضاً من النظر في احتمال وجود الخلط بناء على حقيقة أن علامة المدعي هي علامة من سلسلة علامات تشترك بالجذر ٢٤. فهناك يبقى احتمال أنه عندما ظهرت علامة المدعي عليه "٢٤ Immobilien" التي تشترك في الجذر ٢٤ مع علامة المدعي، وكون الخدمات مرتبطة، فإن الجمهور سوف يعتقد بأن علامة المدعى عليه هي علامة جديدة أوجدها المدعي من ضمن سلسلة العلامات التي طورها وتشترك بالجذر ٢٤.

لذلك قامت المحكمة العليا بنقض الحكم والطلب من محكمة الاستئناف أن تمحص هذه المسألة وترى إن كان هناك احتمال للخلط بين العلامتين على هذه الأسس بتاريخ تسجيل المدعى عليه لعلامته.

٤-٤ استعمال علامة "مر سيدس" من قبل بائع و مبدأ الاستنفاد.

يعتبر مبدأ استنفاد حقوق الملكية الفكرية أيضاً من المبادئ التي طورها القضاء في الدول المختلفة في العقود الأخيرة وبعد ذلك تم تبنيه من قبل الكثير من التشريعات الوطنية. باختصار، مبدأ الاستنفاد بصيغته البسيطة يعني أنه بمجرد أن يضع صاحب العلامة المنتج الذي يحمل هذه العلامة بإرادته في التداول يستنفد حقه تجاه هذه العلامة، فلا يعود بإمكانه أن يستند على حقه بالعلامة للتحكم بمصير المنتج الذي يحمل هذه العلامة.

لمبدأ استنفاد حقوق الملكية الفكرية تطبيقات كثيرة. إحدى محاكم الاستئناف الألمانية[7] قررت أنه لا يحق للشركة صاحبة العلامة المصنعة للسيارات التي تحمل هذه العلامة أن تمنع تاجر من استعمال صورة علامة المرسيدس –وهي النجمة الثلاثية المعروفة– وكذلك العلامة الكلمة "مرسيدس–بنز" على الإعلانات المتعلقة ببيع هذه السيارات، طالما أن هذا الاستعمال يكون ضمن الحدود المعروفة تجارياً بقصد بيع هذه السيارات ولا يتم استعماله بطريقة أخرى بحيث يقصد منه أن يستفيد التاجر كتاجر من

[7] محكمة الاستئناف في دسلدورف، القضية رقم ٣٤١٠١ U ٢٠، تاريخ ٥ تموز عام ٢٠٠١، منشور باللغة الألمانية في مجلة GRUR صفحة ٤٣٨.

سمعة هذه العلامة و الشركة التي تملكها. من جملة الاعتبارات التي أسندت المحكمة رأيها إليها هو مبدأ استنفاد الشركة صاحبة العلامة لحقها في منع التاجر من استخدام هذه العلامة في معرض بيع السيارات التي تحملها طالما أنها هي نفسها قامت بوضع هذه السيارات علامتها في التداول.

٤-٥ *الرقم "١" يمكن أن يكون مميزاً للمنتجات وأن يسجل كعلامة*

المحكمة العليا الألمانية حكمت في قرار حديث[٨] بأن الرقم "١" 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 ١ إلى ٩، 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 بأن الرقم "١" 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.

٤-٦ *فقدان العلامة لقدرتها على أداء وظيفتها*

أحد المبادئ المقررة في قانون العلامات التجارية، أن العلامة التي يتم استخدامها بكثرة من مشاريع كثيرة، تفقد قدرتها على أداء وظيفتها كعلامة وهي الإشارة إلى مصدر منتجات معنية، بحيث أن شيوع استعمالها من قبل كثيرين يفقدها القدرة على تمييز منتجات مشروع معين. هذا كان موضوع قرار صادر عن المحكمة العليا في اليابان[٩] حيث قررت المحكمة أن العلامة "SMILES" قد تم استخدامها من قبل مشاريع عديدة و لفترة طويلة في اليابان لدرجة أن الجمهور لم يعد يربط هذه العلامة مع منتجات مشروع معين، وبهذا فقدت هذه العلامة قدرتها على أداء وظيفتها كعلامة تجارية.

٥- قضايا مختارة من القضاء الأردني, اللبناني و السوري في مجال العلامات التجارية

٥-١ *من حيث المبدأ ملكية العلامة تنشأ بحق الاستعمال وليس الإيداع.*

هذا يعتبر من أكثر المبادئ التي أكد عليها القضاء الأردني, اللبناني و السوري.

محكمة النقض السورية قررت[١٠] أنه:

---

[8] القضية رقم IZR ٢٣/٩٩ تاريخ ١٨ نيسان عام ٢٠٠٢، معروض في: IIC، مجلد ٣٤ صفحة ٨٢٦ باللغة الإنكليزية.

[9] ملخص عن القرار منشور في IIC، مجلد ٣٤، صفحة ٧٠٠.

[10] قرار رقم ٧٦٧ تا ١٩٦١/١١/٢٠، منشور في: عوا و كيلاني، المدونة القضائية للاجتهاد القضائي، القسم الأول في القضايا المدنية و التجارية و الشرعية، جزء ١٥، صفحة ١٨٢.

"يجوز الادعاء بأولوية استعمال العلامة الفارقة و لو لم يجر إيداعها، ذلك أن إيداع العلامة في مكتب الحماية، يهدف إلى المحافظة على حقوق صاحب العلامة الفارقة بإيجاد قرينة لصالحه تثبت أحقيته في ملكية هذه العلامة و ليس له أثر منشيء للحق و إنما أولوية الاستعمال هي التي تنشيء حق ملكية العلامة.

من حيث أن دعوى الجهة المدعية المطعون ضدها تقوم على إبطال تسجيل العلامة الفارقة (لاكو) الجاري لاسم الجهة الطاعنة تأسيسها على أن المدعية المذكورة هي صاحبة الحق في هذه العلامة بحكم أنها مسجلة باسمها في بلد المنشأ و مكتب الحماية الدولي و أنها هي التي تستعملها منذ تاريخ ١٩٣٩ و أن الشركة الطاعنة رغم تسجيلها لهذه العلامة مؤخراً في عام ١٩٥٢ في مكتب الحماية في سورية فإنه لم يسبق لها أن استعملتها و إنما تستعمل علامتها الأصلية و هي المسماة (لانكو). و من حيث أن الجهة الطاعنة لا تجادل في أن المطعون ضدها استعملت هذه العلامة و غنما تبني دفاعها على سبق إيداعها هذه العلامة للتسجيل و عدم حصول الإيداع من الجهة المطعون ضدها. و من حيث أن القرينة المستمدة من هذا الإيداع ليست من القرائن القاطعة و إنما تقبل إثبات العكس وفقاً لما استقر عليه اجتهاد هذه المحكمة في حكمها المؤرخ في ٢٧ آب ١٩٦٠.

و من حيث أن السير على خلاف هذا الرأي و إقرار أن سبق التسجيل ينشيء قرينة قاطعة لصاحب التسجيل إنما يتناقض مع قصد المشترع الذي هدف من هذه النصوص حماية أصحاب العلامات و الحيلولة دون تملك المغتصب العلامة إذا سبق صاحبها بالإيداع".

وكذلك فقد أكدت هذا المبدأ في قضايا أخرى عديدة فقد جاء في قرار يعود لعام ١٩٦٢[11] أن:
"إن سبق تسجيل العلامة الفارقة لا يكسب حق أولوية استعمالها، و إنما العبرة هي للاستعمال الفعلي لهذه العلامة و هو مصدر حق ملكيتها و لو لم يقترن بالتسجيل.
ومن حيث أن ما يستطرد إليه الحكم من تحقق وزارة الاقتصاد من انعدام التشابه فانه لا يصلح أساسا لتبرير خطأ الحكم في هذا الصدد ذلك أن القضاء هو المرجع المختص في تقرير قيام هذا التشابه أو نفيه و ليس في قبول الوزارة تسجيل العلامتين ما يحد من سلطته في تقرير قيام التقليد.

[11] القرار ٣٠٧ تاريخ ٩٦٢/٦/٥، منشور في: عوا وكيلاني، مرجع سابق، صفحة ١٩٠.

ومن حيث أن الحكم المطعون فيه يستند في قضائه إلى الدعامة الثانية المستمدة من سبق تسجيل علامة الجهة المطعون ضدها معتبرا أن ذلك لا يكفي لإعطائها حق الأولوية بالاستعمال بالرغم من وجود التشابه.

ومن حيث أن المشترع الذي أفسح المجال أمام أصحاب العلاقة الفارقة لإيداع علاماتهم في مكتب الحماية إنما هدف إلى المحافظة على حقوقهم بإيجاد قرينة لصالحهم تثبت أحقيتهم في ملكية هذه العلامة و لكنه لم يجعل لهذا التسجيل أثرا منشأ للحق اعتبر أولوية الاستعمال هي المصدر الذي ينشأ عنه حق الملكية بدليل أنه فتح الباب في المادة ٨٢ أمام كل مدع يطلب إبطال هذا التسجيل في مدى الخمس سنوات التالية للإيداع إذا اثبت انه صاحب الأولوية باستعمالها، و هو ما استقر عليه اجتهاد هذه المحكمة في حكمها المؤرخ ١٩٦١/١١/٢٠.

ومن حيث أن سبق التسجيل لا يعطي و الحالة هذه للسابق حق أولوية استعمال العلامة و العبرة في كل ذلك هي للاستعمال الفعلي لهذه العلامة الذي هو مصدر حق ملكيتها و لو لم يقترن بالتسجيل"

هذا المبدأ قررته أيضاً **المحاكم اللبنانية**. مثلاً، جاء في قرار لمحكمة استئناف بيروت[١٢] أن:
"تبنى ملكية العلامة الفارقة على أولوية الاستعمال في بلد معين وان التسجيل في دائرة الحماية له مفعول إعلاني فقط.

حيث أن النزاع ينحصر في معرفة من هو المالك الحقيقي لماركة "لافكس" في لبنان.

وحيث أن ملكية العلامة الفارقة وحمايتها هي نسبية أي أنها تنحصر في تجارة أو صناعة معينة وفي بلد معين، وذلك مع الاحتفاظ بالاتفاقات لدولية في هذا الحقل.
وحيث أنه لمراجعة المواد ٧٢ و٧٣ و٧٤ من القرار ٢٣٨٥ تاريخ ١٩٣٤/١/١٧ واستناداً للمبادئ القانونية الراهنة يتبين أن ملكية العلامة الفارقة مبينة بصورة أساسية على أولوية الاستعمال في بلد معين وأنه ليس لتسجيل العلامة في دائرة حماية الملكية سوى مفعول إعلاني فقط.

وحيث أنه نتيجة لحق شركة سنتورو بملكية علامة "لافكس"، المستمدة من أولوية استعمالها لها في لبنان، يحق لها المطالبة بابطال كل التسجيلات في مكتب الحماية المخالفة لهذه الملكية"

[12] قرار ١٦١٠ تاريخ ١٩٥٦/١١/٢٣، منشور في عوا وكيلاني ، مرجع سابق، صفحة ٢٤٧.

كذلك قررت محكمة التمييز اللبنانية أن الإيداع في مكتب الحماية ليس شرطاً للمداعاة وجاء في هــذا القرار[١٣]:

"التسجيل في مكتب الحماية ليس شرطاً للمداعاة. إن التسجيل في مكتب الحماية لــيس مــن الشــروط الواجب توفرها للمداعاة بالمزاحمة غير المشروعة إذ يستفاد من المــادة ١١٤ مــن القــرار ٢٣٨٥ المتعلقة في المادة المذكورة هي الدعوى الجزائية وليس دعوى المزاحمة غير القانونية وهي دعــوى مدنية بحتة.

إذا اعتبرت محكمة الأساس أن محاكاة شركة لإنتاج شركة أخرى بالأنموذج ونوع القماش من شأنه أن يخلق التباساً لدى المستهلك حول مصدر الإنتاج وأنه يشكل مزاحمة غير قانونية فأنها تكون قد مارست سلطانها المطلق في التقدير المعطى لها بموجب الفقرة الثانية من المادة ٩٧ من القرار ٢٣٨٥"

القضاء الأردني أخذ أيضا بمبدأ أن الحق لأولوية الاستعمال و أعد انه في حال عدم ثبــوت أولويــة الاستعمال لأي من المتنازعين على العلامة فإن الحق يكون للسابق في تقديم طلب تسجيل للعلامة. وقد جاء في حكم لمحكمة العدل العليا انه:١٤

"بتاريخ ١٩٨٧/٨/١٣ أحال مسجل العلامات التجارية بموجب كتابه رقم ع ت/ط/١٠٧١٧ الخــلاف الحاصل بين شركة شرعب للوكالات التجارية وبين السيد ذياب الشرقطلي بشأن طلبهما مــن مســجل العلامات التجارية تسجيل العلامة التجارية (صحة) في الصنف ٢٩ من أجل اللحم والسمك والخضار والأثمار المحفوظة أو المجففة أو المطبوخة والحليب ومنتجاته والزيوت النباتية والســمن والمعلبــات والمخلل.

وذكر مسجل العلامات التجارية بكتابه آنف الذكر أنه حصل خلاف حول ملكيــة العلامــة التجاريــة المذكورة فقرر عدم الموافقة على الطلبين وأنه طلب إلى الفريقين الاتفاق فيما بينهما اســتناداً لأحكــام المادة ١٧ من قانون العلامات التجارية, ولما لم يتم أي اتفاق فيما بينهما بعد مضي ثلاثة أشهر قــرر

[13] قرار ٤٠ تاريخ ١٩٧٣/٦/١٤، منشور في عوا وكيلاني ، مرجع سابق، صفحة ٢٦٢.

14 عدل عليا رقم ٨٧/١٥٧ قرار صدر بتاريخ ٦ ربيع أول سنة ١٤٠٨ ه الموافق ١٩٨٧/١٠/٢٩ م منشور في سمير فرنان بــالي، قضــايا القرصنة التجارية و الصناعية و الفكرية – الجزء ٤ – منشورات الحلبي الحقوقية – طبعة أولى، ٢٠٠٣، صفحة١٢٨.

تحويل الخلاف إلى محكمتنا عملاً بالفقرة الثانية من المادة ١٧ المذكورة من أجل اتخاذ القرار المناسب بهذا الخلاف.

وقد أرفق مسجل العلامات التجارية بكتابه المذكور ملفي الطلبين وقد استدعت محكمتنا الطرفين بجلسة علنية فلم تحضر شركة شرعب للوكالات التجارية بينما حضر السيد أحمد ذياب الشرقطلي الذي طلب تسجيل العلامة التجارية (صحة) باسمه.

ونحن بعد الاستماع للدعوى بجلسة علنية والإطلاع على أوراق الملفين المبرزين لم نجد أن أي من الطرفين قد قدم ما يثبت أولويته بتسجيل العلامة التجارية (صحة) باسمه ولذا فإنه تعتمد الأسبقية بتاريخ تقديم الطلب إلى مسجل العلامات التجارية أساساً لأحقية أحد الطرفين على الآخر بتسجيل العلامة التجارية المذكورة.

وحيث يتبين من ملف شركة شرعب للوكالات التجارية أنها تقدمت بطلبها بتاريخ ١٩٨٧/١/١٢ ودفعت الرسوم في اليوم التالي بينما يتبين من ملف السيد أحمد الشرقطلي أنه تقدم بطلبه بتاريخ ١٩٨٧/٣/٢ ودفع الرسوم بنفس اليوم.
فإننا نقرر تسجيل العلامة التجارية (صحة) باسم شركة شرعب للوكالات باعتبارها تقدمت بالطلب لتسجيل هذه العلامة بتاريخ سابق".

ولكن القانون في معظم الدول يسمح بإبطال تسجيل العلامات التي تعتدي على علامات أخرى بناء على أولوية الاستعمال أو على الأسباب الأخرى ضمن مدد معينة يصبح بعدها غير ممكن إلغاء تسجيل هذه العلامات وذلك من أجل أن لا يتهدد استقرار سجل العلامات ببقاء العلامة مهددة بالإبطال إلى ما لا نهاية. فالقانون الأردني يسمح بالإبطال ضمن مدة خمس سنوات وهذه المدة تبدأ من تاريخ تسجيل العلامة التجارية فعلياً وليس من تاريخ تقديم طلب التسجيل وهذا ما أكدته محكمة العدل الأردنية العليا في أكثر من قرار جاء في احدها:١٥

"وحيث أن بالنسبة للموضوع يتبين أن شركة كنت لصناعة المواد الغذائية المساهمة تركية الجنسية تملك العلامة التجارية (كنت) وتستعملها على منتجاتها في الصنف ٣٠ وهي المسجلة في تركيا وأن المدعى ضدها كانت هي الموزع الوحيد لهذه المنتوجات في الأردن بموجب اتفاقية خطية مع

15 عدل عليا رقم ٩٧/٢٥٠ منشور في سمير فرنان بالي، قضايا القرصنة التجارية و الصناعية و الفكرية – الجزء ٤ – منشورات الحلبي الحقوقية – طبعة أولى، ٢٠٠٣، صفحة ١١١.

المستدعية مؤرخة بتاريخ ١٩٩٥/٣/١٥ وقد قامت المستأنفة عليها الثانية طلباً إلى المستأنف عليه الأول مسجل العلامات التجارية لترقين هذه العلامة فأصدر مسجل العلامات التجارية القرار المستأنف.

وحيث أن المادة ٥/٢٥ من قانون العلامات التجارية تشترط أن لا يكون قد مر على تسجيل العلامة التجارية مدة خمس سنوات حتى يتم حذفها وهذه المدة تبدأ من تاريخ تسجيل العلامة التجارية مدة خمس سنوات حتى يتم حذفها وهذه المدة تبدأ من تاريخ تسجيل العلامة التجارية فعلياً وليس من تاريخ تقديم طلب التسجيل لأن عبارة (من تسجيل تلك العلامة) الواردة في المادة ٥/٢٥ المشار إليها تعني تاريخ التسجيل الفعلي.

فتنص المادة ٥/٢٥ من قانون العلامات التجارية على ما يلي:
(إن كل طلب يقدم لحذف علامة تجارية من السجل بسبب عدم وجود ما يسوغ تسجيلها بمقتضى أحكام المواد ١٦ و١٧ و١٨ من هذا القانون أو بسبب أن تسجيل تلك العلامة تنشأ عنه منافسة غير عادلة بالنسبة لحقوق الطالب في المملكة الأردنية الهاشمية يجب أن يقدم خلال خمس سنوات من تسجيل تلك العلامة).

ولما كانت العلامة التجارية (كنت) مسجلة بتاريخ ١٩٩٠/٢/١١ وطلب الترقين قدم بتاريخ ١٩٩٥/٧/١٣ فإنه لا تكون مدة الخمس سنوات قد انقضت من تاريخ التسجيل الفعلي ويكون طلب حذف هذه العلامة مقدم ضمن المدة القانونية.

وحيث أن المادة ١٠/٨ من قانون العلامات التجارية لا تجيز تسجيل العلامة التي تطابق علامة شخص آخر سبق تسجيلها لنفس البضائع التي يراد تسجيل العلامة من أجلها أو لصنف منها أو العلامة التي تشابه تلك العلامة إلى درجة قد تؤدي إلى غش الجمهور.
ولما كانت العلامة التجارية KENT مملوكة للمستأنف عليها الثانية وهي مسجلة خارج الأردن وفي تركيا لذلك فإن القرار مسجل العلامات التجارية المسجلة بباسم المستأنفة وبنفس الاسم يكون واقعاً في محله.

لذلك كله تقرر المحكمة رد الاستئناف وتصديق القرار المستأنف وإلزام المستأنفة الرسوم والمصاريف وخمسين ديناراً أجور محاماة."

٥-٢ مفعول تسجيل العلامة الإقليمي.

تسجيل علامة تجارية في بلد ما يمتد تأثيره إلى كل أراضي هذه البلد، أكدت محكمة النقض السورية[١٦] أن:

"عدم قيام الشركة بطرح بضاعتها في مكان جرت فيه ممارسة استعمال العلامة الفارقة بدون وجه حق لا يفيد في حد ذاته انعدام الضرر المادي، لأن ذلك يحول دون ممارستها لكامل حقها في نشر بضاعتها بدون مزاحمة غير مشروعة و إلحاق الضرر بسمعة العلامة.

حيث أن الحكم المطعون فيه الذي استثبت قيام المطعون ضده باستعمال العلامة الفارقة العائدة للشركة الطاعنة طيلة خمسة عشر عاماً ذهب لرد الدعوى القائمة على المطالبة بالعطل و الضرر المادي تأسيساً على أن الشركة الطاعنة لم تكن طارحة لبضاعتها في المحافظات الشرقية و لم يكن لها وكيل فيها.

و حيث أن استعمال المطعون ضده لعلامة الشركة الفارقة إنما كان بقصد الاستفادة من شهرتها و سمعتها بغاية ترويج بضاعتها فمن حق الجهة الطاعنة أن تطالبه بما يصيبها من الربح الذي جناه بسبب هذا الاستعمال وفق ما تقتضي به الأعراف التجارية.

و حيث أنه تبين من الأوراق أن المراسلات بين الشركة و بين المطعون ضده بصدد استعمال العلامة كانت دائرة منذ عام ١٩٥٧ و أن الشركة لم توافق على منح المذكور استعمال علامتها مما يؤيد أن الشركة كانت مهتمة لترويج بضاعتها في هذه المنطقة.

و حيث أن عدم قيام الشركة الطاعنة بطرح بضاعتها في المحافظات الشرقية التي مارس فيها المطعون ضده استعمال العلامة الفارقة لا يفيد في حد ذاته انعدام الضرر المادي لأن من حق الشركة التي كانت معنية بترويج بضاعتها على وجه السالف ذكره أن تمتنع عن طرح بضاعتها في المحافظات بسبب وجود المزاحمة غير المشروعة و لكيلا يحصل التباس لدى المستهلكين فتتضرر سمعة العلامة من جراء وجود نوعيين من هذه البضاعة يحملان نفس الاسم و لا بد لنفي الضرر من إقامة الدليل على أن الظرف الذي تم فيه استعمال علامتها بصورة غير مشروعة و بالتالي فإن ما استخلصه الحكم من انعدام الضرر لمجرد عدم وجود وكلاء لها في المحافظات المذكورة يكون مبنياً على استخلاص غير سليم يعرض الحكم للنقض".

[16] قرار ٧٥٨ تاريخ ١٩٧٠/١١/١٩، منشور في عوا و كيلاني، مرجع سابق، صفحة ١٩٩.

كما أن محكمة النقض فسخت قراراً لمحكمة البداية تم تأكيده من محكمة الاستئناف لأنه استثنى المناطق الحرة من تطبيق قانون العلامات التجارية حيث قررت محكمة النقض[17] ما يلي:

"لئن كانت المنطقة الحرة بحسب طبيعتها تعتبر خارج النطاق الجمركي، ولا تخضع لأنظمة الاستيراد و التصدير المطبقة في القطر إلا بحدود ما نص عليه قانون إحداثها، إلا أن المنطقة الحرة تعتبر جزءاً لا يتجزأ من القطر العربي السوري وتسري عليها ما يسري على القطر من قوانين و أنظمة متعلقة بالأمن والآداب والصحة وقمع التهريب ويعتبر قانون حماية الملكية الأدبية من هذا القبيل وواجب الرعاية ضمن المناطق الحرة"

٥-٣ *تسجيل العلامة شرط للدعوى الجزائية*

من المبادئ المقررة في قانون العلامات التجارية أن تسجيل العلامة يعتبر شرطاً لإقامة الدعوى الجزائية. **وقد أكد القضاء اللبناني هذا المبدأ** في قرار صادر عن محكمة التمييز وجاء في هذا القرار[18]:

"الإيداع لازم لإقامة الدعوى الجزائية. إن القرار المميز، بذهابه إلى أن ملكية العلامة التجارية والصناعية تنشأ، وفقاً للتشريع اللبناني، عن أسبقية الاستعمال، وان لم تكن قد أودعت في دائرة الحماية وان الإيداع غير مستلزم لتسويغ الدعوى المدنية للمطالبة بالعطل والضرر، بل لإقامة الدعوى الجزائية، وان أحكام المادة ١١٤ من القرار ٢٣٨٥ ينحصر مفعولها بالرسوم والانموذجات الصناعية، ولا علاقة لها بدعوى الملكية التجارية، لا يكون قد خالف هاتين المادتين، بل طبقهما تطبيقاً حسناً".

٥-٤ *العلامة تحمى جزائياً و مدنياً*

العلامة تحمى جزائياً و أيضاً مدنياً بموجب دعوى المنافسة غير المشروعة. التي يتم فيها طلب وقف أعمال المنافسة والتعويض. لقد طبقت المحاكم هذا المبدأ، وقد جاء في أحد قرارات محكمة النقض السورية١٩:

"إن الاحتذاء لعلامة فارقة يشكل جرما جزائيا (مادة ١٠٢ مرسوم ٤٧ لعام ١٩٤٦). إلا إن ذلك لا يحول دون إقامة الدعوى من المتضرر أمام المحاكم المدنية بالحقوق الشخصية الناجمة عن هذا الجرم."

---

[17] القرار رقم ٢٢٧٩ تاريخ ٩٨٥/١٢/٢٩ منشور في عوا و كيلاني: مرجع سابق، صفحة ٢٢٧.
[18] قرار ٧٥ تاريخ ٧/٩/ ١٩٧٠ منشور في عوا و كيلاني، مرجع سابق، صفحة ٢٦٠.
[19] القرار رقم ٣٥ تاريخ ٩٦٢/١/١٨، منشور في عوا و كيلاني: مرجع سابق، صفحة ١٨٥.

وكذلك في قرار آخر[٢٠]:

"تقليد علامة فارقة و إن كان يشكل جرما جزائيا إلا إن ذلك لا يحول دون إقامة الدعوى من المتضرر أمام المحاكم المدنية لمنع المقلد من استعمال العلامة الفارقة و طلب الحقوق الشخصية.

لما كان احتذاء و تقليد علامة فارقة و إن كان يشكل جرما جزائيا، إلا أن ذلك لا يحول دون إقامة الدعوى من المتضرر أمام المحاكم المدنية بالحقوق الشخصية الناجمة عن هذا الجرم و ذلك لمنع المحتذي من استعمال العلامة المشابهة و تضمينه العطل و الضرر الناجم عن هذا الاستعمال كحال الدعوى الحاضرة و كان اجتهاد محكمة النقض السورية بقرارها المؤرخ في ١٩٦٢/١/٨ رقم ٣٥ و غيره قد استقر على هذا الرأي. لذا تكون هذه الدعوى مسموعة لدى القضاء المدني و داخلة في اختصاصه كما ترى أكثرية هذه المحكمة".

٥-٥ *كيفية تقدير التشابه ومن المختص به*

تقدير التشابه بين علامتين تختص به محكمة الموضوع وهي تقوم بذلك عن طريق المقارنة الإجمالية للعلامتين. تعد هذه المسألة من أكثر المسائل التي تعرض لها القضاء وفصل أحكامها.

محكمة العدل العليا الأردنية أكدت هذا المبدأ في قرارات عديدة منها القرار:٢١

"وحيث أن الشركة المستأنفة تملك العلامة التجارية half time ومسجلة تحت رقم ٣١٢٦٩ تاريخ ١٩٩٤/٥/١١ وان الشركة المستأنف عليها الثانية تقدمت لمسجل العلامات التجارية لتسجيل العلامة التجارية good time في الصنف ٣٠ فاعترضت الشركة المستأنفة بسبب وجود تشابه بين العلامتين في كلمة time فقرر مسجل العلامات التجارية رد اعتراضها والسير بإجراءات التسجيل.

وحيث أن الفيصل في التمييز بين العلامتين ليس باحتواء العلامة على كلمة تحتويها العلامة الأخرى بل الفيصل هو بالصورة العامة التي تنطبع في الذهن نتيجة الشكل الذي تبرز به هذه العلامة بصرف النظر عن العناصر والكلمات التي تتكون منها وبصرف النظر عما إذا كانت تشارك في جزء أو أكثر مما تحتويه الأخرى.

---

[20] القرار الصادر عن محكمة استئناف حلب رقم ٨٤ بتاريخ ٩٦٤/٥/١٤، منشور في عوا و كيلاني: مرجع سابق، صفحة ١٩٣.

21 عدل عليا رقم ٩٧/١٤٨ منشور في سمير فرنان بالي، قضايا القرصنة التجارية و الصناعية و الفكرية – الجزء ٤ – منشورات الحلبي الحقوقية – طبعة أولى، ٢٠٠٣، صفحة ١٠٥.

والشكل العام للعلامة الأولى half time تختلف اختلافاً كبيراً عن الشكل العام للعلامة العائدة للمستأنف عليها الثانية Good time.

العلامة الأولى كتبت بخط تختلف عن الخط الذي كتبت به العلامة الثانية والرسم الذي رسمت به العلامة الأولى يتضمن كلمات نصف مكونات المنتج كتبت باللغة الإنكليزية والعربية بينما أن الرسم الذي رسمت به العلامة الثانية يتضمن شعار الشركة وهو الحرف (ال) تأسس عام ١٩٣٥ كتبت تحت العلامة مباشرة كما تمت كتابة عبارة (جود تايم) باللغة العربية وعبارة جبري وجميعها بلونين أسود وأبيض يختلفان كلياً عن الألوان التي كتبت بها العلامة الأولى.

وحيث أنه عند مقارنة العلامتين مناظرة صورتيهما لبحث أوجه التشابه على وجه التتابع والتعاقب. لا تترك إحداهما أثراً متشابهاً للأثر الذي تركته العلامة الأخرى مما ينفي وجود التقليد لاختلاف صورة كل منهما عن الأخرى.

وحيث أنه يترتب على ذلك أن العلامتين غير متشابهتين لوجود فوارق عديدة بينهما وأن احتواء كلمة Time في العلامتين لا يجعلهما متشابهين لأن العبرة هي في مجموع العلامة وشكلها العام الذي ينطبع في الذهن وليس بالإجراء التي تتركب بها.

وحيث أن القول بأن مجرد احتمال وقوع الخلط بين علامة المستأنفة التجارية وعلامة المستأنف عليها الثانية التجارية يكفي ليحول دون السماح بتسجيل علامة المستأنف عليها الثانية قول في غير محله ذاك أن الاحتمال لوقوع الخلط مشروط بوجود التشابه بين العلامتين فإذا انتفى احتمال الخلط.
لجميع هذه الأسباب تقرر المحكمة رد الاستئناف وإلزام المستأنفة الرسوم والمصاريف وخمسين ديناراً أتعاب محاماة."

وقد جاء في أحد قرارات محكمة النقض السورية:[٢٢]
"إن تقدير قيام التشابه بين العلامتين أو انتفائه يعود لمحكمة الموضوع، شريطة ألا يقتصر تقديرها على بعض عناصر العلامة دون العناصر الأخرى.

من حيث إن دعوى المدعي الطاعن السيد عبد الحليم... على أن المطعون ضده السيد سعيد... احتذى العلامة الفارقة ماجستيك التي كان يستعملها المدعي لتمييز مسحوقه المنظف عن سواه ثم سبقه إلى

[22] القرار رقم ٣٥ تاريخ ١٩٦٢/١/١٨، منشورة في عوا و كيلاني، مرجع سابق، صفحة ١٨٥.

إيداعها في مكتب الحماية و عرض بضاعة تحمل هذه العلامة في الأسواق بصورة تشكل مزاحمة غير شريفة فهو يطلب إعلان بطلان الإيداع و منع السيد سعيد من استعمال هذه العلامة و تسجيلها باسم المدعي مع العطل و الضرر.

و من حيث أنه يبين مما هو ثابت في الحكم الابتدائي و أوراق الطعن أن المطعون ضده السيد سعيد كان منذ عام ١٩٥٥ نشر مسحوقا يحمل اسم ماجيك و أودع هذه العلامة الفارقة في مكتب الحماية و إن الطاعن نشر خلال عام ١٩٥٧ مسحوقا آخر باسم ماجستيك ضمن مغلفات بخط و رسوم مختلفة عن الرسوم و الصور العائدة للعلامة ماجيك فعمد المطعون ضده عند ذال إلى إيداع هذه العلامة أيضا باسمه في مكتب الحماية مما دعا المدعي الطاعن لاختصامه في هذه الدعوى.
و من حيث أن الحكم المطعون فيه الذي استثبت هذه الوقائع ذهب إلى رد هذه الدعوى تأسيسا على أن علامة ماجستيك تشبه علامة ماجيك من حيث الكتابة و اللفظ بفارق بسيط يجعل من السهل على المستهلك العادي أن ينخدع و أن يكون هدفا للتضليل و لغش في حقيقة العلامتين و إن علامة ماجيك تشبه علامة ماجستيك من حيث الأجمال أكثر مما تختلف عنها من حيث التفاصيل و إن الطاعن يعتبر على هذا الأساس محتذيا و مقلدا ماجيك مما يستوجب رد دعواه القائمة على إيداع العلامة. و من حيث إن الاحتذاء لعلامة فارقة و إن كان يشكل جرما جزائيا بمقتضى المادة ١٠٢ من المرسوم ٤٧ لعام ١٩٤٦ إلا أن ذلك لا يحول دون إقامة الدعوى من المتضرر أمام المحاكم المدنية بالحقوق الشخصية الناجمة عن هذا الجرم و ذلك لمنع التحدي من استعمال العلامة المشابهة و تضمينه العطل و الضرر الناجم عن هذا الاستعمال فان ما يثيره الطاعن لجهة عدم اختصاص القضاء المدني في رؤية الدعوى المتقابلة المقامة من المطعون ضده غير مستند على أساس من القانون"
وقد تعرضت محكمة النقض لتفاصيل إجراء التقدير ومعايير في أكثر من قرار منها القرار التالي[٢٣] الذي جاء فيه:

"لا يجوز البت بالتقليد على أساس و ضع العلامتين الأصلية و المقلدة أحداهما بجانب الأخرى و البحث عن أوجه الخلاف، لأن المشتري لا يضعهما معاً و إنما يقارن أحداهما بما بقي في ذهنه من الأخرى، و لذلك تكفي المشابهة العامة كما استقر القضاء الأجنبي في أمثلة عديدة.

و حيث أن الحكم المطعون فيه الذي رفض الاعتداد بهذه القرائن و لم يجد فيها ما يثبت التقليد استند فيما قضى به إلى أنه يتبين من مقارنة علامة الجهة الطاعنة مع علامة المطعون ضدها عدم قيام

[23] القرار ٧٣٢ تاريخ ١٩٧٢/٨/٢٣، منشور في عوا و كيلاني: مرجع سابق، صفحة ٢٠٢.

التشابه لأن علامة الجهة الطاعنة تحمل صورة عنكبوت محاط بنسيج بينما أن الجهة المستأنف عليها تحمل صورة نحلة محاطة بخلايا نحل و أن صورة العنكبوت أكبر حجماً من صورة النحلة و إن نقوش علامة الجهة الطاعنة تختلف عن نقوش الجهة المطعون ضدها و جرس كلمة ناندوتي يختلف عن جرس كلمة (Nahly).

و حيث أنه لا يشترط لحصول تقليد أن يقوم تطابق تام بين جميع عناصر العلامة الأصلية و العلامة المقلدة لأن ذلك يشكل تزويراً للعلامة لا تقليداً لها و لا يكفي لقيام التقليد أن يوجد تشابه بين بعض عناصر العلامة المقلدة و العلامة الأصلية بحيث ينشأ خطر بحصول الالتباس لدى المستهلك العادي بين العلامتين و تضليل الجمهور فلا بد من لمعرفة ما إذا كان هناك تقليد من فحص العلامتين فحصاً جذرياً عاماً للتحقق من قيام هذا الخطر و على هذا فإن الوسائل التي تخلق الالتباس و التضليل متعددة فقد اعتبر من وسائل إدخال اللبس استبدال تسميته بتسمية مقاربة باللفظ أو الجرس (Vins de postllon-Vin de batallon-Carene-Carven) و اعتبر تقليد وجود تشابه عام بين صورتين و لو اختلفت التفاصيل كما هو الشأن بعلامة تتكون من ترس وسطه ديك و مقطوع بكلمة (Le ciement) مصحوبة بخرطوشتين اعتبرت تقليداً لعلامة أخرى تتكون من إطار في وسطه نسر يقف على علم كبير كتب فيه كلمة كليمان خارجة من خرطوشتين كما أن تقدير حالة التضليل لا يستلزم وضع العلامتين متجاورتين ثم إجراء مقارنة بينهما لأن المستهلك لا يكون أمام ناظره سوى العلامة المقلدة فيقارنها على أساس ما بقي في ذاكرته لصورة العلامة الأصلية فإذا تشابهت الصورتان بصورة عامة حصل اللبس لدى المستهلك و لو اختلفا في تفاصيل كثيرة و قضى على هذا الأساس بأنه طالما أن المقارنة تظهر تشابهاً عاماً فإن اختلاف اللون في العلامتين لا يمنع من ركن التقليد المضلل و هذا ما أخذ به قانون حماية الملكية في المادة ١٠٣ التي أوجبت أن يؤخذ بعين الاعتبار التشابه من حيث المجموع لا اختلافهما من حيث التفاصيل.

و حيث أنه تبين من استعراض الحكم المطعون فيه أنه في سبيل التحقق من توافر حالة التقليد عمداً إلى وضع الصورتين متجاورتين ثم أخذ يقارن كل عنصر منهما مع العنصر الذي يقابله في الصورة الثانية و انتهى إلى نفي التقليد لاختلاف تفاصيل الصورتين و لم يجر المقارنة على أساس التشابه بين الصورتين بصورة عامة فهناك إطار مشابه للصورتين و هو صندوق خشبي له عوارض متقاطعة و في وسط كل من الصندوقين رسم لحشرة في وضع مماثل متجه للأعلى و حول كل من الحشرتين نسيج نصف دائري و فوق كل حشرة و تحتها سجل اسم العلامة بشكل نصف دائري كما سجل اسم

العلامة على يمين الحشرة في العلامتين بصورة مستقيمة مع ملاحظة أن اسم العلامتين باللغة الأسبانية يبدأان بنفس الحرفين الأوليين و ينتهيان بنفس الحرف الأخير.

و حيث أنه كان على المحكمة أن تنظر عند إجراء المقارنة إلى الانطباع العام الذي يتولد في ذهن المستهلك من جراء هذه الأوضاع المتماثلة و ما إذا كان هناك احتمال بقيام الالتباس لديه و أن تتساءل بهذه المناسبة عن سبب اختيار الجهة المطعون ضدها لعلامة تحتوي بشكل عام نفس عناصر العلامة الاولى و إن اختلفت تفاصيلها وان تضع في اعتبارها مقياسا المستهلك العادي وليس التاجر الحريص الذي يدرك الفوارق الجزئية بالنظر لما تتطلبه مهنته من التدقيق و الحذر.

و حيث أن الجهة الطاعنة فضلا عما تقدم أوضحت لمحكمة الموضوع أن اسم علامتها الشائع هو النحلة و إن كانت مسجلة باسم (Nanduty) و إن اختيار الجهة المطعون ضدها لاسم النحلة إنما قصد منه تضليل المستهلك وإيهامه بأن العلامة الجديدة التي تحمل هذا الاسم الذي يعرفه هو نفس العلامة السابقة. و حيث أن المحكمة التي نفت قيام التقليد لم تتعرض لهذه الواقعة و مدى أثرها في حصول اللبس كما أنها لم تتحدث عن محاولة الجهة المطعون ضدها شراء علامة مقابل عمولة مما لا يتنافى مع احتفاظ الوكيل بحقه بالعلامة في حال انتهاء العلامة.

و حيث أنه يتضح مما تقدم أن الحكم مما انتهى إليه من الفصل في الدعوى قبل سماع أدلة الطاعنة يبدو سابقاً لأوانه و مشوباً بخطأ بالتفسير القانون بصورة تعرضه للنقض."

وفي قرار آخر[٢٤] قامت محكمة النقض أيضاً بتقرير أن التقدير يكون من وجهة نظر المستهلك العادي:

"على المحكمة أن تمحص اثر التقليد من وجهة نظر مستهلك عادي لا حاد الذكاء و لا غبي و سبب اختيار قسم من الاسم الجديد يشابه في جرمه الاسم المقلد و هل ينطوي ذلك على سوء نية.

حيث أن الدعوى تقوم على طلب شطب علامة المدعى عليها الفارقة "دورموتكس" مع الحكم بالتعويض و ذلك على أساس أن تلك العلامة هي تقليد للعلامة "دورموي فرير".

[24] قرار ٥٥٠ تاريخ ٩٧٤/٦/٢٣، منشور في عوا و كيلاني: مرجع سابق، صفحة ٢٠٨.

و حيث أن الحكم المطعون فيه عندما انتهى لرد الدعوى أشار إلى أن مقياس حماية المستهلك العـــادي لا الحاد الذكاء ولا قليله ثم أشار إلى أن المستهلك السوري لا يعرف سوى سلعة واحدة لشركة دورمي مطروحة في أسواق سورية هي الجوخ الذي يحمل علامتها المميزة و هذا ما يجعله على بينة إذا مـــا عرض عليه جوخ يحمل علامة دورموتكس فيكون في منجى من الخطأ للاختلاف البين الواضح بـــين هاتين العلامتين خاصة و إن المستهلك السوري إذا ما رغب بشراء جوخ من صنف معين فانه لا بـــد وأن يدقق قبل الشراء في العلامة الفارقة المميزة له.

وحيث أنه لا يشترط لحصول التقليد أن يقوم تطابق تام بين جميع عناصر العلامة الأصلية والعلامـــة المقلدة لأن ذلك يشكل تزويراً للعلامة لا تقليداً لها و يكفي لقيام التقليد أن يوجد تشـــابه بـــين بعـــض عناصر العلامة المقلدة و العلامة الأصلية بحيث ينشأ خطر بحصول الالتباس لدى المستهلك العـــادي بين العلامتين فلا بد لمعرفة ما إذا كان هناك تقليد من فحص العلامتين فحصاً جذرياُ عاماً للتحقق من قيام هذا الخطر وعلى هذا فإن الوسائل التي تخلق الالتباس والتضليل متعددة فقد اعتبر من سائل إدخال اللبس استبدال تسمية بتسمية متقاربة باللفظ أو الجرس:
VIN DE POSTILLON، VIN DE BATAILLON، CAREN-CARVEN
و حيث أن الحكم المطعون فيه اعتبر أن المستهلك في منجى من الخطأ للاختلاف البين بين العلامتين مع أن الاختلاف بين العلامتين ليس بالوضوح الذي أشار إليه الحكم وذلك بملاحظة أن اسم العلامتين يبتدئ بنفس الحروف وله نفس الجرس.

وحيث أن الحكم المطعون فيه ذهب إلى أن المستهلك السوري إذا ما رغب بشراء جوخ مـــن صـــنف معين فلا بد أن يدقق قبل الشراء في العلامة الفارقة و كان على المحكمة أن تنظر عند إجراء المقارنة إلى الانطباع العام الذي يتولد في ذهن المستهلك من جراء هذه الأوضاع المتماثلة وما إذا كان هنـــاك احتمال بقيام الالتباس لديه و أن تتساءل عن سبب اختيار الجهة المطعون ضدها لعلامة تحوي بعـــض عناصر العلامة الأخرى وأن تضع في اعتبارها مقياس المستهلك الهادي وليس المســـتهلك الحـــريص الذي يدرك الفوارق الجزئية.

وحيث أن الجهة الطاعنة أوضحت لمحكمة الموضوع أن المطعون ضده عمد بنية سيئة إلـــى إضـــافة المقطع الأخير ولكن بقي التشابه قائماً في الشكل والجرس السمعي وأن المقطعين في كلمتي العلامتين يختلطان ويتشابهان وأن المطعون ضده قصد من ذلك الاستفادة من شهرة العلامة الطاعنة و ارتكـــاب إعمال المراجعة غير المشروعة التي لا تتفق مع قواعد حسن النية و العادات الشريفة.

وحيث أن الحكم المطعون فيه أغفل مناقشة هذا الدفع و مدى أثره ولم تلحظ فيه النواحي السالفة الذكر التي أخذت بها هذه المحكمة في القرار ٦٤١ لعام ١٩٧٢ فيتعين نقضه.

وحيث أن النقض يتيح للمحكمة مناقشة ما أثاره الطاعن حول المزاحمة المشروعة المقصودة بالمادة ٩٣ وحول تعهد الدول الموقعة على اتفاقية باريز بأن تكفل لرعاياها حماية فعالة ضد المنافسة غير المشروعة".

القضاء اللبناني بدوره أكد هذا المبدأ، وقد جاء في أحد قرارات محكمة التمييز اللبنانية:[٢٥]
"ينظر إلى التقليد والاحتذاء من وجهة المشابهة الإجمالية أكثر من الفروق في الجزئيات.حيث أن المادة ١٠٧ من القرار ٢٣٨٥ تاريخ ١٩٢٤/١/١٧ تنص على أن المحاكم تقدر أهمية التقليد والاحتذاء بقصد الغش بنظرها إلى الشيء المقلد أو المحتذى به من وجهة المستهلك واعتبارها المشابهة الإجمالية أكثر من اعتبارها للفروق في الجزئيات الموجودة بين الماركتين.

وحيث أن عدم توفر المشابهة الإجمالية بين الماركتين هي نقطة مادية يستقل بتقديرها قضاة الأساس ولا تدخل تحت تحميص محكمة التمييز.

وحيث أن المحكمة الاستئناف تكون قد استعملت حقها عندما اعتبرت أنه لم يتبين من المظهر الإجمالي أن هنالك تشابهاً يدل على تقليد واحتذاء بصورة يمكن معها للتاجر أو المستهلك العادي أن يلتبس عليه الأمر".
وكذلك فصل القضاء اللبناني في كيفية مقارنة العلامات في قرار حول تقليد ماركة لافكس بماركة لانوفكس صدر عن محكمة استئناف بيروت:[٢٦]
"يجب أن يقدر التقليد و الاحتذاء بقصد الغش بالنظر إلى الشيء المقلد أو المحتذى به من وجهة المستهلك وباعتبار المشابهة الإجمالية، أكثر من اعتبار الفروق في الجزئيات الموجودة بين الماركة الحقيقية و الماركة الجارية عليها الدعوى عملا بنص المادة ١٠٧ من القرار ٢٣٨٥ تاريخ ١٩٢٤/١/١٧.

بناء عليه تبين لهذه المحكمة بعد معاينة نموذج كل من علبة مسحوق لافكس، الماركة المسجلة في مكتب حماية الملكية التجارية و الصناعية، وعلبة لانوفكس، أن المستأنف أقدم على استعمال اسم

[25] القرار ١٠٠ ٩٥٤/٩/٢٩، منشور في عوا و كيلاني: مرجع سابق، صفحة ٢٤٧.
[26] القرار ١٣٠٢ تاريخ ١٩٦٨/١٠/٢٤، منشور في عوا و كيلاني: مرجع سابق، صفحة ٢٥٨.

لانوفكس القريب من اسم مسحوق لافكس خاصة الشركة المستأنف عليها، بحيث أضاف إلى اسم لافكس حرف "نو" في وسطه، مما أبقى للاسم الجديد ذات الإيقاع الصوتي لاسم لافكس، واعتمد نفس الشكل الخارجي للعلبة المعدنية العائدة للشركة المستأنف عليها، ونفس الحجم والقياس ووضع اسم لانوفكس المقلد عن بضاعته بنفس الطريقة الموضوع فيها اسم لافكس، ووضع رسم البالونات والغسيل بنفس المكان، وكلمة "سوبر" وعبارة يغسل بدون تعب، في أسفل العلبة وبنفس المكان الموجود فيه هذه العبارات على علب المستأنف عليها. وبالإضافة إلى ذلك اعتمد المستأنف ذات الخطوط العريضة والأشكال الهندسية والاتجاهات في الخطوط والرسوم والكتابات والأحرف الموجودة على علب المستأنف عليها. فتأسيساً على ما تقدم ترى المحكمة أن أوجه التشابه بين مصنوعات المستأنف والشركة المستأنف عليها بكثرة. وان هذا الامر من شأنه خلق التباس في ذهن المستهلك العادي وبالتالي إلحاق الضرر بالشركة المستأنف عليها، ويقتضي بالنتيجة تصديق القرار الإعدادي و الحكم النهائي المستأنفين، القاضيين بإبطال تسجيل علامة "لانوفكس" المسجلة في مكتب حماية الملكية التجارية والصناعية،وحجز البضاعة أينما وجدت، وإتلافها، ولصق الحكم على الباب الخارجي لمحل المستأنف ونشر خلاصته في جريدتين، وإلزام المستأنف بأربعة آلاف وأربعمائة ليرة، موضوع النزاع، بالرغم من تسجيلها في مصلحة حماية الملكية التجارية والصناعية على اسم المستأنف لم يخالف القانون".

٥-٦ اختلاف الخط أو اللغة لا ينفي التشابه.

أحد الأسئلة الشائعة في قضايا العلامات هي هل يبقى التقليد قائماً إذا اختلفت اللغة بين العلامتين؟ في أحد قراراتها إحدى المحاكم السورية قررت هذه المسألة حول **العلامة باللغة العربية (داش) وبالأجنبية (DASH)** حيث جاء في القرار[٢٧]:

"إن اختلاف نموذج الخط العربي أو اللاتيني في كتابة العلامة الفارقة لا يعتبر اختلاف جوهري ولا يؤثر على الجرس الموسيقي للكلمة أو لفظها أو مضمونها، ويكون التشابه مطلقاً بين العلامتين مما يعتبر منافسة غير مشروعة وتقليداً لعلامة فارقة، ولا يعتد بالجهل بتسجيل العلامة الأولى.

وحيث ثبت أن الجهة المدعية أودعت شهادة تسجيل علامة فارقة تجارية أو صناعية برقم ١٩١٦٤ بتاريخ ٩٦٩/٣/١٣ لمدة خمسة عشر سنة لوضعها جميع القياسات والأشكال والالوان على الصابون والمنظفات ومستحضرات الغسيل والتنظيف وهذه العلامة هي باللغة العربية (داش) وبالأجنبية

[27] القرار رقم ١٢٢٦ تاريخ ٩٧٥/٩/٢٩ صادر عن إحدى محاكم البداية في سورية، منشور في عوا و كيلاني: مرجع سابق، صفحة٢١١.

(DASH) وقد كتبت بالخط العربي النسخي وعبارة اللاتينية التي تماثلها تحتها وبخط لاتيني متوازية خطوطه يميل نحو اليمين وتبين أن الجهة المدعى عليها أودعت ذات العلامة بتاريخ، وحيث أن الحكم المطعون فيه لم يسر على هذا النهج فيتعين نقضه."

٥-٧ *حماية العلامة المشهورة بالنسبة لمنتجات مختلفة*

كما سبق القول أعلاه فإن حماية العلامة التجارية المشهورة بالنسبة لمنتجات مغايرة للمنتجات المستعملة عليها العلامة بالأساس هو مبدأ جديد نسبياً وطوره القضاء قبل أن تتبناه القوانين.[٢٨]

القضاء الأردني حكم في إحدى الدعاوى باحتمال قيام غش للجمهور في حال تشابه علامتين حتى مع اختلاف نوع التجارة أو الصناعة التي ترتبط بها كل من العلامتين ولكنه لم يسند حكمه على مفهوم العلامة المشهورة بل فقط على وجود غش للمستهلك. وجاء في هذا القرار:[٢٩]

"إن مناطق الفصل في هذا الاستئناف ينحصر فيما تنحصر فيما تحرزت به هذه الفقرة من حيث التشابه بين العلامتين إلى درجة تؤدي إلى الغش الجمهور, فإن صح وجود هذا التشابه امتنع التسجيل.
ونحن نرى أن المعايير في تقرير وجود التشابه تكمن في توافر عدة عنصر منها النطق للعلامة, وكتابة العلامة, ومنها أيضاً المظهر الأساسي للعلامتين سواء من حيث النظر أو السمع. وبإنزال ذلك على الحالة الماثلة نجد أن العلامة المطلوب تسجيلها هي MANN FILTER و أن العلامة الأخرى لدى الغير هيMAN وبإمعان النظر في هاتين العلامتين نلاحظ أن كلمة MAN بالأحرف الإنكليزية والبارزة في كل من العلامتين من شأنه أن يؤدي إلى غش الجمهور, إذ ليس من السهل على المستهلك العادي التفريق بين العلامتين ولو اتبعت علامة الشركة المستأنفة بكلمة FILTER ذلك أن العبرة في ذلك هي إدراك المستهلك العادي وهم الأكثرية الساحقة الذين حرص القانون على حمايتهم والحيلولة دون استغلال جهلهم وغفلتهم.

ولا يؤبه في ذلك إلى الفحص الدقيق الذي يعمد إليه بعض المشترين وما يقوم به من مقارنة دقيقة بين علامة و أخرى.

---

[28] تكرس هذا المبدأ بموجب نصوص قانونية واضحة و صريحة في المعاهدات الدولية و القوانين الداخلية. فعلى صعيد القانون الدولي، و على سبيل المثال، فأن هذا المبدأ تكرس بنص المادة رقم ١٦ (٣) من اتفاقية التريبس و هي إحدى اتفاقيات منظمة التجارة الدولية و كذلك قانون الاتحاد الأوروبي و قوانين الدول الأوروبية كلها (مثلاً: المادة ٤(٣) من التعليمات رقم ١٠٤/٨٩/ي ي س الصادرة عن الاتحاد الأوروبي بتاريخ ١٩٨٨/١٢/٢١) و التي تم إدخالها في قوانين الدول الأوروبية كلها بما فيها فرنسا، ألمانيا، بلجيكا و غيرها.

29 عدل عليا رقم ٩١/٨٧ منشور في سمير فرنان بالي، قضايا القرصنة التجارية و الصناعية و الفكرية – الجزء ٤ – منشورات الحلبي الحقوقية – طبعة أولى، ٢٠٠٣، صفحة ١٣١.

أما ما ذهب إليه وكيل المستأنفة في مرافعته من أنه لا يجوز لمالك العلامة التجارية المسجلة الاحتجاج بها إلا في مواجهة منافسين يمارسون تجارة أو صناعة من ذات النوع فاحتجاج في غير محله ما دام وقد توصلنا إلى إن العلامة المطلوبة من شأنها غش الجمهور على النحو الذي أشرنا إليه, مثلما لا يرد قوله أيضاً بأن البضاعة الأخرى بمقتضى علامتهم MAN معدة فقط لاستهلاك طبقة معينة ما دام وأنه ينبني على العوامل الأساسية الواجب تقديرها في تقرير التشابه وجود خداع وغش لجمهور.

وعليه وتأسيساً على ذلك كله فإن أسباب الاستئناف لا ترد على القرار المستأنف الأمر الذي يتعين معه رد الاستئناف.
فنقرر رده."

القضاء السوري اقترب قليلاً من هذا المبدأ في أحد قراراته حيث قرر إن سبق استعمال شركة سنجر العلامة الفارقة (سنجر) على آلات الخياطة، يجعلها هي سابقة الحق فيها و لا يحق لغيرها إن يستعمل نفس العلامة أو يقلدها سواء بالنسبة لآلات الخياطة أو لغيرها من البضائع (ساعات). ولكن يبدو أن المبدأ لم يكن واضحاً في هذا القرار، كما أن أساس الحكم لم يشر بصراحة إلى مسألة شهرة العلامة، وقد جاء في هذا القرار:[٣٠]
"حيث أن الطاعن الذي نسب له تقليد العلامة الفارقة العائدة للشركة المطعون ضدها لا يجادل في أن الشركة المذكورة هي مالكة العلامة المقلدة و سبق أن سجلتها قبل تسجيل العلامة العائدة له كما سبق لها أن استعملتها على بضاعة آلات الخياطة المطروحة في الأسواق السورية و لكنه يحصر دفوعه بأن الشركة المطعون ضدها و إن كانت سابقة في التسجيل إلا انه لم يسبق لها استيراد بضاعة الساعات التي تحمل هذه العلامة إلى الأراضي السورية فيعتبر هو السابق باستعمالها الأمر الذي يجعل له حق الأولوية بهذا الاستعمال و يكسبه حق تسجيل هذه العلامة.

و حيث إن ما يثيره الطاعن في هذا الدفع ينطوي في حقيقته على الادعاء بملكية هذه العلامة لسبق استعمالها من قبله.

و حيث إن استعمال الشركة المطعون ضدها لهذه العلامة على آلات الخياطة يجعلها هي صاحبة الحق فيها فلا يحق لغيرها أن يستعمل نفس العلامة أو أن يقلدها. سواء بالنسبة لآلات الخياطة أو لغيرها من البضائع إذ أن ملكية الشركة لهذه العلامة يخولها استعمالها على آلات الخياطة و على ما تصنعه من

[30] القرار رقم ٤٢٤ تاريخ ١٩٦٩/١٠/٢٠، منشور في عوا و كيلاني: مرجع سابق، صفحة ١٩٧.

بضائع غيرها. و حيث أن الطاعن لا يجادل في أن الشركة المطعون ضدها تنتج ساعات تحمل نفس هذه العلامة فان قيامه بتقليد هذه العلامة ووضعها على ساعات لا تنتجها الشركة من شأنه إلحاق الضرر المعنوي بالشركة حتى و لو لم يقم ببيع هذه البضاعة في البلاد السورية على اعتبار أن عرضها في الأسواق السورية يسمح بانتقالها إلى بلاد أخرى مما يتعارض مع فكرة الحماية الواجبة و مع المنافسة غير المشروعة.
و حيث أن الحكم المطعون فيه فيما انتهى إليه من إلزام الطاعن بالتعويض قد سار على هدى هذه القواعد القانونية بصورة يتحتم معها رفض الطعن. لذلك حكمت المحكمة برفض الطعن".

أما القضاء اللبناني، فقد قام قرارات حديثة نسبياً بتطبيق هذا المبدأ بجرأة وكفاءة وشرح مفهوم العلامة المشهورة المحمية لمنتجات مغايرة بشكل تفصيلي. القرارات التي أصدرها القضاء اللبناني في هذا المجال تكتسب أهمية بالغة، وفيما يلي نورد مقاطع من بعض القرارات اللبنانية الصادرة في هذا المجال.

– العلامة "Hennessy" سجلت لوضعها على أصناف من المشروبات ضد "HENNESSY" سجلت لوضعها على أصناف من الملبوسات. لا تقيد بمبدأ وحدة نوعية السلع أو بمبدأ التخصص في مواجهة العلامات ذات الشهرة.

[....]"

ثانياً: في التقليد ونتائجه[31]

حيث أن الشركة المدعية تدلي بأن المدعى عليها أقدمت على تقليد العلامة العائدة لها والمسجلة باسمها لدى دائرة حماية الملكية، وقد سجلتها بتاريخ لاحق لدى الدائرة المذكورة.

وحيث يعود للمحكمة، سنداً لنص المادة ١٠٧ من القرار رقم ٢٣٨٥، الحق في تقدير أهمية التقليد بالنظر إلى الشيء المقلد أو المحتذى به من الناحية الإجمالية بمعزل عن الفرو قات الجزئية بين العلامة الأصلية و العلامة المقلدة الجارية عليها الدعوى ومن جهة تأثيره في المستهلك العادي. وحيث على ضوء ما تقدم، يستفاد أنه لا بد من توفر عنصر موضوعي يتمثل في المشابهة الإجمالية بين العلامات موضوع النزاع حتى يتحقق التقليد، ومن جهة ثانية إن هذه المشابهة لا تكفي بذاتها للقول

[31] محكمة الدرجة الأولى في بيروت، (الغرفة الرابعة)، الهيئة الحاكمة: الرئيس غالب غانم و العضوان سهير حركة ومحمود المولى (منتدب)، قرار: رقم ١٩٩١/١١٤، تاريخ: ١٩٩١/١٤/١٠، منشور في: فرنان بالي، مرجع سابق، صفحة ٩.

بالتقليد المقصود في المادة ١٠٧ بل لا بد من اقترانها بعنصر آخر ألا وهو إمكانية الالتباس والخلط اللذين تولدهما في ذهن المستهلك.

و حيث بالعودة إلى التسجيل الخاص بكل من علامتي "هينيسي" لدى دائرة حماية الملكية يتبين لنا ما يلي:
أن للعلامة العائدة للمدعية مكتوبة بالحرف اللاتيني وفقاً للطريقة التالية "Hennessy" وبجنبها رسم يمثل ذراعاً تحمل فأساً وتوضع بجميع القياسات والألوان على النبيذ، والنبيذ الفوار، وشراب التفاح، والمقبلات، والمشروب الروحي وجميع أنواع المشروبات الروحية والكحولية.
إن العلامة العائدة للمدعى عليها مكتوبة أيضاً بالحرف اللاتيني، ولكن وفقاً للطريقة التالية:"HENNESSY" بدون الرسم الموضوع بجانب المدعية، وهي توضع بجميع القياسات والألوان على أصناف من الملبوسات.

وحيث نلاحظ، على ضوء الشرح أعلاه، أن هناك اختلافاً بسيطاً في طريقة كتابة الحرفين في كل من العلامتين. ففي العلامة الأولى تمت الكتابة بحرف صغير (miniscule) بينما في الثانية تمت بحرف كبير (majuscule).

وحيث على ضوء مل تقدم ترى المحكمة أن التشابه الإجمالي متوفر، وهو يصل إلى حد التطابق، ومن شأنه أن يوقع المستهلك العادي في الالتباس. ويقتضي التنويه بأن الفرو قات البسيطة، لاسيما تلك المتعلقة بشكل بعض الأحرف اللاتينية، ويعدم وجود الرسم في علامة المدعى عليها، لا تعول دون الوقوع في هذا الالتباس.

وحيث أن التساؤل الذي يثور في هذا المجال هو التالي:
ما مدى إمكانية توفر عنصر خلق الالتباس هذا بصدد منتوجات تختلف في نوعها وطبيعتها إنما تحمل علامتين متشابهتين أو متطابقتين؟ إذ إن علامة المدعى عليها سجلت لوضعها على أصناف من الملبوسات بينما علامة المدعية سجلت لوضعها على أصناف من المشروبات. وحيث أنه بالعودة إلى الفقه و الاجتهاد حول هذا الموضوع، لا سيما في فرنسا، نجد أنهما لم يتقيد بمبدأ وحدة نوعية السلع أو بمبدأ التخصص Principe de la spécialité في مواجهة العلامات ذات الشهرة.
نقرأ حول ذلك مثلاً: [....]

و حيث أن المسألة "الشهرة" هذه ليست سوى مسألة واقعية، يعود للمحكمة التثبت منها عبر معطيات مادية عدة، أهمها قدم المؤسسة، رقم مبيعاتها، وعقود التمثيل المتعلقة بها، وكل ذلك بالطبع في البلد المراد حماية العلامة التجارية فيه.
يراجع حول ذلك: المرجع السابق ذكره ص ٢٩٢.

وحيث أنه بالعودة إلى المستندات المبرزة مع استحضار الدعوى، وإلى الوقائع الثابتة فيها، وعلى الأخص الكاتالوج Catalogue العائد إلى نشاط الشركة المدعية وتاريخ تأسيسها الواقع العام ١٧٦٥ باسم Société HENNESSY وكذلك وجود ممثل تجاري لها في لبنان منذ العام ١٩٥٠، أضف إلى ذلك رقم مبيعاتها، ومن بينها تلك الحاصلة في السنوات السبع الأخيرة انطلاقاً من تاريخ تقديم الدعوى، تلاحظ المحكمة ما يأتي:

إن المدعى عليها قصدت الاستفادة من شهرة علامة المدعية ومن رواجها في السوق اللبنانية منذ سنوات عدة، فقامت بتسجيل العلامة المقلدة على اسمها هي.
إن هذا الآمر من شأنه أن يخلق التباساً في ذهن المستهلك حول طبيعة المنتجات ومصدرها وإن تكن غير متماثلة.

حيث أن الاتجاه إلى اعتبار التقليد أمراً واقعاً يترسخ عندما بضاف إلى عامل الشهرة التي كانت محور التعليل والسبب الأساسي للقول بالتقليد، عامل آخر هو أن تكون العلامة التجارية تكريساً للقب العائلي، خصوصاً إذا كان بدوره ذا شهرة [....].

حيث استناداً إلى التعليل برمته، و إلى القرار ٢٣٨٥ بماديته ١٠٥ (واقعة التقليد) و ١٠٧ (تقدير التشابه الإجمالي ووقعه على المستهلك). تكون عناصر تقليد العلامة التجارية Hennessy، خاصة الشركة المدعية، متوفرة. حيث، والحال ما ذكر، يقتضي إبطال تسجيل العلامة HENNESSY المسجلة بأحرف لاتينية على اسم المدعى عليها لدى دائرة حماية الملكية التجارية تحت رقم (٤٣٠٨) تاريخ ١٩٨٣/١/١٠، ومنع المدعى عليها من استعمال هذه العلامة تحت طائلة غرامة إكراهية مقدارها خمسة عشر ألف ليرة لبنانية عن كل يوم تأخير".

و أيضاً جاء في قرار آخر صادر عن محكمة استئناف بيروت المدنية[٣٢] حول العلامة "مويه اي شاندون" توضع على أصناف من المشروبات الروحية ضد "شاندون باريس" سجلت لوضعها على أصناف من الملابس النسائية الداخلية.

"[....] ومعلوم علماً و قانوناً و اجتهادا أن العبرة هي لأسبقية الاستعمال، وليس لأسبقية التسجيل، لأن هذا الأخير له مفعول إعلاني فقط. أما بالنسبة لما ذكره المستأنف من وجود اختلاف بين علامته و علامة المستأنف عليها، فالقانون اللبناني لم يأخذ بالجزئيات و تطابقها، بل ترك للمحكمة حق التقدير عندما تنظر في أعمال الاحتذاء و التقليد على أن تأخذ بالمشابهة الإجمالية أكثر من اعتبارها للفروق في الجزئيات الموجودة بين الماركة الحقيقية والماركة المطلوب إبطالها.

و للمستأنف بتقليد علامة المستأنف عليها، بغية الاستفادة من شهرتها، و إضافة كلمة "باريس" إلى اسم "شاندون"، قد وضع نفسه في الحالات المنصوص عنها في المادتين ١٠٥ و ١٠٦ من القرار ٢٣٨٥، و المادتين ٧٠٢ و ٧٠٣ عقوبات، إذ أوحى للمستهلك بأن بضاعته آتية من فرنسا ومن عند المستأنف عليها.

أما قول المستأنف بأن بضاعته تختلف عن بضائع المستأنف عليها، فإنه لا يمكن التوقف عنده لأنه لا ينظر إلى نوع البضائع لمعرفة ما إذا كانت تتشابه أم لا، و إنما ينظر إلى شهرة الماركة المقلدة أو المغتصبة، و إلى نية المغتصب أو المقلد بالاستفادة من الشهرة المذكورة، كما ينظر إلى وجوب حماية الماركة الشهيرة و المغتصبة و المقلدة من التهميش و الذوبان في الاستعمال العام، فتفقد الصورة المجلية و الهالة الكبيرة التي اكتسبتها على مر الأيام. وهذا الآمر يجد سنده الواقعي في كون المؤسسات الكبرى أصبحت تنوع نشاطاتها بحيث أن العلامة التي أعطيت سابقاً لصنف معين من البضائع تصبح مهيأة لأن تعطى لصنف آخر مختلفاً عن الصنف الأول، وهذا ما يحمل على الاستنتاج بأنه لم يعد يعتد بالقول الذي ماله وجوب حماية الصنف ذاته أو ما شابهه، بل يجب إطلاق الحماية للعلامة بصرف النظر عن الصنف الذي تتناوله".

و يتوقع أن يتبنى القضاء العربي موقفاً واضحاً تجاه العلامات المشهورة بشكل عام بعد أن تمت حماية هذه العلامات في كل قوانين العلامات الحديثة في العالم العربي.

[32] محكمة استئناف بيروت المدنية، (الغرفة الأولى)، الهيئة الحاكمة: الرئيس الأول نزيه طربيه و المستشاران بشير دادنجي و ميسم النويري، القرار: رقم ٢٦٤ تاريخ ١٩٩٣/٥/٣، منشور في فرنان بالي، مرجع سابق، صفحة ٣٩.

٦- خلاصة

مهما تطورت القوانين المكتوبة للعلامات التجارية، يبقى للقضاء دوراً أساسياً في تطبيق هذه القوانين وتطويرها. القضاء في كل من لبنان وسورية لعب دوراً أساسياً في هذا الاتجاه في ظل قانوني العلامات التجارية القديمين نسبياً في هذين البلدين، ويتوقع أن يستمر في لعب دوراً أساسيا حتى بعد أن يتم إصدار قوانين جديدة للعلامات في البلدين.

[نهاية الوثيقة]