دولة الامارات العربية المتحدة
جـــامـــعـــة الـــشـــارقـــة
مـاجـسـتـيـر الـقـانـون الـخـاص

رسالة

مقدمة لنيل درجة الماجستير

في

القانون الخاص

التنظيم القانوني للأسماء التجارية المشهورة في القانون الإماراتي والقوانين المقارنة

(دراسة مقارنة)

بشاير سعيد عبدالله الوالي

باحثة قانونية - ماجستير القانون الخاص

كلية القانون – جامعة الشارقة

الدكتورة ايمان محمد ممتاز نابوش

أستاذ القانون التجاري المساعد بجامعة الشارقة

بسم الله الرحمن الرحيم

{ يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ }.

صدق الله العظيم

سورةالمجادلة الآية (١١)

إهـــداء

إلى النور الذي ينير لي درب النجاح

إلى من دفعني للعلم والمعرفة وبه ازداد فخراً

"أبي"...

إلى روضة الحب

إلى من علمتني وعانت الصعاب لأصل إلى ما أنا فيه

"أمي"...

إلى أسمى رموز الإخلاص والوفاء ورفيق الدرب

والذي لم يبخل بوقت أو جهد لمساعدتي

"زوجي"...

شكـــر وتقديــر

أشكر الله عز وجل الذي وفقني وأعانني لإكمال هذه الرسالة العلمية.

ومن هنا أتقدم بآيات الشكر والعرفان إلى من كان لها الفضل بعد الله في إخراج هذه الرسالة العلمية **الدكتورة / إيمان محمد نابوش** المشرفة على الرسالة العلمية لبرنامج ماجستير القانون الخاص لما لها من فضل، فقد قدمت لي نموذجاً متفرداً في الإثراء العلمي والمتابعة الدقيقة لكل خطواتي في إعداد الرسالة العلمية وما بذلته معي من جهد، فجزاها الله خيرا وأمدها بدوام الصحة والعافية.

الملخص:

يعالج هذا البحث التنظيم القانوني للأسماء التجارية المشهورة في القانون الإماراتي والقوانين المقارنة، وهو ما استدعى البحث في التعريفات التشريعية للاسم التجاري في تشريع دولة الإمارات العربية المتحدة وبعض الدول المقارنة كالتشريع البحريني والأردني والمصري وبيان المعايير التي يمكن الاستعانة بها للتمييز بين الاسم التجاري بشكل عام والاسم التجاري المشهور. كما تناول البحث أنواع ونطاق الحماية التي توفرها القوانين قيد البحث للاسم التجاري المشهور وأوصى بعدم قصر الحماية المقررة للاسم التجاري المشهور على نوع معين من النشاطات التجارية ومنع الغير من استعمال الاسم التجاري المشهور كعلامة تجارية لمنتجاته ولو كانت هذه المنتجات تعود إلى نشاط تجاري مختلف وذلك منعاً للبس بين جمهور المستهلكين نظراً للشهرة العالمية التي يتمتع بها الاسم التجاري، كما خلص البحث إلى ضرورة تعديل العقوبات التي تترتب في حال التعدي على الاسم التجاري بحيث تتناسب مع الضرر الذي ينتج

من هذا التعدي مع أهمية إصدار قانون خاص بالأسماء التجارية في دولة الإمارات بحيث يخصص هذا القانون بعض أحكامه للاسم التجاري المشهور.

الكلمات المفتاحية: الأسماء التجارية المشهورة، الحماية القانونية، التعدي، المسؤولية التقصيرية، العلامة التجارية.

Abstract:

This research analyzed the legal regulations of well-known trade names under the UAE law and the comparative laws. It examined the legislative definitions of the trade name in the UAE, Bahrain, Jordan and Egypt. The research also dealt with the types and scope of protection provided by the above laws for the well-known trade names and recommended that protecting the well-known trade name should not be limited to a specific type of commercial activity in order to prevent others from using a well-known brand name as a trademark for their products. Besides, the research concluded that the penalties for infringing the trade name should be modified to match the harm that results from this infringement.

Finally, it is highly recommended that a specialized law on trade names should be issued in the UAE with special rules on the well-known trade name.

Keywords: well-known trade names, legal protection, infringement, tort liability brand names.

المقدمة

تحتل الأسماء التجارية المشهورة أهمية كبيرة وحيوية في المساهمة بتمييز المنشأة التجارية عن غيرها من المنشآت واستخدامها كوسيلة لحماية التاجر من أي تعد على منشأته، وقد شهد العصر الحالي وجود أسماء تجارية تجاوزت شهرتها حدود البلد الذي سجلت فيه لتحظى بشهرة عالمية مما أدى الى زيادة قيمتها السوقية وسمعتها التجارية. الأمر الذي استدعى استحداث تنظيمات قانونية خاصة تراعي خصوصية الأسماء المشهورة وتقدم لها الحماية المطلوبة في زمن أصبح فيه العالم قرية كبيرة. تحقيقا لهذه الغاية ومن أجل دعم الحياة التجارية التي أصبح من أهم ميزاتها العالمية قامت بعض الدول العربية بإصدار قوانين خاصة بالأسماء التجارية مراعية الأسماء التجارية المشهورة وفي دولة الإمارات نجد أن المشرع يسعى جاهدا لمواكبة التطور الحضاري وذلك بإصدار قوانين تتلاءم مع التطورات العالمية.

وتعد الأسماء التجارية عنصرا من عناصر المحل التجاري المعنوية وأحد أهم حقوق الملكية الصناعية المكونة له وتزداد هذه الأهمية إذا ترسخت عن الأصل شهرة وسمعة حسنة أدت إلى جلب الزبائن له وتعزيز صلته بهم وتكوين شهرة المحل. فالأسماء التجارية تعتبر في

الواقع وسيلة للدعاية عن المحل التجاري يمكن أن تصل من خلال وسائل الإعلام والإشهار المختلفة إلى المستهلك. واعتباراً لكون الأسماء التجارية أحد حقوق الملكية الصناعية وعنصراً مهماً في الأصل التجاري، فهو يخول لصاحبه حق الاستئثار باستعماله واستغلاله في مواجهة الكافة [1]. ويلتزم الأشخاص أصحاب الأسماء التجارية بقيد الاسم التجاري في السجل التجاري، وذلك حتى يكتسب الحماية القانونية في بعض التشريعات. وتشمل هذه الحماية كلا من الحماية المدنية والحماية الجنائية في حالة الاعتداء عليها بالإضافة الى الحماية على المستوى الدولي بموجب معاهدة تريبس وهي اتفاقية حول الجوانب التجارية لحقوق الملكية الفكرية وكذلك معاهدة باريس لحماية الملكية الصناعية لعام ١٨٨٣م.

موضوع الدراسة:

يتمحور موضوع الدراسة حول "التنظيم القانوني للأسماء التجارية المشهورة في القانون الإماراتي والقوانين المقارنة" من حيث مفهوم الاسم التجاري المشهور من الناحية التشريعية وبيان معايير التمييز بين الاسم التجاري والاسم التجاري المشهور وكيفية قيد الاسم التجاري ومن ثم الطبيعة القانونية للاسم التجاري المشهور، وتمييز الاسم التجاري عما يشتبه به من ناحية العلامة التجارية المشهورة والعنوان التجاري والسمة التجارية وكذلك المواقع الإلكترونية.

ومن ناحية أخرى تتناول هذه الدراسة الحماية القانونية للأسماء التجارية المشهورة على المستوى الإقليمي من ناحية اتفاقية باريس واتفاقية تريبس وعلى المستوى الوطني من ناحية الحماية المدنية والجنائية.

أهمية الدراسة:

تتحدد أهمية هذا البحث أن الأسماء التجارية وبخاصة المشهورة منها لم تحظى بالاهتمام الواجب من قبل الفقهاء بالإضافة الى عدم وجود دراسة متخصصة شاملة لها بالرغم من الأهمية البالغة للأسماء التجارية المشهورة في عالم التجارة والاقتصاد العالمي في كافة الأنشطة

(1) د. محمد محبوبي، الحماية القانونية للاسم التجاري، (المغرب: مجلة القضاء التجاري،٢٠٠٥م) ، العدد الخامس، ص١٠٦.

الاقتصادية والمالية. حيث أكدت محكمة النقض المصرية أن شهرة المحل التجاري هي عنصر من عناصر مجتمعة تعمل على اجتذاب العملاء [1]. وعلى الرغم من أهمية الاسم التجاري المشهور فإن المشرع الإماراتي لدى تناوله موضوع الأسماء التجارية غفل عن تخصيص الأسماء التجارية المشهورة بقواعد خاصة تتناسب مع أهميتها وعليه سنتناول هذا القصور الذي لم يتناوله المشرع الإماراتي في موضوع الدراسة.

مشكلة الدراسة:

تكمن مشكلة هذه الدراسة في غياب التنظيم القانوني للأسماء التجارية المشهورة بالرغم من الأهمية البالغة لها في ظل التطور الاقتصادي الحالي، فالمشرع الإماراتي في قانون المعاملات التجارية الاتحادي رقم (١٨) لسنة ١٩٩٣م اكتفى بتناول الأسماء التجارية بشكل عام، وأغفل تنظيم الأحكام الخاصة المتعلقة بالأسماء التجارية المشهورة. وتطرح هذه الدراسة تساؤلات عدة أهمها:

1. ما مفهوم الأسماء التجارية المشهورة، وبماذا تتميز عن غيرها مما يشتبه بها؟
2. ماهي علاقة الأسماء التجارية بالعلامات التجارية وبخاصة عندما تكون العلامة مشهورة؟
3. ماهي المعايير التي يعتمد عليها لتحديد إذا كانت الأسماء التجارية مشهورة أم لا؟
4. هل يمكن الاكتفاء بما أورده المشرع الإماراتي من أحكام تتعلق بالأسماء التجارية بشكل عام وتطبيقها على الأسماء التجارية المشهورة؟
5. ماهي أشكال وضوابط الحماية التي تتمتع بها الأسماء التجارية المشهورة؟

أهداف الدراسة:

(1) مجموعة أحكام النقض المدنية والتجارية، جلسة ٢٩ من مايو سنة ١٩٦٣م، السنة ١٤، العدد الثاني، ص ٧٥٦.

يتبلور الهدف الرئيسي في معرفة مدى التنظيم القانوني الذي وفره المشرع الإماراتي للاسم التجاري المشهور وبيان هل المشرع الإماراتي وفر الحماية المدنية والجنائية للاسم التجاري المشهور أم أنه اكتفى بتطبيق القواعد العامة.

أسباب اختيار الموضوع:

يكمن السبب في اختيار هذا الموضوع أن المشرع الإماراتي لم يتطرق إلى الاسم التجاري المشهور ولم يخصص له أحكام خاصة فيه، بل أكتفى بالقواعد العامة للاسم التجاري بشكل عام، وأيضاً لكثرة الخلط بين العلامة التجارية المشهورة والاسم التجاري المشهور.

منهج الدراسة:

ستتبع هذه الدراسة المنهج التحليلي المقارن، حيث ستقوم بتحليل النصوص القانونية والأحكام القضائية المتعلقة بموضوع الدراسة وكيفية تمييز الاسم التجاري المشهور عما يشتبه به والحماية القانونية، ان وجدت، للاسم التجاري المشهور من الناحية الدولية والوطنية مع اتباع منهج المقارنة حيث ستركز هذه الدراسة على القانون الإماراتي ومقارنة أحكامه بهذا الخصوص مع بعض التشريعات المقارنة كالقانون الأردني والقانون البحريني والقانون المصري وغيرهم.

الدراسات السابقة:

❖ الدراسة الأولى:

مقدمة من **الباحث حميد عبدالله أحمد المرزوقي**: " النظام القانوني للاسم التجاري (دراسة مقارنة)"، رسالة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص من جامعة الشارقة – كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، ٢٠١٣-٢٠١٤م.

هدفت هذه الدراسة إلى بيان الاسم التجاري وتميزه عن ما يماثله من النظم الشبيهة، وتوضيح نوع الحماية القانونية الموجبة للاسم التجاري، والاشتراطات الواجبة توافرها فيه لإضفاء هذه الحماية عليها. وكان منهج الدراسة هو المنهج المقارن بين القانون الإماراتي وقوانين كل من

القانون المصري والعراقي والأردني ودول أخرى، حيث قام الباحث بتعريف الاسم التجاري وتمييزه عن النظم الشبيهة، والحق في الاسم التجاري وأخيراً الحماية القانونية للاسم التجاري من ناحية القانون الوطني ومن ناحية أخرى الحماية في الاتفاقيات الدولية.

ومن أهم نتائج هذه الدراسة:

1. يتم اكتساب الحق بالاسم التجاري في القوانين موضوع الدراسة بالتسجيل – كل دولة حسب الإجراءات المقررة فيها – عدا فرنسا فهو يكتسب فيها بالاستعمال، مع مراعاة أن السبق بالاستعمال يؤخذ بعين الاعتبار في بعض الأحوال حتى عند الدول الآخذة بمبدأ التسجيل.
2. الاسم المدني مفهوم مختلف عن مفهوم الاسم التجاري، لكن عند إلتقائهما، أي عندما يتخذ الاسم المدني اسم تجارياً، يصبح من غير الوارد منازعة صاحب هذا الاسم التجاري عليه، حتى ولو سبقه غيره بتسجيله، وللقضاء هنا بعض التدابير التي قد يتخذها للتفريق بين المتنازعين، لكنها لا تذهب إلى شطب الاسم التجاري المتخذ من الاسم المدني.

ومن أهم توصيات هذه الدراسة:

1. إضافة نصوص قانونية خاصة بالإسم التجاري نظراً لأهميته وعدم الاكتفاء بالمواد القانونية الواردة حالياً في القانون المدني والتجاري، التي لا تغطي كل الإشكاليات التي يفرزها هذا الموضوع.
2. تصميم موقع على شبكة الانترنت يتبع للدوائر الاقتصادية أو التجارية في الدولة يعرض فيه جميع الأسماء التجارية المسجلة في الدولة، ويتم تحديثه بشكل مستمر، ليتاح لأي

شخص الاطلاع عليه، مع تزويده بآلية بحث تساعد من يتصفحه بالتأكد من أي اسم تجاري هل هو مسجل أم لا.

❖ الدراسة الثانية:

مقدمة من **الباحث ايناس سالم عبدالمنعم برقان**: " التنظيم القانوني للحجز على الاسم التجاري والتنفيذ عليه (دراسة تحليلية مقارنة)"، رسالة لنيل درجة الماجستير في القانون الخاص من جامعة الشرق الأوسط – كلية الحقوق، ٢٠١٢م.

تناولت هذه الدراسة موضوع التنظيم القانوني للحجز على الاسم التجاري والتنفيذ عليه حيث تطرق الباحث بهذه الرسالة إلى بيان الحالات التي يجوز الحجز فيها على الاسم التجاري وطبيعة الحجز على الاسم التجاري وذلك بالتفريق بين الحجز التحفظي والحجز التنفيذي على الاسم التجاري و من ناحية أخرى على إجراءات الحجز على الاسم التجاري و الطرق المتبعة في بيع الاسم التجاري المحجوز عليه بالمزاد العلني وأخيراً من هي المحكمة المختصة بنظر دعوى الحجز على الاسم التجاري والإجراءات المتبعة فيها.

ومن أهم نتائج هذه الدراسة:

1. جواز استعمال واستغلال الاسم التجاري المحجوز عليه دون جواز التصرف فيه كاستبداله أو بيعه أو تعديله أو شطبه إلا بعد رفع الحجز عنه.

2. جواز إتمام بيع الاسم التجاري المحجوز بالمزاد العلني كما أنه في حال تخلف المالك عن التزامه وفي حال التعدد فيتم توزيع قيمته المادية قسمة غرماء.

ومن أهم توصيات هذه الدراسة:

1. ضرورة تعديل نص المادة (٢) من قانون الأسماء التجارية الأردني بتعريفه للاسم التجاري أنه مستمد من اسم التاجر ولقبه الحقيقيين بشطبها لأنها تحدث الكثير من اللبس والخلط بين الجمهور باعتقادهم أن الاسم التجاري كونه مستمد من اسم التاجر ولقبه الحقيقيين عنوان تجاري وليس اسماً تجارياً.
2. تنظيم قواعد لإجراءات الحجز على الاسم التجاري.

❖ الدراسة الثالثة:

مقدمة من **الباحث محمد سعد العرمان**: " الحماية القانونية للأسماء التجارية في القانون الأردني (دراسة مقارنة) "، رسالة لنيل درجة الدكتوراه في القانون الخاص من جامعة عمان العربية للدراسات العليا – كلية الدراسات القانونية العليا، ٢٠٠٦م.

حيث تناولت هذه الدراسة التعريف بالاسم التجاري وعناصره ووظائفه عما يختلط به، وقواعد اختيار الاسم التجاري و شروط حمايته، وكذلك اكتساب الحق فيه. ومن ناحية أخرى تناولت هذه الدراسة الشروط الموضوعية والشكلية الواجب توافرها في الاسم التجاري، ومن ثم تتطرق إلى الحماية القانونية للأسماء التجارية سواء أكانت حماية مدنية أو حماية جزائية وأخيراً إلى شطب الاسم التجاري.

ومن أهم نتائج هذه الدراسة:

1. أن التاجر بين عدة خيارات في اختيار اسمه التجاري وفقاً لقانون الأسماء التجارية الأردني رقم ٩ لسنة ٢٠٠٦م، فقد يتألف الاسم التجاري من تسمية مبتكرة أو من الاسم

الشخصي لصاحب المحل التجاري أو من لقبه أو من الاثنين معاً مع أية إضافة تتعلق بنوع التجارة أو النشاط الذي يمارسه، على عكس التشريع المصري الذي أوجب التاجر الفرد أن يتخذ اسمه المدني أو لقبه عنصراً أساسياً في تكوين اسمه التجاري.

2. كان المشرع الأردني موفقاً باعتباره واقعة التسجيل وحدها لا تكفي للقول بثبوت حق التاجر على اسمه التجاري، فواقعة قيد الاسم التجاري تعد قرينة على اكتساب التاجر ملكيته على ذلك الاسم، وهذه القرينة قانونية هي قرينة بسيطة يمكن إثبات عكسها بجميع طرق الإثبات، وعليه فإن الاكتساب الصحيح للحق في الاسم التجاري يكون بالاستعمال.

ومن أهم توصيات هذه الدراسة:

1. إيجاد معايير محددة لمنع تسجيل الاسم التجاري المشابه كمعيار المظهر الخارجي للاسم أو معيار السمع، فهذه المعايير ذات فاعلية في تحديد وجود أو عدم وجود تشابه للاسم التجاري المطلوب تسجيله.

2. يرى الباحث ضرورة نشر قرار مسجل الأسماء التجارية المتضمن قبوله لطلب تسجيل الاسم التجاري في صحيفتين محليتين يوميتين أو النشر في جريدة خاصة تسمى الأسماء التجارية حتى يتاح لكل شخص متضرر من تسجيل هذا لااسم الاعتراض عليه لدى المسجل.

لم تتطرق الدراسات السابقة إلى الأحكام المتعلقة بالأسماء التجارية المشهورة.

أما دراستي الحالية :

فإنها ستضيف التنظيم القانوني للأسماء التجارية المشهورة ما بين القانون الاماراتي وعدة دول أخرى، حيث تعد الأسماء التجارية ذات أهمية بالغة في عالم التجارة والاقتصاد، ونظمها المشرع الإماراتي في قانون المعاملات التجارية الاتحادي رقم (١٨) لسنة ١٩٩٣م.

إلا أنه أغفل عن تنظيم أحكام خاصة بالأسماء التجارية المشهورة وأكتفى بتناول الأسماء التجارية على الصعيد الوطني فقط، وعليه فإن هذا التغافل قد يثير مشكلات وتساؤلات.

وسأوضح في هذه الدراسة مفهوم الأسماء التجارية المشهورة، وبماذا تتميز عن غيرها مما يشتبه بها، ومن ناحية أخرى المشكلات التي ثارت حول موضوع الأسماء التجارية المشهورة بسبب تجاهل المشرع الإماراتي لهذا الموضوع، وكذلك ضوابط حماية الأسماء التجارية المشهورة على النطاق الدولي والمحلي.

بناء على ما تقدم، سوف تقسم الباحثة موضوع دراستها " **التنظيم القانوني للأسماء التجارية المشهورة في القانون الإماراتي والقوانين المقارنة** " إلى فصلين على النحو التالي:

- **الفصل الأول: ماهية الاسم التجاري المشهور.**
- **الفصل الثاني: الحماية القانونية للأسماء التجارية المشهورة في القانون الإماراتي والقوانين المقارنة.**

خطة الدراسة:

المقدمة:

- موضوع الدراسة
- أهمية الدراسة
- مشكلة الدراسة
- أهداف الدراسة
- أسباب اختيار الموضوع
- منهج الدراسة

الفصل الأول: ماهية الاسم التجاري:

المبحث الأول: مفهوم الاسم التجاري المشهور

المطلب الأول: التعريفات التشريعية للاسم التجاري

المطلب الثاني: معايير التمييز بين الاسم التجاري والاسم التجاري المشهور

المطلب الثالث: قيد الاسم التجاري المشهور

المطلب الرابع: الطبيعة القانونية للاسم التجاري المشهور

المبحث الثاني: تمييز الاسم التجاري عما يشتبه به

المطلب الأول: تمييز الاسم التجاري عن العلامة التجارية المشهورة

المطلب الثاني: تمييز الاسم التجاري عن العنوان التجاري

المطلب الثالث: تمييز الاسم التجاري عن السمة التجارية

المطلب تمييز الاسم التجاري عن أسماء المواقع الإلكترونية

الفصل الثاني: الحماية القانونية للأسماء التجارية المشهورة

المبحث الأول: مفهوم الاسم التجاري المشهور

المطلب الأول: اتفاقية تريبس

المطلب الثاني: اتفاقية تربس

المبحث الثاني: الحماية القانونية للأسماء التجارية المشهورة في القانون الإماراتي والقوانين المقارنة

المطلب الأول: حماية الأسماء التجارية في القانون الإماراتي

المطلب الثاني: حماية الأسماء التجارية في القوانين المقارنة

الفصل الأول
ماهية الاسم التجاري المشهور

تمهيد و تقسيم :

للأسماء التجارية أهمية قانونية واقتصادية من ناحية الآثار المترتبة على الدولة، وعلى الرغم من الدور الفعال الذي يلعبه الاسم التجاري إلا أنه يختلط عند البعض مفهوم الاسم التجاري والرموز الأخرى المشابهة له كالعلامة التجارية والعنوان التجاري والاسم التجاري الوطني وأسماء المواقع الإلكترونية.

وفقاً لما سبق ذكره يتطلب تحديد الاسم التجاري المشهور أن نبين أولاً مضمون الاسم التجاري المشهور من خلال مفهومه ونتطرق بعد ذلك عما يشتبه بالاسم التجاري المشهور، وذلك من خلال مبحثين على النحو التالي:

- **المبحث الأول: مفهوم الاسم التجاري المشهور.**
- **المبحث الثاني: تمييز الاسم التجاري عما يشتبه به.**

المبحث الأول

مفهوم الاسم التجاري المشهور

بدأت الأسماء التجارية المشهورة بالظهور والانتشار مؤخرا بعد ارتفاع النشاط الاقتصادي والتجاري في الدولة وكثرة الأسماء التجارية المشهورة المتداولة في العصر الحالي حيث أصبحت "شهرة المحل التجاري من جملة عناصر تعمل مجتمعة على اجتذاب الزبائن"[1]، وقد صاحب ذلك تعدد التعريفات التشريعية للاسم التجاري، وهو الأمر الذي يتطلب أن نلقي الضوء تباعاً على التعريفات التشريعية المختلفة للاسم التجاري المشهور **(مطلب أول)** ثم معايير التمييز بين الاسم التجاري والاسم التجاري المشهور **(مطلب ثاني)** وقيد الاسم التجاري المشهور**(مطلب ثالث)** وأخيراً والطبيعة القانونية للاسم التجاري **(مطلب رابع)**.

(1) وفق ما أكدته محكمة النقض المصرية، مجموعة أحكام النقض المدنية والتجارية، جلسة ٢٩ من مايو سنة ١٩٦٣ السنة ١٤ العدد الثاني، ص ٧٥٦.

المطلب الأول

التعريفات التشريعية للاسم التجاري المشهور

لم يخصص المشرع الإماراتي الأسماء التجارية بقانون خاص وإنما اكتفى بتنظيم أحكامها في قانون المعاملات التجارية الإماراتي رقم (١٨) لسنة ١٩٩٣م في المواد ٥٧- ٦٣ منه. بالتمعن في هذه المواد نجد أن هذا القانون لم يورد تعريف خاص بالاسم التجاري وإنما اكتفى بتحديد مكونات وشروط اختيار الاسم التجاري وشروط قيده والتصرف به وما ينشأ عنه من التزامات. وقد أوردت المادة (٥٧) منه شروط اختيار [1] الاسم التجاري ونصت على أن "يتألف الاسم التجاري للتاجر الفرد من اسمه ولقبه، ويجوز أن يتضمن بيانات خاصة بالأشخاص المذكورين فيه متعلقة بنوع التجارة المخصص لها، كما يجوز أن يكون تسمية مبتكرة، وفي جميع الأحوال يجب أن يكون الاسم التجاري مطابقاً للحقيقة وألا يؤدي إلى التضليل أو المساس بالنظام العام والآداب". وفي ذلك قضت محكمة التمييز في دبي في حكم لها بأنه "من المقرر وفق ما تقضي به المادتان ٥٧، ١/٦٠ من قانون المعاملات التجارية – إنه يجوز للتاجر الفرد أن يتخذ من اسمه ولقبه اسماً تجارياً وله عندئذ إجراء معاملاته بهذا الاسم وعندئذ يلتزم بكل المعاملات التجارية التي يجريها بهذا الاسم ويتحمل بكل ما ينشأ عنها من التزامات" [2]. وهذا الحكم جاء تطبيقاً لما نص عليه قانون المعاملات التجارية الإماراتي مع التأكيد على التزام التاجر بالمعاملات التي يقوم بها مستخدما اسمه التجاري. كما نصت المادة (٥٩) منه على أنه: "يقيد الاسم التجاري في السجل التجاري وفقا للأحكام المقررة في هذا الشأن ولا يجوز بعد القيد لتاجر آخر استعمال هذا الاسم في نوع التجارة التي يزاولها في تجارة مماثلة ...". نلاحظ من هذا التعريف أن حماية الاسم التجاري وفقاً للقانون الإماراتي مقتصرة على التماثل بنوع التجارة التي قيد الاسم التجاري بشأنها مما قد يشكل خطراً على الاسم التجاري المشهور في حال تم

---

(1) تجدر الملاحظة أن نظام الأسماء التجارية السعودي قد أعفى الأسماء التجارية المشهورة واستثناء من الأصل من التزام أن تتكون من ألفاظ عربية أو معربة والا تشتمل على كلمات أجنبية. المادة ٣ من نظام الأسماء التجارية الصادر بتاريخ ١٩٩٩/٠١/٢٠ والمعدل بتاريخ ٢٠١٩/٠٧/١٥ (المملكة العربية السعودية).

(2) طعن رقم ١١٦، ٢٠٠٧ ق، مدني وتجاري، جلسة ٢٠٠٧/٠٦/١٢ م، (الإمارات).

استخدامه على نوع تجارة مختلفة عن تلك التي اكتسب شهرته بشأنها. إلا أن دائرة التنمية الاقتصادية في حكومة الشارقة وفي خطوة نرى أنها متقدمة وتعزز الحماية الأكبر للأسماء التجارية المشهورة قد منعت تسجيل الأسماء التجارية التي تشابه أسماء الشركات العالمية (المشهورة) مالم يكن الاسم لفرع لها. [1] في بعض الحالات قد لا يخلق ذلك أي خلط في ذهن المستهلك ولكن في حالات أخرى ونتيجة للشهرة الكبيرة التي يتمتع بها الاسم التجاري قد يحدث هذا الخلط على الرغم من اختلاف طبيعة النشاط التجاري. وما يعزز هذا الاتجاه ما نص عليه المشرع الإماراتي في قانون العلامات التجارية التي منعت تسجيل أي علامة تجارية مطابقة أو مشابهة لعلامة سبق تسجيلها ولو لم تكن المنتجات أو الخدمات مماثلة إذا كان من شأن تسجيلها أن يولد انطباعاً بالربط بينها وبين منتجات أو أي خدمات مالك العلامة المسجلة أو أن يؤدي إلى احتمال الأضرار بمصالحه.[2] وفي رأينا أنه من باب أولى أن يتبنى المشرع نص مشابه بشأن الأسماء التجارية المشهورة وهو ما أخذت به بعض القوانين المقارنة بعين الاعتبار كالمشرع الأردني كما سنرى لاحقاً في هذا المطلب.

بالنسبة للمشرع البحريني فقد عرفت المادة الأولى من قانون الأسماء التجارية [3] الاسم التجاري بأنه: " الاسم الذي يستخدمه التاجر في مزاولة تجارته لتمييز محله التجاري عن غيره من المحلات، ويوقع به على معاملاته ويضعه على أوراقه لإعلام العملاء والغير بصدورها عن هذا التاجر ". يظهر من ذلك أن المشرع البحريني أنه على الرغم من عدم التمييز في التعريف بين الاسم التجاري بشكل عام والاسم التجاري المشهور ولكن المشرع البحريني راعى خصوصية الاسم العالمي المشهور وضرورة معاملته معاملة خاصة وتقديم الحماية له ولو لم يكن مسجلاً في مملكة البحرين وفقاً لما نصت عليه المادة الثانية من ذات القانون على أنه "مع مراعاة أسماء الشركات الأجنبية المسجلة خارج المملكة والشركات ذات الأسماء العالمية المشهورة، يجب على

(1) حكومة الشارقة - دائرة التنمية الاقتصادية:-https://eservices.sedd.ae/eservicesweb/general-inquiry/trade-name-inquiry/trade-name-inquiry.xhtml (٢٠٢٠/٠١/٠٤).
(2) المادة ١٠ من القانون الاتحادي رقم (٣٧) لعام ١٩٩٢ بشأن العلامات التجارية المعدل بالقانون رقم (١٩) لسنة ٢٠٠٠م والقانون رقم (٨) لسنة ٢٠٠٢ م (الامارات).
(3) القانون رقم (١٨) لسنة ٢٠١٢م بشأن الأسماء التجارية (البحرين).

كل شخص يملك سجلاً تجارياً ويمارس نشاطاً تجارياً أن يكون له اسم تجاري لتمييز محله التجاري عن غيره من المحلات التجارية الأخرى. ويجوز أن يتكون الاسم التجاري من تسمية مبتكرة أو من اسم الشخص ولقبه أو كليهما، كما يجوز أن يتضمن الاسم بيانات تتعلق بنوع النشاط الذي يمارسه أو علامة تجارية يملكها ومسجلة وفقاً لقانون العلامات التجارية. ويتمتع الاسم التجاري بالحماية القانونية بمجرد تسجيله، ما لم يتم التنازل عنه أو شطبه إدارياً أو بموجب حكم قضائي نهائي".

كما نص المشرع المصري في المادة الثانية من قانون الأسماء التجارية [1] على أنه: "يجوز أن يتضمن الاسم التجاري بيانات خاصة بالأشخاص المذكورين فيه متعلقة بنوع التجارة المخصص لها كما يجوز أن يتضمن تسمية مبتكرة، وفي جميع الأحوال يجب أن يطابق الاسم التجاري الحقيقة وألا يؤدي إلى التضليل أو يمس بالصالح العام". نلاحظ أنه على الرغم من تخصيص قانون منفرد لتنظيم الأسماء التجارية في القانون المصري، إلا أن هذا القانون خلا من أي إشارة إلى الاسم التجاري المشهور ويمكن عزو ذلك برأينا إلى أن هذا القانون قد صدر منذ زمن طويل في خمسينيات القرن الماضي في زمن لم تكن فيه الأسماء التجارية المشهورة بذات أهميتها وانتشارها الآن.

كذلك عرف المشرع الأردني الاسم التجاري في المادة الثانية من قانون الأسماء التجارية [2] بأنه "الاسم الذي يختاره الشخص لتمييز محله التجاري عن غيره من المحلات والذي يتكون من تسمية مبتكرة او من اسم الشخص او لقبه او منها جميعاً ومع أي إضافة تتعلق بنوع التجارة او النشاط الذي يمارسه". نلاحظ أنه على الرغم من عدم التمييز في التعريف بين الاسم التجاري المشهور وغيره من الأسماء التجارية إلا أن المشرع الأردني في هذا القانون أيقن بأهمية حماية الاسم التجاري المشهور ومنع تسجيل اسم تجاري في المملكة في حال تشابهه مع اسم تجاري مشهور مما يشكل خطوة ضرورية لإيجاد حل لما كان يثور من إشكالات عملية تتمثل في

(1) قانون الأسماء التجارية رقم (٥٥) لسنة ١٩٥١م (مصر).
(2) قانون الأسماء التجارية رقم (٩) لسنة ٢٠٠٦م (الأردن).

تسجيل الكثيرين لأسماء تجارية مشابهة أو مطابقة لأسماء أو عناوين أو علامات تجارية أخرى ومن شأن ذلك "تحقيق الحماية للأسماء التجارية المشهورة عالمياً وبالتالي تشجيع أصحاب تلك الأسماء على الاستثمار في الأردن وبالتالي زيادة الدخل القومي للمملكة" [1]. حيث نصت المادة (٥) في الفقرة الرابعة من هذا القانون على أنه "لا يجوز تسجيل الاسم التجاري في أي من الحالات التالية: ... د. اذا كان مطابقاً او مشابهاً لاسم تجاري مشهور أو لعلامة تجارية مشهورة سواء للنوع ذاته من التجارة أو لأي نوع أخر". يستنتج من هذا النص أن الاسم التجاري المشهور يتمتع بالحماية القانونية في الأردن ولو لم يكن مسجلاً فيها وتمتد هذه الحماية لتشمل حالات تطابق وتشابه الاسم المراد تسجيله مع الاسم المشهور، بل إن القانون وسع من نطاق الحماية على عكس الاسم التجاري غير المشهور حينما قرر منع تسجيل اسم مطابق أو مشابه لاسم تجاري مشهور ولو كان يعود لنوع مختلف من التجارة. وبذلك نرى أن القانون الأردني أقر قواعد لحماية الاسم التجاري المشهور أوسع من تلك المقررة للاسم التجاري غير المشهور وذلك بعدم تقييدها بنوع معين من النشاط التجاري بحيث تمتد لكل أنواع التجارة.

بالنسبة للمشرع الكويتي نجد أنه في قانون التجارة المعدل [2] وفي سياق تنظيم أحكام العلامة التجارية وشروطها منع أن يتم تسجيل أي علامة تجارية إذا كانت "العلامة المطابقة أو المشابهة إلى حد يثير اللبس لعلامة أو اسم تجاري مشهور في دولة الكويت أو بمثابة ترجمة لها بالنسبة إلى البضائع أو الخدمات المطابقة أو المشابهة الخاصة بمشروع آخر, كما لا يجوز تسجيل العلامة إذا كانت عن بضائع أو خدمات غير مشابهة أو مطابقة متى كان من شأن استعمالها ما يوحي بوجود رابطة بينهما وبين العلامة أو الاسم التجاري المشهور على نحو يلحق أضراراً بمالك العلامة." [3] وبذلك نلاحظ أن هذا القانون قد أضفى حماية كبيرة على الاسم التجاري المشهور عندما منع تسجيل علامة تجارية تشابهه وذلك سواء استخدمت هذه العلامة

(1) سائد أحمد الخولي، حقوق الملكية الصناعية، (الأردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤م) ، ص١٤٢.
(2) قانون رقم (١) لعام ٢٠٠١م بتاريخ ١٤-١-٢٠٠١م بشأن تعديل بعض أحكام قانون التجارة الصادر بالمرسوم بالقانون رقم ٦٨ لسنة ١٩٨٠م (الكويت).
(3) المادة (٥/٦٢) من القانون رقم (١) لعام ٢٠٠١م بتاريخ ١٤-١-٢٠٠١م بشأن تعديل بعض أحكام قانون التجارة الصادر بالمرسوم بالقانون رقم ٦٨ لسنة ١٩٨٠م (الكويت).

على بضائع و خدمات مشابهة أوغير مشابهة طالما أن استخدامها قد يؤدي إلى تضليل جمهور المستهلكين ويدفعهم للظن بوجود صلة بينهما وهو أساس الحماية القانونية التي تسعى لتوفيرها كافة قوانين الملكية الصناعية. وقد استندت المذكرة الإيضاحية لهذا القانون في موقفها هذا إلى عدة أسباب من بينها أن هدف المشرع من التعديل كان انضمام دولة الكويت إلى اتفاقية منظمة التجارة العالمية W.T.O.[1] لما تحققه هذه الاتفاقية من تنمية العلاقات التجارية الدولية والدخول للأسواق العالمية بما يحقق معدلات نمو عالية وليتفق تعديل المادتين مع الملحق رقم (١).ح من الاتفاقية المشار إليها والخاص بالجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية [2] .

كما ومن الملاحظ في هذا الشأن أي من القوانين السابق ذكرها لم يخصص الاسم التجاري المشهور بتعريف خاص أو أحكام خاصة. ولكننا بشكل عام نرى أن الاسم التجاري المشهور يتمتع بذات خواص ومكونات الاسم التجاري بشكل عام ولكن ما يميزه عنه هو الشهرة الواسعة التي يتمتع بها والتي تتجاوز حدود الدولة التي تم قيده فيها والتي تجذب إليه الزبائن من كافة أنحاء العالم مما يتطلب أن تخصص له حماية تتناسب مع هذه الشهرة التي يتمتع بها وأن لا تقيد هذه الحماية بنوع معين من النشاط التجاري بل تمتد لتشمل كل النشاطات التجارية منعا للخلط في ذهن المستهلك ذلك أن الاسم التجاري يميز منشأة تجارية وليس منتجاً معيناً بذاته. وهذا ما ذهب اليه القضاء الفرنسي الذي اعتبر أن الذي يستعمل اسماً تجارياً معلنا بالنسبة لنشاط مختلف يكون مرتكباً سوء استخدام الحق مما يخول الطرف المتضرر الحصول على التعويض وبناء عليه رفض القضاء الفرنسي استعمال اسم watermen على شركة لإنتاج أقلام الحبر وأخرى لإنتاج شفرات الحلاقة [3]. بالإضافة لذلك وطالما أن المنشأة التجارية تتمتع بالحرية لاختيار نوع النشاط التجاري الذي تقوم به والتوسع بنشاطاتها التجارية وفقاً لقوانين الدولة

(1) انضمت دولة الكويت إلى هذه الاتفاقية بموجب القانون رقم ٨١ لسنة ١٩٩٥م.
(2) وهذا ما أكده الحكم عن محكمة التمييز الكويتية طعن رقم ١٣٠، ٢٠٠٨ق، مدني وتجاري، جلسة ٢٠٠٩/٠٢/١٢م، (الكويت). انظر كذلك الأحكام الصادرة في هذا الشأن عن محكمة التمييز الكويتية طعن رقم ٩١، ٢٠١٦ق، إداري، جلسة ٢١-٠٣-٢٠١٨م، (الكويت).
(3) مذكور لدى خالد محمد سيد إمام، الحق في الاسم التجاري، دراسة مقارنة، (القاهرة، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م) ط١، ص ٣٧٢.

التي قيد فيها فلا يجب أن تقتصر الحماية على نوع معين من النشاطات التجارية ووجوب امتداد هذه الحماية إلى أي نشاط تجاري لتوفير أكبر قدر من الحماية للأسماء التجارية المشهورة ويعزز العلاقات التجارية بين الدول.

المطلب الثاني

معايير التمييز بين الاسم التجاري والاسم التجاري المشهور

إن معايير التمييز بين الاسم التجاري والاسم التجاري المشهور لا زالت تعاني من قصور في المفهوم ويمكن أن نتبع بعض القواعد التي يمكن من خلالها أن نتعرف على شهرة الاسم التجاري وذلك من خلال القياس على العلامة التجارية المشهورة.

بذلت المنظمة العالمية للملكية الفكرية جهوداً كبيرة بهدف التوصل إلى معايير موحدة يتم من خلالها التعرف على شهرة العلامة التجارية، وتم الاتفاق مع الجمعية العامة لاتحاد باريس لحماية الملكية الصناعية على وضع بعض الأسس التي تكون عبارة عن ضوابط استرشاديه للتوصل إلى معرفة شهرة العلامة التجارية، ويمكن أن نقيس ونطبق هذا الأمر على الاسم التجاري حتى نتمكن من معرفة متى يكون الاسم التجاري مشهوراً.

أ. **أخذت التوصية بمعيار الجمهور المعني بمعرفة العلامة التجارية:**

يمكن القول أن نرى مدى معرفة الجمهور المعني بمعرفة العلامة التجارية ويترتب على ذلك أن الشهرة لا يجب أن تكون معلومة لدى كافة قطاعات المستهلكين بل يكفي أن تشتهر لدى فئة ممن يتعاملون بالمنتج الذي يحمل الاسم التجاري المشهور [1]. وهذا ما تبناه المشرع الإماراتي في سياق مشابه لدى تحديده لشهرة العلامة التجارية حيث نصت المادة (٤) من قانون العلامات التجارية الإماراتي على أنه "

1. لا يجوز تسجيل العلامة التجارية ذات الشهرة العالمية التي تجاوز حدود البلد الأصلي للعلامة إلى البلاد الأخرى، إلا بناء على طلب مالكها الأصلي أو بناء على توكيل رسمي منه.

(1) د. حسام الدين الصغير، حماية العلامات التجارية المشهورة، حلقة الويبو الوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية للدبلوماسيين، (سلطنة عمان: وزارة الخارجية، ٢٠٠٥م).

2. ولتحديد ما إذا كانت العلامة ذات شهرة يراعى مدى معرفتها لدى الجمهور المعني نتيجة ترويجها" [1].

ب. أخذت التوصية باتجاه أن الاستعمال ليس مقتصراً على وجه معين:

إذ يمكن أن يكون الاستعمال على شبكة الانترنت مؤدياً لمعرفة الشهرة أي يتم الأخذ بالمفهوم الواسع للاستعمال. كما هو الحال بالنسبة للكثير من الشركات المشهورة عالمياً على شبكة الانترنت كموقع أمازون [2].

ت. الاستعمال داخل إقليم الدولة المطلوب فيها الحماية وخارجها يمكن أن يؤدي إلى شهرتها لدى الجمهور:

أي أن الحملات الدعائية التي قد توصل المعلومة إلى الدولة المطلوب فيها الحماية تؤخذ بعين الاعتبار في تحديد الشهرة [3].

ث. رواج البضائع التي تمثلها العلامة التجارية المشهورة:

كأن يتم عرض البضائع التي يمثلها الاسم التجاري المشهور بشكل واضح في المعارض الدولية وكذلك كمية المبيعات (كثرة تداول السلع والخدمات) التي يتم طرحها في السوق يدلل على شهرتها. على سبيل المثال الاسم التجاري لشركة (أمريكانا)، فهو منتشر في جميع أنحاء العالم [4].

ج. تسجيل العلامة التجارية في أكثر من الدولة:

(1) قانون اتحادي رقم (٣٧) لعام ١٩٩٢ بشأن العلامات التجارية المعدل بالقانون رقم (١٩) لسنة ٢٠٠٠م والقانون رقم (٨) لسنة ٢٠٠٢ م (الامارات).
(2) د. حسام الدين الصغير، مرجع سابق، ص٦.
(3) المرجع السابق.
(4) المرجع السابق.

وكذلك في حالة تسجيل الاسم التجاري في أكثر من دولة واستقرار التسجيل أي أن يستمر لفترات طويلة يمكن أن يستدل منه على الشهرة ولا يشترط أن يكون التسجيل باسم شركة واحدة بل يمتد به إذا كان الاسم التجاري مسجلاً باسم أكثر من شركة [1].

ح. إقرار سلطات التسجيل في الدولة التي يطلب فيها الحماية:

بأن تقر الدولة أن الاسم التجاري مشهور وبذلك تمنح التوصية للسلطات داخل الدولة صلاحيات تقدير شهرة الاسم وذلك وفقاً لما ينطبق على العلامة التجارية المشهورة الذي نصت عليه المادة (٢/١٦) من اتفاقية تربس [2].

خ. ارتفاع قيمة العلامة التجارية:

والمقصود بذلك إن ارتفاع العلامة التجارية يؤدي إلى شهرتها وكذلك الأمر بالنسبة للاسم التجاري إن ارتفاع قيمته يؤدي إلى شهرته محلياً وعالمياً كشركة (كوكاكولا) [3].

ونرى مما سبق أن البنود التي تم عرضها كمعايير لتحديد الشهرة في العلامة التجارية يمكن أن نقيسها في ذات الوقت على الاسم التجاري لتحديد شهرته وذلك لأن المواد على المستوى التشريعي للدول وعلى مستوى الاتفاقيات لم تنص حرفياً على البنود التي يمكن اعتبارها كمعايير لتحديد شهرة الاسم التجاري، ويمكن أن نطبق أكثر من معيار لتحديد شهرة الاسم التجاري.

---

(1) المرجع السابق.

(2) المادة (٢/١٦) من اتفاقية تريبس: تطبيق أحكام المادة ٦ مكررة من معاهدة باريس ١٩٦٧م مع ما يلزم من تبديل على الخدمات وعند تقرير ما إذا كانت العلامة التجارية معروفة جدياً تراعى البلدان الأعضاء مدى معرفة العلامة التجارية في قطاع الجمهور المعني بما في ذلك معرفتها في البلد العضو المعني نتيجة ترويج العلامة التجارية.

(3) د. حسام الدين الصغير، مرجع سابق، ص٦.

المطلب الثالث

قيد الاسم التجاري المشهور

نظم المشرع الإماراتي قانون المعاملات التجارية الاتحادي رقم (١٨) لسنة ١٩٩٣م الإجراءات المتبعة في تحديد ملكية الاسم التجاري، وكذلك نظمت القوانين المقارنة ذات الأمر.

حيث نصت المادة (٥٩) من قانون المعاملات التجارية الاتحادية رقم (١٨) لسنة ١٩٩٣م الخاص بقانون المعاملات التجارية على أن " يقيد الاسم التجاري في السجل التجاري وفقاً للأحكام المقررة في هذا الشأن ولا يجوز بعد القيد لأي تاجر آخر استعمال هذا الاسم في تجارة مماثلة وإذا كان اسم التاجر ولقبه يشبهان اسماً تجارياً سبق قيده وجب عليه أن يضيف إلى اسمه بياناً يميزه عن الاسم التجاري السابق قيده".

ونرى من هذا النص يجب أن تتم الخطوة الأولى في قيد الاسم التجاري وذلك منعاً للاختلاط واللبس الذي يقع بين الأسماء التجارية التي تتشابه ولما يترتب عليها من آثار قانونية، وتتبعها الخطوة التالية في منع استعمال الاسم التجاري من قبل أي تاجر آخر في تجارة مماثلة للتجارة التي يزاولها، وفي حالة تشابه اسم التاجر أو لقبه مع اسم تجاري أخر سبق قيده وجب عليه في هذه الحالة أن يقوم بتمييزه اسمه بإضافة بياناً يميزه عن الاسم التجاري الذي تم قيده سابقاً.

ونصت المادة الثانية من القرار الإداري رقم (٧) لسنة ٢٠١٤م بشأن نظام الأسماء التجارية في إمارة أبو ظبي على: " ينقل إلى المركز (الأسماء التجارية) ويتولى عملية قيد الأسماء التجارية وبيانات وعناوين مالكيها سواء كانوا أفراداً أم شركات وما يقع على الأسماء التجارية من إجراءات وتصرفات قانونية أو قيود بما في ذلك أي رهن أو حجز يقع على الاسم التجاري أو أي قيد على استعماله أو أي تنازل عنه أو ترخيص من مالكه للغير باستخدامه.

1. يكون اختيار الاسم التجاري بالنسبة للشركات التجارية وفقاً للأحكام القانونية الخاصة بذلك، أما بالنسبة للتاجر الفرد فيتألف من اسمه ولقبه ويجوز أن يتضمن بيانات خاصة بالأشخاص المذكورين فيه متعلقة بنوع التجارة المخصص لها كما يجوز أن يكون تسمية مبتكرة.
2. تعتبر الأسماء التجارية المسجلة قبل نفاذ أحكام هذا القرار كأنها مسجلة بمقتضاه.

ويتضح من القرار أعلاه أن المادة التي تم ذكرها تؤكد على أهمية الاسم التجاري وإتباع المركز للإجراءات بالتأكد من خلو الاسم التجاري من أي رهن أو حجز أو أي قيد على استعماله أو تنازل عنه أو أي ترخيص من مالكه للغير باستخدامه وذلك حتى تحقق الحماية للاسم التجاري، ويتكرر القصور من المشرع بشأن الاسم التجاري المشهور حيث لم ينص على قيد الاسم التجاري المشهور وإنما اكتفى بالاسم التجاري بشكل عام.

المطلب الرابع
الطبيعة القانونية للاسم التجاري المشهور

يعتبر الاسم التجاري هو أحد أهم العناصر المعنوية في اتصال العملاء بالمحل التجاري، وله بالتالي قيمة مالية، فهو من الأموال المعنوية التي ترد على أشياء غير مادية، ويعتبر الاسم التجاري مالاً معنوياً منقولاً، ويعتبر أهم المقومات للتاجر، ووسيلة لاجتذاب العملاء إلى المحل بدافع الشهرة والسمعة الطيبة، ومعياراً للثقة لدى جمهور المتعاملين.

وحيث إن الاسم التجاري من الأموال المعنوية، فإنه يمثل حقاً مالياً يقبل التصرف فيه تبعاً للمحل التجاري، ويمكن الحجز عليه ويسقط الحق عليه بعدم الاستعمال. [1]

أ. **الاسم التجاري مال من طبيعة معنوية:**

تتميز طبيعة الأموال المعنوية للمشروع التجاري بالطابع النفعي، فهذه الحقوق تتولد من القيمة الكلية للعناصر المعنوية، والمادية للمحل التجاري، ولا يعني ذلك اتحاد كافة العناصر سواء مادية أو معنوية للمشروع، بل يحتفظ كل عنصر بماهيته الخاصة وطبيعته التي يحددها القانون، وينظمها حسب طبيعة كل عنصر، فملكية البضائع والمهمات تخضع لتنظيم مغاير لما يخضع له العناصر المعنوية للمشروع مثل الاسم التجاري أو العلامة التجارية. [2]

(1) د. خالد إمام سيد محمد، مرجع سابق، ص٢٦٣.
(2) المرجع السابق، ص٢٦٥.

وقد قررت محكمة النقض " بأن فكرة المحل التجاري تقوم على أساس العناصر المعنوية كالاسم والسمعة التجارية وثقة الجمهور، فالبضائع والمهمات لا تكفي وحدها لتكوين المحل التجاري ومجرد بيع أو رهن مجموع العناصر المادية أو إحداها دون أي عنصر معنوي لا يجعل التصرف منصباً على محل تجاري كما أن رهن البضائع أو السلع وحدها لا يخضع للأحكام العامة للرهن التجاري. (1)

ب. الاسم التجاري قيمة مالية:

الاسم التجاري كعنصر من عناصر المشروع، يمثل قيمة مالية كبيرة تتحدد في كونه عنصراً من عناصر اتصال العملاء بالمنشأة، فهو يقوم بتعريف المشروع التجاري، ويمنع الخلط بينه وبين المشروعات المماثلة، ويكون عنواناً لاتصال العملاء بالمشروع، ويحدد أيضاً القيمة الاقتصادية للمشروع، ونوع الشخص المعنوي الذي يقوم كشخصية اقتصادية في الوسط الاقتصادي للدولة.

والاسم التجاري كعنصر من عناصر الملكية الصناعية قد تزيد شهرته ويوضع على البضائع والمنتجات، بخلاف تعريفه للمشروع التجاري، فيصبح علامة تجارية تقوم بتمييز منشآت المشروع. (2)

ج. عقد بيع الاسم التجاري:

غالباً ما يتخذ الاسم العائلي أو اللقب أو اسم الشهرة أو الاسم المستعار من الاستعمال المدني لتعريف الشخصية كفرد من أفراد المجتمع إلى اسم تجاري (3) أو كعلامة لتعريف المشروع التجاري أو منتجاته، فإذا تم استعمال اسم النسب كاسم تجاري أو كعلامة (4). فإنه يصبح من الأموال المعنوية المملوكة للمشروع التجاري.

---

(1) نقض مدني رقم ١٢٠٢ لسنة ٥٠ ق جلسة ١٩٨١/١/٢٨م، والطعن رقم ٨٠١ لسنة ٥١ ق جلسة ١٢ من فبراير سنة ١٩٩٦، (مصر).

(2) د. خالد إمام سيد محمد، مرجع سابق، ص٢٨٩.

(3) د. سعيد جبر، النظام القانوني للاسم المدني، لنظام القانوني للاسم المدني، (القاهرة: دار النهضة العربية،١٩٩٠م)، ص١٥٤.

(4) نقض ١٩٥٩/١٢/١٠م، طعن رقم ١٢١ لسنة ٢٥ق، مجموعة أحكام النقض المدني، السنة العاشرة ١٩٥٩م، العدد الثالث، ص٧٦٣، (مصر).

والاسم التجاري يجوز أن يكون موضوعاً لبعض العقود التي ترد على المشروع التجاري سواء كان عن طريق البيع أو الرهن أو الاستغلال.

1. **عقد بيع الاسم التجاري استقلالاً:**

نصت الفقرة الأولى من المادة رقم (١٠) من القانون البحريني رقم ١٨ لسنة ٢٠١٢م والخاص بالأسماء التجارية على " يجوز نقل ملكية الاسم التجاري أو التنازل عنه أو رهنه أو إجراء الحجز عليه دون نقل ملكية المحل التجاري أو التنازل عنه أو رهنه أو الحجز عليه".

منع القانون الإماراتي والمصري التصرف في الاسم التجاري منفرداً عن المحل التجاري.

2. **بيع الاسم التجاري مرتبطاً بالمحل التجاري:**

نصت المادة (٢٧) من القانون الاتحادي رقم (٣٧) لسنة ١٩٩٢م بشأن العلامات التجارية على " يجوز نقل ملكية العلامة التجارية أو رهنها أو الحجز عليها مع المحل التجاري أو مشروع الاستغلال التي تستخدم العلامة في تمييز منتجاته أو خدماته أو بدونهما.

ونصت في المادة (٢٨) على " يشمل انتقال المحل التجاري أو مشروع استغلال العلامات التجارية المسجلة باسم ناقل الملكية التي يمكن اعتبارها ذات ارتباط وثيق بالمحل أو بالمشروع ما لم يتفق على غير ذلك. وإذا انتقلت ملكية المحل التجاري أو مشروع الاستغلال من غير العلامة جاز لناقل الملكية الاستمرار في استعمال العلامة بالنسبة للمنتجات أو الخدمات التي سجلت من أجلها ما لم يتفق على غير ذلك.

ونصت الفقرة الأولى من المادة الثامنة في القانون رقم (٥٥) لسنة ١٩٥١م الخاص بالأسماء التجارية على " لا يجوز التصرف في الاسم التجاري تصرفاً مستقلاً عن التصرف في المحل التجاري المخصص له".

وفي هذا قضت محكمة النقض المصرية في حكم لها بقولها: " أن النص في الفقرة الثانية من المادة الثامنة من القانون رقم (٥٥) لسنة ١٩٥١م الخاص بالأسماء التجارية قد نصت على أن (ويجوز لمن تنتقل إليه ملكية متجر أن يستخدم اسم سلفه التجاري، إذا أذن المتنازل أو آلت إليه حقوقه في ذلك، على أن يضيف إلى هذا الاسم بياناً يدل على انتقال الملكية) يدل على أن المشرع لم يشترط شكلاً خاصاً للبيانات التي أوجب على مشتري المحل التجاري أن يضيفها على المنتجات واكتفى بأن تدل هذه البيانات على انتقال الملكية إليه". (1)

ونرى وفقاً للقانون الإماراتي والمصري انهم اتفقوا على عدم التصرف المستقل في عقد بيع الاسم التجاري وأكد كلاً من القانونين على أن يرتبط عقد بيع الاسم التجاري بالمحل التجاري، وفي ذات الوقت نقيس هذا الأمر بالنسبة للاسم التجاري المشهور نظراً لعدم وجود تشريع يختص بالاسم التجاري المشهور تحديداً.

د. عقد رهن الاسم التجاري:

نصت المادة التاسعة من القانون المصري رقم (١١) لسنة ١٩٤٠م على العناصر التي تدخل في رهن المحل التجاري، وذلك بقولها: " يجوز أن يشمل العنوان والاسم التجاري، والحق في الإجارة، والاتصال بالعملاء".

ونصت المادة (١٠) قانون الأسماء البحريني على " يجوز نقل ملكية الاسم التجاري أو التنازل عنه أو رهنه أو إجراء الحجز عليه دون نقل ملكية المحل التجاري أو التنازل عنه أو رهنه أو الحجز عليه".

ومن هذا الجانب نرى أنه لم ينص المشرع الإماراتي صراحةً على رهن الاسم التجاري وهو الأمر الذي يجب مراعاته من قبل المشرع، ليمنح الاسم التجاري أهمية كما في القوانين المقارنة.

(1) طعن نقض تجاري، رقم ٨٠١ لسنة ٥١ق، جلسة ١٢ من فبراير ١٩٩٦م مجموعة أحكام النقض، السنة السابعة والأربعون، الجزء الأول، ص٣٢٦، (مصر).

المبحث الثاني

تمييز الاسم التجاري عما يشتبه به

غالباً ما يحدث خلط بين الاسم التجاري وعناصر أخرى كالعلامة التجارية المشهورة والعنوان التجاري والسمة التجارية وأيضاً أسماء المواقع الإلكترونية، الأمر الذي يتعين معه أن نفرق بين الاسم التجاري والعناصر الأخرى لما لها من اختلاف ومجال حماية وأهمية لكل عنصر من العناصر. سنلقي الضوء على تمييز الاسم التجاري عن العلامة التجارية المشهورة **(مطلب أول)** وتمييز الاسم التجاري عن العنوان التجاري **(مطلب ثاني)** ومن ثم تمييز الاسم التجاري عن السمة التجارية **(مطلب ثالث)** وأخيراً تمييز الاسم التجاري عن أسماء المواقع الإلكترونية **(مطلب رابع).**

المطلب الأول

تمييز الاسم التجاري عن العلامة التجارية المشهورة

إذا كانت وظيفة الاسم التجاري هي أن تمييز المنشأة التجارية عن غيرها من المنشآت التي تقوم بنفس النشاط، إلا أن العلامة التجارية المشهورة تقوم على تمييز المنتجات والبضائع عن ما يشتبه بها، حيث انتشرت العلامة التجارية المشهورة في الأوان الأخيرة بشكل واسع [1].

وبذلك على قرار المجلس الأعلى لمجلس التعاون لدول الخليج العربية الصادر في الدورة (٣٣) المنعقدة في مملكة البحرين يومي ٢٤ و٢٥ من ديسمبر ٢٠١٢م باعتماد قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

تم توحيد قانون العلامات التجارية الموحد لدول مجلس التعاون وتطبيقاً لذلك في دولة الإمارات تم إصدار المرسوم الاتحادي رقم (٥٢) لسنة ٢٠٠٧م بشأن قانون (نظام) العلامات التجارية الموحد لدول مجلس التعاون الخليجي العربي، وعليه أكدت المادة رقم (٢) من ذات المرسوم على تعريف العلامة التجارية بأنها" هي كل ما يأخذ شكلاً مميزاً من أسماء أو كلمات أو إمضاءات أو حروف أو رموز أو أرقام أو عناوين أو أختام أو رسوم أو صور أو نقوش أو تغليف أو عناصر تصويرية أو أشكال أو مجموعات ألوان أو مزيج من ذلك أو إي إشارة أو مجموعة إشارات قابلة للإدراك بالنظر، إذا كانت تستخدم أو يراد استخدامها في تمييز سلع أو خدمات أو منشأة ما عن سلع أو خدمات المنشآت الأخرى، أو للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات أو على إجراء المراقبة أو الفحص للسلع والخدمات، ويجوز اعتبار العلامة الخاصة بالصوت أو الرائحة علامة تجارية [2].

---

(1) د. خالد محمد سيد إمام، الاسم التجاري في قوانين دول مجلس التعاون، (القاهرة: مركز الدراسات للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م) ، ط١، ص٦٧.

(2) المرسوم الاتحادي رقم (٥٢) لسنة لعام ٢٠٠٧م بشأن قانون (نظام) العلامات التجارية الموحد لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربي، (الإمارات).

وفي ذات القانون نصت المادة (٤) بشأن العلامة التجارية المشهورة على "

1. لا يجوز تسجيل العلامة التجارية المشهورة التي تجاوزت شهرتها حدود البلد الأصلي لأي البلاد الأخرى على سلع أو خدمات مطابقة أو مشابهة إلا إذا قدم طلب من مالك العلامة المشهورة أو بموافقة صريحة منه.
2. ولتحديد ما إذا كانت العلامة مشهورة يراعى مدى معرفتها لدى الجمهور المعني نتيجة ترويجها.
3. ولا يجوز تسجيل العلامات المشهورة لتمييز سلع أو خدمات غير مطابقة أو مشابهة لتلك التي تميزها هذه العلامات إذا:

أ. كان استخدام العلامة يدل على صلة بين السلع أو الخدمات المطلوب تمييزها وسلع أو خدمات صاحب العلامة المشهورة.

ب. أدى استخدام العلامة إلى احتمالية الإضرار بمصالح صاحب العلامة المشهورة.

يتضح من نص المادة (٢) أن للعلامة التجارية عدة أشكالها تميزها كما تم حصر هذه الأشكال في المادة (٢) وأكدت المادة (٤) من ذات القانون على العلامة التجارية المشهورة وعلى عدم تسجيل العلامة التجارية المشهورة التي تجاوزت شهرتها حدود البلاد إلا بناء على الحالات التي نصت عليها المادة. ونرى هنا الفرق بين الاسم التجاري المشهور الذي لم يحظى بنصوص تشريعية تحميه.

وجاءت محكمة التمييز بدبي في حكم لها " نصت المادة الرابعة من القانون الاتحادي رقم ٣٧ لسنة ١٩٩٢ في شأن العلامات التجارية على أنه لا يجوز تسجيل العلامات التجارية الأجنبية ذات الشهرة العالمية التي تجاوز حدود البلد الأصلي للعلامة الى البلاد الأخرى إلا بناء على طلب مالكها الأصلي وهو نص صريح ولا اجتهاد في مورد النص الصريح وهو استثناء للمبدأ العام الذى يقصر حق صاحب العلامة الاحتكارية داخل اقليم الدولة التي اشهرها فيها ولا يمتد الى خارجها وذلك حينما تكتسب العلامة الأجنبية شهرة عالمية تجاوز حدود بلدها الأصلي الى البلاد الأخرى فعندئذ لا يجوز تسجيلها إلا بناء على طلب مالكها الأصلي حماية لها من الاعتداء عليها وصيانة للملكيات الأخرى ذات الشهرة العالمية وتقدير اكتساب العلامة التجارية الأجنبية

الشهرة العالمية التي تجاوز حدود بلدها الأصلي مسألة واقع تستخلصها محكمة الموضوع بما لها من سلطة استخلاص وقائع الدعوى مما هو مقدم أمامها من أدلة ومستندات ولا تتدخل بشأنها محكمة التمييز طالما كان استخلاصها سائغاً وله أصله الثابت في الأوراق"[1].

ونرى من هذا الحكم تأكيد التشريع الإماراتي لموضوع العلامة التجارية المشهورة وحق حمايتها على عكس الاسم التجاري المشهور الذي لم يحظى باهتمام من المشرع كما حظيت العلامة التجارية المشهورة.

أما بالنسبة للقانون البحريني فقد نصت المادة الثانية من القانون رقم (٦) لسنة ٢٠١٤م بشأن الموافقة على قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية بتعريف العلامة التجارية بأنها: "كل ما يأخذ شكلا مميزا من أسماء أو كلمات أو إمضاءات أو حروف أو رموز أو أرقام أو عناوين أو أختام أو رسوم أو صور أو نقوش أو تغليف أو عناصر تصويرية أو أشكال أو لون أو مجموعات ألوان أو مزيج من ذلك أو أية إشارة أو مجموعة إشارات إذا كانت تستخدم أو يراد استخدامها في تمييز سلع أو خدمات منشأة ما عن سلع أو خدمات المنشآت الأخرى أو للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات، أو على إجراء المراقبة أو الفحص للسلع أو الخدمات ويمكن اعتبار العلامة الخاصة بالصوت أو الرائحة علامة تجارية".

وفي ذات القانون نصت المادة (٤) بشأن العلامة التجارية المشهورة على "

1. لا يجوز تسجيل العلامة التجارية المشهورة التي تجاوزت شهرتها حدود البلد الأصلي لأي البلاد الأخرى على سلع أو خدمات مطابقة أو مشابهة إلا إذا قدم طلب من مالك العلامة المشهورة أو بموافقة صريحة منه.
2. ولتحديد ما إذا كانت العلامة مشهورة يراعى مدى معرفتها لدى الجمهور المعني نتيجة ترويجها.
3. ولا يجوز تسجيل العلامات المشهورة لتمييز سلع أو خدمات غير مطابقة أو مشابهة لتلك التي تميزها هذه العلامات إذا:

أ. كان استخدام العلامة يدل على صلة بين السلع أو الخدمات المطلوب تمييزها وسلع أو خدمات صاحب العلامة المشهورة.

(1) طعن رقم ٢٥١، ١٩٩٦ق، أحكام مدنية، محكمة تمييز دبي، جلسة ١٩٩٧/٠٥/١١م، (الإمارات).

ب. أدى استخدام العلامة إلى احتمالية الإضرار بمصالح صاحب العلامة المشهورة.

وبالنسبة للقانون الكويتي فقد نصت المادة الثانية من القانون رقم (١٣) لسنة ٢٠١٥م بشأن الموافقة على قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية بتعريف العلامة التجارية بأنها: "كل ما يأخذ شكلا مميزا من أسماء أو كلمات أو إمضاءات أو حروف أو رموز أو أرقام أو عناوين أو أختام أو رسوم أو صور أو نقوش أو تغليف أو عناصر تصويرية أو أشكال أو لون أو مجموعات ألوان أو مزيج من ذلك أو أية إشارة أو مجموعة إشارات إذا كانت تستخدم أو يراد استخدامها في تمييز سلع أو خدمات منشأة ما عن سلع أو خدمات المنشآت الأخرى أو للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات، أو على إجراء المراقبة أو الفحص للسلع أو الخدمات ويمكن اعتبار العلامة الخاصة بالصوت أو الرائحة علامة تجارية".

وفي ذات القانون نصت المادة (٤) بشأن العلامة التجارية المشهورة على "

1. لا يجوز تسجيل العلامة التجارية المشهورة التي تجاوزت شهرتها حدود البلد الأصلي لأي البلاد الأخرى على سلع أو خدمات مطابقة أو مشابهة إلا إذا قدم طلب من مالك العلامة المشهورة أو بموافقة صريحة منه.
2. ولتحديد ما إذا كانت العلامة مشهورة يراعى مدى معرفتها لدى الجمهور المعني نتيجة ترويجها.
3. ولا يجوز تسجيل العلامات المشهورة لتمييز سلع أو خدمات غير مطابقة أو مشابهة لتلك التي تميزها هذه العلامات إذا:

أ. كان استخدام العلامة يدل على صلة بين السلع أو الخدمات المطلوب تمييزها وسلع أو خدمات صاحب العلامة المشهورة.

ب. أدى استخدام العلامة إلى احتمالية الإضرار بمصالح صاحب العلامة المشهورة.

يتضح أن كلاً من المشرع الإماراتي والبحريني والكويتي تم توحيدهم لمصطلح العلامة التجارية في التشريع الخاص لكل دولة ومن ذلك يتضح أن لدول مجلس التعاون دور فعال في وضع قانون استرشادي خاص بالعلامات التجارية.

وجاء القانون المصري بمفهوم العلامة التجارية في المادة (٦٣) من القانون رقم (٨٢) لسنة ٢٠٠٢م بشأن حماية حقوق الملكية الفكرية بأنها " هي كل ما يميز منتجاً سلعة كان أو خدمة عن غيره، وتشمل على وجه الخصوص الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً، والإمضاءات، والكلمات، والحروف، والأرقام، والرسوم، والرموز، وعناوين المحال، والدمغات، والأختام، والتصاوير، والنقوش البارزة، ومجموعة الألوان التي تتخذ شكلاً خاصاً ومميزاً، وكذلك أي خليط من هذه العناصر إذا كانت تستخدم أو يراد أن تستخدم إما في تمييز منتجات عمل صناعي، أو استغلال زراعي، أو استغلال للغابات، أو لمستخرجات الأرض، أو أية بضاعة، وإما للدلالة على مصدر المنتجات، أو البضائع، أو نوعها، أو مرتبتها، أو ضمانها، أو طريقة تحضيرها وإما للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات وفى جميع الأحوال يتعين أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر".

ونصت المادة (٦٨) من ذات القانون على أنه " يكون لصاحب العلامة التجارية المشهورة عالمياً وفي جمهورية مصر العربية حق التمتع بالحماية المقررة في هذا القانون ولو لم تسجل في جمهورية مصر العربية".

وتأكيداً على ذلك قضت محكمة القضاء الإداري في مصر في حكم لها " أقامت الشركة المدعية هذه الدعوى بعريضة أودعت قلم كتاب المحكمة بتاريخ ٢٠١٣/٧/١٥ طالبة في ختامها قبول الطعن شكلاً، ووقف تنفيذ القرار الصادر في التظلم رقم (٣١٩٠٦) بشأن العلامة التُجارية رقم (.....) وما يترتب على ذلك من آثار، وفي الموضوع بإلغاء هذا القرار، وما يترتب على ذلك من آثار تتمثل في تسجيل العلامة التجارية رقم ..... مع إلزام المطعون ضدهما المصروفات ومقابل الأتعاب. وذكرت الشركة المدعية شرحاً لدعواها، أنها تمتلك العلامة التُجارية "...." المُسجلة في العديد من دول العالم، والممتد لها الحماية وفقاً للمادة (٦٨) من القانون رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢، وأنها تقدمت إلى المُعلن إليه الثاني بطلب تسجيل العلامة التُجارية "...." وقُيد الطلب

تحت رقم (.....) إلا أنه رفض تسجيلها على سند من أنها متعارضة مع العلامة التجارية رقم (.....)، فتم التظلم للجنة المُشكلة وفق نص المادة (٧٨) من القانون المذكور من هذا القرار، وبتاريخ ٢٠١٣/٥/٢١ قبلت اللجنة التظلم شكلاً، ورفضته موضوعاً [1]".

أما في القانون الأردني نصت المادة الثانية من قانون رقم (٣٤) لسنة ١٩٩٩م والقانون المعدل رقم (٣٤) لسنة ١٩٩٩م بشأن قانون معدل لقانون العلامات التجارية على مفهوم العلامة التجارية بأنه" أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره".

وفي ذات المادة المذكورة أعلاه نصت على مفهوم العلامة التجارية المشهورة: "العلامة التجارية ذات الشهرة العالمية التي تجاوزت شهرتها البلد الأصلي الذي سجلت فيه واكتسبت شهرة في القطاع المعني من الجمهور في المملكة الأردنية الهاشمية".

وفي حكم لمحكمة العدل العليا في المملكة الأردنية الهاشمية في حكم لها بأنه " يستفاد من المادة الثانية من قانون العلامات التجارية الباحثة في تعريف العلامة التجارية المشهورة أن العلامة التجارية المشهورة حتى تكون كذلك لا بد فيها من توافر أمرين:

الأول: أن تكون شهرتها قد تجاوزت البلد الأصلي المسجلة فيه.

الثاني: أن تكون قد اكتسبت شهرة في القطاع المعني في المملكة الأردنية الهاشمية.

ومن الرجوع إلى البيانات المقدمة لدى مسجل العلامات التجارية نجد أن العلامة التجارية (.....) مسجلة في البلد الأصلي الولايات المتحدة الأميركية منذ عام ١٩٤٦م وأن شهرتها تجاوزت الولايات المتحدة الأميركية بتسجيلات قانونية في عدد كبير من الدول منها على سبيل المثال الاتحاد الأوروبي ١٩٨٥م، والدنمارك ١٩٧٨م واندونيسيا ١٩٨٤م وفرنسا ١٩٩١م والنرويج ١٩٧٨م والفلبين ١٩٧٩م وإسبانيا ١٩٨٩م وتايوان ١٩٧٩م.

وهناك أكثر من (٢٢٨٠٠) محل يحمل اسم وعلامة (.....). وفيما يتعلق باكتسابها شهرة في القطاع المعنى في المملكة الأردنية الهاشمية فإننا نجد أن لهذه العلامة التجارية (.....) تسجيلات في الأردن لدى مسجل العلامات التجارية تحت الأرقام (٤٨٦٨٣) و(٦٨٨٣٨) و (٦٩٩٧٠) في

(1) حكم رقم ٦٢٩٨٦، ٦٧ق، أحكام غير منشورة، محكمة القضاء الإداري، جلسة ٢٠١٦/٠٣/١٥م، (مصر).

الصنفين (١٦و٤٢) تاريخ ٢٠٠٢/١٢/٣١. وبذلك تكون علامة المستأنف عليها شركة - (.....) ..... علامة تجارية مشهورة، وبذلك يكون ما توصل إليه مسجل العلامات التجارية ليس فيه مخالفة للقانون الأمر الذي يتعين معه رد الاستئناف "[1].

وبذلك يحقق القضاء الأردني الحماية للعلامة التجارية المشهورة كما أنه في ذات الوقت يوفر الحماية للأسماء التجارية المشهورة على خلاف المشرع الإماراتي.

يتضح من ذلك أن لدول مجلس التعاون دور فعال في وضع قانون استرشادي خاص بالعلامات التجارية، ونرى كذلك من التعاريف السابقة أن كلاً من المشرع الإماراتي والبحريني والكويتي تم توحيدهم لمصطلح العلامة التجارية في التشريع الخاص بكل دولة، وكذلك جميع الدول التي تم ذكرها في الأعلى تطرقت إلى مفهوم العلامة التجارية المشهورة وذلك على عكس الاسم التجاري المشهور التي لم تتطرق إليه جميع الدول المذكورة.

(1) طعن رقم ٤٤٢، ٢٠٠٧ ق، تجاري، جلسة ٢٠٠٧/١٢/١١ م، (الأردن).

المطلب الثاني

تمييز الاسم التجاري عن العنوان التجاري

هو الاسم الذي يتخذه التاجر سواء كان شخصاً طبيعياً أو معنوياً وذلك عند مزاولة الأعمال التجارية، ويوقع به جميع العقود والمعاملات التي يجريها مع الغير، ويقوم بجعله على مدخل محله التجاري ليتميز به عن المحلات التجارية الأخرى، حيث يدل الغير على شخص التاجر فيأتي إليه الزبائن ويكون طريقه في تحديد ائتمانه ووضع ثقتهم به [1].

المشرع البحريني تطرق إلى موضوع العنوان التجاري في المواد (٥٠-٥٨)، حيث عرفت المادة (٥١) من المرسوم بقانون رقم (٧) لسنة ١٩٨٧م على أنه "

1. يتألف العنوان التجاري من اسم التاجر ولقبه، ويجب أن يختلف في وضوح عن العناوين المقيدة قبلا.
2. ويجوز أن يتضمن العنوان التجاري بيانات خاصة بالأشخاص المذكورين فيه متعلقة بنوع التجارة المخصص لها، كما يجوز أن يتضمن تسمية مبتكرة.

وفي جميع الأحوال يجب أن يطابق العنوان التجاري الحقيقة، وألا يؤدي إلى التضليل أو يمس بالصالح العام".

وفي حكم لمحكمة التمييز في مملكة البحرين في حكم لها بقولها أنه" لما كان دفاع الطاعنة أمام محكمة الموضوع جرى على أن طلبها من المطعون ضدها إزالة عبارة .... من على واجهة محلها التجاري يرجع إلى كون تلك العلامة مسجلة باسم شركة أجنبية بسجل العلامات التجارية لتغطية نفس المنتجات وهى الألعاب وهو ما يترتب عليه حدوث التباس ينخدع به الشخص العادي ويوقعه في اللبس والغلط مما يعتبر مخالفة لنص المادتين ٥١، ٦١ من قانون التجارة، ويبين من الحكم المطعون فيه أنه اقام قضاءه برفض الاستئناف وتأييد الحكم المستأنف على دعامة رئيسية مفادها أن حماية المشرع للعلامة التجارية قاصرة على استخدامها على المنتوجات أو الخدمات المعينة بالذات ولا يمنع من استخدامها على منتج آخر ومن باب أولى إذا اتخذت هذه العلامة التجارية شعاراً محل وإن استعمالها شعاراً لمحل المطعون ضدها ليس فيه تضليل للجمهور إذ أن المحل أصلاً سمى بهذا الاسم وفقاً للترجمة العربية المقيد بها بالسجل التجاري وإذ

(1) د. منير علي هليل، مبادئ القانون التجاري، (عمّان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢م)، ط١، ص١٥٩.

كان ما أورده الحكم بشأن حماية العلامة التجارية صحيح في القانون كما أن ما انتهى إليه من أن اتخاذ تلك العلامة شعاراً للمحل ليس فيه تضليلاً للجمهور يدخل في حدود سلطة المحكمة التقديرية وليس فيه مخالفة للثابت بالأوراق، وكانت تلك الدعامة وحدها كافية لحمل قضاء الحكم في هذا الخصوص فإنه لا يعيبه ما استطرد إليه بعد ذلك بشأن تعريفه للعنوان التجاري للمحل إذ أن ذلك بفرض خطئه ليس له تأثير على النتيجة الصحيحة التي خلص إليها ويبقى الحكم بدونه قائماً ومحمولاً على أسباب سائغة ويكون النعي عليه في هذا الخصوص غير منتج. لما كان ما أثارته الطاعنة من أن ترجمة المطعون ضدها لعنوانها التجاري للغة العربية يترتب عليه حدوث لبس لدى الجمهور لتطابقه مع عنوان تجارى لشركة أجنبية هو دفاع يخالطه واقع لم يسبق عرضه على محكمة الموضوع فإنه لا يقبل منها إثارته لأول مرة أمام محكمة التمييز [1] ".

أما بالنسبة للمشرع الكويتي فنصت المادة (٤٧) من القانون رقم (٦٨) لسنة ١٩٨٠م بشأن القانون التجاري على أنه "

1. يتألف العنوان التجاري من اسم التاجر ولقبه. ويجب أن يختلف في وضوح عن العناوين المقيدة قبلا.
2. ويجوز أن يتضمن العنوان التجاري بيانات خاصة بالأشخاص المذكورين فيه متعلقة بنوع التجارة المخصص لها، كما يجوز أن يتضمن تسمية مبتكرة، وفي جميع الأحوال يجب أن يطابق العنوان التجاري الحقيقة، وألا يؤدي إلى التضليل أو يمس بالصالح العام.

وقضت محكمة التمييز في دولة الكويت في حكم لها بأنه " إذ كانت الفقرة الأولى من المادة (٤٧) من قانون التجارة نصت على أن "يتألف العنوان التجاري من اسم التاجر ولقبه ويجب أن يختلف في وضوح عن العناوين المقيدة قبلاً"، ونصت المادة (٤٨) من ذات القانون على أن "١- يقيد العنوان في السجل التجاري وفقاً لأحكام هذا القانون. ٢- ولا يجوز بعد القيد لتاجر آخر استعمال هذا العنوان في نوع التجارة التي يزاولها. ٣- وإذ كان اسم التاجر ولقبه يشبهان العنوان التجاري المقيد في السجل وجب عليه أن يضيف إلى اسمه بياناً يميزه عن العنوان السابق قيده " وقد اعتبر المشرع منافسة غير مشروعة استعمال العنوان التجاري من غير صاحبه إن استعمله على صورة تخالف القانون وفي هذه الحالة يجوز لذوي الشأن أن يطلبوا منع استعماله ولهم أن يطلبوا شطبه إذا كان مقيداً في السجل التجاري ويجوز لهم الرجوع بالتعويض إن كان له محل. (الفقرة

(1) طعن رقم ٤٨، ١٩٩٧ق، تجاري، جلسة ١٩٩٧/١٠/١٣م، (البحرين).

الأولى من المادة ٥٥ من ذات القانون)، وتعتبر المنافسة التجارية غير المشروعة فعلاً تقصيرياً يستوجب مسئولية فاعله عن تعويض الضرر المترتب عليه عملاً بالمادة ٢٢٧ من القانون المدني، واستخلاص الخطأ الموجب للمسئولية مما يدخل في حدود السلطة التقديرية للمحكمة، ومفاد ما تقدم أن المشرع قد عني بوجوب أن يكون العنوان التجاري للمحل مختلفاً اختلافاً واضحاً عن العناوين السابق قيدها في السجل باعتبار أن من حق كل تاجر أن يتخذ لمحله من الأسماء ما يميزه عن غيره حتى لا يخلط العملاء بينه وبين منافسيه، وتقدير قيام التشابه الخادع بين العناوين التجارية أو عدم وجوده هو من مسائل الواقع التي تستقل بها محكمة الموضوع. لما كان ذلك، وكان الثابت في الأوراق أن المستأنفة في الاستئناف رقم ٩٧٠ لسنة ٢٠٠٥ سجلت بإدارة التسجيل التجاري – بوزارة التجارة والصناعة اسماً تجارياً لمحلها الكائن بمنطقة الشويخ الصناعية تحت اسم "مركز الخليج للتجهيزات الغذائية" تحت رقم ١٥١٤ بتاريخ ١٩٨٨ وأن المستأنف ضدها في ذات الاستئناف قد سجلت أيضاً اسماً تجارياً لمحلها الكائن بمنطقة خيطان القديمة تحت اسم "مركز الخليج بالاس للتجهيزات الغذائية برقم ٧٧٥٤٤ بتاريخ ١٩٩٩ وكان الثابت من الصور الضوئية التي قدمتها المستأنفة في الاستئناف المشار إليه أن هناك اختلافاً بين الاسمين التجاريين إذا أضيف إلى اسم محل المستأنف ضدها كلمة "بالاس" وأرقام تليفونات هذا المحل وهي تختلف اختلافاً عن تليفونات المحل الأخير لوجود كل من المحلين في منطقة مختلفة وبعده عن الآخر على النحو السالف إيضاحه بما يمنع وقوع الجمهور في اللبس والخلط بين الاسمين التجاريين هذا وقد وافقت إدارة التسجيل التجاري بقيد اسم محل المستأنف ضدها في السجل التجاري وهو تال لقيد اسم محل المستأنفة بما يدل على أنها رأت أن هناك اختلافاً بين الاسمين وإلا لرفضت قيد هذا الاسم في سجلها التجاري فإذا أضيف إلى ما تقدم أن الخبير الهندسي المنتدب في الدعوى والذي تطمئن المحكمة إلى تقريره انتهي إلى عدم وجود تشابه بين الاسمين التجاريين من حيث الشكل والمحتوي ولما كانت المحكمة قد انتهت إلى عدم وجود تشابه بين الاسمين التجاريين – أي انتفاء أي خطأ في جانب المستأنف ضدها ومن ثم فلا داع لبحث ركن الضرر الذي تدعيه المستأنفة والتي لم تقدم أي دليل عليه وتلتفت المحكمة عن طلبها إعادة المأمورية إلى إدارة الخبراء وندب خبير آخر خلاف الخبير السابق ندبه إذ وجدت المحكمة في الدعوى ما يكفي لتكوين عقيدتها للفصل فيها وإذ خالف الحكم المستأنف هذا النظر وقضي بشطب علامة المستأنف ضدها من سجل العلامات التجارية بوزارة التجارة والصناعة الأمر الذي يتعين القضاء في الاستئناف رقم ٢٠٢٧ لسنة ٢٠٠٧ تجاري بإلغاء الحكم المستأنف وبرفض الدعوى

وفي الاستئناف رقم ٩٧٠ لسنة ٢٠٠٥ برفضه مع إلزام المستأنفة في الاستئناف الأخير بالمصروفات عن الدرجتين"[1].

ونص المشرع الأردني على العنوان التجاري في نص المادة (٤١) من القانون رقم (١٢) لسنة ١٩٦٦م على أنه "

1. يتألف العنوان التجاري من اسم التاجر ولقبه.
2. يجب أن يختلف العنوان بوضوح عن العناوين المسجلة قبلا.
3. للتاجر أن يضيف ما يشاء إلى عنوانه التجاري بشرط أن لا تحمل هذه الإضافة الغير على فهم خاطئ فيما يتعلق بهويته أو بأهمية تجارية وسمعتها أو بوضعه المالي أو بوجود شركة أو بنوعها."

لم يتطرق المشرع الإماراتي إلى موضوع العنوان التجاري وفي هذا السياق، كان على المشرع الإماراتي أن يتبع ما اتبعه المشرع البحريني والمشرع الكويتي والمشرع الأردني.

للعنوان التجاري أهمية كبيرة في الوقت الحاضر وذلك لتأثيره على جذب الزبائن إلى المحل التجاري، مما يؤدي إلى زيادة الربح للمحل التجاري. وبذلك يلتزم التاجر بأن يجري توقيع جميع معاملاته التجارية بعنوانه التجاري، حيث تتم كتابة عنوانه التجاري واضحاً على مدخل المتجر، ولكن يختلف الأمر في حالة إذا كان العنوان التجاري بالنسبة للتاجر الفرد أو العنوان التجاري بالنسبة للشركات التجارية [2].

(1) طعن رقم ٤٩٨، ٢٠٠٦ق، تجاري، جلسة ٢٠٠٩/٠٣/٠٣م، (الكويت).
(2) د. منير علي هليل، مرجع سابق، ص١٦٠.

المطلب الثالث

تمييز الاسم التجاري عن السمة التجارية

إن الاسم التجاري هو الذي يعرف به التاجر في مباشرة النشاط التجاري الخاص به، أما السمة التجارية فهي تكون تسمية مبتكرة من وحي الخيال يتخذها التاجر رمزاً لمتجره [1].

وكذلك قد جرى الفقه على أن السمة التجارية تختلف عن الاسم التجاري، فمن حيث التكوين، يكون الاسم التجاري الذي يتخذه التاجر أما من اسمه الشخصي أو من اللقب، أما السمة التجارية فهي تسمية مبتكرة مميزة مستمدة من خيال التاجر، أو من الممكن أن تكون متعلقة بتجارته، ومن ناحية الالتزام يلتزم كل تاجر فرداً كان أو شركة باتخاذ اسم تجاري، أما السمة التجارية فهي غير ملزمة للتاجر بأن يقوم بوضعها أو عدم وضعها.

وكذلك يجوز التصرف في السمة التجارية دون المتجر، بينما لا يجوز التصرف في الاسم التجاري استقلالاً عن المتجر الذي يميزه هذا الاسم، ومن حيث الحماية القانونية فإن الاسم التجاري والسمة التجارية يتحدان في تمتعهما بالحماية المدنية والجنائية طبقاً لنص قانون الأسماء التجارية [2].

وإذا كانت هذه الإشارات المميزة قد تم استعمالها كعلامة تجارية، أي وضعت على البضائع والمنتجات لغرض تمييز مصدرها عن غيرها، اكتسبت صفة العلامة التجارية بالمعنى المتعارف عليه. وخضعت لحماية قوانين العلامات التجارية والتسمية التجارية لو كونت مع الاسم الشخصي للتاجر الاسم التجاري للمنشأة أصبحت جزءً من الاسم التجاري، ومحمية بتشريعاته الخاصة [3].

فإن المشرع الإماراتي نص في الفقرة الرابعة من المادة (٣) من القانون رقم (٥) لسنة ١٩٧٥م بشأن السجل التجاري على "اسم المحل التجاري، والسمة التجارية إن وجدت، بشرط ألا يكون مطابقاً لأي اسم أخر مسجل أو مشابهاً اسماً مسجلاً يمكن إن يضلل الجمهور."

ولم يفصل المشرع الإماراتي بشأن السمة التجارية وإنما اكتفى بأنه في حالة وجود السمة التجارية أن لا تطابق ولا تتشابه مع أي اسم آخر مسجل.

---

(1) د. علي جمال الدين عوض، التشريع الصناعي، (القاهرة: دار النهضة العربية)، ص٢٤٣.
(2) د. خالد محمد سيد إمام، مرجع سابق، ص٦٣.
(3) المرجع السابق، ص٦٤.

وأما القانون البحريني لم يتطرق بشكل مفصل إلى السمة التجارية وإنما اكتفى في الفقرة الثانية من المادة (٥) من قانون رقم (٢٧) لسنة ٢٠١٥م على أنه " يقدم طالب القيد طلبه بالقيد في السجل التجاري إلى الإدارة المعنية مشتملاً على البيانات الآتية: الاسم التجاري الذي يرغب في مزاولة النشاط التجاري به إن وجد أو السمة التجارية إن وجدت".

وبالنسبة للقانون الكويتي نص المشرع في الفقرة الثالثة من المادة (١٧) من القانون رقم (١٨) لسنة ٢٠١٨م بشأن السجل التجاري على أنه " تنشر الوزارة في أي وسيلة إلكترونية لها البيانات الواردة في المادتين (١٠، ١١) من هذا القانون، وكذلك البيانات التالية: اسم المحل التجاري والسمة التجارية إن وجدت".

ونص القانون المصري في الفقرة الثانية من المادة (٣) من القانون رقم (٢١٩) لسنة ١٩٥٣م بشأن السجل التجاري على " على كل تاجر أن يطلب القيد أيضا في كل مكتب يوجد بدائرته فرع أو وكالة له، ويقدم طلب القيد، خلال شهر من تاريخ افتتاح الفرع أو الوكالة، من التاجر أو مدير الفرع أو الوكالة. ويجب أن يكون طلب القيد من نسختين موقعتين من الطالب، وأن يشتمل على البيانات الآتية:

٢. اسم المحل التجاري، والسمة التجارية إن وجدت سواء للمحل الرئيسي أو للفرع."

وتطبيقاً لذلك فقد قضت محكمة النقض المصرية بأن " أن السمة التجارية هي تسمية يبتكرها صاحب المنشأة التجارية ويطلقها عليها لتمييزها عن غيرها، أما الاسم التجاري فهو الذي يستمد من الاسم المدني لمالك المنشأة الذي ألزمه المشرع، بمقتضى المادتين الأولى والثانية من القانون رقم ٥٥ لسنة ١٩٥١ بشأن الأسماء التجارية أن يتخذ من اسمه الشخصي عنصراً أساسياً في تكوين اسمه التجاري ويدخل في ذلك اللقب دون أن يؤدي ذلك إلى التضليل أو يمس الصالح العام، وذلك لتمييز محله التجاري عن نظائره فلا يتأتى تجريد شخص من اسمه التجاري المستمد من اسمه المدني لمجرد التشابه بينه وبين أسماء الآخرين، وكان الثابت من مدونات الحكم المطعون فيه أن الطاعن اتخذ اسماً تجارياً لمنشأته هو "....." المستمد من اسمه الشخصي ولقبه، وأن المطعون ضده اتخذ من كملة..... - وهي المستمدة أيضاً من لقبه سمة

تجارية لمنشأته ورتب على اشتراك اسم "....." بين الاسم التجاري للطاعن وبين السمة التجارية لمنشأة المطعون ضده توافر اللبس المؤدي إلى التضليل بين المستهلكين، وكان هذا الذي خلص إليه الحكم ينطوي على خلط بين الاسم التجاري والسمة التجارية إذ أن من خصائص السمة التجارية أن تتضمن تسمية مبتكرة وهو ما يتعارض مع اسم "....." المستمد من لقب المطعون ضده مادام هذا الاسم مجرداً من أية إضافة مبتكرة ومن ثم فإن هذا اللقب يعتبر اسماً تجارياً للمطعون ضده وليس سمة تجارية لمنشأته، لما كان ذلك، وكان مجرد اشتراك لقب "....." بين الاسم التجاري لكل من منشأة الطاعن ومنشأة المطعون ضده لا يؤدى بذاته إلى التضليل مادام الطاعن قد سبقه باسمه الشخصي فصار بذلك الاسم التجاري لمنشأته "....." ومن ثم لا يأتي تجريد هذا الاسم من كلمة "....." المستمد من لقب الطاعن لمجرد اشتراك الطرفين في هذا اللقب، وإذ خالف الحكم المطعون فيه هذا النظر فإنه يكون قد خالف القانون بما يوجب نقضه دون حاجة لبحث باقي أسباب الطعن" [1].

يتضح أن التشابه بين الاسم التجاري والسمة التجارية فقط في أن لا يؤدي الاسم التجاري ولا السمة التجارية إلى التضليل، وأما الفرق ما بين الاسم التجاري والسمة التجارية فيكون بأن الاسم التجاري للتاجر الفرد يتألف من اسمه ولقبه، ويجوز أن يتضمن بيانات خاصة بالأشخاص المذكورين فيه متعلقة بنوع التجارة المخصص لها، كما يجوز أن يكون تسمية مبتكرة، وفي جميع الأحوال يجب أن يكون الاسم التجاري مطابقاً للحقيقة وإلا يؤدي إلى التضليل أو المساس بالنظام العام أو الآداب، أما السمة التجارية تكون في اسم المحل التجاري، والسمة التجارية إن وجدت، بشرط ألا يكون مطابقاً لأي اسم أخر مسجل أو مشابهاً اسماً مسجلاً يمكن إن يضلل الجمهور.

(1) محكمة النقض المصرية: الطعن رقم ١٠٠ لسنة ٦٧، طعن تجاري، (مصر).

المطلب الرابع

تمييز الاسم التجاري عن أسماء المواقع الإلكترونية

يختلف اسم الموقع الالكتروني عن الاسم التجاري في إن الثاني يخضع للقواعد القانونية الآمرة يلتزم بها التاجر، ولا يجوز له مخالفة هذه القواعد أما بالنسبة للأول (اسم الموقع الإلكتروني) يقوم بالربط فنياً بين الاسم الشخصي والعنوان الإلكتروني للجهاز المتصل به على شبكة المعلومات، ويتكون عنوان الجهاز من مجموعة من الأرقام وفقاً لبروتوكول الانترنت (IP).

استعمال الاسم التجاري ينشئ الحق ويتم حمايته بالتسجيل بالسجلات التي تم إعدادها لذلك الأمر. أما اسم الموقع الإلكتروني فلا وجود له قبل أن يقوم بتسجيله على موقع الشبكة، والجدير بالذكر أن التسجيل هو الذي ينشئ الحق على اسم الموقع الالكتروني.

وفي ذات الوقت يعتبر الاسم التجاري إلزامي وضروري لتمييز المحل التجاري سواء كان فرداً أم شركة. أما اسم الموقع الإلكتروني فهو يعتبر من أنواع الدعاية على شبكة المعلومات. والاسم التجاري والعنوان التجاري كلاً منهما يميز المشروع الذي يمارس نشاطاً معيناً أو ممثلاً للتفرقة بينهما [1]. وفي حقيقة الأمر أصبح الموقع الإلكتروني مع اتساع قاعدة مستخدمي شبكة الانترنت يلعب دوراً يتشابه مع الدور الذي تقوم به العلامة التجارية حيث يقوم كل منهما بالدعاية للمشروع والخدمة الخاصة به. غير أنه لا يخضع لمبدأ الإقليمية ولا لمبدأ التخصيص اللذين يحكمان الإشارات والرموز المميزة كالعلامات التجارية والأسماء التجارية. ولا يكون لاسم الموقع قواعد قانونية آمرة كما هو الحال بالنسبة للاسم التجاري [2].

(1) د. خالد محمد سيد إمام، مرجع سابق، ص٧٥.
(2) د. علي سيد قاسم، حقوق الملكية الفكرية، (القاهرة: دار النهضة العربية،٢٠٠٩م)، ط٢، ص١٤٢.

الفصل الثاني
الحماية القانونية للأسماء التجارية المشهورة

تمهيد وتقسيم:

يعد الاسم التجاري المشهور في العصر الحالي هو أحد أهم عناصر الملكية التجارية والصناعية، بل ومن أهم عناصر المحل التجاري باعتباره يسهم بشكل كبير وفعال في تكوين عنصر المستهلكين وحثهم على التعامل مع المحل التجاري، ولهذا السبب اقتضت الضرورة إلى الاعتراف بالتاجر بحقه في الاسم التجاري وخاصة الاسم التجاري المشهور، والعمل على إضفاء الحماية الدولية والمحلية لتلك الاسماء التجارية المشهورة من خلال تمكينه وحده من التعامل به واتخاذه اسماً لمتجره، وكذلك منع الغير من الاعتداء على هذا الاسم التجاري المشهور واستخدام ذات الاسم أو اسم قريب منه مما يؤدي إلى تضليل العميل والمستهلك وإلحاق الضرر بالتاجر صاحب الاسم التجاري المشهور(1).

حيث يقوم الاسم التجاري بتمييز التاجر سواء كان شخصاً طبيعياً أو معنوياً في محيط الأعمال التجارية المتماثلة أو المتشابهة، ويعتبر الاسم علماً على المنشأة يميزها عن غيرها، فالاسم التجاري يمثل رمزاً في التنافس الاقتصادي ويدعم هذا التنافس باعتباره علماً على المشروع التجاري من ناحية ويحدد علاقة صاحب المشروع بالمنشأة التجارية من ناحية ثانية ويحدد نوع الشخص المعنوي وحجمه (2).

فحقيقة القول ان استعمال الاسم التجاري وخاصة الاسم التجاري المشهور عند عرض السلع والخدمات يجعلها بأهمية بمكان حلقة وصل بين التاجر والمستهلك، فهذا الاستخدام من شأنه تعريف المستهلك لتلك السلعة أو الخدمة المقدمة تبين له أن السلعة أو الخدمة ذات الجودة التي يبحث عنها دون أن يقع في تضليل أو لبس ويختلط عليه الأمر مما يدفعه إلى أن يدفع أموالاً في سلعة لا يريدها لمجرد أنها استخدمت اسم تجاري لسلعة أخرى مشهورة مما أوقع المستهلك معه في لبس وتضليل.

إن في الاسم التجاري يعتبر التنافس عادة أمراً مشروعاً وضرورياً، غير أن هذا التنافس يجب أن يتحلي بمبدأ حسن النية في التعامل داخل سوق المنافسة وأن يكون ضمن الحدود التي يقررها القانون والأعراف المراعية التي ينبغي على التاجر أن لا يتعداها. ويمكن مساءلة التاجر في حال تعديه لمبادئ المنافسة المشروعة حيث يقر القانون بحقه في الحماية المدنية من أية أضرار قد

---

(1) انظر: محمد حسني عباس، التشريع الصناعي، (القاهرة: دار النهضة العربية،١٩٦٧م)، ص١٦٤.
(2) د. خالد محمد سيد إمام، الحق في الاسم التجاري، دراسة مقارنة، (القاهرة، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، ٢٠١٦) ط١، ص ١٠ و١١.

يسببها السلوك المنافس اذا تم بأساليب غير مشروعة بالإضافة الى توفير الحماية الجنائية اذا شكلت مثل هذه الأفعال جرائم نص عليها القانون وجرمها.

وينص التشريع الأردني على أن العنوان التجاري يتمتع بعد قيده في السجل بحماية قانونية إذا ما وقع تعد عليه من قبل الغير. وقد تكون حماية مدنية تأسيسا على المنافسة غير المشروعة، كما قد تكون دعوى جزائية وفقا لنصوص قانونية محددة، منها المادة ٤٧، ٤٨، ٤٩ من قانون التجارة الأردني رقم ١٢ لسنة ١٩٦٦م.

أما المشرع الإماراتي وكذلك الاتفاقيات الدولية فقد وضعوا عقوبات ضد كل الأفعال التي تعد انتهاكاً للحماية القانونية التي يتمتع بها الاسم التجاري، والهدف الرئيسي من تلك الحماية هو حماية شهرة المحل التجاري، وحماية المصلحة العامة للمستهلك من خلال تحديد المصدر الحقيقي والفعلي للسلع والخدمات المقدمة له عن طريق حمايته من الغش والتدليس الواقع عليه نتيجة الاعتداء على الاسم التجاري وإدخال اللبس عليه من أن السلعة التي يستهلكها تنتمي لهذا الاسم التجاري مما يعود بالضرر على الاسم التجاري وعلى المستهلك أيضاً.

فخلاصة القول أن للاسم التجاري حماية من الناحية على المستوى الدولي والوطني وذلك نظراً لأهمية الاسم التجاري و دوره في النشاط الاقتصادي وبذلك سعت القوانين والاتفاقيات الدولية إلى حماية الاسم التجاري وحفظ حقه في ملكية الاسم التجاري ومنع التعدي عليه وتعويضه عن الأضرار الذي قد يلحقها سواء كان هذا التعدي تم داخل الإقليم أو خارج الإقليم.

من هذا المنطلق نتناول الحديث في هذا الفصل عن الحماية القانونية للأسماء التجارية المشهورة وفق التقسيم الآتي:

المبحث الأول: الحماية القانونية للأسماء التجارية المشهورة في الاتفاقيات الدولية.

المبحث الثاني: الحماية القانونية للأسماء التجارية المشهورة في النظام القانوني الإماراتي.

المبحث الأول
الحماية القانونية في الاتفاقيات الدولية

تستند الحماية المقررة للأسماء التجارية المشهورة دولياً إلى الاتفاقيات الدولية، تلك الحماية واردة في اتفاقيتين رئيسيتان هما: الاتفاقية الأولى هي اتفاقية "باريس" بشأن الملكية الصناعية المبرمة عام ١٨٨٣ م، والتي عدلت أكثر من مرة وكان آخر تعديل لها في استكهولم عام ١٩٦٧م، والاتفاقية الثانية هي " تربس " والخاصة بالجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية وهي اتفاقية نشأت بموجب الجولة الثامنة من مفاوضات الجات والتي انتهت في أوروجواي ١٩٩٣م[1].

ففي عام ١٨٨٣م عقد مؤتمر باريس الذي أفضى إلى اعتماد اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية والتي اطلق عليها "اتفاقية باريس"، وتم التوقيع عليها من قبل إحدى عشر دولة هي: " بلجيكا، البرازيل، السلفادور، فرنسا، غواتيمالا، إيطاليا، هولندا، البرتغال، صربيا، اسبانيا، سويسرا "، وحين دخلت اتفاقية باريس حيز التنفيذ في ٧ يوليو ١٨٨٤م انضمت إليها بريطانيا العظمي، وتونس، والاكوادور، ومن ثم ارتفع عدد أعضائها إلى ١٤ دولة [2].

ثم جاءت اتفاقية " تربس " والتي تعد إحدى اتفاقيات جولة أورجواي، والتي اعتمد الاتفاق المجسد لهذه المفاوضات في مدينة مراكش المغربية في ١٥ ابريل ١٩٩٤م والتي أسفرت عن إنشاء منظمة التجارة العالمية، حيث دخل اتفاق انشاء منظمة التجارة العالمية بما فيها اتفاق " تربس " الملزم لكافة أعضاء منظمة التجارة العالمية حيز التنفيذ في ١ يناير ١٩٩٥ م، حيث تعتبر اتفاقية " تربس " مكملة لاتفاقيات المتعلقة بحماية حقوق الملكية الفكرية التي وضعتها المنظمة العالمية للملكية الفكرية، حيث يحدد الاتفاق المعيار الأدنى للحماية التي يتعين توفيرها لحقوق الملكية الفكرية على اختلاف انواعها، حيث تسير هذه الاتفاقية في هذا على ذات المعايير التي وضعتها اتفاقية التجارة العالمية للملكية الفكرية وتضيف إليها بعض المعايير وخصوصاً في مجال العلامات والاسماء المشهورة[3].

---

(1) د. حسام الدين الصغير، الإطار الدولي للحماية في مجال العلامات التجارية، ندوة الويبو دون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، (المغرب: منشورات المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ٢٠٠٤م)، ص ٢.
(2) د. عبد الله حميد سليمان الغويري، العلامة التجارية وحمايتها " العلامة المشهورة وحمايتها"، (الأردن: دار الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨م)، ص٢.
(3) المرجع السابق، ص٣.

وبذلك نجد أن اتفاقية باريس قد كرست المادتان ٨ و٩ منها لأحكام الاسم التجاري، وجاءت اتفاقية الجوانب المتصلة بحقوق الملكية الفكرية في منظمة التجارة العالمية في عام ١٩٩٤ م والتي تعرف بتربس وتضمنت جوانب لإنفاذ احكام الحماية لحقوق الملكية الفكرية.

من هذا المنطلق نتناول الحديث في هذا المبحث وفق التقسيم التالي:

المطلب الأول: حماية الاسم التجاري وفقاً لاتفاقية باريس.

المطلب الثاني: حماية الاسم التجاري وفقاً لاتفاقية تربس.

المطلب الأول

حماية الاسم التجاري وفقاً لاتفاقية باريس

وقعت اتفاقية باريس في ٢٠ مارس ١٨٨٣ م والمعدلة باتفاقية بروكسل في ١٤ ديسمبر ١٩٠٠ وواشنطن في ٢ يونيو ١٩١١ ولاهاي في ٦ نوفمبر ١٩٢٥ ولندن في ٢ يونيو ١٩٣٤ ولشبونة في ٣١ اكتوبر ١٩٥٨ واستكهولم في ١٤ يوليو ١٩٦٧ والمنقحة في ٢ اكتوبر ١٩٧٩م ، وانضمت دولة الإمارات العربية لهذه الاتفاقية ١٩٩٦/٣/١٨م وتأكيداً على ذلك أصدرت دولة الإمارات مرسوم اتحادي رقم (٢٠) لسنة ١٩٩٦ بشأن انضمام دولة الإمارات العربية المتحدة إلى اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية [1].

والجدير بالذكر هنا أن اتفاقية باريس تطبق على الملكية الصناعية والتجارية بكافة أشكالها وبأوسع معانيها، بما في ذلك الاختراعات، والرسوم والنماذج الصناعية ونماذج المناعة، والعلامات الصناعية أو التجارية وعلامات الخدمة، والأسماء التجارية، والبيانات التجارية، وتسميات المنشأ، وقمع المنافسة غير المشروعة، فالملكية الصناعية تؤخذ بأوسع معانيها، فلا يقتصر تطبيقها على الصناعة والتجارة بمعناها الحرفي، إنما تطبق كذلك على الصناعات الزراعية والاستخراجية وعلى جميع المنشآت المصنعة أو الطبيعية، ومما لا شك فيه أن اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية أصبحت الدعامة الرئيسية التي يرتكز عليها نظام الحماية الدولية، والوثيقة العظمى التي يرتكز عليها قانون العلامات على المستوى الدولي[2] .

(1) المرسوم الاتحادي رقم (٢٠) لسنة ١٩٩٦م بشأن انضمام دولة الإمارات العربية المتحدة إلى اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية (الإمارات).
https://www.dc.gov.ae/PublicServices/LegislationDetails.aspx، تم زيارة الموقع بتاريخ ٢٠٢٠/٠٤/٢٠م.

(2) د. حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية في ضوء حقوق الملكية الفكرية الجديد واتفاقية تربس، (الإسكندرية: دار الفكر الجامعي، ٢٠٠٥ م)، ص ١٤.

أولاً: القواعد والمبادئ التي تقوم عليها اتفاقية باريس:

كفلت اتفاقية باريس حماية الملكية الصناعية ومنها الأسماء التجارية المشهورة من خلال النص على مجموعة من القواعد والمبادئ واجبة التطبيق وتتمثل تلك المبادئ فيما يلي:

المبدأ الأول: مبدأ المساواة (المعاملة الوطنية).

ويقصد بهذا المبدأ أن كل شخص يتبع لإحدى دول اتحاد باريس الحق في أن يطلب من باقي الدول الأعضاء في الاتحاد تطبيق القانون الوطني للدولة التي ينتمي إليها أو أن يطلب تطبيق أحكام اتفاقية باريس بحيث يتمتع الاسم التجاري بحماية دولية خارج حدود الدولة وذلك جنباً إلى جنب مع الحماية الوطنية التي يوفرها له تشريعه الوطني، شريطة ألا تقل المزايا التي يمنحها المشرع الوطني عن تلك التي تمنحها اتفاقية باريس [1].

ومن ذلك نصت اتفاقية باريس في المادة الثانية والخاصة بالمعاملة الوطنية لرعايا دول الاتحاد [2] على "

1. يتمتع رعايا كل دولة من دول الاتحاد في جميع دول الاتحاد الاخرى، بالنسبة لحماية الملكية الصناعية، بالمزايا التي تمنحها حاليا او قد تمنحها مستقبلا قوانين تلك الدول للمواطنين، وذلك دون الاخلال بالحقوق المنصوص عليها بصفة خاصة في هذه الاتفاقية. ومن ثم فيكون لهم نفس الحماية التي للمواطنين ونفس وسائل الطعن القانونية ضد اي اخلال بحقوقهم، بشرط اتباع الشروط والاجراءات المفروضة على المواطنين.
2. ومع ذلك لا يجوز أن يفرض على رعايا دول الاتحاد أي شرط خاص بالإقامة أو بوجود منشأة في الدول التي تطلب فيها الحماية للتمتع بأي حق من حقوق الملكية الصناعية،

(1) فتاحي محمد، الحماية القانونية للعلامة التجارية والصناعية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، (الجزائر: مجلة الحقيقة٢، ٢٠١٤م)، العدد الثامن والعشرون، ص ١٤ و١٥.

(2) دول الاتحاد: هي الدول التي وقعت على اتفاقية باريس وتشكل هذه الدول التي تسري عليها هذه الاتفاقية اتحاداً لحماية الملكية الصناعية، وبالنسبة للمعاملة الوطنية لرعيا دول الاتحاد يتمتع رعايا كل دولة من دول الاتحاد في جميع دول الاتحاد الأخرى بالنسبة لحماية الملكية الصناعية بالمزايا التي تمنحها حالياً أو قد تمنحها مستقبلاً قوانين تلك الدول للمواطنين، وذلك دون الإخلال بالحقوق المنصوص عليها بصفة خاصة في هذه الاتفاقية. ومن ثم فيكون لهم نفس الحماية التي للمواطنين ونفس وسائل الطعن القانونية ضد أي إخلال بحقوقهم، بشرط اتباع الشروط والإجراءات المفروضة على المواطنين.

3. يحتفظ صراحة لكل دولة من دول الاتحاد بأحكام تشريعها المتعلقة بالإجراءات القضائية والادارية وبالاختصاص وكذلك بتحديد محل مختار او تعيين وكيل، والتي قد تقتضيها قوانين الملكية الصناعية" [1].

وعليه يثبت الحق في الحماية و الطعن في حالة المساس بالحقوق لكل مواطن من رعايا الدول المنضمة إلى هذه الاتفاقية في جميع دول اتحاد اتفاقية باريس مع ضرورة مراعاة الشروط والأوضاع المفروضة على المواطنين [2].

والجدير بالذكر هنا أن هذا المبدأ يسري على مواطن أي دولة ليست عضو في اتفاقية باريس، لكنه توجد له إقامة أو يمتلك مؤسسة تجارية أو صناعية حقيقية وفعلية في احدى دول الاتحاد، ومن ثم يكون لهذا المواطن ذات الحماية المكفولة لمواطني تلك الدولة، وله أيضاً ذات وسائل الطعن ضد أي إخلال بحقوقهم، فالحماية التي تمنحها اتفاقية باريس لا تقتصر على رعايا الدول التي هي عضو في تلك الاتفاقية فحسب، بل تمتد تلك الحماية أيضا لرعايا الدول التي ليست لها عضوية في باريس شريطة أن يكون هؤلاء الرعايا مقيمين في دولة ذات عضوية في الاتحاد، أو الأشخاص الذين يملكون مؤسسة صناعية أو تجارية في دولة عضو في هذه الاتفاقية فهؤلاء الأشخاص يعاملون على قدم المساواة بنفس الحماية القانونية [3].

المبدأ الثاني: مبدأ ذاتية التنفيذ:

الهدف الاساسي لاتفاقية باريس هو تمكين أي شخص سواء في داخل دولته أو في خارجها من حماية الملكية الصناعية ومنها الاسماء التجارية في أي اعتداء يقع عليه، فبمجرد تصديق الدول على اتفاقية باريس تصير هذه الاتفاقية جزء لا يتجزأ من قانونها الوطني دون الحاجة إلى أن تصدر الدولة قانون يتضمن القواعد الواردة في اتفاقية باريس، وتكون الاتفاقية ملزمة لتلك الدول ويكون للمواطن الأجنبي حقوق يستمدها من تلك الاتفاقية بحيث يحق لهم

---

(1) المادة الثانية من اتفاقية باريس، منشور على الموقع الإلكتروني، محاكم دبي، https://www.dc.gov.ae/PublicServices/LegislationDetails.aspx?LawKey=٢٢٧ ، زيارة الموقع بتاريخ ١٦-١٠-٢٠١٩م.

(2) سبتي عبد القادر، تقليد العلامات التجارية في القانون الجزائري والقانون المقارن، أطروحة دكتوراه، (الجزائر: كلية الحقوق، جامعة الجزائر، ٢٠١٧م)، ص ٢٣٣.

(3) بوبشطولة بسمة، الحماية القانونية للعلامات التجارية، أطروحة ماجستير، (الجزائر: كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين، ٢٠١٥م)، ص ٧٧ و ٧٨.

التمسك بنصوص تلك الاتفاقية أمام القضاء الوطني للدولة المقيمين بها، فنصوص تلك الاتفاقية نصوص ذاتية التنفيذ [1].

وعلى هذا فقد نصت اتفاقية باريس في المادة الثامنة منها والخاصة بحماية الأسماء التجارية على أن (يحمى الاسم التجاري في جميع دول الاتحاد دون الالتزام بإيداعه أو تسجيله، سواء أكان جزءا من علامة صناعية او تجارية ام لم يكن) [2].

ويمكن أن نستخلص من نص المادة أن دولة الإمارات كونها دولة من الدول الأعضاء في اتفاقية باريس فإنه ينطبق عليها أن تقوم بحماية الاسم التجاري دون أن يتم الالتزام بإيداعه أو تسجيله سواء كان جزءا من علامة صناعية او تجارية ام لم يكن، لأنه كما ذكرنا سابقاً بمجرد تصديق الدول على اتفاقية باريس تصير هذه الاتفاقية جزء لا يتجزأ من قانونها الوطني دون الحاجة إلى أن تصدر الدولة قانون يتضمن القواعد الواردة في اتفاقية باريس.

أولاً: الانتهاكات التي تلحق بالأسماء التجارية المشهورة:

غالباً ما تتمثل تلك الانتهاكات في استخدام أسماء تجارية مشابهة أو متماثلة على سلع متشابهة أو متماثلة، أو التزوير وصنع أسماء ماركة مسجلة، والتزاماً بالخصائص التجارية لحقوق الملكية الفكرية تكون الاسماء التجارية المشهورة المسجلة في الدول الأعضاء في اتفاقية باريس ومنظمة التجارة العالمية مؤهلة للحماية في الدول المحلية [3].

وفي ذلك نصت اتفاقية باريس للمرة الاولى على الصعيد الدولي على قواعد لحماية العلامات المشهورة، حيث تقرر اعطاء العلامات المشهورة حماية في البلدان التي لم تسجل فيها

---

(1) د. حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية في ضوء حقوق الملكية الفكرية الجديد واتفاقية تربس، مرجع سابق، ص ١٥.

(2) المادة الثامنة من اتفاقية باريس، منشور على الموقع الإلكتروني، محاكم دبي، https://www.dc.gov.ae/PublicServices/LegislationDetails.aspx?LawKey=٢٢٧ ، زيارة الموقع بتاريخ ١٦-١٠-٢٠١٩م.

(3) جون إيتشلبيرجر، حماية الملكية الفكرية الصين بعد الانضمام لمنظمة التجارة العالمية، جمع وتحرير لورانس براهم، ترجمة عباس جواد كيمي، (دار النشر الصينية عبر القارات، بدون سنة نشر)، ص ٨٢.

بعد وذلك استثناء من مبدأ وطنية قانون العلامات التجارية والتي كانت نفس الاتفاقية قد كرسته في المادة رقم (٦) السابقة، فنصت في المادة (٦) ثانياً على الآتي [1].

(تتعهد دول الاتحاد، سواء من تلقاء نفسها إذا جاز تشريعها ذلك، أو بناء على طلب صاحب الشأن، برفض أو إبطال التسجيل وبمنع استعمال العلامة الصناعية أو التجارية التي تشكل نسخا أو تقليدا أو ترجمة يكون من شأنها إيجاد لبس بعلامة ترى السلطة المختصة في الدولة التي تم فيها التسجيل أو الاستعمال أنها مشهورة باعتبارها فعلا العلامة الخاصة بشخص يتمتع بمزايا هذه الاتفاقية ومستعملة على منتجات مماثلة أو مشابهة. كذلك تسري هذه الأحكام إذا كان الجزء الجوهري من العلامة يشكل نسخا لتلك العلامة المشهورة أو تقليدا لها من شأنه إيجاد لبس بها.

يجب منح مهلة لا تقل عن خمس سنوات من تاريخ التسجيل للمطالبة بشطب مثل هذه العلامة. ويجوز لدول الاتحاد أن تحدد مهلة يجب المطالبة بمنع استعمال العلامة خلالها، ولا يجوز تحديد أية مهلة للمطالبة بشطب أو منع استعمال العلامات التي سجلت أو استعملت بسوء نية).

وكذلك فقد نصت اتفاقية باريس في المادة التاسعة منها والخاصة بالعلامات، والاسماء التجارية للمنتجات التي تحمل علامة او اسما تجاريا بطريق غير مشروع على "

1. كل منتج يحمل بطريق غير مشروع علامة صناعية او تجارية او اسما تجاريا يصدر عند الاستيراد في دول الاتحاد التي يكون فيها لهذه العلامة او لهذا الاسم حق الحماية القانونية.

2. توقع المصادرة ايضا في الدولة التي وضعت فيها العلامة بطريق غير مشروع او في الدول التي تم استيراد المنتج اليها .

3. تقع المصادرة بناء على طلب النيابة العامة او اية سلطة مختصة اخرى او من صاحب مصلحة سواء اكان شخصا طبيعيا او معنويا وذلك وفقا للتشريع الداخلي لكل دولة.

4. لا تلتزم السلطات بتوقيع المصادرة على المنتجات التي تمر بالدولة في تجارة عابرة،

---

(1) راجع اتفاقية باريس المادة ٦ ثانياً، منشور على الموقع الإلكتروني، محاكم دبي، https://www.dc.gov.ae/PublicServices/LegislationDetails.aspx?LawKey=٢٢٧ ، زيارة الموقع بتاريخ ١٦-١٠-٢٠١٩م.

5. إذا كان تشريع الدولة لا يجيز المصادرة عند الاستيراد فيستعاض عن ذلك بحظر الاستيراد او بالمصادرة داخل الدولة.

6. إذا كان تشريع الدولة لا يجيز المصادرة عند الاستيراد ولا حظر الاستيراد ولا المصادرة داخل الدولة فيستعاض عن هذه الاجراءات بالدعاوي والوسائل التي يكفلها قانون تلك الدولة لرعاياها في الحالات المماثلة، وذلك حتى يتم التعديل اللازم في التشريع" [1].

وبذلك قررت محكمة التمييز بدبي " أن الاسم التجاري هو اسم معين يتخذه التاجر أو الشركة التجارية لتمييز متجره أو الشركة عن غيرهما - وحتى يكون لهذا الاسم التجاري حماية قانونية، يجب أن يكون مقيداً في السجل المعد لذلك بدائرة التنمية الاقتصادية - التي حلت محل السجل التجاري - وألا يؤدي إلى الالتباس مع غيره من الأسماء التجارية - في مجال التجارة المماثلة، أما العلامة التجارية فهي كل ما يستخدم أو يراد استخدامه في تمييز منتجات أو خدمات للدلالة على أنها تخص صاحب العلامة التجارية بسبب صنعها أو إنتاجها أو الاتجار بها أو عرضها للبيع، ويجوز أن يكون الاسم التجاري - إذا كان مبتكراً - أن يكون علامة تجارية أو جزءاً منها. وعلى كل من يرغب في استعمال علامة تجارية لتمييز منتجاته أو خدماته - إذ كان يتاجر بها أو يعرضها للبيع أو ينوي ذلك - أن يطلب تسجيلها في سجل العلامات التجارية بوزارة التجارة والاقتصاد، ويعتبر من قام بتسجيل علامة تجارية باسمه مالكها دون سواه، وإذا سجلت العلامة التجارية، انسحب أثر التسجيل إلى تاريخ تقديم طلب التسجيل [2].

يتبين من هذا الحكم تطبيق دولة الإمارات لاتفاقية باريس من خلال المرسوم الاتحادي رقم (٢٠) لسنة ١٩٩٦م بشأن انضمام دولة الإمارات العربية المتحدة إلى اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية.

ثانياً: الحماية من المنافسة غير المشروعة:

تعد المنافسة أمراً ضرورياً في النشاط التجاري متى كانت في حدودها المشروعة، أما إذا انحرفت عن هذه الحدود بأن تحولت إلى صراع بين التجار يحاول كل منهم جذب عملاء

---

(1) المادة التاسعة من اتفاقية باريس، منشور على الموقع الإلكتروني، محاكم دبي، https://www.dc.gov.ae/PublicServices/LegislationDetails.aspx?LawKey=٢٢٧، زيارة الموقع بتاريخ ١٦-١٠-٢٠١٩م.
(2) طعن رقم ٢٩٠، ٢٠٠٨ ق، مدني، جلسة ٢٠٠٨/٠١/١٥م، (الإمارات).

غيره من التجار وإلحاق الضرر بهم بوسائل غير مشروعة، فإنها تصبح شر لا بد من محاربته ويكون ضررها أكبر من نفعها [1].

كما تنص اتفاقية باريس على قواعد عامة فيما يتعلق بالمنافسة غير المشروعة، وعلى الرغم من اهمية هذه المبادئ العامة ومن أنه قد تم تبنيها لاحقاً كما هي في الكثير من القوانين الوطنية، إلا أنها قليلاً ما تحظى بنفس الاهتمام الذي تحظى به بقية مواد الاتفاقية بحسب المادة ١٠ من الاتفاقية [2] :

1. تلتزم دول الاتحاد بأن تكفل لرعايا دول الاتحاد الأخرى حماية فعالة ضد المنافسة غير المشروعة.

2. يعتبر من أعمال المنافسة غير المشروعة كل منافسة تتعارض مع العادات الشريفة في الشؤون الصناعية أو التجارية.

3. ويكون محظورا بصفة خاصة ما يلي:

أ. كافة الأعمال التي من طبيعتها أن توجد بأية وسيلة كانت لبسا مع منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري.

ب. الادعاءات المخالفة للحقيقة في مزاولة التجارة والتي من طبيعتها نزع الثقة عن منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري.

ت. البيانات أو الادعاءات التي يكون استعمالها في التجارة من شأنه تضليل الجمهور بالنسبة لطبيعة السلع أو طريقة تصنيعها أو خصائصها أو صلاحيتها للاستعمال أو كميتها.

في حالة التعدي على صاحب الاسم التجاري فيما يتعلق بالمنافسة غير المشروعة فإن اتفاقية باريس نصت في مادتها العاشرة على حماية المنافسة غير المشروعة وكذلك نصت دولة الإمارات في المادة العاشر من المرسوم الاتحادي رقم (٢٠) لسنة ١٩٩٦م على ذات النص.

---

(1) راجع اوشن حنان، الحماية القانونية للعلامة التجارية، (الأردن: مجموعة يازوري للنشر والتوزيع، ٢٠١٦ م)، ص ١٠٠.

(2) راجع اتفاقية باريس المادة ١٠ ثانياً.

ونرى أن هذا الأمر يعزز من ثقة التاجر في دولة الإمارات كونها تكفل له حق الحماية من المنافسة غير المشروعة.

ثالثاً: وسائل الطعن القانونية وكفالة حق التقاضي:

تتعهد دول الاتحاد بأن تكفل لرعايا دول الاتحاد الأخرى وسائل الطعن القانونية الملائمة لقمع الاستعمال الغير مشروع للاسم التجاري، أو وجود بيانات مخالفة للحقيقة بخصوص مصدر المنتجات أو شخصية المنتج، أو المنافسة غير المشروع بطريقة فعالة [1].

وبالإضافة إلى كفالة حق التقاضي (تتعهد دول الاتحاد أيضاً بتوفير الإجراءات التي تسمح للنقابات والاتحادات التي تمثل ذوي الشأن من رجال الصناعة أو الإنتاج أو التجارة والتي لا يتعارض وجودها مع قوانين الدول التي تتبعها، بالالتجاء إلى القضاء أو السلطات الإدارية لقمع الأعمال المنصوص عليها في المواد ٩ و١٠ و١٠ (ثانيا) في الحدود التي يجيزها قانون الدولة التي تطلب فيها الحماية للنقابات والاتحادات التابعة لتلك الدولة) [2].

وعلى ذلك نرى تأكيد دولة الإمارات على كفالة حق التقاضي في المرسوم الاتحادي رقم (٢٠) لسنة ١٩٩٦ بشأن انضمام دولة الإمارات العربية المتحدة إلى اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية.

رابعاً: تطبيق اتفاقية باريس على المستوي الوطني:

ووفقاً للمادة (٢٥) من اتفاقية باريس التي نصت على " بموجب تصديق الدول على هذه الاتفاقية "

1. تتعهد كل دولة في هذه الاتفاقية بأن تتخذ، وفقاً لدستورها الإجراءات اللازمة لضمان تطبيق هذه الاتفاقية.

(1) راجع اتفاقية باريس المادة ١٠ ثالثاً /١، منشور على الموقع الإلكتروني، محاكم دبي، https://www.dc.gov.ae/PublicServices/LegislationDetails.aspx?LawKey=٢٢٧، زيارة الموقع بتاريخ ١٦-١٠-٢٠١٩م.

(2) راجع اتفاقية باريس المادة ١٠ ثالثاً /٢، منشور على الموقع الإلكتروني، محاكم دبي، https://www.dc.gov.ae/PublicServices/LegislationDetails.aspx?LawKey=٢٢٧، زيارة الموقع بتاريخ ١٦-١٠-٢٠١٩م.

2. من المتفق عليه أنه يجب عندما تودع الدولة وثيقة تصديقها أو انضمامها، أن تكون في وضع يسمح لها، وفقاً لتشريعها الداخلي، بأن تضع أحكام هذه الاتفاقية موضع التنفيذ" [1].

يتضح من هذا النص أن بمجرد أن تقوم أي دولة بالتصديق على اتفاقية باريس يتوجب عليها أن تتعهد وفقاً لدستور الدولة الإجراءات اللازمة لضمان تطبيق الاتفاقية وأن تضع أحكام الاتفاقية موضع التنفيذ أي من لحظة تصديقها أو انضمامها تصبح الاتفاقية واجبة التطبيق على المستوى الوطني.

وكذلك أكدت المادة (٢٥) من المرسوم الاتحادي رقم (٢٠) لسنة ١٩٩٦ بشأن انضمام دولة الإمارات العربية المتحدة إلى اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية على تطبيق الدولة لاتفاقية باريس على المستوى الوطني .

إن الحماية الدولية للملكية الصناعية، مع ضرورتها وأهميتها، لا تغني عن الحماية الوطنية لها، بل تتكامل معها. ويبقى الانفاذ الفعال لحقوق الملكية الصناعية على المستوى الوطني هو العامل المهم في الحماية [2].

(1) راجع اتفاقية باريس المادة ٢٥، منشور على الموقع الإلكتروني، محاكم دبي، https://www.dc.gov.ae/PublicServices/LegislationDetails.aspx?LawKey=٢٢٧، زيارة الموقع بتاريخ ١٦-١٠-٢٠١٩م.

(2) السيد كنعان الأحمر، الحماية الدولية للملكية الصناعية من اتفاقية باريس إلى اتفاق جوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة (اتفاق تربس)، ندوة الويبو الوطنية عن الملكية الفكرية لأعضاء هيئة التدريس وطلاب الحقوق في الجامعة الأردنية تنظمها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) بالتعاون مع الجامعة الأردنية عمّان، من ٦ إلى ٨ أبريل/نيسان ٢٠٠٤ ، ص ٢٢.

المطلب الثاني

حماية الاسم التجاري وفقاً لاتفاقية تربس

تعد اتفاقية تربس إحدى اتفاقيات جولة أورجواي، حيث دخل اتفاق انشاء منظمة التجارة العالمية بما فيها اتفاق " تربس " الملزم لكافة أعضاء منظمة التجارة العالمية حيز التنفيذ في ١يناير ١٩٩٥م، حيث تعتبر اتفاقية " تربس " مكملة لاتفاقيات المتعلقة بحماية حقوق الملكية الفكرية التي وضعتها المنظمة العالمية للملكية الفكرية، حيث تسير هذه الاتفاقية في هذا على ذات المعايير التي وضعتها اتفاقية التجارة العالمية للملكية الفكرية وتضيف إليها بعض المعايير وخصوصاً في مجال العلامات والاسماء التجارية [1].

وأصدرت دولة الإمارات العربية المتحدة المرسوم الاتحادي رقم (١٤٦) لسنة ٢٠١٦م بشأن التصديق على البروتوكول المعدل لاتفاقية الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة (تربس).

إن المواد (١/٢) [2] و(١/٩) [3] من اتفاقية تربس تلزم الأعضاء بالتقيد بالنصوص الموضوعية في اتفاقية باريس للملكية الصناعية بحسب آخر تعديل طرأ عليها (اتفاقية باريس لعام ١٩٦٧). هذه الاتفاقية تضم الحدود الدنيا من الحقوق التي يتوجب على الدول الأعضاء أن تمنحها في أراضيها فيما يتعلق بالملكية الصناعية لمواطني الدول الأخرى الأعضاء في هذه

---

(1) د. عبد الله حميد سليمان الغويري، المرجع السابق، ص٣.

(2) **المادة الثانية (الفقرة الأولى):**
فيما يتعلق بالأبواب الثاني والثالث والرابع من الاتفاق الحالي، تلتزم البلدان الأعضاء بمراعاة أحكام المواد من (١) حتى (١٢) والمادة (١٩) من اتفاقية باريس (١٩٦٧).

(3) **المادة التاسعة (الفقرة الأولى):**
تلتزم البلدان الأعضاء بمراعاة الأحكام التي تنص عليها المواد من ١ وحتى ٢١ من اتفاقية برن (١٩٧١) وملحقها، غير أن البلدان الأعضاء لن تتمتع بحقوق ولن تتحمل التزامات بموجب هذه الاتفاقية فيما يتعلق بالحقوق المنصوص عليها في المادة ٦ مكررة من اتفاقية برن أو الحقوق النابعة عنها.

الاتفاقية. الدولة العضو ملزمة بموجب اتفاقية تربس بالتقيد بالنصوص المذكورة من اتفاقية باريس وجعل قوانينها متوافقة معها [1].

ولقد أرست هذه الاتفاقية مجموعة من المبادئ والقواعد العامة تتمثل في:

المبادئ والقواعد العامة لاتفاقية تربس:

بموجب أحكام اتفاقية تربس يتعين على الدول الأعضاء تنفيذ أحكام هذه الاتفاقية من خلال التزامها باتخاذ إجراءات معينة ، منها وضع القوانين والتشريعات الجديدة ، أو تعديل القوانين السارية بما يتفق مع تلك الأحكام ، وكذلك النص على الإجراءات العقابية الرادعة ضد كل من يخرق أو ينتهك أحكامها ، سواء بالنص على هذه الإجراءات في سياق المسؤولية المدنية مثل دفع التعويضات المالية لصاحب الحق المنتهك ، أو النص عليه في نطاق المسؤولية الجنائية مثل توقيع عقوبة الحبس أو الغرامة المالية التي تتناسب مع مستوي العقوبات الخاصة بالجرائم ذات الخطورة المماثلة ، على أن تشمل الجزاءات التي يمكن فرضها في بعض الحالات حجز السلع المخالفة أو مصادرتها ، أو اتلافها ، وكذلك حجز أو مصادرة أو اتلاف أية مواد أو معدات أو ادوات أخرى تستخدم بصورة أساسية في ارتكاب المخالفات غير المشروعة لاتفاقية تربس [2] .

أ. **المبدأ الأول: مبدأ المعاملة الوطنية:**

فبموجب أحكام هذه الاتفاقية يلتزم كل من البلدان الأعضاء بمنح الأعضاء مواطني البلدان الأخرى الأعضاء معاملة لا تقل عن المعاملة التي تمنحها لمواطنيها فيما يتعلق بحماية الملكية الفكرية مع مراعاة الاستثناءات المنصوص عليها بالفعل في كل من معاهدة باريس لعام

(1) السيد كنعان الأحمر ، الحماية الدولية للملكية الصناعية من اتفاقية باريس إلى اتفاق جوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة (اتفاق تربس) ،مرجع سابق ، ص ١٤.

(2) راجع عبد الواحد محمد الفار، الإطار القانوني لتنظيم التجارة الدولية في ظل عالم منقسم، (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠٦م، ص ٣٢٩ و ٣٣٠ .

١٩٦٧ومعاهدة برن لعام ١٩٧١ومعاهدة روما، ومعاهدة الملكية الفكرية فيما يتصل بالدوائر المتكاملة [1].

كما أنه (لا يجوز للبلدان الأعضاء الاستفادة من الاستثناءات المسموح بها بمقتضى الفقرة الأولى فيما يتعلق بالإجراءات القضائية والإدارية، بما في ذلك تحديد موطن مختار أو تعيين وكيل في أراضي بلد عضو، إلا حين تكون هذه الاستثناءات ضرورية لضمان الالتزام بمراعاة أحكام القوانين واللوائح التنظيمية التي لا تتعارض مع أحكام هذه الاتفاقية وشرط ألا يكون في اللجوء إلى هذه الممارسات تقييد مستتر للتجارة) [2].

هذا ولقد أتت اتفاقية تربس بمبدأ هام جدا وهو المسمى بمبدأ المعاملة الوطنية وذلك من خلال المادة الثالثة من هذه الاتفاقية والتي من خلالها نجد بأنها قد أخذت بقاعدة عامة مفادها المساواة في الدولة العضو بين الأجانب المنتمين إلى إحدى الدول الأعضاء والوطنيين المنتمين إليها. فقد ألزمت هذه المادة كل دولة عضو بأن تمنح الأجانب المنتمين إلى دولة أخرى من الدول الأعضاء معاملة لا تقل عن تلك التي تمنحها لمواطنيها في شأن حماية الملكية الفكرية وهذا الحكم يتوافق مع حكم المادة الثانية من اتفاقية باريس حماية الملكية الصناعية حيث أنها سبقت اتفاقية تربس في إرساء مبدأ المعاملة الوطنية [3].

تنطبق هذه المساواة من حيث تحديد المستفيدين من هذه الحماية وكيفية الحصول عليها ونطاقها ومدتها ونفاذها وغيرها من الأمور التي تؤثر في استخدام حقوق الملكية الفكرية المنصوص عليها في هذه الاتفاقية [4].

وطبقا للفقرة الثانية من نص المادة ٣ من اتفاقية تربس لا يجوز للدول الأعضاء وضع استثناءات على الإلزام بالمعاملة الوطنية المتعلقة بالإجراءات القضائية والإدارية إلا إذا توفرت الشروط التالية:

1. أن تكون الاستثناءات من مبدأ المعاملة الوطنية فيما يتعلق بالإجراءات القضائية والإدارية في حدود المسموح به في الاتفاقيات الدولية الأربع وهي معاهدة باريس

---

(1) راجع اتفاقية تربس المادة ١/٣.

(2) راجع اتفاقية تربس المادة ٢/٣.

(3) رشا على الدين أحمد، النظام القانوني لحماية البرمجيات، دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه، (القاهرة: كلية الحقوق، جامعة المنصورة، ٢٠٠٣م)، ص ١٧٨.

(4) د. محمد محسن إبراهيم النجار، التنظيم القانوني لعناصر الملكية التجارية والصناعية، في ضوء أحكام اتفاقية تربس، (الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة،٢٠٠٥م)، ص ٣٠.

لحماية الملكية الصناعية ١٩٦٧، ومعاهدة واشنطن لحماية الدوائر المتكاملة ١٩٨٩، ومعاهدة برن ١٩٧١، ومعاهدة روما ١٩٦١م.

2. أن تكون هذه الاستثناءات ضرورية لضمان الإلزام بمراعاة أحكام القوانين واللوائح .٧

3. ألا تتعارض القوانين واللوائح التنظيمية المذكورة مع أحكام اتفاقية تربس.

4. ألا يكون الهدف من هذه الاستثناءات وضع قيود مستترة على التجارة.

لقد رأينا أنه بمقتضى مبدأ المعاملة الوطنية تلتزم كل دولة عضو في الاتفاقية بأن تمنح لكل المنتمين إلى دولة أخرى من الدول الأعضاء في اتفاقية تربس حماية قانونية ال تقل عن تلك التي توفرها لمواطنيها طبقا للقوانين الوطنية. على أن إعمال هذه القاعدة في بعض الأحوال قد يكون غير فعال في حماية حقوق الملكية الفكرية، إذ قد تكون التشريعات الوطنية لدولة ما عضو قاصرة عن بلوغ الحدود الدنيا للحماية التي أرست دعائمها اتفاقية تربس، وفي هذه الحالة فإنه يتعين على القانون الوطني الاستجابة لمقتضيات الحدود الدنيا للحماية التي نصت عليها الاتفاقية وعدم النزول عنها أو مخالفتها [1].

ب. المبدأ الثاني: الدولة الأولى بالرعاية:

وتنص اتفاقية تربس في مادتها الرابعة [2] على (فيما يتعلق بحماية الملكية الفكرية، فإن أي ميزة أو تفضيل أو امتياز أو حصانة يمنحها بلد عضو لمواطني أي بلد آخر يجب أن تمنح على الفور ودون أية شروط لمواطني جميع البلدان الأعضاء الأخرى. ويستثنى من هذا الالتزام أية ميزة أو تفضيل أو امتياز أو حصانة يمنحها بلد عضو وتكون:

أ. نابعة من اتفاقيات دولية بشأن المساعدة القضائية أو إنفاذ القوانين ذات الصبغة العامة وغير المقتصرة بالذات على حماية الملكية الفكرية.

ب. ممنوحة وفقا لأحكام معاهدة برن ١٩٧١م، أو معاهدة روما التي تجيز اعتبار المعاملة الممنوحة غير مرتبطة بالمعاملة الوطنية بل مرتبطة بالمعاملة الممنوحة في بلد آخر.

---

(1) محمد محسن إبراهيم النجار، المرجع السابق، ص٣١.

(2) راجع اتفاقية تربس المادة ٤.

ت. متعلقة بحقوق المؤدين، ومنتجي التسجيلات الصوتية، وهيئات الإذاعة، التي لا تنص عليها أحكام الاتفاق الحالي.

ث. نابعة من اتفاقيات دولية متعلقة بحماية الملكية الفكرية أصبحت سارية المفعول قبل سريان مفعول اتفاق منظمة التجارة العالمية، شريطة إخطار مجلس الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية بهذه الاتفاقيات وإلا تكون تميزا عشوائيا أو غير مبرر ضد مواطني البلدان الأعضاء الأخرى).

وكقاعدة عامة فإنه في ظل اتفاقيات منظمة التجارة العالمية يتعين على الدول الأعضاء عدم التفرقة في المعاملة بين جميع الدول الأعضاء، بمعنى أن تعامل جميع الدول الأعضاء على قدم المساواة وكأنهم جميعا على نفس القدر من الأفضلية وعليه فلو أن دولة ما عضو في منظمة التجارة العالمية قامت بمنح دولة أخرى عضو ميزة تفضيلية معينة، فيتعين عليها تقرير نفس الميزة لجميع الدول الأخرى الأعضاء [1].

والحقيقة أن هذا المبدأ يأتي مكملاً لمبدأ المعاملة الوطنية حيث يمنع التفاوت في درجة الحماية القانونية المقررة لحقوق الملكية الفكرية التي قد تختلف بناء على مدى درجة العالقات الحميمية بين الدول. وجاء النص على هذا المبدأ في المادة الرابعة من اتفاقية تربس والتي تنص على أنه: (فيما يتعلق بحماية الملكية الفكرية فإن أي ميزة أو تفضيل أو امتياز أو حصانة يمنحها بلد عضو لمواطني أي بلد آخر يجب أن يمنح على الفور ودون أية شروط لمواطني جميع البلدان الأعضاء الأخرى) [2].

ويرى البعض أن إعمال هذا المبدأ يرتب أثرا خطيرا على حرية الدولة في مجال العالقات الدولية، إذ قد ترتبط بمصالح وثيقة بدول معينة مما يدفعها إلى أن تقرر لرعاياها معاملة خاصة بالنظر لتلك المصالح، فيصبح هذا المبدأ قيدا على حرية الدولة في منح

(1) جلال وفاء محمدين، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تربس)، (القاهرة: دار الجامعة الجديدة للنشر، ٢٠٠٤م)، ص ٢٤، ٢٥.
(2) المادة الرابعة من اتفاقية تربس.

شروط الدولة الأولى بالرعاية حيث تستفيد منه جميع الدول الأعضاء وليس فقط الدولة التي تربطها بها خصوصية في العلاقة [1].

ولقد أقرت اتفاقية تربس في نص المادة الرابعة استثناءات على مبدأ الدولة الأولى بالرعاية، حيث نصت على أنه يستثنى من هذا الإلزام أية ميزة أو تفضيل أو امتياز أو حصانة يمنحها بلد عضو وتكون :

أ. نابعة من اتفاقيات دولية بشأن المساعدة القضائية أو إنفاذ القوانين ذات الصبغة العامة وغير المقتصرة بالذات على حماية الملكية الفكرية.

ب. ممنوحة وفقا لأحكام معاهدة برن ١٩٧١ أو معاهدة روما التي تجيز اعتبار المعاملة الممنوحة غير مرتبطة بالمعاملة الوطنية، بل مرتبطة بالمعاملة الممنوحة في بلد آخر.

ج. متعلقة بحقوق المؤدين ومنتجي التسجيلات الصوتية وهيئات الإذاعة التي تنص عليها أحكام الاتفاق الحالي.

د. نابعة من اتفاقيات دولية متعلقة بحماية الملكية الفكرية أصبحت سارية المفعول قبل سريان مفعول اتفاق منظمة التجارة العالمية، شريطة إخطار مجلس الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية بهذه الاتفاقيات وإلا تكون تميزاً عشوائيا أو غير مبرر ضد مواطني البلدان، الأعضاء الأخرى.

الاجراءات والجزاءات المدنية والادارية بموجب اتفاقية تربس:

أولاً: الاجراءات والجزاءات المدنية:

تتمثل هذه الاجراءات فيما يلي:

1. الإجراءات المنصفة والعادلة:

ينص اتفاق تربس على المبادئ التوجيهية الخاصة بالإجراءات المدنية والادارية الواجب اتباعها لإنفاذ حقوق الملكية الفكرية وتشتمل على الأحكام الخاصة بالإجراءات العادلة والمنصفة

(1) محمد سعد الرحاحلة، إيناس الخالدي، مقدمات في الملكية الفكرية، الطبعة الأولى، (الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع، ٢٠١٢م)، ص ١٧٨، ١٧٩

حيث تتيح البلدان الأعضاء لأصحاب الحقوق إجراءات قضائية مدنية فيما يتصل بإنفاذ أي من "حقوق الملكية الفكرية التي تغطيها هذه الاتفاقية.

وللمدعى عليهم الحق في تلقى إخطار مكتوب في الوقت المناسب يحتوي على قدر كاف من التفاصيل، بما في ذلك الأساس الذي تستند إليه المطالبات، ويسمح للأطراف المتخاصمة بأن يمثلها محامون مستقلون، ولا يجوز أن تفرض الإجراءات متطلبات مرهقة أكثر مما ينبغي فيما يتعلق بالإلزام بالحضور شخصيا، وتعطى كافة الأطراف المتخاصمة الحق في إثبات مطالباتها وتقديم كافة الأدلة المتصلة بالقضية، وتتيح الإجراءات وسائل تحديد المعلومات السرية وحمايتها، وما لم يكن ذلك مخالفا لنصوص الدساتير القائمة [1].

٢. تقديم الأدلة:

للسلطات القضائية الصلاحية، حين يقدم طرف في خصومة أدلة معقولة تكفى لإثبات مطالباته ويحدد أيا من الأدلة المتصلة بإثبات أي من مطالباته يخضع لسيطرة الطرف الخصم، في أن تأمر الخصم بتقديم هذه الأدلة شريطة مراعاة ضمان حماية سرية المعلومات في الحالات التي يلزم فيها ذلك [2].

في حالة رفض أحد الأطراف المتخاصمة بمحض إرادته ودون أسباب وجيهة إتاحة الحصول على المعلومات اللازمة أو عدم تقديمها في غضون فترة زمنية معقولة أو عرقلة الإجراءات المتعلقة بإنفاذ إجراء قانوني بصورة جوهرية ، يجوز للبلد العضو منح السلطات القضائية صلاحية إصدار الأحكام الأولية والنهائية ، إيجابا أم سلبا ، على أساس المعلومات المقدمة لها ، بما في ذلك الشكوى أو المزاعم المقدمة من الطرف المتضرر من رفض إتاحة الحصول على المعلومات ، شريطة إتاحة الفرصة للأطراف المتخاصمة لعرض وجهة نظرها بصدد المزاعم أو الأدلة [3].

---

(1) راجع اتفاقية تربس المادة ٤٢.

(2) راجع اتفاقية تربس المادة ١/٤٣.

(3) راجع اتفاقية تربس المادة ٢/٤٣.

٣. الأوامر القضائية:

للسلطات القضائية صلاحية أن تأمر أي طرف معين بالامتناع عن التعدي على حق من حقوق الملكية الفكرية، ومن بينها، بغية منع دخول سلع مستوردة تنطوي على هذا التعدي حال إنجاز التخليص الجمركي لهذه السلع إلى القنوات التجارية القائمة في مناطق اختصاصاتها. ولا تلتزم البلدان الأعضاء بمنح هذه الصلاحية فيما يتصل بمواد متمتعة بالحماية حصل عليها أو طلبها شخص قبل أن يعلم أو أن تكون لدية أسباب معقولة لأن يعلم أن الإنجاز في هذه المواد يشكل تعديا على حق من حقوق الملكية الفكرية [1].

على الرغم من الأحكام التي ينص عليها هذا الجزء وشريطة الامتثال للأحكام التي ينص عليها الجزء الثاني بصفة خاصة فيما يتعلق بالاستخدام من جانب الحكومات أو أطراف ثالثة تأذن لها الحكومات دون ترخيص من صاحب الحق، يجوز للبلدان الأعضاء قصر الجزاءات التي تتخذ ضد ذلك الاستخدام على دفع تعويض وفق أحكام الفقرة الفرعية (ح) من المادة (٣١) وفى حالات أخرى، تطبق الجزاءات التي ينص عليها هذا الجزء أو، حين تكون هذه الجزاءات غير متسقة مع قوانين البلد العضو المعنى ، تتاح أحكام تفسيرية وتعويضات كافية [2].

٤. التعويضات:

للسلطات القضائية صلاحية أن تأمر المتعدي بأن يدفع لصاحب الحق تعويضات مناسبة عن الضرر الذي لحق به بسبب التعدي على حقه في الملكية الفكرية من جانب متعد يعلم أو كانت هناك أسباب معقولة تجعله يعلم أنه قام بذلك التعدي [3].

وللسلطات القضائية أيضا صلاحية أن تأمر المتعدي بأن يدفع لصاحب الحق المصروفات التي تكبدها والتي يجوز أن تشمل أتعاب المحامي المناسبة.

---

(1) راجع اتفاقية تربس المادة ١/٤٤.

(2) راجع اتفاقية تربس المادة ٢/٤٤.

(3) راجع اتفاقية تربس المادة ١/٤٥.

وفي الحالات المناسبة، يجوز للبلدان الأعضاء تحويل السلطات القضائية صلاحية أن تأمر باسترداد الأرباح أو دفع تعويضات مقررة سلفا حتى حين لا يكون المتعدي بعلم أو كانت هناك أسباب معقولة تجعله يعلم أنه قام بذلك التعدي [1] .

٥. الجزاءات الأخرى:

بهدف إقامة رادع فعال للتعدي على حقوق الملكية الفكرية ومنه الاسماء والعلامات التجارية المشهورة ، يكون للسلطات القضائية أن تأمر بالتصرف في السلع التي تجد أنها تشكل تعديا ، دون أي نوع من التعويضات ، خارج القنوات التجارية بما يضمن تجنب إضرارها لصاحب الحق ، أو إتلافها ما لم يكن ذلك مناقضا لنصوص دستورية قائمة ، كما للسلطات القضائية صلاحية أن تأمر بالتخلص من المواد والمعدات التي تستخدم بصورة رئيسية في صنع المتعدية ، دون أي نوع من التعويضات ، خارج القنوات التجارية بما يقلل إلى أدنى حد من مخاطر حدوث المزيد من التعدي .

وتؤخذ في الاعتبار أثناء دراسة الطلبات المقدمة لفعل ذلك ضرورة تناسب درجة خطورة التعدي مع الجزاءات التي تأمر بها، ومع مصالح الأطراف الثالثة. وفيما يتصل بالسلع التي تلصق عليها علامات تجارية مقلدة، لا يكفي مجرد إزالة العلامة التجارية الملصقة بصورة غير قانونية للسماح للإفراج عن السلع في القنوات التجارية، إلا في حالات استثنائية [2].

٦. حق الحصول على المعلومات:

وحق الحصول على المعلومات كصلاحية أن تأمر السلطات المتعدي بإعلام صاحب الحق بهوية الأطراف الأخرى المشتركة في انتاج السلع أو الخدمات المتعدية وتوزيعها وقنوات التوزيع التي تستعملها [3].

---

(1) راجع اتفاقية تربس المادة ٢/٤٥.

(2) راجع اتفاقية تربس المادة ٤٦.

(3) راجع اتفاقية تربس المادة ٤٧.

٧. تعويض المدعى عليه:

للسلطات القضائية صلاحية أن تأمر الطرف الذي اتخذت إجراءات بناء على طلبه وأساء استعمال إجراءات الإنفاذ بان يدفع للطرف الذي يكلف، على سبيل الخطأ، بأمر أو تعويضات كافية امتناع عن الضرر الذي لحق به بسبب تلك الإساءة. كما يكون للسلطات القضائية أن تأمر المدعى بدفع المصروفات التي تكبدها المدعى عليه، والتي يجوز أن تشمل أتعاب المحامي المناسبة [1].

فيما يتعلق بتطبيق أي قانون يتعلق بحماية أو إنفاذ حقوق الملكية الفكرية؛ لا تعفى البلدان الأعضاء سوى الهيئات العامة والمسؤولين الرسميين من التعرض للإجراءات الجزائية المناسبة نتيجة اتخاذ أو نية اتخاذ إجراءات بحسن نية في سياق تطبيق ذلك القانون [2].

ثانياً: الاجراءات الادارية:

حيث نصت اتفاقية تربس على ضرورة أن تتفق الإجراءات الإدارية المتبعة في فرض أية جزاءات مدنية، قدر إمكان فرضها، فيما يتصل بموضوع دعوى ما مع مبادئ معادلة من حيث المضمون للمبادئ المنصوص عليها في قسم للإجراءات والجزاءات المدنية المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية [3].

ثالثا: الاجراءات الجنائية في اتفاقية تربس:

يقتضي اتفاق تربس أن تنص الأعضاء في قوانينها على اجراءات وعقوبات جنائية تطبق على الأقل في حالات التقليد المتعمد للعلامات التجارية المسجلة أو انتحال حقوق المؤلف على نطاق تجاري، وأن تنص الأعضاء أيضا على الجزاءات كالحبس أو الغرامة المالية والحجز

---

(1) راجع اتفاقية تربس المادة ١/٤٨.

(2) راجع اتفاقية تربس المادة ٢/٤٨.

(3) راجع اتفاقية تربس المادة ٤٩.

ومصادرة واتلاف السلع المتعدية أو أية مواد ومعدات تستخدم بصورة رئيسية في ارتكاب الجرم.

وعلى ذلك نصت اتفاقية تربس في المادة (٦١) على " تلتزم البلدان الأعضاء بفرض تطبيق الإجراءات والعقوبات الجنائية على الأقل في حالات التقليد المتعمد للعلامات التجارية المسجلة أو انتحال حقوق المؤلف على نطاق تجارى. وتشمل الجزاءات التي يمكن فرضها الحبس و/ أو الغرامات الماليـة بما يكفي لتوفير رادع يتناسب مع مستوى العقوبات المطبقة فيما يتعلق بالجرائم ذات الخطورة المماثلـة. وفـى الحـالات الملائمة، تشمل الجزاءات التي يمكن فرضها أيضا حجز السلع المخالفة أو أية مواد ومعدات تستخدم بصورة رئيسية في ارتكاب الجرم، ومصادرتها، وإتلافها. ويجوز للبلدان الأعضاء فرض تطبيق الإجراءات والعقوبات الجنائية في حـالات أخرى من حالات التعدي على حقوق الملكية الفكرية، لاسيما حين تتم التعديات عن عمد وعلى نطاق تجاري."

المقارنة بين اتفاقية باريس واتفاقية تربس:

من كل ما سبق نجد أن اتفاقية باريس قد كرست المادتان ٨ و٩ منها لأحكام الاسم التجاري، وجاءت اتفاقية الجوانب المتصلة بحقوق الملكية الفكرية في منظمة التجارة العالمية في عام ١٩٩٤م والتي تعرف باتفاقية تربس وتضمنت جوانب لإنفاذ احكام الحماية لحقوق الملكية الفكرية.

حيث نصت اتفاقية باريس للمرة الاولى على الصعيد الدولي على قواعد لحماية العلامة المشهورة ولم تنص على الاسم التجاري المشهور وإنما اكتفت بالاسم التجاري العادي فقط وذكرت في المادة (٨) من اتفاقية باريس " يحمى الاسم التجاري في جميع دول الاتحاد دون الالتزام بإيداعه أو تسجيله، سواء أكان جزء من علامة صناعية أو تجارية أم لم يكن".

وفي حالة كان الاسم التجاري جزء من علامة صناعية أو تجارية يمكن أن نتناول جزء من موضوع العلامة التجارية المشهورة، حيث تقرر اعطاء العلامات المشهورة حماية في البلدان

التي لم تسجل فيها بعد وذلك استثناء من مبدأ وطنية قانون العلامات التجارية والتي كانت نفس الاتفاقية قد كرسته في المادة رقم (٦) السابقة، فنصت في المادة (٦) ثانياً على الآتي [1]:

(تتعهد دول الاتحاد، سواء من تلقاء نفسها إذا جاز تشريعها ذلك، أو بناء على طلب صاحب الشأن، برفض أو إبطال التسجيل وبمنع استعمال العلامة الصناعية أو التجارية التي تشكل نسخا أو تقليدا أو ترجمة يكون من شأنها إيجاد لبس بعلامة ترى السلطة المختصة في الدولة التي تم فيها التسجيل أو الاستعمال أنها مشهورة باعتبارها فعلا العلامة الخاصة بشخص يتمتع بمزايا هذه الاتفاقية ومستعملة على منتجات مماثلة أو مشابهة. كذلك تسري هذه الأحكام إذا كان الجزء الجوهري من العلامة يشكل نسخا لتلك العلامة المشهورة أو تقليدا لها من شأنه إيجاد لبس بها.

يجب منح مهلة لا تقل عن خمس سنوات من تاريخ التسجيل للمطالبة بشطب مثل هذه العلامة. ويجوز لدول الاتحاد أن تحدد مهلة يجب المطالبة بمنع استعمال العلامة خلالها. لا يجوز تحديد أية مهلة للمطالبة بشطب أو منع استعمال العلامات التي سجلت أو استعملت بسوء نية).

إلا أن اتفاقية تربس جاءت وطورت أحكام العلامة المشهورة، حيث عالجتها في المادة (٢/١٦) و (٣/١٦) فقامت بتعديل أحكام اتفاقية باريس من عدة جوانب أهمها أنها توسعت في مفهوم العلامة المشهورة فلم تقصرها على علامة السلعة ، بل ادخلت فيها أيضاً علامة الخدمة وفي ذلك تنص على أنه : (تطبيق أحكام المادة ٦ مكررة من معاهدة باريس ١٩٦٧مع ما يلزم من تبديل ، على الخدمات وعند تقرير ما إذا كانت العلامة التجارية معروفة جديا تراعى البلدان الأعضاء مدى معرفة العلامة التجارية في قطاع الجمهور المعنى بما في ذلك معرفتها في البلد العضو المعني نتيجة ترويج العلامة التجارية).

نرى أن اتفاقية باريس للملكية الصناعية وإن كانت أوجبت على الدول الأطراف حماية الاسم التجاري سواء أكان جزء من علامة صناعية أو تجارية أم لم يكن ، غير أنها لم تضع أي ضابط لتحديد المقصود بالعلامة المشهورة، كما أنها لا تلزم بتسجيل علامات الخدمة. كما تنص على أنه لا يجوز بأية حال أن تكون طبيعة المنتج الذي يتعين أن توضع العلامة عليه الصناعية أو التجارية حائلاً دون العلامة، وهو ما تفادته اتفاقية تربس والتي جاءت وطورت أحكام العلامة المشهورة.

(1) راجع اتفاقية باريس المادة ٦ ثانياً.

إن من أهم السلبيات التي تترتب على عدم وضع ضوابط خاصة لحماية الأسماء التجارية المشهورة نشوء خلافات وبروز قضايا داخل المحاكم بسبب انتهاك حقوق الأسماء التجارية المشهورة من قبل البعض وذلك لأنه قد أصبحت أهمية لأسماء التجارية المشهورة، تفوق كثيرا في الوقت الحاضرأهمية المحل التجاري نفسه، وذلك بسبب استمرار ازدهار التجارة في العالم وازدياد تنوع المحلات التجارية. فأصبحنا نشاهد، في شوارعنا، الكثير من اللافتات لمقاهي، ومطاعم، وفنادق، ومحلات خدمات، تتصدرها مثل هذه الأسماء التجارية المشهورة، ومعظمنا يرتاد هذه المحلات بأسمائها هذه، التي تمثل رمزا للخصائص التي يمتاز بها كل متجر، وذلك باعتبارنا زبائن أو جمهور متعاملين مع المتجر، نرتبط بإسمه، وما يمثله هذا الاسم لنا من مزايا عينية كحسن موقعه، وجمال مظهره، وفخامة السلع وجودتها، والخدمات، التي يقدمها لنا، وهي جميعها تؤدي بالنتيجة إلى ما يسميه الفقه بالسمعة التجارية للمتجر. لذا فقد أصبح واضحا في الوقت الحاضر، ان ارتباط جمهور المتعاملين بالاسم التجاري المشهور، أكثر من ارتباطهم بالتاجر مستغل المتجر.

المبحث الثاني

الحماية القانونية للأسماء التجارية المشهورة في القانون الإماراتي والقوانين المقارنة

نظرا لأهمية الاسم التجاري ودوره في النشاط الاقتصادي واستقرار الحقوق سعت القوانين والاتفاقيات الدولية الى حماية صاحب الاسم التجاري وحفظ حقه في ملكية الاسم التجاري ومنع التعدي عليه وتعويضه عن الأضرار التي قد يلحقها هذا التعدي سواء تم داخل إقليم الدولة أو خارجها. يتمتع الاسم التجاري بنوعين من الحماية حماية مدنية وحماية جنائية سنتناولهما في

المطلبين التاليين حيث سنحلل في المطلب الأول حماية الأسماء التجارية في القانون الإماراتي وفي المطلب الثاني سنحلل حماية الأسماء التجارية في القوانين المقارنة.

ويمكن تصنيف الحماية التي يقررها القانون إلى حماية الأسماء التجارية في القانون الإماراتي **(مطلب أول)** وأخرى حماية الأسماء التجارية في القوانين المقارنة **(مطلب ثاني)**.

المطلب الأول

حماية الأسماء التجارية في القانون الإماراتي

يعتبر التنافس عادة أمراً مشروعاً وضرورياً، غير أن هذا التنافس يجب أن يتحلي بمبدأ حسن النية في التعامل داخل سوق المنافسة وأن يكون ضمن الحدود التي يقررها القانون والأعراف المراعية التي ينبغي على التاجر أن لا يتعداها. ويمكن مساءلة التاجر في حال تعديه لمبادئ المنافسة المشروعة حيث يقر القانون بحقه في الحماية المدنية من أية أضرار قد يسببها السلوك المنافس اذا تم بأساليب غير مشروعة بالإضافة الى توفير الحماية الجنائية اذا شكلت مثل هذه الأفعال جرائم نص عليها القانون وجرمها.

أولاً: الحماية المدنية:

تتجلى الحماية المدنية للأسماء التجارية بتمكين صاحب الحق بالاسم التجاري باللجوء إلى دعوى المنافسة غير المشروعة لمنع الأفعال التي تشكل تعديا على أحقيته في الاسم التجاري ومساءلة المسؤول عن هذه الأفعال واستحقاق التعويض عن الأضرار التي تلحق به نتيجة هذا التعدي. إن حماية المشرع للاسم التجاري بشكل عام أو الحق في ملكية هذا الاسم غالبا تعتبر حقا نسبيا ومحدودا من حيث نوع أو موضوع التجارة التي يزاولها صاحبه، ومن حيث مكان التسجيل الذي حصل فيه القيد أو الدولة التي سجل فيها ومن حيث الزمان بمعنى أنه طالما كان مقيدا في السجل التجاري[1] أو لم تمض مدة سنة على انقضائه وفقا للقانون الاماراتي.[2] والسؤال الذي يثور هنا هو هل تنطبق هذه النسبية والمحدودية في نطاق الحماية على الأسماء التجارية المشهورة أم أن الأخيرة يجب أن تعامل معاملة خاصة تتناسب مع شهرتها الواسعة التي تجاوزت الحدود الإقليمية لدولة التسجل.[3] سنستعرض فيما يلي نطاق حماية الاسم التجاري المشهور وهل يجوز للعلامة التجارية أن تشابه أو تقلد الاسم تجاري وأساس المسؤولية عن أفعال المنافسة غير المشروعة بغرض التوصل الى تحديد مدى الحماية التي توفرها النصوص الحالية في القانون الإماراتي للأسماء التجارية المشهورة.

أ. نطاق الحماية للاسم التجاري المشهور:

من أجل تحديد النطاق المكاني والزماني لحماية الاسم التجاري المشهور سنستعرض أحكام المنافسة غير المشروعة التي نص عليها قانون المعاملات التجارية الإماراتي رقم ١٨ لسنة ١٩٩٣م الذي نظم أحكام المنافسة غير المشروعة في المواد من (٦٤-٧٠) منه والتي نصت على مجموعة من الأفعال التي اعتبر القانون أنها قد تشكل أفعال منافسة غير مشروعة. وفيما يتعلق بالاسم التجاري نصت المادة (١/٦٨) منه على أنه: "اذا استعمل تاجر الاسم التجاري لغيره دون اتفاق يجيز له ذلك أو استعمله صاحبه على صورة تخالف القانون، جاز لذوي الشأن أن يطلبوا من المحكمة المختصة منع استعماله وشطبه اذا كان مقيداً في السجل التجاري دون أن يخل ذلك بحقهم في التعويض عند الاقتضاء". وتطبيقا لهذه المادة قضت المحكمة الاتحادية العليا

(1) حمد الله محمد حمد الله، الوجيز في حقوق الملكية الفكرية - الملكية الصناعية - الملكية التجارية، (الرياض: مكتبة القانون والاقتصاد، ٢٠١٤) ط١، ص ١٣٨.

(2) تنص المادة (٢/٦٠) من قانون المعاملات التجارية الاماراتي على أنه "ولا يجوز لتاجر استعمال اسم تجاري لتاجر آخر بعد انقضاء الاسم أو زواله الا بعد مرور سنة على ذلك الزوال أو الانقضاء."

(3) الجدير بالذكر أن محكمة النقض الفرنسية أيدت مد النطاق المكاني للحماية القانونية للاسم التجاري وبغض النظر عن درجة شهرة هذا الاسم الى كامل إقليم الدولة الفرنسية أيا كان النطاق المكاني لمباشرة النشاط. مذكور لدى خالد محمد سيد إمام، الحق في الاسم التجاري- دراسة مقارنة، (القاهرة، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، ٢٠١٦) ط١، ص ٣٧٩.

في حكم لها بأنه "إن مفاد نص المادتين ٥٩، ٦٨ من قانون المعاملات التجارية أن ملكية الاسم التجاري وفق التسمية التي يطلقها التاجر على متجره بهدف تعريف عملائه به وتمييزه عن غيره من المتاجر التي تباشر ذات النشاط إنما تكتسب بالقيد في السجل التجاري وفقا للأحكام المقررة في هذا الشأن، فإذا اغتصبه منافس يقوم بتجارة مشابهة جاز بدعوى المنافسة غير المشروعة - وهي تقوم على أساس من المسئولية التقصيرية - إلزام المغتصب بتعويض معادل للضرر الذي ألحقه بصاحب الاسم وإلزامه بالامتناع عن استعمال الاسم المغتصب أو تعديله بكيفية تمنع اللبس، إذ أن القيد في السجل التجاري من شأنه وفقا لمفهوم نص المادة ٣ من القانون رقم ٧٥/٥ في شأن السجل التجاري أن يسبغ على الاسم المقيد الحماية القانونية بحيث لا يجوز قيده بذاته أو ما يشابهه لصالح آخر".[1] يلاحظ من هذا الحكم أنه وبخلاف النص القانوني الذي خلا من كل قيد قد قرر قيدا لتأمين الحماية للاسم التجاري من أفعال المنافسة غير المشروعة وذلك بحصرها بنوع التجارة التي يمارسها المنافس مما قد يبدو للبعض منطقيا مع طبيعة الاسم التجاري العادي الذي ينحصر استخدامه في نطاق الدولة التي سجل فيها ولكن هل تكفي هذه الحماية المقيدة بنوع التجارة التي يمارسها المنافس لتأمين الحماية للاسم التجاري المشهور الذي تعدت شهرته الحدود الإقليمية لدولة معينة؟ برأينا أن هذه الحماية غير كافية ويجب أن لا يتم تقييدها بنوع التجارة سيما أن المشرع لم يورد أية قيود متعلقة بنوع التجارة وأنه من مهمة القاضي تطبيق الأحكام القانونية وليس تعديلها. وبذلك نرى أن الحماية القانونية المقررة للاسم التجاري ضد أفعال المنافسة غير المشروعة في دولة الامارات سواء بالنسبة للاسم التجاري بشكل عام أو الاسم التجاري المشهور غير مقيدة بنوع التجارة وتمتد لتشمل كل أنواع النشاط التجاري.

ب. تقليد العلامة التجارية للاسم التجاري:

تهدف حماية الاسم التجاري منع الغير من التعدي عليه وتعويض المتضرر في حالة التعدي على الاسم التجاري واستخدامه من قبل الغير دون اتفاق يجيز له ذلك وذلك ضماناً لحقوق مالك الاسم التجاري في دولة الإمارات العربية المتحدة. وفي حكم مثير للجدل قضت المحكمة الاتحادية العليا بدولة الإمارات العربية المتحدة "أن قيد الاسم كعلامة تجارية لا يعطي صاحبها الحق في حماية العلامة كاسم تجاري بدعوى المنافسة غير المشروعة، ولا يسقط ملكية صاحب الاسم التجاري له بالقيد في السجل التجاري وفقاً للأوضاع المنصوص عليها في القانون طالما لم يثبت صدور حكم بشطب هذا الاسم التجاري وفقاً للمادة ١/٦٨ من قانون المعاملات التجارية

([1]) طعن رقم ٣٧٥، ٢٣ ق، مدني وتجاري، جلسة ٢٠٠٣/١١/١١ م، (الإمارات).

وذلك لاختلاف العلامة التجارية عن الاسم التجاري".[1] مفاد هذا الحكم أن الاسم التجاري لا يتم حمايته في حال استخدم الاسم كعلامة تجارية، وبرأينا أنه بالرغم من الاختلاف بين الاسم التجاري والعلامة التجارية، إلا أن ذلك ليس مبررا لجواز استخدام العلامة التجارية لاسم تجاري حيث أنه لا يجوز أن تتشابه العلامة التجارية مع الاسم التجاري وبرأينا يعد ذلك انتهاكا لحقوق مالك الاسم التجاري. بالإضافة لذلك نصت المادة (٩/٣) من قانون العلامات التجارية الاماراتي على أنه: "لا يسجل كعلامة تجارية أو كعنصر منها ما يأتي: ... العلامات التي من شأنها أن تضلل الجمهور أو التي تتضمن بيانات كاذبة عن منشأ أو مصدر المنتجات أو الخدمات أو عن صفاتها الأخرى، وكذلك العلامات التي تحتوي على اسم تجاري وهمي أو مقلد أو مزور". [2] وهذا نص صريح يمنع تقليد العلامة التجارية للاسم التجاري ومخالف بشكل واضح لما ذهب اليه الحكم السابق. الجدير بالذكر أن هذا النص يسري على الاسم التجاري بشكل عام ومن باب أولى أن يسري على الاسم التجاري المشهور.

ت. المسؤولية التقصيرية أساس دعوى المنافسة غير المشروعة للاسم التجاري:

لقد أكد ذلك قانون المعاملات التجارية الإماراتي أنه لا يجوز للتاجر أن يلجأ إلى طرق التدليس والغش في تصريف بضاعته، أو أن يذيع أو أن ينشر بيانات كاذبة من شأنها الأضرار بمصلحة تاجر آخر ينافسه وإلا كان مسؤولاً عن التعويض وذلك وفقاً لنص المادة (٦٦) من قانون المعاملات التجارية الإماراتي. وأقر هذا القانون لكل من أصابه ضرر نتيجة لأي من الأفعال المنصوص عليها في المواد من (٦٤-٦٩)، وهي الأفعال التي اعتبرها أعمال منافسة غير مشروعة، بحقه برفع دعوى أمام المحكمة المدنية المختصة لمطالبة المسؤول عن الفعل بتعويض مناسب عما لحقه من أضرار[3].

---

(1) طعن رقم ٢٢٦، ٢٠٠٩ ق، مدني وتجاري، جلسة ٢٠١٠/٠١/١٧ م، (الإمارات).
(2) قانون اتحادي رقم (٣٧) لعام ١٩٩٢ بشأن العلامات التجارية المعدل بالقانون رقم (١٩) لسنة ٢٠٠٠م والقانون رقم (٨) لسنة ٢٠٠٢ م (الامارات).
(3) قانون المعاملات التجارية رقم ١٨ لسنة ١٩٩٣م:
المادة (٦٥): لا يجوز للتاجر أن يذيع أموراً مغايرة للحقيقة تتعلق بمنشأ بضاعته أو أوصافها أو غير ذلك من أمور تتعلق بطبيعتها أو أهميتها، كما لا يجوز له أن يعلن خلافاً للحقيقة أنه حائز على مرتبة أو شهادة أو مكافأة ولا يلجأ إلى أية طرق أخرى تنطوي على عدم الصحة بقصد انتزاع عملاء تاجر آخر ينافسه وإلا كان مسئولاً عن التعويض.
المادة (٦٦): لا يجوز للتاجر أن يلجأ إلى طرق التدليس والغش في تصريف بضاعته، أو أن يذيع أو أن ينشر بيانات كاذبة من شأنها الإضرار بمصلحة تاجر آخر ينافسه وإلا كان مسئولاً عن التعويض.

وتعد أعمال المنافسة التجارية غير المشروعة فعلاً تقصيرياً يستوجب مسؤولية فاعله عن تعويض الضرر المترتب علية عملاً بالمادة ٢٨٢ من قانون المعاملات المدنية " كل إضرار بالغير يلزم فاعله ولو غير مميز بضمان الضرر". وقضت المحكمة الاتحادية العليا بدولة الإمارات العربية المتحدة في حكم حديث لها متعلق بالعلامة التجارية ولكن يمكن الاستفادة منه بخصوص دعوى المنافسة غير المشروعة المتعلقة بالاسم التجاري" أنه من المقرر وعلى ما جرى عليه قضاء هذه المحكمة أن سلطة محكمة الموضوع في تحصيل فهم الواقع ليست بالسلطة المقيدة بل هي مقيدة بصحة المصدر الذي تستقي منه الدليل على وجود ذلك الواقع، وبسلامة استخلاص النتيجة التي توصلت إليها لا أن يكون استخلاصها مخالفا للقانون، كما أنه من المقرر أن صاحب العلامة التجارية هو صاحب الحق في استعمالها في تمييز المنتجات أو الخدمات المقررة لها، وأن استعمالها في خدمة مماثلة يعتبر اعتداء على حق صاحب العلامة يؤدي إلى الإضرار به، ومنافسة غير مشروعة ولدت فعلا ضارا يستوجب مسؤولية فاعله عن تعويض الضرر المترتب عنه – المادتان ٢٨٢ و٢٨٣ من قانون المعاملات المدنية الاتحادي والمادتان ٦٦ و٦٨ من قانون المعاملات التجارية الاتحادي -، ويعد تجاوزا لحدود المنافسة المشروعة ارتكاب أعمال مخالفة للقانون أو العادات أو استخدم وسائل منافية لمبادئ الشرف والأمانة في المعاملات إذا قصد بها صرف عملاء صاحبة العلامة التجارية واجتذابهم لغيرها".[1]

ثانياً: الحماية الجنائية:

يثير الاعتداء على الاسم التجاري تساؤل هل هناك من العقوبات الجنائية التي يندرج تحتها؟ وهذا يتضح عند التعامل الواقعي فعلى سبيل المثال: عند انتحال تاجراً اسم تاجر آخر قد يجعله هذا الادعاء ويدفعه إلى التعاقد باسم الغير وأيضاً من الممكن إمضاء شيكات مخالفة للحقيقة أو يدفعه عقله الإجرامي لارتكاب جريمة التزوير لإيهام الغير بحمله لهذا الاسم التجاري وغيرها العديد من الأمثلة، وهذا بالطبع مقدر له عقوبته الرادعة في القانون الجنائي في مختلف الدول [2]. حيث تنص المادة (٢/٦٨) من قانون المعاملات التجارية الاماراتي على العقوبة المترتبة على الاستعمال غير المشروع للاسم التجاري للغير أو الاستعمال غير المشروع للاسم التجاري حيث "يعاقب على مخالفة أحكام الفقرة السابقة بالحبس أو بالغرامة التي لا تقل عن ١٠٠٠٠عشرة آلاف درهم أو باحدى هاتين العقوبتين." وقد تناولت هذه المادة حماية الاسم التجاري بشكل

(1) طعن رقم ٦٢٥، ٢٠١٨ ق، مدني وتجاري، جلسة ٢٠١٩/٠٣/٢٦ م، (الإمارات).
(2) د. محمد بن براك الفوزان، النظام القانوني للاسم التجاري والعلامة التجارية في القوانين العربية، (الرياض: مكتبة القانون والاقتصاد للنشر والتوزيع، ٢٠١٢م)، ط١، ص١٥١.

مباشر وشملت العقوبة الغرامة والحبس أو أحدهما، وكذلك يمكن لصاحب الاسم التجاري حمايته من التعدي بالاستفادة من المادة (٦٢) من قانون المعاملات التجارية رقم (١٨) لسنة ١٩٩٣م التي تنص على أنه "١- لا يجوز لمن تنتقل إليه ملكية المحل التجاري أن يستخدم الاسم التجاري إلا إذا آل إليه هذا الاسم وأذن له سلفه في استعماله على أن يضيف إلى الاسم بياناً يفيد انتقال الملكية. ٢- يعاقب على مخالفة أحكام الفقرة السابقة بالحبس أو بالغرامة التي لا تقل عن ١٠٠٠٠ (عشرة آلاف درهم) أو بإحدى هاتين العقوبتين." ونلاحظ أن مبلغ عقوبة الغرامة هنا التي تترتب على التعدي على استعمال الاسم التجاري بدون الحصول على إذن من صاحبه قليل جدا ولا يكفي لردع المتعدين على الأسماء التجارية ويجب زيادتها بما يتلاءم مع القيمة الحقيقية للأضرار في الوضع الراهن.

كما نصت المادة (٦٦) من قانون المعاملات التجارية رقم (١٨) لسنة ١٩٩٣م على "لا يجوز للتاجر أن يلجأ إلى طرق التدليس والغش في تصريف بضاعته، أو أن يذيع أو أن ينشر بيانات كاذبة من شأنها الأضرار بمصلحة تاجر آخر ينافسه وإلا كان مسئولاً عن التعويض". وتقابلها المادة (٤٢٣) من قانون العقوبات الاتحادي رقم (٣) لسنة ١٩٨٧م التي نصت على "مع عدم الإخلال بأية عقوبة أشد يعاقب بالحبس والغرامة أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من غش متعاقداً معه في حقيقة بضاعة أو طبيعتها أو صفاتها الجوهرية أو العناصر الداخلة في تركيبها أو نوع البضاعة أو مصدرها في الأحوال التي يعتبر فيها ذلك سبباً أساسياً في التعاقد أو في عدد البضاعة أو مقدارها أو قياسها أو كيلها أو وزنها أو طاقتها أو في ذاتية البضاعة إذا كان ما سلم منها غير ما تم التعاقد عليه، ويعاقب بذات العقوبة من استورد أو أشترى أو روج هذه البضاعة بقصد الاتجار فيها وهو يعلم بحقيقتها." فالغش والتدليس في مصدر البضاعة يمكن أن يشكل تعديا على الاسم التجاري إذا أوحى بوجود صلة بين هذه البضاعة والاسم التجاري مما يضر بصاحب الاسم التجاري ويرتب مسؤولية الشخص الذي قام بالغش. ولكن مع وجود هذه الأحكام نرى أنها مازالت غير كافية لحماية الأسماء التجارية المشهورة ولابد من تشريع أحكام تراعي الشهرة العالمية لمثل هذه الأسماء مما يعزز التجارة الدولية ويساعد على زيادة الدخل الوطني للدولة.

المطلب الثاني

حماية الأسماء التجارية في القوانين المقارنة

بعد أن تناولنا في المطلب السابق حماية الأسماء التجارية المشهورة في القانون الإماراتي، سنتطرق في هذا المطلب لبعض القوانين المقارنة للاستفادة مما قد تقدمه هذه القوانين من أحكام بهذا الخصوص.

أولاً: الحماية المدنية:

أ. **القانون البحريني:**

يتمتع الاسم التجاري بالحماية بمجرد قيده في السجل ويكون لمالكه الحق في منع الغير من التعدي عليه [1]. وتنص المادة (١٩) من قانون الأسماء التجارية البحريني رقم (١٨) لسنة

(1) المادة (٨) من القانون رقم (١٨) لسنة ٢٠١٢ بشأن الأسماء التجارية (البحرين).

٢٠١٢م في على "إذا استعمل الاسم التجاري غير مالكه أو استعمله مالكه على صورة تخالف القانون، يجوز لذوي الشأن أن يطلبوا من الإدارة المختصة منع استعمال الاسم أو شطبه من السجل، كما يجوز لهم اللجوء إلى القضاء بطلب التعويض إن كان له مقتضى." تطبيقا لأحكام هذه المادة يعتبر تسجيل اسم تجاري مطابق لاسم تجاري لشركة تجارية معروفة عالمياً مخالفة لأحكام المادة الخامسة والمادة (١٩) من هذا القانون مما يخول صاحبه المطالبة بالتعويض ومنع استعماله وشطبه. وفي جميع الأحوال قد يتمكن مالك الاسم التجاري المشهور من المطالبة بالتعويض استنادا للقواعد العامة للمسؤولية التقصيرية المذكورة في المادة (١٥٨) من القانون المدني البحريني [1] في المادة بأنه "كل خطأ سبب ضرراً للغير يلزم من أحدثه بتعويضه"، وكذلك نص المادة (١٥٩) بأنه " يلتزم الشخص بتعويض الضرر الناشئ عن فعله الخاطئ ولو كان غير مميز". وبرأينا أنه مالك الاسم التجاري المشهور سيكون في وضع أقوى قانونيا إذا خصص القانون هذه الأسماء بقواعد خاصة لحمايتها مما ينعكس إيجابا على تطور التجارة الدولية وتشجيعها.

ب. القانون الأردني:

رأينا سابقا في الفصل الأول أن المشرع الأردني قد أخذ بفكرة الاسم التجاري المشهور حيث منع تسجيل الاسم التجاري اذا تشابه مع اسم تجاري مشهور. وقضت محكمة العدل العليا الأردنية بأنه "يستفاد من المادتين (٤ و٥) من قانون الأسماء التجارية رقم (٢٢) لسنة ٢٠٠٣ الواجب التطبيق وفق أحكام المادة (٩) منه، أنها حددت أهم خاصية للاسم التجاري وهي أن يكون جديداً واشترط لتسجيل الاسم التجاري أن لا يكون مطابقاً أو مشابهاً لاسم تجاري مملوك لشخص آخر ومن شأن هذا التشابه تضليل المستهلك وخلق منافسة غير مشروعة. ... مما من شأنه أن يؤدي إلى تشجيع المنافسة غير المشروعة وإلى تضليل المستهلك وانخداعه"[2]. ويوفر المشرع الأدرني الحماية المدنية للاسم التجاري سواء كان عادي أم مشهور ويمكن المدعي من اتخاذ بعض الإجراءات التحفظية للمحافظة على حقه ووقف التعدي وفقاً لنص المادة (١٢) الفقرة (أ) من ذات القانون المذكور أعلاه بأنه " لمالك الاسم التجاري عند إقامة دعواه المدنية لمنع التعدي

(1) القانون المدني رقم (١٩) لسنة ٢٠٠١م (البحرين).
(2) طعن ٤٦٢، ٢٠٠٥ ق، جلسة ٢٠٠٦/٠١/٠٤ م، (الأردن).

على الاسم التجاري أو في أثناء النظر في هذه الدعوى أن يقدم طلباً إلى المحكمة المختصة مشفوعاً بكفالة مصرفية أو نقدية تقبلها لاتخاذ أي من الإجراءات التالية:

1. وقف التعدي.
2. الحجز التحفظي على أي بضائع أو مواد ذات صلة بالتعدي أينما وجدت.
3. المحافظة على الأدلة ذات الصلة التعدي."

وفي جميع الأحوال يمكن الاستناد الى القواعد العامة في المسؤولية التقصيرية المنصوص عليها في المادة (٦٢) في القانون المدني الأردني [1]على "لا ضرر ولا ضرار والضرر يزال" وكذلك المادة (٢٥٦) من ذات القانون التي تنص على أنه "كل إضرار بالغير يلزم فاعله ولو غير مميز بضمان الضرر". وبذلك نرى مما سبق أن المشرع الأردني قد اتخذ اتجاه أفضل من المشرع الإماراتي من ناحية حماية الاسم التجاري العادي أو المشهور مما يمنح أصاحب الأسماء التجارية العادية أم المشهورة اللجوء للاستثمار في الأردن وارتفاع نسبة الدخل القومي للأردن.

ت. القانون المصري:

منح المشرع المصري الحماية للاسم التجاري من أي اعتداء من ناحية المسؤولية المدنية وذلك وفقاً لنص المادة (٩) من قانون الأسماء التجارية المصري[2] "يعاقب بالحبس مدة لا تزيد علي سنه وبغرامة لا تقل عن خمسة جنيهات لا تزيد علي مائة جنية أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من استعمل عمداً اسما تجاريا علي خلاف أحكام هذا القانون أو القرارات الصادرة تنفيذا له" وقد جاء هذا النص عاما بحيث يحمي الاسم التجاري من التعدي عليه بتسجيل اسم مشابه له ولكنه لا يخص الاسم التجاري المشهور بحماية خاصة. وبرأينا أنه يمكن لمالك الاسم التجاري المشهور الاستناد الى القواعد العامة في المسؤولية التقصيرية الواردة في المادة (١٦٣) من القانون المدني المصري[3] التي تنص على " كل خطأ سبب ضرراً للغير يلزم من ارتكبه بالتعويض". ويمكن أن تشمل هذه المسؤولية حالات المنافسة غير المشروعة وأبرز أمثلتها الاعتداء على الاسم التجاري وانتحاله والتأثير عليه سلباً، ولكن المسؤولية التقصيرية هنا تقوم على الخطأ مهما كان

(1) القانون المدني رقم (٤٣) لسنة ١٩٧٦م، (الأردن).
(2) القانون رقم (٥٥) لعام ١٩٥٥ (مصر).
(3) القانون رقم (١٣١) لسنة ١٩٤٨م (مصر).

يسيراً وعبء الإثبات يقع على عاتق المضرور فعليه إثبات الخطأ[1]. وفي ذلك قضت محكمة النقض المصرية في حكم لها بأن "أعمال المنافسة التي تترتب عليها مساءلة فاعليها وتقوم على أساس من المسؤولية التقصيرية يمكن ردها إلى أعمال من شأنها إحداث اللبس بين المنشآت أو منتجاتها أو إلى ادعاءات غير مطابقة للحقيقة أو أعمال تهدف إلى أحداث الاضطرابات في مشروع المنافس أو في السوق مما يتوافر به ركن الخطأ وتعد بذلك منافسة غير مشروعة" [2].

وبذلك نرى أن أي من القوانين السابق ذكرها لم توفر الحماية المدنية المطلوبة للاسم التجاري المشهور مما قد يؤثر سلبا على الثقة في التعاملات الدولية وفرص الاستثمار على نطاق الدولة وضمان حق الاسم التجاري المشهور.

ثانياً: الحماية الجنائية:

أ. **القانون البحريني:**

نصت المادة (٢٣) من قانون الأسماء التجارية البحريني[3] على أنه "مع عدم الإخلال بأي عقوبة اشد ينص عليها قانون آخر، يعاقب بغرامة لا تقل عن خمسمائة دينار بحريني ولا تزيد على ألف دينار بحريني كل من:

أ. استعمل عمداً اسماً تجارياً مملوكاً لشخص آخر بالمخالفة لأحكام هذا القانون.
ب. استعمل عمداً اسماً تجارياً مملوكاً له بصورة تؤدي إلى تضليل الجمهور أو تخالف أحكام هذا القانون.
ت. استعمل عمداً اسماً تجارياً غير مسجل وفقاً لهذا القانون.

وفي حالة العود تضاعف الغرامة".

(1) د. محمد بن براك الفوزان، مرجع سابق، ص١٤٤.
(2) طعن رقم ٢٨٥، ٣٣ق، مدني، جلسة ١٩٦٧/٠٢/١٤ م، (مصر).
(3) قانون الأسماء التجارية رقم (١٨) لسنة ٢٠١٢م (البحرين).

ونرى مما سبق أن المادة الثامنة نصت صراحةً على الحماية من أي اعتداء بمجرد أن يتم قيد الاسم التجاري في السجل. ونرى أن المشرع البحريني أحسن في وضع النصوص وتمييز في حمايته للاسم التجاري وكما ذكرنا سابقاً أنه المشرع البحريني تناول موضوع الاسم التجاري بشكل عام والاسم التجاري المشهور ومعنى ذلك أن هذه الحماية تنصب على الاسم التجاري سواء كان بشكل عام أم مشهور.

ب. القانون الأردني:

نص قانون الأسماء التجارية رقم (٩) لسنة ٢٠٠٦ م في المادة (١٤/ب) على أن "يعاقب بغرامة لا تقل عن (٥٠٠) دينار ولا تزيد على (١٥٠٠) دينار كل من:

1. استعمل اسماً تجارياً مملوكاً لشخص آخر بصورة تخالفة أحكام هذا القانون.
2. استعمل اسماً تجارياً مملوكاً له بصورة تؤدي إلى تضليل الجمهور أو تخالف أحكام هذا القانون".

وبذلك نرى أن المشرع الأردني كما المشرع البحريني اكتفى بفرضه للغرامة دون الحبس وهو برأينا اتجاه محبذ في هذا النوع من الجرائم.

ت. القانون المصري:

نص المشرع المصري في قانون الأسماء التجارية رقم (٥٥) لسنة ١٩٥١م في المادة (٩) على أنه "يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على سنة وبغرامة لا تقل عن خمس جنيهات ولا تزيد على مائة جنيه أو بأحد هاتين العقوبتين كل من استعمل عمداً اسماً تجارياً على خلاف أحكام هذا القانون أو القرارات الصادرة تنفيداً له". يتضح من هذه المادة أن المشرع اشترط تعمد استعمال الاسم التجاري ولكنه لم يوضح المقصود بهذا العمد هل يشير الى وجود القصد باستعمال الاسم التجاري مع معرفة وجود اسم تجاري تعود ملكيته لشخص آخر أم أن القصد المشار اليه هنا هو مجرد قصد مخالفة القانون. وربما يبرر اشتراط العمد هنا هو أن المسؤولية هنا جنائية وتتضمن الحبس حيث أن الحماية المدنية لا تتطلب مثل هذا الشرط.

بعد المقارنة بين قانون دولة الإمارات العربية المتحدة وكلاً من القانون البحريني والأردني والمصري نرى أن وجه الشبه بين المشرع الإماراتي والبحريني والمصري هي فرض الغرامة أو الحبس أما وجه الاختلاف إن المشرع الأردني اكتفى بفرص الغرامة دون الحبس في حالة

التعدي على الاسم التجاري، وكذلك وجه الاختلاف أن المواد التي تختص بحماية الاسم التجاري في القانون البحريني والأردني فهي تنصب على الاسم التجاري بشكل عام و الاسم التجاري المشهور على خلاف المشرع الإماراتي والمصري الذين اكتفوا بالاسم التجاري فقط كما ذكرنا سابقاً، وبذلك نتمنى من المشرع الإماراتي والمصري التعديل في قوانينهم لمنح الاسم التجاري المشهور أهمية كما ذكرنا في الدول المقارنة.

الخاتمة

من خلال هذه الدراسة حاولنا توضيح مفهوم الاسم التجاري بشكل عام والاسم التجاري المشهور واستنتاج مفهوم الاسم التجاري المشهور استناداً على التعريفات التشريعية للاسم التجاري العادي بين قانون دولة الإمارات العربية المتحدة والقوانين المقارنة، ومن ثم تناولنا معايير التمييز بين الاسم التجاري والاسم التجاري المشهور ومن ثم كيفية قيد الاسم التجاري المشهور وبعد ذلك الطبيعة القانونية للاسم التجاري المشهور، وتمييز الاسم التجاري المشهور عما يشتبه به. ثم تطرقنا بعد ذلك إلى موضوع الحماية القانونية للأسماء التجارية المشهورة في الاتفاقيات الدولية وفي القانون الإماراتي والقوانين المقارنة. وعلى ضوء ما تقدم توصلنا إلى عدة نتائج وتوصيات ومن أهمها ما يلي:

أ. النتائج:

1. تبين من خلال استعراض التعريفات إن أياً من القوانين التي تمت دراستها في هذا البحث لم يخصص الاسم التجاري المشهور بتعريف خاص أو أحكام خاصة.

2. على الرغم من عدم وجود معايير معينة للتمييز بين الاسم التجاري المشهور والاسم التجاري بشكل عام إلا أن التوصيات التي أخذت بها المنظمة العالمية للملكية الفكرية

في خصوص العلامة التجارية المشهورة يمكن أن تنسحب على الاسم التجاري المشهور ومن هذه المعايير الأخذ بعين الاعتبار مدى معرفة الجمهور المعني بمعرفة العلامة التجارية وتعدد الاستخدامات لأكثر من منتج وتعدي الحدود الإقليمية للدولة ورواجها وارتفاع قيمتها.

3. إن القانون الإماراتي والمصري اتفقوا على عدم التصرف المستقل في عقد بيع الاسم التجاري وأكد كلاً من القانونين على أن يرتبط عقد بيع الاسم التجاري بالمحل التجاري، وفي ذات الوقت نقيس هذا الأمر بالنسبة للاسم التجاري المشهور نظراً لعدم وجود تشريع يختص بالاسم التجاري المشهور تحديداً.

4. قرر المجلس الأعلى لمجلس التعاون لدول الخليج العربية الصادر في الدورة (٣٣) المنعقدة في مملكة البحرين يومي ٢٤ و٢٥ من ديسمبر ٢٠١٢م باعتماد قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، وتطبيقاً لذلك في دولة الإمارات تم إصدار المرسوم الاتحادي رقم (٥٢) لسنة ٢٠٠٧م بشأن قانون (نظام) العلامات التجارية الموحد لدول مجلس التعاون الخليجي العربي.

5. تستند الحماية المقررة للأسماء التجارية المشهورة دولياً إلى الاتفاقيات الدولية، تلك الحماية واردة في اتفاقيتين رئيسيتان هما: الاتفاقية الأولى هي اتفاقية "باريس" بشأن الملكية الصناعية المبرمة عام ١٨٨٣ م، والتي عدلت أكثر من مرة وكان آخر تعديل لها في استكهولم عام ١٩٦٧م، والاتفاقية الثانية هي " تربس " والخاصة بالجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية وهي اتفاقية نشأت بموجب الجولة الثامنة من مفاوضات الجات والتي انتهت في أوروجواي ١٩٩٣م.

6. لم ينص المشرع الإماراتي على تعريف المنافسة غير المشروعة وإنما حدد موضوع المنافسة غير المشروعة في المواد من (٦٤-٧٠) من قانون المعاملات التجارية رقم ١٨ لسنة ١٩٩٣م وأوردها على سبيل الحصر.

7. تكون حماية الاسم التجاري في القانون الإماراتي بالتعويض في حالة التعدي على الاسم التجاري واستخدامه من قبل الغير دون اتفاق يجيز له ذلك أو قام صاحب الاسم التجاري باستعماله بصورة مخالفة للقانون، وتكون الحماية أما بالحبس أو بالغرامة وذلك ضماناً لمالك الاسم التجاري وحماية لحقوقه في دولة الإمارات العربية المتحدة. وإن المنافسة التجارية غير المشروعة تعد فعلاً تقصيرياً يستوجب مسؤولية فاعلة عن تعويض الضرر المترتب علية عملاً بالمادة ٢٨٢ من قانون المعاملات المدنية " كل إضرار بالغير يلزم فاعله ولو غير مميز بضمان الضرر."

8. بعد أن تمت المقارنة بين قانون دولة الإمارات العربية المتحدة و بين الدول المقارنة (القانون البحريني والقانون الأردني والقانون المصري) نرى وجه الشبه بين كلاً من المشرع الإماراتي والمشرع المصري بتناولهم الحماية المدنية للاسم التجاري بشكل عام، على اختلاف كلاً من المشرع البحريني والمشرع الأردني الذين تناولوا موضوع الحماية المدنية من ناحية الاسم التجاري بشكل عام والاسم التجاري المشهور وهو ما يمنح مالك الاسم المشهور الثقة لتوسعة استثماره على نطاق الدولة وضمان حق الاسم التجاري المشهور، مع ملاحظة أنه في جميع القوانين يعفى الشخص من الالتزام بالتعويض إذا أثبت أن الضرر قد نشأ عن سبب أجنبي عنه لا يد له فيه فهنا تنتفي المسؤولية.

9. بعد المقارنة بين قانون دولة الإمارات العربية المتحدة وكلاً من القانون البحريني والأردني والمصري نرى أن وجه الشبه بين المشرع الإماراتي والبحريني والمصري هي فرض الغرامة أو الحبس أما وجه الاختلاف إن المشرع الأردني اكتفى بفرض الغرامة دون الحبس في حالة التعدي على الاسم التجاري، وكذلك وجه الاختلاف أن المواد التي تختص بحماية الاسم التجاري في القانون البحريني والأردني فهي تنصب على الاسم التجاري بشكل عام و الاسم التجاري المشهور على خلاف المشرع الإماراتي والمصري الذين اكتفوا بالاسم التجاري فقط كما ذكرنا سابقاً.

ب. التوصيات:

1. إن أياً من القوانين التي تمت دراستها في هذا البحث لم يخصص الاسم التجاري المشهور بتعريف خاص أو أحكام خاصة. ونظرا لما يتمتع به الاسم التجاري المشهور من شهرة واسعة تتجاوز حدود الدولة التي تم قيده فيها والتي تجذب اليه الزبائن من كافة أنحاء العالم نوصي بأن تخصص له حماية تتناسب مع هذه الشهرة التي يتمتع بها.

2. لم يتناول المشرع الإماراتي موضوع حماية الاسم التجاري في قانون خاص بالأسماء التجارية وإنما اكتفى بالاستناد إلى تطبيق القواعد العامة، ومن الأفضل أن يتم تخصيص قانون خاص بالأسماء التجارية بشكل عام والأسماء التجارية المشهورة مع بيان جميع

حالات الاعتداء وبيان الحماية المدنية والجنائية لكلاً منهما وخصوصاً مع النقلة النوعية التي ستشهدها دولة الإمارات العربية المتحدة في ظل اكسبو ٢٠٢٠ مما سيزيد الاستثمار في دولة الإمارات العربية المتحدة وبالتالي يأمل المستثمر أو مالك الاسم التجاري بالأخص بتوفير الحماية للاسم التجاري سواء من الناحية المدنية أو الجنائية وذلك لتحقيق الثقة لدى المالك.

3. يجب أن لا تقيد الحماية المخصصة للاسم التجاري المشهور بنوع معين من النشاط التجاري بل تمتد لتشمل كل النشاطات التجارية منعاً للخلط في ذهن المستهلك ذلك أن الاسم التجاري يميز منشأة تجارية وليس منتجاً معيناً بذاته فلا يجب أن تقتصر الحماية على نوع معين من النشاطات التجارية ووجوب امتداد هذه الحماية إلى أي نشاط تجاري لتوفير أكبر قدر من الحماية للأسماء التجارية المشهورة ويعزز العلاقات التجارية بين الدول.

4. إن حماية الاسم التجاري هي الهدف الذي تسعى كل القوانين إلى تحقيقه ووجدنا أن لهذه الحماية نوعين: حماية مدنية وحماية جنائية. على الرغم من تمتع الاسم التجاري بالحماية القانونية ضد أفعال المنافسة غير المشروعة في دولة الامارات، إلا أنه من الملاحظ أن بعض المحاكم قد قيدت الحماية باشتراط التشابه بنوع التجارة وبرأينا أن هذا التقييد الذي لم ينص عليه المشرع لا يؤمّن الحماية اللازمة للاسم التجاري المشهور التي يجب أن تمتد لتشمل كل أنواع النشاط التجاري.

5. إن دولة الإمارات قد قررت الحماية الجنائية للاسم التجاري ولكن العقوبة المقررة برأينا غير كافية ولابد من تشريع أحكام تراعي الشهرة العالمية للأسماء التجارية وقيمتها الاقتصادية في السوق وتناسب العقوبة مع هذه القيمة.

6. إن القوانين المقارنة (البحريني والأردني والمصري) التي تم التطرق إليها في هذا البحث لم توفر الحماية المدنية المطلوبة للاسم التجاري المشهور الأمر الذي ينعكس سلبا على الثقة في التعاملات الدولية.

7. حكام كل من القانونين البحريني والأردني قد نصت على توفير الحماية الإسم التجاري بشكل عام والاسم التجاري المشهور على خلاف المشرع الإماراتي والمصري اكتفوا بالنص على الاسم التجاري بشكل عام دون تخصيص الاسم التجاري المشهور بأي أحكام ونوصي في هذا البحث بتعديل هذه القوانين بما يؤمّن الحماية المطلوبة للاسم التجاري المشهور مما ينعكس إيجاباً على اقتصادات هذه الدول.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العامة:

1. **حمد الله محمد حمد الله،** الوجيز في حقوق الملكية الفكرية - الملكية الصناعية - الملكية التجارية، (الرياض: مكتبة القانون والاقتصاد، ٢٠١٤) ط١.

2. **د. علي سيد قاسم،** حقوق الملكية الفكرية، (القاهرة: دار النهضة العربية،٢٠٠٩م)، ط٢.

3. **د. منير علي هليل،** مبادئ القانون التجاري، (عمّان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢م)، ط١.

ثانياً: المراجع المتخصصة:

1. **أ. اوشن حنان،** الحماية القانونية للعلامة التجارية، (الأردن: مجموعة يازوري للنشر والتوزيع، ٢٠١٦ م).

2. **جلال وفاء محمدين،** الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تربس)، (القاهرة: دار الجامعة الجديدة للنشر، ٢٠٠٤م).

3. **جون إيتشلبيرجر،** حماية الملكية الفكرية الصين بعد الانضمام لمنظمة التجارة العالمية، جمع وتحرير لورانس براهم، ترجمة عباس جواد كيمي، (دار النشر الصينية عبر القارات، بدون سنة نشر).

4. **د. حسام الدين عبد الغني الصغير،** الجديد في العلامات التجارية في ضوء حقوق الملكية الفكرية الجديد واتفاقية تربس، (الإسكندرية: دار الفكر الجامعي، ٢٠٠٥ م).

5. **د. خالد محمد سيد إمام:**

الاسم التجاري في قوانين دول مجلس التعاون، (القاهرة: مركز الدراسات للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م)، ط١.

الحق في الاسم التجاري، دراسة مقارنة، (القاهرة، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، ٢٠١٦)، ط١.

6. **د. عبد الله حميد سليمان الغويري،** العلامة التجارية وحمايتها " العلامة المشهورة وحمايتها"، (الأردن: دار الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨م).

7. **سائد أحمد الخولي،** حقوق الملكية الصناعية، (الأردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤م.)

8. **د. سعيد جبر،** النظام القانوني للاسم المدني، (القاهرة: دار النهضة العربية،١٩٩٠م).

9. **د. عبد الواحد محمد الفار،** الإطار القانوني لتنظيم التجارة الدولية في ظل عالم منقسم، (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠٦م).

10. **د. علي جمال الدين عوض،** التشريع الصناعي، (القاهرة: دار النهضة العربية).

11. **د. محمد بن براك الفوزان،** النظام القانوني للاسم التجاري والعلامة التجارية في القوانين العربية، (الرياض: مكتبة القانون والاقتصاد للنشر والتوزيع، ٢٠١٢م)، ط١.

12. **د. محمد حسني عباس،** التشريع الصناعي، (القاهرة: دار النهضة العربية،١٩٦٧م).

13. **د. محمد سعد الرحاحلة،** إيناس الخالدي، مقدمات في الملكية الفكرية، الطبعة الأولى، (الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع، ٢٠١٢م).

14. **د. محمد محسن إبراهيم النجار،** التنظيم القانوني لعناصر الملكية التجارية والصناعية، في ضوء أحكام اتفاقية تربس، (الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة،٢٠٠٥م).

ثالثاً: الرسائل العلمية:

1. **بوبشطولة بسمة،** الحماية القانونية للعلامات التجارية، أطروحة ماجستير، (الجزائر: كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين، ٢٠١٥م).

2. **سبتي عبد القادر،** تقليد العلامات التجارية في القانون الجزائري والقانون المقارن، أطروحة دكتوراه، (الجزائر: كلية الحقوق، جامعة الجزائر، ٢٠١٧م).

3. **رشا على الدين أحمد،** النظام القانوني لحماية البرمجيات، دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه، (القاهرة: كلية الحقوق، جامعة المنصورة، ٢٠٠٣م).

رابعاً: المقالات:

١. **فتاحي محمد،** الحماية القانونية للعلامة التجارية والصناعية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، (الجزائر: مجلة الحقيقة٢، ٢٠١٤م)، العدد الثامن والعشرون.

٢. **د. محمد محبوبي،** الحماية القانونية للاسم التجاري، (المغرب: مجلة القضاء التجاري،٢٠٠٥م)، العدد الخامس.

خامساً: الندوات:

د. محمد محمود الكمالي، دور العلامات التجارية في حماية المستهلك، (الإمارات: جامعة الإمارات، ١٩٩٨م).

د. حسام الدين الصغير، حماية العلامات التجارية المشهورة، حلقة الويبو الوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية للدبلوماسيين، (سلطنة عمان: وزارة الخارجية، ٢٠٠٥م).

د. حسام الدين الصغير، الإطار الدولي للحماية في مجال العلامات التجارية ندوة الويبو دون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، (المغرب: منشورات المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ٢٠٠٤م).

سادساً: الأحكام القضائية:

أ. دولة الإمارات العربية المتحدة:

1. طعن رقم ٢٥١، ١٩٩٦ق، أحكام مدنية، محكمة تمييز دبي، جلسة ١٩٩٧/٠٥/١١م، (الإمارات).
2. طعن رقم ٣٧٥، ٢٣ق، مدني وتجاري، جلسة ٢٠٠٣/١١/١١ م، (الإمارات).
3. طعن رقم ١١٦، ٢٠٠٧ق، مدني وتجاري، جلسة ٢٠٠٧/٠٦/١٢ م، (الإمارات).
4. طعن رقم ٢٩٠، ٢٠٠٨ ق، مدني، جلسة ٢٠٠٨/٠١/١٥م، (الإمارات).
5. طعن رقم ٢٢٦، ٢٠٠٩ق، مدني وتجاري، جلسة ٢٠١٠/٠١/١٧ م، (الإمارات).
6. طعن رقم ٦٢٥، ٢٠١٨ق، مدني وتجاري، جلسة ٢٠١٩/٠٣/٢٦ م، (الإمارات).

ب. المملكة الهاشمية الأردنية:

1. طعن ٤٦٢، ٢٠٠٥ق، جلسة ٢٠٠٦/٠١/٠٤م، (الأردن).
2. طعن رقم ٤٤٢، ٢٠٠٧ ق، تجاري، جلسة ٢٠٠٧/١٢/١١ م، (الأردن).

ت. جمهورية مصر العربية:

1. نقض ١٩٥٩/١٢/١٠م، طعن رقم ١٢١ لسنة ٢٥ق، مجموعة أحكام النقض المدني، السنة العاشرة ١٩٥٩م، العدد الثالث، ص٧٦٣، (مصر).
2. مجموعة أحكام النقض المدنية والتجارية، جلسة ٢٩ من مايو سنة ١٩٦٣، السنة ١٤، العدد الثاني، (مصر).
3. طعن رقم ٢٨٥، ٣٣ ق، مدني، جلسة ١٩٦٧/٠٢/١٤م، (مصر).
4. طعن رقم ١٢٠٢، ٥٠ق، مدني، جلسة ١٩٨١/١/٢٨م، وطعن رقم ٨٠١، ٥١ق، مدني، جلسة ١٩٩٦/١٢/١٢م (مصر).
5. مجموعة أحكام النقض التجاري، طعن رقم ٨٠١، ٥١ق، تجاري، جلسة ١٩٩٦/٢/١٢م، السنة ٤٧، الجزء الأول، ص٣٢٦ (مصر).
6. طعن رقم ١٠٠، ٦٧ق، تجاري، جلسة ١٩٩٧/١٢/١١م، (مصر).
7. حكم رقم ٦٢٩٨٦، ٦٧ق، أحكام غير منشورة، محكمة القضاء الإداري، جلسة ٢٠١٦/٠٣/١٥م، (مصر).

ث. دولة الكويت:

1. طعن رقم ١٣٠، ٢٠٠٨ق، مدني وتجاري، جلسة ٢٠٠٩/٠٢/١٢م، (الكويت).
2. طعن رقم ٤٩٨، ٢٠٠٦ق، تجاري، جلسة ٢٠٠٩/٠٣/٠٣م، (الكويت).

ج. مملكة البحرين:

1. طعن رقم ٤٨، ١٩٩٧ق، تجاري، جلسة ١٣/١٠/١٩٩٧م، (البحرين).

سابعاً: المواقع الإلكترونية:

1. **حكومة الشارقة – دائرة التنمية الاقتصادية:**

https://eservices.sedd.ae/eservicesweb/general-inquiry/trade-name-inquiry/trade-name-inquiry.xhtml

محاكم دبي – اتفاقية باريس:

https://www.dc.gov.ae/PublicServices/LegislationDetails.aspx?LawKey=227

الفهرس

المقدمة ٥

أهمية الدراسة ٦
مشكلة الدراسة ٦
منهج الدراسة ٧
تقسيم الدراسة ٧

الفصل الأول: ماهية الاسم التجاري ١٢

المبحث الأول: مفهوم الاسم التجاري المشهور ١٤

المطلب الأول: التعريفات التشريعية للاسم التجاري..... ١٥
المطلب الثاني: معايير التمييز بين الاسم التجاري والاسم التجاري المشهور ٢١
المطلب الثالث: قيد الاسم التجاري المشهور..... ٢٤
المطلب الرابع: الطبيعة القانونية للاسم التجاري المشهور..... ٢٦

المبحث الثاني: تمييز الاسم التجاري عما يشتبه به ٣٠

المطلب الأول: تمييز الاسم التجاري عن العلامة التجارية المشهورة..... ٣١
المطلب الثاني: تمييز الاسم عن العنوان التجاري..... ٣٨
المطلب الثالث: تمييز الاسم التجاري عن السمة التجارية..... ٤٢

المطلب الرابع: تمييز الاسم التجاري عن أسماء المواقع الإلكترونية..... ٤٥

الفصل الثاني: الحماية القانونية للأسماء التجارية المشهورة..... ٤٦

المبحث الأول: مفهوم الاسم التجاري المشهور ٤٩

المطلب الأول: اتفاقية باريس ٥١

المطلب الثاني: اتفاقية تربس..... ٦٠

المبحث الثاني: الحماية القانونية للأسماء التجارية المشهورة في القانون الإماراتي والقوانين المقارنة ٧٢

المطلب الأول: حماية الأسماء التجارية في القانون الإماراتي..... ٧٣

المطلب الثاني: حماية الأسماء التجارية في القوانين المقارنة..... ٧٩

الخاتمة ٨٤

النتائج ٨٤

التوصيات..... ٨٧

قائمة المراجع ٨٩

الفهرس ٩٤