



جمهورية مصر العربية

جامعة المنصورة

كلية الحقوق

قسم القانون التجاري

موقف التشريعات الوطنية والاتفاقيات الدولية من تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة دراسة مقارنة

إعداد الباحثة

سرى زياد عبيد الله الضمور

إشراف

أ. د/ أحمد السيد لبيب

أستاذ ورئيس قسم القانون التجاري البحري

كلية الحقوق – جامعة المنصورة

مقدمة

فيما يتعلق بالعلامات التجارية الملموسة، فقد استقرت التشريعات المختلفة على استحقاقها للحماية القانونية كأحد أهم عناصر الملكية الصناعية، وتناولتها جل الكتب بالتفصيل، أما العلامة التجارية غير الملموسة فلم يستقر مظهرها القانوني حتى وقتنا الحالي، فلا يزال الفقه والقضاء غير مستقرين على مدى أحقية هذا النوع من العلامات التجارية الذي أفرزت البيئة التجارية المعاصرة والرغبة في التفرد للحماية القانونية.

١- موضوع الدراسة:

تعد العلامات التجارية من أبرز عناصر الملكية الفكرية وأكثرها أهمية حيث تلعب دوراً مهماً في نجاح المشروع التجاري، العلامة التجارية هي أي إشارة توسم بها السلع أو الخدمات تلتميزها عن مثيلاتها، أما العلامة التجارية غير الملموسة هي نوع جديد من العلامات التجارية فئة مبتكرة من العلامات لا تنتمي إلى العلامات التقليدية المتعارف عليها الموجودة أصلاً، وتحقق وظيفة العلامة التجارية و تحقيق التميز للعلامة التي ترتبط بها.

وقد ظهر هذا النوع من العلامات التجارية بسبب التطورات التكنولوجية والاقتصادية الحديثة وتعتبر من أهم الابتكارات الذهنية التي تزداد أهميتها باستمرار وتخلق علاقة بين المنتج أو الخدمة و ذهن المستهلك، كون ميزة هذه العلامة بأنها لا تعتمد على حاسة البصر فقط وإنما تطورت لتشمل باقي الحواس كالسمع والشم والذوق.

ومع مرور الزمن أصبحت العلامة التجارية جزءاً هاماً في المتجر وليس على جميع التجار إلى التميز في اختيار علامتهم التجارية، لتمييز منتجاتهم وخدماتهم عن الخدمات أو المنتجات الأخرى، وهذه كانت بداية الاهتمام الملحوظ بتنظيم موضوع العلامات التجارية غير الملموسة من الناحية القانونية في الدول ذات الاقتصاد المتطور التي تعتمد أساساً على التجارة والصناعة.

حيث أصبحت العلامة التجارية غير الملموسة لها أهمية كبيرة في ضوء التقدم الحالي وتكمن

أهميتها في تمييز منتجات الصانع أو التاجر عن المنتجات المشابهة وهي تعتبر وسيلة دعائية لزيادة الطلب على سلعة معينة، وقد أدى ظهورها إلى أحداث جدل استمر عدة عقود حول قابليتها للتسجيل وبالتالي تمتعها بالحماية القانونية التي توفرها التشريعات والاتفاقيات الدولية للعلامات التجارية على الرغم من أن المشرع في أغلب الدول قد منح التجار حرية واسعة في استعمال أية إشارة كعلامة تجارية، إلا أن الاعتراف بقدرة الإشارات غير الملموسة على القيام بوظيفة العلامة التجارية وبالتالي إمكانية تسجيلها وحمايتها نجم عنه العديد من الإشكاليات التي أصبحت توجب على السلطات المختصة النظر في إمكانية تسجيل وحماية أنواع جديدة من الإشارات ووضع ضوابط وإجراءات تسجيل وحمايتها.

٢- أهداف الدراسة:

- ١- بيان آراء التشريعات بالنسبة للاعتراف بالعلامة التجارية غير الملموسة.
- ٢- بيان موقف الاتفاقيات الدولية من تسجيل العلامات التجارية غير الملموسة.
- ٣- دراسة النظام القانوني للعلامات التجارية غير الملموسة.

٣- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في الإشارة إلى الأنظمة القانونية التي تحكم العلامات التجارية، ونطاق اعتراف التشريعات في تسجيل العلامات التجارية غير الملموسة وكفاية التشريعات بنصوصها القانونية من شمول العلامات التجارية غير الملموسة بكافة جوانبها.

٤- إشكالية الدراسة:

ظهور العلامات التجارية غير الملموسة وتوسع انتشارها في المجتمع مما يجعل لها أهمية كبيرة وسمة تمييزية، إلا أنه يتم تجاهلها من قبل التشريعات، مما يؤثر سلباً على توسعها انتشارها.

٥- منهج الدراسة:

اعتمدت في هذا البحث على المنهج التحليلي المقارن، وذلك من خلال تتبع النصوص

القانونية التي جاءت بها التشريعات تجاه العلامات التجارية غير الملموسة، وموقف الاتفاقيات المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية، وعرض بعض القوانين المرتبطة بموضوع البحث.

٦- خطة الدراسة:

تم تقسيم هذه الدراسة إلى مبحثين رئيسيين يحتوي كل منهما على عدة مطالب، نعرضهما على النحو الآتي بيانه:

المبحث الأول: موقف التشريعات الوطنية والأجنبية من تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة.

المطلب الأول: موقف التشريع الأردني من تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة.

المطلب الثاني: موقف التشريع المصري من تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة.

المطلب الثالث: موقف التشريع الفرنسي من تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة.

المطلب الرابع: موقف الاتحاد الأوروبي من تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة.

المطلب الخامس: موقف التشريع الأمريكي من تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة.

المبحث الثاني: موقف الاتفاقيات الدولية من تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة.

المطلب الأول: موقف اتفاقية باريس من تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة وحمايتها.

المطلب الثاني: موقف اتفاقية مدريد من تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة وحمايتها.

المطلب الثالث: موقف اتفاقية التريبس من تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة وحمايتها.

خاتمة.

المبحث الأول

موقف التشريعات الوطنية والأجنبية من

تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة وتوفير الحماية لها

إن العلامة التجارية غير الملموسة تلعب دوراً جوهرياً في حياة الصانع أو التاجر، لذا فهي تستحق الحماية المقررة للابتكارات الذهنية المحمية بقوانين الملكية الصناعية وتتمحور قيمة العلامات التجارية بالنظر في عدة نواحٍ^(١):

١- الإشارات الحسية للعلامة التجارية (Le Sensorialité) وتعني بالألوان والأصوات والرائحة والتذوق، وكافة المكونات الحسية التي تمثل قاعدة ارتباط بين المستهلك و العلامة التجارية، كون الإشارة الحسية تؤمن القيم الشخصية للعلامة التجارية.

٢- تأثير العلامة التجارية، ويقصد بذلك تاريخها، ونشأتها الجغرافية والأشخاص المعنيون بها، وحجم دعاياتها الإعلانية.

٣- وضعها المجتمعي أي شهرتها والثقة التي يوليها المستهلكون لها، فكلما كان للعلامة التجارية موقع اجتماعي متقدم بسبب شهرتها وانتشارها، كلما كان الدور الذي تلعبه في المجتمع بارزاً، لدرجة أن العلامات البارزة قد تمثل علامة للدول التي نشأت فيها.

ولاشك أن العلامات التجارية غير الملموسة المرتبطة بالحواس الإنسانية لها أهمية خاصة لدى جمهور المستهلكين، فهي تترك بصمة مميزة في أذهانهم، وأن هذا النوع من العلامات يجب أن ينظر إليها نظرة خاصة، لكونها قائمة على مخاطبة حواس الإنسان من سمع أو شم أو مذاق، وهو ما يعطيها ميزة خاصة عن غيرها من العلامات التجارية التقليدية أو الملموسة التي تدرك بالبصر وعند استعراض موقف القوانين المقارنة والبحث داخل أروقة القضاء المقارن خير دليل عند البحث في النظام القانوني للعلامات الخاصة بحاسة الشم يمثل إحدى الإشكاليات القانونية

(١) نعيم مغيب، الماركات التجارية والصناعية، ط ١، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠٠٥، ص ٢٩.

الجدلية المستحدثة، والتي بمجرد أن تداعت الحالات الواقعية المتعلقة بها في البيئة التجارية تمرّد الواقع العملي على غموض الإطار القانوني لها، على خلاف العلامات التجارية التقليدية الملموسة وكشف عن عجز وقصور في مظهرة القانوني سواء من ناحية غياب التنظيم القانوني داخل قوانين الملكية الصناعية لمثل هذا النوع غير التقليدي للعلامات التجارية أو من ناحية الصعوبات القانونية التي تواجه عملية تسجيل العلامات غير الملموسة.

وسنعرض فيما يلي موقف بعض التشريعات من تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة من خلال خمسة مطالب نعرضها على النحو الآتي:

المطلب الأول: موقف المشرع الأردني من تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة.

المطلب الثاني: موقف المشرع المصري من تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة.

المطلب الثالث: موقف المشرع الفرنسي من تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة.

المطلب الرابع: موقف الاتحاد الأوروبي من تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة.

المطلب الخامس: موقف المشرع الأمريكي من تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة.

المطلب الأول

موقف المشرع الأردني من

تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة

نجد أن المشرع الأردني عرف العلامة التجارية بطريقة شموليه كما ورد في المادة (٢) من قانون العلامات التجارية الأردنية رقم (٣٤) لسنة (١٩٩٩) أن العلامة التجارية هي: "أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره"^(٢). وهذا ما يوحي أن المشرع الأردني لم يفرق بشأن الحماية القانونية بين العلامات التجارية الملموسة وغير الملموسة سواء كانت علامة تقليدية أم غير تقليدية، إلا أنه ما ذكرته المادة (٤) من قانون العلامات التجارية الأردني المعدل رقم (٣٤) لسنة (١٩٩٩) المعدل للفقرة الأولى من المادة (٧) للقانون رقم (٣٣) لسنة (١٩٥٢)، ليقرر أن العلامات التجارية القابلة للتسجيل يشترط أن تكون ذات صفة فارقة من حيث الأسماء أو الحروف أو الأرقام أو الأشكال أو الألوان أو غير ذلك أو أي مجموعة منها، وقابلة للإدراك بالنظر.

وبذلك يكون المشرع الأردني قد وضع شرط موضوعي يلزم توافره لتسجيل العلامة التجارية، وهو أن تكون العلامة التجارية مما يرى بالعين المجردة، حيث يلزم من مقدم طلب التسجيل إظهارها في نموذج فارق ومميز وقابل للإدراك عن طريق النظر^(٣).

ويتضح مما سبق أن المشرع الأردني استبعد صراحة من الحماية القانونية المقررة للعلامات التجارية حماية العلامات التجارية غير الملموسة التي تدرك بغير حاسة البصر مثل علامة

(٢) قانون العلامات التجارية الأردني رقم (٣٣) لسنة (١٩٥٢) المنشور في عدد الجريدة الرسمية رقم ١١١٠ بتاريخ ١٩٥٢/٦/١، ص ٢٣٤.

(٣) صلاح زين الدين، ترقين العلامة التجارية في القانون الأردني، مجلة الحقوق، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، المجلد ٣٣، العدد ٤، لسنة ٢٠٠٩، ص ١٢٩.

الصوت وعلامة الرائحة. أما التي تكون فيها ميزة الإدراك بالبصر حتى وإن كانت من العلامات التجارية التقليدية أو غير التقليدية غير الملموسة فإنها تحظى بالحماية القانونية المقررة لها.

المطلب الثاني

موقف المشرع المصري من

تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة

نجد أن القانون المصري لا يختلف كثيراً عن نظيره الأردني، حيث ذهب المشرع المصري في المادة (٦٣) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم (٨٢) لسنة (٢٠٠٢)^(٤)، إلى أن العلامة التجارية هي: "كل ما يميز منتجاً سلعة كان أو خدمة عن غيره، وتشمل على وجه الخصوص...وفي جميع الأحوال يتعين أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر"، ويستدل من هذا النص أنه على الرغم من أن ما أورده المادة أنفة الذكر من أشكال العلامات التجارية قد ورد على سبيل المثال لا الحصر، إلا أن المشرع المصري قد استبعد صراحة حماية العلامات غير التقليدية غير الملموسة التي لا يمكن أن تدرك بالبصر كالعلامة الصوتية وعلامة الرائحة.

ويمكن التأكيد على اتجاه المشرع المصري الرافض لحماية العلامات التجارية غير التقليدية سواء كانت علامات ملموسة أو غير الملموسة التي لا يمكن إدراكها بحاسة البصر، وذلك من خلال النظر في عدة نصوص وردت في اللائحة التنفيذية لقانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم (٨٢) لسنة (٢٠٠٢)^(٥)، حيث ورد في نص الفقرة الأولى من المادة (٧٢) من اللائحة التنفيذية وجوب أن يرفق بطلب التسجيل أربع صور للرسم التصويري للعلامات على أن تكون كل منها مطابقة لرسم العلامة الوارد باستمارة طلب تسجيلها، كما أن المادة (٨٧) من اللائحة تلزم مصلحة التسجيل التجاري بالإدارة العامة للعلامات التجارية والتصميمات والنماذج الصناعية أن تكلف طالب التسجيل بتقديم (كلاشية) للعلامة أو نسخة من صورة منها مثبتة على أية وسيلة تراها المصلحة مناسبة.

(٤) قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري رقم (٨٢) لسنة ٢٠٠٢، الجريدة الرسمية، العدد ٢٢ مكرر الصادر بتاريخ ٢ يونيو ٢٠٠٢.

(٥) المحاكم الاقتصادية بجمهورية مصر العربية، محكمة القاهرة الاقتصادية، الدائرة الثانية جناح اقتصادي، الجلسات رقم ٢٤٣٠ لسنة ٢٠١٠ قضائية، بتاريخ ١٧/١٠/٢٠١٠.

فضلا عن أن الفقرة الثانية من المادة (٨٨) من اللائحة تتطلب أن ينشر القرار الصادر بقبول طلب تسجيل العلامة في جريدة العلامات التجارية والتصميمات والنماذج الصناعية مشتملاً على صورة مطابقة للعلامة المطلوب تسجيلها، ونستنتج من كل تلك النصوص الواردة في قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري ولوائحته التنفيذية أن المشرع المصري يخاطب أصحاب العلامات التجارية التقليدية سواء كانت علامات ملموسة أم علامات غير ملموسة دون غيرهم ممن لديهم الرغبة في تسجيل إحدى العلامات التجارية غير الملموسة التي يستحيل عمل رسم تصويري لها.

وبناء على ذلك إذا تقدم أحد الأشخاص لتسجيل علامة خاصة بحاسة الشم لدى الإدارة العامة للعلامات التجارية والتصميمات والنماذج الصناعية بمصلحة التسجيل التجاري بجمهورية مصر العربية فإن طلبة سيقابل بالرفض، وسيكون السبب هو عدم توافر البيانات والوثائق المحددة من قبل قانون حماية حقوق الملكية الفكرية^(٦)، ولوائحتها التنفيذية^(٧) في الطلب المقدم، وعلى رأسها عدم توافر الرسم التصويري للعلامات التجارية المراد تسجيلها^(٨).

وفي حكم فريد للقضاء المصري جاء مؤيدا لموقف المشرع المصري الراض لتسجيل العلامة التجارية غير الملموسة، أثير أمام محكمة القاهرة الاقتصادية عام (٢٠١٠)^(٩)، دعوة بشأن قيام شركة بإنتاج مراوح سقف تحمل علامة تجارية مقلدة تتكون من اسم باللغة العربية لعلامة

(٦) المادة (٧٣) من قانون حماية الملكية الفكرية المصري، رقم (٨٢) لسنة ٢٠٠٢.

(٧) المادة (٧٢) من اللائحة التنفيذية، للكتب الأول والثاني والرابع لقانون حماية الملكية الفكرية رقم (٨٢) لسنة ٢٠٠٢.

(٨) تنص المادة (٩٤) من اللائحة التنفيذية للكتب الأول والثاني والرابع لقانون حماية الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ على أن "يكون رفض تسجيل العلامة أو تعليق قبول التسجيل على شرط لقرار مسبب من رئيس المصلحة أو من يفوضه".

(٩) قرار رئيس مجلس الوزراء رقم (١٣٦٦) لسنة (٢٠٠٣) بإصدار لائحة تنفيذية للكتب الأول والثاني والرابع لقانون حماية الملكية الفكرية رقم (٨٢) لسنة (٢٠٠٢)، نشر في الجريدة الرسمية، العدد ٣٣ مكرر، بتاريخ ٢٠٢٣/٨/١٦.

تجارية مسجلة في مصر بذات الاسم ولكن باللغة الأجنبية، ومملوكة لشركة عالمية تقوم بتصنيع وتجميع مراوح السقف، وإن واقعة تقليد العلامة التجارية التي من شأنها خداع جمهور المستهلكين انصبت على تشابه الجرس الصوتي بين الاسم الأجنبي المسجل كعلامة تجارية للمدعي، وذات الاسم باللغة العربية الوارد على بضائع المدعى عليه.

وقد ذهبت المحكمة إلى أن المشرع المصري في المادة (٦٣) من قانون حماية الملكية الفكرية رقم (٨٢) لسنة (٢٠٠٢) اشترط صراحة أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر، أي يمكن رؤيتها بالعين المجردة، الأمر الذي يترتب عليه عدم اعتراف المشرع المصري بالعلامات غير الملموسة كالصوت أو التي تدرك بالبصر بإجراءات ومعدات وأجهزة وخبراء قد لا تكون متوفرة، بالإضافة إلى ندرة هذه العلامات في الحياة العملية.

لذلك انتهت المحكمة برفض الدعوى تأسيساً على أن التشابه في الجرس الصوتي بين العلامتين لا يشكل جريمة التقليد العلامة التجارية، حيث أن المشرع المصري لا يعتد في مجال تقليد العلامات التجارية إلا بما يمكن إدراكه بالعين المجردة دون ما يدرك بأي حاسة أخرى من الحواس، ومن بينها حاستا الشم والسمع لقيام جريمة تقليد العلامة التجارية، ووفقاً للمادة (١١٣) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم (٨٢) لسنة (٢٠٠٢) هو صنع علامة تجارية تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية المسجلة، بحيث يؤدي هذا التشابه إلى تضليل جمهور المستهلكين بما يلزم أن يكون إدراك هذا الشبه بحاسة النظر دون غيرها.

وعلى الرغم من موقف المشرع والقضاء المصريين الرافض صراحة لمسألة تسجيل العلامات التي لا يمكن أن تدرك بحاسة البصر، فقد ذهب بعض الفقهاء^(١٠)، متأثراً بالاتجاهات الحديثة في التشريعات المقارنة إلى إمكانية تسجيل العلامات التجارية غير الملموسة، وهو في الحقيقة رأي نؤيده وبحق، نظراً للأهمية المتزايدة للابتكارات الخاصة بحاسة الشم داخل البيئة الاقتصادية، وإن لم نجد له تطبيقاً واحداً حتى الآن داخل جمهورية مصر العربية بل أن النموذج

(١٠) سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، ط١٠، دار النهضة العربية، ٢٠١٦، ص٤٦٢.

المعد من قبل مصلحة التسجيل التجاري التابعة لوزارة التجارة والصناعة المصرية^(١١)، للتقدم بطلب تسجيل العلامة التجارية في مصر لا يحيز مضمونه لأي شخص أن يتقدم بطلب لتسجيل علامة الرائحة، حيث يشترط رسم العلامة التجارية لصحة الطلب ، وهو ما يخالف الطبيعة الخاصة لعلامة الرائحة التي تستعصي على فكرة التمثيل البياني أو التصوير.

وترى الباحثة أنه كان من المفترض على المشرع الأردني والمشرع المصري ان يولي الحماية للعلامات التجارية غير الملموسة بشكل خاص، لمواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة التي ظهرت، وأن العلامة التجارية غير الملموسة كإشارة مميزة تستحق الحماية المقررة حتى وإن كان شرط الإدراك بالبصر لا ينطبق عليها، وكذلك استبعاد شرط تجسيدها في قالب مصور لأن بعض العلامات غير الملموسة تتعارض طبيعتها مع شرط التمثيل البياني أو القالب المصور.

(11) <http://www.egypt.gov.eg/services/servicesdetailsfiles.aspx?ld=5057>

المطلب الثالث

موقف المشرع الفرنسي من

تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة

سار المشرع الفرنسي في إطار منهج يتسم بالمرونة فيما يتعلق بالإشارات التي يمكن أن تكون محلاً للعلامة التجارية حيث نصت المادة (١٧١١-١) من قانون الملكية الفكرية الفرنسي^(١٢) على أن: "العلامة الصناعية أو التجارية أو الخدمية هي إشارة قابلة للتمثيل البياني، تستخدم في تمييز منتجات أو خدمات أحد الأشخاص الطبيعية أو المعنوية، ويمكن على وجه الخصوص أن تتشكل مثل هذه العلامة من:

١- التسميات باختلاف أنواعها، مثل الكلمات ومجموعة الكلمات، الاسم العائلي والجغرافيا والاسم المستعار، الرسائل والأرقام والرموز،

٢- الإشارات الصوتية، مثل الأصوات والجمال الموسيقية،

٣- الإشارات التصويرية، مثل: الرسومات والملصقات، الأختام، الحواشي، النقوش، المجسمات، الشعارات، الصور المركبة الأشكال، بما في ذلك الأشكال المختلفة للمنتجات أو لتنسيقها، أو خصائص الخدمة، والترتيبات وتمازج الألوان وتناسقها.

ويتضح لنا من النص الوارد أعلاه أن المشرع الفرنسي خلال متن النص عندما استعمل كلمة (notamment) (على وجه الخصوص) اتجه إلى أنه يريد أن يكون تعداد الإشارات التي يمكن

(12) Article L. 7111-de Code de la propriété intellectuelle, publié au Journal officiel du 3 juillet 1992, Version en vigueur au 22 octobre 2015: «La marque de fabrique, de commerce ou de service est un signe susceptible de représentation graphique servant à distinguer les produits ou services d'une personne physique ou morale. Peuvent notamment constituer un tel signe: a) Les dénominations sous toutes les formes telles que: mots, assemblages de mots, noms patronymiques et géographiques, pseudonymes, lettres, chiffres, sigles; b) Les signes sonores tels que: sons, phrases musicales; c) Les signes figuratifs tels que: dessins, étiquettes, cachets, lisières, reliefs, hologrammes, logos, images de synthèse; les formes, notamment celles du produit ou de son conditionnement ou celles caractérisant un service; les dispositions, combinaisons ou nuances de couleurs».

تسجيلها كعلامة تجارية قد ورد على سبيل المثال لا الحصر، وبالتالي كان المجال مفتوح لتسجيل أي علامة جديدة مميزة وذلك تماشياً مع التقدم التقني التكنولوجي في كافة المجالات الإنتاجية والخدمية، فعلى الرغم من وجود لائحة بأنواع مختلفة من الإشارات، إلا أنه يمكن إدخال أية علامة جديدة طالما توفرت بشأنها الشروط القانونية المطلوبة لتسجيل العلامات التجارية^(١٣).

حيث يرى جانب من الفقه الفرنسي رغم أن العلامات التجارية غير الملموسة لم تحظى بالاهتمام كغيرها من العلامات التجارية، إلا أن ذلك لا يعني أن هذا النوع من العلامات لا يستحق الحماية القانونية، بل من الجائز حمايتها كعلامة تجارية مسجلة طالما أن هناك سلعة أو خدمة قد أمكن تحديدها بشكل دقيق كالعلامة الصوتية بسماع صوتها بشكل واضح وعلاقة الترابط والتميز الذي ظهر على العلامة غير الملموسة المرتبطة بالسلعة وكذلك علامة الرائحة أن يتم شم رائحتها بشكل مميز وتحديدها بشكل دقيق.

والقانون الفرنسي الصادر عام ١٩٦٤ نص على "أن اللون يمكن أن يسجل كعلامة للمنتج، ويمكن من خلال الألوان أن تشكل مجموعة من الألوان العديدة مثل الأصفر في دائرة والأحمر في مربع وهكذا، حيث إن جانب من الفقه الفرنسي ذهب إلى أن تسجيل العلامات التجارية غير الملموسة تواجه مشكلة في التمثيل البياني للعلامات غير الملموسة وهذا يعتبر شرط من شروط تسجيل العلامات التجارية في قانون الملكية الفكرية الفرنسي^(١٤).

أخذ المشرع الفرنسي أنه يجوز تسجيل العلامة المرئية أو المسموعة كالعلامات الصوتية بشرط أن تكون مميزه وقابلة للكتابة أو الرسم^(١٥).

وهذا يعني أنه لقبول تسجيل علامة تجارية غير ملموسة لا بد أن تكون واضحة ومحددة وسهلة التعرف عليها، وكافية بذاتها، ومستمرة.

(13) Pascale Tréfigny, Les signes olfactifs ne sont définitivement plus pour demain, revue de Propriété industrielle, Mars 2003, n°3, Commentaire. 19, p. 1.

(١٤) محمد مرسى عبده، إشكالية تسجيل الرائحة كعلامة تجارية غير تقليدية بين الفقه والتشريع دراسة مقارنة، مجلة كلية القانون الكويتية العالمية، بحث ومقال، ٢٠١٨، ص ٢٩٣.

(١٥) سميحه القليوبي، الملكية الصناعية، ط ٨، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٩، ص ٤٧٥.

المطلب الرابع

موقف الاتحاد الأوروبي من

تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة

أكدت محكمة العدل الأوروبية في قرارها الصادر في ٢٧ تشرين الثاني من العام ٢٠٠٣ أن الأصوات يمكن أن تستعمل كعلامة تجارية وأنها قادرة على أداء وظيفة العلامة التجارية في تمييز منتجات أو خدمات أحد المشاريع عن منتجات أو خدمات المشاريع الأخرى وكذلك قامت المحكمة بتحديد الشروط الصارمة التي يتوجب على العلامة الصوتية أن تحققها من أجل أن تكون قابلة للتسجيل حيث يجب أن يكون ممكن تمثيلها بشكل مرئي بطريقة واضحة، دقيقة، شاملة وموضوعية، وبهذا فإن الصوت مثلاً، الذي يمكن تمثيله بنوتة موسيقية كاملة تحدد مسافاته وأبعاده بشكل دقيق يمكن تسجيله كعلامة تجارية، بينما صوت الحيوان أو الضجيج الصادر عن المحركات لا يمكن تسجيله كعلامة لأنه لا يمكن تمثيله بدقة وفق الشروط التي تنطبق على النوتة الموسيقية، حتى وإن كان يمكن تسجيلها على آلة التسجيل آلة التسجيل^(١٦).

هناك دعوى عرفت باسم (sieck mann) عام ٢٠٠٢^(١٧) بدأت برفض مكتب براءة الاختراع والعلامات التجارية الألماني طلب السيد "زيجمان" تسجيل رائحة الفاكهة الممزوجة بالقرفة كعلامة تجارية لبعض المنتجات والخدمات التي يقدمها، والتي ورد في اتفاقية نيس عام ١٩٥٧م بشأن التصنيف الدولي للسلع والخدمات لأغراض تسجيل العلامة التجارية، ثم طعن السيد زيجمان على هذا القرار أمام المحكمة الفيدرالية الألمانية لبراءات الاختراع والتي بدورها أرسلت لمحكمة العدل الأوروبية تطالبها بتفسير المادة اثنين من التوجيه الأوروبي بشأن توحيد

(١٦) تقرير منشور في النشرة الإلكترونية عن هذا القرار.

<http://www.internationallawoffice.com/ld.cfm?newsletters-ref774>.

(17) Ralf sieckmann v Deutsches patent-und markenamt, court of justice of the European communities judgment of the court of 12 December 2002, case c-27300/reports of cases:2002 I-11737 Available at: <http://curia.europa.eu/juris/showpdf.jsf?text=&docid=47585&pageindex=0&doclang=en&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=18617>.

قوانين الدول الأعضاء فيما يتعلق بالعلامات التجارية، والذي كان ينظم العلامة التجارية للجماعة الأوروبية حتى ذلك الوقت^(١٨).

وقد أجابت محكمة العدل الأوروبية على المحكمة الفيدرالية الألمانية بأن المادة اثنين من التوجيه الأوروبي تشترط قابلية العلامة التجارية للتمثيل البياني، للتأكد من توافر الشروط المشار إليها سابقاً في العلامة، وبما أن الأساليب التي استخدمها طالب التسجيل لتمثيل علامة الرائحة بياناً، وهي بيان معادلة التركيبة الكيميائية للرائحة وكذلك عينه من الرائحة المراد تسجيلها؛ فإنها غير كافية لتلبي متطلبات التسجيل البياني التي تمكن مكاتب التسجيل من تميز العلامة التجارية بطريقة موضوعية وبدقة ووضوح كشرط للحماية القانونية^(١٩).

وفي دعوى تؤكد إمكانية تسجيل علامة الرائحة داخل دول الاتحاد الأوروبي اعترف المكتب الأوروبي بأن التمثيل البياني غير المباشر الذي قدمه صاحب طلب تسجيل رائحة التوت framboises (lárômede) لتمييز وقود التدفئة أو المحركات كان وصفاً دقيقاً لعلامة الرائحة بما فيه الكفاية وأن الروائح لها ذاتية خاصة تجعلها صالحة لأن تكون علامة مميزة للمشاريع التجارية ولكنه رفض منح الحماية القانونية لغياب الطابع المميز كشرط لتسجيل العلامة التجارية في الاتحاد الأوروبي؛ حيث فشل مقدم الطلب في إثبات أن الرائحة المميزة للمنتج كانت كافية لتمييز منتجاته عن المنتجات الشبيهة لمنافسيه في السوق^(٢٠).

(18) First Council Directive 89/104/EEC of 21 December 1988 to approximate States relating to trade marks.

(19) Paul Leo Carl Torremans, Trademark Law: Is Europe Moving Towards an Unduly Wide Approach for Anyone to Follow the Example?, Journal of Intellectual Property Rights, March 2005, volume 10, p.130.

(20) Decision of the Third Board of Appeal of Office for Harmonization in the Internal Market (OHIM) 5 December 2001 in Case R 7113-1999/: "The Board is of the view that smells, considered in the abstract, may be capable of becoming accepted in trade as an independent means of distinguishing between undertakings within the meaning of this provision. Although olfactory marks are not expressly mentioned in Article 4 in Community trade mark regulation Council, it is clear from the wording thereof that the list of certain forms of trade mark is given merely by way of example and does not preclude other kinds of trade mark. This has been recognized repeatedly by the Office's Boards of Appeal, for example in relation to color marks."

وقد أكد المجلس الاستئنافي التابع للمكتب الأوروبي في هذه الدعوى على أن العلامة التجارية هي الإشارة التي تربط بين المشروعات والأفراد والتي تتعلق بمنتج أو خدمة وأن العلامات التجارية غير الملموسة هي من العلامات التي يمكن تحديدها بدقة، وبالتالي لا يمكن استبعادها من حيث المبدأ من الحماية القانونية المقررة بموجب قانون العلامات التجارية، وأن المجلس يرى أن الروائح على الأقل من الناحية النظرية أصبحت وسيلة مستقلة ولها خصوصيتها للتمييز بين المنتجات والخدمات التي تقدمها المشروعات التجارية.

كما أن المادة الرابعة من اللائحة الأوروبية رقم ٢٠٠٩/٢٠٧ الصادرة في فبراير عام ٢٠٠٩ بشأن العلامات التجارية للجماعة الأوروبية والتي ألغت اللائحة رقم ٩٤/٤٠ الصادرة في ٢٠ ديسمبر ١٩٩٩ بشأن تنظيم العلامة التجارية للجماعة الأوروبية^(٢١)، لم تضع قائمة محددة لأشكال العلامات التجارية إنما وارد بها عدة أمثلة على العلامات التجارية، وهو ما يفهم من عبارة (any signs) وبالتالي لا يمكن استبعاد علامة الرائحة تلقائياً من الحماية القانونية المقررة للعلامات التجارية داخل الاتحاد الأوروبي^(٢٢).

وفيما يتعلق بمشكلة عدم قابلية العلامات التجارية غير الملموسة للتمثيل البياني، الذي يعد شرطاً أساسياً في اللائحة الأوروبية للعلامات التجارية للجماعة الأوروبية للموافقة على طلب

The wording of Article 4 CTMR also admits the interpretation that smell signs are registrable in theory". Available at: <http://www.copat.de/markenformen/wrp2002/wrp10.pdf>.

(21) Community trade mark regulation Council, Regulation (EC) No 2072009/of 26 February 2009 on the Community trademark, Official Journal of the European Union, 242009/3/. Article 4: A Community trade mark may consist of any signs capable of being represented graphically, particularly words, including personal names, designs, letters, numerals, the shape of goods or of their packaging, provided that such signs are capable of distinguishing the goods or services of one undertaking from those of other undertakings.

(22) Jean-Christophe Troussel and Pieter Van der Broecke, is European trademark law getting in good shape?, fragrance as trademark, International Trademark Association, The Law Journal of the International Trademark Association, Trademark Reporter 2003, volume 93, No.1. p.1069. Available at: http://www.inta.org/TMR/Documents/Volume%2093/vol93_no5_a4.pdf.

تسجيل أية علامة تجارية، فقد ذهب المجلس الاستئنافي التابع للمكتب الأوروبي للتنسيق في الأسواق الأوروبية الداخلية^(٢٣) إلى أن مفهوم التمثيل البياني للعلامة التجارية يجب أن لا يفسر تفسيراً ضيقاً، إنما يجب أن يترك تقديره بحسب طبيعة كل علامة تجارية على حدة، بحيث ينظر لطبيعة العلامة التجارية ووظيفتها ومدى تمييزها عن غيرها، وهذا ما يفرضه التطور السريع لمفهوم العلامات التجارية، ويتفق مع الأشكال الجديدة للعلامات التجارية.

ومن جهة أخرى قرر المجلس الاستئنافي أن اعتبار إشارة مميزة كعلامة تجارية لا يقيد شرط التمثيل البياني المباشر لأنه يعتبر من الشروط الخاصة بالعلامة التجارية التقليدية، وأن خلو نص المادة الرابعة من ضرورة إدراك العلامة التجارية بحاسة البصر (وهو ما يتفق مع المادة ١/١٥ من اتفاقية التريبس) يجعل الباب مفتوحاً أمام قبول تسجيل العلامات التجارية غير الملموسة، حتى لو كان من الصعب تمثيلها بيانياً مباشرةً بحد ذاتها، ففي تلك الحالة يكتفي بالتمثيل البياني غير المباشر أو الوصفي؛ حيث أن الطبيعة الخاصة للعلامات التجارية غير الملموسة تجعل من الصعوبة بمكان تمثيلها بيانياً بحد ذاتها بصورة مباشرة في شكل كتابي أو تصويري، لذا قد يكفي وصفها الدقيق بما يمكن الفاحص من تكوين رؤية شاملة ومباشرة وواضحة عن العلامة التجارية غير الملموسة لجعلها صالحة للتسجيل كعلامة تجارية، طالما أنها ستمنح السلعة أو الخدمة الملائمة لها طابعاً مميزاً عن السلع والخدمات الشبيهة.

وبناءً على ذلك دارت مناقشات حديثة داخل الاتحاد الأوروبي بشأن قانون العلامات التجارية؛ حيث أننا نستطيع القول بأن الاجتهاد القضائي المؤيدة لحماية العلامات التجارية غير الملموسة كان لها صدى لدى دول الاتحاد، ففي بروكسل بتاريخ ٢٠١٥/٤/٢١ أيد البرلمان والمجلس الأوروبيين الإصلاحات التي تقدمت بها المفوضية الأوروبية بشأن اللائحة الأوروبية للعلامات التجارية^(٢٤)، حيث انتهى الحوار الثلاثي بينهم على تبني حزمة من الإجراءات لجعل

(23) Decision of the Third Board of Appeal of Office for Harmonization in the Internal Market (OHIM), 5 December 2001 in Case R 7113-1999.

(٢٤) لمراجعة الإصلاحات المقترح إدخالها على اللائحة الأوروبية للعلامات التجارية، يمكن مراجعة الموقع

نظام العلامات التجارية الأوروبي أكثر كفاءة وكان من أبرز هذه الإصلاحات تبني شطب عبارة التمثيل البياني من تعريف العلامة التجارية، بما يسمح بتسجيل العلامات التجارية غير الملموسة مثل علامة الصوت وعلامة الرائحة وعلامة المذاق^(٢٥).

وبالفعل صدرت اللائحة الأوروبية رقم ٢٤٢٤/٢٠١٥ عن البرلمان والمجلس الأوروبيين بشأن العلامة تجارية في الاتحاد الأوروبي، والتي دخلت حيز النفاذ اعتباراً من ٢٣/٣/٢٠١٦م^(٢٦)، حيث جاءت الفقرة الثامنة من المادة الأولى منها (استثناء دخلت حيز التنفيذ اعتباراً من ١/١٠/٢٠١٧) لتعديل تعريف العلامة التجارية الواردة في اللائحة الأوروبية رقم ٢٠٠٩/٢٠٧ بشأن تنظيم العلامة التجارية للجماعة الأوروبية؛ وذلك بحذف عبارة (قابلية التمثيل البياني) لتشكل تغييراً نوعياً داخل الاتحاد الأوروبي تجاه العلامات التجارية غير الملموسة وتفتح الباب أمام الاعتراف القانوني بتسجيل العلامات التجارية التي يستحيل تمثيلها بيانياً مباشرة، مثل: علامات الرائحة، وعلامة المذاق، حتى ولو لم تنص على ذلك صراحة كما فعلت بالنسبة لعلامة الصوت، ولكن بشرط أن تكون ممثلة في سجل العلامات التجارية للاتحاد الأوروبي بطريقة تمكن السلطات المختصة والجمهور من التحديد الواضح والدقيق لموضوع العلامة محل الحماية^(٢٧).

http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-4823_fr.htm

الإلكتروني الآتي:

(25) Lure Marino, A vos marques, prêts, partez!, revue de propriété industrielle, n°6, juin 2015, alerte 44.

(26) Regulation (EC) No 2424/2015/ of the European Parliament and of the Council of 16 December 2015 amending Council Regulation (EC) No 2072009/ on the Community trade mark and Commission Regulation (EC) No 286895/ implementing Council Regulation (EC) No 4094/ on the Community trade mark, and repealing Commission Regulation (EC) No 286995/ on the fees payable to the Office for Harmonization in the Internal Market (Trade Marks and Designs), Official Journal of the European Union, L 3412015/12/24 21/. Available at: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/uriCELEX:32015R2424&from=EN>.

(27) Regulation (EC) No 2424 / 2015 of the European Parliament and of the Council of 16 December 2015, article 4: "An EU trade mark may consist of any signs, in particular words, including personal names, or designs, letters, numerals, colours, the shape of goods or of the packaging of goods, or sounds provided that such signs

المطلب الخامس

موقف المشرع الأمريكي من

تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة

وفيما يخص الحماية القانونية للعلامات التجارية في الولايات المتحدة الأمريكية نجد أن قانون تسجيل علامات التجارية الاتحادي لسنة ١٩٤٦ والمعروف بقانون "لأ نهام" المعدل بتاريخ ١٦/١١/١٩٨٩، يقدم الإطار القانوني لفحص وتسجيل العلامات التجارية داخل الولايات المتحدة الأمريكية، بهدف تحقيق التوازن بين مصالح المستثمرين في مجال العلامات التجارية من جهة، ومصالح المستهلكين من جهة أخرى.

أما بشأن الوضع القانوني للعلامات التجارية غير الملموسة في الولايات المتحدة الأمريكية، فمن جهة أولى نجد أن المادة (7211§) من قانون "لأ نهام" عرفت العلامة التجارية^(٢٨)، بأنها تتضمن أي كلمة أو اسم أو رمز أو أداة أو أي مزيج منها، والمستخدم من قبل المصنعين أو التجار لتحديد بضائعهم، وتمييزها عن البضائع المصنعة أو المباعة بواسطة الآخرين، ومن جهة أخرى وفقا للمادة (1/e§3501) من قانون "لأ نهام" للعلامات التجارية^(٢٩) "لأ يرفض تسجيل أي علامة تجارية يمكن تمييز سلع مقدم الطلب من خلالها عن سلع الجهات الأخرى في السجل الرئيس إلا إذا كانت تشكل علامة عندما تستخدم على أو فيما يتصل بسلع مقدم الطلب قد تكون مجرد علامة وصفية أو ذات وصف خادع لها...".

are capable of: b) being represented on the Register of European Union trademarks, ("the Register"), in a manner which enables the competent authorities and the public to determine the clear and precise subject matter of the protection afforded to its proprietor".

(28) Trademark Act of 1946, ("LANHAM ACT"), 15 U.S. Code Chapter 22, Subchapter III-Construction and definitions, § 1127: The term "trademark" includes any word, name, symbol, or device, or any combination thereof".

(29) Trademark Act of 1946, ("LANHAM ACT"), 15 U.S. Code Chapter 22, Subchapter III-Construction and definitions, § 1127: The term "trademark" includes any word, name, symbol, or device, or any combination thereof".

فسرت جمعية العلامات التجارية في الولايات المتحدة الأمريكية مصطلحات رمز Symbol أو أداة Device المستخدمة في تعريف العلامة التجارية في "قانون لا نهام" على أنها دلالة على رغبة المشرع الأمريكي في التوسع في مفهوم العلامة التجارية، وأنها تتسع نظرياً لتشمل تسجيل العلامات التجارية غير الملموسة بكافة أشكالها^(٣٠).

أجاز المشرع الأمريكي في قانون لا نهام للعلامات التجارية الاتحادي أن تكون الإشارة التي يصح تسجيلها علامة تجارية أي كلمة أو رمز أو أداة أو أي مجموعة منها، طالما كانت مستخدمة لتحديد وتمييز السلع أو الخدمات أو الإشارة إلى مصدرها^(٣١) (٣٢).

وما نستنتجه أنه لا يوجد في الولايات المتحدة الأمريكية ما يحول دون تسجيل العلامات التجارية غير الملموسة طالما هذه العلامات تشير إلى مصدر السلع والخدمات وتميز عن سلع وخدمات المنافسين وبناء على ذلك تكون العلامات غير الملموسة مؤهلة للحصول على حماية العلامات التجارية، بشرط أن لا تكون العلامات غير الملموسة هي سمة ثابتة أو خصيصة طبيعية للسلعة، بحيث يجب أن يعتبر جمهور المستهلكين العلامة غير الملموسة علامة للسلعة وليس ميزة أو خاصية طبيعية لها.

تخضع العلامات التجارية غير الملموسة قبل تسجيلها في مكتب براءات الاختراع والعلامات التجارية الأمريكي (USPTO) United States Patent and Trademark Office لذات الفحص الذي تخضع له العلامات التجارية التقليدية أو الملموسة حيث أنه يتم اختبار العلامات المقدمة للتسجيل كعلامة تجارية للتأكد من أحقيتها للحماية القانونية من خلال تحديد مكان تلك

(30) Trademark Act of 1946, ("LANHAM ACT"), 15 U.S. Code Chapter 22, Subchapter I-The Principal Register, § 1052 (§ 2)-Trademarks registrable on principal register; concurrent registration, (e) Consists of a mark which: (1) when used on or in connection with the goods of the applicant is merely descriptive or deceptively mis descriptive of them...

(31) James E. Hawes, fragrance as trademark, the law journal of the international trademark association, trademark reporter1989, Vol. 79, no. 2, p. 143.

العلامة على سلسلة التميز تبدأ بعلامات مميزة جداً، وتنتهي بالعلامات التي تفتقر إلى التميز ولا يمكن قبول طلب تسجيلها كعلامات تجارية.

أما بشأن علامة الرائحة فإنه يجوز تسجيلها حيث أنه تم تسجيله عطر الأزهار الذي يذكر بتفتح زهرة بلومريا ويستخدم في خيوط الحياكة والغزل والتطريز، وتم تسجيل علامة توضع بناء على الوصف والرائحة والكلمات المناسبة واشتراط أن يكون هذا الوصف دقيقاً^(٣٣)، وكذلك بالنسبة للعلامة اللونية التي تشمل على لون أحادي فقط أجازته تسجيل صلاحية اللون المميز لسيارات الأجرة كعلامة تجارية^(٣٤).

(٣٣) محمد مرسي عبدة، إشكالية تسجيل الرائحة كعلامة تجارية غير تقليدية بين الفقه والتشريع، مجلة كلية القانون الكويتية العالمية، بحث ومقال، ٢٠١٨، ص ٢٩٩.

(٣٤) حسام الدين الصغير، الجديد في العلامات التجارية في ضوء حماية حقوق الملكية الفكرية الجديد واتفاقية التريبس، دار الفكر الجامعي، ٢٠٠٤، ص ٥٢.

المبحث الثاني

موقف الاتفاقيات الدولية من

تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة

تهدف الاتفاقيات الدولية إلى حماية حقوق الملكية الفكرية المتعلقة بالعلامات التجارية غير الملموسة على مستوى عالمي، وتوفير اطار قانوني موحد يساعد على تسجيل العلامات التجارية غير الملموسة وحمايتها في الدول الأعضاء، وهناك العديد من الاتفاقيات عبر مختلف الدول تعزز التجارة الدولية وتحمي مصالح الشركات والمستهلكين على حد سواء، وهناك العديد من الاتفاقيات التي راعت العلامات التجارية غير الملموسة من حيث الاعتراف بها دولياً وتسجيلها وحمايتها وسوف نقوم بتقسيم هذا المبحث إلى ثلاثة مطالب نعرضها على النحو الآتي:

المطلب الأول: موقف اتفاقية باريس من تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة وحمايتها.

المطلب الثاني: موقف اتفاقية مدريد من تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة وحمايتها.

المطلب الثالث: موقف اتفاقية التريبس من تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة وحمايتها.

المطلب الأول

موقف اتفاقية باريس من

تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة وحمايتها

وضعت اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية وتعتبر أول اتفاقية دولية تنظم حقوق الملكية الصناعية والتجارية على المستوى الدولي، وتطبق معاهدة باريس لحماية الملكية الصناعية على الحقوق الفكرية بأوسع معاييرها، وعالجت العلامات التجارية غير المسجلة، سواء كانت ملموسة، أو غير ملموسة.

وذكرت اتفاقية باريس عدة قواعد موضوعية لتوفير حماية خاصة بالعلامات التجارية فضلاً عن مبدأ المعاملة الوطنية، ومبدأ الأسبقية حيث وضعت الاتفاقية أحكاماً تتعلق باشتراط استعمال العلامة في المادة (٥)، كما أوجبت منح مهلة خاصة لسداد الرسوم في المادة (٥/ثانياً) كما تضمنت عدة قواعد تتعلق بشروط تسجيل العلامة التجارية واستغلالها في المادة (٦) و العلامة المشهورة في المادة (٦/ثانياً)، حيث إن الهدف من اتفاقية باريس إعطاء كل شخص مقيم في إحدى الدول الموقعة على الاتفاقية الحق بحماية حقوقه لجوانب الملكية الفكرية من علامات تجارية، أو رسوم، أو براءات اختراع.

تم عقد مؤتمر باريس عام (١٨٨٠م)، وذلك بناء على دعوة له من الحكومة الفرنسية وعلى أساس مشروع مقدم منها ولم يكن الهدف من هذا المؤتمر وضع تشريع موحد بل مجرد وضع خطوط رئيسية تتفق عليها الدول لحماية الملكية الصناعية في إقليم كل دولة وفي خارجها مع احترام القوانين الداخلية، وكان مؤتمر باريس عام (١٨٨٣)، المرحلة النهائية في انعقاد معاهدة باريس لحماية الملكية الصناعية التي تم تبادل التصديقات عليها في عام ١٨٠٣/٦/٦ م، ودخلت حيز التنفيذ في ١٨٨٣/٧/٧^(٣٥).

(٣٥) محمد حسين إسماعيل، محمد حسين إسماعيل، الحماية الدولية للعلامات التجارية، رسالة دكتوراة، جامعة القاهرة، كلية الحقوق، ص ١٥-١٦ وقد وقعت على الاتفاقية عند انعقاد ١١ دولة فرنسا البرازيل إسبانيا البرتغال إيطاليا سويسرا بلجيكا هولندا السلفادور مالا الصرب.

وقد تمخضت اتفاقية باريس عن اتحاد دولي يتولى تحقيق أهدافها وعن مكتب دولي كان مقره في برن ثم استقر في جنيف في سويسرا.

والجدير بالذكر أن هذه الاتفاقية قد تضمنت أحكاماً موضوعية تسري داخل الدول المنضمة للاتفاقية ودون توقف على إدراجها في قوانينها الداخلية^(٣٦).

وقد تضمنت اتفاقية باريس مجموعة من القواعد الأساسية الموحدة لتطبيقها في جميع الدول الأعضاء دون تفرقة وهذه القواعد منها العام ومنها ما يخص العلامات التجارية ولكن السؤال الذي يطرح نفسه هل كفلت اتفاقية باريس للحماية الدولية للعلامات التجارية غير المسجلة أم لا؟ هذا ما سنحاول الإجابة عليه من خلال استعراض المبادئ الأساسية التي جاءت بها الاتفاقية.

١ - مبدأ المعاملة الوطنية لرعايا دول الاتحاد (المساواة والمعاملة بالمثل):

وفقاً لما تقضي به المادة (١/٢) من اتفاقية باريس فإن جميع رعايا دول الاتحاد يتمتعون على قدم المساواة بالحماية المقررة للملكية الصناعية في مختلف دول الاتحاد سواء فيما يتعلق بالقوانين القائمة وقت نفاذ هذه الاتفاقية أو فيما يتعلق بالقوانين التي يمكن أن تصدر مستقبلاً في أي من دول الاتحاد وذلك بالإضافة للحقوق المنصوص عليها في هذه الاتفاقية والتي لا يجوز بأي حال من الأحوال الإخلال بها أو حرمان أي شخص من دول الاتحاد في التمتع بها.

مفاد ذلك أن كل شخص طبيعياً كان أو معنوياً يتمتع في مختلف الدول الأجنبية المكونة لهذا الاتحاد بذات الحماية التي لرعايا هذه الدول لما يقررها التشريع الداخلي فيها، وذلك شريطة اتباع الإجراءات المنصوص عليها في هذا القانون، وإذا تعرضت أياً من حقوقهم لأي اعتداء فإنه لابد أن يباح لهم السير في الوسائل القضائية للدفاع عن حقوقهم مثلهم في ذلك مثل رعايا هذه الدولة.

وفقاً لما تقضي به المادة (٢/٢) من اتفاقية باريس فإنه إذا تقدم شخص في أي دولة من دول الاتحاد بطلب لحماية ملكيته الصناعية فإنه لا يجوز لهذه الدولة أن تشترط عليه أيّاً من الشروط

(٣٦) هلا مقداد الجلي، أحكام العلامة التجارية، مرجع سابق، ص ١٢٦.

الآتية:

- ١- لا يجوز أن تشترط عليه هذه الدول أن يكون مقيم فيها.
 - ٢- لا يجوز أن تشترط عليه هذه الدولة أن يكون له منشأة صناعية أو تجارية فيها ومن ثم فإنه يحق له حماية ملكيته الصناعية دون توقف على إقامته أو ملكيته لمنشأة صناعية أو تجارية في الدولة التي يطلب الحماية فيها.
- والجدير بالذكر أن المادة (الثالثة) من اتفاقية باريس لم تقصر مفهوم الرعوية على رعايا الدول المكونة لاتحاد باريس بل بسطت هذا المفهوم يشمل من لهم منشآت صناعية أو تجارية في أي من دول الاتحاد^(٣٧)، ولو لم يكن من لهم هذه المنشآت ينتمون بجنسيتهم إلى أي من دول الاتحاد، ولكن يشترط بالطبع أن تكون هذه المنشآت حقيقية وليست صورية وإلا فإن أصحابها طالما أنهم لا ينتمون إلى أي من دول الاتحاد فإنهم لن يكون لهم حق التمتع بأحكام هذه الاتفاقية.
- ويلاحظ أن الاتفاقية تعطي لرعايا الاتحاد حق المفاضلة بين سريان نصوص الاتفاقية عليهم أو القوانين الداخلية واجبة التطبيق^(٣٨)، كما تجيز الاتفاقية للدول الأعضاء إبرام اتفاقيات خاصة لحماية حقوق الملكية الصناعية بشرط عدم التعارض مع أحكامها من حيث المساواة.

٢- مبدأ الأسبقية (الألوية) :

تنص المادة (٤) من اتفاقية باريس بأن كل من تقدم بطلب تسجيل علامة تجارية في إحدى دول الاتحاد، يتمتع فيما يتعلق بالتسجيل في الدول الأخرى، بحق السابق من خلال ستة شهور من تاريخ تقديم الطلب الأول فلا يحتج عليه بأي استعمال أو تسجيل للعلامة يقع خلال هذه المدة في أي دولة من دول الاتحاد، إذ لا يحتج عليه إلا بالاستعمال أو تسجيل العلامة في دولة من دول الاتحاد، قبل بدء السنة أو تسجيل العلامة في دولة من دول الاتحاد قبل بدء مدة الستة شهور من

(٣٧) محمود سمير الشرقاوي، القانون التجاري، مرجع سابق، ص ٥٩٥. و محمد حسين إسماعيل، مرجع سابق،

ص ٨٥ - ٩٠. وهلا مقداد الجليل، مرجع سابق، ص ٢٠٩.

(٣٨) سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، مرجع سابق، صفحة ٦٢٥. صلاح زين الدين، المدخل للملكية الفكرية،

مرجع سابق، ص ١٤٠.

تاريخ تقديم الطلب الأول^(٣٩).

والغاية من هذه الأسبقية هو دفع الخطر الذي قد ينتقص من الحماية الدولية للعلامة التجارية واعتبار كل الدول المنظمة إلى الاتفاقية دولة واحدة وأن تاريخ تقديم الطلب في أي منها يسري عليها جميعاً^(٤٠).

وقد أخذ القانون الأردني بمبدأ الأسبقية فنصت المادة (١/٤١) من قانون العلامات التجارية الأردني على أنه: "إذا كانت المملكة مرتبطة باتفاقية دولية ثنائية أو منضمة إلى معاهدة دولية تمنح الحماية المتبادلة للعلامات التجارية المسجلة لدى أي منها يجوز لأي شخص من رعايا الدول الطرف في الاتفاقية أو المعاهدة تقديم الطلب إلى المسجل لحماية علامته التجارية في المملكة، شريطة إيداع طلبه لدى المسجل خلال ستة أشهر من اليوم التالي لتاريخ إيداع طلب تسجيلها لدى الجهة المختصة في دولته وفي هذه الحالة يعتبر تاريخ التسجيل في المملكة هو تاريخ تقديم طلب التسجيل للعلامة التجارية في تلك الدولة".

وفي التشريعات المقارنة أخذ التشريع المصري في قانون حماية الملكية الفكرية رقم (٨٢)/ لسنة ٢٠٠٢ بمبدأ الأسبقية، حيث نص المادة (٧٥) منه على أنه: "إذا أودع طلب تسجيل علامة في إحدى الدول أو الكيانات الأعضاء في منظمة التجارة العالمية، أو التي تعامل جمهورية مصر العربية معاملة المثل، جاز لمقدم الطلب- أن يتقدم إلى المصلحة في جمهورية مصر العربية بطلب مماثل يتعلق بذات العلامة، وينصب على ذات المنتجات التي يشملها الطلب السابق وذلك كله وفقاً للشروط والأوضاع المنصوص عليها في هذا القانون ولوائحته التنفيذية".

وفي هذه الحالة يعتد في تحديد الأولوية بتاريخ تقديم الطلب الأول في البلد الأجنبي.

(٣٩) محمود سمير الشرقاوي، القانون التجاري، مرجع سابق، ص ٥٩٥؛ سميحة القليوبي، الملكية الصناعية،

مرجع سابق، ص ٦٢٨؛ مصطفى كمال طه، القانون التجاري، مرجع سابق، ص ٧٦٤.

(٤٠) المحامي محمد أنور حمادة، النظام القانوني براءات الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ٢٠٠٢، ص ٩٥.

٣- مبدأ استقلال تسجيل العلامات في دول الاتحاد:

تنص المادة (٦) من اتفاقية باريس على أنه: "١- تحدد شروط إيداع وتسجيل العلامات الصناعية أو التجارية في كل من دول الاتحاد عن طريق تشريعها الوطني.

٢- ومع ذلك لا يجوز رفض طلب تسجيل علامة مودعه من قبل أحد رعايا دولة من دول الاتحاد في أي دولة من دول الاتحاد، أو أبطال صحتها استناداً إلى عدم إيداعها أو تسجيلها أو تجديده في دولة المنشأ.

٣- تعتبر العلامة التي سجلت طبقاً للقانون في إحدى دول الاتحاد مستقلة عن العلامة التي سجل في دول الاتحاد الأخرى بما في ذلك دولة المنشأ.

٤- مبدأ قبول تسجيل جميع العلامات المسجلة في بلدها الأصلي.

تنص المادة (٦/ خامساً) واتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية على أنه:

"١- يقبل إيداع كل علامة تجارية أو صناعية مسجلة طبقاً للقانون في دولة المنشأ كما يتم حمايتها في الحالة التي هي عليها في الدول الأخرى للاتحاد، وذلك مع مراعاة التحفظات الواردة في هذه المادة. ويجوز لتلك الدول أن تطلب قبل إجراءات التسجيل النهائي تقديم شهادة تسجيل العلامة في دولة المنشأ صادرة من السلطة المختصة بها، ولا يشترط أي تصديق بالنسبة لهذه الشهادة....".

ومفاد ذلك إن اتفاقية باريس قد فرضت على دولة الاتحاد قبول تسجيل العلامة التجارية أو الصناعية متى استوفت شروط تسجيلها بحسب قانون بلد الأصل^(٤١). فإذا لم يكن قانون بلد العلامة الأصلية يتطلب التحقق من الشروط الموضوعية للعلامة فلا يجوز منع تسجيل العلامة في دولة من دول الاتحاد يتطلب قانونها ذلك^(٤٢).

(٤١) حسني عباس، القانون التجاري، الكتاب الأول، لسنة (١٩٩٦)، ص ٤٥٥.

(٤٢) محمود سمير الشرقاوي، القانون التجاري، مرجع سابق، ص ٥٩٦.

وإذا كان الأصل أن جميع دول الاتحاد ملزمة بتسجيل العلامة التي سبق تسجيلها في بلد الأصل إلى أن اتفاقية باريس أباحَت لدول الاتحاد عدة حالات يجوز بمقتضاها للدولة التي يطلب فيها تسجيل العلامة التجارية التي سبق تسجيلها في دولة أخرى أن ترفض إجراء هذا التسجيل أو تبطله طالما توافرت إحدى الحالات الآتية^(٤٣):

١- إذا كان من شأن العلامات المطلوب تسجيلها الإخلال بالحقوق المكتسبة للغير في الدولة التي تطلب الحماية فيها^(٤٤).

ومفاد ذلك أنه إذا كانت العلامة الأجنبية المطلوب تسجيلها في إحدى دول الاتحاد سبق تسجيلها بواسطة شخص آخر في الدولة المذكورة نفسها، فيحق لهذه الدولة أن ترفض تسجيل العلامة الأجنبية على الرغم من أن إحدى دول الاتحاد حفاظاً على حقوق صاحب العلامة الذي قام أولاً بتسجيل علامته^(٤٥).

وكذلك الحال إذا ثبت أن العلامة الأجنبية المطلوب تسجيلها سبق استعمالها بواسطة إحدى رعايا الدولة المطلوب تسجيل العلامة فيها، فإنه يحق لهذه الدولة أن ترفض تسجيل هذه العلامة حفاظاً على حقوق الغير^(٤٦).

ومن هنا يمكن القول أن اتفاقية باريس قد أسبغت حماية على العلامة التجارية المسجلة وغير المسجلة، سواء كانت تقليدية أو غير تقليدية، ملموسة أو غير ملموسة بدليل أنها أباحت لدول الاتحاد أن تمتنع عن تسجيل علامة تجارية أجنبية طالما أنها تتعارض مع حقوق احد رعاياها الذي يمكن أن يكون حقه قد نشأ بسبق التسجيل أو سبق الاستعمال، ولا شك أنه في ذلك ضمانه

(٤٣) سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص٦٢٦؛ سمير الشرقاوي، القانون التجاري، ج ١، دار النهضة العربية، القاهرة، ص٥٩٦؛ هالة مقداد الجليلي، أحكام العلامة التجارية "دراسة قانونية مقارنة"، المكتبة القانونية، دمشق، ٢٠٠٥، ص١٢٩.

(٤٤) الفقرة (ب/١) من المادة (٥/٦) من اتفاقية باريس.

(٤٥) بهذا المعنى هالة مقداد الجليلي، المرجع السابق، ص١٢٩.

(٤٦) محمود سمير الشرقاوي، مرجع السابق، ص٥٩٦.

حقيقية وعلية لصاحب العلامة تجارية غير المسجلة وهو ما أخذ به المشرع الأردني في نص المادة (٨) من قانون العلامات التجارية على أنه: "لا يجوز تسجيل ما يأتي ٦....- العلامات التي تؤدي إلى غش الجمهور أو العلامات التي تشجع المنافسة التجارية غير المحقة أو التي تدل على غير مصدرها الحقيقي".

وكذلك المشرع المصري حيث نصت المادة (٦٧) من قانون حماية الملكية الفكرية رقم (٨٢) لسنة (٢٠٠٢) على أنه: "لا يسجل كعلامة تجارية أو كعنصر منها ما يأتي.... ٨- العلامات المؤشرات الجغرافية التي من شأنها أن تظل للجمهور أو تحدث لبساً لديها أو التي تتضمن بيانات كاذبة عن مصدر المنتجات من السلع أو الخدمات أو عن صفاتها الأخرى....".

٢- إذا كانت مجردة من أي صفة مميزة أو كان تكوينها قاصراً على إشارات أو بيانات يمكن أن تستعمل في التجارة للدلالة على نوع المنتجات وجودتها أو كميتها أو الغرض منها أو قيمتها أو محل منشأ المنتجات أو زمن الإنتاج، وإذا كانت قد أصبحت شائعة في اللغة الجارية أو في العادات التجارية المشروعة والمستقرة في الدولة التي تطلب فيها الحماية^(٤٧).

وقد أخذ المشرع الأردني بذلك في نص المادة (٧) من قانون العلامات التجارية على أنه: "١- يشترط لتسجيل العلامة التجارية أن تكون ذات صفة فارقة من حيث الأسماء أو الحروف أو الأرقام أو الأشكال أو الألوان أو غير ذلك أو أي مجموعة منها...".

كما نصت المادة (٨) من ذات القانون على أنه لا يجوز تسجيل ما يأتي:

٧- "العلامات المؤلفة من أرقام أو حروف أو ألفاظ تستعمل عادة في التجارة لتمييز أنواع البضائع و أصنافها أو العلامات التي تصف نوع البضائع أو جنسها...".

وكذلك أخذ المشرع المصري بذات الحكم فتنص المادة (٦٧) من قانون الحماية المكية الفكرية رقم (٨٢) لسنة (٢٠٠٢) على أنه: "لا يسجل كعلامة تجارية أو عنصر منها

(٤٧) الفقرة (ب/س) من المادة (٦/خامساً) من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة ١٨٨٣.

ما يأتي: ١- العلامات الخالية من أية صفة مميزة أو المكونة من علامات أو بيانات ليست إلا التسمية التي يطلقها العرف على المنتجات أو الرسوم أو الصور العادية لها".

٣- إذا كانت العلامة التجارية مخالفة للنظام العام أو الآداب العامة ولما سيما من الطبيعة يترتب عليها تضليل الجمهور. من المتفق عليه أنه لا يجوز اعتبار علامة مخالفة للنظام العام لمجرد عدم مطابقتها لأحد أحكام التشريع الخاص للعلامات إلا إذا كان هذا الحكم يتعلق في حد ذاته بالنظام العام^(٤٨).

وهذا يعني أن اتفاقية باريس قد أعطت دول الاتحاد حق الامتناع عن تسجيل علامة تجارية سبق تسجيلها في البلد الأصلي، إذا كانت العلامة مخالفة للنظام العام أو الآداب ومن المعروف أن فكرة النظام العام والآداب فكرة مرنة تختلف باختلاف الزمان والمكان، وتختلف من دولة لأخرى، مما يعد متفق مع النظام العام أو الآداب في دولة معينة، قد يكون مخالفاً للنظام العام أو الآداب في دولة أخرى، ولذلك أبحاث اتفاقية باريس لكل دولة الحق في الامتناع عن تسجيل أية علامة تجارية ترى أنها مخالفة لغة النظام العام أو الآداب فيها ولكن الاتفاقية عادة وأشارت إلى أنه لا يجوز تفسير ذلك بأن العلامة التجارية المطلوب تسجيلها لابد أن تتطابق في شروطها مع الشروط المنصوص عليها في التشريع الداخلي للدولة المطلوب تسجيل العلامة فيها فهذا أمر يصعب تحقيقه، وبالتالي لا يجوز لأحد الدول أن تمتنع عن تسجيل علامة تجارية لمجرد مخالفتها للشروط الواردة في تشريعها، ولكن يجوز لها ذلك إذا كان الشرط الذي تخالف العلامة التجارية المطلوب تسجيلها في حد ذاته متعلق في النظام العام أو الآداب.

إن اتفاقية باريس قد كفلت أيضاً الحماية للعلامات التجارية المسجلة وغير المسجلة، سواء كانت ملموسة، أو غير ملموسة من خلال المادة (١٠/ثانياً) من الاتفاقية التي نصت على أنه: "١- تلتزم دول الاتحاد بأن تكفل لرعايا دول الاتحاد الأخرى حماية فعالة ضد المنافسة غير المشروعة.

(٤٨) الفقرة (ب/٣) من المادة (٧٨/خامساً) من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة ١٨٨٣.

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

٣- ويكون محظوراً بصفة خاصة ما يلي:-

أ- كافة الأعمال التي من طبيعتها أن توجد بأية وسيلة كانت لبساً مع منشآت أحد المنافسين أو منتجاتها أو نشاطه الصناعي أو التجاري.

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

ج- البيانات أو الداءات التي يكون استعمالها في التجارة من شأنه تضليل الجمهور بالنسبة لطبيعة السلعة أو طريقة تصنيفها أو خصائصها أو صلاحيتها للاستعمال أو كميتها.

وهذا يعني أن اتفاقية باريس قد أوجبت على الدول أعضاء الاتحاد أن تكفل لرعايا دول الاتحاد الأخرى حماية حقيقية وفعالة ضد المنافسة غير المشروعة التي قد تنتج عن الاعتداء على علامة تجارية مملوكة لأحد رعايا دول الاتحاد أياً كانت صورة الاعتداء، وجدير بالذكر أن الاتفاقية لم تشترط أن تقع أعمال الاعتداء على علامة تجارية مسجلة، بل جاء النص مطلقاً مما يقطع بأن الاتفاقية قد ساوت في الحماية القانونية بين العلامات التجارية المسجلة وغير المسجلة، بل وأوجبت على دول الاتحاد أن تكفي لرعاية دول الاتحاد وسائل الطعن القانونية الملائمة لقمع جميع أعمال المنافسة غير المشروعة التي تقع عليهم^(٤٩).

وبالإضافة إلى الحماية الدائمة التي كفلتها اتفاقية باريس للعلامة التجارية غير المسجلة على النحو السابق تفصيلاً فإن اتفاقية باريس وإمعاناً منها لحماية العلامة التجارية فقد كفلت لها الحماية بصورة مؤقتة أثناء المعارض الدولية الرسمية فقضت^(٥٠):

(٤٩) المادة (١٠/ثالثاً/١) من اتفاقية باريس لعام ١٨٨٣.

(٥٠) المادة (١١) من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية ١٨٨٣.

١- بأن تمنح دولة الاتحاد، طبقاً لتشريعها الداخلي، حماية مؤقتة للعلامة الصناعية أو التجارية وذلك بالنسبة للمنتجات التي تعرض في المعارض الدولية الرسمية أو المعترف بها رسمياً والتي تقام على إقليم أي الدولة منها.

٢- لا يترتب على تلك الحماية المؤقتة على تأثير على أحكام الإيداع المنصوص عليها في المادة (٤) ويجوز لسلطة كل دولة في حال المطالبة فيما بعد بحق الأولوية، أن تجعل سريان الميعاد يبدأ من تاريخ إدخال المنتج في المعرض.

٣- يجوز لكل دولة أن تطلب ما تراه ضرورياً من المستندات التي تثبت ذاتية الشيء المعروض وتاريخ إدخاله المعرض.

ذلك أن اتفاقية باريس قد أتت بتنظيم شامل لجميع أحكام عرض المنتجات التي تحمل علامة تجارية أو صناعية في المعارض الدولية، أو المعترف بها رسمياً والتي تقام على إقليم إحدى دول الاتحاد، وقد ألزمت الاتفاقية دول الاتحاد أن توفر تشريعاتها الداخلية هذه الحماية طوال مدة المعرض بيد أنها أبحاث لمختلف دول الاتحاد أن تشترط على المشتركين في هذه المعارض أن يقدموا مستندات تثبت ذاتية الشيء المعروض، وكذلك تاريخ إدخاله للمعرض^(٥١).

وقد نبهت الاتفاقية إلى أن تلك الحماية المؤقتة لا تؤثر على أحكام الإيداع الواردة بالمادة (٤) من ذات الاتفاقية كما أنها أبحاث لدول الاتحاد في حال المطالبة بحق الأولوية، أن تعجل هذا الميعاد يسري من تاريخ إدخال المنتج في المعرض.

(٥١) المادة (١١) من اتفاقية باريس لحماية المكية صناعية لسنة ١٨٨٣

المطلب الثاني

موقف اتفاقية مدريد من

تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة وحمايتها

تدور اتفاقية مدريد حول السلع التي تحمل بياناً زائفاً أو مضللاً للمصدر، والتي يجب حجزها عند الاستيراد، أو يحضر استيرادها واتخاذ التدابير والعقوبات المناسبة. وقد تضمنت الاتفاقية الحالات التي يطلب فيها الحجز، وطريقة تنفيذه، ويحضر استخدام البيانات الداعية التي تخدع الجمهور فيما يتعلق بمصدر السلع وتختص المحاكم المحلية في الدول المتعاقدة بالبت في مسائل التسميات، التي لا تخضع لأحكام هذا الاتفاق بسبب نوعيتها.

خلت نصوص الاتفاقية من تنظيم أحكام حماية العلامات التجارية غير المسجلة مدنياً، سواء كانت غير تقليدية، أو غير ملموسة، ولم تشترط الاتفاقية لتسجيل العلامة التجارية في كل بلدان الاتحاد الأعضاء وإنما اكتفت بأن يقوم صاحب العلامة بتسجيلها في دولة المنشأ العضو فقط.

اتجهت اتفاقية مدريد نحو التخفيف على كاهل مالِك العلامة التجارية المسجلة بأن وضعت نظاماً للتسجيل الدولي للعلامات التجارية من خلال الاتحاد الخاص الذي أنشأه اتفاق مدريد بين الدول المنضمة إليه يمكن على أساسه لمالك العلامة التجارية المسجلة في إحدى دول الاتحاد أن يكفل الحماية لها في جميع دول الاتحاد بتسجيلها لدى المكتب الدولي لحماية الملكية الصناعية في برن دون أن يحتاج إلى تسجيلها في كل دولة من دول الاتحاد ويترتب على هذا التسجيل أن تتمتع العلامة بالحماية في جميع دول الاتحاد^(١)، ولكي يتمكن صاحب العلامة التجارية من تسجيل تسجيل علامته لدى المكتب فإنه ينبغي عليه أولاً تسجيل علامته التجارية لدى الجهة المختصة في بلده، ثم يطلب من هذه الجهة تحويل الطلب إلى المكتب الدولي الذي يتولى بدوره إبلاغ الدول

(١) سميحة القليوبية، الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص ٦٣١. هلا مقداد الجليلي، أحكام العلامة التجارية، مرجع سابق ص ١٣١.

المنظمة للاتحاد بالتسجيل بعد إتمام قيد العلامة في السجل الدولي المعدل لذلك الغرض^(١).

ويترتب على تسجيل العلامة دولياً أن تتمتع بالحماية في جميع دول الاتحاد كما لو كانت مسجلة في كل دولة على حدة وفقاً لقواعد التشريع الداخلية وفي ذلك تنص المادة (١/١٤) من اتفاق مدريد على أنه: "إذا رأى المكتب الدولي أن الطلب الدولي يستوفي شروط المطلوبة، يجب عليه أن يسجل العلامة في السجل الدولي، ويبلغ التسجيل الدولي لمكاتب الأطراف المتعاقدة المعنية، ويبلغ ذلك لمكتب المنشأ، ويرسل شهادة إلى صاحب التسجيل الدولي".

وعند إلغاء التسجيل في البلد الأصل لأي سبب من الأسباب يتم إلغاء التبعية التسجيل الدولي الذي تم للعلامة التجارية^(٢).

ويتضح مما سبق أن اتفاق مدريد قد انصب على عملية تنظيم تسجيل العلامات التجارية على الصعيد الدولي، ومن ثم خلا من أي أحكام الحماية للعلامات التجارية غير المسجلة، سواء كانت ملموسة، أو غير ملموسة.

(١) محمود الشرقاوي، القانوني التجاري، مرجع سابق، ص ٥٩٧.

(٢) سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، ط٨، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٩٩، ص ٦٣٣.

المطلب الثالث

موقف اتفاقية التريس من

تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة وحمايتها

يُعد إنشاء منظمة التجارة العالمية (WTO) في عام (١٩٩٤) الحدث الأهم من بين الأحداث الدولية بعد قيام الأمم المتحدة، وأن توقيع اتفاقية تريس يعتبر أهم حدث في مجال حماية الملكية الفكرية، ويقصد باتفاقية تريس اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية.

إن أحكام هذه الاتفاقية لم تتسخ أحكام الاتفاقيات الدولية الرئيسية التي سبق إبرامها في مختلف مجالات الملكية الفكرية وعلى رأسها اتفاقية باريس للملكية الصناعية، بل أحالت عليها في مواضيع عدة، ووطرت أيضا ما جاء في اتفاقية باريس من أحكام منظمة للعلامات التجارية من جهتين^(١).

اتفاقية التريس لم تقصر العلامة التجارية على علامة السلعة، بل إضافة لمفهوم العلامة التجارية لعلامة الخدمة، وأصبحت الأحكام المنظمة للعلامات التجارية في الاتفاقية تسري على العلامات المميزة، سواء أكانت مرتبطة بالسلعة، أم الخدمة، بعدما كانت الدولة غير ملزمة بأن تكفل تسجيل علامة الخدمة وفقا للمادة (٦/٦) من اتفاقية باريس، وكذلك أن اتفاقية التريس أبرزت خاصية العلامة التجارية في تمييز السلع والخدمات واتخذت خاصية التمييز كأساس تقوم عليه العلامة التجارية كما في نص المادة (١/١٥) من اتفاقية التريس: "وتعد أي إشارة أو مجموعة إشارات تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة لأن تكون علامات تجارية"^(٢).

وكان موقف اتفاقية التريس من حماية العلامات التجارية غير الملموسة متخذة موقفا سلبيا

(١) محمد مرسي عبده، إشكالية تسجيل الرائحة كعلامة تجارية غير تقليدية بين الفقه والنشرية: دراسة مقارنة، مجلة كلية القانون الكويتية العالمية، ٢٠١٨، عدد ٤.

(٢) المادة ١/١٥ من اتفاقية التريس.

اتجاه الحماية القانونية، رغم أنه كان يفهم ضمناً من المادة (١٥/١) من الاتفاقية أنه يجوز لدول أعضاء منظمة التجارة العالمية أن تسجل علامات تجارية دون أن تشترط قابليتها للأدراك بحاسة النظر، وهو ما قد يسمح للدول بأن تقبل تسجيل العلامات التجارية غير الملموسة، طالما أن العلامة غير الملموسة هي التي تضيف الطابع المميز على السلعة أو الخدمة^(١)، لذلك لجأت بعض الدول التي تسمح بحماية العلامات التجارية غير الملموسة، لأسباب عملية اقتصر عملية التسجيل على العلامات التي يمكن تخطيطها بسهولة نسبية، كما هو الحال عادة بالنسبة للأصوات.

وكذلك أجازت الاتفاقية للبلدان الأعضاء استبعاد العلامات غير الملموسة علامة الرائحة وعلامة الصوت من التسجيل كعلامة تجارية، وقد أجازت الاتفاقية للدول الأعضاء أن تشترط تشريعاتها لتسجيل العلامة أسبقية استعمالها، حيث أن تشريعات بعض الدول تشترط استعمال العلامة قبل تسجيلها وهذا هو الحل في الولايات المتحدة الأمريكية وكندا، ولا يجوز أن تحول طبيعة السلعة أو الخدمة التي يراد أن تستخدم العلامة في تميزها دون تسجيل العلامة وتلتزم الدول الأعضاء بنشر كل علامة تجارية إما قبل تسجيل أو في أعقاب التسجيل، وإتاحة فرصة معقولة لتقديم التماسات بإلغاء التسجيل، كما يجوز للدول إتاحة فرصة الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية.

وفيما يتعلق بالحماية القانونية للعلامات التجارية غير المسجلة فقد كفلتها المادة (١٦/١) من اتفاقية تربس على أنه: "يتمتع صاحب العلامة التجارية المسجلة بالحقوق المطلق في منع جميع الأطراف الثالثة التي لم تحصل على موافقة صاحب العلامة من استخدام العلامة ذاتها أو علامة مماثلة في أعمالها التجارية بالنسبة للسلع والخدمات ذاتها أو المماثلة لتلك التي سجلت بشأنها العلامة التجارية حيث يمكن أن يسفر ذلك الاستخدام عن احتمال حدوث لبس ويفترض احتمال حدوث لبس في حالة استخدام علامة تجارية مطابقة بالنسبة للسلع أو خدمات مطابقة. ويحظر أن

(1) Stavroula Karapapa, registering scents as community trademarks, the law journal of the international trademark association, trademark reporter 2010, Vol. 100, no. 6.

تظهر الحقوق الموصوفة أعلاه بأية حقوق سابقاً قائمة حالياً، أو أن تؤثر في إمكانية منح البلدان الأعضاء حقوقاً في العلامات التجارية على أساس الاستخدام". فبعد أن بينت هذه الفقرة أن مالك العلامة التجارية المسجلة يتمتع بالحق المطلق في منع الغير الذي لم يحصل على موافقة باستخدام العلامة التجارية ذاتها أو علامة مماثلة على السلع والخدمات ذاتها أو الممثلة تلك التي سجلت بشأنها العلامة التجارية إذا كان الاستخدام من المحتمل أن يؤدي إلى حدوث لبس، ويفترض احتمال حدوث لبس في حال استخدام علامة تجارية مطابقة بالنسبة للسلع أو الخدمات المطابقة، فقد أوضحت الفقرة سابقة الذكر أن جميع الحقوق التي سبق ذكرها والتي يتمتع بها مالك العلامة التجارية المسجلة لا يمكن أن تخل بالحقوق السابقة للغير والتي تتمثل في ملكيته للعلامة التجارية عن طريق الاستعمال أو تؤثر في حق الدول الأعضاء في أن تعطي حقوق لأصحاب العلامات التجارية عن طريق الاستعمال وليس عن طريق التسجيل، وهذا يعني أن اتفاقية التريبس قد أعطت مالك العلامة تجارية غير المسجلة، سواء كانت ملموسة، أو غير ملموسة في حماية علامته التجارية استناداً إلى الاستعمال فقط دون أن يتوقف هذا الحق على تسجيل العلامة التجارية^(١).

وقد رتبت الاتفاقية الكثير من الآثار القانونية على تسجيل العلامة التجارية إلا أنها لم تشترط لحماية العلامة التجارية مدنياً أن تكون مسجلة ذلك أن الاتفاقية تعتبر التسجيل السبب المنشأ لملكية العلامة تجارية وليس السبب المنشأ للحق في المطالبة بالتعويض عن ضرر ناجم عن الاعتداء على العلامة التجارية غير المسجلة، سواء أكانت ملموسة، أم غير ملموسة^(٢).

كذلك نصت المادة ٤٥ من الاتفاقية على أنه: "١- للسلطات القضائية صلاحية أن تأمر المعتدي بأن يدفع لصاحب الحق تعويضاً مناسباً عن الضرر الذي لحق به بسبب التعدي على حقه في الملكية الفكرية من جانب متعدي يعلم أو كانت هناك أسباب معقولة تجعله يعلم أنه قام

(١) مسلم أبو عواد، الحماية المدنية للعلامات التجارية غير المسجلة وفق أحكام القانون الأردني والاتفاقيات الدولية "دراسة مقارنة"، المكتبة الوطنية، عمان، ٢٠٠٧، ص ١٢١.

(٢) عبدالله الخشوم، الملكية الصناعية والتجارية، ط ١، دار وائل للنشر، عمان، ٢٠٠٥، ص ١٧٣.

بذلك التعدي.

٢- والسلطات القضائية أيضا صلاحية أن تأمر المعتدي بأن يدفع لصاحب الحق المصروفات التي تكبدها، التي يجوز أن تشمل أتعاب المحامي وفي الحالات المناسبة يجوز للبلدان الأعضاء تخويل السلطات القضائية صلاحية أن تأمر باسترداد الأرباح أو دفع تعويضات مقررة سلفاً حتى لا يكون المعتدي يعلم أو كانت هناك أسباب معقولة تجعله يعلم أنه قام بذلك التعدي.

ونتيجة ما تم ذكره سابقا نستنتج أن الحماية المقررة للعلامات التجارية غير الملموسة يجب أن تكون بناءً على الدور الوظيفي التمييزي للعلامة، فهناك العديد من الإشارات والعلامات الجديدة ذات الأثر العظيم في نفوس المستهلكين، والتي تقوم على زيادة الأهمية التجارية وهي بحاجة إلى الحماية شأنها شأن العلامات التجارية التقليدية، ومن الخطأ أن نجعل من صعوبة تسجيل مثل هذا النوع غير الملموس من العلامات رادعاً أمام تقرير حق الحماية لها، ذلك أن هناك آليات تعريف و تصنيف حديثة ومتطورة تتحمل قدرة منح الحماية للعلامات التجارية غير الملموسة التي ظهرت حديثاً و تلك العلامات التجارية غير الملموسة غير المعروفة التي قد تظهر في المستقبل القريب^(١).

١ - المبادئ الأساسية لاتفاقية تريريس:

جاءت اتفاقية تريريس بالعديد من المبادئ القانونية الهامة التي تتمتع بها الدول المنضمة لها وهي:

١ - مبدأ المعاملة الوطنية:

تنص المادة (٣) من اتفاقية تريريس على (أن تلتزم كل من البلدان الأعضاء بمنح مواطنين البلدان الأخرى الأعضاء معاملة لا تقل عن المعاملة التي تمنحها لمواطنيها فيما يتعلق بحماية الملكية الفكرية).

(1) Maiumdar, Arka, Sadhu, Sabhojit, Majumdar, Sunandan, (2006), the requirement of graphical Representability for.

بحيث تتحقق المساواة بين مواطني هذه الدولة ومواطنين الدولة الأجنبية، بصفة كاملة من حيث تحديد المستفيدين من هذه الحماية وكيفية الحصول عليها أو من حيث نطاقها ومدة نفاذها^(١).

٢- مبدأ الدولة الأولى (الأفضل بالرعاية)

تنص المادة (٤) من اتفاقية التريس بأنه: "فيما يتعلق بحماية الملكية الفكرية، فإن أي ميزة أو تفضيل أو امتياز أو حصانة، يمنحها بلد عضو لمواطنين أي بلد آخر يجب أن تمنح على الفور دون أي شروط لمواطنين جميع البلدان الأعضاء الأخرى...".

ومفاد ذلك أنه إذا قامت دولة عضو في منظمة التجارة العالمية بمنح دولة أخرى عضو في المنظمة ميزة معينة أو تفضيل بأي شكل من الأشكال في المعاملة أو امتياز أو حصانة فإن هذه الميزة أو الأفضلية لن تصبح قاصرة على الدولة التي منحت لها بل ستمتد لجميع الدول الأخرى الأعضاء دون قيد أو شرط.

وهذا المبدأ لم يسبق تقريره في أية اتفاقية دولية متعلقة بالملكية الفكرية وبالتالي فإن اتفاقية التريس كان لها السبق في تقرير هذا المبدأ في مجال الملكية الفكرية وهو مبدأ مقتبس من اتفاقية الجات (١٩٤٧)، وقد استنتت المادة الرابعة من اتفاقية تريس في مجال الالتزام بمبدأ الدولة الأولى بالرعاية أي ميزة أو تفضيل أو امتياز أو حصانة يمنحها بلد عضو إذا كانت نابعة عن اتفاقية دولية بشأن المساعدة القضائية^(٢).

٣- حدود الحماية:

الأصل المقرر وفقاً لاتفاقية التريس أن تلتزم كل دولة عضو في الاتفاقية بمنح حقوق لرعايا الدول الأخرى متساوية في الحقوق مع الحقوق الممنوحة لرعاياها وهو المبدأ سابق الذكر

(١) جلال وفاء محمدين، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقاً لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (ترييس)، مطبعة الجامعة، الإسكندرية، ١٩٩٩، ص ٢٤.

(٢) حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، كلية الحقوق، جامعة المنوفية، ١٩٩٣، ص ١٨٣.

المعروف بمبدأ المعاملة الوطنية. غير أن هذا الأمر يدمر إذا كانت القواعد الواردة في تشريع إحدى الدول دون الحدود الدنيا الواردة في اتفاقية ترخيص وفي هذه الحالة يصبح لازماً على هذه الدول أن تعدل قواعدها الداخلية حتى تصبح متفقة على الأقل مع الحماية المقررة وفقاً لاتفاقية الترخيص وهو الأمر الذي أوجبه الفقرة (٣) من المادة (١) من الاتفاقية، والتي تقضي بضرورة أن تطبق الدول الأعضاء المعاملة المنصوص عليها في هذه الاتفاقية على مواطني الدول الأخرى الأعضاء^(١).

٤- مواعيد نفاذ اتفاقية ترخيص:

نصت المادة (١/٦٥) من اتفاقية الترخيص أن جميع الدول الأعضاء في الاتفاقية تتمتع بمهلة لمدة سنة وذلك لكي تقوم هذه الدول بتعديل تشريعاتها بما يتفق مع أحكام الاتفاقية. تصبح هذه الاتفاقية نافذة المفعول من أول كانون ثاني عام ١٩٩٦.

وكذلك راعت الاتفاقية ظروف الدول النامية والأقل نمواً ونص على ترتيبات انتقالية في المواد (٦٥، ٦٦، ٦٧) يمكن بمقتضاها لهذه الدول أن تتحرر من أحكام الاتفاقية لفترة زمنية معينة وفقاً لدرجة تقدمها.

٥- منع وتسوية المنازعات:

اشتملت المادتين (٦٤، ٦٣) من اتفاقية الترخيص على الأحكام الخاصة بمنع وتسوية المنازعات التي تنشأ بين الدول الأعضاء في شأن حماية حقوق الملكية الصناعية، وذلك من خلال تكريس مبدأ الالتزام بالشفافية ووضع قواعد تفصيلية لتسوية المنازعات:

أن اتفاقية الترخيص أتت بتعريف موحد للمرة الأولى للعلامات التجارية في مجال السلع والخدمات على حد سواء، وتعد أي علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع والخدمات

(١) محمد حسام محمود لطفى، تأثير اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (ترخيص)، ط٣، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة ٢٠٠٢، ص٤٩؛ صلاح زين الدين، المدخل إلى الملكية الفكرية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٥، ص٦٥.

التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة لأن تكون علامة تجارية، لاسيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية وحروفاً وأرقاماً وأشكالاً ومجموعة ألوان، أو أي مزيج من هذه العلامات^(١)، إن أي إشارة يمكن أن تكون علامة تجارية شريطة القيام بتمييز السلع والخدمات.

وجدير بالذكر أن تعداد العلامات التجارية في الفقرة السابقة قد جاء على سبيل المثال لا الحصر وبالتالي يمكن أن تتكون العلامة التجارية من شكل مخالف للصور الواردة سالفاً طالما تحقق فيه القدرة على تمييز السلع والخدمات^(٢).

وهذا يعني أنه اتفاقية التريبس قد أعطت مالك العلامة التجارية غير مسجلة الحق في حماية علامته التجارية استناداً إلى الاستعمال فقد دون أن يتوقف هذا الحق على تسجيل العلامة التجارية. ولا شك أن في ذلك ضماناً عظيمة لمالك العلامة التجارية غير المسجلة تمكنه من حماية العلامة التجارية ضد أي اعتداء قد يحدث من الغير، وهذا ما ذهب إليه أحد الفقهاء بالقول بأن: "المادة (٤٥) من الاتفاقية، حيث منحت السلطات القضائية الصلاحية بأن تأمر المعتدي بأن يدفع لصاحب الحق تعويضات عادلة عن الضرر الذي لحق به نتيجة التعدي على حقه في الملكية الفكرية وكذلك المصروفات التي تكبدها المتضرر وأن حق المتضرر بالمطالب بالتعويض عن الضرر الذي لحق به".

(١) المادة (١/١٥) من اتفاقية تريبس.

(٢) جلال وفاء محمد، الحماية القانونية، مرجع سابق، ص ١٠٤.

الخاتمة

تكلمنا في هذه الدراسة عن الخلاف التشريعي حول العلامات التجارية غير الملموسة كنوع مستحدث من العلامات وتدور هذه الدراسة حول توجيه المشرع بأن هناك مظهر جديد للعلامات التجارية وفهم جوانبها وإدراك ماهيتها، تردد المشرع العربي بالاعتراف بالعلامات التجارية غير الملموسة التي لا تدرك بالبصر.

وفي نهاية الدراسة توصلت إلى عدة نتائج وبعض التوصيات أعرضها على النحو الآتي:

أولاً: النتائج:

- ١- أصبح للعلامات التجارية غير الملموسة، دور كبير ورئيسي في تمييز السلع والخدمات، وتعد مصدر للميزة التنافسية بين المنتجين ومقدم الخدمات.
- ٢- للعلامات التجارية غير الملموسة مساهمة فعالة في العملية الدعائية وجذب جمهور المستهلكين كونها تنشئ رابطة ذهنية وعاطفية ترسخ في عقل المستهلك.
- ٣- الاعتراف بالعلامات التجارية غير الملموسة هو أمر مستحدث في البيئة القانونية، لذلك كان هناك آراء مختلفة لدى التشريعات على المستوى العربي والأجنبي من حيث الاعتراف بها، وتوفير الحماية لها من عدمه.
- ٤- اعترف المشرع الأمريكي في تعريفه للعلامات التجارية "بأنها تتضمن أي كلمة أو اسم أو رمز أو أداة أو أي مزيج منها"، وتم تفسير كلمة رمز أنها تتوسع لتشمل العلامات التجارية غير الملموسة.
- ٥- سمح القانون الفرنسي بإدخال أية علامة تجارية جديدة، بشرط أن يتوفر فيها الشروط القانونية المطلوبة لتسجيل العلامة، وذلك لتتماشى مع التقدم التقني في مجال العلامات.
- ٦- رفض المشرع الأردني والمشرع المصري بالاعتراف بإمكانية تسجيل العلامات غير الملموسة كعلامة تجارية كونه يشترط الإدراك بالنظر لتسجيل العلامة التجارية.
- ٧- اعترف المشرع الأوروبي بتسجيل العلامات التجارية غير الملموسة كعلامة تجارية كونه يشترط الإدراك بالنظر لتسجيل العلامة التجارية.

ثانياً: التوصيات.

- ١- اقترح على المشرع الأردني بتعديل نص المادة (١/٧) من قانون العلامات التجارية الأردني بشطب عبارة "وقابل للإدراك عن طريق النظر"، ليصبح بعد ذلك نص المادة أعم، ويشمل العلامات التجارية غير الملموسة.
- ٢- يتوجب على المشرع المصري تعديل نص المادة (٦٣) من قانون حماية الملكية الفكرية ليضاف إلى نص المادة العلامات التجارية غير الملموسة وحذف عبارة "أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر".
- ٣- يجب على المشرع العربي تعديل نصوصه بإضافة نصوص خاصة تتعلق بالاعتراف والحماية للعلامات التجارية غير الملموسة وكذلك يعترف بأحقية الابتكارات المتعلقة بعلامة الصوت وعلامة الرائحة والذوق وأن تراعي طبيعة هذه العلامات وأهميتها.

قائمة المراجع

أولاً: مراجع باللغة العربية:

(١) الكتب:

- ١- جلال وفاء محمدين, الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقاً لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس), مطبعة الجامعة, الإسكندرية, ١٩٩٩.
- ٢- حسام الدين الصغير, الترخيص باستعمال العلامة التجارية, كلية الحقوق, جامعة المنوفية, ١٩٩٣.
- ٣- حسام الدين الصغير, الجديد في العلامات التجارية في ضوء حماية حقوق الملكية الفكرية الجديد واتفاقية التريبس, دار الفكر الجامعي, ٢٠٠٤.
- ٤- سميحة القليوبي, الملكية الصناعية, ط ١٠, دار النهضة العربية, ٢٠١٦.
- ٥- سميحة القليوبي, الملكية الصناعية, ط ٨, دار النهضة العربية, القاهرة, ١٩٩٩.
- ٦- صلاح زين الدين, المدخل إلى الملكية الفكرية, دار الثقافة للنشر والتوزيع, عمان, ٢٠١٥.
- ٧- صلاح سلمان زين الدين, ترقين العلامة التجارية في القانون الأردني, مجلة الحقوق, مجلس النشر العلمي, جامعة الكويت, المجلد ٣٣, العدد ٤, لسنة ٢٠٠٩.
- ٨- عبدالله الخشوم, الملكية الصناعية والتجارية, ط ١, دار وائل للنشر, عمان, ٢٠٠٥.
- ٩- محمد أنور حمادة, النظام القانوني براءات الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية, دار الفكر الجامعي, الإسكندرية, ٢٠٠٢.
- ١٠- محمد حسام محمود لطفي, تأثير اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس), ط ٣, الدار المصرية اللبنانية, القاهرة ٢٠٠٢.
- ١١- مسلم أبو عواد, الحماية المدنية للعلامات التجارية غير المسجلة وفق أحكام القانون الأردني والاتفاقيات الدولية "دراسة مقارنة", المكتبة الوطنية, عمان, ٢٠٠٧.
- ١٢- مصطفى كمال طه, القانون التجاري, منشورات الحلبي الحقوقية, ٢٠٠١.
- ١٣- نعيم مغنغب, الماركات التجارية والصناعية, ط ١, منشورات الحلبي الحقوقية, بيروت, ٢٠٠٥.

١٤- هاله مقداد الجليلي, أحكام العلامة التجارية دراسة قانونية مقارنة, المكتبة القانونية, دمشق, ٢٠٠٥.

(٢) الرسائل والأبحاث:

١- محمد حسين إسماعيل, الحماية الدولية للعلامات التجارية, رسالة دكتوراة, جامعة القاهرة, كلية الحقوق, ١٩٨٧م.

٢- محمد مرسى عبدة, إشكالية تسجيل الرائحة كعلامة تجارية غير تقليدية بين الفقه والتشريع, مجلة كلية القانون الكويتية العالمية, بحث ومقال, مجلد ٦, العدد ٢٤, ٢٠١٨م.

(٣) القوانين والاتفاقيات:

١- قانون العلامات التجارية الأردني رقم (٣٣) لسنة (١٩٥٢) المنشور في عدد الجريدة الرسمية رقم ١١١٠ بتاريخ ١/٦/١٩٥٢.

٢- قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري رقم (٨٢) لسنة ٢٠٠٢, الجريدة الرسمية, العدد ٢٢ مكرر الصادر بتاريخ ٢ يونيو ٢٠٠٢.

٣- المادة (٧٢) من اللائحة التنفيذية, للكتب الأول والثاني والرابع لقانون حماية الملكية الفكرية رقم (٨٢) لسنة ٢٠٠٢.

٤- اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة ١٨٨٣.

٥- اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (Trips) لسنة ١٩٩٤.

٦- اتفاقية مدريد لسنة ١٨٩١.

٧- قانون العلامات التجارية الأمريكي (The Lanham Act)

٨- قانون الملكية الفكرية الفرنسي (Code De La Propriété Intellectuelle) لعام ١٩٩٢.

(٤) أحكام قضائية:

١- المحاكم الاقتصادية بجمهورية مصر العربية, محكمة القاهرة الاقتصادية, الدائرة الثانية جنح اقتصادي, الجنحة رقم ٢٤٣٠ لسنة ٢٠١٠ قضائية, بتاريخ ١٧/١٠/٢٠١٠.

٢- قرار رئيس مجلس الوزراء رقم (١٣٦٦) لسنة (٢٠٠٣) بإصدار لائحة تنفيذية للكتب

الأول والثاني والرابع لقانون حماية الملكية الفكرية رقم (٨٢) لسنة (٢٠٠٢)، نشر في الجريدة الرسمية، العدد ٣٣ مكرر، بتاريخ ٢٠٢٣/٨/١٦.

ثانياً: مراجع باللغة الأجنبية:

(1) Books:

- 1- Pascale Tréfigny, Les signes olfactifs ne sont définitivement plus pour demain, revue de Propriété industrielle, Mars 2003, n°3, Commentaire. 19.
- 2- Paul Leo Carl Torremans, Trademark Law: Is Europe Moving Towards an Unduly Wide Approach for Anyone to Follow the Example?, Journal of Intellectual Property Rights, March 2005, volume 10.
- 3- Jean-Christophe Troussel and Pieter Van der Broecke, Is European trademark law getting in good shape?, fragrance as trademark, International Trademark Association, The Law Journal of the International Trademark Association, Trademark Reporter 2003 volume 93, No.1. p.1069. Available at: <http://www.inta.org/TMR/Documents/Volume%2093/vol93 no5 a4.pdf>
- 4- Lure Marino, A vos marques, prêts, partez!., revue de propriété industrielle, n°6, juin 2015.

(2) Articles:

- 1- Stavroula Karapapa, registering scents as community trademarks, the law journal of the international trademark association, trademark reporter 2010, Vol. 100, no.6.
- 2- James E. Hawes, fragrance as trademark, the law journal of the international trademark association, trademark reporter 1989", Vol. 79, no. 2.

ثالثاً: المواقع الإلكترونية.

١- لمراجعة الإصلاحات المقترح إدخالها على اللائحة الأوروبية للعلامات التجارية، يمكن مراجعة الموقع الإلكتروني الآتي:

http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-4823_fr.htm

٢- تقرير منشور في النشرة الإلكترونية عن هذا القرار:

<http://www.internationallawoffice.com/ld.cfm?newsletters-ref774>

- 3- <http://www.egypt.gov.eg/services/servicesdetailsfiles.aspx?ld=5057>
- 4- Ralf sieckmann v Deutsches patent-und markenamt, court of justice of the European communities judgment of the court of 12 December 2002, case c-27300/,reports of cases: 2002 I-11737 Available at: <http://curia.europa.eu/juris/showpdf.jsf?text=&docid=47585&pageindex=0&doclang=en&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=18617>
- 5- Decision of the Third Board of Appeal of Office for Harmonization in the Internal Market (OHIM) 5 December 2001 in Case R 7113-1999/: "The Board is of the view that smells, considered in the abstract, may be capable of becoming accepted in trade as an independent means of distinguishing between undertakings within the meaning of this provision. Although olfactory marks are not expressly mentioned in Article 4 in Community trade mark regulation Council, it is clear from the wording thereof that the list of certain forms of trade mark is given merely by way of example and does not preclude other kinds of trade mark. This has been recognized repeatedly by the Office's Boards of Appeal, for example in relation to color marks. The wording of Article 4 CTMR also admits the interpretation that smell signs are registrable in theory". Available at: <http://www.copat.de/markenformen/wrp2002/wrp10.pdf>

قائمة المحتويات

١	مقدمة.....
٢	أهداف الدراسة:.....
٢	أهمية الدراسة:.....
٢	إشكالية الدراسة:.....
٢	منهج الدراسة:.....
٣	خطة الدراسة:.....
	المبحث الأول: موقف التشريعات الوطنية والأجنبية من تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة
٤	وتوفير الحماية لها
٦	المطلب الأول: موقف المشرع الأردني من تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة
٨	المطلب الثاني: موقف المشرع المصري من تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة
١٢	المطلب الثالث: موقف المشرع الفرنسي من تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة.....
١٤	المطلب الرابع: موقف الاتحاد الأوروبي من تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة
١٩	المطلب الخامس: موقف المشرع الأمريكي من تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة
٢٢	المبحث الثاني: موقف الاتفاقيات الدولية من تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة
٢٣	المطلب الأول: موقف اتفاقية باريس من تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة وحمايتها.....
٢٤	١- مبدأ المعاملة الوطنية لرعايا دول الاتحاد (المساواة والمعاملة بالمثل).....
٢٥	٢- مبدأ الأسبقية (الألوية) :.....
٢٧	٣- مبدأ استئصال تسجيل العلامات في دول الاتحاد.....
٣٣	المطلب الثاني: موقف اتفاقية مدريد من تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة وحمايتها.....
٣٥	المطلب الثالث: موقف اتفاقية التريس من تسجيل العلامة التجارية غير الملموسة وحمايتها
٣٨	- المبادئ الأساسية لاتفاقية تريس
٤٢	الخاتمة.....
٤٢	أولاً: النتائج:.....
٤٣	ثانياً: التوصيات.....
٤٤	قائمة المراجع
٤٤	أولاً: مراجع باللغة العربية:.....
٤٦	ثانياً: مراجع باللغة الأجنبية:.....
٤٦	ثالثاً: المواقع الإلكترونية.
٤٨	قائمة المحتويات