

"الإطار القانوني للعنوان التجاري والعلامة التجارية في التشريع الاردني والمقارن"

إعداد الباحث:

"لانا مي" حمود "الشيخ سلمان" الخاليلة

جامعة العلوم الإسلامية العالمية

2022



الملخص:

هدفت الدراسة الكشف عن الإطار القانوني للعنوان التجاري والعلامة التجارية في التشريع الاردني والمقارن، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي والمنهج المقارن، وتم تناول الموضوع من خلال مبحثين تناول الأول الاحكام المتعلقة بالعنوان التجاري، والثاني الحماية القانونية للعلامة التجارية.

وقد انتهت الدراسة الى جملة من النتائج منها: تم تنظيم العنوان التجاري والعلامات التجارية من خلال قوانين تنظمها بحيث يتم بيان جميع الاحكام المتعلقة بذلك. يخضع كل من العنوان التجاري والاسم التجاري الى نظام تسجيل خاص به في قانون التجارة الأردني وقانون العلامة التجارية الاردني.

وقد أوصت الدراسة بضرورة تنظيم العديد من نصوص المواد التي تتعلق بالعنوان التجاري بحيث لا يكون هناك مجال للفقهاء في الجدل خاصة فيما يتعلق بتسجيل العنوان التجاري.

الكلمات المفتاحية: الاطار القانوني، العنوان التجاري، العلامة التجارية، التشريع.

مقدمة:

من المعلوم أن العلامة التجارية قد مرت بالعديد من المراحل، وكذلك تطور التشريع الخاص بها على جميع الصعد. وتم تعريفها من خلال قانون العلامات التجارية المعدل رقم (15) لسنة (2008) في المادة الثانية منه العلامة التجارية بأنها: "أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره" (المادة (2) قانون العلامات التجارية الأردني رقم (15) لسنة (2008)). وقد سمح قانون العلامات التجارية الأردني تسجيل العلامات التجارية وأسماء مالكيها وعناوينهم وأية تغييرات تطرأ من تمويل أو تنازل أو نقل ملكية أو ترخيص من مالكيها أو رهن أو حجز. وأدخل القانون المعدل شروطاً موضوعية جديدة أهمها قابلية العلامة المطلوب تسجيلها للإدراك على طريق النظر، وأبقى القانون القديم للعلامات التجارية على وضعه (البياتي، 2002، ص6).

وكما هو معلوم فإن المشرع الاردني قد نظم ما يتصل بالتاجر والمتجر من أحكام في قانون التجارة رقم (12) لسنة (1966) حيث تم تعريف من هم التجار والاحكام الخاصة بالتاجر والالتزامات المترتبة عليه وكذلك حقوق مستثمر المتجر، كما نظم المشرع الاردني الاحكام الخاصة بالعنوان التجاري في نفس القانون من خلال نص المادتين (38،39) (الطراونة، 2016، ص1)

ولصاحب العلامة التجارية الحق في استخدام علامته التجارية التي تظهر من خلال رحلة التوزيع والاستهلاك، والواقع أن لجوء التجار والصناع لتمييز منتجاتهم بعلامات تجارية تمكينا للمستهلك من التعرف عليها أمر مألوف منذ القدم، فقد اعتاد التجار بوضع العلامة التجارية وأسماء الجهات على منتجاتهم، ثم عرفت فرنسا أول قانون ينظم العلامات التجارية عام 1857م، ونظم في الأردن بموجب القانون رقم (33) لسنة (1952). ثم صدر القانون رقم 34 لسنة 1999 وقد تم تعديله بالقانون رقم (15) لسنة 2008 وعلى المستوى الدولي تم إبرام معاهدة مدريد الخاصة بالتسجيل الدولي للعلامات التجارية في 14 إبريل 1891، وقد أعيد النظر فيها عدة مرات، كان آخرها عام 197 (الزقرد، 2007، ص4).

ولا شك أن العلامة التجارية تؤدي وظائف هامة؛ إذ إنها أداة لتمييز المشروع الاقتصادي، كما أنها رمز لصفات المنتجات، إذ تعد أداة لضمان جودة السلعة، وكذلك وسيلة دعائية للمنتجات، كما إن العلامة المشهورة ليست في الأصل سوى علامة عادية، ثم أخذت تعرف في الأسواق، بصورة أضحت معها معلومة لمعظم المهتمين في عالم الصناعة والتجارة والخدمات، ونظراً لثورة المواصلات والاتصالات، أضحت العالم المعاصر قرية صغيرة، مما أدى إلى فتح الأسواق العالمية بعضها على بعض، وجعل المنتجات والبضائع والخدمات تنتشر فيها، وجواز سفرها علاماتها التجارية لذلك أصبحت علامات كوكاكولا وماكدونالدز وروزرايز وسوني وفورد وكوداك... الخ. علامات مألوفة لدى أي شخص في أي قرية، وبالتالي مشهورة لدى معظم المستهلكين، فالشهرة المرتبطة بالعلامات المذكورة قد تعذت الحدود المحلية الضيقة إلى النطاق العالمي الواسع. بل قد تسبق شهرة العلامة، المنتجات أو البضائع أو الخدمات في الأسواق (زين الدين، 2009، ص 15).

وكما هو معلوم فإن عملية إيجاد سجل للعلامات التجارية، إنما يهدف لإنشاء حقوق لهذه العلامات بناء على هذا التسجيل، كما أن في ذلك حماية للجمهور من أي غش وخداع وتضليل بسبب بيع البضائع المقلدة في ذلك أيضاً حماية لمالك العلامة التجارية من أي اعتداء على ملكية العلامة التجارية (صرخو، 1993، ص 93).

ومن المقرر أن حماية العلامة التجارية تبدأ منذ لحظة الاستعمال لا منذ لحظة اكتساب الحق فيها، مما يعني أن تسجيل العلامة التجارية ما هو إلا نتيجة نهائية للسير في إجراءات محددة نص عليها القانون، ابتداءً بتقديم الطلب وحتى إصدار الشهادة بذلك. كما أن مفهوم التسجيل يأخذ مفهومين أولهما التسجيل الداخلي للعلامة التجارية، أي داخل الدولة وفق أحكامها القانونية، والثاني تسجيل العلامة التجارية دولياً، وفقاً لاتفاقية مدريد للتسجيل الدولي للعلامات التجارية، وذلك بموجب أحكام المادة (1) من هذه الاتفاقية (حمدان، 1987، ص 36).

لذلك تأتي هذه الدراسة للتعرف على الإطار القانوني للعنوان التجاري والعلامة التجارية في التشريع الأردني والمقارن.

أهمية الدراسة:

أولاً: الأهمية العلمية (النظرية)

تظهر أهمية الدراسة من خلال أن العلامة التجارية والعنوان التجاري يشكلان أحد عناصر نجاح المشروعات التجارية، وهذا يعني أن أهمية الدراسة تتصل بما لها قيمة اقتصادية مهمة كالعلامة التجارية والعنوان التجاري نظراً لمكانتها العظمى في المجال التجاري على الصعيدين المحلي والدولي ونظراً للمسائل التي تتعلق بتسجيل العلامة التجارية والإشكالات التي قد تظهر بسببها.

ثانياً: الأهمية العملية (التطبيقية)

تتمثل الأهمية التطبيقية لهذه الدراسة في:

1- الباحثون بحيث تكون الدراسة نواة لدراسات أخرى مشابهة.

2- المهتمون بموضوع العنوان التجاري والعلامة التجارية.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة الى التعرف على الإطار القانوني للعنوان الالكتروني والعلامة التجارية في التشريع الاردني والمقارن وذلك لتحقيق الأهداف التالية:

1. بيان المقصود بالعلامة التجارية والعنوان التجاري .
2. بيان الاحكام الخاصة بالعلامة التجارية والعنوان التجاري.
3. بيان الآثار القانونية المترتبة على الحق في ملكية العلامة التجارية والعنوان التجاري.

مشكلة الدراسة:

مما لا شك فيه أن توفير حماية لصاحب العلامة التجارية والعنوان التجاري هو الأصل في حماية العلامة التجارية، من أي اعتداء سواء على العلامة التجارية أو العنوان التجاري.

ونظراً لأهمية العلامة التجارية على النطاق المحلي والدولي تبرز عدة مشكلات، مما يستوجب فيها المعالجة القانونية، ومن ذلك كيفية توفير الحماية لها، وفقاً لقانون العلامات التجارية الأردني رقم (34) لسنة (1999)، والمعدل بالقانون رقم (15) لسنة (2008)، وكذلك ما يتعلق بالعنوان التجاري في ظل قانون التجارة رقم (12) لسنة (1966) ومن ذلك أن المادة (2/38) ذكرت الاسم التجاري بأنه عنصر معنوي من عناصر المتجر ولم تذكر العنوان التجاري وهو ما يثير لبس بين العنوان التجاري والاسم التجاري لدى التجار بخصوص الأسماء التجارية التي يقومون بتسجيلها وما يتعلق بذلك من الحماية والتصرف وهذا هو حال شراح القانون التجاري الأردني الذين ما زالوا في حيرة في التفريق بين العنوان التجاري والاسم التجاري.

منهجية الدراسة:

اتباع المنهج الوصفي من خلال وصف نصوص المواد سواء في قانون العلامات التجارية الأردني لعام (2008) أو القوانين المقارنة أو نصوص مواد الاتفاقيات، وكذلك المنهج التحليلي من خلال تحليل أحكام قانون العلامات التجارية الأردني المعدل رقم (15) لسنة (2008) وكذلك قانون التجارة الأردني رقم (12) لسنة (1966) وتعديلاته والقوانين الأخرى ذات العلاقة، والاهتمام بالتطبيقات القضائية الصادرة عن محكمة التمييز الأردنية والقضاء المقارن المتصلة بموضوع التسجيل الدولي للعلامة التجارية المشهورة وصولاً الى تحقيق النتائج المرجوة من الدراسة.

أسئلة الدراسة:

ينبثق من خلال هذه الدراسة الأسئلة التالية:

1. ما المقصود بالعلامة التجارية والعنوان التجاري ؟
2. ما الاحكام الخاصة بالعلامة التجارية والعنوان التجاري؟
3. ما الآثار القانونية المترتبة على الحق في ملكية العلامة التجارية والعنوان التجاري؟

الدراسات السابقة:

دراسة مصطفى بني سعيد (2007)، بعنوان الحماية المدنية للعلامة التجارية المشهورة، والتي هدفت إلى تحليل نصوص قانون العلامات التجارية الأردني رقم (15) لسنة 2007 لبيان مدى كفاية النصوص لمتطلبات الحماية المقررة في الاتفاقيات الدولية ذات العلاقة مثل اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية واتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (TRIPS). وقد خلصت الدراسة إلى: لا زالت نصوص قانون العلامات التجارية الأردني رغم التعديل الذي حصلت عليه بالقانون رقم (15) لعام (2007) تعاني من نقص يجب تداركه في مجال الحماية المدنية للعلامة التجارية المشهورة. 2- رغم أهمية إصدار قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية الأردني رقم 15 لسنة 2000، إلا أن الدراسة وجدت أن هذا القانون لا يعتبر البديل الكافي لما شاب قانون العلامات التجارية من بعض الصور للقصور.

دراسة خالد نواف الزين (2013) بعنوان الرقابة على تسجيل العلامة التجارية الوطنية في الأردن، وتطرق هذه الدراسة إلى بحث موضوع الرقابة على إجراءات تسجيل العلامة التجارية الوطنية وذلك بتحليل نصوص قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952 وتعديلاته، وقانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم 15 لسنة 2000 والقانون المدني، من خلال القواعد العامة في المسؤولية. وتناولت الدراسة خمسة فصول تتعلق بالرقابة الموضوعية على تسجيل العلامة التجارية الوطنية والرقابة الشكلية على إجراءات تسجيل العلامة التجارية وأثر الرقابة القانونية على تسجيل العلامة التجارية في القانون الأردني.

دراسة أحمد مروان الصقراوي (2014)، بعنوان الحماية المدنية للعلامة التجارية وفق التشريع الأردني والاتفاقيات الدولية، وهدفت إلى بحث موضوع الحماية المدنية للعلامة التجارية وفق تحليل نصوص قانون العلامات التجارية رقم 33 لعام 1952 المعدل بالقانون رقم 34 لسنة 1999، وكذلك تحليل قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم 15 لعام 2000، وتناولت الدراسة أهم الاتفاقيات الدولية التي تهتم بحماية العلامات المشهورة وهي اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لعام 1883، واتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية لعام 1994، وتكونت الدراسة من خمسة فصول عالجت جوانب الموضوع والحماية للعلامات التجارية..

المبحث الأول

الاحكام الخاصة بالعنوان التجاري

التاجر هو الشخص الذي تكون مهنته القيام بالأعمال التجارية وقد جعل المشرعون من التجار فئتين: الفئة الأولى تشمل الأشخاص الطبيعيين الذين تكون مهنتهم ممارسة الأعمال التجارية، والفئة الثانية تشمل الشركات التي يكون موضوعها تجارياً.

يشترط لاكتساب صفة التاجر توافر شروط ثلاثة: القيام بالأعمال التجارية واحترافها وأهلية الشخص للقيام بهذه الأعمال.

1. القيام بالأعمال التجارية: يقصد بالأعمال التجارية التي يشترط تعاطيها لاكتساب صفة التاجر الأعمال التجارية بحكم ماهيتها كشراء المنقول لبيعه بربح. ولا فرق في ذلك أن يكون العمل التجاري مشروعاً أو غير مشروع فمن يحترف شراء المخدرات بقصد بيعها بربح يعد تاجراً. على أن تعاطي الأعمال التجارية لا يكفي لإسباغ صفة التاجر على القائم بها، وإنما يجب أن يقوم بهذه الأعمال باسمه ولحسابه الخاص وعلى وجه الاستقلال بحيث يتحمل وحده تبعه هذه الأعمال ربحاً أو خسارة (الحكيم، 1987، ص22).

وقد يحدث أحياناً أن يمارس شخص ما الأعمال التجارية مستتراً وراء شخص آخر كأن يكون الأول ممنوعاً من تعاطي التجارة (طبيب، موظف عام..). والرأي الراجح أن الصفة التجارية تضاف على كل من الشخص الظاهر والمستتر. فالشخص الظاهر، ولو أنه لا يعمل لحسابه، إلا أنه يقيم في الواقع مظهراً يثق به المتعاملون ويعتمدون عليه فكأنه قد ارتضى لنفسه أن يلتزم في مواجهة سائر الناس اكتساب صفة التاجر، ويتفق ذلك مع ما يقتضيه مبدأ استقرار المعاملات بين الناس. أما الشخص المستتر فليس في أمره إشكال، فهو إذ يعد تاجراً فلائ الاستغلال يجري لحسابه.

2. احتراف الأعمال التجارية: يقصد بالاحتراف أن يتجه نشاط الشخص على وجه الاعتياد إلى عمل معين حتى يصبح هذا العمل حرفة له يرتزق منها. فأول عناصر الاحتراف هو تكرار القيام بعمل معين بصفة مستمرة ومنتظمة. فمن يقوم بعمل تجاري على وجه عارض لا يعد تاجراً. ولا يشترط أن يستوعب العمل التجاري جميع نشاطات الشخص بحيث لا يمارس نشاطاً آخر غير نشاط التجارة. فمن الجائز أن تكون للشخص حرفة تجارية وأخرى مدنية كالطبيب الذي يمارس عملاً مدنياً بعلاجه المرضى ويحترف بالأعمال التجارية إلى جانب ذلك (الحكيم، 1992، ص33).

لكن القانون، حماية للغير، عدّ تاجراً كل من أعلن في الصحف والنشرات أو أي وسيلة أخرى عن المحل الذي أسسه وفتحه للاشتغال بالمعاملات التجارية وإن لم يتخذ المذكور التجارة حرفة مألوفة له.

3. الأهلية التجارية: يعد الشخص أهلاً لتعاطي التجارة إذا بلغ سن الرشد وهي ثماني عشرة سنة ميلادية كاملة في القانون وإحدى وعشرون سنة في القانون المصري وتسع عشرة سنة في القانون الجزائري. ومع ذلك يجوز للصبي الذي بلغ الخامسة عشرة من العمر أن يمارس التجارة إذا استحصل على إذن من القاضي بذلك (إلياس، 1981، ص3).

وتجدر الإشارة إلى أن القوانين التجارية لبعض الدول العربية لم يفرق بين الرجل والمرأة المتزوجة في الأهلية اللازمة لتعاطي التجارة. فللمرأة المتزوجة كالرجل حق التصرف بأموالها والاشتغال بالتجارة خلافاً لبعض التشريعات الأجنبية التي لا تجيز للمرأة المتزوجة الاشتغال بالتجارة إلا بعد الحصول على إذن من زوجها بذلك.

ومن المعلوم أن المشرع الأردني قد نضم الأحكام الخاصة بالعنوان التجاري في قانون التجارة الأردني رقم (12) لسنة (1966) في المادتين (40،50) من القانون واللذان تتعلقان بالمتجر، وقد اتسم هذا التنظيم بنوع من الشمولية وهذا التنظيم يتشابه مع كثير من القوانين كالقانون المصري (55) لسنة (1951) والذي يتعلق بالأسماء التجارية وغير ذلك من القوانين الأخرى (الطراونة، 2016، ص2).

ولمزيد من التفاصيل سيتم تناول المبحث من خلال المطلبين التاليين:

المطلب الأول: تعريف العنوان التجاري والحماية القانونية.

المطلب الثاني: مباشرة الأعمال التجارية لحساب التاجر

المطلب الاول

تعريف العنوان التجاري والحماية القانونية

من المعلوم أن المشرع الاردني قد بين معنى العنوان التجاري من خلال نص المادة (41) من قانون التجارة الاردني حيث نصت على أنه (نص المادة (41) من قانون التجارة الاردني رقم (12) لسنة (1966) وتعديلاته): "1- يتألف العنوان التجاري، من اسم التاجر، ولقبه، 2- يجب ان يختلف العنوان بوضوح، عن العناوين المسجلة قبلاً، 3- للتاجر ان يضيف ما يشاء الى عنوانه التجاري بشرط أن لا يتحمل هذه الاضافة الغير على فهم خاطئ فيما يتعلق بهويته، أو بأهمية تجارته وسمعتها أو بوضعها المالي أو بوجود شركة أو بنوعها"

كما نجد أن قانون الشركات الاردني رقم (22) لسنة (1997) قد استخدم مفهوم العنوان التجاري بالنسبة لشركات الاشخاص والاسم التجاري بالنسبة لشركات الاموال (العكيلي، 2007، ص193).

يرتب القانون على التاجر، سواء كانوا أشخاصاً طبيعيين أم اعتباريين (شركات) جملة التزامات بهدف تنظيم الحرفة التجارية وتدعيم الثقة والائتمان بين التجار. ومن أهم هذه الالتزامات: مسك الدفاتر التجارية، والتسجيل في سجل التجارة.

1. مسك الدفاتر التجارية: أهمية الدفاتر: الدفاتر التجارية هي الوسيلة التي تعين التاجر على التثبت متى شاء من حالته المالية ومبلغ ما أصابته تجارته من ربح أو خسارة. وبالعودة إليها يستطيع التاجر أن يتهياً في الوقت المناسب لسداد ما عليه من ديون ولاقتضاء ماله منها في ذمم الغير. كما تعد الدفاتر خير أداة لمعرفة عناصر الذمة المالية لصاحبها في حال إفلاسه أو وفاته. وإذا ما كان مسكها منتظماً فإن مصلحة الضرائب تستطيع أن تحدد الضرائب المستحقة على التاجر من واقع البيانات الواردة فيها من دون إحجاف بدلاً من الالتجاء إلى التقدير الجزافي الذي قد يضر أحياناً بمصلحة الخزينة وأحياناً أخرى بمصلحة التاجر المكلف نفسه لعدم استناده إلى وقائع صحيحة (حداد، 1981، ص44).

ويلزم بمسك الدفاتر التجارية: كل من يتعاطى التجارة، سواء كان مواطناً أم أجنبياً، شخصاً طبيعياً أم اعتبارياً، أمياً أم متعلماً، لكن المشرع أعفى من مسك الدفاتر بعض صغار التجار الذين يعتمدون في الغالب على مساعيهم البدنية للحصول على أرباح قليلة لكسب معيشتهم أكثر من استنادهم إلى رأسمالهم النقدي كالباعة الجوالين وغيرهم.

أما أنواع الدفاتر التجارية: التي يجب على التاجر مسكها فهي على نوعين: إلزامية واختيارية:

الدفاتر الإلزامية: أوجب القانون على نهج غيره من القوانين مسك دفاتر إلزامية ثلاثة هي: دفتر اليومية ويقيد فيه التاجر يومياً جميع الأعمال التي تعود بوجه من الوجوه إلى مشروعه التجاري، ويقيد فيه بالجملة شهرياً النفقات التي أنفقها على نفسه وعلى أسرته، ودفتر صور الرسائل والبرقيات، وكذلك دفتر الجرد والميزانية الذي يتم تنظيمه مرة على الأقل في السنة.

الدفاتر الاختيارية: يمسكها التاجر وينظمها بما يتلاءم وطبيعة تجارته. ومن هذه الدفاتر دفتر الخرطوش ودفتر المستودع ودفتر الصندوق ودفتر الأستاذ الذي يعد أهم الدفاتر الاختيارية إذ تؤخذ قيود هذا الدفتر من البيانات الواردة في دفتر اليومية، وتفرغ هذه

البيانات لا بحسب تواريخ وقوعها بل في صورة حسابات مستقلة يراعى فيها وحدة الزبون أو نوع البضاعة. ويعد لكل زبون من زبن التاجر أو لكل عملية تجارية صفحتان إحداهما تمثل الجانب الدائن والثانية تمثل الجانب المدين (أبو الروس، 2002، ص47).

ولا يقتصر الالتزام على مجرد مسك الدفاتر التجارية، وإنما لابد أن تكون هذه الدفاتر منتظمة تكفل، بقدر الإمكان، إعطاء صورة صحيحة عن وضع التاجر المالي، ويستطيع القضاء الاطمئنان إليها في الإثبات. ولهذا أوجب القانون مثلاً على كل تاجر قبل البدء باستعمال الدفاتر الإلزامية، ترقيم صفحاتها بأرقام متسلسلة والتأشير عليها وتوقيعها من رئيس محكمة البداية المدنية أو من قاضي الصلح في المدن التي لا يوجد فيها محكمة بداية، ووضع ختم المحكمة عليها. كما يجب أن يحدد في آخر الدفتر عدد الصفحات التي يحتويها مديلاً بالتوقيع والخاتم المذكورين، والحكمة من هذه الإجراءات هي منع ارتكاب الغش ومعاينة كل عمل يستهدف ذلك بعقوبة جرم التزوير. وضماناً لصحة المعلومات والبيانات الواردة في الدفاتر، أوجب القانون أن يتم التسجيل فيها بالتسلسل من دون ترك بياض أو فراغ ولا نقل إلى الهامش ولا محو ولا تحشية بين السطور. وإذا وقع خطأ عند تدوين عملية معينة فإن على التاجر إجراء قيد ثان معاكس بتاريخ كشف الخطأ.

كما أوجب القانون أن تكون الكتابة في الدفاتر باللغة العربية، وأن على التاجر الاحتفاظ بها لمدة عشر سنوات من تاريخ اختتامها. وتتمتع الدفاتر التجارية بحجية كاملة في الإثبات: إذ إن التاجر ملزم، كما تقدم ذكره، بمسك دفاتر تجارية منتظمة تشتمل على جميع العمليات التجارية التي يجريها بما يتفرع عنها من حقوق والتزامات له وعليه إزاء غيره من التجار، فإن للقاضي أن يقرر، عفواً من تلقاء نفسه أو بناء على طلب التاجر أو خصمه، تقديم هذه الدفاتر ليستند إليها في إثبات هذه الحقوق والالتزامات.

وتعد البيانات الواردة في الدفاتر التجارية، منتظمة أو غير منتظمة، إلزامية أو اختيارية حجة للخصم على صاحبها سواء كان الخصم تاجراً أم غير تاجر. وتعلل حجية الدفاتر على صاحبها التاجر بالقول إن القيود الواردة فيها باختياره وبإرادته تعد بمنزلة الإقرار الخطي منه بصحتها، والشخص يؤخذ عادة بإقراره.

أما حجية الدفاتر في الإثبات لمصلحة التاجر فإن الأمر يقتضي التفريق التالي: إذا كان الخصم غير تاجر فالأصل أنه لا يجوز للتاجر أن يستند إلى دفاتره دليلاً للإثبات ضد خصمه غير التاجر، لأن هذا الأخير لا يمسك دفاتر تجارية حتى يواجه بها التاجر بما دونه فيها، أي إنه لا يملك السلاح نفسه الذي يواجه به التاجر. أما إذا كان الخصم تاجراً أيضاً وكان النزاع يتعلق بأمور التجارة، فيجوز للمدعي إثبات دعواه بدفاتره التجارية ما لم ينقضها الخصم ببيانات واردة في دفاتره الخاصة به. وفي هذه الحالة يجوز للقاضي أن يقرر إما تهاتر البينتين المتعارضتين أو الأخذ بإحدهما دون الأخرى على ما يظهر له من ظروف القضية.

2. التسجيل في سجل التجارة: سجل التجارة Registre de Commerce هو دفتر يعد لتدوين أسماء التجار والشركات التجارية والوقائع المتصلة بنشاطهم التجاري لتمكن الغير من الوقوف على حقيقة مركزهم المالي، ومتابعة ما يطرأ على هذا المركز من تغيرات في أثناء مزاولتهم للتجارة.

يتولى مسك سجل التجارة موظف اسمه أمين السجل، بحكم طبيعة عمله فقد أوجب القانون أن يحلف هذا الموظف قبل مباشرته الوظيفة اليمين أمام محكمة البداية المدنية على أن يقوم بوظيفته بشرف وأمانة يرتب القانون على التجار، سواء كانوا أشخاصاً طبيعيين

أم اعتبارين (شركات) جملة التزامات بهدف تنظيم الحرفة التجارية وتدعيم الثقة والائتمان بين التجار. ومن أهم هذه الالتزامات: مسك الدفاتر التجارية، والتسجيل في سجل التجارة.

1. مسك الدفاتر التجارية: أهمية الدفاتر: **الدفاتر التجارية** هي الوسيلة التي تعين التاجر على التثبت متى شاء من حالته المالية ومبلغ ما أصابته تجارته من ربح أو خسارة. وبالعودة إليها يستطيع التاجر أن يتهيأ في الوقت المناسب لسداد ما عليه من ديون ولاقتضاء ماله منها في ذم الغير. كما تعد الدفاتر خير أداة لمعرفة عناصر الذمة المالية [لصاحبها في حال إفلاسه أو وفاته. وإذا ما كان مسكها منتظماً فإن مصلحة الضرائب تستطيع أن تحدد الضرائب المستحقة على التاجر من واقع البيانات الواردة فيها من دون إحجاف بدلاً من الالتجاء إلى التقدير الجزافي الذي قد يضر أحياناً بمصلحة الخزينة وأحياناً أخرى بمصلحة التاجر المكلف نفسه لعدم استناده إلى وقائع صحيحة (حداد، 1981، ص44).

ويلزم بمسك الدفاتر التجارية: كل من يتعاطى التجارة، سواء كان مواطناً أم أجنبياً، شخصاً طبيعياً أم اعتبارياً، أمياً أم متعلماً، لكن المشرع أعفى من مسك الدفاتر بعض صغار التجار الذين يعتمدون في الغالب على مساعيهم البدنية للحصول على أرباح قليلة لكسب معيشتهم أكثر من استنادهم إلى رأسمالهم النقدي كالباعة الجوالين وغيرهم.

أما أنواع الدفاتر التجارية: التي يجب على التاجر مسكها فهي على نوعين: إلزامية واختيارية:

الدفاتر الإلزامية: أوجب القانون على نهج غيره من القوانين مسك دفاتر إلزامية ثلاثة هي: دفتر اليومية ويقيد فيه التاجر يومياً جميع الأعمال التي تعود بوجه من الوجوه إلى مشروعه التجاري، ويقيد فيه بالجملة شهرياً النفقات التي أنفقها على نفسه وعلى أسرته، ودفتر صور الرسائل والبرقيات، وكذلك دفتر الجرد والميزانية الذي يتم تنظيمه مرة على الأقل في السنة.

الدفاتر الاختيارية: يمسكها التاجر وينظمها بما يتلاءم وطبيعة تجارته. ومن هذه الدفاتر دفتر الخرطوش ودفتر المستودع ودفتر الصندوق ودفتر الأستاذ الذي يعد أهم الدفاتر الاختيارية إذ تؤخذ قيود هذا الدفتر من البيانات الواردة في دفتر اليومية، وتفرغ هذه البيانات لا بحسب تواريخ وقوعها بل في صورة حسابات مستقلة يراعى فيها وحدة الزبون أو نوع البضاعة. ويعد لكل زبون من زبن التاجر أو لكل عملية تجارية صفحتان إحداها تمثل الجانب الدائن والثانية تمثل الجانب المدين (أبو الروس، 2002، ص47).

ولا يقتصر الالتزام على مجرد مسك الدفاتر التجارية، وإنما لابد أن تكون هذه الدفاتر منتظمة تكفل، بقدر الإمكان، إعطاء صورة صحيحة عن وضع التاجر المالي، ويستطيع القضاء الاطمئنان إليها في الإثبات. ولهذا أوجب القانون مثلاً على كل تاجر قبل البدء باستعمال الدفاتر الإلزامية، ترقيم صفحاتها بأرقام متسلسلة والتأشير عليها وتوقيعها من رئيس محكمة البداية المدنية أو من قاضي الصلح في المدن التي لا يوجد فيها محكمة بداية، ووضع ختم المحكمة عليها. كما يجب أن يحدد في آخر الدفتر عدد الصفحات التي يحتويها مديلاً بالتوقيع والخاتم المذكورين، والحكمة من هذه الإجراءات هي منع ارتكاب الغش ومعاقبة كل عمل يستهدف ذلك بعقوبة جرم التزوير. وضماناً لصحة المعلومات والبيانات الواردة في الدفاتر، أوجب القانون أن يتم التسجيل فيها بالتسلسل من دون ترك بياض أو فراغ ولا نقل إلى الهامش ولا محو ولا تحشية بين السطور. وإذا وقع خطأ عند تدوين عملية معينة فإن على التاجر إجراء قيد ثان معاكس بتاريخ كشف الخطأ (أبو الروس، 2002، ص48).

كما أوجب القانون أن تكون الكتابة في الدفاتر باللغة العربية، وأن على التاجر الاحتفاظ بها لمدة عشر سنوات من تاريخ اختتامها.

وتتمتع الدفاتر التجارية بحجية كاملة في الإثبات: إذ إن التاجر ملزم، كما تقدم ذكره، بمسك دفاتر تجارية منتظمة تشتمل على جميع العمليات التجارية التي يجريها بما يتفرع عنها من حقوق والتزامات له وعليه إزاء غيره من التجار، فإن للقاضي أن يقرر، عفواً من تلقاء نفسه أو بناء على طلب التاجر أو خصمه، تقديم هذه الدفاتر ليستند إليها في إثبات هذه الحقوق والالتزامات.

وتعد البيانات الواردة في الدفاتر التجارية، منتظمة أو غير منتظمة، إلزامية أو اختيارية حجة للخصم على صاحبها سواء كان الخصم تاجراً أم غير تاجر. وتعلل حجية الدفاتر على صاحبها التاجر بالقول إن القيود الواردة فيها باختياره وإرادته تعد بمنزلة الإقرار الخطي منه بصحتها، والشخص يؤخذ عادة بإقراره.

أما حجية الدفاتر في الإثبات لمصلحة التاجر فإن الأمر يقتضي التفريق التالي: إذا كان الخصم غير تاجر فالأصل أنه لا يجوز للتاجر أن يستند إلى دفاتره دليلاً للإثبات ضد خصمه غير التاجر، لأن هذا الأخير لا يمسك دفاتر تجارية حتى يواجه بها التاجر بما دونه فيها، أي إنه لا يملك السلاح نفسه الذي يواجهه به التاجر. أما إذا كان الخصم تاجراً أيضاً وكان النزاع يتعلق بأمور التجارة، فيجوز للمدعي إثبات دعواه بدفاتره التجارية ما لم ينقضها الخصم ببيانات واردة في دفاتره الخاصة به. وفي هذه الحالة يجوز للقاضي أن يقرر إما تهاثر البينتين المتعارضتين أو الأخذ بإحدهما دون الأخرى على ما يظهر له من ظروف القضية.

2. التسجيل في سجل التجارة: سجل التجارة *Registre de Commerce* هو دفتر يعد لتدوين أسماء التجار والشركات التجارية والوقائع المتصلة بنشاطهم التجاري لتمكن الغير من الوقوف على حقيقة مركزهم المالي، ومتابعة ما يطرأ على هذا المركز من تغيرات في أثناء مزاولتهم للتجارة.

يتولى مسك سجل التجارة موظف اسمه أمين السجل، بحكم طبيعة عمله فقد أوجب القانون أن يحلف هذا الموظف قبل مباشرته الوظيفة اليمين أمام محكمة البداية المدنية على أن يقوم بوظيفته بشرف وأمانة.

وأوجب القانون على كل تاجر أن يطلب من أمين سجل التجارة في المحافظة التي يوجد فيها مركزه الرئيسي تسجيل اسمه في السجل في غضون شهر من تاريخ فتح المحل التجاري أو شرائه، ويسري هذا الالتزام على الشركات التي يكون مركزها الرئيسي في، إذ يتوجب على مديري أعمالها أو أعضاء مجلس إدارتها تقديم طلب التسجيل في الشهر الذي يلي تأسيس الشركة (العكيلي، 2007، ص303).

كما قرر مؤيدات أخرى من نوع خاص إذ قضى بأن كل شخص طبيعي أو اعتباري يدعي بصفته التجارية أمام المحاكم أو يراجع لمصلحته بالصفة ذاتها الدوائر الإدارية لا يسمع ادعاؤه ولا تقبل مراجعته ما لم يكن مسجلاً في سجل التجارة. وكذلك لا يجوز للشركاء في الشركة أن يحتجوا بشخصيتها الاعتبارية إزاء الغير ما لم تكن قد استوفت إجراءات شهرها بتسجيلها في سجل التجارة، ولا بد من الإشارة أخيراً إلى أن التجار إذا كانوا غير ملزمين بالانتساب إلى غرفة التجارة، فإنهم إذا رغبوا في ذلك عليهم أن يكونوا مسجلين في سجل التجارة العائد للمحافظة التي يتواجد فيها محلهم التجاري.

وأوجب القانون على كل تاجر أن يطلب من أمين سجل التجارة في المحافظة التي يوجد فيها مركزه الرئيسي تسجيل اسمه في السجل في غضون شهر من تاريخ فتح المحل التجاري أو شرائه، ويسري هذا الالتزام على الشركات التي يكون مركزها الرئيسي في، إذ يتوجب على مديري أعمالها أو أعضاء مجلس إدارتها تقديم طلب التسجيل في الشهر الذي يلي تأسيس الشركة.

كما قرر مؤيدات أخرى من نوع خاص إذ قضى بأن كل شخص طبيعي أو اعتباري يدعي بصفته التجارية أمام المحاكم أو يراجع لمصلحته بالصفة ذاتها الدوائر الإدارية لا يسمع ادعاؤه ولا تقبل مراجعته ما لم يكن مسجلاً في سجل التجارة. وكذلك لا يجوز للشركاء في الشركة أن يحتجوا بشخصيتها الاعتبارية إزاء الغير ما لم تكن قد استوفت إجراءات شهرها بتسجيلها في سجل التجارة (أبو الروس، 2002، ص50).

ولابد من الإشارة أخيراً إلى أن التجار إذا كانوا غير ملزمين بالانتساب إلى غرفة التجارة، فإنهم إذا رغبوا في ذلك عليهم أن يكونوا مسجلين في سجل التجارة العائد للمحافظة التي يتواجد فيها محلهم التجاري.

ويتمتع العنوان التجاري بحماية القانون حيث أكدت المادة (49) من القانون المدني الأردني على حماية حق التجارة على اسمه وعنوانه التجاري دون وجه حق وبأي صورة كما أن قانون التجارة تضمن حماية العنوان التجاري من الناحية الجزائية والمدنية لأن العنوان التجاري يتركز فيه ائتمان التجارة وثقة الغير به.

وقد حددت المادة (1/47) من قانون التجارة الأردني نظم الحماية الجنائية للعنوان التجاري حيث نصت على أنه (نص المادة (1/47) من قانون التجارة الأردني رقم (12) لسنة (1966) وتعديلاته): "1- كل من وضع قصداً عنوان غيره التجاري على منشورات أو غلافات ورسائل وأوراق تجارية أو على رزم وربطات أو على بضائع وأشياء أخرى دون وجه حق وكل من باع أو عرض للبيع أموالاً موضوعاً عليها بالصورة المذكور عليها عنوان تجاري يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن ثلاثة شهور ولا تتجاوز السنة أو بغرامة لا تقل عن خمسين ديناراً ولا تتجاوز مائتي دينار".

كما تنص المادة (49) من قانون التجارة الأردني على الحماية المدنية للعنوان التجاري حيث نصت على أنه (نص المادة (49) من قانون التجارة الأردني رقم (12) لسنة (1966) وتعديلاته): "1- إذا استعمل عنوان تجاري بأية صورة كانت، خلافاً للأحكام المدرجة في هذا الفصل فلذوي الشأن، أن يطلبوا منع استعمال ذلك العنوان التجاري، أو شطبه إن كان مسجلاً، 2- وللأشخاص المتضررين أن يطلبوا التعويض عما لحق بهم من ضرر سواء أكان استعمال العنوان عن قصد أو عن تقصير".

وترى الباحثة أنه لأي تاجر الحق في الحصول على حماية جنائية ومدنية على عنوانه التجاري حيث أن هذا العنوان هو الذي يميز المتجر ومن خلاله يمارس التاجر أعماله المختلفة لذلك يجب توفير الحماية القانونية له.

المطلب الثاني

مباشرة الأعمال التجارية لحساب التاجر

لاكتساب صفة التاجر يشترط أن يقوم الشخص بمباشرة الأعمال التجارية بطريق الاحتراف لحسابه الخاص ، و يعتبر الفقه و القضاء متفقين على ذلك ، و يقصد بمباشرة التصرفات التجارية لحساب الشخص أن يكون مستقلاً عن غيره في مباشرة هذه التصرفات ويحتمل نتائجها فتعود عليه الأرباح و يتحمل الخسائر فالاستقلال هو شرط ضروري للتكييف القانوني لحرفة التاجر و تطبيقاً لذلك يكون تاجراً مستأجراً المحل التجاري الذي يباشر إدارته وكذلك الوكيل بالعمولة و السمسار بينما لا يعد تاريخ مدير الفرع و عمال التاجر و مستخدموه على النحو التالي (العكيلي، 2007، ص303).

مستأجر المحل التجاري : يعتبر مستأجر المحل التجاري و الذي يباشر إدارته تاجرا لأنه يديرا لمشروع مستقلا عن المؤجر ، كما أنه يتحمل خسائره و تعود عليه أرباحه ، أما علاقته بالمؤجر فهي علاقة يحكمها عقد إيجار المحل التجاري و ليست علاقة تبعية ناشئة عن عقد عمل .

مدير الفرع : مدير الفرع يعهد إليه باستغلاله ليس بتاجر حتى و لو كان يتمتع ببعض الاستقلال في إدارة هذا الفرع ، ذلك لأنه في واقع الأمر لا يتحمل خسائر و لا تعود عليه أرباحه ، و ذلك سواء كانت تربطه بصاحب المشروع علاقة تبعية ناشئة عن عقد عمل أم عقد وكالة فالتاجر في هذه الحالة هو مالك المشروع (سليم، 2000، ص461).

عمال المتجر و مستخدموه : لما كان عمال التاجر و مستخدموه يقومون بالعمل التجاري لحساب رب العمل و ليس باسمهم ، فإنهم ليسوا تاجرا ، و لا يكتسب أي منهم صفة التاجر إذ تربطهم برب العمل رابطة تبعية يخضعون فيها لتعليمات رب العمل و أوامره ، كما أنّ آثار المشروع تعود على رب العمل ، بل إنهم ليسوا تاجرا حتى و لو كان متفقا على إشراكهم في الإدارة و الأرباح ذلك لأنه تربطهم برب العمل علاقة تبعية.

الممثل التجاري: الممثل التجاري هو الشخص المكلف من قبل التاجر بالقيام بعمل من أعمال تجارته سواء كان ذلك في محل تجارته أو في محل آخر .

والممثل التجاري عندما يقوم بالعمل المفوض فيه يقوم به باسم التاجر الذي فوضه و يجب على الممثل التجاري أن يبرز عند التوقيع اسم التاجر كاملا أو عنوان الشركة إلى جوار اسمه كما عليه إضافة ما يفيد أمه يتعامل بالوكالة أو ما يعادلها ، أما إذا لم يفعل ذلك كان مسؤولا شخصيا عما قام به من أعمال، و في ضوء طريقة تعامل الممثل التجاري و العلاقة بينه وبين المشروع الذي يقوم بتوزيع منتجاته يتحدد اكتسابه (أبو الروس، 2002، ص47).

المبحث الثاني

الحماية القانونية للعلامة التجارية

تقف الحماية القانونية للعلامة التجارية عند الحدود الإقليمية للدولة التي تسجل فيها تلك العلامة التجارية، ولا تتعدى تلك الحدود، لذلك فإن أثر التسجيل للعلامة التجارية لا يسري إلا في حدود إقليم الدولة التي يتم تسجيل العلامة فيها، دون أن يمتد ذلك الأثر إلى أقاليم دول أخرى، لهذا يتطلب من صاحب العلامة التجارية حتى يحمي علامته في دولة أخرى، أن يسجلها في تلك الدولة، مما يفرض على صاحب العلامة أن يقوم بتسجيلها في كل دولة يرغب في حماية علامته فيها، ونظراً لسهولة انتقال المنتجات والخدمات عبر الدول من خلال التجارة الدولية، الأمر الذي جعل الحماية الوطنية للعلامة التجارية غير فعالة (الشرقاوي، 2005، ص20).

ويجب على مالك العلامة التجارية الذي يرغب في حمايتها في دول متعددة أن يسجلها بشكل منفصل في كل دولة من هذه الدول على حدة، مما يتطلب ذلك من صعوبات جمة، إذ يلزم مالك العلامة بتقديم طلب مستقل لكل دولة، وترجمة المستندات إلى لغات الدول المتعددة، كما يلزم الإلمام بالمتطلبات المختلفة لهذه الدولة، خاصة ما يتعلق منها بالرسوم (طه، 2006، ص44) .

وفي اجتهاد القضاء الإداري الأردني أنه (قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم 2005/187 (هيئة خماسية) تاريخ 2005/6/20 منشورات مركز عدالة): "1. إن الطعن بمخالفة القرار المستأنف لقانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952 ورد

بصيغة العموم وغير دقيق ولم تبين فيه الطاعنة وجه مخالفة القرار المستأنف لقانون العلامات التجارية، مما يستوجب الالتفات عن هذا السبب ورده 2. يستفاد من المادة (1/22) من قانون العلامات التجارية أن على طالب ترقيين العلامة التجارية والمسجلة تسجيلاً فعلياً ونهائياً لدى مسجل العلامات التجارية باسم غيره أن يثبت أن مالك هذه العلامة لم يستعملها فعلياً وبصورة مستمرة خلال الثلاث سنوات التي سبقت تقديم طلبه بالترقيين. وحيث أن تاريخ نشوء الحق بالطلب وهو تاريخ التسجيل الفعلي والنهائي للعلامة التجارية موضوع الدعوى وقدم طلب الترقيين لهذه العلامة بتاريخ 2002/12/23 وبالتالي فإن مدة الثلاث سنوات والمنصوص عليها في المادة (1/22) من قانون العلامات التجارية لم تنقض بعد. وعليه فإن البحث في إثبات الاستعمال من عدمه خلال الفترة بين 2002/9/24 إلى 2002/12/23 لا يحقق شروط تطبيق أحكام المادة (1/22) من قانون العلامات التجارية".

ولمواجهة تلك التعقيدات ظهر نظام التسجيل الدولي للعلامات التجارية، للتخلص من صعوبات التسجيل الفردي، حيث يعمل على تذليل الصعوبات التي يواجهها مالك العلامة التجارية في سبيل تحقيق الحماية لعلامته على النطاق الدولي، وتوفير الوقت والجهد، وتطبيق مبدأ يقضي بأن التسجيل الدولي للعلامات التجارية يعادل مجموعة من التسجيلات الوطنية، إذ يقوم مالك العلامة التجارية بتقديم طلب تسجيل واحد للعلامة التجارية أمام المسجل الدولي للعلامات التجارية، ودفع رسوم واحدة وتكون بلغة واحدة لجميع مقدمي طلبات التسجيل (شواورة، 2017، ص23).

لهذا كله؛ تقرر وضع نظام دولي لتسجيل العلامات التجارية، وهو نظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامة التجارية لسنة (1891)، وبرتوكول اتفاق مدريد لسنة (1989)، الذي انضمت إليه المملكة الأردنية الهاشمية بتاريخ 1999/12/17، والذي ينظم التسجيل الدولي للعلامة التجارية، ويحتفظ بجميع السجلات الدولية للعلامات، حيث يتم نشر جميع السجلات في جريدة الويبو، والتي توزع على الدول الأعضاء في نظام مدريد.

ولمزيد من التفاصيل سوف نتناول المبحث من خلال المطلبين التاليين:

المطلب الأول: مفهوم العلامة التجارية.

المطلب الثاني: الشروط الموضوعية.

المطلب الأول

مفهوم العلامة التجارية

من المعلوم أن قانون العلامات التجارية الأردني سمح بتسجيل العلامات التجارية وإثبات مالكيها وعناوينهم وأي تغيرات تطرأ، كما عمل على إدخال الشروط الموضوعية ومن أهمها قابلية العلامة المطلوب تسجيلها للإدراك (السعايدة، 2017، ص343).

عرفت أحكام المادة (2) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (15) لسنة (2008) العلامة التجارية بأنها: "أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره".

أما بالنسبة للفقهاء، فقد عرفها بأنها إشارة توسم بها البضائع و السلع و المُنتجات أو تُعلم تميزاً لها عما يُماثلها من سلع تاجر آخر أو مُنتجات أرباب الصناعات الأخرى (الناهي، 2006، ص33).

في حين عرفها البعض الآخر، بأنها العلامة التي اتخذها التاجر شعاراً لمنتجاته لتمييزها عن غيرها من المنتجات المُماثلة للمنافسين (طه، 2006، ص55).

وعُرفت أيضاً، بأنها كل إشارة أو دلالة مميزة يتخذها التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة لتمييز منتجاته أو بضائعه أو خدماته عن منتجات أو بضائع أو خدمات الآخرين (عباس، 2015، ص21).

ويتفق الباحث مع التعريف الذي أشار بأن العلامة التجارية هي كل إشارة أو رمز يُتخذ شعاراً لتمييز المنتجات والخدمات والبضائع، أو الرموز المتخذة كشعار للخدمات التي يؤديها المشروع وذلك أن هذا التعريف هو تعريف شامل لأنه يشمل جميع العناصر التي تتعلق بالعلامة التجارية.

كما تُعد العلامة التجارية من أبرز عناصر الملكية التجارية وأكثرها أهمية، كونها تُمثل الصانع والتاجر ومقدم الخدمة في كل زمان ومكان، وتزداد أهميتها بمرور الأيام وكذلك قيمتها.

فالعلامة التجارية تعتبر عنصر أساسي في القطاع الاقتصادي والتجاري والصناعي والخدمات، وتلعب دوراً بارزاً في عملية تسويق المنتجات والبضائع والخدمات، لما لها من تأثير كبير على المستهلك بالتسوق، حيث يميل إلى المنتجات والبضائع والخدمات التي تحمل العلامة التجارية التي يعرف اعتقاداً منه، بأن تلك العلامة عنوان لجودة ما يُفضل من البضائع والمنتجات والخدمات (سويدات، 2012، ص28).

وفي اجتهاد لمحكمة العدل العليا أنه (قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم 2003/371 (هيئة خماسية) تاريخ 2003/9/23 منشورات مركز عدالة): "إذا كانت العلامة المطلوب تسجيلها (HYMOX) هي لدواء الاستعمال البشري فإن استعمالها محصور بين أطراف ثلاثة هم: الطبيب والصيدلي والمريض، وحيث أن الطبيب يعرف الدواء اللازم لعلاج المريض ومسؤول عن وصفه، والصيدلي ملزم بتقديم الدواء الموصوف في الوصفة الطبية والمريض يأخذ الدواء الذي يحتاجه، فإنه لا مجال هنا للقول بأن التشابه بين العلامتين على فرض وجوده يؤدي إلى غش الغير وهو الجمهور المستهلك للدواء".

مما سبق، يخلص الباحث إلى أن العلامات التجارية، تُعدّ من الحقوق الأساسية للملكية الصناعية، والتي عرفت البشرية منذ القدم، كما أنها بطبيعتها تؤدي وظيفة التمييز بين السلع أو الخدمات بين الجهات المنتجة لها وهي بذلك تحمي المستهلك مما قد يتعرض له.

المطلب الثاني

الشروط الموضوعية

تنص المادة (7) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (15) لسنة (2008) على أنه (نص المادة (7) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (15) لسنة (2008): "1. يشترط لتسجيل العلامة التجارية أن تكون ذات صفة فارقة من حيث الأسماء أو الحروف أو الأرقام أو الأشكال أو الألوان أو غير ذلك أو أي مجموعة منها وقابلة للإدراك عن طريق النظر. 2. توخياً للغرض المقصود من هذه المادة تعني لفظة (فارقة) أن العلامة التجارية موضوعة على شكل يكفل تمييز بضائع صاحبها عن بضائع غيره من الناس. 3. لدى الفصل فيما إذا كانت العلامة التجارية ذات صفة فارقة وفقاً لما تقدم يجوز للمسجل أو للمحكمة إذا كانت العلامة التجارية مستعملة بالفعل أن يأخذ بعين الاعتبار طول المدى الذي جعل مثل ذلك الاستعمال لتلك العلامة التجارية مميزاً فعلاً للبضائع المسجلة أو التي ينوي تسجيلها. 4. يجوز أن تقتصر العلامة التجارية كلياً أو جزئياً على لون واحد أو أكثر من الألوان الخاصة وفي مثل هذه الحالة يأخذ المسجل أو المحكمة بعين الاعتبار لدى الفصل في الصفة الفارقة لتلك العلامة التجارية كون العلامة التجارية مقتصرة على تلك الألوان أما إذا سجلت علامة تجارية دون حصرها في ألوان خاصة فتعتبر مسجلة لجميع الألوان. 5. يجوز تسجيل العلامة التجارية لصنف أو أكثر من أصناف البضائع أو الخدمات. 6. إذا نشأ خلاف حول الصنف الذي تنتمي إليه أية بضاعة فيفصل المسجل ذلك الخلاف ويكون قراره نهائياً".

تتمثل الشروط الموضوعية اللازم توافرها في العلامة التجارية في شرط الجودة والصفة المميزة الفارقة، وشرط المشروعية.

أولاً: الجودة:

يُعد شرط الجودة، من أهم الشروط الموضوعية اللازم توافرها في العلامة التجارية، و يُقصد به أن تكون العلامة جديدة، بمعنى أنه لم يسبق استعمالها أو تسجيلها من قبل أحد (سويدات، 2012، ص30).

ولكي تُعد العلامة جديدة يجب أن يتوافر فيها عنصر مُميز على الأقل. ولا شك أن تقدير جودة العلامة، يكون من خلال النظر إلى مجموع العناصر كوحدة واحدة، فلا يوجد ما يمنع اشتراك بعض العناصر المكونة لعلامة ما مع عناصر مكونة لعلامة أخرى، حتى لو كانتا مستعملتين في صناعة واحدة، ما دام أن عناصرهما في مجموعهما مختلف في التركيب والمظهر (طبيشات، 2012، ص65).

وتُعد العلامة التجارية فاقدة لشرط الابتكار، إذا ما ثبت أن أحد الناس قد قام باستعمالها أو تسجيلها لتمييز منتجاته أو بضائعه أو خدماته، فإذا لم يثبت ذلك، فإنه يُمنع على غيره استعمال أو تسجيل تلك العلامة، وإلا وقع تحت طائلة المسائلة القانونية.

وعليه لا يجوز تسجيل العلامات المؤلفة من أرقام، أو حروف أو ألفاظ تصنف نوع البضائع أو جنسها، أو الكلمات التي تدل على لقب، أو منطقة جغرافية، أو جودتها (مثل كلمة الفاخر، الممتاز).

والمقصود بشرط جودة العلامة؛ الجودة المطلقة تماماً، أي بمعنى أنه لم يسبق استعمالها نهائياً، بينما شرط جودة العلامة النسبية، فهي التي تمنع اللبس أو التضليل في مصدر المنتجات أو البضائع.

ثانياً: شرط الصفة المميزة:

وحتى تتحقق الصفة المميزة في العلامة التجارية، لا بد من توافر الشرطين التاليين (الأرناؤوط، 2021، ص34):

1. أن تكون العلامة التجارية مميزة:

حتى تكون العلامة التجارية شائع استعمالها، وأن يكون لها ذاتها وصفاتها الخاصة لا بد أن تكون مميزة من حيث الأسماء أو الحروف أو الأرقام أو غير ذلك، أو أي مجموعة منها وقابلة للإدراك عن طريق النظر بشكل يكفل تمييز بضائع صاحب العلامة التجارية عن بضائع ومنتجات غيره من التجار، وبهذا قضت محكمة العدل العليا على أنه (قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم 298 لسنة 2014): "إذا كان شكل العلامة التجارية المطلوب تسجيلها هي نتاج صناعي ذات شكل عام شائع الاستعمال ولم تكن ذات علامة مميزة فارقة على شكل يكفل تمييز بضائع صاحبها عن بضائع غيره من الناس فيحق لمسجل العلامات التجارية رفض تسجيلها" المادة (7) من قانون العلامات التجارية.

2. أن تكون العلامة التجارية متمتعة بصفة فارقة:

ويقصد بذلك أن يكون للعلامة شكلاً مُميزاً خاصاً بها؛ أي أن تتصف العلامة بطبيعة ذاتية تمنعها من الخلط بغيرها، و تجعل من اليسر معرفتها، و تكون العلامة مُميزة متى تم وضعها بطريقة هندسية معينة، كأن تتخذ شكلاً دائرياً أو مربعاً أو سداسي مُميزاً، أو متى تم رسمها بشكل زخرفي مُعين، أو متى تم حفرها بشكل بارز مُميز، أو بأي شكل آخر له صفة مُميزة (طبيشات، 2012، ص85). فالعلامة المجردة من أي صفة لا تُعدّ علامة صحيحة، كالعلامة التي تكون على شكل شائع مؤلف، كرسم هندسي، أو صورة رجل يركب حصاناً، وكذلك الحال إذا كانت العلامة التجارية مجرد علامة وصفية تدل على مصدر المنتجات، كما في كلمة شاي، فيقال الشاي الغزالين (خاطر، 2000، ص7).

ومن هنا يمكن القول، أنه لا بد من وجود علامة مميزة للسلعة بحيث تكون هذه العلامة واضحة للأفراد، ويمكنهم من التعرف على ميزات هذه العلامة أو أي أمور أخرى تتعلق بها.

ثالثاً: المشروعية:

يُقصد بمشروعية العلامة التجارية، ألا تكون العلامة ممنوعة قانوناً، أي أن تسمح النصوص القانونية تسجيلها، أو على الأقل لا تُعارض استعمالها.

وقد نصت المادة (8) من قانون العلامات التجارية الأردني على أنه (نص المادة (8) من قانون العلامات التجارية الاردني رقم (15) لسنة 2008):

لا يجوز تسجيل ما يأتي:

- 1- العلامات التي تشابه شعار جلالة الملك أو الشارات الملكية أو لفظة ملوكي أو أية ألفاظ أو حروف أو رسوم أخرى قد تؤدي الى الاعتقاد أن الطالب يتمتع برعاية ملكية.
- 2- شعار أوسمة حكومة المملكة الأردنية الهاشمية أو الدول أو البلاد الأجنبية إلا بتفويض من المراجع الإيجابية.

- 3- العلامات التي تدل على صفة رسمية إلا إذا فرضت وضعها المراجع الإيجابية التي تخصها تلك العلامة أو التي هي تحت مراقبتها.
 - 4- العلامات التي تشابه الراية الوطنية أو أعلام المملكة الأردنية الهاشمية العسكرية أو البحرية أو الأوسمة الفخرية أو إشارات أو الأعلام الوطنية العسكرية أو البحرية.
 - 5- العلامات التي تشكل الالفاظ أو العبارات التالية: " امتياز، ذو امتياز.....".
 - 6- العلامات المخلة بالنظام العام أو الآداب العامة، أو التي تؤدي الى غش الجمهور، أو العلامات التي تشجع المنافسة التجارية غير المحقة، أو التي تدل على غير مصدرها الحقيقي.
 - 7- العلامات المؤلفة من أرقام أو حروف أو ألفاظ تستعمل عادة في التجارة لتمييز أنواع البضائع وأصنافها، أو العلامات التي تصف نوع البضائع أو جنسها، أو الكلمات التي تدل عادة على معنى جغرافي أو ألقاب، إلا إذا برزت في شكل خاص، ويشترط في ذلك أن لا يعتبر ما ورد في هذه الفقرة أنه يمنع تسجيل العلامات التي تكون من النوع الموصوف فيها إذا كانت له صفة فارقة بحسب المعنى المحدد لها في الفقرتين 2 و3 من المادة (7).
 - 8- العلامات التي تطابق أي شعار ذي صفة دينية بحتة أو تشابهه.
 - 9- العلامات التي تحتوي على صورة شخص، أو اسمه أو أسم محله التجاري، أو اسم شركة أو هيئة إلا برضا وموافقة ذلك الشخص أو تلك الهيئة، أما الأشخاص المتوفون حديثاً فيجوز للمسجل أن يطلب موافقة ممثلهم الشرعيين.
 - 10- العلامة التي تطابق علامة تخص شخصاً آخر سبق تسجيلها لنفس البضائع التي يراد تسجيل العلامة من أجلها أو لصنف منها، أو العلامة التي تشابه تلك العلامة الى درجة قد تؤدي الى غش الغير.
 - 11- العلامات التي تطابق أو تشابه شارة الهلال الأحمر أو الصليب الأحمر على ارض بيضاء أو شارات الصليب الأحمر أو صليب جنيف.
 - 12- العلامة التجارية التي تطابق أو تشابه أو تشكل ترجمة لعلامة تجارية مشهورة، وذلك لاستعمالها لتمييز بضائع مشابهة أو مماثلة للبضائع التي اشتهرت بها، ويكون من شأنها إيجاد لبس مع العلامة المشهورة أو لاستعمالها لغير البضائع.....".
- فلا يجوز تسجيل العلامة التجارية إذا كان لفظ العلامة يتنافى مع الأخلاق والآداب العامة، أو صورة مخالفة للأخلاق والآداب العامة، ولا يجوز أيضاً تسجيل العلامة التجارية التي تؤدي إلى غش الجمهور و تضليله⁽¹⁾.
- وتكون العلامة التجارية فاقدة لشرط المشروعية، إذا ما خالفت نصاً قانونياً سواء كان النص وارداً في قانون العلامات التجارية، أو غيرها من القوانين والأنظمة السارية، كما أن العلامة التجارية تكون فاقدة لشرط المشروعية، إذا كانت مخالفة للنظام العام والآداب (خاطر، 2000، ص9).

(1) الأسمر، صلاح، العلامة التجارية في القانون الأردني والمصري، مرجع سابق، ص101.

رابعاً: أن تكون العلامة التجارية قابلة للإدراك عن طريق النظر:

يعد شرط الإدراك أحد الشروط الهامة فيما يتعلق بالعلامة التجارية، حيث يقضي هذا الشرط أن تكون العلامة التجارية مادية بشكل ظاهر للعيان، حيث أن العلامات التجارية التي لا يمكن رؤيتها بالبصر فإنها لا تدخل بشكل عام ضمن العلامات التجارية، وتوجد العديد من الأمثلة الدالة على ذلك، كالتسجيلات الصوتية وكذلك الروائح، ولكن بالنسبة للروائح، فيمكن أن تقبل كعلامة تجارية في حال إذا كان يوجد تقديم مادي لها، بحيث تكون مترجمة بشكل ملموس ومادي.

ومن هنا فإن المشرع الأردني ومن خلال قانون العلامات التجارية، فإنه لا يجيز أن يتم تسجيل العلامات التي تتكون من رموز أو دلالات غير مادية، ومن ذلك العلامات التجارية التي تعتمد على حاسة الشم، أو العلامات التجارية التي تعتمد على حاسة السمع من نغمات موسيقية أو صوتية، أو فيما يتعلق بأمور أخرى كخبر الماء أو زئير الأسد، ويمكن أن يعزى ذلك لوجود أسباب شكلية لا موضوعية، كأن توجد صعوبة في حفظ مثل هذا النوع من نماذج العلامات ذات التكلفة المرتفعة لما يتطلب ذلك من توفير الأجهزة والمعدات والخبراء، وقد لا تكون كل هذه الأمور متوافرة لدى مسجل العلامات التجارية (الأرناؤوط، 2021، ص14).

وترى الباحثة أن المشرع الأردني قد وضع العديد من الشروط التي يجب أن تتوفر في العلامة التجارية كشرط الجدة، وشرط الصفة المميزة الفارقة، وشرط المشروعية بحيث تكون هذه العلامة التجارية مميزة وغير ممنوعة قانونياً وتجزى لصاحبها استخدامها في أي وقت من الأوقات دون تعدي من الآخرين وإلا ترتب على ذلك المسؤولية القانونية.

الخاتمة والنتائج والتوصيات

أولاً: الخاتمة:

تناولت الدراسة الإطار القانوني للعنوان التجاري والعلامة التجارية في التشريع الأردني والمقارن، وقد انتهت الى جملة من النتائج والتوصيات.

ثانياً: النتائج

1. تبني المشرع الأردني منهجاً ومعياراً واضحاً بين الاسم التجاري والعنوان التجاري ولم يبق على هناك مجال لجدل فقهي حول الموضوع.
2. تم تنظيم العنوان التجاري والعلامات التجارية من خلال قوانين تنظمها بحيث يتم بيان جميع الاحكام المتعلقة بذلك.
3. يخضع كل من العنوان التجاري والاسم التجاري الى نظام تسجيل خاص به في قانون التجارة الأردني وقانون العلامة التجارية الاردني.
4. وفق برتكول مدريد لتسجيل العلامات التجارية دولياً يستطيع مالك العلامة التجارية أن يقوم بتقديم طلب لتسجيل العلامة لدى مسجل العلامات في بلد المنشأ، ولا يشترط هنا أن يقوم مالك العلامة التجارية بتقديم طلب لتسجيل علامته التجارية. وتتمتع العلامة التجارية المسجلة دولياً ومن تاريخ التسجيل في كل دولة من الدول المعنية بالحماية نفسها التي من الممكن أن تتمتع بها في حال تقديم طلب مباشر في تلك الدولة ومدة التسجيل الدولي للعلامة هي عشر سنوات، ويحق لمالك العلامة طلب تجديد حمايتها.

5- تختلف الاحكام القانونية التي تنظم العنوان التجاري عن الاحكام القانونية التي تنظم العلامات التجارية.

ثالثاً: التوصيات

1. ضرورة تنظيم العديد من نصوص المواد التي تتعلق بالعنوان التجاري بحيث لا يكون هناك مجال للفقہ في الجدل خاصة فيما يتعلق بتسجيل العنوان التجاري.
2. وفقاً لنظام مدريد فإن مدة الحماية تم تحديدها بعشرين سنة ويجوز تجديدها فقط لمدة مماثلة، لذا يوصي الباحث ان يقوم نظام مدريد بإيراد نص يحق لمالك العلامة التجارية أن يقوم بتجديد مدة الحماية على غرار اتفاقية تريبس التي أعطت لمالك العلامة تجديدها إلى ما لا نهاية.
3. توصي الباحثة ان يقوم نظام مدريد للعلامات التجارية الدولية بالسماح لمالك العلامة التجارية بتقديم طلب تسجيل دولي للعلامة، دون تسجيلها في بلد المنشأ.
4. وجود محكمة مختصة للنظر في قضايا العلامات التجارية نظراً لأهمية هذا الموضوع وتأثيره في الاقتصاد الأردني وعلى العلاقات التجارية ولأن طبيعة هذه القضايا تحتاج إلى مختصين للنظر فيها وأخذ القرارات السليمة.
5. أوصي برفع كفاءة الدائرة التي تعنى بحماية العلامات التجارية في وزارة الصناعة والتجارة لما تتمتع به العلامات من ذاتية خاصة تتطلب جهازاً إدارياً دقيقاً. وذلك عن طريق إخضاع الموظفين لدورات خاصة تؤهلهم للقيام بواجباتهم على أحسن وجه.

المراجع:

- صدام سعد الله محمد البياتي، النظام القانوني للرسوم والنماذج الصناعية، دار مكتبة الحامد، عمان، الطبعة الأولى، 2002.
- مصلح الطراونة، الاحكام القانوني للعنوان التجاري والاسم التجاري في القانون الاردن، الدليل الالكتروني للقانون العربي، 2016، ص1.
- www.arablawninfo.com تم الدخول بتاريخ 2022/3/2.
- الزقرد، احمد السعيد، الحماية المدنية من الدعايات الكاذبة والمضللة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007.
- زين الدين، صلاح، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.
- صرخوه، يعقوب، النظام القانوني للعلامات التجارية: دراسة مقارنة، الكويت، مكتبة ذات السلاسل، 1993.
- حمدان، ماهر، حماية العلامات التجارية: دراسة مقارنة، منشورات الجامعة الاردنية، عمان.
- جاك الحكيم، القانون التجاري، ج1 التاجر والمتجر، مطبوعات جامعة دمشق، 1987..
- إلياس حداد، القانون التجاري (بري، بحري، جوي)، دمشق، مطبوعات جامعة دمشق، 1981.
- عزيز العكيلي، شرح القانون التجاري، عمان، دار الثقافة.
- إلياس حداد، القانون التجاري (بري، بحري، جوي)، دمشق، مطبوعات جامعة دمشق، 1981.
- احمد أبو الروس، موسوعة الشركات التجارية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2002، ص 47 وما بعدها.
- احمد أبو الروس، موسوعة الشركات التجارية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2002.

عزيز العكيلي، الوسيط في الشركات التجارية، دراسة فقهية قضائية مقارنة في الأحكام العامة والخاصة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2007>

- الشرقاوي، محمود سمير، القانون التجاري، دار النهضة، القاهرة، 2005..
- طه، مصطفى، أساسيات القانون التجاري، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2006.
- شواورة، نسيم، العلامة التجارية وحمايتها، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2017.
- السعايدة، بكر، الحماية القانونية للعلامات التجارية المشهورة في التشريع الأردني والاتفاقيات الدولية، دراسات علوم الشريعة والقانون، 2017.
- الناهي، صلاح الدين، الوجيز في الملكية الصناعية في الأردن، الطبعة الأولى، دار الفرقان، الأردن، 2006.
- عباس، محمد، الملكية الصناعية والمحل التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة، 2015.
- سويدات، عماد، الحماية المدنية للعلامة التجارية، دار حامد، الأردن، 2012.
- طبيشات، عبد الرحمن، الحماية القانونية للعلامة التجارية، علم الكتاب، إربد، عمان، 2012.
- الارناؤوط، إبراهيم (2021) محاضرات في حقوق الملكية الفكرية، جامعة العلوم الإسلامية، عمان، الأردن.
- نوري حمد خاطر، حماية التصاميم للدوائر المتكاملة بقواعد الملكية الفكرية، المؤتمر العلمي حول الملكية الفكرية، جامعة اليرموك، إربد، 10-11 تموز 2000..
- صلاح الدين عبد اللطيف الناهي، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، دار الفرقان، عمان، 1983.
- القوانين والتشريعات:**
- قانون العلامات التجارية الأردني رقم (15) لسنة (2008).
- قانون التجارة الأردني رقم (12) لسنة (1966) وتعديلاته.

Abstract:

The legal framework of the commercial address and the trademark in the Jordanian and comparative legislation

The study aimed to reveal the legal framework for the commercial address and the trademark in the Jordanian and comparative legislation. The descriptive analytical approach and the comparative approach were used, and the subject was addressed through two sections, the first dealing with the provisions related to the commercial address, and the second the legal protection of the trademark.

The study concluded with a number of results, including: The commercial title and trademarks were regulated through laws regulating them so that all provisions related to that are indicated. Both the commercial address and the trade name are subject to its own registration system in the Jordanian Trade Law and the Jordanian Trademark Law.

The study recommended the necessity of organizing many texts of articles related to the commercial address so that there is no room for jurisprudence in the controversy, especially with regard to the registration of the commercial address.

Keywords: Legal framework, Commercial address, Trademark, Legislation.