

مدى تأثير المشرع الإماراتي باتفاقيتي باريس وتربس في تنظيم أحكام العلامات التجارية وضابط حمايتها بدعوى المنافسة غير المشروعة

يسار فواز الحنيطي، هشام عوض الطراونة*

ملخص

تستغل هذه الدراسة ببيان أثر اتفاقيتي باريس وتربس في تنظيم أحكام العلامات التجارية في دولة الإمارات العربية المتحدة من خلال النصوص القانونية التي تضمنتها باعتبارهما تشريعاً دولياً موجهاً إلى كافة الدول الراغبة في الانضمام إليها، وتعنى هذه الدراسة - على وجه التخصيص - ببيان الأحكام التي قررت في سبيل حماية العلامات التجارية ومنع الاعتداء عليها ومخاطبة الدول المنظمة إليها - وتلك الراغبة في الانضمام - للأخذ بالحد الأدنى المقرر فيها، وترك المجال أمامها للأخذ بالمزيد من أحكام الحماية، ومدى تأثير المشرع الإماراتي بأحكامها من هذا الجانب في نطاق نصوص القانون وتطبيقات القضاء.

ثم تنفرد بالإشارة إلى دعوى المنافسة غير المشروعة كصورة مستحدثة من صور الحماية المقررة للعلامات التجارية من أي اعتداء غير محق وقع فعلاً أو أنه محقق الوقوع مستقبلاً بما يعطي منحة تشريعية إضافية وبأبواب من أبواب الحماية المقررة للعلامات التجارية مما يحول من الاعتداء عليها أو حتى مجرد سلوك سبيل أفعال وصور الاعتداء بما يعرف بأفعال المنافسة غير المشروعة.

الكلمات الدالة: اتفاقية دولية، علامة تجارية، منافسة غير مشروعة.

المقدمة

أولاً: أهمية الدراسة ومبررها:

لم يكن الاهتمام التشريعي - الإقليمي - بحقوق الملكية الفكرية⁽¹⁾ وحقوقها وليد المصادفة أو الترف، وإنما هو نتاج الحاجة الملحة والمبرر المنطقي في صيرورة تلك الحقوق واجباً على الدول احترامها لتتماشى مع ركب التطور والحضارة، ولتأخذ دورها في مضمار التسابق نحو الأفضل بما من شأنه حماية مصالحها السياسية، والاقتصادية، والتجارية من جهة، وبما يحقق لها الاستقرار الاجتماعي، والأمن الفردي في ظل مجتمعات تعاني من الفقر، والبطالة، وتدني مستوى دخل الفرد، وانخفاض القوة الشرائية للعملة الوطنية، وما يتبعها من مشكلات تتجاوز مفهوم التقدم إلى السير بالإتجاه المعاكس في زمن ليس للتباطؤ فيه مكان من جهة أخرى.

وعليه فقد احتلت العلامات التجارية مكانة هامة، وتصدرت أحكامها قوانين الملكية الفكرية في جميع التشريعات الإقليمية باعتبارها حقلاً من حقوق الملكية التجارية، ولما لها من خصوصية فرضتها مفاهيم التحرر الاقتصادي، والانفتاح التجاري لدول العالم، لذلك تبنت الدول عموماً ضمن تشريعاتها الداخلية، ودولة الإمارات العربية المتحدة على وجه الخصوص قانوناً خاصاً بالعلامات التجارية⁽²⁾ يتضمن كل ما تقرضه من أحكام ويشتمل بنصوصه جميع القواعد - الشكلية والموضوعية - المتصلة بالعلامات التجارية التي هي على مساس بها بدءاً من مباشرة إجراءات تسجيلها، ومروراً بأحكامها ثم طرق ووسائل حمايتها.

غير أن إسهاب الدراسات والبحوث القانونية، وتركيزها في الحديث عن أحكام التشريعات الوطنية، والاستفاضة في تفصيلها أغلق الأبواب - من وجهة نظري - عن الحديث في الأساس التي استمدت منه تلك التشريعات، وتحديداً في دولة الإمارات العربية المتحدة أحكامها والبناء المتين الذي قامت عليه أركان التشريعات الوطنية، والمتمثل في الاتفاقيات الدولية التي كان لها سبق الفضل في وضع القاعدة الرئيسية للدول قاطبة لبناء نظام قانوني - أشبه بالمتكامل - في معالجة أحكام حقوق الملكية الفكرية

* كلية القانون، قسم القانون الخاص، جامعة العين للعلوم والتكنولوجيا، أبو ظبي؛ ومدعي عام شمال عمان الأول، الأردن. تاريخ استلام البحث

2017/10/28، وتاريخ قبوله 2018/6/14.

بمختلف قطاعاتها، وتحديدًا العلامات التجارية موضوع هذه الدراسة، وما يتعلق بدعوى المنافسة غير المشروعة كأحد أوجه الحماية المستحدثة والغطاء الآمن في حال الاعتداء على أي حق من حقوق الملكية الفكرية المختلفة. وعوداً على ما سبق فإن ما يدعو إلى التطرق لهذا الموضوع، ويثير الاهتمام فيه الرغبة في الإشارة بقدر من التوضيح - في حدود غاية البحث - إلى أهم اتفاقيتين دوليتين تعرضتا لتنظيم الأحكام القانونية للعلامات التجارية، وهما اتفاقية باريس لسنة (1883)، واتفاقية تريبس لسنة (1994) دون الخوض في العديد من الاتفاقيات الدولية الأخرى تجنباً للخروج عن هدف هذه الدراسة⁽³⁾.

ونظراً لما لهذا الموضوع من أهمية وأثر لا يمكن إغفالها على الصعيدين - الدولي والمحلي - فقد ارتأينا الحديث في مدى تأثير المشرع الإماراتي باتفاقيتي باريس وتريبس في تنظيم أحكام العلامات التجارية، وتبسيط الضوء بشيء من التفصيل على حالة (دعوى المنافسة غير المشروعة) كوجه من أوجه وسائل الحماية التي يمكن اللجوء إليها في حال الاعتداء على علامة تجارية وفق أحكام التشريعات ذات الصلة في دولة الإمارات العربية المتحدة.

ثانياً: تساؤلات الدراسة:

إن هذه الدراسة تتصدى للإجابة عن تساؤلات متعلقة بالحدود التي انتهجها المشرع الإماراتي في تنظيم الأحكام المختلفة للعلامات التجارية دون التوقف عند حد معين، وبيان إلى أي مدى جاء تنظيمه لتلك الأحكام موافقاً لتلك التي أوردها اتفاقيتي باريس وتريبس، سيما وأن ما هو معروف في تلك الاتفاقيتين وضعهما إطاراً عاماً لتنظيم أحكام حقوق الملكية الفكرية المختلفة، وشمول هذا الإطار للحدود الدنيا الواجب على الدول مراعاتها عند تنظيم أي تشريع يتعلق بحق من حقوق الملكية الفكرية. فهل أن المشرع الإماراتي راعى هذه الحدود في كافة الأحكام المتعلقة بالعلامات التجارية وضابط حمايتها بدعوى المنافسة غير المشروعة أم أنه خالفها؟ وإن كانت الإجابة بنعم فما هي أوجه مخالفته لها؟ وهل كانت المخالفة في جانب الإيجاب؟ بمعنى أنه أخذ بمضمون أحكام الاتفاقيتين مع تضمينه إضافات ذات أثر، أم أن مخالفته جاءت بصورة عدم التقيد بأحكام الاتفاقيتين والخروج عنهما بصورة سلبية تدعو إلى تصويب الجانب الذي وقعت فيه المخالفة.

ثالثاً: منهجية الدراسة:

تركز هذه الدراسة - من ناحية - على الجانب التحليلي لنصوص أحكام اتفاقيتي باريس وتريبس، وتلك الأحكام المنصوص عليها في قانون العلامات التجارية الإماراتي، كما أنها تتطرق - من ناحية أخرى - إلى جانب مقارنة وموازنة النصوص بين الاتفاقيتين وأحكام القانون، من خلال عرض النص في كل من الاتفاقيتين ومقابلته بالنص الوارد في القانون، ثم إجراء التحليل العلمي المنهجي عليها لإظهار مدى قيام حالة التقارب من عدمه، وتأييد ذلك بالأحكام القضائية ذات الصلة حيثما كانت الحاجة قائمة.

رابعاً: تقسيم الدراسة:

سوف يتم تقسيم هذه الدراسة إلى مبحثين؛ نتناول في (المبحث الأول) التنظيم الدولي القانوني لأحكام العلامات التجارية ضمن مطلبين؛ وذلك بيان الأحكام الناظمة للعلامات التجارية وفق ما تضمنته اتفاقية باريس في (المطلب الأول)، وبيان الأحكام الناظمة للعلامات التجارية وفق ما تضمنته اتفاقية تريبس في (المطلب الثاني)، أما (المبحث الثاني) فسوف نستعرض فيه؛ حماية العلامات التجارية بدعوى المنافسة غير المشروعة، وذلك ببيان شروط دعوى المنافسة غير المشروعة ضمن (المطلب الأول)، وحق التعويض في دعوى المنافسة غير المشروعة في (المطلب الثاني).

المبحث الأول

التنظيم الدولي القانوني لأحكام العلامات التجارية

استمدت التشريعات الوطنية حاجتها إلى تنظيم أحكام العلامات التجارية على وجه الخصوص، وحقوق الملكية الفكرية عموماً من السعي الدولي الدءوب نحو حماية تلك الحقوق وذلك تزامناً مع تزايد أهميتها من كافة الجوانب، ولما يؤديه عكس ذلك من التأثير على الإبداع والتطوير وعرقلة التبادل التجاري، وما ينجم عنه من سهولة الاعتداء عليها⁽⁴⁾.

ويلاحظ أنه لم يكن هنالك أي تنظيم دولي خاص بحقوق الملكية الفكرية قبل عام (1883) مما يعني أن الدول كانت تباشر تنظيم تلك الأحكام منفردة، وبالقدر الذي يتناسب مع الواقع المحلي لكل دولة على حدة، مع التأكيد على أن دولة الإمارات العربية المتحدة لم تسن تشريعاً خاصاً بهذا المجال إلا منذ عهد ليس ببعيد⁽⁵⁾ كما هو حال العديد من الدول العربية في هذا السياق⁽⁶⁾.

وعلى الرغم من تعدد الاتفاقيات الدولية الناظمة لحقوق الملكية الفكرية (7) إلا أن اتفاقية باريس تعد أول اتفاقية دولية في هذا المجال وتعدّ بمثابة الركيزة الأساسية في حماية حقوق الملكية الفكرية بشكل عام والعلامات التجارية - كحقل من حقول الملكية التجارية - بشكل خاص، إضافة إلى اعتبار اتفاقية تريبس من أهم الاتفاقيات الدولية في هذا المجال (8). وعليه سوف نتطرق في هذا المبحث إلى الأحكام القانونية الناظمة للعلامات التجارية وفق اتفاقية باريس ضمن (المطلب الأول)، ثم الأحكام القانونية الناظمة للعلامات التجارية وفق اتفاقية تريبس ضمن (المطلب الثاني).

المطلب الأول: الأحكام القانونية الناظمة للعلامات التجارية وفق اتفاقية باريس (9)

تعد اتفاقية باريس أول إطار تشريعي دولي يعنى بتنظيم موضوعات الملكية الفكرية إلا أن هذه الميزة لم تكن الوحيدة للقول بأهميتها، ولعل طبيعة اتفاقية باريس باعتبارها أقرب إلى التشريع منها إلى المعاهدة التعاقدية ما أضفى عليها مزيداً من الأهمية والرعاية، فهي اتفاقية ليست مقيدة بأمد زمني كما أنها تخاطب كافة الدول الراغبة بالانضمام إليها، وتترك المجال مفتوحاً أمام الدول التي لم توقع عليها عند إبرامها للانضمام والدخول في أحكامها، ما حدا إلى القول بأن القواعد التي أوردتها تعد بمثابة جزء من التشريع الداخلي للدول الأعضاء مع احتفاظها بصون وحماية نصوصها بعيداً عن التعديل من لدن إرادة المشرع الوطني لكل دولة عضو منفردة، ويبقى أمر تعديل نصوصها وفق آلية تعدها دول الاتحاد وبمقتضاها يتم النظر في قواعدها وفقاً للمستجدات والتطورات التي تحدث على الصعيد الداخلي (10) مع الإشارة إلى أن اتفاقية باريس تمخض عنها ظهور اتحاد دولي عرف بإسم (اتحاد باريس) (11)، وبموجبه يتمتع مواطنو دول الاتحاد بنفس الحقوق بصرف النظر عن الدولة التي ينتمون إليها حقيقة باعتبار دول الاتحاد تمثل إقليمياً واحداً.

ويمكن القول إن اتفاقية باريس أرسدت مبادئ مهمة في أحكام حقوق الملكية الفكرية عموماً (12)، وأنه فيما يتعلق بالعلامات التجارية تضمنت مفهوماً واسعاً لها بحيث تشمل علامات السلع والخدمات (13)، كما تطرقت إلى وسيلة حمايتها بدعوى المنافسة غير المشروعة ضمن قواعد وجبة المراعاة من لدن كل دولة على نحو ما تنص عليه.

كما وفرت اتفاقية باريس الحماية القانونية الواجبة للعلامات التجارية على المستوى الدولي (14) علاوة على ما تقرره التشريعات الوطنية لها من أحكام خاصة بالحماية وفق مقتضيات كل دولة، وبما يتفق مع الحدود الدنيا التي قررتها اتفاقية باريس، ذلك أن تنظيم مسائل الحماية القانونية للعلامات التجارية، ومحاولة القضاء على ظاهرة المنافسة غير المشروعة - بصورها المختلفة - قد تجاوز الحدود الإقليمية لكل دولة وأصبحت الدول منفردة عاجزة عن توفير مظلة الحماية اللازمة للعلامات التجارية، وزاد من سبب ذلك التوسع الكبير والحركة المتطورة في انتقال السلع والخدمات عبر الحدود ما حدا بضرورة تبني بدائل قانونية - مكملة للتشريعات الوطنية - تكفل الحماية الدولية للعلامات التجارية (15).

وتأكيداً لهذا النهج فقد ألزمت اتفاقية باريس الدول الأعضاء بأن تكفل لرعايا دول الاتحاد الأخرى حماية من أفعال المنافسة غير المشروعة بما يتيح لصاحب العلامة التجارية المعتبرة عليها - بأي صورة من صور أفعال المنافسة غير المشروعة التي عدتها الاتفاقية (16) - اللجوء إلى القضاء بدعوى المنافسة غير المشروعة بتحقيق شروطها (17) التي سيرد ذكرها لاحقاً.

ويمكن إيجاز الأحكام الموضوعية التي أوردتها اتفاقية باريس بشأن العلامات التجارية، وبيان مدى انسجام تلك الأحكام مع ما نص عليه المشرع الإماراتي ودرجة تأثره بها على النحو التالي:

الحكم الأول: مبدأ استقلال العلامات التجارية (18):

عالجت المادة (3/6) من الاتفاقية مسألة استقلال العلامات التجارية حيث اعتبرت العلامة التي سجلت بموجب أحكام قانون إحدى دول الاتحاد مستقلة عن العلامات التي سجلت في دول الاتحاد الأخرى، وعليه فإن عدم تجديد تسجيل العلامة أو إبطالها في دولة من الدول التي سجلت فيها لا يعني فقدان العلامة للحماية أو بطلان تسجيلها في الدول الأخرى.

ويتجسد هذا المبدأ في الأحكام المنصوص عليها في اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات التجارية التي تنصرف للدول الموقعة عليها - ومنها دولة الإمارات العربية المتحدة - حيث إنه بموجب هذه الاتفاقية يحظى مالك العلامة التجارية المسجلة في دولة الإمارات العربية المتحدة بحماية علامته التجارية في الدول الأخرى بشرط تسجيلها في دولته، حيث إن التسجيل الوطني يسبق التسجيل الدولي في تحقيق موجبات الحماية، وعليه فإن عدم تسجيل العلامة التجارية في أي دولة أخرى و/أو عدم تجديد تسجيلها أو بطلانها في أي دولة لا يؤثر على الحماية المقررة للعلامة التجارية في دولة الأصل التي سجلت فيها (19).

الحكم الثاني: القانون الواجب التطبيق على شروط تسجيل العلامة التجارية⁽²⁰⁾:

تضمنت الفقرة (1) من المادة (6) من الاتفاقية الأحكام المنظمة لهذه المسألة وبمقتضى هذه المادة فإن شروط الإيداع والتسجيل للعلامة التجارية تخضع للتشريع الوطني في كل دولة من دول الاتحاد، ويكون القانون الوطني للدولة المراد تسجيل العلامة فيها هو المحدد لشروط الإيداع وإجراءات التسجيل.

ويتطابق موقف المشرع الإماراتي مع هذا الحكم حيث أفرد لتسجيل العلامة التجارية وشطبها أحكاماً خاصة ضمن الباب الثاني من القانون، حيث تنص المادة (5) منه على: (يعد في الوزارة سجل يسمى سجل العلامات التجارية تدون فيه جميع العلامات التجارية وأسماء أصحابها وعناوينهم ونوع نشاطهم وأوصاف بضائعهم أو منتجاتهم أو خدماتهم وما يطرأ على العلامات من تحويل أو تنازل أو نقل للملكية أو رهن أو ترخيص بالإستعمال أو أية تعديلات أخرى).

ويمثل هذا النص حكماً عاماً في ضوابط تسجيل العلامة التجارية، مع الإشارة إلى ما تضمنته بعض النصوص الأخرى من أحكام متعلقة بتسجيل، وإيداع العلامة التجارية على نحو ما نصت عليه المواد (8، 9، 10) من القانون⁽²¹⁾.

الحكم الثالث: العلامة التجارية المشهورة:

أوردت اتفاقية باريس أحكاماً خاصة بحماية العلامة التجارية المشهورة حيث تضمنت المادة (6) منها تلك الأحكام، وأجملها الفقه⁽²²⁾ على النحو التالي:

أولاً: أن اتفاقية باريس أوجبت على الدول المنظمة لها رفض أي طلب لتسجيل أو إبطال تسجيل أو منع استعمال أي علامة تشكل نسخاً أو تقليداً لعلامة تجارية أخرى ترى سلطات الدولة المختصة أنها تمثل علامة تجارية مشهورة إذا كان من شأن ذلك وقوع لبس أو تضليل.

ثانياً: ألزمت اتفاقية باريس الدول الأعضاء بتوفير الحماية للعلامة التجارية المشهورة وذلك بأن تتخذ الجهات الإدارية المختصة - إما من تلقاء نفسها أو بناءً على طلب مقدم إليها من ذوي الشأن - الإجراءات الآتية:

1. رفض طلب التسجيل لعلامة مماثلة أو مشابهة للعلامة المشهورة في حال تقديم الطلب من غير صاحب العلامة ذاته.
2. صلاحية شطب تسجيل العلامة التجارية المسجلة في حال كونها مماثلة أو مشابهة للعلامة التجارية المشهورة خلال منح مهلة لا تقل عن خمس سنوات من تاريخ التسجيل تعطيتها الدولة لذوي الشأن ويستثنى من ذلك تسجيل العلامة بسوء نية حيث يجوز شطب تسجيلها دون التقيد بمدد.

3. حق منع الغير من استخدام العلامة المشهورة وذلك خلال مدة متروك تحديدها للدولة لغايات تقديم طلب المنع، ويستثنى من تلك المدة حالة كون الانتفاع بالعلامة التجارية المشهورة قد تم بسوء نية.

وتجدر الإشارة إلى أن اتفاقية باريس أقرت حماية العلامة التجارية المشهورة ولو لم تكن مسجلة، ذلك أن الحماية لا تنقرر للعلامة المشهورة اعتماداً على تسجيلها أو استعمالها، وإنما تأسيساً على كونها علامة ذاتة الشهرة في الدولة المراد حمايتها فيها، كما أن الاتفاقية لم تضع مقاييس لاعتبار مدى شهرة العلامة وتركت هذا الأمر من اختصاص الأجهزة الإدارية لكل دولة من دول الاتحاد⁽²³⁾.

ويلاحظ مدى تأثير المشرع الإماراتي وانسجامه مع هذا الحكم من خلال افراده حكماً خاصاً بالعلامة التجارية المشهورة ضمن المادة (4) التي تنص على:

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

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

3. ولا يجوز تسجيل العلامات ذات الشهرة لتمييز سلع أو خدمات غير مماثلة أو مطابقة لتلك التي تميزها هذه العلامات إذا⁽²⁴⁾:
أ. دل استخدام العلامة على صلة بين السلع والخدمات المطلوب تمييزها وبيع أو خدمات صاحب العلامة الأصلية.

ب. أدى استخدام العلامة لاحتمال الإضرار بمصالح صاحب العلامة الأصلية).

الحكم الرابع: مبدأ الحظر:

أوردت الفقرة (3) من المادة (6) من اتفاقية باريس مبدأ مهماً وقيماً في سبيل تحقيق الحماية للعلامة التجارية إذ أوجبت على الدول الأعضاء النص في تشريعاتها الداخلية على رفض أو إبطال تسجيل العلامات التجارية الوارد ذكرها في الفقرة (أ/1) من المادة ذاتها⁽²⁵⁾ وهو ما أخذ به المشرع الإماراتي في المادة (3) منه⁽²⁶⁾ وحسناً فعل.

الحكم الخامس: جواز التنازل عن العلامة:

تضمنت المادة (6/رابعاً/1) من اتفاقية باريس حكماً خاصاً بالتنازل عن العلامة التجارية يتعلق بمدى صحة وجواز التنازل عن العلامة مقترنة مع ملكية المشروع أو المحل التجاري بحيث قدمت هذه المادة تصوراً منطقياً فيما قد تتضمنه تشريعات دول الاتحاد بهذا الخصوص.

وقد اعتبرت أنه يكفي لصحة التنازل عن العلامة التجارية - في حال كانت تشريعات دول الاتحاد لا تعدّه صحيحاً إلا باقتران انتقالها مع ملكية المشروع أو المحل التجاري - انتقال ملكية جزء من المشروع أو المحل التجاري في الدولة إلى المتنازل إليه، ومنحه حقاً استثنائياً في صنع أو بيع المنتجات التي تحمل العلامة التجارية المتنازل عنها في تلك الدولة.

ويبدو تأثر المشرع الإماراتي بهذا الحكم من خلال النصوص التي أوردها في الباب الثالث منه ضمن أحكام انتقال ملكية العلامة التجارية ورهنها على نحو ما نصت عليه المواد (27، 28، 29) من القانون⁽²⁷⁾ التي أجازت نقل ملكية العلامة التجارية أو رهنها أو الحجز عليها مع أو بدون المحل التجاري أو المشروع الذي تستخدم العلامة التجارية في تمييز منتجاته أو خدماته، وأنه يشترط ليكون هذا الإجراء حجة على الغير أن يتم التأشير به في سجل العلامات التجارية وأشهره بالطريقة التي تحددها اللائحة التنفيذية.

كما أضافت الفقرة (2) من المادة السابقة حكماً أحالت فيه إلى الفقرة (1) منها بأن لا يترتب على مضمون الفقرة السابقة إلزام دول الاتحاد باعتبار التنازل عن أية علامة تجارية صحيحاً عندما يكون استعمالها من المتنازل إليه من شأنه تضليل الجمهور بما يعد منافسة غير مشروعة أو صورة من صورها.

وتبدو أهمية هذه الأحكام جلية بالنسبة للشركات أو المشروعات متعددة الفروع والأنشطة التي يكون لديها رغبة في التنازل عن علامتها التجارية ضمن فروعها في دولة أو أكثر مع احتفاظها بالملكية في الدول الأخرى⁽²⁸⁾.

ولم تقف أحكام الحماية المقررة في اتفاقية باريس عند هذا الحد بل امتدت أحكامها لتشمل حماية علامة الخدمة⁽²⁹⁾ التي تميز خدمات الشركات، إضافة إلى تنظيم أحكام الحماية لحقوق الملكية الصناعية التي تعرض في المعارض الدولية لأي دولة من دول الاتحاد والنص عليها في التشريعات الداخلية⁽³⁰⁾.

المطلب الثاني: الأحكام القانونية الناظمة للعلامات التجارية وفق اتفاقية ترينس⁽³¹⁾

أصبح من غير المنكور الاعتراف للمعاهدات والاتفاقيات الدولية وكذلك القوانين الوطنية بضمان وكفالة وصون حقوق الملكية الفكرية في مختلف جوانبها، ولعل اتفاقية ترينس تعد نموذجاً في وضعها تنظيمياً شاملاً لتلك الحقوق ضمن كيان متناسق هادف⁽³²⁾.

ولعل التشابك الذي أفردته جولة الأوروغواي بين الدول المتقدمة والدول النامية حول موقع حقوق الملكية الفكرية وإصرار الدول المتقدمة على إدراجها ضمن موضوعات التجارة الدولية وما اعترى هذا التوجه من اعتراض الدول النامية دفع الطائفتين - بعد مداولات عديدة - إلى الالتقاء على صيغة توافقية تتناول حقوق الملكية الفكرية من جانب تجاري خالص، وهو ما أسفر عن بروز اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (ترينس)، والتوقيع عليها من الدول المتفاوضة، واعتبارها من أهم ما توصلت إليه جولة الأوروغواي⁽³³⁾.

وعلى الرغم من كون اتفاقية ترينس لاحقة للعديد من الاتفاقيات الدولية بشأن حقوق الملكية الفكرية إلا أنها لم تكن ناسخة لأحكام تلك الاتفاقيات أو متعارضة معها فيما أورده بل يمكن اعتبارها اتفاقية محدثة لأحكام جديدة ومطورة لسابقتها من جهة، إضافة إلى كونها متممة لها في بعض الجوانب وإحالتها إلى الاتفاقيات السابقة عليها في جوانب أخرى⁽³⁴⁾ من جهة ثانية.

إن القارئ لنصوص اتفاقية ترينس يجدها تتضمن أحكاماً مستمدة من سابقتها من الاتفاقيات وأحكاماً أخرى محدثة ومعدلة لنصوص الاتفاقيات السابقة بما يتفق مع التطورات الدولية - تشريعياً وإجرائياً - ولعل المبادئ الأساسية التي تضمنتها اتفاقية ترينس هي ذاتها المبادئ التي أوردهتها اتفاقية باريس وذلك على المستوى الدولي فيما يتعلق بمبدأ المعاملة الوطنية، ومبدأ الدولة الأولى بالرعاية، والأخذ بالمبدأ المعياري للحماية بين حدين؛ حد أدنى لا يجوز النزول عنه ضمن تشريعات الدول المنظمة لها، وحد أعلى يجوز للدول تضمينها لتشريعاتها بالزيادة على أن لا تخالف أحكام الاتفاقية⁽³⁵⁾.

كما تضمنت اتفاقية ترينس نصوصاً قانونية صنفت من قبيل الالتزامات والحقوق⁽³⁶⁾، ففي مجال الالتزامات أوردت الاتفاقية التزامات عامة على الدول الأعضاء بحيث تقسم إلى طائفتين؛ أولهما الالتزامات المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية بوجه عام،

وثانيهما الالتزامات الخاصة بفروع الملكية الفكرية على وجه الاستقلال ومن ضمنها الالتزامات المتعلقة بالعلامات التجارية، وكذلك الأمر فيما يتعلق بحقوق الدول المنظمة إليها.

وما يهمنا التطرق إليه في هذه الدراسة هو الإشارة إلى الأحكام الخاصة التي رتبها اتفاقية تريس في مجال العلامات التجارية في المواد (15 - 21) وكذلك الالتزامات التي وضعتها على الدول الأعضاء وتحديداً ما أورده المشرع الإماراتي على النحو التالي:

الحكم الأول: تحديد مفهوم العلامات التجارية:

تضمنت المادة (15) من اتفاقية تريس في الفقرة (1) منها تحديداً لمفهوم العلامة التجارية حيث أوردت تعديلاً وتحديثاً للنص المقابل له في اتفاقية باريس وذلك باعتبار العلامة التجارية كل علامة قادرة على تمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة عن منتجات غيرها مع الإشارة إلى أن التعداد الذي أورده الفقرة (1) جاء على سبيل المثال لا الحصر بما يمكن معه القول بأن مفهوم العلامة التجارية لم يقتصر على علامة السلع فقط، وإنما اشتمل علامة الخدمة مع إبرازها خاصية العلامة التجارية في تمييز السلع والخدمات⁽³⁷⁾.

ويتفق المشرع الإماراتي مع هذا التوجه على نحو ما نصت عليه المادة (2) من قانون العلامات التجارية التي أوردت في سياق اشارتها إلى مفهوم العلامة التجارية تعداداً غير حصري لما يمكن اعتباره علامة تجارية، واعتبار الصوت جزءاً من العلامة التجارية إذا كان مصاحباً لها.

الحكم الثاني: ما يتعلق بتسجيل العلامة التجارية:

تصدت اتفاقية تريس إلى مسألة تسجيل العلامة التجارية وذلك بالإشارة إلى أحكام التسجيل وتنظيمه بصورة تحد من القيود التشريعية للدول الأعضاء، ومن ذلك الربط بين التسجيل وتوافر متطلبات الحماية بما لا يخل بأحكام معاهدة باريس، وبما يمنح الدول الأعضاء الحق في رفض تسجيل أي علامة تجارية حتى مع تحقق متطلبات الحماية في حال إخلالها بالحقوق المكتسبة للغير في الدولة المطلوب فيها الحماية أو كانت مخالفة للنظام العام أو الآداب أو أنها مجردة من أي صفة مميزة⁽³⁸⁾. وقد تأثر المشرع الإماراتي بهذا الحكم من خلال نصه على المضمون ذاته في المادتين (3، 10) من القانون واللتين سبقت الإشارة إليهما.

الحكم الثالث: الحقوق المقررة لأصحاب العلامة التجارية:

أوردت اتفاقية تريس حكماً خاصاً فيما يتعلق بالحقوق المقررة لصاحب العلامة التجارية وذلك في المادة (16) فقرة (1) منها، إذ أكدت حق صاحب العلامة التجارية في الاستئثار بملكية العلامة، وعدم إيراد أية قيود تحد من حرية استخدامه لها، ولم تقف عند ذلك بل امتدت تلك الحقوق لتشمل حق مالك العلامة التجارية في منع الغير من استعمال علامته بما من شأنه تمييز منتجاته سلعية أو خدمية من ذات النوع إذا تم بدون موافقة أو ترخيص منه في ذلك⁽³⁹⁾. وعلى النهج ذاته سار المشرع الإماراتي في المادة (17) ⁽⁴⁰⁾ وكذلك المواد (27، 28، 29) التي تتضمن حق مالك العلامة التجارية في منع الغير من استعمال علامته لتمييز منتجات أو خدمات من ذات النوع بدون موافقة المالك⁽⁴¹⁾، وقد سبقت الإشارة إليها.

أما المادة (21) من الاتفاقية⁽⁴²⁾ فقد أجازت للدول الأعضاء ضمن تشريعاتها الداخلية تحديد شروط ترخيص استخدام العلامة التجارية أو التنازل عنها مع إيراد حظر الترخيص الإلزامي باستخدام العلامة التجارية، كما أجازت المادة ذاتها لصاحب العلامة التجارية حق التنازل عن ملكية العلامة التجارية للغير، وذلك تبعاً لملكية المحل التجاري المرتبط به العلامة التجارية أو استقلالاً عنه.

ويبدو اتفاق المشرع الإماراتي مع هذا الحكم من نص المادة (30) من القانون التي حددت ضوابط ترخيص مالك العلامة التجارية لأي شخص بإستعمال علامته التجارية، إضافة لما نصت عليه المادتين (31، 34) بشأن القيود المفروضة على عقد الترخيص بإستخدام العلامة التجارية⁽⁴³⁾.

الحكم الرابع: العلامة التجارية المشهورة⁽⁴⁴⁾:

توسعت المادة (2/16، 3) من اتفاقية تريس في تنظيم أحكام العلامة التجارية المشهورة متجاوزة بذلك بعض القصور في الأحكام ذاتها التي وردت ضمن اتفاقية باريس، وعلى الرغم من عدم إيراد تعريف للعلامة التجارية المشهورة أو وضع معايير محددة لمفهوم الشهرة إلا أنها نصت على ضابط لمعيار الشهرة من خلال وجوب معرفة العلامة من القطاع المعني من الجمهور

بما في ذلك وجوب معرفتها في البلد العضو المعني بنتيجة ترويج تلك العلامة⁽⁴⁵⁾، وقد لخص جانب من الفقه⁽⁴⁶⁾ تلك الأحكام بإيجاز قيم أورده ضمن الجوانب التالية:

1- أن اتفاقية ترينس توسعت في ما يعدّ من قبيل العلامة التجارية المشهورة إذ لم يعد مقتصرًا على علامة السلعة بل امتد ليشمل علامة الخدمة كذلك.

2- أن اتفاقية ترينس وضعت ضابطاً ومعيّاراً استرشادياً عاماً في تحديد مفهوم العلامة التجارية المشهورة يمكن للدول الأعضاء الاستئناس به وفق ما سبق عرضه.

3- أن اتفاقية ترينس أوردت قيدين متعلقين بحظر العلامة التجارية المشهورة المسجلة على سلع وخدمات غير مماثلة للسلع والخدمات في تمييزها وهما:

أ - أن يكون من شأن استخدام العلامة التجارية المشهورة على سلع أو خدمات غير مماثلة الاعتقاد بوجود صلة بين تلك السلع والخدمات غير المماثلة وصاحب العلامة التجارية المشهورة.

ب - أن يكون من شأن استخدام العلامة التجارية المشهورة على سلع غير مماثلة الاحتمال بالمساس بمصلحة صاحب العلامة وتعرضه للضرر.

وقد سبقت الإشارة إلى مدى تأثير المشرع الإماراتي بهذا الحكم على نحو ما نصت عليه المادة (4) من القانون سالف الذكر.

الحكم الخامس: مدة حماية العلامة التجارية ووجوب استعمالها⁽⁴⁷⁾:

تصدت اتفاقية ترينس في المادتين (18، 19) إلى الأحكام المتعلقة بمدة الحماية المقررة للعلامة التجارية، وتلك المتعلقة باستعمالها إلى جانب الحكم المتعلق بالشروط المقيدة لاستخدام العلامة التجارية التي أفردت لها المادة (20).

وبمقتضى المادة (18) فإن الحد الأدنى المقرر لحماية العلامة التجارية هو سبع سنوات قابلة للتجديد من مالك العلامة بطلب لذلك غير مقيد بأجل مع اعتبار أن لا تقل المدة المطلوب التجديد إليها عن سبع سنوات كذلك، وإلى جانب هذا الحكم اشترطت المادة (1/19) عدم شطب تسجيل العلامة التجارية قبل مضي ثلاث سنوات متواصلة على التسجيل دون الاستخدام متى كان استعمالها شرطاً لازماً لاستمرار تسجيلها، وأوردت استثناءً على ذلك بتقديم صاحب العلامة مبررات مقبولة لوجود عقبات أو قيود تحول دون استخدامها.

ويشار في هذا الصدد إلى خروج المشرع الإماراتي عن الحدود الدنيا التي أوردتها الاتفاقية والأخذ بحد أعلى عما هو وارد فيها حيث تضمنت المادة (19) من القانون حكماً خاصاً بمدة حماية للعلامة التجارية تبلغ عشر سنوات، ويبقى لصاحب العلامة حق تمديد الحماية لمدد مماثلة متتالية بشرط تقديم طلب تجديد تسجيل العلامة التجارية خلال السنة الأخيرة من مدة الحماية السارية، كما رفع مدة حفظ العلامة التجارية من الشطب بحيث تبلغ خمس سنوات على نحو ما نصت عليه المادة (22) من القانون بشرط أن لا يثبت استعمال العلامة التجارية خلال تلك المدة أو يثبت مالكتها أن عدم استعمالها خلال تلك الفترة يعود لسبب أجنبي عنه، وقد اعتبرت تلك المادة من قبيل السبب الأجنبي (قيود الإستيراد والشروط الحكومية الأخرى التي تفرض على السلع والخدمات التي تميز العلامة)، وأرى من حكم النص أن إيراد السبب الأجنبي جاء على سبيل المثال وليس الحصر، بحيث يجوز لمالك العلامة التجارية غير المستعملة خلال خمس سنوات متتالية أن يتذرع بأية أسباب أخرى مما يخرج عن الحالة التي تمت الإشارة إليها باعتبارها من قبيل السبب الأجنبي ويكون لمحكمة الموضوع سلطة تقديرية في إعتباره من قبيل الأسباب الأجنبية أم أنه يخرج عنها.

وإلى جانب تلك الأحكام تضمنت المادة (20) نصاً يحظر على الدول الأعضاء تقييد استخدام العلامة التجارية بشروط خاصة، ومن صور تلك القيود اشتراط وجوب استخدام العلامة التجارية تبعاً لاستخدام علامة تجارية أخرى، واشتراط استخدام العلامة التجارية على وجه الخصوص كما لو استخدمت نوعية منتجات إلى جانب العلامة التجارية أو بصورة تقلل قدرتها على التمييز بين السلع والخدمات بين منشأتين.

المبحث الثاني

حماية العلامات التجارية بدعوى المنافسة غير المشروعة

سبقت الإشارة في المبحث الأول من هذه الدراسة إلى التنظيم الدولي القانوني لأحكام العلامات التجارية وذلك بتخصيص البحث في اتفاقيتي (باريس وترينس) وبيان الأحكام القانونية الناظمة للعلامات التجارية بموجبها، وكيف أن اتفاقية ترينس جاءت

مكملة ومحدثة لأحكام اتفاقية باريس من جهة، ومحيلة إلى بعض أحكامها من جهة أخرى. وعليه يصدق القول بأن اتفاقيتي (باريس وتربس) وفرتا الحماية القانونية للعلامات التجارية على المستوى الدولي، وهو ما استمد منه المشرع الإماراتي أحكامه بحيث أصبح للعلامة التجارية حماية مزدوجة - دولية ومحلية - إضافة إلى ذلك أفرد أحكاماً خاصة بالمنافسة غير المشروعة ضمن المادة (64 وما يليها) من قانون المعاملات التجارية⁽⁴⁸⁾ وما يقع من أفعال المنافسة تلك على العلامة التجارية ويؤدي إلى إلحاق الضرر بمالكها، مع الإشارة إلى أن المشرع الإماراتي لم ينص في تلك المواد على حالة الاعتداء على العلامة التجارية على وجه التخصيص، بيد أنه يفهم من أحكام تلك المواد إمكانية تطبيقها في حال وقع الاعتداء على علامة تجارية.

وتمتاز الحماية المقررة للعلامة التجارية في دعوى المنافسة غير المشروعة بشمولها العلامة التجارية غير المسجلة - وتلك المسجلة من باب أولى - وذلك متى تحققت أركان الدعوى وشروطها.

ويبقى القول بأن الحماية المقررة للعلامات التجارية لا تجد سبيلها إلا في حال حدوث اعتداء عليها بأي صورة مما أوردتها تلك الأحكام وترتب الضرر الناجم عن ذلك الاعتداء، وهنا يقوم دور الدولة وأجهزتها المختصة في اتخاذ تدابير فعالة لحماية صاحب الحق من أي اعتداء تعرض له في حق من حقوق الملكية الفكرية الواقعة تحت مظلة الحماية الاتفاقية⁽⁴⁹⁾.

وهنا يثور التساؤل حول مدى فاعلية دعوى المنافسة غير المشروعة في ضمان حماية العلامات التجارية، والحيلولة دون الاعتداء عليها و/أو ضمان حق التعويض في حال وقوع الاعتداء وتحقق الضرر، وهل أن عدم تحقق الضرر يوجب التعويض وفق أحكام دعوى المنافسة غير المشروعة.

ولعل ذلك ما يدعونا إلى تقسيم هذا المبحث إلى مطلبين؛ نتحدث في المطلب الأول عن شروط دعوى المنافسة غير المشروعة، وفي المطلب الثاني عن حق التعويض في دعوى المنافسة غير المشروعة.

المطلب الأول: شروط دعوى المنافسة غير المشروعة⁽⁵⁰⁾

أشرنا فيما سبق إلى أهم اتفاقيتين دوليتين عنيتا بتنظيم أحكام العلامات التجارية، وحماية حقوق أصحابها حيث أفرد المطلب الأول منه للحديث عن الأحكام القانونية الناظمة للعلامات التجارية وفق اتفاقية باريس، وفي المطلب الثاني الأحكام القانونية الناظمة للعلامات التجارية وفق اتفاقية تربس.

ورأينا كيف أن هاتين الاتفاقيتين وضعتا الأساس القانوني الذي انطلقت منه واعتمدت عليه التشريعات المحلية للدول الأعضاء فيهما، وذلك في سبيل تنظيم أحكام وحماية العلامات التجارية وحقوق أصحابها.

وقد خلصنا إلى أن أحكام الاتفاقيتين جاء متمماً ومكملاً لبعضهما ومحدثاً للأحكام السابقة في اتفاقية باريس ضمن نصوص اتفاقية تربس وأنها - بجميع الأحوال - أوردتا ضمن أحكامهما معيار الحد الأدنى الذي يجب على الدول الأعضاء الأخذ به دون تنازل مع جواز الزيادة عليه فيما تضمنته تشريعاتها من أحكام دون مخالفة لمضمون أحكام الاتفاقية.

كما وجدنا أن المشرع الإماراتي عني بتنظيم أحكام العلامات التجارية ضمن قانون خاص وأنه سيراً على النهج الدولي وتماشياً مع متطلبات الانضمام إلى الاتفاقيات الدولية أورد حكماً خاصاً بحماية العلامات التجارية - المسجلة - وذلك ضمن أحكام قانون العلامات التجارية، وأنه بالمقابل لم يهدر القيمة القانونية للعلامة التجارية غير المسجلة ومن يدي ملكيته لها دون تسجيل حيث أفرد أحكاماً خاصة بالحماية ضمن ما يعرف بدعوى المنافسة غير المشروعة باعتبار أنها دعوى مسؤولية تقصيرية⁽⁵¹⁾، لنقول أن إيراد هذا النص وفر حماية هامة للعلامات التجارية غير المسجلة، إضافة إلى إعتبارها حماية احتياطية للعلامات التجارية المسجلة في حال كان الإعتداء الواقع على العلامة مما يدخل في أفعال المنافسة غير المشروعة.

وإذا كانت دعوى المنافسة غير المشروعة تجد أساسها في قواعد المسؤولية التقصيرية فإن ذلك ما يؤكد قيامها بتحقق ثلاثة شروط هي: الخطأ والضرر وعلاقة السببية⁽⁵²⁾ وهو ما سنتحدث عنه في هذا المطلب تباعاً.

الشرط الأول: الخطأ " فعل التعدي على علامة تجارية "

يعرف الخطأ في نطاق دعوى المنافسة غير المشروعة بأنه⁽⁵³⁾ (إتيان المنافس لأفعال تنطوي على مخالفة القوانين أو الأعراف التجارية أو تتنافى مع شرف المهنة بشكل عام).

وتطبيقاً لذلك يمكن القول إن عنصر الخطأ في أفعال المنافسة التي يباشرها تاجر بمواجهة غيره لا تقع تحت تعداد حصري فهي أفعال تتعدد صورها وفق كل سلوك على حدة وارتباطاً بشكل ونوع وطبيعة المنافسة محل الاعتداء، وهو ما يؤكد إيجابية عدم

بناء المشرع الإماراتي لفكرة المنافسة غير المشروعة بصور محددة⁽⁵⁴⁾.

بيد أن التساؤل الذي يثور في هذا الجانب هو: هل يتطلب لتحقيق الخطأ وفقاً لما سبق أن يقترن بسوء النية ممن باشر فعل المنافسة غير المشروعة؟

يرى البعض⁽⁵⁵⁾ في معرض إجابته على هذا التساؤل أن عنصر الخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة ذو معنى خاص بحيث يستوجب قيام منافسة غير مشروعة بين تاجرين أو أكثر يكون أحدهم أو أكثرهم منافساً للآخر بطرق غير مشروعة، وأن الخطأ وفقاً لذلك يقوم بتوافر سوء النية وقصد الإضرار، ويقوم كذلك نتيجة الإهمال بحقيقة ما يبشره المنافس من فعل وهو ما لا يشترط ارتباط الخطأ بسوء النية في كافة أفعال المنافسة غير المشروعة.

أما الاتجاه الأخر⁽⁵⁶⁾ فيرى أنه يشترط لتوافر الخطأ تحقق سوء النية ممن بدرت منه أفعال المنافسة غير المشروعة، وقد ذهب في تأييد ذلك إلى اعتماد نص المادة (163) من المدني المصري، التي تضمنت أن (كل خطأ سبب ضرراً للغير يلزم من ارتكبه التعويض).

ويلاحظ أن قانون المعاملات المدنية الإماراتي لم يتضمن ما يشير إلى وجوب ارتباط الضرر بسوء النية، ويستفاد ذلك من نص المادة (282) من القانون التي نصت على أن (كل إضرار بالغير يلزم فاعله ولو غير مميز بضمان الضرر) مما يدل على توجه المشرع الإماراتي للأخذ بمعيار الضرر سواء ترتب عن الخطأ أو الإهمال بسوء نية أو بدونها، كما أن صور وحالات المنافسة غير المشروعة الواردة ضمن المادة (63 وما يليها) من قانون المعاملات التجارية لم تتضمن ما يشترط وجوب تحقق سوء النية في أفعال المنافسة غير المشروعة، وهو توجه يتفق مع ما ذهب إليه المشرع الأردني⁽⁵⁷⁾ من هذه الناحية.

أما بخصوص الخطأ فيما يتعلق بالاعتداء على علامة تجارية فإنه ينصرف في دعوى المنافسة غير المشروعة إلى افتراض قيام منافسة بين تاجرين أو أكثر بحيث يقوم احدهم أو بعضهم بمباشرة فعل أو أفعال تتنافى مع مفهوم المنافسة الشريفة، وتدخل ضمن إطار الفعل غير المشروع سواء كان مقصوداً أو غير مقصود بإتيانه عن إهمال أو عدم تبصر⁽⁵⁸⁾، وهو من المسائل التي تستقل محكمة الموضوع في استخلاصها⁽⁵⁹⁾.

الشرط الثاني: الضرر

ينبغي على اعتبار دعوى المنافسة غير المشروعة أنها دعوى مسؤولية تقصيرية ترتب الضرر الناجم عن فعل المنافسة غير المشروعة سواء تمثل في الضرر المادي المنصب على الحقوق المالية أو الضرر المعنوي الذي يصيب الحقوق غير المالية كالسمعة أو الشهرة أو الاعتبار⁽⁶⁰⁾.

وعليه يصدق القول إن وجود الضرر شرط لازم للمطالبة بالتعويض تأسيساً على أحكام المبادئ العامة في المسؤولية المدنية، وهذا لا يحول دون قبول طلب اتخاذ إجراءات مؤقتة مرتبطة بدعوى المنافسة غير المشروعة وسابقة عليها في حال غياب الضرر، وذلك متى كان الطلب يهدف إلى الزجر والردع بمنع الاعتداء أو وقفه وإزالة الأفعال غير المشروعة، وهذا ما لا يتطلب تحقق الضرر لعدم ارتباط الدعوى بالتعويض⁽⁶¹⁾.

أما في حال ارتبطت دعوى المنافسة غير المشروعة بطلب التعويض⁽⁶²⁾ - بشقيه المادي والمعنوي - فإن ذلك يفترض تحقق الضرر فعلاً، وهذا ما يمكن استخلاصه من نص المادتين (66 و67) من قانون المعاملات التجارية الإماراتي حيث تنص المادة (66) منه على: (لا يجوز للتاجر أن يلجأ إلى طرق التدليس والغش في تصريف بضاعته، أو أن يذيع أو ينشر بيانات كاذبة من شأنها الإضرار بمصلحة تاجر آخر ينافسه وإلا كان مسئولاً عن التعويض).

كما تنص المادة (67) على: (لا يجوز للتاجر أن يعطي لمستخدم أو عامل سابق لديه شهادة مغايرة للحقيقة وإلا كان مسئولاً عن تعويض الأضرار اللاحقة لتاجر آخر والناجمة عن التضليل الناشئ عن تلك الشهادة).

ويبدو عنصر الضرر جلياً في نصوص قانون المعاملات المدنية الإماراتي الواردة ضمن الأحكام العامة في نصوص الفعل الضار وفق أحكام المواد (292) وما يليها منه⁽⁶³⁾.

وعليه يعدّ الضرر ركناً أساسياً في المسؤولية التقصيرية إلى جانب الخطأ ورابطة السببية حتى أنه يفوق الخطأ أهمية إذ لا يتصور وجود المسؤولية بلا ضرر مع تصورها بغير خطأ⁽⁶⁴⁾.

وفي الاتجاه المقابل يرى البعض⁽⁶⁵⁾ أن وجود الضرر شرط لازم للمطالبة بالتعويض وفق القواعد العامة للمسؤولية المدنية مؤيداً رأيه بما نصت عليه المادتين (66 و67) من قانون المعاملات التجارية الإماراتي سالفتي الذكر.

والملاحظ من مضمون نصوص القانون والمبادئ العامة للمسؤولية المدنية أن اعتبار دعوى المنافسة غير المشروعة من

دعاوي المسؤولية التصديرية يترتب عليه وجوب تحقق الضرر - من جهة - وأن الطبيعة الخاصة التي تتمتع بها دعوى المنافسة غير المشروعة تجعل من الطلبات الوقتية (التحفظية) السابقة عليها والمرتبطة بها صحيحة ولو كان الضرر غير واقع حتماً وإنما هو محقق أو احتمالي الوقوع - من جهة ثانية - وهذا أمر متروك تقديره لسلطة القاضي ويدل على ذلك ما منحه القانون للقاضي من سلطة في اتخاذ إجراءات مؤقتة لمنع منافسة على وشك الوقوع من شأنها تحقق ضرر يتعذر تداركه لاحقاً. وعليه يكون الهدف من دعوى المنافسة غير المشروعة و/أو طلباتها تعويض الضرر سواء وقع فعلاً - باعتبارها دعوى علاجية - أو كان محتملاً وقوعه مستقبلاً - باعتبارها دعوى وقائية - ويكفي في ذلك احتمال وقوع الضرر الموجب للتعويض أو الإجراءات السابقة عليه⁽⁶⁶⁾.

الشرط الثالث: علاقة السببية

طالما تم التسليم لدعوى المنافسة غير المشروعة بأنها دعوى مسؤولية تصديرية وأنها تتطلب قيام عنصر الخطأ والضرر فإن ذلك يستوجب حتماً تحقق رابطة السببية التي يرجع إلى الأحكام العامة في تحديد مفهومها وضوابطها⁽⁶⁷⁾. ولعل لزوم إثبات المدعي للرابطة السببية في دعوى التعويض القائم على المسؤولية المدنية يتبعه حق المدعي عليه في دفع تلك المسؤولية بإثبات انقضاء رابطة السببية وأن الضرر حدث نتيجة لظروف لا دخل لإرادته فيها، وهو ما يقطع رابطة السببية بين الفعل والنتيجة وبالتالي انقضاء موجبات التعويض⁽⁶⁸⁾⁽⁶⁹⁾.

أما في دعوى المنافسة غير المشروعة فيرى البعض⁽⁷⁰⁾ أن إثبات علاقة السببية فيما يتعلق بالضرر المحتمل أو الضرر المستقبلي أمر جائز ومتصور على الرغم من صعوبة سلوك هذا السبيل.

ويلاحظ عدم تطرق المشرع الإماراتي إلى الأحكام المتعلقة بالطلبات المستعجلة المرتبطة بأفعال المنافسة غير المشروعة ضمن أحكام قانون المعاملات التجارية، في حين عالج هذه الأحكام تفصيلاً ضمن المادة (41) من قانون العلامات التجارية⁽⁷¹⁾. مع التأكيد على أن حق الطالب في هذه الحالة يقتصر على طلب اتخاذ إجراءات وقائية نصت عليها المادة (28)⁽⁷²⁾ من قانون الإجراءات المدنية، ولا تشتمل على طلب التعويض لعدم تحقق الضرر ابتداءً باعتباره أساس التعويض وموجبه.

ويمكن القول بأن إثبات رابطة السببية يتصف بالصعوبة في دعوى المنافسة غير المشروعة، وإذا كان القضاء لا يشترطه أو لا يستلزم إثباته على وجه الدقة في حالة الضرر المستقبلي (الاحتمالي) في الإجراءات التحفظية التي يباشرها بناء على طلب من يتصور احتمال اعتداء على منتجاته بمنافسة غير مشروعة، فإنه في الوقت ذاته لا يتشدد كثيراً في إثبات تلك الرابطة حتى مع تحقق الضرر وثبوته وذلك تأسيساً على أن من شأن تقييد المتضرر بإثبات رابطة السببية وعدم تمكنه منها ضياع الحقوق وفتح المجال أمام اعتداء المنافسين بأفعال غير مشروعة، وهو ما لا يستقيم مع طبيعة خصوصية تلك الدعوى من جهة بالإضافة إلى أن فعل المنافسة غير المشروعة من شأنه ترك آثار أكبر من مجرد تحقق ضرر وقتي قد يثبت أنياً وقد يمتد إلى وقت ليس بقريب، وهو ما أرى فيه توجهاً محموداً من هذا الجانب.

المطلب الثاني: حق التعويض في دعوى المنافسة غير المشروعة

تستمد دعوى المنافسة غير المشروعة أحكامها ضمن التشريعات الوطنية الخاصة وذلك استجابة لمتطلبات انضمامها إلى المعاهدات والاتفاقيات الدولية المبرمة بشأن حقوق الملكية الفكرية وتحديدات اتفاقيتي (باريس وتريس)، وعلى هذا النهج سار المشرع الإماراتي في قانون المعاملات التجارية الذي أفرد مواداً خاصة بالحماية تأسيساً على أحكام دعوى المنافسة غير المشروعة على الرغم من عدم ذكر العلامة التجارية صراحة.

وما يتوجب الإشارة إليه قبل الخوض في مضمون هذا المطلب هو أن حق التعويض المقرر ضمن أحكام دعوى المنافسة غير المشروعة لا يمس الأحكام التي أوردتها التشريعات الخاصة بالعلامات التجارية⁽⁷³⁾، ولا تلك الأحكام المقررة للتعويض في قانون المعاملات المدنية⁽⁷⁴⁾ وهو ما يخرج عن إطار هذه الدراسة⁽⁷⁵⁾.

وعوداً على بدء ولما كانت العلامة التجارية أحد أهم وسائل نجاح المشروع الاقتصادي وهي وسيلة المنافسة المشروعة مع الأنشطة المختلفة على الصعيدين (المحلي والدولي)⁽⁷⁶⁾، فإن أي سلوك سلبي في تلك المجالات ينحدر إلى فعل المنافسة غير المشروعة الموجب للوقف والتعويض.

ويدعوننا ذلك إلى إيضاح الكيفية التي عالج فيها المشرع الإماراتي أحكام التعويض المترتب نتيجة الاعتداء على علامة تجارية بمقتضى القوانين الخاصة.

واستجابة من المشرع الإماراتي للتطورات الهامة في مجال الملكية الفكرية وحقوقها المختلفة، ورغبة منه في توسيع مظلة الحماية المقررة لها، وسيراً على اشتراطات وموجبات الانضمام للمعاهدات والاتفاقيات الدولية فقد تضمن قانون المعاملات التجارية أحكاماً خاصة بأفعال المنافسة غير المشروعة.

وبموجب هذا القانون حددت المادة (64 وما يليها) الأفعال التي تعد ممارستها في الشؤون الصناعية والتجارية عملاً غير مشروع مع الإشارة إلى أن هذا التعداد وارد على سبيل المثال لا الحصر والتقييد.

ويلاحظ أن الأحكام الخاصة بالمنافسة غير المشروعة وردت بصيغة العموم، ولم تخصص حكماً مستقلاً بالعلامة التجارية، وأن صور الاعتداء تنطبق في حال وقوعه على علامة تجارية.

ومؤدى ذلك أن المشرع الإماراتي اعتنى بمبدأ استعمال العلامة التجارية في الدولة بصرف النظر عن كونها مسجلة أم غير مسجلة، واشترط في نطاق المنافسة الواقعة عليها أن يكون من شأنها تضليل الجمهور حتى تقوم دعوى المنافسة غير المشروعة للمطالبة بالحماية و/أو التعويض.

وخلاصة القول إن لكل من أصابه ضرر نتيجة أفعال إعتداء على علامة تجارية - وينطبق هذا على مالك العلامة التجارية - الاستناد إلى أحكام قانون العلامات التجارية في إقامة دعواه لمباشرة حماية علامته و/أو التعويض عن أي اعتداء وقع عليها بمقتضى أحكام المادة (40) منه، حيث تنص على: (يجوز لكل من أصابه ضرر نتيجة لأي من الأفعال المنصوص عليها في المادتين (37) أو (38) من هذا القانون أن يرفع دعوى أمام المحكمة المدنية المختصة لمطالبة المسئول عن الفعل بتعويض مناسب عما لحقه من أضرار).

ويلاحظ أن المادة (37) المشار إليها تتضمن حكماً متعلقاً بصور وحالات الإعتداء على علامة تجارية مسجلة، في حين تتضمن المادة (38) حكماً يتعلق باستعمال علامة تجارية غير قابلة للتسجيل أو أن هنالك اعتقاد بحصول التسجيل.

ولا تحول الأحكام السابقة دون الاحتكام إلى نصوص قانون المعاملات التجارية لحماية العلامة التجارية من أفعال المنافسة غير المشروعة، ومنع الاعتداء عليها و/أو المطالبة بالتعويض عن الضرر اللاحق بها جراء ذلك سواء كانت العلامة التجارية مسجلة أم غير مسجلة.

ويبقى حق التعويض قائماً ومنتحققاً ضمن أحكام قانون المعاملات المدنية الإماراتي، وذلك تأسيساً على أحكام المسؤولية العقدية أو المسؤولية التقصيرية بتحقيق أركانها وشروطها⁽⁷⁷⁾.

الخاتمة

استعرضت هذه الدراسة دور اتفاقيتي باريس وترييس وأثرهما في تنظيم الأحكام القانونية للعلامات التجارية، ومدى تأثير المشرع الإماراتي بذلك في نصوص قانون العلامات التجارية وتلك الأحكام المتعلقة بأفعال المنافسة غير المشروعة من قانون المعاملات التجارية.

ثم خصصت هذه الدراسة الإشارة إلى إحدى صور الحماية المقررة للعلامات التجارية والدعوى المتعلقة بها ضمن ما يعرف بدعوى المنافسة غير المشروعة التي لم تتضمنها أحكام القانون الخاص بالعلامات التجارية، وإنما تضمنتها أحكام قوانين أخرى - سيراً وتماشياً مع متطلبات الانضمام للاتفاقيات الدولية - وهو قانون المعاملات التجارية الذي أفرده أحكاماً خاصة لأفعال المنافسة غير المشروعة والمحل تقع عليه على الرغم من عدم ذكر العلامة التجارية صراحة في معرض تعداده لصور أفعال المنافسة غير المشروعة.

ولعل ما كشفت عنه هذه الدراسة هو أن المشرع الإماراتي - وفي سبيل إبداء استجابته لمتطلبات الانضمام إلى تلك الاتفاقيات - أورد نصوصاً قانونية تمثل ضامناً مهماً لحماية العلامة التجارية بدعوى المنافسة غير المشروعة بما تمثله من أهمية.

وإذا كان من شأن تلك الأحكام الإشارة المؤكدة إلى توجه المشرع الإماراتي لتوسيع دائرة الحماية المقررة للعلامات التجارية فإن اللجوء إلى أحكام القانون الخاص بالعلامات التجارية وضمن كفاية أحكام الحماية المقررة فيه يعد الأنسب والأولى بهذا الخصوص.

ولا يحول ما سبق دون تأكيد أهمية دعوى المنافسة غير المشروعة واعتبارها ضابطاً حامياً لأي اعتداء يقع على العلامة التجارية - وغيرها من حقوق الملكية الفكرية - خاصة في الحالة التي يصيب فيها الاعتداء علامة تجارية بسلوك من قبيل أفعال المنافسة غير المشروعة، وبذلك تتنوع أوجه الحماية المدنية للعلامة التجارية بين الحماية المبنية على قواعد المسؤولية المدنية

بمقتضى أحكام قانون المعاملات المدنية، وتلك الحماية المقررة على نحو ما نص عليه قانون العلامات التجارية، إضافة إلى الحماية ذات الطابع الخاص الذي تنظمه أحكام المنافسة غير المشروعة.

وقد انتهت هذه الدراسة لبعض النتائج التي تعكس مدى تأثر المشرع الإماراتي بأحكام هاتين الاتفاقيتين في تنظيم أحكام العلامة التجارية، وضابط حمايتها بدعوى المنافسة غير المشروعة والمتمثلة بما يأتي:

أولاً: لوحظ مدى الانسجام والتوافق الذي نهجه المشرع الإماراتي في نصوص القانون الخاص بالعلامات التجارية بشكل عام، والأحكام المقررة لها بشكل خاص مع أحكام اتفاقيتي باريس وتربس.

ثانياً: كرس المشرع الإماراتي صورة الحماية للعلامة التجارية ليس فقط في نطاق حالات الاعتداء المتصور تحققها فحسب، بل امتد ليشمل الحماية المرتبطة بضوابط التسجيل والرقابة السابقة والمعاصرة واللاحقة لتسجيل العلامة.

ثالثاً: خرج المشرع الإماراتي - خروجاً ايجابياً - عن الحد الزمني الأدنى المقرر لحماية العلامة التجارية عما أوردته اتفاقيتي باريس وتربس، وذلك بإقراره الحماية للعلامة التجارية خلال مدة تسجيلها البالغة عشر سنوات وقابلية التجديد لمدد مماثلة غير منتهية، إلا في الحالات التي تؤدي إلى شطبها، وكذلك الأمر عند شطب العلامة التجارية لعدم استعمالها خلال فترة زمنية حددها المشرع بخمس سنوات متواصلة.

رابعاً: تضمن قانون المعاملات التجارية الإماراتي الصور غير الحصرية لأفعال المنافسة غير المشروعة التي يتصور وقوعها على العلامات التجارية على الرغم من عدم ذكرها إياها صراحة.

أما ما يمكن إيداعه من توصيات في حدود ما تضمنته هذه الدراسة ونتائجها فإنه يمكن إجمالها في ما يلي:

أولاً: إيلاء الممارسات غير المشروعة مزيداً من العناية التشريعية، وعدم الاقتصار على ما تضمنه قانون المعاملات التجارية من معالجة موجزة لها، سواء بتنظيم تشريع مستقل لها أو تأطيرها ضمن قانون منع المنافسة ساري المفعول.

ثانياً: تخصيص غرفة قضائية للنظر في قضايا المنافسة غير المشروعة الواقعة على حقوق الملكية الفكرية - عموماً، والعلامات التجارية على وجه الخصوص.

الهوامش

- (1) الملكية الفكرية بمعناها القانوني تدل على نتاج العقل البشري من أفكار محددة تترجم إلى أشياء ملموسة ويدخل في نطاقها كافة إبداعات العقل البشري في حقول العلم والصناعة والتجارة والأدب والفن وغيرها، ونظراً لاتساع هذا المدلول فإنه ينصرف إلى الاختراعات والنماذج والعلامات الصناعية والتجارية بمفهومها الواسع والاسم والعنوان التجاري إضافة إلى الأعمال الأدبية والفنية. -ويمكن رد الحقوق المتعلقة بالملكية الفكرية إلى:
 - أ- الحقوق الصناعية: وتشمل براءات الاختراع، الرسوم والنماذج الصناعية.
 - ب- الحقوق التجارية: وتشمل العلامات التجارية والأسماء والعناوين التجارية.
 - ت- الحقوق الأدبية: وتشمل حقوق المؤلف والحقوق المجاورة لحقوق المؤلف.
- راجع في تفصيل ذلك: زين الدين، ص. (2016)، ط1، حقوق الملكية الفكرية في التشريع الإماراتي والاتفاقيات الدولية، (الإمارات العربية المتحدة، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع)، ص29 وما يليها.
- (2) ومن ذلك إضافة إلى القانون الاتحادي رقم (37) لسنة 1992 بشأن العلامات التجارية في دولة الإمارات العربية المتحدة، والمعدل بالقانون رقم (19) لسنة 2000 والقانون رقم (8) لسنة 2002، قانون العلامات التجارية الأردني رقم (34) لسنة 1999، وكذلك قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم (82) لسنة 2002 في جمهورية مصر العربية.
- (3) هنالك العديد من الاتفاقيات الدولية بهذا الخصوص، فقد بدأت الجهود الدولية نحو الاعتراف بأحكام اللامات التجارية وحمايتها منذ أواخر القرن التاسع عشر ولعل من أهم الاتفاقيات الدولية المتعلقة بحماية العلامات التجارية وأحكامها: (اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883 واتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامة التجارية واتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (التربس).
- واردة لدى: الشمري، م. (2004)، حماية العلامة التجارية في ضوء اتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (التربس)، (جامعة القاهرة، كلية الحقوق، رسالة دكتوراه)، ص35 وما يليها.
- وكذلك: مختار، و. (2008)، حماية العلامة التجارية في ظل القانون الجزائري واتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة من الحقوق الملكية

- (4) الفكرية (تريس)، دراسة مقارنة، (معهد البحوث والدراسات العربية - القاهرة، رسالة دكتوراه)، ص 41 وما يليها.
- (5) الشرايري، م. (2006)، صور الحماية المدنية للعلامة التجارية المشهورة في القانون الأردني، (جامعة عمان العربية - الأردن، رسالة ماجستير)، ص 49 وما يليها.
- (6) يعالج أحكام العلامات التجارية في دولة الإمارات العربية المتحدة القانون الاتحادي رقم (37) لسنة 1992، والمعدل بالقانون رقم (19) لسنة 2000، والقانون رقم (8) لسنة 2002، منشور بالجريدة الرسمية، العدد (348) يوليو 2002.
- (7) إسمايل، م. (1978)، الحماية الدولية للعلامة التجارية، (جامعة القاهرة، كلية الحقوق، رسالة دكتوراه)، ص 7 وما يليها.
- (8) من هذه الاتفاقيات: اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية والتجارية، اتفاقية استراسبورج بشأن التصنيف الدولي لبراءات الاختراع لسنة 1971، اتفاقية بودابست بشأن الاعتراف الدولي بإيداع الكائنات الدقيقة لعام 1977، اتفاقية التعاون الدولي بشأن براءات الاختراع، اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، اتفاق نيس بشأن التصنيف الدولي للبضائع، اتفاق فيينا لعام 1973، اتفاقية قانون العلامات لسنة 1994، اتفاق لاهاي للنماذج الصناعية لعام 1925، اتفاقية برن لحماية المصنفات الأدبية والفنية لعام 1886، الاتفاقية العالمية لحقوق المؤلف لعام 1952، اتفاقية واشنطن لحماية الدوائر المتكاملة، معاهدة الويبو بشأن حقوق المؤلف، اتفاقية منظمة التجارة العالمية 1994، اتفاقية تريس، وغيرها.
- انظر: زين الدين، ص، حقوق الملكية الفكرية في التشريع الإماراتي والاتفاقيات الدولية، مرجع سابق، ص 255 - 294، وكذلك ص 381 وما يليها.
- (9) الغوييري، ع. (2008)، العلامة التجارية وحمايتها، (الأردن، دار الفلاح للنشر والتوزيع)، ص 11 وما يليها.
- (10) أبرمت اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية سنة (1883) وهي وليدة مؤتمر دولي من إحدى عشرة دولة أثمر في النتيجة عن إبرازها حيز الوجود وقد بدأ سريانها بتاريخ 1884/06/07 وكانت أول اتفاقية دولية تضع مظلة قانونية دولية لحماية حقوق الملكية الصناعية، وقد أخذت الدول المنظمة لهذه الاتفاقية بالتزايد تدريجياً إلى أن وصل إلى (151 دولة) في عام 1999 وقد انضمت دولة الإمارات العربية المتحدة إلى هذه الاتفاقية بموجب المرسوم رقم (20) لسنة 1996، تاريخ 1996/03/18، منشور في الجريدة الرسمية رقم (291)، ص 60.
- راجع للمزيد من التوضيح في ذلك: قاسم، ع. (2009)، حقوق الملكية الفكرية في قانون دولة الإمارات العربية المتحدة "دراسة مقارنة"، (القاهرة، دار النهضة العربية)، ص 19 وما يليها.
- (11) محمود، م. (2003)، الحماية الدولية لبراءات الاختراع في ضوء اتفاقية التريس والقانون المصري رقم (82) لسنة 2002، بدون ناشر، ص 105.
- (12) اتحاد باريس: هو كيان قانوني مستقل يتألف من جميع الدول التي وقعت على الاتفاقية وله ميزانيته الخاصة به وذلك حسب ما جاء في المادة (16) من الاتفاقية، وتعد الجمعية بمثابة الجهاز الرئيسي في الاتحاد وتضمنت المادة (13) من الاتفاقية الأحكام الخاصة بها فيما يعرف (بجمعية الاتحاد).
- راجع للمزيد: بدوي، ج. (2006)، تطور الآليات الدولية لحماية حقوق الملكية الصناعية (دراسة في ضوء اتفاقية التريس والاتفاقيات السابقة عليها)، (القاهرة، دار النهضة العربية)، ص 13 وما يليها.
- (13) من أهم المبادئ التي أرسيتها اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية:
1. مبدأ المعاملة الوطنية لرعايا دول الاتحاد: ووفقاً لهذا المبدأ يتساوى الأجانب بالمواطنين في المعاملة بحيث يتمتعوا بذات الحقوق والمزايا التي يتمتع بها المواطن وقد أشارت لذلك المادتين (2)، (3) من الاتفاقية.
 2. مبدأ حق الأولوية "الأسبقية": وفيه يستفيد كل من أودع لدى لدول الاتحاد طلباً يتعلق بالحصول على حق ملكية صناعية بحق الأولوية فيما يتعلق بالإيداع لدى الدول الأخرى وذلك خلال المواعيد المقررة فيها.
- وقد أشارت لذلك المادة (4) من الاتفاقية.
- راجع في ذلك: إسمايل، م.، الحماية الدولية للعلامة التجارية، مرجع سابق، ص 17.
 - وكذلك: الغوييري، ع.، العلامة التجارية وحمايتها، مرجع سابق، ص 26 وما يليها.
- (14) لطفي، م. (2003)، آثار اتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس) على تشريعات البلدان العربية، (القاهرة، بدون دار نشر)، الطبعة الثالثة، ص 61 وما يليها.
- (15) قاسم، ع.، حقوق الملكية الفكرية في قانون دولة الإمارات العربية المتحدة (دراسة مقارنة)، مرجع سابق، ص 124.
- (16) عبد الجبار، ز. (2002)، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية (دراسة مقارنة)، (بيروت، دار الجامعة للنشر والتوزيع)، الطبعة الأولى، ص 179.
- (17) حددت الفقرة الثانية من المادة (10) من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية الصور التي تعدّ من أفعال المنافسة غير المشروعة باعتبار كل منافسة تتعارض مع المبادرات الشريفة في الشؤون الصناعية أو التجارية من أفعال المنافسة غير المشروعة وحظرت بصفة خاصة على سبيل المثال لا الحصر:

- أ- كافة الأعمال التي من طبيعتها أن توجد بأية وسيلة كانت لئلا يساء مع منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري.
- ب- الادعاءات المخالفة للحقيقة في مزاوله التجارة التي من طبيعتها نزع الثقة من منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري.
- ج- البيانات أو الادعاءات التي يكون استعمالها في التجارة من شأنه تضليل الجمهور بالنسبة لطبيعة السلع أو طريقة تصنيعها أو خصائصها أو صلاحيتها للاستعمال أو كميتها.
- وقد تأيد هذا بحكم محكمة النقض - أبو ظبي، في الطعن رقم (633) لسنة 2012، س7ق.أ، تاريخ 20/03/2013(تجاري).
- (17) إبراهيم، و.(2006)، الحماية القانونية للعلامات التجارية في القانون الدولي الخاص، (جامعة عين شمس، كلية الحقوق، رسالة دكتوراه)، ص266.
- (18) راجع في ذلك: الصغير، ح.(2007) الجديد في العلامات التجارية، (الإسكندرية، دار الفكر الجامعي)، ص ص20، 21.
- (19) يشار إلى أن دولة الإمارات العربية المتحدة انضمت إلى اتفاقية التريس عام 1994، كما انضمت إلى اتفاقية باريس عام 1996.
- راجع في شأن الانضمام إلى الاتفاقيات الدولية: الحنيطي، ي.(2015)، الحماية القانونية للعلامة التجارية المشهورة "دراسة مقارنة"، (الأردن، دار وائل للنشر والتوزيع)، الطبعة الأولى، ص59 وما يليها.
 - (20) الصغير، ح.، الجديد في العلامات التجارية، مرجع سابق، ص20.
 - وكذلك: الغويري، ع.، العلامة التجارية وحمايتها، مرجع سابق، ص29.
 - (21) تنص المادة (8) من القانون على:
- (يجوز تسجيل العلامة التجارية عن فئة واحدة أو أكثر من فئات المنتجات أو الخدمات بحسب التصنيف الدولي وقواعده الواردة في اللائحة التنفيذية لهذا القانون، ولا يجوز أن يشمل طلب تسجيل العلامة على أكثر من فئة واحدة).
- ** كما تنص المادة (9) من القانون على:
- (يجوز تقديم طلب تسجيل واحد لتسجيل مجموعة من العلامات المتماثلة في عناصرها الجوهرية التي يقتصر اختلافها على أمور لا تمس ذاتيتها مساساً جوهرياً كلون العلامات أو بيانات المنتجات أو الخدمات المرتبطة بها، على أن تكون هذه المنتجات أو الخدمات تابعة لفئة واحدة).
- ** وتنص المادة (10) من القانون على:
- (مع مراعاة حكم المادة 26 من هذا القانون، لا يجوز تسجيل أية علامة تجارية مطابقة أو مشابهة لعلامة سبق تسجيلها عن ذات المنتجات أو الخدمات، أو عن منتجات أو خدمات غير مماثلة إذا كان من شأن استعمال العلامة المطلوب تسجيلها أن يولد انطباعاً بالربط بينها وبين منتجات أو خدمات مالك العلامة المسجلة أو أن يؤدي لاحتمال الإضرار بمصالحه).
- ويزخر قضاء دولة الإمارات العربية المتحدة بالعديد من الأحكام القضائية التي تتضمن حماية للعلامة التجارية من هذا الجانب، ومن ذلك:
- أ- الحكم رقم (752) لسنة 2013س7ق.أ، محكمة النقض - أبو ظبي، تاريخ 31/12/2013.
- ب- الحكم رقم (355) لسنة 2002، المحكمة الاتحادية العليا - أبو ظبي، تاريخ 28/05/2002.
- ت- الحكم رقم (508) لسنة 2015، المحكمة الابتدائية - دبي، تاريخ 20/04/2016.
- ث- الحكم رقم (509) لسنة 2010، المحكمة الاتحادية العليا - أبو ظبي، تاريخ 16/03/2011
- (22) وارد لدى: الصغير، ح.، الجديد في العلامات التجارية، مرجع سابق، ص21 وما يليها.
- وكذلك: الصغير، ح.(2005)، حماية العلامات التجارية المشهورة، بحث مقدم إلى حلقة الويبو الوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية للدبلوماسيين، سلطنة عمان، مسقط، ص ص2، 3.
 - (23) لطفي، ح.، تأثير اتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس)، مرجع سابق، ص61 وما يليها.
 - وكذلك: الغويري، ع.، العلامة التجارية وحمايتها، مرجع سابق، ص30.
 - (24) الحكم رقم (355) لسنة 2002، تاريخ 28/05/2002، المحكمة الاتحادية العليا - أبو ظبي.
- وقد ورد فيه ما خلاصته (أنه ليس في القانون ما يمنع تسجيل علامة تجارية غير مشابهة لعلامة مسجلة لمنتجات علامة أخرى من ذات فئة التسجيل حتى في حال كانت العلامة المسجلة ذات شهرة عالمية وأياً كانت مدة تسجيلها، طالما أن من الثابت وجود اختلاف ينتمي معه تحقق التشابه بين العلامتين في مجموعهما).
- (25) وهي العلامات المتعلقة بشعارات الدولة والجهات الرسمية وشعارات المنظمات الدولية التي قد تشابهها.
- (26) التزم المشرع الإماراتي بهذا الحظر في المادة (3) من قانون العلامات التجارية حيث جاء نصها منسجماً مع متطلبات اتفاقية باريس بهذا الشأن، إضافة إلى توسع المشرع الإماراتي من هذا الجانب بما يتفق مع الطبيعة الوطنية لما يمكن تقديم طلب تسجيل بشأنه كعلامة تجارية، حيث تنص على:
- ** لا يسجل كعلامة تجارية أو كعنصر منها ما يأتي:

- 1- العلامة الخالية من أية صفة أو طابع مميز أو العلامة المكونة من بيانات ليست إلا التسمية التي يطلقها العرف على البضائع والمنتجات والخدمات أو الرسوم المألوفة والصور العادية للبضائع والمنتجات.
 - 2- أية علامة تخل بالأداب العامة أو تخالف النظام العام.
 - 3- الشعارات العامة والاعلام وغيرها من الرموز الخاصة بالدولة أو المنظمات العربية أو الدولية أو إحدى مؤسساتها أو أية دولة أجنبية إلا بتقويض منها، وكذلك أي تقليد لتلك الشعارات أو الأعلام أو الرموز.
 - 4- رموز الهلال الأحمر أو الصليب الأحمر وغيرها من الرموز الأخرى المشابهة وكذلك العلامات التي تكون تقليداً لها.
 - 5- العلامات المماثلة أو المشابهة للرموز ذات الصيغة الدينية المحضة.
 - 6- الأسماء والبيانات الجغرافية إذا كان من شأن استعمالها أن يحدث لبساً فيما يتعلق بمنشأ البضاعة أو المنتجات أو الخدمات أو مصدرها.
 - 7- اسم الغير أو لقبه أو صورته أو شعاره ما لم يوافق هو أو ورثته مقدماً على استعماله.
 - 8- البيانات الخاصة بدرجات الشرف التي لا يثبت طالب التسجيل استحقاقه لها قانوناً.
 - 9- العلامات التي من شأنها أن تضلل الجمهور أو التي تتضمن بيانات كاذبة عن منشأ أو مصدر المنتجات أو الخدمات أو عن صفاتها الأخرى، وكذلك العلامات التي تحتوي على اسم تجاري وهمي أو مقلد أو مزور.
 - 10- العلامات المملوكة لأشخاص طبيعيين أو معنويين يكون التعامل معهم محظوراً.
 - 11- العلامات التي ينشأ عن تسجيلها لبعض فئات المنتجات أو الخدمات الحط من قيمة المنتجات أو الخدمات الأخرى التي تميزها العلامة.
 - 12- العلامات التي تشمل الألفاظ أو العبارات الآتية: (امتياز) أو (ذو امتياز) أو (مسجل) أو (رسم مسجل) أو (حقوق الطبع) أو (التقليد يعد تزويراً) أو ما شابه ذلك من الألفاظ والعبارات.
 - 13- الأوسمة الوطنية والأجنبية، والعملات المعدنية أو الورقية.
 - 14- العلامة التي تعد مجرد ترجمة لعلامة مشهورة أو علامة أخرى سبق تسجيلها إذا كان من شأن التسجيل أن يحدث لبساً لدى جمهور المستهلكين بالنسبة للمنتجات التي تميزها العلامة أو المنتجات المماثلة).
- (27) تنص المادة (27) من القانون على:
- (يجوز نقل ملكية العلامة التجارية أو رهنها أو الحجز عليها مع المحل التجاري أو مشروع الاستغلال التي تستخدم العلامة في تمييز منتجاته أو خدماته أو بدونهما).
- ** وتنص المادة (28) من القانون على:
- (يشمل انتقال ملكية المحل التجاري أو مشروع استغلال العلامات التجارية المسجلة باسم ناقل الملكية التي يمكن اعتبارها ذات ارتباط وثيق بالمحل أو بالمشروع ما لم يتفق على غير ذلك.
- وإذا انتقلت ملكية المحل التجاري أو مشروع الاستغلال من غير العلامة جاز لناقل الملكية الاستمرار في استعمال العلامة بالنسبة للمنتجات أو الخدمات التي سجلت من أجلها ما لم يتفق على غير ذلك).
- ** كما تنص المادة (29) من القانون على:
- (لا يكون نقل ملكية العلامة التجارية أو رهنها حجة على الغير إلا بعد التأشير به في سجل العلامات وإشهاره بالكيفية التي تحددها اللائحة التنفيذية).
- (28) راجع في ذلك: الصغير، ح.، الجديد في العلامات التجارية، مرجع سابق، ص 23 وما يليها.
- (29) المادة (6/سادساً) من اتفاقية باريس.
- (30) المادة (11) من اتفاقية باريس.
- (31) وهو اختصار للتسمية: (اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية) وهي إحدى الاتفاقيات المنبثقة عن منظمة التجارة العالمية لعام 1994، وتنظم جميع حقوق الملكية الفكرية.
- راجع تفصيل أحكام العلامات التجارية في هذه الاتفاقية: عبد الله، م. (2011)، حقوق الملكية الفكرية " الأحكام الأساسية"، (الامارات العربية المتحدة - الشارقة، الأفاق المشرقة ناشرون)، الطبعة الأولى، ص 129 وما يليها.
- (32) راجع في ذلك: بدوي، ب.، تطور الآليات الدولية لحماية حقوق الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص 23.
- (33) للتفصيل في نشأة اتفاقية تريس: محمد، ج. (2004)، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقاً لاتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس)، (الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة للنشر)، ص 13 وما يليها.
- (34) ومن ذلك حالتها لأحكام المواد (1 - 12) والمادة (19) من اتفاقية باريس وما يتعلق فيها من أحكام وقواعد خاصة بحماية العلامات التجارية وفق نص المادة (1/2) منها.
- راجع في ذلك: الصغير، ح.، الجديد في العلامات التجارية، مرجع سابق، ص 35 وما يليها.

- وكذلك: حجازي، ع. (2008)، الملكية الصناعية في القانون المقارن، (الإسكندرية، دار الفكر الجامعي)، ص 226 وما يليها.
- (35) سبق وأن تمت الإشارة إلى هذه المبادئ في سياق الحديث عن المبادئ الأساسية التي أوردتها اتفاقية تريبس ضمن المطلب الأول من هذه الدراسة.
- وقد وردت هذه المبادئ بالتفصيل والتوضيح المنطقي لدى: محمد بن ج.، الحماية القانونية للملكية الصناعية، مرجع سابق، ص (23 - 45).
- (36) ورد هذا التقسيم لدى: لطفي، م.، تأثير اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس) على تشريعات البلدان العربية، مرجع سابق، ص 20 وما يليها.
- وكذلك: الخشروم، ع. (2005)، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، (عمان، دار وائل للنشر)، الطبعة الأولى، ص 36.
- (37) الصغير، ح.، الجديد في العلامات التجارية، مرجع سابق، ص 43.
- (38) راجع لتفصيل ذلك: بدوي، ب.، تطور الآليات الدولية لحماية حقوق الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص 124 - 126.
- (39) إبراهيم، و.، الحماية القانونية للعلامات التجارية في القانون الدولي الخاص، مرجع سابق، ص 283.
- (40) تنص المادة (17) من القانون على:
- ** (يعدّ من قام بتسجيل العلامة مالكا لها دون سواه ولا تجوز المنازعة في ملكية العلامة إذا استعملها من قام بتسجيلها بصفة مستمرة خمس سنوات على الأقل من تاريخ التسجيل دون أن ترفع عليه دعوى تقضي بعدم ملكيته للعلامة.
- ويتمتع صاحب العلامة المسجلة بحق منع الغير من استعمال علامة مطابقة أو مشابهة لتمييز منتجات أو خدمات مطابقة أو مشابهة أو مرتبطة بالمنتجات والخدمات التي سجلت عنها العلامة على نحو يؤدي لإحداث لبس لدى جمهور المستهلكين).
- (41) ويتأيد هذا التوجه بالعديد من أحكام القضاء ومنها.
- الحكم رقم (509) لسنة 2010 إداري، المحكمة الاتحادية العليا - أبو ظبي.
- (42) راجع في مدلول هذه المادة: الغويري، ع.، العلامة التجارية وحمايتها، مرجع سابق، ص 24.
- (43) تنص المادة (30) من القانون على:
- ** (يجوز لمالك العلامة التجارية، بموجب عقد مكتوب وموثق أن يخصص لشخص أو أكثر بإستعمال العلامة عن كل أو بعض المنتجات أو الخدمات المسجلة عنها العلامة، ويكون لمالك العلامة أن يستعملها بنفسه ما لم يتفق على غير ذلك.
- ولا يجوز أن تزيد مدة الترخيص باستعمال العلامة عن المدة المقررة لحمايتها).
- وتنص المادة (31) على:
- ** (يجب قيد عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في سجل العلامات، ولا يكون للتخصيص أثر قبل الغير إلا بعد قيده في السجل والإشهار عنه بالكيفية التي تحددها اللائحة التنفيذية).
- وتنص المادة (34) على:
- ** (لا يجوز أن يتضمن عقد الترخيص أية نصوص تقيد المستفيد من الترخيص بقيود غير مرتبطة على الحقوق التي يخولها تسجيل العلامة التجارية أو غير ضرورية للمحافظة على هذه الحقوق، ومع ذلك يجوز أن يتضمن عقد الترخيص القيود الآتية:
- 1- تحديد نطاق المنطقة الجغرافية لتسويق المنتجات أو الخدمات التي تحمل العلامة.
- 2- تحديد مدة الترخيص باستعمال العلامة على أن يراعى في هذا الشأن أحكام المادة (21) من هذا القانون.
- 3- الشروط التي تكفل لمالك العلامة مراقبة جودة المنتجات التي ينطبق عليها الترخيص.
- 4- إلزام المستفيد من الترخيص بالإمتناع عن جميع الأعمال التي قد يترتب عليها الحط من قيمة المنتجات أو الخدمات التي تحمل العلامة أو الإساءة إليها).
- (44) الحكم رقم (26) لسنة 2006، المحكمة الاتحادية العليا - أبو ظبي، تاريخ 2006/06/26.
- (45) الشمري، م. (2005)، حماية العلامة المشهورة في اتفاقية التريبس وبعض التشريعات المقارنة، الجديد في القانون التجاري أبحاث منتقاة ومهداة من الفقهاء والقضاة العرب إلى الأستاذة الدكتور سميرة القليوبي، ص 329.
- (46) راجع في ذلك تفصيلاً: الصغير، ح.، الجديد في العلامات التجارية، مرجع سابق، ص 23 وما يليها.
- وكذلك: حجازي، ع.، الملكية الصناعية في القانون المقارن، مرجع سابق، ص 251.
- (47) راجع في ذلك نصوص المواد (18، 19، 20) من اتفاقية تريبس والتفصيلات المتعلقة بها لدى:
- الصغير، ح.، الجديد في العلامات التجارية، مرجع سابق، ص 47.
- وكذلك: حجازي، ع.، الملكية الصناعية في القانون المقارن، مرجع سابق، ص 252، وما يليها.
- وكذلك: لطفي، م.، تأثير اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية، مرجع سابق، ص 37.
- (48) يلاحظ أن المشرع الإماراتي - وخلافاً لما ذهب إليه المشرع الأردني - نهج نهجاً متفقاً مع المشرع المصري - وحسناً فعل - في تنظيم أحكام المنافسة غير المشروعة ضمن نصوص قانون المعاملات التجارية.

- (49) في هذا المعنى: النمر، أ. (2003)، دور القانون الوطني في حماية الملكية الفكرية في ظل اتفاقية التريبس، ورقة عمل مقدمة إلى الدورة التدريبية التي نظمها مركز الدراسات القانونية والاقتصادية بكلية الحقوق، جامعة عين شمس، بعنوان "الأبعاد القانونية والاقتصادية لحماية حقوق الملكية الفكرية".
- (50) راجع في تفصيل ذلك:
- المحيسن، أ. (2011)، الوجيز في حقوق الملكية الفكرية وفقاً لأحكام التشريع الاتحادي الإماراتي مع الإشارة إلى بعض التشريعات العربية والاتفاقيات الدولية، (الأردن، دار الثقافة للنشر والتوزيع)، الطبعة الأولى، ص 69 وما يليها.
- (51) ورد في الطعن رقم (96) لسنة 2005، تجاري، تاريخ 2005/10/24، ما مفاده:
- (وأنه من المقرر أن المنافسة التجارية غير المشروعة تعدّ فعلاً ضاراً يستوجب مسئولية فاعله عن تعويض الضرر المترتب عليه، عملاً بأحكام المادة (282) من قانون المعاملات المدنية.....).
- (52) وقد استقرت أحكام القضاء على هذا الاتجاه، حيث تضمنت العديد من الأحكام القضائية هذا المبدأ، ومن ذلك، الحكم رقم (32) لسنة 2002، المحكمة الاتحادية العليا - حقوق، أبو ظبي، تاريخ 2002/10/08.
- (53) وارد لدى: عبد المؤمن، ن.، مقدمات قانون التجارة الجديد، المرجع السابق، ص 280.
- (54) يلاحظ أن المشرع الإماراتي أورد تعديلاً غير حصري لحالات وصور المنافسة غير المشروعة وهو توجه محمود تملية طبيعة وظروف أفعال المنافسة التي قد تتعدد وتتجدد مع التطورات المتسارعة بما يحول دون تقييد النص القانوني المعاقب للأفعال غير المشروعة منها، وهو توجه يتفق مع ما ذهب إليه المشرعان الأردني والمصري وحسناً فعل.
- للتفصيل راجع: محمد، أ. (2002)، المنافسة غير المشروعة في القانون الدولي الخاص، مجلة القانون والاقتصاد، العدد الثاني والسبعون، جامعة القاهرة، ص 152.
- (55) الشمري، ط. (1995)، أحكام المنافسة غير المشروعة في القانون الكويتي، بحث منشور في مجلة الحقوق - جامعة الكويت، السنة التاسعة عشرة، العدد الأول، ص 60 وما بعدها.
- (56) محمد، أ.، المنافسة غير المشروعة في القانون الدولي الخاص، مرجع سابق، ص 164.
- (57) حيث تنص المادة (256) من القانون المدني الأردني على: (كل إضرار بالغير يلزم فاعله ولو غير مميز بضمان الضرر).
- (58) الحشروم، ع. (2004)، الحق في التعويض الناشئ عن التعدي كوجه من وجوده الحماية المدنية للعلامة التجارية (دراسة في التشريع الأردني)، بحث منشور في مجلة أبحاث اليرموك، المجلد العشرين، العدد الثاني، (الأردن، جامعة اليرموك)، ص 697.
- (59) وقد جاء في الطعن رقم (22) لسنة 2010 مدني، تاريخ 2010/04/04 ما مفاده:
- (إن استخلاص الخطأ الموجب للمسئولية ونسبته إلى فاعله وما نجم عنه من ضرر وثبوت رابطة سببية بين الخطأ والضرر كلها من المسائل الواقعية التي تستقل بها محكمة الموضوع في نطاق سلطتها في تحصيل فهم الواقع في الدعوى وتقدير أدلتها دون معقب عليها من محكمة التمييز متى أقامت قضاءها على أسباب سائغة مستمدة مما له أصل ثابت في الأوراق).
- (60) عبد الجبار، ز. (2002)، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، "دراسة مقارنة"، (الأردن، دار الحامد للنشر والتوزيع)، الطبعة الأولى، ص 140.
- (61) عزب، ح. (بدون سنة نشر)، المنافسة غير المشروعة في مجال الإعلانات التجارية، (القاهرة، دار النهضة العربية)، ص 175 وما بعدها.
- (62) راجع في ذلك: أبو حلو، ح. (2004)، دعوى المنافسة غير المشروعة في القانون الأردني رقم (15) لسنة 2000 "دراسة مقارنة" مجلة القانون والاقتصاد، العدد الرابع والسبعون، ص 622.
- (63) تنص المادة (282) من قانون المعاملات المدنية الإماراتي على أن: (كل إضرار بالغير يلزم فاعله ولو غير مميز بضمان الضرر). كما تنص المادة (283) من القانون ذاته على:
- 1 - يكون الإضرار بالمباشرة أو التسبب.
 - 2 - فإذا كان بالمباشرة لزم الضمان ولا شرط له وإذا وقع بالتسبب فيشترط التعدي أو التعمد أو أن يكون الفعل مفضياً إلى ضرر.
- (64) راجع في تفصيل ذلك: الشمري، ط.، أحكام المنافسة غير المشروعة في القانون الكويتي، مرجع سابق، ص 63 وما يليها.
- (65) عزب، ح.، المنافسة غير المشروعة في مجال الإعلانات التجارية، مرجع سابق، ص 175.
- (66) عبد الجبار، ز.، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، مرجع سابق، ص 140 وما يليها.
- ويتفق هذا التوجه مع ما استقرت عليه أحكام القضاء من هذا الجانب، ومن ذلك ما تضمنه الحكم رقم (752) لسنة 2013 س7ق.أ، تجاري، تاريخ 2013/12/31.
- (67) عبد المؤمن، ن.، مقدمات قانون التجارة الجديد، الجزء الأول، مرجع سابق، ص 288.
- (68) الشمري، ط.، أحكام المنافسة غير المشروعة في القانون الكويتي، مرجع سابق، ص 66.
- (69) وقد تضمن قانون المعاملات المدنية الإماراتي حالات انتفاء المسؤولية وعدم ترتب الضمان بانعدام الرابطة السببية التي أشارت إليها

- المادتين 287 و288 المتعلقةتين بحالتي (السبب الأجنبي والدفاع الشرعي).
- (70) العكيلي، ع. (1995)، القانون التجاري، (عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع)، ص93.
- (71) تنص المادة (41) من قانون العلامات التجارية على:
- (يجوز لمالك العلامة التجارية، في أي وقت، ولو كان ذلك قبل رفع أية دعوى أن يستصدر، بناءً على عريضة مشفوعة بشهادة رسمية دالة على تسجيل العلامة، أمراً من المحكمة المختصة باتخاذ الإجراءات التحفظية اللازمة، وعلى الأخص ما يأتي:
- 1- إجراء محضر حصر ووصف تفصيلي للآلات والأدوات التي تستخدم أو التي إستخدمت في ارتكاب أي من الجرائم المنصوص عليها في هذا القانون وكذلك المنتجات أو البضائع المحلية أو المستوردة وعناوين المحلات أو الأغلفة أو الأوراق أو غيرها تكون قد وضعت عليها العلامة أو البيان موضوع الجريمة.
- 2- توقيع الحجز على الأشياء المذكورة في البند السابق، وذلك بعد أن يقدم الطالب تأميناً مالياً تقدره المحكمة لتعويض المحجوز عليه عند الاقتضاء.
- ويجوز للمحكمة نذب خبير أو أكثر للمعاونة في تنفيذ الإجراءات التحفظية، ويستثنى أصحاب العلامات المشهورة من شرط تقديم الشهادة الدالة على تسجيل العلامة).
- (72) حيث تنص المادة (28) من قانون الإجراءات المدنية الإماراتي على:
1. يندب في مقر المحكمة الابتدائية قاض من قضاتها ليحكم بصفة مؤقتة ومع عدم المساس بأصل الحق في المسائل المستعجلة التي يخشى عليها من فوات الوقت.
2. تختص محكمة الموضوع بنظر هذه المسائل إذا رفعت إليها بطرق التبعية.
- (73) حيث يتصدى قانون العلامات التجارية الإماراتي المعدل رقم (8) لسنة 2002 لتلك المسائل.
- (74) وذلك ضمن أحكام المسؤولية التصريحية أو العقدية بتحقيق شرائطها على نحو ما نص عليه قانون المعاملات المدنية الإماراتي.
- (75) راجع في ذلك تفصيلاً: الخشروم، ع.، الحق في التعويض الناشئ عن التعدي كوجه من وجوده الحماية المدنية للعلامة التجارية (دراسة في التشريع الأردني)، مرجع سابق، ص692 وما يليها.
- (76) زين الدين، ص.، حقوق الملكية الفكرية في التشريع الإماراتي والاتفاقيات الدولية، مرجع سابق، ص297 وما يليها.
- (77) راجع في تفصيل حق التعويض:
- الخشروم، ع.، الحق في التعويض الناشئ عن التعدي كوجه من وجوه الحماية المدنية للعلامة التجارية، دراسة في التشريع الأردني، مرجع سابق، ص295، 296.

المصادر والمراجع

- إبراهيم، و، (2006)، الحماية القانونية للعلامات التجارية في القانون الدولي الخاص، جامعة عين شمس، كلية الحقوق: رسالة دكتوراه.
- أبو حلو، ح، (2004)، دعوى المنافسة غير المشروعة في القانون الأردني رقم (15) لسنة 2000 "دراسة مقارنة" مجلة القانون والاقتصاد، العدد الرابع والسبعون.
- إسماعيل، م، (1978)، الحماية الدولية للعلامة التجارية، جامعة القاهرة، كلية الحقوق: رسالة دكتوراه غير منشورة.
- بدوي، ج، (2006)، تطور الآليات الدولية لحماية حقوق الملكية الصناعية (دراسة في ضوء اتفاقية التريس والاتفاقيات السابقة عليها)، القاهرة: دار النهضة العربية.
- حجازي، ع، (2008)، الملكية الصناعية في القانون المقارن، الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.
- الحنيطي، ي، (2015)، الحماية القانونية للعلامة التجارية المشهورة "دراسة مقارنة"، ط1، الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.
- الخشروم، ع، (2004)، الحق في التعويض الناشئ عن التعدي كوجه من وجوده الحماية المدنية للعلامة التجارية (دراسة في التشريع الأردني)، بحث منشور في مجلة أبحاث اليرموك، المجلد العشرون، الأردن: جامعة اليرموك، العدد الثاني.
- الخشروم، ع، (2005)، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، ط1، عمان: دار وائل للنشر.
- زين الدين، ص، (2016)، حقوق الملكية الفكرية في التشريع الإماراتي والاتفاقيات الدولية، ط1، الإمارات العربية المتحدة: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- سيد قاسم، ع، (2009)، حقوق الملكية الفكرية في قانون دولة الإمارات العربية المتحدة "دراسة مقارنة"، القاهرة: دار النهضة العربية.
- الشرابي، م، (2006)، صور الحماية المدنية للعلامة التجارية المشهورة في القانون الأردني، جامعة عمان العربية - الأردن: رسالة ماجستير.

- الشمري، ط، (1995)، أحكام المنافسة غير المشروعة في القانون الكويتي، بحث منشور في مجلة الحقوق - جامعة الكويت، السنة التاسعة عشرة العدد الأول.
- الشمري، م، (2004)، حماية العلامة التجارية في ضوء اتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (التريس)، جامعة القاهرة، كلية الحقوق: رسالة دكتوراه.
- الشمري، م، (2005)، حماية العلامة المشهورة في اتفاقية التريس وبعض التشريعات المقارنة، الجديد في القانون التجاري أبحاث منتقاة ومهداة من الفقهاء والقضاة العرب إلى الأستاذة الدكتور سميرة القلوبوي.
- الصغير، ح، (2005)، حماية العلامات التجارية المشهورة، بحث مقدم إلى حلقة الويبو الوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية للدبلوماسيين، سلطنة عمان، مسقط.
- الصغير، ح، (2007)، الجديد في العلامات التجارية، الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.
- عبد الجبار، ز، (2002)، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية (دراسة مقارنة)، ط1، بيروت: دار الجامعة للنشر والتوزيع.
- عبد الله، م، (2011)، حقوق الملكية الفكرية "الأحكام الأساسية"، ط1، الإمارات العربية المتحدة - الشارقة: الأفاق المشرقة ناشرون.
- عزب، ح، (بدون سنة نشر)، المنافسة غير المشروعة في مجال الإعلانات التجارية، القاهرة: دار النهضة العربية.
- العكيلي، ع، (1995)، القانون التجاري، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- الغويري، ع، (2008)، العلامة التجارية وحمايتها، الأردن: دار الفلاح للنشر والتوزيع.
- لطي، م، (2002)، آثار اتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس) على تشريعات البلدان العربية، ط3، القاهرة: بدون دار نشر.
- محمد، أ، (2002)، المنافسة غير المشروعة في القانون الدولي الخاص، مجلة القانون والاقتصاد، العدد الثاني والسبعون، جامعة القاهرة.
- محمد، ج، (2004)، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقاً لاتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس)، الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة للنشر.
- محمود، م، (2003)، الحماية الدولية لبراءات الاختراع في ضوء اتفاقية التريس والقانون المصري رقم (82) لسنة 2002.
- المحيسن، أ، (2011) الوجيز في حقوق الملكية الفكرية وفقاً لأحكام التشريع الاتحادي الإماراتي مع الإشارة إلى بعض التشريعات العربية والاتفاقيات الدولية، ط1، الأردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- مختار، و، (2008)، حماية العلامة التجارية في ظل القانون الجزائري واتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة من الحقوق الملكية الفكرية (تريس)، دراسة مقارنة، معهد البحوث والدراسات العربية - القاهرة: رسالة دكتوراه.
- النمر، أ، (2003)، دور القانون الوطني في حماية الملكية الفكرية في ظل اتفاقية التريس، ورقة عمل مقدمة إلى الدورة التدريبية التي نظمتها مركز الدراسات القانونية والاقتصادية بكلية الحقوق، جامعة عين شمس، بعنوان "الأبعاد القانونية والاقتصادية لحماية حقوق الملكية الفكرية".

القوانين:

- قانون المعاملات المدنية الإماراتي الاتحادي رقم (5) لسنة 1985.
- قانون الإجراءات المدنية الإماراتي الاتحادي رقم (11) لسنة 1992 وتعديلاته.
- قانون المعاملات التجارية الإماراتي الاتحادي رقم (189) لسنة 1993.
- قانون العلامات التجارية الإماراتي الاتحادي رقم (37) لسنة 1992 وتعديلاته.

The Vulnerability of the Legislature Emirati Paris Conventions and the TRIPS Provisions in the Organization of Trademark Protection Officer on the Grounds of Unfair Competition

*Yasar Fawaz Raja Alhnaiti **, *Hisham Awad Salem Al Tarawneh***

Abstract

This study explains the impact of Paris and TRIPS Conventions in the organization of the provisions of the trademark through legal texts included as international legislation directed to all countries wishing to join. The study specifically deals with explaining the provisions established in order to protect commercial marks, prevent abusing it and to address the organization states and those wishing to join to take the minimum prescribed in it, and to leave the room for the introduction of more provisions of protection. The study also deals with the extent of the impact of the law of the UAE provisions of this aspect within the provisions of the law and applications of the judiciary. The paper then refers exclusively to the unfair competition case as an updated form of trademark protection from any wrongful attack that has actually occurred or is being investigated in the future, giving an additional legislative grant and a section of the trademark protection that prevents the abuse or even the mere behavior of Acts and images of aggression in what is known as the acts of unfair competition.

Keywords: An International Agreement, Trade Mark, Unfair Competition.

* Private Law Department, College of Law, Al Ain University Of Science and Technology, United Arab Emirates, **Prosecutor of the Northern Amman Court. Received on 24/10/2017 and Accepted for Publication on 29/5/2018.