الجوانب القانونية للعلامة التجارية الصوتية

مجلة الحقوق مجلة الحقوق مجلة الحقوق مجلة الحقوق مجلة الحقوق مجلة الحقوق مجلة الحقوق مجلة الحقوق مجلة الحقوق مجلة الحقوق مجلة الحقوق مجلة الحقوق

د. مؤيد أحمد عبيدات

أستاذ القانون التجاري المشارك

جامعة الشارقة / كلية القانون / القسم الخاص

E-mail: obiedat72@yahoo.com

mobeidat@sharjah.ac.ae

*تاريخ تسلم البحث: ٢٠١٨/١/١٦م

*تاريخ قبوله للنشر: ٢٠١٨/٥/١٣م

الجوانب القانونية للعلامة التجارية الصوتية

د. مؤيد أحمد عبيدات
أستاذ القانون التجاري المشارك
جامعة الشارقة / كلية القانون / القسم الخاص

الملخص

تعد العلامات التجارية الصوتية دلالات أو إشارات مسموعة غير مرئية، تستخدم لتمييز السلع والخدمات عما يشتبه بها، وهي قادرة على ذلك على الرغم من أنها تعد خروجاً على القاعدة التقليدية التي تشترط ضرورة إدراك هذه الإشارات أو الدلالات بالبصر.

وتشكل عملية تسجيل هذه العلامات واحدة من التحديات في ظل الاختلاف التشريعي بخصوصها، بين من سمح أو منع أو اتخذ موقف الوسط منها، على الرغم من أن اتفاقية تريبس قد أجازت تسجيلها، وتوصلت هذه الدراسة إلى نتيجة مهمة مفادها قدرة هذه العلامات على تمييز المنتجات والخدمات والبضائع، على الرغم من الصعوبات التي ترافق عملية تسجيلها واستعمالها مستقبلاً من قبل المستهلكين، وأوصت التشريعات التي لم تأخذ بها أن تسمح بتسجيلها تماشياً مع التشريعات الحديثة التي أخذت بها، ومع التطور التكنولوجي الحاصل في المنتجات والبضائع والخدمات المختلفة والذي ينسجم مع الطبيعة الخاصة لهذه العلامات.

الكلمات الدالة: العلامات التجارية، العلامات التجارية الصوتية.

Legal Aspects of Sound Trademarks

Dr. Muayad Ahmad Obeidat
Associate Professor of Commercial Law
College of Law - University of Sharjah

Abstract

The Sound Trademarks are considered as symbols or audible invisible signals that are used to distinguish products, commodities and services, although they are contradicting the traditional rule that requires the necessity of visual recognition of the signals or symbols.

The registration process of these sound trademarks forms one of the challenges under the legislative differences in that regard; Althoug TRIPs allows registration of sound trademarks, yet some legistators prevent such registration, where as others adopt a more moderate position.

This study reached an important conclusion by confirming the capability of these trademarks to distinguish products, services and goods in spite of the difficulties associated with the registration process and in-coming usage by consumers. In addition, the legislation that do not take these trademarks into consideration recommend allowing registration thereof in line with modern legislation and technological development reflected in various products, goods and services that are compatible with the nature of the respective trademarks.

Keywords: Trademarks, Sound Trademarks.

المقدمة

تعد العلامات التجارية ثروة ذات قيمة اقتصادية بالنسبة للصانع والتاجر ومقدم الخدمة، فهي ليست مقتصرة على أسماء ورسوم وحروف ورموز فقط، وإنما يكون لها دورها في ترجمة تطلعات المستهلكين ورغباتهم تجاه المنتجات والبضائع والخدمات، وتعتبر الرسوم والأسماء والحروف والرموز وغيرها هي ما يضفي على العلامة الطابع المميز لها، وبما أن هذه العلامات تتعامل مع السلع والخدمات كالمنتجات السينمائية والالكترونية وخدمات الاتصالات وغيرها، فإنه يكون بالإمكان استخدام علامة صوتية تميّزها، أي تتكون من الأصوات لتمييزها عما يماثلها أو يشابهها من سلع وخدمات الغير.

حيث يعد الصوت وحده قادرا على بناء هوية العلامة التجارية، لأن الأصوات بمختلف أنواعها يمكن لها أن تعلق في ذهن المستهلكين، ويمكن كذلك من خلال بعض الأصوات كالنوتات الموسيقية وغيرها تكوين فكرة واضحة عن قصة الشركة، تكون قادرة على إيصال البيانات والمعلومات عن الشركة أو التاجر أو مقدم الخدمة، وكذلك عن سلعهم وخدماتهم.

وعلى الرغم من أن الاتفاقيات الدولة كاتفاقيتي باريس وتريبس لم تتطرقا إلى لفظ العلامات التجارية الصوتية، ولم تلزما الدول المنظّمة لهما بتسجيل الصوت كعلامة تجارية، إلا أنهما قد تركتا أمر ذلك إلى التشريعات الوطنية، وأعطتا الحرية لهذه التشريعات بتبني السماح بتسجيل العلامات غير المرئية، كالعلامات الصوتية التي تعد خروجا على المفهوم التقليدي للعلامة التجارية، وقد اختلفت التشريعات بهذا الخصوص فمنها ما أجاز استخدام الإشارات غير المرئية كالأصوات كعلامات تجارية، تكون قادرة بحد ذاتها وبمفردها على تحقيق الوظائف المتوخاة من العلامات التجارية، ومنها من منع تسجيل هذه العلامات باشتراطه إمكانية إدراكها بالبصر كشرط أساسي لتسجيلها، ومنها ما اعتبر أن الصوت غير قادر وحدَه على القيام بهذه الوظائف، حيث أجازت أن يكون الصوت أحد عناصر العلامة التجارية إذا كان مصاحبا لها.

وتبرز أهمية هذه الدراسة في كونها تسلط الضوء على نوع جديد من العلامات التجارية غير التقليدية، على اعتبار أنها تعد من المفاهيم الحديثة التي ظهرت في حقول العلامات التجارية، الأمر الذي يمكن الاستفادة منه من قبل التاجر أو المنتج أو مقدم الخدمة، حيث توضح هذه الدراسة مفهوم العلامات الصوتية، والعناصر التي تتكون منها وشروطها، لأن هؤلاء على الأغلب عندما يقومون باختيار علاماتهم، فإن هدفهم يكون في البداية هو اختيار علامات متميزة قادرة على جلب المستهلكين، فهذه الدراسة تحاول بيان هذه القدرة للعلامات الصوتية، ومدى إمكانية تعلقها في ذهن المستهلكين بحيث يعتمد عليها في تمييز السلع والبضائع.

وتهدف هذه الدراسة إلى تقديم إسهامات نظرية وتطبيقه في موضوع العلامات التجارية الصوتية، وتقديم آفاق تتعلق بالعناصر المكونة لها وكيفية تسجيلها وحمايتها.

وتتخلص مشكلة هذه الدراسة في الإجابة على التساؤل التالي وهو ما مدى قدرة العلامة التجارية الصوتية على تمييز السلع والخدمات؟، وهل تمتعت هذه العلامات بالاعتراف والحماية القانونية من قبل التشريعات محل المقارنة؟، وما هي الإشكالات القانونية والعملية التي تصاحب هذه العلامة؟ حيث إنه وعلى الرغم من سماح الكثير من التشريعات الحديثة في الدول المتقدمة واقتناعها بقدرة هذه العلامة الصوتية على تحقيق الأهداف المرجوة منها، خاصة في تمييزها لبعض السلع والخدمات، إلا أن المشرّع الإماراتي لم يسمح بتسجيل علامة تجارية مكونة من الصوت بكافة عناصرها، وإنما أجاز أن يكون أحد عناصرها إذا كان مصاحبا لها، كما منع المشرع الأردني تسجيلها واشترط لإمكانية تسجيل العلامة ضرورة إدراكها بالبصر، أما المشرعين الكويتي والبحريني فقد أجازا تسجيلها كعلامة تجارية، إلا أنهما لم يبيّنا لنا الأصوات الجائزة قانونا والتي تصلح لأن تكون عناصر في العلامة التجارية الصوتية، وهو أمر من شأنه أن يشكّل غموضا بشأن الأحكام الخاصة المتعلقة بهذه العلامة من حيث المفهوم والعناصر والحماية لم تتعرض لها التشريعات التي سمحت بتسجيلها.

وتحاول هذه الدراسة الإجابة على التساؤلات التالية:

١- ما مفهوم العلامة التجارية الصوتية وما عناصرها المكونة لها؟

٢- هل يمكن تسجيل أي صوت كعلامة تجارية، أم أن ذلك مقرون بشروط؟

٣- ما هي شروط العلامة التجارية الصوتية القادرة بمفردها على تمييز السلع والخدمات؟

٤- هل هناك صعوبات ومعوقات تعترض عملية تسجيل العلامة الصوتية واستخدامها في تمييز السلع والخدمات؟

٥- هل يمكن أن تتمتع العلامة التجارية الصوتية بالحماية القانونية بشقيها المدني والجنائي التي فرضتها التشريعات في حال التعدي على العلامة التجارية، وهل يمكن تحقيق هذه الحماية لهذه العلامة في ظل التنظيم القانوني الحالي الذي تحظى به؟

وقد اعتمدت هذه الدراسة منهج البحث الوصفي التحليلي لأحكام وقواعد القانون الاتحادي الإماراتي رقم (٣٧) لسنة ١٩٩٢ وتعديلاته بشأن العلامات التجارية، وقانون العلامات التجارية الأردني رقم (٣٣) لسنة ١٩٥٢ وتعديلاته، وكذلك قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية على اعتبار أن الكويت والبحرين قد صادقتا عليه. كما ستستعين برأي الفقه وأحكام القضاء في الدول محل المقارنة كلما استلزم الأمر ذلك.

وقد قسّمت هذه الدراسة إلى مباحث ثلاثة، تناول الأول منها ماهية العلامة التجارية الصوتية من خلال مطالب ثلاثة تعرضت لمفهومها ومواصفاتها والصعوبات التي تعترض تسجيلها، أما المبحث الثاني فقد خصص للشروط الواجب توفرها في العلامة التجارية الصوتية من خلال مطلبين تعرضا لشروطها الموضوعية والشكلية، فيما بحث المبحث الثالث في الحماية القانونية للعلامة التجارية الصوتية من خلال مطلبين تناولا الحماية من الناحية المدنية وكذلك الجنائية وعلى النحو التالي:

المبحث الأول

ماهية العلامة التجارية الصوتية

تعد العلامات التجارية الصوتية علامات ذات طبيعة غير تقليدية، وقد بدأ استخدامها في الآونة الأخيرة بشكل واسع، بعد أن كان التركيز ينصب على استخدام العلامات التي تتكون عناصرها من الرسوم والكلمات والحروف والصور والألوان المتحركة والهولوغرام، ويعد استخدام هذه العلامات (الصوتية) خروجا عن مبدأ إمكانية إدراك العلامة بالبصر، والذي تشترطه بعض التشريعات لتسجيل العلامة التجارية، والذي أقرته اتفاقية تريبس[1]، لذا فقد تم اللجوء إلى علامات تخاطب حواس الإنسان الأخرى غير البصر كالسمع والشم والذوق، وتعد العلامة التجارية الصوتية من العلامات إلى تخاطب حاسة السمع لدى المستهلك، على اعتبار أن إدراكها يكون من خلال سماعها، وسيتناول هذا المبحث ماهية هذه العلامة من خلال مطالب أربعة على النحو التالي:

المطلب الأول

مفهوم العلامة التجارية الصوتية

إن مسألة تحديد مفهوم للعلامة التجارية الصوتية هي مسألة في غاية الصعوبة والتعقيد؛ لأنها تتكون من عناصر خارجة عن العناصر التقليدية التي تتكون منها العلامات التجارية الأخرى، ويدق الأمر أكثر فأكثر عندما يتعلق باستخدام علامة تجارية صوتية تتكون من عناصر شائعة الانتشار، الأمر الذي يؤدي إلى البحث في إمكانية تسجيل هذه العلامة واحتكار العناصر الصوتية التي تتكون منها، والبحث في هذا الموضوع يتفرع إلى فرعين على النحو التالي:

(١) أقرت الاتفاقية هذه الجواز في المادة (١/١٥) من اتفاقية تريبس لسنة ١٩٩٤ وتسمى هذه الاتفاقية باتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية.

الفرع الأول

السند التشريعي للعلامة التجارية الصوتية

اختلفت التشريعات في الدول المختلفة في موضوع اعتماد الصوت كعلامة تجارية يمكن الاعتماد عليه للتمييز بين المنتجات والخدمات والسلع، فبينما لم يعترف بها المشرع الأردني بتاتا، ولم يجز تسجيل علامة تجارية صوتية بصورة مطلقة[٢]، كما أنه لم يشر إلى إمكانية أن يكون الصوت عنصراً من عناصر العلامة التجارية، فإن المشرع الإماراتي لم يسمح بتسجيل علامة تجارية صوتية كعلامة مستقلة بحد ذاتها لتمييز البضائع والخدمات والمنتجات، وإنما أجاز أن يكون الصوت جزء من العلامة التجارية[٣]، أي أن يكون الصوت أحد عناصرها، أما بخصوص المشرعين الكويتي والبحريني فقد اعترفا وأجازا تسجيل العلامة التجارية الصوتية إذا ما اتخذت شكلا مميزا وكانت تستخدم أو يراد استخدامها في تمييز البضائع أو الخدمات أو المنتجات كدلالة على أنها تخص صاحبها بسبب اختيارها أو عرضها للبيع أو وضعها أو الاتجار بها[٤].

كما لا يوجد في اتفاقية تريبس ما يشير إلى العلامة التجارية الصوتية أو استخدام الصوت كعنصر من عناصر العلامة التجارية، وهنا يمكن لنا التعليق على نص المادة (١٥) من هذه الاتفاقية، إذ يمكن لنا استخلاص إجازة هذه الاتفاقية بأن تكون العلامة التجارية مكونة من الصوت فقط، حيث تُعرِّف هذه الاتفاقية العلامة التجارية بشكل عام، وذكرت بعض العناصر التي يمكن أن تتكون منها دون أن تذكر الصوت، إلا أنها عادت في عجز ذات المادة بإعطاء الحق للدول الأعضاء باشتراط أن تكون العلامات المراد تسجيلها أي القابلة للحماية القانونية قابلة للإدراك بالبصر كشرط للتسجيل، وهذا يقودنا للقول بعدم وجود ما يمنع من تسجيل الأصوات كعلامات تجارية تميز السلع والمنتجات، إذا تضمنت عناصر ومكونات قادرة بمجموعها على هذا التمييز.

وقد أجاز قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية في المادة الثانية منه[٥] العلامة التجارية الصوتية والتي جاء فيها "... ويجوز اعتبار العلامة الخاصة

---

(٢) المادة (١/٧) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (٣٣) لسنة ١٩٥٢ وتعديلاته المنشور على الصفحة رقم (٢٤٣) من عدد الجريدة الرسمية رقم (١١١٠) الصادر بتاريخ ١٩٥٢/٦/١، والمعدل بموجب القانون (٣٤) لسنة ١٩٩٩، والمنشور على الصفحة رقم (٤٢٩٩) من عدد الجريدة الرسمية رقم (٤٣٨٩) الصادر بتاريخ ١٩٩٩/١١/١.

(٣) وهو ما أكدت عليه المادة (٢) من قانون العلامات التجارية الاتحادي الإماراتي رقم (٣٧) لسنة ١٩٩٢ والمعدل بموجب القانون رقم (١٩) لسنة ٢٠٠٠ وكذلك القانون رقم (٨) لسنة ٢٠٠٢، وقد نشر هذا القانون في الجريدة الرسمية في العدد ٢٤٣ في الصفحة ٩ بتاريخ ٢١ أكتوبر سنة ١٩٩٢.

(٤) وهو ما أشارت له المادة (٦١) من قانون التجارة الكويتي رقم (٦٨) لسنة ١٩٨٠ والمعدلة بموجب المرسوم الصادر بالقانون رقم (١) الصادر بتاريخ ٢٠٠١/١/١٤.

(٥) سبب تسميته قانون (نظام) تعود إلى أن المملكة العربية السعودية لا يوجد فيها قوانين وإنما أنظمة، وقد تم اعتماد هذا القانون في المملكة العربية السعودية بموجب المرسوم الملكي رقم (٥١/m) بتاريخ ١٤٣٥/٧/٢٦ هجري، وكذلك عمان بموجب المرسوم السلطاني رقم (٢٠١٧/٣٣)، وكذلك قطر بموجب القانون رقم (١٨) لسنة ٢٠٠٧ وصادقت عليه الكويت بموجب القانون

بالصوت أو الرائحة علامة تجارية"، وهنا وكما نرى فقد سمح هذا القانون (النظام) بتسجيل علامة تجارية صوتية كدلالة لتمييز السلع والخدمات عن بعضها، وهذا في نظرنا يعد تطورا تشريعيا مهمًّا وضروريًّا من قبل المشرع الخليجي، ويعد كذلك مواكبا للتطورات في التشريعات الحديثة.

ولقد اشترطت المادة (٣) من اللائحة التنفيذية الكويتية لقانون (نظام) العلامات التجارية أعلاه ضرورة أن يشتمل طلب تسجيل العلامة التجارية على صورة للعلامة المطلوب تسجيلها(٦)، كما اشترطت المادة (١/٤) من ذات اللائحة أن يرفق طلب تسجيل العلامة بأربع صور للعلامة تطابق نموذج العلامة الموجود في طلب التسجيل، وأوجبت الفقرة (٦) من المادة (٤) من ذات اللائحة ضرورة تقديم علامات الصوت وفق نوته موسيقية أو من خلال وصف كتابي.

وكما يبدو لنا فإن اللائحة التنفيذية الكويتية لم تشترط على طالب التسجيل أن يقدم تسجيلا صوتيا بالإضافة إلى النوتة الموسيقية أو الوصف الكتابي، وهو أمر من شأنه ألا يحدد العلامة التجارية الصوتية تحديدا دقيقا خصوصا درجة الصوت من حيث الارتفاع والانخفاض.

ولم يختلف المشرع البحريني عن الكويتي بهذا الخصوص، إذ أجاز تسجيل العلامة التجارية الصوتية بموجب القانون رقم (٦) لسنة ٢٠١٤ والذي وافق فيه في مادته الثانية على قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية

الفرع الثاني

تعريف العلامة التجارية الصوتية

عرّفت بعض التشريعات علامة الصوت كقانون العلامات التجارية والبيانات الجغرافية لجمهورية بلغاريا في المادة (١/٩) على أنها كل لحن يتم عرضه بشكل بياني(٧)، وهذا التعريف وكما يبدو لنا يعد مبهما فهو لم يحدد طبيعة هذه العلامة، واكتفى بوصفها على أنها لحن دون أن يحدد عناصر معينة يمكن أن تتكون منها، كما أنه لم يحظر بعض العناصر التي لا يجوز أن تدخل ضمن مكوناتها، كما استبعد الكثير من الأصوات التي يمكن أن تكون صالحة لتمييز السلع والخدمات.

رقم (١٣) لسنة ٢٠١٥، أما الامارات فما زالت تعتمد قانونها الاتحادي بشأن العلامات التجارية رقم (٣٧) لسنة ١٩٩٢ وتعديلاته، كما أقرته البحرين بموجب القانون رقم (٦) لسنة ٢٠١٤.

(٦) المادة (١/٣) من اللائحة التنفيذية الكويتية لقانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية الصادرة بموجب القرار (٥٠٠) لسنة ٢٠١٥، أما في البحرين فقد صدرت اللائحة التنفيذية لهذا القانون (نظام) بموجب القرار رقم (٦٥) لسنة ٢٠١٦ المنشور في الجريدة الرسمية لمملكة البحرين في العدد رقم (٣٢٦٣) في الصفحة (٥٢) بتاريخ ٢٦ مايو ٢٠١٦ والصادرة بموجب القانون رقم (٦) لسنة ٢٠١٤.

(٧) نقلا عن الموقع الالكتروني http://www.wipo.int تاريخ الدخول إلى الموقع ٢٠١٧/٩/١٧.

كما عرّفها قانون الملكية الفكرية الفرنسي على أنها الأصوات أو الجمل الموسيقية التي يمكن أن تشكل علامة تجارية[٨]. وأشارت محكمة العدل الأوروبية لمفهوم هذه العلامة من خلال غرفتها السادسة بشأن تفسيرها للمادة (٢) من التوجيهات الأوروبية cee/١٠٤/٨٩ الصادرة في (٢١) كانون ١٩٨٨[٩]، إذ اشترطت حتى تعد الإشارة الصوتية علامة تجارية ضرورة أن تشكل أداء بيانيا يمكن من خلاله تمييز المنتجات أو الخدمات أو البضائع أو المشاريع عما يشتبه بها، وهنا لابد حسب قرار المحكمة أن تفسر المادة (٨) من ذات التوجيهات بأن أي اشارة أو علامة لا يمكن ادراكها بالبصر وتكون محلا لأداء بياني (غرافيكي) تعد علامة تجارية صوتية[١٠].

ويرى اتجاه في الفقه أنها رمز غير مادي كالصوت أو النوتة الموسيقية التي يتم اتخاذها من قبل الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة من أجل تمييز المنتجات أو البضائع أو الخدمات العائدة له عن غيرها من المنتجات أو البضائع أو الخدمات العائدة للأخرين[١١].

كما تعرّف العلامة التجارية الصوتية على أنها سمة غير مادية تأخذ صورة النغمات الصوتية التي تلعب دورا فعالا في تمييز المنتجات الإذاعية والتلفزيونية، والتي تتمتع بالحماية المزدوجة فهي من جانب تستفيد من حمايتها كعلامة تجارية، ومن جانب أخر يمكن لها الاستفادة من الحماية التي قررها القانون لحق المؤلف[١٢].

كما عرّفها بعض الفقه على أنها العلامة التي تستخدم في تمييز المنتجات المتعلقة بالمنتجات الفنية كالأفلام السينمائية أو اشرطة الكاسيت، وبشرط أن يكون الصوت الذي تتكون منه مميزا لدرجة تصل إلى حد ينتفي بوجودها حدوث لبس لدى الجمهور[١٣]. وعرّفها اتجاه فقهي آخر على أنها الإشارة التي من شأنها التقديم لتمييز المنتجات أو الخدمات المقدمة من قبل شخص طبيعي أو معنوي والتي تأخذ شكل الإشارات الصوتية كالأصوات والجمل الموسيقية[١٤].

وبدورنا نرى أن كل ما ورد سابقا من تحديد لمفهوم العلامة التجارية الصوتية قد جاء قاصرا عن الإحاطة بها من جميع الجوانب ونخص بالذكر هنا:

---

(٨) وهو ما أشارت له المادة (L11711) من قانون الملكية الفكرية الفرنسي رقم (٥٩٧/٩٢) والمعدل بموجب القانون رقم (١١٠٦/٩٦) الصادر بتاريخ ١٨ ديسمبر ١٩٩٦.

(٩) وهذه التوجيهات تتعلق بتشريعات الدول الأعضاء حول العلامات التجارية.

(١٠) يقصد بالأداء البياني أي إمكانية التجسيد المرئي للعلامة التجارية سواء بالكتابة أم الرسم، د. محمد حسن عبد الله، حقوق الملكية الفكرية (الأحكام الأساسية)، الآفاق المشرقة (ناشرون)، الشارقة، ٢٠١١، ص١١٠.

(١١) د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٩، ص٤٠.

(١٢) الأستاذ حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠١٢، ص٦٠،٥٩.

(١٣) ماهر فوزي حمدان، حماية العلامات التجارية: دراسة مقارنة، مطبعة الجامعة الأردنية، عمان، ١٩٩٩، ص٢٨.

(١٤) المحامي الدكتور حمدي غالب الجغبير، العلامات التجارية (الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها)، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠١٢، ص٤٥.

١) أن بعض التشريعات قد حدد نوع وطبيعة السلع والخدمات التي يراد استخدام هذه العلامة بشأنها، وهو ما يعد تعارضا مع نص المادة (٤/١٥) من اتفاقية تريبس، والتي لا تجيز بشكل مطلق أن تكون طبيعة السلع والخدمات التي يراد استخدام العلامة بخصوصها عقبة تحول دون تسجيل هذه العلامة، حيث قصرت هذه التعريفات تسجيل هذه العلامة على سلع وخدمات ذات طبيعة محددة، وهو الأمر الذي يحول دون تسجيلها لتمييز سلع أو خدمات أخرى.

٢) لم تحدد هذه التعريفات السابقة للعلامة التجارية الصوتية ماهيتها ومكوناتها، وعناصرها التي يمكن أن تتكون منها.

وبناء على ذلك يمكن لنا القول بأن العلامة التجارية الصوتية ما هي إلا سمة أو إشارة غير مادية لا يمكن إدراكها بالبصر، وإنما تدرك بالسمع ويمكن تحويلها إلى رسم بياني مرئي بصورة مكتوبة أو مرسومة، وتتخذ شكل النوتة الموسيقية أو الوصف المكتوب الذي يشكل محاكاة صوتية لأشياء مسماة أو غير مسماة، أو موجات صوتية أو دعامات صوتية ملحقة أو تسجيل رقمي مسموع على شبكة الإنترنيت، أو غيرها من الإشارات غير المادية القادرة على تمييز السلع والخدمات عن غيرها من سلع وخدمات الآخرين.

المطلب الثاني

مواصفات وعناصر العلامة التجارية الصوتية

إن الغرض من استعمال العلامة التجارية الصوتية هو اعتبارها وسيلة لتمييز السلع والخدمات، وهذا الغرض لا يتحقق إلا عند المغايرة بين العلامات المستخدمة في تمييز سلعة أو خدمة معينة، بحيث يرتفع اللبس بين هذه العلامات، الأمر الذي ينعكس على عدم وقوع جمهور المستهلكين في الخلط واللبس(١٥). لذا لا يجوز تسجيل أية علامة صوتية إذا كانت تلك العلامة غير قادرة على تمييز السلع والخدمات، أو كان من شأن هذا التسجيل أن يوحي بوجود رابطة بين العلامتين يصل إلى حد تضليل الجمهور ووقوعهم في اللبس، أو كان من شأنه أن يسبب أضرارا لمالك العلامة المسجلة(١٦).

وقد اشترطت المادة (711L/1) من قانون الملكية الفكرية الفرنسي لإيداع هذه العلامات أن تكون على شكل بيانات غرافيكية (جرافيكية)، ويشترط في هذا الأداء الجرافيكي أن يكون محددا وواضحا ومستمرا وموضوعيا، كما يجب أن يكون ذا مضمون وموزعًا بشكل متناغم ومتناسق(١٧).

(١٥) قرار المحكمة الاتحادية العليا الإماراتية في الطعن رقم (٣) لسنة ٢٠٠٩ الصادر بتاريخ ٢٠١٠/٣/٢٩، منشورات شبكة قوانين الشرق. Eastlaw.com

(١٦) قرار محكمة التمييز الكويتية في الطعن (١٣٠) لسنة ٢٠٠٨ قضائية والصادر بتاريخ ٢٠٠٩/٢/١٢، منشورات شبكة قوانين الشرق Eastlaw.com.

(17) Jacques Azéma ET jean_ Christophe Gall oux; Droit de la Propriété industrielle, PR ECis Dalloz,

وهذا ما ذهبت إليه التوجيهات الأوروبية الأولى رقم (Cee/١٠٤/٨٩) المؤرخة في ٢١ كانون الأول لسنة ١٩٨٨، حيث اشترطت في الإشارات الصوتية حتى تعد علامة تجارية أن تميز المنتجات أو الخدمات أو البضائع أو المشاريع عما يشتبه بها، وهذا الأمر لا يتحقق إلا إذا كانت تشكل أداء بيانياً، وأضافت هذه التوجيهات أن العلامة التي لا يمكن ادراكها بالبصر يجب أن تكون كاملة بنفسها ويمكن الولوج اليها بسرعة، لذا لا يجوز أن تكون العلامة الصوتية مؤلفة مثلا من نوتة موسيقية تعود لعمل موسيقي معروف، أو أن تكون صوتا لحيوان، أو أن تكون مجرد وسيلة محاكاة صوتية بسيطة أو تعاقب لنوتات موسيقية بدون تحديد، لذا حتى تعد الإشارة علامة صوتية يجب أن تقدم بواسطة محتوى ذي مضمون وموزع بشكل تناسقي، ويتضمن نوتات موسيقية وسكوت ومتغيرات حتى يكون لهذا الصوت قيمة، لأن هذه المسائل هي التي تعطيه هذه القيمة والقدرة على تمييز المنتجات والبضائع والخدمات(١٨).

كما يشترط في الصوت حتى يكون علامة تجارية أن يختلف بطبيعته عن غيره من الأصوات، ويمكن أن يَعْلَق في عقل المستمع له، وأن يكون مرتبطا بالحدث أو بالمصدّر له(١٩).

وقد أجازت بعض الدول كالصين مثلا وفقا لمشروع معيار الفحص الصادر عن مكتب العلامات التجارية الصينية الصادر بتاريخ ١مايو ٢٠١٤، بأن تكون علامة الصوت من الأصوات الموسيقية وغير الموسيقية أو مزيجًا منها، ومثال الصوت غير الموسيقي هو الصوت الطبيعي كصوت الإنسان أو الحيوان، وقد تم إيداع أول علامة صوتية في الصين باسم راديو الصين الدولي في ٤ مايو ٢٠١٤، وكانت عبارة عن موسيقى افتتاحية لأحد برامجه وتمت الموافقة عليها في ١٣ فبراير ٢٠١٦، وكانت تتألف من أصوات موسيقية وغير موسيقية، وقد رفض هذا المكتب تسجيل التطبيق "دي دي دي دي دي دي"، وهو صوت للتنبيه أو لإخطار وصول الرسالة في أحد تطبيقات الشبكات الاجتماعية الأكثر شيوعا في الصين (تينسنت)، لأنها تفتقر للتميز حيث تتألف من تطبيق سداسي بسيط "دي"(٢٠).

لذا يمكن تسجيل الصوت إذا كان من شأنه أن يضيف طابعا مميزا على العلامة التجارية، وكان بالإمكان تحويله إلى رسوم تخطيطية بسهولة نسبية(٢١).

---

7 édition, 2012, P.829.

(18)Les grands arrêst de la Propriété intellectutelle, Dalloz, Sous La direction de Michel Vivant, 2 édition, 2015, P.559, 560.

(١٩) ديبورا سويني، مقال بعنوان "إمكانية العلامة التجارية الصوتية" منشور على الموقع الإلكتروني http//:tonpost.com تاريخ الدخول إلى الموقع ٢٠١٧/٩/١٧.

(٢٠) سيدريك لام وليليان شي، مقال بعنوان «علامات الصوت في الصين»، منشور على الموقع الإلكتروني thetmca.com// http: تاريخ الدخول إلى الموقع ٢٠١٧/٩/١٧.

(٢١) مقال بعنوان العلامات التجارية «، منشور على الموقع الالكتروني، http://www.Wipo.int تاريخ الدخول إلى الموقع ٢٠١٧/١١/١٥.

وبناء على ذلك يمكن لنا القول بأنه يشترط لتسجيل هذه العلامة أن تتضمن تطبيقا لتسجيل صوتي، وأن يحتوي طلب التسجيل على رسم بياني لهذا الصوت، إضافة إلى وصف مكتوب وتسجيل الكتروني له، كما يشترط أيضا حسب ما نرى أن تكون هذه العلامة سهلة التذكر، وأن تكون السلع أو الخدمات التي تميزها العلامة مصممة لإنتاج هذا الصوت المستخدم كعلامة تجارية لتمييزها، وهو الذي نرى فيه صعوبة في بعض المنتجات كالملابس، وسهولة في منتجات أخرى كالمنتجات السينمائية والتلفزيونية وبرامج ومنتجات الحاسب الآلي والقائمة تطول هنا.

ونرى هنا بإمكانية استخدام الصوت وتسجيله كعلامة تجارية انسجاما مع رأي اتجاه في الفقه بهذا الخصوص(٢٢)، وذلك على الرغم من معارضة اتجاه آخر في الفقه لمثل هذا التسجيل(٢٣)، وقد كانت المعارضة هذه متأتية من اشتراط المشرع الأردني قابلية الإدراك بالبصر كشرط لتسجيل العلامة التجارية، بينما يرى اتجاه ثالث بضرورة أن يقترن الصوت بعناصر أخرى مختلفة كما هو الحال في علامة أسطوانات (ماركوني) المركبة من صورة كلب يقوم بالاستماع إلى أسطوانة مع عبارة (His masters voice)(٢٤).

المطلب الثالث

الصعوبات التي تعترض تسجيل العلامة التجارية الصوتية

هناك صعوبات عدة تعترض عملية تسجيل العلامة التجارية الصوتية لدى السلطة المختصة بالتسجيل، وهذه الصعوبات من شأنها أن تواجه طالب التسجيل عند اختياره لعلامته المميزة لبضائعه أو خدماته أو منتجاته، وهذه الصعوبات تتلخص بالتالي:

الفرع الأول

مدى إمكانية التعبير عنها بالكتابة أو الرسم

أشار اتجاه في الفقه إلى عدم إمكانية تسجيل الصوت كعلامة تجارية أسوة بالرائحة، لأن هذه العلامة الأخيرة لا يمكن التعبير عنها بالرسم أو الكتابة عند تقديم طلب تسجيلها(٢٥)، ونضيف هنا أن هناك صعوبة كذلك قد تنطوي على عملية تسجيل العلامة التجارية الصوتية، خاصة إذا كانت هذه العلامة ليست نوتة موسيقية، وإنما هي عبارة عن مزيج من أصوات لأشياء متعددة كالتعبير مثلا عن صوت احتكاك الأظافر على أواني الطبخ، إذ تظهر صعوبة كبيرة في ذلك، وهذه الصعوبة قد تصل إلى حد الاستحالة في التعبير عنها بصورة مكتوبة أو مرسومة.

(٢٢) د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة، ط٢، سنة ١٩٩٦، بند ٢٢٤، ص٢٩٢.

(٢٣) د. عبد الله حسين الخشروم، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر، عمان،٢٠٠٥، ص ١٥٣.

(٢٤) د. علي سيد قاسم، حقوق الملكية الفكرية في قانون دولة الأمارات العربية المتحدة: دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، سنة ٢٠٠٩، ص ٩٣.

(٢٥) د. علي سيد قاسم، المرجع ذاته، ص ٩٤.

وقد عمدت الكثير من الدول التي سمحت بحماية العلامة التجارية الصوتية (الإشارات غير المرئية) إلى قصر تسجيلها لأسباب عملية، فهي لا تسمح بتسجيلها إلا إذا كان بالإمكان أن تحوّل إلى رسوم تخطيطية بصورة سهلة نسبيًا (٢٦). لذا نرى بأن أكثر ما يواجه طالبي تسجيل العلامات التجارية الصوتية يتمثل في إمكانية تمثيل هذه العلامات بيانياً، لأن مرحلة تسليم العلامة الصوتية للجهة المسؤولة عن تسجيلها هي من أهم المراحل لإنشائها، لأن ذلك من شأنه أن يشكل العناصر التي تتركب منها هذه العلامة بشكل نهائي، وهذه الجهة لا يمكن لها تسجيل هذه العلامة لإضفاء الحماية عليها ما لم تكن مفهومة وواضحة ومتكاملة، وهذا لا يتحقق ما لم تكن تلك العلامة مكتوبة أو مرسومة.

وقد اعتبرت محكمة العدل الأوروبية في قضية شركة (شيلد مارك) وهي مالكة لعدة علامات تجارية في منطقة (Benelux)(٢٧)، أن العلامة التجارية الصوتية تعد علامة إذا كان من شأنها أن تميز المنتجات أو الخدمات أو البضائع أو المشاريع عما يشتبه بها، طالما كانت تلك العلامة تشكل أداء بيانيا حتى لو لم يتم إدراكها بالبصر(٢٨).

ويجدر أن يلحظ أننا لا نجد لدى كل من المشرع الإماراتي والكويتي والبحريني ما يشترط كتابة هذه العلامة لتسجيلها، أما بخصوص المشرع الأردني فلم يسمح بتسجيلها من الأساس، واشترط أن تكون العلامة قابلة للإدراك عن طريق النظر، والسبب في ذلك يعود إلى مسائل فنية وتقنية، وكذلك لأسباب شكلية وليست موضوعية كصعوبة حفظها أو تكاليف هذا الحفظ(٢٩)، ولعل من أهم الأسباب كذلك كما نرى صعوبة التعبير عنها بالكتابة أو الرسم.

ويرى اتجاه فقهي عدم اشتراط التعبير عن العلامة التجارية الصوتية بالرسم أو الكتابة، إذ يكتفى لتسجيلها تقديم تسجيل صوتي إلى السلطة المختصة بتسجيل العلامات من أجل تسجيلها لإضفاء الحماية عليها(٣٠).

بينما يميل اتجاه آخر إلى ضرورة تقديمها كتابةً، إضافة إلى تسجيل الصوت على صيغة (MP3) أو (ويف)، وأن يتم تسجيلها على قرص مضغوط، ويشترط في التسجيلات الإلكترونية ألا يكون هناك تكرار للصوت، وضرورة ألا يتم هذا التسجيل الالكتروني سوى وقت الإيداع(٣١).

(٢٦) مقال بعنوان «العلامات التجارية» منشور على الموقع الالكتروني، http://www.wipo.int، تاريخ دخول إلى الموقع في ٢٠١٧/٩/١٣

(٢٧) منطقة (Benelux) هي منطقة تضم دول بلجيكيا وهولندا ولوكسمبورغ).

(٢٨) قرار صادر عن محكمة العدل الأوروبية بتاريخ ٢٧ نوفمبر سنة ٢٠٠٣ في القضية المشهورة (Shield mark) ضد (Jost Kist). ذكره Les grands arrêst de la Propriété intellectuelle, op. cit. p.559,560.

(٢٩) د. صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص ٨٧.

(٣٠) المحامي الدكتور حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص ٩٠.

(٣١) مقال بعنوان « العلامات التجارية تتكون من الصوت "، منشور على الموقع الإلكتروني، http://www.ic.gc.ca، تاريخ الدخول ٢٠١٧/٩/١٧.

وهنا نقول إنه وعلى الرغم من إمكانية تسجيل العلامة التجارية الصوتية من خلال تقديم تسجيل صوتي، إلا أن هذا الأخير لا يشكل تصويرا بصريا للعلامة التجارية ولا يمكن إدراكها بالبصر، وإنما ستدرك بالسمع فقط وهذا يقود للقول بأن مسألة حمايتها في المستقبل ستكون صعبة.

كما تظهر صعوبات عدة في إعطاء وصف مكتوب للعلامة التجارية الصوتية، خاصة قدر تعلق الأمر بالأصوات الموجودة في الطبيعة، فعلى سبيل المثال يمكن أن يُعطَى وصف مكتوب للعلامة الصوتية على أنها "فحيح الأفعى". إلا أننا لا نستطيع هنا وصف الصوت وصفا دقيقاً، ولا نعرف درجته من حيث الارتفاع أو الانخفاض أو المدى الزمني له، وهذه جميعها كما يرى اتجاه في الفقه لها دورها الكبير في تحديد العلامة الصوتية المراد تسجيلها بشكل دقيق(٣٢).

ويرى اتجاه في الفقه أن أفضل وسيلة لكتابة أو رسم العلامة الصوتية هو أن تكون على شكل سلّم موسيقي، على الرغم من وجود صعوبات تتمثل بعدم قدرة الجميع على قراءته(٣٣). ونقول هنا إن كتابة العلامة الصوتية أو رسمها هي مسألة ضرورية لتسجيلها وحمايتها وليس لقراءتها من الجميع، لأن جمهور المستهلكين سيعتمد على السمع في تمييزها وليس على القراءة.

ولابد من الإشارة هنا إلى أن قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية قد سمح بتسجيل العلامة التجارية الصوتية كما سبق ذكره، وأن اللائحتين التنفيذيتين في كل من الكويت والبحرين لهذا القانون قد أوجبتا تقديم هذه العلامة بشكل نوتة موسيقية أو وصف مكتوب ودون أن تكون مصحوبة بتسجيل صوتي(٣٤)، ولكن هذا الأمر قد يسهل بالنسبة للعلامة التجارية الصوتية لاعتماد المستهلكين في تمييزها على السمع، وعلى الرغم من ذلك نرى بضرورة وجود مثل هذا التسجيل كونه يساعد على تحديدها بشكل دقيق من قبل جمهور المستهلكين على الرغم من اعتمادهم على السمع في تمييزها، وتبرز فائدة ذلك أيضا عند رغبة أحد الأشخاص بتقديم طلب إلى جهة التسجيل المختصة لتسجيل علامة مشابهة أو مماثلة لها.

الفرع الثاني

مدى استعمال الصوت بشكل مرافق للمنتج أو البضاعة أو الخدمة

تستخدم العلامات الصوتية في غالب الأحيان في تمييز بعض السلع المعلن عنها تلفزيونيا أو إذاعياً، أما بخصوص استخدامها عند قيام المستهلك بشراء السلع أو الحصول على الخدمات فإنه يعد نادر الوقوع، وقد انقسمت التشريعات المختلفة بخصوص ذلك، فبينما تشترط الولايات

(32) Jeremy Phillips, Trade mark law: practical Anatomy, oxford university press, USA.2003, p.162.

(٣٣) د. عدنان غسان برانبو، التنظيم القانوني للعلامة التجارية: دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠١٢، ص ١٨٩.

(٣٤) المادة (٦/٤) من اللائحة التنفيذية الكويتية لقانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، وكذلك المادة (٤) من اللائحة التنفيذية البحرينية لقانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

المتحدة الأمريكية وكندا وألمانيا لصحة وقانونية استعمال العلامة التجارية ضرورة وضعها على السلع، وسواء كان ذلك من خلال وضعها على العبوات التي توضع بها تلك السلع أم على الأغلفة المحيطة بها أو وضعها على البطاقة المرافقة لها، وترى هذه الدول أن استعمال العلامة التجارية في الإعلانات والدعايات قد لا يكون كافيا بالنسبة للسلع، بينما يعد ذلك ملائما بالنسبة للخدمات، لذا يكون من الصعب تسجيل علامة تجارية صوتية تميز السلع في هذه الدول، لاشتراطها ضرورة التثبيت المادي للعلامة على هذه السلع، إلا إذا قام مالكوها بوضع جهاز خاص يصدر الأصوات المستخدمة كعلامة تجارية وتثبيت ذلك عليها، بينما ترى تشريعات أخرى كإنجلترا و أستراليا بأنه يكتفى عند استعمال العلامة التجارية بأن تكون مرتبطة ومرافقة للسلع و الخدمات، وتبيح صراحة استعمالها في الإعلانات سواء كانت مرئية أو مسموعة أو مقروءة، لذا يمكن تسجيل العلامة الصوتية لتمييز السلع والخدمات[٣٥].

ومن التشريعات التي أجازت كذلك تسجيل العلامة التجارية الصوتية التشريع الفرنسي والألماني والايطالي[٣٦]، كما أيد ذلك جانب من الفقه المصري[٣٧]، لذا فإن ظهور العلامة التجارية الصوتية قد ارتبط بالدعاية والإعلان عنها وأشكالها المختلفة، كما أنها تعتمد في تمييزها على حاسة السمع، على العكس من العلامات المادية التي تعتمد في تمييزها على حاسة البصر فقط[٣٨].

وقد اشترط المشرع الإماراتي وضع العلامة التجارية على السلع أو الخدمات من أجل اثبات ملكيتها، واعتبر التسجيل قرينة على ملكية العلامة التجارية من قبل من قام بتسجليها، ولا تجوز منازعة من قام بتسجيلها إذا استعملها بصورة تمتاز بالاستمرار لمدة خمس سنوات من تاريخ التسجيل[٣٩].

ونرى هنا بأن المشرع الإماراتي يشترط وضع العلامة التجارية على السلع أو الخدمات من قبل مالكها لكي يتمكن من إثبات ملكيته لها ومنع الغير من استعمالها أو استعمال علامة مشابهة على سلع أو خدمات مشابهة أو مطابقة للسلع أو الخدمات التي تميزها علامته التجارية، لأن اشتراط استعمال العلامة يُفهم منه ضمنا ضرورة وضعها على السلع والخدمات التي تميزها، فإذا كان الأمر مختلفا بالنسبة للخدمات، فإنه من الصعوبة بمكان استعمال العلامة الصوتية

(٣٥) نقلا عن د. عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص ١٩٠.

(36) Michael Blackeney , Intellectual Property Litigations : Cases, Wipo / WTO Arab Regional conference on intellectual Property and the Doha Ministerial Declaration, Doha, April 28_30, 2002 , P.7.

(٣٧) د. حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ٢٠٠٨، ص ٥٦، وكذلك د. سميحة القليوبي، المرجع السابق، ص ٢٩٢.

(٣٨) د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، المرجع السابق، ص ١٠٨.

(٣٩) المادة (١٧) من القانون الاتحادي الإماراتي رقم (٣٧) لسنه ١٩٩٢ بشأن العلامات التجارية المعدل بالقانون رقم (١٩) لسنه ٢٠٠٠ والقانون رقم (٨) لسنه ٢٠٠٢.

على السلع، إلا إذا كانت هذه البضائع أو المنتجات ذات طبيعة معينة، كأن تكون منتجات سينمائية أو تلفزيونية أو إذاعية أو أجهزة إلكترونية، بينما يدق الأمر بخصوص بعض البضائع كالألبسة والأحذية وغيرها من البضائع، على الرغم من أن المشرع الإماراتي لا يجيز استخدام الصوت وحدَه كعلامة لها ذاتية مستقلة، بل أجاز أن يكون الصوت أحد عناصر هذه العلامة.

كما يفهم ذلك ضمنا من نص المادة (٦) من قانون العلامات التجارية الأردني والتي أشارت إلى صاحب الحق في طلب تسجيل علامة تجارية وهو «كل من يرغب في أن يستقل في استعمال علامة تجارية لتمييز البضائع التي هي من إنتاجه أو صنعه أو انتخابه «، لذا لا يمكن لأي شخص يرغب بتسجل علامة تجارية إلا أن يستعمل هذه العلامة، والاستعمال هنا كما نرى لا يمكن أن يتحقق إلا بوضع العلامة التجارية على الخدمات والسلع، وعلى الرغم من ذلك فليس هناك مشكلة لدى المشرع الأردني؛ لأنه قد منع من الأساس تسجيل علامة تجارية صوتية، لذا لا تثور لديه مشكلة استعمال الصوت بشكل مرافق للمنتج أو البضاعة أو الخدمة.

ولكن تثور المشكلة لدى المشرعين الكويتي والبحريني اللذين أقرا قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، إذ اشترط هذا القانون (النظام) عند تعريفه للعلامة التجارية بأن العلامة حتى تكون علامة لابد أن تستخدم من قبل أو يراد استخدامها في تمييز سلع وخدمات المنشآت عن غيرها[٤٠]، وهنا يفهم من ذلك ضمنا كما نرى بضرورة وضع العلامة على السلع أو الخدمات، أو وضعها على الأغلفة الخاصة بها أو البطاقات المرافقة لها، كما اشترط هذا القانون في المادة (٨) منه لعدم إمكانية منازعة من قام بتسجيل العلامة استعمالها من قبله خمس سنوات مستمرة على الأقل من تاريخ تسجيلها، ولابد من الإشارة هنا وكما يبدو لنا فإنه لا يوجد في كل من اللائحتين التنفيذيتين الكويتية والبحرينية لهذا القانون (النظام) ما يشترط صراحة وضع العلامة على المنتج أو الخدمة أو البضاعة[٤١].

وقد أجازت اتفاقية تريبس للدول الأعضاء اعتبار استخدام العلامة التجارية شرطا لاستمرار تسجيلها، إلا في الأحوال التي يثبت فيها مالكها وجود أسباب وجيهة مستندة إلى عقبات حالت دون هذا الاستخدام، كقيود الاستيراد المفروضة على السلع والخدمات التي تحميها العلامة أو ما يفرض من شروط حكومية عليها، وهو أمر يقود إلى القول بأن اتفاقية تريبس لا تشترط لتسجيل العلامة التجارية استخدامها من الأصل، وإنما تركت أمر ذلك إلى التشريعات الوطنية فهي من تحدد ذلك عدمه.

(٤٠) المادة (٢) من فانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

(٤١) انظر بخصوص ذلك اللائحة التنفيذية الكويتية لقانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، والتي وافق عليها الكويت بالقرار الوزاري رقم (٥٠٠) لسنه ٢٠١٥.

الفرع الثالث

صعوبة تمييز العلامة الصوتية من قبل المستهلكين

تقوم العلامة التجارية بوظائف عدة فهي إضافة إلى كونها تحدد مصدر السلع والخدمات، فهي تعد كذلك رمزا للثقة بها، ووسيلة من الوسائل المستخدمة للإعلان عنها، كما تضمن حماية لجمهور المستهلكين(٤٢).

وحتى تقوم العلامة التجارية بهذه الوظائف لابد من مراعاتها لاعتبارات معينة، تهدف إلى إمكانية تمييزها من قبل المستهلك عن غيرها، إضافة إلى قدرتها على جلب انتباهه، كأن تكون جميلة أو مكونة من كلمات بسيطة لها وقعها الموسيقي ومن شأنها لفت انتباه المستهلك(٤٣).

والعلامة التجارية الصوتية وكما يبدو لنا فإنها تعد صعبة التمييز من قبل المستهلك لكونها سماعية وليست بصرية، الأمر الذي يختلط بوجوده على المستهلك للخدمة أو السلعة تمييزها عما يشتبه بها من علامات أخرى، خاصة في حال انتشار هذه العلامات بحيث أصبحت تستخدم لتمييز كم كبير من الخدمات أو السلع.

الفرع الرابع

مدى إمكانية احتكار الأصوات

تظهر صعوبة عند تسجيل العلامة التجارية الصوتية تتمثل في مدى قدرة طالب تسجيلها على احتكارها، خاصة في الاحوال التي تكون فيها تلك العلامة مجردة، كأن تكون صوت زئير الأسد أو فحيح الأفعى أو صياح الديك (كو كو كو كو)، أو صوت الطبل مجردًا من أي لحن موسيقي. فهنا يطرح السؤال التالي حول مدى إمكانية طالب تسجيل مثل هذه العلامات من احتكار هذه الأصوات ومنع غيره من تسجيلها؟ .

للإجابة عن ذلك لابد من الإشارة إلى أن المشرع الإماراتي لم يسمح بتسجيل علامة صوتية لها ذاتيتها المستقلة، وإنما أجاز أن يكون الصوت جزءا من هذه العلامة، لذا لا نجد أية صعوبة لدى هذا المشرع في مثل هذه المسألة، أما بخصوص المشرع الأردني فلم يسمح أن يكون الصوت علامة تجارية من الأصل أو جزءًا من العلامة التجارية، فلا تثور لدى هذا المشرع أية مشكلة، لكن قد تثور هذه المشكلة لدى المشرع الكويتي الذي أجاز تسجيل علامة تجارية صوتية، وكذلك الأمر في قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية الذي صادقت عليه

---

(٤٢) د. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، ط٢، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٠، ص٢٥٥-٢٥٩.
(43) Alexander Reuter, International Marketing and Advertising and conflict of Laws, Germany as Example, the Trademarks Reporter, Vol, 79, 1989, P.698.

كل من الكويت والبحرين، والذي أجاز اعتبار العلامة الخاصة بالصوت علامة تجارية(٤٤)، كما اشترطت اللائحة التنفيذية لهذا القانون في المادة الرابعة منها في فقرتها السادسة والمصادق عليها بموجب القرار الوزاري الكويتي رقم (٥٠٠) لسنة ٢٠١٥ ضرورة أن تقدم علامات الصوت وفق نوتة موسيقية أو وصف مكتوب، وهنا يبرز موضوع إمكانية تسجيل علامة صوتية مجردة من خلال وصف مكتوب، كأن يقال مثلا إن العلامة التجارية التي تميز هذه الخدمة أو المنتج أو البضاعة هي صوت صياح الديك (كو كو كو كو).

فهل يمكن لمن يرغب في اتخاذ علامة تجارية صوتية أن يسجل مثل هذه العلامة المجردة؟

للإجابة عن ذلك نشير إلى أن التشريعات محل المقارنة لم تتطرق إلى هذه المسألة، ونرى هنا بعدم جواز تسجيلها ويعود ذلك إلى عدم جواز احتكارها من قبل شخص واحد، بحيث يكون لديه الحق في منع غيره من استعمالها ومقاضاته في حال حصول ذلك، كما أن هذه الأصوات تفتقد للصفة المميزة؛ لأنها أصوات موجودة ومألوفة للجميع، لذا لا يجوز مثلا استعمال بكاء الطفل الصغير لتمييز نوع معين من الحفاظات أو حليب الأطفال عن غيرهما.

وتظهر المشاكل كما يبدو لنا كذلك عند رغبة طالب التسجيل بتسجيل علامة صوتية تتضمن مثلا صوت الديك مضافا اليه عناصر أخرى صوتية كنوتة موسيقية أو صوت انسان، وبعد ذلك تقدم شخص آخر لتسجيل علامة صوتية تتعدد عناصرها فهي تضم صوت الديك مضافا إليه صوت حيوان أخر أو أي عناصر من العناصر المسموح تسجيلها إذا كانت صوتية.

هنا لابد من الإشارة إلى أن مناط عدم تسجيل أية علامة تجارية يعود لكونها مطابقة أو مشابهة لعلامة أخرى سبق وأن سجلت لتمييز سلع أو خدمات من ذات طبيعة السلع أو الخدمات المراد تمييزها بموجب العلامة المراد تسجيلها، فإذا أدى تسجيل هذه العلامة إلى إيقاع المستهلك باللبس والتضليل فهو أمر يجعلها غير قابلة للتسجيل، وهو أمر بطبيعته يخضع لتقدير قاضي الموضوع ويجب أن يكون تقديره مسببا حتى لا يخضع لرقابة محكمة النقض، ويجب على القاضي هنا أن يستمد قراره المتعلق بوجود التشابه أو التطابق من الأوراق المنتجة في الدعوى(٤٥).

وهنا وكما يبدو لنا فإنه من الصعوبة بمكان على الجهة المختصة بتسجيل العلامة التجارية أن تحدد وجود تشابه أو تماثل بين العلامات الصوتية إذا كانت تستخدم بعض الأجزاء المتشابهة، لذا نرى بعدم جواز تسجيل الأصوات المجردة كعلامة تجارية صوتية لوحدها، إلا إذا اقترنت مع عناصر صوتية أخرى فهنا يجوز تسجيلها كاقتران صوت صياح الديك مع صوت آخر، وأن تقدير

---

(٤٤) المادة (٢) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

(٤٥) قرار محكمة التمييز الكويتية في الطعن رقم (١٣٣) لسنة ٢٠٠٧ قضائية الصادر بتاريخ ٢٠١٠/٣/٣٠. وكذلك قرار المحكمة الاتحادية العليا في الطعن رقم (٥٨٦) لسنة ٢٠١٥ قضائية الصادر بتاريخ ٢٠١٦/١١/٩

وجود تشابه أو تماثل بين العلامات التجارية الصوتية المسجلة والمراد تسجيلها يخضع ابتداء لتقدير الجهة المختصة بتسجيل العلامات التجارية، وقرارها هنا يخضع للطعن به أمام المحكمة المختصة، التي يملك فيها قاضي الموضوع السلطة التقديرية في ذلك، وقراره بهذا الخصوص لا يخضع لرقابة محكمة الطعن في حال تسبيبه واستناده إلى أوراق الدعوى.

المبحث الثاني

الشروط الواجب توافرها لحماية العلامة التجارية الصوتية

يثير موضوع حماية العلامات التجارية الصوتية الكثير من الإشكالات المتعددة، إذ أن الإشكالات لا تقف عند حدود تسجيل هذه العلامة، وإنما تمتد كذلك إلى شروط حماية هذه العلامة سواء كانت مسجلة أم غير مسجلة أو كانت مشهورة، خاصة أن الأمر يتعلق بعلامة صوتية، فهذا من شأنه أن يؤدي إلى وجود صعوبة عالية جدا في الرقابة على هذه العلامة وحمايتها، ويظهر ذلك عند رغبة أحد الأشخاص بتسجيل علامة مماثلة أو مشابهة لعلامة مسجلة سابقاً، لأن الأصوات والنغمات كثيرا ما تتشابه وتتداخل فيما بينها، إلا أنها تختلف من حيث قوتها ودرجتها وانخفاضها وارتفاعها، وسيتم تناول موضوع الشروط الواجب توفرها في العلامات التجارية الصوتية من خلال التالي:

المطلب الأول

الشروط الموضوعية لحماية العلامة التجارية الصوتية

حتى تتحقق الحماية القانونية بشقيها المدني والجنائي للعلامة التجارية الصوتية، لابد أن تتوافر مجموعة من الشروط التي تشترطها التشريعات المختلفة في هذه العلامة، خاصة تلك الشروط الموضوعية التي تكفل قدرة هذه العلامة على تحقيق الأغراض المتوخاة من وراء تسجيلها، وتعد هذه الشروط شروط وجود لهذه العلامة وتتلخص بالتالي:

الفرع الأول

تفرّد العلامة التجارية الصوتية وتميزها

ويقصد بتفرّد هذه العلامة أو تميزها أي أن تكون ذات صفة فارقة، بحيث تكون مميّزة بشكل واضح، وتكفل هذه الصفة الفارقة للعلامة قدرتها على تمييز سلع صاحبها أو خدماته عن سلع وخدمات الغير[٤٦].

(٤٦) د. محمود الرشدان، العلامات التجارية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ٢٠٠٩، ص١٧.

ونشير هنا إلى أن العلامة الصوتية شأنها شأن باقي العلامات التجارية المسموح بتسجيلها، لذا يجب أن تكون مميزة وبعكسه فإنها تفقد استحقاقها للحماية القانونية، ويرى اتجاه في الفقه بعدم اشتراط أن تتخذ هذه العلامة شكلا معينا مبتكرا أو ما شابه ذلك، وإنما يقصد بتميّز العلامة هنا عن غيرها هو اختلافها عن غيرها من العلامات الموضوعة على نفس السلع والخدمات من أجل منع حصول لبس لدى المستهلك العادي(٤٧).

ولم يجز المشرع الإماراتي أن يكون الصوت بحد ذاته علامة تجارية وإنما أجاز أن يكون أحد عناصرها، ولكن السؤال يطرح في مدى جواز تسجيل علامة تجارية في دولة الإمارات العربية المتحدة إذا كان هناك تشابه بينها وبين علامة أخرى مسجلة في عنصر الصوت فقط؟ أي كانت هناك علامة تجارية مسجلة والصوت أحد عناصر هذه العلامة، وأراد بعد ذلك أحد الأشخاص أن يسجل علامة أخرى مضمنا علامته المراد تسجيلها عنصر الصوت في العلامة المسجلة سابقا مع اختلاف العناصر الأخرى.

للإجابة على ذلك فقد اعتبر القضاء الإماراتي أن ما يعد علامة تجارية هو كل ما يأخذ شكلا مميزا من الأسماء والإمضاءات والحروف والأرقام والأختام والدمغات والصور وغيرها، كما عدّ الصوت جزءًا من العلامة التجارية إذا صاحبها، ومسألة تقدير وجود أو عدم وجود تشابه بين العلامات التجارية والذي من شأنه خداع أو تضليل جمهور المستهلكين، هو أمر يدخل ضمن السلطة التقديرية لمحكمة الموضوع، ولا تخضع في تقديرها هذا للتعقيب من المحكمة الاتحادية العليا، في الأحوال التي تستند فيها المحكمة إلى أسباب سائغة ومن شأنها أن تؤدي إلى النتيجة التي خلصت إليها محكمة الموضوع، وتستطيع المحكمة بخصوص ذلك الاستعانة بأهل الخبرة خاصة في المسائل الفنية التي يستعصي على المحكمة البت فيها، ويكون تحقيقها في ذلك لازما للفصل في الدعوى المنظورة أمامها(٤٨).

كما أشار القضاء الكويتي إلى ان الغرض من العلامة التجارية هو أن تكون وسيلة لتمييز السلع والمنتجات، وهو أمر يمكن تحقيقه من خلال المغايرة بين هذه العلامات المستخدمة في تمييز سلع أو منتجات معينة لرفع اللبس عن جمهور المستهلكين، لكي لا يقعوا في الخلط والتضليل، ومن أجل تقدير ما إذا كان للعلامة التجارية ذاتية متميزة تميّزها عن غيرها لابد من النظر إليها في مجموعها ككل، وليس إلى كل عنصر من العناصر المكونة لها(٤٩)، كما اشترط القضاء الكويتي لتسجيل أي علامة تجارية جديدة أن لا يكون هناك ما يوحي بوجود رابطة بينها وبين علامة تجارية مسجلة سابقاً، إلى حد من شأنه أن يؤدي إلى وقوع الجمهور في اللبس والتضليل(٥٠).

---

(٤٧) د. حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص٧٠.

(٤٨)قرار المحكمة الاتحادية العليا الإماراتية في الطعن رقم (٥٨٦) لسنة ٢٠١٥ قضائية بتاريخ ٢٠١٦/١١/٩. منشورات شبكة قوانين الشرق لسنة ٢٠١٣.

(٤٩) قرار محكمة التمييز الكويتية في الطعن رقم (١٣٣) لسنة ٢٠٠٧ قضائية الصادر بتاريخ ٢٠١٠/٣/٣٠ منشورات شبكة قوانين الشرق لسنة ٢٠١٣.

(٥٠) قرار محكمة التمييز الكويتية في الطعن رقم (١٣٠) لسنة ٢٠٠٨ قضائية الصادر بتاريخ ٢٠٠١/٢/١٢، منشورات شبكة

وهنا لابد من الإشارة إلى أن المشرع الكويتي قد سمح بتسجيل العلامة التجارية الصوتية بموجب المادة (٦١) من قانون التجارة الكويتي رقم (٦٨) لسنة ١٩٨٠، واشترط أن تكون مميّزة في ذات المادة شأنها شأن باقي الأشكال الأخرى من العلامات التجارية، علما بأن دولة الكويت الآن تطبّق قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، وقد سمح هذا القانون (النظام) بجواز تسجيل علامة تجارية صوتية(٥١). واشترطت اللائحة التنفيذية لهذا النظام ضرورة تقديم العلامة الصوتية لجهة التسجيل وفق نوتة موسيقية أو وصف مكتوب(٥٢)، وذات الحكم أخذ به المشرع البحريني في المادة (٤) من اللائحة التنفيذية لقانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، وهو يقودنا إلى القول بأن المشرعين الكويتي والبحريني قد اشترطا لتميّز العلامة التجارية الصوتية أن تكون على شكل نوتة موسيقية أو وصف مكتوب، دون أن يحددا لنا عناصر ومكونات الصوت الذي يمكن أن يكون علامة تجارية أو كيفية وصفها وصفا مكتوباً.

ونقول هنا إنه لكي تعد العلامة التجارية الصوتية متميّزة عن غيرها وقادرة بحد ذاتها على تمييز السلع والخدمات، لابد أن تتضمن عناصر قوية قادرة على التمييز، ونقول بخصوص المشرع الإماراتي وإجابةً على السؤال الذي طرح في بداية هذا الفرع، إنه لكي تتميز العلامة التجارية لابد أن لا يدخل الصوت نفسه في علامة تجارية أخرى، فإذا كان المشرع الإماراتي لا يسمح بتسجيل علامة تجارية صوتية، وإنما يسمح بأن يكون الصوت عنصرا من عناصرها، فإذا تضمنت علامة تجارية على سبيل المثال صوتا معينا وكلمات أو حروفًا وتم تسجيل هذه العلامة، فإنه لا يجوز بعد ذلك استعمال نفس الصوت كعنصر من عناصر علامة تجارية أخرى يراد بها تمييز السلع والخدمات عن غيرها، فلا يجوز مثلا استخدام الصوت السابق مضافا اليه صورة شخص معين في تمييز سلع وخدمات مشابهة أو مماثلة للسلع والخدمات التي تميّزها العلامة الأولى، وتبرير ذلك يعود إلى أن وجود الصوت المتشابه في كلا العلامتين من شأنه أن يوحي بوجود ترابط بينهما أو أن مصدرهما واحد، الأمر الذي يؤدي إلى وقوع الجمهور في اللبس والتضليل.

أما بخصوص المشرعين الكويتي والبحريني فإن التميّز كما نرى يكون لديهما محصورًا بقدرة العلامة التجارية الصوتية بحد ذاتها على تمييز السلع والخدمات، وهذا لا يتحقق إلا باتخاذها شكل نوتة موسيقية أو صوتًا معينًا يمكن التعبير عنه كتابةً، ومن دون أن يحدد هذا المشرع طبيعة هذا الصوت وماهيته والعناصر التي يمكن أن يتكون منها إلا إذا كان ذلك بصورة نوتة موسيقية.

قوانين الشرق.

(٥١) المادة (٢) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

(٥٢) المادة(٣) من اللائحة التنفيذية الكويتية لقانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

وبخصوص المشرع الإماراتي نرى هنا بضرورة أن تكون العلامة التجارية المراد تسجيلها متميّزة عن غيرها من خلال قدرتها على تمييز المنتجات والبضائع والخدمات، وهو أمر لا يتحقق في العلامة التي يكون الصوت أحد عناصرها إلا إذا كانت مكونة من عناصر جديدة غير مسبوقة سابقاً، نظرا للطبيعة الخاصة لهذه العلامة والتي تعتمد على حاسة السمع في تمييزها إضافة إلى ذكاء وفطنة المستهلك، فإذا تضمنت هذه العلامة عناصر صوتية لعلامة أخرى مسجلة سابقاً، فهذا أمر قد يقود إلى الاعتقاد بوجود ارتباط وثيق بين العلامتين بشكل يؤدي إلى غش الجمهور ووقوعهم في التضليل وعدم قدرة الزبائن على تمييزها.

الفرع الثاني

عدم اعتداء العلامة التجارية الصوتية على حقوق الغير السابقة

إن انعدام هذا الشرط من شأنه أن يؤدي إلى الاعتداء على حقوق الغير السابقة التي تم تسجيلها وحمايتها، وبغض النظر عن طبيعة هذه الحقوق سواء كانت حق مؤلف أم اسما تجاريا أو مؤشرا جغرافيا أو علامة تجارية سابقة أو اسم شخص أو لقبه، إذ إن اختيار أي علامة تجارية صوتية أو صوت معين كعنصر من عناصر العلامة التجارية وحسب اختلاف التشريعات في ذلك يعد من الحقوق المضمونة للتجار، إلا أن هذا الحق في الاختيار يجب أن يكون بحذر وعناية وبعيدا عن الاعتداء على حقوق الغير، والجدة هنا تقضي بعدم تعارض هذه العلامة مع علامة أخرى مسجلة سابقا أو عدم تعارضها مع الحقوق المدنية للغير(٥٣).

والقيد الوارد المتمثل بعدم اعتداء العلامة الصوتية المراد تسجيلها على حقوق الغير السابقة على طلب تسجيل هذه العلامة نجد سنده في نص المادة (١/١٦) من اتفاقية تريبس، والتي تفترض احتمال حدوث لبس بسبب هذه العلامة إذا استخدمت أو سجلت علامة تجارية مطابقة لعلامة صوتية سابقة بالنسبة للسلع أو الخدمات المطابقة(٥٤).

ويجدر أن يلحظ وكما نرى أن هذا الشرط هو شرط نسبي يتحدد نطاقه باعتبارات أربعة كما نرى، إذ قد يتحدد بضرورة عدم الاعتداء على حق من حقوق الملكية الفكرية، بحيث لا يجوز تسجيل علامة تجارية صوتية مطابقة أو مشابهة لحق ملكية فكرية مسجل سابقاً، ومثال ذلك أن يقوم أحد الأشخاص بتسجيل علامة تجارية صوتية عبارة عن نوتة موسيقية آلفها أحد الأشخاص، فهنا يكون قد اعتدى على حق من حقوق المؤلف، أو أن يقوم بتسجيل علامة تجارية عبارة عن جزء من أغنية أداها أحد المطربين، فهذا يعد اعتداء على حق من الحقوق المجاورة لحق المؤلف، ومثال

---

(٥٣) د. عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص ١١٩-١٢٤.

(٥٤) تنص المادة(١/١٦) من اتفاقية تربس على أنه «... ويفترض احتمال حدوث لبس في حالة استخدام علامة تجارية مطابقة بالنسبة لسلع أو خدمات مطابقة...».

ذلك أيضا أن يقوم أحد الأشخاص بتقديم طلب لتسجيل علامة تجارية صوتية على شكل صوت لعلامة مسجلة سابقًا.

ويتحدد هذا الشرط كذلك في ضرورة أن تكون العلامة الصوتية المراد تسجيلها مطابقة أو مشابهة لعلامة تجارية صوتية أو غيرها سبق وأن استعملها أحد الأشخاص لتمييز سلعه وخدماته عن غيرها، كما يتحدد هذا الشرط بالجدة في نطاق سبق تسجيل هذه العلامة، بحيث تنتفي هذه الجدة الزمانية إذا كانت العلامة المراد تسجيلها مطابقة أو مشابهة لعلامة سجلت سابقاً، أما الاعتبار الرابع الذي يتحدد فيه هذه الشرط فهو جدة هذه العلامة من حيث تمييزها لسلع أو خدمات مشابهة أو مطابقة لتلك السلع أو الخدمات الجديدة التي يراد لتلك العلامة الصوتية أن تميزها(٥٥).

وشرط عدم الاعتداء على حقوق الغير المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية يتقيد كذلك مكانيا وزمانيًا، فهو يتقيد مكانيا داخل إقليم الدول المسجلة بها تلك الحقوق، ومثال ذلك لا يجوز تسجيل علامة تجارية صوتية مطابقة أو مماثلة لعلامة تجارية أخرى صوتية أو مادية داخل إقليم الدول إذا كانت هذه العلامة مسجلة فيها، فهي تتمتع بحماية في جميع أنحاء الدولة الواحدة، أما تقييدها زمانيا فيتحقق في منع تسجيل علامة تجارية صوتية سبق تسجيلها لأنها تتمتع بالحماية القانونية، إلا إذا كانت تلك العلامة متروكة أو مهجورة من قبل صاحبها، وتتحدد مسألة ترك العلامة أو هجرها بقرائن عدة: كأن لا تستعمل العلامة استعمالا حقيقيا قبل سنتين على اتخاذ قرار بشطبها، أو مرور سنة على انتهاء التسجيل (مدة الحماية) دون أن يتقدم مالكها بطلب لتجديد تسجيلها (٥٦).

وقد انسجمت أحكام القضاء الإماراتي مع شرط الجدة النسبية وليست المطلقة، إذ اكتفى بالجدة النسبية من حيث نوع المنتجات ومن حيث الزمان والمكان، ورأت المحكمة الاتحادية العليا أن استعمال العلامة لتمييز نوع آخر من المنتجات لا ينفي عنها الجدة لعدم اختلاط نوع المنتجات(٥٧).

كما منع القضاء الكويتي تسجيل أية علامة تجارية مطابقة أو مشابهة لعلامة تجارية أخرى أو اسم تجاري مشهور في الكويت أو ما هو بمثابة ترجمة لها بالنسبة للبضائع أو الخدمات المطابقة أو المشابهة والتي تخص مشروع أخر(٥٨).

---

(٥٥) ماهر فوزي حمدان، المرجع السابق، ص ٤٣-٥١.

(٥٦) د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودولياً، المرجع السابق، ص ١٠١-١٠٣.

(٥٧) قرار المحكمة الاتحادية العليا الإماراتية في الطعن رقم (٣) لسنة ٢٠٠٩ قضائية الصادر بتاريخ ٢٠١٠/٣/٢٩ منشورات شبكة قوانين الشرق.

(٥٨) قرار محكمة التمييز الكويتية رقم (١٣٠) لسنة ٢٠٠٨ الصادر بتاريخ ٢٠٠٩/٢/١٢، منشورات شبكة قوانين الشرق. انظر بخصوص شرط الجدة كذلك قرارات محكمة العدل العليا الأردنية القرار رقم ٨٧/٢٧٢، منشور في مجلة نقابة المحامين لسنة ١٩٨٩ على الصفحة رقم (٩١٣) وكذلك قرارها رقم ٩٨/١١٥ منشور في مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٨، ص ٣٩٧١، وقرارها رقم ٩٦/٨٣، منشور في مجلة نقابة المحامين سنة ١٩٩٧ على الصفحة رقم (٦٣٤).

ويثور التساؤل حول مدى إمكانية تحديد التشابه بين العلامة الصوتية المراد تسجيلها وبين حقوق الملكية الفكرية الأخرى المحمية بموجب التشريعات المتعلقة بحماية الملكية الفكرية؟ .

لقد أجمعت الاجتهادات القضائية على أن هذه مسألة متروك أمر تقديرها لمحكمة الموضوع ولا رقابة لمحكمة الطعن عليها، ما دام أن محكمة الموضوع قد سببت حكمها في تقرير التماثل أو التشابه من عدمه(٥٩).

ونقول هنا للإجابة عن ذلك فإن العلامة التجارية الصوتية تتمتع بطبيعته خاصة تميّزها عن غيرها، فهي إما أن تكون على شكل نوتات موسيقية أو على شكل أصوات مميّزة، لذا فإن موضوع تشابهها أو تماثلها مع علامات تجارية أو غيرها من حقوق الملكية الفكرية يثير الكثير من الصعوبات، خاصة إذا علمنا أنه عند تقدير التماثل بين العلامات يجب النظر إلى العلامة ككل وليس إلى العناصر الجزئية في هذه العلامة(٦٠)، إذ أن العبرة بالمظهر العام للعلامة وليس عناصرها الجزئية، وقد أسهب القضاء الأردني في الأسس المعتمدة لتقدير التشابه بين العلامات معتمدا على المظاهر الرئيسية للعلامة وليس التفاصيل الجزئية، وكذلك الفكرة الأساسية لها، واعتمد كذلك معيار احتمال وقوع لبس عند نظرها أو سمعها مع علامة أخرى، وكذلك نوع البضاعة التي تحملها(٦١).

وبما أن هذه العلامة كما نرى تعتمد على السمع لتمييزها عن غيرها، فإننا نرى رأيا مخالفا للاتجاهات القضائية السابقة بخصوصها، خاصة مسألة اعتماد النظر إلى العلامة ككل وليس إلى عناصرها الجزئية، حيث يجب عند تسجيل هذه العلامة الصوتية النظر إلى عناصرها الجزئية كذلك، وعدم الاكتفاء بالنظر اليها ككل، نظرا لما قد تثيره عملية سماعها من قبل المستهلكين من مسائل قد تؤدي إلى وقوعهم في اللبس والخلط، لأن استماعهم لنوتة موسيقية مثلا تتشابه في بعض جملها وعناصرها الجزئية مع نوتة موسيقية سبق أن تم تسجيلها كعلامة تجارية، هو أمر من شأنه أن يوقع جمهور المستهلكين بالخلط بينهما، كما أن الأمر يبدو محسوما لدى المشرع الإماراتي، فمن غير الممكن أن تعتمد على عنصر صوتي في علامة تجارية تم تسجيلها سابقاً، لأن أمر السماح بذلك قد يوحي للمستهلك بوجود ترابط وثيق بين العلامتين.

(٥٩) قرار المحكمة الاتحادية العليا الإماراتية في الطعن رقم (٦٠) لسنه ٢٠٠٨ الصادر بتاريخ ٢٠٠٨/١١/١٨، وكذلك قرارها في الطعن رقم (٥٨٦) لسنة ٢٠١٥ الصادر بتاريخ ٢٠١٦/١١/٩، منشورات شبكة قوانين الشرق.

(٦٠) قرار محكمة التمييز الكويتية في الطعن رقم (١٣٣) لسنة ٢٠٠٧ الصادر بتاريخ ٢٠١٠/٣/٣٠.

(٦١) من هذه القرارات قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم (٩٥/٢٤٧)، المنشور في مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٧، ص ٦٣٨، وكذلك قرارها رقم (٩٦/٨٣)، منشور في مجلس نقابة المحامين، سنة ١٩٩٧، ص٦٣٤، وكذلك قرارها رقم (٩٧/٢٠٢)، منشور في مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٧، ص٥٤٦، وكذلك قرارها رقم ٩٧/١٤٨، منشور في مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٨، ص٤١٣ وغيرها الكثير من القرارات.

الفرع الثالث

شرط المشروعية

لعل مسألة تحديد ما إذا كانت العلامة التجارية الصوتية علامة مشروعة أو لا هي مسألة في غاية الصعوبة، كون هذه العلامة تتكون من عناصر صوتية يصعب الكشف عن مكنوناتها ومعانيها، خاصة إذا كانت تلك العلامة عبارة عن نوتة موسيقية، أما إذا كانت عبارة عن أصوات معينة فإنه من السهولة بمكان الكشف عن مدى اتفاقها مع النظام العام أو الآداب العامة.

وقد قضت محكمة العدل الأوروبية بعدم الاكتفاء بكون الوصف للعلامة الصوتية متعلقًا باللغة المكتوبة، أو أنه يشكّل مجرد محاكاة صوتية، أو أنه عبارة عن أصوات مبتذلة تحاكي أشياء غير مسماة أو معروفة كالعطاس وصوت الديك (كو كو كو كو)، وأن العلامة كي تعد مشروعة قابلة للتسجيل لابد أن يكون الأداء المقدم للتسجيل ذا مضمون وموزعًا بشكل تناسقي، بحيث يكون هناك مفتاح ونوتات موسيقية وصمت ومتغيرات(٦٢).

وحتى تكون العلامة التجارية الصوتية مشروعة لابد كذلك أن لا تخالف النظام العام والآداب العامة، وألا تكون من العلامات المحظورة قانوناً، ومن الأمثلة على العلامة التجارية غير المشروعة المخالفة للآداب العامة بعض الأصوات التي يعتبر نطقها مخالفا للأخلاق والآداب العامة أو أنها تشكل صوتا فاضحا بطبيعتها(٦٣).

أما توجه القضاء الأردني برفض تسجيل العلامات التجارية المخالفة للنظام العام، فنجد سنده كذلك في قرارات محكمة العدل العليا الأردنية والتي أعطت الحق لمسجل العلامات التجارية برفض تسجيل علامة تجارية مملوكة لإحدى الشركات بحجة أن هذه الشركات تعد من الشركات المحظور التعامل معها جزئيا بموجب قرار مؤتمر ضباط اتصال المكاتب الإقليمية لمقاطعة "إسرائيل"(٦٤) (٦٥).

---

(٦٢) قرار محكمة العدل الأوروبية رقم (٠١/C٢٨٣) الصادر في ٢٣ نوفمبر سنة ٢٠٠٣، نقلا عن:
Jacques Azéma ET jean- ChristopheGalloux, op. cit, p.829.

(٦٣) ومن الأمثلة على العلامة التجارية غير المشروعة المخالفة للآداب العامة بعض الأصوات التي يعتبر نطقها مخالفا للأخلاق والآداب العامة أو أنها تشكل صوتا فاضحا بطبيعتها، وبهذا الخصوص فقد حكمت محكمة العدل العليا الأردنية بعدم جواز تسجيل العلامة التجارية (zippo) المملوكة للشركة الامريكية زيبو ما نيو ورفضت هذا التسجيل، على اعتبار أن تسجيلها يعد مخلا بالآداب العامة، وجاء رفضها لهذا التسجيل بعد أن طعنت هذه الشركة بقرار مسجل العلامات التجارية في الأردن الذي رفض تسجيل هذه العلامة وقد جاء ذلك بقرار لمحكمة العدل العليا الأردنية رقم (٩٥/٣٧٧)، منشور في مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٧، ص٦٠٦.

(٦٤) قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم (٧٢/٨٧)، منشور في مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٧٢، ص١٤٦٧.

(٦٥) كما قضت بتأييد قرار مسجل العلامات برفض تسجيل العلامة «STMICHSEL" المملوكة للشركة البريطانية (MARKS AND SPENCER) لتعامل هذه الشركة مع " إسرائيل" في قرار لمحكمة العدل العليا الأردنية رقم (٩٥/٩٣) منشور في مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٩٦، ص٦٢٩.

أما مخالفة العلامة التجارية الصوتية للقانون فتكون من خلال تضمنها للعناصر غير المسموح تسجيلها قانوناً، وقد حدد كل من المشرع الأردني[٦٦] والإماراتي[٦٧] والكويتي[٦٨] العناصر المسموح تسجيلها كعلامة تجارية.

ونقول هنا إنه وعلى الرغم من أن المشرع الكويتي قد أجاز تسجيل علامة تجارية صوتية سواء في قانون التجارة الكويتي في المادة (٦١) أم في قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية في المادة(٢) منه، إلا أنه لم يتطرق إلى الأحكام الخاصة بالعلامة الصوتية، ومتى يمكن اعتبارها مشروعة أم لا؟، حيث اشترطت اللائحة التنفيذية فقط أن تقدم العلامة الصوتية وفق نوتة موسيقية أو على شكل وصف كتابي لها[٦٩]. ولم تبيّن لنا محتويات النوتة الموسيقية وتعبيراتها ومعانيها، أو الألفاظ التي يمكن استعمالها كعلامة تجارية والتعبير عنها بالوصف المكتوب، الأمر الذي يجعل الباب مفتوحا على مصراعيه لاجتهاد مسجل العلامات فيما يخص الطلبات المقدمة.

وكذا الأمر بالنسبة للمشرع الإماراتي فإنه لم يبيّن لنا العناصر التي يمكن أن يتشكل منها الصوت الذي يعد عنصرا من عناصر العلامة التجارية، وقد جاءت المادة (٢) من قانون العلامات التجارية الاتحادي الإماراتي خالية من أي بيان يتعلق بعنصر الصوت الجائز أن يكون أحد عناصر العلامة التجارية[٧٠].

أما الأمر بالنسبة للمشرع الأردني فيبدو مختلفا عن كلا المشرعين الكويتي والإماراتي، لأن هذه العلامة الصوتية تعد بحد ذاتها مخالفة لأحكام القانون إذ منع تسجيلها، لذا فلا مجال للبحث في تكوين وعناصر هذه العلامة لدى هذا المشرع[٧١].

المطلب الثاني

الشروط الشكلية لحماية العلامة التجارية الصوتية

تختلف العلامة التجارية الصوتية عن غيرها من العلامات الأخرى، كونها تتكون من عناصر غير مرئية، الأمر الذي يستلزم تسجيلها على نحو معين، يختلف على النحو الذي تسجل فيه

(٦٦) حددت المادة (٨) من قانون العلامات التجارية الأردني العلامات التي لا يجوز تسجيلها.

(٦٧) حددت المادتين (٣،٤) من قانون العلامات التجارية الاتحادي الإماراتي العلامات التي لا يجوز تسجيلها.

(٦٨) حددت العلامات التي لا يجوز تسجيلها في الكويت المادتين (٣،٤) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

(٦٩) المادة (٦/٤) من اللائحة التنفيذية الكويتية لقانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

(٧٠) انظر في تفصيل ذلك د. محمد حسن عبد الله، حقوق الملكية الفكرية: الأحكام الأساسية، الأفاق المشرقة ناشرون، الشارقة، سنة ٢٠١٠، ص١٠٥-١١٤.

(٧١) اشترطت المادة (٧) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (٣٣) لسنة ١٩٥٢ المعدل ضرورة أن تكون العلامة التجارية قابلة للإدراك بالبصر حتى تعد متفقة مع أحكام القانون، انظر في تفصيل العلامات التي لا يجوز تسجيلها المحامية ربا طاهر قليوبي، المرجع السابق، ص١١٩-١٣٨.

العلامات التقليدية، إذ تشترط الكثير من التشريعات ضرورة أن تكون هناك وسائل تسمح بتمثيل العلامة التجارية بصريا لإمكانية تسجيلها من أجل إضفاء الحماية عليها، وتتعدد الشروط الشكلية اللازمة لحماية العلامة التجارية الصوتية على النحو التالي:

الفرع الأول

شكل العلامة التجارية الصوتية

تثير مسألة الشكل الذي يجب أن تكون عليه العلامة الصوتية الكثير من التساؤلات والمشاكل، خاصة في الأحوال التي لا تقوم فيها التشريعات بتحديده، الأمر الذي ينعكس إيجابا على حدود السلطة التي تمنح للجهة المختصة بتسجيل العلامة التجارية الصوتية في الدول المختلفة التي تسمح بتسجيلها، فهذه السلطة تتسع في حال عدم تنظيم الأشكال الواجب أن تكون عليها هذه العلامة، وتضيق إذا تضمنت تشريعات هذه الدول بعض القواعد التي تنظم أشكالها، خاصة اذا علمنا أن التمييز بين هذه العلامات (غير المرئية) يكون أصعب بكثير من التمييز بين العلامات المرئية(٧٢).

وهنا يثار التساؤل حول مدى إمكانية من يقوم بتسجيل علامة تجارية صوتية من إضفاء الحماية عليها، خاصة إذا تعلق الأمر بصوت طائر أو انسان أو أي حيوان أخر، فهل يمكن لمن يسجل هذه كعلامة أن يمنع غيره من تسجيلها، أو من تسجيل اسم ذلك الطائر أو صورته كعلامة تجارية يميّز بها منتجاته وخدماته وبضائعه عن غيرها؟

للإجابة على ذلك لابد من الإشارة إلى أن ذلك هو ما يستدعي وضع أحكام خاصة تتعلق بالعلامة التجارية الصوتية كونها علامة غير مرئية، إضافة إلى ذلك فقد اعتمدت الكثير من التشريعات والأحكام القضائية على أسس معينة لتحديد التشابه أو التماثل بين العلامات، قد لا تكون تلك الأسس صالحة لتطبيقها على العلامة التجارية الصوتية، وحتى يتم تسجيل العلامة التجارية الصوتية كعلامة تجارية لابد أن تكون الأصوات التي تتكون منها متميّزة عن المنتج أو الخدمة أو السلعة، أو أن تكون متمتعة بتميّزها الأصلي(٧٣).

وقد اشترط القانون الفرنسي من أجل تميّز العلامة التجارية الصوتية إمكانية تجسيدها بصورة مرئية أو مكتوبة(٧٤). الأمر الذي يدفعنا للقول بأنه في حال تسجيل علامة تجارية صوتية تمثل صوت حيوان أو إنسان أو ما شابه ذلك، فإنه لا يجوز تسجيل علامة تجارية أخرى تحمل

(72) Nguyen nhu Quynh, special Trade marks_ legislation and the situation in the European, master thesis, college of law, university of Lund, 2002, p.40.

(٧٣) د. عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص ١٨٩.

(٧٤) المادة (L_1_711) من القانون الفرنسي رقم (٥٩٧ /٩٢) بشأن الملكية الفكرية الصادر في ١ يوليو ١٩٩٢ والمعدل بموجب القانون رقم (٩٦/١١٠٦) الصادر في ١٨ ديسمبر ١٩٩٦.

صورة هذا الحيوان، لأن هذه الصورة قد تفسر على أنها تجسيد مرئي للعلامة الصوتية، لأن من يرى منتجات مثلا تحمل علامة تجارية تمثّل صورة للأسد، ومنتجات أخرى تحمل علامة تجارية لصوت الأسد (الزئير)، فإن المستهلك قد يتولد لديه اعتقاد بالترابط بين العلامتين مما يثير اللبس والغموض لديه.

ولم يحدد قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية الشكل الذي يجب أن تكون عليه العلامة التجارية الصوتية، وكل ما اشترطه بهذا الخصوص أن تكون العلامة مميّزة، إذ منع تسجيل العلامات الخالية من أية صفة مميّزة، كما منع تسجيل العلامات التي تكون بصورة تعبير أو رسم أو علامة مخلة بالنظام العام أو الآداب، أو أي شعار عام أو إشارات عسكرية أو شرفية أو أوسمة وطنية أو أجنبية، أو تلك التي تعد رمزا للهلال الأحمر أو الصليب الأحمر أو المقلدة لها، أو العلامات التي تشمل على ألفاظ ووردت على سبيل المثال "امتياز" "ذو امتياز" "رسم مسجل" وغيرها [٧٥].

وقد اشترطت اللائحة التنفيذية الكويتية لهذا القانون في المادة الرابعة بفقرتها السادسة أن تكون العلامة الصوتية على شكل نوتة موسيقية أو وصف مكتوب، وبذات الحكم جاءت اللائحة التنفيذية البحرينية لذات القانون في مادتها الرابعة وهنا تظهر مشكلة فيما يتعلق بالنوتة الموسيقية، لأن الأصوات التي يمكن أن تخرج من الآلات الموسيقية المتعددة كالآلات النفخية أو الوترية أو الإيقاعية أو الإلكترونية أو الهورن أو تشيللوا أو الهارب أو الاكورديون أو الأورغ أو البيانو أو الناي تختلف عن بعضها البعض [٧٦]، على الرغم من أن النوتة الموسيقية واحدة، فهنا يثار التساؤل حول إمكانية تسجيل النوتة الواحدة كعلامة تجارية صوتية لأكثر من مرة، خاصة أن خروج الأصوات من هذه الآلات المختلفة مختلف عن بعضها البعض؟. للإجابة عن ذلك نقول أنه في حال تسجيل نوتة موسيقية كعلامة تجارية، فلا يجوز بعد ذلك تسجيل نفس النوتة كعلامة تجارية أخرى تميّز سلع وخدمات عن تلك التي تميّزها العلامة الاولى [٧٧].

أما بخصوص المشرع الإماراتي فلم يشترط شكلا معينا للصوت الذي يمكن أن يكون عنصرًا من عناصر العلامة التجارية، وكل ما ذكره المشرع الإماراتي بهذا الخصوص هو إجازته لأن يكون الصوت عنصرا من عناصر العلامة التجارية، دون تحديد لماهية هذا الصوت ولا للشكل الذي يجب أن يكون عليه، ولم يشترط حتى أن يكون عند تقديمه للتسجيل كعنصر من عناصر العلامة

(٧٥) المادة (٣) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

(٧٦) انظر في مفهوم هذه الآلات وأنواعها مقال بعنوان «الموسيقى» منشور على الموقع الالكتروني، WWW.feedo.net تاريخ الدخول إلى الموقع ٢٠١٧/١١/٥.

(٧٧) تعرّف النوتة الموسيقية على أنها وسيلة لحفظ الألحان ولها شكل محدد عبارة عن خمسة سطور متكررة تسمى بالمدرج، ويتكون السلم الموسيقي من ثمن نغمات « دو، ري، مي، فا، صول، لا، سي، دو»، رضا حسين السيد، مقال بعنوان «النوتة الموسيقية» منشور على الموقع الالكتروني WWW.almosicar.blogspot.ae تاريخ الدخول إلى الموقع ٢٠١٧/١١/٥.

أن يقدم وفق نوتة موسيقية أو وصف مكتوب(٧٨)، وقد أشار هذا المشرع لعلامات يمنع تسجيلها إذا ما اتخذت شكلا معيناً، كما أن اللائحة التنفيذية للقانون الاتحادي رقم (٣٧) لسنة ١٩٩٢ لم تتضمن ما يشير إلى عنصر الصوت الذي يجوز أن يكون أحد عناصر العلامة التجارية، واشترطت المادة(٥) من هذه اللائحة أن يتضمن طلب التسجيل العلامة المطلوب تسجيلها، وأن يرفق بطلب التسجيل عشر صور مطابقة لذلك النموذج من العلامة الملصقة على طلب التسجيل(٧٩).

وهنا تظهر لنا الصعوبة في إمكانية إرفاق عشر صور مطابقة لنموذج العلامة الملصق على طلب تسجيل، أو إمكانية اشتمال طلب التسجيل على العلامة المطلوب تسجيلها إذا كانت تلك العلامة تتضمن عناصر عدة من بينها الصوت.

الفرع الثاني

تسجيل وشهر العلامة التجارية الصوتية

بعد توافر الشروط الموضوعية للعلامة التجارية الصوتية والتي يترتب عليها وجود واقعي لهذه العلامة، لابد من تسجيلها لدى الجهة المختصة بالتسجيل في كل دولة حتى يترتب على ذلك الوجود القانوني لهذه العلامة(٨٠)، لأن التسجيل تترتب عليه نتائج مهمة: حيث قضت المحكمة الاتحادية العليا في دولة الامارات العربية المتحدة بأن من يسجل العلامة التجارية يعد مالكا لها دون سواه في الأحوال التي يستعمل فيها تلك العلامة باستمرار لمدة خمس سنوات على الأقل من تاريخ تسجيلها دون أن ينازعه أحد على ملكيتها، إذا كانت هذه المنازعة تستند إلى أسبقية الاستعمال قبل التسجيل(٨١).

ويعد تسجيل العلامة التجارية الصوتية ضروريا لإضفاء الحماية القانونية عليها، حتى في الأحوال التي تكون فيها هذه العلامة موضع انتفاع من قبل صاحبها لعدة سنوات قبل تسجيلها، لأن التسجيل من شأنه أن يقوي مركز صاحبها إذا ثار نزاع حول ملكيتها مستقبلاً(٨٢)، ويتم البت في الطلب بعد إجراء أعمال البحث والفحص لهذه العلامة من قبل الجهة المختصة بتسجيل العلامات التجارية، وبعد تسوية اعتراضات الأطراف الأخرى التي تطالب بحقوق مماثلة أو مشابهة على العلامة لحقوق طالب التسجيل(٨٣).

(٧٨) المادة (٢) من قانون العلامات التجارية الاتحادي الإماراتي رقم (٣٧) لسنة ١٩٩٢ المعدل.

(٧٩) انظر في تفصيل ذلك المواد (٣-٧) من اللائحة التنفيذية للقانون الاتحادي الإماراتي في شأن العلامات التجارية رقم (٦) لسنة ١٩٩٣.

(٨٠) د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، المرجع السابق، ص ١٠٩.

(٨١) قرار المحكمة الاتحادية العليا الإماراتية في الطعن رقم (١٩٥) لسنة ٢٠ قضائية بتاريخ ٢٠٠١/٢/١١، منشورات شبكة قوانين الشرق، سنة ٢٠١٣.

(٨٢) مقال بعنوان العلامات التجارية » منشور على الموقع الالكتروني www.wipo.int، تاريخ الدخول إلى الموقع ٢٠١٧/٩/١٣.

(٨٣) Arab British Academy for higher education، مقال بعنوان "العلامة التجارية"، منشور على الموقع

لذا توجه القضاء الإماراتي إلى تأييد عدم جواز تسجيل علامة تجارية مطابقة أو مشابهة لعلامة سبق وأن تم تسجيلها لتمييز ذات الفئات من المنتجات أو الخدمات، كما لا يجيز هذا القضاء تسجيل العلامة الأجنبية ذات الشهرة العالمية إلا بناء على طلب مالكها(٨٤).

ويترتب على تسجيل العلامة التجارية الصوتية نتائج عدة أهمها: أن ملكية هذه العلامة تثبت بتسجيلها، كما أنه بالتسجيل تتقرر الحماية القانونية المقررة للعلامة التجارية من حيث المدة الزمنية التي تبدأ من تاريخ هذا التسجيل(٨٥)، كما أن التشريعات تجعل موضوع الحماية الجنائية للعلامة متوقفة على تسجيلها(٨٦)، كما تتجلى أهمية تسجيل العلامة التجارية الصوتية في أن ذلك يعد قرينة قانونية على ملكيتها من قبل من قام بتسجيلها، وهي قرينة بسيطة قابلة لإثبات العكس، كما يعد التسجيل وسيلة لشهر العلامة التجارية الصوتية، فلا يعد أي تصرف متعلق بالعلامة التجارية الصوتية نافذا بحق الغير إلا إذا كانت تلك العلامة مسجلة في السجل الخاص بالعلامات التجارية(٨٧)، وبعد نشرها بالطريقة التي نص عليها كل تشريع من التشريعات محل المقارنة(٨٨).

والحماية القانونية للعلامة التجارية الصوتية بعد تسجيلها تتحدد في حدود السلع أو الخدمات التي يتم تسجيل العلامة من أجلها، وبالتسجيل يستطيع صاحب العلامة أن يقوم بأي إجراء يجيزه القانون من أجل حماية علامته الصوتية من الاعتداء عليها، وله في سبيل ذلك أن يطالب أيضا بالتعويض عن الخسائر والأضرار التي تلحق به جراء هذا التعدي.

ومما تجدر ملاحظته أن هناك صعوبات عدة تعتري عملية تسجيل العلامة التجارية الصوتية، نظرا للطبيعة الخاصة التي تتمتع بها كونها علامة غير مرئية تعتمد على حاسة السمع في تمييزها،

الإلكتروني، WWW.abahe.co.uk، تاريخ الدخول إلى الموقع ٢٠١٠/٩/١٣.

(٨٤) قرار المحكمة الاتحادية العليا الإماراتية في الطعن رقم (٣) لسنة ٢٠٠٩ الصادر بتاريخ ٢٠١٠/٣/٢٩، منشورات شبكة قوانين الشرق

(٨٥) د. محمود علي الرشدان، المرجع السابق، ص ٢٦، ٢٧.

(٨٦) من هذه التشريعات الإماراتي والكويتي والأردني.

(٨٧) د. علي سيد قاسم، المرجع السابق، ص١١١، وكذلك قرار محكمة التمييز الأردنية رقم (٨٧/١٦٩)، منشور في مجلة نقابة المحامين، سنة ١٩٨٩، على الصفحة رقم (٨٩٩).

(٨٨) اشترط المشرع الإماراتي في المادة (١٤) من القانون الاتحادي رقم (٣٧) لسنة ١٩٩٢ بشأن العلامات التجارية وتعديلاته أن يتم ذلك بالنشر في نشرة العلامات التجارية الصادرة عن وزارة الاقتصاد والتجارة وكذلك في صحيفتين يوميتين تصدران في الدولة باللغة العربية على نفقة طالب التسجيل، أما المشرع الأردني فإنه لا يسمح بتسجيل العلامة التجارية الصوتية، ولكن نظام العلامات التجارية الأردني لسنة ١٩٥٢ في المادة (١/٣٢) اشترط على مسجل العلامات التجارية بنشر قبوله تسجيل العلامة في الجريدة الرسمية للمدة التي يقررها وبالصورة التي يراها مناسبة، واشترطت المادة (١/١٦) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية على الجهة المختصة بتسجيل العلامة التجارية أن تقوم قبل تسجيلها بالإعلان عنها بأي وسيلة من وسائل النشر التي تحددها لائحتها التنفيذية المتعلقة بهذا القانون، ويكون ذلك على نفقة طالب التسجيل، وقد اشترطت اللائحة التنفيذية في الكويت لسنة ٢٠١٥ في المادة (١١) الخاصة بقانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية أن تقوم الجهة المختصة بتحديد أو اصدار نشرة خاصة بالعلامات التجارية ينشر فيها موافقة الجهة المختصة على قبول طلب التسجيل وأن يتم ذلك على نفقة طالب التسجيل.

إضافة إلى إمكانية وجود تشابه كبير أو تماثل في طلبات التسجيل نظرا لاختلاف الأصوات وتباينها من ناحية وتشابكها من ناحية أخرى، كما تبرز الصعوبة عند تسجيل علامة تجارية صوتية هي عبارة عن صوت حيوان أو إنسان أو أي آلة أو أداة اذا كانت هناك علامة مسجلة سابقا تتمثل في كونها صورة لهذا الحيوان أو الانسان أو الآلة أو الأداة، أو كانت تتضمن بعض عناصر صوتية لعلامة تجارية أخرى تشكل صورة أو رسم أو اسم للعلامة التجارية الصوتية المسجلة أو المراد تسجيلها، لأن هذا الأمر من شأنه أن يوحي بوجود ترابط بين هذه العلامات، الأمر الذي قد يقع بوجوده المستهلك باللبس والغموض.

المبحث الثالث

الحماية القانونية للعلامة التجارية الصوتية

تتمتع العلامة التجارية الصوتية بالحماية القانونية بشقيها المدنية والجنائية، وتختلف الحماية التي تتمتع بها العلامة المسجلة عن تلك التي تتمتع بها العلامة غير المسجلة، وبشكل عام فإنها تتمتع بهذه الحماية في حال التعدي عليها دون وجه حق، والبحث في هذه الحماية يقتضي تقسيمها إلى الحماية المدنية للعلامة التجارية الصوتية والحماية الجنائية لها وعلى النحو التالي:

المطلب الأول

الحماية المدنية للعلامة التجارية الصوتية

تتمتع العلامة التجارية المسجلة وغير المسجلة بالحماية المدنية في حال التعدي عليها، ويكون الحق لمالك العلامة برفع دعوى المنافسة غير المشروعة، من أجل المطالبة بالتعويض عن الأضرار التي لحقت به جراء هذا التعدي، والبحث في الحماية المدنية للعلامة التجارية الصوتية يتفرع للتالي:

الفرع الأول

نطاق حماية العلامة التجارية الصوتية

تعد الحماية المدنية للعلامة التجارية الصوتية وفقا للقواعد العامة في المسؤولية هي المظلة التي يستظل بها الحق على هذه العلامة، شأنها شأن باقي الحقوق الأخرى، وتستند هذه الحماية إلى القاعدة القانونية القائلة " بأن كل إضرار بالغير يلزم فاعله بضمان الضرر"، وهذا الضمان يكون بصورة تعويض مادي، حيث تفرض هذه القاعدة التزاما يقع على عاتق الكافة مضمونة عدم الإضرار بالغير، وأن على الغير هؤلاء واجب قانوني يتمثل ببذل العناية اللازمة عند ممارسة أفعالهم بعدم الاعتداء على حقوق الآخرين، وإلا كان من حق المتضرر اللجوء للقضاء من أجل مقاضاتهم على هذه الأفعال على اعتبار أنها غير مشروعة، للمطالبة بالتعويض عما لحقه من أضرار بسببها(٨٩).

(٨٩) د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، المرجع السابق، ص٢٤٢.

لذا يمكن لمالك العلامة التجارية الصوتية من إقامة دعوى الفعل الضار على من اعتدى على علامته ومطالبته بالتعويض(٩٠)، لأن هذه العلامة تتمتع بالحماية المدنية من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة عند تحقق أركانها، ويكون باستطاعة مالكها المبادرة برفع هذه الدعوى ضد كل من يتعدى على علامته سواء كانت مسجلة أم غير مسجلة، على اعتبار أنها وسيلة الحماية الوحيدة لهذه العلامة عندما لا تكتمل أركان المسؤولية الجنائية(٩١)، ويعد الاعتداء على علامة تجارية غير مسجلة من قبيل المنافسة غير المشروعة والتعسفية التي يقوم بها المعتدي على حق مالك هذه العلامة والذي يعد مبررا لحمايتها(٩٢).

وقد منع المشرع الأردني أي شخص مالك لعلامة تجارية غير مسجلة من إقامة أية دعوى للمطالبة بتعويضات عن أي تعدي على علامته(٩٣)، وقد جاء هذا الموقف في قانون العلامات التجارية الأردني، إلا أنه عاد بعد ذلك في قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم (١٥) لسنة ٢٠٠٠ وأضفى الحماية المدنية على العلامة غير المسجلة، واعتبر أن كل عمل يتعارض مع الممارسات المشروعة في الشؤون الصناعية والتجارية يعد من قبيل المنافسة غير المشروعة، وجعل من صور هذه المنافسة أيَّ تعدٍّ على علامة مستعملة داخل المملكة سواء كانت مسجلة أم غير مسجلة إذا كان من شأن ذلك أن يؤدي إلى تضليل الجمهور(٩٤).

ونشير هنا إلى أن هذه النصوص يمكن تطبيقها على العلامات التجارية التي يعترف بها المشرع الأردني وبعناصرها، أما بخصوص العلامة التجارية الصوتية فإن هذا المشرع لا يضفي عليها أية حماية؛ لأنه لا يسمح بتسجيلها من الأساس، وهو الأمر الذي يترتب عليه عدم تمكن مدعي الحق بوجود تعدٍّ على علامته التجارية الصوتية من المطالبة بحقه أمام القضاء، لأن هذا المشرع قد اشترط لحماية العلامة التجارية ضرورة أن تدرك بالبصر.

وقد اشترط المشرع الإماراتي تسجيل العلامة حتى يعطي الحق لصاحبها من منع الغير من استعمال علامة تطابق أو تشابه علامته لتمييز سلع أو بضائع مشابهة، لأن هذا المشرع قد قصر هذا الحق على صاحب العلامة المسجلة دون غيره(٩٥). أما استعمال العلامة دون تسجيلها فقد أعطى هذا المشرع حق الأولوية للمستعمل الأول في تسجيل علامته، بعد مراعاة تاريخ البدء بهذا

(٩٠) د. آلاء النعيمي، الوجيز في مبادئ القانون التجاري والشركات التجارية، مكتبة الجامعة، الشارقة، ٢٠١٥، ص١٠٠.

(٩١) د. علي سيد قاسم، المرجع السابق، ص١٢٤.

(٩٢) بن فضة عصام، الحماية المدنية للعلامة التجارية: التشريع الجزائري، مذكرة مكملة من مقتضيات نيل شهادة الماستر في الحقوق تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكره، سنة ٢٠١٥-٢٠١٦، ص٦٣.

(٩٣) المادة (٣٣) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (٣٣) لسنة ١٩٥٢ وتعديلاته.

(٩٤) المادتين (٣/أ، ٢/أ، ب) من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية الأردني رقم (١٥) لسنة ٢٠٠٠.

(٩٥) المادة (١٧) من قانون العلامات التجارية الاتحادي الإماراتي رقم (٣٧) لسنة ١٩٩٢ وتعديلاته.

الاستعمال واستمراريته وكافة الظروف المحيطة به، وواقعة تسجيل العلامة المطلوب تسجيلها في حالة وجود طلب بالتسجيل من قبل أكثر من شخص(٩٦).

ويرى اتجاه في الفقه بأن العلامة التجارية تتمتع بالحماية المدنية ولو كانت غير مسجلة، من خلال إقامة دعوى المنافسة غير المشروعة عند تحقق كافة أركانها(٩٧). ونحن بدورنا نؤيد هذا الاتجاه ونقول بخصوص المشرع الإماراتي في أنه وعلى الرغم من عدم اعترافه بالعلامة التجارية الصوتية كعلامة تجارية مستقلة بحد ذاتها لتمييز السلع والخدمات عن غيرها، إلا أنه قد اعترف بالصوت كعنصر من عناصرها، وهذا يقودنا للقول بإمكانية حماية العلامة التجارية التي يعد الصوت جزءا منها إذا كان مصاحبا لها من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة، على اعتبار أن الاعتداء عليها من قبل الغير يعد من قبيل المنافسة غير المشروعة، باعتباره يتعارض مع المنافسات المشروعة في الأمور الصناعية والتجارية.

وقد قصر قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية الحماية المدنية على العلامة المسجلة فقط، فقد أعطى الحق لمالك هذه العلامة في أن يطلب من الجهة المختصة منع أي شخص أخر من أن يستعمل علامة مشابهة أو مماثلة لعلامته، إذا كان من شأن هذا الاستعمال أن يضلل الجمهور بالنسبة للمنتجات أو الخدمات أو البضائع المماثلة أو المشابهة لبضائعه(٩٨)، لذا فإن العلامة التجارية الصوتية لا يتم حمايتها في الكويت إلا إذا كانت مسجلة، ونقول هنا إن هذا الحكم مقصور فقط على هذا القانون، وهو أمر لا يؤدي إلى منع حمايتها بموجب القواعد العامة في الكويت، طبقا لقواعد المسؤولية عن العمل غير المشروع، إذ يسأل كل من يحدث بفعله الخاطئ ضررا بغيره عن تعويض هذا الضرر، سواء أحدثه مباشرة أم تسبب في إحداثه، ويلزم بتعويض الضرر الناشئ عن خطئه، حتى في الأحوال التي لا يكون فيها مميزًا(٩٩)، لذا فإن الاعتداء على العلامة الصوتية يلزم فاعلُه بتعويض الضرر الناشئ عن هذا الاعتداء كما نرى، حتى في الأحوال التي لا تكون فيها هذه العلامة مسجلة.

وقد أجازت اتفاقية تريبس للجهات المختصة بتسجيل العلامات التجارية أن تجعل قابلية التسجيل للعلامة يعتمد في الأساس على الاستخدام السابق لها، إلا أنها لا تجيز أن يكون الاستخدام الفعلي لهذه العلامة شرطا للتقدم بطلب لتسجيلها(١٠٠)، ولم تتناول هذه الاتفاقية مدى الحماية للعلامة غير المسجلة، خاصة عند تناولها للحقوق الممنوحة لمالك هذه العلامة، فقد قصرت هذه الحقوق

---

(٩٦) المادة (٤٤) من قانون العلامات التجارية الاتحادي الإماراتي رقم (٣٧) لسنة ١٩٩٢ وتعديلاته.
(٩٧) د. علي سيد قاسم، المرجع السابق، ص١٢٤.
(٩٨) المادة (٢/١٨) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.
(٩٩) المادة (١،٢/٢٢٧) من القانون المدني الكويتي رقم (٦٧) لسنة ١٩٨٠.
(١٠٠) المادة (٣/١٥) من اتفاقية تريبس.

فقط على مالك العلامة المسجلة دون غيره، وأعطته حقوقا مطلقة في منع الغير دون موافقته من استخدام العلامة أو ما يماثلها في أعماله التجارية على ذات السلع والخدمات المماثلة أو المشابهة، لأن من شأن ذلك أن يثير اللبس والغموض، كما لا تمنع هذه الاتفاقية الدول الأعضاء فيها من إمكانية أن تنص في تشريعاتها على حقوق في العلامات التجارية مستندة إلى الاستخدام[١٠١].

الفرع الثاني

شروط دعوى المنافسة غير المشروعة

يكتفى بشأن حدوث الضرر لمالك العلامة أن يكون ذلك الضرر احتمالياً، لأن دعوى المنافسة غير المشروعة لا تهدف فقط إلى تعويض المتضرر، وإنما الأهم من ذلك كله هو وقف كافة الأعمال غير المشروعة التي يقوم بها من يتعدى على العلامة التجارية، وبما أن تصرفات من يتعدى عليها من شأنها إلحاق الضرر المادي بمالكها من خلال فقدانه لزبائنه، كما قد تلحق ضررا معنويا يتمثل بنزع الصورة المنفردة لعلامته في ذهن جمهور المستهلكين للسلعة أو الخدمة، وبما أنه تتوافر الرابطة بين الضرر اللاحق أو المحتمل وبين فعل من تعدى على العلامة، فهذا يعني أن فعل المتعدي هنا يشكل منافسة غير مشروعة(١٠٢)، لذا فإن دعوى المنافسة غير المشروعة تحتاج من أجل اقامتها لشروط عدة وهي:

أولا: الإضرار

لا يقصد بالإضرار مجرد إلحاق الضرر بالغير والمقصود هنا مالك العلامة التجارية الصوتية، وإنما هو ذات الفعل أو الامتناع المضر بالغير على نحو غير مقبول، ويكون مصدر عدم مقبولية الفعل من كونه غير مسموح به قانوناً، أو أنه يتجاوز على حق الغير المحمي قانوناً[١٠٣].

لذا يستبعد من نطاق الإضرار الفعلُ الذي يُلحق فيه شخص ضررا بالغير مستندا في ذلك إلى الجواز الشرعي أو القانوني[١٠٤]، ونمثّل على ذلك في إعطاء المشرع الإماراتي الجواز للمحكمة بإتلاف العلامات التجارية غير القانونية، أو إتلاف المنتجات والأغلفة المغلفة بها ومعدات حزمها، ومصادرة كافة الأدوات والآلات المستخدمة في عملية تزوير العلامة[١٠٥]، لذا يمكن للمحكمة مصادرة السلعة التي تحمل علامة تجارية صوتية، كما يمكن لها مصادرة مصدر الصوت الذي صدرت منه هذه العلامة كالآلة التي استخدمت في تقليدها.

(١٠١) المادة (١/١٦) من اتفاقية تريبس.

(١٠٢) قرار محكمة الاستئناف المدنية في جبل لبنان، الغرفة الثانية عشرة، قرار رقم (١٢) بتاريخ ٢٠٠٤/٢/٤، مجلة العدل، ع٣، ص٤٥٥-٤٥٧. ذكره د. حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص٣٩٥.

(١٠٣) د. عدنان سرحان، المصادر غير الارادية للالتزام، مكتبة الجامعة، الشارقة، إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، ٢٠١٠، ص١٩-٢٠.

(١٠٤) د. عدنان سرحان (وآخرون)، الموجز في شرح مصادر الالتزام في قانون المعاملات المدنية الاتحادي، مكتبة الجامعة، الشارقة، ٢٠١٥، ص٢٢٣.

(١٠٥) المادة (٤٣) من القانون الاتحادي الإماراتي رقم (٣٧) لسنة ١٩٩٢ وتعديلاته بشأن العلامات التجارية.

لذلك لإقامة هذه الدعوى لابد أن يكون هناك فعل تعدٍّ على علامة تجارية صوتية، وفعل التعدي هذا هو الذي يشكل عنصر الخطأ في المسؤولية، لأنه بدون هذا الفعل لا يمكن رفع دعوى المنافسة غير المشروعة، ويمكن رفع هذه الدعوى على كل من أحدث التعدي أو تسبب فيه من أجل مطالبته بالتعويض عن الأضرار التي لحقت بمالك العلامة التجارية الصوتية.

أما بخصوص المشرع الكويتي فلا يشترط الإضرار كما فعل كلا المشرعين الأردني والإماراتي وإنما اشترط الخطأ[١٠٦]، وقوامه الانحراف والتمييز، إذ أن المنافسة بحد ذاتها لا تعد كافية لترتيب مسؤولية الشخص، بل يجب أن يكون هناك اتحاد ما بين الخطأ والمنافسة، وبغض النظر عن نية المنافس، لأنه من غير المعقول افتراض النية الحسنة لشخص قام بالاعتداء على علامة تجارية صوتية مسجلة أو مستعملة من قبل الغير، لأن هذا الشخص قام بأفعال تشكّل مخالفة لأحكام القانون[١٠٧].

ثانياً: الضرر

لا يكتفى لرفع دعوى المنافسة غير المشروعة عن الاعتداء على علامة تجارية صوتية بفعل الإضرار أو الخطأ فقط، وإنما لابد أن يلحق ضرر جراء ذلك برافع الدعوى، لأن الضرر شرط لازم للمطالبة بالتعويض، فهذا الأخير يدور وجودا وعدما مع ركن الضرر، وقد حكم القضاء الإماراتي بعدم منع تسجيل العلامة المطعون ضدها الأولى لعدم تحقق الشروط، ولتخلف ثبوت أن تسجيل هذه العلامة من شأنه أن يؤدي إلى احتمالية الإضرار بمصالح المطعون ضدها الثانية، لذا فإن مناط المنع من تسجيل علامة المطعون ضدها الأولى لم تتحقق من حيث الشروط، وبناء على ذلك فإن من يدعي الاعتداء على علامته التجارية الصوتية ويطالب بالتعويض عن ذلك، وجب عليه أن يثبت بأنه قد لحقه ضرر بسبب هذا الاعتداء وبغض النظر عن صوره وأشكاله .

وقد حكم القضاء الكويتي بمنع تسجيل أية علامة إذا كانت غير قادرة على تمييز البضائع والمنتجات التي تحملها هذه العلامة عن غيرها، وكذلك العلامة المطابقة أو المشابهة لعلامة أخرى تم تسجيلها سابقاً، إذا كان هناك ما يوحي بوجود رابطة بين العلامتين إلى حد من شأنه أن يوقع جمهور المستهلكين بالتضليل واللبس، لأن من شأن ذلك ألا يلحق بمالك العلامة المسجلة أية أضرار[١٠٨]، وهذا يقودنا للقول بأنه لا يمكن منع تسجيل أية علامة تجارية صوتية أو الادعاء

(١٠٦) تحدد المسؤولية عن الأعمال الشخصية بموجب المادة (٢٢٧) من القانون المدني الكويتي رقم (٦٧) لسنة ١٩٨٠ والتي جاء فيها « كل من أحدث بفعله الخاطئ ضررا بغيره يلتزم بتعويضه، ...»

(١٠٧) قرار المحكمة الاتحادية العليا الإماراتية في الطعن رقم (٦٠) لسنة ٢٠٠٨ الصادر بتاريخ ٢٠٠٨/١١/١٨، منشورات شبكة قوانين الشرق، www.Eastlaw.com.

(١٠٨) قرار محكمة التمييز الكويتية رقم (١٣٠) لسنة ٢٠٠٨ قضائية الصادر بتاريخ ٢٠٠٩/٢/١٢، منشورات شبكة قوانين الشرق، www.Eastlaw.com.

بوجود اعتداء على هذه العلامة من قبل الغير والحكم بمنع التسجيل أو التعويض إلا إذا ترتب على فعل التعدي ضررا لحق بمالك العلامة التجارية الصوتية، ويأتي هذا القرار كما نرى منسجما مع نص المادتين (٦٢،٦١) من قانون التجارة الكويتي رقم (٦٨) لسنة ١٩٨٠ المعدل بموجب القانون رقم (١) لسنة ٢٠٠١.

وقد افترض المشرع الأردني حدوث الضرر من خلال اللبس الذي قد يقع به المستهلك في حالة قيام الشخص الذي يتعدى على العلامة التجارية باستعمال علامة مطابقة على منتجات تماثل المنتجات التي تستعمل عليها العلامة المسجلة(١٠٩)، وبناء على ذلك فإن مالك العلامة التجارية قد لحقه ضرر وهذا الضرر مفترض لا يحتاج منه إلى اثبات بمجرد أن يلتبس على جمهور المستهلكين بأن السلعة أو الخدمة التي قاموا بشرائها هي التي تحمل العلامة التجارية الصوتية الأصلية.

ويقع عبء اثبات الضرر في حالة الاعتداء على العلامة التجارية الصوتية كقاعدة عامة على المدعي سواء كان ذلك الضرر ماديا أم معنويا حالا أو يحتمل حدوثه في المستقبل، ويشترط في هذا الضرر أن يؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر على المستهلك(١١٠)، ويتمثل الضرر الحال بالخسارة التي تلحق المضرور وهو مالك العلامة التجارية الصوتية، ويشمل كذلك ما يفوته من ربح، كأن يتم بيع السلع والخدمات التي تحمل علامة تجارية صوتية مقلدة بشكل يؤدي إلى تقليل ربح مالك هذه العلامة، أو أن تنعدم بيوع المالك بسبب بيع السلع والخدمات التي تحمل العلامة التجارية الصوتية المقلدة بسعر أقل بكثير من تلك السلع والخدمات التي تحمل العلامة التجارية الصوتية الأصلية فهذا يعد من قبيل الخسارة التي تلحق بالمالك الأصلي، أما الضرر المحتمل فهو الضرر الذي قد يحصل لمالك العلامة التجارية الصوتية ويتوقف تقديره على عوامل مجهولة لم تعرف بعد، أما الضرر المعنوي فهو الذي يحصل لمالك العلامة في سمعته التجارية ويتحقق ذلك عند تقليد العلامة التجارية الصوتية من قبل أحد الأشخاص ويضعها على سلعه وخدماته والتي لا تكون بجودة السلع والخدمات التي تميزها العلامة التجارية الصوتية الأصلية مما يؤدي إلى إحجام الجمهور عن شراء سلع وخدمات مالك العلامة التجارية الصوتية بسبب السمعة التي لحقت بسلعه ومنتجاته، بحيث أفقدت هذه السمعة ثقة الجمهور بمالك العلامة التجارية الصوتية .

ومن الأضرار التي قد تلحق بمالك العلامة التجارية الصوتية كما نرى اختلاف حجم المبيعات بسبب تقليد العلامة أو تزويرها من قبل أخرين، كما قد تتأثر سمعة مالك العلامة الصوتية إذا كانت المنتجات أو السلع أو الخدمات التي وضعت عليها العلامة المقلدة أو المزورة أقل جودة من تلك الي تحملها العلامة الأصلية، الأمر الذي ينعكس سلبا على سمعة العلامة الأصلية وثقة المستهلكين

(١٠٩) المادة (١/٢٥) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (٢٢) لسنة ١٩٥٢ وتعديلاته.

(١١٠) بن فضة عصام، المرجع السابق، ص٦٨.

بها، ومن الأضرار كذلك التي يمكن أن تحصل أن يتم بيع البضائع أو المنتجات أو الخدمات التي تحمل العلامة المقلدة أو المزورة بأسعار قليلة جدا بشكل ينعكس أثره على أسعار المنتجات والبضائع والخدمات الي تستخدم العلامة التجارية الصوتية الأصلية لتمييزها، الأمر الذي يؤدي إلى إحجام الجمهور عن شرائها.

ثالثاً: الرابطة السببية

لا يكتفى لإقامة دعوى المنافسة غير المشروعة لتحديد مسؤولية المتعدي على العلامة التجارية الصوتية ومطالبته بالتعويض عن هذا التعدي بوجود الإضرار أو الخطأ والضرر فقط، بل لابد أن يكون الضرر قد لحق بمالك العلامة الصوتية جراء فعل الإضرار أو الخطأ من قبل المتعدي على العلامة، بالتالي لابد من وجود رابطة تربط مثلا بين انخفاض حجم مبيعات مالك العلامة التجارية الصوتية وبين فعل التعدي الحاصل، أي أن يكون هذا الانخفاض في المبيعات بسبب التعدي الحاصل على العلامة التجارية الصوتية.

وهنا لا يشترط إثبات أن الإضرار أو الخطأ هو العلة الطبيعية للضرر، وإنما يكتفى أو يستعاض عن ذلك بقرينة السببية، إذ يكتفى بأن يثبت المضرور فعل الإضرار والضرر الذي لحق به، وأن الفعل الذي نسب للمسؤول عنه من شأنه أن يؤدي إلى احداث الضرر وفقا للواقع المألوف بين الناس، فهنا تقوم قرينة السببية، وإذا أراد المسؤول عن فعل الإضرار أو الخطأ أن ينقض هذه القرينة وجب عليه أن يثبت أن الضرر قد نشأ بسبب أجنبي لا يد له فيه[١١١]، وهذه المسألة تكون غير متصورة في إثبات انقطاع الرابطة السببية في حال التعدي على العلامة التجارية الصوتية بالتقليد أو التزوير، ولكن يمكن تصورها في حال عرض سلع وخدمات تحمل علامة مقلدة أو مزورة للبيع من دون أن يعلم من يعرضها بأنها كذلك.

ونقول هنا إن على صاحب العلامة التجارية الصوتية أن يقيم الدليل على ارتكاب من يتعدى على علامته فعلا يشكل منافسة غير مشروعة، وأنه قد لحقه ضرر من هذا الفعل، على الرغم من أننا نجد أن هناك صعوبة كبيرة في إثبات الضرر، فكيف نستطيع مثلا إثبات أن انخفاض عدد العملاء أو ابتعادهم عن السلع أو الخدمات التي تستخدم العلامة التجارية الصوتية في تمييزها كان بسبب ذلك الفعل الذي قام به المتعدي على العلامة، والذي يشكل في جوهره منافسة غير مشروعة، وكذلك الأمر بالنسبة لانخفاض حجم المبيعات.

(١١١) د. عدنان سرحان (واخرون)، المرجع السابق، ص٢٨٢.

المطلب الثاني

الحماية الجنائية للعلامة التجارية الصوتية

تتمتع العلامة التجارية الصوتية المسجلة بحماية من نوع آخر وهي الحماية الجنائية، وأساسها أن الاعتداء على هذه العلامة يشكل جريمة تعاقب عليها التشريعات المختلفة، وهذه الحماية المفروضة لهذه العلامة هي شبيهة بتلك الحماية المفروضة لحقوق الملكية الفكرية الأخرى، وسيتم تناولها على النحو التالي:

الفرع الأول

نطاق الحماية الجنائية للعلامات التجارية الصوتية

يتحدد نطاق هذه الحماية من جوانب عدة أهمها:

أولاً: اختلاف التشريعات بشأن نطاقها (العلامة المسجلة وغير المسجلة)

يشترط لتمتع العلامة التجارية الصوتية بالحماية الجنائية أن تكون هذه العلامة مسجلة لدى الدائرة المختصة بتسجيل العلامات التجارية، إذ يعد شرط التسجيل هو الشرط الرئيس الذي يعتد به لتمتع هذه العلامة بهذه الحماية، ولا يشترط لقيام الحماية استخدام تلك العلامة على السلع والخدمات[١١٢].

ويعد هذا الشرط واضحا لدى المشرع الإماراتي في نص المادة (٣٧) من القانون الاتحادي رقم (٣٧) لسنة ١٩٩٢ وتعديلاته بشأن العلامات التجارية، من خلال سرده للجرائم التي ترتكب على العلامات التجارية والعقوبات المفروضة عليها، إذ اشترط في الفقرة الأولى من هذه المادة لارتكاب جريمة تزوير العلامة أو تقليدها أن تكون تلك العلامة مسجلة، كما اشترط في الفقرة الثانية لاكتمال جرم من يصنع بسوء نية على منتجاته علامة مملوكة للغير أو يستعمل هذه العلامة أن تكون مسجلة، وبخصوص المشرع الإماراتي فنرى أن العلامة التجارية الصوتية وحدها غير محمية جنائيا بموجب الأحكام الخاصة التي أوردها، وإنما يتم حماية العلامة التجارية إذا كان الصوت مصاحبا لها أي يعد عنصرا من عناصرها.

وقد اشترط المشرع الأردني لتحقق جريمة التزوير أو التقليد أن تكون تلك العلامة مسجلة[١١٣]، واشترط كذلك لتحقق جريمة استعمال علامة مملوكة للغير دون وجه حق أن تكون هذه العلامة مسجلة[١١٤]، ونشير هنا إلى أن المشرع الأردني لا يعطي حماية جنائية للعلامة التجارية الصوتية،

(١١٢) د. صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص٢٤٧.

(١١٣) المادة (٣٧/١/أ) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (٣٣) لسنة ١٩٥٢ وتعديلاته.

(١١٤) المادة (٣٧/١/ب) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (٣٣) لسنة ١٩٥٢ وتعديلاته.

لأنه لا يسمح بتسجيلها وبالتالي لا تتحقق لها الحماية الجنائية التي فرضها هذا المشرع للعلامات المسجلة.

أما بخصوص المشرعين الكويتي والبحريني فقد أخذا بما ورد في قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، الذي اشترط لتحقق جريمتي تزوير وتقليد العلامة التسجيل[١١٥]، وعلى الرغم من ذلك فقد خرج المشرع الخليجي في هذا القانون (النظام) عن شرط التسجيل، وذلك عند استعمال علامة غير مسجلة في الأحوال التي تنص عليها المادة (٣) من ذات القانون (نظام) في الفقرات من (٢-١١)[١١٦]، وهذا يقودنا للقول بأن المشرع الخليجي هنا قد خرج عن القاعدة العامة للحماية الجنائية للعلامة التجارية والتي ترتبط أساسا بالتسجيل، وجعل هذه الحماية مرتبطة بالاستعمال، لذا فإن الحماية الجنائية للعلامة التجارية الصوتية في الكويت والبحرين تتحقق سواء كانت العلامة التجارية الصوتية مسجلة أو مستعملة.

وشرط التسجيل لإضفاء الحماية على العلامة التجارية الصوتية يستمد في أساسه من اتفاقية تريبس، والتي لا تعطي الحماية للعلامة التجارية بشقيها المدنية والجنائية، إلا في الأحوال التي تكون فيها تلك العلامة مسجلة، ولم يحصل من يتعدى عليها على موافقة صاحبها على استخدامها ذاتها أو استخدام علامة مشابهة لها، لاحتمالية أن يسفر الاستخدام عن حدوث لبس[١١٧].

ويرى اتجاه في الفقه أن التشريعات عندما لجأت إلى تجريم الأفعال بموجب القوانين الخاصة المتعلقة بالعلامات التجارية فهي قد نأت بقواعد قوانين العقوبات بعيداً، ولا يتم تطبيق هذه الأخيرة إلا في حالة عدم وجود نصوص خاصة في القوانين المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية[١١٨].

ثانياً: جوهر الحماية وقيودها

ينصب جوهر حماية العلامة التجارية الصوتية جنائيا على الحق في العلامة ذاته، بغض النظر عن قيمة السلع والخدمات التي تميّزها تلك العلامة، لذا فإنه لا يمنع وقوع الاعتداء عليها عدم استفادة المتعدي أو عدم حصوله على كسب أو أرباح بسبب هذا التعدي، كما لا يشترط لتحقق الحماية أن تكون السلع أو الخدمات التي تم التعدي على العلامات التجارية الصوتية التي تميّزها أعلى جودة من سلع وخدمات ومنتجات المتعدي، فقد تكون هذه الأخيرة أعلى في جودتها ومع ذلك تتحقق الحماية الجنائية[١١٩].

---

(١١٥) المادة (٣٩/أ/١) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

(١١٦) المادة (٣٩/ب/٢) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

(١١٧) المادة (١/١٦) من اتفاقية تريبس.

(١١٨) د. محمود علي الرشدان، المرجع السابق، ص١٣٢.

(١١٩) د. حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص٤٢١. وكذلك د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، المرجع السابق، ص٢٤٨،٢٤٧.

كما أن الحماية الجنائية للعلامة التجارية الصوتية تكون كما نرى مقيدة بالتسجيل في بعض التشريعات(١٢٠)، وهذا يعني أنها مقيّدة من حيث الزمان بتسجيل تلك العلامة، فهذه الحماية تدور وجودا وعدما مع التسجيل، فإذا زال التسجيل فإن الحماية الجنائية للعلامة التجارية تزول بزواله، أما بخصوص المشرع الخليجي في قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية فلم يقيدها بقيد التسجيل، لذا فإن هذه الحماية للعلامة التجارية الصوتية لا تزول بزوال التسجيل، وإنما قد تستند في تفعيلها إلى الاستعمال.

أما القيد المكاني على الحماية الجنائية للعلامة التجارية الصوتية فيتمثل في قصر هذه الحماية في حدود إقليم الدول التي تم تسجيل العلامة فيها، مع عدم الإخلال بتطبيق الاتفاقيات الدولية بهذا الخصوص(١٢١)، ويمكن الخروج عن القيد الزماني والمكاني لحماية العلامة التجارية الصوتية حماية جنائية في حالة العلامة التجارية الصوتية المشهورة، وهو ما أكدت عليه كل من اتفاقيتي باريس(١٢٢)وتريبس(١٢٣).

الفرع الثاني

الجرائم المرتكبة على العلامة التجارية الصوتية

أجمعت التشريعات محل المقارنة على تجريم التعدي على العلامات التجارية بشكل عام، إلا أن الأمر يختلف كما نرى بشأن العلامة التجارية الصوتية، إذ أن الاعتداء عليها في التشريع الأردني لا يشكل جريمة؛ لأن المشرع الأردني لا يجيز تسجيلها، كما أنه لا يعطي أية حماية جنائية لأية علامة ما لم تكن مسجلة(١٢٤)، إلا إذا كانت تلك العلامة من العلامات التجارية المشهورة، أما بخصوص المشرع الإماراتي فإنه يضفي الحماية الجنائية على العلامة التجارية إذا كانت مسجلة وكانت هذه العلامة مصحوبة بالصوت(١٢٥)، أي يعد هذا الأخير عنصرا من عناصرها، أما المشرع الكويتي فإنه يضفي على العلامة الصوتية الحماية الجنائية سواء كانت مسجلة أو غير مسجلة، ويجعل من مسألة الاعتداء عليها جريمة يعاقب عليها القانون، بعد أن صادق هذا المشرع على قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

ويمكن لنا من تحديد بعض الجرائم التي تشكل تعديا على العلامة التجارية الصوتية، مما يتوجب فرض العقوبة المقررة قانونا وعلى النحو التالي:

---

(١٢٠) من هذه التشريعات الأردني والاماراتي.

(١٢١) د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا"، المرجع الساق، ص٢٤٨.

(١٢٢) وقد أكدت على ذلك المادة (١/١٦) من اتفاقية تريبس.

(١٢٣) انظر بخصوص ذلك نص المادة (١،٢،٣/١٦) من اتفاقية تريبس.

(١٢٤) أشارت لذلك المادة (٣٧/أ) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (٣٣) لسنة ١٩٥٢ وتعديلاته.

(١٢٥) وهو ما أكدته المادة (٣٧) من القانون الاتحادي الإماراتي رقم (٣٧) لسنة ١٩٩٢ وتعديلاته.

أولاً: جريمة تقليد أو تزوير العلامة

تتحقق جريمة تزوير العلامة التجارية الصوتية إذا صاحب ذلك نسخ كامل لها، أو أن يتم نسخ الجزء الأساسي الذي يميّزها، وتعد مسألة اكتشاف تقليد العلامة الصوتية أسهل من اكتشاف تزويرها، لأن التزوير ينصب على نقل العلامة الأصلية أو أجزائها الرئيسية نقلا تاماً، في حين ينصب التقليد على ادخال بعض التعديلات على العلامة دون المساس بمظهرها العام[١٢٦].

ويشترط لتحقق هاتين الجريمتين أن يتم التزوير أو التقليد بشكل يؤدي إلى تضليل وخداع الغير، وأن يتم ذلك دون موافقة مالك العلامة التجارية الصوتية، وأن يكون على ذات الأصناف التي سجلت العلامة من أجلها[١٢٧]، أو تلك الأصناف التي تمثلها[١٢٨].

ويطرح السؤال هنا حول مدى تحقق جريمتي تزوير وتقليد العلامة التجارية الصوتية في حال قيام أحد الأشخاص باستخدام آلة موسيقية يختلف صوتها عن الآلة الموسيقية التي تخرج منها العلامة التجارية الصوتية؟ ونمثّل على ذلك بقيام شخص باستخدام العلامة التجارية الصوتية بنفس النوتة الموسيقية ولكن من خلال الاكوردیون وليس الناي الذي استخدم صوته في تمييز هذه العلامة، فهنا ستكون كما يبدو لنا موضوع حسم التشابه والتماثل بين العلامتين راجعا إلى القضاء وله السلطة التقديرية في ذلك، مستعينا بالأسس المعتمدة بهذا الخصوص.

ثانياً: جريمة استعمال علامة مزورة أو مقلدة بسوء نية

وهذه الجريمة كما نرى تأتي بصورة مرتبطة بالجريمة الأولى، إذ يفترض لقيامها أن يتم تزوير العلامة التجارية الصوتية أو تقليدها، فلا تقوم هذه الجريمة إلا بعد قيام الجريمة الأولى، وقد حصل إجماع تشريعي على تجريم هذا الاستعمال بشرط أن يتم بسوء نية[١٢٩]، أي مع علمه (الفاعل) بأن العلامة التي يستعملها هي علامة مقلدة أو مزورة[١٣٠].

وتهدف التشريعات من وراء تجريم هذا الاستعمال إلى معاقبة التجار والصناع أو أي شخص آخر ممن يقومون بترويج وتسويق السلع والخدمات من أجل حماية المستهلكين[١٣١]. وأساس

(١٢٦) د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودولياً، المرجع السابق، ص٢٥٢.

(١٢٧) انظر بخصوص ذلك المادة (٣٧/١/أ) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (٣٣) لسنة ١٩٥٢ وتعديلاته. وقد أشار لهذه الجريمة المشرع الخليجي في المادة (٣٩/أ/١) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

(١٢٨) لقد أضاف المشرع الإماراتي الأصناف المماثلة بنص المادة (٣٧/١) من القانون الاتحادي الإماراتي رقم (٣٧) لسنة ١٩٩٢ وتعديلاته.

(١٢٩) نص المادة(٣٩/أ/١) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، وكذلك المادة (٣٧/١) من القانون الاتحادي الإماراتي رقم (٣٧) لسنة ١٩٩٢ وتعديلاته، وكذلك المادة (٣٧/١/أ) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (٣٣) لسنة ١٩٥٢ وتعديلاته.

(١٣٠) د. محمد حسن عبد الله، المرجع السابق، ص١٢٤.

(١٣١) حمادي زوبير، المرجع السابق، ص٢٠١.

الاستعمال هنا يقوم على القيام بنشاط معين مستغلا المستعمل العلامة محل التقليد أو التزوير لجلب الزبائن(١٣٢).

ثالثاً: بيع بضاعة أو عرضها للبيع أو التداول وهي تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو موضوعة أو مستعملة

ويشترط لتحقق هذه الجريمة أيضاً قيام الجريمة الأولى، كما يشترط أن تتم بسوء نية من خلال تحقق علم مرتكب فعل التعدي بأنه يبيع أو يعرض سلعة أو خدمة أو للبيع أو التداول، وتحمل تلك السلعة أو الخدمة علامة تجارية صوتية مقلدة أو مزورة(١٣٣).

رابعاً: استعمال علامة غير مسجلة

وقد أخذ بهذه الجريمة كل من المشرعين الكويتي والبحريني من خلال مصادقتهما على قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، فهي جريمة قد حصر إيقاعها على العلامات المحظور على الشخص تسجيلها إذا قام باستعمالها على الرغم من وجود الحظر بتسجيلها، فإذا قام شخص باستعمال هذه العلامات كونه ممنوع من تسجيلها، فإن فعله هذا يشكل جريمة يعاقب عليه القانون(١٣٤). وحسنا فعل هذان المشرعان بإضافة هذا الفعل إلى قائمة الأفعال التي تشكل جرائم يعاقب عليها القانون.

وهنا وكما يبدو لنا لكي تتحقق هذه الجريمة لابد من أن يقوم كلا المشرعين الكويتي والبحريني ومن ورائهما الخليجي بتحديد الأصوات التي لا يجوز تسجيلها كعلامة تجارية صوتية، فإذا قام أحد الأشخاص باستعمال صوت معين من الأصوات التي لا يسمح المشرع لها بأن تكون علامات تجارية صوتية، فهنا تقوم عناصر هذه الجريمة وتكتمل أركانها، كأن يمنع المشرع تسجيل السلام الوطني لدولة ما، فإذا استعمله أحد الأشخاص بعد ذلك لتمييز سلعه أو خدماته، فإنه يكون هنا قد ارتكب جريمة استعمال علامة غير مسجلة، لذا فإن ارتكاب هذه الجريمة هو أمر مرتبط بتحديد المشرع للأصوات الممنوع تسجيلها كعلامة تجارية صوتية.

خامساً: جريمة الايهام بتسجيل العلامة

وتتحقق هذه الجريمة على كل من يدعي ويدون دون وجه حق على العلامة التجارية الصوتية أو أوراقه أو المستندات التجارية التي يستعملها بأن العلامة مسجلة وهي غير مسجلة، أو أدى ذلك

---

(١٣٢) د. حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص٢٨٣.

(١٣٣) المادة (٣٩/ب/١) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، وكذلك المادة (٣/٣٧) من القانون الاتحادي الإماراتي رقم (٣٧) لسنة ١٩٩٧ وتعديلاته، وكذلك المادة (١/٣٧/ج) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (٣٣) لسنة ١٩٥٢ وتعديلاته.

(١٣٤) المادة (٣٩/ب/٢) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

إلى اعتقاد الغير بأن العلامة مسجلة[١٣٥].

وهذ مسألة كما يبدو لنا يمكن اثباتها عند الدعاية لهذه العلامة والادعاء بأنها مسجله، أما في حال عدم وجود مثل هذه الدعاية في وسائل الإعلان فإنه من الصعوبة بمكان إثبات مثل هذه الجريمة، لعدم إمكانية ارفاق ما يشير إلى أن العلامة التجارية الصوتية هي مسجلة كالرمز الخاص بذلك (R).

سادساً: جريمة تعمد إغفال وضع العلامة التجارية المسجلة على السلع والخدمات

وكذلك فإن المشرع الخليجي قد تنبه إلى فعل آخر قد يشكل جريمة يمكن أن تقع وأن تشكل فعلا يعاقب عليه القانون، تتمثل بتعمد مالك العلامة بإغفال وضع العلامة المسجلة على سلعه وخدماته[١٣٦]، وهذه الجريمة لا يمكن ارتكابها كما يبدو لنا إلا من قبل مالك العلامة التجارية الصوتية المسجلة، لأن النص لدى المشرع الخليجي قد جاء صريحا بأن مرتكب الجريمة هو مالك العلامة المسجلة وليس مستعملها المرخص له قانونا بذلك الاستعمال، وقد جاء ذلك في نص المادة (٣٩/ب/٤) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية والتي جاء فيها (... اغفال وضع علامته التجارية المسجلة على السلع أو الخدمات التي تميزها)، ونرى هنا بأن يضيف المشرع الخليجي لهذا النص ما يشمل مستعمل العلامة التجارية المرخص له بهذا الاستعمال، إذا أغفل عن عمد وبسوء نية وضع العلامة المرخص له باستعمالها والمسجلة على السلع والخدمات التي تستخدم لتمييزها.

الخاتمة

تؤكد التطبيقات التشريعية والقضائية والعملية على أهمية العلامات التجارية الصوتية، فهي قادرة لوحدها على تمييز السلع والخدمات، وقد اعتمدت عليها الكثير من التشريعات الحديثة للقيام بهذه المهمة، وقد ساعد على استخدام هذه العلامات التطور التكنولوجي الحاصل في العالم، خاصة في مجالات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات والمنتجات السينمائية والتلفزيونية، مما جعلها ذات استخدام واسع لدى العديد من التجار والصناع ومقدمي الخدمات، وقد بدأ الاعتماد المتزايد عليها من قبل هؤلاء لما لها من مزايا تمتاز بها في كونها تعلق في أذهان المستهلكين، على الرغم من الحاجة إلى مستهلكين فطنين لتمييزها عن بعضها البعض.

---

(١٣٥) المادة (٣٩/ب/٣) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

(١٣٦) انظر بهذا الخصوص نص المادة (٣٩/ب/٤) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

كما تواجه هذه العلامات الصوتية العديد من الصعوبات التي قد تعيق استخدامها، خاصة قدر تعلق الأمر بضرورة أن تكون مصاحبة للسلع والخدمات دائماً، لأن الأمر قد يشكّل صعوبة في حال كانت تلك السلع عبارة عن أقمشة أو ملابس أو ما يشابهها.

كما تواجه هذه العلامات صعوبات بالغة من بينها عدم كفاية القواعد القانونية الواردة في التشريعات التي أخذت بها للإحاطة بها وتنظيم أحكامها وبيان مكوناتها وعناصرها، وتتزايد هذه الصعوبات في ظل شح القواعد القانونية المنظمة لهذه المسائل، وعلى الرغم من ذلك فإن الأخذ بالعلامات التجارية الصوتية لتمييز السلع والخدمات يعد خروجا على المفهوم التقليدي للعلامات التجارية، والذي يعتمد على إلزامية إدراكها بالبصر، على اعتبار أن العلامات التجارية الصوتية تعد إشارات ودلالات غير مرئية، فهي تعتمد على السمع في ادراكها وتمييزها، وقد تبيّن بأن ظاهرة استخدامها يشهد تزايدا وتناميا مستمرين، الأمر الذي يتطلب من التشريعات المختلفة إعادة النظر في آليات استخدامها وعناصرها ومكوناتها وشروطها، لما لذلك من أثر في التغلب على الصعوبات التي يمكن أن تثور بشأنها.

وبناء على ذلك فقد خلصت هذه الدراسة إلى النتائج والتوصيات التالية:

أولاً: النتائج

١- أن بعض التشريعات ومنها الأردني قد أخذ بالتحفظ الذي أوردته اتفاقية تريبس، ومنع تسجيل العلامات التجارية الصوتية منعا باتاً، كونها تحتاج إلى تقنيات حديثة في الرقابة عليها وعلى تسجيلها، كما وقفت بعض التشريعات ومنها الإماراتي موقفا وسطا منها إذ منعت تسجيلها كعلامة صوتية قائمة بحد ذاتها، وأجازت أن يكون الصوت عنصرا من عناصر العلامة بشرط أن يكون مصاحبا لها، بينما أجاز المشرِّعان الكويتي والبحريني تسجيل هذه العلامة، وعدّاها كافية لوحدها لتمييز السلع والخدمات بعضها من بعض على الرغم من أنها إشارة أو دلالة غير مرئية.

٢- إن الصعوبات التي ترافق إجازة العلامة التجارية الصوتية يمكن التغلب عليها من خلال قيام المشرع في كل دولة يتبني لوائح أو أنظمة متطورة خاصة بالعلامات التجارية الصوتية، نظرا للأهمية الكبيرة التي تتمتع بها هذه العلامات في عالم اليوم، والذي يشهد تطورا ملموسا في كافة المجالات الصناعية والتجارية والخدماتية.

٣- إن الأصوات تعد إشارات أو دلالات غير مرئية لذا لابد من ترجمتها إلى كلمات مكتوبة، سواء كانت نوتة موسيقية أم وصفا مكتوباً، كما تختلف الأصوات خاصة النوتات الموسيقية من حيث خروجها من الآلات الموسيقية المختلفة عن بعضها البعض، كما تختلف طريقة النطق بالأصوات من حيث الارتفاع والانخفاض والمصادر التي تصدر عنها.

٤- تتمتع العلامة التجارية الصوتية في التشريعات التي سمحت بتسجيلها بالحماية المدنية والجنائية سواء كانت مسجلة أم غير مسجلة، أما في التشريعات التي لا تسمح بتسجيلها فإنها لا تتمتع بأي نوع من الحماية، كما لا يمكن التحقق من ارتكاب شخص لجريمة استعمال علامة غير مسجلة إذا لم يتم تحديد الأصوات التي لا يجوز اتخاذها كعلامة تجارية.

٥- إن التنظيم القانوني للعلامات التجارية الصوتية في ظل التشريعات التي أخذت بها لا يعد كافيا في التغلب على كافة المشكلات العملية والقانونية التي قد تظهر عند تسجيل العلامة أو اثناء حياتها، كما لا يساعد على إضفاء الحماية القانونية عليها بالشكل المطلوب.

٦- تتعدد صور وأشكال العلامات التجارية الصوتية التي تسمح بها التشريعات المختلفة، الأمر الذي يستلزم ضرورة تنظيم تلك الصور والأشكال، لأنه قد تبيّن أن بعض الأصوات لا تعد علامات تجارية قادرة على القيام بالوظائف التي تقوم بها العلامات التجارية، وقد يكون ذلك لأسباب تعود إلى عدم قدرتها على التمييز أو افتقادها للجدة أو لأنها أصوات مجردة من أي تفرّد أو لأنها مخالفة للنظام العام والأداب.

ثانياً: التوصيات

١- نوصي كلا المشرعين الأردني والإماراتي بالأخذ بالعلامات التجارية الصوتية والسماح بتسجيلها، لما لهذه العلامات من دور في تمييز بعض السلع والخدمات التي تتلاءم مع الطبيعة الخاصة لهذه العلامات، أو أن يوضح المشرع الأردني موقفه من إمكانية أن يكون الصوت عنصرا من عناصر العلامة التجارية إذا كان مصاحبا لها، وهنا نوصيه بضرورة تعديل نص المادة (١/٤) من قانون العلامات التجارية والتي تشترط إدراك العلامة بالبصر كشرط لتسجيلها وحذف هذا الشرط ، كما نوصي المشرع الإماراتي بالأخذ بالعلامة التجارية الصوتية في ظل التطور التكنولوجي الحاصل في دولة الامارات العربية وعدم الاكتفاء بأن يكون الصوت عنصرا من عناصرها، ونوصي المشرع الإماراتي بتعديل نص المادة (٢) من القانون الاتحادي الإماراتي رقم (٣٧) لسنة ١٩٩٢ بشأن العلامات التجارية وتعديلاته، أو المصادقة على قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

٢- نوصي التشريعات المختلفة التي اخذت بالعلامة التجارية الصوتية أن تقوم بوضع الأسس والشروط المتعلقة بهذه العلامة ومكوناتها، وتحديد موقفها من إمكانية تسجيل العلامة التجارية الصوتية إذا كانت مكونة من أكثر من عنصر صوتي، إذا أراد أحد الأشخاص تسجيل علامة أخرى تتكون من أحد هذه المكونات، ونوصي هنا بعدم إجازة ذلك، لأن من شأنه ذلك أن يؤدي إلى حدوث لبس لدى المستهلكين، بحيث يتولد لديهم الاعتقاد بوجود ارتباط بين العلامتين.

٣- يجب أن يرفق طلب تسجيل العلامات التجارية الصوتية عند تقديمه للجهة المختصة بتسجيل صوتي لهذه العلامة، حتى تتحدد ملامحها ومكوناتها وقوة الصوت فيها، لذا نوصي التشريعات التي أخذت بها ومنها الكويتي والبحريني بضرورة اشتراط ذلك في اللوائح التنفيذية لقانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

٤- نوصي التشريعات التي أخذت بالعلامة التجارية الصوتية بأن تقوم بتحديد الأصوات التي لا يجوز اتخاذها كعلامة تجارية، لأن من شأن ذلك أن يُسهم في تحديد ارتكاب أحد الأشخاص جريمة استعمال علامة غير مستعملة، من خلال اتخاذ عناصر صوتية كعلامة ويستعملها دون تسجيلها مع أن القانون لا يسمح له بذلك.

المصادر والمراجع

أولاً: المصادر والمراجع باللغة العربية

١- د. آلاء النعيمي، الوجيز في مبادئ القانون التجاري والشركات التجارية، مكتبة الجامعة، الشارقة، ٢٠١٥.

٢- بن فضة عصام، الحماية المدنية للعلامة التجارية: التشريع الجزائري، مذكرة مكملة من مقتضيات نيل شهادة الماستر في الحقوق تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكره، سنة ٢٠١٥-٢٠١٦.

٣- د. حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ٢٠٠٨، ص ٥٦.

٤- الأستاذ حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠١٢.

٥- المحامي الدكتور حمدي غالب الجغبير، العلامات التجارية (الجرائم الواقعة عليها وضماناتها حمايتها)، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠١٢.

٦- د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة، ط٢، سنة ١٩٩٦، بند ٢٢٤.

٧- د. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودولياً، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٩.

٨- د. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، ط٢، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٠.

٩- د. عبد الله حسين الخشروم، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر، عمان، ٢٠٠٥.

١٠- د. عدنان سرحان (وآخرون)، الموجز في شرح مصادر الالتزام في قانون المعاملات المدنية الاتحادي، مكتبة الجامعة، الشارقة، ٢٠١٥.

١١- د. عدنان سرحان، المصادر غير الإرادية للالتزام، مكتبة الجامعة، الشارقة، إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، ٢٠١٠.

١٢- د. عدنان غسان برانبو، التنظيم القانوني للعلامة التجارية: دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠١٢.

١٣- د. علي سيد قاسم، حقوق الملكية الفكرية في قانون دولة الإمارات العربية المتحدة: دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، سنة ٢٠٠٩.

١٤- ماهر فوزي حمدان، حماية العلامات التجارية: دراسة مقارنة، مطبعة الجامعة الأردنية، عمان، ١٩٩٩.

١٥- د. محمود الرشدان، العلامات التجارية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ٢٠٠٩.

١٦- د. محمد حسن عبد الله، حقوق الملكية الفكرية: الأحكام الأساسية، الآفاق المشرقة ناشرون، الشارقة، سنة ٢٠١٠.

١٧- د. محمد حسن عبد الله، حقوق الملكية الفكرية (الأحكام الأساسية)، الآفاق المشرقة (ناشرون)، الشارقة، ٢٠١١.

ثانيًا: المصادر الأجنبية

1- Jacques Azéma ET jean_ Christophe Gall oux; Droit de la Propriété industrielle, PR ECis Dalloz, 7 édition, 2012.
2- Les grands arrêst de la Propriété intellectuelle, Dalloz, Sous La direction de Michel Vivant, 2 édition 2015.
3- Jeremy Phillips, Trade mark law: practical Anatomy, oxford university press, USA.2003.
4- Michael Blackeney , Intellectual Property Litigations : Cases, Wipo / WTO Arab Regional conference on intellectual Property and the Doha Ministerial Declaration, Doha, April 28_30, 2002.
5- Alexander Reuter, International Marketing and Advertising and conflict of Laws, Germany as Example, the Trademarks Reporter, Vol, 79, 1989.
6- Nguyen nhu Quynh, special Trade marks_ legislation and the situation in the European, master thesis, college of law, university of Lund, 2002.

ثالثاً: التشريعات القانونية

١- قانون العلامات التجارية الأردني رقم (٣٣) لسنة ١٩٥٢.

٢- قانون العلامات التجارية الاتحادي الإماراتي رقم (٣٧) لسنة ١٩٩٢.

٣- قانون التجارة الكويتي رقم (٦٨) لسنة ١٩٨٠.

٤- قانون (نظام) بشأن العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

رابعًا: المواقع الالكترونية

1- www.wipo.inthttp//:
2- http//:tonpost.com
3- thetmca.com :http//
4- http://www.ic.gc.ca
5- www.abahe.co.uk
6- www.almosicar.blogspot.ae