

التميز - علامات تصويرية تحتوي على كلمات وصفية -  
غير مميزة

### ملاحظة إلى مكتب الملكية الفكرية:

تم إعداد هذا الكتيب وفقًا للتواصل المشترك الناتج عن الاستخدام المشترك للتصميمات التي طورتها شبكة الاتحاد الأوروبي للملكية الفكرية والتي تهدف لتقديم المشورة فيما يخص إجراءات اختبار كيفية فحص العلامات التصويرية التي تحتوي على كلمات وصفية / غير مميزة والتي تجتاز الحد الأدنى للرفض لاشتمال العنصر التصويري على علامة مميزة.

فور العمل بكتيب الاستخدام على المستوى الوطني، يمكن استخدامه بشكل عام بغرض تعزيز الشفافية، واليقين القانوني، والقدرة على التنبؤ وذلك لمصلحة الفاحصين والمستخدمين على حدٍ سواء.

## 1. الخلفية:

يتعلق هذا الاستخدام بإمكانية اجتياز علامة تصويرية، تحتوي على كلمات وصفية / غير مميزة، للحد الأدنى للاختبار لاشتمال العنصر التصويري على علامة مميزة بشكل كاف.

يتم العمل بهذا الاستخدام بشكل عام من خلال كتيب الاستخدام بغرض تعزيز الشفافية، واليقين القانوني، والقدرة على التنبؤ وذلك لمصلحة الفاحصين والمستخدمين على حدٍ سواء.

تُعد المشكلات التالية خارجة عن نطاق المشروع:

- المشكلات اللغوية: لأغراض هذا المشروع، اعتبر أن العناصر اللفظية وصفية / غير مميزة بالكامل في لغتك.
- تفسير البيانات: لا يؤثر هذا الاستخدام على قبول أو تفسير البيانات بواسطة مكاتب الملكية الفكرية.
- استخدام العلامة التجارية (بما في ذلك العلامات المميزة وكيفية استخدام العلامة في التجارة).


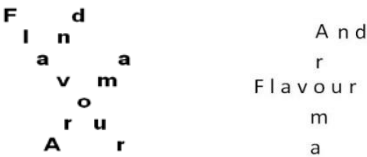
## 2. الاستخدام:

يلخص النص التالي الرسائل المهمة والبيانات الأساسية لمبادئ كتيب الاستخدام. لتحديد تحقق الحد الأدنى من التميز نظرًا لوجود السمات التصويرية في العلامة التجارية، لا بد من أخذ المعايير التالية بعين الاعتبار:

ملاحظة: العلامات التي تحتوي على عبارة *Flavour and aroma* " تهدف إلى حماية القهوة في الفئة 30، بينما العلامات التي تحتوي على عبارة *Fresh Sardine* " و *Sardine* " تهدف إلى حماية السردين في الفئة 29، بينما العلامة التي تحتوي على عبارة *DIY* " تهدف إلى حماية مجموعات من القطع معدة للتجميع في الأثاث في الفئة 20، بينما العلامات التي تحتوي على عبارة *Pest Control Services* " تهدف إلى حماية خدمات مكافحة الحشرات في الفئة 37، بينما العلامات التي تحتوي على عبارة *Legal advice services* " تهدف إلى حماية الخدمات القانونية في الفئة 45.

فيما يخص العناصر اللفظية في العلامة

شكل الحرف والخط	المعيار
<p>• بشكل عام، لا يمكن تسجيل العناصر اللفظية الوصفية / غير المميزة التي تظهر في شكل الحرف الأساسي/المعياري، أو تصميمات الحروف أو أسلوب الكتابة اليدوية، سواء كانت بمؤثرات خطية (خط سميك أو مائل) أو لا.</p> <p><u>أمثلة على العناصر غير المميزة:</u></p> <p><i>Flavour and aroma</i>    <i>Flavour and aroma</i>    <i>Flavour and aroma</i></p> <p><b>FrEsh SaRdine</b>    <b>Fresh Sardine</b>    <b>Fresh Sardine</b></p> <p>• عندما تكون أشكال الحروف المعيارية مشتملة على عناصر ذات تصميم جرافيكي كجزء من الكتابة الحرفية، فإن تلك العناصر تحتاج إلى أن يكون لها تأثير كاف على العلامة ككل لتجعلها مميزة. عندما تكون تلك العناصر كافية لتشثيت انتباه المستهلك عن المعنى الوصفي للعنصر اللفظي أو يحتمل أن تخلق انطباعاً دائماً عن العلامة، فإن العلامة تصبح قابلة للتسجيل.</p> <p><u>أمثلة على العناصر المميزة:</u></p> <p><b>DIY</b>    <i>flavour and aroma</i></p>	<p>الاستخدام</p>
<p>الاندماج مع الألوان:</p> <p>• إن مجرد "إضافة" لون واحد إلى عنصر لفظي وصفية/غير مميز، سواء للحروف نفسها أو كخلفية، لن يكون كافياً لإعطاء العلامة طابعاً مميزاً.</p> <p>• يشيع استخدام الألوان في التجارة ولن يُعد كإشارة منشأ. ورغم ذلك، لا يمكن استبعاد أن ترتيب الألوان بشكل معين وغير معتاد يسهل على المستهلك ذي الصلة تذكره بوسعه أن يجعل العلامة مميزة.</p> <p>أمثلة على عدم التمييز:</p> <p><b>Flavour and aroma</b>    <b>Flavour and aroma</b>    <b>Flavour and aroma</b>    <b>Flavour and aroma</b></p>	<p>الاستخدام</p>

<p>الاندماج مع علامات الترقيم ورموز أخرى:</p>	<p>المعيار</p>
<p>• في العموم، لا تساهم إضافة علامات الترقيم أو رموز أخرى شائع استخدامها في التجارة في إضافة طابع مميز على العلامة التي تحتوي على عناصر لفظية وصفية / غير مميزة. <u>أمثلة على علامات غير مميزة:</u></p> <p style="text-align: center;"><b>“Flavour and aroma”</b></p>	<p>الاستخدام</p>
<p>مكان العناصر اللفظية (على الجانبين، أو مقلوبة رأسًا على عقب، الخ):</p>	<p>المعيار</p>
<p>في العموم، لا تعد حقيقة أن العناصر اللفظية مرتبة رأسياً، أو مقلوبة رأسًا على عقب، أو في خط واحد أو أكثر، كافية لتعطي العلامة الحد الأدنى من التميز اللازم لتسجيل العلامة. <u>أمثلة على عدم التميز:</u></p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>وبرغم ذلك، بإمكان طريقة تموضع العناصر اللفظية إضافة طابع مميز للعلامة إذا كان الترتيب ذا طابع يجعل المستهلك المتوسط يركز عليها بدلاً من فهم الرسالة الوصفية على الفور. <u>أمثلة على العلامات المميزة:</u></p> <div style="text-align: center;">  </div>	<p>الاستخدام</p>

## فيما يخص العناصر التصويرية في العلامة

المعيار	الاستخدام
<p>استخدام الأشكال الهندسية البسيطة:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>لا يمكن قبول العناصر اللفظية الوصفية أو غير المميزة المندجة مع الأشكال الهندسية البسيطة مثل النقاط، والخطوط، والمقاطع الخطية، والدوائر، والمثلثات، والمربعات، والمستطيلات، والمتوازيات، والأشكال رباعية وخماسية الأضلاع، والمعينات المنحرفة، والقواطع الناقصة، وخصوصًا عند استخدام الأشكال المذكورة أعلاه كإطار أو حد.</li> </ul> <p>أمثلة على العناصر غير المميزة:</p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>ومن جانب آخر، فإن الأشكال الهندسية بإمكانها إضافة طابع مميز لعلامة عندما يساهم مظهرها أو هيئتها أو اندماجها مع عناصر أخرى في خلق انطباع عام يكون مميزًا بصورة كافية.</li> </ul> <p>أمثلة على العلامات المميزة:</p> 	<p>المعيار</p> <p>الاستخدام</p>
<p>موقع وتناسب (حجم) العنصر التصويري بالنسبة للعنصر اللفظي:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>في العموم، عندما يُضاف عنصر تصويري مميز بذاته إلى عنصر لفظي وصفي و/أو غير مميز، تصبح العلامة قابلة للتسجيل، شريطة أن يكون العنصر التصويري قابلاً للتعرف عليه بوضوح في العلامة بفضل حجمه وموقعه.</li> </ul> <p>أمثلة على العناصر غير المميزة:</p> <p><b>Flavour and aroma</b> <i>Fresh Sardine</i></p> <p>أمثلة على العناصر المميزة:</p> 	<p>المعيار</p> <p>الاستخدام</p>

سواء كان العنصر التصويري عرض لبضائع و/أو خدمات أو مرتبط بها بصورة مباشرة.

➤ يُعد العنصر التصويري وصفياً و/أو مجرداً من الطابع المميز إذا:

- كان تصويراً واقعياً للبضائع والخدمات.
- احتوى على تصوير رمزي/منمق للبضائع والخدمات بصورة لا تشذ كثيراً عن العرض المفهوم للبضائع والخدمات المقصودة.



أمثلة على العناصر غير المميزة:

أمثلة على العناصر المميزة:

➤ العنصر التصويري الذي لا يعرض البضائع والخدمات ويرتبط بصورة مباشرة بسماتها لا يجعل العلامة مميزة، ما لم يكن العنصر مرسومًا بأسلوب معين يكفي لجعل العلامة مميزة.

أمثلة على العناصر غير المميزة:



أمثلة على العناصر المميزة:



<p>سواء كان العنصر التصويري شائع الاستخدام في التجارة المتعلقة بالبضائع و/أو الخدمات المقصودة.</p>	<p>المعيار</p>
<p>• في العموم، لا تضيف العناصر التصويرية الشائع استخدامها أو المعتادة في التجارة فيما يخص البضائع و/أو الخدمات المقصودة طابعًا مميزًا للعلامة ككل. أمثلة على العناصر غير المميزة:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <p>LEGAL ADVICE SERVICES</p>  </div> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;">  </div> </div>	<p>الاستخدام</p>



## فيما يخص العناصر اللفظية والتصويرية في العلامة

كيف يؤثر اندماج المعايير على التمييز؟

الاستخدام

- في العموم، لا يضيف اندماج عناصر تصويرية وعناصر لفظية، والتي تُعد خالية من أي طابع مميز في حد ذاتها، أي طابع مميز للعلامة.
- وبغض النظر، فإن اندماج مثل تلك العناصر ككل قد يُفهم كإشارة منشأ بسبب مظهر وتكوين العلامة. وهكذا سيكون الحال عندما يؤدي الاندماج إلى انطباع عام بعيد كل البعد عن الرسالة الوصفية / غير المميزة التي يوحي بها العنصر اللفظي.

أمثلة: يجب أن تكون العلامة ذات حد أدنى من التمييز لتصبح قابلة للتسجيل. الغرض من هذا المقياس هو توضيح الحد الأدنى. الأمثلة المبينة أدناه من اليسار إلى اليمين تحتوي على عناصر ذات تأثير متزايد على تمييز العلامات، مما يؤدي إلى كون العناصر إما غير مميزة في مجملها (العمود الأحمر) أو مميزة في عمومها (العمود الأخضر).  
يقتصر نطاق الحماية على التكوين العام للعلامة.

غير مميزة	مميزة
<p>1.</p> <p>Flavour and aroma (black text), Flavour and Aroma (red text), Flavour and Aroma (blue text with large 'A'), Flavour and aroma (black text with red underline).</p>	<p>F.A.O.A.O.A (black text), Flavour and Aroma (red text with blue underline), Flavour and Aroma (black text with red underline), Flavour and Aroma (black text with red underline and red bar), Flavour and Aroma (black text with red underline and red bar), Flavour and Aroma (black text with red underline and red bar), Flavour and Aroma (black text with red underline and red bar).</p>
<p>2.</p> <p>Flavour and aroma (black text in a rounded rectangle), Flavour and aroma (black text in a circle), Flavour and aroma (black text in a pink circle), Flavour and Aroma (black text in a white circle), Flavour and Aroma (black text in a white circle), Flavour and Aroma (black text in a white circle), Flavour and Aroma (black text in a white circle), Flavour and Aroma (black text in a white circle).</p>	<p>Flavour and Aroma (black text in a white circle), Flavour and Aroma (black text in a white circle), Flavour and Aroma (black text in a white circle), Flavour and Aroma (black text in a white circle), Flavour and Aroma (black text in a white circle), Flavour and Aroma (black text in a white circle), Flavour and Aroma (black text in a white circle), Flavour and Aroma (black text in a white circle).</p>
<p>3.</p> <p>Fresh sardine (black text), Fresh sardine (black text), Fresh sardine (black text), Fresh sardine (black text), Fresh sardine (black text), Fresh sardine (black text), Fresh sardine (black text), Fresh sardine (black text).</p>	<p>resh Sardjine (black text), Fresh sardine (black text), Fresh sardine (black text), Fresh sardine (black text), Fresh sardine (black text), Fresh sardine (black text), Fresh sardine (black text), Fresh sardine (black text).</p>



الاستخدام:

التميز - علامات تصويرية تحتوي على كلمات وصفية - غير مميزة

1. مقدمة..... 13
2. نطاق المشروع..... 13
3. الاستخدام:..... 15
- 3.1 الكلمات الوصفية/غير المميزة..... 15
- 3.2 ما هو الحد الأدنى للتمييز لاجتياز التقييم؟..... 16
- أ. فيما يخص العناصر اللفظية في العلامة:..... 16
- أ-1. شكل الحرف والخط..... 16
- أ-2. الاندماج مع الألوان:..... 20
- أ-3. الاندماج مع علامات التقييم ورموز أخرى:..... 21
- أ-4. مكان العناصر اللفظية (على الجانبين، أو مقلوبة رأسًا على عقب، الخ):..... 22
- ب. فيما يخص العناصر التصويرية في العلامة:..... 23
- ب-أ. استخدام الأشكال الهندسية البسيطة:..... 23
- ب-2. موقع وتناسب (حجم) العنصر التصويري بالنسبة للعنصر اللفظي:..... 26
- ب-3. سواء كان العنصر التصويري عرض لبضائع و/أو خدمات أو مرتبط بها بصورة

27.....مباشرة

العنصر التصويري شائع استخدامه في التجارة المتعلقة بالبضائع و/أو الخدمات ب-4.

33.....المقصودة

35.....كيف يؤثر اندماج المعايير المذكورة أعلاه على التمييز؟ ج.

## 1. مقدمة

يُعد هذا المستند مرجعاً بالنسبة لمكاتب الملكية الفكرية، ومؤسسات المستخدمين، والمتقدمين والممثلين لهذه الممارسة، ويحدد اجتياز العلامة التصويرية التي تحتوي على كلمات وصفية/غير مميزة للحد الأدنى بسبب مساهمة العنصر التصويري في إضافة طابع مميز بشكل عام على العلامة. سيكون هذا المستند متاحاً بشكل كبير وسهل الحصول عليه، على أن يكون واضحاً وشاملاً في شرحه للمبادئ التي تقوم عليها الممارسة الجديدة. ستطبع هذه المبادئ بصورة عامة، وتستهدف تغطية الأغلبية العظمى للحالات. يجب تقييم التميز على أساس كل حالة على حدة، مع وجود مبادئ متفق عليها تعمل كقواعد إرشادية لضمان اتفاق المكاتب المختلفة على نتائج موحدة وواضحة.

## 2. نطاق المشروع

إنه بموجب المادة (25) من قانون العلامات التجارية الأردني، فإن العلامة التجارية تمنح مالكيها حقاً حصرياً يتعلق ببعض السلع والخدمات التي تتيح له احتكار تلك العلامة المسجلة كعلامة تجارية لفترة غير محدودة.

أن العلامات التجارية الخالية من أي طابع مميز والعلامات التجارية الوصفية التي تحتوي بوضوح على إشارات أو دلالات قد تعمل، في التجارة، على توصيف نوع، وجودة، وكمية، وغرض، وقيمة، ومنشأ، أو تاريخ إنتاج البضائع أو الخدمات المقصودة، أو أي صفات أخرى للبضائع أو الخدمات، لا يمكن تسجيلها، ولا تُعد سارية في حالة تسجيلها.

من المصلحة العامة منع تسجيل العلامة غير القادرة على تمييز البضائع و/أو الخدمات المرغوب في تسجيلها من ضمن تلك المهام.

ينص نطاق المشروع على:

يتعلق هذا الاستخدام بإمكانية اجتياز علامة تصويرية، تحتوي على كلمات وصفية / غير مميزة، للحد

الأدنى للاختبار لاشتمال العنصر التصويري على علامة مميزة بدرجة كافية.

تُعد المشكلات التالية خارجة عن نطاق المشروع:

- المشكلات اللغوية: لأغراض هذا المشروع، اعتبر أن العناصر اللفظية وصفية / غير مميزة بالكامل في لغتك.

• تفسير البيانات:

- استخدام العلامة التجارية (بما في ذلك العلامات المميزة وكيفية استخدام العلامة في التجارة).

لتحديد تحقق التميز لوجود الميزات التصويرية في العلامة، لا بد من أخذ المعايير التالية بعين الاعتبار:

➤ فيما يخص العناصر اللفظية في العلامة:

- شكل الحرف والخط
- الاندماج مع الألوان:
- الاندماج مع علامات الترقيم ورموز أخرى:
- مكان العناصر اللفظية (على الجانبين، أو مقلوبة رأسًا على عقب، الخ):

➤ فيما يخص العناصر التصويرية في العلامة:

- استخدام الأشكال الهندسية البسيطة:
- موقع وتناسب (حجم) العنصر التصويري بالنسبة للعنصر اللفظي:
- سواء كان العنصر التصويري عرض لبضائع و/أو خدمات أو مرتبط بها بصورة مباشرة.
- سواء كان العنصر التصويري شائع استخدامه في التجارة المتعلقة بالبضائع و/أو الخدمات

المقصودة.

➤ فيما يخص العناصر اللفظية والتصويرية في العلامة:

- كيف يؤثر اندماج المعايير على التميز؟.

### 3. الاستخدام:

#### 3.1 الكلمات الوصفية/غير المميزة.

لأغراض المشروع فإن العناصر اللفظية تُعد وصفية/غير مميزة، كما أن الغرض الأساسي هو ضمان التقارب في حالة إضافة عنصر تصويري يضيف طابعاً مميزاً للعلامة ككل، ومن ثم يمكن العلامة من أداء وظيفتها الأساسية ويجتاز الحد الأدنى المطلوب.

وفقاً لقانون العلامات التجارية الأردني، وكما تتمتع العلامة التجارية بطابع مميز طبقاً للمادة 7 (2-3)، فيجب أن تكون هذه العلامة قادرة على أداء وظيفتها الأساسية، والتي تتمثل في ضمان هوية المنشأ التجاري للبضائع المؤشر عليها و/أو تقديم الخدمات للمستهلك أو المستخدم النهائي وذلك عبر تمكينه دون التسبب في أي إرباك من شأنه تمييز السلع أو الخدمات عن غيرها من المنتجات التي لها أصل آخر، وعندئذ إما تكرار التجربة، إذا ثبت أنها إيجابية، أو تجنبها، إذا ثبت أنها سلبية.

إن هذا ليس ببعيد عن قدرة العلامة التجارية على أداء مهمتها الأساسية، فوفقاً لما تراه المحكمة، فإن المصلحة العامة المنصوص عليها في المادة 8 (7) من قانون العلامات التجارية الأردني تكمن في ضمان أن العلامات أو المؤشرات الوصفية المتعلقة بخصائص السلع أو الخدمات بخصوص السعي للحصول على التسجيل، يمكن استخدامها بحرية من قبل جميع التجار الذين يقدمون مثل هذه السلع والخدمات أحدهما أو كلاهما، مما يحول دون احتكار هذه العلامات والمؤشرات على جهة واحدة فقط كونهم قد تم تسجيلهم كعلامات تجارية.

يجب تقييم التمييز، أولاً، من خلال الإشارة إلى البضائع أو الخدمات المرغوب في تسجيلها، وثانياً، من خلال الإشارة إلى مفهوم المصلحة العامة.

رغم استقلال كل سبب من أسباب الرفض المذكورة في المادة 7 عن غيرها من الأسباب الأخرى وعن تلك المطالبات بإجراء تقييم منفصل، لكنَّ هناك تداخلاً واضحاً في نطاق كل الأسباب التي تؤدي إلى الرفض كما هو مذكور في

المادة 7(1) (2) (3).

بموجب القضية المفصول فيها، فإن العلامة التي تصف سمات البضائع أو الخدمات لأغراض المادة رقم 8(7) من قانون العلامات التجارية الأردني، تتمثل في العلامات التي تتكون من أرقام أو أحرف أو كلمات شائعة الاستخدام في التجارة بغرض التمييز أو وصف أنواع البضائع أو فئاتها أو الكلمات التي لها دلالة عادية جغرافياً أو بصفتها كنية، ما لم يتم تمثيلها بطريقة خاصة، بشرط ألا يمثل أي شيء وارد في هذه الفقرة حظراً لتسجيل العلامات ذات الطبيعة الموصوفة هنا والتي لها طابع مميز بالمعنى المنصوص عليه في البندين 2 و 3 من المادة (7). وبناءً على ذلك، فإن العلامة التجارية الوصفية تكون بالضرورة خالية من أي طابع مميز، رغم أن العلامة التجارية قد تفتقر إلى التمييز لأسباب أخرى بخلاف الطابع الوصفي.

### 3.2 ما هو الحد الأدنى للتمييز لاجتياز التقييم؟

قد تحتوي العلامة التصويرية على كلمات وصفية/غير مميزة ولكن تحتاز الحد الأدنى للتقييم إذا كانت هناك عناصر أخرى في العلامة قد تمنح العلامة طابعاً مميزاً ككل.

برغم ذلك، فإن تميز العلامة التجارية التي تحتوي على عناصر لفظية وصفية/غير مميزة لا يمكن أن يعتمد على عناصر تصويرية ليس لها طابع مميز بذاتها أو حتى بحد أدنى، ما لم يكن الاندماج الناتج مميزاً ككل.

لأغراض تحديد الطابع المميز للعناصر التصويرية في العلامة، يجب تحقيق المعايير التالية:

أ فيما يخص العناصر اللفظية في العلامة:

#### 1. أ. شكل الحرف والخط

➤ بشكل عام، لا يمكن تسجيل العناصر اللفظية الوصفية / غير المميزة التي تظهر في شكل الحرف

الأساسي/المعياري، أو تصميمات الحروف أو أسلوب الكتابة اليدوية، سواء كانت بمؤثرات خطية (خط



سميك أو مائل) أو لا.

➤ عندما تكون أشكال الحروف المعيارية مشتملة على عناصر ذات تصميم جرافيكي كجزء من الكتابة الحرفية، فإنها تلك العناصر تحتاج إلى تأثير كاف على العلامة ككل لتصبح مميزة. عندما تكون تلك العناصر كافية لتشثيت انتباه المستهلك عن المعنى الوصفي للعنصر اللفظي أو تفرض احتمالية تكوين انطباع دائم عن العلامة، فإن العلامة تصبح قابلة للتسجيل.

أمثلة:

Flavour and aroma		
غير مميز		
البضائع/الخدمات	العلامة	الأساس المنطقي
الفئة 30: قهوة	<p>Flavour and aroma</p> <p><b>Flavour and aroma</b></p> <p><i>Flavour and aroma</i></p> <p>Flavour and aroma</p> <p>Flavour and aroma</p> <p>FLAVOUR AND AROMA</p> <p>Flavour and aroma</p>	<p>أشكال الحروف الأساسية، بمؤثرات</p> <p>خطوط (خط سميك أو مائل) أو بدون</p>
الفئة 30: قهوة	<p><i>Flavour and aroma</i></p>	<p>اختلافات طفيفة في الخط (كلمة</p> <p>بخط سميك)</p>

<p>الفئة 30: قهوة</p> <p>الفئة 29: سردين</p>	<p><i>Flavour and aroma</i></p> <p><i>Flavour and aroma</i> <i>Flavour and aroma</i></p> <p><i>Flavour and Aroma</i></p> <p><i>Fresh Sardine</i></p> <p><i>Flavour and Aroma</i></p>	<p>أشكال حروف مكتوبة بخط اليد</p> <p>وأسلوب الكتابة اليدوية</p>
<p>الفئة 29: سردين</p>	<p><b>FreshSARDINE</b></p>	<p>خط صغير + حروف كبيرة</p>
<p>الفئة 29: سردين</p>	<p><b>Freshsardine</b></p>	<p>شكل حرف قياسي + حروف مائلة</p>
<p>الفئة 29: سردين</p>	<p><b>FrEsh SaRdine</b></p>	<p>حروف داخلية كبيرة لا تؤثر على معنى العنصر اللفظي</p>
<p>الفئة 30: قهوة</p> <p>الفئة 29: سردين</p>	<p><b>Flavour and Aroma</b> <b>Fresh Sardine</b></p>	<p>شكل حرف بخصوصية معينة ولكن ما زال طبيعيًا إلى حد كبير</p>

		مميز
البضائع/الخدمات	العلامة	الأساس المنطقي
الفئة 30: قهوة		<p>حروف مكتوبة يدويًا بأسلوب مميز إلى الحد الذي يجعلها غير مقروءة، أي لا يمكن استخلاص أي معنى وصفي</p>
الفئة 20: مجموعات من القطع للتجميع في الأثاث.		<p>شكل الحرف يتمتع بدرجة كافية من الأسلوب المنمط، مع إمكانية تفسير الحروف الفردية بأكثر من طريقة.</p> <p>لحروف "DIY" ترمز إلى عبارة "do-it-yourself"، وتعد عنصرًا لفظيًا مرتبطًا بالبضائع المرغوب في حمايتها.</p>

## أ-2- الاندماج مع الألوان:

- وفقاً لقانون العلامات التجارية الأردني، المادة 7 (4) "يجوز ان تقتصر العلامة التجارية كلياً او جزئياً على لون واحد أو أكثر من الألوان الخاصة وفي مثل هذه الحالة يأخذ المسجل او المحكمة بعين الاعتبار لدى الفصل في الصفة الفارقة لتلك العلامة التجارية كون العلامة التجارية مقتصرة على تلك الالوان أما إذا سجلت علامة تجارية دون حصرها في ألوان خاصة فتعتبر مسجلة لجميع الألوان".
- علاوة على ذلك تنص المادة على أنه "بخلاف الحالات الاستثنائية، فإن الألوان ليس لها في البداية طابع مميز".

➤ إن مجرد "إضافة" لون واحد إلى عنصر لفظي وصفي/غير مميز، سواء للحروف نفسها أو كخلفية، لن يكون كافياً لإعطاء العلامة طابعاً مميزاً.

➤ يشجع استخدام الألوان في التجارة ولن يُعد كإشارة منشأ. ورغم ذلك، لا يمكن استبعاد أن ترتيب معين للألوان، وهو أمر غير معتاد ويمكن للمستهلك ذي الصلة تذكره بسهولة، قد يجعل العلامة مميزة.

أمثلة:

غير مميز		
البضائع/الخدمات	العلامة	الأساس المنطقي
الفئة 30: قهوة	<b>Flavour and aroma</b>	إضافة لون واحد إلى شكل حرف أساسي/عادي (حروف ملونة).

الفئة 30: قهوة	<b>Flavour and aroma</b>	إضافة لون واحد إلى شكل حرف أساسي/عادي (خلفية ملونة أو إطار ملون).
الفئة 30: قهوة	<b>Flavour and aroma</b>	
الفئة 30: قهوة	<b>Flavour and aroma</b>	إضافة لون واحد إلى شكل حرف أساسي/عادي (إطار عام ملون).
الفئة 30: قهوة	<b>FLAVOUR AND AROMA</b>	إضافة لون واحد إلى شكل حرف أساسي/عادي (تدرج لوني).
الفئة 30: قهوة	<b>Flavour and aroma</b>	في هذا المثال، فإن استخدام الكثير من الألوان المختلفة في الحروف قد يجذب انتباه المستهلك، ولكن لن

## أ.2. الاندماج مع علامات الترقيم ورموز أخرى:

➤ في العموم، لا تساهم إضافة علامات الترقيم أو رموز أخرى يشيع استخدامها في التجارة في إضافة طابع

مميز للعلامة التي تحتوي على عناصر لفظية وصفية / غير مميزة.

أمثلة:

غير مميز		
البضائع/الخدمات	العلامة	الأساس المنطقي
الفئة 30: قهوة	<b>“Flavour and aroma”</b>	إضافة أقواس لا تضيف طابع مميز إلى

أ.3. مكان العناصر اللفظية (على الجانبين، أو مقلوبة رأسًا على عقب، الخ):

➤ بإمكان طريقة وضع العناصر اللفظية أن تضيف طابعًا مميزًا للعلامة عندما تكون قادرة على التأثير على فهم المستهلك لمعنى عناصر الكلمة المذكورة. بعبارةٍ أخرى، يجب أن يكون الترتيب ذا طبيعة تجعل المستهلك العادي يركز على البضائع و/أو الخدمات بدلاً من فهم الرسالة الوصفية على الفور. في العموم، لا تعد حقيقة أن العناصر اللفظية مرتبة رأسياً، أو مقلوبة رأسًا على عقب، أو في خط واحد أو أكثر، كافية لتعطي العلامة درجة التميز الأدنى اللازمة للتسجيل.

أمثلة:

غير مميز		
البضائع/الخدمات	العلامة	الأساس المنطقي
الفئة 30: قهوة	<b>Flavour and Aroma</b>	نص في سطرين أو أكثر يُقرأ من اليسار إلى اليمين.

الفئة 30: قهوة	Flavour and Aroma	النص كله مقلوب رأساً على عقب.
الفئة 30: قهوة	Flavour and Aroma	النص كله رأسي.

مميز		
البضائع/الخدمات	العلامة	الأساس المنطقي
الفئة 30: قهوة	<p style="text-align: center;">F d l n      And a a      r v m      Flavour o      m r u      a A r</p>	النص معروض بطريقة أصلية. الشكل الخاص قادر على التأثير على فهم المستهلك للعناصر اللفظية.

ب فيما يخص العناصر التصويرية في العلامة:

ب.1. استخدام الأشكال الهندسية البسيطة:

➤ لا يمكن قبول العناصر اللفظية الوصفية أو غير المميزة المندمجة مع الأشكال الهندسية البسيطة مثل النقاط،

والخطوط، والمقاطع الخطية، والدوائر، والمثلثات، والمربعات، والمستطيلات، والمتوازيات، والأشكال رباعية

وخماسية الأضلاع، والمعينات المنحرفة، والقواطع الناقصة، وخصوصًا عند استخدام الأشكال المذكورة أعلاه كإطار أو حدود.

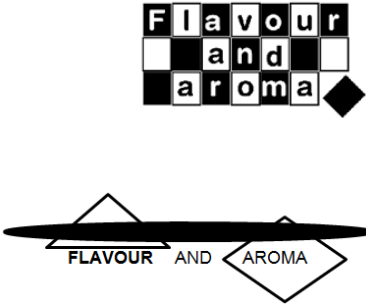
➤ هذا لأن الشكل الهندسي الذي يعمل أساسًا من أجل تحديد أو تمييز أو إحاطة العنصر اللفظي لن يكون ذا تأثير كافٍ على العلامة ككل ليجعلها مميزة.

➤ ومن جانب آخر، فإن الأشكال الهندسية بإمكانها إضافة طابع مميز لعلامة عندما يخلق مظهرها أو هيئتها أو اندماجها مع عناصر أخرى انطباعًا عامًا يكون مميزًا بصورة كافية.

أمثلة:

غير مميز		
البضائع/الخدمات	العلامة	الأساس المنطقي
الفئة 30: قهوة		أمثلة على الأشكال الهندسية البسيطة المستخدمة كإطار أو حدود والتي لا تعد مقبولة.


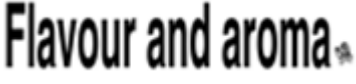



مميز		
البضائع/الخدمات	العلامة	الأساس المنطقي
الفئة 30: قهوة		<p>مثلة على الاندماجات الخاصة للأشكال لهندسية مع الكلمات الوصفية والتي تجعل العلامات مميزة ككل.</p>

ب.2. موقع وتناسب (حجم) العنصر التصويري بالنسبة للعنصر اللفظي:

➤ في العموم، عندما يُضاف عنصر تصويري مميز بحد ذاته إلى عنصر لفظي وصفي و/أو غير مميز، تصبح العلامة قابلة للتسجيل، شريطة أن يكون العنصر التصويري مفهومًا بوضوح في العلامة نظرًا لحجمه ومكانه.

أمثلة:

غير مميز		
البضائع/الخدمات	العلامة	الأساس المنطقي
الفئة 29: سردين		العنصر الأحمر الذي يظهر على حرف (i) يفهمه المستهلك بالكاد.
الفئة 30: قهوة		العنصر التصويري صغير جدًا لدرجة أنه لا يمكن فهمه.

مميز		
البضائع/الخدمات	العلامة	الأساس المنطقي
الفئة 30: قهوة	 <b>Flavour and aroma</b>	العنصر التصويري مميز بحد ذاته وكبير بدرجة كافية ليكون مميزًا في العلامة ككل.

ب.3. سواء كان العنصر التصويري عرض لبضائع و/أو خدمات أو مرتبط بها بصورة مباشرة.

كقاعدة عامة، يبقى اندماج العناصر، التي تصف صفات البضائع والخدمات المرغوب في تسجيلها، بدون تقديم أي تغيرات غير معتادة، وصفي ولا يساهم إلا في تعبير العلامة التي تحتوي على إشارات ودلائل تعمل على وصف صفات البضائع والخدمات المذكورة.

برغم ذلك، قد لا يكون هذا الاندماج وصفيًا، شريطة أن يخلق انطباعًا بعيدًا كفاية عن الانطباع الذي يخلقه الاندماج البسيط لهذه العناصر والذي تكون نتيجته أكبر من مجموع أجزائه.

➤ يحتوي العنصر التصويري في بعض الحالات على إشارة للبضائع والخدمات المقصودة. من حيث المبدأ، يُعد

العنصر التصويري وصفيًا و/أو خال من الطابع المميز إذا:

- كان تصويرًا واقعيًا للبضائع والخدمات
- يحتوي على تصوير تصويري/نمطي للبضائع والخدمات بصورة لا تشذ كثيرًا عن العرض المفهوم للبضائع والخدمات ;

في حالات أخرى قد لا يكون العنصر التصويري معبراً عن البضائع والخدمات، ولكن يبقى على صلة مباشرة مع صفات البضائع و/أو الخدمات. في هذه الحالة تُعد العلامة غير مميزة، ما لم تكن نمطية بشكلٍ كافٍ.

أمثلة:


في الأمثلة التالية، فإن العلامات الناتجة عن اندماج عنصر تصويري غير مميز/وصفي وعنصر لفظي غير مميز/وصفي لا يخلق انطباعاً أكبر من مجموع أجزائه.

سواء كانت العناصر التصويرية و/أو اللفظية تُعد وصفية أو غير مميزة، فإن النتيجة تظل واحدة.

غير مميز

البضائع/الخدمات	العلامة	الأساس المنطقي
الفئة 29: سردين	 <b>Fresh Sardine</b>	<p>عنصر تصويري وصفي + عنصر لفظي وصفي.</p> <p>يعرض العنصر التصويري صورة سردين، ومن ثم فإنه يعرض صورة حقيقية واقعية لأحد المنتجات. لا يمنح شكل الحروف للعناصر اللفظية (الأساسي/المعياري)، ولا التكوين الكلي للعلامة، ولا أي عناصر أخرى للعلامة الحد الأدنى اللازم لخلق طابع مميز.</p>
الفئة 29: سردين	 <b>From the sea to your plate</b>	<p>عنصر تصويري وصفي + عنصر لفظي غير مميز.</p> <p>يعرض العنصر التصويري صورة سردين، ومن ثم فإنه يعرض صورة حقيقية واقعية لأحد</p>

<p>الفئة 29: سردين</p>		<p>عنصر تصويري غير وصفي + عنصر لفظي غير مميز.</p> <p>يعرض العنصر التصويري صورة عبوة سردين نمطية شائع استخدامها كتعبئة للسردين، ومن ثم فإن العنصر يحتوي على صورة تصويرية/نمطية للبضائع التي لا تبتعد كثيراً عن التصوير المعتاد للبضائع المذكورة. لا يمنح شكل الحروف للعناصر اللفظية (الأساسي/المعياري)، ولا التكوين الكلي للعلامة، ولا أي عناصر أخرى العلامة الحد الأدنى اللازم لخلق طابع مميز.</p>
<p>الفئة 29: سردين</p>		<p>عنصر تصويري غير مميز + عنصر لفظي وصفي.</p> <p>يعرض العنصر التصويري صورة عبوة سردين نمطية شائع استخدامها كتعبئة للسردين، ومن</p>

<p>الفئة 37: خدمات مكافحة الحشرات.</p>	<p> <b>PEST CONTROL SERVICES</b></p>	<p>لا يكون العنصر التصويري معبراً عن البضائع والخدمات، ولكن يبقى على صلة مباشرة مع صفات البضائع و/أو الخدمات. العلامة غير نمطية بشكلٍ كافٍ.</p>
--	---	---

مميز

البضائع/الخدمات	العلامة	الأساس المنطقي
الفئة 29: سردين		<p>استثناء: اندماج/تكوين خاص  (تميز عام لعنصرين وصفيين/غير  مميزين سوياً).</p> <p>باستخدام السردين كما في حرفي  (F) و((i، فإن العلامة تخلق  انطباعاً كافٍ ليكون بعيداً عن  الانطباع الذي تخلقه العناصر  التصويرية واللفظية غير  المميزة/الوصفية أكثر من مجموع  أجزائها.</p>



<p>الفئة 29: سردين</p>		<p>عنصر تصويري مميز + عنصر لفظي وصفي. يحتوي العنصر التصويري على صورة سمكة عظمية تسير على قدميها، ومن ثم فإنها تصوير رمزي/تنميطي للبضائع والذي يبتعد كلياً عن العرض المعتاد للبضائع المذكورة.</p>
<p>الفئة 37: خدمات مكافحة الحشرات.</p>		<p>يرتبط العنصر التصويري ارتباطاً مباشراً بخصائص الخدمات، ولكن العلامة بأسلوب منمط بشكل كافٍ.</p>

ب.4. العنصر التصويري شائع استخدامه في التجارة المتعلقة بالبضائع و/أو الخدمات المقصودة.

➤ في العموم، لا تضيف العناصر التصويرية الشائع استخدامها أو المعتادة في التجارة فيما يخص البضائع

و/أو الخدمات المقصودة طابع مميز للعلامة ككل.

غير مميز		
البضائع/الخدمات	العلامة	الأساس المنطقي
الفئة 30: قهوة		<p>يفهم العامة العلامة المذكورة كإشارة واضحة ومباشرة للجودة وليس كإشارة لمنشأ البضائع.</p> <p>العناصر التصويرية خالية من أي صفات بارزة، أو غير معتادة، أو أصلية، ويمكن يفهمها ببساطة كعلامة معروفة لا يراها المستهلك العادي مميزة.</p>
الفئة 29: سردين		<p>علامات السعر الملونة شائعة الاستخدام في التجارة لكل أنواع البضائع، والاندماج مع العناصر اللفظية الوصفية لا يجعل العلامة</p>
الفئة 30: قهوة		<p>علامات الأسعار شائعة الاستخدام في التجارة لكل أنواع البضائع.</p>

<p>الفئة 45: الخدمات القانونية.</p>	<p>LEGAL ADVICE SERVICES</p> 	<p>"ميزان العدل" شائع الاستخدام في الترويج للخدمات القانونية.</p>
---	--	---

### ج كيف يؤثر اندماج المعايير المذكورة أعلاه على التميز؟

➤ في العموم، لا يضيف اندماج عناصر تصويرية وعناصر لفظية، والتي تُعد خالية من أي طابع مميز في حد ذاتها، أي طابع مميز للعلامة.

➤ وبغض النظر، فإن اندماج مثل تلك العناصر ككل قد يُفهم كإشارة منشأ بسبب مظهر وتكوين العلامة. وهكذا سيكون الحال عندما يؤدي الاندماج إلى انطباع عام بعيد كل البعد عن الرسالة الوصفية / غير المميزة التي يوحي بها العنصر اللفظي.

يحتوي الجدول التالي على مختارات من الأمثلة كلها تشتمل على اندماجات للمعايير الفردية التي تم تقييمها في الأجزاء السابقة لكتيب الاستخدام. الاندماجات المبينة تحت العمود الأحمر هي تلك التي لا تساهم في إعطاء طابع متميز، وذلك بموجب طبيعتهم البسيطة و/أو المعتادة. على النقيض، فإن الاندماجات المبينة تحت العمود الأخضر تُعد مميزة.

#### أمثلة:

يجب أن تكون العلامة ذات حد أدنى من التميز لتصبح قابلة للتسجيل. الغرض من هذا المقياس هو توضيح الحد الأدنى. الأمثلة المبينة أدناه من اليسار إلى اليمين تحتوي على عناصر ذات تأثير متزايد على تميز العلامات، مما يؤدي إلى كون العناصر إما غير مميزة في مجملها (العمود الأحمر) أو مميزة في مجملها

(العمود الأخضر) [العلامات التي تحتوي على عبارة " Flavour and aroma " تسعى لحماية القهوة من

الفئة 30 والعلامات التي تحتوي على عبارة " Fresh sardine " تسعى لحماية السردين من الفئة 29].

غير مميزة

مميزة

Flavour  
and  
aroma

Flavour  
and  
Aroma

Flavour and aroma

Flavour and  
Aroma

F.A.R.O.A  
Flavour and Aroma

1.

Flavour and aroma

Flavour and aroma

Flavour and  
aroma

Flavour and  
Aroma

Flavour  
and  
aroma

Flavour  
and  
Aroma



2.

Fresh sardine

Fresh  
sardine

Fresh Sardine

FRESH SARDINE

resh Sardine

Fresh sardine

FRESH SARDINE

3.

## السطر الأول:

من اليسار إلى اليمين، يضم المثال الأول شكل حرف أساسي/معياري مع كلمة مكتوبة بخط سميك وتموضع للعناصر اللفظية. في الحالة التالية تساهم إضافة اللون الأحمر إلى تطور الوضع بعض الشيء، ولكن الاندماج (بين شكل الحرف المعياري وموقع العناصر اللفظية واستخدام لون واحد) لا يعطي العلامة طابعًا مميزًا. في المثال الثالث تضيف إضافة عدد من الألوان شيئًا جديدًا ولكن لا يعطي مظهرها وتكوينها انطباعًا عامًا بعيدًا بشكل كافٍ عن الانطباع الناتج عن الاندماج البسيط بين تلك العناصر، بجانب أن المستهلكين غير قادرين على تذكر الكثير من الألوان وتتابعها. يضم المثال الرابع شكل حرف أساسي/معياري، وتموضع/حجم العناصر اللفظية ولونين، ولكن ما يزال الشكل غير مميز.

يمكن فهم اندماج العناصر التصويرية في المثالين المميزين على الجانب الأيمن ككل كشارة للمنشأ بسبب مظهر وتكوين العلامة، مما يعطي انطباعًا بصريًا بعيدًا بشكل كافٍ عن الرسالة الوصفية/غير المميزة التي تخلقها العناصر اللفظية.

## السطر الثاني:

من اليسار إلى اليمين، يضم أول مثالين في هذه المجموعة أشكال هندسية بسيطة مستخدمة كأطر (مستطيل وشكل بيضاوي بالترتيب) مع شكل حرف أساسي/معياري، يتبعهما شكل حرف أساسي/معياري مع شكل دائري، ولون وتموضع العناصر اللفظية. يضم المثال التالي ترتيبًا غريبًا للعناصر اللفظية في شكل الحرف الأساسي/المعياري مع المستطيل ذي الزاوية واللون. لا يخلق أي من تلك الأمثلة الثلاثة انطباعًا عامًا بعيدًا بشكل كافٍ عن الانطباع الذي يخلقه الاندماج البسيط لتلك العناصر.

في العمود على الجانب الأيمن، تعطي الاندماجات غير الاعتبائية للأشكال مع اندماجات الألوان وتموضع العناصر اللفظية انطباعًا بصريًا بعيدًا بشكل كافٍ عن الرسالة الوصفية/غير المميزة التي يعطيها العنصر اللفظي. ومن ثم، فإن اندماج مثل تلك العناصر ككل قد يُفهم كإشارة منشأ بسبب مظهر وتكوين العلامة.

### السطر الثالث:

من اليسار إلى اليمين، تبدأ مجموعة الأمثلة بتصوير حقيقي واقعي للبضائع مع شكلي حرف أساسيين وتأثيرات خطية، ثم إضافة موقع العناصر اللفظية واللون، ثم إضافة تالية للشكل الهندسي إلى الاندماج، وينتهي كل ذلك بشكل حرف منمط بعض الشيء ولكنه طبيعي إلى حد كبير. لا تعطي أي من تلك الأمثلة طابعًا بصريًا بعيدًا بشكل كافٍ عن الرسالة الوصفية/غير المميزة. ونتيجة لذلك، فإن تلك العلامات ستكون مفهومة كإشارات منشأ.

على الجانب الأيمن من الخط، فإن مظهر وتكوين العلامات، وفي أقصى اليمين وجود عنصر تصويري يمكن التعرف عليه والذي يكون مميزًا في حد ذاته - يضيف على العلامات الحد الأدنى للطابع المميز.