

**مخالفات تسجيل العلامة التجارية
في المملكة العربية السعودية
(دراسة مقارنة).**

إعداد

د/ حمدان بن راشد بن حمدان آل علي

محامٍ ومستشار قانوني في المملكة العربية السعودية
دكتوراه في القانون.

تخصص الامتياز التجاري، قسم القضاء التجاري، المعهد
العالي للقضاء.

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالرياض.

البريد الإلكتروني

Dr.hamdanlaw@gmail.com

مخالفات تسجيل العلامة التجارية في المملكة العربية السعودية دراسة مقارنة

حمدان بن راشد بن حمدان آل علي

قسم القضاء التجاري، تخصص الامتياز التجاري، المعهد العالي للقضاء،
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالرياض، الرياض، المملكة العربية
السعودية.

البريد الإلكتروني: Dr.hamdanlaw@gmail.com

ملخص البحث:

هدفت الدراسة بيان مفهوم تسجيل العلامة التجارية. وبيان الأحكام النظامية والفقهية المتعلقة بمخالفات تسجيل العلامة التجارية. نطاق الدراسة: يتحدد نطاق هذه الدراسة في بيان أحكام مخالفات التسجيل الواردة على العلامة التجارية من حيث ماهيتها، وما ترتبه من آثار.

منهج البحث: اتبع الباحث المنهج الاستقرائي التحليلي مدعماً بالمنهج المقارن. تقسيمات البحث: قسم هذا البحث إلى مبحثين، تناول المبحث الأول مفهوم العلامة التجارية، وتناول المبحث الثاني المخالفات المرتبطة بتسجيل علامة جديدة، أما المبحث الثالث فقد تم إيراد المخالفات المرتبطة بعلامة سبق تسجيلها.

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، أذكرها وفق ما يلي: بين المنظم السعودي الفئة التي يمكنها تسجيل العلامة التجارية وهم: الأشخاص الطبيعيون أو المعنويون المتمتعون بالجنسية السعودية. الأشخاص المقيمون بالمملكة عادة و المصريح لهم بمباشرة عمل من الأعمال التجارية أو الأعمال الحرفية. الأشخاص المنتمون إلى دولة تعامل المملكة بالمثل. الأشخاص المنتمون إلى دولة عضو في اتفاقية دولية متعدد الأطراف تكون المملكة طرفاً فيها أو يقيمون في تلك الدولة. المصالح العامة. لا يمكن إيجاد حماية على العلامة التجارية إلا بتسجيلها. أن العلامة المشهورة محمية على كافة الفئات ، فلا يمكن

تسجيلها على أي فئة مغايرة لما تم تسجيل العلامة عليها. أن للعلامة المشهورة شروطاً تميزها عن غيرها. أن لكل ذي مصلحة الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية.

في حال عدم استعمال العلامة خلال المدة المنصوص عليها نظاماً وهي خمس سنوات متتالية دون عذر مشروع فللإدارة المختصة ولكل ذي مصلحة أن يطلب شطب العلامة التجارية وذلك بناء على ما جاء في المادة الخامسة والعشرين من نظام العلامات التجارية السعودي.

الكلمات المفتاحية: العلامة التجارية، الأحكام النظامية والفقهية، الأعمال التجارية، الأعمال الحرفية.

Trademark Registration Violations in the Kingdom of Saudi Arabia "A Comparative Study"

Hamdan bin Rashid bin Hamdan Al Ali

**Commercial Judiciary Department, specializing in
Commercial Franchise, Higher Judicial Institute, Imam
Muhammad ibn Saud Islamic University, Riyadh, Kingdom
of Saudi Arabia**

Abstract:

The study aimed to clarify the concept of trademark registration and to explain the legal and jurisprudential provisions related to trademark registration violations. Scope of the Study: The scope of this study is determined by clarifying the provisions of trademark registration violations in terms of their nature and their consequences. Research Methodology: The researcher followed the analytical inductive approach supported by the comparative approach. Research Divisions: This research is divided into two sections. The first section addresses the concept of trademarks, the second section addresses violations associated with registering a new trademark, and the third section addresses violations associated with a previously registered trademark.

The study reached several conclusions, which I will mention as follows: -The Saudi regulator identified the categories eligible for trademark registration: Natural or legal persons of Saudi nationality. Individuals who normally reside in the Kingdom and are authorized to engage in commercial or craft activities. Individuals from a country that treats the Kingdom reciprocally. Individuals from a country that is a member of a multilateral international agreement to which the Kingdom is a party or reside in that country.

•**Public interests.** A trademark can only be protected by registration. A well-known trademark is protected across all categories; it cannot be registered in any category other than the one for which it was registered. A well-known trademark

has conditions that distinguish it from others. Any interested party may object to the registration of a trademark.

If the trademark is not used within the statutory period of five consecutive years without a legitimate excuse, the competent authority and any interested party may request the cancellation of the trademark, pursuant to Article 25 of the Saudi Trademark Law.

Keywords: Trademark, Statutory and Jurisprudential Provisions, Commercial Activities, Craft Activities.

المقدمة

إن الحمد لله نحمده، ونستعينه، ونستغفره، ونعوذ بالله من شرور أنفسنا ومن سيئات أعمالنا، من يهده الله فلا مضل له، ومن يضلل فلا هادي له، وأشهد أن لا إله إلا الله وأن محمداً عبد ورسوله.

أما بعد:

فإن العلامة التجارية هي هوية فريدة تستخدم لتمييز المنتجات أو الخدمات التي تقدمها شركة أو مؤسسة معينة عن غيرها في السوق، وهي عنصر أساسي في بناء الثقة بين الشركات والمستهلكين، حيث تعكس العلامة التجارية جودة المنتج وقيم الشركة، ورسالتها إلى الجمهور، وفي ظل الأسواق التنافسية الحديثة، أصبحت العلامة التجارية أداة استراتيجية لا غنى عنها، حيث تمثل مصدر قوة للشركات وتساعد على التميز عن المنافسين، فضلاً عن أنها تعكس القيم والابتكار والجودة التي تقدمها الشركة. إن أهمية العلامة التجارية تتعدى كونها رمزاً مرئياً، لتصبح أداة فعالة لتحقيق النجاح والاستدامة في عالم الأعمال.

أهمية الموضوع:

تعتبر العلامة التجارية ركيزة أساسية لتعزيز التنمية الاقتصادية و التجارية وتشجيع الإبداع في مختلف القطاعات، وذلك عن طريق منح الحماية اللازمة للعلامة التجارية وتعزيز ثقة المستهلك وزيادة القيمة الاقتصادية و تسهيل التجارة الدولية وحماية للمستهلك وللمجتمع كافة.

مشكلة الدراسة:

حيث إن نظام العلامات التجارية في المملكة العربية السعودية قد وضع إطاراً قانونياً لحماية العلامة التجارية وتنظيم تسجيلها إلا أن الواقع العملي يكشف عن إشكالات عديدة من حيث من يحق له التسجيل وما مدى مخالفة شرط من شروط التسجيل، وإلى أي مدى يصل حماية العلامة التجارية المسجلة وكيفية استمرار هذه الحماية، مما سبب إشكالات عدة لدى ملاك العلامات التجارية و الغير، مما يؤدي إلى نشوء نزاعات قضائية و إضرار بمبدأ حماية الملكية الفكرية وتشجيع الاستثمار.

أهداف الدراسة:

١- بيان مفهوم تسجيل العلامة التجارية.

٢- بيان الأحكام النظامية والفقهية المتعلقة بمخالفات تسجيل العلامة التجارية

تساؤلات الدراسة:

١. ما المقصود بتسجيل العلامة التجارية؟
٢. من الذين يحق لهم تسجيل العلامة التجارية؟
٣. ما مدى حماية العلامة التجارية المسجلة و التي لم يتم تسجيلها؟

نطاق الدراسة:

يتحدد نطاق هذه الدراسة في بيان أحكام مخالفات التسجيل الواردة على العلامة التجارية من حيث ماهيتها، وما ترتبه من آثار.

منهج البحث:

اتبع الباحث المنهج الاستقرائي التحليلي مدعماً بالمنهج المقارن.

تقسيمات البحث:

قسم هذا البحث إلى مبحثين، تناول المبحث الأول مفهوم العلامة التجارية، وتناول المبحث الثاني المخالفات المرتبطة بتسجيل علامة جديدة، أما المبحث الثالث فقد تم إيراد المخالفات المرتبطة بعلامة سبق تسجيلها.

المبحث الأول

التعريف بمفردات البحث.

المطلب الأول: تعريف مخالفات تسجيل العلامة التجارية لفظاً.

الفرع الأول: المخالفة.

مأخوذة من خالف الشيء فهو مخالف أي بجانب الصواب. والخلف - بسكون اللام - هو الرديء من الشيء. وَيُقَالُ هَذَا خَلْفٌ مِنَ الْقَوْلِ - أي: رديءٌ. وَيُقَالُ فِي مَثَلٍ: "سَكَتَ أَلْفَا وَنَطَقَ خُلْفًا". للرجل يُطِيلُ الصَّمْتَ، فَإِذَا تَكَلَّمَ تَكَلَّمَ بِالْخَطَأِ^(١).

الفرع الثاني: العلامة التجارية.

العلامة في اللغة، مأخوذة من العلم "ع ل م" وهذا الجذر أصل صحيح في اللغة، وله اشتقاقات عدة:

- العلم: بفتح العين واللام: تطلق وتدلّ على الجبل أو أعلى موضع فيه، أو أعلى ما يلحقه بصرك منه. ومنه قول الخنساء: وَإِنَّ صَخْرًا لَتَأْتُمُ الْهُدَاةُ بِهِ... كَأَنَّهُ عِلْمٌ فِي رَأْسِهِ نَارٌ^(٢).

- وتطلق على علم الجيش (الراية) وعلى علم الثوب^(٣)، ومنه العلامة وتجمع على علامات.

- ويطلق على علم الطريق، وهو كل ما نُصِبَ على الطُّرُق ليهتدي به من حجارة وغيرها، وتجمع على أعلام ومعالم. فيقال معالم الدين: أي دلائله^(٤).

- العلم: بكسر العين وسكون اللام مأخوذ من علم "الفعال".

(١) أنظر: محمد بن أحمد الأزهري الهروي، أبو منصور، تهذيب اللغة، تحقيق محمد عوض مرعب،

الطبعة الأولى، ٢٠٠١م، دار أحياء التراث العربي، بيروت - لبنان، ١٦٨/٧

(٢) جمهرة اللغة، لأبي بكر محمد بن الحسن بن دريد الأزدی، دار العلم للملايين، بيروت، الطبعة الأولى،

١٩٨٧م ٣٣/٢

(٣) مختار الصحاح، زين الدين أبو عبد الله محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الحنفي الرازي، المكتبة

العصرية، بيروت، ١٤٢٠هـ ٤٦٧. وجمهرة اللغة المرجع السابق ٣٣/٢.

(٤) جمهرة اللغة مصدر سابق ٣٣/٢.

- تطلق للدلالة على المعرفة وضد الجهل فيقال علم يَعْلَمُ عِلْماً نقيض جَهْلٍ ورجل
 علّامة وعلّامٌ وعليم^(١) وتجمع على أعلام، فأعلام القوم ساداتهم^(٢).
- تطلق وتدلّ على اليقين، وهو درجة من المعرفة والعلم، بحيث ينتفي الشك و الريب
 عن من بلغها في حكم قضية ما^(٣).

وبالنظر لهذه الدلالات اللغوية المختلفة كلّها فإنه يتبيّن للباحث أن معنى العلامة في
 اللغة هو ذاته المعنى الاصطلاحي في الجملة، حيث إن الناظر للوظيفة العملية للعلامة
 التجارية يدرك أنها لا تخرج بحال عن أحد هذه الدلالات آنفة الذكر.

(١) كتاب العين لأبي عبد الرحمن الخليل بن أحمد بن عمرو بن تميم الفراهيدي البصري، دار ومكتبة
 الهلال، ١٥٢/٢.

(٢) جُمهرة اللغة، مصدر سابق ٣٣/٢.

(٣) المصباح المنير، لأحمد بن محمد بن علي الفيومي ثم الحموي، أبو العباس ٢٢١، المكتبة العلمية
 بيروت، تاج العروس من جواهر القاموس، محمّد مرتضى الحسيني الرّبيدي، اصدار وزارة الإرشاد
 والأنباء، الكويت، ١٤٢٢هـ ٣٣، ١٢٦/.

المطلب الثاني: تعريف مخالفات تسجيل العلامة التجارية نظاماً.

الفرع الأول: المخالفة.

عرفت بعد تعريفات منها:

- المخالفة: كل فعل أو امتناع عن فعل مخالف للأنظمة و القرارات الصادرة بالاستناد إليه^(١).
 - المخالفة: تصرف لم يُراع فيه الشخص المخالف القوانين النافذة و المرعية الإجراء، بحيث يعتبر تصرفه عملاً خارقاً على القانون^(٢).
 - المخالفة: خرق القاعدة القانونية^(٣).
 - المخالفة وفق مفهوم النظام السعودي^(٤): هو كل فعل أو ترك يخالف الأنظمة أو اللوائح أو التعليمات أو القرارات الصادرة من الجهات المختصة.
- وهو ما سار عليهم المنظم في مختلف الأنظمة السعودية ولو لم ينص على تعريف المخالفة إلا أنه رتب عليها جزاءات ولا يكون هناك جزاءات إلا على مخالفة للنصوص النظامية.

الفرع الثاني: العلامة التجارية.

من حيث المبدأ فإن العلامة في النظام، تطلق على كل ما وضع بقصد تمييز واقع قانوني معين سواء محل تجاري أو منتج صناعي أو خدمة، مما يمكن إدراكها من خلال النظر البصري.

وهذا الأساس هو ما نجد ترجمته واضحة في نص المنظم السعودي حين تطرق لتعريف العلامة التجارية فقال: "تعد علامة تجارية في تطبيق أحكام هذا النظام الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً أو الإمضاءات أو الكلمات أو الحروف أو الأرقام أو الرسوم أو الرموز أو

(١) المعجم الإداري، سمير الشويكي، دار أسامة الأردن، الطبعة الأولى، ٢٠٠٦، ص ٢٨٥

(٢) معجم المصطلحات الفقهية و القانونية، الدكتور/ جرجس الجرجس، الشركة العالمية للكتاب، بيروت، الطبعة الأولى، ١٩٩٦ م، ص ٢٧٩

(٣) معجم في علم الاجرام و الاجتماع و القانون و العقاب، الدكتور/ محمود أبو زيد، دار الكتاب للنشر و التوزيع، مصر، ١٩٨٧ م، ص ٥٠٣

(٤) المادة الأولى من لائحة الغرامات و الجزاءات البلدية الصادر بقرار مجلس الوزراء رقم ٢١٨ وتاريخ ١٤٢٢/٠٨/٠٦ هـ.

الأختام أو النقوش البارزة، أو أي إشارة أخرى أو أي مجموع منها تكون قابلة للإدراك بالنظر وصالحة لتمييز منتجات صناعية أو تجارية أو حرفية أو زراعية أو مشروع استغلال للغابات أو ثروة طبيعية، أو للدلالة على أن الشيء المراد وضع العلامة عليه يعود لمالك العلامة بداعي صنعه أو انتقائه أو اختراعه أو الاتجار به، أو للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات^(١).

فانطلاقاً من هذا النص النظامي: تكون تعريف العلامة التجارية من خلال العناصر الآتية:

أولاً: من حيث حقيقتها وشخصها: هي الأسماء، أو الإماءات أو الكلمات أو الحروف أو الأرقام أو الرسوم أو الرموز أو الأختام أو النقوش البارزة، أو ما في حكم أحد هذه المذكورة أو تكون شكلاً يجمع عدداً من هذه المذكورات، بشرط أن تكون قابلة للإدراك بالنظر.

ثانياً: من حيث الغرض منها، فهي:

١. أن تكون متخذة لغرض تمييز منتجات صناعية أو تجارية أو حرفية أو زراعية أو

مشروع استغلال للغابات أو ثروة طبيعية، أو للدلالة على أن الشيء المراد وضع العلامة عليه، واشترط لهذا الغرض أن تكون صالحة لتمييز وفقاً للمعايير النظامية.

٢. للدلالة أن الشيء المراد وضع العلامة عليه يعود لمالك العلامة بداعي صنعه أو

انتقائه أو اختراعه أو الاتجار به، أو للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات.

وبطبيعة الحال فإنه يشترط لهذا القيد الأخير أن تكون ملكية ذلك الواقع المراد

تمييزه بوضع العلامة عائدة بالفعل لصاحب العلامة المستعملة في التمييز وفقاً للنظام، سواء ملكية محضة أو ملكية جزئية.

الفرع الثالث: التعريف المختار للمخالفات الواردة على تسجيل العلامة التجارية.

يرى الباحث أن التعريف الجامع هو "ارتكاب محذور نظامي أو ترك ما أوجبه المنظم

على مسجل العلامة التجارية"، فهذا التعريف جامع بين الحماية المدنية و الجنائية للعلامة

التجارية حيث لم يتم إيراد قصد ارتكاب المخالفة أو الرغبة في ترك الشروط اللازمة بل

يكفي من ذلك وقوع الخطأ أو وقوع الضرر بمعنى أدق.

(١) نظام العلامات التجارية السعودي الصادر بالمرسوم الملكي رقم م/٢١ بتاريخ ٢٨ / ٥ / ١٤٢٣ هـ

المبحث الثاني

المخالفات المرتبطة بتسجيل علامة جديدة.

بالنظر إلى تسجيل علامة تجارية جديدة نجد أن المنظم نص صراحة على عدد من الإجراءات التي يجب اتباعها ابتداءً قبل القيام بتقديم طلب التسجيل، وقد قمت ببيان هذه الإجراءات مع تفصيلها في هذا المبحث، وقد قسمته على مطلبين المطلب الأول: المخالفات الشكلية و المطلب الثاني: المخالفات الموضوعية.

المطلب الأول: المخالفات الشكلية.

نقصد بالمخالفات الشكلية هي عدم قيام طالب تسجيل العلامة التجارية بتطبيق الآلية المعتبرة لتسجيل العلامة التجارية أو مخالفة شيء منها مما ينتهي به الحال إلى رفض طلب تسجيل العلامة التجارية، وقد جاءت المادة الرابعة من نظام العلامات التجارية السعودي بالنص على الفئات الذين لهم الحق في تسجيل العلامة التجارية^(١) وهم:

- أ- الأشخاص الطبيعيون أو المعنويون المتمتعون بالجنسية السعودية.
- ب- الأشخاص المقيمون بالمملكة عادة و المصرح لهم بمباشرة عمل من الأعمال التجارية أو الأعمال الحرفية.
- ت- الأشخاص المنتمون إلى دولة تعامل المملكة بالمثل.
- ث- الأشخاص المنتمون إلى دولة عضو في اتفاقية دولية متعدد الأطراف تكون المملكة طرفاً فيها أو يقيمون في تلك الدولة.
- ج- المصالح العامة.

ولم يفرق المنظم بينهم في آلية التسجيل بين الفئات السابقة حيث ذكر المنظم السعودي في المادة الخامسة من نظام العلامات التجارية ببيان آلية تقديم الطلب حيث نص على أن طلب التسجيل يقدم من صاحب الشأن نفسه أو وكيله إذا كان له موطن بالمملكة، وذلك بطلب يرفع إلى الإدارة المختصة بوزارة التجارة، وفقاً للشروط والإجراءات التي تحددها اللائحة التنفيذية^(٢).

(١) ويطبقه ما ورد في نظام العلامات التجارية لدون مجلس التعاون الخليجي المادة الخامسة منه.

(٢) المادة الخامسة من نظام العلامات التجارية السعودي

كما يجوز تسجيل العلامة تجارية على فئة واحدة أو أكثر من فئات السلع أو الخدمات وهذا ما أكدته الفقرة الأولى من المادة التاسعة من نظام العلامات التجارية الموحد لدول مجلس التعاون الخليجي^(١).

وقد أخذ المنظم السعودي بإفضاء حق الأولوية لمن سبق له أن قام بتسجيل علامته التجارية لدى دولة عضو في اتفاقية دولية متعددة الأطراف تكون المملكة طرفاً فيها، أو دولة أخرى تعامل المملكة معاملة المثل، ويكون طالب التسجيل ملزماً بإرفاق إقرار يبين فيه تاريخ الطلب السابق، ورقمه والدولة التي أودع فيها، وذلك خلال ستة أشهر من تاريخ تقديم طلب التسجيل الذي يدعى من أجله حق الأولوية وإلا سقط حقه بالمطالبة وذلك وفقاً للمادة التاسعة من نظام العلامات التجارية السعودي، وهذه المادة توافق ما ذكر في حق الأولوية بنظام العلامات التجارية الموحد لدول مجلس التعاون الخليجي في المادة الحادية عشر منه^(٢).

كما بيّنت المادة الثانية من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية السعودية البيانات اللازمة لتوفرها في طلب التسجيل، وهي كالتالي:

١- صورة العلامة المطلوب تسجيلها، وتلصق في الفراغ المخصص لها بنموذج طلب التسجيل.

٢- اسم طالب التسجيل ولقبه و عنوانه وجنسيته واسمه التجاري إن وجد وإذا كان طالب التسجيل شخصاً معنوياً وجب ذكر اسمه وعنوان مقره الرئيسي و جنسيته.

٣- إذا كان الطلب مقدماً من وكيل وجب ذكر اسمه ولقبه وعنوانه.

٤- وصف العلامة المطلوب تسجيلها.

٥- المنتجات أو الخدمات المطلوب تسجيل العلامة عنها وفئتها.

ومن المهم إرفاق عشر صور للعلامة مطابقة لنموذج العلامة في طلب التسجيل، وإذا كان الطلب مقدماً من وكيل فترفق نسخة من الوكالة، وإرفاق ما يثبت سداد الرسوم، وإذا

(١) "يجوز تسجيل العلامة التجارية عن فئة واحدة أو أكثر من فئات السلع أو الخدمات وفقاً لما تحدده اللائحة التنفيذية لهذا القانون (النظام)."

(٢) المادة ١١: إذا رغب طالب تسجيل علامة أو خلفه في التمتع بحق الأولوية استناداً إلى طلب سابق مودع في دولة عضو في اتفاقية دولية متعددة الأطراف تكون الدولة من دول المجلس طرفاً فيها، فعليه أن يرفق بطلبه صورة من الطلب السابق وإقراراً يبين فيه تاريخ الطلب السابق ورقمه والدولة التي أودع فيها، وذلك خلال ستة أشهر من تاريخ طلب التسجيل الذي يستند إليه في حق الأولوية. وإلا سقط حقه في المطالبة بهذا الحق.

اشتملت العلامة المطلوب تسجيلها على لفظ بلغة أجنبية وجب تقديم ترجمة معتمدة إلى اللغة العربية مع بيان كيفية نطقه وذلك وفق ما جاء في المادة الثالثة والرابعة من اللائحة، وفي حالة مخالفة الطلب السابق لما ورد في المادة الثانية من النظام فلا يقبل طلبه ولا تسجيله^(١).

بناءً على ما سبق بأن قيام طالب التسجيل بمخالفة أي من الاشتراطات المذكورة أعلاه فإنه يتعين رفض تسجيله ويكون له الحق بالاعتراض على قرار الرفض خلال ستين يوماً من تاريخ إبلاغه بذلك^(٢) وفي حال صدور قرار من الجهة المختصة برفض التظلم كان لصاحب الشأن الحق في التظلم أمام المحكمة التجارية خلال ثلاثين يوماً من تاريخ إبلاغه به^(٣).

وننوه إلى أنه ومع التطور وفق رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠ م فقد قامت بإنشاء الهيئة السعودية للملكية الفكرية^(٤) وإسناد كافة اختصاصات العلامات التجارية إليها، وتتلخص خطوات تسجيل العلامة التجارية لدى موقع الهيئة حسب التالي:

١. خطوات الحصول على الخدمة (الأفراد):
 ٢. الدخول على موقع الهيئة^(٥) واختيار الخدمات والضغط على خدمة العلامات التجارية.
 ٣. الدخول إلى بوابة العلامات التجارية.
 ٤. الانتقال إلى منصة الخدمة من خلال النفاذ الوطني الموحد / البريد الإلكتروني.
 ٥. طلب تسجيل علامة جديدة (كمالك أو كصاحب شأن أو كمالك للمؤسسة أو كشركة).
 ٦. تعبئة البيانات.
 ٧. يتم إصدار فاتورة لدراسة العلامة، وفي حال سدادها يتم استقبال الطلب ودراسته.
 ٨. بعد الدراسة يتم اتخاذ أحد القرارات التالية:
- القبول بشرط التعديل (مهلة التعديل ٩٠ يوماً)، وفي حال لم يتم تقديم

(١) المادة الرابعة لائحة نظام العلامات التجارية لدون مجلس التعاون الخليجي.

(٢) وفق ما جاء في المادة الثامنة من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية السعودي

(٣) المادة التاسعة من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية السعودي، وننوه إلى أن اختصاص النظر في التظلم كان يقدم أمام ديوان المظالم وقد انتقل الاختصاص إلى المحاكم التجارية الصادر بقرار مجلس الوزراء رقم ٥١١ بتاريخ ١٤/٨/١٤٤١هـ

(٤) أنشأت بموجب قرار مجلس الوزراء رقم ٤٩٦ بتاريخ ١٤/٩/١٤٣٩هـ

(٥) <https://www.saip.gov.sa/services/1307>

- الطلب بالتعديل المطلوب خلال ٩٠ يوما يتحول الطلب إلى متنازل عنه.
- الرفض مع إمكانية التعديل (مهلة التعديل ١٠ أيام).
 - الرفض النهائي في إحدى الحالتين:
 ١. إذا لم يتم التعديل خلال المهلة المحددة (١٠ أيام).
 ٢. إذا تم التعديل من قبل العميل ولم يستوفِ الشروط النظامية المطلوبة.
 - ٩. في حال قبول العلامة التجارية يتم إصدار فاتورة النشر ومن ثم الانتقال إلى مرحلة النشر بعد سداد الرسوم المستحقة من قبل مقدم الطلب.
 ١٠. النشر (مدة النشر ٦٠ يومًا).
 ١١. بعد انتهاء مرحلة النشر دون أي اعتراض مقدم يتعين على العميل سداد الفاتورة النهائية خلال ٣٠ يوما من إصدارها، ومن ثم طباعة الشهادة عن طريق النظام
 - في حال كان طلب التسجيل مقدماً من (وزير أو نائب وزير أو وكيل أو صاحب صلاحية) فيلزم الحصول على تفويض من صاحب الصلاحية بالجهة الحكومية، وإرفاق ذلك عند تقديم الطلب.
 - في حال كان مقدم الطلب وكيلاً فيلزم منه عمل "قيد وكيل تسجيل علامة تجارية في سجل الوكلاء". ومن ثم قيامه بنفس الإجراءات المذكورة أعلاه بصفته وكيلاً.

المطلب الثاني: المخالفات الموضوعية.

عند التحدث عن المخالفات الموضوعية يتبادر للذهن مباشرة بأن تكون المخالفة مرتبطة بالعلامة المراد تسجيلها منفصلة عن الغير، وهذا غير صحيح حيث إن المنظم قام بإضفاء الحماية القانونية على العلامات المسجلة والعلامات الغير مسجلة إذا كانت مشهورة كما جاء في اتفاقية باريس (١٨٨٣م) في المادة السادسة الفقرة الثانية، واتفاقية ترينس المادة السادسة عشر الفقرة الثانية (١٩٩٤م)، وقد أحسن المنظم السعودي في ذكر الحماية المقررة للعلامة المشهورة كما سننبسط القول فيه تباعاً.

الفرع الأول: عدم وجود الصفة المميزة.

لا يمكن تسجيل العلامة التجارية التي تفقد لأهم العناصر الشكلية، ويلزم أن تكون للعلامة شكل مميز خاص بها، وبمعنى آخر أن تتصف العلامة بصفة ذاتية تمنع من التشابه بغيرها من العلامات، وتكون العلامة مميزة متى ما اتخذت شكلاً مميزاً كأن تتخذ شكلاً دائرياً أو مربعاً أو أن تكون مرسومة بشكل نزخرف أو نقش مميز، وبالتالي فالعلامة المجردة من أية صفة مميزة لا يقبل تسجيلها، كذلك العلامة التي تقتصر على بيان مصدر المنتج فحسب، مثل علامة الجبن الفرنسي أو القهوة السعودية^(١).

وقد أوضحت المادة الثانية من نظام العلامات التجارية السعودي هذا الشرط بقوله "لا تعد ولا تسجل علامة تجارية ١- الإشارات الخالية من أية صفة مميزة والتي تعد وصفاً لخصائص المنتجات أو الخدمات أو تكون مجرد أسماء عادية يطلقها العرف على المنتجات أو الخدمات".

كما تم النص عليها بنظام العلامات التجارية الخليجي في المادة الثالثة بقوله " لا تعد علامة تجارية أو جزء منها، ولا يجوز أن يسجل بهذا الوصف ما يأتي:

١- العلامة الخالية من أية صفة مميزة، أو العلامات المكونة من بيانات ليست إلا التسمية التي يطلقها العرف على السلع و الخدمات، أو الرسوم المألوفة و الصور العادية للسلع".

وتطبيقاً لذلك أيد ديوان المظالم قرار وزارة التجارة برفض تسجيل علامة تجارية بلفظ (الماس يظل إلى الأبد) لأنها وصف لخصيصة من خصائص الألماس وجاء في التسبيب

(١) عدنان غسان، التنظيم القانوني للعلامة التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، ٢٠١٢، ص ١٣٤

أن هذا مخالف للمادة الثانية فقرة (أ) التي نصت على عدم جواز تسجيل الإشارات الخالية من أي صفة مميزة و التي تعد وصفاً لخصائص المنتجات أو الخدمات، وانتهى الحكم برفض الدعوى^(١).

الفرع الثاني: عدم توافر الجدة.

عند تسجيل العلامة التجارية يكون من المهم النظر إلى موضوع الجدة في العلامة التجارية بحيث لا تكون مشابهة لعلامة سبق تسجيلها، وذلك حماية للعلامة المسجلة ومنعاً من تضليل الجمهور المعني، خاصة و أن المستهلك لا يفرق بشكل كبير في حال تقارب العلامات التجارية، وهذا ما نص عليه المنظم في المادة الثانية الفقرة (ل) حيث ذكر أن من العلامات التي يمنع تسجيلها هي الإشارات المطابقة أو المشابهة لعلامات تجارية سبق إيداعها أو تسجيلها من قبل الآخرين على منتجات أو خدمات مطابقة أو مشابهة. . . الخ، كما جاء نظام العلامات التجارية لدول مجلس التعاون الخليجي بالنص على منع تسجيل العلامات المشابهة أو المطابقة وذلك وفق ما جاء في المادة الثالثة الفقرة (١١) منها.

كما أن المنظم في الفقرة الأولى راعى موضوع جدة العلامة وأهمية ذلك تنعكس على أن العلامة الخالية من أي شيء يميزها فلا يمكن عدها علامة تجارية لعدم تحقق الشرط، ولكن هل شرط الجدة مطلق أم نسبي؟

بالاطلاع على النظام السعودي نجد أن هذا الشرط نسبي، بمعنى أنه أجاز تسجيل العلامة المسجلة مسبقاً ولكن على فئات أخرى، بحيث لا تنطبق الفئات، بشرط وهو عدم كون العلامة التي سبق تسجيلها علامة مشهورة وذلك بسبب أن العلامة المشهورة مكتسبة الحماية المطلقة فلا يمكن تسجيلها على أي فئة كانت كما سيأتي شرحها في موضعه^(٢).

الفرع الثالث: تسجيل علامة تجارية مخالفة للشريعة الإسلامية أو النظام العام أو الآداب العامة.

بالاطلاع على المحظورات التي تم تعدادها وفق المادة الثالثة من قانون (نظام)

(١) أنظر الحكم الصادر في القضية رقم ٤/أ/د/٧١ لعام ١٤٢٧هـ بتاريخ ١٤٢٧/٩/١هـ، منشور في مجموعة الأحكام و المبادئ، ٧١ لعام ١٤٢٧هـ ص ١٧٩٣

(٢) أنظر: حقوق الملكية الفكرية في النظام السعودي، د. أحمد صالح مخلوف، دار الإجازة، الرياض، ط ٢، ١٤٣٩هـ، ص ٥٧

العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية^(١) وما جاء في المادة الثانية من نظام العلامات التجارية السعودي نجد أنها لا تخرج عن النظام العام^(٢) والآداب العامة^(٣) ومراعاة للمصالح العامة.

كما نجد أن المنظم راعى الآداب العامة واحترام النظام العام وهذا هو جوهر النظام العام كما ينطوي تحت هذه الفقرة ما ورد في الفقرة الخامسة، لذلك حظرت القوانين العربية عموماً تسجيل العلامة التجارية التي تتضمن الإساءة للرموز الدينية، فعلى سبيل المثال قانون الملكية الفكرية المصري رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ م في المادة السابعة والستين الفقرة الرابعة منها نص على "عدم تسجيل العلامات المطابقة أو المشابهة للرموز ذات الصبغة الدينية".

ومن الواضح أن الدين المذكور في المادة ليس الدين الإسلامي فقط، بل كافة الأديان السماوية وذلك كون اللفظ عاماً وليس مخصصاً، والنكرة في سياق النفي أو النهي من صيغ العموم بل هي أقواها^(٤).

وتطبيقاً لذلك حكم ديوان المظالم بمنع تسجيل كلمة تشيرشس (Churchs) التي تعني باللغة العربية كنسية أو متعبد النصرى، لأنها من الرموز الدينية لدى النصرى^(٥) أما ما ورد في الفقرة السادسة من نظام العلامات التجارية السعودي من عدم جواز

(١) ما تم ذكره هو مطابق لما جاء في المادة الثانية من نظام العلامات التجارية السعودي الصادر وفق

المرسوم ملكي رقم م/٢١ بتاريخ ٢٨/٥/١٤٢٣هـ

(٢) النظام العام هو: القواعد القانونية التي يقصد بها تحقيق مصلحة عامة سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية تتعلق بنظام المجتمع الأعلى وتعلوا على مصلحة الأفراد. الوسيط في القانون المدني، عبدالرزاق السنهوري، ج ١، دار النهضة العربية، القاهرة، ط ٢، ص ٣٣٩

(٣) يمكن تعريف الآداب العامة بأنها: مجموعة المعايير السلوكية المعتمدة في مجتمع وزمن معينين، والتي يعتبرها هذا المجتمع أساسية في حفظ أخلاق أفرادها والتزامهم بها في علاقاتهم، بحيث تبقى هذه العلاقات سليمة ومرتفعة عما يحيط من كرامة الإنسان وسمعته، وهذه المعايير السلوكية هي حصيلة التراث الأخلاقي والثقافي والديني الذي يلتف حوله الضمير الاجتماعي في مجتمع معين. أنظر: فكرة النظام العام والآداب العامة في القانون والفقه، أبو جعفر المنصوري، دار الجامعة الجديدة، القاهرة، ٢٠١٠م، ص ١٠٦

(٤) أصول الفقه الذي لا يسع الفقيه جهله، عياض بن نامي السلمي، دار التدمرية، الرياض، ١٤٢٦هـ، ص ٣٠٦

(٥) أنظر الحكم الصادر من الدائرة الإدارية الثالثة بديوان المظالم في القضية رقم ق/١/٩١١ لعام ١٤٢٧هـ بتاريخ ١٤٢٧/٨/١٤هـ، منشور في مجموعة المبادئ الصادرة عن الديوان ٩١١ لعام ١٤٢٧هـ، ص ١٢٥٠

تسجيل أسماء المناطق الجغرافية فأشير إلى أنه تطبيقاً لهذا الشرط فمن الأحكام القضائية التي منعت تسجيل العلامة التجارية لكونها تحمل أسماء جغرافية ما حكم به ديوان المظالم من منع تسجيل عبارة (مكة سبرنج) والتي ترجمتها (ينابيع مكة) كعلامة تجارية، استناداً إلى الفقرة الثانية من المادة الثانية من نظام العلامات التجارية والتي لم تجعل الأسماء الجغرافية علامة تجارية، كما أن عبارة ينابيع مكة تدل على اسم جغرافي مقدس لدى جميع المسلمين، وأن تسجيلها يعطي صبغة دينية وقيمة للمنتجات الموضوعة عليها أن مصدرها مكة المكرمة^(١).

الفرع الرابع: تسجيل العلامة المشهورة.

وضعت اتفاقية باريس^(٢) في المادة ٦ (ثانياً) أحكاماً خاصة لحماية العلامة المشهورة فأوجبت على الدول الأعضاء في اتحاد باريس أن ترفض طلب تسجيل أو تبطل تسجيل أو تمنع استعمال أي علامة تشكل نسخاً أو تقليداً لعلامة ترى السلطة المختصة في الدول أنها علامة مشهورة إذا كان استعمال تلك العلامة بصدد منتجات مماثلة أو مشابهة يؤدي إلى وقوع لبس أو تضليل. وهذا الحكم يقرر حماية من نوع خاص للعلامة المشهورة، ولو لم تكن مسجلة. ولم تضع اتفاقية باريس أي معايير لقياس مدى شهرة العلامة، بل تركت ذلك لتقدير الأجهزة الإدارية أو السلطات القضائية المختصة في كل دولة من الدول الأعضاء في اتحاد باريس^(٣).

ومن الغني عن البيان أن الحماية المقررة للعلامة المشهورة في اتفاقية باريس تقتصر على علامة السلعة دون علامة الخدمة، حيث إن نص المادة ٦ الفقرة ثانياً لا يتحدث عن العلامة المشهورة إلا بصدد علامات السلع.

(١) أنظر الحكم في القضية رقم ق/١٩٨/١ لعام ١٤٢٦هـ، بتاريخ ١١/٨/١٤٢٧هـ، منشور في مجموعة الأحكام والمبادئ المشار إليها سابقاً.

(٢) تطبق اتفاقية باريس على الملكية الصناعية بأوسع مفاهيمها، بما في ذلك البراءات والعلامات والرسوم والنماذج الصناعية ونماذج المنفعة (وهي نوع من "براءات الاختراع الصغيرة" المنصوص عليها في تشريعات بعض البلدان) وعلامات الخدمة والأسماء التجارية (وهي تسميات تشير إلى نشاط صناعي أو تجاري يمارس بناء عليها) والبيانات الجغرافية (أي بيانات المصدر وتسميات المنشأ) وقمع المنافسة غير المشروعة. انعقدت في عام ١٩٧٩م

(٣) المادة ١٦ من اتفاقية ترينس

وقد طورت اتفاقية التريس^(١) أحكام العلامة المشهورة، حيث عالجتها في المادة ١٦ فقرة ٢، ٣، فعدلت أحكام اتفاقية باريس من عدة جوانب أهمها أنها توسعت في مفهوم العلامة المشهورة فلم تقصرها على علامة السلعة، بل أدخلت فيها أيضا علامة الخدمة (المادة ١٦ فقرة ٢ تريس)، كما وضعت ضابطا يمكن للدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية الاسترشاد به في تحديد مفهوم العلامة المشهورة وهو مراعاة مدى معرفة العلامة التجارية في قطاع الجمهور المعنى بما في ذلك معرفتها في البلد العضو المعنى نتيجة ترويج العلامة التجارية (مادة ١٦ فقرة ٢). كما توسعت الاتفاقية في نطاق الحماية المقررة للعلامة المشهورة فحظرت استخدامها إذا كانت مسجلة على سلع أو خدمات غير مماثلة للسلع أو الخدمات التي تستخدم العلامة المشهورة أصلا في تمييزها إذا توافرت الشروط التي نصت عليها المادة ١٦ فقرة ٣ من اتفاقية التريس.

كما أجازت المادة ١٧ من الاتفاقية للبلدان الأعضاء أن تمنح استثناءات محدودة من الحقوق المقررة لصاحب العلامة التجارية، شريطة مراعاة المصالح المشروعة لصاحب العلامة والغير.

ومن أمثلة هذه الاستثناءات: جواز الاستخدام العادل للعبارات الوصفية للسلعة أو الخدمة بمعرفة الغير، وقد تتضمن هذه العبارات الوصفية التعريف بالسلعة ومواصفاتها ودرجة جودتها. وكذلك استخدام الأسماء الشخصية والأسماء الجغرافية بحسن نية ومنشأ السلعة. ويشترط النص لجواز منح هذه الاستثناءات أن تكون محدودة، وأن تراعى المصالح المشروعة لصاحب العلامة التجارية^(٢).

(١) هي اتفاقية دولية مختصة ببراءات، نماذج المنفعة، التصميم الصناعي، العلامات التجارية، البيانات الجغرافية، الأسماء التجارية، تصميم الدوائر المتكاملة، المنافسة، المعلومات غير المكشوف عنها (الأسرار التجارية)، حماية الأصناف النباتية، حق المؤلف والحقوق المجاورة، إنفاذ قوانين الملكية الفكرية والقوانين ذات الصلة، نقل التكنولوجيا، مواضيع أخرى، الملكية الصناعية، انعقدت في مراكش عام ١٩٩٤ وقد صادق المجلس العمومي في منظمة التجارة العالمية في جلسته التي عقدت بجنيف يوم الجمعة ٩ شوال ١٤٢٦هـ الموافق ١١ نوفمبر ٢٠٠٥م على وثائق انضمام المملكة العربية السعودية الى منظمة التجارة العالمية وذلك بحضور الدول الاعضاء وعددهم ١٤٨ دولة لتصبح المملكة العضو رقم ١٤٩.

(٢) حسام الدين الصغير، بحث بعنوان الإطار الدولي للحماية في مجال العلامات التجارية مقدم في ندوة الويبو دون الإقليمية، الدار البيضاء، ٢٠٠٤م، ص ١٢

وقد أخذت العلامة التجارية المشهورة جانباً هاماً في الحماية في نظام العلامات التجارية لدول مجلس التعاون من خلال ما يلي:

المادة الرابعة ونصها:

- ١- لا يجوز تسجيل العلامة التجارية المشهورة التي تجاوزت شهرتها حدود البلد التي سجلت فيه إلى البلاد الأخرى عن سلع أو خدمات مطابقة أو مشابهة إلا إذا قدم طلب بذلك من مالك العلامة المشهورة أو بموافقة صريحة منه.
- ٢- لتحديد ما إذا كانت العلامة مشهورة يراعى مدى معرفتها لدى الجمهور المعني نتيجة ترويجها أو طول فترة تسجيلها أو استعمالها أو عدد البلدان التي سجلت أو اشتهرت فيها أو قيمة العلامة ومدى تأثيرها في ترويج السلع أو الخدمات التي تستعمل العلامة لتمييزها.
- ٣- لا يجوز تسجيل العلامات المشهورة لتمييز سلع أو خدمات غير مطابقة أو مشابهة التي تميزها هذه العلامات إذا:
 - أ. كان استخدام العلامة يدل على صلة بين السلع أو الخدمات المطلوب تمييزها و السلع أو خدمات صاحب العلامة المشهورة.
 - ب. أدى استخدام العلامة إلى احتمالية الإضرار بمصالح صاحب العلامة المشهورة.

الفرع الخامس: تسجيل علامة تجارية سبق استعمالها أو تسجيلها.

نجد أن هناك أشخاص يقومون بتسجيل علامات تجارية مسجلة في دول أخرى أو أنها مستعملة في نفس البلد ولكن لم يتم تسجيلها فهل هذا الإجراء صحيح نظاماً؟

للجواب على هذا السؤال يجب أن نفصل في العلامة التي سبق تسجيلها أو استعمالها وما يجب التنويه له هناك أننا لسنا بصدد التحدث عن العلامة المشهورة فقد تم التفصيل فيها حسب المطلب السابق، أما حديثنا هنا هو العلامة التجارية باستثناء العلامة المشهورة فأقول:

إن تسجيل العلامة التجارية يضيء عليها الحماية القانونية بشروط هي:

- ١- استعمال العلامة التجارية، وفي حال عدم استعمال العلامة خلال المدة المنصوص عليها نظاماً وهي خمس سنوات متتالية دون عذر مشروع فلإدارة المختصة ولكل ذي مصلحة أن يطلب شطب العلامة التجارية وذلك بناء على ما جاء في المادة الخامسة والعشرين من نظام العلامات التجارية السعودي ووافق ذلك ما جاء في المادة الرابعة والعشرين من نظام العلامات التجارية لدول الخليج العربي حيث نصت على ما يلي: "للمحكمة المختصة، بناء على طلب كل ذي شأن، أن

تأمر بشطب العلامة من السجل إذا ثبت لديها أن العلامة لم تستعمل بصفة جديدة لمدة خمس سنوات متتالية، إلا إذا قدم مالك العلامة ما يسوغ به عدم استعمالها".
٢- أن تكون مسجلة بحسن نية حيث جاءت المادة الثانية والعشرين من نظام العلامات التجارية لدول الخليج العربي بالنص على "يكون للجهة المختصة ولكل ذي شأن، اللجوء إلى المحكمة المختصة بطلب الحكم بشطب العلامة التجارية التي تكون قد سجلت بغير وجه حق وتقوم الجهة المختصة بشطب التسجيل متى ما قدم لها حكماً نهائياً بذلك".

وفي حال تم شطب العلامة التجارية من السجل فلا يكون للغير الحق في تسجيل العلامة المشطوبة على ذات السلع أو الخدمات أو عن سلع أو خدمات مشابهة إلا بعد مضي ثلاث سنوات من تاريخ الشطب، ما لم يكن الشطب قد تم بناء على حكم من المحكمة المختصة، ويكون قد حدد مدة أقل لإعادة تسجيل العلامة، وذلك وفقاً لما جاء في المادة السابعة والعشرين من النظام السعودي المادة الخامسة العشرون من النظام الخليجي. وهنا تثور مسألة وهي: متى ينشأ حق الملكية في العلامة التجارية؟^(١)

تنحصر الطرق التي يمكن بموجبها اكتساب الحق في العلامة التجارية بأسلوبين اثنين فقط، هما الاستعمال والتسجيل.
أولاً: الاستعمال.

يعتبر الاستعمال سبباً رئيساً وهاماً لاكتساب الحق في العلامة التجارية وتملكها ذلك أن الاستعمال كان الوسيلة الأساسية والوحيدة لتملك العلامة التجارية عبر التاريخ، ويستدل بذلك إلى قول النبي صلى الله عليه وسلم: (من سبق إلى من لم يسبق إليه مسلم فهو أحق به)^(٢)، وقوله صلى الله عليه وسلم: (من أحيأ أرضاً ميتة فهي له)^(٣)، وقياساً عليه

(١) أنظر: التنظيم القانوني للعلامة التجارية، للدكتور عدنان غسان برانبو، منشورات الحلبي الحقوقية، ٢٠١٢م، ص ٢١٠، و د. نعيم مغبغب، الفرشائز دراسة في القانون المقارن منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الثانية ٢٠٠٩م، ص ٦٣، و د. أحمد صالح مخلوف، حقوق الملكية الفكرية في النظام السعودي، دار الإجابة، الطبعة الثانية ٢٠١٨م، ص ٧٣

(٢) أخرجه أبو داود في السنن، كتاب البيوع، باب في إقطاع الأرضين حديث رقم (٣٠٧١)، المكتبة العصرية، بيروت، ت: محمد محيي الدين عبد الحميد.

(٣) أخرجه أبو داود في السنن، كتاب الخراج والإمارة والفيء، باب في إحياء الموات، حديث رقم (٢٧١٩)، مرجع سابق

فإن العلامة التجارية التي لم يسبق استعمالها هي مitée بالنسبة لمجال العلامات التجارية وعليه فمن استعمالها استعمالاً تجارياً فهي تنسب له لأنه هو من أحيائها واستعمالها دون سواه. غير أنه لا يكفي أي استعمال للعلامة التجارية لمنح الحق في ملكيتها وإنما يجب توافر شروط معينة في هذا الاستعمال لكي ينتج آثاره المطلوبة منه، وهذه الشروط هي: كون الاستعمال تجارياً، ومشروعاً، ومستمرّاً، وعلنياً، وداخل الإقليم، وذاتياً.

ثانياً: التسجيل.

لتسجيل العلامة التجارية كسبب لاكتساب الحق في العلامة التجارية مزايا تجعله مفضلاً عن الاستعمال، وذلك لأن التسجيل يعتبر دليلاً نظامياً ورسمياً يدل على التاريخ الذي تم فيه بداية الاستعمال، ولا يخفى أهمية وقوة هذا الدليل في حال النزاع على ملكية العلامة، كما أن التسجيل يمنح مالك العلامة التجارية الحق في الملاحقة الجزائية لمن يحاول تشبيهاً أو تقليدها بخلاف الاستعمال فلا يمنح صاحب الحق في الملاحقة الجزائية وإنما ينحصر حقه في الدعاوى المدنية فقط. وللتسجيل شروط وإجراءات يتطلب تطبيقها ليكون منتجاً لآثاره ليس هذا محل ذكرها^(١).

إلا أن هناك حالة واحدة لا يكون فيها التسجيل منشئاً للحق وهي في حال كون العلامة المستعملة مشهورة في النطاق الجغرافي المحيط فهنا لا يمكن تسجيلها إلا من قبل صاحب الحق فيها، غير أن العلامة الغير مشهورة يتم تسجيلها ولو كان هناك من يستعملها وذلك لأن المسجل ليس من صلاحياته البحث عن العلامة كونها مستعملة أم لا وإنما البحث عنها كونها سبق تسجيلها أم لا أو كونها مشهورة فيحظر عليه تسجيلها في الحالتين الأخيرتين^(٢)، وعليه إذا ثار نزاع بين مسجل للعلامة ومستعمل لها في حق ملكية هذه العلامة فمن الأحق بها؟

الجواب أن القوانين المقارنة العربية قد اختلفت في كيفية حل هذا التنازع وانقسمت الدول في نظرتها لملكية العلامة التجارية وتحديد صاحب الحق بها إلى مذاهب و أنظمة متعددة، حيث أخذ بعضها بنظام التسجيل وأخذ البعض الآخر بنظام الاستعمال، في حال ذهب البعض إلى الجمع بين النظامين معاً.

(١) أنظر د. حمدان آل علي، حق الامتياز التجاري في العلامة التجارية، رسالة دكتوراه، جامعة الإمام

محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، بحث غير منشور، ص ٥٨-٦٥

(٢) أنظر د. حمدان آل علي، حق الامتياز التجاري في العلامة التجارية، رسالة دكتوراه، جامعة الإمام

محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، بحث غير منشور، ص ٥٨-٦٥

أولاً: نظام التسجيل.

أخذ به قانون العلامات التجارية الجزائري الصادر في عام ٢٠٠٣ م، والذي نص في المادة الخامسة منه على أن الحق في العلامة التجارية يكتسب بتسجيلها لدى المصلحة المختصة، وكذلك قانون العلامات و البيانات التجارية العراقي الصادر في عام ١٩٥٧ م الذي نص في المادة الثالثة منه على أن العلامة تعتبر ملكاً لمن قام بتسجيلها^(١).

ثانياً: نظام الاستعمال.

بموجب هذا النظام فإن ملكية العلامة التجارية تكون للأسبق في استعمالها بشكل مطلق، وتسجيل العلامة التجارية و إيداعها ليس سوى قرينة على اسبقية الاستعمال. وكانت تأخذ بهذا الاتجاه قوانين وتشريعات العلامات التجارية القديمة، كالقانون الفرنسي الصادر في عام ١٨٥٧ م^(٢).

ثالثاً: النظام المختلط.

وهو النظام الذي يسود حالياً أغلب دول العالم، والذي تنص عليه معظم قوانين العلامات التجارية الحديثة، وأخذ به قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري الجديد^(٣)، وكذلك قانون العلامة الفارقة السوري الجديد^(٤).

ووفقاً لهذا النظام فإن ملكية العلامة التجارية تكتسب بواقعة استعمالها، وليس بواقعة تسجيلها، أي أن المالك لها هو الأسبق بالاستعمال وليس الأسبق في التسجيل. و التسجيل وفقاً لهذا النظام يعتبر قرينة على ملكية العلامة لمن سجلت باسمه، كما أنه يلقي عبء الاثبات على من يدعي خلاف الظاهر، أي خلاف ما تم تسجيله. فالتسجيل يعطي

(١) ونص المادة "يكتسب الحق في العلامة بتسجيلها لدى المصلحة المختصة"

(٢) هالة مقداد أحمد الجليلي، العلامة التجارية -دراسة قانونية مقارنة- الطبعة الأولى المكتبة القانونية،

دمشق، ٢٠٠٤ م، ص ١١٨

(٣) نص المادة " مادة ٦٥ - يعتبر من قام بتسجيل العلامة مالكا لها متى اقترن ذلك باستعمالها خلال الخمس السنوات التالية للتسجيل، ما لم يثبت ان أولوية الاستعمال كانت لغيره، ويحق لمن كان اسبق الى استعمال العلامة ممن سجلت باسمه الطعن ببطلان التسجيل خلال الخمس السنوات المذكورة ومع ذلك يجوز الطعن ببطلان تسجيل العلامة دون التقيد بأي مدة متى اقترن التسجيل بسوء النية."

(٤) نص المادة: المادة السابعة الفقرة ب: تكتسب ملكية العلامة بالتسجيل الصحيح والمستمر مع مراعاة ما يلي: ١- يعتبر من قام بتسجيل العلامة مالكا لها متى اقترن ذلك باستعمالها خلال خمس سنوات التالية

للتسجيل مالم يثبت أن أولوية الاستعمال كانت لغيره. الخ

صاحبه قرينة على ملكيته للعلامة وقرينة على استعماله لها تاريخ تسجيله، مما يعني أنه يجعل صاحب التسجيل في مركز أقوى ممن يدعي لا العكس^(١).

فالتسجيل وفقاً لهذا النظام يهدف إلى المحافظة على حقوق أصحاب العلامات التجارية وذلك بإيجاد قرينة لصالحهم تثبت أحقيتهم في ملكية علامتهم، ولكنه لا يجعل لهذا التسجيل أثراً منشئاً للحق بل اعتبر أولوية الاستعمال هي المصدر الذي ينشأ عنه حق الملكية^(٢).

وقد تفادى هذا النظام عيوب كلا النظامين السابقين، إذ يتفادى عيوب نظام التسجيل المتمثلة بهد حقوق من قام أولاً باستعمال العلامة، كما أنه يتفادى عيوب نظام الاستعمال وذلك بعدم استقرار الأوضاع القانونية لمدة طويلة^(٣).

ونختتم المسألة بذكر النظام الذي اتبعه المنظم السعودي في مسألة ملكية العلامة التجارية.

جاء المنظم السعودي ليثبت ابتداءً عدم أحقية الاعتداء على العلامة التجارية سواء أكانت مسجلة أم مستعملة دون تسجيل وذلك حماية لحقوق المجتمع من الانتهاك من قبل الغير وهذا من صميم القواعد العامة التي جاءت بها الشريعة الإسلامية الغراء إذ جاءت الأحاديث النبوية بالنهي عن الضرر كما في قوله ﷺ: (لا ضرراً ولا ضراراً) وقوله ﷺ: (الضرر يزال) كما جاءت بها القاعدة الفقهية الكبرى بنفس اللفظ السابق "الضرر يزال" وما جاء في نظام المعاملات المدنية: كل خطأ سبب ضرراً للغيب يلزم من ارتكبه بالتعويض^(٤).

وتخريجاً على سبق فإن صاحب الحق في العلامة التجارية له الحق برفع دعوى موضوعية تسمى دعوى المنافسة غير المشروعة، وهذا في حق المستعمل، إلا أن المسجل له الحق برفع دعوى أخرى ألا وهي دعوى سبق تسجيل للعلامة، مما يخوله حقاً استثنائياً إضافياً على مستعمل العلامة كما له الحق برفع دعوى جزائية وهذه الأخيرة لا تتوفر للمستعمل^(٥).

(١) د. سميحة القيلوبي، الملكية الصناعية، ط ٥، دار النهضة العربية، ص ٥٣٦

(٢) سمير فرنان بالي، قضايا القرصنة التجارية والصناعية والفكرية، ج ١، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠٠٣م، ص ٥٣٦

(٣) د. سميحة القيلوبي، الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص ٥٣٦

(٤) المادة المائة والعشرين من نظام المعاملات المدنية السعودي

(٥) أنظر: حق الامتياز التجاري في العلامة التجارية، حمدان آل علي، مرجع سابق، ص ٦٢

كما أن المنظم لم يسمح للمستعمل استغلال علامته التجارية عن طريق منحها للغير إلا بالتسجيل ولذلك فإن المنظم يتشوف إلى تسجيل العلامة كي تتحصن نظاماً عن الاعتداء و تكتسب الحقوق المخولة لمالك العلامة التجارية.

نلخص فيما سبق ونقول: إن المنظم السعودي أخذ بالمذهب المختلط إذ سمح لكل ذي مصلحة الاعتراض على تسجيل العلامة مدة ٩٠ يوماً من تاريخ شهرها^(١) كما جاء بحماية مستعمل العلامة تحت غطاء دعوى مدنية فلم يسقطها من الحماية بالكلية كما سبق أن ذكرنا.

وفي حال التنازع بين شخصين في تسجيل علامة تجارية فقط وضعت المادة العاشرة من النظام الخليجي و المادة الثامنة من النظام السعودي طريقة التعامل مع مثل هذه الواقعة حيث نصت على أنه إذا طلب شخصان أو أكثر في وقت واحد تسجيل العلامة ذاتها أو علامات متقاربة أو متشابهة عن فئة واحدة من المنتجات أو الخدمات، وجب وقف جميع الطلبات إلى أن يقدم تنازل موقع من المتنازعين مصدق عليه من الجهة المختصة لمصلحة أحدهم، أو إلى أن يصدر حكم نهائي في النزاع.

(١) المادة الخامسة عشرة من نظام العلامات التجارية السعودي-مصدر سابق-

المطلب الثالث: موقف الفقه من المخالفات المرتبطة بتسجيل علامة تجارية جديدة.

إن صلاحية ولي الأمر في إحداث الأنظمة التي تنظم مصالح المجتمع من السياسة الشرعية، وهو مما لا يخالف الشريعة، والإمام له الحق في اتخاذ القرارات والأنظمة التي لا بد لها لسير أمور الدولة، وتحقيق مصالح رعاياها، لأن نصوص الشرع محدودة ومتناهية، وأما المعاملات فغير محدودة ولا متناهية، وذلك مقيد بما لا يخالف النصوص الشرعية^(١)، والإمام له التصرف على الرعية بالمصلحة كما في القاعدة الفقهية: تصرف الإمام على الرعية منوط بالمصلحة، وتتأسس شروط تسجيل العلامة التجارية في الفقه على أصلين هامين، هما: المصالح المرسلّة، وقاعدة سدّ الذرائع.

أولاً: المصالح المرسلّة:

بالنظر لخاصية الشمولية والمرونة التي تتسم بها الشريعة، وكونها صالحةً للتطبيق في كل زمانٍ ومكانٍ يجعل من غير المنطق أن يستجد عقدٌ، مما يفرض حقوقاً والتزاماتٍ بين أفراد المجتمع الإسلامي، من غير أن يوجد في الشريعة ما يستوعب أحكام تلك المعاملة؛ ولهذا فإن أحكام كل نازلةٍ أو مستجدٍ تدخل الحاكم لتنظيمها في قواعدٍ وضعيةٍ لا تخرج عن دائرة المصالح المرسلّة، وهي تلك المصالح التي لا يشهد لها أصلٌ بالاعتبار في الشرع، ولا يشهد بإلغائها، لكنها على سنن المصالح، وتتلقاها العقول بالقبول^(٢).

وتجدر بنا الإشارة هنا، إلى أن المصالح المرسلّة من أصول الأدلة الشرعية المختلف فيها، والتي يذهب جمهور الأصوليين^(٣) على اعتبارها أصلاً صحيحاً في منهجية الاستدلال في الفقه الإسلامي^(٤).

(١) أنظر: الموسوعة الفقهية الكويتية، طبعة ١٤٠٤هـ، وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية، الكويت، ٣٠/١/٢٥.

(٢) أنظر: تحفة المسؤول في شرح مختصر منتهى السؤل، أبو زكريا يحيى بن موسى الرهوني، دار البحوث للدراسات الإسلامية، دبي، ط١/١٤٢٢هـ (٢٤٢/٤).

(٣) ذهب إلى ذلك الإمام مالك، والشافعي، وهو مقتضى أصول الإمام أحمد -رحمهم الله جميعاً. انظر: الجامع لعلوم الإمام أحمد، المقدمات، (٤١٦/١). وأنكره بعض الأصحاب بشدّة كإمام الحرمين. انظر: البرهان في أصول الفقه، (٧٨٣-٧٣٣/٢).

(٤) والخلاف في المصالح المرسلّة خلافٌ قويٌّ، يخففه ما ذهب إليه ابن الحاجب من تقسيمها إلى مصالح

ثانياً: سدّ الذرائع:

خروجاً عن ضيق الاحتجاج بالمصالح المرسلّة، فإن قاعدة سدّ الذرائع، التي تعني اتخاذ كافة الإجراءات قبل وقوع الضرر، تُعدّ حصانةً للقاعدة المتقدمة في سياق الحماية المدنية، فإذا كانت تلك تعني بوجوب رفع الضرر بعد وقوعه، فإن هذه القاعدة تقرر وجوب الحيلولة دون وقوع الضرر من أصله.

فالإجراءات أو التدابير الاحترازية التي يتخذها الحاكم في صيغة قواعدٍ وضعيّةٍ مما تقدّمت، إنما هي في صلب العمل بقاعدة سدّ الذرائع المقررة عند الفقهاء؛ فالذرائع: جمع ذريعة، وهي الوسيلة الموصلة إلى محظورٍ شرعيٍّ^(١).

وإن دلالة المحظور الشرعي -هنا- لا تقتصر على العبادات فحسب، بل إنها تشمل كل ما هو محظورٌ شرعاً، بما في ذلك اقتراف حرّات الآخر، "إِنَّهُ لَا يَحِلُّ مَالُ امْرِئٍ إِلَّا بِطَيْبِ نَفْسٍ مِنْهُ"^(٢).

فارتكاب المحظور النظامي أو مخالفة النظام هي في الأصل محظوراتٌ شرعيةٌ؛ فالوسائل أو الطرق الموصلة إليها يجب أن تقطع ويحدّ منها، فعلى الحاكم أن يتدخل بوضع القواعد والإجراءات اللازمة لتحقيق ذلك.

والخلاف المسوغ في مسألة الاحتجاج بالمصالح المرسلّة واردٌ في سدّ الذرائع هو الآخر، والتحقيق فيه أن الذرائع على ثلاثة أنواع، كما يلي:

أولها: ما كانت وسيلةً إلى نتيجةٍ محققةٍ الفساد، كحفر الآبار في طرق المسلمين، أو إلقاء السم في أطعمتهم، فهي معتبرةٌ، ويجب سدّها بالإجماع.

الثاني: ما كانت وسيلةً إلى نتيجةٍ فاسدةٍ وأخرى مباحةٍ، كزراعة العنب، فهذه ملغاةٌ اتفاقاً، ولا يقال بسدّها خشية أن يتخذ خمراً.

الثالث: ما كانت وسيلةً إلى مآلاتٍ مجهولةٍ، ومثلوا لها ببيع الآجال^(٣)، فهذه هي محل

مرسلة (ملائمة)، وأخرى (غريبة)؛ فالغريبة ملغاة اتفاقاً، وقال مالك والشافعي باعتبار الملائمة. انظر: الفوائد السنية في شرح الألفية، (٤٦/٥). وهو مقتضى احتجاجنا في هذا المقام.

(١) انظر: الفوائد السنية في شرح الألفية، البرماوي؛ محمد بن عبد الدائم بن موسى النعيمي العسقلاني البرماوي، أبو عبد الله، شمس الدين، ، (١٩٠/٥).

(٢) أخرجه الإمام أحمد في المسند، (٢٩٩/٣٤).

(٣) انظر: الذخيرة، أبو العباس شهاب الدين أحمد بن إدريس بن عبد الرحمن المالكي الشهير بالقراقي، دار الغرب الإسلامي بيروت، (١٥٢/١).

الخلاف المشار إليه، فذهب الإمام مالك وأحمد إلى اعتبارها، ووجوب العمل على سدّها، في حين خالفهم الإمام أبو حنيفة والإمام الشافعي^(١)، قال القرافي المالكي: (اعتبرنا نحن الذريعة فيها، وخالفنا غيرنا)^(٢).

وعند تنزيل التقسيم السابق على مسألة تسجيل العلامة التجارية بأن يضع الحاكم إجراءات احترازية للحدّ عن التعديّ على الحقّ، أو تجاوزه نجد أن الخلاف الوارد في حجة سدّ الذرائع - كأصل - مرفوع عن هذه المسألة؛ وذلك لكون الوسائل في تلك المسألة مما هو متفقّ على اعتبارها وسائل يجب سدّها فهي خارج محل النزاع، حيث إن المنظم إنما نصّ على ضرورة اتخاذ التدابير الاحترازية بعد وجود أمارات دالة على ضررٍ محتملٍ، فإنّ الممارسات التي تعرف بها تلك الأمارات كلها من قبيل الوسائل الموصلة لنتيجةٍ محققةٍ الفساد، وهو الاعتداء على حق الغير. وبهذا ينتفي الخلاف في المسألة في إطار الاحتجاج بها على مشروعية الحماية للعلامة التجارية.

(١) للتوسع في الخلاف، وبسط الأدلة، يرجع: الوجيز في أصول الفقه الإسلامي، د. محمد مصطفى الزحيلي،

الطبعة الثانية، عام ١٤٢٧هـ، دار الخير للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، ص ١٤٣

(٢) انظر الذخيرة لشهاب الدين القرافي المالكي، مرجع سابق (١/١٥٢).

المبحث الثاني

المخالفات المرتبطة بعلامة سبق تسجيلها.

المطلب الأول: تزوير أو تقليد علامة تجارية مسجلة.

تعد جريمة تزوير العلامة التجارية هي أو تقليدها هي الجريمة الأساس التي تقع على العلامة التجارية، لما تؤدي إليه من تضليل الجمهور وخداعه من خلال اعتقاده بأنه يشتري سلعة أصلية^(١).

أركان جريمة التزوير في العلامة التجارية:

تتكون أركان الجريمة من ركنين ركن مادي وركن معنوي.

الركن المادي فيتمثل في فعل التزوير الذي يتحقق باصطناع علامة مطابقة تماماً للعلامة الأصلية مما يؤدي إلى انخداع جمهور المستهلكين، فلا يستطيع التمييز بين البضائع التي تحمل العلامة المزورة و البضائع التي تحمل العلامة الأصلية، أما التقليد فهو اختلاق علامة تشابه العلامة الأصلية في مجموعها إلى حد إيقاع جمهور المستهلكين في الخلط بين العلامتين بصرف النظر عما يوجد بينهما من اختلاف، وعليه فيتبين لنا أن التزوير قائم على النقل الحرفي أو الاستنساخ الكامل للعلامة، أما التقليد فيوم على اصطناع أو محاكاة علامة قريبة الشبه من العلامة الأصلية^(٢).

الركن المعنوي يتمثل بتوافر القصد والإرادة لدى الجاني في الاعتداء على العلامة المسجلة، وذلك بغش المستهلك وتضليله من خلال الاحتيال، فإذا انتفت الإرادة في إتيان الفعل المكون للجريمة فلا عقوبة على الجاني^(٣).

بناء على ما سبق ننوه إلى بيان علم الجاني بأن العلامة مسجلة، وحيث إنه يتم نشر العلامة التجارية التي تم تسجيلها فيفترض علم الغير بها، خاصة بالنسبة للتاجر الذي يفترض بأنه على علم بجميع العلامات الجارية المسجلة، وبحكم مقتضيات العرف التجاري أيضاً^(٤). وتعد مسألة تقدير تزوير العلامة أو تقليدها من عدمه من المسائل التي تدخل في

(١) د. صلاح زين الدين، العلامة التجارية وطنياً ودولياً، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٩ م، ص ٢٥٠

(٢) د. صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص ٢٥١، بتصرف

(٣) د. ناصر السلاطات، الحماية الجزائية للعلامة التجارية، إثراء للنشر، عمان، ٢٠١٣ م، ص ٢١٢

(٤) د. أحمد مخلوف، حقوق الملكية الفكرية في النظام السعودي، مرجع سابق، ص ٢٥٢

السلطة التقديرية لمحكمة الموضوع، ولأن الصورة الغالبة في الاعتداء على العلامة التجارية يكون من خلال التقليد، فهناك بعض الأسس التي يستند إليها القضاء في تقدير حالة التقليد بين العلامتين وهي^(١):

١. أن العبرة بأوجه الشبه لا بأوجه الاختلاف.

تطبيقاً لذلك الحكم الصادر من ديوان المظالم بإلغاء قرار وزارة التجارة بتسجيل العلامة التجارية (NOCIA) بحروف لاتينية باللون الأبيض داخله رسمة سهم من الجانبين باللون الأزرق لكونها تتشابه مع العلامة التجارية (NOKIA) مقررة في حيثيات الحكم أن هناك تشابهاً بين العلامتين في الحروف و النطق و الجرس الصوتي، إذ أن طالب التسجيل لم يزد عن أن أبدل حرف (C) بالحرف (K) من علامة المدعية، وجاء في تسيب الحكم "وحيث إن العبرة في المقارنة بين العلامات التجارية هو بالنظر إلى أوجه الشبه لا أوجه الاختلاف، فإن من شأن تسجيل العلامة لطالب التسجيل إحداث الخلط و اللبس بين جمهور المستهلكين، والإضرار بصاحب العلامة الأسبق في التسجيل، خصوصاً أن العلامتين بالحروف اللاتينية، الأمر الذي أصبح معه قرار وزارة التجارة بتسجيل العلامة لطالب التسجيل قد صدر مخالفاً للنظام، مما تنتهي معه الدائرة إلى إلغائه"^(٢).

٢. العبرة بالمظهر العام لا بالعناصر الجزئية.

تطبيقاً لذلك حكم ديوان المظالم بوجود التشابه بين العلامتين (Roco) و (Rococo) لاتحادهما في المظهر و الشكل العام، مع التشابه في الرؤية البصرية، مما يؤدي إلى وقوع الخلط بين المنتجات وتضليل المستهلكين^(٣).

٣. العبرة بتقدير المستهلك العادي لا المستهلك الفطن ولا المستهلك الغافل.

عند المقارنة بين العلامتين فإن العبرة هي بإحداث اللبس لدى الجمهور من عدمه، فلا يؤخذ بتقدير المستهلك شديد الحرص الذي يقوم بالفحص و التدقيق عند الشراء ولا بتقدير المستهلك الغافل المهمل الذي يشتري دون أن يجري الفحص الذي يقضي به العرف^(٤).

(١) أنظر د. أحمد مخلوف، حقوق الملكية الفكرية في النظام السعودي، مرجع سابق، ص ٢٥٢

(٢) الحكم الصادر برقم ١٠٧/د/١٢ بتاريخ ١٤٢٧/٥/١١ في القضية رقم ق/١٦٠/١ لعام ١٤٢٥،

منشور في مجلة الأحكام و المبادئ الإدارية، ص ١٦٣٩

(٣) الحكم الصادر في القضية رقم ق/١٢٩٦، لعام ١٤٢٥هـ، بتاريخ: ١٤٢٧/٤/٢٥هـ، منشور في مجلة

الأحكام و المبادئ الإدارية، ص ١٦٢٧

(٤) د. صلاح الدين زيدان، مرجع سابق، ص ٢٥٦

كما استقر قضاء الديوان على تقرير مدى وجود التشابه بين العلامتين فإنه ينظر فيه إلى تقدير المستهلك العادي عرفاً^(١).

٤. عدم النظر إلى العلامتين متجاورتين بل الواحدة تلو الأخرى.

وذلك عائد إلى أن الواقع العملي يستبعد عرض المنتجات أو البضائع التي تحمل علامة غير أصلية بشكل متجاور للمنتجات التي تحمل علامة أصلية، كما أن المستهلك لا يكون معه نموذج للعلامة الأصلية ليقوم بالمقارنة بين ذلك النموذج وبين العلامة الموضوعة على السلعة التي يريد شراءها^(٢).

وقد أخذ ديوان المظالم بهذا الأساس مقررًا بأن المستهلك لا ينظر إلى العلامتين في آن واحد، لذلك فإنه يجب أن يراعى في تقرير وجود التشابه من عدمه قدرة المستهلك العادي على التمييز بين العلامتين إذا كانتا بمعزل عن الأخرى، وحيث إن الدائرة بعد اطلاعها على العلامتين تبين لها أن هناك تطابقاً تاماً في شكل وطريقة كتابة الكلمة، وهذه الكلمة هي العنصر الرئيس والمؤثر في كلتا العلامتين والمستهلك العادي لا يفرق بين الرسمين الموجودين في العلامتين هل هو لهذا الشركة أو تلك، لا سيما وأنه لا ينظر إلى العلامتين في آن واحد^(٣).

(١) أنظر الحكم الصادر في القضية رقم ق/٤٤٦٣، بتاريخ: ١٣/١/١٤٢٩هـ، منشور في مجلة الأحكام والمبادئ الإدارية. ص ١٧٤٣

(٢) د. صلاح زين الدين، العلامة التجارية وطنياً ودولياً، مرجع سابق، ص ٢٥٦.

(٣) الحكم رقم ١٠١/د/١٠١ الصادر بتاريخ ٢٧/٢/١٤٢٧هـ في القضية رقم ق/٣٦٠٦، منشور في مجلة الأحكام والمبادئ الإدارية، ص ١٥٩١

المطلب الثاني: استعمال أو حيازة علامة تجارية مسجلة.

صورة هذه المخالفة هي قيام الجاني باستعمال علامة تجارية عائدة للغير عن قصد وذلك بقيامه بوضعها على منتجاته لأجل الاستفادة و التكسب من سمعة العلامة التجارية. يشترط لقيام هذه الجريمة أن يتوافر لدى الجاني الركن المادي المتمثل في وضع العلامة المسجلة لشخص آخر دون موافقته، كما يجب أن يتوافر الركن المعنوي بأن يكون الجاني على علم باستعمال علامة حقيقية مملوكة لشخص آخر على منتجاته أو أداء خدماته لتضليل المستهلك، إذ تعد هذه الجريمة من الجرائم العمدية التي يشترط لتحقيق المسؤولية الجنائية فيها أن يتوفر القصد لدى المستهلك^(١).

وسواء أكانت العلامة المستعملة مشهورة أم لا فقد أفضى المنظم السعودي حماية لها من انتهاك الغير، وسبب ذلك بوجود الضرر على مالك العلامة التجارية حيث جاء النص الصريح في نظام المعاملات المدنية السعودي في المادة المائة و العشرين منه على "كل خطأ سبب ضرراً بالغير يلزم من ارتكبه بالتعويض" وهذا ينطبق على كل علامة سواء أكانت مشهورة أم لا، بيد أن العلامة المشهورة قد غُيّبت بحماية أكبر فلا يمكن تسجيلها على أي منتج أو فئة، فحميت حماية مطلقة على كافة الفئات وذلك كونها معلومة لدى الجمهور وأنها محمية وفق كافة الاتفاقات الدولية، وأن الضرر الذي سيحصل عليها لولا إيجاد الحماية اللازمة قد لا يمكن تداركه^(٢).

لكن هل من الممكن استعمال علامة مسجلة على منتجات مختلفة عن ما تم تسجيل العلامة عليها؟

الجواب، نعم باستثناء العلامة مشهورة، حيث نصت الفقرة ٩ و ١١ من المادة الثالثة من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، على منع التسجيل للعلامة المشابهة حال الاتحاد في السلع و الخدمات، و ذكر في المادة الثالثة من ذات النظام العلامة التي تضلل الجمهور، وجاءت المادة التي تليها مباشرة "المادة الرابعة" لتبين ماهية العلامة التي من شأنها أن تضلل الجمهور وهي العلامة المشهورة ولها شروط

(١) أنظر: د. ناصر السلامات، الحماية الجزائية للعلامة التجارية، مرجع سابق، ص ٢١٦

(٢) أنظر: نظام العلامات التجارية السعودي، نظام المعاملات المدنية السعودي، نظام العلامات التجارية لدول مجلس التعاون الخليجي.

وضوابط نظامية، حيث جاء نص المادة كما يلي: (٢- لتحديد ما إذا كانت العلامة مشهورة يراعى مدى معرفتها لدى الجمهور المعني نتيجة ترويجها أو طول فترة تسجيلها أو استعمالها أو عدد البلدان التي سجلت أو اشتهرت فيها أو قيمة العلامة ومدى تأثيرها في ترويج السلع أو الخدمات التي تستعمل العلامة لتمييزها). وجاءت المادة السابعة عشر ببيان اللبس لدى الجمهور حيث نصت المادة على أنه (لمالك العلامة التجارية المسجلة حقاً استثنائياً في استعمال العلامة وفي منع الغير الذي لم يحصل على موافقة منه، من استعمالها ومن استعمال أية إشارة مماثلة أو مشابهة لها - بما في ذلك أي مؤشر جغرافي - في سياق التجارة لتمييز سلع أو خدمات ذات صلة بتلك التي سجلت عنها العلامة التجارية وذلك إذا كان من المحتمل أن يؤدي هذا الاستعمال إلى إحداث لبس لدى الجمهور، ويفترض حدوث هذا اللبس في حالة استعمال العلامة ذاتها أو علامة مشابهة لها لتمييز سلع أو خدمات مماثلة لتلك التي سجلت عنها العلامة).

وقد أخذ ديوان المظالم باعتبار الحق في العلامة المشهورة لمن سبق له استعمالها ولو لم يسجلها في المملكة العربية السعودية^(١).

وجاء في المادة الحادية والعشرين من نظام العلامات التجارية السعودي ما يدل على أن حق استعمال العلامة التجارية منحصر لمالكها فقط أو من يقوم باستعمال العلامة بموافقة مالكها، أما ما عدا ذلك فيكون لمالك العلامة الحق في رفع دعوى قضائية لطلب منع الغير من استعمالها، ويستثنى من ذلك الاستخدام المصنف للإشارات و العبارات والرسوم الوصفية الخالية من الصفة المميزة التي اشتملت عليها العلامة المسجلة.

بناء على ما سبق نجد أن المنظم سمح باستعمال العلامة التجارية المسجلة مسبقاً شريطة أن يتم تسجيلها على فئات و منتجات لا تتطابق مع العلامة التي سبق تسجيلها، ولا أن تتطابق الصفة المميزة وهذه الصفة التي من شأنها أن تضلل الجمهور في عدم التفرقة بين العلامتين.

وتطبيقاً لذلك (طالب المدعي بإلغاء) قرار مكتب التظلمات والاعتراضات بوزارة التجارة المنتهي إلى رفض اعتراضه على قبول مكتب العلامات التجارية تسجيل إحدى

(١) أنظر: القضية رقم ١/٢٥٠٥/ق لعام ١٤٢٨هـ، تاريخ الجلسة ١٠/٦/١٤٣٠هـ، منشور في مجلة الأحكام

المؤسسات لعلامة تجارية بالفئتين (٥- ٢٥)، مسنداً طلبه إلى مشابهة هذه العلامة لعلامته التجارية، المسجلة بالفئتين (٣-١٦)، دفعت المدعى عليها بصحة تسجيل العلامتين التجاريتين، وذلك لأن الحماية للعلامة التجارية مقتصرة على الفئة المسجلة عليها العلامة، والعلامات محل الدعوى مختلفة الفئات ولا شهرة عالمية لعلامة المدعى، ثبت لدى الدائرة صحة قرار المدعى عليها رفض اعتراض المدعى، كون الحماية الممنوحة نظاماً للعلامة التجارية مقصورة على الفئة المسجلة عليها فقط، مؤدى ذلك رفض الدعوى^(١).

(١) أنظر: القضية رقم ق/١١٠٥ لعام ١٤٢١هـ تاريخ الجلسة ١٤٢٢/١/٣٠هـ منشور في مجلة الأحكام و المبادئ الإدارية. ص ٢٠٧٤

المطلب الثالث: موقف الفقه الإسلامي من المخالفات المرتبطة بعلامة سبق تسجيلها.

جاءت الشريعة الإسلامية بحماية حق الغير من الاعتداء عليه بأي وسيلة كانت سواء بقصد أو من غير قصد، ومن ذلك حماية أمواله ومن صور هذه الحماية ما يتعلق بحماية الملكية الفكرية وأخص الحديث عن العلامة التجارية على وجه التحديد، فقيام أي فرد كان بالاعتداء على العلامة التجارية المسجلة وفق الشروط النظامية فهذا اعتداء على حق الغير محرم شرعاً.

وموجب هذه المسؤولية هي الأدلة الشرعية منها قول الله عز وجل: ﴿وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ﴾^(١)، حديث النبي ﷺ: (لا ضرر ولا ضرار)^(٢)، ويستفاد منه تحريم جميع أنواع الضرر.

ولم ترد في الشريعة تفاصيل للضرر الموجب للمسؤولية، والضرر الغير موجب لها، ولكن يمكن الرجوع للعرف لنتبين منه معيار الموجب للمسؤولية، والعرف يُعتبر شرعاً؛ "فكل ما ورد فيه الشرع مطلقاً ولا ضابط له فيه، ولا في اللغة يرجع فيه إلى العرف"^(٣).

ومما لا شك، فيه أن المالك له حرية التصرف بملكه كيف يشاء إذا لم يتعارض مع أهداف الشريعة الإسلامية، شريطة ألا يؤدي استعماله إلى ضرر بالغير؛ لأن الضرر اعتداءً، والاعتداء منبئ عنه، وليس كل ضرر ممنوعاً، وإنما الضرر الفاحش البين^(٤).

ولا يكفي تحقق شرط المصلحة في المضرور، بل يضاف إلى ذلك أن تكون مصلحة مشروعة، فإن لم تكن كذلك فلا يجب التعويض عنها^(٥).

(١) سورة البقرة، آية ١٨٨

(٢) حديث حسن رواه ابن ماجه، كتاب الأحكام، باب من بنى في حقه ما يضر بجاره، حديث رقم ٢٣٤١، سنن ابن ماجه لأبي عبد الله محمد بن يزيد القزويني، دار احياء التراث العربية، ت: محمد فؤاد عبدالباقي.

(٣) جلال الدين عبدالرحمن السيوطي، الأشباه والنظائر في قواعد وفروع فقد الشافعية، دار الكتب العلمية، ١٤٠٣هـ، (ص ٨٩).

(٤) انظر، مراد حيدر، (ص ٢٦٤).

(٥) انظر: الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، عبد الرزاق السنهوري، مصادر الالتزام، طبعة دار الإحياء التراث العربي، بيروت. (٩٧٤/٢).

لذلك فإن أول ما يجب أن يعتمد عليه في قضية حماية الملكية الفكرية و الحقوق عموماً، هو ربطها بالإيمان بالله وباليوم الآخر، حيث يجد الإنسان في الآخرة ما عملت يده في الدنيا.

قال الله تعالى في كتابه العزيز: ﴿ لَا يُغَادِرُ صَغِيرَةً وَلَا كَبِيرَةً إِلَّا أَحْصَاهَا وَوَجَدُوا مَا عَمِلُوا حَاضِرًا وَلَا يَظْلِمُ رَبُّكَ أَحَدًا ﴾^(١)، ثم بعد ذلك، بيان أن الاعتداء على حقوق الملكية الفكرية بأي شكل كان يعد من المحظورات الشرعية، لأنه لا يخلو من غش وتدليس وأكل أموال الناس بالباطل، وكل هذه من المحرمات الشرعية^(٢).

(١) سورة الكهف، آية ٤٩

(٢) المغني لأبو محمد عبد الله بن أحمد بن محمد بن قدامة، تحقيق: طه الزيني-محمود عبدالوهاب-

عبدالقادر عطا، مكتبة القاهرة، ط١، ١٣٨٨هـ/٢٠٣/٦

الخاتمة

بعد الحمد لله و الصلاة و السلام على رسول الله، وبعد.
في خاتمة هذا البحث مخالفات تسجيل العلامة التجارية في المملكة العربية السعودية-دراسة مقارنة-، توصلت إلى العديد من النتائج والتوصيات، أذكرها وفق ما يلي:
أولاً: النتائج:

- ١- بين المنظم السعودي الفئة التي يمكنها تسجيل العلامة التجارية وهم:
 - الأشخاص الطبيعيون أو المعنويون المتمتعون بالجنسية السعودية.
 - الأشخاص المقيمون بالمملكة عادة و المصرح لهم بمباشرة عمل من الأعمال التجارية أو الأعمال الحرفية.
 - الأشخاص المنتمون إلى دولة تعامل المملكة بالمثل.
 - الأشخاص المنتمون إلى دولة عضو في اتفاقية دولية متعدد الأطراف تكون المملكة طرفاً فيها أو يقيمون في تلك الدولة.
 - المصالح العامة.
- ٢- لا يمكن إيجاد حماية على العلامة التجارية إلا بتسجيلها.
- ٣- أن العلامة المشهورة محمية على كافة الفئات، فلا يمكن تسجيلها على أي فئة مغايرة لما تم تسجيل العلامة عليها.
- ٤- أن للعلامة المشهورة شروطاً تميزها عن غيرها.
- ٥- أن لكل ذي مصلحة الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية.
- ٦- في حال عدم استعمال العلامة خلال المدة المنصوص عليها نظاماً وهي خمس سنوات متتالية دون عذر مشروع فللإدارة المختصة ولكل ذي مصلحة أن يطلب شطب العلامة التجارية وذلك بناء على ما جاء في المادة الخامسة و العشرين من نظام العلامات التجارية السعودي.

ثانياً: التوصيات:

- ١- ضرورة الاعتماد على الشريعة الإسلامية في سن القوانين.
- ٢- إيجاد نماذج استرشادية لمعرفة العلامات المحظورة.
- ٣- نشر العلامات التجارية بشكل أوسع للعامة.
- ٤- تثقيف المجتمع السعودي بالحماية المضافة على العلامة التجارية.



فهرس المصادر والمراجع

- (١) د. أحمد صالح مخلوف، حقوق الملكية الفكرية في النظام السعودي، دار الإجابة، الطبعة الثانية ٢٠١٨ م.
- (٢) أبو العباس شهاب الدين أحمد بن إدريس بن عبد الرحمن المالكي الشهير بالقرافي، الذخيرة، دار الغرب الإسلامي بيروت
- (٣) تقي الدين أبو الفتح محمد بن علي بن وهب القشيري، المعروف بابن دقيق العيد، مؤسسة الريان، ط السادسة، ١٤٢٤ هـ
- (٤) د. جرجس الجرجس، معجم المصطلحات الفقهية والقانونية، الشركة العالمية للكتاب، بيروت، الطبعة الأولى، ١٩٩٦ م
- (٥) حسام الدين الصغير، بحث بعنوان الإطار الدولي للحماية في مجال العلامات التجارية مقدم في ندوة الويبو دون الإقليمية هن العلامات التجارية و نظام مدريد، الدار البيضاء، ٢٠٠٤ م
- (٦) د. سميحة القيلوبي، الملكية الصناعية، ط ٥، دار النهضة العربية.
- (٧) سمير فرنان بالي، قضايا القرصنة التجارية والصناعية و الفكرية، ج ١، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠٠٣ م
- (٨) د. صلاح زين الدين، العلامة التجارية وطنياً ودولياً، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٩ م
- (٩) عبدالله بن أحمد بن محمد بن قدامة، المغني، تحقيق: طه الزيني-محمود عبد الوهاب-عبد القادر عطا، مكتبة القاهرة، ط ١
- (١٠) عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، مصادر الالتزام، طبعة دار الإحياء التراث العربي، بيروت.
- (١١) عبد القادر بن أحمد بن مصطفى بن عبد الرحيم بن محمد بدران، المدخل إلى مذهب الإمام أحمد بن حنبل، تحقيق: محمد أمين ضناوي - الطبعة الأولى ١٤١٧ هـ - ١٩٩٦ م - دار الكتب العلمية.
- (١٢) د. عدنان غسان برانبو، التنظيم القانوني للعلامة التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، ٢٠١٢ م
- (١٣) علي حيدر، درر الأحكام شرح مجلة الأحكام، تعريب: فهي الحسيني، دار الكتب العلمية، بيروت.
- (١٤) عياض بن نامي السلمي، أصول الفقه الذي لا يسع الفقيه جهله، دار

التدمرية، الرياض، ١٤٢٦هـ

- ١٥) محمد بن عبد الدائم بن موسى النعيمي العسقلاني البرماوي، أبو عبد الله، شمس الدين، الفوائد السنية في شرح الألفية. مكتبة التوعية الإسلامية للتحقيق والنشر والبحث العلمي، مصر ط ١
- ١٦) محمد علي عبده، نظرية السبب في القانون المدني، منشورات الحلبي، بيروت، ط ١، ٢٠٠٤م
- ١٧) د. محمود أبو زيد، معجم في علم الاجرام و الاجتماع والقانون والعقاب، دار الكتاب للنشر و التوزيع، مصر، ١٩٨٧م.
- ١٨) د. محمد مصطفى الزحيلي، الوجيز في أصول الفقه الإسلامي، الطبعة الثانية، عام ١٤٢٧هـ، دار الخير للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا
- ١٩) د. ناصر السلامات، الحماية الجزائية للعلامة التجارية، إثراء للنشر، عمان، ٢٠١٣م.
- ٢٠) هالة مقداد أحمد الجليلي، العلامة التجارية -دراسة قانونية مقارنة- الطبعة الأولى المكتبة القانونية، دمشق، ٢٠٠٤م.
- ٢١) يحيى بن موسى الرهوني، تحفة المسؤول في شرح مختصر منتهى السؤل، دار البحوث للدراسات الإسلامية، دبي، ط ١/١٤٢٢هـ

الأنظمة

- ٢٢) نظام العلامات التجارية السعودي الصادر بالمرسوم الملكي رقم م/٢١ بتاريخ ٢٨/٥/١٤٢٣هـ
- ٢٣) نظام العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربي الصادر بالمرسوم ملكي رقم (م/٥١) بتاريخ ٢٦/٧/١٤٣٥
- نظام المعاملات المدنية السعودي الصادر بالمرسوم ملكي رقم (م/١٩١) وتاريخ ١٤٤٤/١١/٢٩هـ

