

بحث بعنوان  
**( العلامات التجارية بين القانون السعودي و الأردني )**  
**(دراسة مقارنة)**

**The trademark in the Saudi and Jordanian Law  
(A Comparative Study)**

**د/ حسين بن ناصر بن محمد عقيل ال ابراهيم**

قسم القانون الخاص – كلية الشريعة و القانون – جامعة جازان

المملكة العربية السعودية

[haqil@jazanu.edu.sa](mailto:haqil@jazanu.edu.sa)



## العلامات التجارية بين القانون السعودي و الأردني (دراسة مقارنة)

حسين بن ناصر بن محمد عقيل ال ابراهيم  
قسم القانون الخاص ، كلية الشريعة و القانون ، جامعة جازان ، المملكة العربية  
السعودية .

البريد الإلكتروني : haqil@jazanu.edu.sa  
ملخص البحث:

يهدف التجار في مختلف دول العالم من تجارتهم إلى تحقيق أكبر ربح ممكن، وذلك عن طريق جذب أكبر عدد ممكن من المستهلكين والتجار إلى سوق معين يحتوي على الكثير من البضائع المتشابهة، الأمر الذي يقع معه المستهلكون في خلط كبير بين البضائع المتشابهة، مما يصعب عليهم تمييزها. لذلك، يلجأ التجار والشركات إلى تصميم علامات تجارية خاصة توضع على منتجاتهم بهدف مساعدة المستهلكين على سهولة تحديدها وتمييزها عن غيرها من المنتجات والمثابه، وتستخدم هذه العلامة كعلامة فارقة تمييز منتجات وخدمات التجار والشركات المختلفة. وكنتيجة لشيوع استخدام العلامات التجارية في مختلف الأسواق سواء المحلية أو الدولية، قام المنظم السعودي والأردني بصياغة أنظمة خاصة بها تنظم عملية تسجيلها وحمايتها.

من هنا وجد الباحث سؤال هذه الدراسة وهو هل تختلف قوانين وأنظمة العلامة التجارية السعودية والأردنية من حيث التسجيل والحماية أم لا؟ حاول الباحث الإجابة على ذلك في مبحثين اثنين، حيث ناقش المبحث الأول ماهية العلامة التجارية وإجراءات تسجيل العلامة التجارية في السعودية والأردن. أما في المبحث الثاني ناقش الحماية القانونية للعلامة التجارية وأثارها التي وضحتها قوانين الدولتين. سواء من حيث الآثار المدنية أو الجزائية، وفي الختام خلص البحث مجموعة من النتائج والتوصيات.

**الكلمات الافتتاحية:** العلامة التجارية ، العلامة التجارية المشهورة، الاسم التجاري، الحماية القانونية .

## " The trademark in the Saudi and Jordanian law "

### A comparative Study

Hussain Naser Agil Al-Ebrahim

Department of private law, Collage of sharia and law, Jazan University, Kingdom of Saudi Arabia 2020

**E-mail:** haqil@jazanu.edu.sa

### **Abstract:**

The merchants around the world are intended to make the biggest profit from their trade through attracting many consumers and traders to a specific market with similar goods. The consumers became confused between similar goods and it is difficult to discern between them. The merchants and companies design special commercial trademarks on their products to help consumers to distinguish them from similar products. This mark is used as a milestone to discriminate goods and services of different merchants and companies. As a result of the common usage of trademarks, the Saudi and Jordanian organizations formulated special regulations to organize the process of their registration and protection.

The question of this study is " Do the laws and regulations of the Saudi and Jordanian trademark differ in terms of registration and protection or not? ". We tried to answer it through two topics. The first topic discussed the nature of trademark and the procedures of registering it in K.S.A. and Jordan. The second topic discussed the legislative protection to the trademark and its implications which are clarified from both countries in terms of civil and penal effects. Finally , the research came up with a set of results and recommendations

**Key words :** The Trademark , The Famous Trademark , The Commercial Name , The Legislative Protection.

## مقدمة:-

العلامة التجارية تمثل دوراً هاماً وحيوياً في الحياة التجارية، فلها أهمية كبيرة وحيوية في القرن الحالي، وذلك بمواكبة التطور الاقتصادي الذي تشهده المملكة العربية السعودية وعدد من الدول العربية، حيث تسعى الدول للوصول إلى التقدم العلمي الذي يشهده الإنسان في وقتنا الحاضر، ويعد كل ذلك نتيجة لدعم الحياة التجارية، حيث يقوم الاسم التجاري بتمييز التاجر سواء كان شخصاً طبيعياً أو معنوياً في محيط الأعمال التجارية المتماثلة أو المتشابهة، ويعتبر الاسم علماً على المنشأة يميزها عن غيرها، فالعلامة التجارية الآن أصبحت تمثل رمزاً في التنافس الاقتصادي ويدعم هذا التنافس باعتباره علماً على المشروع التجاري من ناحية ويحدد علاقة صاحب المشروع بالمنشأة التجارية من ناحية ثانية ويحدد نوع الشخص المعنوي وحجمه.

فالعلامة التجارية مؤخرًا أصبحت وبحق واحدة من أكثر الوسائل التي يستخدمها التجار كأحد الوسائل المشروعة للمنافسة. فهي تقوم بدور الهوية للمنتجات و البضائع و الخدمات التي يقدمها التاجر لجمهور المستهلكين، فضلاً عن إنها تعمل كوسيلة مساعدة للمستهلك تمكنه من سرعة و سهولة التعرف على المنتجات أو البضائع او الخدمات التي يقدمها صانع أو تاجر بعينه دون غيره، فالعلامة التجارية تعمل على ازالة اللبس الذي يخلفه بقية التجار لدى جمهور المستهلكين بهدف تضليلهم او جذبهم لشراء منتجاتهم. لذلك اصبح التجار يحرصون على الارتقاء بمنتجاتهم من خلال اختيار او تصميم علامة تجارية مميزة عن غيرها بهدف حماية حصتهم وحقوقهم و مصالحهم التجارية من الاعتداء عليها. على الرغم من ذلك ومع التطور التجاري والصناعي والتقني الكبير الذي تشهده مختلف الاسواق العالمية صارت العلامة التجارية جزءاً هاماً لا يتجزأ من المتجر باعتبارها وسيلة من وسائل المنافسة المشروعة بين التجار. الأمر الذي صارت معه هناك حاجة ضرورية وملحة لإضفاء مزيد من الحماية النظامية على تلك العلامات التجارية، عن طريق ايجاد نظام للعلامات التجارية يهدف إلى حماية العلامات التجارية من أي انتهاك قد يصيبها والتصدي لكافة تلك الانتهاكات لما تمثله العلامات التجارية من أهمية بالغة في العصر الحالي.

لكل ما سبق اهتم المنظم السعودي والأردني بالعلامات التجارية وعمل على إضفاء الحماية النظامية عليها ضد أي انتهاك، بإصدار نظام العلامات التجارية السعودي الصادر بالمرسوم الملكي رقم م/٢١ بتاريخ ٥/٢٨/١٤٢٣هـ، وكذا قانون العلامات التجارية الأردني رقم ٣٣ لسنة ١٩٥٢ المعدل بالقانون رقم ٣٤ لسنة ١٩٩٩م.

## أهمية البحث :-

تبرز أهمية البحث في كون العلامة التجارية لها دور كبير على المستوى الاقتصادي المحلي والدولي، فهي تؤدي وظيفة قيمة تتمثل في مساعدة المستهلك على التعرف على مصدر المنتجات التي يرغب في اقتناءها، فالعلامة التجارية وبحق تؤثر في ثقة و قناعة

المستهلك في منتج دون غيره، نظراً لكون العلامة التجارية تعد همزة الوصل بين المستهلك ومالك العلامة.

ولهذا البحث أهمية علمية وعملية، تتمثل الأهمية العلمية في دراسة الأسس والمعايير والإجراءات التي يجب مراعاتها عند تسجيل العلامة التجارية في السعودية والأردن الدولتين. كما تتمثل الأهمية العملية في استفادة الإداريين القائمين على الأجهزة والمؤسسات التي تدير التجارة في كلا البلدين، بالإضافة إلى التجار والمشرعين القانونيين في الدولتين من خلال إلقاء الضوء على إجراءات التسجيل والحماية القانونية اللازمة للوصول إلى بيئة تجارية مثلى تساهم في جذب التجار بشكل أكبر من غيرها، فضلاً عن مساعدة الباحثين المهتمين بقوانين العلامات التجارية في القيام بالمزيد من الأبحاث في مجال العلامات التجارية.

#### أهداف البحث:-

يهدف الباحث من هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على أهم الأحكام المتعلقة بالعلامات التجارية من خلال مقارنة الأسس والمعايير التي يتم من خلالها اختيار العلامة التجارية في كلا البلدين. وكذا مقارنة إجراءات التسجيل التي تنص عليها قوانين العلامات التجارية في كلا البلدين مع إبراز أوجه الشبه والاختلاف بينها في كلا البلدين. مع اقتراح تعديل الإجراءات بما يساهم في الوصول إلى الإجراءات المثلى التي تساعد التجار على المبادرة لتسجيل علاماتهم التجارية الخاصة بتجارتهم. وأخيراً يهدف البحث إلى مقارنة أوجه الحماية القانونية التي توفرها لها كل دولة للعلامة التجارية وبيان الفرق بينهما. ومعرفة مدى ملائمتها لأساليب التجارة الحديثة.

#### إشكالية البحث:-

تتمثل إشكالية البحث في أن إجراءات تسجيل العلامة التجارية الواردة في نظام العلامات التجارية السعودي وتلك الواردة في قانون العلامات التجارية الأردني وضعت أسس ومعايير وإجراءات لاختيار العلامة التجارية قد تتشابه مع بعضها في نقاط معينة وتختلف في البعض الآخر في نقاط أخرى، بالإضافة إلى أن أوجه الحماية القانونية التي توفرها أنظمة وقوانين كل بلد قد لا تقدم الحماية المثلى الكافية أو الملائمة للأساليب وأشكال التجارة الحديثة، بحيث تكون العلامة التجارية هنا بحاجة إلى أوجه حماية جديدة تتماشى مع التطور الهائل والسريع للأسواق في كلا من السعودية والأردن.

#### منهج البحث :-

المنهجية المتبعة في هذا البحث هي المنهجية التحليلية المقارنة التي اعتمدت على دراسة أحكام النظام المتعلقة بالعلامة التجارية السارية والمعمول بها في كل من المملكة العربية السعودية والمملكة الأردنية الهاشمية وجدت.

### **خطة البحث:**

تم تقسيم هذه الدراسة الى ثلاثة مطالب ستناقش المسائل التالية وذلك وفق التقسيم

التالي:

#### **المقدمة:**

**المبحث الأول : ماهية العلامة التجارية وإجراءات تسجيلها.**

المطلب الأول: ماهية العلامة التجارية.

المطلب الثاني: إجراءات تسجيل العلامة التجارية.

**المبحث الثاني: الحماية القانونية للعلامة التجارية و آثارها.**

المطلب الأول: الحماية المدنية للعلامات التجارية و آثارها.

المطلب الثاني: الحماية الجزائية للعلامات التجارية و آثارها.

#### **الخاتمة:**

**النتائج والتوصيات:**

**قائمة المراجع:**

## المبحث الأول

### ماهية العلامة التجارية ومعايير اختيارها

#### تمهيد وتقسيم:

يختلف تعريف العلامة التجارية من دولة لأخرى، وأمن فقيه لآخر حسب الزاوية التي ينظر منها للعلامة التجارية، وهذا الاختلاف في وضع تعريف شامل للعلامة التجارية فتح الباب أمام الفقه القانوني في تحديد المقصود في العلامة التجارية، وكذا بيان الإجراءات التي وضعتها كل دولة منهما عند تسجيل العلامة التجارية.

من هذا المنطلق يتم الحديث في هذا المبحث وفق التقسيم التالي:

**المطلب الأول: ماهية العلامة التجارية.**

**المطلب الثاني: إجراءات تسجيل العلامة التجارية.**

#### المطلب الأول

### ماهية العلامة التجارية

تعد العلامة التجارية كمفهوم عام شيء ما ينوب لشخص ما عن شيء ما بصفة ما، أي أنها تخلق في عقل ذلك الشخص كعلامة معادلة أو ربما علامة أكثر تطوراً، وهذا المعنى يتوافق تماماً دلالة العلامة التجارية بوصفها دالة بصرية ذات قيمة اتصالية تعني الإشارة إلى جهة إنتاجية أو خدمية أو حتى ثقافية، وهي بهذا التوصيف تقوم مقام الرمز، حيث إن الرمز في المصطلح العام بمثابة علامة تدل على شيء ما له وجود قائم بذاته فتمثله وتحل محله (العبيدي، ٢٠١٤).

#### أولاً: مفهوم العلامة التجارية في الفقه:-

اجتهد الكثير من فقهاء القانون لوضع تعريف محدد للعلامة التجارية لكن اختلفت هذه التعاريف عن بعضها وذلك بحسب الزاوية التي نظر منها كلاً منهم.

فقد عرفها الدكتور محمود سمير الشرقاوي بأنها: "شارة تسمح بتمييز منتجات أو خدمات مشروع معين وباجتذاب العملاء نحو هذا المشروع أو منتجاته" (الشرقاوي، ١٩٨٩)

كما عرفتها الدكتورة سميحة القليوبي بأنها: "كل إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة" (القليوبي، ٢٠٠٥).

وهناك من عرف العلامة التجارية بأنها: (أي علامة أو مجموعات علامات تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة لأن تكون علامة تجارية، وتكون هذه العلامات لاسيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية وحروفاً وأرقاماً وأشكالاً ومجموعات ألوان وأي مزيج من هذه العلامات، مؤهلة للتسجيل كعلامة تجارية) (عبد القادر، ٢٠١٧).



ويلاحظ أن التعريفات السابقة للعلامة التجارية قد اعتبرت أن وظيفة العلامة التجارية هي تمييز سلع ومنتجات وخدمات تاجر عن سلع ومنتجات وخدمات تاجر آخر، كما ويلاحظ من التعريف أنها أخذت بالمفهوم الواسع للعلامة التجارية فلم يعد مفهوم العلامة مقتصرًا على السلع والمنتجات بل توسع ليشمل الخدمات أيضًا.

### ثانياً: مفهوم العلامة التجارية في اتفاقية التربس والأنظمة:

يتناول الباحث هنا بيان ماهية العلامات التجارية في اتفاقية تربس ونظام العلامات التجارية السعودي، وكذا قانون المعاملات التجارية الأردني، والاتفاقيات الدولية.

#### ١. العلامة التجارية في اتفاقية تربس:

جاء تعريف العلامة التجارية في اتفاقية التربس في المادة ١/١٥ أنها: "تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع أو الخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة لأن تكون علامة تجارية. وتكون هذه العلامات لاسيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية وحروفاً وأرقاماً وأشكالاً ومجموعات ألوان وأي مزيج من هذه العلامات، مؤهلة للتسجيل كعلامة تجارية. حين لا يكون في هذه العلامات ما يسمح بتمييز السلع والخدمات ذات الصلة، يجوز للبلدان الأعضاء أن تجعل الصلاحية للتسجيل مشروطة بالتمييز المكتسب من خلال الاستخدام. كما يجوز لها اشتراط أن تكون العلامات المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر كشرط لتسجيلها" (تربس، ١٩٩٤).

#### ٢. العلامة التجارية في نظام العلامات التجارية السعودي:-

عرف المنظم السعودي في نظام العلامات التجارية السعودي الصادر بالمرسوم الملكي م/٢١ الصادر بتاريخ ٥/٢٨/١٤٢٣هـ، الموافق ١٥/٣/٢٠٠٢م حيث عرف العلامة التجارية من خلال تعدد الأشكال والعلامات المتخذ منها تلك العلامة، فعرف في المادة الأولى من هذا النظام العلامة التجارية بقوله: "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 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".

وبذلك يتبين لنا أن المنظم السعودي في تعريفه للعلامة التجارية اقترب بشكل كبير للتعريف الوارد في اتفاقية التربس، حيث قام المنظم السعودي بسلوك مسلك اتفاقية التربس في تعدد العلامات التجارية المشمولة بحماية هذا النظام، وعدد تلك العلامات التي تخذ شكلاً مميزاً أو تحمل الإمضاءات أو كلمات أو حروف أو أرقام أو رسوم أو رموز أو أختام أو نقوش البارزة، أو أي إشارة أخرى أو أي مجموع منها، واشترط المنظم السعودي فيها أن 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، كما اشترط المنظم السعودي في هذا التعريف أن يكون استخدام تلك العلامات التجارية بداعي صنعه أو انتقائه أو اختراعه أو الاتجار به، أو للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات.

### ٣. العلامة التجارية في قانون العلامات التجارية الأردني:-

كما تطرق التشريع الأردني إلى تعريف العلامة التجارية في المادة الثانية من قانون العلامات التجارية الأردني رقم ٣٣ لسنة ١٩٥٢م والمعدل بالقانون رقم ٣٤ لسنة ١٩٩٩م بأنها هي: "أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره".

فالمشرع الأردني هنا لم يسلك مسلك المنظم السعودي أو اتفاقية التريبس في تعداد بعض صور وأشكال العلامات التجارية وهو بخص تعريف العلامة التجارية في قانون العلامات التجارية الأردني.

وبذلك يتضح لنا أن المنظم السعودي قام بتعريف العلامة التجارية بتعدد مكوناتها سواء أكانت حروف أو علامات أو خلفه، بينما يتبين أن التشريع الأردني اكتفى بتعريف العلامة التجارية بأنها أي إشارة ظاهرة تستعمل لتمييز بضائع أو منتجات أي شخص لتمييز بضائعه أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات الغير، وهنا يتبين لنا أن التشريع الأردني قد اكتفى بتعريف العلامة التجارية بأنها أي إشارة لتمييز بضائع أو منتجات أو خدمات، دون أن يتطرق لبيان ما يصلح أن يكون إشارة من عدمه كما فعل المنظم السعودي. والجدير بالذكر هنا أن المشرع الأردني قد تطرق في تشريع العلامات التجارية إلى تعريف العلامات التجارية المشهورة، وهو ما لم يتطرق له المنظم السعودي في نظام العلامات التجارية السعودي، فقد عرف تشريع العلامات التجارية الأردني العلامة التجارية المشهورة بأنها: (العلامة التجارية المشهورة العلامة التجارية ذات الشهرة العالمية التي تجاوزت شهرتها البلد الأصلي الذي سجلت فيه واكتسبت شهرة في القطاع المعني من الجمهور في المملكة الأردنية الهاشمية).

### مفهوم الباحث للعلامة التجارية:-

ويمكن لنا تعريف العلامات التجارية بأنها: "أي إشارة يمكن أن يتخذها التاجر أو الصانع كشعار لمنتجاته أو بضائعه، أو خدماته التي يقدمها للمستهلك، وذلك بغرض تمييزها عن غيرها من المنتجات والبضائع والخدمات المماثلة".

## المطلب الثاني

### إجراءات تسجيل العلامة التجارية.

لكي تعد العلامة التجارية محمية قانوناً ولها وجود مادي وواقعي ملموس، اشترط المنظم السعودي والأردني ضرورة توافر مجموعة من الشروط، منها ما هو شكلي ومنها ما هو موضوعي، وهو ما نتناوله تفصيلاً فيما يلي:

#### أولاً: الشروط الموضوعية لتسجيل العلامة التجارية:

أهم هذه الشروط ما يلي:

##### الشرط الأول: أن تكون مميزة:

حيث اشترط المنظم السعودي والأردني لتسجيل العلامة التجارية أن تكون ذات صفة فارقة، أي أن تكون مميزة بحيث يتم تمييزها عن غيرها من العلامات التجارية الأخرى، وهو ما نص عليه المنظم السعودي في المادة الأولى من نظام العلامات التجارية حين قال: "تعد علامة تجارية في تطبيق أحكام هذا النظام الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً"، وهو ما نصت عليه المادة ٧ من قانون العلامات التجارية الأردني حين نصت على أنه: "يشترط لتسجيل العلامة التجارية أن تكون ذات صفة فارقة..."، ومعنى "فارقة" أن العلامة التجارية موضوعية على شكل يكفل تمييز بضائع وسلع صاحبها عن بضائع وسلع الغير (الغويري، ٢٠٠٨).

##### الشرط الثاني: أن تكون جديدة:

وبالإضافة لشرط التميز يجب أن تكون هذه العلامة جديدة لم تستعمل من قبل، فمن المنطقي أنه لا يجوز استعمال ذات العلامة التجارية لتاجرين مختلفين، ولكن هل المقصود بالجدة هنا هي الجدة المطلقة في خلق وابتكار العلامة أم لا؟ لا المقصود بالجدة هنا هو الجدة في التطبيق على ذات السلعة أي عدم استعمالها على المنتجات، ويترتب على ذلك أن العلامة تعتبر جديدة حتى ولو سبق استعمال ذاتها على نوع آخر من السلع، فالعبارة باستعمال العلامة التجارية على ذات السلع المراد وضعها عليها أي السلع المماثلة. (القليوبي، ٢٠٠٥).

##### الشرط الثالث: أن تكون مشروعة:

والغرض من المشروعية هنا أن تكون متوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية وأحكام النظام، وأن تكون متوافقة مع النظام العام والآداب العامة، فلا يجوز للعلامة التجارية أن تتخذ شكلاً أو رسماً مخالفاً للشريعة والنظام.

وقد حظر المنظم السعودي تسجيل العلامات التجارية الغير مشروعة، وهو ما جاء في المادة الثانية منه في الفقرتين ب، ج، حيث جاء فيها: "لا تعد ولا تسجل علامة تجارية الإشارات والشعارات والأعلام وغيرها الوارد بيانها أدناه:

ب - كل تعبير أو إشارة أو رسم مخل بالدين أو يكون مطابقاً أو مماثلاً لرمز ذي صبغة دينية.

ج - كل تعبير أو إشارة أو رسم مخالف للنظام العام أو الآداب العامة".  
كما حظر المشرع الأردني أيضاً في قانون العلامات التجارية تسجيل العلامات الغير مشروعة، حيث نص في المادة ٦/٨ والتي جاء فيها: " لا يجوز تسجيل ما يأتي:  
٦. العلامات المخلة بالنظام العام أو الآداب العامة أو التي تؤدي إلى غش الجمهور أو العلامات التي تشجع المنافسة التجارية غير المحققة أو التي تدل على غير مصدرها الحقيقي".

### ثانياً: الشروط الشكلية لتسجيل العلامة التجارية:

#### ١. طلب تسجيل العلامة التجارية وإجراءاته:

منح المنظم السعودي والأردني لكل من يدعى ملكيته لعلامة تجارية التي يستعملها أو ينوي أن يستعملها وأراد تسجيلها لحماية حقه أن يتقدم لطلب مكتوب إلى المسجل. وتتمثل إجراءات طلب التسجيل في قيام صاحب الشأن بتقديم طلب التسجيل إذا كان له موطن في المملكة أو من وكيل رسمي له موطن فيها؛ وذلك إلى الإدارة المختصة بوزارة التجارة وفقاً للشروط والإجراءات التي تحددها اللائحة التنفيذية وهو ما نصت عليه المادة ٥ من النظام السعودي وكذا المادة ١١ من القانون الأردني.

على أن تقيد الطلبات في دفتر خاص بأرقام متتابعة حسب تاريخ الإيداع، في حال طلب شخصين أو أكثر تسجيل العلامة نفسها، أو علامات متشابهة بشكل يحدث اللبس عن فئة واحدة من فئات المنتجات أو الخدمات، وكان للطلبات تاريخ الإيداع ذاته أو تاريخ الأولوية ذاته، يوقف طلب التسجيل إلى أن يقدم أحدهم تنازلاً كتابياً من المنازعين له مصدقاً عليه نظاماً، أو إلى أن يصدر حكم نهائي من ديوان المظالم بأحقية أحدهم في التسجيل كما ورد في المادة ٨ من نظام المعاملات السعودي.

#### ٢. قبول طلب التسجيل أو رفضه:

تقوم إدارة التسجيل بفحص الطلب المقدم لتسجيل العلامة التجارية خلال ستين يوم من تاريخ تقديم الطلب، بحيث تبحث مدى توافر الشروط الشكلية والموضوعية، فإذا تبين لها توافر تلك الشروط تقبل طلب التسجيل، أما إذا رأت عدم توافر الشروط كأن تكون العلامة التجارية غير مشروعة، أو غير مميزة، فهنا تقوم برفض طلب التسجيل، مع ضرورة قيامها بإخطار صاحب الشأن بهذا الرفض، ولها أن تطلب استيفاء شروط أو إدخال التعديلات اللازمة لقبول طلب التسجيل، على أن يقوم صاحب الشأن بعمل تلك التعديلات واستيفاء الشروط خلال تسعين يوم من تاريخ

إبلاغه بذلك، وإلا اعتبر طلبه مرفوض من تاريخ فوات هذا الميعاد وهو ما ورد في المواد ١١ و ١٢ من النظام السعودي.

إلا أن المشرع الأردني لم يضع موعد محدد تلزم فيه إدارة التسجيل بالرد على طلب تسجيل العلامة التجارية مثلما فعل المنظم السعودي، حيث أن التشريع الأردني أجاز في المادة ١١ للمسجل أن يرفض طلب التسجيل أو أن يقبله بتمامه من دون قيد أو شرط دون أن تضع مدة محددة لرد جهة التسجيل مثلما فعل المنظم السعودي.

### ٣. التظلم من قرار إدارة التسجيل برفض طلب تسجيل العلامة:

يجوز لطالب التسجيل التظلم من قرار إدارة التسجيل لوزير التجارة من القرار الصادر برفض طلبه خلال ستين يوماً من تاريخ إبلاغه به، وإذا صدر قرار الوزير برفض التظلم كان لصاحب الشأن حق الطعن فيه أمام ديوان المظالم خلال ثلاثين يوماً من تاريخ إبلاغه به (م ١٣)، في حين جعل قانون العلامة التجارية الأردني التظلم أمام محكمة العدل العليا (م ١١).

أما إذا قبلت الإدارة تسجيل العلامة فإنها تقوم بالتسجيل في سجل العلامات وتعطي طالب التسجيل شهادة بذلك، كما تقوم قوم الإدارة المختصة بالشهر عنها بالكيفية والإجراءات التي تحددها اللائحة التنفيذية، ويلزم طالب التسجيل بتكاليف الشهر.

ومنح كلاً من المنظم السعودي والأردني لكل ذي مصلحة الاعتراض على قبول تسجيل العلامة أمام ديوان المظالم خلال تسعين يوماً من تاريخ شهرها، مع إيداع نسخة من الاعتراض وما يفيد تقديمه لدى الإدارة المختصة بوزارة التجارة. (م ١٥ من النظام السعودي- ومادة ١/١٤ من القانون الأردني).

### ٤. قبول التسجيل:

تقوم الإدارة المختصة بتسجيل العلامة في السجل المعد بذلك بعد أن يصبح القرار الصادر بقبول تسجيل العلامة نهائياً، أو يصدر حكم في هذا الشأن من ديوان المظالم، ويتم التسجيل وفقاً للإجراءات والشروط التي تحددها اللائحة التنفيذية. على أن يعطى مالك العلامة التجارية بمجرد تمام تسجيلها شهادة تشمل البيانات التي تحددها اللائحة التنفيذية، وعلى الأخص:

- أ - الرقم المتتابع لتسجيل العلامة.
- ب - تاريخ إيداع طلب التسجيل وتاريخ التسجيل وتاريخ الأولوية إن وجدت.
- ج - الاسم التجاري أو اسم مالك العلامة ومحل إقامته وجنسيته.
- د - صورة للعلامة.

هـ - بيان بالمنتجات أو الخدمات التي سجلت عنها العلامة وبيان فئتها. (م ١٦ و ١٧ من النظام السعودي- ومادة ١٥ من القانون الأردني).

### إدخال تعديلات أو إضافات على العلامة التجارية:

يحق لمالك العلامة التجارية بعد تسجيلها وترخيصها أن يطلب من الجهة المختصة برغبته في إدخال أي إضافات أو تعديلات على العلامة التجارية المسجلة، طالما كانت تلك التعديلات أو الإضافات لا تحدث تغييراً جوهرياً في تلك العلامة. (الفوزان، ١٤٣٣هـ).

حيث منح المنظم السعودي في نظام العلامات التجارية في المادة ١٨ منه لمالك العلامة التجارية التي تم تسجيلها أن يطلب من الإدارة المختصة إدخال أي إضافات أو تعديلات عليها لا تمس ذاتيتها مساساً جوهرياً، وتسري على هذا الطلب الشروط والإجراءات الخاصة بطلبات التسجيل الأصلية. وهو ما نص عليه أيضاً المشرع الأردني في قانون العلامات التجارية حيث نص في المادة ٢٤ على أنه: "يحق لصاحب اللامعة التجارية المسجلة أن يطلب من المسجل بالصورة المقررة أن يرخص أو يضيف شيئاً إلى تلك العلامة، أو أن يغيرها بصورة لا تؤثر على ذاتيتها".

## المبحث الثاني

### الحماية القانونية للعلامة التجارية وأثارها

#### تمهيد وتقسيم:

حماية العلامة التجارية من أهم الطرق لتنشيط التجارة والاقتصاد، فهي عامل جذب كبير للاستثمار الذي تبحث عنه كل الدول، فتسجيل العلامات التجارية يعطي مزيد من الطمأنينة لرجال الأعمال عندما يقررون الاستثمار في دولة ما، فإذا كانت تلك الدولة تعطي مزيد من الحماية للعلامات التجارية كلما اطمأن المستثمر على أمواله واطمأن لوجود عقوبات رادعة لكل من تسول له نفسه انتهاك العلامات التجارية وتقليدها وتزويرها أو الاعتداء عليها بأي صورة من الصور دون وجه حق فمن الأخلاق أن يتم حماية تلك العلامات التجارية من أي تقليد لها أو أي انتهاك، فقواعد الأخلاق والعدالة تقتضي توفير الحماية اللازمة للعلامات التجارية المشهورة، حيث أن التاجر له حقوق أقرها المشرع، ومن تلك الحقوق حماية العلامة التجارية من أي اعتداء يقع عليه من قبل الغير.

فالحماية القانونية تعد أثر لتسجيل العلامة التجارية، بل هو الأثر الأكبر والأهم، حيث أضاف المنظم السعودي والأردني حماية قانونية مدنية وجزائية على مالك العلامة التجارية الذي قام بتسجيلها، ولأهمية الحماية القانونية للعلامة التجارية يتم الحديث في هذا المبحث وفق التقسيم التالي:

المطلب الأول: الحماية المدنية للعلامات التجارية وأثارها.

المطلب الثاني: الحماية الجزائية للعلامات التجارية وأثارها.

#### المطلب الأول

##### الحماية المدنية للعلامات التجارية وأثارها

ترجع الحماية المدنية إلى الخطأ الذي تسبب في إلحاق الضرر بمالك العلامة التجارية المعتدى عليها، مع ضرورة وجود علاقة سببية بين الخطأ والضرر، حيث نص المنظم السعودي في المادة ٤٨ من نظام العلامات التجارية لكل من أصابه ضرر نتيجة ارتكاب إحدى المخالفات المنصوص عليها في هذا النظام أن يطالب المسؤول عن هذه المخالفة بالتعويض المناسب عما لحقه من ضرر.

فاستعمال العلامة التجارية لا تسجيلها هو أساس ملكيتها، لذلك فإن المنظم السعودي أجاز لمالك العلامة التجارية أن يتمتع بالحماية المدنية لعلامته التجارية ولو كانت غير مسجلة، فيجوز لمالك العلامة الغير مسجلة أن يرفع ضد من يعتدي على علامته التجارية دعوى المنافسة غير المشروعة متى توافرت أركانها. كذلك الحال إذا كانت العلامة التجارية مسجلة فإنها تتمتع أيضاً بحماية جنائية، وجوز لمالكها رفع دعوى التعويض أمام المحكمة الجنائية، كما يجوز له أن يرفع الدعوى ابتداءً أمام المحكمة المدنية. (القليوبي، ٢٠٠٤).

حيث اشترط المنظم السعودي والأردني لقيام الحماية المدنية أن تكون العلامة التجارية مسجلة، كما منح المنظم السعودي لمالك العلامة التجارية في مجموعة من الإجراءات التحفظية التي تكفل له الحماية القانونية، وتتمثل تلك الإجراءات التحفظية في أن المنظم السعودي أجاز لمالك العلامة التجاري في أي وقت ولو كان ذلك قبل رفع أي دعوى مدنية أو جنائية أن يستصدر - بناءً على عريضة مشفوعة بشهادة رسمية دالة على تسجيل العلامة - أمراً من ديوان المظالم باتخاذ الإجراءات التحفظية اللازمة، وعلى الأخص:

أ) عمل محضر حصر ووصف تفصيلي عن الآلات والأدوات التي تستخدم أو تكون قد استخدمت في ارتكاب المخالفة والمنتجات المحلية والمستوردة أو البضائع أو الأوراق مما يكون قد وضعت عليها العلامة التجارية موضوع المخالفة.

ب) توقيع الحجز على الأشياء المشار إليها في الفقرة (أ) على ألا يوقع الحجز عليها إلا بعد أن يقدم الطالب تأمينا يقدره ديوان المظالم تقديراً أولياً لتعويض المحجوز عليه عند الاقتضاء. ويجوز بعد توقيع الحجز المنازعة في كفاية التأمين الذي قدمه الحاجز وفقاً للإجراءات والشروط المنصوص عليها في اللائحة التنفيذية، ويجوز أن يشمل الأمر الصادر من ديوان المظالم نذب خبير أو أكثر لمعاونة الجهة التي تحددها اللائحة التنفيذية (مادة ٤٩ من نظام العلامات التجارية السعودي).

والجدير بالذكر هنا أن كافة الإجراءات التحفظية التي اتخذها مالك العلامة التجارية تعتبر كأن لم تكن إذا لم يتبعها رفع دعوى مدنية أو جنائية على من اتخذت ضده تلك الإجراءات وذلك في خلال عشرة أيام من تاريخ اتخاذ الإجراءات المنصوص عليها في المادة (التاسعة والأربعين) من هذا النظام (مادة ٥٠ من نظام العلامات التجارية السعودي).

كما منح المنظم السعودي للمدعى عليه أن يتخذ إجراءات مطالبة المدعي السيئ النية بالتعويض الذي قد يستحق له نتيجة اتخاذه للإجراءات المنصوص عليها في المادة (التاسعة والأربعين) من هذا النظام. وذلك خلال تسعين يوماً من تاريخ انتهاء الميعاد المنصوص عليه في المادة (الخمسين) من هذا النظام. إذا لم يرفع الحاجز دعواه، أو من تاريخ صدور الحكم النهائي في دعوى الحاجز المتعلقة بالعلامة التجارية، وفي جميع الأحوال لا يجوز صرف التأمين للحاجز إلا بعد صدور الحكم النهائي في دعوى المحجوز عليه بإدانته، أو بعد انقضاء الميعاد المقرر له دون رفعها ما لم يتضمن الحكم الصادر في دعوى الحاجز الفصل في موضوع التأمين. (مادة ٥١ من نظام العلامات التجارية السعودي).

وفي نظام العلامات التجارية الأردني أجاز لمالك العلامة التجارية المسجلة في المملكة عند إقامة دعواه المدنية أو الجزائية أو أثناء النظر فيها انيطلب من المحكمة ما يلي على أن يكون طلبه مشفوعاً بكفالة مصرفية أو نقدية تقبلها المحكمة:

أ. وقف التعدي.

ب. الحجز التحفظي على البضائع التي ارتكب التعدي بشأنها أينما وجدت.

ج. المحافظة على الأدلة ذات الصلة بالتعدي.



٢ . أ. لمالك العلامة التجارية المدعى بالتعدي عليها قبل إقامة دعواه المدنية أو الجزائية أن يطلب من المحكمة اتخاذ أي من الإجراءات المنصوص عليها في الفقرة ١ من هذه المادة دون تبليغ المستدعى ضده إذا اثبت أنه مالك الحق في العلامة التجارية وأن حقوقه قد تم التعدي عليها أو أن التعدي قد أصبح وشيكاً ومن المحتمل أن يلحق به ضرراً يتعدى تداركه في حال وقوعه أو يخشى من اختفاء دليل أو اتلافه على أن تكون الطلبات مشفوعة بكفالة مصرفية أو نقدية تقبلها المحكمة ويحق للمدعى عليه أو المشتكى عليه حسب الأحوال أن يعترض على هذا القرار خلال ثمانية أيام من تاريخ تبليغه أو تفهمه لهذا القرار.

ب. اذا لم يقم مالك العلامة التجارية دعواه خلال ثمانية أيام من تاريخ إجابة المحكمة لطلبه فتعتبر جميع الإجراءات المتخذة بهذا الشأن ملغاة.

٣ . للمدعى عليه أو المستدعى ضده أن يطالب بتعويض عادل إذا ثبت بنتيجة الدعوى أن المدعي غير محق فيدعواه أو أنه لم يقم بتسجيل دعواه خلال المدة المقررة.

٤ . للمحكمة أن تقرر مصادرة البضائع ومواد الرزم واللف والإعلان واللوحات والاختام وغير ذلك من الأدوات والمواد المستعملة بصورة رئيسة في طبع العلامة التجارية على البضائع أو التي ارتكب فعل التعدي بها أو نشأ منها وللمحكمة أن تأمر بإتلاف أو التصرف بها في غير الأغراض التجارية. (مادة ٣٤ من قانون العلامات التجارية الأردني).

ومن تلك النصوص يتبين أن الحماية تشمل كل متضرر سواء كان صاحب العلامة التجارية أو الموزع أو المستهلك، كما أن مالك العلامة التجارية يستطيع مقاضاة المتسبب في الإضرار به بصرف النظر عما إذا كانت العلامة مسجلة من عدمه، وأن التعويض يستحق عند الضرر دون النظر إلى القصد من الإضرار. كما يتبين أن المشرع الأردني جرم حالة الشروع في ارتكاب أي فعل من الأفعال المنصوص عليها في تلك المادة، أو ساعد، أو حرض على ارتكابها وهو ما لم يفعله المنظم السعودي. فالحماية المدنية لصاحب العلامة يمكن استنادها على مبدأ المنافسة المشروعة ذلك أن تلك الحماية تعني منع أي منافسة غير مشروعة لأن المنافسة الحرة الشريفة هي من سمات الاقتصاد الحر، ووسيلة لتشجيع التنمية (الكمالي، ١٩٩٨م).

وبذلك يتضح أن هناك صوراً عديدة للحماية المدنية للعلامة التجارية أوردها قانون العلامات التجارية متمثلة في دعوى المنافسة غير المشروعة ، إضافة إلى الحماية الإجرائية، لكن المشرع لم يكتفي بهذه الحماية فقط إنما أضاف العنصر الجزائي متمثلاً بالحماية الجزائية للعلامة التجارية على كل من يرتكب فعل نص عليه القانون المذكور. (مبارك، ٢٠٠٦).

## المطلب الثاني

### الحماية الجزائية للعلامات التجارية وأثارها

لا تتمتع العلامات التجارية بالحماية الجزائية إلا إذا كانت مسجلة، حيث توجد مجموعة من الجرائم التي تمثل جرائم جزائية تقع على العلامات التجارية المسجلة، وتتمثل تلك الجرائم فيما يلي:

#### أولاً: جريمة تزوير أو تقليد العلامة التجارية:

حيث عاقب المنظم السعودي في المادة ٤٣ من نظام العلامات التجارية بالحبس مدة لا تزيد على سنة وبغرامة لا تقل عن خمسين ألف ريال ولا تزيد على مليون ريال أو بإحدى هاتين العقوبتين:

أ - كل من زور علامة مسجلة أو قلدها بطريقة تتسبب في تضليل الجمهور، وكل من استعمل بسوء القصد علامة مزورة أو مقلدة.

ب - كل من وضع بسوء القصد على منتجاته أو استعمل فيما يتعلق بخدماته علامة مملوكة لغيره.

ج - كل من عرض أو طرح للبيع أو باع أو حاز بقصد البيع منتجات عليها علامة مزورة أو مقلدة أو موضوعة أو مستعملة بغير وجه حق مع علمه بذلك، وكذلك كل من عرض خدمات في ظل مثل هذه العلامة مع علمه بذلك.

كما نصت المادة ٣٨/أ من قانون العلامات التجارية الأردني على أنه: "يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن ثلاثة أشهر ولا تتجاوز سنة واحدة أو بغرامة لا تقل عن مائة دينار ولا تتجاوز ثلاثة آلاف دينار أو بكلتا هاتين العقوبتين كل من ارتكب بقصد الغش فعلاً من الأفعال التالية:

أ . زور علامة تجارية مسجلة وفقاً لأحكام هذا القانون أو قلدها بطريقة تؤدي الى تضليل الجمهور أو وسم داخل المملكة علامة تجارية مزورة أو مقلدة على ذات الصنف من البضائع التي سجلت العلامة التجارية مناجلها.

#### ثانياً: جريمة استعمال علامة مزورة أو مقلدة:

حيث عاقب المنظم السعودي في المادة ٤٤ من نظام العلامات التجارية السعودي بالحبس مدة لا تزيد على ثلاثة أشهر وبغرامة لا تقل عن عشرين ألف ريال، ولا تزيد على مائتين وخمسين ألف ريال أو بإحدى هاتين العقوبتين:

أ - كل من استعمل علامة غير مسجلة في الأحوال المنصوص عليها في الفقرات (ب، ج، د، هـ) من المادة (الثانية) من هذا النظام.

ب - كل من دون بغير حق على علاماته أو أوراقه التجارية بياناً يؤدي إلى الاعتقاد بحصول تسجيلها.

كما نصت المادة ١/٣٨- ب من قانون العلامات التجارية الأردني على أنه: "يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن ثلاثة أشهر ولا تتجاوز سنة واحدة أو بغرامة لا تقل عن مائة دينار ولا تتجاوز ثلاثة آلاف دينار أو بكلتا هاتين العقوبتين كل من ارتكب بقصد العش فعلاً من الأفعال التالية:

ب. استعمل دون حق علامة تجارية يملكها الغير على الصنف ذاته من البضاعة التي سجلت العلامة التجارية من أجلها.

### ثالثاً: جريمة بيع العلامة التجارية المسجلة:

حيث عاقب المنظم السعودي في المادة ٤٣/ج من نظام العلامات التجارية بالحبس مدة لا تزيد على سنة وبغرامة لا تقل عن خمسين ألف ريال ولا تزيد على مليون ريال أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من عرض أو طرح للبيع أو باع أو حاز بقصد البيع منتجات عليها علامة مزورة أو مقلدة أو موضوعة أو مستعملة بغير وجه حق مع علمه بذلك، وكذلك كل من عرض خدمات في ظل مثل هذه العلامة مع علمه بذلك.

وهذه الجريمة هي ما نصت المادة ١/٣٨-ج من قانون العلامات التجارية الأردني على أنه: "يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن ثلاثة أشهر ولا تتجاوز سنة واحدة أو بغرامة لا تقل عن مائة دينار ولا تتجاوز ثلاثة آلاف دينار أو بكلتا هاتين العقوبتين كل من ارتكب بقصد العش فعلاً من الأفعال التالية:

ج. باع أو اقتنى بقصد البيع أو عرض للبيع بضاعة تحمل علامة تجارية يعتبر استعمالها جرماً بمقتضى البندين أ و بمن هذه الفقرة وكان لديه علم مسبق بذلك.

٢ . بالرغم مما ورد في الفقرة ١ من هذه المادة يعاقب الأشخاص الذين يبيعون أو يعرضون للبيع أو يفتنون بقصد البيع بضاعة تحمل علامة تجارية يعتبر استعمالها جرماً بمقتضى البندين أ و ب من الفقرة ١ من هذه المادة بغرامة لا تقل عن خمسين ديناراً ولا تتجاوز خمسمائة دينار.

٣ . تسري أحكام الفقرة ١ من هذه المادة على كل من شرع في ارتكاب أي فعل من الأفعال المنصوص عليها في هذه الفقرة أو ساعد أو حرض على ارتكابها".

وبذلك يكون المشرع الأردني قد تفرد عن المنظم السعودي بالعقاب على الشروع عن تلك الأفعال أو المساعدة والتحريض على ارتكابها وهو ما لم يفعله المنظم السعودي.

وبذلك يرتكب هذه الجريمة كل من يقوم ببيع منتجات وبضائع تحمل علامة مزورة أو مقلدة، أو يعرض مثل هذه المنتجات أو يحوزها بقصد البيع ولو لم يكن هو الشخص الذي ارتكب جريمة التزوير أو التقليد أو الاستعمال (الشرقاوي، ١٩٩٨).

### أهمية حماية العلامة التجارية:

ليس من أخلاقيات المهنة تقليد العلامات التجارية، حيث تتمتع العلامة التجارية بحماية خلقية وقانونية، والهدف الرئيسي من تلك الحماية هو حماية شهرة المحل التجاري، وحماية المصلحة العامة للمستهلك من خلال تحديد المصدر الحقيقي والفعلي للسلع والخدمات المقدمة له عن طريق حمايته من الغش والتدليس الواقع عليه نتيجة الاعتداء على الاسم التجاري المشهور وإدخال اللبس عليه من أن السلعة التي يستهلكها تنتمي لهذا الاسم التجاري المشهور مما يعود بالضرر على الاسم التجاري وعلى المستهلك أيضاً.

فالعلامة التجارية وظيفة مزدوجة حيث أن يعد وسيلة ضمان للتاجر وللمستهلك في آن واحد، عن طريق منع الآخرين من الاعتداء على هذا الاسم وتسويق منتجاتهم من خلال هذا الاسم المشهور الأمر الذي يسبب معه منع اختلاط بين تلك المنتجات بين بعضها، ويتمكن المستهلك والعميل من التعرف بشكل قاطع وحقيقي على المنتجات والسلع والخدمات التي يثقون فيها، فالاسم التجاري المشهور وحده هو القادر على تكوين تلك الثقة في السلع والخدمات، فالاسم التجاري المشهور وبحق يتمكن من التمييز السلعة بين مثيلاتها من السلع المشابهة، حيث أنه يعطي للمستهلك القدرة على اختيار احتياجاته دون خوف من لبس أو تضليل (الكمالي، ١٩٩٨).

وحتى يحقق التاجر تفوقاً كبيراً ورواجاً هاماً، فإنه يلجأ إلى إعلام جمهور المستهلكين بهذه السلع واقبالهم عليها بشكل كبير، حيث أن هذا الإقبال لن يكون إلا على البضائع الممتازة، بمعنى أن يكون لهؤلاء المستهلكين إمكانية التمييز بين الممتاز والرديء من المنتجات، الأمر الذي يؤدي بالمنتجين من تجار وصناع إلى بذل جهود كبيرة لتحسين منتجاتهم وتقديمها للمستهلك بصفة مميزة عن هذه المنتجات وتلك، فإذا قام البعض بإنشاء علامات تجارية مقلدة. فإن ذلك يعد نوع من الغش التجاري لما يمثله من غش وتدليس على المستهلك الذي لن يتمكن من التفرقة بين المنتج الأصلي ذو الجودة الكبيرة، عن المنتج المقلد ذو المستوى والجودة الرديئة.

## الخاتمة:-

في ختام هذا البحث حاول الباحث الحديث عن العلامات التجارية دراسة مقارنة بين النظام السعودي والقانون الأردني، وكيف أنه حاول الإجابة على ذلك في مبحثين اثنين، حيث ناقش المبحث الأول ماهية العلامة التجارية وإجراءات تسجيل العلامة التجارية في السعودية والأردن. أما في المبحث الثاني ناقش الحماية القانونية للعلامة التجارية وأثارها التي وضحتها قوانين الدولتين. سواء من حيث الآثار المدنية أو الجزائية.

وفي الختام انتهى البحث مجموعة من النتائج والتوصيات أهمها ما يلي:

### النتائج:-

١. تعد العلامة التجارية صفة من صفات المنتج التي تعتبر إحدى وسائل التاجر أو الصانع أو مقدمة الخدمة في سبيل الإعلان عن سلعته أو خدمته.
٢. اتفقت أقول الفقهاء في تعريف العلامة التجارية، حيث جاءت معظم التعاريف متقاربة ومتشابهة في المعني وإن كان هناك اختلاف في اللفظ.
٣. أخذ المنظم السعودي بالمفهوم الواسع للعلامة التجارية عند تعريفه لها، ويكاد التعريف يتمثل والتعريف الوارد في اتفاقية تربس.
٤. لم يسلك المشرع الأردني في تعريف العلامة التجارية مسلك المنظم السعودي أو اتفاقية التربس في تعداد بعض صور وأشكال العلامات التجارية وهو بخص تعريف العلامة التجارية في قانون العلامات التجارية الأردني.
٥. لم يتطرق المشرع الأردني إلى ذكر العلامات المميزة للمنتجات الزراعية والصناعية.
٦. يستطيع مالك العلامة التجارية مقاضاة المتسبب في الإضرار به بصرف النظر عما إذا كانت العلامة مسجلة من عدمه، وأن التعويض يستحق عند الضرر دون النظر إلى القصد من الإضرار.
٧. تتمتع العلامة التجارية المسجلة بالحماية الجزائية بجانب الحماية المدنية.

### التوصيات:-

١. ضرورة تعريف المشرع الأردني العلامة التجارية في تعداد بعض صور وأشكال العلامات التجارية وهو بخص تعريف العلامة التجارية في قانون العلامات التجارية الأردني.
٢. ضرورة أن يتطرق المشرع الأردني إلى ذكر العلامات المميزة للمنتجات الزراعية والصناعية.
٣. ضرورة وضع المشرع الأردني موعداً محدداً تلزم فيه إدارة التسجيل بالرد على طلب تسجيل العلامة التجارية مثلما فعل المنظم السعودي.
٤. نهييب بالمنظم السعودي تعديل المادة ٤٣ و ٤٤ بتجريم الشروع في ارتكاب أي فعل من الأفعال المنصوص عليها في تلك المادة، أو ساعد، أو حرض على ارتكابها.

## قائمة المراجع:-

### أولاً: المراجع العامة والمتخصصة:

١. الشرفاوي، محمود سمير. (١٩٨٩)، "القانون التجاري- الجزء الأول". دار النهضة العربية، القاهرة.
٢. العبيدي، باسم عباس. (٢٠١٤)، "العلامة التجارية دلالتها الوظيفية والتعبيرية"، أمواج للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
٣. الفوزان، محمد بن براك. (٢٠١٢ / ٥١٤٣٣)، "النظام القانوني للاسم التجاري والعلامة التجارية في القوانين العربية دراسة مقارنة"، مكتبة القانون والاقتصاد، الطبعة الأولى، الرياض.
٤. القليوبي، سميحة. (٢٠٠٥)، "الملكية الصناعية". دار النهضة العربية، الطبعة الخامسة، القاهرة.

### ثانياً: الأطروحات والدوريات:

١. عبد القادر، سبتي. (٢٠١٧)، "تقليد العلامات التجارية في القانون الجزائري والقانون المقارن"، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر ١، كلية الحقوق، الجزائر.
٢. الغوييري، عبدالله حميد سليمان. (٢٠٠٨)، "العلامة التجارية وحمايتها- العلامة المشهورة وحمايتها"، دار الفلاح للنشر والتوزيع، صويلح، الأردن.
٣. مبارك، محمود أحمد عبد الحميد مبارك. (٢٠٠٦)، "العلامة التجارية وطرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين"، أطروحة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين.

### ثالثاً: المؤتمرات:

٤. الكمالي، محمد محمود. (١٩٩٨)، "دور العلامات التجارية في حماية المستهلك"، بحث مقدم في ندوة "حماية المستهلك في الشريعة والقانون"، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، الفترة من ٦-٧ ديسمبر، الإمارات.

### رابعاً: الأنظمة والقوانين:

٥. اتفاقية تريبس.
٦. قانون العلامات التجارية الأردني رقم ٣٣ لسنة ١٩٥٢ المعدل بالقانون رقم ٣٤ لسنة ١٩٩٩م.
٧. نظام العلامات التجارية السعودي الصادر بالمرسوم الملكي رقم م/٢١ بتاريخ ١٤٢٣/٥/٢٨هـ.