النظام القانوني لملكية العلامة التجارية

دراسة مقارنة

د. عايض راشد المري

الأستاذ المشارك بقسم القانون

كلية الدراسات التجارية

مقدمة

فطن التجار إلى أهمية العلامات التجارية منذ عصر الرومان، والعلامة التجارية هي إشارة تسمح بتمييز منتجات أو خدمات مشروع معين؛ لاجتذاب العملاء نحو هذا المشروع أو منتجاته[1]، وهي من أهم الوسائل التي يلجأ إليها الصانع والتاجر لتمكين المستهلك من تعرُّف سلعته أينما وُجدت، وضمان عدم تضليل الجمهور، وهي مما يدفعه إلى بذل أقصى جهده في تحسين منتجاته، وتخفيض تكاليف الإنتاج؛ ليضمن تفوقها ورواجها على مثيلاتها في ميدان المنافسة[2].

[1] محمود مختار أحمد بريري – قانون المعاملات التجارية – الجزء الأول – دار الفكر العربي – ١٩٨٧م – ص ٧٠٤، محمود سمير الشرقاوي – القانون التجاري – الجزء الأول – دار النهضة العربية – ١٩٨٩م – ص ٥٧٤.

[2] محسن شفيق – القانون التجاري المصري – الجزء الأول – الطبعة الأولى – ١٩٤٩م – ص ٤٧٥، أحمد محمد محرز – القانون التجاري – دار الكتب القانونية – ٢٠٠٣م – ص ٤٦٧، مصطفى كمال طه – أصول القانون التجاري – دار الفكر الجامعي – ٢٠١٣م – ص ٧٣١.

والعلامة تعتبر رمزًا يميز مصدر السلعة أو الخدمة، وهي وسيلة لضمان صفات معينة في المنتجات أو الخدمات التي تغطيها العلامة، وهي وسيلة للإعلان عن السلع أو الخدمات[١].

وقد عرّف المشرع الكويتي العلامة التجارية بأنها: "كل ما يأخذ شكلًا مميزًا من أسماء، أو كلمات، أو إمضاءات، أو حروف، أو رموز، أو أرقام، أو عناوين، أو أختام، أو رسوم، أو صور، أو نقوش، أو تغليف، أو عناصر تصويرية، أو أشكال، أو لون، أو مجموعات ألوان، أو مزيج من ذلك، أو أية إشارة أو مجموعة إشارات، إذا كانت تُستخدم – أو يراد استخدامها – في تمييز سلع أو خدمات منشأةٍ ما عن سلع أو خدمات المنشآت الأخرى، أو للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات، أو على إجراء المراقبة أو الفحص للسلع أو الخدمات، ويمكن اعتبار العلامة الخاصة بالصوت أو الرائحة علامة تجارية"[٢].

ووفقًا لاتفاقية تربس، فأي إشارة يمكن أن تُشكّل علامة تجارية، بشرط أن تكون قادرة على تمييز السلع والخدمات[٣].

---

[١] عبد الرحمن السيد قرمان – الاتجاهات الحديثة في حماية العلامات التجارية المشهورة.. دراسة مقارنة – دار النهضة العربية – الطبعة الثانية – ٢٠٠٨م – ص ٤ وما بعدها.

[٢] المادة ٢) من قانون العلامات التجارية الكويتي رقم ١٣ لسنة ٢٠١٥.

[٣] حيث نصت المادة ١/١٥ من الاتفاقية على أنه " تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة لأن

ولا شك أن الهدف الأساسي في قوانين العلامات التجارية حول العالم يكمن في حماية الجمهور من الغش والتضليل والخداع[1]، وكذلك حماية مُلَّاك العلامات التجارية من التعدِّي عليها من قبل الغير؛ وذلك لما تُمثِّله هذه العلامات من قيمة مالية كبيرة، وتأثيرها تأثيرًا كبيرًا في استمرار وازدهار تجارتهم؛ ولذلك كانت مسألة تنظيم تسجيل العلامات التجارية في سجلات معتمدة، في الدول التي يرغب مُلَّاك تلك العلامات في حمايتها فيها، من الأهمية بمكان؛ وذلك لما يترتب على هذا التسجيل من نشوء مجموعة من الحقوق، ولحمايتها من تعدِّي الغير عليها.

تكون علامة تجارية. وتكون هذه العلامات، لاسيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية وحروفا وأرقاما وأشكالا ومجموعات ألوان وأي مزيج من هذه العلامات ما يسمح بتمييز السلع والخدمات ذات الصلة، يجوز للبلدان الأعضاء أن تجعل الصلاحية للتسجيل مشروطة بالتمييز المكتسب من خلال الاستخدام. كما يجوز اشتراط أن تكون العلامات المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر، كشرط لتسجيلها". أنظر كذلك جلال وفا محمدين – الحماية القانونية للملكية الصناعية – دار الجامعة الجديدة للنشر – ٢٠٠٠م – ص ١٠٤.

[1] حكم محكمة التمييز – الدائرة التجارية – الطعن رقم ٢٠٠٣/٢٠٥ تجاري – جلسة ٢٠٠٣/١٢/١ – مجلة القضاء والقانون – س ٣١ –ج٣ – ص ٢٣١، حكم محكمة التمييز – الدائرة التجارية – الطعنان رقما ٨٧، ٢٠٠٧/١٢٣ تجاري – جلسة ٢٠٠٨/١٠/١٤ – مجلة القضاء والقانون – س ٣٦ –ج٣ – ص ٥٩، حكم محكمة التمييز – الدائرة التجارية – الطعن رقم ٢٠٠٦/١٢٠ إداري – جلسة ٢٠٠٨/١٠/٢٨ – مجلة القضاء والقانون – س ٣٦ –ج٣ – ص ١١٣.

وهذا الأمر لاقى اهتمامًا كبيرًا على المستوى الوطني والدولي في أغلب دول العالم، فنجد أن اتفاقية تربس تمثل أول اتفاقية دولية منحت حقوقًا موضوعية لمالك العلامة التجارية، وتتميز تلك الحقوق بأنها حقوق استئثارية دائمة، لكنها في نفس الوقت حقوق نسبية متعلقة فقط بالعلامات التجارية التي شملتها الحماية من حيث الفئة والتماثل، وهذا الحق الاستئثاري يُخوِّل مالك العلامة التجارية منع الغير من استخدام علامات مطابقة أو مشابهة لتميز السلع أو الخدمات التي سُجّلت بشأنها العلامة التجارية، حين يمكن أن يسفر ذلك الاستخدام عن احتمال حدوث لبس.

ويترتب على اكتساب مالك العلامة لهذه الحقوق نتيجةً لتسجيل العلامة التجارية، أنه يُجري على تلك العلامات التجارية كافة التصرفات القانونية؛ من تنازل، وهبة، وبيع، وترخيص، ورهن، وحجر، وغيرها من التصرفات القانونية، بل إن حماية هذه العلامات محددة بمدة زمنية، ويجب على مالكها مراعاة تلك المواعيد وتجديدها كل مرة حتى تستمر الحماية لتلك العلامات؛ لأنه في حال ما إذا ترك تجديد تسجيل العامة التجارية في مواعيدها؛ سقطت عنها تلك الحماية، وشُطب تسجيلها؛ مما يجعلها عرضة للاستيلاء عليها من الغير، ونشوء منازعات قد يطول أجلها؛ مما يؤثر سلبًا على تجارته وسمعته التجارية.

وبالإضافة لاتفاقية تربس، نجد على المستوى الوطني، أن المشرع الكويتي قد طبَّق القانون الموحد للعلامات التجارية لدول مجلس التعاون الخليجي، وصدر به القانون رقم ١٣ لسنة ٢٠١٥م، والذي ألغى بموجبه المواد المتعلقة بالعلامات التجارية بقانون التجارة، وحل القانون الموحد للعلامات التجارية لدول مجلس التعاون الخليجي محلها.

وبناءً عليه؛ سنقسم هذه الدراسة إلى فصلين، نتحدث في الفصل الأول منهما عن الحق في ملكية العلامات التجارية، وفي الثاني عن التصرفات القانونية المترتبة على ملكية العلامة التجارية، مقارنين بين اتفاقية تربس وبين ما تضمنه قانون العلامات التجارية الكويتي الجديد رقم ١٣ لسنة ٢٠١٥م.

الفصل الأول
الحق في ملكية العلامة التجارية

العلامات التجارية من الأموال المعنوية التي ترد على شيء غير مادي، فهي نتاج الذهن، ووليدة الابتكارات العقلية، وبالتالي فهي أقرب إلى شخصية المبتكر؛ لذلك وجب تنظيم ملكيتها وحماية مالكها؛ لأن مالك المال المعنوي أولى بالحماية من مالك المال المادي؛ لأنه يجد في حيازته المادية لما يملكه ما يحميه ضد الاعتداء عليه[١].

ونصت المادة (١٦) من اتفاقية تربس على الحقوق الموضوعية لمالك العلامة التجارية، فالحق الذي تمنحه الاتفاقية لمالك العلامة التجارية يُعد حقًّا استئثاريًّا، يُخوِّله منع الغير من استخدام علامات مطابقة أو مشابهة لتمييز سلع أو خدمات مطابقة أو مماثلة للسلع أو الخدمات التي سُجّلت بشأنها العلامة التجارية، حين يمكن أن يسفر ذلك الاستخدام عن احتمال حدوث لبس.

ويفترض احتمال حدوث لبس في حال استخدام علامة تجارية مطابقة بالنسبة لسلع أو خدمات مطابقة، ويعد هذا مثالًا يوضّح ما أضافته اتفاقية تربس

---

[١] أحمد محمد محرز – القانون التجاري – دار الكتب القانونية – ٢٠٠٣م – ص ٤٨٣، محمد مصطفى عبد الصادق – الحماية القانونية للعلامات التجارية إقليميًّا ودوليًّا – دار الفكر والقانون –٢٠١١م – ص ٢٢٥.

على الإطار الحالي لحماية الملكية الفكرية على المستوى الدولي[1]، وقد نصت اتفاقية تربس في المادة (١٧) منها على بعض الحقوق الاستثنائية من الحقوق الناشئة عن العلامة التجارية، والتي سنتناولها لاحقًا في مطلب مستقل.

والأحكام الموضوعية الخاصة بالعلامات التجارية والواردة في اتفاقية باريس، تُعتبر ملزمة لجميع أعضاء منظمة التجارة العالمية، بغض النظر عما إذا كانوا أعضاء في اتفاقية باريس من عدمه، وذلك في الحدود المنصوص عليها في المادة (١/٢) من اتفاقية تربس، والتي ألزمت الدول الأعضاء بمراعاة أحكام المواد من ١–١٢ من اتفاقية باريس لعام ١٩٦٧م؛ فاتفاقية تربس وإن كانت قد استحدثت أحكامًا موضوعية وإجرائية في شأن حماية العلامات التجارية، لم تمسّ بالتغيير أو الإلغاء بعض نصوص اتفاقية باريس السارية على المستوى الدولي، كما أقرَّت كلًّا من: مبدأ المعاملة الوطنية، ومبدأ الدولة الأفضل بالرعاية[2].

وبالتالي سنتحدث في هذا الفصل عن طرق اكتساب ملكية العلامة التجارية، ثم نتحدث عن تسجيل العلامة التجارية، ونختم بالآثار المترتبة على ملكية العلامة التجارية، مقارنين بين اتفاقية تربس وقانون العلامات التجارية الكويتي، على النحو التالي

---

[1] المادة ١٦ من اتفاقية تربس، وكذلك محمد عبد الرحمن الشمري – حماية العلامة التجارية وفقًا لاتفاقية تربس – بدون ناشر – ١٤٢٦هـ – ص ٢٨٣.

[2] جلال وفا محمدين – مرجع سابق – ص ١٠٣.

المبحث الأول
طرق اكتساب ملكية العلامة التجارية

اتفاقية تربس لم تفرض على الدول نظامًا معينًا لاكتساب ملكية العلامة التجارية، فالقاعدة فيها هي: عدم جواز رفض تسجيل العلامات التجارية بناءً على أسباب أخرى غير قابليتها للحماية، وذلك مع مراعاة ما ورد في المادة السادسة من اتفاقية باريس، والتي تقضي بعدم جواز رفض تسجيل العلامات أو إبطالها، إلا إذا كان من شأنها المساس بالحقوق المكتسبة للغير في الدولة التي تُطلب فيها الحماية، أو إذا كانت العلامة مجردة من أي صفة مميزة، أو كان تكوينها قاصرًا على إشارات أو بيانات يمكن أن تُستعمل في التجارة للدلالة على نوع السلعة، أو جودتها، أو كميتها، أو الغرض منها، أو قيمتها، أو محل المنشأ، أو وقت الإنتاج، أو إذا أصبحت العلامة شائعة في اللغة الجارية لدرجة تفقد معها القدرة على تمييز السلع في الدول التي تطلب فيها الحماية، أو إذا كانت العلامة مخالفة للنظام العام أو الآداب، ولا سيما إذا كانت مضللة للجمهور[١].

فقد ساوت اتفاقية تربس بين الأنظمة التي اتبعتها الدول المختلفة، والتي تتراوح بين الأخذ بواقعة الاستعمال كسبب منشئ لملكية العلامة التجارية، أو واقعة التسجيل،

[١] جلال وفا محمدين – مرجع سابق – ص ١٠٧.

أو الاثنتين معًا – واقعة الاستعمال وقرينة التسجيل – فهي تأخذ بأسبقية الاستعمال للعلامة التجارية دون إغفال للتسجيل، بل تجعله قرينة على أولية ملكيتها.

وانقسام الدول حول الأساس القانوني لاكتساب ملكية العلامة التجارية يكون تبعًا لنظرة المشرع إلى الأهداف التي يرغب في أن تحققها العلامة التجارية[1]، وهو ما سنتناوله بالتفصيل في هذا المبحث على النحو التالي:

[1] يعقوب يوسف صرخوه – النظام القانوني للعلامات التجارية.. دراسة مقارنة – مطبوعات جامعة الكويت – ١٩٩٣م – ص ١٣٠.

المطلب الأول
ثبوت ملكية العلامة التجارية تبعًا لأسبقية الاستعمال

فوفقًا لهذا النظام، تكتسب ملكية العلامة التجارية تبعًا لأسبقية استعمال العلامة التجارية، فمن يستعمل العلامة استعمالًا فعليًّا قبل غيره، ويستخدمها على منتجاته وبضائعه وخدماته المقدمة للآخرين؛ تثبت له ملكية العلامة التجارية.

والاستعمال المراد به اكتساب ملكية العلامة التجارية – كما قلنا – هو: الاستعمال الفعلي والحقيقي الذي يتم بحسن نية، وبالتالي فالاستعمال الصوري لا يُشكّل استعمالًا تجاريًّا بحسن نية للعلامة التجارية. كما يجب أن يكون عامًّا، وظاهرًا، وغير منقطع، فالاستعمال المنقطع في مناسبات متفرقة لا ينشئ حقًّا يمكن الاحتجاج به ضد آخر يستعمل العلامة التجارية استعمالًا مستمرًّا ومنتظمًا[1].

والاستعمال هنا يُعد قرينة على الملكية، ولكنها قرينة يمكن تقويضها بالدليل العكسي، فإذا نشب نزاع بين شخصين حول ملكية العلامة، فالأفضلية لمن يثبت منهما أنه استعمل العلامة قبل الآخر ولو قام أحدهما بتسجيلها باسمه ولحسابه، بمعنى أن التسجيل لا ينشئ حق الملكية على العلامة، وإنما يقرره ويكشفه.

ومن مزايا هذه النظرية أنها لا تحرِم مالك العلامة الذي يُهمل تسجيلها من حق ملكيته عليها، فتجيز له استردادها من مغتصبها حتى ولو بادر بتسجيلها، ولكن من

[1] يعقوب صرخوه – مرجع سابق – ص ١٣١.

مساوئها أنها تشجع أرباب العلامات على إهمال تسجيلها ما دام أن التسجيل لا ينشئ لهم حقًّا، ولا يسقطه عنهم، وأيضًا تفتح باب المنازعات على مصراعيه المتعلقة بملكية العلامات؛ لأن مسجل العلامة لن يطمئن على ملكيته للعلامة، فمن الممكن أن يتعرض لمطالبة الغير بملكية العلامة وادعائه استعمالها قبله[1].

[1] محسن شفيق – مرجع سابق – ص ٤٩٣ وما بعدها.

المطلب الثاني
ثبوت الملكية للعلامة التجارية بأسبقية التسجيل

وبمقتضى هذا النظام يعتبر التسجيل منشئًا للعلامة التجارية، فهو قرينة لا تقبل إثبات العكس على أسبقية استعمالها، ووسيلة للإشهار؛ وبالتالي لو ثار خلاف بين شخصين قام أحدهما بتسجيل العلامة التجارية ولم يقم به الآخر، فهنا ترجح كفة من قام بالتسجيل، حتى ولو كان خصمه يستعمل العلامة التجارية فترة من الزمن قبل مَن قام بتسجيلها، ولا يستثنى من ذلك إلا حالة التسجيل بطريق الغش أو العلامات المشهورة[1].

ومن مزايا هذا النظام أنه يضع حدًّا للمنازعات حول ملكية العلامة التجارية؛ إذ إن ملكية العلامة التجارية تتحدد تبعًا لأسبقية التسجيل، فمن قام أولًا بتسجيل العلامة التجارية من المتنازعين؛ حُكم له بملكية العلامة التجارية، ولكن الجانب السيئ في هذا النظام أنه قد يتفاجأ صاحب علامة تجارية يستخدمها منذ سنوات – ولكنه لم يقم بتسجيلها لسبب أو لآخر – بأن هذه العلامة قد قام بتسجيلها شخص أجنبي،

[1] محسن شفيق – مرجع سابق – ص ٤٩٤ وما بعدها، يعقوب صرخوه – مرجع سابق – ص ١٣٤ وما بعدها.

وأصبحت ملكًا له بموجب القانون، كما في التشريع الألماني، والصيني[1]، والقانون السعودي[2].

[1] Hunter (Kate Colpitts), HERE THERE BE PIRATES: HOW CHINA IS MEETING ITS IP ENFORCEMENT OBLIGATIONS UNDER TRIPS, San Diego International Law Journal, Spring 2007, p. 536.

[2] سميحة القليوبي – مرجع سابق – ص ٣٢٤، وكذلك: محمد الشمري – مرجع سابق – ص ٢٨٨.

المطلب الثالث

ثبوت ملكية التسجيل بأسبقية الاستعمال وقرينة التسجيل

ويعتبر هذا النظام نظامًا وسطًا بين النظامين الأول والثاني، فهذا النظام لا يَعتدُّ بالاستعمال وحده أو بالتسجيل وحده لاكتساب ملكية العلامة التجارية، وإنما تتم هذه الملكية عن طريق الاستعمال المقرون بالتسجيل كإثبات لهذه الملكية. كما أن هذه الملكية لا تستقر إلا بمضي مدة من الزمن بدون منازعة بشأن صحة تسجيل العلامة التجارية[1]، وذلك كما هو الوضع في القانونين الكويتي والمصري.

فلو تنازع شخصان على ملكية علامة، وكان أحدهما قد سجَّل هذه العلامة، والآخر لم يُسجّلها، افترض في الأول أنه مالكها، بيدَ أن خصمه يستطيع أن يثبت أسبقيته في استعمال العلامة، فتثبت له ملكيتها بالرغم من عدم قيامه بالتسجيل[2].

ولما كان سبق الاستعمال واقعة مادية، فإن إثباته يكون جائزًا بكافة طرق الإثبات، ومنها شهادة الشهود، ولكن القضاء يتشدد في التمسك بقواعد العرف التجاري، وما

---

[1] أحمد محمد محرز – مرجع سابق – ص ٧١١.

[2] مصطفى كمال طه – مرجع سابق – ص ٧٣٨، حكم محكمة التمييز – الدائرة التجارية – الطعنان رقما ٩٥٦، ٢٠٠٥/٩٨٦ تجاري – جلسة ٢٠٠٧/٢/١١ – مجلة القضاء والقانون – س ٣٥ – ج١ – ص ١٢٠.

يتفق مع طبيعة استعمال العلامة؛ كوضع العلامة على منتجات التاجر قبل غيره، أو سَبْقه نَشْرها في وسائل الدعاية عن بضائعه قبل ظهور منتجات غيره[1].

فقد نصت المادة (٧) من قانون العلامات التجارية على أنه: "١- يعتبر من قام بتسجيل العلامة التجارية بحسن نية مالكًا لها، ولا تجوز المنازعة في ملكية العلامة متى اقترن تسجيل العلامة باستعمالها مدة خمس سنوات – على الأقل – دون وجود نزاع قضائي بشأنها. ٢- يجوز لمن كان أسبق إلى استعمال العلامة ممن سجلت باسمه أن يطلب من المحكمة المختصة إلغاء هذا التسجيل خلال خمس سنوات من تاريخ التسجيل، ما لم يثبت رضاء الأول – صراحة أو ضمنًا – باستعمال العلامة من قبلِ مَن سُجِّلت باسمه".

ويظهر من النص أن المشرع الكويتي قرر أن ملكية العلامة التجارية هي لمن سبق له استخدامها قبل غيره، وقام أيضًا بتسجيلها، ولكن التسجيل في حد ذاته لا ينشئ الملكية بل يقرُّها، وهو لا يصبح منشئًا لحقِّ الملكية إلا إذا استُخدمت العلامة بصفة ظاهرة مستمرة خمس سنوات من تاريخ التسجيل[2]؛ فقد جاءت الفقرة الثانية من المادة (٧) من قانون العلامات التجارية؛ لتؤكد أهمية التسجيل في الملكية، فلو استخدمها شخص قام بتسجيلها لمدة خمس سنوات دون أن تُرفع عليه دعوى من

---

[1] أحمد محمد محرز – مرجع سابق – ص ٤٨٤.

[2] يعقوب صرخوه – مرجع سابق – ص ١٣٧ وما بعدها.

أحد يدّعي ملكية تلك العلامة، فإن ذلك يمنحه تحصينًا آخر ضدّ سلب ملكية العلامة التجارية منه مرة أخرى.

فتسجيل العلامة يُعدُّ قرينة على ملكيتها لمن سُجّلت باسمه، إلا إنها قرينة بسيطة تقبل إثبات العكس، أي يستطيع من سبق له استعمال العلامة التجارية إثبات عدم أحقية مَن سُجلت باسمه العلامة التجارية، ولكن إذا اقترن هذا التسجيل باستعمال مَن سجِّل العلامة لها لمدة خمس سنوات، بصفة مستمرة، من تاريخ التسجيل، مع سكوت مَن يستطيع المنازعة في ملكيتها عن رفع الدعوى على المسجِّل بشأن صحتها؛ يُعدُّ قرينة قانونية قاطعة على ملكية العلامة لمن سجلها[1]، بشرط أن يكون هذا الاستعمال علنيًّا وظاهرًا، وأن يكون مستمرًّا، فلا يكفي استعمال العلامة مرة واحدة أو بضع مرات بطريقة لا يُجزم معها بأن التاجر يريد حقًّا استخدام العلامة، وأيضًا يجب أن يكون هذا الاستعمال هادئًا، فلا تكون العلامة محلًّا لدعاوى يحكم بصحتها[2].

---

[1] حكم محكمة التمييز – الدائرة التجارية – الطعن رقم ١٩٩٧/١٨ تجاري – جلسة ٢٠٠٦/٣/١٥ – مجلة القضاء والقانون – س ٣٤ – ج١ – ص ٢١٥، حكم محكمة التمييز – الدائرة التجارية – الطعن رقم ٢٠٠٦/١٠٤٢ تجاري – جلسة ٢٠٠٨/٥/٢٧ – مجلة القضاء والقانون – س ٣٦ – ج٢ – ص ٢٢٤، حكم محكمة التمييز – الدائرة التجارية – الطعن رقم ٢٠٠٧/١٢٩٦ تجاري – جلسة ٢٠٠٨/١١/١٣ – مجلة القضاء والقانون – س ٣٦ – ج٣ – ص ١٦٨.

[2] محسن شفيق – مرجع سابق – ص ٤٩٧.

وهذه الطريقة في الاعتداد بملكية العلامة التجارية تبعًا لأسبقية الاستعمال، مع وجود قرينة التسجيل، استطاع بها المشرع تفادي عيوب النظام القائم على الأثر المنشئ للتسجيل، والذي يُضيع حقوق من استعمل العلامة التجارية استعمالًا فعليًّا فترة من الزمن، ومحاباة مَن قام بتسجيلها فقط، كما أنه تفادى النظام القائم على سبق الاستعمال فقط، والذي يفتح باب المنازعة مفتوحًا إلى ما لا نهاية؛ مما يقلل من الاطمئنان على الحقوق، وعدم استقرار الأوضاع القانونية[١].

وقد أجازت اتفاقية تربس للدول الأعضاء أن تجعل تسجيل العلامة التجارية معلقًا على الاستخدام الفعلي لها، ولكن هذا لا يعني أن الاستعمال الفعلي للعلامة التجارية شرط للتقدم للتسجيل؛ حيث منَحت اتفاقية تربس لطالب التسجيل فترة ثلاث سنوات، اعتبارًا من تاريخ تقديم طلب التسجيل، قبل أن يقوم مكتب العلامات برفض الطلب[٢].

وقد أخذ قانون العلامات التجاري الفيدرالي الأمريكي "قانون لانهام"، في المادة (١) (B) منه، بهذا النظام[٣]، وكذلك التشريع الفرنسي الصادر في ٢٣ يونيو ١٨٥٧م[١]،

---

[١] سميحة القليوبي – مرجع سابق – ص ٣٢٦.

[٢] انظر: نص المادة ٣/١٥، وكذلك المادة ١/١٩ من اتفاقية تربس.

[3] Kur Annette), Studies in Industrial Property and Copyright Law, From GATT to TRIPS, The agreement on trade – related aspects of intellectual property rights, Beir Friedrich–Karl) & Schricker Gerhard),

والقانون المصري في المادة (٢٢) من قانون العلامات التجارية، وكذلك قوانين دول مجلس التعاون الخليجي.

ومع ذلك تجيز اتفاقية تربس استمرار إمكانية تسجيل العلامة التجارية حتى بعد انتهاء الثلاث سنوات المنصوص عليها في الاتفاقية، إذا أثبت مالك العلامة قيام أسباب وجيهة تستند إلى وجود عقبات تحول دون هذا الاستخدام.

وتعتبر الأوضاع الناشئة بغير إرادة صاحب العلامة، والتي تحول دون استخدامها؛ كقيود الاستيراد المفروضة على السلع والخدمات التي تحميها العلامة التجارية المعنية، أو الشروط الحكومية الأخرى المفروضة عليها، أسبابًا وجيهة لعدم استخدامها[٢].

وهذا الحكم يستهدف حماية الشركات الكبيرة المالكة لعلامات تجارية مسجلة، ولكنها لا تستطيع استخدام تلك العلامات في أسواق معينة؛ كأسواق بعض الدول النامية، بسبب قيام تلك الدول بفرض قيود معينة على الاستيراد؛ للدفاع عن عملتها الوطنية أو غير ذلك من الأسباب[٣].

Published by Max Planck Institute for Foreign and International Patent, Copyright and Competition Law, Munich, 1996, p. 102

[١] يعقوب صرخوه – مرجع سابق – ص ١٣٣.

[٢] المادة ١/١٩) من اتفاقية تربس.

[٣] جلال وفا محمدين – مرجع سابق – ص ١١١.

المبحث الثاني
تسجيل العلامة التجارية

جاءت اتفاقية تريس ببعض الأحكام المهمة المتعلقة بتسجيل العلامات التجارية، منها ما جاء في نص المادة (٢/١٥) من الاتفاقية، عندما نصَّت على عدم جواز رفض تسجيل أي علامة تتوافر فيها شروط الحماية، مع مراعاة ما نصت عليه المادة (٦) من اتفاقية باريس، التي قضت بعدم جواز رفض تسجيل العلامات أو إبطالها، إلا إذا كان من شأنها المساس بالحقوق المكتسبة للغير في الدولة التي تطلب فيها الحماية، أو إذا كانت العلامة مجردة من أي صفة مميزة، أو كان تكوينها قاصرًا على إشارات أو بيانات يمكن أن تستعمل في التجارة للدلالة على نوع السلعة، أو جودتها، أو كميتها، أو الغرض منها، أو قيمتها، أو محل المنشأ، أو وقت الإنتاج، أو إذا أصبحت العلامة شائعة لدرجة تفقد معها القدرة على تمييز السلع في الدول التي تطلب فيها الحماية، أو إذا كانت العلامة مخالفة للنظام العام أو الآداب، أو كانت مضللة للجمهور [١].

كما أجازت الاتفاقية للدول الأعضاء جعل قابلية التسجيل معتمدة على الاستخدام، ولكنها حظرت اعتبار الاستخدام الفعلي للعلامة شرطًا للتقدم بطلب تسجيلها، ومنعت مبدأ

[١] المرجع السابق – ص ١٠٧.

رفض طلب التسجيل لمجرد أن الاستخدام لم يحدث قبل انقضاء ثلاث سنوات من تاريخ تقديم طلب تسجيل العلامة[١].

كذلك ألزمت الاتفاقية الدول الأعضاء بنشر كل علامة تجارية إما قبل تسجيلها، أو بعد التسجيل مباشرة، مع إعطاء فرصة معقولة لتقديم الالتماسات بإلغاء التسجيل، كما أتاحت الفرصة للدول الأعضاء للاعتراض على تسجيل العلامة التجارية[٢]، وحددت مدة سبع سنوات كحدٍّ أدنى لتجديد العلامة التجارية، مع القابلية للتجديد مرات غير محدودة[٣].

وسنتحدث في هذا المبحث عن موقف المشرع الكويتي وأحكام اتفاقية تربس فيما يخص الأشخاص الذين يحق لهم تسجيل العلامات التجارية، وإجراءات تسجيلها، على النحو التالي:

---

[١] المادة ١٥/٣) من اتفاقية تربس.

[٢] المادة ١٥/٥) من اتفاقية تربس.

[٣] المادة ١٨) من اتفاقية تربس

المطلب الأول
الأشخاص الذين يحقُّ لهم تسجيل العلامة التجارية

أحالت اتفاقية تربس لاتفاقية باريس بشأن شروط إيداع العلامات التجارية وتسجيلها في بلد معين، وطبقًا لمبدأ المعاملة الوطنية في اتفاقية تربس، فإنه يحقُّ لأي مواطن أو أي شخص مقيم في بلد عضو في منظمة التجارة العالمية، أو لأي شركة لها في ذلك البلد محلّ تجاري أو مصنع مثلًا، إيداع طلب تسجيل العلامة التجارية في أي بلد آخر يكون عضوًا في منظمة التجارة العالمية، بموجب نفس الشروط المطبقة على المواطنين أو المقيمين الذين لهم أعمال في ذلك البلد العضو الآخر، ولا يجوز رفض أي طلب للقيام بالتسجيل، كما لا يجوز شطب أي تسجيل لعلامة تجارية بحجة أن مالك العلامة لم يقم بتسجيلها في بلد المنشأ. كما أن أي علامة مسجلة في بلد عضوٍ يجب اعتبارها مستقلة عن العلامات المسجلة في البلدان الأخرى، بما في ذلك بلد المنشأ.

وعليه، فإن إلغاء تسجيل العلامة التجارية، أو نقله لمصلحة شخص آخر في بلد ما لا يؤثر على صحة التسجيل الذي جرى في بلد آخر[١].

وقد جاء المشرع الكويتي في المادة (٥) من قانون العلامات التجارية، فمنَح الحق في تسجيل العلامة التجارية لكل شخص طبيعي أو معنوي يتمتع بجنسية أي من دول

[١] المادة ٦) من اتفاقية باريس، وكذلك: جلال وفا محمدين – مرجع سابق – ص ١١٣.

مجلس التعاون الخليجي، سواء كان صاحب مصنع، أو منتج، أو تاجر، أو حرفي، أو صاحب مشروع خاص بالخدمات.

أيضًا سمح المشرع الكويتي للأجانب، سواء كانوا من المقيمين في أيٍّ من دول مجلس التعاون الخليجي، بشرط أن يكون مصرحًا لهم بمزاولة عمل من الأعمال التجارية، أو الصناعية، أو الحرفية، أو الخدمية، أو من الأجانب المنتمين إلى دولة عضو في اتفاقية دولية متعددة الأطراف تكون الدولة من دول مجلس التعاون طرفًا فيها، أو يقيمون في تلك الدولة، أن يقوموا بتسجيل علاماتهم التجارية.

المطلب الثاني
إجراءات تسجيل العلامة التجارية

سنتحدث في هذا المطلب عن إجراءات تسجيل العلامة التجارية، سواء في اتفاقية تربس، أو اتفاقية باريس، أو في القانون الكويتي، على النحو التالي:

الفرع الأول
إجراءات تقديم طلب تسجيل العلامة التجارية

أحالت اتفاقية تربس للمادة (٦) من اتفاقية باريس، التي تمنح الدول الأعضاء حرية تحديد شروط إيداع وتسجيل العلامات التجارية وفقًا لتشريعها الوطني، وكذلك للمادة (٦ – خامسًا) (١) من نفس الاتفاقية، التي نصّت على أن: "يقبل إيداع كل علامة تجارية أو صناعية مسجلة طبقًا للقانون في دولة المنشأ، كما يتم حمايتها بالحالة التي هي عليها في الدول الأخرى للاتحاد، وذلك مع مراعاة التحفظات الواردة في هذه المادة. ويجوز لتلك الدول أن تطلب – قبل إجراءات التسجيل النهائي – تقديم شهادة بتسجيل العلامة في دولة المنشأ، صادرة من السلطة المختصة بها، ولا يُشترط أي تصديق بالنسبة لهذه الشهادة".

ثم جاءت الفقرة (٢) من نفس المادة لتؤكد على التزام الدول الأعضاء بقبول إيداع العلامات التجارية المسجلة في دولة المنشأ، وهي الدولة التي يكون لطالب التسجيل فيها منشأة صناعية أو تجارية حقيقية وفعالة، أو محل إقامة، أو إذا كان من رعايا إحدى دول الاتحاد.

ولكي يستفيد صاحب العلامة المسجلة من إحدى دول الاتحاد من هذا الحكم الاستثنائي، ويسجل علامته في سائر دول الاتحاد بالحالة التي هي عليها في بلد المنشأ، يجب أن يوضّح عند تقديمه لطلب تسجيل العلامة، الشكل الذي سبق أن سُجلت به العلامة في بلد المنشأ، ويطلب تسجيلها بنفس هذا الشكل.

ولا يكفي أن تكون العلامة قد أودعت في بلد المنشأ أو سبق استعمالها، بل يشترط أن تكون قد سجلت طبقًا لقانون دولة المنشأ، ويعرف هذا المبدأ بمبدأ قبول تسجيل العلامة بالحالة التي هي عليها[1]، ويجوز للدولة أن تطلب – قبل إجراءات التسجيل النهائي – تقديم شهادة بتسجيل العلامة في دولة المنشأ، صادرة من السلطة المختصة بها، ولا يشترط أي تصديق بالنسبة لهذه الشهادات[2].

ونصت المادة (٦) من قانون العلامات التجارية الكويتي على أنه: "يُعدّ سِجلٌّ في الجهة المختصة يُسمى سجل العلامات التجارية، تُدوّن فيه جميع العلامات، وأسماء أصحابها وعناوينهم، وأوصاف سلعهم أو خدماتهم، وما يطرأ على العلامات من نقل الملكية أو التنازل، أو الترخيص بالاستعمال، أو الرهن، أو التجديد، أو الشطب، أو أية تعديلات أخرى، ولكل ذي مصلحة حقٌّ الاطلاع على هذا السجل، وأخْذ مستخرجٍ مصدق منه".

ومن ثم فإنه يحق لأي مواطن أو شخص مقيم في بلد عضو في منظمة التجارة العالمية، أو لأي شركة لها في ذلك البلد محل تجاري أو مصنع، إيداع طلب تسجيل العلامة في أي بلد آخر يكون عضوًا في منظمة التجارة العالمية، بموجب نفس الشروط المطبقة على المواطنين أو المقيمين الذين لهم أعمال في ذلك البلد العضو الآخر، كما لا يجوز

---

[1] حسام الدين الصغير – الجديد في العلامة التجارية – دار الفكر الجامعي – ٢٠٠٥م – ص ٢٥، ٢٦.

[2] المادة ٦ – خامسًا) أ) ١) من اتفاقية باريس.

شطب أي تسجيل لعلامة بحجة أن مالك العلامة لم يقم بتسجيلها في بلد المنشأ. كما أن أي علامة مسجلة في بلد عضو يجب اعتبارها مستقلة عن العلامات المسجلة في البلدان الأخرى، بما في ذلك بلد المنشأ؛ وعليه فإن إلغاء تسجيل العلامة التجارية أو نقله لمصلحة شخص آخر في بلدٍ ما لا يُؤثّر في صحة التسجيل الذي جرى في بلد ما[1].

ووفقًا للقانون الكويتي[2]، يُقدم طلب تسجيل العلامة التجارية على النموذج المُعد لذلك في الإدارة المختصة، مِن صاحب الشأن إذا كان له موطن في الدولة، أو مِن وكيل معتمدٍ له موطنٌ في الدولة ومُقيدٌ في قيد وكلاء تسجيل العلامات التجارية، والذي تحدده الجهة المختصة. كما وتُسجل العلامةُ عن فئة واحدة أو أكثر من فئات المنتجات أو الخدمات المطلوب تسجيل العلامة التجارية عنها في الطلب الواحد، بموافقة الجهة المختصة، وذلك وفقًا للتصنيف الدولي للسلع والخدمات (تصنيف نيس) وتعديلاته، بما لا يتعارض مع النظام العام في كل دولة.

ويشتمل طلب التسجيل على: اسم الطالب، وعنوانه، وجنسيته، وإذا كان الطالب شخصًا معنويًّا؛ وجب ذكر اسمه وعنوانه، ووصف العلامة التجارية

---

[1] جلال وفا محمدين – مرجع سابق – ص ١١٣.

[2] المادة ٨) من قانون العلامات التجارية، والمادة ٢) من اللائحة التنفيذية.

المطلوب تسجيلها وصفًا دقيقًا، وبيان عن المنتجات أو الخدمات المطلوب تسجيل العلامة عنها وفئتها، وتوقيع صاحب التسجيل أو وكيله المعتمد[١].

وترفق مع طلبات التسجيل أربع صور للعلامة على النموذج المعدّ لذلك، وما يثبت مزاولة المهنة أو النشاط، وتقديم ترجمة باللغة العربية لو كانت العلامة المطلوب تسجيلها مشتملة على لفظ أو أكثر مكتوب بلغة أجنبية. وبالنسبة لعلامات الصوت، فيجب أن تقدم وَفق نوتة موسيقية، أو وصف كتابي، وبالنسبة لعلامات الروائح، فتقدم بوصف كتابي[٢].

- حق الأولوية: يستحق حق الأولوية كلُّ من أودع قبل غيره طلب تسجيل العلامة التجارية، وهذا ما نصت عليه اتفاقية باريس، كما جاء في المادة (٤) (أ) (١)، والتي تنص على أن: "كل من أودع طبقًا للقانون في إحدى دول الاتحاد طلبًا للحصول على براءة اختراع، أو تسجيل نموذج منفعة، أو رسم، أو نموذج صناعي، أو علامة صناعية أو تجارية، يتمتع هو أو خلفه، فيما يختص بالإيداع في الدول الأخرى، بحق أولوية خلال المواعيد المحددة فيما بعد".

---

[١] المادة ٣) من اللائحة التنفيذية.

[٢] المادة ٤) من اللائحة التنفيذية.

وبالتالي يعتبر كلٌّ إيداع منشئ لحق الأولوية له حكم الإيداع الوطني الصحيح، بمقتضى التشريع الداخلي لكل دولة من دول الاتحاد، أو بمقتضى معاهدات ثنائية أو متعددة الأطراف مبرمة فيما بين دول الاتحاد[١].

ويقصد بالإيداع الوطني الصحيح كل إيداع يكفي لتحديد التاريخ الذي أودع فيه الطلب في الدولة المعنية، أيًّا كان المصير اللاحق للطلب[٢].

وقد حددت الاتفاقية مواعيد الأولوية بالنسبة للعلامة التجارية بستة أشهر، وحددت موعد سريانها بأنه ابتداء من تاريخ إيداع الطلب الأول، ولا يدخل يوم الإيداع في احتساب المدة[٣]، كما وألزمت كل من يرغب في الاستفادة من أولوية إيداع سابق، أن يقدم إقرارًا يُبيِّن فيه تاريخ ذلك الإيداع، والدولة التي تم فيها، وتحدد كلٌّ دولة المهلة القصوى التي يتعين فيها تقديم هذا الإقرار[٤].

وقد أكدت المادة (١٠) من قانون العلامات التجارية على حق الأولوية ذلك بنصها 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

---

[١] المادة ٤) ٢) من اتفاقية باريس.

[٢] المادة ٤) ٣) من اتفاقية باريس.

[٣] المادة ٤) ج) ٢) من اتفاقية باريس.

[٤] المادة ٤) د) ١) من اتفاقية باريس، وكذلك: محمد الشمري – مرجع سابق – ص ٢٦٢.

إلى أن يقدم تنازل موقع من المتنازعين، ومصدق عليه من المتنازعين من الجهة المختصة لمصلحة أحدهم، أو إلى أن يصدر حكم نهائي في النزاع"[1].

وإذا رغب طالب تسجيل علامة تجارية أو خلفه في التمتُّع بحق الأولوية، استنادًا إلى طلب سابق مودَع في دولة عضو في اتفاقية دولية متعددة الأطراف، تكون الدولة من دول المجلس طرفًا فيها، فعليه أن يرفق بطلبه إقرارًا يُبيّن فيه تاريخ الطلب السابق، ورقمه، والدولة التي أودع فيها[2]؛ وبالتالي فإن الأولوية هنا تكون بأولوية تاريخ تقديم الطلب، وليس قبوله في القانون الكويتي[3].

---

[1] حكم محكمة التمييز – الدائرة التجارية – الطعنان رقما ٨٧، ٢٠٠٧/١٢٣ تجاري – جلسة ٢٠٠٨/١٠/١٤ – مجلة القضاء والقانون – س ٣٦ – ج٣ – ص ٥٩.

[2] المادة ١١) من قانون العلامات التجارية الكويتي، والمادة ٥) من اللائحة التنفيذية.

[3] حكم محكمة التمييز – الدائرة التجارية – الطعن رقم ٢٠٠٣/٣٧٢ تجاري – جلسة ٢٠٠٤/١/١٧ – مجلة القضاء والقانون – س ٣٢ – ج١ – ص ٧٣، حكم محكمة التمييز – الدائرة التجارية – الطعن رقم ٢٠٠٧/١٢٩٦ تجاري – جلسة ٢٠٠٨/١١/١٣ – مجلة القضاء والقانون – س ٣٦ – ج٣ – ص ١٦٨.

الفرع الثاني
قبول الإدارة طلب التسجيل أو رفضه

تختلف الدول في كيفية فحص طلبات تسجيل العلامة التجارية، فبعضها لا تقبل طلبات تسجيل العلامة التجارية إلا إذا استوفت الشروط الشكلية، وبعضها الآخر يفحص طلبات تسجيل العلامة التجارية من حيث المضمون، مراعاة منها لمصالح الجمهور، ومنع المنافسة غير المشروعة، وفريق ثالث وسط بين النظامين يقوم على أساس التزام الجهة الإدارية المختصة بفحص طلبات تسجيل العلامة، من حيث توافر الشروط الشكلية، مع الحق في الاعتراض الإداري الذي يُمكّن صاحب المصلحة من الاعتراض على الطلب الذي يرى فيه اعتداءً على حقوقه[١].

وقد منحت اتفاقية باريس كلَّ دولة من الدول الأعضاء في الاتفاقية تحديد شروط إيداع وتسجيل العلامات التجارية، على حسب تشريعها الوطني.

وقد نصت المادة (١٢) من قانون العلامات التجارية الكويتي – وحسنًا فعل – على أنه يجوز للجهة المختصة أن تفرض ما تراه من القيود والتعديلات؛ لتحديد العلامة التجارية وتوضيحها على وجه يمنع التباسها بعلامة أخرى سبق تسجيلها، أو سبق إيداع طلب تسجيلها، أو لأي سبب آخر ترتئِيه، ثم أجازت للمتضرر من رفض تسجيل علامته التجارية، أو علق على شرط التظلُّم من قرار

[١] سميحة القليوبي – مرجع سابق – ص ٣٠٥، ٣٠٦.

الجهة المختصة خلال ستين يومًا من تاريخ إبلاغه به أمام لجنة تُحدّدها اللائحة التنفيذية. ويجوز الطعن في قرار اللجنة أمام المحكمة المختصة خلال ستين يومًا من إبلاغه بالقرار. أما إذا لم يتظلم طالب التسجيل، أو لم يقم بتنفيذ ما طلبته الجهة المختصة خلال هذا الميعاد؛ اعتبر متنازلًا عن طلبه[1].

وإذا اعترض أحد على تسجيل الإدارة للعلامة التجارية، فإنه يتوجب على الجهة المختصة قبل أن تفصل في ذلك الاعتراض، أن تسمع للطرفين أو أحدهما إذا طلَب ذلك، ثم تُصدر قرارها بعد ذلك إما بقبول التسجيل أو رفضه، وفي الحالة الأولى (الموافقة)، للجهة المختصة أن تقرر ما تراه لازمًا من القيود.

كما أجاز القانون لكل ذي شأن أن يطعن في قرار الجهة المختصة أمام المحكمة المختصة خلال ثلاثين يومًا من تاريخ إخطاره به، ولا يترتب على الطعن في القرار الصادر بقبول تسجيل العلامة التجارية وقف التسجيل، ما لم تقرر المحكمة المختصة خلاف ذلك[2].

---

[1] المادة ١٣) من قانون العلامات التجارية الكويتي، حكم محكمة التمييز – الدائرة التجارية – الطعنان رقما ٩٥٦، ٢٠٠٥/٩٨٦ تجاري – جلسة ٢٠٠٧/٢/١١ – مجلة القضاء والقانون – س ٣٥ – ج١ – ص ١٢٠.

[2] المادة ١٥) من قانون العلامات التجارية الكويتي، حكم محكمة التمييز – الدائرة التجارية – الطعن رقم ٢٠٠٣/٣٧٢ تجاري – جلسة ٢٠٠٤/١/١٧ – مجلة القضاء والقانون – س ٣٢ – ج١ – ص ٧٣.

والتظلُّم الذي نص عليه المشرع الكويتي في قانون العلامات التجارية الجديد، والذي حل محل المواد التي تتناول العلامة التجارية في قانون التجارة، يُعدُّ تغييرًا مستحقًّا؛ حيث كان القانون الملغَى يخوِّل طالب التسجيل اللجوء إلى المحكمة المختصة مباشرةً حال رفض الوزارة تسجيل العلامة التجارية.

أما الآن، فأصبح هناك لجنة تُقدم لها الطعون على قرار رفض التسجيل قبل التوجُّه للمحكمة المختصة للبتِّ في قرار الرفض، وإذا قبلت الجهة المختصة العلامة التجارية؛ وجب عليها قبل تسجيلها أن تُعلن عنها بوسيلة النشر التي تُحددها الجهة المختصة، ولكل ذي شأن خلال ستين يومًا من تاريخ النشر، أن يُقدم للجهة المختصة اعتراضًا مكتوبًا على تسجيل العلامة، ويتم إبلاغ طالب التسجيل خلال ثلاثين يومًا بصورة من الاعتراض، وعليه أن يقدم ردًّا مكتوبًا على الاعتراض خلال ستين يومًا من تاريخ إبلاغه به، وإلا اعتبر متنازلًا عن طلب التسجيل[١].

وطبقًا لاتفاقية تربس، فإن المادة (٤/١٥) تلزم الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية بنشر كل علامة إما قبل تسجيلها، أو بعد تسجيلها فورًا، وبإعطاء

[١] المادة ١٤) من قانون العلامات التجارية الكويتي، والمادة ١٤) من اللائحة التنفيذية.

فرصة معقولة لتقديم الالتماسات بإلغاء التسجيل. كما تجيز للدول الأعضاء إتاحة الفرصة للاعتراض على تسجيل العلامات التجارية[1].

[1] المادة ١٥/٥) من اتفاقية تربس.

الفرع الثالث
مدة تسجيل العلامة وتجديدها وتعديلها

إذا تم تسجيل العلامة التجارية مِن قِبل المسجِّل، فإن أثر هذا التسجيل ينسحب إلى تاريخ تقديم الطلب، وليس تاريخ الموافقة على التسجيل، وذلك كما ورد بنص المادة (١/١٧) من قانون العلامات التجارية الكويتي، وبمجرد إتمام ذلك التسجيل، فإن مالك العلامة يُعطى شهادة تشتمل على: رقم تسجيل العلامة، ورقم وتاريخ الأولوية، والدولة التي أودع فيها الطلب، وتاريخ تقديم الطلب، وتاريخ تسجيل العلامة، ومدة الحماية، واسم مالك العلامة، ولقبه، ومحل إقامته، وجنسيته، وصورة مطابقة للعلامة، وبيان بالسلع أو الخدمات المخصصة لها العلامة، وبيان فئتها.

وتستمر الحماية المترتبة على تسجيل تلك العلامة لمدة عشر سنوات[١]، ولصاحب الحق فيها أن يضمن استمرار الحماية لمدد جديدة إذا قدَّم طلبًا للتجديد خلال السنة الأخيرة، والقصد من ذلك إعلام الغير بأن مالك العلامة لا يزال

---

[١] حددت اتفاقية تربس أقل مدة للحماية بسبع سنوات قابلة للتجديد لمرات غير محدودة المادة ١٨)، وتبدأ تلك المدة من تاريخ تقديم الطلب، وليس من تاريخ التسجيل. انظر كذلك:

Hunter (Kate Colpitt), op. cit., P.536.; Pires de Carvalho Nuno), The TRIPS regime of trademarks and designs, Kluwer Law international, 2006, P.308

متمسكًا بها وبالحماية التشريعية المُتعلِّقة بها، ويجوز له أن يكرر تجديدها مرات عديدة ما دام يرغب بالتمسك بها[١].

ولقد حددت اتفاقية تربس مدة التسجيل الأول بسبع سنوات قابلة للتجديد مرات غير محدودة[٢].

وأثناء سريان مدة الحماية الممنوحة للعلامة التجارية، يجوز لمالك العلامة المسجلة أن يقدم، في أي وقت، طلبًا للجهة المختصة لإدخال أية تعديلات أو إضافة على علامته لا تمسُّ ذاتيتها مساسًا جوهريًّا، ويصدُر قرار الجهة المختصة في ذلك وفقًا للشروط الموضوعة للقرارات الخاصة بطلبات التسجيل الأصلية، ويكون قابلًا للطعن بذات الطرق المقررة بالنسبة للقرارات الصادرة في هذه الطلبات[٣].

---

[١] يعقوب صرخوه – مرجع سابق – ص ١١٦.

[٢] المادة ١٨) من اتفاقية تربس.

[٣] المادة ١٨) من قانون العلامات التجارية الكويتي.

المبحث الثالث

الآثار المترتبة على ملكية العلامة التجارية

يترتب على اكتساب ملكية العلامة التجارية، أن يصبح لمالكها حقٌّ احتكار استعمالها دون غيره على المنتجات المقرر وضعها عليها، وحقُّه في منع غيره من استخدام العلامة ذاتها، أو علامة مماثلة لتلك التي تم تسجيلها باسمه دون موافقته، ومنع الغير من استخدام علامة مطابقة أو مشابهة على نحوٍ يؤدي للحطِّ من قدر علامته التجارية.

وهذا الحق يعتبر حقًّا دائمًا، ما دام يقوم بتجديد تسجيل تلك العلامات في مواعيدها، ووفقًا للإجراءات التي نص عليها القانون، كما أن هذا الحق هو حق نسبي من حيث نوع المنتجات المخصص وضع العلامات التجارية عليها لتمييزها، أو من حيث العناصر التي تتكون منها العلامة.

المطلب الأول

خصائص الحق المترتب على ملكية العلامة التجارية

للحق المترتب على ملكية العلامة التجارية خصائص تتمثل في: حق مالكها في الاستئثار باستعمال العلامة التجارية دون غيره، وحقّه في منع الغير من استخدام هذه العلامة التجارية أو علامة مماثلة بغير موافقته، أو أن يستعملها على نحو يحطُّ من قيمتها التجارية، ومع ذلك فإن هذا الحق هو حق نسبي، أي إن هذه الحماية متعلقة بالسلع أو الخدمات المماثلة أو المشابهة لعلامته، على نحو من الممكن أن يثير اللبس والخداع للغير.

الفرع الأول
الحق في العلامة التجارية حق احتكاري

يترتب على ثبوت ملكية العلامة التجارية، أن يصبح لمالكها حق احتكار استعمال هذه العلامة على سلع أو منتجات مماثلة لتلك التي يروّجها صاحب العلامة، ويمنع غيره من استخدامها إلا بترخيص منه، وإلا رجع عليه بدعوى المنافسة غير المشروعة[١].

وقد أكدت على هذا المبدأ اتفاقية تربس في المادة (١٦) (١)، بنصها على أنه: "يتمتع صاحب العلامة التجارية المسجلة بالحق المطلق في منع جميع الأطراف الثالثة، التي لم تحصل على موافقة صاحب العلامة، من استخدام العلامة ذاتها أو علامة مماثلة في أعمالها التجارية، بالنسبة للسلع والخدمات ذاتها أو المماثلة لتلك التي سجلت بشأنها العلامة التجارية، حين يُمكن أن يُسفر ذلك الاستخدام عن احتمال حدوث لبْسٍ. ويُفترض احتمال حدوث لَبسٍ في حالة استخدام علامة تجارية مطابقة بالنسبة لسلع أو خدمات مطابقة. ويُحظَر أن تضرَّ الحقوق الموصوفة أعلاه بأية حقوق سابقة قائمة حاليًّا، أو أن تؤثر في إمكانية منح البلدان الأعضاء حقوقًا في العلامات التجارية على أساس الاستخدام".

---

[١] أحمد محمد محرز – مرجع سابق – ص ٧١٤، محمود سمير الشرقاوي – مرجع سابق – ص ٥٨٨.

وهذا الحكم يضمن لصاحب العلامة حدًّا أدنى من الحقوق، ولم يكن لهذا الحكم مقابل في اتفاقية باريس للملكية الصناعية، التي لم تحدد مضمون حق صاحب العلامة التجارية[١].

أما إذا كان لا يتصور حدوث لبس من استخدام نفس العلامة التجارية على منتجات مختلفة، كما إذا وضعت شركة علامة "Nike" على معجون الأسنان مثلًا، فلا يتصور أن يؤدي هذا الاستخدام إلى حدوث لبس بين هذا المعجون الذي تنتجه الشركة وبين منتجات "Nike" الرياضية[٢]؟!

وجاء المشرع الكويتي بنص مشابه؛ حيث منع تسجيل أية علامة تجارية مطابقة أو مشابهة لعلامة سبق إيداعها أو تسجيلها من قبل الآخرين عن ذات السلع أو الخدمات، أو عن سلع أو خدمات ذات صلة، إذا كان من شأن استعمال العلامة المطلوب تسجيلها أن يُولّد انطباعًا بالربط بينها وبين سلع أو خدمات مالك العلامة المسجلة، أو أن يؤدي إلى الإضرار بمصالحه[٣].

---

[١] حسام الدين عبد الغني الصغير – مرجع سابق – ص ٤٥.

[2] Hunter (Kate Colpitts), op. Cit. , P.536.; Pires de Carvalho Nuno),op.cit. , P.٢66

[٣] الفقرة (١١من المادة ٣) من قانون العلامات التجارية الكويتي.

كذلك منع المشرع تسجيل العلامات التي من شأنها أن تُضلل الجمهور، أو التي تتضمن بيانات كاذبة عن منشأ أو مصدر السلع أو الخدمات، أو عن صفاتها الأخرى، وكذلك العلامات التي تحتوي على اسم تجاري وهمي، أو مقلَّد، أو مزور[1]، علمًا بأن تقديرَ تشابهٍ بين علامتين تجاريتين مِن شأنه خداع المستهلكين من عدمه خاضعٌ لقاضي الموضوع[2].

كما حظر المشرع أيضًا تسجيل العلامات التي من شأنها الحطّ من قيمة منتجات أو سلع تُميزها علامة تجارية مسجلة سابقًا.

وهذا النص في القانون الكويتي لم يقتصر على العلامات التجارية المشهورة، بل شمل أيضًا العلامات التجارية غير المشهورة[3].

أما بالنسبة للعلامات التجارية المشهورة[1]، فقد أعطتها اتفاقية تربس حقًّا أوسع؛ حيث يمكن لمالك العلامة التجارية منع الغير من استخدام علامة مماثلة

---

[1] الفقرة ٩) من المادة ٣) من قانون العلامات التجارية الكويتي، حكم محكمة التمييز – الدائرة التجارية – الطعن رقم ٢٠٠٨/١٣٠ تجاري – جلسة ٢٠٠٩/٢/١٢ – مجلة القضاء والقانون – س ٣٧ – ج١ – ص ١٨٧.

[2] حكم محكمة التمييز – الدائرة التجارية – الطعن رقم ٢٠٠٧/٤٨٥ مدني – جلسة ٢٠٠٨/٥/٢٢ – مجلة القضاء والقانون – س ٣٦ – ج٢ – ص ٢١٨.

[3] الفقرة ١٢) من المادة ٣) من قانون العلامات التجارية الكويتي.

على سلع أو خدمات غير مماثلة، إذا كان قد أدى هذا الاستخدام إلى حدوث لبس أو ضرر بالنسبة لمالك العلامة التجارية نتيجة لذلك الاستخدام[٢].

وهذا الحكم في اتفاقية تربس مأخوذ من قانون "لانهام" للعلامات التجارية الأمريكي؛ إذ إن ذلك القانون يحمي مالك العلامة ضد أي استعمال من جانب شخص آخر، إذا كان من شأن ذلك الاستعمال إحداث لبس لدى الجمهور، حتى ولو كان الاستعمال على بضائع أو خدمات غير متماثلة، وبغض النظر عن شهرة العلامة. كما ويعد هذا الحكم في اتفاقية تربس تطورًا عما كان موجودًا في اتفاقية باريس، التي كانت تشترط لإسباغ الحماية – ضد الاستعمال غير المرخص به من المالك بالنسبة للعلامة المشهورة – تماثل وتطابق السلع التي تستعمل عليها العلامة[٣].

فمثلًا: علامة (Rolls–Royse) الخاصة بالسيارات الفاخرة، تعتبر من العلامات المعروفة عالميًّا؛ وبالتالي لا يجوز لصاحب حانة مثلًا أن يضع علامة الرولز

---

[١] تُعرَف العلامة المشهورة بأنها: العلامة المعروفة لدى قطاع واسع من الجمهور، وتتمتع بمكانة مرموقة وسُمعة طيبة. انظر: عبد الرحمن السيد قرمان – مرجع سابق – ص ٢٨.

[٢] الفقرة الثالثة من المادة ١٦) من اتفاقية تربس، والتي أحالت إلى المادة ٦ مكرر) من اتفاقية باريس.

[٣] المادة ٦ – ثانيًا) ١) من اتفاقية باريس، وكذلك انظر: جلال وفا محمدين – مرجع سابق – ص ١١٧.

رويس على تلك الحانة، حتى ولو لم يكن من شأن ذلك أن يضلل المستهلك، الذي من الممكن أن يعتقد أن مالك شركة الرولز رويس قد قام بتوسيع أو تغيير منتجاته وفتح تلك الحانة، أو أن هناك تعاونًا ما بين صاحب هذه الحانة وصاحب شركة الرولز رويس[١].

وقد أكد القانون الكويتي هذا المبدأ من خلال المادة (٣)؛ حيث منع تسجيل العلامة التجارية التي تعدُّ نسخًا، أو تقليدًا، أو ترجمة لعلامة تجارية مشهورة، أو لجزء منها مملوك للغير، لاستعمالها في تمييز سلع أو خدمات مماثلة أو مشابهة لتلك التي تستعمل العلامة التجارية المشهورة لتمييزها.

ويشمل المنع أيضًا: العلامات التجارية التي قد تستعمل لسلع أو خدمات غير متماثلة أو غير متشابهة للعلامة المشهورة، إذا كان من شأن هذا الاستعمال أن يدل على صلة بين تلك السلع أو الخدمات، وبين تلك العلامة المشهورة، وأن يكون من المرجح إلحاق ضرر بمصالح مالك العلامة المشهورة[٢].

---

[1] Bottero Nicola), Mangàni Andrea) and Ricolfi Marco), THE EXTENDED PROTECTION OF "STRONG" TRADEMARKS, Marquette Intellectual Property Law Review, Summer 2007, P. 270 –272.

[٢] الفقرات ١٣، ١٤) من المادة ٣) من قانون العلامات التجارية الكويتي.

الفرع الثاني
الحق في ملكية العلامة حق نسبي

لا يجوز لمالك العلامة التجارية الاحتجاج بحقه في مواجهة الكافة، وإنما له الاحتجاج به في مواجهة الأشخاص الذين يزاولون نفس النوع من البضاعة أو الخدمات التي يزاولها هو.

أي له الحق في منع الآخرين من تسجيل علامته، أو استعمال علامته الخاصة في تمييز منتجات أو بضائع أو خدمات مماثلة لتلك العائدة له، وأما لو اختلفت تلك المنتجات أو البضائع أو الخدمات عن منتجاته أو خدماته اختلافًا يمنع إيقاع الآخرين في اللبس بين بضاعته أو خدماته وغيرها؛ فلا يجوز له هنا منعهم من تسجيل تلك العلامات[1].

وهذا ما أكدته اتفاقية تربس، وكذلك المشرع الكويتي في المادة (٣) من قانون العلامات التجارية، الذي نص على مبدأ نسبية الحق في العلامة التجارية؛

---

[1] محسن شفيق – مرجع سابق – ص ٤٩٨، محمود سمير الشرقاوي – مرجع سابق – ص ٥٨٨، عبد الرحمن السيد قرمان – مرجع سابق – ص ١١ وما بعدها، حكم محكمة التمييز – الدائرة التجارية – الطعنان رقما ٩٥٦، ٢٠٠٥/٩٨٦ تجاري – جلسة ٢٠٠٧/٢/١١ – مجلة القضاء والقانون – س ٣٥ – ج١ – ص ١٢٠، حكم محكمة التمييز – الدائرة التجارية – الطعن رقم ٩٧/٧٤ تجاري – جلسة ١٩٩٨/٢/٢٢ – مجلة القضاء والقانون – س ٢٦ –ج١ – ص ١٤٠.

حيث منع من تسجيل أية علامة تجارية مطابقة أو مشابهة لعلامة سبق إيداعها أو تسجيلها مِن قبل الآخرين، عن ذات السلع أو الخدمات، أو عن سلع أو خدمات ذات صلة، إذا كان من شأن استعمال العلامة المطلوب تسجيلها أن يولِّد انطباعًا بالربط بينها وبين سلع أو خدمات مالك العلامة المسجلة، أو أن يؤدي إلى الإضرار بمصالحه.

ومع ذلك، نجد أن اتفاقية تربس قد منحت مالك العلامة التجارية حق منع جميع الأطراف الثالثة، التي لم تحصل على موافقة صاحب العلامة، من استخدام العلامة ذاتها أو علامة مماثلة في أعمالها التجارية، بالنسبة للسلع والخدمات ذاتها أو المماثلة لتلك التي سجلت بشأنها العلامة التجارية، حين يمكن أن يسفر ذلك الاستخدام عن احتمال حدوث لبس[١].

[١] المادة ١٦) الفقرة الأولى من اتفاقية تربس.

الفرع الثالث
الحق في ملكية العلامة حق دائم

نصت المادة (٢٠) (١) من قانون العلامات التجارية الكويتي على أن: "مدة الحماية المترتبة على تسجيل العلامة عشر سنوات، ولصاحب الحق إذا رغب في استمرار الحماية لمدد مماثلة، أن يقدم طلبًا بالتجديد خلال السنة الأخيرة، بالشروط المنصوص عليها في هذا القانون (النظام) ولائحته التنفيذية".

ويقابلها نص المادة (١٨) من اتفاقية تربس، التي نصت على أن: "يكون التسجيل الأول للعلامة التجارية، وكل تجديد لذلك التسجيل لمدة لا تقل عن سبع سنوات، ويكون تسجيل العلامة التجارية قابلًا للتجديد لمرات غير محددة".

ويظهر من نص الاتفاقية أن مدة السبع سنوات تعتبر المدة الدُّنيا التي يجب على الدول مراعاتها، وعدم اشتراط مدد أقصر من هذه المدة، وهذا ما قام به المشرع الكويتي؛ حيث جعل المدة عشر سنوات، ويظهر أيضًا أن الحق في ملكية العلامة التجارية هو حق دائم، ما دام مالك العلامة التجارية يقوم بالتجديد للعلامة التجارية في المواعيد المحددة، على حسب القانون، فإنه سيكون مالكًا للعلامة التجارية ملكية دائمة[١].

[١] انظر في تأييد هذا الرأي: د. سميحة القليوبي – مرجع سابق – ص ٣٢٦.

وهناك رأي من الفقه – ونحن نخالفه – يرى أن الحق في ملكية العلامة التجارية، وحتى بهذه الصورة، يعتبر حقًّا مؤقتًا؛ ذلك لأن عدم قيام صاحب العلامة بتجديدها ودفع الرسوم عنها يؤدي إلى شطبها من السجل، وبالتالي زوالها وانتهاء خاصية الاستئثار بها من قِبل صاحبها، وكذلك الحال فيما إذا لم يقُم صاحبها باستعمالها بالفعل، متى ظهر أن عدم استعماله لعلامته يعود إلى أنه لم يكن ثمة نية صادقة لاستعمالها للبضائع التي سُجِّلت من أجلها، وأنها في الواقع لم تستعمل استعمالًا حقيقيًّا فيما يتعلق بتلك البضائع، أو بناء على أن تلك العلامة لم تستعمل بالفعل مدة محددة، إلا إذا ثبت في كل هاتين الحالتين أن عدم استعمال تلك العلامة يرجع إلى وجود أحوال تجارية خاصة، وليس إلى وجود نية ترمي إلى عدم استعمال العلامة المذكورة، أو التخلي عنها فيما يتعلق بالبضائع التي سُجِّلت من أجلها[1].

فحق الملكية على العلامة التجارية هو حق دائم، يختلف في هذا عن حق المخترع على اختراعاته، أو المؤلف على مؤلفاته؛ إذ يتحدد حق هؤلاء عادةً بمدة معينة ينص عليها القانون. وعلى الرغم من أن المشرع قد نصَّ على أن التسجيل لا يحمي العلامة التجارية إلا لمدة عشر سنوات وإلا شطبت، فإنه لا شأن لهذه الأحكام بملكية العلامة، فهي قاصرة على الحماية التي يقررها القانون للعلامات

[1] صلاح زين الدين – الملكية الصناعية والتجارية – الطبعة الأولى – ٢٠٠٠م – مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع – عمان – الأردن – ص ٣٤٠.

المسجلة، فهو لا يفقد الحماية القانونية للعلامة إلا لأنه لم يقم بتجديد التسجيل، ولكنه لا يفقد الملكية على العلامة، ويعتبر في حكم مَن لم يسجل علامته أصلًا، ويظل على الرغم من ذلك مالكها، ويستطيع أن يحمي حقوقه عليها بدعوى المنافسة غير المشروعة[1].

[1] محسن شفيق – مرجع سابق – ص ٤٩٩.

المطلب الثاني

الاستثناءات الواردة على حقوق مالك العلامة التجارية

نصت المادة (١٧) من اتفاقية تربس على أنه: "يجوز للبلدان الأعضاء النصُّ على استثناءات محدودة من الحقوق الناشئة عن العلامات التجارية؛ كالاستخدام المُنصف لعبارات الوصف، شريطة أن تراعي هذه الاستثناءات المصالح المشروعة لصاحب العلامة التجارية والأطراف الثالثة".

والاستخدام العادل للعبارات الوصفية قد يتضمن مؤشرات تهدف إلى مجرد التعريف أو المعلومات؛ مثل: التعريف بالسلعة، ومواصفاتها، ودرجة جودتها، واستخدام الأسماء الشخصية والأسماء الجغرافية بحسن نية، ومنشأ السلعة[١]، فمثلًا: لو قامت شركة بتسجيل علامتها التجارية "حار" أو "Spicy" ووضعتها على منتجاتها، فإنه يمكن لشركة أخرى أن تضع نفس الكلمة أيضًا على منتجاتها أيضًا؛ لأن تلك الكلمة هي عبارة عن وصف لمذاق هذا المنتج، وبالتالي فلا يصلح أن تكون علامة فارقة ومميزة لمنتج دون غيره من المنتجات؛ وبالتالي يستحق الحماية[٢].

---

[١] حسام الدين عبد الغني الصغير – مرجع سابق – ص ٤٦. وانظر: Pires de Carvalho Nuno), op.cit., P. 972

[2] Hunter (Kate Colpitts(, op. Cit., P.536, note 118; Kur Annette), op. Cit., P. 108

وقد منع المشرع الكويتي أيضًا تسجيل العلامات الخالية من أي صفة مميزة، أو العلامات المكونة من بيانات ليست إلا التسمية التي يُطلقها العُرف على السلع والخدمات، أو الرسوم المألوفة والصور العادية للسلع[1].

[1] المادة ٣/١) من قانون العلامات التجارية الكويتي.

الفصل الثاني

التصرفات القانونية التي ترد على العلامة التجارية

تخضع العلامة التجارية لكل أنواع التصرفات القانونية؛ كالبيع، والهبة، والتنازل، والرهن، والترخيص، والرهن، والحجر، وغيرها من التصرفات القانونية، بالإضافة إلى أنه من الممكن أن تنقضي هذه الملكية بالعديد من الأسباب.

وقد عالجت اتفاقية تربس تلك التصرفات التي ترد على العلامة التجارية، وكذلك فعل المشرع الكويتي، وهذا ما سنتناوله في هذا الفصل؛ حيث سنقسمه إلى مبحثين: نتحدث في الأول منها عن انتقال ملكية العلامة التجارية، وفي الثاني عن انقضاء ملكية العلامة، على النحو التالي:

المبحث الأول
انتقال ملكية العلامة التجارية

عالجت اتفاقية تربس وقانون العلامات التجارية الكويتي[1] أوجه التصرفات القانونية التي ترد على العلامة التجارية، وذلك فيما يتعلق بانتقال تلك الملكية؛ حيث إن العلامة التجارية في ذاتها مال متقوم، وبالتالي يمكن بيعها ورهنها والحجز عليها مستقلة عن المحل التجاري الذي تدخل في مقوماته، فقد نصت المادة (٢١) على أنه: "يجوز للبلدان الأعضاء تحديد شروط الترخيص باستخدام العلامات التجارية، أو التنازل عنها، على أن يفهم أنه غير مسموح بالترخيص الإلزامي باستخدام العلامات التجارية، وأنه لصاحب العلامة التجارية حق التنازل عنها للغير مع أو بدون نقل المنشأة التي تعود العلامة التجارية إليها، لصاحب العلامة الجديد"، وبالتالي فقد أجازت الاتفاقية للدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية، الحقَّ في تحديد شروط البيع والتنازل.

ومن ثم سنتحدث في هذا المبحث – بإذن الله – عن التصرفات القانونية التي يمكن أن تنتقل بها ملكية العلامة التجارية، في مطلبين: الأول: التنازل عن ملكية العلامة التجارية، والثاني: الترخيص باستخدام العلامة التجارية، على النحو التالي:

---

[1] في المواد من ٢٧–٣٣.

المطلب الأول
التنازل عن ملكية العلامة التجارية

نصُّ المادة (٢١) من اتفاقية تربس – كما رأينا أعلاه – يجيز للدول الأعضاء تحديد شروط التنازل عن العلامة التجارية، وسمحت لصاحب العلامة بحُريَّة التنازل عن العلامة التجارية مع أو بدون المنشأة التي تمثل العلامة التجارية منتجاتها، وكذلك حظرت مبدأ الترخيص الإلزامي باستخدام العلامة التجارية[١].

وقد كانت اتفاقية باريس قد نصت على جواز التنازل بشرط عدم تضليل الجمهور، عندما نصت في المادة (٦ – رابعًا) (٢) على أنه: "... لا يترتب على الحكم السابق إلزام دول الاتحاد بأن تعتبر صحيحًا التنازل عن أية علامة يكون استعمالها بمعرفة المتنازل إليه مِن شأنه – في الواقع – تضليل الجمهور، لا سيما فيما يتعلق بمصدر المنتجات المخصصة لها العلامة، أو بطبيعتها، أو صفاتها الجوهرية".

وقد جاء القانون الكويتي ليواكب ما نصت عليه الاتفاقية، عندما أجاز لمالك العلامة التجارية نقل العلامة التجارية، كليًّا أو جزئيًّا، بعوض أو بغير عوض، أو رهنها، أو الحجز عليها مع المحل التجاري أو مشروع الاستغلال الذي تستخدم العلامة في تمييز

[١] حسام الدين عبد الغني الصغير – مرجع سابق – ص ٤٨.

سلعه أو خدماته، ما لم يُتَّفق على غير ذلك، كما أجازت نقل ملكية العلامة التجارية بالإرث، أو الوصية، أو بالهبة[1].

كما نصت المادة (٢٨) من القانون نفسه على أنه: "١- يتضمن انتقال ملكية المحل التجاري أو مشروع الاستغلال العلامات المسجلة باسم ناقل الملكية، والتي يمكن اعتبارها ذات ارتباط وثيق بالمحل التجاري أو المشروع، ما لم يتم الاتفاق على غير ذلك. ٢- وإذا نقلت ملكية المحل التجاري أو المشروع دون نقل ملكية العلامة ذاتها؛ جاز لناقل الملكية الاستمرار في صناعة ذات السلع، أو تقديم ذات الخدمات التي سُجّلت عنها العلامة، أو الإتجار فيها، ما لم يُتّفق على غير ذلك".

ويظهر من النصوص السابقة أن المشرع أجاز بيع العلامات التجارية مع المحل التجاري أو بدونه، وبالتالي فإن العلامة التجارية قد تكون محلًّا لكافة التصرفات القانونية مستقلة عن المحل التجاري.

كما واعترف المشرع بهذه النصوص للعلامة التجارية بقيمة مالية، وأن وظيفتها لم تعد محصورة في مسألة الدلالة على مصدر المنتجات، بل أصبحت تلك العلامات تساوي

[1] المادة ٢٧) من قانون العلامات التجارية الكويتي، وانظر كذلك: مصطفى كمال طه – مرجع سابق – ص ٧٣٨.

ثروة اقتصادية هائلة؛ حيث وصلت قيمة بعض العلامات التجارية بلايين الدولارات، ومنها – على سبيل المثال – "كوكا كولا"، " نستله"[1].

وقد تناول المشرع الكويتي هذه التصرفات في المواد من (٢٧ – ٣٣) من قانون العلامات التجارية[2]، ففي حالة وفاة مالك العلامة التجارية، يكون لورثة مالك العلامة التجارية الطبيعيين حق نقل الملكية باسمهم مجتمعين، أو لأي منهم، بمستند تنازل مُوقَّع ممن له حقٌّ في العلامة التجارية.

ويتضمن انتقال ملكية المحل التجاري أو مشروع الاستغلال العلامات التجارية المسجلة باسم ناقل الملكية، التي يمكن اعتبارها ذات ارتباط وثيق بالمحل التجاري أو المشروع، ما لم يتفق على غير ذلك، وأما إذا نقلت ملكية المحل التجاري أو المشروع دون نقل ملكية العلامة ذاتها؛ جاز لناقل الملكية الاستمرار في صناعة ذات السلع أو تقديم ذات الخدمات التي سجلت عنها العلامة، أو الاتجار فيها، ما لم يُتَّفق على غير ذلك.

ومن النادر أن يقع هذا الفرض عمليًّا؛ إذ غالبًا ما يشترط مشتري المحل انتقال ملكية العلامة إليه، وإذا رضي ببقائها للبائع، فإنه يحرص عادةً على

---

[1] محمد الشمري – مرجع سابق – ص ٣٢٣، وكذلك: صلاح زين الدين – مرجع سابق – ص ٣٦١، ٣٦٢.

[2] ويقابلها في اللائحة التنفيذية لقانون العلامات التجارية في المواد من ٢٤– ٣٤.

اشتراط عدم استعمالها لتمييز سلعة من ذات نوع السلعة موضوع المحل التجاري الذي يشتريه؛ حتى يتفادى منافسة البائع[1].

كذلك أجاز المشرع أن يتم التأشير في سجل العلامات التجارية بوزارة التجارة والصناعة برهن العلامة، طبقًا لذات الإجراءات والأوضاع الخاصة بانتقال ملكية العلامة، وأما بالنسبة لفك رهن العلامة التجارية، فيتم بناءً على طلب يُقدم للإدارة المختصة من مالك العلامة مصحوبًا بالمستندات الدالة على ذلك، موثَّقة ومُصدَّقة حسب الأصول، ومترجمة للغة العربية، ومن ثم تقوم الإدارة المختصة بإشهار فك الرهن في النشرة التي تصدرها أو تحددها الجهة المختصة، بعد التأشير بذلك في السجل.

أما بالنسبة للحجز على العلامة التجارية، فقد أجاز المشرع التأشير في السجل بالحجز على العلامة التجارية المسجلة بناء على أمر قضائي، ولا يتم إلغاء الحجز إلا بناء على حكم قضائي نهائي أيضًا.

[1] محسن شفيق – مرجع سابق – ص ٥٠٦، ٥٠٧.

المطلب الثاني
الترخيص باستخدام العلامة التجارية

نصت المادة (٢١) من اتفاقية تربس على أنه: "يجوز للبلدان الأعضاء تحديد شروط الترخيص باستخدام العلامات التجارية أو التنازل عنها، على أن يفهم أنه غير مسموح بالترخيص الإلزامي باستخدام العلامات التجارية، وبأن لصاحب العلامة التجارية حق التنازل عنها للغير مع أو بدون نقل المنشأة التي تعود العلامة التجارية إليها، لصاحب العلامة الجديد".

ويظهر من النص أن الاتفاقية أجازت للدول الأعضاء حرية وضع القواعد والشروط الخاصة بعقود التراخيص باستعمال العلامة التجارية، سواء كانت مقترنة بالمتجر أو منفصلة عنه، وأنها حظرت التراخيص الإجبارية باستخدام العلامات التجارية.

واتفاقية تربس بهذا النص قد توسعت بذكر التصرفات التي يمكن أن ترد على العلامات التجارية عما ورد ذكره في اتفاقية باريس، التي لم تتطرق لمسألة الترخيص باستعمال العلامات التجارية، واكتفت بإيراد أحكام التنازل عن ملكية العلامة التجارية[1].

[1] Correa Carlos M.), Trade related aspects of intellectual property rights, oxford university press, 2007 p.202؛ Blakeney Michael), Trade related

ولكن ما هو المقصود بالترخيص باستعمال العلامة التجارية؟ ومن أين أتى هذا الاصطلاح؟

يقصد بعقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية هو: ذلك العقد الذي يجيز بموجبه مالكُ العلامة لشخص آخر أو أكثر باستخدام العلامة التجارية، عن كل أو بعض المنتجات أو الخدمات المسجلة عنها للعلامة[1].

وقد عرف عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية أول الأمر في الولايات المتحدة الأمريكية، وما لبث أن انتشر في العالم بفعل المزايا التي يحققها كنظام للتعاون المستمر بين المشروعات، يتيح أفضل الفرص للتوسع التجاري اعتمادًا على شهرة العلامة التجارية، فأطراف عقد الترخيص – المرخص والمرخص له – يمكن أن يوجدوا في بلد واحد أو بلدان مختلفة، وبالتالي أصبح عقد الترخيص أحد أهم وسائل توزيع المنتجات تحت علامة المرخص في أسواق بعيدة عن السوق الأم للعلامة، ومن قِبل أشخاص آخرين غير صاحب العلامة[2].

---

aspects of intellectual property rights: A concise guide to the Trips Agreement, Sweet & Maxwell, 1996, P 66

[1] د. محمد الشمري – مرجع سابق – ص ٣٢٥.

[2] د. محمد الشمري – مرجع سابق – ص ٣٢٥.

وتختلف الأحكام ما بين صور الترخيص، فقد يكون الترخيص كاملًا كما في عقود " الفرنشايز"، أو أن يكون الترخيص "فرنشايز"، ولكن لبيع التجزئة فقط[1].

وعادة يشترط صاحب العلامة لمن يريد الترخيص له باستخدام العلامة التجارية شروطًا معينة؛ كاستخدام معايير الجودة مثلًا، وأن تكون المنتجات التي تحمل هذه العلامة على درجة معينة من الجودة، وعلى المرخص (صاحب العلامة) أن يفتش على المرخص له؛ للتأكد من أنه يتبع شروط الترخيص[2].

- **عقد الترخيص لعلامة التجارية وعقد الترخيص التجاري أو الامتياز (الفرنشايز):**

عقد الترخيص التجاري (الفرنشايز) أشمل وأوسع من عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية؛ حيث يتضمن بالإضافة للترخيص باستعمال العلامة التجارية استخدام الوسائل الفنية التي يستعملها المرخص في توزيع المنتجات أو الخدمات، واستعمال بعض حقوق الملكية الفكرية الأخرى وبعض المعارف التقنية – Know)

---

[1] Wilkof Neil J.) and Burkit Daniel), Trademark Licensing, Second Edition, Sweet & Maxwell, 2005,P. 138.

وكذلك: نعيم مغبغب – الفرنشايز.. دراسة في القانون المقارن – منشورات الحلبي الحقوقية – لبنان – ٢٠٠٩م – ص ١٣.

[2] Pires de Carvalho Nuno), op.cit. , P.351 & Barcamercial International USA Trust V. Tyfeild importers, Inc., 289 F. 3d 589 9th Cir., 2002).

(How، بل يتجاوز ذلك إلى اسم المحل وشعاره وما شابه، بحيث إن محل الممنوح له الامتياز يظهر تجاه الجمهور بنفس المظهر والهوية العامة الموحدة لكل محلات مانح الحق؛ محلات "بينيتون" مثلًا، في دولة ما تبدو متشابهة مع نظيرتها في كل دول العالم.

وعقد الامتياز – كما قلنا – يغطي أيضًا طريقة البيع وخطط التوزيع والتسويق.

ومع هذا كله، يجب الانتباه إلى أنَّ كلًّا من مانح الحق والممنوح له الحق يعتبر مستقلًّا عن الآخر كمتجر[1].

وبالنسبة للوضع في القانون الكويتي، نجد أن المُشرِّع قد أجاز لمالك العلامة أن يرخص لأي شخص، طبيعي أو معنوي، باستعمالها على كلٍّ أو بعض السلع أو الخدمات المسجَّلة عنها العلامة، ويكون لمالك العلامة الحق في أن يرخص لأشخاص آخرين باستعمال ذات العلامة، كما يكون له أن يستعملها بنفسه،

[1] كنعان الأحمر – ترخيص العلامات التجارية وعقود الامتياز – ندوة الويبو الوطنية حول العلامات التجارية – دمشق – ديسمبر ٢٠٠٣م – ص ٧، مصطفى سلمان حبيب – الاستثمار في الترخيص الامتيازي الفرنشايز) – دار الثقافة للنشر والتوزيع – المملكة الأردنية الهاشمية – ٢٠٠٨م – ص ٢٥، نعيم مغبغب – مرجع سابق – ص ١٩ وما بعدها.

ما لم يتفق على خلاف ذلك، ولا يجوز أن تزيد مدة الترخيص على المدة المقررة لحماية العلامة[1].

كما وحظر المشرع أن تُفرض على المستفيد من الترخيص قيود غير مترتبة على الحقوق التي يخوِّلها تسجيل العلامة، أو غير ضرورية للمحافظة على هذه الحقوق، ومع ذلك يجوز أن يتضمن عقد الترخيص القيود الآتية:

١- تحديد نطاق المنطقة أو مدة استخدام العلامة.

٢- الشروط التي تستلزمها متطلبات الرقابة الفعالة لجودة السلع أو الخدمات.

٣- الالتزامات المفروضة على المستفيد من الترخيص بالامتناع عن كافة الأعمال التي قد ينتج عنها الإساءة إلى العلامة التجارية[2].

وفي حالة قيام مالك العلامة التجارية المسجلة بالترخيص لأحد الأشخاص الطبيعيين أو المعنويين، باستعمال العلامة عن كل أو بعض المنتجات أو الخدمات المسجلة عنها، فيجب أن يكون عقد الترخيص مكتوبًا، وموثقًا، ومصدَّقًا حسب

---

[1] المادة ٢٩) من قانون العلامات التجارية الكويتي.

[2] المادة ٣٠) من قانون العلامات التجارية الكويتي.

الأصول، ومترجمًا، إذا كان الأصل بغير اللغة العربية، بشرط ألا تزيد مدة الترخيص عن المدة المقررة لحماية العلامة التجارية[١].

كذلك لم يجز المشرع الكويتي للمستفيد من الترخيص التنازل عنه لغيره، أو منح تراخيص به من الباطن، ما لم يتفق على خلاف ذلك[٢]؛ وذلك لأن عقود الترخيص من العقود ذات الاعتبار الشخصي[٣].

وفي حال رغب مالك العلامة التجارية في شطب قيد الترخيص، فإن ذلك يكون بناء على طلب يقدم للإدارة المختصة من المالك، أو وكيله المعتمد، أو المرخص له، مرفقًا به ما يُثبت انتهاء أو فسْخ الترخيص، وتبلغ الإدارة المختصةُ الطرفَ الآخر بطلب شطب القيد كتابيًّا، وله في هذه الحالة الاعتراض عن طريق الطعن أمام المحكمة المختصة خلال ثلاثين يومًا من تاريخ إبلاغه، بطلب الشطب، مع إيداع نسخة من الاعتراض، وما يفيد تقديمه لدى الإدارة المختصة، ويوقف الشطب إلى حين اتفاق الطرفين أو صدور حكم نهائي من المحكمة بالفصل في الاعتراض[٤].

---

[١] المادة ٣٠) من اللائحة التنفيذية لقانون العلامات التجارية.

[٢] المادة ٣٢) من قانون العلامات التجارية.

[٣] محمد الشمري – مرجع سابق – ص ٣٣٥.

[٤] المادة ٣٣) من اللائحة التنفيذية لقانون العلامات التجارية.

المبحث الثاني
انقضاء العلامة التجارية

نصت المادة (٦) من اتفاقية تربس على أنه: "لأغراض تسوية المنازعات بموجب هذه الاتفاقية، مع مراعاة أحكام المادتين (٣ و٤)، لا تتضمن هذه الاتفاقية ما يمكن استخدامه للتعامل مع مسألة انقضاء حقوق الملكية الفكرية".

ويعني ذلك النص أن الاتفاقية لم تتناول أحكامًا خاصة بانقضاء الحق في ملكية العلامة التجارية[1]، ولكن الحق في ملكية العلامة التجارية شأنه شأن باقي الحقوق ينقضي وفقًا للطرق المعروفة لانتهاء الحقوق؛ فمثلًا ينقضي الحق بالترك أو عدم الاستعمال. يضاف إلى ذلك طريقة خاصة بالعلامة التجارية، وتتمثل في أن عدم تسجيلها مِن شأنه أن ينقضي معه الحق في ملكيتها.

وسنتحدث – بإذن الله – عن هذه الطرق بشيء من التفصيل على النحو التالي:

هناك حالات يمكن فيها شطب العلامة التجارية تناولها قانون العلامات التجارية الكويتي، وكذلك اتفاقية تربس، وتتمثل في الحالات التالية:

الحالة الأولى: شطب العلامة بطلب من مالكها: أجاز قانون العلامات التجارية الكويتي لمالك العلامة التجارية أن يطلب من الجهة المختصة شطب

---

[1] Correa Carlos M.), op. Cit. p. 78.

العلامة من السجل، سواء عن كل السلع أو الخدمات التي سجلت عنها العلامة، أو عن جزء منها فقط.

ويقدم طلب الشطب وفقًا للشروط والإجراءات التي تُحددها اللائحة التنفيذية، وإذا ما كانت العلامة مرخصًا باستعمالها وفقًا لعقد مؤشر به في السجل، فلا يجوز شطبها إلا بناء على موافقة كتابية من المستفيد من الترخيص، ما لم يتنازل المستفيد من الترخيص عن هذا الحق صراحة[1].

الحالة الثانية: الشطب لعدم التجديد: فكما قلنا سابقًا: إذا لم يتقدم مالك العلامة التجارية لتجديد العلامة التجارية المنتهية بعد الستة أشهر التالية لموعد انتهاء العلامة التجارية، فإن الجهة المختصة تقوم من تلقاء نفسها بشطب العلامة التجارية من السجل[2].

فتنقضي ملكية العلامة التجارية بالترك، ويكون الترك صريحًا إذا ما تمثل في صورة تنازل صريح عن ملكيتها، وقد يكون الترك ضمنيًّا؛ وذلك بإهمال

---

[1] المادة ٢٣) من قانون العلامات التجارية الكويتي، حكم محكمة التمييز – الدائرة التجارية – الطعنان رقما ٨٧، ٢٠٠٧/١٢٣ تجاري – جلسة ٢٠٠٨/١٠/١٤ – مجلة القضاء والقانون – س ٣٦ – ج٣ – ص ٥٩.

[2] المادة ٢٠) من قانون العلامات التجارية الكويتي.

صاحبها استعمالها أو استغلالها، وعدم مباشرة حقوقه عليها في حال الاعتداء عليها من الغير.

ويعتبر من قبيل القرائن الدالة على ترك العلامة التجارية تصفية الشركة التي كانت تستعمل العلامة التجارية في تمييز منتجاتها، أو اعتزال التجارة من قبل صاحب المنشأة، ومرور وقت كافٍ لعدم عودته إلى ذات التجارة واستعمال ذات العلامة، كما يعتبر تساهل صاحب العلامة في المحافظة على حقه في العلامة عند اغتصاب الغير للعلامة واستعمالها أو استغلالها.

ومتى ما تُركت العلامة من صاحبها على هذا النحو، أصبحت من الأموال المباحة التي يجوز لكل شخص استعمالها واستغلالها، دون أن يُعد ذلك جريمة يعاقب عليها القانون، وجدير بالذكر أن واقعة الترك هي واقعة مادية يعود تقدير وجودها من عدمه إلى قاضي الموضوع[1].

الحالة الثالثة: شطب العلامة لتسجيلها بدون وجه حق: في حال ما إذا تم تسجيل العلامة التجارية بدون وجه حق، كما إذا وقع خطأ من الجهة المختصة؛ فقامت بتسجيلها على الرغم من أنها من العلامات التي لا يجوز تسجيلها، أو كان من قام بالتسجيل من الأشخاص الذين لا يجوز لهم التسجيل، أو كانت العلامة

[1] محسن شفيق – مرجع سابق – ص ٥٠٠، سميحة القليوبي – مرجع سابق – ص ٣٤٨: ٣٥٠.

تشبه علامة مسجلة[1]؛ كان للجهة الإدارية المختصة ولكل ذي مصلحة حق طلب الحكم بشطب العلامة التجارية من المحكمة المختصة، وتقوم الجهة المختصة بشطب التسجيل متى قدم لها حكم نهائي بذلك[2].

الحالة الرابعة: الشطب لعدم الاستعمال: يمكن شطب العلامة التجارية لعدم الاستعمال؛ فقد نصت المادة (٢٤) من قانون العلامات التجارية على أنه: "للمحكمة، بناءً على طلب كل ذي شأن، أن تأمر بشطب التسجيل إذا ثبت لديها أن العلامة لم تستعمل بصفة جدية لمدة خمس سنوات متتالية، إلا إذا قدم مالك العلامة ما يسوغ به عدم استعمالها".

وهذا الشرط فيه حماية لمالك العلامة التجارية؛ حتى لا يكون الشطب بالأمر الهيِّن يقوم به من أراد[3]، وأيضًا المحكمة ليست مطلقة الحرية في الحكم بشطب العلامة التجارية، فإذا استطاع مالك العلامة التجارية تبرير عدم استعمال العلامة التجارية للسنوات الخمس الماضية، فإن المحكمة قد تحكم باستمرار تسجيل العلامة التجارية له.

---

[1] المرجع السابق – ص ٥٣٠.

[2] المادة ٢٢) من قانون العلامات التجارية الكويتي، حكم محكمة التمييز – الدائرة التجارية – الطعن رقم ١٩٩٥/٨٤ تجاري – جلسة ١٩٩٥/١٢/٥ – مجلة القضاء والقانون – س ٢٣ – ج٢ – ص ١٨٠.

[3] د. سميحة القليوبي – مرجع سابق – ص ٣١٩.

وكما أشرنا سابقًا، فإن ملكية العلامة لا يزول بعدم الاستعمال؛ لأن مالك العلامة قد يترك استعمالها فترة من الزمن ثم يعود لاستعمالها، فيجب الاحتفاظ له بملكيتها، ومع ذلك إذا اتضح من عدم الاستعمال رغبة المالك في التنازل عنها، وجب اعتبارها من الأموال العامة بناءً على هذا التنازل الضمني لا على أساس عدم الاستعمال؛ حيث إن شطب التسجيل لعدم الاستعمال لا يعني زوال حق الملكية على العلامة، بل لا تزال محلًّا للحماية المدنية بدعوى المنافسة غير المشروعة، وإن كانت قد فقدتْ بسبب شطب التسجيل الحمايةَ الجنائية[١].

وقد أوجب المشرع في جميع حالات الشطب للعلامة التجارية، أن يتم شهرُ ذلك في النشرة التي تُصدرها أو تحددها الجهة المختصة، بعد دفع تكاليف النشر[٢].

ومن الآثار التي تترتب على شطب العلامة التجارية، أنه لا يجوز أن يعاد تسجيلها لصالح الغير عن 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 هذا الحكم قد حدد مدة أقل لإعادة تسجيل العلامة[٣].

---

[١] محسن شفيق – مرجع سابق – ص ٥٠١.

[٢] المادة ٢٦) من قانون العلامات التجارية، والمادة ٣٤) من اللائحة التنفيذية.

[٣] المادة ٢٥) من قانون العلامات التجارية.

وبالنسبة لاتفاقية تربس، فقد حدَّدت المادة (١٩) (١) من اتفاقية تربس المدة التي يجوز بعدها شطب العلامة التجارية بثلاث سنوات متواصلة من عدم استخدامها، ما لم يثبت صاحب العلامة التجارية وجود أسباب وجيهة تستند إلى وجود عقبات تحول دون هذا الاستخدام[١].

وتعتبر الأوضاع الناشئة بغير إرادة صاحب العلامة، والتي تحول دون استخدامها؛ كقيود الاستيراد المفروضة على السلع والخدمات التي تحميها العلامة التجارية المعنية، أو الشروط الحكومية الأخرى المفروضة عليها، أسبابًا وجيهة لعدم استخدامها.

ويُرجع جانب من الفقه الهدفَ من هذا النص إلى حماية الشركات الدولية الكبرى المالكة لعلامات تجارية مسجلة، ولكنها لا تستطيع استخدام تلك العلامات في أسواق معينة؛ كأسواق بعض الدول النامية، نتيجة للقيود التي تفرضها تلك الدول على الاستيراد[٢]؛ لذلك تم السماح باستمرار تسجيل العلامة حتى بعد انقضاء فترة الثلاث سنوات على عدم الاستخدام، عند وجود عقبات تحول دون ذلك.

---

[1] Pires de Carvalho Nuno), op. cit., P.313; Matthews Duncan), Globalising intellectual property rights, Routledge, Taylor & Francis Group, 2002, p.54

[٢] جلال وفا محمدين – مرجع سابق – ص ١١١.

كما لم تشترط اتفاقية تربس استعمال العلامة التجارية من جانب مالكها نفسه حتى يمكن تسجيلها، بل يجوز أن تستخدم من قبل أي شخص آخر يكون خاضعًا لرقابة وسيطرة مالك العلامة[1].

[1] المادة ١٩) ٢) من اتفاقية تربس.

خاتمة

استعرضنا في هذه الدراسة النظام القانوني لملكية العلامة التجارية وفقًا لكلٍّ من قانون العلامات التجارية الكويتي واتفاقية تربس، وقد قسمنا هذه الدراسة إلى فصلين، فأما الفصل الأول فخصصناه للحديث عن ملكية العلامة التجارية، وتناولنا في المبحث الأول منه طرق اكتساب ملكية العلامة التجارية، وعرفنا أن هناك ثلاثة أنظمة لاكتساب ملكية العلامة التجارية؛ فأولها يعتبر التسجيل وحده أساسًا للملكية، والثاني يعتمد على الاستعمال الفعلي كسبب لاكتسابها، والثالث يأخذ بالتسجيل سببًا مع الاستعمال، وهو ما أخذ به القانون الكويتي.

وفي المبحث الثاني، تناولنا المسائل الإجرائية لمسألة التسجيل من حيث الأشخاص الذين يحق لهم تسجيل العلامة التجارية، وإجراءات تسجيل العلامة التجارية، ثم تناولنا في المبحث الثالث الآثار المترتبة على ملكية العلامة التجارية، وخصائص الحق المترتب على ملكيتها، والاستثناءات الواردة على حقوق مالكها.

وأما الفصل الثاني، فخصصناه للحديث عن التصرفات القانونية التي ترد على العلامة التجارية، وتناولنا في المبحث الأول منه طرق انتقال ملكية العلامة التجارية من تنازل وترخيص وغيرهما، وفي الثاني تحدثنا عن انقضاء العلامة التجارية.

وقد توصلنا في نهاية الدراسة إلى بعض الاستنتاجات، وهي كما يلي:

أولًا: اعتمد المشرع الكويتي القانون الموحد الخليجي للعلامات التجارية أساسًا قانونيًّا لتنظيم العلامات التجارية، وألغى المواد التي كانت تعالج العلامات التجارية في قانون التجارة.

ثانيًا: لاحظنا اتفاق مواد القانون الكويتي مع ما ورد في اتفاقية تربس من أحكام تعالج العلامات التجارية، اتساقًا مع رغبة الكويت في أن تكون مركزًا ماليًّا عالميًّا يربط ما بين الشرق والغرب.

ثالثًا: حرص المشرع الكويتي على توحيد الأنظمة القانونية الخليجية؛ من خلال تبنيه القانون الموحد لقانون العلامات التجارية لدول مجلس التعاون الخليجي.

المراجع

أولًا: المراجع باللغة العربية

- أحمد محمد محرز – القانون التجاري – دار الكتب القانونية – ٢٠٠٣م.
- جلال وفا محمدين – الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقًا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس) – دار الجامعة الجديدة للنشر – ٢٠٠٠م.
- حسام الدين عبد الغني الصغير – الجديد في العلامات التجارية في ضوء قانون حماية حقوق الملكية الفكرية الجديد واتفاقية التربس – دار الفكر الجامعي – الإسكندرية – ٢٠٠٥م.
- سميحة القليوبي – الملكية الصناعية – الطبعة الثانية – دار النهضة العربية – ١٩٩٦م.
- صلاح زين الدين – الملكية الصناعية والتجارية – الطبعة الأولى – ٢٠٠٠م – مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع – عمان – الأردن.
- عبد الرحمن السيد قرمان – الاتجاهات الحديثة في حماية العلامات التجارية المشهورة.. دراسة مقارنة – دار النهضة العربية – الطبعة الثانية – ٢٠٠٨م.

- كنعان الأحمر – حماية العلامة التجارية ذائعة الشهرة – ندوة الويبو الوطنية عن الملكية الفكرية لأعضاء هيئة التدريس وطلاب الحقوق في الجامعة الأردنية – تنظمها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) بالتعاون مع الجامعة الأردنية – عمّان، من ٦ إلى ٨ إبريل/نيسان ٢٠٠٤م – WIPO/IP/UNI/AMM/04/DOC.04

- محسن شفيق – القانون التجاري المصري – الجزء الأول – الطبعة الأولى – ١٩٤٩م – دار نشر الثقافة بالإسكندرية.

- محمد عبد الرحمن الشمري – حماية العلامة التجارية وفقًا لاتفاقية التربس – دراسة تحليلية في ضوء أحكام الاتفاقية ونظام العلامة التجارية السعودي والقانون المصري وبعض التشريعات العربية والأجنبية المقارنة.. دراسة مقارنة – بدون ناشر – ١٤٢٦هـ – السعودية.

- محمد مصطفى عبد الصادق – الحماية القانونية للعلامات التجارية إقليميًّا ودوليًّا – دار الفكر والقانون –٢٠١١م.

- محمود سمير الشرقاوي – القانون التجاري – الجزء الأول – دار النهضة العربية – ١٩٨٩م.

- محمود مختار أحمد بريري – قانون المعاملات التجارية – الجزء الأول – دار الفكر العربي– ١٩٨٧م.

- مصطفى سلمان حبيب – الاستثمار في الترخيص الامتيازي (الفرنشايز) – دار الثقافة للنشر والتوزيع – المملكة الأردنية الهاشمية – ٢٠٠٨م.
- مصطفى كمال طه – أصول القانون التجاري – دار الفكر الجامعي – ٢٠١٣م.
- نعيم مغبغب – الفرنشايز.. دراسة في القانون المقارن – منشورات الحلبي الحقوقية – لبنان – ٢٠٠٩م.
- يعقوب صرخوه – النظام القانوني للعلامات التجارية.. دراسة مقارنة – مطبوعات جامعة الكويت – ١٩٩٣م.

ثانيًا: المراجع باللغة الأجنبية

- Blakeney (Michael), Trade related aspects of intellectual property rights: A concise guide to the Trips Agreement, Sweet & Maxwell, 1996.
- Bottero (Nicola), Mangàni (Andrea) and Ricolfi (Marco), THE EXTENDED PROTECTION OF "STRONG" TRADEMARKS, Marquette Intellectual Property Law Review, Summer 2007

- Correa (Carlos M.), Trade related aspects of intellectual property rights, oxford university press, 2007.

- Hunter (Kate Colpitts), HERE THERE BE PIRATES: HOW CHINA IS MEETING ITS IP ENFORCEMENT OBLIGATIONS UNDER TRIPS, San Diego International Law Journal, Spring 2007.

- Kur (Annette), Studies in Industrial Property and Copyright Law, From GATT to TRIPS, the agreement on trade – related aspects of intellectual property rights, Beir (Friedrich–Karl) & Schricker (Gerhard), Published by Max Planck Institute for Foreign and International Patent, Copyright and Competition Law, Munich, 1996.

- Mattthews (Duncan), Globalising intellectual property rights, Routledge, Taylor & Francis Group, 2002.

- Pires de Carvalho (Nuno), The TRIPS regime of trademarks and designs, Kluwer Law international, 2006.

- Wilkof (Neil J.) and Burkit (Daniel), Trademark Licensing, Second Edition, Sweet & Maxwell , 2005 , London.

الملخص

يترتب على اكتساب مالك العلامة لعلامته التجارية، نتيجةً لتسجيل العلامة التجارية، أنه يُجري على تلك العلامات التجارية كافة التصرفات القانونية؛ من تنازل، وهبة، وبيع، وترخيص، ورهن، وحجر، وغيرها من التصرفات القانونية، بل إن حماية هذه العلامات محددة بمدة زمنية، ويجب على مالكها مراعاة تلك المواعيد وتجديدها كل مرة حتى تستمر الحماية لتلك العلامات؛ لأنه في حال ما إذا ترك تجديد تسجيل العامة التجارية في مواعيدها؛ سقطت عنها تلك الحماية، وشُطب تسجيلها؛ مما يجعلها عرضة للاستيلاء عليها من الغير، ونشوء منازعات قد يطول أجلها؛ مما يؤثر سلبًا على تجارته وسمعته التجارية.

ويتحدث البحث عن النظام القانوني لملكية العلامة التجارية وفقا لكل من قانوني العلامات التجارية الكويتي واتفاقية تربس، وتناولنا كل من طرق اكتساب ملكية العلامة التجارية والمسائل الإجرائية لمسألة التسجيل، والآثار المترتبة على ملكية العلامة التجارية. وبعد ذلك تطرقنا للتصرفات القانونية التي ترد على العلامة التجارية، فتحدثنا عن طرق انتقال ملكية العلامة التجارية وكذلك انقضاء العامة التجارية.

Summary

The importance of trademarking to the owner of the trademark, as a result of registering his trademark, is that he invokes all legal action upon his trademark; such as waiver, gift, sale, licensing, mortgage, reservation, and other legal actions, and that the protection of these trademarks is limited by a time period, and the owner of the trademark should be considerate of such time periods and renew them every time in order for the protection of the trademark to continue on, because in the event that the renew process of the trademark registration was not done in time, the protection will fall from it, and its registration cancelled, which makes it vulnerable to be acquired by others, and the emergence of disputes that may be prolonged; which may negatively affect his business and business reputation.

This research discusses the legal system of trademark ownership in accordance with both the Kuwaiti Trademark Laws and the TRIPS Agreement, and we discuss both

methods of acquiring trademark ownership, procedural issues of the issue of registration, and the implications for trademark ownership. Then we discuss the legal behaviours that correspond to the trademark, and we talk about the different ways of transferring the trademark ownership and the expiry of the commercial public.