

د. عبد الحميد عيسى سليمان غوانمة*

*جامعة تبوك – كلية الشريعة والقانون

قسم القانون

الملخص

حتى تتمتع العلامة التجارية بهذه الحماية. كما بينت الطرق القانونية التي يمكن اللجوء إليها لحمايتها سواء كانت حماية مدنية أو حماية جزائية أو بوسائل تحفظية. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها: أن المنظم السعودي قد أولى العلامة التجارية اهتماماً كبيراً وأحاطها بالكثير من وسائل الحماية نظراً لأهميتها، وهذه الحماية هي من نتائج التطور التشريعي الذي عرفته المملكة بسبب التطور في شتى المجالات التجارية والاقتصادية في هذا المجال، وأن المصلحة التي ابتغاها المنظم من حماية العلامة التجارية تشمل كلاً من صاحب العلامة التجارية والمستهلك.

الكلمات المفتاحية: العلامة التجارية - النظام السعودي.

تهدف الدراسة الحالية إلى الإحاطة بالجوانب القانونية المهمة الخاصة بالعلامة التجارية، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال ذكر واستقراء النصوص القانونية ومن ثم تحليلها ومعالجة الاجتهادات القضائية في هذه المسألة وكذلك تحليل الآراء الفقهية في سبيل تحقيق الأهداف التي يرمي إليها البحث ، إذ أن غياب العلامة التجارية أو استخدامها بصورة مخالفة للقانون قد يؤدي لانتشار وتداول البضاعة المقلدة في الأسواق والذي قد يلحق ضرراً مادياً أو معنوياً بالمستهلك وللمقدم المنتج الأصلي. وعليه عالجت هذه الدراسة حماية العلامة التجارية في النظام السعودي، وبينت أن هنالك شروطاً يجب توفرها

Abstract

The current study aims to cover the important legal aspects related to the trademark. The study used the descriptive, analytical and comparative approach by analyzing Saudi legal texts, as the absence of the trademark or its use in a manner that violates the law may lead to the spread and circulation of counterfeit goods in the markets, which

may cause material or moral harm to the consumer and the provider of the original product. Accordingly, this study addressed the protection of the trademark in the Saudi system, and showed that there are conditions that must be met for the trademark to enjoy this protection. It also showed the legal methods that can be resorted to to protect

it, whether civil protection, criminal protection or precautionary means. The study reached a number of results, the most prominent of which is that the Saudi regulator has given great attention to the trademark and surrounded it with many means of protection due to its importance. This protection is one of the results of the legislative development that the Kingdom has witnessed due to

the development in various commercial and economic fields in this field, and that the interest that the regulator sought from protecting the trademark includes both the trademark owner and the consumer. The current study also recommended.

Keywords: Trademark - Saudi system.

المقدمة

تعد العلامة التجارية من أبرز عناصر الملكية التجارية وأكثرها أهمية، حيث تلعب دوراً مهماً في نجاح المشروع التجاري، وينظر إلى العلامة التجارية على أنها من العناصر المعنوية للمحل التجاري، وغالباً ما يعتمد التجار في استهدافهم لاجتذاب الزبائن إلى ربط محلاتهم التجارية بأسماء وعلامات تجارية تميزها عن غيرها من المحلات التجارية، حيث تميز العلامة التجارية السلعة أو الخدمة عن بعضها البعض، وهذا ما أكسبها أهمية بالغة لتشمل كل ما يؤديه المحل التجاري من وظائف فهي تبرز شخصية التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة وتؤدي دوراً مهماً في تحديد سمعته في مجال التجارة، ودليلاً معتمداً على صفة التمييز، وتحديد مصدر المنتجات والسلع والخدمات بالنسبة للمستهلك وبالتالي تعتبر همزة وصل بين مالك العلامة والمستهلك.

إلا أن الملاحظ في الواقع العملي إن التجار ومقدمي الخدمات قد لجأوا لاستخدام طرق غير مشروعة من شأنها التأثير على حرية الاختيار لدى جمهور المستهلكين والعمل على تضليلهم بالنسبة لمصدر وجودة المنتجات والخدمات التي تميزها العلامة التجارية، وما يترتب على ذلك من أضرار بمصالح المنتجين ومقدمي الخدمات الأصلية، ولهذا تقوم الفلسفة التشريعية لنظام العلامات التجارية على فكرة حماية مصالح المستهلك والمنتج على حد سواء وهو المقصد التشريعي الأساسي.

ونظراً لما تشهده حقوق الملكية التجارية بشكل عام، والعلامات التجارية بشكل خاص من إشكالات قانونية صعبة ودقيقة في الوسط التجاري، كان لا بد من تدخل المنظم السعودي لتنظيم تلك الحقوق وسير أحكامها في إطار قانوني حديث.

ومن أجل هذا حدد المنظم السعودي بموجب نظام العلامة التجارية قرار رقم : (140)
وتاريخ : 26 / 5 / 1423 هـ أحكاماً دقيقة في ما يخص حق ملكية العلامة التجارية وإيداعها

وتسجيلها ونشرها، كما فرض عقوبات وتدابير تطبق على الطامعين في تحقيق الربح عن طريق استخدام الأساليب غير المشروعة سواء تعلق الأمر بتقليد العلامة التجارية أو استعمالها بصورة مخالفة لنص المادة 43 من النظام، ولم يقف الأمر عند حد الحماية التي وفرتها التشريعات الوطنية بل تعداه إلى توفير حماية على النطاق الدولي بموجب اتفاقات تقدم لهذا الغرض. والمدقق في حماية العلامات التجارية يجد أنها محكومة بقواعد قانونية قد تكون واردة في نطاق نظام العلامة التجارية أو في نطاق قوانين أخرى ومكفولة بدعوى مدنية وصولاً لجبر الضرر الذي يلحق بالمضروب ودفع الاعتداء الذي يقع على علامته.

أهمية الدراسة

نظراً لاتساع دائرة المنافسة غير المشروعة من خلال ازدياد جرائم الاعتداء على العلامة التجارية، حيث غزت السلع والبضائع المقلدة الأسواق التجارية، مما جعل قوانين العلامات التجارية إلى وضع آليات ومعايير خاصة تتعلق بالعلامة التجارية، وذلك لضبط حقوق أصحابها ومنع تسجيل علامات تتصف بالتطابق والتشابه عند جمهور المستهلكين. من هنا جاءت أهمية الدراسة من الناحية النظرية حيث ركزت الدراسة على بيان الحقوق القانونية المتعلقة بالعلامة التجارية وكيفية حمايتها، وتعمل كذلك على توفير فرص المنافسة المشروعة والعادلة بين كافة المنشآت العاملة داخل المملكة والحد من أي منافسة تؤثر بشكل مخل بالمنافسة المشروعة.

كما تتجلى أهمية الدراسة من الناحية التطبيقية عند تحقق الحماية، فهي تلعب دوراً مهماً وأساسياً لإنجاح عملية التسويق والإعلان التي تقوم بها الأصول التجارية، كما تسهم في نجاح وتطور المشروع التجاري، كون العلامة التجارية أداة وصل بين مالك العلامة ومستهلك المنتج والوسيلة الوحيدة لبناء الثقة الدائمة بين المستهلك والمنتج وبين الزبون والتاجر.

ومن هنا جاءت حماية العلامات التجارية في المقام الأول لحماية المستهلكين من الخلط واللبس بين مصادر السلع والخدمات وإيجاد سوق تتسم بالشفافية والمصداقية وهذا ما يجعل هذا الموضوع يستحق البحث والدراسة والاهتمام على المستوى الوطني.

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى الإحاطة بالجوانب القانونية المهمة الخاصة بالعلامة التجارية، كما تهدف أيضاً إلى الإلمام في توفير حماية قانونية للعلامة من ناحية الحماية المدنية بالوقوف على الوسائل المدنية، إضافة إلى الحماية الجزائية عن طريق توضيح النظام القانوني المتكامل للعلامات التجارية، وبيان نطاق الحماية الوطنية للعلامة التجارية.

سبب اختبار الموضوع:

ترجع أسباب اختبار الموضوع إلى الرغبة في الوقوف على الحماية القانونية التي أقرها المنظم السعودي للعلامة التجارية. باعتبار هذا الموضوع من المواضيع المتجددة التي تفرض نفسها دائماً كألوية جديدة بالدراسة نظراً لارتباطه بالاقتصاد والإبداع والابتكار والمستهلك، كما أن التطور التكنولوجي دائماً يفرض تجديد الحزم القانونية بما يمكنها من حماية العلامة التجارية.

إشكالية الدراسة:

تشير حقوق العلامات التجارية إشكالات قانونية صعبة ودقيقة في الوسط التجاري، ومن أبرزها مشكلة تقليد أو سرقة العلامات التجارية سواء على المستوى الوطني أو الدولي، وأيضاً مشكلة انتهاء صلاحية العلامة دون تجديد، وقضايا تشابه العلامات التجارية، أو استخدام العلامات التجارية أو تسجيلها بسوء نية ولهذا سنحاول الإحاطة بهذا الموضوع من خلال وضع إشكال رئيسي يدور حول مدى كفاية الآليات القانونية التي جاء بها النظام السعودي لحماية العلامة التجارية.

منهج الدراسة:

إن طبيعة هذا الموضوع فرضت علينا لمعالجته والإحاطة بجميع جوانبه توظيف المنهج الوصفي التحليلي من خلال تحليل النصوص القانونية السعودية وتحليل الآراء الفقهية وما توصلت إليه الاجتهادات القضائية في هذا الموضوع لتحقيق الغاية والإجابة على الإشكالية الرئيسية في هذا البحث.

خطة الدراسة:

تتضمن خطة الدراسة موضوع هذا البحث نقاشاً حول حماية العلامة التجارية باعتبارها من أهم العناصر المعنوية المكونة للمحل التجاري، اقتضت طبيعة البحث تقسيمه إلى فصلين تحدثت في الفصل الأول عن أسس حماية العلامة التجارية من حيث الشروط القانونية الواجب توافرها وذلك في مبحثين بينا في المبحث الأول الشروط الموضوعية وفي المبحث الثاني الشروط الشكلية، وتحدثت في الفصل الثاني عن الطرق القانونية لحماية العلامة التجارية، وذلك في مبحثين وضحنا في المبحث الأول طرق الحماية المدنية والجزائية، وفي المبحث الثاني الطرق الوقائية والوسائل التحفظية.

الفصل الأول: أسس حماية العلامة التجارية

يتطلب الحديث عن أسس حماية العلامة التجارية بتمهيد نبين فيه ماهية العلامة التجارية، ثم توضيح الشروط الواجب توفرها لكي تتحقق الحماية القانونية للعلامة التجارية سواء كانت شروط موضوعية أو شكلية.

ماهية العلامة التجارية

عرفت المادة الأولى من نظام العلامات التجارية الصادر بالمرسوم الملكي رقم م/21 بتاريخ 28 / 5 / 1423 على أنه: "تعد علامة تجارية في تطبيق أحكام هذا النظام الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً أو الإماءات 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".¹

وبالرجوع إلى التعريفات التي جاء بها الفقه نجدتها تدور حول معنى واحد وهو: إن العلامة التجارية هي كل إشارة توضع على منتجات أو خدمات منشأة أو مؤسسة قصد تمييزها عن غيرها²

ويقصد بحماية العلامة التجارية تسجيلها بشكل قانوني لدى الهيئات المحلية أو الدولية المعتمدة، بحيث لا يمكن لأي شخص أو منشأة أو جهة أخرى أيا كانت استخدام هذه العلامة لتمثل أي منتج أو خدمة أو منشأة أخرى دون الحصول على تصريح من صاحب العلامة التجارية شخصياً أو الشركة التي تمثل علامته. وبالتالي فإن الغرض من حماية العلامة التجارية حماية مصالح صاحب

1- المادة الأولى من نظام العلامات التجارية الصادر بالمرسوم ملكي رقم م/21 بتاريخ 28 / 5 / 142 المادة الثانية من قانون

العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية الصادر بالمرسوم الملكي رقم (م/51) بتاريخ 26 / 7 / 1435 وراجع المادة الثانية من القانون الاتحادي للعلامات التجارية لدولة الامارات العربية المتحدة رقم 37 لسنة 1992، والمادة 6 من قانون حماية الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002، والمادة الأولى من نظام العلامات التجارية القطري لسنة 2002

2- د. مصطفى كمال طه. القانون التجاري، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية الطبعة الثانية 1996 ص 94 د.- نبيل محمد صالح. حماية العلامات التجارية والصناعية في التشريع المصري وفي ظل اتفاقيات الجات، دار النهضة العربية، القاهرة 1999 ص 25 وبهذا المعنى راجع د. حسني المصري القانون التجاري الكويتي الكتاب الأول، دار النهضة العربية، القاهرة 1992 ص 270، د. عزيز العكيلي، القانون التجاري، دار الثقافة عمان 1995 ص 146

العلامة ومنحه حق حصري في علامته المسجلة، وستقتصر دراستنا على حماية العلامة التجارية على المستوى الوطني ضمن الأنظمة السعودية. وعن كيفية حماية العلامة التجارية وضع المنظم السعودي الشروط القانونية اللازم توفرها كي تكون محلاً يحميه القانون. وهذه الشروط تتمثل في الشروط الموضوعية الخاصة بذاتية العلامة التجارية ومدة حمايتها نوضحها في المبحث الأول، والشروط الشكلية المتمثلة في إجراءات تسجيل العلامة التجارية واستعمالها نتناولها في المبحث الثاني.

المبحث الأول: الشروط الموضوعية لحماية العلامة التجارية

ويمكن القول إنه ليست كل علامة أو رمز يوضع على سلعة أو منتج صناعي يدخل ضمن حقوق الملكية التجارية، وبالتالي تكون محلاً للحماية القانونية. لقد وضع المنظم السعودي شروطاً يستوجب توفرها في العلامات التجارية لحمايتها من الجرائم الواردة في المادة (43) من نظام العلامات التجارية، وهذه الشروط وردت في نصوص متفرقة نحاول جمعها على النحو الذي يوضح الفكرة محل الدراسة.

لأجل قيام العلامة التجارية بالشكل القانوني في المملكة العربية السعودية لا بد من توفر الشروط الموضوعية منها ما هي شروط أساسية تتعلق بالعلامة ذاتها نبينها في المطلب الأول ومنها ما يتعلق بالمدة القانونية لحمايتها نوضح ذلك في المطلب الثاني.

المطلب الأول: الشروط الأساسية المتعلقة بذات العلامة التجارية

الشرط الأول: التمييز- ويقصد بهذا الشرط أن تكون لدى العلامة التجارية شيء مما يجعلها لا تشبه غيرها من العلامات، أي أن تتميز بذاتيتها سواء كانت عبارة عن صورة أو شعار أو نغمة وهذا ما بينته الفقرة الأولى من المادة الأولى من النظام بعدم قبول العلامة الخالية من أية صفة مميزة. ومقتضى ذلك أن العلامات التجارية حتى تكون محلاً لحماية القانون، يشترط فيها أن تكون لها خصائص ذاتية تميزها عن غيرها من العلامات المستخدمة في السلع التجارية والمنتجات الصناعية المماثلة.¹

أي أن تتوافر في تركيب العلامة التجارية خاصية دقيقة تعطى في مجموعها شكلاً جمالياً خاصاً ومميزاً، وهذا الشكل هو الذي تنصب عليه الحماية وليس الألفاظ الداخلة في تكوينه.

1- صلاح سلمان الأسمر، شرح قانون العلامات التجارية طبعة 1992. ص 35

- وعلى ذلك نصت المادة الثانية من النظام على أنه: (لا تعد ولا تسجل علامة تجارية قابلة للحماية القانونية الإشارات والشعارات والأعلام وغيرها الوارد بيانها أدناه:
- أ - الإشارات الخالية من أية صفة مميزة والتي تعد وصفا لخصائص المنتجات أو الخدمات أو تكون مجرد أسماء عادية يطلقها العرف على المنتجات أو الخدمات.
- ب - كل تعبير أو إشارة أو رسم مخل بالدين أو يكون مطابقا أو مماثلا لرمز ذي صبغة دينية.
- ج - كل تعبير أو إشارة أو رسم مخالف للنظام العام أو الآداب العامة.
- د - الشعارات العامة والأعلام وغيرها من الرموز والأسماء أو التسميات الخاصة بالملكة أو بإحدى الدول التي تعاملها بالمثل، أو بإحدى الدول الأعضاء في اتفاقية دولية متعددة الأطراف تكون المملكة طرفا فيها، أو بمنظمة دولية أو حكومية، وكذلك أي تقليد لهذه الشعارات أو الأعلام أو الرموز أو الأسماء أو التسميات ما لم يكن مصرحا بذلك من الجهة المالكة لها.
- هـ - الشارات والدمغات الرسمية للمملكة وللدول والمنظمات المشار إليها في الفقرة (د) إذا كانت هذه الشارات والدمغات خاصة برقابتها على المنتجات أو الخدمات أو ضمائها ما لم يكن مصرحا بذلك من الجهة المالكة لها).
- ولا يسري هذا الحظر إلا عندما تكون العلامة معدة للاستعمال على المنتجات نفسها أو الخدمات أو على منتجات أو خدمات مشابهة.
- و - الأسماء الجغرافية إذا كان استعمالها من شأنه أن يحدث لبسا فيما يتعلق بمصدر المنتجات أو الخدمات أو أصلها، أو إذا كان من شأنه احتكار بيان للمصدر أو تسمية المنشأ دون وجه حق.
- ز - صور الآخرين أو أسماؤهم الشخصية أو التجارية ما لم يوافقوا هم أو ورثتهم على استعمالها.
- ح - البيانات الخاصة بدرجات الشرف.
- ط - البيانات التي من شأنها أن تضلل الجمهور، أو تتضمن بيانات كاذبة عن مصدر المنتجات أو الخدمات أو صفاتها الأخرى، وكذلك العلامات التي تحتوي على بيان اسم تجاري وهمي أو مقلد أو مزور.
- ي - العلامات المطابقة أو المشابهة للعلامات الشائعة الشهرة في المملكة ولو كانت غير مسجلة فيها على سلع أو خدمات مطابقة أو مشابهة والعلامات المطابقة أو المشابهة لتلك الشائعة الشهرة في المملكة والمسجلة فيها على سلع أو خدمات ليست مطابقة أو مشابهة شريطة أن يلحق ذلك الانتفاع الضرر بصاحب العلامة شائعة الشهرة.
- ك - العلامات المملوكة لأشخاص طبيعيين أو معنويين يحظر التعامل معهم وفقا لقرار صادر من قبل الجهة المختصة.

ل - الإشارات المطابقة أو المشابهة لعلامات تجارية سبق إيداعها أو تسجيلها من قبل الآخرين على منتجات أو خدمات مطابقة أو مشابهة، وكذلك الإشارات التي ينشأ عن تسجيلها بالنسبة لبعض المنتجات أو الخدمات الحط من قيمة منتجات الآخرين أو خدماتهم.

وجاء المنع من اتخاذ تلك الأشكال لكونها تمثل أدوات قانونية وفنية تتصل بالهوية الوطنية للدولة، كالشعار الرسمي أو العلم الوطني وإما لأنها تعبر عن معانٍ معنوية سامية للشخصيات الوطنية كأوسمة والنياشين وبالتالي فإن تحريم اتخاذها لعلامات تجارية أو صناعية يعود إلى الاعتبارات المتصلة بالنظام العام. وبالإضافة إلى ذلك يشكل اقتباسها جريمة تزوير يعاقب عليها النظام. أما تحريم اتخاذ الهلال الأحمر والصليب الأحمر لعلامات تجارية فيرجع إلى اعتبارها رموزاً دينية بحته يجب احترامها.

الشرط الثاني: الجدة: ويقصد بها أن تكون العلامة جديدة أي لم تستعمل من قبل¹، ولا يشترط في هذا الشرط أن يكون مطلقاً بل نسبياً²، بحيث تكون العلامة مختلفة عن غيرها من العلامات الموضوعية على منتج منافس، وبالتالي فإنه لا تكون العلامة التجارية محلاً للحماية القانونية إذا سبق استعمالها على منتج مماثل أو مشابه خشية تضليل الجمهور. فإذا اكتسبت العلامة تلك الخاصية للجدة، اكتسبت حق الحماية القانونية داخل إقليم الدولة بأكمله³.

الشرط الثالث: المشروعية

إن غاية المنظم من سن القوانين، تتمثل في رعاية مصالح الناس واحترام حقوقهم. وحقوق الملكية التجارية من الحقوق التي تستوجب حمايتها قانوناً، ويشترط لذلك أن تكون مشروعة على النحو المحدد وفق القانون في المملكة العربية السعودية، أي ألا تكون مخالفة للنظام والآداب العامة أو أن تمس الشريعة الإسلامية بما يتعارض مع أحكامها. وتعتبر العلامة غير مشروعة إذا خالفت نصاً قانونياً أو قاعدة قانونية أمرية، أو كانت مخالفة للنظام أو مخلة بالآداب العامة. وهذا ما أكدت عليه المادة الثانية واعتبرت العلامات التي تتخذ شكل الشعارات أو الرموز والأوسمة والأختام العامة، الخاصة بالدولة، أو بإحدى الدول أو الحكومات أو المنظمات الدولية، لا تصلح لعلامات تجارية،

1- حمد الله محمد حمد الله، الوجيز في حقوق الملكية التجارية والصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة 1997، ص 29

2- نبيل محمد صالح، حماية العلامات التجارية والصناعية. م. س. ص 38

3- يمكن استخلاص هذا الشرط من نص المادة الثانية الفقرة ل من نظام العلامات التجارية و. منذر عبد الكريم القضاة، الملكية الفكرية وتطبيقاتها في الأنظمة السعودية، دار النشر الدولي الطبعة الأولى 2018 ص 95

ويتعرض مخالف هذا الحظر للعقوبات المقررة قانوناً. كذلك ألا تكون العلامة مشابهة أو مطابقة للرموز الدينية، كي لا تكون محلاً يقبل التبادل التجاري عند بيع المتجر إلى آخر¹.

المطلب الثاني: مدة الحماية القانونية للعلامة التجارية

أن الحق في الحصول على الحماية القانونية للعلامات التجارية يتم منحه لأصحاب العلامات التجارية، وذلك بعد القيام بتسجيل العلامات التجارية للمدة المحددة نظاماً. ووفقاً للنظام السعودي تستمر مدة حماية العلامات التجارية داخل المملكة العربية السعودية مدة 10 سنوات، حيث نصت المادة الثانية والعشرون من النظام على أنه- تستمر حقوق صاحب الشأن المترتبة على تسجيل العلامة التجارية لمدة عشر سنوات ما لم يتم تجديدها. وبالتالي فإن مدة الحماية للعلامة هي عشر سنوات من تاريخ تسجيلها في المملكة وتنتهي الحماية بانتهاء هذه المدة. خلافاً لبعض القوانين التي احتسبت هذه المدة ابتداء من تاريخ تقديم طلب التسجيل².

وأجاز المنظم لصاحب الحق إذا رغب في استمرار الحماية لمدد مماثلة، أن يقدم طلباً بالتجديد خلال السنة وبالشروط المنصوص عليها في هذا القانون (النظام) ولأئحته التنفيذية وبدون أي فحص جديد، وأجاز التجديد أكثر من مرة³ ففي ذلك حماية أكثر للعلامة التجارية واستمرارية لوجود المشروع أو المحل الذي يرتكز عليها، وعلى الجهة المختصة أن تخطر المالك أو من ينيب عنه قبل ستة أشهر من انقضاء مدة الحماية بموعد انتهاء هذه المدة. فإذا انقضت مدة ستة أشهر بعد انتهاء مدة الحماية دون أن يطلب مالك العلامة تجديدها تشطب الجهة المختصة هذه العلامة من السجل. إلا إنه لا يجوز إعادة تسجيلها لصالح الغير عن ذات السلع أو الخدمات أو عن سلع أو خدمات مماثلة أو مشابهة إلا بعد مضي ثلاث سنوات من تاريخ الشطب وذلك وفقاً للمادة (47) من ذات القانون.

وفي هذا المقام نشير إلى أنه تتمتع بحماية مؤقتة العلامات الموضوعة على سلع معروضة في المعارض الدولية الرسمية أو المعترف بها رسمياً والتي تقام داخل الدولة، وذلك خلال مدة عرضها متى

1- المادة الثانية من قانون العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية مرسوم ملكي رقم (م/51) بتاريخ 26 / 7 / 1435 والمادة (2) من القانون البحريني رقم (11) لسنة (2006) راجع المادة الثانية من القانون الاتحادي للعلامات التجارية لدولة الامارات العربية المتحدة رقم 37 لسنة 1992، والمادة 63 من قانون حماية الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002، والمادة الأولى من نظام العلامات التجارية القطري لسنة 2002

2- المادة 17 من قانون العلامات التجارية البحريني رقم (11) لسنة (2006)

3- المادة 20/الفقرة الأولى والثانية من قانون العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية مرسوم ملكي رقم (م/51) بتاريخ 26 / 7 / 1435

توافرت فيها شروط التسجيل المنصوص عليها في هذا القانون (النظام). وتحدد اللائحة التنفيذية القواعد والإجراءات الخاصة بمنح الحماية المؤقتة¹.

وفي حال اقتراب انتهاء العلامة التجارية، يجب المبادرة بالتجديد، خلال العام الأخير من تاريخ انتهاء صلاحيتها، أو خلال مدة 6 أشهر من تاريخ انتهاء صلاحية العلامة لتجنب شطب العلامة التجارية، حيث أنه وفقاً للنظام السعودي، في حال شطب العلامة التجارية، ومرور ثلاثة أعوام على عدم استعمالها من قبل صاحبها، قد يحق لأي طرف آخر استعمال تلك العلامة وبالتالي فقد حقه من الحماية القانونية.

المبحث الثاني: الشروط الشكلية لحماية العلامة

تتجلى الشروط الشكلية اللازمة لتقرير الحماية القانونية للعلامة التجارية بشرطين أساسيين الأول تسجيلها على موقع الهيئة السعودية للملكية الفكرية، والثاني ضرورة استخدامها على النطاق التجاري لأن إقامة دعوى مدنية بطلب تعويضات عن أي تعد مهما كانت صورته على العلامة التجارية لا تتحقق ما دامت هذه العلامة غير مسجلة في المملكة. وستعرض لهذين الشرطين في مطلبين أثنين على النحو الآتي:

المطلب الأول: تسجيل العلامة التجارية في السعودية

تتجلى أهمية تسجيل العلامة التجارية بمنح صاحبها حقوقاً قانونية حصرية في المملكة، حيث يمكن له اللجوء إلى مقاضاة واتخاذ الإجراءات القانونية ضد أي شخص ينتهك حقوقه في ملكيته لعلامته التجارية، كما يعد التسجيل دليل موثوق على الملكية الحقيقية والفعلية للعلامة التجارية مما يجنب صاحبها الوقوع في النزاعات والخلافات حول الملكية، وذهب البعض² إلى القول أن تسجيل العلامة مجرد قرينة بسيطة على نشؤ الحق في العلامة يمكن اثبات عكسها، كما تتجلى أهمية التسجيل في حماية المستهلك من التدليس والتضليل الذي قد يتعرض له مما يوقعه في غلط التمييز بين المنتجات أو الخدمات الأصلية والمزيفة.

1- المادة 21 من قانون العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية مرسوم ملكي رقم (م/51) بتاريخ 26 / 7 / 1435

2- صلاح سلمان الأسمر، شرح قانون العلامات التجارية، م. س. ص 108 وما بعدها

وحتى يتمكن صاحب العلامة التجارية من حمايتها في المملكة العربية السعودية، لا بد من تقديم طلب تسجيل العلامة على موقع الهيئة السعودية للملكية الفكرية¹ وذلك بعد التأكد من استيفاء الطلب لشروط تسجيل العلامة التجارية سواء تعلقت بالشروط الشكلية أو الموضوعية، ويقدم الطلب إما من صاحب الشأن بنفسه أو من ينوب عنه، ويتم ذلك من خلال الدخول على موقع هيئة الملكية الفكرية، سواء كنت فرداً أو صاحب شركة ويتم تسجيل الدخول عبر النفاذ الوطني ضمن خطوات حددها موقع الهيئة، تبدأ بالدخول على بوابة العلامات التجارية، وتعبئة بيانات الاستمارة المطلوبة بشكل صحيح ودقيق، ودفع الرسوم اللازمة للتسجيل عبر نظام "سداد". تقوم الهيئة بعد دراسة الطلب ومراجعته خلال 7 أيام والإعلام بالنتيجة وتكون على النحو التالي:

- 1- تقوم الهيئة بالرد إما بقبوله بشرط التعديل، وتكون مهلة التعديل 90 يوماً إذا لم تقم بتعديل طلبك خلال المدة يصح الطلب (متنازل عنه)².
- 2- قد ترد الهيئة برفض الطلب، مع إتاحة إمكانية تعديله وفقاً لمدة تحددها بعشرة أيام.
- 3- يرفض الطلب نهائياً إذا لم يتم تعديله خلال مدة العشرة أيام.
- 4- يرفض كذلك الطلب نهائياً إذا لم يكن التعديل مستوفياً للشروط النظامية المطلوبة.
- 5- أما في حالة الموافقة على الطلب وقبول العلامة التجارية، يتم إصدار فاتورة (نشر) بعد سدادها يتم الانتقال إلى مرحلة ما بعد النشر وتحدد مدته بـ 60 يوماً. وإذا لم يقدم أي اعتراض على طلب التسجيل بعد انتهاء مرحلة النشر، يتم دفع الرسوم المطلوبة وسدادها خلال 30 يوماً، وبعد انتهاء هذه الفترة يتم اعتماد العلامة التجارية رسمياً وبهذا التسجيل تبدأ الحماية القانونية للعلامة التجارية.

1- المادة 7 من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية، راجع أيضاً د. أحمد صالح مخلوف، حقوق الملكية الفكرية في النظام السعودي، معهد الإدارة العامة، الطبعة الثالثة 2019 صفحة 193 وما بعده، د- سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، الطبعة الثانية، 1996م، ص 296.

2- المادة 14/الفقرة الأولى والثانية من قانون العلامات التجارية الموحد لدول مجلس التعاون الخليجي

ونشير إلى أنه يجوز رفض تسجيل علامة تجارية مشابهة لعلامة سبق تسجيلها أو استعمالها على منتجات غير مشابهة متى كان من شأن تسجيل العلامة واستعمالها من قيمة وسمعة المنتجات التي ستعمل العلامة فعلاً لتمييزها¹. ويبقى للمحكمة المختصة السلطة التقديرية في تحديد أمر التشابه².

وللاستمرارية في المحافظة على العلامة التجارية في حال انتهاء المدة القانونية أو أوشكت على الانتهاء، وبفرض الإجراءات السابقة يمكن تقديم طلب تجديد العلامة التجارية حتى عام واحد قبل تاريخ التجديد الرسمي مع ملاحظة أن هناك فترة سماح مدتها ستة أشهر لتجديد لاحق، تخضع لدفع رسوم رسمية إضافية. ولا يحق لطرف ثالث إعادة تسجيل العلامة التجارية التي تم إلغاؤها تسجيلها (لأي سبب) لنفس المنتجات أو الخدمات أو المنتجات المماثلة إلا بعد انقضاء ثلاث سنوات من تاريخ الإلغاء. كما يجوز لأي طرف تقديم طلب لتجديد تسجيل علامة تجارية في أي وقت خلال السنة الأخيرة لحمايتها.

المطلب الثاني: استخدام العلامة التجارية

العلامة التجارية عنصر أساسي ومهم من العناصر المعنوية المكونة للمحل التجاري والتي قد تفوق قيمتها المالية القيمة الفعلية لجميع الأصول المادية للمحل التجاري، وبالتالي هي جديرة بالحماية نتيجة استعمالها واستغلالها على المنتجات الصناعية والسلع التجارية بصورة مستمرة ومنظمة. ومن هذا المنطلق اشترط المنظم السعودي لشمول العلامات التجارية للحماية المقررة قانوناً، أن تكون تحت الاستخدام من قبل مالكها أو مستثمرها. وإذا لم تستخدم العلامة التجارية فإن المنظم السعودي قرر في المادة الخامسة والعشرون من نظام العلامات التجارية على أنه من الأسباب التي تعطي للإدارة المختصة ولكل ذي مصلحة أن يطلب شطب تسجيل العلامة التجارية في بعض الأحوال منها "إذا لم يقوم مالك العلامة التجارية باستعمالها مدة خمس سنوات متتالية، دون عذر مشروع". واستعمال العلامة التجارية من عدم استعمالها يظهر من خلال الممارسة العملية. فالتاجر لا يكتسب الصفة التجارية إلا إذا احترف النشاط التجاري وإذا ثبت عكس ذلك للإدارة المختصة شطب اسمه من السجل التجاري ويقاس على ذلك بالنسبة لشطب العلامة التجارية في حالة عدم استخدامها المدة المحددة نظاماً، يفهم من هذا النص أن عدم استخدام واستغلال العلامة التجارية لمدة خمس سنوات متتالية دون عذر مقبول يفقدها

1- د. محمود سمير الشرفاي. القانون التجاري. الجزء الأول 1978 ص 834

2- قضت الدائرة الثانية بالمحكمة التجارية في الدمام، في القضية رقم ٤٧٢٦٧/٤٥٧١٢ لعام ١٤٤٥ رفض طلب المدعي بشطب علامة المدعى عليه لوجود تشابه مع علامته التجارية لقناعة المحكمة لعدم وجود تشابه يؤدي بالمشترك العادي للخط. راجع أيضاً د. نبيل محمد صبيح، حماية العلامات التجارية والصناعية في التشريع المصري م. س. ص 39

شرطاً من شروط الحماية القانونية لذلك فمن شروط الحماية للعلامات التجارية أن تكون مستغلة من قبل مالكيها أو مستثمرها. في حين حددت اتفاقية تريبس هذه المدة بثلاث سنوات متصلة م 1/19.

الفصل الثاني: الطرق القانونية لحماية العلامة التجارية

أتاح المنظم السعودي لصاحب العلامة التجارية وسائل قانونية يستطيع بموجبها اللجوء إليها لحماية حقه في العلامة التجارية، والتي قد تكون وسائل موضوعية سواء كانت حماية مدنية أو حماية جزائية، وبالمالك العلامة التجارية المسجلة أن يجمع بين الدعوى المدنية والدعوى الجزائية في آن واحد، ولا يمنع المالك من رفع الدعوى المدنية أن تكون الدعوى الجزائية قد رفعت وحكم فيها ببراءة المتهم، لأن موضوع الدعويين ليس واحداً وهذا ما سنوضحه في المبحث الأول. وقد تكون هذه الوسائل وقائية أو إجراءات التحفظية وستكون محلاً لدراسة المبحث الثاني.

المبحث الأول: الوسائل الموضوعية

تدرج تحت الوسائل الموضوعية في تحقيق الحماية القانونية للعلامة التجارية الحماية المدنية والحماية الجزائية نناقش في المطلب الأول الحماية المدنية وفي المطلب الثاني الحماية الجزائية.

المطلب الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

كفلت التشريعات المختلفة حماية الحقوق أيًا كان نوعها وفقاً للقواعد العامة في المسؤولية المدنية، التي تقوم على أساس النظرة القانونية القائلة بأن كل إضرار بالغير يلزم فاعله بضمان الضرر، وجزاء المسؤولية المدنية هو جبر الضرر بالتعويض ويراد به رفع الضرر وإصلاحه، فإن صدر عن أي شخص فعل مخالف للقانون أو عمل غير مشروع، أصبح من حق المضرور مقاضاة من صدر عنه الفعل أو العمل غير المشروع طالبا التعويض عما أصابه من ضرر¹.

ويرجع السبب في زيادة أهمية المسؤولية المدنية إلى ازدياد مظاهر النشاط الاقتصادي والتجاري نتيجة للتطور الصناعي والاختراعات التي عرفتها البشرية حيث أصبحت المنتجات الصناعية والتجارية والخدمية التي تحمل علامة تجارية بحاجة لحمايتها من أي مخالفة للمنافسة العادلة. وبالطبع فإن حقوق صاحب العلامة التجارية تقع تحت مظلة الحماية المدنية، وبالتالي يحق لمن وقع تعد على حقه في العلامة التجارية سواء كان صاحب العلامة التجارية أو كل ذي شأن إقامة دعوى عن الضرر الذي يلحق به نتيجة تقليد أو تزوير العلامة التجارية أو استخدامها دون ترخيص أو المساس بقيمتها وغالباً ما تكون

1- سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، الطبعة الثانية، 1996م، ص3. حسن علي الزنون + محمد سعيد الرحو، مصادر الالتزام، دار وائل للنشر، عمان الطبعة الأولى 2002 ص249.

مسؤولية المعتدي على العلامة التجارية مسؤولية تقصيرية لا عقدية¹، إلا إنه يمكن حماية العلامة التجارية استناداً إلى المسؤولية التعاقدية وذلك عن طريق رفع مالك العلامة التجارية دعوى المسؤولية العقدية عند ممارسة حقه في استغلال العلامة التجارية بترخيص استعمالها في مواجهة المتعاقد عند إخلاله بالتزاماته العقدية طالباً التعويض عما أصابه من ضرر². وعليه فإن الحماية المدنية للعلامة التجارية لا تقتصر على طلب التعويض بل تشمل كذلك وقف التعدي وهذا ما نص عليه النظام. وسنناقش في هذا المطلب موضوع الحماية المدنية بيان الأساس القانوني للحماية المدنية وتوضيح أركان دعوى المطالبة بالتعويض وطلب التعويض عند توافر أركان دعوى المناهضة غير المشروعة وذلك على النحو التالي:

أولاً: الأساس القانوني للحماية المدنية

بالرجوع للنصوص القانونية في الأنظمة السعودية نجد أن العلامة التجارية محمية مدنياً من أربع جهات قانونية هي:

- 1- نظام العلامات التجارية الصادر بالمرسوم الملكي رقم م/21 بتاريخ 28 / 5 / 1423 الذي يمنع كل صور التعدي على العلامات التجارية ويوفر للمتضرر حق المطالبة بالتعويض ووقف التعدي على علامته.
- 2- نظام المناهضة الصادر بالمرسوم ملكي رقم (م / 75) بتاريخ 29/6/1440هـ بالمادة رقم 2 التي تنص على أنه يهدف النظام إلى حماية المناهضة العادلة وتشجيعها، ومكافحة ومنع الممارسات الاحتكارية التي تؤثر على المناهضة المشروعة أو على مصلحة المستهلك، بما يؤدي إلى تحسين بيئة السوق وتنمية الاقتصاد. وبما أن واقعة التعدي على العلامة التجارية تشكل فعلاً من أفعال المناهضة غير المشروعة، فإن المنظم بموجب المادة 25 من هذا النظام اجاز لأي شخص ذي صفة طبيعية أو اعتبارية يلحقه ضرر ناتج من ممارسات مخالفة لأحكام النظام، التقدم بطلب التعويض أمام المحكمة المختصة.
- 3- قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية 1435 هـ
- 4- القواعد العامة في المسؤولية المدنية الواردة في نظام المعاملات المدنية الصادر بموجب المرسوم الملكي رقم م 191 بتاريخ 29/11/1444 إذ أن التعدي على علامة تجارية يلحق ضرراً بالمحل التجاري يستوجب التعويض.

1- المادة 21 من نظام العلامات التجارية

2- احمد صالح مخلوف، حقوق الملكية الفكرية في النظام السعودي، معهد الإدارة العامة، الطبعة الثانية 2019 ص 238

ثانياً: أركان دعوى المطالبة بالتعويض

لما كان الهدف من نظام المنافسة السعودي حماية المنافسة العادلة وتشجيعها، ومكافحة ومنع الممارسات الاحتكارية التي تؤثر على المنافسة المشروعة أو على مصلحة المستهلك، ولكي تكون المنافسة مشروعة قانوناً يجب ألا تنحرف عن الجادة، فإذا لجأ التجار والمنتجون إلى طرق غير مشروعة تتنافى النزاهة والشرف وأصول التعامل التجاري كالتزام قانوني يقع على عاتق التاجر، فإن المنافسة في مثل هذه الحالة تفتقد مشروعيتها، ويجيز القانون حينئذٍ لمن أصابه الضرر¹ نتيجة لارتكاب إحدى المخالفات الواردة بالأنظمة المذكورة أن يطالب المتسبب بالضرر بالتعويض عما لحقه من ضرر بموجب دعوى مسئولية عادية أساسها الفعل الضار متى توافرت شروط تلك الدعوى وهي الخطأ والضرر ورابطة السببية، ودائرة الدعوى المؤسسة على المنافسة غير المشروعة تتسع لتشمل حماية المحل التجاري بجميع العناصر المكونة له ولن نتطرق إلى حماية هذه العناصر بل نكتفي في هذا المقام على دعوى المنافسة غير المشروعة كوسيلة لحماية العلامة التجارية من الناحية المدنية، حيث لا تخرج هذه الدعوى عن دعوى المسئولية التقصيرية باعتبار أن تصرف المعتدي على العلامة التجارية يدخل ضمن إطار المسئولية التقصيرية، وتساعد دعوى المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية على تحقيق حماية مدنية كبيرة كونها تمثل الأساس القانوني لتلك الدعوى. ومفاد هذه الدعوى أنه لمالك العلامة التجارية إقامة هذه الدعوى عن أي فعل يؤدي إلى الإضرار بصاحب العلامة التجارية وإحداث اللبس بين جمهور المستهلكين حول هذه العلامة مما يؤدي بالنتيجة إلى إضعاف ثقة جمهور المستهلكين بهذه العلامة وعزوفهم عنها.

ولرفع دعوى المنافسة غير المشروعة يجب توافر بعض الشروط منها حدوث أحد أفعال المنافسة غير المشروعة ومن أمثلتها تقليد أو تزوير العلامات التجارية، وحصول ضرر مادي أو معنوي جراء فعل المنافسة غير المشروعة على التاجر صاحب العلامة التجارية الأصلي، واشتراط البعض² أن تكون المنافسة بين تاجرين يقوم أحدهم بفعل مغل بالمنافسة الشريفة سواء عن قصد أو إهمال أو عدم تبصر.

1- حسن محمد بدوي، ضوابط المنافسة غير التجارية، دار الجامعة الجديدة- الإسكندرية طبعة ٢٠١٥ م. س. ص ٩٠ -

2- صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية. دار الثقافة عمان. ص 387 راجع أيضاً بخصوص اركان دعوى المنافسة غير المشروعة د. عبد الإله بن سعيد الشهراني. دعوى المنافسة غير المشروعة في ضوء النظام السعودي. مجلة كلية الدراسات الإسلامية والعربية ص 669

ولا تقبل الدعوى المؤسسة على تقليد العلامة التجارية إلا من مالك تلك العلامة، ولا تقام هذه الدعوى إلا على من يقوم بتقليدها أو تزويرها. والتي لا تتحقق إلا بتوافر أركان دعوى المسؤولية التصويرية الثلاثة وهي الخطأ والضرر والعلاقة السببية بينهما وهذا ما سنوضحه على النحو الآتي:

1- ركن الخطأ: ويقصد بالخطأ إخلال بالتزام قانوني، وشرط الخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة يتمثل بارتكاب عمل من أعمال المنافسة غير المشروعة كتقليد العلامة أو تزويرها، مما يستوجب توافر عدة شروط فيه وهي:

أ- قيام حالة المنافسة- يقصد بذلك أن من قام بفعل المنافسة غير المشروعة والمتضرر منها يحملان كل منهما الصفة التجارية فقيام تاجر بفتح مطعم للوجبات السريعة ووضع على واجهة مطعمه العلامة التجارية لمطاعم ماكдонаلد، فلا يعد قيام شخص غير تاجر بتصرف غير مألوف في عرف التجار منافسة غير مشروعة، وإن أدى إلى انصراف زبائن تاجر ما عن التعامل معه، كأن يقوم شخص غير تاجر باستخدام وسيلة غير مألوفة في العرف التجاري لتصريف سلعة كان قد اشتراها، فلا يشكل فعله الخطأ المكون للركن اللازم توافره في دعوى المنافسة غير المشروعة، لأن أثر فعله لن يتكرر إلا نادرا ولأن من قام به لا يستهدف توفير إمكانية مستمرة للاتصال بالزبائن فهو يفتقد للصفة القانونية¹.

ب- التماثل في النشاط التجاري دون اشتراط حد التطابق بين النشاطين- وأساس هذا الشرط أن حالة التنافس لا توجد إلا بين الأطراف الذين يعرضون على الجمهور منتجات أو خدمات متماثلة أو متشابهة.

ج- وقوع فعل من أفعال المنافسة غير المشروعة- سواء قصد به الخلط بين المحلات التجارية أو بين المنتجات، أو الحط من قدر المحل التجاري المنافس أو السلع التي يتعامل بها التاجر أو شكل الفعل اعتداء على النظام الداخلي للمشروع التجاري، أو قصد به إحداث اضطراب عام في السوق، يشكل الفعل منافسة غير مشروعة ويعطي المتضرر منه الحق برفع دعوى المنافسة غير المشروعة.

2- ركن الضرر- يعتبر الضرر ركناً موضوعياً هاما لقيام دعوى المنافسة غير المشروعة، وهو الخسارة التي لحقت صاحب العلامة التجارية بسبب الاعتداء عليها، والذي قد يكون ضرراً مادياً أو معنوياً، يكون مادياً كفقدان المدعي عملاءه أو زبائن منتجاته بسبب التعدي على منتجاته بالوسائل غير المشروعة، وقد يكون الضرر معنوياً كأن يطال سمعة صاحب العلامة أو سمعة محله التجاري. ووفقاً للقواعد العامة في المسؤولية لا يشترط أن يقع الضرر حالاً ويكفي أن يكون على وشك الوقوع، ويكفي الضرر الاحتمالي أو على وشك الوقوع لرفع هذه الدعوى، لأن غايتها ليس فقط التعويض عن الضرر إن

1- د ثروت على عبد الرحيم، الملكية التجارية والصناعية في الأنظمة السعودية، منشورات عماده شئون المكتبات، جامعة الملك سعود. الرياض. ص 10

وجد بل أيضا إلى وقف الاستمرار في استخدام الوسائل غير المشروعة التي يستعملها التاجر المنافس مستقبلاً، ويبقى لمحكمة الموضع السلطة في تقدير وقوع الضرر من خلال الأدلة والوقائع التي تقدم بها المدعي.

3- ركن رابطة السببية- يتجلى هذا الركن بتوافر رابطة سببية بين الخطأ والضرر، أي إنها تجعل الضرر نتيجة للخطأ لقيام المسؤولية عن العمل غير المشروع، فإذا ما تمكن مرتكب الخطأ من إثبات أن الضرر الذي لحق بالمضروب ليس له علاقة بالخطأ الصادر منه بأن يثبت أنه نتيجة سبب أجنبي كأن يكون قوة قاهرة أو حادث مفاجئ أو فعل الغير أو خطأ المضروب نفسه بسبب إهماله أو تقصيره، عندئذ تنقطع رابطة السببية بين خطئه والضرر، فلا يلزم بتعويض الضرر لعدم قيام المسؤولية المدنية، وهذا ما ذهبت إليه محكمة التمييز الأردنية عندما اشترطت وجود رابطة سببية أمر ضروري للحكم بالتعويض¹.

وبالرجوع لنص المادة 21 من نظام العلامات التجارية السعودي والمادة 8 من قانون العلامات التجارية الموحد لدول مجلس التعاون الخليجي، يتضح أن المنظم السعودي قد اشترط لأقامه الدعوى المدنية بطلب التعويض عن أي تعد مهما كانت صورته على العلامة التجارية أن تكون مسجلة في المملكة العربية السعودية أو بإحدى دول الاتحاد، والظاهر أن هذا الشرط جاء مطلقاً، يفهم من ذلك إنه منع طلب التعويض أياً كان طالبه سواء تم ذلك من قبل صاحب العلامة أو من غيره كالتاجر أو حتى المستهلك، وبغض النظر عن صورة التعدي على العلامة التجارية حتى لو اتخذ صورة تزوير العلامة أو تقليدها، وقيد ذلك كله بقيد واحد هو كون العلامة التجارية التي وقع عليها التعدي غير مسجلة. ونعتقد بأن شرط تسجيل العلامة التجارية لتحقيق الحماية المدنية شرط لا بد منه لأنه لو كان صاحبها حريصاً على مصالحه كان لا بد له من تسجيلها، إلا أنه قد تحدث لصاحب العلامة بعض الظروف حالت من تسجيلها أو تجديدها فإن ذلك يحول بينه وبين حماية حقه في علامته عند وقوع الاعتداء عليها ويفقد حقه في طلب التعويض عن أي تعد في حالة وقوعه، وبالتالي تتجرد ملكية العلامة التجارية غير المسجلة من أبسط أنواع الحماية، وهي الحماية المدنية، كونها حماية مقررّة لكافة الحقوق أياً كان نوعها، لكننا في هذا المقام يمكن القول خاصة في المجال التجاري بتطبيق قاعدة المفرد أولى بالخسارة.

قرار محكمة التمييز الأردنية رقم 97/1818 منشور في مجلة نقابة المحامين، 1998 ج 1 ص 497-1

ثالثاً: طلب التعويض عند توافر أركان دعوى المنافسة غير المشروعة

اتخاذ التاجر لعلامة تجارية تعني حفظ حقوق مالك العلامة في طلب التعويض عن الاعتداء بأي شكل كان على علامته التجارية الخاصة به، وأن حقوقه تقع تحت مظلة الحماية المدنية، وبالتالي يحق لمن وقع تعدد على

حقه في العلامة التجارية سواء كان صاحب العلامة التجارية أو كل ذي شأن إقامة دعوى التعويض عن الضرر الذي يلحق به والذي يسمى بالتعويض القضائي، وعليه فإن الحماية المدنية للعلامة التجارية لا تقتصر على طلب التعويض بل تشمل كذلك وقف التعدي وهذا ما سنبينه في الحديث عن دراسة الإجراءات التحفظية مقتصرين هنا على طلب التعويض.

أجازت المادة 41 قانون العلامات التجارية الموحد لدول مجلس التعاون الخليجي لصاحب الحق في العلامة التجارية إذا لحقه ضرر مباشر ناشئ عن التعدي على أي حق من حقوقه المقررة بموجب أحكام هذا القانون (النظام) أن يرفع دعوى أمام المحكمة المختصة طالباً الحكم له بتعويض كاف لجبر الأضرار التي لحقت به نتيجة التعدي بما في ذلك الأرباح التي جناها المدعى عليه. وتحدد المحكمة التعويض بالقدر الذي تراه جابراً للضرر¹، فالمحكمة المختصة تقدر التعويض وفقاً لعناصر الضرر المحددة لهذا التعويض كما ورد بالمادة 137 من نظام المعاملات المدنية السعودي التي بينت إن التعويض يكون بقدر ما لحق المتضرر من خسارة وما فاتته من كسب، على أن يكون من بين ما تراعيه المحكمة في هذا الشأن قيمة السلعة أو الخدمة - موضوع التعدي - وفقاً لما يحدده المدعي بشأن سعر التجزئة أو أي معيار آخر مشروع يطلب تطبيقه أو عن طريق الخبرة وللمحكمة سلطة تقديرية بتقدير التعويض ويمكن لها الاستعانة بذوي الخبرة والاختصاص سواء تعلق التعويض بضرر مادي أو معنوي. كما أجازت لصاحب الحق بدلاً من المطالبة بالتعويض الجابر للضرر بما في ذلك الأرباح التي جناها المتعدي، على أن يطلب في أي وقت وقبل الفصل في الدعوى الحكم له بتعويض مناسب إذا ثبت أن التعدي كان باستعمال العلامة التجارية في تقليد عمدي للسلعة أو كان بأية صورة أخرى.

المطلب الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية

تحمي العلامة التجارية جزائياً ضمن نطاق محدد، حيث تنصب هذه الحماية على ذات الحق في العلامة التجارية بغض النظر عن قيمة السلع أو البضائع أو الخدمات التي تستخدم العلامة التجارية لتمييزها،² ومقيدة من حيث الزمان والمكان، فمن حيث المكان فنطاق الحماية الجنائية قاصر على

¹-د. متولي عبد المؤمن مرسي، الوجيز في أحكام الالتزام وفقاً لنظام المعاملات المدنية السعودي، دار الاجادة، طبعة 2023، ص120

²-د. محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٧١، صفحة 367

إقليم الدولة التي سجلت فيها العلامة التجارية¹ مع عدم الإخلال بالاتفاقيات والمعاهدات الدولية، ومن حيث الزمان لا حماية للعلامة التجارية إلا خلال فترة تسجيلها وهي عشر سنوات أو في مرحلة تجديدها. كما أن الحماية الجزائية لا تحول دون المطالبة بالادعاء بالحق الشخصي، أي أن صاحب العلامة التجارية له الحق في رفع دعوى جزائية يطلب فيها بعقاب المعتدي جزائياً، وأخرى مدنية يطالب فيها بعقاب المعتدي بالتعويض، ويرى بعض الفقه² أن الدعوى الجزائية تعتبر مرفوعة من غير ذي صفة وغير مقبولة إذا قام صاحب العلامة برفعها قبل مباشرة إجراءات التسجيل أو بعد انتهاء مدة التسجيل دون تجديد. كما أن الدعوى الجزائية لا ترفع إلا من مالك العلامة أو ممن آلت إليه ملكيتها. ولا يشترط أن يكون مالك العلامة قد أصابه ضرر ما نتيجة لارتكاب الأفعال المجرمة، كما تقتصر هذه الحماية على العلامات المسجلة.

ورغبة من المنظم السعودي في إضفاء الطابع الوقائي لهذه العلامة ذكر الأفعال المجرمة التي تشكل اعتداء على ذات الحق في العلامة، وعليه فإن دراسة حماية العلامة التجارية من الناحية الجزائية تتطلب التعرض للجرائم التي تقع عليها، ثم بيان العقوبات التي حدده المنظم السعودي. وذلك على النحو التالي:

أولاً: الأفعال المجرمة للعلامة التجارية

حدد نظام العلامات التجارية الأفعال التي تمثل جرائم تقع على العلامة التجارية³. بما يحقق المسؤولية الجنائية التي يتجلى على أثرها العقاب وذلك تطبيقاً لقاعدة -لا جريمة ولا عقوبة إلا بنص- وسنقتصر هنا على ذكر الأفعال التي تمثل الجرائم والعقوبات المقررة عليها والتدابير الجزائية الأخرى التي نص عليها النظام وهي:

1- جريمة تزوير العلامة التجارية أو تقليدها بطريقة تتسبب في تضليل الجمهور

1- د. عبد الله حسين الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر طبعة 2005 صفحة 199

2- د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، م. س. ص 356 وما بعدها.

3- المادة 43 من نظام العلامات التجارية التي تنص 'على أنه مع عدم الإخلال بأي عقوبة أشد، يعاقب 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

تعد جريمة تزوير العلامة التجارية أو تقليدها هي الجريمة الأكثر انتشاراً التي تؤدي إلى تضليل المستهلك وإخداعه، من خلال اعتقاده بأنه يشتري السلعة الأصلية وحتى تتحقق هذه الجريمة لا بد من توافر أركانها، وجريمة تزوير العلامة التجارية كغيرها من الجرائم تقوم على ركنين أساسيين هما الركن المادي والركن المعنوي.

أ- الركن المادي: يتكون الركن المادي في هذه الجريمة من فعل التزوير والذي يتحقق باصطناع علامة مطابقة تماماً للعلامة الأصلية، وقد يتم هذا الفعل بطريق التقليد أي وضع علامة مشابهة أو قريبة من العلامة التجارية الأصلية أهم المبادئ التي قررها القضاء بصدد التقليد¹، تؤدي إلى انخداع الغير وتضليله وعدم القدرة على التمييز بين البضائع التي تحمل العلامة المزورة أو المقلدة والبضائع التي تحمل العلامة الأصلية، وأن يتم التزوير بدون موافقة صاحب العلامة.

وحتى تتحقق جريمة التزوير ليس من الضروري أن يكون نسخ العلامة بطريقة كاملة في جميع التفاصيل، بل يكفي النسخ للعناصر الأساسية، وفي كل الأحوال يجب أن تقع صور التزوير أو التقليد للعلامة المستعملة على ذات الصنف من البضائع التي سجلت العلامة التجارية من أجلها.

ب- الركن المعنوي: الركن المعنوي في جريمة تزوير العلامة التجارية أو تقليدها يتمثل بتوافر نية الغش لدى الفاعل وهي مفترضة، أي إن إرادة الجاني وهو على علم بأن العلامة مسجلة انصرفت إلى إحداث فعل التزوير أو تقليد العلامة التجارية، لتحقيق هدفه المتمثل في الاعتداء على الحق في العلامة وتضليل المستهلك، فالتزوير - في الأصل - لا عقاب عليه إلا متى تم بسوء نية² فيتمثل في توافر القصد والإرادة لدى الجاني في الاعتداء على مدار العلامة وذلك بغش المستهلك وتضليله من خلال هذا الاحتيال، وبمعنى آخر، أي أن إرادة الجاني انصرفت إلى إحداث فعل التزوير أو تقليد العلامة التجارية، فإذا انتفت الإرادة في اتیان العمل المكون للجريمة فلا عقاب على الجاني.

وتعد مسألة تقدير تزوير العلامة أو تقليدها من عدمه من مسائل الواقع إلى تدخل في السلطة التقديرية لمحكمة الموضوع دون رقابة عليها من المحكمة العليا شريطة أن تكون الأسباب التي قام

1- د- حسام الدين الصغير . النقاضي وقضايا مختارة في مجال العلامات التجارية ندوة الويبو الوطنية عن إنفاذ حقوق الملكية الفكرية تنظمها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) المنامة 2004 ص 7 راجع أيضاً د- صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة عمان 1999 ص 250 راجع أيضاً فيما يخص الفرق بين التزوير والتقليد د- سميحة القليوبي، الملكية الصناعية. س. ص 359 وما بعدها

2- د- ناصر السلامات، الحماية الجزائية للعلامة التجارية، إثراء للنشر عمان طبعة 2019 ص 212

عليها الحكم تبرر النتيجة التي انتهت إليها، ولأن الصورة الغالبة في الاعتداء على العلامة التجارية يكون من خلال التقليد، والعبرة بأوجه الشبه بين العلامتين لا بأوجه الاختلاف.

2- جريمة استعمال علامة تجارية مزورة أو مقلدة بسوء قصد.

تتمثل هذه الجريمة في قيام الفاعل بحيازة أو عرض بضائع وسلع للبيع أو للتداول، تحمل علامة تجارية مزورة أو مقلدة، والركن المادي في هذه الجريمة يتمثل في تصرف مادي يقوم على فعل الحيازة أو العرض لبضائع تحمل علامة تجارية مزورة أو مقلدة، والاستعمال المعاقب عليه هو الاستعمال لأغراض تجارية - ويخرج من مفهومه الاستعمال الشخصي - بغض النظر عن الصورة المستعملة¹ يتم بموجبه تداول السلع والبضائع والخدمات التي تحمل العلامة المزورة، أينما وجدت سواء كانت هذه البضائع موجودة في داخل المحل التجاري أو معروضة أمام المحل وفي أي مكان يتبع حركة النشاط التجاري للتاجر بقصد البيع لتحقيق مصالحه على حساب مصالح غيره من التجار، وفي هذا المجال أصدر القضاء السعودي العديد من الأحكام القضائية منها الحكم الصادر عن دائرة الاستئناف الثانية بالمحكمة التجارية بالدمام بما نسب للمدعى عليه في لائحة الاتهام لبيعه لبضائع تحمل علامات مقلدة لماركات عالمية ذات قيمة عالية وبكمية كثيرة وحكمت المحكمة على المدعى عليه بغرامة مالية ومصادرة البضائع واتلافها².

في حين يتمثل الركن المعنوي بضرورة توافر القصد الجرمي العام والقصد الجرمي الخاص أي قصد الغش والاحتيال،³ بمعنى أن الفاعل يتوافر لديه العلم والمعرفة بأن البضاعة التي بحوزته أو بحوزة من يمثله تحمل علامة مقلدة أو مزورة تتجه إرادته لبيعها بأي صورة كما جرى عليه العرف التجاري. وبالتالي يقوم الفاعل باستعمال علامة تجارية يعلم إنها مزورة أو مقلدة استعمالاً القصد منه خداع الغير والاحتيال عليه ويشترط لقيام هذه الجريمة أن يكون الجاني عالماً بأنه يستعمل علامة تجارية مزورة أو مقلدة، أي إن إرادته اتجهت نحو فعل الاستعمال للعلامة المقلدة أو المزورة بقصد تضليل المستهلك في مصدر المنتجات، ولا يقتصر الاستعمال هنا على وضع العلامة المزورة أو المقلدة على المنتجات والسلع أو أداء الخدمة، بل يشمل ذلك استعمال العلامة في كل ما يرتبط بالنشاط التجاري كطباعة العلامة

1- د- سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، م. س. ص 369 .

2- القضية رقم ٤٥٧١٠٣٤٠٠٨ لعام ١٤٤٥ وبغض المعنى هنالك العديد من الأحكام القضائية، راجع حكم المحكمة التجارية الدائرة التاسعة عشر بالرياض في القضية رقم ٤٥٧٠٥٥٨٤٥٩ لعام ١٤٤٥هـ وحكم الدائرة التجارية التاسعة عشرة في القضية رقم ٤٥٧٠٩٥٩٠٤١ لعام ١٤٤٥هـ والقضية رقم ٤٥٧٠٨٣٥٦٣٠ لعام ١٤٤٥هـ وحكم الدائرة التجارية التاسعة عشرة في القضية رقم ٤٥٧٠٣٢٥٦٨٩ لعام ١٤٤٥هـ.

3- صلاح سلمان الأسمر، شرح قانون العلامات التجارية الأردني طبعة 1992 ص 191

على الأوراق، أو على واجهة المحل، أو في الإعلانات بطريقة تؤدي إلى تضليل الجمهور بقصد تسويق البضاعة أو الخدمة التي لا تحمل العلامة الأصلية.

3- جريمة عرض أو بيع أو حيازة بقصد البيع لبضائع تحمل علامة مزورة أو مقلده

ميز المنظم السعودي وفصل بين جريمة التزوير أو التقليد أو الاستعمال السابق بيانها وجريمة عرض أو بيع أو حيازة. يقصد بالبيع بضائع تحمل علامة مزورة أو مقلده، واعتبر كلا منهما جريمة مستقلة عن الأخرى، يتجلى فعل الجاني هنا ببيع بضاعة استعملت لها علامة تجارية مزورة أو مقلدة أو قام بعرضها للبيع أو حيازتها بقصد البيع، وكما هو واضح يتخذ الركن المادي في هذه الجريمة عدة صور يتمثل في فعل البيع أو العرض للبيع أو حيازتها بقصد البيع لبضائع تحمل علامة تجارية مزورة أو مقلدة وكذلك إحراز بضائع أو أشياء استعملت لها، علامة تجارية مزورة أو مقلدة، وبالتالي جرم المنظم الأفعال الثلاثة ولذلك يستوي أن تكون هذه البضائع في واجهة المحل التجاري أو في المخازن أو المستودعات وفي أي مكان يعود للتاجر¹. في حين يتمثل الركن المعنوي في هذه الجريمة بتوافر القصد الجرمي أي العلم لدى الفاعل بأن البضاعة تحمل علامة مقلدة أو مزورة تتجه إرادته لبيعها أو عرضها للبيع أو تداولها أو لحيازتها بقصد البيع.

ثانياً: العقوبات المحددة لجرائم العلامة التجارية

حدد نظام العلامات التجارية السعودي عقوبات أصلية وأخرى تكميلية على كل من يرتكب الجرائم الواردة في المادة 43 من نظام العلامات التجارية والتي سنبينها على النحو التالي:

1-العقوبات الأصلية:

قرر المنظم السعود في المادة الثالثة والأربعون لمرتكب جريمة تزوير العلامة التجارية أو تقليدها ولكل من وضع بسوء القصد على منتجاته أو استعمل فيما يتعلق بخدماته علامة مملوكة لغيره، وعلى 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. عقوبة بالحبس مدة لا تزيد على سنة وبغرامة لا تقل عن خمسين ألف ريال ولا تزيد على مليون ريال أو بإحدى هاتين العقوبتين مع عدم الإخلال بأي عقوبة أشد. كما قرر المنظم بالمادة الرابعة والأربعون بمعاقبة كل من استعمل علامة تجارية غير مسجلة في الأحوال المنصوص عليها في الفقرات (ب، ج، د، هـ) من المادة (الثانية) من هذا النظام. أو من أوهم الغير بأن لديه علامة مسجلة على غير

1- حمد صالح مخلوف، حقوق الملكية الفكرية في النظام السعودي، م. س. ص. 256 أ

الحقيقة ودون بغير حق على علاماته أو أوراقه التجارية بياناً يؤدي إلى الاعتقاد بحصول تسجيلها بالحسب مدة لا تزيد على ثلاثة أشهر وبغرامة لا تقل عن عشرين ألف ريال ولا تزيد على مائتين وخمسين ألف ريال أو بإحدى هاتين العقوبتين.

ونشير هنا إلى أن المنظم السعودي لم يحدد الفاعل الأصلي لجرائم العلامات الجارية أو المساهم فيها، ففي جريمة التزوير نساءل هل الفاعل الأصلي هو صانع العلامة أم الموصي بتزويرها أم المنتج الذي أوصى بتزويرها، نعتقد إن هذا الأخير هو الفاعل الأصلي وبالتالي تكون العقوبة على الفاعل الأصلي ومن ساهم أو اشترك معه في جريمة التزوير طبقاً للقواعد العامة في الأنظمة الجزائية، إلا إن المادة 3/41أ من قانون العلامات التجارية الموحد لدول مجلس التعاون الخليجي أشارت إلى بيان هوية كل من شارك في إنتاج وتوزيع السلع أو الخدمات وتحديد قنوات التوزيع الخاصة به. وتعتبر مسألة تقدير قيام تزوير العلامة التجارية أو تقليدها من عدمه من مسائل الواقع التي تدخل في السلطة التقديرية لمحكمة الموضوع مستندة في ذلك على أسس تتمثل في النظر الى العلامة في مجموعها لا الى كل عنصر من العناصر التي تتركب منها العلامة. والأخذ بأوجه الشبه بين العلامتين لا بأوجه الاختلاف لدرجة أن يصل التشابه إلى حد إيقاع المستهلك العادي في الخلط بين العلامتين، وبهذا الصدد حكمت المحكمة التجارية بالدمام ولقناة المحكمة بتشابه العلامتين بشطب العلامة التجارية التي يستخدمها المدعى عليه وعدم استخدامها¹.

2-العقوبات التكميلية بالإضافة للعقوبة الأصلية المقررة لكل نوع من أنواع جرائم العلامات التجارية السالف ذكرها توجد عقوبات أخرى يطلق عليها العقوبات التكميلية ورد عليها النص في المادة ٥٢ من نظام العلامات التجارية وهي عقوبات تمتلك المحكمة المختصة اتخاذها، تتجلى في مصادرة البضاعة وإتلافها ونشر الحكم على نفقة المحكوم عليه نبينها على النحو الآتي²:

1- القضية رقم ٤٤٧١٨٥٣٨٠ تاريخها: ١٤٤٤/١/٢٦ وبنفس السياق قضت الدائرة الثانية بالمحكمة التجارية في الدمام، في القضية رقم ٤٥٧٢٤٧٢٦٧ لعام ١445 سبق ذكره رفض شطب علامة لقناة المحكمة بعدم وجود تشابه يؤدي بالمستهلك العادي للخلط.

2- د-احمد مخلوف صالح. حقوق الملكية الفكرية في النظام السعودي. م. س. ص 258 وما بعدها

المخالفة السابقة. وتعد مخالفات متماثلة المخالفات المنصوص عليها في المادتين الثالثة والأربعين والرابعة والأربعين من هذا النظام، ويتبين من المادة السابقة إنه يجب توافر ثلاثة شروط لتشديد العقوبة في الحالات التالية:

الشرط الأول، ارتكاب مخالفة من المخالفات المنصوص عليها في المادتين ٤٣، أو ٤٤ من نظام العلامات التجارية.

الشرط الثاني، أن يصدر ضد المخالف حكماً قضائياً نهائياً.

الشرط الثالث: أن يعود المحكوم عليه ويرتكب نفس المخالفة أو مخالفة أخرى مماثلة خلال ثلاث سنوات من صدور الحكم القضائي النهائي.

المبحث الثاني. الوسائل الوقائية والإجراءات التحفظية

المطلب الأول: الإجراءات الوقائية

أجاز نظام العلامات التجارية السعودي¹ لموظفي وزارة التجارة المعيّنين بقرار من وزير التجارة وضمن الصلاحيات المخولة لهم واللذين يتمتعون بصفة مأموري الضبط القضائي سواء مجتمعين أو منفردين ضبط كل ما يقع من مخالفات لنظام العلامات التجارية ولأئحته التنفيذية، والتي قد تكون بناءً على شكوى مقدمة من أحد الأشخاص أو اكتشاف هذه المخالفات أثناء جولاتهم التفتيشية على المحلات التجارية أو تجولهم في الأسواق. ولما كانت مشروعية توظيف العلامة التجارية في سياق العمل التجاري رهينة بملكيتها أو التمتع بحق استعمالها أو استغلالها وفقاً لأحكام النظام، وحماية النظام لتلك المشروعية ذُرعت بمناطق حماية المستهلك بذات الوقت الذي ذُرعت فيه أيضاً بحماية مالك العلامة أو صاحب حق استعمالها أو استغلالها، وتحقيقاً للعدالة أوجب النظام تحرير محضر ضبط تفصيلي للمخالفة المضبوطة موقع عليه من الموظف المختص محرر المحضر ومن صاحب المحل التجاري أو من ينوب عنه في وقت الضبط² لما لهذا المحضر من أهمية في المرافعة أمام المحاكم التجارية، ففي إحدى القضايا استند المدعي العام في مرافعته أمام المحكمة بقوله: أنه بعد الاطلاع على الأوراق الواردة من الهيئة السعودية للملكية الفكرية المرفق بها تقرير القضية المتضمن أنه بناء على الجولة التفتيشية تم الشحوص على المنشأة المشتكى ضدها، ومن خلال التفتيش للموقع اتضح وجود مخالفة لنظام العلامات التجارية لمنتج ملابس رياضية اتضح أنها مقلدة. وبالاطلاع على نتيجة المقارنة بين العلامات التجارية المعد

1- المادة 39 من نظام العلامات التجارية.

2- المادة 36 من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية.

من قبل مأمور الضبط، ثبت أن العلامة التجارية التي تستخدمها المؤسسة التجارية المدعى عليها هي علامة تجارية مسجلة ومملوكة للغير استخدمت دون وجه حق مخالفاً بذلك نظام العلامات التجارية¹.

وبالرجوع إلى اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية يلاحظ أن النظام أجاز لأي موظف من الموظفين المخولين في أعمال الرقابة والتفتيش ولتأدية مهامهم الوظيفية المناطة بهم القيام بما يلي:

1- التحفظ على السلع الموضوع عليها علامة تجارية مخالفة الأحكام النظام²، وأخذ ثلاث عينات منها لتقديمها عند الاقتضاء، مع إرسال إحداها إلى هيئة التحقيق والادعاء العام، والاحتفاظ ببقية العينات حتى انتهاء الدعوى الجزائية. ويتبع في سبيل اتخاذ هذا الإجراء تحرير محضر بالحجز يوقع من الموظف ومن صاحب المحل أو من يقوم مقامه على أن يثبت في المحضر المكان الذي تم فيه الحجز سواء كان مستودع التاجر، أو ركناً من محله، أو مستودعا مخصصا لهذا الغرض، وذلك بعد التأكد من أن تلك السلع غير محجوز عليها بواسطة جهة رسمية أخرى، وأخذ التعهد اللازم من صاحب المحل بما يفيد ذلك، فإن أفاد بأنها محجوزة فعليه تقديم الوثائق الدالة على ذلك، ويجري التحفظ على السلع في كل الأحوال على أن يتم التنسيق مع الجهة الحاجزة واشتراك مندوب عنها.

2- إجراء تحقيق فوري مع المخالف إذا قدر ملاءمة ذلك بعد مواجهته بالمخالفة المنسوبة إليه، وفي جميع الأحوال يتعين السماح للمخالف بتقديم دفعه كتابة أو تدوينها وإرفاق ذلك بمحضر الضبط بعد إثبات اسم

المخالف، وجنسيته، وصفته وعنوان سكنه وعنوان المحل التجاري وأرقام هواتفه، كما يحق للمخالف التثبت من شخصية الموظف الذي قام بالضبط.

وبعد الانتهاء من التحقيق مع المخالف تحال جميع أوراق المخالفة مع عينة من السلعة المتحفظ عليها من وزارة التجارة للنيابة العامة بطلب رفع الدعوى الجزائية³ أمام المحكمة التجارية صاحبة الأخصاص النوعي.

1- قضت الدائرة الأولى في القضية رقم ٤٥٧١٣٢٨٦٢٢ لعام ١٤٤٥ هـ بإدانة صاحبة المؤسسة المدعى عليها بحيازة وعرض وبيع منتجات تحمل علامة تجارية مقلدة ومعايبتها عن ذلك بتغريمها مبلغاً مالياً ومصادرة المضبوطات محل الدعوى وإتلافها.

2- د-احمد مخلوف صالح. حقوق الملكية الفكرية في النظام السعودي. م. س. ص 278 وما بعدها

3- المادة 38 من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية

ومن التدابير الوقائية المتاحة في الأنظمة السعودية لأصحاب الحقوق لاتخاذ إجراءات بشأن السلع المخالفة، التدابير الجمركية الذي يعتبر من الآليات الفعالة لضبط السلع المقلدة والمخالفة حيث قد تتصرف الإدارات الجمركية بحكم وظيفتها وكذلك بناءً على شكوى يقدمها صاحب الحق. والتي يمكن لها مصادرة البضائع المشبوهة وترسل صور البضائع المصادرة للتحقق من صاحب الحق أو وكلائها المسجلين. ويجوز لصاحب الحق تقديم طلب كتابي إلى الجهة المختصة بوقف الإفراج الجمركي، إذا كانت لديه أسباب مسوغة تحمله على الاعتقاد باستيراد سلع تحمل علامة تجارية مقلدة أو مزورة لعلامته التجارية المسجلة على نحو يؤدي إلى إحداث لبس أو خلط لدى جمهور المستهلكين.

المطلب الثاني: الإجراءات التحفظية

جاءت المادة (40) من قانون العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية لبيان الإجراءات التحفظية التي يمكن اتخاذها في حال التعدي على حقوق العلامة ونصت على أنه: "عند التعدي أو لتوقّي تعد وشيك على أي من الحقوق المقررة بموجب أحكام هذا القانون (النظام)، يكون لصاحب الحق أن يستصدر أمراً على عريضة من المحكمة المختصة بأصل النزاع لاتخاذ إجراء أو أكثر من الإجراءات التحفظية المناسبة"، ولم تقيد المادة الأمر بتسجيل العلامة، بل جعلته لصاحب الحق.

ومن خلال المادة المذكور يستطيع صاحب الحق عند التعدي أو للوقاية من تعد وشيك على علامته التجارية أن يستصدر أمراً على عريضة من رئيس المحكمة المختصة بأصل النزاع لاتخاذ إجراء أو أكثر من الإجراءات التحفظية على السلع محل التعدي. وأهم هذه الإجراءات وقف التعدي على علامته التجارية حيث أجاز نظام العلامات التجارية السعودي لمالك العلامة التجارية المسجلة إذا كانت حقوقه قد تم التعدي عليها أو أن التعدي عليها قد أصبح وشيكاً ومن المحتمل أن يلحق به ضرراً يتعدّر تداركه في حال وقوعه، أو يخشى من اختفاء دليلاً أو إتلافه، أن يطلب من المحكمة المختصة وهي المحكمة التجارية بإصدار أمر لاتخاذ بعض الإجراءات التحفظية ضد المعتدى على علامته سواء كان ذلك أثناء رفع أي من الدعويين المدنية أو الجزائية ويجوز كذلك قبل رفعهما، وهذا ما نص عليه قانون العلامات التجارية الموحد لدول مجلس التعاون الخليجي¹ لحماية حقه في مواجهة المعتدي.

1- المادة 49 من نظام العلامات التجارية، المادة 44 بقوله: "يجوز لمالك العلامة في أي وقت، ولو كان ت قبل رفع أي دعوى أن يستصدر بناءً على عريضة مشفوعة بشهادة رسمية دالة على التسجيل العلامة أو بناء على شهرة علامته أمراً من المحكمة المختصة باتخاذ الإجراءات الخطية اللازمة، وعلى وجه الخصوص حجز الآلات أو أي أدوات تستخدم أو تكون د استخدمت في ارتكاب الجريمة، وكذا السلع وعناوين المحال أو الأغلفة أو الأوراق أو المستندات أو غيرها مما تكون وضعت عليها العلامة أو البيانات موضوع الجريمة

وتتجلى هذه الإجراءات بما يلي:

1- حسب المادة 45 يكون للموظفين المختصين بتنفيذ أحكام هذا القانون (النظام) والقرارات الصادرة تنفيذاً له، والذين يصدر بتحديدهم قرار وفق الإجراءات المتبعة في كل دولة من دول المجلس، صفة مأموري الضبط القضائي، ولهم بهذه الصفة حق الدخول إلى الأماكن التي يدخل نشاطها في نطاق أحكام هذا القانون (النظام) وذلك لغرض ضبط الحالات المخالفة، وعلى السلطات المعنية تقديم التسهيلات اللازمة لهؤلاء الموظفين لتمكينهم من القيام بعملهم. عمل محضر يتضمن كل الأفعال المخالفة والتي قد تلحق الضرر بصاحب العلامة المعتدى عليها سواء تعلقت بالآلات والأدوات التي استخدمت في ارتكاب المخالفة على أن تذكر وتوصف بشكل تفصيلي، وكذلك الحال تضمين المحضر بجميع المنتجات أو البضائع التي وضعت عليها العلامة التجارية موضوع المخالفة سواء من حيث العدد أو النوع كانت مستوردة أو محلية¹.

2- إلزام المتعدي بوقف هذا التعدي، بما في ذلك منع تصدير السلع التي تتطوي على تعدي على أي من الحقوق المقررة بموجب أحكام هذا القانون (النظام) ومنع دخول المستورد منها إلى القنوات التجارية عقب الإفراج الجمركي عنها مباشرة.

3 - إلزام المتعدي بأن يقدم إلى المحكمة المختصة أو إلى صاحب الحق ما يكون لديه من معلومات بشأن كل من ساهم، من أشخاص أو كيانات، في أي من جوانب التعدي وبشأن طرق إنتاج وقنوات توزيع هذه السلع أو الخدمات، بما في ذلك بيان هوية كل من شارك في إنتاج وتوزيع السلع أو الخدمات وتحديد قنوات التوزيع الخاصة .

4- طلب الحجز التحفظي على البضائع والمنتجات التي ارتكب التعدي عليها كأجراء يوضع فيه مال المدين تحت تصرف القضاء بقصد منع صاحبه من القيام بأي تصرف مادي أو قانوني من شأنه إخراج هذا المال من ضمان الدائن² باعتبار أن الحالة تأخذ صفة الاستعجال تدخل ضمن الحالات التي يجوز فيها الحجز التحفظي وبدون الحاجة إلى تبليغ الخصم³ خشية من إخفاء هذه السلع أو تهريبها. ورغبة من النظام في التوفيق بين مصلحة الدائن طالب الحجز المتمثلة في الخشية من ضمان ضياع حقه ومصصلحة المدين المتمثلة في ألا يكون الحجز التحفظي وسيلة للإضرار به من خلال دعاوى قد لا تثبت أمام القضاء.

1- أحمد مخلوف صالح. حقوق الملكية الفكرية في النظام السعودي. دار الاجادة الطبعة الثانية 1441 صفحة 27

2- فتحي والي، التنفيذ الجبري. دار النهضة العربية طبعة. صفحة 258.

3- وضعت المادة 24 من نظام التنفيذ السعودي الاستعجال كمعيار عام في الحالات التي يجوز فيها الحجز التحفظي بقولها الدائن ان يطلب إيقاع الحجز التحفظي على منقولات مدينه إذا لم يكن للمدين محل إقامة ثابت في المملكة.

فقد خول المحكمة أو الجهة الحق في تعليق الأمر. بإيقاع الحجز التحفظي، على شرط تقديم طالب الحجز إقرار خطي موثق من كفيل مقتدر، أو تقديم ضمان بكفالة مصرفية أو نقدية أو رهن مال من أمواله ضمان تقبله المحكمة المختصة.

على ألا يوقع الحجز عليها إلا بعد أن يقدم الطالب تأميناً تقدره المحكمة لتعويض المحجوز عليه عند الاقتضاء،¹ ويترك الدائرة التنفيذ سلطة تقدير قدرة الكفيل وكفاية ضمانه² لأن المدعي عند إقامة الدعوى قد يكون سيئ النية هدفه الإضرار بالمدعى عليه وثبت للمحكمة أنه غير محق في دعواه، ولتحقيق العدالة والمساواة بين أطراف الدعوى اجازت المادة 51 من نظام العلامات التجارية السعودي الحق للمدعي عليه في أن يتخذ إجراءات مطالبة المدعي السيئ النية بالتعويض الذي يستحق له نتيجة اتخاذه للإجراءات المنصوص عليها في المادة 49. وذلك خلال تسعين يوماً من تاريخ انتهاء مدة العشرة أيام التي يجب أن ترفع خلالها الدعوى المدنية أو الجزائية ولم يرفعها الحاجز، وهذا ما نصت عليه المادة 50 من نظام العلامات التجارية على أن تعتبر الإجراءات التحفظية التي اتخذها ملك العلامة التجارية كان 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. 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 وهذا ما سار عليه قانون قانون العلامات التجارية الموحد لدول مجلس التعاون الخليجي في المادة 46 حين أجاز للمدعى عليه أن يتخذ إجراءات مطالب المدعي السيئ النية بالتعويض الذي قد

1- وفي ذلك تنص المادة (32) من نظام التنفيذ السعودي على أن " يجب على قرية طالب الحجز أن يقدم إلى المحكمة أو الجهة المختصة إقراراً خطياً موثقاً من كفيل مقتدر، أو ضماناً يضمن جميع حقوق من طلب الحجز على أمواله وما يلحقه من ضرر إذا ظهر أن طالب الحجز غير محق في طلبه. هشام عوض ود-جمال عبد الرحمن أصول التنفيذ الجبري وفقاً لنظام التنفيذ السعودي الطبعة الثالثة 2020 صفحة 255

2- حيث نصت المادة (32/1) من اللائحة التنفيذية الجديدة لنظام التنفيذ على أن "يرجع تحديد قدرة الكفيل وكفاية تحقق الضمان إلى السلطة التقديرية للدائرة". ومن ثم يكون النظام راعي مصلحة الدائن في طلب إيقاع الحجز خشية ضياع ضمانه، ومصصلحة المدين في ضمان حقوقه وما قد يلحقه من ضرر، إذا تبين أن الحاجز لم يكن محقاً في طلبه إيقاع الحجز التحفظي هذا وقد خولت المادة 3/32 من اللائحة التنفيذية الجديدة الدائرة التي أصدرت أمر الحجز التحفظي أو التي استقر اختصاصها به - بحسب الحال - سلطة نظر دعوى الضرر المقامة من المحجوز على أمواله.

يستحق له نتيجة اتخاذه للإجراءات المنصوص عليها في هذا القانون (النظام) وذلك خلال المدة المحددة نظاماً.

من خلال ما تناولناه في دراسة حماية العلامة التجارية في النظام السعودي توصلنا إلى النتائج والتوصيات الآتية:

النتائج

1- أن المنظم السعودي قد أولى العلامة التجارية اهتماماً كبيراً وأحاطها بالكثير من وسائل الحماية نظراً لأهميتها، وهذه الحماية هي من نتائج التطور التشريعي الذي عرفته المملكة بسبب التطور في شتى المجالات التجارية والاقتصادية في هذا المجال.

2- أن المصلحة التي ابتغاها المنظم من حماية العلامة التجارية تشمل كلاً من صاحب العلامة التجارية والمستهلك.

3- أن الحماية الوطنية للعلامة التجارية تضمنت العديد من الوسائل التي يمكن أن تتخذها الجهات المختصة أو يتخذها مالك العلامة التجارية من إجراءات تحفظية على السلع التي تحمل علامة تجارية مزورة أو مقلدة مما يوفر مزيداً من الطمأنينة والحماية لمالك العلامة التجارية الأصلية وعدم تضليل جمهور المستهلكين

4- التشدد في الحماية المتوفرة قانوناً بشتى أنواعها المدنية أو الجزائية على حد سواء.

5- جعل المنظم السعودي من التسجيل شرطاً لحماية العلامة التجارية حتى لا يتمكن لأي أحد أن يقوم باستخدام هذه العلامة في أي منتج دون الحصول من موافقة صاحب العلامة التجاري.

6- لم يشر المنظم السعودي لعقوبة المساهم أو المشارك في ارتكاب جرائم العلامات التجارية.

التوصيات:

- 1- تعديل نصوص المواد 15 المتعلقة بالاعتراض على تسجيل العلامة التجارية والمادة 25 المتعلقة بشطب العلامة التجارية والمادة 48 المتعلقة بالاختصاص القضائي والتي كانت جميعها تحيل من ناحية الاختصاص الولائي إلى ديوان المظالم (القضاء الإداري)، والتي أصبحت الآن من اختصاص القضاء العام للمحاكم التجارية بموجب المادة 6/16 من نظام المحاكم التجارية التي تنص على أنه تختص المحكمة بالنظر" الدعاوى والمخالفات الناشئة عن تطبيق أنظمة الملكية الفكرية" وهذا ما سار عليه القضاء السعودي.¹
- 2- كون المنظم السعودي لم يحدد الفاعل الأصلي لجريمة التزوير هل هو صانع العلامة أم الموصي بتزويرها أم المنتج الذي أوصى بتزويرها، ونعتقد ان هذا الأخير هو الفاعل الأصلي وبالتالي تكون العقوبة على الفاعل الأصلي ومن ساهم أو اشترك معه في تزوير العلامة التجارية. وبالتالي يلاحظ على نص المادة الثالثة والأربعون أن المنظم فرض العقوبة على الفاعل الأصلي لمرتكب جريمة تزوير العلامة التجارية ولم يشر بصورة صريحة للمساهم أو المشارك في ارتكاب الجريمة والذي يعاقب حسب القواعد العامة للقانون الجزائي عقوبة الفاعل الأصلي.
- 3- ضرورة التشديد على الحماية الجزائية للعلامة التجارية كوسيلة أقوى من الوسائل المدنية.
- 4- إعطاء صلاحية أوسع للموظفين المختصين بتنفيذ أحكام القانون (النظام) والقرارات الصادرة تنفيذا له، والذين يتمتعون بصفة مأموري الضبط القضائي التي تخولهم الدخول إلى الأماكن التي يدخل نشاطها في نطاق أحكام هذا القانون (النظام) وذلك لغرض ضبط الحالات المخالفة وعمل محضر يتضمن كل الأفعال المخالفة، بحيث لا يقتصر عملهم على تحرير محضر الضبط بل حجز كل ما هو مخالف من بضاعة أو أدوات وغيرها بعد التأكد من صحة المخالفة دون الحصول على إذن من المحكمة أو عمل كفالة قضائية تعادل قيمة محل المخالفة والضرر الذي قد يلحق بصاحب العلامة إلى حين البت في المخالفة من المحكمة المختصة.
- 5- أن تكون العقوبة على قدر من المساواة بين الفاعل الأصلي والمشارك فيها والمحرض عليها عند ارتكاب أي جريمة من الجرائم الواقعة على العلامة التجارية.

1-راجع قرار رئيس المحكمة التجارية بالرياض رقم (١٣٧) لعام ١٤٤١هـ بشأن تعيين الدائرة التاسعة عشرة للنظر في الدعاوى المدنية والجزائية الناشئة عن تطبيق النظام المبين والذي يسري منذ تاريخ ٢٠/٧/١٤٤١هـ، فإن هذه الدائرة تختص ولائياً ونوعياً بنظر هذه الدعاوى

6- عند تقدير التعويض المناسب للضرر الناتج عن الاعتداء على حقوق صاحب العلامة أن ينص في النظام أو إذا ترك الأمر للسلطة التقديرية لمحكمة الموضوع الأخذ بعين الاعتبار الخسائر والأضرار التي يحتمل أن يكون المعتدى عليه قد تكبدها والمكاسب والأرباح التي حققها المعتدي. ومراعاة القيمة المادية للعلامة التجارية من حيث شهرتها وحجم رأس المال المستثمر في المحل التجاري القائم على استغلالها.

المراجع

المؤلفات

- 1- أحمد صالح مخلوف، حقوق الملكية الفكرية في النظام السعودي، معهد الإدارة العامة، الطبعة الثالثة 2019.
- 2- ثروت على عبد الرحيم، الملكية التجارية والصناعية في الأنظمة السعودية، منشورات عماده شئون المكتبات، جامعة الملك سعود، الرياض.
- 3- حسني المصري القانون التجاري الكويتي الكتاب الأول، دار النهضة العربية، القاهرة 1992.
- 4- حسن محمد بدوي، ضوابط المنافسة غير التجارية، دار الجامعة الجديدة- الإسكندرية طبعة 2015.
- 5- حمد الله محمد حمد الله، الوجيز في حقوق الملكية التجارية والصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة. 1997.
- 6- سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، الطبعة الثانية، 1996.
- 7- صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة عمان. 1999.
- 8- صلاح سلمان الأسمر، شرح قانون العلامات التجارية الأردني طبعة 1992.
- 9- عبد الله حسين الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر طبعة 2005.
- 10- عزيز العكيلي، القانون التجاري، دار الثقافة عمان 1995.
- 11- فتحي والي التنفيذ الجبري دار النهضة العربية طبعة 1984.
- 12- محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة، 1971.
- 13- مصطفى كمال طه. القانون التجاري، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية الطبعة الثانية 1996.
- 14- منذر عبد الكريم القضاة، الملكية الفكرية وتطبيقاتها في الأنظمة السعودية، دار النشر الدولي الطبعة الأولى 2018.
- 15- ناصر السلامة-الحماية الجزائية للعلامة التجارية. إثراء للنشر. عمان 2013.
- 16- متولي عبد المؤمن مرسى، الوجيز في أحكام الالتزام وفقاً لنظام المعاملات المدنية السعودي، دار الاجادة، طبعة 2023.
- 17- نبيل محمد صالح. حماية العلامات التجارية والصناعية في التشريع المصري وفي ظل اتفاقيات الجات، دار النهضة العربية، القاهرة 1999.
- 18- هشام عوض وجمال عبد الرحمن أصول التنفيذ الجبري وفقاً لنظام التنفيذ السعودي الطبعة الثالثة الطبعة 2020.

الأبحاث

- 1- حسام الدين الصغير. حماية العلامة التجارية، التقاضي وقضايا مختارة في مجال العلامات التجارية ندوة الويبو الوطنية عن إنفاذ حقوق الملكية الفكرية تنظمها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) المنامة 2004.
- 2- عبد الإله بن سعيد الشهراني. دعوى المنافسة غير المشروعة في ضوء النظام السعودي. مجلة كلية الدراسات الإسلامية والعربية العدد 37.

الأنظمة

- 1- نظام العلامات التجارية الصادر بالمرسوم الملكي رقم م/21 بتاريخ 28 / 5 / 1423
- 2- نظام المنافسة الصادر بالمرسوم ملكي رقم (م / 75) بتاريخ 29/6/1440 هـ
- 3- قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية 1435 هـ
- 4- نظام المعاملات المدنية الصادر بموجب المرسوم الملكي رقم م 191 بتاريخ 29/11/1444