

جامعة النجاح الوطنية

كلية الدراسات العليا

التنظيم القانوني والعملي للاعتراض على تسجيل العلامات التجارية: دراسة
مقارنة وفق التشريعات النافذة في الضفة الغربية والسعودية

إعداد

فاطمة كنعان ربحي كنعان

إشراف

د.نعيم جميل صالح سلامة

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الملكية الفكرية وإدارة
الإبداع، من كلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين.

2021

التنظيم القانوني والعملي للإعتراض على تسجيل العلامات التجارية وفق
التشريعات النافذة في الضفة الغربية والسعودية

إعداد

فاطمة كنعان ربحي كنعان

نوقشت هذه الأطروحة بتاريخ: 26/08/2021، وأجيزت.

التوقيع

.....

.....

.....

أعضاء لجنة المناقشة

- د. نعيم سلامة / مشرفاً رئيساً

- د. حسين العيسة / ممتحناً خارجياً

- د. أمجد حسان / ممتحناً داخلياً

ب

الإهداء

إلى أعز الناس و أقربهم الى قلبي

إلى قدوتي الأولى من كساني ثوب الإيمان والتقوى وسيرني على الثابت من الخطى، إلى
من أعطاني ولم يزل يعطيني بلا حدود، إلى من رفعتُ رأسي عالياً افتخاراً به

والدي العزيز

إلى نبع الحنان رمز العطاء والكبرياء والتضحية، ملحمة الحب وفرحة العمر، إلى من

خُضْتُ دروب العلم بفيض تراويل دعائها

أمي الحبيبة

اللذان كان لدعائهما المبارك أعظم الأثر في تسيير سفينة الدراسة حتى ترسو على هذه

الصورة

وانتاجي ما هو الا تربيتكم انتم وهبتموني القلم فشكراً

إلى رفاق الطريق ...

إلى السائلين...

إلى التفاصيل الأخرى في الحياة...

أهديكم خلاصة جهدي العلمي

الشُّكْرُ والتَّقْدِيرُ

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، والصلاة والسلام على من رَسَخَ العدل منهاجاً
أحمد الله حمداً يليق بجلال وجهه وعظيم سلطانه أن وفقني في إتمام هذا العمل
المتواضع وأشكره جل علاه على ما أكرمني به وامتنالاً لقوله

(من لا يشكر الناس لا يشكر الله)

أرى من الواجب عليّ أن أسجل شكري وتقديري إلى من أنار لي بداية طريق البحث

أستاذي القدير الدكتور نعيم سلامة

الذي أكن له كل تقدير وتبجيل لثقتي به، ولما تفضل علي من ونصح وإرشاد

وأقدم شكري إلى كل من ساعد على خروج هذا الكتاب في أبهى صوره.

الإقرار

أنا الموقعة أدناه، مقدمة الرسالة التي تحمل عنوان:

**التنظيم القانوني والعملي للاعتراض على تسجيل العلامات التجارية: دراسة مقارنة
وفق التشريعات النافذة في الضفة الغربية والسعودية**

أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الرسالة هي نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة إليه حيثما ورد، وأن هذه الرسالة ككل أو أي جزء منها لم يقدم من قبل لنيل أية درجة أو لقب علمي أو بحثي لدى أية مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى.

Declaration

The work provided in this thesis, unless otherwise referenced, is the research's own work, and has not been submitted elsewhere for any other degree or qualification.

Student's Name:

اسم الطالبة:

Signuter:

التوقيع:

Date:

التاريخ:

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
ج	الإهداء
د	الشكر والتقدير
هـ	الإقرار
و	فهرس المحتويات
ط	الملخص
1	المقدمة
11	تمهيد
20	الفصل الأول: الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية
22	المبحث الأول: ماهية الاعتراض وإجراءاته
22	المطلب الأول: تعريف الاعتراض
24	الفرع الأول: الصفة والمصلحة
27	الفرع الثاني: مدة الاعتراض
30	المطلب الثاني: إجراءات الاعتراض على تسجيل العلامة
30	الفرع الأول: تقديم لائحة الاعتراض لدى الجهة المختصة
33	الفرع الثاني: تبليغ لائحة الاعتراض
34	الفرع الثالث: إدارة جلسات الاعتراض
36	المبحث الثاني: الأسس والمبررات التي يقوم عليها الاعتراض
37	المطلب الأول: الاعتراض على علامة مشابهة أو مطابقة لعلامة سبق تسجيلها أو إيداعها
42	الفرع الأول: التشابه الكتابي بين العلامات
43	الفرع الثاني: التشابه اللفظي بين العلامات
45	المطلب الثاني: الاعتراض لأسبقية الاستعمال
50	المطلب الثالث: الاعتراض على تسجيل علامة لمخالفتها للنظام العام والآداب

الصفحة	الموضوع
52	المطلب الرابع: الاعتراض على تسجيل علامة لتشابهها أو تطابقها مع علامة مشهورة
54	الفرع الأول: معايير تحديد العلامة المشهورة
59	الفرع الثاني: موقف الاتفاقيات الدولية والتشريعات النافذة في السعودية من العلامة المشهورة
63	الفرع الثالث: موقف التشريعات النافذة في الضفة الغربية من العلامة المشهورة
65	الفصل الثاني: الفصل في الاعتراض وصدور القرار النهائي
66	المبحث الأول: الأسس والمعايير التي يصدر المسجل قراره بناء عليها
67	المطلب الأول: مواصفات العلامات القابلة للحماية والتي أقرتها التشريعات المقارنة
67	الفرع الأول: شرط التمييز (الصفة الفارقة)
69	الفرع الثاني: شرط الجودة
71	الفرع الثالث: شرط المشروعية
72	المطلب الثاني: العلامات التي لا يجوز تسجيلها بموجب نصوص التشريعات المقارنة
86	المطلب الثالث: معايير التشابه التي أقرها الفقه والقضاء
87	الفرع الأول: العبرة بأوجه الشبه بين العلامتين لا بأوجه الاختلاف
89	الفرع الثاني: العبرة بالمظهر العام في العلامتين لا بالعناصر الجزئية
90	الفرع الثالث: العبرة بتقدير المستهلك العادي لا المستهلك الفطن
92	الفرع الرابع: عدم النظر إلى العلامتين متجاورتين بل النظر إليهما الواحدة تلو الأخرى
93	الفرع الخامس: نوع البضاعة أو الخدمة التي تحمل العلامة المقلدة
94	المبحث الثاني: صدور قرار المسجل بالاعتراض والطعن فيه
95	المطلب الأول: القرار الصادر بقبول الاعتراض

الصفحة	الموضوع
97	المطلب الثاني: القرار الصادر برفض الاعتراض
98	المطلب الثالث: الطعن بقرار المسجل بالاعتراض
100	الفرع الأول: شروط الطعن بقرار الجهة المختصة بالبت بالاعتراض
102	الفرع الثاني: إجراءات الطعن وصدور الحكم النهائي
104	الخاتمة
110	قائمة المصادر والمراجع
b	Abstract

فهرس الصور

الرقم	الصورة	الصفحة
صورة رقم (1)	توضيح العلامات المزورة	39
صورة رقم (2)	الفرق بين العلامة الأصلية والمقلدة	39
صورة رقم (3)	الفرق بين العلامة الأصلية والمقلدة من حيث البصر (التشابه الكتابي)	43
صورة رقم (4)	الفرق بين العلامة الأصلية والمقلدة من حيث الجرس الصوتي	44
صورة رقم (5)	أمثلة على علامات تجارية مشهورة نستله، وبيبسي، وستار بكس	53
صورة رقم (6)	أمثلة على شعارات رسمية	78
صورة رقم (7)	أمثلة على كلمات وشعارات ورموز ذات طابع ديني	81
صورة رقم (8)	أمثلة على علامات خاصة بالهلال الأحمر والصليب الأحمر	85
صورة رقم (9)	الفرق بين العلامة الأصلية والعلامة المقلدة من حيث المظهر العام	89
صورة رقم (10)	توضح التشابه بالفكرة الأساسية بين علامتين تجاريتين	90

التنظيم القانوني والعملي للاعتراض على تسجيل العلامات التجارية: دراسة مقارنة وفق

التشريعات النافذة في الضفة الغربية والسعودية

إعداد

فاطمة كنعان ربحي كنعان

إشراف

د. نعيم جميل صالح سلامة

الملخص

تعد العلامة التجارية عنصراً مهماً من عناصر الملكية الصناعية، ولها قيمة عالية بالنسبة للمنشأة التي تستخدمها، كونها إحدى أهم الوسائل الترويجية للمنتجات الصناعية والتجارية والخدمات، ومع الازدياد المطرد للثورة الصناعية والتي أتاحت نمواً غير مسبوق في عدد الصناعات والذي انعكس بدوره على وجود عدد كبير من العلامات التجارية، وانطلاقاً من القناعة بأهمية النشاط الاقتصادي ومن باب تنظيم المنافسة التجارية، وأن العلامة هي ضامن لحقوق المنتجين ومقدمي الخدمات، اتجهت التشريعات إلى إيجاد ضمانات قانونية وقضائية تعمل على حماية تلك العلامة، من خلال إقرار العديد من القواعد الإجرائية والموضوعية النازمة لها، فمن جهة تم تشريع قوانين يستظل بها أصحاب المشاريع الصناعية والتجارية ومقدمو الخدمات، بحيث تنظم ملكيتهم لتلك العلامات حتى لا تستغل استغلالاً غير مشروع، ومن جهة أخرى أوجدت نظاماً إدارياً متخصصاً كضمانة تحمي طالب تسجيل العلامة ومالك العلامة التجارية من تعسف الإدارة إذا ما قامت الإدارة المختصة بتسجيل علامة تجارية مخالفة أحكام القانون أو الفقه أو القضاء، وضمانة ضد الاعتداءات التي تقع على ملكية تلك العلامة واستعمالاتها من الغير، بحيث تشكل الرابط القانوني بين المنتج والمستهلك، وقد وضعت التشريعات المقارنة قواعد إجرائية وموضوعية للاعتراض على تسجيل العلامة التجارية والواردة في قانون العلامات التجارية الأردني والنظام الصادر بمقتضاه النافذين في الضفة الغربية، وقانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية ولائحته التنفيذية النافذين في السعودية.

المقدمة:

يعدّ تسجيل العلامات التجارية على البضائع والخدمات، من الوسائل المستخدمة في المحافظة على القوة الاقتصادية والصناعية، فالعلامة التجارية قامت بدور ملحوظ في العمليات التجارية منذ القدم إلا أنها مع حلول القرن العشرين تصدرت اهتمامات الشركات التنافسية، وبدأت الأكاديميات التسويقية تعي ما للعلامة التجارية من أهمية لدى المستهلك الذي يعتبرها رمزاً للثقة، وهي إحدى أكثر وسائل التسويق والمنافسة فعالية في الاقتصاد العالمي الحالي والذي يقوم على كثرة الإنتاج والعرض وتوفير أنواع متعددة من المنتجات والخدمات في السوق¹.

وقد تنبّهت دول العالم لأهمية المسائل المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية عموماً والعلامات التجارية خصوصاً بحيث صاغت اتفاقيات دولية منظمة لها، أبرزها اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية² واتفاقية حول الجوانب التجارية لحقوق الملكية الفكرية (تريبس)³، وقد ألزمت كلا الاتفاقيتين الدول الأطراف الموقعة عليها تضمين أنظمتها الخاصة بالعلامات التجارية ما يضمن حماية العلامات وما يكفل الحق لأصحابها بالاعتراض على علامات يُراد تسجيلها قد يكون من شأنها الإضرار بأصحاب تلك العلامات المسجلة.

¹الأحمر، كنعان: الانتفاع بالعلامة التجارية كأداة للتنمية الاقتصادية، ندوة الوايبيو الوطنية عن الملكية الصناعية من أجل ريادة الأعمال والتجارة والبحث والتطوير، وزارة الاقتصاد والتجارة، الجمهورية العربية السورية، 2004م، ص4.

²اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية تم إبرامها سنة 1883م في باريس وهي اتفاقية تحدد القواعد التي يجب أن تكون عليها الممتلكات الفكرية الصناعية وتعدّ أول اتفاقية حول الملكية الفكرية تستهدف بشكل رئيسي العلامات التجارية، وقد تم تعديل هذه الاتفاقية 6 مرات حتى عام 1967، ويبلغ عدد أعضاء الدول الموقعة عليها حالياً 177 دولة، نص رسمي باللغة العربية، منشورات المنظمة العالمية للملكية الفكرية الوايبيو، 1996.

³الاتفاقية حول الجوانب التجارية لحقوق الملكية الفكرية أو اتفاق تريبس (TRIPS) اختصاراً لـ (Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights) هي اتفاق دولي تديره منظمة التجارة العالمية (WTO) الذي يحدد المعايير الدنيا للقوانين المتعلقة بالملكية الفكرية والشروط الواجب توافرها في القوانين الوطنية للدول الأعضاء في الاتفاقية، نص رسمي باللغة العربية، منشورات المنظمة العالمية للملكية الفكرية الوايبيو، 1994.

ومع هذا الكم الهائل من العلامات التجارية، ومع وجود نظام خاص بالعلامات التجارية في المملكة العربية السعودية¹، وقانون العلامات التجارية الأردني ونظامه النافذين في الضفة الغربية²، والمتضمنين ضوابط خاصة شكلية وأخرى موضوعية يجب التقيد بها عند تسجيل العلامات التجارية من قبل الجهة المختصة بتسجيل العلامات التجارية، وتحديد العلامات التي لا يمكن تسجيلها كعلامة تجارية إما لمخالفتها النظام والآداب العامة أو لكونها مشابهة لعلامة سبق تسجيلها.

ومع تضمين الأنظمة لقواعد تمنح كل ذي مصلحة حق الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية قضائياً، الأمر الذي ترتب عليه وجود اعتراضات عديدة إما على قبول تسجيل العلامات التجارية أو على رفض تسجيلها³، ومن ثم كان لا بد من الاهتمام بدراسة تلك الاعتراضات وما يتعلق بها من جوانب متصلة، نظراً لما تمثله العلامات التجارية من أهمية كبرى في الحياة الاقتصادية اليوم. وهذا ما يجعل موضوع الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية ورفضه يكتسب أهميته بالنظر لمدى انتشار العلامات التجارية وكونها تمثل حلقة الوصل بين التاجر وجمهور المستهلكين، خاصة إذا كانت العلامة من قبيل العلامات الشائعة الشهرة أو من تلك العلامات التجارية التي لها قيمة مالية هائلة في السوق العالمي، حيث قدرت قيمة بعض العلامات التجارية بملايين الدولارات، إضافة إلى أن استعمال العلامة المشهورة والتي اكتسبت سمعة جيدة دولياً نتيجة لجودة المنتجات أو الخدمات المرتبطة بها من قبل الغير من شأنه الإساءة إلى سمعة هذه العلامة، أو الحط من هذه السمعة، أو أن يؤدي إلى إضعاف قدرتها على تمييز المنتجات أو الخدمات، هذا كله أدى إلى ظهور الحاجة إلى حماية العلامات المشهورة⁴.

¹ قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، الصادر بالمرسوم الملكي رقم (م/51) بتاريخ 1335/7/26، ولائحته التنفيذية الصادرة بالمرسوم الملكي رقم (م/50) بتاريخ 1436/8/3 هـ.

² قانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952م، نشر في الصفحة (243) العدد (1110) من الجريدة الرسمية الصادرة بتاريخ 2017/6/1. ونظام العلامات التجارية الأردني رقم (22) لسنة 1953م، نشر في الصفحة (397) من العدد (1129) من الجريدة الرسمية الصادرة بتاريخ 1952/12/16 النافذين في الضفة الغربية.

³ حتملة، سليم سلامة: الإجراءات الخاصة بتسجيل العلامة التجارية والاعتراض عليها في التشريع الأردني، دراسات علوم الشريعة والقانون، الجامعة الأردنية، المجلد (42)، العدد (2)، 2015م، ص586.

⁴ الأحمر، كنعان: حماية العلامة التجارية شائعة الشهرة، ندوة الوايو الوطنية عن الملكية الفكرية لأعضاء هيئة التدريس وطلاب الحقوق في الجامعة الأردنية، منشور على قاعدة بيانات المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الوايو)، 2004م، ص6.

ولما كان اهتمام الباحثين في مجال حقوق الملكية الفكرية عموماً والعلامات التجارية خصوصاً منصباً على ما يتعلق بالعلامة التجارية من حيث ماهيتها وأشكالها ووظائفها وغيرها مما يتعلق بالعلامة التجارية ذاتها، فإن موضوع الاعتراض على قبول تسجيل العلامة التجارية لم يأخذ نصيبه من الاهتمام والعناية بالرغم من أهميته .

ولأجل ذلك أرست المحاكم الإدارية ممثلةً بديوان المظالم في السعودية ومحكمة العدل العليا في الضفة الغربية عدداً من الاجراءات المتعلقة بالاعتراض على تسجيل العلامة التجارية بالإضافة إلى ضوابط المهمة والتي لا يمكن استنباطها من مجرد مطالعة قواعد تشريعات العلامات التجارية، وهذه الضوابط يستعين بها المسجل والقاضي في تقرير التشابه من عدمه¹، كما يستعين بها المعنيون لتقرير اعتراضاتهم على تسجيل العلامات التجارية أو رفضها، والتي سيتم التطرق لها بالتفصيل في هذه الدراسة.

وعليه ومن خلال هذه الدراسة المقارنة بين تشريعات العلامات التجارية النافذة في الضفة الغربية والسعودية، فإنني سأقوم بتوضيح الشق القانوني إلى جانب المضمون العملي التطبيقي للاعتراض على تسجيل العلامات التجارية، وإثراء البحث بأحكام وقرارات صادرة عن الجهات المختصة بتسجيل العلامات والتظلم من قرار رفض تسجيل العلامات التجارية، والاعتراض عليها والطعن بالاستئناف، وفق قانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952 ونظام العلامات رقم (1) لسنة 1952 النافذين في الضفة الغربية، وقانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية رقم (51) لسنة 1435هـ ولأئحته التنفيذية رقم (50) لسنة 1435هـ النافذين في السعودية، وسيتم الإشارة إلى ما تضمنته القوانين الخاصة ذات

¹ الصغير، حسام الدين: التقاضي وقضايا مختارة في مجال العلامات التجارية، ندوة الوايو الوطنية عن إنفاذ حقوق الملكية الفكرية. للقضاة والمدعين العامين، جامعة المنوفية، منشور على قاعدة بيانات المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الوايو)، 2004م، ص7.

العلاقة في كلا الدولتين محل المقارنة والاتفاقيات الدولية الموقع عليها من قبل السعودية.

أهمية الدراسة:

من خلال ما سبق من التقديم لهذا الموضوع فإن أهميته تتمثل في النقاط الآتية:

1. إن تسجيل العلامات التجارية في الضفة الغربية والسعودية يزداد يوماً بعد يوم، ويكفي للناظر أن يتصفح أعداد العلامات المنشورة في الجريدة الرسمية للمملكة العربية السعودية (جريدة أم القرى وصحيفة أعمال الإلكترونية) و(مجلة الملكية الصناعية) الصادرة عن وزارة الاقتصاد الوطني الفلسطيني، ليتبين الكم الهائل من العلامات التجارية التي يُراد تسجيلها، فضلاً عن علامات أخرى لم تقبلها الجهة المختصة، الأمر الذي يبرز معه أهمية بحث هذا الموضوع.

2. إن المشرعين في التشريعات النافذة في السعودية والضفة الغربية نظم تسجيل العلامات التجارية بنظام خاص يتضمن ضوابط محددة يجب التقيد بها عند تسجيل العلامات التجارية من قبل الجهة المختصة بالتسجيل، كما تضمن تحديد العلامات التجارية التي لا يمكن تسجيلها، والقواعد التي تمنح كل ذي مصلحة الحق في الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية والطعن بها قضائياً، الأمر الذي ترتب عليه وجود اعتراضات عديدة على تسجيل العلامات التجارية أو رفض تسجيلها، لذلك جاءت أهمية هذا الموضوع؛ نظراً لما تمثله العلامة التجارية من أهمية كبرى في الحياة الاقتصادية.

3. الازدياد المطرد في تسجيل العلامات التجارية ينشأ عنه حقوق لأصحاب تلك العلامات التجارية، ومن أهمها منع تسجيل علامات مشابهة أو مطابقة لتلك العلامات المسجلة، الأمر الذي يستدعي الوقوف عند حقيقة التشابه والضوابط التي أرساها الفقه والقضاء، مما يبرز أهمية بحث الموضوع لاسيما إذا ما علمنا أن التشريعات النافذة في السعودية والضفة الغربية لم تتطرق إلى تلك الضوابط بشكل واضح ومفصل، فكان لا بد من الإشارة إلى أحكام محكمة العدل العليا في الضفة الغربية وأحكام ديوان المظالم في السعودية.

4. إن تشريعات العلامات التجارية النافذة في الضفة الغربية والسعودية تضمنت قواعد إجرائية يجب على من أراد تسجيل علامة تجارية وكذلك من رغب بالاعتراض على تسجيل العلامة التجارية التقيد بها، ولذلك جاءت أهمية هذا الموضوع خاصةً أن بعض تلك القواعد تختلف عن القواعد الإجرائية العامة المنظمة للاعتراضات على القرارات الإدارية.

أسباب اختيار موضوع الدراسة وأهدافه:

إن من أبرز أسباب اختياري دراسة هذا الموضوع ما يأتي:

1. محاولة وضع الإطار العام وترتيب لموضوع الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية ورفضه، وبيان القانون والقضاء من كيفية الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية، والآثار والنتائج المترتبة على ذلك.
2. إبراز الجانب التطبيقي لهذا الموضوع والمتمثل بالأحكام الصادرة عن ديوان المظالم في السعودية ومحكمة العدل العليا في الضفة الغربية.
3. يزخر ديوان المظالم والهيئة السعودية للملكية الفكرية في السعودية ومحكمة العدل العليا ووزارة الاقتصاد الوطني (دائرة العلامات التجارية) في الضفة الغربية بعدد كبير من قضايا الاعتراضات على العلامات التجارية، الأمر الذي يستدعي معه بيان قضاء المحاكم في تلك الاعتراضات واستنباط الأصول القانونية والنظامية التي اعتمدت عليها المحاكم والتي لا يمكن استنباطها من مجرد مطالعة تشريعات العلامات التجارية.
4. الأهمية الواقعية لعملية الاعتراض على تسجيل العلامات التجارية ورفضه، إذ إن الغاية من الاعتراض هو إما لمنع تسجيل علامة تجارية، أو الاعتراض على رفض تسجيل علامة تجارية، وكلا الأمرين يزخر ديوان المظالم في السعودية ومحكمة العدل العليا الفلسطينية بعدد كبير منه، الأمر الذي يستدعي معه الوقوف على حقيقة تلك الاعتراضات.

الدراسات السابقة:

إن موضوع الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية ورفضه لم ينل حقه من البحث محلياً ودولياً، ويظهر هذا من خلال بذل الجهد في البحث عن الكتب في فهارس المكتبات العامة والجامعية وعلى الانترنت، فلم أجد كتابات في موضوع الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية أو بحوثاً تكميلية أو رسائل ماجستير أو رسائل دكتوراه، سوى بعض الكتابات المتعلقة بالملكية الفكرية والعلامة التجارية عموماً، والتي لم تتطرق إلى الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية ورفضه بشكل تفصيلي، أو تطرقت إليه ولكن بشكل موجز جداً وغير متخصص، بالإضافة إلى فقدان بعضها للجانب التطبيقي في تأصيل مسائل هذا الموضوع ومنها:

أولاً: زياد أحمد حميد القرشي، إجراءات تسجيل العلامة التجارية في السعودية دراسة تحليلية مقارنة في ضوء أحكام اتفاقية ترينس ومعاهدة باريس لحماية الملكية الصناعية، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية، 2012م.

تناول البحث إجراءات تقديم طلب تسجيل العلامة التجارية لدى وزارة التجارة والاستثمار السعودي، وفحص طلبات تسجيل العلامات التجارية والبت فيها، ويهدف هذا البحث إلى مقارنة القواعد القانونية الواردة في نظام العلامات التجارية السعودي بما هو وارد في اتفاقية ترينس واتفاقية باريس، وتسليط الضوء على النصوص المخالفة للاتفاقيتين، كون أن قانون العلامات السعودي قد سبق توقيع السعودية على اتفاقية باريس وترينس، ولم يتناول هذا البحث تشريعات العلامات التجارية النافذة حالياً في السعودية، وهو ما ستعمل الباحثة على بيانه في هذه الدراسة بالإضافة الي بيان موضوع الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية بشكل تفصيلي.

ثانياً: غادة مبارك الشيخ أحمد، الاعتراض على قبول تسجيل العلامة التجارية، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، جامعة الخرطوم، السودان، 2008م.

في هذا البحث تم توضيح مفهوم العلامة التجارية ووظائفها وأشكالها، والإجراءات المتبعة لتسجيلها والشروط الشكلية والموضوعية، والفصل الثاني تم تخصيصه للاعتراض على قبول تسجيل العلامات التجارية موضحة القواعد المتعلقة بالاعتراض على العلامة التجارية في إطار القانون

الوطني السوداني الذي يحمي وينظم العلامات التجارية على ضوء الاتفاقيات الإقليمية والدولية ومقارنتها مع التشريعات الأردنية والقانون البريطاني، وتم إدراج نماذج من الواقع العملي لاعتراضات على علامات تجارية مسجلة سابقاً في السودان، لكن هذا البحث ركز على الجانب التطبيقي العملي القضائي أكثر من الجانب الموضوعي، لذلك سوف تعمل الباحثة في هذه الدراسة المقارنة بين تشريعات العلامات التجارية النافذة في الضفة الغربية والسعودية على الموازنة بين الجانب الموضوعي والاجرائي والتطبيقي.

ثالثاً: نعيم جميل صالح سلامة: الجوانب القانونية لإجراءات تسجيل العلامات التجارية في فلسطين دراسة تحليلية مقارنة بالقانونين المصري والفرنسي، مجلة جامعة النجاح للعلوم والأبحاث (العلوم الإنسانية)، المجلد (31) العدد (4)، 2017م.

تناول البحث موقف التشريعات السارية في فلسطين (الضفة الغربية وقطاع غزة ومشروع حماية الملكية الصناعية الفلسطيني 2012م) من حيث الجوانب الشكلية المتعلقة بتسجيل العلامة التجارية، ومقارنتها بالقانونين المصري والفرنسي، وتم الإشارة إلى موقف القضاء في فلسطين والدول محل المقارنة.

رابعاً: طارق الحموري، العلامة التجارية، قراءة في أصول الحماية ومعاييرها، المجلة القانونية في العلوم والقانون والسياسة، الأردن، 2010م.

تركزت هذه الدراسة على الآليات التي اتبعتها المشرع الأردني في حماية العلامات التجارية، وتم توضيح شروط العلامات المسجلة، ومعايير العلامات الممنوع تسجيلها، وتم الإشارة إلى نصوص اتفاقية ترينس وباريس وبروتوكول مدريد لتسجيل العلامات، وركز البحث على موضوع منع تسجيل أو استعمال علامة مشابهة لعلامة تجارية أخرى محمية من خلال الاعتراض عليها، وخصص الباحث فصلاً كاملاً حدد فيه معايير التشابه أو التقليد المستخلصة من قرارات محكمة العدل العليا الأردنية.

خامساً: خالد نواف سلامة الزين: الرقابة على تسجيل العلامة التجارية الوطنية في الأردن، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2013م.

في هذا البحث تم تحليل نصوص قانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952م وتعديلاته، وقانون المنافسة غير المشروعة الأردني، والأسرار التجارية الأردني رقم (15) لسنة 2000م، والقانون المدني الأردني من خلال القواعد العامة في المسؤولية، وقسم البحث إلى عدة فصول، بداية بالرقابة الموضوعية على تسجيل العلامة التجارية الوطنية، والرقابة الشكلية على إجراءات تسجيل العلامة، وأثر الرقابة القانونية على تسجيل العلامة الوطنية في القانون والنظام الأردني، وهو بحث مهم ركّز على موضوع صلاحية الجهة الإدارية المختصة بتسجيل العلامات، لكن تم الإشارة الى موضوع الاعتراض بشكل عام دون تسليط الضوء على التفاصيل الموضوعية والاجرائية، وهو ما سأتناوله بالتفصيل في هذه الدراسة.

تساؤلات الدراسة:

تعنى هذا الدراسة بجانبين أحدهما نظري وآخر تطبيقي والارتباط بينهما وثيق، الأمر الذي له أثره في صعوبة هذه الدراسة، ومن خلال ما تقدم فإن هذه الدراسة تستهدف الإجابة عن اشكالية مدى نجاعة النصوص القانونية في اطار التشريعات النافذة في الضفة الغربية والمملكة العربية السعودية في معالجة الحماية القانونية للعلامة التجارية وآلية تنظيم الاعتراض عليها، وذلك من خلال جملة من المحاور التي سيتم تسليط الضوء عليها:

1. ما المقصود بالاعتراض على تسجيل العلامة التجارية ورفضه؟ وما الهدف من ذلك؟
2. ما الإجراءات العملية في الاعتراضات وما مدى انسجامها مع التشريعات المقارنة والاتفاقيات الدولية؟
3. ما مبررات الاعتراض، وما موقف التشريع، والقضاء من ذلك؟
4. ما التنظيم واللوائح التي تنقيد بها الجهة المختصة بالبت في الاعتراضات عند إصدارها للحكم؟

5. ما هي الضوابط التي تتقيد بها السلطة المختصة بالاعتراضات والتي تم النص عليها صراحة في الترשعات محل المقارنة، والتي قررها ديوان المظالم ممثلاً بالمحاكم الإدارية في المملكة العربية السعودية ومحكمة العدل العليا في الضفة الغربية والاتفاقيات الدولية ذات الصلة؟

نطاق الدراسة:

لا يوجد قيود على هذا الدراسة بشكل عام، سوى أنه تم تخصيصها لدراسة التنظيم القانوني والعملي للاعتراض على تسجيل العلامات التجارية في الضفة الغربية والمملكة العربية السعودية، كون أن مكان الدراسة ومجال تطبيقها في الضفة الغربية، ومقارنتها بالتشريعات النافذة في السعودية التي أحرزت تقدماً ملحوظاً في مجال الملكية الفكرية في السنوات القليلة الماضية، وذلك من خلال البحث في القوانين الوطنية محل المقارنة بدءاً من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية الصادر بمرسوم ملكي رقم (51) بتاريخ 1435/7/26هـ ولائحته التنفيذية الصادرة بالمرسوم الملكي رقم (51) بتاريخ 1436/8/3هـ النافذين في السعودية، وقانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952م ونظام العلامات التجارية الأردني رقم (1) لسنة 1952م النافذين بالضفة الغربية، والاتفاقيات الدولية ذات الصلة وأهمها اتفاقية باريس لحماية حقوق الملكية الصناعية لسنة 1883م والمعدلة لسنة 1979م، واتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس) لسنة 1994م.

منهجية الدراسة:

تم إعداد هذه الدراسة وفق المنهج المقارن بين التشريعات النافذة في الضفة الغربية والسعودية، وذلك من خلال التطرق للقواعد القانونية المتعلقة بموضوع الدراسة والواردة في تشريعات العلامات التجارية النافذة في الضفة الغربية والسعودية، والرجوع إلى الأحكام وقرارات المحاكم والاتفاقيات الدولية ذات الصلة وخاصة اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية والتجارية واتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس).

خطة الدراسة:

تم تقسيم خطة الدراسة إلى فصلين وذلك على النحو الآتي:

الفصل الأول: يتضمن موضوع الاعتراض على تسجيل العلامات التجارية والذي ستتناوله الباحثة بالتفصيل بدءاً من تعريف ماهية الاعتراض وكيفية تقديمه وصاحب الحق بتقديم الاعتراض، والآثار القانونية المترتبة على تقديم الاعتراض، والمبررات والأسس التي يقوم عليها الاعتراض، وتطبيقات عملية عليها صادرة عن وزارة الاقتصاد الوطني الفلسطيني والهيئة السعودية للملكية.

أما الفصل الثاني فيتمثل بالفصل في دعاوي الاعتراضات وإصدار الحكم من قبل الجهة المختصة وفق ما تقتضيه القواعد القانونية والأحكام والقضاء، وسلطة الجهة المختصة بإصدار القرار في دعاوي الاعتراض، إضافة إلى التطرق لما بعد صدور القرار بدعوى الاعتراض وهو الطعن بقرار الجهة المختصة لدى القضاء الإداري، من حيث شروطه وإجراءاته الشكلية والموضوعية ونماذج عملية لقرارات صادرة عن محكمة العدل العليا في الضفة الغربية وديوان المظالم في السعودية.

وعليه فإن هذه الدراسة ستميز عن غيرها من الأبحاث والدراسات السابقة في التتبع التفصيلي للاعتراض على تسجيل العلامة التجارية، بدءاً من تقديم الطلب وحتى صدور القرار والطعن بالاستئناف، مع تبيان الغطاء القانوني لها في التشريعات والأحكام القضائية وذلك في الضفة الغربية والسعودية، بحيث يكون مرجعاً مهماً للمحامين والمختصين العاملين في هذا المجال والقضاة، ودليلاً قانونياً مساعداً لأصحاب العلامات التجارية ولطلاب العلم ولكل المهتمين بموضوع العلامات التجارية.

تمهيد:

يعدّ تسجيل العلامة التجارية مسألة اختيارية، إلا أنه بذات الوقت يشترط وجود التسجيل لتمتع العلامة بالحماية التي يمنحها القانون بدءاً من تاريخ إيداعها، إذ يعد التسجيل وسيلة لإضفاء الاعتراف والوجود القانوني للعلامة إلى جانب الوجود الواقعي لها، فهي وسيلة وقائية ووسيلة يمكن اللجوء لها لإعلام الغير بها ومنع استعمالها وتسجيلها من الغير، لمكافحة التزوير والتقليد.

والمقصود بتسجيل العلامة التجارية هو النتيجة النهائية للسير في الإجراءات القانونية المحددة ابتداءً من تقديم طلب التسجيل وفحصه وإعلان الطلب ونشره وتعديله إن تطلب الأمر، والتنظيم والاعتراض ولغاية الموافقة عليه وإصدار الشهادة، ويمكن القول: أن لتسجيل العلامة مفهومين أحدهما داخلي يتم فيه تسجيل العلامة داخل الدولة وفقاً للأحكام والقوانين والأنظمة السارية فيها بهدف تسجيلها وحمايتها داخل إطار الدولة، والآخر تسجيل دولي يتم فيه تسجيل العلامة داخل الدولة وفقاً لمبدأ إقليمية القوانين ووفقاً للأحكام والقوانين والأنظمة السارية فيها بهدف تسجيلها وحمايتها داخل إطار الدولة¹.

فالأصل أن يخضع تسجيل العلامة التجارية لقانون الدولة، إلا أن هذه الحماية غير فعالة خصوصاً في التجارة الدولية التي تتطلب حماية العلامات التجارية في خارج حدود الدولة، مما اقتضى وجود حماية دولية ترجمت على أرض الواقع من خلال عدة اتفاقيات أهمها اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامة التجارية، والتي جعلت من تسجيل العلامة دولياً سبباً لتمتع العلامة بالحماية في كل الدول الأطراف في الاتفاقية، كما لو تم إيداع طلب تسجيل العلامة التجارية فيها مباشرة².

ووفقاً لبنود اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، فإن شروط إيداع العلامة التجارية وتسجيلها يخضع للتشريع الوطني في كل دولة من دول الاتحاد؛ فالقانون الوطني للدولة التي يراد تسجيل العلامة فيها هو الذي يحدد شروط إيداع العلامة وإجراءات تسجيلها³، وقد منحت التشريعات

¹ حمدان، ماهر فوزي: حماية العلامات التجارية (دراسة مقارنة)، مطبعة الجامعة الأردنية، 1999م، ص36.

² حيث تسعى الهيئة السعودية للملكية الفكرية إلى توقيع بروتوكول مدريد، والذي من شأنه تسهيل الإجراءات من خلال ما أجازه لرعايا الدولة المتعاقدة أن يكفلوا حماية علاماتهم على السلع والخدمات المسجلة في بلد المنشأ، وذلك بإيداع هذه العلامات في المكتب الدولي لحماية الملكية الصناعية في برن بسويسرا بواسطة المصلحة المختصة في بلد العلامة الأصلي.

³ المادة (6) الفقرة (1) من اتفاقية ترينس.

السارية في الضفة الغربية والسعودية الحق لمالك العلامة التجارية الأجنبية بتسجيل العلامة التجارية متى ما توافرت الشروط الشكلية والموضوعية لتسجيل العلامة، ويتم تقديم الطلب بذات الطريقة التي يتم فيها تسجيل العلامة التجارية الوطنية مع مراعاة بعض الإجراءات الخاصة والبنود الواردة في طلب التسجيل والرسوم.

ومع ذلك لا يجوز لأي دولة من دول الاتحاد أن ترفض تسجيل علامة مودعة في أي دولة من دول الاتحاد بمعرفة أحد رعايا دول الاتحاد، أو تبطل تسجيلها استناداً إلى عدم إيداع العلامة أو تسجيلها أو تجديدها في بلد المنشأ¹، فعلى سبيل المثال لو أودعت شركة أردنية طلباً لتسجيل علامة تجارية في الضفة، ثم تقدمت بطلب لاحق لتسجيل ذات العلامة التجارية في السعودية، فإنها لم تجز رفض طلب تسجيل العلامة في السعودية استناداً إلى أن الشركة الأردنية لم تودع طلباً لتسجيل العلامة أو لم تسجلها في الأردن.

وعليه فإن التسجيل الداخلي للعلامة التجارية يخضع إلى مجموعة من الإجراءات من حيث جهة الاختصاص والأشخاص أصحاب الحق بالتسجيل، وشروط طلب التسجيل والمدة التي يجب خلالها إنهاء إجراءات التسجيل، ويعدّ إتباع الشروط الشكلية التي رسمتها القواعد القانونية بداية الطريق للحصول على موافقة الجهة المختصة للحصول على شهادة تسجيل علامة تجارية، وتشكل هذه الإجراءات أهمية بالغة إذ لا بد أن يغلب عليها الصفة القانونية والتي تختلف عن الشروط الموضوعية التي يطغى فيها الجانب الفني².

وتتصف إجراءات تسجيل العلامة بكونها إجراءات جوهرية وليست ثانوية، إذ إنّ المشرعين في كلا القانونين المقارنين ذكرهم بكل تفاصيلهم وهي إجراءات مرتبطة بالنظام والمصلحة العامة، وعدم إتباع أي من هذه الإجراءات الشكلية التي نص عليها كلا القانونين محل المقارنة يشكل سبباً كافياً لمنع تسجيلها أو للاعتراض على تسجيلها، إذا يكفي أن يتم إثبات وجود مخالفة في الإجراءات،

¹ الزين، خالد نواف سلامة: الرقابة على تسجيل العلامة التجارية في الأردن، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2013م، ص4.

² زين الدين، صلاح: الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2000م، ص52.

ويتم ذلك أمام الجهة المختصة والتي أوكلت إليها مهمة الفصل في الاعتراضات والتي سيتم التطرق إليها في هذه الدراسة.

ويفضل قبل البدء في تقديم طلب تسجيل العلامات التجارية في الضفة الغربية والسعودية إتمام البحث في العلامات التجارية المسجلة والمودعة لدى الجهة المختصة، للتأكد من أن العلامة التجارية المنوي تسجيلها لم يسبق تسجيلها أو إيداعها لصالح طرف آخر¹ بالاقتران بمنتجات أو خدمات مطابقة أو مشابهة، وحتى لا تكون عرضة للاعتراض وما يصاحبه من هدر للوقت والمال، وبذلك فإن لطالب التسجيل أو وكالة أن يجري بحثاً عن العلامات التجارية من خلال تقديم طلب لدى الجهة المختصة يطلب فيه التأكد من عدم وجود علامة مشابهة أو مطابقة وسارية المفعول لعلامته وبعد دفع الرسوم، ولا تكون الجهة المختصة مسؤولة عن أية أخطاء نتيجة هذا التحري²، ويمكن أيضاً اللجوء للبحث الإلكتروني والذي يتم بشكل شخصي، وذلك على موقع المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الوايبو) على الانترنت المخصص للبحث عن العلامات محلياً ودولياً³.

وبعد الانتهاء من البحث عن العلامات المشابهة يقدم طلب تسجيل العلامة التجارية من شخص يحق له قانوناً طلب تسجيل علامة تجارية إلى الجهة المختصة بتسجيل العلامة التجارية في الوزارة المختصة، وذلك وفق سلسلة من الإجراءات يقوم بها كل من طالب التسجيل أو وكيله والجهة المختصة بتسجيل العلامات، حيث وضعت تشريعات خاصة تتضمن جملة من الأحكام الإجرائية التي توضح آليات تسجيل العلامات التجارية، وأنشأ في سبيل ذلك سجلاً خاصاً بالعلامات يدرج فيه العلامات التجارية وأسماء أصحابها وعناوينهم وأوصافهم وكل ما من شأنه المساعدة في تحقيق غايات التسجيل.

¹مقابلة أجريت مع رجاء خويلد مسجل العلامات التجارية في وزارة الاقتصاد الوطني الفلسطيني، رام الله، بتاريخ 2020/11/30م.

²سلامة، نعيم جميل صالح: الجوانب القانونية لإجراءات تسجيل العلامات التجارية في فلسطين دراسة تحليلية مقارنة بالقانونين المصري والفرنسي، مجلة جامعة النجاح للعلوم والأبحاث (العلوم الإنسانية) المجلد (31) العدد(4)، 2017م، ص: 665.

³قاعدة بيانات المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الوايبو) [\(https://www.wipo.int/portal/ar\)](https://www.wipo.int/portal/ar) (WIPO)

وباستقراء إجراءات تسجيل العلامة التجارية والاعتراض عليها في التشريعات السارية بالضفة الغربية والسعودية خصوصاً، نجد أنها تتشابه إلى حد كبير مع وجود اختلافات بسيطة سيتم تسليط الضوء عليها، إذ ألزم المشرع في قانون العلامات النافذ في الضفة الغربية¹ كل من يريد الاستقلال بعلامة تجارية معينة بغرض تمييز منتجاته أو خدماته سواء استعملت أو لديه النية في استعمالها، أن يتقدم بطلب إلى مسجل العلامات التجارية، ومن خلال نص المادة (11) الفقرة (1) من ذات القانون يتضح أن النص عام ولم يحصر الأشخاص الذين يحق لهم تقديم طلب تسجيل علامة تجارية، وبالتالي فإن المجال مفتوح أمام أي شخص طبيعي أو معنوي فلسطيني أو أجنبي مقيم أو غير مقيم تاجر أو غيره.

أما نصوص تشريعات العلامات النافذة في السعودية والتي تتوافق مع الاتفاقيات الدولية ذات الصلة نجد أنها تختلف عن ما أخذت به التشريعات النافذة في الضفة الغربية في هذا المجال، حيث حدد النظام أربعة فئات من الأشخاص الذين يملكون الحق في طلب تسجيل علامة تجارية، وهي مذكورة على سبيل الحصر² وفق الآتي:

1. كل شخص طبيعي أو معنوي يتمتع بجنسية أي من دول المجلس، سواء أكان صاحب مصنع أم منتج أم تاجر أم حرفي أم صاحب مشروع خاص بالخدمات أو المنتجات.
2. الأجانب الذين يقيمون في أي دولة من دول مجلس التعاون الخليجي ويكون مصرحاً لهم بمزاولة عمل من الأعمال التجارية أو الصناعية أو الحرفية أو الخدمية.
3. الأجانب المنتمون إلى دولة عضو في اتفاقية دولية متعددة الأطراف تكون الدولة من دول المجلس طرفاً فيها أو المقيمون في تلك الدولة.
4. المصالح العامة.

¹ المادة (6) من قانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952م النافذ في الضفة الغربية.

² المادة (5) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

ويلاحظ أن قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية هو ذاته القانون المطبق والساري في جميع دول مجلس التعاون الخليجي الخمس المستثنى منها دولة الإمارات العربية المتحدة، وهذا ما يفسر عبارة "دول مجلس التعاون".

ويختص بتسجيل العلامات التجارية في الضفة الغربية مسجل العلامات التجارية والذي يعين من وزير التجارة في وزارة الاقتصاد الوطني الفلسطيني، وهي جهة إدارية تتبع للسلطة العامة الإدارية في دولة فلسطين، والذي يشرف بشكل مباشر على سجل العلامات التجارية¹ الذي تدون فيه جميع العلامات التجارية وأسماء أصحابها أو وكلائهم وعناوينهم وأصناف المنتجات أو الخدمات وما يطرأ على هذه العلامات من تصرفات قانونية مثل البيع أو النقل أو الترخيص أو التنازل وشروطها وكل ما يتعلق بها من أمور قد يقرر فرضها من وقت لآخر².

أما الهيئة السعودية للملكية الفكرية ومقرها الرياض فهي الجهة المختصة بمتابعة ومباشرة أعمال خدمات العلامات التجارية وفقاً لقانون (نظام) العلامات التجارية لمجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية، وهي صاحبة الاختصاص في تسجيل العلامات التجارية في السعودية³ وتحتفظ بسجل خاص في هذا الشأن يسمى (سجل العلامات التجارية)، تسجل فيه جميع العلامات التجارية وأسماء أصحابها وعناوينهم وأوصاف بضائعهم، وما يطرأ على هذه العلامات من تصرفات قانونية (كالنقل أو الرهن أو الترخيص ...) وقد أسندت لها المادة (6) من ذات النظام هذه المهمة⁴.

¹ المادة (11) من قانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952م النافذ في الضفة الغربية.

² المادة (3) من قانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952م النافذ في الضفة الغربية.

³ تم نقل اختصاص العلامات التجارية من وزارة التجارة والاستثمار السعودي استناداً لقرار مجلس الوزراء، رقم (496) بتاريخ 1439/9/14هـ القاضي بالموافقة على تنظيم الهيئة السعودية للملكية الفكرية، لتصبح الجهة المختصة المعنية بمجالات الملكية الفكرية في المملكة وحمايتها ورعايتها والارتقاء بها.

⁴ المادة (6) الفقرة (1) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ بالسعودية.

وعن موقف التشريعات السعودية من التسجيل الإلكتروني فقد أجازت للهيئة السعودية للملكية الفكرية التسجيل الإلكتروني للعلامة ومتابعة إجراءاتها عن بعد¹ وقد بدأ العمل به في السعودية في عام 2014م وفق نظام الكتروني وقاعدة بيانات متاحة للجمهور يوفر وقتاً وجهداً كبيرين وتسهيلاً للأفراد والقطاعات التجارية، إذ بالإمكان زيارة الموقع الإلكتروني للهيئة السعودية للملكية الفكرية² وتعبئة الطلب إلكترونياً ودفع الرسوم عبر الفيزا كارد دون الحاجة إلى مراجعة الوزارة أو إحدى فروعها.

على عكس التشريعات السارية بالصفة الغربية التي لم تتطرق إلى هذا النوع من التسجيل الحديث، وقد تم الإشارة إليه في نص المادة (3) من مشروع قانون حماية الملكية الصناعية الفلسطيني لعام 2012م³، وعملياً أوجدت وزارة الاقتصاد الوطني الفلسطيني نظاماً إلكترونياً خاصاً يُمكن طالب التسجيل من تعبئة نموذج إلكتروني مخصص لتسجيل العلامة (تيمب) على موقعها الإلكتروني⁴، مع وجوب تقديم الأوراق خطياً لدى الوزارة تسهيلاً على موظفي الوزارة، كما أعلنت وزارة الاقتصاد الوطني الفلسطيني عن انطلاق مشروع سجل وكلاء تسجيل حقوق الملكية الفكرية في الضفة الغربية، والذي يُمكّن الوكلاء من ايداع طلبات التسجيل ومتابعتها وواستلام الشهادات دون الحاجة للتواجد الشخصي في الوزارة وهو ما يساهم بتسريع تنفيذ المعاملة وسهولة التواصل مع أصحاب العلامات الأجنبية⁵.

¹ المادة (46) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ بالسعودية.

² موقع الهيئة السعودية للملكية الفكرية <https://www.saip.gov.sa/ar>

³ مشروع قانون حماية الملكية الصناعية الفلسطينية لعام 2012م والذي وحتى تاريخ انجاز هذه الدراسة لم يتم إقراره بعد.

⁴ موقع وزارة الاقتصاد الوطني الفلسطيني <http://www.mne.gov.ps>

⁵ بتاريخ 2021/6/9 أطلق وزير الاقتصاد الوطني الفلسطيني خالد العسيلي سجل وكلاء تسجيل حقوق الملكية الفكرية، و12 خدمة الكترونية في مجالات تسجيل حقوق الملكية الفكرية ويستفيد من الخدمات وكلاء تسجيل حقوق الملكية الفكرية والجامعات وحاضنات وغيرها من متلقي الخدمات، وقد تم إنشاء سجل للوكلاء داخل الوزارة واعتمادهم رسمياً لتسجيل حقوق الملكية الفكرية والوسيط القانوني بين الوزارة وأصحاب الحقوق خاصة الأجانب، ويأتي ذلك تنويعاً للتعاون المشترك بين الوابو ووزارة الاقتصاد، الأمر الذي يشجع على الاستثمار ونقل التكنولوجيا، بالإضافة إلى العمل على تسهيل وتحديث العمليات ذات الصلة بالملكية الفكرية، وبالرغم من الخطوة الايجابية المتقدمة في انجاز سجل الوكلاء، إلا أن عدد المسجلين في سجل وكلاء تسجيل حقوق الملكية الفكرية 12 وكلاء معتمداً رسمياً يتمتع بالخدمات المتطورة، وهو ما يعتبر رقماً متدنياً يعكس الواقع العملي في الضفة الغربية.

وقد ألزمت التشريعات السارية بالصفة الغربية والسعودية الجهة المختصة بفحص العلامات التقيد بنظام الفحص المسبق¹ والذي يقوم على فحص طلب تسجيل العلامة من الناحية الشكلية والموضوعية بشكل تفصيلي، حيث تقوم الجهة المختصة بتسجيل العلامات في وزارة الاقتصاد الوطني الفلسطيني والهيئة السعودية للملكية الفكرية بممارسة دورها الرقابي من خلال الصلاحيات الممنوحة لها بعملية الفحص المسبق للطلبات المقدمة وبمساعدة الموظفين الإداريين في الدائرة، حيث يتعين عند استلام الطلب أن يأمر بالتفتيش بين العلامات التجارية المسجلة وطلبات التسجيل غير المفصول فيها² للتثبت مما إذا كان في السجل علامة مسجلة تتعلق ببضائع أو خدمات مطابقة للعلامة المطلوب تسجيلها أو قريبة الشبه بها لدرجة من شأنها أن توهي بوجود الغش³، والتحقق من الطلب المقدم بأنه وفق النموذج المحدد له، وأنه مشتمل على المعلومات المشار إليها في القانون، والتأكد من دفع الرسوم ومن صحة الوكالة في حال تم تقديمها بواسطة وكيل، وذلك مراعاة لمصلحة الجمهور ومنع المنافسة غير المشروعة.

ويحق لأي شخص الإطلاع على سجل العلامات في الهيئة السعودية للملكية الفكرية ووزارة الاقتصاد الوطني الفلسطيني، وأخذ صورة مصدقة عنه بعد دفع الرسوم⁴ وفي جميع الأوقات التي يكون فيها مفتوحاً للجمهور، مع الإشارة إلى إمكانية متابعة جميع العلامات التجارية المودعة أو المسجلة أو المنشورة في الموقع الإلكتروني لكل من الوزارة⁵ والهيئة⁶.

¹ مميزات نظام الفحص المسبق أنه منع تسجيل العلامات المخالفة للشروط الشكلية والموضوعية بالتالي استقرار المراكز القانونية المرتبطة بالتسجيل، ذلك بأن فحص الطلب بجميع تفاصيله يجعله محصناً من الطعن فيه، كما أن هذا النظام حصر الجهات المعنية بالبت في مسألة قبول طلب تسجيل العلامة لجهة واحدة، أما عيوب نظام الفحص المسبق هو منح سلطة واسعة للجهة المختصة في تقرير تسجيل العلامات التجارية، مما يخشى معه من تعسفها في نظر طلبات التسجيل كما أنها تحتاج لمدة زمنية طويلة نسبياً وارتفاع كلفة التسجيل بسبب تعدد إجراءات الفحص.

² المادة (22) من نظام العلامات التجارية النافذ بالصفة الغربية، والمادة (6) من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ بالسعودية.

³ المادة (22) من نظام العلامات التجارية النافذ في الصفة الغربية.

⁴ المادة (5) من قانون العلامات التجارية النافذ بالصفة الغربية، والمادة (6) الفقرة (1) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ بالسعودية.

⁵ موقع وزارة الاقتصاد الوطني الفلسطيني <http://www.mne.gov.ps>

⁶ موقع الهيئة السعودية للملكية الفكرية <https://www.saip.gov.sa/ar>

كما ألزمت تشريعات العلامات التجارية السارية بالضفة الغربية والسعودية وبعد أن يتم البت في طلب التسجيل وإنهاء إجراءات فحص العلامة أن يصدر قراراً بقبول تسجيل العلامة التجارية إذا استوفت العلامة الشروط الشكلية والموضوعية، كما خولت التشريعات المقارنة المسجل صلاحية رفض أو تعليق قبول التسجيل على شرط إجراء ما يراه مناسباً من تعديلات ضرورية أو تحويلات أو قيود أو شطب بعض البضائع¹.

فإذا وافق المسجل على طلب تسجيل العلامة التجارية المستوفية للشروط الشكلية والموضوعية من دون شروط أو قيود أو في حال اشترط إدخال تعديلات وتم الالتزام بها من قبل طالب التسجيل، وكذلك إذا كان قرار المسجل برفض تسجيل العلامة وتم التظلم من القرار وصدر قرار بقبول التظلم، أو تم الطعن بالقرار برفض التظلم وصدر القرار وكان القرار النهائي لصالح طالب التسجيل، هنا يصدر المسجل في وزارة الاقتصاد الوطني الفلسطيني والهيئة السعودية للملكية الفكرية قراره بالموافقة على الطلب ونشره بعد دفع الرسوم المحددة للنشر²، ويهدف المشرع من إلزام المسجل بالإعلان عن قبول طلب التسجيل بقصد إعلام الغير لكي يتمكن كل من له اعتراض على تسجيل تلك العلامة أن يتقدم بطلب الاعتراض خلال المدة القانونية المحددة والتي تبدأ من تاريخ النشر.

ومن خلال ما سبق بيانه في كلا القانونين محل المقارنة، نلاحظ بأن الطلب المقدم لتسجيل علامة يعدّ مرحلة مهمة يترتب لصاحبها من خلالها آثار قانونية أبرزها الادعاء بحق الأولوية من تاريخ إيداع الطلب وليس من تاريخ قبوله، وذلك على الطلبات المقدمة من الغير والتي تحمل ذات التصميم أو الاسم، كما أن القبول المبدئي لطلب تسجيل العلامة وإعطائه رقماً لا يعني قبول الطلب نهائياً إذ اشترطت التشريعات محل الدراسة بعد فحص العلامة وقبولها نشر إعلان القبول في الجريدة الرسمية لتمكين الجمهور عامة من الاطلاع عليها وفتح المجال لتقديم اعتراضاتهم على

¹ المواد (23، 78) من نظام العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية، والمادة (12) الفقرة (1) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ بالسعودية، والمادة (6) من لائحته التنفيذية.

² المادة (13) من قانون العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية، والمادة (14) الفقرة (1) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ بالسعودية.

طلبات التسجيل، وذلك خلال المدة المحددة للاعتراض وبالكيفية والشروط التي تستوجبها القواعد القانونية.

وفي الضفة الغربية تصدر شهادة تسجيل العلامة التجارية التي بموجبها تحمى العلامة لمدة سبع سنوات بدءاً من تاريخ إيداعها باعتباره تاريخ التسجيل¹، مع إمكانية تجديد العلامة لمدة أربعة عشرة سنة تبدأ من تاريخ انتهاء مدة الحماية حسب الأصول والقانون وبعد دفع الرسوم المقررة، وبذلك يكون لصاحب العلامة المسجلة الاحتفاظ بعلامته لمدة طويلة قد تصل إلى ما لا نهاية إذا ما رغب في ذلك، أما في السعودية فإن حماية العلامة المسجلة تمتد لعشرة سنوات قابلة للتجديد لمدة مماثلة دون الحاجة لفحصها من الجهة المختصة²، ويتم تجديدها من خلال نموذج معد لذلك وبعد دفع الرسوم المقررة³.

¹ المادة (20) من قانون العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية.

² المادة (20) الفقرة (1،3) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

³ المادة (17) من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

الفصل الأول

الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية

الفصل الأول

الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية

بعد إيداع طلب تسجيل العلامة لدى مسجل العلامات التجارية، والتأكد من توافر الشروط الشكلية والموضوعية وإصدار المسجل للقرار القاضي بقبول طلب التسجيل، أو في حال أصدر المسجل قراراً برفض طلب التسجيل وبالنسبة لجوء طالب التسجيل للتظلم لدى الجهة المختصة وصدر قرار لصالح طالب التسجيل بقبول الطلب، هنا تأتي مرحلة إعلان قبولها ونشرها في الجريدة الرسمية لإعطاء فرصة لعامة الجمهور في الاعتراض على العلامة المنشورة خلال فترة معينة وضمن شروط وآليات تكفل حقوق أصحابها تحددها نصوص القوانين محل المقارنة.

حيث يشكل الاعتداء على هذه العلامات سواء بتقليدها أو تزويرها مخالفة قانونية في أغلب دول العالم وضرراً مادياً ومعنوياً لصاحب العلامة، وذلك من خلال خسارته في تسويق منتجاته أو خدماته، كما يجعله عرضه للشك في الجودة والصلاحية ومصدر المنتج، بالإضافة إلى اضراره بالمستهلك؛ لأن التقليد يقلل من جودة المنتج الأصلي، وقد يكون له عواقب سيئة في بعض المنتجات التي تؤثر على الصحة والبيئة، كما أنه يؤثر سلباً على دولة المنشأ التي قد يضعف من فرص استثماراتها، ويقلل من الاستثمارات الأجنبية في الدولة التي لا تحمي حقوق مالكي العلامات التجارية¹، فكان لابد من إصدار التشريعات التي تنظم الاعتراضات على تسجيل العلامات التجارية تكريساً لمبدأ حماية أصحاب العلامات التجارية المسجلة أو المودعة أو المستعملة في تاريخ سابق وحماية العلامة من تعسف الإدارة إذا ما قامت الإدارة المختصة بتسجيل علامة مخالفة أحكام القانون وضمانة ضد كل الاعتداءات التي قد تقع على ملكية العلامة واستعمالها من الغير² والتي قررتها التشريعات المقارنة والاتفاقيات الدولية ذات الصلة.

¹ التريكي، عبد الله بن عبد الرحمن بن عبد العزيز: حماية العلامة التجارية في النظام السعودي والاتفاقيات الدولية، مجلة البحوث الإسلامية، العدد (12)، 2017م، ص294.

² حتاملة، سليم سلامة: المرجع السابق، ص585.

وبذلك يدخل طلب تسجيل العلامة مرحلة جديدة سوف نستعرضها في هذا الفصل بداية في المبحث الأول المتضمن ماهية الاعتراض وإجراءاته وصاحب الحق المخول بالاعتراض والمدة المحددة لذلك، أما المبحث الثاني: الأسس التي يستند إليها المعارض في اعتراضه.

المبحث الأول: ماهية الاعتراض وإجراءاته

يعدّ الاعتراض على القرارات الصادرة عن مسجل العلامات بقبول تسجيل علامة بمثابة أداة رقابة ذاتية يباشره الشخص المخول بذلك بما يضيف حالة خاصة من الحماية للعلامة التجارية ضد اعتداءات الغير، وقد تضمنت كلا التشريعات السارية بالصفة الغربية والسعودية عدداً من النصوص القانونية المنظمة للاعتراض على تسجيل العلامة من الجانب الشكلي والموضوعي، إضافة إلى عدد من القرارات الصادرة عن الجهات المختصة¹ والتي غطت معظم الجوانب المتعلقة بموضوع الدراسة.

وفي هذا المبحث سنتناول موضوع الاعتراض في أربعة مطالب، المطلب الأول: مفهوم الاعتراض وفق التشريعات السارية بالصفة الغربية والسعودية، المطلب الثاني: مدة الاعتراض، وفي المطلب الثالث صفة المعارض في دعوى الاعتراض، وأخيراً إجراءات الاعتراض على تسجيل العلامة في المطلب الرابع.

المطلب الأول: تعريف الاعتراض

كفلت القوانين محل المقارنة للأشخاص الطبيعية والمعنوية الحق في الاعتراض على الأحكام التي يرى أنها مجحفة وظالمة له أو تشكل تعدياً ومساساً بحقه المادي والأدبي، وذلك عن طريق الطعن فيها بالاعتراض لدى الجهات المختصة، فهناك احتمالية وجود تقصير لدى المسجل أو تعسف الإدارة في حال قبول تسجيلها لعلامة مخالفة لأي من نصوص تشريعات العلامات وأحكامه واللائحة التنفيذية أو بسبب عدم الإحاطة الشاملة المطلقة بجميع عناصر الطلب أو وجود بيانات

¹ موسوعة القوانين وأحكام المحاكم الفلسطينية (مقام) <https://maqam.najah.edu>، ومجموعة الأحكام والمبادئ الإدارية الصادرة عن ديوان المظالم، الملكية الفكرية، المجلد (7).

وأدلة مزيفة، لذلك جعل المشرعين في كلا القانونين محل الدراسة من الاعتراض ضمانه إدارية وقضائية ضد كل الاعتداءات التي تقع على ملكية العلامة واستعمالاتها من الغير، ووسيلة للموازنة بين المصلحة الشخصية لمقدم طلب التسجيل وبين المصلحة العامة، ولإعادة النظر بطلب تسجيل العلامة بهدف إلغاء التسجيل أو إدخال تعديلات عليه أو فتح المجال لإعطاء ترخيص باستعمال العلامة.

وبالرغم من عدم تطرق القوانين محل المقارنة إلى تعريف الاعتراض بشكل مباشر، إلا أنه وباستقراء نصوص قانون العلامات الساري بالصفة الغربية يمكن تعريف الاعتراض بأنه "وسيله أجازها القانون لأي شخص ولو لم يتوافر لديه مصلحة شخصية بتقديم إشعار مكتوب وفق الأصول المقررة إلى مسجل العلامات التجارية في وزارة الاقتصاد الوطني الفلسطيني، بهدف وقف تسجيل العلامة محل الاعتراض لاعتقاده بمخالفتها للنصوص تشريعات العلامات التجارية، وذلك خلال ثلاثة أشهر من تاريخ نشر الإعلان في جريدة الملكية الصناعية"¹.

ويتشابه التعريف السابق مع ما أشارت إليه نصوص قانون (نظام) العلامات السعودي بشأن الاعتراض من حيث المضمون، مع وجود بعض الاختلافات الشكلية، والتي يمكن من خلالها إجمال تعريف الاعتراض بأنه "ضمانه أقرتها التشريعات النافذة في السعودية لصاحب المصلحة بالاعتراض حماية له من تسجيل العلامة محل الاعتراض، من خلال تقديم إشعار خطي إلى مكتب العلامات التجارية في الهيئة السعودية للملكية الفكرية يستند فيه المعارض على أحد الأسباب الموجبة للاعتراض والواردة في نص المادة (3) و(4) من قانون (نظام) العلامات النافذ في السعودية وذلك خلال شهرين من تاريخ نشر العلامة المعارض عليها في صحيفة أعماله الإلكترونية"².

¹ المادة (14) من قانون العلامات التجارية النافذ في الصفة الغربية.

² المادة (14) الفقرة (2)، والمادة (12) الفقرة (1) من اللائحة التنفيذية لقانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

الفرع الأول: الصفة والمصلحة

أخذ قانون العلامات النافذ في الضفة الغربية بمبدأ منع الغش والتضليل حماية لجمهور المستهلكين كقاعدة أساسية، وتطبيقاً لذلك لم يشترط وجود مصلحة شخصية¹ لمقدم طلب الاعتراض إذا كانت الغاية من الاعتراض منع الغش² حيث أجازت للمعترض أن يتقدم بالاعتراض سواء أكان لديه علامة مسجلة أم قيد التسجيل (تم إيداعها) في الضفة الغربية، كما منح الحق بالاعتراض للشخص الطبيعي المحلي أم الأجنبي³ والشخص المعنوي سواء أكان عاماً أم خاصاً محلياً أو أجنبياً⁴، مثل الشركات الأجنبية التي تملك علامات تجارية في الخارج وترغب بالاعتراض على تسجيل علامة محلية فلا يوجد ما يمنعها من الاعتراض طالما تقدمت بوساطة وكيل قانوني يحمل وكالة تنص على منحة صلاحية تقديم دعوى الاعتراض والسير في إجراءاتها واستندت في اعتراضها على أحد الأسباب الموجبة للاعتراض والتي سيتم التطرق لها في المبحث الثاني من هذا الفصل.

ولم تشترط التشريعات النافذة في الضفة الغربية وجود مصلحة شخصية للمعترض استناداً إلى أن المصلحة المنشودة هي المصلحة العامة، وبصرف النظر عن كون المصلحة مباشرة أو غير مباشرة، فيمكن أن يقدم الاعتراض من صاحب المصلحة أو وكيله الخاص أو القانوني أو من الجمهور عامة⁵، وذلك انسجاماً مع مبدأ أن قانون العلامات التجارية لم يسن ليحمي صاحب العلامة التجارية فقط وإنما لحماية جمهور المستهلكين من الخداع والغش⁶.

¹ تعدّ المصلحة الشخصية شرطاً لاستئناف قرار مسجل العلامات التجارية في الاعتراض، كما تشترط المصلحة الشخصية في دعوى ترقيع العلامة باعتباره نزع ملكية علامة محمية ومسجلة في سجل العلامات التجارية.

² قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم (452) لسنة 1938م، مجلة نقابة المحامين الأردنية لسنة 1938م، ص 3993.

³ سلامة، نعيم جميل صالح: الجوانب القانونية لإجراءات تسجيل العلامات التجارية في فلسطين دراسة تحليلية مقارنة بالقانونين المصري والفرنسي، المرجع السابق، ص 562.

⁴ قرار محكمة العدل العليا الفلسطينية رقم (408) لسنة 2019م، المنشور لدى موسوعة القوانين وأحكام المحاكم الفلسطينية (مقام)، والذي أشار فيه إلى قبول مسجل العلامات التجارية الفلسطيني طلب تسجيل علامة (titbi) و (ETEHAD) بإسم الشركة الإيطالية TRAFILERIE CHIODERIE TORRE DE BUSI SAS.

⁵ قرار محكمة العدل العليا الأردنية (66) لسنة 1965م، مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1965م ص: 131، المشار إليه لدى حمدان، ماهر فوزي، مرجع سابق، ص 44.

⁶ فاعور، ديانا: دور الوكلاء في تسجيل العلامات التجارية دراسة قانونية وتطبيقات عملية، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2017م، ص 36.

أما عبارة "أي شخص" الواردة في المادة (14) لا تعني الشخص الفضولي الذي لا عمل له سوى الاعتراض ومضايقة طالبي التسجيل، وإنما المصلحة هي للتاجر بحكم تجارته وللصانع بحكم صناعته للمنتجات التي تحمل العلامة، وتشمل كذلك المستهلك بحكم استهلاكه وشرائه وتداوله للبضاعة التي تحمل العلامة التجارية¹.

ولا يجوز للمسجل رد الاعتراض استناداً إلى أن مقدمه لا يملك مصلحة في الاعتراض لمجرد تقديمه من شخص قد اتخذ من تقديم الاعتراضات على طلبات التسجيل مهنة له، طالما أن الاعتراض ينطوي على مصلحة عامة، إذ ليس في القانون ما يمنع الشخص الواحد من تقديم أي اعتراض على طلبات التسجيل مهما تعددت، فالغرض من الاعتراض هو حماية مصلحة الجمهور من الغش وليس تحقيق مصلحة ذاتية مباشرة للمعترض².

كما لا يجوز للمسجل رد الاعتراض استناداً إلى أن المعترض اتخذ من الاعتراض مهنة له دون أن يكون هدفه من ذلك حماية مصلحته الخاصة، حيث جاء في قرار لمحكمة العدل العليا الأردنية "إن اعتماد مسجل العلامات التجارية في رد الاعتراض على أن المعترض قد اتخذ من تقديم الاعتراضات على طلبات التسجيل مهنة له دون أن يكون هدفه من ذلك حماية مصلحة شخصية له، هو اعتماد غير سائب، إذ ليس في القانون ما يمنع الشخص الواحد من تقديم أي اعتراض مهما تعددت، فالغرض من الاعتراض هو حماية مصلحة الجمهور من الغش وليس تحقيق مصلحة ذاتية للمعترض³، كما جاء في قرار آخر لمحكمة العدل العليا الأردنية "طالما أن قانون العلامات التجارية في المادة (8) قد اشترط أن لا يؤدي تسجيل العلامة إلى غش الجمهور فإنه يجوز لأي شخص من الجمهور الاعتراض على طلب تسجيل أي علامة"⁴.

¹ الزين، خالد نواف سلامة: المرجع السابق، ص55

² الزين، خالد نواف سلامة: المرجع السابق، ص55.

³ قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم (73) لسنة 1940م، مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1940م، ص187.

⁴ قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم (59) لسنة 1949م، المشار إليه لدى ماضي، رمزي أحمد: مجموعة المبادئ القانونية القانونية الصادرة عن محكمتي التمييز والعدل العليا في قضايا العلامات التجارية والأسماء التجارية من سنة (1953م إلى 1997م)، دار وائل للنشر، الأردن، 1997م، ص19.

أما تشريعات العلامات التجارية النافذة في السعودية فاستخدمت نصاً عاماً بدون تحديد دقيق صفة المعارض، إذ نصت على "لكل ذي شأن"¹ ويلاحظ أن "ذوي الشأن" أي ذوي العلاقة تقيد بذاتها التوسع في تحديد من لهم الحق في تقديم المعارض، كما أنه من الصعب إن لم يكن من المستحيل وضع حدود أو قيود لتحديد معنى (ذوي الشأن) الشخص المؤهل لتقديم المعارض، وبذلك لم يقتصر على الأشخاص المعتدى عليهم، وبالتالي جوازيه رفع المعارض من جمهور المواطنين عامة.

وبجميع الأحوال يجب أن تتوافر في المعارض أهلية الاختصاص² ويقصد بها هنا صلاحية الشخص للقيام بعمل إجرائي باسمه أو في مصلحة الآخرين وهي تثبت لكل من تتوافر به أهلية الأداء فهي تثبت للفرد العاقل الراشد وإلا يبطل المعارض، ومن لا يتمتع بأهلية الاختصاص ينوب عنه وكيله بموجب وكالة محام أو وكالة خاصة أو عامة أو من خلال الولي أو الوصي أو القيم، وبذلك فإن المعارض المقدم ممن لا يتمتع بأهلية الاختصاص مثل القاصر تجعل المعارض مقدماً من غير ذي صفة على اعتبار أنه لا يستطيع أن يقرر طريق مصلحته، وهناك رأي آخر عدّ الخصومة باطلة وما بني على باطل فهو باطل بالتالي بطلان جميع الإجراءات اللاحقة³.

وبعد البحث في الأحكام الصادرة عن ديوان المظالم في السعودية تبين عدم وجود أي حكم صادر برد المعارض شكلاً كونه مقدماً من شخص لا يملك صفة، بالتالي فإن تشريعات العلامات التجارية النافذة في السعودية سارت على نهج التشريعات النافذة بالضفة الغربية، وفتحت المجال أمام عامة الجمهور لتقديم اعتراضاتهم، وهذا خلافاً على الأصل العام المعمول به في نظام المرافعات الشرعية في السعودية القاضي بوجود توافر الصفة في مقدم المعارضات أو التظلمات والتي اشترطت وجود مصلحة مشروعة قائمة أو محتملة يقرها القانون كما اعتبرت الصفة من

¹ المادة (14) الفقرة (2) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

² المادة (986) من مجلة الأحكام العدلية النافذة في الضفة الغربية والتي تنص على "مبدأ سن البلوغ في الرجل اثنتا عشر سنة وفي المرأة تسع سنوات ومنتهاه في كليهما خمس عشرة سنة، وإذا أكمل الرجل اثنتي عشرة سنة ولم يبلغ يقال له (المراهق) وإذا أكملت المرأة تسعاً ولم تبلغ يقال لها (المراهقة) الى ان يبلغا".

³ العاني، عبد الوهاب خيرى علي: نظام المرافعات دراسة فقهية بين الشرعية والقانون المدني الأردني، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، الطبعة الأولى، 2014م، ص 657.

النظام العام ولا يجوز مخالفتها أو حتى الاتفاق على مخالفتها¹ وعلى المحكمة أن تحكم فيها من تلقاء نفسها².

بالجانب المقابل اشترطت قانون المخالفات المدنية النافذ في الضفة الغربية وجوب توافر المصلحة الشخصية عند الاختصاص إذ لا تقبل دعوى أو طلب أو دفع أو طعن لا يكون لصاحبه مصلحة قائمة فيه يقرها القانون، ويكفي أن تكون المصلحة محتملة إذا كانت الغاية زيادة الاحتياط ودفع ضرر محقق أو وجود حق يخشى زواله لاحقاً، وإلا فإن الطلب أو الدعوى واجبة الرد شكلاً³.

وترى الباحثة أن الأصل في الدعاوى العادية أن يكون لرافع الدعوى مصلحة محتملة محققة وقائمة، إلا أنه في حالة الاعتراض على تسجيل العلامات التجارية لا داعي لوجود المصلحة للمعتراض وتعليل ذلك أن الهدف من الاعتراض هو منع الخداع والغش، كما أن اشتراط المصلحة في مقدم الاعتراض فيه مجافاة لصراحة النص من جهة وتضييقاً غير مبرر فيمن يعدّ صاحب مصلحة من جهة أخرى.

الفرع الثاني: مدة الاعتراض

لا يعدّ القبول المبدئي لطلب تسجيل العلامة وإعطائه رقماً قبولاً نهائياً⁴، إذ اشترطت التشريعات محل المقارنة بعد أن يتم فحص العلامة وقبولها مبدئياً نشر إعلان القبول في الجريدة الرسمية المختصة في الدولتين محل المقارنة، وذلك بعد دفع الرسوم المحددة للنشر⁵ بقصد إعلام الغير بتسجيل العلامات المنشورة ولكي يتمكن كل من له اعتراض على تسجيل تلك العلامة أن يتقدم بطلب الاعتراض خلال المدة القانونية المحددة والتي تبدأ من تاريخ النشر وتنتهي بانتهاء مدة النشر، والتي تختلف من دولة لأخرى.

¹ المادة (3) الفقرة (1) من نظام المرافعات الشرعية الصادر بمرسوم ملكي رقم (م/1) بتاريخ 1435/1/22هـ.

² العاني، عبد الوهاب خيري علي: المرجع سابق، ص 660.

³ المادة (3) قانون أصول المحاكمات المدنية والتجارية رقم (2) لسنة 2001م، المنشور لدى موسوعة القوانين وأحكام المحاكم الفلسطينية (مقام).

⁴ أحمد، غادة مبارك الشيخ: الاعتراض على قبول تسجيل العلامة التجارية، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، جامعة الخرطوم، السودان، 2008م، ص 30.

⁵ تبلغ تكلفة نشر العلامة التجارية في مجلة الملكية الصناعية 20 ديناراً أردنياً.

ولم يفرض التشريع الساري بالضفة الغربية وقتاً معيناً لإعلان القبول وإنما اكتفى بالنص على أقرب وقت ممكن¹ وعملياً يستغرق الأمر عدة أسابيع وفق كل حالة على حدة²، في حين ألزم التشريع النافذ في السعودية أن يبت في طلب التسجيل خلال تسعون يوماً من تاريخ الإيداع³، ويصدر المسجل كتاب الموافقة ويعطى الطلب رقماً متسلسلاً وفق نموذج كتاب الموافقة، مع الإشارة إلى أنه من الناحية العملية يستغرق فحص العلامة في السعودية وصور القرار سبعة أيام كحد أقصى من تاريخ الإيداع⁴.

كما جعلت التشريعات النافذة في الضفة الغربية إجراءات النشر تتم وفق الكيفية التي يقرها المسجل وبعد دفع الرسوم المقررة⁵ بحيث تتكفل الوزارة بنشر العلامة بالكيفية التي تراها مناسبة، متضمناً الإعلان جميع الشروط والقيود التي قبل بموجبها⁶ وذلك في مجلة الملكية الصناعية⁷ والتي تصدر شهرياً والتابعة بشكل مباشر للإدارة العامة لحماية حقوق الملكية الفكرية في وزارة الاقتصاد الوطني الفلسطيني، وقد حددت مدة الاعتراض في الضفة الغربية بثلاثة أشهر تبدأ من تاريخ نشر إعلان العلامة المراد تسجيلها في مجلة الملكية الصناعية وتنتهي بآخر يوم من الثلاثة أشهر، فإذا صادف آخر يوم من المدة المحددة يوم عطلة أو إجازة رسمية امتد لأول يوم عمل رسمي⁸.

بالمقابل يتعين على طالب التسجيل في السعودية استلام القرار الصادر عن المسجل بقبول تسجيل العلامة ونشر القرار، وذلك بعد دفع رسوم النشر خلال 30 يوماً من تاريخ إبلاغه بالقرار وإلا عدّ

¹ المادة (13) من قانون العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية.

² مقابلة أجريت مع رجا خويلد، مسجل العلامات التجارية في وزارة الاقتصاد الوطني الفلسطيني، رام الله، 2020/11/30م.

³ المادة (6) من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

⁴ موقع وزارة التجارة والاستثمار <https://mc.gov.sa/ar/mediacenter/News/Pages/23-09-16-02.asp>

⁵ تبلغ تكلفة نشر العلامة في مجلة الملكية الصناعية 20 ديناراً أردنياً، الموقع الإلكتروني الرسمي لمجلس الوزراء الفلسطيني <http://palestinecabinet.gov.ps>

⁶ المادة (13) من قانون العلامات التجارية، والمادة (32) الفقرة (1) من نظام العلامات التجارية النافذين بالضفة الغربية.

⁷ هي نشرات ورقية وإلكترونية تصدر شهرياً عن الإدارة العامة لحقوق الملكية الفكرية التابعة لوزارة الاقتصاد الوطني الفلسطيني الفلسطيني

الصادرة في رام الله، وتدوّن فيها جميع التصرفات التي تجري على سجل العلامات التجارية وتكون متاحة للجميع ولكل من يريد الاعتراض عليها.

⁸ المادة (21) الفقرة (3) من قانون أصول المحاكمات المدنية والتجارية رقم (2) لسنة 2001م النافذ في الضفة الغربية.

متنازلاً عن طلبه¹، ويكون النشر في صحيفة أعمال إلكترونية² وذلك استناداً إلى نص المادة (11) من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية، ويكون نشر إعلان العلامة التجارية لمدة شهرين في الصحيفة لغايات إعطاء فرصة للاعتراض عليها خلال المدة المذكورة، ولا يحسب منه اليوم الأول وتنتهي المدة بانقضاء اليوم الأخير، فإذا صادف آخر يوم عطلة رسمية امتد إلى أول يوم عمل بعدها³ وقد حددت مشتملات إعلان النشر بالآتي⁴:

1. رقم الطلب وتاريخ تقديمه.
2. اسم طالب التسجيل وعنوانه وجنسيته.
3. صورة العلامة التجارية.
4. اسم الوكيل وعنوانه.
5. المنتجات أو الخدمات المطلوب تسجيلها عنها وفئتها.
6. القيود والاشتراطات.
7. تاريخ الأولوية ورقمها والدولة التي أودع فيها (إن وجد).

¹ المادة (10) الفقرة (1) من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ بالسعودية.

² هي صحيفة يومية صادرة ومرخصة من وزارة الثقافة والإعلام السعودي، والمعتمدة رسمياً لغايات نشر العلامات التجارية المنوي تسجيلها في السعودية وفق قرار وزير التجارة والاستثمار السعودي ماجد بن عبد الله القصبي رقم (18190) بتاريخ 1438/4/7هـ، والمنشور على الموقع الإلكتروني لوزارة التجارة والاستثمار السعودي،

<https://mc.gov.sa/ar/mediacenter/News/Pagesp>.

³ المادة (22) من نظام المرافعات الشرعية الصادر بمرسوم ملكي رقم (م/1) بتاريخ 1435/1/22هـ.

⁴ المادة (10) الفقرة (2) من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ بالسعودية.

المطلب الثاني: إجراءات الاعتراض على تسجيل العلامة

تسير اجراءات لاعتراض على تسجيل العلامة التجارية بعدة مراحل سيتم استعراضها بشكل تدريجي بدءاً من تقديم اللائحة وتبلغ أطراف النزاع والرد عليها باللائحة الجوابية ومن ثم مرحلة تقديم البيانات والمداولة قبل إصدار القرار .

الفرع الأول: تقديم لائحة الاعتراض لدى الجهة المختصة.

تتم إجراءات الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية في الضفة الغربية وفقاً لنص المادة (14) من قانون العلامات ونصوص نظام العلامات النافذين بالضفة الغربية¹ والتي حددت القواعد الإجرائية الواجبة الإلتباع وأسلوب العمل عند السير بالاعتراضات من لحظة تقديم لائحة الاعتراض والرد عليها والبيانات المقدمة وجلسات الاستماع والتبليغات والإطار الزمني وحتى صدور القرار والطعن فيه.

إذ يحق لأي شخص وبواسطة وكيل قانوني يحمل بطاقة محام فلسطيني² أن يتقدم بلائحة اعتراض خطية لدى مكتب مسجل العلامات التجارية الفلسطيني في وزارة الاقتصاد الوطني متضمنة الأسباب الموجبة للاعتراض³ وتحديد الجهة المعارضة والجهة المعارض عليها ورقم إيداع العلامة محل الاعتراض وتاريخها وعدد النشرة⁴ وذلك خلال ثلاثة أشهر من تاريخ نشر العلامة محل الاعتراض في جريدة الملكية الصناعية⁵، ويترتب على إيداع الاعتراض وقف إجراءات تسجيل

¹ المواد (34،35،36،37،38،39،40،41،42،43،44،45) من نظام العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية.

² قرار محكمة العدل العليا الأردنية، رقم (49) لسنة 1959م، وقرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم (88) لسنة 1969م، المنشور لدى مركز عدالة للمعلومات القانونية، والذي جاء فيه "تعتبر اللائحة الجوابية المقدمة رداً على الاعتراض كأن لم تكن إذا لم تقدم من وكيل قانوني محام ويعّد طالب التسجيل متخلياً عن طلبه".

³ المادة (14) الفقرة (2) من قانون العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية والتي تنص على "ينبغي أن يقدم الاعتراض كتابة بحسب الأصول المقررة وأن يبين فيه أسباب الاعتراض".

⁴ المادة (35) من نظام العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية والتي تنص على " ينظم الاعتراض المذكور وفق النموذج المقرر المدرج في الذيل الثاني الملحق بهذا النظام وتذكر فيه الأسباب التي يستند إليها المعارض في اعتراضه على التسجيل وإذا كان الاعتراض على التسجيل مبنياً على كون العلامة المبحوث عنها تحاكي علامات موجودة في السجل وجب أن تذكر في لائحة الاعتراض أرقام تلك العلامات وأعداد الجريدة الرسمية التي نشرت فيها ويقدم الاعتراض على نسختين ثم يرسل السجل إحداهما إلى طالب التسجيل".

⁵ المادة (14) الفقرة (1) من قانون العلامات، والمادة (34) من نظام العلامات النافذين في الضفة الغربية.

العلامة محل الاعتراض إلى حين البت في الاعتراض وصدور قرار المسجل النهائي واستنفاده لطرق الطعن والتي سنتناولها لاحقاً.

وقد فتح المجال لمن يرغب بالاعتراض أن يتقدم بصفته الشخصية ومن خلال وكيل قانوني¹ يطلب خطي لمسجل العلامات خلال مدة الاعتراض الأصلية يطلب فيه تمديد مدة تقديم الاعتراض لأسباب خاصة بالمعتراض²، ويكون إجابة الطلب أو رفضه سلطة تقديرية للمسجل وفق تقديرات كل حالة ويكون قراره في هذه الحالة قطعياً لا يقبل الطعن بالاستئناف³، وفي حال قبول المسجل تمديد فترة الاعتراض يكون حقاً ينفرد به مقدم الاعتراض دون غيره، والتي تكون في أغلب الأحيان فترة شهر يبدأ احتسابها من تاريخ تقديم طلب التمديد.

ومثال ذلك شركة أجنبية ترغب بالاعتراض على تسجيل علامة في الضفة الغربية، فإنها تحتاج إلى وكالة قانونية مصدقة لدى كاتب العدل في السفارة أو الممثلة أو القنصلية الفلسطينية في الدولة الأجنبية، بالإضافة إلى تصديقها لدى الجهات الرسمية المحلية من وزارة الخارجية ووزارة العدل، مع الإشارة إلى وجوب أن يكون تاريخ الوكالة سابقاً لتاريخ تقديم طلب التمديد حتى يعتد به⁴، وإلا فإن طلب التمديد يكون مقدماً من شخص غير مخول بذلك، بالتالي ما بني على باطل فهو باطل.

كما يتطلب إرسال الوثائق الأصلية عبر البريد، إضافة إلى ترجمته إلى اللغة العربية⁵ لدى مترجم قانوني معتمد وغيرها، وهي إجراءات مطولة نسبياً بسبب الأوضاع السياسية والقانونية والظروف الخاصة التي تمر بها الضفة الغربية مقارنة مع الدول الأخرى وبالأخص المملكة العربية السعودية والتي تشهد قفزة نوعية في هذا الشأن، بالتالي تم فتح المجال لتقديم طلبات التمديد أمام مسجل العلامات الفلسطيني والتي أسهمت بتحقيق المصلحة العامة⁶.

¹ قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم (41) لسنة 1988م، المنشور لدى مركز عدالة للمعلومات القانونية.

² المادة (79) من نظام العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية.

³ قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم (138) لسنة 1965م، مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1965م، ص530، وقرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم (412) لسنة 1995م، مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1995م، ص617، والمشار إليهم لدى الزين، خالد نواف سلامة: المرجع السابق، ص58.

⁴ مقابلة أجريت مع رجاء خويلد، مسجل العلامات التجارية في وزارة الاقتصاد الوطني الفلسطيني، رام الله، 2020/11/30م.

⁵ المادة (42) من نظام العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية.

⁶ مقابلة أجريت مع رجاء خويلد، مسجل العلامات التجارية في وزارة الاقتصاد الوطني الفلسطيني، رام الله، 2020/11/30م.

أما عن موقف تشريعات العلامات التجارية النافذة في السعودية فقد أجازت تقديم اعتراض على قبول المسجل تسجيل علامة تجارية وذلك بشكل لائحة خطية موضحاً فيه أسباب الاعتراض ومرفق ببيانات مؤيدة لاعتراضه، وذلك أمام لجنة التظلمات والاعتراضات في الهيئة السعودية للملكية الفكرية المختصة بمتابعة الاعتراضات على قبول تسجيل العلامات التجارية والتي تتشكل من قبل الوزير المختص الذي يحدد عدد أعضاء اللجنة ومدة العضوية ونظام عملها ومكافأة أعضائه.

ويتم تقديم الاعتراض خلال ستون يوماً من تاريخ الإعلان عنها في صحيفة أعمال الإلكترونيّة، مع عدم اشتراط كون المعارض صاحب مصلحة في دعوى الاعتراض¹، وهو ما أخذ به القانون النافذ في الضفة الغربية والذي فتح المجال للجمهور بالاعتراض.

ويقوم المسجل خلال ثلاثون يوماً من تاريخ تقديم الاعتراض² بإرسال نسخة من الاعتراض ومرفقاته لطالب التسجيل والذي بدوره ملزم بتقديم لائحة جوابية خطية على الاعتراض خلال ستين يوماً من تاريخ تبليغه بها وإلا عدّ متنازلاً عنه³.

وبالرغم من عدم تطرق اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لموضوع التظلمات والاعتراضات والطعون بالقرارات الصادرة فيها إلا أن اتفاقية (تريس) سدت الفراغ وتركت المجال للدول الأعضاء ومن ضمنها السعودية باختيار مجال وأسلوب تقديم التظلمات والاعتراضات والطعون فيها بما يناسبها⁴.

¹ المادة (14) الفقرة (29) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

² المادة (12) الفقرة (2) من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ بالسعودية.

³ المادة (12) الفقرة (3) من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ بالسعودية.

⁴ المادة (15) الفقرة (5) من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (معاهدة تريس).

الفرع الثاني: تبليغ لائحة الاعتراض.

بعد تزويد مسجل العلامات الفلسطيني بلائحة الاعتراض ونسخة عنها لغايات التبليغ، يقوم بدوره بمنحها رقماً متسلسلاً ويرسل نسخة من لائحة الاعتراض إلى طالب تسجيل العلامة أو وكالة¹ وفق العنوان المدرج في السجل²، وفي حال كان أحد الأطراف شخصاً طبيعياً أو معنوياً أجنبياً غير مقيم في الضفة الغربية عندئذٍ يتوجب عليه تقديم عنوان للتبليغ، ويعتبر تبليغه على هذا العنوان صحيحاً منتجاً لآثاره، ويكون لطالب التسجيل الحق في تقديم لائحة جوابية خطية إلى مسجل العلامات التجارية حسب الأصول المقررة، تتضمن الأسباب التي يستند عليها في أحقيته بالعلامة خلال شهر واحد من تاريخ تبليغه بلائحة الاعتراض أو خلال أي مدة يقررها المسجل³ وإلا عدّ أنه متخلياً عن طلبه⁴.

وقد تضمنت أحكام محكمة العدل العليا تأييداً لذلك في العديد من أحكامها ومنها "يعتبر تبليغ طالب تسجيل العلامة التجارية لائحة الاعتراض بالبريد المسجل على عنوانه المعطى في طلب تسجيل العلامة تبليغاً قانونياً عملاً بالمادة (7) من نظام العلامات النافذ في الضفة الغربية، إضافة إلى أن الجهة المستأنفة تبلغت القرار موضوع الاستئناف بذات الطريقة، وعليه فإن عدم تقديم طالبة التسجيل اللائحة الجوابية على الاعتراض وعدم إجابتها على كتاب مسجل العلامات يجعل من القرار المستأنف المتضمن اعتبار طالب التسجيل متخلياً عن طلب التسجيل في محله، وموافقاً لأحكام المادة (14) الفقرة (3) من قانون العلامات التجارية"⁵.

بينما في السعودية لم يورد النظام ولائحته التنفيذية أي بنود متعلقة بالتبليغ وإنما تركت للنظام العام السائد في السعودية ممثلاً بنظام المرافعات الشرعية والذي حدد التبليغ بوساطة المحضرين كما

¹ المادة (14) الفقرة (3) من قانون العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية.

² المادة (7) الفقرة (2) من نظام العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية.

³ المادة (36) من نظام العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية.

⁴ المادة (24) من نظام العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية.

⁵ قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم (241) لسنة 1997م، المشار إليه لدى الحنيطي، يسار فواز، والخصاونة، أحمد علي: دلالة ضوابط تسجيل العلامات التجارية على حمايتها في القانونين الأردني والإماراتي: دراسة تحليلية مؤيدة بالأحكام القضائية، مجلة جامعة الشارقة للعلوم القانونية، الإمارات العربية المتحدة، المجلد (15) العدد (1)، ص162.

أجاز أن يتم التبليغ بوساطة صاحبة الدعوى، كما سمح النظام الاستعانة بالقطاع الخاص في تحضير الخصوم وفق ضوابط خاصة وتطبق على موظفي القطاع الخاص القواعد والإجراءات المنظمة لأعمال المحضرين.¹

الفرع الثالث: إدارة جلسات الاعتراض

يكون لأطراف الدعوى المعترض والمعتز عليه وفق التشريعات النافذة في الضفة الغربية الحق في تقديم البيانات الخطية والتصاريح المشفوعة بالقسم (إقرارات اليمين)² المؤيدة لموقف كل طرف، والمصدق عليها من الجهات الرسمية المشار لها سابقاً، وعلى المسجل أن يبلغ نسخة منها للأطراف، ويجب أن يتم الرد على الادعاءات المتقابلة خلال شهر واحد من تاريخ التبليغ³، وقد أجازت المادة (39) من النظام للمعتز أن يدحض البيانات المقدمة من طالب التسجيل كتابةً، مع اشتراط أن يكون الرد محصوراً في إطار الرد على فحوى بيانات طالب التسجيل دون زيادة أو نقصان ودون التطرق لبيانات جديدة.

وبالرغم من حظر المادة (40) من نظام العلامات النافذ في الضفة الغربية تقديم كلا الطرفين في نزاعات الاعتراض أي بيانات جديدة غير التي سبق تقديمها، بمعنى أن قيام الأطراف بتقديم بياناتهم وختم بينهم فلا مجال لتقديم أية بيانات إضافية، إلا أن المادة (41) من ذات النظام أجازت وبشكل صريح إبراز بيانات مؤيدة لبيانات سبق تقديمها، مع اشتراط تبليغ الأطراف بنسخ عنها، وقد مُنح مسجل العلامات سلطة تقديرية بخصوص فتح المجال لأطراف الاعتراض بتقديم بيانات جديدة مرتبطة بالنفقات⁴.

¹ المادة (11) الفقرات (1،2) من نظام المرافعات الشرعية النافذ في السعودية.

² طلب يوضح فيه صاحب التصريح أمام جهة مخولة بتصديق تصريحه، والتأكد من هويته وصفته ويقسم أمامها أن المعلومات المدرجة فيما صرح به أمامها صحيحة، ويتم توقيع الطلب من قبل المصرح والمصرح لديه، وعملياً، يتم القسم أمام قاضي المحاكم النظامية.

³ المواد (37،38) من نظام العلامات النافذ في الضفة الغربية.

⁴ المادة (40) من نظام العلامات النافذ في الضفة الغربية "لا يجوز للفريقين أن يقدموا بينة أخرى غير البينة التي سبق تقديمها غير أنه يجوز للمسجل في جميع الأوقات أن يسمح للطالب أو المعتز في أية إجراءات لديه تتعلق بالنفقات وغير ذلك بتقديم أية بينة وفق الشروط التي يستصوبها".

ولا شك أن قانون ونظام العلامات التجارية النافذين في الضفة الغربية جعلاً إجراءات الاعتراض تمتاز بالمرونة حينما أجاز لمسجل العلامات التجارية أن يمدد فترة تقديم البيانات والرد عليها أكثر من مرة واحدة بناء على طلب الأطراف أو وفقاً لصلاحياته التقديرية، والتي يمارسها وفق مقتضيات وظروف العمل، والتي أجازها له المشرع له في المواد (36) و(37) من نظام العلامات، وبذلك فإنه يجوز للمسجل أن لا يعتبر الاعتراض ساقطاً في حالة تخلف المعارض عن تقديم بياناته خلال المدة المحددة في القانون أو خلال المدة التي يقررها المسجل، وله أن يمدد فترة تقديم البيانات لأكثر من مرة، أو أن يعفي المعارض من تقديم البيانات إذا ثبت وجود بيانات أخرى كافية للبت في الاعتراض¹، إلا أن التعسف في استعمال هذه السلطة أو إساءة استعمالها على نحو يخل بالمساواة بين الخصوم من شأنه أن يعيب القرار الصادر ويجعله عرضة للإلغاء².

وعليه، وبعد النظر في البيانات التي قدمها كل من الأطراف وتدقيق الأسباب والبيانات، يعقد المسجل جلسة سماع للأطراف إذا ما رغبوا في بسط قضيتهم وشرح حججهم ومتى استوجب الأمر ذلك، ويعدّ سماع الفرقاء سلطة تقديرية للمسجل، فإذا لم يجد ضرورة لسماعهم فليس في ذلك ما يخالف القانون³، وذلك بعد إشعار الأطراف قبل موعد الجلسة ب عشرة أيام⁴ بحيث يقوم المعارض ابتداءً بعرض مرافعته موضحاً أسباب اعتراضه وأسانيده القانونية، ثم يأتي دور المعارض عليه في تقديم مرافعته والرد عليها بحدود ما تضمنته من وقائع وأسانيد قانونية، ولم يرتب المشرع على تغيب أحد الأطراف أي أثر على الدعوى⁵.

¹ سلامة، نعيم جميل صالح: المنافسة غير المشروعة في العلامة التجارية وأوجه حمايتها (دراسة مقارنة)، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة الأولى، 2015م، ص184.

² المادة (10) الفقرة (3) من قانون تشكيل المحاكم النظامية لسنة رقم (5) لسنة 2001م، وقرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم (33) لسنة 1988م، المشار إليه لدى ماضي، رمزي أحمد: مرجع سابق، ص55.

³ قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم (109) لسنة 1997م، المنشور لدى مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1997م، ص656.

⁴ المادة (43) من نظام العلامات النافذ في الضفة الغربية، وقرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم (98) لسنة 1996م، والذي جاء فيه "إشعار المستأنفة بالبريد المسجل قبل موعد الجلسة بثلاثة أيام وتبلغها الإشعار بعد موعد الجلسة فيه إخلال بالإجراءات يستوجب فسخ القرار وإعادة الأوراق لاستكمال الإجراءات حسب القانون".

⁵ حتملة، سليم سلامة: المرجع السابق، ص592.

وبناء على ما سبق بيانه يصدر المسجل قراره بدعوى الاعتراض، ويبلغ الأطراف به كتابةً، ولا يكون قراره قطعياً نهائياً وإنما يمكن الطعن فيه بالاستئناف أمام محكمة العدل العليا، وسيتم البحث في هذا الموضوع بالتفصيل لاحقاً¹.

بينما تشريعات العلامات التجارية النافذة في السعودية لم تتطرق بشكل تفصيلي لموضوع البيانات المقدمة من طرفي الدعوى إلا أنها وضعت الإطار العام الذي يتيح للجنة التظلمات والاعتراضات في الهيئة السعودية للملكية الفكرية تحديد موعد جلسة لسماع أقوال طرفي الدعوى أو أحدهما بناء على طلبهم، كما خولتهم صلاحية طلب المستندات الثبوتية من الأطراف²، وبذلك فقد تركت التفاصيل للنظام الداخلي للهيئة السعودية للملكية الفكرية.

المبحث الثاني: الأسس والمبررات التي يقوم عليها الاعتراض

عندما يفكر المعارض في تقديم اعتراض على تسجيل علامة تجارية فإن عليه البحث عن موجبات ومبررات الاعتراض حتى يضمن قبول اعتراضه، فعند التدقيق في مجمل التشريعات والأحكام النازمة للعلامة التجارية نجد أنها لم تتعرض لأي رابط قانوني مباشر بين تقديم طلب الاعتراض ومبررات تقديمه، ومع ذلك فقد أشارت تلك التشريعات إلى شروط معينة يجب توافرها في العلامة التجارية حتى تكون محمية قانوناً بحيث تكفل تمييزها عن غيرها من العلامات.

وأيضاً تواترت السوابق القضائية الصادرة عن الجهات المختصة في الفصل في منازعات الاعتراضات في الضفة الغربية والسعودية والتي من خلالها يمكن استنتاج جملة من الأسس التي يمكن الاستناد إليها في إقامة دعوى الاعتراض على تسجيل علامة تجارية وهي مرنة ومتغيرة وفق كل حالة على حدة.

¹ الزين، خالد: مرجع سابق، ص 59.

² المادة (15) الفقرة (1) من القانون (النظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، والمادة (13) الفقرة (1) من اللائحة التنفيذية النافذة بالسعودية.

وسيتم في هذا المبحث التطرق لأبرز أشكال الاعتراضات وأكثرها تداولاً في الضفة الغربية والسعودية، وتكييفها القانوني وتطبيقاتها العملية وهي واردة في هذا المبحث على سبيل المثال لا الحصر.

المطلب الأول: الاعتراض على علامة مشابهة أو مطابقة لعلامة سبق تسجيلها أو إيداعها

كفلت تشريعات العلامات السارية بالضفة الغربية لأي شخص سواء بصفته الشخصية أو بوساطة وكيله الحق بالاعتراض على طلبات تسجيل العلامات التجارية المنشورة في مجلة الملكية الصناعية خلال المدة المحددة للاعتراض وبعد دفع الرسوم المقررة للاعتراض، استناداً إلى وجود تشابه أو تطابق مع علامة مسجلة أو مودعة بتاريخ أسبق أو مجددة حسب الأصول¹، وكذلك الحال بالنسبة للتشريعات النافذة في السعودية².

على ذلك فإنه لأي شخص حتى ولو لم يكن له مصلحة شخصية مباشرة في الاعتراض أو لمالك العلامة التجارية المسجلة أو المودعة سابقاً الحق بالاعتراض على تسجيل تلك العلامة التجارية التي تطابق أو تشابه علامته التجارية، إذا كان هذا التشابه أو التطابق يؤدي إلى تضليل جمهور المستهلكين وإيقاعهم بالغش، بالتالي أعطى المشرعين كامل الحماية للعلامة المسجلة³.

ولم تعرف التشريعات النافذة في الضفة الغربية والسعودية المقصود بالتزوير أو تقليد العلامة التجارية، وهو ما تولاه الفقه والقضاء، فالرأي الغالب عرف تقليد العلامة (التشابه)؛ بأنه التماثل في الجزء الأكبر من العناصر أو الأشياء التي تتكون منها العلامتان المتشابهتان، وهي محاكاة لعلامة أخرى مع وجود اختلافات بسيطة بشكل يؤدي إلى تضليل الجمهور، أما التزوير (التطابق) فهو اقتباس العلامة بشكل تام وحرفي دون تغيير، أي التطابق التام بين العلامتين بحيث لا يمكن تفرقتها عنها وكأنها صورة طبق الأصل من العلامة الأصلية، وهذا ما أكدته ديوان المظالم في

¹ المادة (8) الفقرة (11) من قانون العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية.

² المادة (3) الفقرة (11) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

³ جبارين، إيناس مازن فتحي: الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً للقوانين الأردنية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2010م، ص90.

السعودية¹، وبذلك فالتقليد أقل درجة من التزوير فالتزوير يأخذ كل العناصر الأساسية المكونة للعلامة، أما التقليد فيأخذ العناصر الأساسية فقط.

وبالرغم من عدم الإشارة إلى تقليد العلامة التجارية وتزويرها بشكل تفصيلي في تشريعات العلامات النافذة في الضفة الغربية، إلا أن نص المادة (5) من قانون البضائع الأردني الساري بالضفة الغربية أشار إليها صراحة واعتبر أن العلامة المزورة هي العلامة قريبة الشبه من العلامة الأصلية سواء أكانت بالإضافة إليها أم بإحداث تغيير فيها أو تشويهها ودون موافقة مالك العلامة الأصلية²، طالما أنها تؤدي إلى خداع جمهور المستهلكين وتضليلهم، بحيث يظن المستهلك أنها العلامة الأصلية، بالتالي عدم إمكانية التمييز بين العلامة الأصلية والمزيفة، فالتقليد وفقاً لاجتهاد محكمة العدل العليا يكمن في التشابه الموجود بين علامتين موضوعتين على نفس المنتج أو الخدمة ومن شأنه إحداث لبس أو خلط عند المستهلك متوسط الانتباه.

ومتى ما كانت العلامة مزورة فالأمر لا يثير صعوبة كون التطابق بين العلامة الأصلية والعلامة المزورة تاماً، ويبقى الخلاف بإثبات مالك العلامة التجارية الحقيقي، بخلاف التقليد الذي يتطلب إجراء مقارنة بين العلامتين لتحديد وجود الاختلاف بين العلامتين من عدمه، وقد استقرت أحكام ديوان المظالم السعودي على استقلال القضاء بتحديد الفرق بين التزوير والتقليد وبتقدير وجود تشابه من عدمه، وجعلها من المسائل الموضوعية التي تتعلق بوقائع الدعوى التي يستقل قاضي الموضوع بتقديرها بناءً على الوقائع الخاصة بكل حالة على حدة³، وعملياً تعدّ طلبات تسجيل العلامات المزورة نادرة بالمقارنة مع العلامات المقلدة والتي تشكل النسبة الكبيرة من قضايا الاعتراض⁴.

¹ ضمرة، مهند: الحماية الجزائية للعلامة التجارية في نظام العلامات التجارية السعودي، مجلة جامعة الملك سعود، العدد (29) الحقوق والعلوم السياسية (2)، 2017م، ص337، بحث منشور في موقع دار المنظومة.

² المادة (5) من قانون علامات البضائع والرسوم الأردني رقم (19) لسنة 1952م والتي تنص "يعتبر الشخص بأنه زور علامة تجارية:

1. إذا صنع تلك العلامة التجارية أو أية علامة قريبة الشبه منها بصورة تؤدي إلى الانخداع بدون موافقة صاحبها.

2. إذا زور أية علامة تجارية حقيقية سواء بتغييرها أم بالإضافة إليها أم بتشويهها أو بغير ذلك".

³ قرار صادر عن ديوان المظالم رقم (2/572/ق) لسنة 1411هـ، والمشار إليه لدى الغامدي، علي: دراسة في الحماية الجنائية للعلامات التجارية في النظام السعودي، شبكة المحامين العرب.

⁴ مقابلة أجريت مع رجاء خويلد، مسجل العلامات التجارية في وزارة الاقتصاد الوطني الفلسطيني، رام الله، 2020/11/30م.

وما يأتي مثال على تزوير علامة تجارية، حيث يلاحظ التطابق التام بالأحرف واللغة المستخدمة واستخدام الأحرف الكبيرة، وعلى ذات الصنف مما يعني وجود تطابق تام بين العلامتين.

العلامة الأصلية	العلامة المقلدة
	

صورة رقم (1) : توضيح العلامات المزورة

أما مثال على علامة مقلدة فيلاحظ التشابه العام بين العلامتين أدناه من حيث الفكرة والألوان المستخدمة وحتى التشابه بالأحرف المستخدمة والذي يوحي بتشابه العلامتين، ومع الفحص الدقيق نلاحظ الفرق بين العلامتين، الأمر الذي يعطيها صبغة متقاربة على المستوى البصري.

العلامة الأصلية	العلامة المقلدة
	

صورة رقم (2): الفرق بين العلامة الأصلية والمقلدة

ومن التطبيقات القضائية على الاعتراض على تسجيل علامة تجارية لوجود علامة مطابقة مسجلة مسبقاً في السعودية، الاعتراض الذي تقدم به المعارض استناداً إلى تطابق علامته (مضيايف) مع علامة طالب التسجيل، وقد صدر قرار ديوان المظالم بتأييد قرار لجنة التظلمات والاعتراضات برفض تسجيل علامة (المضيايف) كون العنصر الرئيسي في كلا العلامتين يتطابق تماماً من حيث الشكل الخارجي مع علامة المعارضة (المضيايف) بغض النظر عن اختلاف أصناف العلامتين¹. وترى الباحثة أن قرار هيئة التدقيق في ديوان المظالم السعودي جاء سليماً، كون أن التطابق بين العلامتين تام ووقوع جمهور المستهلكين بالغش هو أمر حتمي لا مجال فيه للشك وهو التطابق

¹ قرار هيئة التدقيق السعودي رقم (102/ت/هـ) لعام 1423هـ، والصادر بتاريخ 1423/9/5هـ، في القضية رقم (1/1987/ق) لعام 1422هـ والمنشور لدى مجموعة الأحكام المبادئ الإدارية الصادرة عن ديوان المظالم في السعودية، الملكية الفكرية، المجلد (7)، ص 210.

الممنوع قانوناً والمستوجب فيه رفض طلب التسجيل كونه مخالفاً لنص المادة (3) الفقرات (9،11) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية، فالأولى بطالب التسجيل ادخال بعض العناصر أو الألوان التي تجعل من علامته مميزة عن علامة المعارض.

ومن تطبيقات محكمة العدل العليا الفلسطينية بهذا الشأن اعتبار العلامتين (Metro) و (Merit) متشابهتين لدرجة تؤدي إلى غش الجمهور من حيث النظر والسمع واللون واللفظ والغلاف وتصميمه ولونه وسيؤدي إلى المنافسة غير المشروعة خاصة وأنها لذات الصنف والبضاعة (شفرات حلقة) كما أن الفكرة الأساسية لكلا العلامتين ومظاهرها الرئيسة يؤديان إلى وقوع التباس بينها بسبب التشابه الواضح بين العلامتين¹.

ولتحديد ما إذا كانت العلامة المراد تسجيلها والمنوي الاعتراض عليها مقلدة ولتقرير مسألة التعدي والتشابهة فإن كل أحكام المحاكم المقارنة أشارت إلى أن العبرة بالتشابهة تكون بالفكرة الأساسية التي تنطوي عليها كلا العلامتين والمظاهر الرئيسة للعلامة وليس تفاصيلها الجزئية، وصنف البضاعة أو الخدمة المنوي تسجيلها لأجله وفق تصنيف نيس المعتمد² في كلا الدولتين محل المقارنة، ومدى احتمالية وقوع الالتباس عند النظر أو سماع اسم العلامة، وافترض أن المستهلك شخص عادي وليس الشخص الفطن أو الخبير الذي يتفحص العلامة بشكل دقيق³ وهو ما سنتطرق له لاحقاً.

وفي جميع الأحوال ولإمكانية تقديم اعتراض أمام وزارة الاقتصاد الوطني الفلسطيني استناداً إلى وجود علامة مشابهة أو مطابقة لعلامة أخرى مسجلة سابقاً، نجد أن حق المعارض بتقديم الاعتراض مقيد⁴ بصنف المنتجات والخدمات المطابقة أو المشابهة للعلامة المسجلة، أي أن مالك

¹ قرار محكمة العدل العليا الفلسطينية رقم (120) لسنة 2016م، المنشور لدى موسوعة القوانين وأحكام المحاكم الفلسطينية (مقام).

² هو تصنيف دولي للسلع والخدمات لأغراض تسجيل العلامات، الذي أنشئ بمقتضى الاتفاق المبرم في مؤتمر نيس الدبلوماسي بتاريخ 15 يونيو 1957، في استوكهولم سنة 1967، وفي جنيف سنة 1977، وعدل سنة 1979.

³ مبارك، محمود أحمد عبد الحميد: العلامة التجارية وطرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2006م، ص79.

⁴ المادة (7) الفقرة (4) من قانون العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية.

العلامة (المعتراض) لا يمكنه الاحتجاج على طالب تسجيل العلامة مادام أن الأخير يرغب بتسجيل العلامة ضمن صنف من الخدمات والمنتجات المختلفة، فلا مجال لرفع دعوى اعتراض على تسجيل علامة تجارية استناداً إلى التشابه مع علامة مسجلة سابقاً إذا كانت المنتجات أو الخدمات لكلا العلامتين مختلفين ويصدر المسجل قراره برد الاعتراض، وبذلك فلا مانع من تسجيل علامتين مشابھتين على أصناف مختلفة¹ ونجد من خلال النصوص الواردة في قانون العلامات التجارية الساري بالصفة الغربية أن ما ينطبق على البضائع والمنتجات ينطبق أيضاً على الخدمات².

وقد جاء في حكم محكمة العدل العليا "لا يقبل طلب تسجيل علامة الشركة التي تنتج الألبان فقط والتي تشابه علامة شركة أخرى تنتج منتجات الحليب والألبان المختلفة مادام أن منطوق العلامتين في مجمله مشابهة بشكل يؤدي إلى الغش"³.

ولم تتفق التشريعات النافذة في السعودية مع ما أورده التشريعات السارية بالصفة الغربية بشأن اشتراط تشابه أصناف العلامات لإمكانية الاعتراض، إذ أقرت المادة (9) الفقرة (2) من قانون (نظام) العلامات التجارية النافذ في السعودية بجوازيه تسجيل علامتين متشابهتين وعلى ذات الصنف مع اختلافها في المنتجات أو الخدمات الواردة في الصنف ذاته، بالتالي لا مانع من تسجيل علامتين متشابهتين على ذات الصنف وكل ذلك مقيد بعدم إحداث غش وتضليل لجمهور المستهلكين⁴.

فقد جاء في الحكم الصادر عن ديوان المظالم والقاضي برد الاعتراض موضوعاً على تسجيل العلامة التجارية (الصفحات الزرقاء) على الصنف (16) لتطابقها مع العلامة التجارية (الصفحات الزرقاء) في الصنف (36) مستنداً برد الاعتراض على أن نظام العلامات فرض حماية للعلامة

¹ المادة (8) الفقرة (10) من قانون العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية.

² المادة (2) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

³ قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم (146) لسنة 1987م، المشار إليه لدى ماضي، رمزي أحمد، المرجع السابق، ص50.

⁴ المادة (9) الفقرة (2) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية والتي تنص على "لا تعتبر السلع أو الخدمات مشابهة لبعضها البعض لمجرد كونها مدرجة في نفس السجل، ولا تعتبر السلع أو الخدمات مختلفة عن بعضها البعض لمجرد كونها مدرجة في فئات مختلفة من ذات التصنيف".

التي تم تسجيلها أو إيداعها بشرطين الأول أن يكون هناك تطابق أو تشابه بين العلامة المودعة أو المسجلة والعلامة المراد تسجيلها وأن ينشأ عن تسجيل العلامة الحط من قيمة منتجات الآخرين أو خدماتهم، والشرط الثاني: أن تكون المنتجات أو الخدمات المراد وضع العلامة عليها متحدة أو متماثلة، فإذا توافر الشرطان يحظر تسجيلها لما يحصل من خلط لدى المستهلك العادي، ويلاحظ أن العلامتين متطابقتان لفظاً وشكلاً ومختلفات من حيث الأصناف، وبالتمعن في هذين الصنفين يلاحظ أن علامة المدعية توضع على الخدمات الإعلان، أما العلامة المطلوب تسجيلها توضع على المجالات الخاصة، مما يؤكد بأن الهدف منها الخدمات الإعلامية بالتالي التماثل في الخدمات التي توضع عليها العلامتين مما مؤداه حصول اللبس والخلط بينهما والذي هو مناط المنع حتى لو اختلفت الأصناف، بالتالي عدم جواز تسجيل العلامة¹.

وترى الباحثة ومن خلال ما ورد أعلاه وبمفهوم المخالفة أنها أجازت وبشكل ضمني إمكانية رفع دعوى اعتراض على تسجيل علامة حتى لو كانت الأصناف مختلفة وهو مرتبط بشكل أساسي بوجود الغش والتضليل والربط بين العلامات، ولم تعد واقعة اتحاد الأصناف سبباً لمنع تسجيل العلامة، فالعبرة بإحداث غش وتضليل للجماهير، بالتالي لا أهمية لاتحاد أو اختلفت الأصناف.

وقد اجمع القضاء على وجود أنواع للتشابه بين العلامات الذي قد يحدث عن طريق حاسة البصر وطريقة الكتابة، وقد تكون العلامة المقلدة مشابهة للعلامة الأصلية من حيث الجرس الصوتي وقد تجتمع كل أنواع التشابه بعلامة واحدة، وفق الآتي:

الفرع الأول: التشابه الكتابي بين العلامات

يكون التشابه الكتابي بين العلامة الأصلية والمقلدة على أساس الشكل الخارجي لها، ويقصد بالشكل الخارجي الألوان والرسومات والأحرف المستخدمة وطريقة الكتابة ونوعية الخط المستخدم والملصقات وكل شكل آخر يمكن أن يوقع المستهلك في خلط عند عدم تواجد كل من السلعة

¹قرار ديوان المظالم هيئة التدقيق رقم (227/ت/هـ) لعام 1425هـ، والصادر بتاريخ 1425/8/12هـ، في القضية رقم (1/1611/ق) لعام 1324هـ والمنشور لدى مجموعة الأحكام المبادئ الإدارية الصادرة عن ديوان المظالم في السعودية، الملكية الفكرية، المجلد (7)، ص232.

الأصلية والسلعة المقلدة أمام المستهلك، وقد يكون التقليد بالزيادة أو النقصان في الحروف واستبدالها¹.

ومن أمثلة ذلك العلامة التجارية المشهورة (أديداس/adidas) والتي تم تقليدها بطرق مختلفة وفق الآتي:

العلامات المقلدة	العلامة الأصلية
	

صورة رقم (3) : الفرق بين العلامة الأصلية والعلامة المقلدة من حيث البصر (التشابه الكتابي).

وفي ذات المعنى أقر ديوان المظالم السعودي برفض تسجيل العلامة التجارية (أرياف) المكتوبة باللغة العربية واللاتينية بالفئة (30)، لتشابهها مع العلامتين المسجلتين (الريف) بحروف عربية وكلمة (ريف) بحروف عربية ولاتينية، فعلى الديوان هذا الحكم بوجود التشابه ما بين العلامة المطلوب تسجيلها (أرياف) والعلامتين المسجلتين المذكورتين من حيث الشكل والنطق والجرس الصوتي والاتحاد في الصنف، مما يسبب اللبس والخلط لدى جمهور المستهلكين². وكذلك حكم ديوان المظالم بثبوت التشابه البصري المؤدي للخلط بين العلامة (ZI) والعلامة (Z)³.

الفرع الثاني: التشابه اللفظي بين العلامات

يقصد به الشبه القائمة على أساس النطق بمجموع العناصر المتشابهة في العلامة، فقد يحدث التشابه عن طريق حاسة السمع (الجرس الصوتي) فيقع اللبس لدى المستهلك.

¹ صالح، سارة: جريمة تقليد العلامة التجارية، دفا تر السياسة والقانون، المجلد (2016)، العدد (15)، 2016م، ص391.

² ضمرة، مهند: المرجع السابق، ص332.

³ قرار ديوان المظالم هيئة التدقيق رقم (130/ت/5) لعام 1427هـ، والصادر بتاريخ 1427/3/10هـ، في القضية رقم (2/3274/ق) لعام 1425هـ والمنشور لدى مجموعة الأحكام المبادئ الإدارية الصادرة عن ديوان المظالم في السعودية، الملكية الفكرية، المجلد (7)، ص1604.

ومن الأمثلة على التشابه من حيث الجرس الصوتي:

العلامة الأصلية	العلامة المقلدة
	

صورة رقم (4) : الفرق بين العلامة الأصلية والمقلدة من حيث الجرس الصوتي

ومن التطبيقات القضائية في السعودية بهذا الشأن، ما طرح على ديوان المظالم من نزاع تتلخص وقائعه أن الشركة المدعية صاحبة علامة (VIMTO) تطلب إلغاء قبول تسجيل علامة الشركة المدعى عليها صاحبة علامة (VENO) لاتحاد الصنف في كلا العلامتين، وهي الفئة (٣٢) الخاصة بأنواع عصير الفاكهة وشرابها، لما فيه من مساس بعلامتها المشهورة على مستوى العالم، مما قد يسبب إحداث لبس لدى المستهلك العادي في التفرقة بين العلامتين، وقد جاء حكم الديوان في هذه القضية "وحيث أن العلامة المطلوب تسجيلها مشابهة لعلامة المدعية في الشكل العام وهو ما تجب مراعاته عند معايرة التشابه، وفي وقع الجرس الصوتي في بداية النطق ونهايته، ولا شك أن هذا يؤثر لبساً وتضليلاً على المستهلك، خاصة مع اتحاد الصنف، فضلاً عن كون علامة المدعية مما تقوم الدواعي على طلب تقليدها لما لعلامة المدعية من شهرة مستفيضة لدى عموم المستهلكين¹.

ومن التطبيقات القضائية الفلسطينية بهذا الشأن اعتبار علامة (FLASH) باللغة الإنجليزية مشابهة لعلامة (فلاش) باللغة العربية باعتبار أن كلا العلامتين تلفظ بنفس الأحرف².

¹ قرار ديوان المظالم هيئة التدقيق رقم (5/ت/28) لعام 1427هـ، والصادر بتاريخ 14/1/1427هـ، في القضية رقم (1/4729/ق) لعام 1427هـ والمنشور لدى مجموعة الأحكام والمبادئ الإدارية الصادرة عن ديوان المظالم في السعودية، مجلد (7)، ص: 1582.

² قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم (108) لسنة 1965م، مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1996، ص: 157، المشار إليه لدى حمدان، ماهر فوزي: المرجع السابق، ص60.

المطلب الثاني: الاعتراض لأسبقية الاستعمال

يلاحظ بعدم تعرض كلا القانونين محل الدراسة مباشرة لأي رابط قانوني بين تقديم طلب الاعتراض ومبررات الاعتراض، حيث رفضت التشريعات النافذة في الضفة الغربية والسعودية تسجيل علامات بحكم طبيعتها مثل العلامات المطابقة أو المشابهة لعلامة مسجلة مسبقاً والعلامات المخلة بالنظام العام والآداب، والعلامات المطابقة أو المشابهة لعلامة مستعملة مسبقاً والتي قد تؤدي إلى إحداث لبس لدى جمهور المستهلكين.

فأصحاب العلامات التجارية يعلمون أن بإمكان أي شخص القيام بتقليد أو تزوير العلامة وتسجيلها لدى الجهات المختصة وامتلاكها بقوة القانون، وعليه فقد أخذ نظام العلامات التجارية السعودي السابق بواقعة التسجيل كسبب منشئ لملكية العلامة التجارية مما خلق نوعاً من الإرباك في النظام القانوني لملكية العلامات التجارية منذ صدور نظام العلامات التجارية السعودي المعدل عام 1423هـ وحتى صدور قانون العلامات التجارية لدول مجلس التعاون الخليجي النافذ حالياً بالسعودية، بسبب إقراره واقعة سبق التسجيل كسند لإثبات ملكية العلامة التجارية وإغفال واقعة سبق الاستعمال، فقد استغل البعض ذلك في تسجيل علامات تجارية سبقهم الغير في استعمالها مما تسبب في الكثير من المنازعات القانونية والقضائية حول ملكية العلامات التجارية.

فيرى المسؤولون في نظام العلامات التجارية في وزارة التجارة والاستثمار السعودي السابق أن نظام العلامات السعودي السابق لا يحرم من يرى أنه الأولى بملكية علامة تجارية من التقدم بشكوى قضائية لإبطال تسجيل العلامة استناداً إلى مبدأ الغش والتظليل في تقديم المعلومات، لكن عملياً هو وسيلة شاقة ومكلفة، والكثير يعزف عنه ويبحث عن علامة جديدة رغم الخسائر المادية والمعنوية التي يمكن أن يتكبدها بفقد جمهور المستهلكين من العملاء الذين يتعاملون مع علامته المصادرة، خاصة إذا كانت تستخدم لتمييز منتجات مماثلة لمنتجاته¹.

على عكس موقف تشريعات العلامات التجارية النافذة حالياً في السعودية والتي جعلت من تسجيل العلامة مجرد قرينة على امتلاك العلامة التجارية، وهي قرينة قابلة لإثبات العكس متى أثبت أي

¹ صحيفة الجزيرة السعودية اليومية التي تصدر عن مؤسسة الجزيرة للصحافة والطباعة والنشر ومقرها العاصمة الرياض.

<https://www.al-jazirah.com/2011/20111002/ec4.htm>

شخص طبيعي أو اعتباري سبق استعمال العلامة التجارية المسجلة وهو ما أسهم في عودة الاستقرار لسوق العلامات التجارية على مستوى المملكة العربية السعودية.

وفي هذا الصدد أقر قانون العلامات النافذ في الضفة الغربية منذ العام 1952م وأحكام محكمة العدل العليا باعتماد واقعة الاستعمال وقرينة التسجيل كسند لإثبات ملكية العلامة التجارية، إذ جعلت لتسجيل العلامة أثراً مقررًا، وشهادة التسجيل ليست إلا مقدمة بينة على قانونية العلامة التجارية، بمعنى أن تسجيل العلامة والشهادة الصادرة بذلك تعدّ قرينة على ثبوت ملكية العلامة التجارية، وهي قرينة قانونية غير قاطعة ويجوز إثبات عكسها بكافة طرق الإثبات من قبل الأسبق في استعمالها خلال فترة زمنية محددة، وبذلك فالتشريعات السارية بالضفة الغربية جعلت ملكية العلامة التجارية تنشأ بأولوية الاستعمال واقتصر أثر التسجيل على تقرير الحق¹.

وترى الباحثة أن الاجتهاد القضائي في الضفة الغربية من خلال اجتهادات محكمة العدل العليا استقر على منح الحماية للعلامة المستعملة، فقد جاء في قرار لمحكمة العدل العليا الأردنية "إن معيار أسبقية استعمال العلامة التجارية لا يتحدد من تاريخ التسجيل في السجل التجاري لعدم وجود نص يقضي بذلك، فالمادة (11) من قانون العلامات التجارية جعلت الاستعمال قرينة على الملكية دون أن تحدد في حالة التنازع على الملكية كيفية احتساب الأسبقية في الاستعمال، إذ إن أساس الملكية هو استعمال العلامة، فإذا اختلف شخصان بشأن الملكية فالأفضلية تكون لمن يثبت أنه استعمل العلامة قبل الآخر"².

وأيضاً قرار محكمة العدل العليا الفلسطينية والذي جاء فيه "العبرة في ملكية العلامة التجارية هو لسبق استعمالها استعمالاً حقيقياً لا لسبق تسجيل العلامة في مكتب تسجيل العلامات التجارية"³.

¹ سلامة، نعيم جميل صالح: الجوانب القانونية لإجراءات تسجيل العلامات التجارية في فلسطين دراسة تحليلية مقارنة بالقانونين المصري والفرنسي، المرجع السابق، ص 651.

² قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم (109) لسنة 1997م، مجلة نقابة المحامين الأردنيين، لسنة 1997م، ص 549.

³ قرار محكمة العدل العليا الفلسطينية، رقم (51) لسنة 1997م المشار إليه لدى سلامة، نعيم جميل صالح: الإطار القانوني لمميزات الحق في العلامة التجارية وانقضاء ملكيتها: دراسة تحليلية مقارنة، مجلة المنارة للبحوث والدراسات، جامعة آل البيت، الأردن، مجلد (24) العدد (3)، 2018م، ص 514.

على ذلك فإنه لأي شخص حتى ولو لم يكن له مصلحة شخصية مباشرة في الاعتراض¹ ولمالك العلامة التجارية المستعملة وغير المسجلة الحق بالاعتراض على تسجيل تلك العلامة التجارية التي تطابق أو تشابه علامته التجارية المستعملة في الضفة الغربية أو السعودية ولو لم يتم بتسجيلها، إذا كان هذا التشابه أو التطابق يؤدي إلى تضليل جمهور المستهلكين وإيقاعهم بالغش، بالتالي كفلت التشريعات محل الدراسة الحماية للعلامة التجارية المستعملة غير المسجلة².

وبذلك فإن تسجيل العلامة يكون مقررًا للحق في مبدئه ثم يصبح منشأً لذلك الحق في منتهاه، أي تبقى أسبقية استعمال العلامة هي أساس إنشاء الحق في ملكية العلامة بينما يكون تسجيل العلامة مجرد تقرير للحق فيها، وذلك خلال مدة محددة فإن مضت تلك المدة دون اعتراض يصبح التسجيل منشأً للحق في العلامة، وتطبيقاً لذلك قضت محكمة العدل العليا الفلسطينية بأحقية تسجيل علامة (Diamond) كونها الأسبق في الاستعمال³، وتجدر الإشارة إلى أن الاستعمال يجب أن يثبت في تاريخ سابق بالإضافة إلى وجود استمرارية في الاستعمال حتى وقت حدوث المنازعة، أما الاستعمال المصحوب بانقطاع طويل قد ينجم عنه ترك للحقوق التي تكتسب بفعل الاستعمال الأولي، ولما كان الاستعمال واقعة مادية فإن إثباته يتم بطرق الإثبات كافة بما فيها شهادة الشهود⁴.

كما قضت محكمة العدل العليا أن الاستعمال المقصود في قانون العلامات التجارية الأردني النافذ في الضفة الغربية هو استعمال العلامة لتمييز بضاعة صاحب العلامة ذاته، وأن مجرد قيام شخص باستيراد بضاعة مع مجموعة أشخاص آخرين يستوردونها من الخارج، لا يقصد به الاستعمال الذي رمى إليه قانون العلامات⁵.

¹ قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم (40) لسنة 1973م، مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1973م، ص1205، المشار إليه لدى جبارين، إيناس مازن فتحي: المرجع السابق، ص91.

² جبارين، إيناس مازن فتحي: المرجع السابق، ص:90.

³ قرار محكمة العدل العليا الفلسطينية رقم (236) لسنة 2017م، والمنشور لدى موسوعة القوانين والأحكام الفلسطينية (مقام).
⁴ الجغبير، غالب: العلامات التجارية الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، الطبعة الأولى، 2012م، ص114.

⁵ قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم (55) لسنة 1952م، مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1952م، ص:102، المشار إليه لدى صريح حسين أحمد، لبنى: الحماية القانونية للعلامة التجارية المشهورة وفق القوانين النافذة في فلسطين، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2017م، ص36.

وبذلك فإن مستعمل العلامة التجارية في الضفة الغربية يملك الحق بالاعتراض على تسجيل علامة تجارية يرى أنها مشابهة أو مطابقة لعلامته، ولم تحصر تشريعات العلامة التجارية حماية العلامة بسقف زمني محدد بمدة الاعتراض¹، وإنما جعلت من حماية جمهور المستهلكين من الغش والخداع هو الأساس، إذ بالإمكان رفع دعوى شطب علامة في حال مرور مدة الاعتراض المحددة قانوناً، طالما كان الاستعمال تجارياً أي يستخدمه شخص لتمييز بضائعه وخدماته ومنتجاته عن الآخرين، كما يشترط أن يكون الاستعمال مشروعاً نابعاً عن حسن نية ولا يقصد منه التعدي على حقوق الآخرين، ومستمراً وليس بشكل متقطع، وأن يكون الاستعمال علنياً داخل إقليم الدولة ولحسابه الشخصي وليس لصالح الغير².

وقد اشترط قانون (نظام) العلامات التجارية النافذ في السعودية في الاستعمال المكسب للملكية أن يكون علنياً وظاهراً وواضحاً وخالياً من اللبس، كأن يتم وضع العلامة على منتجات معروضة للبيع أو في الدعاية والإعلام والفواتير والكتلوجات حتى نكون أمام إحراز للعلامة، ومستمر لأن الاستعمال المتقطع أو العرضي للعلامة التجارية لا يرتب حقاً لمستعمل العلامة بالاحتجاج به في وجه الغير³.

فقد يتقدم عدة أشخاص لتسجيل علامة تجارية متشابهة أو متطابقة، فيثور الخلاف والنزاع بينهم حول صاحب الحق في العلامة التجارية، وقد ذكر قانون العلامات الساري بالضفة الغربية وطرح حلاً له في نص المادة (17) من قانون العلامات التجارية بأن يتم الفصل في مثل هذه النزاعات بحسب الأسبقية في تقديم طلب التسجيل، فإذا تم تقديم الطلب في وقت واحد فيتم حل النزاع بإحدى الطريقتين؛ إما باتفاق الأطراف، أو بطلب يقدم إلى محكمة العدل العليا الفلسطينية وهنا تحكم المحكمة للشخص الذي له ميزة على الآخرين كأسبقية الاستعمال⁴.

¹ وتضع المدة للتقدم الطويل الوارد في مجلة الأحكام العدلية.

² العبيدات، مؤيد أحمد: التنظيم القانوني للعلامة التجارية المستعملة "غير المسجلة" دراسة مقارنة، مجلة كلية الحقوق للبحوث القانونية، جامعة الإسكندرية، العدد (2)، 2017م، ص528.

³ رشيد، خالد محمد سعد: الحماية الجنائية للعلامات في نظام العلامات السعودي، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2003م، ص97.

⁴ زين الدين، صلاح: المرجع السابق، ص162.

ومن استقراء نصوص المواد (18) و(17) من قانون العلامات التجارية الساري بالصفة الغربية، والتي تنص المادة (18) منها على "إذا كان شخص يستعمل بطريق المزاحمة الشريفة علامة تجارية يستعملها شخص آخر أو إذا وجدت أحوال خاصة يستصوب المسجل معها تسجيل نفس العلامة باسم أكثر من شخص واحد، فيجوز للمسجل أن يسمح أن يسمح بتسجيل تلك العلامة أو أية علامة قريبة الشبه بها لنفس البضائع أو الصنف من البضائع باسم أكثر من شخص واحد على أساس القيود والشروط التي قد يستصوب فرضها من حيث طريقة الاستعمال ومكانه وغير ذلك من الأمور"¹.

وأيضاً ما ورد بنص المادة (17) من ذات القانون والتي جاءت مكملة للمادة (18) "إذا طلب عدة أشخاص تسجيل علامات تجارية متماثلة أو قريبة الشبه بعضها ببعض وكانت تلك العلامات تتعلق بنفس البضائع أو الصنف، فلا يجوز للمسجل أن يرفض تسجيل أية علامة من تلك العلامات باسم شخص من هؤلاء الطالبين إلا بعد أن تسوى حقوقهم عن طريق الاتفاق فيما بينهم أو بوساطة محكمة العدل العليا التي يحيل المسجل الخلاف إليها عند عدم وصول الأطراف إلى اتفاق بينهم".

وهذه الصورة غالباً ما تتحقق عندما يكون أحد الأشخاص يستعمل علامة تجارية متضمنة اسمه بالإضافة إلى رسوم وألوان معينة، ثم يتوفى وتصبح هذه العلامة ملكاً للورثة، وبعد فترة معينة يقوم كل واحد من الورثة بالاستقلال بالعلامة التجارية واستعمالها بحيث يتم استعمالها من أكثر من شخص، وكذلك الأمر في حالة استعمال علامة تجارية من قبل مجموعة من الشركاء ثم تحل الشراكة وينفرد كل شريك باستعمال العلامة على ذات الصنف، فتكون هنا المزاحمة شريفة وليس بقصد تضليل الجمهور وغشه²، وقد عالجته التشريعات النافذة في السعودية هذه الحالة في المادة (8) من قانون (نظام) العلامات النافذ في السعودية.

¹الرشدان، محمود علي: العلامات التجارية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، الطبعة الأولى، 2009م، ص69.

²الزبن، خالد نواف سلامة: المرجع السابق، ص69.

المطلب الثالث: الاعتراض على تسجيل علامة لمخالفتها للنظام العام والآداب

لإمكانية تسجيل العلامة التجارية وتوفير الحماية لها، يجب أن لا يقتصر توافر الشروط الشكلية في العلامة بل يجب أيضاً أن لا تكون مخالفة للنظام العام والآداب، إذ إن كلا القانونين محل المقارنة أوجب على مسجل العلامات رفض تسجيل العلامة التجارية المخالفة للنظام العام والآداب¹.

فالأصل أن لطالب تسجيل العلامة التجارية مطلق الحرية في اختيار علامته التجارية أو العناصر التي تتكون منها تلك العلامة انسجاماً مع الحرية الشخصية للتجارة والصناعة، إلا أنه يوجد استثناءات على هذا المبدأ، حيث منعت التشريعات المقارنة محل الدراسة تسجيل واستعمال بعض أشكال العلامات لأنها تتمتع بقدسية وحرمة أو لأنها توهي بوجود نفوذ سياسي أو رعاية سياسية أو لأن تسجيل تلك العلامة واستعمالها من شأنه إحداث مغالطة لدى الجمهور في طبيعة المنتج أو الخدمة أو الجودة أو المصدر.

وقد حصن كلا القانونين محل المقارنة لكل شخص أن يتقدم بطلب للاعتراض على تسجيل العلامة المودعة لدى الجهات المختصة (تم الإشارة لها سابقاً) والتي يرى فيها المعارض أنها مخالفة للنظام العام والآداب، إلا أنه وبالدخول في تفصيل فكرة النظام العام والآداب يلاحظ أنها فكرة عامة ونسبية غير مقيدة في إطار معين، إذ تنصرف إلى ما يقرره العرف والعادات والتقاليد داخل الدولة لتقدير مدى مخالفة العلامة المراد تسجيلها للنظام العام وحسن الآداب، وهو مفهوم يختلف من دولة إلى أخرى ومن زمان إلى آخر، وبالتالي فإنه من العبث محاولة وضع إطار محدد لهذه الفكرة، بل يجب ترك الأمر للسلطة التقديرية للجهة المختصة ولل قضاء للحكم في كل حالة على حدة².

ويلاحظ أن التشريعين المقارنين لم يضعوا تعريفاً دقيقاً للنظام العام وترك المجال للفقه لوضع تعريف له، حيث عرفه البعض بأنه "القانون الذي يمس مصالح الجماعة والذي يحدد في إطاره الأساس القانوني الذي يقوم عليه النظام الاقتصادي والأخلاقي للمجتمع" وعرفه آخرون "المصالح الأساسية

¹ المادة (8) الفقرة (6) من قانون العلامات النافذ في الضفة، يقابلها نص المادة (3) الفقرة (2) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

² الجبشة، نجيب عبد الله نجيب: مفهوم فكرة النظام العام وتطبيقاتها في التشريع الفلسطيني، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2017م، ص3.

التي تشكل ركيزة كيان مجتمع وتستهدف تحقيق مصلحة عامة سياسية وأخلاقية واجتماعية واقتصادية بحيث رجح المصلحة العامة على كل مصلحة فردية¹.

ويمكن اعتبار العلامة مخالفة للنظام العام كما لو كانت العلامة صورة شخص يتناول حبوب وهو مسترخي بما يعطي إحياء بتناوله للمخدرات، ومن أمثلة العلامات المخلة بالآداب صورة لفتاة عارية أو توحى بممارسة البغاء لوضعها على منتجات الأغذية أو المشروبات، أو أي لفظ أو صورة فيها خدش للحياء العام، وبذلك فإن المجال مفتوح أمام المعارضين لتقديم طلباً للاعتراض على علامة مودعة استناداً إلى مخالفتها للنظام العام والآداب.

وتأكيداً على ذلك فقد حكمت محكمة العدل العليا الأردنية بأن لصاحب العلامة التجارية المسجلة بالخارج حق إقامة الدعوى لإبطال تسجيل هذه العلامة في المملكة الأردنية إذا كان بقاء تسجيلها يخالف النظام العام والآداب أو يؤدي إلى غش الجمهور بسبب شيوع استعمال البضاعة التي تحملها ولو لم تكن الدولة المسجلة فيها تلك العلامة داخلة في الاتفاق الدولي لحماية العلامة التجارية².

وفي السعودية سارت التشريعات على نهج التشريعات النافذة في الضفة الغربية، مع تشدها من الناحية العملية، فقد أصدرت المحكمة الإدارية بديوان المظالم حكماً بإلغاء قرار وزارة التجارة والاستثمار³ قبول تسجيل علامة تجارية لإحدى الشركات باسم (ستار أكاديمي)، فقد اعترضت هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر على قبول الوزارة تسجيل عبارة (ستار أكاديمي) كعلامة تجارية تحت الصنف (41) كونها تحمل اسم برنامج تلفزيوني يتضمن محرمات شرعية، ومخالفة للقيم والعادات الإسلامية⁴.

¹المغربي، جمال: الوسائل البديلة لحل نزاعات العلامات التجارية، مجلة القانون المغربي، دار السلام للطباعة والنشر، العدد (36)، 2017م، ص42.

²قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم (53) لسنة 1955م، مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1955م، والمشار إليه لدى ماضي، رمزي أحمد: المرجع السابق، ص103.

³كانت وزارة التجارة والاستثمار السعودي الجهة المخولة بتسجيل ومتابعة حقوق الملكية الفكرية في السعودية قبل صدور قرار ملكي بتحويل هذه المهمة فعلياً إلى الهيئة السعودية للملكية الفكرية في شباط من عام 2020م.

⁴جريدة العرب الاقتصادية الدولية. https://www.aleqt.com/2016/05/09/article_1053202.html.

وترى الباحثة من خلال نص المادة (8) الفقرة (6) من قانون العلامات الساري بالصفة الغربية¹ أن مخالفة النظام العام والآداب في هذا المجال يتم من خلال النظر إلى العلامة ذاتها وليس إلى المنتجات أو الخدمات المراد استخدامها عليها، فمثلاً حيازة الأسلحة واستخدامها لو كانا مخالفين للنظام العام فإن تسجيل علامة متصلة بها لا يمكن رفضه استناداً إلى ذلك طالما أنها بحد ذاتها ليست مخالفة للنظام العام والآداب.

على عكس ما أخذ به القضاء السعودي، والذي رد على أن العبرة بمدى نظامية المطالبة وإمكانية تطبيق نصوص النظام عليها دون البحث في ماهية ما يراد تسجيل العلامة من أجله؛ بأن القاضي الذي وضع للفصل في أي منازعة معني بنظر القضية من جميع جوانبها واستظهار ملابساتها وما يكتنفها من غموض، سواء أكان في موضوعها أم إجراءاتها حتى يكون حكمه في مأمن من مصادمة النصوص الشرعية أو النظامية، ولا يمكن لقاضي المظالم أن ينظر في جزء من ملابسات القضية المعروضة أمامه ويُعرض عن الجوانب الأخرى إذا كانت مخالفة للشرع أو النظام العام بحجة عدم اختصاصه².

المطلب الرابع: الاعتراض على تسجيل علامة لتشابهها أو تطابقها مع علامة مشهورة

فرضت العلامة التجارية المشهورة نفسها بقوة على الاتفاقيات الدولية والقوانين الوطنية، ويمكن تعريف العلامة التجارية المشهورة بأنها "العلامة التي يعرفها عدد كبير من الجمهور وتتمتع بشهرة واسعة وبسمعة طيبة ليس على المستوى المحلي فقط وإنما على المستوى الدولي أيضاً، وهي لم تأت من فراغ بل بسبب جهد وولاء أصحابها وإبداعهم؛ ولهذا فإنها تجلب المنافع الكثيرة والشهرة لأصحابها لأن الجميع يعرفها ويعطيها قيمة مادية كبيرة، إضافة إلى أن الشهرة تكون أحد الأسباب

¹ المادة (8) الفقرة (6) من قانون العلامات التجارية النافذ في الصفة الغربية والتي تنص على "العلامات المخلة بالنظام العام أو الآداب العامة أو التي تؤدي إلى غش الجمهور أو العلامات التي تشجع المنافسة التجارية غير المحقة أو التي تدل على غير مصدرها الحقيقي".

² قرار ديوان المظالم هيئة التدقيق رقم (111/ت/3) لعام 1411هـ، والصادر بتاريخ 1411/8/5هـ، في القضية رقم (1/2355/ق) لعام 1409هـ والمنشور لدى مجموعة الأحكام والمبادئ الإدارية الصادرة عن ديوان المظالم في السعودية، مجلد (7)، ص180.

المباشرة في زيادة المبيعات إذ يتم الإقبال على المنتجات والخدمات دون أي تردد وبانجذاب غريب¹.

ومن أبرز الأمثلة على العلامات المشهورة:

علامة Starbucks	علامة Pepsi	علامة Nestle
		

صورة رقم (5) : أمثلة على علامات تجارية مشهورة نستله وبيبسي وستار بكس

فالعلامة التجارية المشهورة تتميز بأن حمايتها تشكل استثناءً من مبدأين أساسيين وهما مبدأ الإقليمية (الوطنية) ومبدأ التخصص²، ويقصد بمبدأ الإقليمية أن حماية العلامة التجارية ينحصر فقط في إقليم الدولة التي سجلت أو استعملت فيها، لذلك يجوز لأي شخص تسجيل واستعمال ذات العلامة في دولة لم تسجل أو تستعمل فيها، ولكن هذا لا يتناسب مع العلامة التجارية المشهورة ولم يعد هذا الإجراء كافياً لتوفير الحماية القانونية لها في الدول الأخرى التي وصلت إليها شهرة العلامة التجارية ولم تسجل فيها، لاسيما وأن مبدأ الإقليمية يشجع الاعتداء على العلامة التجارية المشهورة في الدول التي لم تسجل فيها، مما يؤدي إلى إفادة الغير منها من دون وجه حق والإضرار بمصالح مالكيها بالتالي فإن العلامة التجارية المشهورة تكون محمية دولياً حتى لو تكن مسجلة³، أما مبدأ التخصص فيقصد به أن حماية العلامة التجارية بشكل عام والحق الاحتكاري لمالكها يكون فقط بالنسبة للمنتجات أو الخدمات المماثلة، على عكس العلامة التجارية المشهورة التي تتمتع بالحماية على المنتجات والخدمات المتماثلة وغير المتماثلة⁴.

¹ عصام الدين، أحمد محمد: تسجيل العلامة التجارية الشهيرة، مجلة المصرفي، بنك السودان المركزي، السودان، العدد (76)، 2015م، ص46.

² الأحمر، كنعان: حماية العلامة التجارية شائعة الشهرة، المرجع السابق، ص5.

³ المادة (6) مكرر (2) الفقرة (1) من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية.

⁴ المري، عايض راشد: الحماية القانونية للعلامة التجارية المشهورة دراسة مقارنة، مجلة كلية الحقوق للبحوث القانونية والاقتصادية، جامعة الإسكندرية، كلية الحقوق، المجلد (2)، 2016م، ص392.

الفرع الأول: معايير تحديد العلامة المشهورة

في ظل غياب معايير يمكن من خلالها تمييز العلامة المشهورة عن غيرها في تشريعات العلامات التجارية في السعودية، وبالرغم من أن اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية لسنة ١٩٩٤ (تريس) حددت معايير العلامة المشهورة، غير أن هذه الضوابط لم تكن كافية لحل الخلافات في وجهات النظر المتباينة حول معنى العلامة المشهورة، فكان لابد من البحث في المعايير المقترحة من قبل المؤسسات الدولية ذات العلاقة والتي لا تعدو أن تكون معايير استرشادية¹.

من أجل ذلك فقد وضعت المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الوايو) إلى جانب الاتفاقيات الدولية في مجال الملكية الصناعية مبادئ دولية مشتركة يتم اعتمادها في مجال الملكية الصناعية، وقد أصدرت الجمعية العامة لاتحاد باريس لحماية الملكية الصناعية والجمعية العامة للمنظمة العالمية للملكية الفكرية (الوايو) التوصية المشتركة بشأن الأحكام المتعلقة بالعلامات المشهورة²، وتأتي هذه التوصية بمثابة أول تنفيذ لسياسة الوايو الرامية إلى سرعة التغيير في مجال الملكية الصناعية بالنظر في خيارات جديدة للإسراع في وضع مبادئ دولية مشتركة ومنسقة، وبالرغم من أن هذه الوثيقة غير ملزمة لدول اتحاد باريس إلا أنها تضمنت مجموعة من المعايير الجديرة بالتحليل، والتي تطبق في كل حالة على حدة ووفقاً للظروف الخاصة بكل علامة، وقد لا تكون أي من هذه المعايير مفيدة وقد يتطلب الاستناد إلى معايير إضافية غير واردة في التوصية المشتركة³، وقد

¹ القرشي، زياد أحمد حميد: الأحكام النازمة للعلامة التجارية شائعة الشهرة في المملكة العربية السعودية: دراسة تحليلية في ضوء اتفاقية باريس واتفاقية ترينس، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، مجلد (41) العدد (1)، 2017م، ص78.

² صريح حسين أحمد، لبنى: مرجع سابق، ص46.

³ القرشي، زياد أحمد حميد: الأحكام النازمة للعلامة التجارية شائعة الشهرة في المملكة العربية السعودية: دراسة تحليلية في ضوء اتفاقية باريس واتفاقية ترينس، المرجع السابق، ص81.

جاءت نتائج التوصية بالمعايير التي يجب مراعاتها لتحديد الحالات التي تعدّ فيها العلامة مشهورة وهي على سبيل المثال لا الحصر¹ على النحو الآتي:

1. المعيار الكمي: ويعتمد على عدد الجمهور الذي تكون هذه العلامة مشهورة عنده أو ذات سمعة عالية لديه، إذ إن العلامة لا تكون مشهورة لدى طوائف البلد الموجودة فيها كافة، وإنما تكون معروفة لدى مجموعة محددة من المستهلكين والتجار وهو ما يطلق عليه بالقطاع المعني من الجمهور، ويتم إثبات ذلك عن طريق الدراسات الاستقصائية للأنماط الاستهلاكية واستطلاع آراء المستهلكين²، فهو يشتمل على سبيل المثال لا الحصر المستهلكين الفعليين أو المحتملين للمنتجات أو الخدمات التي ترتبط العلامة بها، وكذلك الأشخاص المعنيين بتوزيع هذه المنتجات والخدمات، والأوساط التجارية التي تتعامل مع هذه النوعية من المنتجات والخدمات³.

ومقتضى هذه التوصية التوسع في مفهوم القطاع المعني من الجمهور وبالتالي التوسع في مفهوم العلامة التجارية المشهورة⁴ إذ جاء في المذكرة التوضيحية أن مصطلح (المستهلكين) ينبغي أن يفهم بمعناه الواسع ولا ينبغي قصره على من يستهلك فعلاً المنتج الحامل لتلك العلامة، ونظراً لأن طبيعة السلع أو الخدمات التي تميزها العلامة قد يتغير ويتفاوت إلى حد كبير فإن المستهلكين الفعليين أو المحتملين يتغيرون في كل حالة، كما لا يشترط أن تكون العلامة معروفة عند عامة الجمهور لاعتبارها علامة تجارية مشهورة، ويعزى ذلك أن بعض العلامات تكون موضع انتفاع يقترن بسلع أو خدمات موجهة لشريحة معينة من الجمهور

¹ الصغير، حسام الدين: الإطار الدولي للحماية في مجال العلامات التجارية، ندوة الوايوو دون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، المرجع السابق، ص 64-68.

² المري، عايض راشد: المرجع السابق، ص 387.

³ الصغير، حسام الدين: حماية العلامة التجارية المشهورة، حلقة الوايوو الوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية للدبلوماسيين، 2005م، ص 7.

⁴ جبارين، إيناس: المرجع السابق، ص 102.

كزبائن من ذوي مستوى دخل معين أو في سن معينة أو من جنس معين، لذلك يكفي لاعتبارها علامة مشهورة في هذه الحالة أن تكون معروفة لدى غالبية تلك الشريحة.

إذ من غير المنطقي أن نحكم على شهرة العلامة من عدمها استناداً إلى وجوب معرفة غالبية الجمهور غير المعني أساساً بالسلعة أو الخدمة التي تحملها تلك العلامة، وبخصوص الأشخاص المعنيين في قنوات التوزيع فقد بينت المذكرة التوضيحية أن قنوات التوزيع تتفاوت إلى حد كبير حسب طبيعة السلع أو الخدمات، فقد تباع بعض السلع في المراكز التجارية ويسهل على المستهلكين الحصول عليها، في حين أن هناك سلعاً أخرى توزع عن طريق وكلاء معتمدين أو بائعين متجولين يتعاملون مباشرة مع الشركات المستهلكة أو الزبائن في منازلهم، ويعني ذلك مثلاً أن الدراسة الاستقصائية للأنماط الاستهلاكية التي تقتصر على رواد المراكز التجارية فقط لا تكون مؤشراً جيداً لتحديد القطاع المعني من الجمهور بالنسبة للعلامة¹.

2. قيمة العلامة في السوق²: هنالك أساليب متعددة ومتفاوتة لتقدير قيمة العلامة في السوق، ولا يمكن اعتماد أسلوب معين دون آخر، فالقيمة السوقية المرتفعة للعلامة يمكن اعتبارها دليلاً على أنها علامة مشهورة، أي كلما كانت القيمة المالية للعلامة مرتفعة كان دليلاً على شهرتها³، وعلى هذا الأساس فإن جودة السلع والخدمات التي تحمل العلامة يعد أحد الأساليب التي يمكن اللجوء إليها لتقدير قيمة العلامة في السوق، وأيضاً قيمتها المالية باعتبار العلامة التجارية من مفردات ميزانية الشركة، ويتم تحديد هذه القيمة وفقاً لمنهج التكلفة أو منهج السوق أو منهج الدخل، إذ تصل القيمة السوقية لبعض العلامات إلى مليارات الدولارات مثل علامة أمازون والتي تربعت على رأس القائمة بقيمة سوقية بلغت 200 مليار دولار⁴.

¹ كاظم جبر، جعفر وزغير محيسن، صادق وزغير محيسن، عامر: العلامة التجارية المشهورة، مجلة جامعة ذي قار، العراق، المجلد (11) العدد (1)، 2016م، ص288.

² المادة (14) الفقرة (2) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

³ خالد عيسى، نهى: العلامة التجارية المشهورة، دراسة مقارنة، مجلة جامعة بابل لعلوم الإنسانية، العراق، المجلد (21) العدد (1)، 2013م.

⁴ <https://brandirectory.com/rankings/global>

ومصطلح «القيمة السوقية» للعلامات التجارية يعني القيمة التي تستمدّها هذه العلامات من استهلاك الجمهور لها، ومدى دعمها في السوق من قبل الأطراف الأخرى، ولا يوجد مفهوم ثابت للقيمة، فعلى سبيل المثال يتم تقييم العلامة على أساس «التكلفة» وفقاً لإجمالي التكاليف التي أنفقتها الشركة مالكة العلامة التجارية منذ إنشائها، مثل تكاليف الترخيص، وتسجيل العلامة والتشغيل، والحملات الإعلانية، والترويج، وهناك أيضاً تقييم للعلامة التجارية على أساس الدخل، بحيث يتم تقييم صافي الأرباح المستقبلية للعلامة التجارية من أجل تحديد قيمتها الحالية، أو من خلال التدفقات النقدية للعلامة التجارية أو فائض التكلفة، كذلك يمكن احتساب قيمة العلامة وفقاً لـ «السعر النسبي»، بحيث يتم تقييم تكلفة أرباح المنتج الذي تبيعه العلامة مقارنة بأرباح الشركات الأخرى، ويمكن التقييم عن طريق رسملة الأرباح التي حققتها العلامة التجارية في السابق¹.

3. التسجيلات الدولية للعلامة²: فالعلامة التي تتخطى شهرتها حدود الإقليم الذي تم تسجيلها فيه وأصبحت معروفة على صعيد السوق الدولي نتيجة لاستخدامها على منتجات أو خدمات معينة الأمر الذي يوحي بالثقة والخبرة في القائمين على استخدام هذه العلامة، وتكون أكثر عرضة للتعدي عليها من الغير³، بالتالي فإن عدد البلدان التي سجلت فيها العلامة أو طلبات التسجيل ونطاقها الجغرافي والمدة الزمنية التي مضت على تسجيلها يترتب عليه زيادة حجم توزيع السلع والخدمات التي تحمل هذه العلامة بشكل يفوق بكثير العلامات التجارية الأخرى المنافسة، وزيادة سعي المنتجين ومقدمي الخدمات الآخرين لاستخدام ذات العلامة أو علامة مشابهة لها وهو إن دل على شيء إنما يدل على السمعة الطيبة التي تتمتع بها، الأمر الذي يحقق لهذه العلامة الشهرة التي تجعلها جديرة بأن يطلق عليها اسم (علامة مشهورة)⁴.

¹مقالة بعنوان كيف نحدد القيمة السوقية للعلامة التجارية، عمر، يحيى: صحيفة الأنباء الكويتية، 2019/3/22، <https://www.alanba.com.kw/ar/economy-news/891913/22-03-2019>

² المادة (14) الفقرة (2) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

³صريح حسين أحمد، لبنى: المرجع السابق، ص48.

⁴القرشي، زياد أحمد حميد: الأحكام النازمة للعلامة التجارية شائعة الشهرة في المملكة العربية السعودية: دراسة تحليلية في ضوء اتفاقية باريس واتفاقية تربس، المرجع السابق، ص85.

ولا يشترط أن تكون العلامة المشهورة مسجلة في كل البلدان باسم صاحب العلامة، فقد تكون العلامة مملوكة لعدة شركات تعمل في بلدان متفرقة ولكنها تنتمي إلى مجموعة واحدة، كما أنه من المفيد لإثبات معرفة الجمهور بتلك العلامة في دولة معينة تقديم ما يدل على استعمالها في دولة مجاورة أو في دولة تتطرق باللغة أو اللغات ذاتها، أو في دولة لها علاقات تجارية وثيقة بها، أو دولة تمتد إليها وسائل الإعلام الخاصة بالدولة التي يراد فيها حماية العلامة كعلامة مشهورة¹.

4. حجم المبيعات وكمياتها التي تعلن عنها العلامة التجارية: فكلما زادت الدعاية عن العلامة التجارية وزاد الإقبال على منتجاتها زاد حجم المبيعات، وأيضاً استعمال العلامة على شبكة الإنترنت، ومدة الدعاية والترويج بأي وجه من الوجوه ودرجة نجاح حملات الدعاية والإعلان ونطاقها الجغرافي وعرض المنتجات التي تميزها العلامة في الأسواق والمعارض الداخلية والدولية وكمية المنتجات المطروحة في الأسواق، يشكل عوامل أساسية في الاستدلال على شهرة العلامة فكلما زاد عمر العلامة في الأسواق زادت قدرتها على التمييز واكتساب الشهرة².

ولا يقصد بالترويج للعلامة الانتفاع بها، وذلك تجنباً لأية حجة بشأن اعتبار الترويج للعلامة بمثابة انتفاع بها، وفي الحالات التي يشهد فيها السوق طلباً متزايداً ومستمراً على السلع أو الخدمات فإن معرفة الجمهور أو المستهلكين بالعلامة قد يعزى بالدرجة الأولى إلى ترويج تلك العلامة، إذ تعد الدعاية في وسائل الإعلام المختلفة وأهمها المرئية ووسائل التواصل الاجتماعي وكذلك عرض السلع في المعارض الوطنية أو الدولية شكلاً من أشكال الترويج.

وترى الباحثة أنه لا يشترط الانتفاع الفعلي واستعمال العلامة في الدولة المراد الحماية فيها باعتبارها علامة مشهورة، حيث يكفي أن تكون معروفة نتيجة الدعاية والإعلان، ومما يعزز من إثبات معرفة الجمهور بالعلامة في دولة معينة تقديم ما يدل على استعمال العلامة في دولة مجاورة أو في أراضي لها علاقة تجارية وثيقة بها، أو دولة تمتد إليها وسائل الإعلام الخاصة بالدولة التي

¹كاظم جبر، جعفر وزغير محيسن، صادق وزغير محيسن، عامر: المرجع السابق، ص290.

²الصغير، حسام الدين: حماية العلامة التجارية المشهورة، المرجع السابق، ص6.

يراد فيها حماية العلامة كعلامة مشهورة¹، ومثال ذلك علامة (كوكا كولا) والمعروفة في الاتحاد السوفيتي السابق من خلال الدعاية والإعلان بالرغم من عدم توافر المنتج في الأسواق السوفيتية².

ويلاحظ أن المعايير المذكورة هي معايير استرشادية وغير حاسمة، والفيصل في اعتبار العلامة مشهورة من عدمه يعود تقديرها لمحكمة الموضوع، كما أن العلامة يمكن أن تثبت شهرتها بناء على عوامل أخرى لم يتم التطرق لها أو بناءً على بعض هذه المعايير أو على مزيج منها أو مع غيرها³.

وينبغي الإشارة إلى أن القضاء السعودي لم يقدم أية إضافة بخصوص المعايير التي يمكن الاعتماد عليها في تمييز العلامة المشهورة وفقاً لمجموعة الأحكام والمبادئ الإدارية للمحكمة الإدارية (ديوان المظالم) واكتفى بالمعايير التي حددتها التوصية المشتركة.

والكثير من الأحكام والقرارات القضائية التي صدرت في السعودية في هذا الخصوص تضمنت المعايير المذكورة لتقدير مدى شهرة العلامة، كما أن الحماية ليست فقط لحماية الجمهور من الخداع والتضليل والغش، بل وأيضاً حماية العلامة التجارية المشهورة من العلامات الأخرى التي تحمل منتجات أو خدمات مماثلة أو غير متماثلة.

الفرع الثاني: موقف الاتفاقيات الدولية والتشريعات النافذة في السعودية من العلامة المشهورة

إن اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة ١٨٨٣ بوصفها أول أساس قانوني لحماية العلامة التجارية المشهورة، أعطت لكل دولة عضو فيها الحق بتحديد شروط إيداع وتسجيل العلامات وفق تشريعها الوطني، إلا أنه ومع تطور الحياة التجارية ظهرت علامات في دول معينة تحظى بشهرة واسعة تتجاوز حدود الإقليم أو الدولة التي سجلت فيها، بالتالي فإن حماية هذه العلامات في الدولة فقط لم تعد كافية.

¹ الصغير، حسام الدين: حماية العلامة التجارية المشهورة، المرجع السابق، ص 6.

² خالد عيسى، نهى: المرجع السابق، 2013م.

³ المري، عايض راشد: المرجع السابق، ص 389.

فالحماية المقررة للعلامة التجارية المشهورة بموجب هذه الاتفاقية يتم عن طريق إلزام الدول الأعضاء برفض طلب تسجيل العلامة أو إبطال تسجيلها أو تمنع استعمالها ما لم يكن طلب التسجيل مقدماً من صاحب العلامة المشهورة أو كان استعمال تلك العلامة بمعرفته أو بموافقة؛ لأنه في هذه الحالة ينتفي الضرر الذي من الممكن أن يلحق بصاحب العلامة المشهورة طالما أن الأمر تم بعلمه وبرضاه¹.

لذلك فقد أعطت اتفاقية باريس الحماية للعلامة التجارية المشهورة في البلدان التي لم تسجل فيها، وهذا استثناء من مبدأ وطنية العلامات التجارية حيث نصت على "تتعهد دول الاتحاد سواء من تلقاء نفسها أو بناء على طلب صاحب الشأن، برفض أو إبطال التسجيل وبمنع استعمال العلامة الصناعية أو التجارية التي تشكل نسخاً أو تقليداً أو ترجمة لعلامة تجارية مشهورة، بحيث يكون من شأنها إيجاد لبس مع علامة ترى الجهة المختصة أنها مشهورة باعتبارها فعلاً العلامة الخاصة بشخص يتمتع بمزايا هذه الاتفاقية، ومستعملة على منتجات مماثلة أو مشابهة، كذلك تسري هذه الأحكام إذا كان الجزء الجوهري من العلامة يشكل نسخاً لتلك العلامة المشهورة أو تقليداً لها من شأنه إيجاد لبس بها².

كما أن اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية لسنة ١٩٩٤م (تريس) أعطت مزايا لصاحب العلامة التجارية المشهورة أكثر من اتفاقية باريس، حيث نصت في المادة (١٦) منها على تطبيق المادة (6) مكرر من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، بحيث عدلت أحكام اتفاقية باريس وتوسعت في تعريف العلامة المشهورة، إذ أضفت الحماية إلى علامة الخدمة ووضعت ضابطاً يمكن الاسترشاد به وهو مراعاة مدى معرفة العلامة التجارية في قطاع الجمهور المعني بما في ذلك معرفتها في البلد العضو المعني نتيجة ترويج العلامة.

وقد امتدت حماية العلامة المشهورة إلى حظر تسجيل علامة إذا كانت مسجلة على سلع أو خدمات غير مماثلة للسلع أو الخدمات التي تستخدم العلامة المشهورة أصلاً في تمييزها، وذلك عند توافر شرطين وهو أن يؤدي تسجيل العلامة إلى الاعتقاد بوجود صلة بينها وبين تلك السلع أو

¹كاظم جبر، جعفر وزغير محيسن، صادق وزغير محيسن، عامر: المرجع السابق، ص298.

²المادة (6) من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية.

الخدمات غير المماثلة للعلامة التجارية المشهورة وأيضاً أن يؤدي تسجيل العلامة إلى احتمال المساس بمصالح صاحب العلامة التجارية المشهورة أو الإضرار به مادياً أو معنوياً¹.

وبموجب هذه الحماية العامة لا يجوز لأي شخص وفي أي مكان القيام بتسجيل العلامة التجارية المشهورة، وإذا تم ذلك يبطل تسجيلها بالضرورة، وكذلك يحظر ويمنع استعمالها بأي وجه، لأنها علامة خاصة بشخص آخر يتمتع بالحماية الواردة في الاتفاقية، ومن هذه الحماية الدولية تأتي فوائد عديدة تعود أولاً للمستهلك الذي تتم حمايته من الغش والتدليس وسوء نية المستخدم، كما تمتد الفائدة أيضاً لتشمل جميع الأطراف في جميع الأماكن والبلدان، وهذا ينطبق على معظم دول العالم كون أن معظم دول العالم موقعين على الاتفاقية ومن ضمنها السعودية²، ويستثنى من ذلك الضفة الغربية والتي إلى تاريخ إنجاز هذه الدراسة لم تنضم إلى أي من الاتفاقيتين³.

وفي ذات الصدد تناول نظام العلامات النافذ بالسعودية⁴ أحكام العلامة المشهورة بما يتوافق مع ما فرضته اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس) من التزامات على الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية، ويكون لصاحب العلامة التجارية المشهورة عالمياً حق التمتع بالحماية المقررة في القانون ولو لم تسجل العلامة التجارية في السعودية، فالحماية في اتفاقية باريس لا تشترط تسجيل العلامة أو استعمالها بل ترتبط بالشهرة، وبموجب التشريع السعودي⁵ أوجبت على الهيئة السعودية للملكية الفكرية أن ترفض من تلقاء نفسها أي طلب لتسجيل علامة مطابقة أو مشابهة لعلامة مشهورة ولو كانت غير مسجلة في السعودية⁶، ما لم يكن الطلب مقدماً من صاحب العلامة المشهورة أو ممن تم الترخيص له باستعمال العلامة.

¹ كاظم جبر، جعفر وزغير محيسن، صادق وزغير محيسن، عامر: المرجع السابق، ص300.

² الموقع الإلكتروني لوزارة التجارة والاستثمار <https://mc.gov.sa/ar/mediacenter/News/Pages/74-13.aspx> والذي يوضح تاريخ انضمام السعودية لاتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية بتاريخ 25 ذو القعدة من عام 1426هـ الموافق 2005/12/27م.

³ مقابلة أجريت مع رجاء خويلد، مسجل العلامات التجارية في وزارة الاقتصاد الوطني، رام الله، بتاريخ 2020/11/30م.

⁴ المادة (14) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

⁵ المادة (3) الفقرة (13،14) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

⁶ المادة (4) الفقرات (1،2،3) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

إذ يحق لصاحب العلامة التجارية المشهورة المسجلة في بلدها الأم وغير مسجلة في السعودية منع الغير من تسجيل علامته المشهورة على المنتجات أو الخدمات المماثلة أو غير المماثلة لعلامته، والاعتراض على تسجيلها، والمقصود بالغير هو الشخص الذي ينوي تسجيل العلامة المشهورة أو يقوم باستعمالها دون إذن من مالكها وقد يكون المالك هو صاحب العلامة التجارية المشهورة أو المرخص له باستعمالها في السعودية وفق اتفاقية ترخيص معتمدة ونافذة خلال المدة المحددة للترخيص بالاستعمال بين المالك الأصلي للعلامة المشهورة والجهة المحلية المرخص لها.

ولم تكتفِ التشريعات النافذة في السعودية بمجرد وجود احتمال لحدوث ضرر للعلامة المشهورة¹ نتيجة التطابق أو التشابه معها، وعلى ذلك فإنه يشترط أن يكون الضرر محقق الوقوع حتى تتوافر الحماية القانونية²، وبناءً على ذلك فإنه يحق لمسجل العلامات التجارية في السعودية أن يرفض القيام بعملية تسجيل العلامة إذا توفر لديه مبرر منطقي بوقوع الضرر لمالك العلامة المشهورة، أو أن يؤدي تسجيلها إلى الاعتقاد بوجود علاقة بين هذه البضائع المختلفة وذلك وفقاً للظروف التي يقدرها المسجل وهي عملية تقديرية تقدر في كل حالة على حدة.

ولا تعد تشريعات العلامات التجارية السارية في السعودية بالعلامات المطابقة أو المشابهة للعلامات المشهورة في السعودية، وتمنع تسجيلها ولو كانت العلامة المشهورة غير مسجلة في السعودية، وتضفي حماية للعلامة التجارية المشهورة والمسجلة في السعودية تفوق العلامة غير المسجلة³.

ومن أبرز التطبيقات على حماية العلامة المشهورة في السعودية ما جاء في قرار ديوان المظالم في قضية شركة (SONY) والذي ألغى القرار الصادر بقبول تسجيل علامة (SONYA) استناداً إلى التشابه بين علامتين على الرغم من اختلاف الصنف، ويستنتج من هذا الحكم أن احتمال حدوث اللبس لدى جمهور المستهلكين ما زل قائماً بالرغم من اختلاف العلامتين، وأن اختلاف الصنف لم

¹ قرار ديوان المظالم، الحكم الابتدائي رقم (3/د/89) لسنة 1427هـ، بالقضية رقم (1425) بجلسة 1427/12/18هـ، والمنشور لدى مجموعة الأحكام والمبادئ الإدارية الصادرة عن ديوان المظالم في السعودية، مجلد (7)، ص 1850.

² زين الدين، صلاح: المرجع السابق، ص 179-180.

³ القرشي، زياد أحمد حميد: الأحكام النازمة للعلامة التجارية شائعة الشهرة في المملكة العربية السعودية: دراسة تحليلية في ضوء اتفاقية باريس واتفاقية تربس، المرجع السابق، ص 89.

ينف وجود رابطة بين الصنف (7) المطلوب تسجيل علامة (SONYA) عليه والصنف (11) المسجلة عليه علامة (SONY)، فالارتباط وارد بين أجهزة الراديو والتلفزيون وقطعها وأدوات الغسيل والتنظيف الكهربائية، ويستنتج من ذلك أن اختلاف الصنف لا يشكل أساساً كافياً لقبول تسجيل العلامة المطابقة أو المشابهة لعلامة مشهورة، وأن مناط قبول تسجيل علامة مطابقة أو مشابهة لعلامة مملوكة للغير هو انتفاء حدوث اللبس لدى جمهور المستهلكين¹.

وترى الباحثة مما تقدم أن العلامة التجارية شائعة الشهرة تحظى بحماية قانونية في السعودية حتى لو كانت غير مسجلة وهي محمية لجميع الأصناف، وهي استثناء من قاعدة التسجيل التي أوجبها النظام ولأئحته التنفيذية من أجل توفير الحماية القانونية للعلامات التجارية.

الفرع الثالث: موقف التشريعات النافذة في الضفة الغربية من العلامة المشهورة

لم تتطرق تشريعات العلامات التجارية السارية في الضفة الغربية نصوصها صراحةً ولا ضمناً إلى العلامة المشهورة، وإنما اكتفت بمنع تسجيل العلامة شائعة الاستعمال، والتي من الممكن أن يفهم منها ضمناً أنها تتحدث عن العلامة المشهورة وإن لم ترد الإشارة إليها صراحة، ولكنها غير كافية لحماية العلامة المشهورة، فالعلامة قد تكون شائعة الاستعمال في الضفة الغربية ولكنها غير مشهورة بسبب وجود علامات تجارية متافسة مشهورة اكتسحت الأسواق المحلية، فمثلاً علامة (الأرض) لمنتجات الزيت والزيتون شائعة الاستعمال في الضفة الغربية لكنها غير مشهورة مقارنة مع علامة (مزولا) الشائع الاستعمال في الضفة الغربية والذي يتمتع بشهرة مستفيضة، وبالرغم من ذلك يمكن حمايتها من خلال قواعد المنافسة غير المشروعة، ووفقاً لمبادئ الغش التجاري.

وقد استقر الفقه والقضاء وقانون العلامات النافذ في الضفة الغربية² على أنه إذا ثبت أن علامة تجارية مسجلة في الخارج تطابق العلامة المطلوب تسجيلها في الضفة الغربية فيحقق لصاحب العلامة التجارية المسجلة في الخارج إقامة دعوى اعتراض على تسجيل العلامة لإبطال تسجيلها؛ لأن تسجيلها يخالف النظام العام والآداب العامة ويؤدي إلى غش الجمهور بسبب شيوع استعمال

¹ القرشي، زياد أحمد حميد: الأحكام النافذة للعلامة التجارية شائعة الشهرة في المملكة العربية السعودية: دراسة تحليلية في ضوء اتفاقية باريس واتفاقية تربس، المرجع السابق، ص 96.

² المادة (34) من قانون العلامات النافذ في الضفة الغربية

البضاعة التي تحملها أو تشجع المنافسة غير المشروعة، ولو لم تكن الدولة المسجلة فيها تلك العلامة داخله في الاتفاق الدولي لحماية العلامات التجارية¹.

إذ يجوز لأي شخص أن يقدم اعتراضاً على تسجيل علامة تجارية ولو لم تكن له مصلحة شخصية مباشرة، بقصد الدفاع عن جمهور المستهلكين، فلا يوجد في قانون العلامات التجارية أي نص يشترط للاعتراض على علامة تجارية مطلوب تسجيلها في الضفة الغربية أن يكون لمقدم الاعتراض علامة مسجلة في الضفة الغربية طالما أن الهدف الأساسي من الاعتراض هو حماية جمهور المستهلكين من الغش والتضليل والتي قد تلحق ضرراً صحياً بهم، وحمايةً لمالك العلامة الأصلية من تبعات المنافسة غير المحقة ومن أن تشوه هذه العلامة سمعته أو منتجاته وخدماته أو أن توهي بوجود صلة بين العلامتين، أو تدل على غير مصدرها الحقيقي².

وترى الباحثة أن قرارات محكمة العدل العليا قد حلت محل تشريعات العلامة التجارية النافذة في الضفة الغربية في منح الحماية للعلامة التجارية المشهورة، وبسبب عدم وجود نصوص قانونية صريحة تحمي العلامة التجارية المشهورة وغير المسجلة في الضفة الغربية، فالواقع العملي أثبت إمكانية لجوء المحامين عند عرض نزاع متعلق بعلامة مشهورة وغير مسجلة في الضفة الغربية إلى إثراء لائحة الاعتراض ببنود ونصوص قانونية خارج إطار تشريعات العلامات التجارية كوسيلة للاثبات من خلال التطرق لمبادئ المنافسة غير المشروعة وفقاً لمبدأ "كل إضرار بالغير يلزم صاحبه بالتعويض ولو كان غير مميز"، ووفق القواعد العامة للمسؤولية، إضافة إلى الدعاية والإعلام والسمعة الحسنة التي تحظى بها العلامة في دول العالم وما يتبعها من عرضها على وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية ووسائل التواصل الاجتماعي، وتزويد لائحة الاعتراض ببنود توضح أحقية العلامة المشهورة بالحماية من خلال إرفاق مستندات وبيّنات توضح عمليات البيع والاستيراد والتصدير وكميات الإنتاج للعلامة المشهورة والتي بلا شك سيأخذ بها سجل العلامات عند وزن البيئة.

¹ قرار محكمة العدل العليا الفلسطينية رقم (64) لسنة 2016م المنشور لدى موسوعة وأحكام المحاكم الفلسطينية (مقام).

² صريح حسين أحمد، لبنى: المرجع السابق، ص 63.

الفصل الثاني

الفصل في الاعتراض وصدور القرار النهائي

الفصل الثاني

الفصل في الاعتراض وصدور القرار النهائي

بعد تقديم لائحة اعتراض على تسجيل علامة لدى مسجل العلامات التجارية في وزارة الاقتصاد الوطني الفلسطيني والهيئة السعودية للملكية الفكرية، والتأكد من توافر الشروط الشكلية وبعد النظر إلى البيانات والتصاريح المقدمة من الأطراف والاستماع إليهم وبسط أطراف الاعتراض لاعتراضاتهم، تصدر الجهة المختصة قرارها بناء على صلاحياتها والقناعات التي تقرها¹، وهي من إبداعات القضاء سواء أصدرت من محكمة العدل العليا الفلسطينية أم المحكمة الإدارية السعودية (ديوان المظالم)، ولبيان ذلك لا بد من البحث في المعايير المتبعة عند الفصل في دعاوي الاعتراض في المبحث الأول، والقرارات الصادرة عن المسجل والطعن فيها في المبحث الثاني.

المبحث الأول: الأسس والمعايير التي يصدر المسجل قراره بناء عليها

عند تقديم لائحة الاعتراض وعرضها على مسجل العلامات في وزارة الاقتصاد الوطني الفلسطيني في الضفة الغربية وعلى لجنة الاعتراضات والتظلمات التابعة للهيئة السعودية للملكية الفكرية بصفتهم الجهة المخولة بالفصل في نزاعات الاعتراضات، يتم ممارسة مهامهم بالبت في طلبات الاعتراضات وفق المعايير التي أسندت لهم بموجب نصوص التشريعات النافذة في كلا الدولتين محل المقارنة، أو بموجب المعايير التي أقرتها الأحكام والقرارات والسوابق القضائية ذات الشأن.

وعليه تم تقسيم هذا المبحث إلى ثلاثة مطالب، في المطلب الأول: تناولت الباحثة أسس ومعايير العلامة القابلة للحماية وفي المطلب الثاني العلامات التي لا يجوز تسجيلها في كلا التشريعين المقارنين، وفي المطلب الثالث ما نص عليه الفقه والقضاء من معايير باعتبارها أسساً تستند عليها الجهة المختصة عند الفصل في النزاعات القائمة على تسجيل العلامات.

¹ حيث إن مسجل العلامات التجارية الفلسطيني وإضافة إلى الصفة الإدارية التي يتمتع بها فإن له أيضاً صفة قضائية يملك بموجبها النظر في الطلبات والاعتراضات والفصل بها بقرارات يصدرها لها قيمتها القانونية، راجع القرار رقم (1) لسنة 2016م المنشور لدى موسوعة القوانين وأحكام المحاكم الفلسطينية (مقام).

المطلب الأول: مواصفات العلامات القابلة للحماية والتي أقرتها التشريعات المقارنة

يقصد بها المعايير المنصوص عليها بوضوح في التشريعات المقارنة والتي وضعت الإطار العام للعلامة القابلة للحماية والشروط الواجب توافرها حتى نكون أمام علامة تجارية محمية قانوناً، إذ يجب أن يتوافر في العلامة ثلاثة شروط رئيسة حتى يستطيع القانون فرض حمايته عليها، وهي أن تكون العلامة مميزة وأن تتسم بالجدة بالإضافة إلى الشرط الثالث وهو شرط عام لجميع العقود والتصرفات والمتمثل في المشروعية وعدم مخالفتها للنظام العام والآداب، وسوف يتم تناولها وفق الآتي:

الفرع الأول: شرط التمييز (الصفة الفارقة)

اشتطت تشريعات العلامات التجارية النافذة في الضفة الغربية والسعودية حتى تكون العلامة التجارية محل حماية أن تكون ذات صفة فارقة، وقد وضع قانون العلامات النافذ في الضفة الغربية المقصود من عبارة فارقة بأن تكون موضوعة على شكل يكفل تمييز بضائع صاحبها عن بضائع غيره¹، وأيضاً ما ورد باتفاقية باريس² التي جعلت صلاحية العلامة للتسجيل مشروطة بكونها قادرة على تمييز السلع والخدمات عن غيرها، وبذلك فإن مسجل العلامات في كلا التشريعين محل البحث ملزم برفض تسجيل العلامة التجارية المجردة من أي صفة تمييزها³.

ولم يتم حصر الصفة الفارقة بأي شكل أو إشارة أو رسم أو كتابة أو رمز أو شكل فني جميل، إذ يكفي توافر ما يدل على وجود تصميم جديد يعطي خصوصية للمنتج أو الخدمة من خلال هذه العلامة، فالعلامة التجارية وجدت من أجل تمييز المنتجات والخدمات بقصد تمكين الناس من معرفة السلع والخدمات التي يفضلونها على غيرها، وحماية أصحابها من منافسة غيرهم الذين ينتجون سلعاً وخدمات متشابهة، ولا تعدّ العلامة مشمولة بالحماية إذا كانت عبارة عن بيان لنوع البضائع أو ماهيتها أو كميتها أو محل إنتاجها أو جنسها طالما أنها لا تجعل للعلامة خصائص

¹ المادة (7) الفقرة (2) من قانون العلامات النافذ بالضفة الغربية.

² المادة (6) الفقرة (ب، ثانياً) من اتفاقية تريس لحماية الملكية الصناعية.

³ المواد (8) الفقرة (7)، والمادة (7) الفقرة (1، 2) من قانون العلامات التجارية النافذ بالضفة الغربية، وأيضاً نص المادة (3) الفقرة (1) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

تميّزها عن غيرها¹ مثل كلمة "نباتين" كعلامة تجارية لتمييز نوع من السلع النباتية والسمن النباتي؛ لأنه لفظ عام يشير إلى الصفة الأساسية لهذه السلعة، وذات الأمر ينطبق على المسميات المستمدة من العناصر الأساسية في تركيب الأصناف أو المنتجات مثل المستحضرات الطبية والكيميائية، كما هو الشأن في كلمة أسبرين وفوسفاتيين وكالسيوم والتي رُفِضَ تسجيلها لانعدام شرط التمييز².

وقد نصت المادة (6) من اتفاقية باريس على "يجب الأخذ بعين الاعتبار عند تقدير الصفة المميزة للعلامة عنصر الاستخدام وبالتحديد مدة الاستخدام، فعلياً تقدير ما إذا كان هذا الاستعمال قد أعطاه الصفة الفارقة أم لا، فإذا كان قد أعطاه الصفة الفارقة فيجوز منحها الحق بالحماية، وقد أيد هذا القول قانون العلامات التجارية الساري بالصفة الغريبة في نص المادة (7) الفقرة (3) بقوله "لدى الفصل فيما إذا كانت العلامة التجارية ذات صفة فارقة وفقاً لما تقدم يجوز للمسجل أو للمحكمة إذا كانت العلامة التجارية مستعملة بالفعل أن يأخذ بالاعتبار طول المدى الذي جعل ذلك الاستعمال مميزاً فعلاً للبضائع المسجلة أو التي ينوي تسجيلها"، وتقدير ذلك هو أمر متروك للمسجل أو لقاضي الموضوع بعد مراعاة طبيعة السلعة أو الخدمة والفئة المستهدفة ودرجة الوعي³.

وعليه فإن كون العلامة التجارية مميزة هو شرط أساسي أوجبته القانون⁴ والقضاء ففي قرار محكمة العدل العليا الفلسطينية والذي أشار إلى جوهرية اشتراط تمييز العلامة التجارية والذي جاء في إحدى حيثياته "القاعدة الأساسية التي رسمها واضع القانون لجواز تسجيل علامة تجارية من عدمه تتلخص في أن تكون تلك العلامة ذات صفة فارقة، وأن لا تكون مطابقة أو مشابهة لعلامة تجارية تخص شخصاً آخر، لمنع اللبس والتضليل في مصدر المنتجات والخدمات"⁵.

¹المقدادي، عادل علي: الحماية القانونية للعلامة التجارية في القانون الأردني، مؤتمة للبحوث والدراسات، المجلد (15) العدد(4)، 2000م، ص264.

²حمدان، ماهر فوزي: المرجع السابق، ص41.

³القاسم، سراج عامر العربي: منازعات العلامات التجارية (دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2018م، ص32.

⁴المادة (7) الفقرة (3) من قانون العلامات النافذ في الضفة الغربية.

⁵قرار محكمة العدل العليا الفلسطينية رقم (120) لسنة 2016م، المنشور لدى موسوعة القوانين وأحكام المحاكم الفلسطينية، (مقام).

ومن تطبيقات القضاء السعودي في ذلك اعتبار العلامة (VO5) علامة تجارية مميزة وجديدة ومختلفة عن العلامة التجارية (VOV)، بحيث عدت الرقم (5) عنصراً رئيساً وبارزاً في العلامة من شأنه تمييزها وإضفاء تأثير على شكل العلامة¹.

وأيضاً القرار الصادر عن ديوان المظالم القاضي برفض تسجيل كلمة (ملكي) كعلامة تجارية باعتبارها لفظاً شائعاً لدى المنتجين والمستهلكين وغير مميز لوصف السلعة².

الفرع الثاني: شرط الجودة

لا يكفي أن تكون العلامة مميزة، بل يجب على الجهة المختصة عند الفصل في النزاع التأكد من أن العلامة جديدة في شكلها العام، بحيث لم يسبق تسجيلها واستعمالها من قبل أي أحد داخل إقليم الدولة على ذات المنتجات والخدمات وخالية من أي نزاع³، والجدة المطلوبة في التشريعات النافذة في الضفة الغربية والسعودية هي الجودة النسبية التي ينحصر نطاقها من حيث المنتجات ومن حيث المكان والزمان، ولا تفقد عنصر الجدية إذا اشتركت بعض عناصرها المكونة لها مع علامة أخرى حتى ولو كانتا مستعملتين على ذات الصنف، طالما أن عناصرهما في مجموعهما مختلفة التركيب والمظهر، وذلك في سبيل حماية المستهلك وضمان جودة البضائع والخدمات ومنع الخلط الذي يقع فيه المستهلك جراء تشابه العلامات التجارية⁴.

ومن خلال استقراء نصوص التشريعات السارية في الضفة الغربية والسعودية يتضح أن كليهما لم يقدم تعريفاً واضحاً للمقصود بالجدة، إلا أن الباحثة ترى ومن خلال استنباط الأحكام والقرارات

¹ قرار ديوان المظالم، هيئة التدقيق رقم (202/ت/5) لعام 1427هـ، والصادر بتاريخ 1427/5/7هـ، في القضية رقم (1/2222/ق) لعام 1424هـ والمنشور لدى مجموعة الأحكام المبادئ الإدارية الصادرة عن ديوان المظالم في السعودية، الملكية الفكرية، المجلد (7)، ص1633.

² قرار رقم (201/ت/4) لعام 1412هـ والقرار رقم (200/ت/4) لعام 1412هـ المشار إليه القرشي، زياد أحمد حميد: إجراءات تسجيل العلامة التجارية في السعودية دراسة تحليلية مقارنة في ضوء أحكام اتفاقية تريبس ومعاهدة باريس لحماية الملكية الصناعية، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، السعودية، 2012م، ص391.

³ سلامة، نعيم جميل صالح: الجوانب القانونية لإجراءات تسجيل العلامات التجارية في فلسطين دراسة تحليلية مقارنة بالقانونين المصري والفرنسي، المرجع السابق، ص647.

⁴ ضمرة، مهند: المرجع السابق، ص330.

ونصوص التشريعات المقارنة أن جدية العلامة تكمن في عدم وجود استعمال سابق لها، وأن لا تكون مشابهة لعلامة أخرى مسجلة أو مودعة أو مستعملة من قبل على ذات السلعة أو الخدمة.

فإذا كانت العلامة المراد تسجيلها في الضفة الغربية مشابهة لعلامة سبق استعمالها وتسجيلها على ذات الصنف وانتهت فترة حمايتها ولم يتم تجديدها وتم شطبها، أو لم يتم استعمالها لخمس سنوات متواصلة وتم شطبها تصبح في الملك العام، ومن حق أي شخص آخر استغلالها بعد تسجيلها، إلا أن قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية اشترط حتى يتم تسجيل العلامة الموصوفة أعلاه مرور ثلاث سنوات من تاريخ صدور قرار شطب العلامة ما لم ينص قرار الشطب على مدة أقل¹.

وقد استقر اجتهاد حُكم لمحكمة العدل العليا الأردنية على عدم منح الحماية إلا للعلامة التجارية التي سبق تسجيلها لنفس الصنف من البضاعة، وعليه لا ترد الحماية على العلامة إن كان الاختلاف واضحاً في صنف البضاعة لانتفاء تضليل المستهلك أو تشجيع المنافسة غير المشروعة²، وهي مسألة موضوعية يرجع تكييف مدى تقارب الأصناف من عدمه إلى قاضي الموضوع ولا رقابة لمحكمة القانون عليه؛ لأنها مسألة واقعية وليست قانونية³.

وفي السعودية إذا كانت العلامة المراد تسجيلها أو استعمالها مشابهة لعلامة أخرى سبق إيداعها أو تسجيلها على منتجات وخدمات مغايرة، فلا مانع من تسجيلها طالما لا تؤدي إلى تضليل المستهلكين فيما يتعلق بمصدر المنتج أو الخدمة أو تحدث منافسة غير مشروعة وإثراء على حساب الغير⁴.

¹ المادة (25) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.
² قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم (115) لسنة 1998م، مجلة نقابة المحامين الأردنيين سنة 1998م، ص3971، المشار إليه لدى مبارك، محمود أحمد عبد الحميد: المرجع السابق، ص32، والمادة (8) الفقرة (10) من قانون العلامات افي الضفة الغربية.

³ زين الدين، صلاح: المرجع السابق، ص281.

⁴ المادة (3) الفقرة (11) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ بالسعودية والمادة (8) الفقرة (10) من قانون العلامات النافذ بالضفة الغربية، والقرار رقم (83/ت/4) لعام 1414هـ والمشار إليه لدى القرشي، زياد أحمد حميد: إجراءات تسجيل العلامة التجارية في السعودية دراسة تحليلية مقارنة في ضوء أحكام اتفاقية ترينس ومعااهدة باريس الحماية الملكية الصناعية، المرجع السابق، ص395.

ويعدّ تسجيل ذات العلامة لأكثر من شخص لاستخدامها على أصناف مختلفة من السلع والخدمات صعباً من الناحية العملية، بسبب صعوبة تحديد المعيار الذي يمكن الاعتماد عليه لتحديد متى تعدّ السلع أو الخدمات مختلفة بالقدر اللازم لمنع وقوع جمهور المستهلكين في الخلط فيما يتعلق بمصدر السلعة أو الخدمة، مما يثير منازعات قانونية تشغل جهاز تسجيل العلامات والقضاء¹.

ولا يفقد تسجيل علامة تجارية مشابهة أو مطابقة لعلامة أخرى مسجلة أو مودعة أو مستعملة في خارج إقليم الدولة وغير مسجلة داخل الدولة عنصر الجودة²، طالما أن تسجيل العلامة واستعمالها لا يثير شك المستهلك العادي بمصدر المنتج أو الخدمة، واستثناءً على الأصل منحت التشريعات النافذة في السعودية الحصانة القانونية الكاملة للعلامة التجارية المشهورة والتي سيتم التطرق لها لاحقاً في هذه الدراسة.

الفرع الثالث : شرط المشروعية

المقصود به أن تكون العلامة المراد تسجيلها غير مخالفة لنصوص تشريعات العلامات التجارية والقوانين والأنظمة وأن لا تتنافى والآداب والنظام العام في الدولة³ وأن لا تؤدي إلى غش الجمهور أو تشجيع المنافسة غير المشروعة أو التي تدل على غير مصدرها الحقيقي، وذلك تحقيقاً للمصلحة العامة التي تسمو على المصالح الشخصية المتمثلة في تسجيل علامة تجارية لصاحبها⁴.

وعملياً تزخر الأسواق الفلسطينية بمنتجات تحمل علامات مخالفة للنظام العام والآداب العامة ومزورة أو مقلدة والتي تدخل إلى الأسواق الفلسطينية بسبب عدم وجود سيطرة فعلية لدائرة الجمارك الفلسطينية على الحدود والمنافذ الجوية والبحرية والبرية⁵، بالتالي لا رقيب ولا حسيب عليها، أما في

¹ القرشي، زياد أحمد حميد: إجراءات تسجيل العلامة التجارية في السعودية دراسة تحليلية مقارنة في ضوء أحكام اتفاقية تريس ومعاهدة باريس لحماية الملكية الصناعية، المرجع السابق، ص395.

² مبارك، محمود أحمد عبد الحميد: المرجع السابق، ص31، والمادة (34) من قانون العلامات النافذ في الضفة الغربية.

³ مثل صور أو إشارات لا أخلاقية أو أفكار فيها تحريض على العنف أو تخدش الحياء العام.

⁴ ديرية، علاء حافظ جودت: إجراءات تسجيل العلامة التجارية والتنازل عنها، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2017م، ص27.

⁵ مقابلة أجريت مع لطفي أبو ناصر، مدير دائرة الجمارك الفلسطينية، رام الله، بتاريخ 2020/3/5م.

السعودية فعلى الرغم من وجود علامات مخالفة للنظام العام والآداب العامة إلا أنهم يظلوا أكثر تشدداً بسبب تأثرهم بأحكام الشريعة الإسلامية والعرف والعادات والقيم الاجتماعية أكثر من غيرهم من الدول العربية والأجنبية¹.

وترى الباحثة أنه مصطلح النظام العام والآداب مصطلحاً فضفاضاً مرناً وقابلاً للتغيير من وقت لآخر، وهذا الأمر متروك للمسجل وللقضاء وفق سلطتهم التقديرية في النزاع المعروض أمامهم وحسب تقدير كل حالة على حدة، واستناداً إلى صلاحياتهم الواسعة في الامتناع عن تسجيل أي علامة تجارية يرون أنها مخالفة للنظام العام والآداب العامة، وبطبيعة الحال فإن هذه المخالفة يجب أن تفسر في الإطار الضيق تجنباً للمساس بالمبدأ العام السائد وهو حرية التجارة والصناعة. كما لا يمكن تسجيل أي علامة تجارية تأتي من ضمن الحالات التي تشكل فيها العلامة مخالفة للنظام العام والآداب، بالتالي لا تتمتع بالحماية القانونية حتى ولو جرى استعمالها فعلاً على أرض الواقع لفترة زمنية طويلة نظراً لعدم شرعيتها من الناحية القانونية، وما بني على باطل فهو باطل.

المطلب الثاني: العلامات التي لا يجوز تسجيلها بموجب نصوص التشريعات المقارنة

حددت تشريعات العلامات التجارية محل المقارنة الإطار العام للعلامات التي يمكن تسجيلها والتي تم التطرق لها في المطلب السابق، كما نصت التشريعات المقارنة على نصوص واضحة حددت بموجبها العلامات الممنوع تسجيلها، فقد نصت المادة (8) من قانون العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية الحالات التي لا يجوز فيها تسجيل علامة تجارية، والتي تضمنت شرحاً مفصلاً لما لا يجوز تسجيله، وقد وردت على سبيل المثال لا الحصر بدلالة العبارة "أية ألفاظ أو رسومات أخرى تؤدي إلى الاعتقاد"، وجاءت نصوص المواد بصورة مهمة تشمل كل ما يندرج تحت موضوعاتها² وعدت مخالفتها من أسباب رفض تسجيلها.

بالإضافة إلى ما سبق فقد ألزم قانون العلامات الساري بالضفة الغربية المسجل أن يرفض من تلقاء نفسه أية علامة تتضمن عناصر ممنوعة من التسجيل، وقد أوردتها المادة (8) من ذات القانون

¹ ضمرة، مهند: المرجع السابق، ص330.

² الزين، خالد: المرجع السابق، ص35.

من باب التأكيد على عدم مشروعيتها بشكل خاص، وهو ما ينسجم مع وظيفة العلامة التجارية بما يتعلق بمنع غش المستهلك والحد من المنافسة غير المشروعة وهي واردة على سبيل المثال لا الحصر¹ وفق الآتي:

1. العلامات التي تشبه شعار جلالة الملك أو الشارات الملكية أو لفظة ملوكي أو أية ألفاظ أو حروف أو رسوم أخرى قد تؤدي إلى الاعتقاد أن الطالب يتمتع برعاية ملكية²، مثل الرموز الخاصة بالملك العام أو المجردة من صفة التمييز ورموز مملوكة للشعب أو المجتمع وهي عبارة عن معرفة وطنية أنتجتها أجيال متعاقبة كالتقاليد أو الأعراف أو الطقوس.
2. شعار أو أوسمة حكومة المملكة الأردنية الهاشمية أو الدول أو البلاد الأجنبية إلا بتقويض من المراجع الأجنبية³.
3. العلامات التي تدل على صفة رسمية، إلا إذا فرضت وضعها المراجع الإيجابية التي تخصها تلك العلامة أو التي هي تحت مراقبتها⁴.
4. العلامات التي تشابه الراية الوطنية أو أعلام المملكة الأردنية الهاشمية العسكرية أو البحرية أو الأوسمة الفخرية أو شاراتها أو الأعلام الوطنية العسكرية أو البحرية⁵.
5. العلامات التي تشمل الألفاظ أو العبارات التالية: "امتياز" "ذو امتياز ملكي"، "مسجل"، "رسم مسجل"، "حقوق الطبع"، "النقل يدعى تزويراً"، أو ما شابه ذلك من الألفاظ والعبارات⁶ إلا إذا تم الحصول على إذن من الجهات المختصة⁷.

¹ بدلالة العبارة "أو أية ألفاظ أو رسومات أخرى تؤدي إلى الاعتقاد" في الفقرة (1) وعبارة "أو ما شابه ذلك من الألفاظ والعبارات" في الفقرة (5) كما أن الفقرات (6،7،9،10،11) جاءت بصورة عامة تشمل كل ما يندرج ضمن موضوعاتها.

² المادة (8) الفقرة (1) من قانون العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية.

³ المادة (8) الفقرة (2) من قانون العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية.

⁴ المادة (8) الفقرة (3) من قانون العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية.

⁵ المادة (8) الفقرة (4) من قانون العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية.

⁶ المادة (8) الفقرة (5) من قانون العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية.

⁷ الرشدان، محمود علي: المرجع السابق، ص29.

6. العلامات المخلة بالنظام العام أو الآداب العامة أو التي تؤدي إلى غش الجمهور أو العلامات التي تشجع المنافسة التجارية غير المحقة أو التي تدل على غير مصدرها الحقيقي¹.
7. العلامات المؤلفة من أرقام أو حروف أو ألفاظ تستعمل عادة في التجارة لتمييز أنواع البضائع وأصنافها أو العلامات التي تصف نوع البضائع أو جنسها أو الكلمات التي تدل عادة على معنى جغرافي أو ألقاب إلا إذا أبرزت في شكل خاص ويشترط في ذلك أن لا يعتبر ما ورد في هذه الفقرة أنه يمنع تسجيل العلامات التي تكون من النوع الموصوف فيها إذا كانت له صفة فارقة بحسب المعنى المحدد لها في المادة (7) الفقرتين (2،3)².
8. العلامات التي تطابق أي شعار ذي صفة دينية بحتة أو تشابهه³.
9. العلامات التي تحتوي على صورة شخص أو اسمه أو اسم محله التجاري أو اسم شركة أو هيئة إلا برضى وموافقة ذلك الشخص أو تلك الهيئة أما الأشخاص المتوفون حديثاً فيجوز للمسجل أن يطلب موافقة ممثليهم الشرعيين⁴.
10. العلامة التي تطابق علامة تخص شخصاً آخر سبق تسجيلها لنفس البضائع التي يراد تسجيل العلامة من أجلها أو لصنف منها أو العلامة التي تشابه تلك العلامة إلى درجة قد تؤدي إلى غش الغير⁵.
11. العلامات التي تطابق أو تشابه شارة الهلال الأحمر أو الصليب الأحمر على أرض بيضاء أو شارات الصليب الأحمر أو صليب جنيف⁶.

¹ المادة (8) الفقرة (6) من قانون العلامات التجارية النافذ في الضفة.

² المادة (8) الفقرة (7) من قانون العلامات التجارية النافذ في الضفة.

³ المادة (8) الفقرة (8) من قانون العلامات التجارية النافذ في الضفة.

⁴ المادة (8) الفقرة (9) من قانون العلامات التجارية النافذ في الضفة.

⁵ المادة (8) الفقرة (10) من قانون العلامات التجارية النافذ في الضفة.

⁶ المادة (8) الفقرة (11) من قانون العلامات التجارية النافذ في الضفة.

وقد عالجَت المادة (3) من قانون (نظام) العلامات التجارية النافذ في السعودية مسألة العلامات الممنوع تسجيلها، حيث جاء فيها لا تعد علامة تجارية أو جزءاً منها ولا يجوز أن يسجل بهذا الوصف ما يأتي:

1. العلامة الخالية من أية صفة مميزة، أو العلامات المكونة من بيانات ليست إلا التسمية التي يطلقها العرف على السلع والخدمات، أو الرسوم المألوفة والصور العادية للسلع.¹
2. التعبيرات أو الرسوم أو العلامات التي تخل بالآداب العامة أو تخالف النظام العام.²
3. الشعارات العامة والأعلام والشارات العسكرية والشرفية والأوسمة الوطنية والأجنبية والعملات المعدنية والورقية وغيرها من الرموز الخاصة بأي من دول المجلس أو أي دولة أخرى، أو بالمنظمات العربية أو الدولية أو إحدى مؤسساتها، أو أي تقليد لأي من ذلك.³
4. رموز الهلال الأحمر أو الصليب الأحمر وغيرها من الرموز الأخرى المشابهة، وكذلك العلامات التي تكون تقليداً لها.⁴
5. العلامات المطابقة أو المشابهة للرموز ذات الصبغة الدينية المحضة.⁵
6. الأسماء والبيانات الجغرافية إذا كان من شأن استعمالها أن يحدث لبساً فيما يتعلق بمصدر أو أصل السلع أو الخدمات.⁶
7. اسم الغير أو لقبه أو صورته أو شعاره، ما لم يوافق هو أو ورثته مقدماً على استعماله.⁷
8. البيانات الخاصة بدرجات الشرف أو الدرجات العلمية التي لا يثبت طالب التسجيل استحقاقه لها قانوناً.⁸

¹ المادة (3) الفقرة (1) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

² المادة (3) الفقرة (2) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

³ المادة (3) الفقرة (3) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

⁴ المادة (3) الفقرة (4) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

⁵ المادة (3) الفقرة (5) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

⁶ المادة (3) الفقرة (6) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

⁷ المادة (3) الفقرة (7) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

⁸ المادة (3) الفقرة (8) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

9. العلامات التي من شأنها أن تضلل 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 مقلد أو مزور¹.

10. العلامات المملوكة لأشخاص طبيعيين أو معنويين يكون التعامل معهم محظوراً وفقاً لقرار صادر في هذا الشأن من الجهة المختصة².

11. 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 يولد انطباعاً بالربط بينها وبين سلع أو خدمات مالك العلامة المسجلة أو أن يؤدي إلى الإضرار بمصالحه³.

12. العلامات التي ينشأ عن تسجيلها بالنسبة لبعض السلع أو الخدمات الحط من قيمة السلع أو الخدمات التي تميزها العلامة السابقة⁴.

13. العلامات التي تشكل نسخاً أو تقليداً أو ترجمة لعلامة تجارية مشهورة أو لجزء منها مملوكة للغير لاستعمالها في تمييز سلع أو خدمات مماثلة أو مشابهة لتلك التي تستعمل العلامة المشهورة لتمييزها⁵.

14. العلامات التي تشكل نسخاً أو تقليداً أو ترجمة لعلامة تجارية مشهورة مملوكة للغير، أو لجزء جوهري منها، لاستعمالها في تمييز سلع أو خدمات غير مماثلة أو غير مشابهة لتلك التي تميزها العلامة المشهورة، إذا كان من شأن هذا الاستعمال أن يدل على صلة بين تلك السلع أو الخدمات وبين العلامة المشهورة وأن يكون من المرجح إلحاق ضرر بمصالح مالك العلامة المشهورة⁶.

¹ المادة (3) الفقرة (9) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

² المادة (3) الفقرة (10) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

³ المادة (3) الفقرة (11) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

⁴ المادة (3) الفقرة (12) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

⁵ المادة (3) الفقرة (13) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

⁶ المادة (3) الفقرة (14) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

15. العلامات التي تشمل الألفاظ أو العبارات الآتية: امتياز "ذو امتياز"، مسجل أو "رسم مسجل" أو حقوق الطبع أو ما شابه ذلك من الألفاظ والعبارات¹.

والمستفاد من نص المادة (8) من قانون العلامات التجارية الأردني النافذ في الضفة الغربية بفقراتها (1،2،3،4،5) والمادة (3) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية بفقراتها (3،8،15) أن الحكمة من منع تسجيل العلامات الموصوفة في الفقرات أعلاه حتى لا تؤدي إلى الاعتقاد أن هذه العلامة تتمتع برعاية ملكية فيكون الإقبال عليها أكثر من غيرها من المنتجات أو الخدمات المماثلة لها، على أساس أن هذه الرعاية تجعلها أكثر جودة وأنها مطابقة للمقاييس والمواصفات العالمية كون الرقابة عليها أكثر صرامة.

وبما أن المطلق يجري على إطلاقه فإن منع تسجيل هذه العلامات يكون شاملاً لجميع العلامات سواء أكانت مسجلة بالخارج أم لا، على أنه يجوز تسجيل أية علامة تحمل الشعارات والألفاظ الواردة في الفقرات أعلاه بعد الحصول على إذن خاص من الجهات المختصة أو تلك الدول أو المنظمات، ويجوز في مثل هذه الحالة لصاحب العلامة المسجلة في الخارج أن يعترض على تسجيل هذه العلامة إذا كان هو أسبق في استعمالها أو في تسجيلها بالخارج، أو كانت علامة مشهورة².

¹ المادة (3) الفقرة (15) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

² الرشدان، محمود علي: المرجع السابق، ص 29.

ومن الأمثلة على هذا النوع من العلامات الممنوع تسجيلها:

شعار المملكة العربية السعودية والمقتبس من علمها والمستخدم بشكل رسمي في الدولة والوثائق الحكومية والبعثات الدبلوماسية. 	شعار الهيئة السعودية للملكية الفكرية  الهيئة السعودية للملكية الفكرية Saudi Authority for Intellectual Property
شعار الديوان الملكي الأردني  الديوان الملكي الهاشمي	شعار السلطة الوطنية الفلسطينية 

صورة رقم (6) : أمثلة على شعارات رسمية

ومن أبرز تطبيقات ديوان المظالم بهذا الصدد الحكم القاضي برفض تسجيل علامة (Churchs)، إذ اعتبرت انه من الثابت من معاجم الترجمة أن الكلمة تعني كنيسة أو متعبد النصرى، وهما من الرموز الدينية لدى النصرى ومما لا يجوز تسجيله وذلك طبقاً للفقرة (3) من المادة (3)¹. ومن خلال استقراء نص المادة (8) من قانون العلامات التجارية الأردني النافذ في الضفة الغربية الفقرة (6)، والمادة (3) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية الفقرة (2)، المخصصتين للعلامات المخلة بالنظام العام والآداب العامة، وكما تم الإشارة سالفاً فإن موضوع النظام العام والآداب العامة متغير بتغير الزمان والمكان، والتشريعات عادة لا تنص على ما هو مخالف للنظام العام أو غير مخالف وهو أمر متروك

¹ قرار ديوان المظالم، هيئة التدقيق رقم (5/ت/354) لعام 1427هـ، والصادر بتاريخ 1427/8/5 في القضية رقم (1/911/ق) لعام 1427هـ والمنشور لدى مجموعة الأحكام والمبادئ الإدارية الصادرة عن ديوان المظالم، مجلد (7)، ص1747.

للقضاء، وله سلطة تقديرية لكل حالة على حدة، وهو ما تم الإشارة له بالتفصيل في الصفحات 47 و69 من هذه الدراسة.

وأيضاً ما ورد بقرار محكمة العدل العليا القاضي بوجوب رفض مسجل العلامات التجارية تسجيل العلامة المطلوب تسجيلها على اعتبار أن هذا التسجيل مخالف للنظام العام إذا كانت الشركة المستدعية طالبة تسجيل علامة محظور التعامل معها بموجب قرار مؤتمر ضباط اتصال المكاتب الإقليمية لمقاطعة إسرائيل، دون أن يغير من ذلك كون الصنف المطلوب تسجيله ليس من الأصناف التي صدر قرار الحظر بسببها، ما دام من الثابت أن الشركة طالبة التسجيل تتعامل مع إسرائيل في أصناف تجارية أخرى، وبذلك يكون رفض المسجل تسجيل العلامة لهذا السبب متفقاً وأحكام القانون، وفي ذات السياق حكم بأن علامة (STMICHAEL) مخالفة للنظام العام ولا يجوز تسجيلها كعلامة تجارية، لأنها تعود لشركة بريطانية تم مقاطعتها لتعاملها مع إسرائيل¹.

ومن تطبيقات ذلك، القرار الصادر عن ديوان المظالم برفض تسجيل علامة (NEGRO) بالصنف (21) كونها تتضمن رسماً لرجل أسود اللون في حالة مبتذلة وفي صورة مهينة وغير محترمة، مما يجعل هذه العلامة تتنافى مع مبادئ الشريعة الإسلامية والتي تصدر بناءً عليها جميع الأنظمة واللوائح والقرارات في السعودية، وهي مخالفة للقانون ولا تستحق الحماية².

أما نص المادة (8) من قانون العلامات التجارية الأردني النافذ في الضفة الغربية الفقرة (7)، والمادة (3) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية الفقرات (1،6،9)، وموضوعهم العلامات المكونة من ألفاظ تستعمل عادة بين التجار وخالية من أية صفة مميزة، أو تدل على معنى جغرافي أو تتضمن بيانات كاذبة ما من شأنه إحداث لبس بمصدر السلعة أو الخدمة بالتالي إيقاع جمهور المستهلكين بالغش، وهو الممنوع قانوناً إلا إذا أبرزت في شكل خاص، بحيث أضفى عليها الصفة الفارقة المطلوبة.

¹ قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم (93) لسنة 1995م، مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1996م، ص629، مشار إليه لدى حمدان، فوزي: المرجع السابق، ص62.

² قرار ديوان المظالم، هيئة التدقيق رقم (5/350/ت) لعام 1427هـ، والصادر بتاريخ 1427/8/3 في القضية رقم (1/405/ق) لعام 1427هـ والمنشور لدى مجموعة الأحكام والمبادئ الإدارية الصادرة عن ديوان المظالم، مجلد (7)، ص1733.

ومن أبرز الأمثلة على ذلك استخدام عبارة (جودة عالية) و(نخب أول) و(يوصي به الأطباء)، والعلامات التي تدل على معنى جغرافي مثل: علامة (فستق حلبي) و(كنافة نابلسية)، وكذلك العلامات الوصفية والتي لا يجوز تسجيلها مثل وضع صورة تفاح على عصير التفاح، وذلك لأنه لا يمكن للشخص الاستئثار باستعمال وتسجيل هذه الأوصاف دون غيره، وكل ما ورد أعلاه ممنوع تسجيله إلا إذا وضع بشكل يكفل تمييزه كالألوان والرسومات وبما جعلها مميزة، وهو أمر متروك للجهة المختصة بالتسجيل إما بالقبول أو الرفض وبكل الأحوال يكون القرار عرضه للطعن.

فقد حكمت محكمة العدل العليا برفض تسجيل كلمة ستاندر (STANDARD) كعلامة تجارية لكونها كلمة عادة ما تستعمل في التجارة لتمييز أنواع البضائع وأصنافها¹.

ومن تطبيقات ذلك في القضاء السعودي النزاع الذي تتلخص وقائعه بقيام شركة بإيداع طلب لتسجيل علامة (أمريكان لايتس) لمنتجات التبغ، وتقدمت الشركة المعارضة بلائحة اعتراض على تسجيل العلامة وصدر قرار من لجنة التظلمات برفض تسجيل العلامة، كونها كلمة عامة جغرافية ولا يوجد ما يميزها عن غيرها حيث تستعملها معظم شركات التبغ في أمريكا².

وأيضاً القرار الصادر عن ديوان المظالم برفض تسجيل علامة (الماس يظل إلى الأبد) لأنها غير مميزة ووصفية تصف المنتج الذي سيوضع عليه، كما أنها دعائية لا تصلح أن تكون علامة تجارية³.

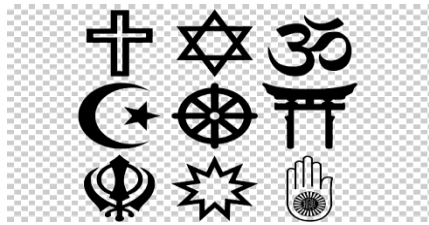
أما العلامات المشابهة أو المطابقة للشعارات الدينية والواردة في نص المادة (8) من قانون العلامات التجارية الأردني النافذ في الضفة الغربية الفقرة (8)، والمادة (3) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية الفقرة (5)، والتي

¹ قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم (73) لسنة 1959م، مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1959م، ص 139 المشار إليه لدى الخشروم، عبد الله حسين: الحماية الجزائية لبراءات الاختراع والعلامات التجارية في القانون الأردني - دراسة في ضوء اتفاقية ترسيم، مجلة المنارة، جامعة آل البيت، الأردن، مجلد (13) العدد (8)، 2006م.

² قرار ديوان المظالم، هيئة التدقيق رقم (111/ت/3) لعام 1411هـ، والصادر بتاريخ 1411/8/5هـ، في القضية رقم (1/2355/ق) لعام 1409هـ والمنشور لدى مجموعة الأحكام والمبادئ الإدارية الصادرة عن ديوان المظالم، مجلد (7).

³ قرار ديوان المظالم، هيئة التدقيق رقم (384/ت/5) لعام 1427هـ، والصادر بتاريخ 1427/9/1 في القضية رقم (1/407/ق) لعام 1427هـ والمنشور لدى مجموعة الأحكام والمبادئ الإدارية الصادرة عن ديوان المظالم، مجلد (7)،

منع تسجيلها بنص صريح واضح لما لهذه الشعارات من حرمة دينية وقديسية عند أصحاب الديانات والمعتقدات، ولا يمكن أن تكون محلاً للاستغلال في المتاجرة بالقيم الدينية أو الإساءة إليها، ومن الأمثلة عليها:

رموز دينية	اشارة الصليب	كلمة ذات طابع ديني
		

صورة رقم (7) : أمثلة على كلمات وشعارات ورموز ذات طابع ديني

وتطبيقاً لذلك أقدمت هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر على تقديم اعتراض على قرار المدعى عليها (وزارة التجارة والصناعة السعودي) بقبول تسجيل علامة (أنكور) بحروف لاتينية يعلوها رسمه تشبه الصليب، حيث تركز اعتراض المدعية على اشتغال العلامة محل الدعوى على رسمه تشبه الصليب، وأنه بذلك يعدّ قبول التسجيل مخالفاً للقانون، وبالإطلاع على العلامة تبين أنها رسمه المرساة التي اشتهر وضعها في الموانئ والسفن، وجرى العرف على أنها لا تحمل أي صبغة دينية بالتالي فإن تسجيل العلامة لا يدخل ضمن إطار العلامات المحظور تسجيلها وعليه تم رفض الاعتراض موضوعاً¹.

وقد جاء في حكم محكمة العدل العليا الأردنية بأن قرار مسجل العلامات التجارية برفض تسجيل علامة (Buddha Bar) جاء صحيحاً، كونها تمثل شعاراً ذا صفة دينية (البوذية) وفيه اعتداء على حرية العقيدة التي لا يجوز فصلها عن حرية ممارسة شعائرها²، وقد أشارت المحكمة العليا في إيطاليا الى منع تسجيل العلامة لذات السبب³.

¹قرار ديوان المظالم، هيئة التدقيق رقم (5/ت/70) لعام 1427، والصادر بتاريخ 1427/2/7هـ، في القضية رقم(1/2955/ق) لعام 1425هـ والمنشور لدى مجموعة الأحكام المبادئ الإدارية الصادرة عن ديوان المظالم في السعودية، الملكية الفكرية، المجلد (7)، ص1586.

²قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم (289) لسنة 2007م والمشار إليه لدى الرشدان، محمود: المرجع السابق، ص37.

³قرار رقم 2016/1277 صادر عن محكمة الاستئناف في ميلانو الإيطالية <https://brevettinews.it/en/trademarks-design/new-judgement-trademark-buddha-bar->

أما العلامات التي تحتوي على صورة شخص أو اسمه أو اسم محله التجاري أو اسم الشركة أو الهيئة الواردة في نص المادة (8) من قانون العلامات التجارية الأردني النافذ في الضفة الغربية الفقرة (9)، والمادة (3) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية الفقرة (7)، فلا يجوز للجهات المختصة بتسجيل العلامات التجارية في كل من الضفة الغربية والسعودية تسجيلها إلا بموافقتهم، وفي حال كون الشخص المعني متوفى فيجب الحصول على موافقة الورثة الشرعيين.

كما يمكن اتخاذ أسماء الشخصيات الأدبية والفنية فيمكن كعلامة تجارية، طالما تم ذلك بشكل مشروع وباتفاق واضح ومحدد، وفق قرار مجمع الفقه الإسلامي في دورته المنعقدة بتاريخ 1409هـ، والذي اعتبر أن العلامة حق خاص لصاحبه ويعتد بها شرعاً ولا يجوز الاعتداء عليها¹، غير أنه إذا كانت ذات حماية أدبية لمصلحة مبتكرها فإنها تخضع لإذن صاحبها قبل اتخاذها علامة، مثل (أم كلثوم) و(مارلين مونرو)، ويتم ذلك عن طريق التعاقد مع الورثة².

وقد جاء في قرار محكمة العدل العليا برد الاستئناف موضوعاً ورفض تسجيل علامة (علكة كلاس) في الصنف (30) كون كلمة (كلاس) تشير إلى اسم عائلة سورية ومالك العلامة المراد تسجيلها هو من عائلة سحلول وليس (كلاس)، وبذلك فإن العلامة المطلوب تسجيلها مخالفة لنص المادة (8) الفقرة (9) من قانون العلامات التجارية الأردني النافذ في الضفة الغربية، وعليه لا يجوز تسجيلها إلا برضى ذلك الشخص وموافقة³.

وقد صدر عن مجلس إدارة الهيئة السعودية للملكية الفكرية قراراً بإعادة النظر في قبول طلبات تسجيل الأسماء العائلية كعلامات تجارية، حيث حددت الهيئة ضوابط وشروط تسجيل الأسماء العائلية كعلامات تجارية، ومنها أن يحمل مقدم طلب التسجيل نفس الاسم العائلي للعلامة المراد تسجيلها، كما يشترط أن يكون الاسم العائلي في العلامة التجارية مستخدماً في سجل تجاري لفترة

¹ قرار ديوان المظالم رقم (204/ت/4) لعام 1417هـ، المشار إليه لدى القرشي، زياد أحمد حميد: إجراءات تسجيل العلامة التجارية في السعودية دراسة تحليلية مقارنة في ضوء أحكام اتفاقية تربس ومعاهدة باريس لحماية الملكية الصناعية، المرجع السابق، ص 379.

² الرشدان، محمود علي: المرجع السابق، ص 18.

³ قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم (325) لسنة 2004م، والمشار إليه لدى الرشدان، محمود: المرجع السابق، ص 38.

زمنية لا تقل عن عشر سنوات، كما تضمنت الشروط أن يكون الاسم العائلي أحد مكونات العلامة التجارية المطلوب تسجيلها وليس العلامة نفسها، وأن يكون للاسم العائلي مظهر مميز، وأن يكون تسجيل العلامة على فئة السلع أو الخدمات التي تشتهر بها¹.

أما في حال كان الاسم العائلي منتشراً في دولة أخرى يجب إحضار شهادة التسجيل من تلك الدولة، واستثنت الهيئة من هذا القرار تسجيل العلامات التجارية ذات الانتشار الواسع والمتكرر في مجال تجارة المنتجات أو الخدمات المراد تسجيلها، وتسجيل أسماء القبائل والعشائر ذات الانتشار الواسع، موضحة أن هذه الضوابط والمعايير تنطبق على طلبات انتقال ملكية العلامة التجارية في حال أنها حملت اسماً عائلياً².

وقد جاء في حكم صادر عن ديوان المظالم أنه لا يوجد ما يمنع من تسجيل الاسم الشخصي الخاص بعلامة تجارية، ولا يحتاج إلى موافقة فرد بعينه أو ورثته، كما أن طالب التسجيل يشترك مع غيره في الانتساب إلى اسم العائلة، بالتالي لا يوجد ما يمنع من تسجيل اسم العائلة كعلامة تجارية، وأن من يسبق غيره في تسجيل اسم العائلة يكون له الأولوية فيه³، ويلاحظ على هذا القرار أنه توسع بشكل غير مبرر كون أن الأولوية تؤدي إلى حرمان كل من يشتركون معه في نفس الاسم من أن يسجلوا أسماءهم الشخصية مضافاً إليها اسم العائلة، بالتالي تجريد الشخص من حق كفله له النظام من تسجيل اسمه الشخصي كعلامة تجارية.

وفي نص المادة (8) من قانون العلامات التجارية الأردني النافذ في الضفة الغربية الفقرة (10)، ويقابلها المادة (3) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية الفقرة (11)، وبموجبهم يمنع تسجيل العلامات التجارية المشابهة أو المطابقة لعلامة سبق إيداعها أو تسجيلها من الغير على ذات المنتجات والخدمات أو ذات صلة بها، ما من

¹ صحيفة عكاظ <https://www.okaz.com.sa/news/local/2042612>

² صحيفة عكاظ <https://www.okaz.com.sa/news/local/2042612>

³ قرار ديوان المظالم رقم (4/د/ت/ج) لعام 1417هـ، المشار إليه لدى القرشي، زياد أحمد حميد: إجراءات تسجيل العلامة التجارية في السعودية دراسة تحليلية مقارنة في ضوء أحكام اتفاقية تربس ومعاهدة باريس لحماية الملكية الصناعية، المرجع السابق، ص 378.

شأنه توليد انطباع لدى جمهور المستهلكين بالربط بين العلامتين أو إيقاعهم بالخداع وما يلحق بها من ضرر على صاحب العلامة التجارية المودعة أو المسجلة أولاً.

فقد حكمت محكمة العدل العليا برفض تسجيل علامة "بن العميد" تحت الصنف (30)، كون أن العلامة المذكورة مطابقة لعلامة سبق تسجيلها وفق نص المادة (8) الفقرة (10)، وبالتالي رد الاستئناف موضوعاً وتأييد القرار المستأنف¹.

ومن تطبيقات ذلك في السعودية ما جاء في حكم ديوان المظالم بإلغاء قبول تسجيل علامة (رسمه تشبه شكلاً بيضاوياً وبداخلها علامة صح) والمودعة بتاريخ 1425/7/14هـ، كونها مطابقة لعلامة أسبق في إيداعها بتاريخ 1425/7/6هـ وعلى ذات الصنف².

وفي نص المادة (8) من قانون العلامات التجارية الأردني النافذ في الضفة الغربية الفقرة (11)، ويقابلها المادة (3) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية الفقرة (4)، المخصصتين للعلامات المطابقة أو المشابهة لشارات الهلال الأحمر والصليب الأحمر، ومنع تسجيل تلك العلامات جاء كونها تتمتع برعاية إنسانية ودولية فيكون الإقبال على المنتجات والخدمات التي تحملها أكثر من غيرها رغبةً في تقديم المساعدة الإنسانية.

¹ قرار محكمة العدل العليا الفلسطينية رقم (159) لسنة 2018م، المنشور لدى موسوعة القوانين وأحكام المحاكم الفلسطينية (مقام).

² قرار ديوان المظالم، هيئة التدقيق رقم (139/ت/5) لعام 1427هـ، والصادر بتاريخ 1427/3/25هـ، في القضية رقم (1/1328/ق) لعام 1426هـ والمنشور لدى مجموعة الأحكام المبادئ الإدارية الصادرة عن ديوان المظالم في السعودية، الملكية الفكرية، المجلد (7)، ص1610.

ومن الأمثلة على هذا النوع من العلامات:



صورة رقم (8) : أمثلة على علامات خاصة بالهلال الأحمر والصليب الأحمر

وقد استقر قانون (نظام) العلامات التجارية النافذ في السعودية بنصوص مواد ألزم بموجبها جهة تسجيل العلامة التجارية في السعودية بمنع تسجيل العلامات التجارية المشهورة أو العلامات التي تشكل تقليداً أو ترجمه لعلها أو بعضها، سواء أكانت موضوعة على ذات المنتجات والخدمات أم لا، طالما كان من شأن ذلك إحداث ربط لدى جمهور المستهلكين بين العلامتين وإلحاق ضرر بصاحب العلامة المشهورة، أو الحط من قيمتها، وذلك وفقاً لنص المادة (3) بفقراتها (12،13،14) من ذات القانون، وهو ما تم الإشارة إليه بالتفصيل في الصفحة 50 من هذه الدراسة.

ويلاحظ أيضاً أن قانون (نظام) العلامات التجارية النافذ في السعودية أشار في نص المادة (3) الفقرة (10) من ذات القانون إلى منع تسجيل العلامة المملوكة لأشخاص محظور التعامل معهم وفقاً لقرار صادر عن الجهات المختصة، ويعدّ هذا النص سابقة نوعية لم تتطرق تشريعات الدول النامية لها، ولم يسبق أن صدر أية سابقة قضائية عن ديوان المظالم أو حتى الهيئة السعودية للملكية الفكرية ما يفيد بمنع تسجيل علامات تجارية كونها مملوكة لأطراف معينة ممنوع التعامل معها.

وقد تناولت اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية في المادة (3) موضوع الحظر الخاص بشعارات الدولة وعلامات الرقابة الرسمية وشعارات المنظمات الدولية والحكومية، سواء كعلامة صناعية أو تجارية أو خدمية، ويقتصر تطبيق هذا الحظر على العلامات التي سجلت بعد سنة

1925 إلا أنه يحق للدولة شطب العلامات التي سجلت قبل 1925 في حالة سوء النية¹، أما المادة (6) الفقرة (ب) من ذات الاتفاقية نصت على حالات رفض تسجيل العلامة ومنها العلامات التي من شأنها الإخلال بالحقوق المكتسبة للغير في الدولة التي تطلب فيها الحماية، وإذا كانت العلامة مجردة من أية صفة مميزة أو كان تكوينها قاصراً على إشارات أو بيانات يمكن أن تستعمل في التجارة للدلالة على نوع المنتجات وجودتها أو كميتها أو الغرض منها أو قيمتها أو محل منشأ المنتجات أو زمن الإنتاج أو إذا أصبحت شائعة في اللغة الجارية أو في العادات التجارية المشروعة والمستقرة في الدولة التي تطلب فيها الحماية، وإذا كانت مخالفة للأداب أو النظام العام ولا سيما من طبيعة يترتب عليها تضليل الجمهور².

وبالعموم ترى الباحثة أن التشريعات محل المقارنة اتفقت في تحديد ما لا يجوز تسجيله كعلامة تجارية ابتداءً، بحيث لا يكون لمسجل العلامات الفلسطيني ولا للجنة التظلمات والاعتراضات في الهيئة السعودية للملكية الفكرية عند البت في الاعتراض أي صلاحية في دراسة الطلب أو إبداء أي رأي بشأنها طالما أنها مما لا يجوز تسجيله، وتكون ملزمة برفض تسجيل العلامة، وقد وردت في كلا القانونين على سبيل المثال لا الحصر، وبالرغم من عدم النص على العلامة التجارية المشهورة في تشريعات العلامات التجارية النافذة في الضفة الغربية، ولم يتم إضافة أي تعديل يضيفي الحماية لها بشكل صريح، لكن لا يوجد ما يمنع من الاستناد إلى القواعد العامة ومبادئ المنافسة غير المشروعة في حماية العلامة المشهورة.

المطلب الثالث: معايير التشابه التي أقرها الفقه والقضاء

تم الإشارة في المطلب الأول والثاني إلى الشروط الواجب توافرها بالعلامة التجارية، والعلامات التي لا يجوز تسجيلها والتي نصت عليها التشريعات المقارنة وقيدت بها الجهة المختصة عند الفصل في نزاعات تسجيل العلامة، وعلى ذات السياق تواترت الأحكام والقرارات القضائية والتي شكلت مرجعاً لدى الجهات المختصة عند البت في النزاعات (الاعتراضات) المعروضة أمام مسجل العلامات التجارية في وزارة الاقتصاد الوطني الفلسطيني ولجنة التظلمات والاعتراضات في الهيئة

¹ أحمد، غادة مبارك الشيخ: المرجع السابق، ص28.

² المادة (6) الفقرة (ب) من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية.

السعودية للملكية الفكرية عند عرض نزاع موضوعه اعتراض على تسجيل علامة مشابهة لعلامة أخرى.

فعلى الرغم من أن تزوير العلامة التجارية لا يثير صعوبة من حيث إثباته، إذ يكفي وجود التطابق بين كلا العلامتين للحكم بوجود التزوير، إلا أن الصعوبة تثار من الناحية العملية في حالة إثبات وجود التقليد أو التشابه بين علامتين تجاريتين، فالتقليد هو بمثابة تشبيه علامة بأخرى الهدف منها خداع وتضليل الجمهور بأن العلامة المقلدة هي ذاتها العلامة الأصلية، بإحداث بعض التشابه بينهما.

ولم يحدد كلا القانونين محل الدراسة أية معايير لتحديد التشابه بين العلامات من عدمه، ولكن تواترت السوابق القضائية والأحكام الفقهية والاتفاقيات والمؤتمرات الدولية التي أشارت إلى موضوع التشابه بين العلامات، إذ إن مسألة تحديد الشبه والتقليد تعدّ من المسائل الموضوعية التي تدخل في سلطة واختصاص محكمه الموضوع¹، وحتى تتمكن المحكمة من أداء حكمها الفاصل في فك الالتباس، دعت الضرورة إلى البحث وإيجاد ضوابط يمكن الاعتماد عليها في معرفة وتحديد درجة التشابه بين العلامة الأصلية والعلامة المقلدة والبت في صحة التقليد من عدمه²، ونوجزها في المعايير التي استقرت عليها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الوايو) والقضاء في الضفة الغربية³ والسعودية، وفق الآتي:

الفرع الأول: العبرة بأوجه الشبه بين العلامتين لا بأوجه الاختلاف

حتى تكون المقارنة بين العلامتين صحيحة ومنتجة لا بد من الاعتماد على أوجه الشبه كأساس لتحديد التقليد بين العلامتين وليس أوجه الاختلاف بينهما، طالما أن التقليد يتحقق إذا ما وصل التشابه إلى حد خداع الجمهور وتضليله بغض النظر عما هو موجود من اختلاف، بمعنى أنه قد

¹ ضمرة، مهند: المرجع السابق، ص337.

² الخولي، سائد أحمد: الملكية الصناعية في الفقه والقانون المعاصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2012م، ص75.

³ قرار محكمة التمييز الأردنية رقم (355) لسنة 2002م، والمشار إليه لدى مبارك، محمود أحمد عبد الحميد: المرجع السابق،

يكون بين العلامتين الكثير من نقاط الاختلاف الجزئية، إلا أنه من الناحية الإجمالية يوجد هناك تشابه بينهما، لذا يكون الاختلاف بين العلامتين في عملية التقليد أو طريقه وشكل التقليد، والاقتباس ليس ذا أهمية طالما أن معيار التشابه بين العلامتين قد ترك انطباعاً وتصوراً ذهنياً كان سبباً في تضليل المستهلك¹.

فعند الأخذ بمبدأ الاعتداد بأوجه الاختلاف بين العلامتين دون أوجه التشابه الموقع للخط، فإن هذا سيؤدي دون شك إلى إتاحة الفرصة وفتح المجال للعديد من المحتالين لتقليد العلامات التجارية تحت الغطاء القانوني، وقد طبق ديوان المظالم في السعودية هذا المعيار في العديد من القضايا نذكر منها النزاع الذي وقع ما بين الشركة المدعية التي تملك العلامة التجارية "البستان" وما بين المدعى عليها التي تمتلك العلامة التجارية "بستان" على ذات الصنف المسجلة عليها العلامة التجارية التي تملكها المدعية، حيث جاء حكم ديوان المظالم والمؤيد بحكم هيئة التدقيق واضحاً في هذا الشأن بالقول "فإنه من المقرر أنه عند النظر في مدى وجود التشابه بين العلامتين من عدمه فإنه ينظر لأوجه التشابه، وهذه الكلمة هي العنصر الرئيسي والمؤثر في كلا العلامتين، وإن من شأن هذا التطابق أن يوقع المستهلك العادي في اللبس والخلط بين العلامتين، فإن تسجيل الوزارة لعلامة الشركة المدعى عليها مخالف للنظام، ويتعين عليها شطب التسجيل².

وقد قضت في قرار محكمة العدل العليا بوجود تشابه بين العلامة (SI-TONE) وبين العلامة (SI-PHONE) وذلك لوجود تشابه بين هاتين العلامتين سواء من حيث الشكل أو اللفظ أو الأحرف ولا عبرة للاختلافات البسيطة³.

¹مقابلة أجريت مع رجا خويلد، مسجل العلامات التجارية في وزارة الاقتصاد الوطني الفلسطيني، رام الله، 2020/11/30.

²قرار ديوان المظالم رقم (٥/١/د/١٠١) لعام ١٤٢٦هـ المؤيد بالحكم (١٠٩/ت/٥/١٤٢٧هـ)، والمشار إليه لدى ضمرة، مهند: المرجع السابق، ص 338.

³قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم (129) لسنة 1997م، والمشار إليه لدى مبارك، محمود أحمد عبد الحميد: المرجع السابق، ص 79.

الفرع الثاني: العبرة بالمظهر العام في العلامتين لا بالعناصر الجزئية

يفيد هذا المعيار بوجود الاعتداد بالتشابهة العام والمحاكاة الإجمالية التي تظهر الصفات البارزة للعلامة الأصلية بغض النظر عن الجزئيات، أو بعبارة أخرى يتم النظر للعلامة في مجموعها وليس النظر إلى كل عنصر من العناصر المكونة لها على حدة¹، ثم الوصول إلى الصورة العامة التي تركتها العلامة في ذهن المستهلك، فإن ولدت هذه الصورة انطباع بوجود التشابهة والخلط بين الاثنين عندها نكون أمام حالة تقليد للعلامة الأصلية، فعند إجراء المقارنة بين العلامتين يجب أن لا ينظر فقط إلى أوجه التشابهة بينهما، بل يجب أن ينظر أيضا إلى المظهر العام لهما، فقد يكون هناك تشابهة بينهما في بعض العناصر كالصور أو الرموز أو الحروف وغير ذلك دون أن يؤدي هذا التشابهة الإجمالي بينهما إلى إحداث غش للجمهور، فالعبرة بالتقدير هي بالمظهر العام لا بالتفاصيل الجزئية للعلامة، فإذا كان المظهر العام لا يدخل لبساً لدى جمهور المستهلكين للعلامة فلا مجال للقول بوجود فعل تعدٍ على العلامة التجارية.

ومثال ذلك العلامتين أدناه والذي لا ننكر وجود اختلافات داخلية بالتفاصيل المكونة للعلامتين، إلا أن المظهر العام يوحي بتشابههما.

العلامة الأصلية	العلامة المقلدة
	

صورة رقم (9) : الفرق بين العلامة الأصلية والعلامة المقلدة من حيث المظهر العام

ومن التطبيقات القضائية بهذا الشأن ما حكمت به محكمة العدل العليا في العلامة التجارية (الكرمل الإسلامية)، حيث اعتبرت أن كلمة (الإسلامية) هي الأساس، وهي مطابقة تماماً في مجال لا يقبل حتى الشك مع العديد من العلامات التجارية المسجلة مسبقاً في الكتابة واللفظ والمظهر الخارجي والجرس الموسيقي، وأن الفكرتين الرئيسيتين للعلامتين واحدة ومظهرهما الأساسي

¹ ثامر، نوبيات، حماية العلامة التجارية وفق التشريع الجزائري، رسالة ماجستير، جامعة زيان عاشور الزلفة، الجزائر، 2013م/2014م، ص54.

يتشابهة إلى حد التطابق الكلي في النظر والسمع واللفظ، الأمر الذي سيؤدي إلى التباس الجمهور وخط مستعملي المنتج حول المصدر الحقيقي للبضائع المقدمة وإلى غش الجمهور وتضليله وإلى المنافسة غير المشروعة، وبالتالي فإنه لا يجوز تسجيل العلامة لأن ذلك يكون مخالفاً لنص المادة (8) من قانون العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية، وقد استقر الفقه والقضاء على أنه لبيان فيما إذا كان هناك تشابهة أو مقارنة بين علامتين تجاريتين يجب مراعاة الفكرة الأساسية للعلامة لا التفاصيل الجزئية، وإن الفكرة الأساسية للعلامتين هو واحد من جميع النواحي، أما وجود كلمة الكرمل فإن هذه الكلمة لن تمنع الالتباس وغش الجمهور¹.

		العلامة
29	29	الصنف

صورة رقم (10) : توضح التشابه بالفكرة الأساسية بين علامتين تجاريتين

وقد أكد ديوان المظالم في السعودية ذلك في العديد من الأحكام ومنها "أن المعول عليه عند النظر في وجود التشابهة هو التشابهة في العناصر الرئيسة للعلامة، أما الأجزاء الثانوية فإن الاختلاف فيها بين العلامتين لا ينفي وجود التشابهة، كما يجب أن ينظر إلى العلامة بمجملها وليس إلى أجزائها"².

الفرع الثالث: العبرة بتقدير المستهلك العادي لا المستهلك الفطن

إن تضليل جمهور المستهلكين يعد مسألة نسبية خاضعة لعدة اعتبارات وظروف منها الحرص والفتنة والذكاء أو الغفلة والإهمال وعدم المبالاة، وهذه الاعتبارات تختلف من مستهلك إلى آخر، فيمكن أن ينطلي التقليد بسهولة وسلاسة على المستهلك الغافل المهمل الذي يباشر شراء السلعة

¹ قرار محكمة العدل العليا رقم (17) لسنة 2016م، المنشور لدى موسوعة القوانين وأحكام المحاكم الفلسطينية (مقام).

² قرار ديوان المظالم رقم (3/ت/6) لسنة 1418هـ المشار إليه لدى القرشي، زياد: إجراءات تسجيل العلامة التجارية في السعودية دراسة تحليلية مقارنة في ضوء أحكام اتفاقية تربس ومعاهدة باريس لحماية الملكية الصناعية، المرجع السابق، ص396.

دون تفحصها، لتحقيق هدفه بالحصول على المنتج بذاته دون التدقيق في العلامة التجارية، وقد لا يكون الأمر كذلك بالنسبة للمستهلك الشديد الحرص والفتن الذي يتحرى النظر في العلامة التجارية التي يرغب في التعامل معها، كبائع الجملة أو الخبير في مجال تقديم المنتج أو الخدمة، بحيث يتمكن من تمييز السلعة المقلدة عن السلعة الأصلية بحكم خبرته، وبذلك فإن المستهلك العادي المتوسط الحرص والانتباه هو محل الاعتبار عند البحث في إمكانية الوقوع في اللبس الذي يستدعي توفير الحماية القانونية له¹.

إلا أن استخدام كلمة الجمهور أو المستهلك عند تحديد وقوع اللبس من عدمه لا يجوز أن يؤخذ على إطلاقه ليشمل جميع الناس، إذ لا بد من وجود ضوابط تحكم الموضوع، فالجمهور صاحب العلاقة هو المعني بالمنتج أو الخدمة على عكس الجمهور أو المستهلك غير المعني².

فقد قضت محكمة العدل العليا بأنه لا يفترض في المستهلك عند شرائه بضاعة ما أن يقوم بفحص العلامات التجارية فحصاً دقيقاً لاسيما إذا كان المستهلك من عامة الناس، حيث شرع قانون العلامات لمن لا يدقق³.

وأيضاً ما ورد في قرار محكمة العدل العليا "عند شراء بضاعة ما لا يفترض فحص العلامة التجارية فحصاً دقيقاً خاصة إذا كان المستهلك من عامة الناس، لأن قانون العلامات شرع لمن لا يدقق"⁴.

وفي قرار ديوان المظالم القاضي برد الاعتراض موضوعاً على تسجيل علامة (لينا) لتشابهها مع علامة (لونا) على ذات الصنف، كون أن العبرة بأوجه الشبه لا بأوجه الاختلاف كما أن الطابع العام والمظهر الكلي لمجموع كلا العلامتين وما يستقر في ذهن المستهلك العادي المتوسط الحرص

¹ المري، عايض راشد: المرجع السابق، ص398.

² الحموي، طارق، العلامة التجارية، قراءة في أصول الحماية ومعاييرها، المجلة الأردنية في القانون والعلوم السياسية، مجلد (2) العدد (2)، 2010م، جامعة مؤتة، الأردن، ص165.

³ قرار محكمة العدل العليا رقم (602) لسنة 1999م، المشار إليه لدى سلامة، نعيم جميل صالح: الجوانب القانونية لإجراءات تسجيل العلامات التجارية في فلسطين دراسة تحليلية مقارنة بالقانونين المصري والفرنسي، المرجع السابق، ص667.

⁴ قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم (73) لسنة 1997، المشار إليه لدى ماضي، أحمد رمزي، المرجع السابق، ص81.

والانتباه وليس المستهلك الفاحص المدقق أو الغافل المهمل، مع مراعاة أن المستهلك ينظر إلى كل علامة على حدة وليس إلى العلامتين جنباً إلى جنب¹.

الفرع الرابع: عدم النظر إلى العلامتين متجاورتين بل النظر إليهما الواحدة تلو الأخرى

هذه القاعدة التي قررتها محكمة العدل العليا وديوان المظالم في العديد من الأحكام تتطلب من الناحية العملية عدم وضع العلامتين الأصلية والمقلدة الواحدة إلى جانب الأخرى تحت نظر المستهلك للمقارنة بينهما، وإنما ينبغي استعراض العلامتين تباعاً وعلى انفراد²، مع الأخذ بعين الاعتبار المظهر العام والانطباع الذي تخلفه كل منهما في الذهن، فإذا كانت الصورة التي تتركها العلامة الثانية في الذهن تذكر بالعلامة الأولى فقد توافر التقليد.

وحيث إن وضع المنتجات التي تحمل العلامة المقلدة إلى جانب المنتجات التي تحمل العلامة الأصلية مستبعد في الواقع العملي، علاوة على أن المستهلك لا يعقد مقارنة بين علامتين في آن واحد، كما أن هذا المعيار مهم للحكم بوجود التشابه أو التقليد بين كلا العلامتين، فلا يعقل حتى نحكم بوجود التشابه من عدمه وضع كلا العلامتين بجانب بعضهما البعض للقول بعد ذلك أن المستهلك العادي يستطيع الفصل بينهما دون حدوث تضليل له، بل يجب أن يؤخذ بعين الاعتبار ما ترتبه العلامة المقلدة في ذهن هذا المستهلك من وقوعه بالفعل في لبس، وجعله يعتقد من خلالها أنها العلامة الأصلية.

فقد أخذت محكمة العدل العليا وبوضوح بهذا المعيار وذلك بقولها "إن معيار وجود تزوير للعلامة التجارية يتعين بمراعاة عدم النظر إلى العلامتين متجاورتين، إذ يجب مقارنة العلامة الأصلية والعلامة المدعى بتزويرها وتقليدها وعدم النظر إليهما متجاورتين بل ينبغي النظر إليهما الواحدة تلو الأخرى، وذلك أمر طبيعي إذ من المستبعد في الواقع العملي عرض المنتجات التي تحمل علامة

¹ قرار ديوان المظالم، هيئة التدقيق رقم (148/ت/هـ) لعام 1425هـ، والصادر بتاريخ 1425/5/15هـ، في القضية رقم (1/2227/ق) لعام 1423هـ والمنشور لدى مجموعة الأحكام المبادئ الإدارية الصادرة عن ديوان المظالم في السعودية، الملكية الفكرية، المجلد (7)، ص260.

² قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم (2) لسنة 1953م، مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1953م، ص506، مشار إليه لدى حمدان، ماهر فوزي: المرجع السابق، ص60.

مقلدة أو مزورة بشكل مجاور للعلامات الأصلية، كما أن المستهلك لا يكون معه العلامة الأصلية عند شرائه للمنتجات ليقوم بالمقارنة بينهما"¹.

وقد استند ديوان المظالم إلى هذا المعيار في النزاع الواقع بين العلامة (M) والعلامة (m) وعلى ذات الصنف، إذ عدّ كلا العلامتين متشابهتين إلى حد التوافق ويجب مراعاة أن المستهلك ينظر إلى كل علامة على حدة وليس إلى العلامتين جنباً إلى جنب، وعليه أصدرت الحكم برفض تسجيل العلامة².

الفرع الخامس: نوع البضاعة أو الخدمة التي تحمل العلامة المقلدة

تعدّ مسألة تحديد الشبه والتقليد وتحققها وفق المعايير السابقة غير كافٍ في اعتبار العلامة مقلدة، ولا يكون ذلك سبباً في رفض تسجيلها أو شطبها أو مسائلة مقلدها، ما لم ينحصر الشبه والتقليد في نفس الصنف والنوع من البضائع أو الخدمة التي يعد تقاربهما وتمائلهما سبباً في حدوث الخلط لدى جمهور المستهلكين وإيقاعهم في الوهم والتضليل، وفي حال انصب التقليد والشبه على أصناف وأنواع لبضائع وخدمات تختلف عن ماهية البضائع والخدمات التي تحمل العلامة الأصلية، فلا مجال لإحداث خلط ولُبس لدى المستهلك، بل على العكس إن التوسع في مفهوم التقليد هنا من شأنه أن يقيد حرية التجارة ويكون ذا مردود سلبي عام على حركة السوق والتبادل التجاري.

على عكس التشريعات السارية بالصفة الغريبة، لم يشترط نظام العلامات النافذ في السعودية اتحاد الأصناف حتى نكون أمام علامتين متشابهتين، حيث يستنبط من المادة (9) الفقرة (2) من نظام العلامات النافذ بالسعودية بأن اتحاد صنف العلامة أو اختلافه لا يؤثر على وجود التشابه أو عدمه³، فيمكن أن يتم تقديم اعتراض على وجود علامة مشابهة حتى لو لم تكن على ذات الصنف، فالعبرة دائماً بوجود الغش والتضليل، وحدث الربط بين العلامتين.

¹ قرار محكمة العدل العليا الفلسطينية رقم (160) لسنة 2011م، المنشور موقع مقتفي <http://muqtafi2.birzeit.edu>

² قرار ديوان المظالم، هيئة التدقيق رقم (255/ت/5) لعام 1427هـ، والصادر بتاريخ 1427/6/1هـ، في القضية رقم (1/266/ق) لعام 1426هـ والمنشور لدى مجموعة الأحكام المبادئ الإدارية الصادرة عن ديوان المظالم في السعودية، الملكية الفكرية، المجلد (7)، ص 1669.

³ المادة (9) الفقرة (2) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية "لا تعتبر السلع أو الخدمات مشابهة لبعضها البعض لمجرد كونها مدرجة في نفس الفئة، ولا تعتبر السلع أو الخدمات مختلفة عن بعضها البعض لمجرد كونها مدرجة في فئات مختلفة من ذات الفئة".

حيث جاء في حكم ديوان المظالم بإلغاء القرار القاضي بقبول تسجيل علامة (سو فلون أول إن ون لايت) على البضائع والمنتجات ومستحضرات تنظيف العدسات اللاصقة والواردة في الصنف (5)، إذ اعتبرت العلامة المطلوب تسجيلها تشبه العلامة (سلو فليتر) والتي سبق تسجيلها على الصنف (9)، سواء في الشكل أو الرسم أو الصنف، وحتى مع اختلاف الصنف يمنع التسجيل إذا كان الصنف يحوي بعض المنتجات الداخلة في صنف العلامة المسجلة، بالتالي هناك اتحاد في المنتج وتقارب في شكل العلامات واختلاف مآكها ومصادرها وجودتها، مما يلحق الضرر بمن ملك العلامة واستعملها وأشهرها أولاً، وغش وخداع المستهلك الذي قد لا يدرك الفرق الدقيق بين العلامتين، واختلاف الأصناف مع تداخل المنتجات لا أثر له¹.

وترى الباحثة أن هذه المعايير تنطوي على عناصر متعددة وأسس واضحة للحيلولة من الاعتداء على العلامات وعدم احتكارها في نفس الوقت لصنف محدد، وتحليلها نجد أن غالبيتها وإن كانت من بين مسائل الخبرة الفنية البحتة، فإن ثمة عناصر تتصل ببيانات الدعوى المقدمة يكون للقضاء تقديره لتلك المسائل التي تخرج عن هذا النطاق، حيث يشكل حماية ودور فعال في ملاحقة ومقاضاة كل اعتداء على العلامة التجارية.

المبحث الثاني: صدور قرار المسجل بالاعتراض والطعن فيه

إن سلطة القضاء الإداري في الرقابة على القرارات الصادرة عن السلطات الإدارية تجعل منه ملتزماً بحدود معينه بطريقة اتخاذ تلك القرارات ومدى التزامها بالمعايير القانونية سواء من الناحية الإجرائية أم الموضوعية²، ووفقاً لذلك أوكلت تشريعات العلامات التجارية النافذة بالصفة

¹ قرار ديوان المظالم، هيئة التدقيق رقم (110/ت/5) لعام 1427هـ، والصادر بتاريخ 1427/2/27هـ، في القضية رقم (1/1550/ق) لعام 1425هـ والمنشور لدى مجموعة الأحكام المبادئ الإدارية الصادرة عن ديوان المظالم في السعودية، الملكية الفكرية، المجلد (7)، ص 1589.

² القرار الإداري: هو عمل قانوني نهائي صادر بالإرادة المنفردة والملزمة لجهة الإدارة العامة بقصد إنشاء أو تعديل أو إلغاء حق أو التزام قانوني معين متى ما كان ذلك ممكناً وجائز قانوناً ابتغاء المصلحة العامة، مشار إليه لدى كنعان، نواف: القانون الإداري، الطبعة الثانية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010م، ص 198.

الغربية¹ والسعودية² لمسجل العلامات الفلسطيني واللجنة التظلمات والاعتراضات في السعودية سلطة واسعة تتجاوز سلطاتهم باعتبارهم موظفين عاميين لترقى إلى سلطة توصف بأنها قضائية.

المطلب الأول: القرار الصادر بقبول الاعتراض.

أوجبت تشريعات العلامات النافذة في الضفة الغربية والسعودية على الجهة المختصة بالبت في الاعتراض المقدم إليه أن تستند في قرارها إلى نصوص تشريعات العلامات التجارية والتي حددت مواصفات العلامات القابلة للتسجيل والعلامات التي لا يجوز تسجيلها، بالإضافة إلى الاستعانة بالأحكام والقرارات والسوابق القضائية وما أورده الفقه، وذلك في الحالات التي لم يرد فيها نص قانوني صريح مثل معايير تحديد التشابه من عدمه والتي تم التطرق لها سابقاً.

فإذا تبين وبعد البت في النزاع أن العلامة محل الاعتراض مشابهة و/أو مطابقة لعلامة أخرى سبق تسجيلها أو إيداعها و/أو مشابهة أو مطابقة لعلامة سبق استعمالها ومشابهة و/أو مطابقة لعلامة مشهورة، أو كانت العلامة محل الاعتراض مخالفة للنظام العام والآداب، فيجوز للجهة المختصة بالفصل في الاعتراض رفض تسجيل العلامة ووقف إجراءات تسجيل العلامة محل الاعتراض، وذلك وفقاً لصلاحياتها في تكييف كل قضية على حدة، ولهم أيضاً أن يأمرُوا طالب تسجيل العلامة بإجراء التعديلات الضرورية اللازمة للعلامة حتى تصبح علامة تجارية قابلة للحماية، وذلك خلال المدة المحددة لهذا الغرض والتي تبدأ من تاريخ تبليغ طالب التسجيل كتابة وهي قابلة للتמיד إذا وجدت مبررات، وإلا يكون الطلب عرضه للرفض³.

كما أجازت التشريعات النافذة في الضفة الغربية للجهة المختصة بالبت في الاعتراض أن تلزم المعارض ضده بإجراء التنازل المناسب⁴ مع اشتراط التزام المسجل بالبت في النزاع بالحد الأدنى

¹ قرار محكمة العدل العليا الفلسطينية بتاريخ رقم (1) لسنة 2016م، المنشور لدى المقتفي <http://muqtafi2.birzeit.edu>.

² المادة (12) الفقرة (1) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

³ سلامة، نعيم جميل صالح: المنافسة غير المشروعة في العلامة التجارية وأوجه حمايتها دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة الأولى، 2015م، ص 173.

⁴ المادة (27) من نظام العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية.

للتعديلات¹ وتزويد المعارض ضده بالتعديلات المقترحة كتابياً²، وإلا فإن قراره بالتعديل أو التغيير الذي يصاحبه ضرر عرضه للطعن فيه بالاستئناف أمام محكمة العدل العليا في الضفة الغربية³.

وفي حال عدم استجابة المعارض ضده باستيفاء الشروط والتعديلات المقترحة كتابياً من قبل المسجل خلال مدة شهر من تاريخ تبليغه بذلك كتابياً وفق العنوان الوارد في طلب التسجيل⁴ فيعتبر أن الطالب قد سحب طلبه⁵، وفي حال التزم طالب التسجيل بتعليمات المسجل وقام بإجراء التعديلات المطلوبة يجوز للمسجل وبعد إتمام الإجراءات أن يصدر قراراً بقبول طلب التسجيل وفق الشروط التي تم قبولها لأجلها⁶.

ومن تطبيقات ذلك رفض مسجل العلامات الفلسطينية طلب تسجيل علامة (كريب) تحت الرقم (36027) إلا بعد أن ألزم طالب التسجيل بإجراء تعديلات شكلية على العلامة بما يكفل تمييزها عن غيرها⁷.

وأيضاً قرار مسجل العلامات الفلسطينية القاضي بقبول الاعتراض شكلاً وموضوعاً ووقف إجراءات تسجيل العلامة التجارية (MILKO/ميكو) المودعة تحت الرقم (23589) في الصنف (29)، باسم المعارض عليها شركة الجبريني لمنتجات الألبان والمواد الغذائية لتشابهها مع علامة (MILKY)⁸.

وهذا أيضاً ما أخذت به وأكدته التشريعات النافذة في السعودية⁹، مع الإشارة إلى أن نص المادة (13) فقرة (1) من قانون (النظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية

¹ المادة (28) الفقرة (2) من قانون العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية.

² المادة (5) الفقرة (2) من نظام العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية.

³ المادة (28) الفقرة (3) من قانون العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية.

⁴ المادة (7) الفقرة (2) من نظام العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية.

⁵ المادة (25) الفقرة (1) من نظام العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية.

⁶ المادة (13) من قانون العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية.

⁷ مقابلة أجريت مع رجاء خويلد، مسجل العلامات التجارية في وزارة الاقتصاد الوطني الفلسطيني، رام الله، بتاريخ 2020/11/30.

⁸ قرار محكمة العدل العليا الفلسطينية رقم (205) لسنة 2016م، المنشور لدى موسوعة القوانين وأحكام المحاكم الفلسطينية (مقام).

⁹ المادة (14) الفقرة (1) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

النافذ في السعودية، قد أشار صراحة إلى صلاحية جهة التسجيل بفرض ما تراه مناسباً من القيود والتعديلات لأي سبب ترتئيه وفقاً لصلاحياتها، مع التزام جهة التسجيل بتبليغ طالب التسجيل (المعترض ضده) أو وكيله خطياً بأسباب قراره¹، وإخطاره بوجوب الرد خلال ثلاثة أشهر من تاريخ تاريخ التبليغ وإلا يعدّ طالب التسجيل متنازلاً عن طلبه².

وترى الباحثة أن للقاضي السلطة التقديرية في فحص القرار المطعون فيه والشروط المتعلقة بالموافقة على طلب تسجيل العلامة التجارية، حيث تتركز الدعوى على المشروعية وتدور إجراءاتها حول فحص مشروعية قرار مسجل العلامات التجارية، وما إذا كان القرار مشوباً بعيب أم أنه سليم وغير مخالف للقانون.

المطلب الثاني: القرار الصادر برفض الاعتراض

إذا رأت الجهة المختصة بالفصل في الاعتراض أن العلامة محل الاعتراض لا يشكل تسجيلها مخالفة لأحكام القانون والفقه والقضاء، ولا يترتب على تسجيل العلامة محل الاعتراض حدوث غش وتضليل لجمهور المستهلكين، فإنه يجوز لمسجل العلامات الفلسطيني ولجنة الاعتراضات والتظلمات السعودية إصدار قرار برفض الاعتراض ومتابعة إجراءات تسجيل العلامة محل الاعتراض.

ومن التطبيقات على ذلك ما جاء في قرار مسجل العلامات الفلسطيني باعتبار علامة (كازا) بالعربية و(CASA) باللغة الانجليزية مختلفتين من حيث طريقة الكتابة واللفظ والشكل العام، بالتالي قرر قبول الاعتراض شكلاً ورد الاعتراض موضوعاً، ومتابعة السير بإجراءات التسجيل³.

¹ المادة (12) الفقرة (3) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

² المادة (12) الفقرة (2) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

³ قرار محكمة العدل العليا رقم (174) لسنة 2016م، المنشور لدى موسوعة القوانين وأحكام المحاكم الفلسطينية (مقام).

المطلب الثالث: الطعن بقرار المسجل بالاعتراض

على الرغم من الصلاحيات الممنوحة لجهة تسجيل العلامات التجارية الممثلة بمسجل العلامات الفلسطيني ولجنة التظلمات والاعتراضات السعودية، إلا أن المشرعين في كلا القانونين محل المقارنة لم يجعلوا من القرارات الصادرة عنهم قرارات قطعية إلا ضمن الحدود الضيقة التي تتضمن قبولاً بالقرار الصادر، وبما يرتبط بانتهاء المدة القانونية المحددة للاعتراض على القرارات الصادرة.

حيث لا تعتبر قرارات الجهة المختصة بالبت في الاعتراضات نهائية، بل منح كلا التشريعين لأي من أطراف دعوى الاعتراض (المعتراض والمعتراض ضده) إمكانية الطعن بقرارها في حال التعسف بإصدار القرار سواء أكان القرار يقضي برفض الاعتراض ومتابعة إجراءات تسجيل العلامة أم بقبول الاعتراض ووقف إجراءات تسجيل العلامة¹، ويعدّ الطعن وسيلة إدارية يستخدمها صاحب الشأن المتضرر من قرار الإدارة عن طريق استئناف يقدم للجهة الإدارية المختصة بمتابعة القرارات المطعون فيها ويطلب فيه تعديل أو إلغاء القرار المطعون فيه وفقاً للقوانين والأنظمة المتبعة.

وتم تعريف الاستئناف بأنه طلب أو التماس يقدم إلى الجهة الإدارية المختصة بهدف إعادة النظر في قرارها الذي ينازع في مشروعيتها² ويعتبر الاستئناف وسيلة لتعزيز مبدأ الشفافية والعدالة وضمانة لمواجهة قرارات الإدارة التي تمس حقوقهم، ووسيلة فعالة للرقابة الإدارية ويعطي الإدارة فرصة مراجعة قراراتها للحد من الأخطاء والتجاوزات، بالتالي يجعل أداء الجهاز الإداري أكثر انضباطاً³.

فقد منح قانون العلامات النافذ في الضفة الغربية والنظام الصادر بمقتضاه محكمة العدل العليا سلطة النظر في الطعون ضد قرارات المسجل، إذ جاء في حيثيات قرار محكمة العدل العليا باعتبار محكمة العدل العليا هي المختصة في نظر القرارات التي تصدر عن مسجل العلامات التجارية وعن كل من لحقه ضرر بصورة غير محقه بسبب يتعلق بعلامة تجارية⁴ وفق نصوص

¹ المادة (13) الفقرة (1) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

² نظام المرافعات أمام ديوان المظالم الصادر بمرسوم ملكي رقم (م/3) بتاريخ 1435/1/22هـ.

³ قنيطرة، أحمد فايق سعيد، النظام القانوني للتظلم من القرار الإداري في التشريع الفلسطيني دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، 2017م، ص 39.

⁴ قرار محكمة العدل العليا الفلسطينية رقم (174) لسنة 2016م، المنشور لدى موسوعة القوانين وأحكام المحاكم الفلسطينية (مقام).

قانون تشكيل المحاكم النظامية رقم (5) لسنة 2001م¹ وأيضاً ما ورد في نصوص قانون العلامات التجارية على أن العديد من قرارات مسجل العلامات التجارية تخضع للطعن أمام محكمة العدل العليا².

ويجب أن يكون القرار المطعون فيه فاصلاً في طلب تسجيل العلامة التجارية؛ إما بالقبول أو الرفض حتى يقبل الطعن بالاستئناف لدى محكمة العدل العليا، أما القرارات أو الإجراءات الإعدائية فهي غير قابلة للطعن، ولا يغير من الأمر شيئاً أن يرد الطعن بطريق الاستئناف لأن نصوص مواد قانون العلامات النافذ في الضفة الغربية جاءت مطلقة والمطلق يجري على إطلاقه، بالإضافة إلى أن المشرع استخدم لفظ استئناف القرار بشكل واضح في نص المادة (14) الفقرة (5)³.

يقابلها ديوان المظالم⁴ في السعودية الذي يعدّ الجهة الرسمية المخولة بالنظر في الطعون الخاصة بالقرارات الصادرة عن لجنة التظلمات والاعتراضات في الهيئة السعودية للملكية الفكرية بقبول الاعتراض أو رفضه، وفقاً لقواعد المرافعات والإجراءات أمام ديوان المظالم، إذ يقع من ضمن اختصاصات ديوان المظالم الدعاوي المقدمة للطعن بالقرارات الإدارية متى استند الطعن على عدم الاختصاص أو عدم وجود عيب في الشكل أو مخالفة النظم واللوائح أو الخطأ في تطبيقها أو إساءة استعمال السلطة⁵.

وعملياً يتم الطعن بقرار لجنة التظلمات والاعتراضات في السعودية وذلك بطلب ورقي يقدم من أحد أطراف دعوى الاعتراض أو كليهما أو من يقوم مقامهم مع اشتراط توافر الصفة لقبول الطعن، فالصفة النظامية تتوافر في المدعي (الطاعن) إذا كان هو صاحب الحق المدعى به أو من يقوم

¹ المادة (33) من قانون تشكيل المحاكم النظامية رقم (5) لسنة 2001م.

² المادة (11) الفقرة (3) من قانون العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية.

³ المادة (14) الفقرة (5) و المادة (18) فقرة (2) من قانون العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية.

⁴ ديوان المظالم هو هيئة قضاء إداري مستقلة ترتبط مباشرة بالملك ومقرها في الرياض ويجوز بقرار من مجلس الديوان إنشاء فروع له حسب الحاجة، تأسس بموجب المرسوم الملكي رقم (8759/13/2) الصادر بتاريخ 1374/9/17هـ، والمنشور في جريدة أم القرى العدد (1577) في 23 ذي الحجة 1374هـ.

⁵ الفارس، خالد بن فهد بن محمد: الاعتراض على الأحكام أمام ديوان المظالم في المملكة العربية السعودية دراسة تأصيلية تطبيقية مقارنة، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2017م، ص32.

مقامه¹ ويتم تقديم الاستئناف الخطي إلى لجنة ديوان المظالم² خلال ستون يوماً³ من تاريخ تبليغ أطراف دعوى الاعتراض (المعترض والمعترض عليه) أو وكلائهم بقرار لجنة التظلمات والاعتراضات خطياً أو إلكترونياً، وفقاً للعنوان المحدد في لائحة الاعتراض ولائحة الرد، وإلا يسقط حقهم بالطعن بالاستئناف.

الفرع الأول: شروط الطعن بقرار الجهة المختصة بالبت في الاعتراض

بالرجوع إلى قانون العلامات التجارية النافذ بالصفة الغربية يلاحظ أنه لم يحدد الأشخاص الذين يحق لهم الطعن بالاستئناف وبما أن الاستئناف من الحقوق اللصيقة بالمصلحة الخاصة، فإن المصلحة في تقديم الاعتراض على قرارات مسجل العلامات التجارية واجبة، بالتالي فإن المصلحة الشخصية المباشرة شرط لقبول الطعن بقرارات مسجل العلامات التجارية أمام محكمة العدل العليا الفلسطينية⁴، مع وجوب أن تكون المصلحة قائمة حتى الفصل في الطعن، وكذلك الأمر بالنسبة للطعن أمام ديوان المظالم في السعودية حيث حصرت المادة (15) الفقرة (3) من قانون (النظام) العلامات النافذ في السعودية⁵ لتقديم الاستئناف بذوي الشأن.

كما أشار التشريع الساري بالصفة الغربية إلى مواعيد مختلفة لتقديم الاستئناف حسب حالات الاعتراض المقدمة إلى سجل العلامات التجارية، وما يهمننا في هذا البحث ما يتعلق في القرار الذي يصدره المسجل في دعوى الاعتراض والذي اشترط قانون العلامات الساري بالصفة الغربية استئنافه خلال ميعاد محدد بعشرين يوماً⁶ لاستئناف القرارات الصادرة استناداً لأحكام المادتين (11،14) من قانون العلامات التجارية، وثلاثين يوماً⁷ لاستئناف القرارات الصادرة استناداً لأحكام المادة (18) من قانون العلامات التجارية.

¹ قرار ديوان المظالم رقم (333/ت/3) في القضية رقم (2/215/ق) لعام 1406هـ المشار إليها لدى الفارس، خالد بن فهد بن محمد: المرجع السابق، ص71.

² المادة (8) من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

³ المادة (7) من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

⁴ قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم (471) لسنة 2005م، المشار إليه لدى الرشدان، محمود، المرجع السابق، ص53.

⁵ المادة (15) الفقرة (3) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودية.

⁶ المادة (14) الفقرة (5،6) من قانون العلامات التجارية النافذ في الصفة الغربية.

⁷ المادة (18) الفقرة (3) من قانون العلامات التجارية النافذ في الصفة الغربية.

ولا تبدأ مهلة الطعن بالاستئناف المحددة إلا بعد استكمال إجراءات تبليغ أطراف دعوى الاعتراض والتي تبدأ من تاريخ تبليغ القرار الإداري¹ إذا كان وجاهياً أو من تاريخ صدور القرار إذا كان حضورياً، أو من تاريخ نشره في الجريدة الرسمية أو بأية طريقة أخرى، وإذا صادف آخر يوم من ميعاد الطعن عطلة رسمية فإن الميعاد يمتد إلى أول يوم عمل بعد انتهاء العطلة، وقد هدف من ذلك مصلحة عليا هي استقرار قرارات مسجل العلامات التجارية وعدم تركها وقتاً طويلاً حيث إنها تلعب دوراً مهماً في النشاط الاقتصادي الوطني.

وفي حال التأخر في التبليغ بسبب بطء جهاز المسجل الإداري في إتمامه أو دائرة التبليغات أو بسبب خطأ في آلية إرسال القرار للأطراف وتسلمهم له، فإن ذلك لا يلغي حق أطراف الدعوى في الاستئناف، ولمحكمة العدل العليا أن تسمع الأطراف إذا ما رغبوا في بسط قضيتهم²، مع العلم بأنه لا يجوز تقديم بيانات أو أسباب جديدة غير الواردة في الاعتراض³ إلا إذا سمحت محكمة العدل العليا لأي من الفرقاء بتقديم أية أدلة⁴.

ولما كان ميعاد تقديم الطعن من النظام العام فإنه يترتب على عدم مراعاة ميعاد الاستئناف قيام المحكمة برد الطعن شكلاً من تلقاء نفسها وفي أي مرحلة تكون عليها الدعوى، ودون الحاجة لإثارة الدفع والتمسك به من قبل الخصوم، ولا يجوز الاتفاق على تمديد المدة كونه متعلقاً بالنظام العام، ويكون قرار المسجل حصيناً من الإلغاء ويأخذ حكم القرار السليم⁵.

أما في المملكة العربية السعودية فاشتراط المشرع لقبول الطعن شكلاً بقرار المسجل أمام ديوان المظالم أن يتم الاستئناف خلال ثلاثين يوماً من تاريخ تبليغ الإخطار، واعتبر أن الطعن في القرار الصادر عن المسجل لا يمنع من استمرار تسجيلها ما لم يقرر خلاف ذلك⁶.

¹ المادة (26) من نظام العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية.

² المادة (44) من نظام العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية.

³ قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم (94) لسنة 1985م، مجلة نقابة المحامين الأردنيين لسنة 1986م ص491، المشار إليه لدى القليوبي، ربي طاهر: حقوق الملكية الفكرية تشريعات وأحكام قضائية- اتفاقيات دولية ومصطلحات قانونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 1998م، ص225.

⁴ المواد (25) و(14) الفقرة (7) من قانون العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية.

⁵ رشدان، محمود: المرجع السابق، ص61.

⁶ المادة (15) الفقرة (3) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ في السعودي.

وترى الباحثة أن المصلحة الشخصية المباشرة شرطاً لقبول الطعن بقرارات المسجل أمام محكمة العدل العليا وديوان المظالم وأن تبقى هذه المصلحة قائمة حتى الفصل في الطعن، وأنه وفي حال انتقت المصلحة فلا رقابة للقضاء على قرار المسجل إذ تصبح الدعوى مرفوضة شكلاً ومستوجبة للرد.

الفرع الثاني: إجراءات الطعن وصدور الحكم النهائي

يلاحظ بعدم ورود ما يتعلق بإجراءات الطعن في التشريعات السارية بالضفة الغربية والسعودية، فعندما تتعقد محكمة العدل العليا بصفقتها محكمة استئناف للنظر في الطعون المقدمة ضد قرارات مسجل العلامات التجارية¹، يتم تقديم لائحة الاستئناف على قرار المسجل بدعوى الاعتراض من خلال وكيل قانوني بحيث تتضمن وكالته ما يخوله حق إقامة الدعوى لديها تحت طائلة رد الدعوى لعدم صحة الخصومة، وإذا كانت الوكالة صادرة إلى إحدى مكاتب الملكية الفكرية فيجب أن تتضمن حق توكيل المحامين فيما وكلت فيه² تحت طائلة رد الاستئناف شكلاً لعدم صحة الخصومة³.

بالإضافة إلى وجوب أن تتضمن لائحة الاستئناف كافة البيانات الواردة في الاعتراض المقدم لدى مسجل العلامات مضافاً إليها اسم المستأنف والمستأنف عليه وعنوانهما واسم الجهة مصدرة القرار الطعين وأسباب الطعن.

فإذا رأت المحكمة أن لائحة الاستئناف مستوفية لشرائطها الشكلية وأنها مقدمة ضمن المدة القانونية قررت قبوله شكلاً، وإذا رأت أن الحكم المستأنف موافق للأصول والقانون حكمت بتأييده موضوعاً،

¹ المادة (20) الفقرة (1/هـ) من القرار بقانون رقم (41) لسنة 2020م، بشأن المحاكم الإدارية "الطعون في أي قرارات نهائية صادرة عن جهات إدارية ذات اختصاص قضائي عدا القرارات الصادرة عن مندوب أو لجنة التوفيق أو التحكيم في منازعات العمل" والفقرة (و) "رفض الجهة الإدارية أو امتناعها عن اتخاذ أي قرار كان يجب اتخاذه وفقاً لأحكام القوانين أو الأنظمة المعمول بها"

² رشدان، محمود علي: المرجع السابق، ص66.

³ قاعور، ديانا: المرجع السابق، ص26.

أما إذا كان الحكم مخالفاً للقانون أصدرت قرار بفسخ الحكم مع بيان الأسباب التي استندت إليها بكل وضوح¹.

ووفق نصوص قواعد المرافعات والإجراءات أمام ديوان المظالم² لا يستفاد منها بالضرورة إتباع شكل معين عند تقديم الاستئناف، ويرتب على ذلك إعمال القواعد العامة، فيكون للمتظلم أن يتقدم بتظلمه إلى ديوان المظالم على شكل خطاب أو فاكس أو حتى من خلال مقابلة المسئول، والذي يبدو أن العمل مستقر على ضرورة الشكل الكتابي، وإعطاء التظلم رقماً وتاريخاً، ومنطقياً لا بد من اشتغال التظلم على بيانات ترفع الجهالة عن صاحب التظلم وما يدعيه من حقوق له، مثل اسمه وعنوانه وموضوع تظلمه وتاريخ صدور القرار³.

ويكون قرار الاستئناف النهائي الصادر عن محكمة العدل العليا الفلسطينية وديوان المظالم في السعودية إما برد الاستئناف والتأكيد على القرار المطعون فيه، أو يصدر قرار بقبول الاستئناف شكلاً وموضوعاً وما يترتب عليه من وقف السير بإجراءات تسجيل العلامة المعترض عليها أو متابعة إجراءاتها وفق كل حالة على حدة، ودفع الرسوم المقررة وقيدها في سجل العلامات الذي يثبت تاريخ الإيداع وأوصاف البضاعة أو الخدمة التي سجلت العلامة بشأنها واسم صاحبها وعنوانه ومهنته وكل الأمور والتفاصيل التي يرى المسجل أهميتها.

¹ المادة (174) من قانون أصول المحاكمات المدنية والتجارية الفلسطيني رقم (2) لسنة 2001 تنص على أنه "يجب أن يشتمل الحكم على اسم المحكمة التي أصدرته ورقم الدعوى وتاريخ إصدار الحكم وأسماء القضاة الذين اشتركوا في إصداره وحضروا النطق به وأسماء الخصوم بالكامل وحضورهم أو غيابهم، وأن يشتمل على عرض مجمل لوقائع الدعوى وخلاصة موجزة لطلبات الخصوم ومستنداتهم ودفعوهم ودفاعهم الجوهرية مع بيان أسباب الحكم ومنطوقه".

² المادة (3) من قواعد المرافعات والإجراءات أمام ديوان المظالم قرار مجلس الوزراء رقم (190) بتاريخ 1409/11/16هـ.

³ الفارس، خالد: المرجع السابق، ص126.

الخاتمة:

بحمد الله وفضله تم الانتهاء من هذه الدراسة، والتي تبين لنا مدى أهمية حماية العلامات التجارية ومنع تزويرها وتقليدها، وفي خاتمة الرسالة أسأل الله أن أكون قد ألفت بالموضوع من جميع جوانبه، من خلال التطرق لموضوع الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية وتبيان موقف القضاء وتشريعات العلامات التجارية النافذة في الضفة الغربية والسعودية، وتقديم عرضاً وصفاً وتحليلياً للعديد من الموضوعات ذات الصلة الوثيقة، والتي دارت حول بيان مفهوم الاعتراض واجراءاته وفصل الجهة المختصة بنزاعات الاعتراض في كلا القانونين محل المقارنة.

وتوضيح المقصود بالاعتراض على تسجيل العلامة التجارية، والهدف الذي توخاه المشرع منه، وتم توضيح صاحب الحق المخول قانوناً بتقديم طلب الاعتراض والجهة المختصة بالفصل فيه، والمدة المحددة للاعتراض، والإجراءات الشكلية والعملية المتبعة في وزارة الاقتصاد الوطني الفلسطيني والهيئة السعودية للملكية الفكرية من لحظة تقديم طلب الاعتراض وحتى الفصل فيه، ومدى انسجامها مع الاتفاقيات الدولية، كما تم التطرق لمبررات الاعتراض من خلال تفصيل الأسس التي يستند إليها المعارض في دعوى الاعتراض، وبيان موقف التشريعات والقضاء من ذلك.

وفي الفصل الثاني من الدراسة تعرضنا لمرحلة مهمة من مراحل الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية وهي الفصل في دعوى الاعتراض والمعايير التي تستند إليها الجهة المختصة بالفصل والواردة بشكل صريح في نصوص تشريعات العلامات التجارية، بالإضافة إلى معايير تم استنباطها من خلال الأحكام القضائية وأخرى تم النص عليها في الاتفاقيات والندوات ذات الصلة، كما تم التطرق لضوابط التشابه وتطبيقات عملية عليها والتي قررتها أحكام ديوان المظالم في المملكة العربية السعودية ومحكمة العدل العليا في الضفة الغربية.

كما تم التطرق إلى حجية القرار الصادر عن الجهة المختصة بالفصل بالاعتراض سواء أكان القرار بالقبول أم الرفض، والطعن فيه والذي شكل ضمانه من الضمانات التي تحمي صاحب العلامة التجارية ضد تعسف الجهة المختصة إذا ما أساءت تطبيق نصوص القانون، وهذه المرحلة

تتمثل في الطعن في قرارات الجهة المختصة بالفصل في دعاوي الاعتراض أمام ديوان المظالم في السعودية ومحكمة العدل العليا في الضفة الغربية بصفتها محكمة استئناف، وهنا وجدنا خصوصية في طبيعة هذه المحكمة التي هي في الأساس محكمة تختص بنظر الطعون المقدمة ضد القرارات الإدارية بالإلغاء والتعويض عنها، بينما في موضوع العلامات التجارية وجدنا أن تلك الطبيعة قد اختلفت من محكمة إلغاء إلى محكمة استئناف تنظر في القضايا التي ترفع أمامها ضد قرارات مسجل العلامات التجارية.

النتائج والتوصيات:

مما تقدم من دراستنا توصلنا لجملة من النتائج وفق الآتي:

1. تبني النظام السعودي موضوع العلامات التجارية وأولاه اهتماماً كبيراً، إذ خول الهيئة السعودية للملكية الفكرية والتي تتبع بشكل مباشر لرئيس الوزراء السعودي كامل صلاحيات في متابعة كل ما يتعلق بالعلامات التجارية من الجانب الاجرائي والموضوعي بشكل خاص، مقارنة مع النظام المتبع في الضفة الغربية والذي يمنح الصلاحية لمسجل العلامات في وزارة الاقتصاد الوطني بالإضافة إلى بعض معاونيه من الموظفين الإداريين.
2. لم يبادر مشرعنا الفلسطيني-حتى هذه اللحظة- في تنظيم موضوع العلامات التجارية بشكل عام وموضوع الاعتراض بشكل خاص، حيث أبقى على القوانين التي كان سارية في الضفة الشرقية لنهر الأردن قبل انفصالها عن الضفة الغربية، في حين أن الدولة التي أخذ عنها هذا القانون (الأردن) قد قامت بتحديثه وإضافة بعض النصوص المهمة التي تشكل محوراً أساسياً للتجارة العالمية.
3. نظمت التشريعات المقارنة إجراءات الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية بدءاً من تعريف الاعتراض وتحديد مدة الاعتراض والأشخاص المخولين بتقديم الاعتراض وإجراءات الشكلية من خلال تقديم لائحة الاعتراض للجهة المختصة وإجراءات التبليغ وإدارة دعوى الاعتراض، ويلاحظ أن التشريعات النافذة في الضفة الغربية تطرقت لهم بالتفصيل مقارنة

مع التشريعات النافذة في السعودية والتي تركت المجال للنظام الداخلي للجهة المختصة بمتابعة الاعتراضات.

4. اشارت التشريعات المقارنة بشكل صريح وضمني إلى الأسس التي يستند عليها المعارض في اعتراضه، كما تم دعمهم بقرارات قضائية متنوعة في كل من الدولتين محل المقارنة.

5. اتفقت التشريعات وأحكام المحاكم محل المقارنة على اعتبار ملكية العلامة التجارية تنشأ بأولوية الاستعمال واقتصر أثر التسجيل على تقرير الحق.

6. كما تبين من خلال هذه الدراسة أن كلا أحكام المحاكم والتشريعات محل المقارنة اتفقت على منح الحماية الكاملة للعلامة المسجلة مسبقاً وأن العبرة في قبول أو رفض تسجيل العلامة التجارية مرتبط بحدوث الغش والتضليل لجمهور المستهلكين.

7. يلاحظ أن أحكام ديوان المظالم والتشريعات النافذة في السعودية تبنت موقفاً مشدداً بموضوع منع تسجيل العلامات المخالفة للنظام العام والآداب، كما أخذت بالمفهوم الواسع وفتحت المجال للكافة للاعتراض عليها، كما تمارس هيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر والتي تتبع مجلس الوزراء السعودي بشكل مباشر مهامها في منع تسجيل العلامات المخلة بالنظام العام والآداب والتي قد يعتبرها البعض تشدداً في غير محلة، مقارنة مع أحكام محكمة العدل العليا والتشريعات النافذة في الضفة الغربية والتي تبنت موقف معتدل.

8. لم توفر تشريعات العلامات التجارية النافذة في الضفة الغربية الحماية للعلامة التجارية المشهورة، بالإضافة إلى أن فلسطين (الضفة الغربية) ليست عضواً في أي اتفاقية خاصة بالملكية الفكرية مما يفتح المجال أمام الغير لتسجيل علامات تجارية مشهورة والذي قد يتسبب بغش الجمهور الممنوع قانوناً، مسبباً بالنتيجة ارتفاع عدد قضايا الاعتراضات وإشغال مسجل العلامات التجارية بشكل لا داعي له

9. كلا المشرعين في القانونين محل المقارنة اتفقا على العلامات التي لا يجوز تسجيلها ابتداءً، بحيث لا يكون لمسجل العلامات الفلسطيني وللجنة التظلمات والاعتراضات في الهيئة السعودية للملكية الفكرية عند البت في الاعتراض سوى رفض تسجيل العلامة إذا

كانت مما لا يجوز تسجيله ابتداءً، وقد وردت في كلا القانونين على سبيل المثال لا الحصر.

10. بالرغم من عدم تطرق التشريعات محل المقارنة لموضوع معايير التشابه بين العلامات، إلا أن الفقه والقضاء والاتفاقيات ذات الصلة غطت هذا الجانب، ولا زال هذا الموضوع بحاجة إلى تطوير وفقاً للمستجدات.

11. لم تبادر التشريعات النافذة في الضفة الغربية حتى هذه اللحظة في تنظيم موضوع حماية العلامة التجارية بشكل عام، والرقابة على إجراءات تسجيل العلامة التجارية الوطنية بشكل خاص، فلم يعطِ قانون العلامات التجارية الاهتمام المطلوب في عملية الرقابة والتشديد عليها.

12. إن طبيعة صلاحية الجهة المختصة في نظر الاعتراض ذات طبيعة قضائية وقراراتها خاضعة لرقابة القضاء الإداري ممثلاً بديوان المظالم ومحكمة العدل العليا بصفتهم محكمة استئناف، وتكتسب القرارات قوة الشيء المقضي به.

13. تمتلك الجهة المختصة بتسجيل العلامات التجارية سلطة تقديرية واسعة في قبول أو رفض أو فرض تعديلات أو تحويلات على طلبات تسجيل العلامة التجارية، مع إمكانية تصحيح الطلبات التي يشوبها الخطأ كآفة، واستكمال النواقص فيها.

14. لم تشترط التشريعات المقارنة توافر المصلحة الشخصية لمقدم الاعتراض على قرار تسجيل العلامة التجارية، في حين ربطت الطعن بالاستئناف بوجود مصلحة لمقدم الطلب وهو ما أكدت عليه الأحكام التطبيقية.

15. لم تتضمن التشريعات المقارنة قواعد تنظيمية خاصة ومستقلة لإجراءات التقاضي أمام ديوان المظالم ومحكمة العدل العليا بصفتهم محكمة استئناف.

وبناء على النتائج أعلاه فإننا نوصي بالآتي:

1. إن الاقتصاد الفلسطيني يتطلب دعم المشاريع الاستثمارية وفتح المجال أمام الأسواق العالمية، وهذا يتطلب من مشرعنا التدخل العاجل لإنقاذ ما يمكن إنقاذه، وسن وتعديل تشريعات الملكية الصناعية بما يواكب التطور المهول في عالم الاقتصاد وخاصة ما تعلق منها بموضوع العلامات التي تشكل العمود الفقري للتسويق التجاري.
2. على المشرع الفلسطيني السعي نحو دخول المجال الدولي لتوفير حماية دولية لأصحاب العلامات التجارية من الفلسطينيين من خلال التوقيع على الاتفاقيات التي توفر الحماية لأصحاب العلامات التجارية وغيرها من الاتفاقيات التي تحقق المصلحة للشعب الفلسطيني، كما يجب ملاحظة أن فلسطين ليست منضمة لأي اتفاقية دولية متعلقة بالعلامات التجارية.
3. نلتزم من التشريعات محل المقارنة العمل على تحديد طبيعة عمل المسجل ونطاق صلاحياته في نظر دعوى الاعتراض بالنص على اعتبار ما يجري أمامه بمثابة إجراءات إدارية وليس قضائية.
4. ضرورة توحيد مدة استئناف قرار مسجل العلامات الفلسطيني في التشريعات السارية في الضفة الغربية، إذ إن قرار المسجل يستأنف خلال عشرين يوماً من تاريخ صدور قرار المسجل استناداً لأحكام المادتين (11،14) من قانون العلامات التجارية، وثلاثين يوماً لاستئناف القرارات الصادرة استناداً لأحكام المادة (18) من قانون العلامات التجارية.
5. إجراء تعديلات جوهرية على التشريعات النافذة في الضفة الغربية، وتضمينها نصوصاً تتناول مسائل العلامة التجارية المشهورة عالمياً وتوفير الحماية القانونية لها وإن لم تكن مسجلة أو مودعة أو مستعملة في الضفة الغربية، إذ إن القوانين الحالية لا تستطيع توفير الحماية لها.
6. تبين من خلال هذه الدراسة أنه يمكن الاستناد في حماية العلامة التجارية المشهورة إلى المادة (8) الفقرات (6،10) من قانون العلامات التجارية الأردني النافذ في الضفة الغربية

لحين البدء بتنفيذ مشروع قانون الملكية الصناعية الفلسطيني، كما يمكن الاستناد إلى القواعد العامة في المسؤولية المدنية والمنافسة غير المشروعة.

7. العمل على تعديل المادة (32) فقرة (1) من نظام العلامات التجارية النافذ في الضفة الغربية فيما يتعلق بنشر العلامة التجارية في الجريدة الرسمية، واستحداث موقع إلكتروني بحيث يكون النشر على موقع إلكتروني متخصص ويتم النشر بوتيرة شهرية أو ربع سنوية كما هو الحال في النظام المعمول به في السعودية والذي يكون النشر بشكل يومي.

8. ضرورة تفعيل التعاون الدولي في ما بالرقابة على تسجيل العلامات التجارية، والاستفادة القصوى من تجارب بعض الدول المتقدمة التي حققت نتائج باهرة في مسائل تقليد العلامات التجارية وكشف أساليب تقليد العلامة التجارية وتعريف المواطن (المستهلك) بها حمايةً له من الوقوع في الغش والخداع.

9. لا بد من العمل على وضع ضوابط قانونية على سلطة المسجل التقديرية في قبول أو رفض طلبات تسجيل العلامة التجارية والاعتراض عليها من حيث إجراء التعديلات أو التحويلات أو تصحيح للمعلومات الواردة في الطلبات.

10. ضرورة إثراء تشريعات العلامات التجارية بقواعد تنظم إجراءات رفع دعوى الاستئناف الموجهة ضد قرارات مسجل العلامات التجارية.

11. يجب العمل على تعديل تشريعات العلامات التجارية النافذة في الضفة الغربية بما يضمن تحديد الفترة الزمنية التي تمتد من تاريخ ايداع تسجيل العلامة التجارية وحتى تاريخ اصدار المسجل للقرار بالقبول أو الرفض وعدم فتح المجال لفترات طويلة والتي قد تصل الى عدة أشهر.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المصادر:

- قرار بقانون رقم (41) لسنة 2020 بشأن المحاكم الإدارية والمنشور في مجلة الوقائع الفلسطينية العدد (22) بتاريخ 2020/1/11.
- اتفاق نيس بشأن التصنيف الدولي للسلع والخدمات لأغراض تسجيل العلامات سنة 1957، وروجع في ستوكيولم سنة 1967، وجنيف سنة 1977، وعدل عام 1979، نص رسمي باللغة العربية، منشورات المنظمة العالمية للملكية الفكرية، 1992.
- اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تربس) لسنة 1994م، رسمي باللغة العربية، منشورات المنظمة العالمية للملكية الفكرية الويبو، 1994.
- اتفاقية باريس لحماية حقوق الملكية الصناعية لسنة 1883م والمعدلة لسنة 1979م، نص رسمي باللغة العربية، منشورات المنظمة العالمية للملكية الفكرية الويبو، 1996.
- تنظيم الهيئة السعودية للملكية الفكرية الصادر بقرار مجلس الوزراء رقم (496) بتاريخ 1439/9/14هـ.
- قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية النافذ بالسعودية الصادر بمرسوم ملكي رقم (51) بتاريخ 1435/7/26هـ.
- قانون أصول المحاكمات المدنية والتجارية رقم (2) لسنة 2001م.
- قانون العلامات التجارية الأردني النافذ في الضفة الغربية رقم (33) لسنة 1952م، نشر في الصفحة (243) العدد (1110) من الجريدة الرسمية الصادرة بتاريخ 2017/6/1.
- قانون تشكيل المحاكم النظامية رقم (5) لسنة 2001م.

- قانون علامات البضائع والرسوم الأردني النافذ في الضفة الغربية رقم (19) لسنة 1953م.
- قواعد المرافعات والإجراءات أمام ديوان المظالم قرار مجلس الوزراء رقم (190) بتاريخ 1409/11/16هـ.
- اللائحة التنفيذية لقانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية الصادر بمرسوم ملكي رقم (50) بتاريخ 1436/8/3هـ.
- مجلة الأحكام العدلية، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 1999م.
- مشروع قانون الملكية الصناعية الفلسطيني 2012م.
- النظام الأساسي للحكم الصادر بأمر ملكي رقم (أ/90) بتاريخ 1412/8/27هـ.
- نظام العلامات التجارية الأردني النافذ في الضفة الغربية رقم (1) لسنة 1952م، نشر في الصفحة (397) من العدد (1129) من الجريدة الرسمية الصادرة بتاريخ 1952/12/16.
- نظام المرافعات الشرعية الصادر بمرسوم ملكي رقم (م/1) بتاريخ 1435/1/22هـ.
- نظام المرافعات أمام ديوان المظالم الصادر بمرسوم ملكي رقم (م/3) بتاريخ 1435/1/22هـ.
- نظام ديوان المظالم الصادر بمرسوم ملكي رقم (م/78) بتاريخ 1428/9/19هـ، قرار مجلس الوزراء رقم (303) بتاريخ 1428/9/19هـ.

ثانياً: الدوريات والمجلات:

- عصام الدين، أحمد محمد: تسجيل العلامة التجارية الشهيرة، مجلة المصرفي، بنك السودان المركزي، العدد (76)، 2015م.
- العبيدات، مؤيد أحمد: التنظيم القانوني للعلامة التجارية المستعملة "غير المسجلة" دراسة مقارنة، مجلة كلية الحقوق للبحوث القانونية، جامعة الإسكندرية، العدد (2)، 2017م.
- المغربي، جمال: الوسائل البديلة لحل نزاعات العلامات التجارية، مجلة القانون المغربي، دار السلام للطباعة والنشر، العدد (36)، 2017م.

- الصغير، حسام الدين: **حماية العلامة التجارية المشهورة، حلقة الويبو الوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية للدبلوماسيين، منشورة على قاعدة بيانات المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الوايبو)، 2005م.**
- الصغير، حسام الدين: **الإطار الدولي للحماية في مجال العلامات التجارية، ندوة الويبو دون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، منشورة على قاعدة بيانات المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الوايبو)، 2004م.**
- الصغير، حسام الدين: **التقاضي وقضايا مختارة في مجال العلامات التجارية، ندوة الويبو الوطنية عن إنفاذ حقوق الملكية الفكرية للقضاة والمدعين العامين، جامعة المنوفية، منشورة على قاعدة بيانات المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الوايبو)، 2004م.**
- سلامة، نعيم جميل صالح: **الجوانب القانونية لإجراءات تسجيل العلامات التجارية في فلسطين دراسة تحليلية مقارنة بالقانونين المصري والفرنسي، مجلة جامعة النجاح للعلوم والأبحاث (العلوم الإنسانية) المجلد 31(4)، 2017م.**
- سلامة، نعيم جميل صالح: **الإطار القانوني لمميزات الحق في العلامة التجارية وانقضاء ملكيتها دراسة تحليلية مقارنة، مجلة المنارة للبحوث والدراسات، مجلد (24) العدد (3)، 2018م.**
- صالح، سارة: **جريمة تقليد العلامة التجارية، دفاثر السياسة والقانون، المجلد (2016)، العدد (15)، 2016م.**
- القرشي، زياد أحمد حميد: **الأحكام النازمة للعلامة التجارية شائعة الشهرة في المملكة العربية السعودية: دراسة تحليلية في ضوء اتفاقية باريس واتفاقية تربس، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، مجلد (41) العدد (1)، 2017م.**
- حتاملة، سليم سلامة: **الإجراءات الخاصة بتسجيل العلامة التجارية والاعتراض عليها في التشريع الأردني، دراسات، علوم الشريعة والقانون، الجامعة الأردنية، المجلد (42)، العدد (2)، 2015م.**

- مجموعة الأحكام والمبادئ الإدارية الصادرة عن ديوان المظالم، الملكية الفكرية، المجلد (7).
- مجلة نقابة المحامين الأردنيين (مجلة حقوقية اجتماعية شهرية تصدرها نقابة المحامين الأردنيين في عمان) لسنة 1936م-1997م.
- التريكي، عبد الله بن عبد الرحمن بن عبد العزيز: حماية العلامة التجارية في النظام السعودي والاتفاقيات الدولية، مجلة البحوث الإسلامية، الرياض، العدد (12)، 2017م.
- التريكي، عبد الله بن عبد الرحمن بن عبد العزيز: حماية العلامة التجارية في النظام السعودي والاتفاقيات الدولية، منشورات مجلة الحقوق، سلسلة المعارف القانونية والقضائية، الإصدار (48)، 2017م.
- المقدادي، عادل علي: الحماية القانونية للعلامة التجارية في القانون الأردني، مؤتمراً للبحوث والدراسات، المجلد (15) العدد (4)، 2000م.
- الحموري، طارق: العلامة التجارية قراءة في أصول الحماية ومعاييرها، المجلة الأردنية في القانون والعلوم السياسية، جامعة مؤتة عمادة البحث العلمي، المجلد (2) العدد (2)، 2010م.
- القرشي، زياد أحمد حميد: إجراءات تسجيل العلامة التجارية في السعودية دراسة تحليلية مقارنة في ضوء أحكام اتفاقية ترينس ومعاهدة باريس لحماية الملكية الصناعية، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، السعودية، 2012م.
- ضمرة، مهند: الحماية الجزائية للعلامة التجارية في نظام العلامات التجارية السعودي، مجلة جامعة الملك سعود، العدد (29) الحقوق والعلوم السياسية (2)، دار جامعة الملك سعود للنشر، الرياض، 2017م، المنشور على موقع دار المنظومة الإلكتروني.
- الغامدي، علي: دراسة في الحماية الجنائية للعلامات التجارية في النظام السعودي، شبكة المحامين العرب.

- الأحمر، كنعان: حماية العلامة التجارية شائعة الشهرة، ندوة الواييو الوطنية عن الملكية الفكرية لأعضاء هيئة التدريس وطلاب الحقوق في الجامعة الأردنية، الجامعة الأردنية، 2004م.
- الأحمر، كنعان: الانتفاع بالعلامة التجارية كأداة للتنمية الاقتصادية، ندوة الواييو الوطنية عن الملكية الصناعية من أجل ريادة الأعمال والتجارة والبحث والتطوير، وزارة الاقتصاد والتجارة، الجمهورية العربية السورية، 2004م.
- المري، عايض راشد: الحماية القانونية للعلامة التجارية المشهورة دراسة مقارنة، مجلة كلية الحقوق للبحوث القانونية والاقتصادية، جامعة الإسكندرية، مجلد (2)، 2016م.
- الحنيطي، يسار فواز، والخصاونة، أحمد علي: دلالة ضوابط تسجيل العلامات التجارية على حمايتها في القانونين الأردني والإماراتي: دراسة تحليلية مؤيدة بالأحكام القضائية، مجلة جامعة الشارقة للعلوم القانونية، الامارات العربية المتحدة، المجلد (15) العدد (1)، 2018م.
- كاظم جبر، جعفر، وزغير محيسن، صادق، وزغير محيسن، عامر: العلامة التجارية المشهورة، مجلة جامعة ذي قار، المجلد (11) العدد (1) اذار 2016م.
- خالد عيسى، نهى: العلامة التجارية المشهورة دراسة مقارنة، مجلة جامعة بابل لعلوم الإنسانية، العراق، المجلد (21)، العدد (1)، 2013م.
- الخشروم، عبد الله حسين: الحماية الجزائية لبراءات الاختراع والعلامات التجارية في القانون الأردني- دراسة في ضوء اتفاقية تربس، مجلة المنارة، جامعة آل البيت، الأردن، مجلد (13) العدد (8)، 2006م.
- مجلة النجاح الوطنية للأبحاث (العلوم الانسانية) جامعة النجاح الوطنية ، فلسطين

Brevettinews is an online magazine registered at Italy, New —
judgement for the trademark “Buddha Bar” the invalidity of the
trademark cannot be established ex officio, 19/4/2018.

ثالثاً: المراجع الفقهية:

- حمدان، ماهر فوزي: حماية العلامات التجارية (دراسة مقارنة)، مطبعة الجامعة الأردنية، 1999م.
- سلامة، نعيم جميل صالح: المنافسة غير المشروعة في العلامة التجارية وأوجه حمايتها (دراسة مقارنة)، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة الأولى، 2015م.
- القليوبي، ربي طاهر: حقوق الملكية الفكرية - تشريعات وأحكام قضائية - اتفاقيات دولية ومصطلحات قانونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى مجلد (1)، 1998م.
- زين الدين، صلاح: الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2000م.
- ماضي، رمزي أحمد: مجموعة المبادئ القانونية الصادرة عن محكمتي التمييز والعدل العليا في قضايا العلامات التجارية والأسماء التجارية من سنة (1953م إلى 1997م)، دار وائل للنشر، الأردن، 1997م.
- الخولي، سائد أحمد: الملكية الصناعية في الفقه والقانون المعاصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2012م.
- الرشدان، محمود علي: العلامات التجارية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، الطبعة الأولى، 2009م.
- كنعان، نواف: القانون الإداري، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الثانية، 2010م.
- الجغبير، حمدي غالب: العلامات التجارية والجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، الطبعة الأولى، 2012م.

- القاسم، سراج عامر العربي: **منازعات العلامات التجارية (دراسة مقارنة)**، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، الطبعة الأولى، 2018م.
- العاني، عبد الوهاب خيرى علي: **نظام المرافعات دراسة فقهية بين الشرعية والقانون المدني الأردني**، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، الطبعة الأولى، 2014م.

رابعاً: الرسائل العلمية:

- ثامر، نوبيات: **حماية العلامة التجارية وفق التشريع الجزائري**، رسالة ماجستير، جامعة زيان عاشور الزلفة، الجزائر، 2013م/2014م.
- صريح حسين أحمد، لبنى: **الحماية القانونية للعلامة التجارية المشهورة وفق القوانين النافذة في فلسطين**، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2017م.
- جبارين، إيناس مازن فتحي: **الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً للقوانين الأردنية**، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2010م.
- الزين، خالد نواف سلامة: **الرقابة على تسجيل العلامة التجارية في الأردن**، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2013م.
- رشيد، خالد محمد سعد: **الحماية الجنائية للعلامات في نظام العلامات السعودي**، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، 2003م.
- ديرية، علاء حافظ جودت: **إجراءات تسجيل العلامة التجارية والتنازل عنها**، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2017م.
- مبارك، محمود أحمد عبد الحميد: **العلامة التجارية وطرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين**، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2006م.
- أحمد، غادة مبارك الشيخ: **الاعتراض على قبول تسجيل العلامة التجارية، دراسة مقارنة**، رسالة ماجستير، جامعة الخرطوم، السودان، 2008م.

- قنيطرة، أحمد فايق سعيد: النظام القانوني للتظلم من القرار الإداري في التشريع الفلسطيني دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، 2017م.
- الفارس، خالد بن فهد بن محمد: الاعتراض على الأحكام أمام ديوان المظالم في المملكة العربية السعودية دراسة تأصيلية تطبيقية مقارنة، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، 2007م.
- الجبشة، نجيب عبد الله نجيب: مفهوم فكرة النظام العام وتطبيقاتها في التشريع الفلسطيني، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2017م.
- فاعور، ديانا: دور الوكلاء في تسجيل العلامات التجارية دراسة قانونية وتطبيقات عملية، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2017م.

خامساً: المقابلات الشخصية:

- مقابلة أجريت مع رجاء خويلد، مسجل العلامات التجارية في وزارة الاقتصاد الوطني الفلسطيني، رام الله، بتاريخ 2020/11/30.
- مقابلة أجريت مع لطفي أبو ناصر، مدير دائرة الجمارك الفلسطينية في رام الله، بتاريخ 2020/3/5م.

سادساً: المواقع الإلكترونية:

- موسوعة القوانين وأحكام المحاكم الفلسطينية (مقام) [/https://maqam.najah.edu](https://maqam.najah.edu).
- قاعدة بيانات المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الوايبو) [/https://www.wipo.int/portal/ar](https://www.wipo.int/portal/ar).
- الموقع الرسمي لمجلس الوزراء الفلسطيني <http://palestinecabinet.gov.ps>.
- موقع وزارة الاقتصاد الوطني الفلسطيني <http://www.mne.gov.ps>.
- منظومة القضاء والتشريع في فلسطين (المقتفي) [/ http://muqtafi2.birzeit.edu](http://muqtafi2.birzeit.edu)

- <https://mc.gov.sa/ar/mediacenter/News/Pagesp> موقع وزارة التجارة والاستثمار
- <https://www.saip.gov.sa/ar> موقع الهيئة السعودية للملكية الفكرية
- <https://www.alanba.com.kw/ar/economy-news> صحيفة الأنباء الكويتية
- <http://www.adaleh.info> مركز عدالة للمعلومات القانونية
- <https://www.aleqt.com/2016/05/09/article> جريدة العرب الاقتصادية الدولية
- <https://brandirectory.com/rankings/global> موقع براند دايريكيتوري
- <https://www.al-jazirah.com/2011/20111002/ec4.ht> صحيفة الجزيرة السعودية

An-Najah National University
Faculty of Graduate Studies

**Legal and Practical Regulations to the Opposition of
Trademarks Registration: Comparative Study
According to the Applied Legislations
in West Bank and Saudi Arabia**

By
Fatima Kanaan Rebhi Kanaan

Supervisor
Dr. Naeem Jameel Saleh Salameh

**This Thesis is Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Intellectual Property and Innovation
Management, Faculty of Graduate Studies, An-Najah National
University, Nablus, Palestine.**

2021

**Legal and Practical Regulations to the Opposition of Trademarks
Registration: Comparative Study According to the Applied
Legislations in West Bank and Saudi Arabia**

**By
Fatima Kanaan Rebhi Kanaan
Supervisor
Dr. Naeem Jameel Saleh Salameh**

Abstract

Trademarks are a crucial element in industrial property, and has a huge value for the facility using it. It is considered one of the main methods for promoting industrial and commercial products and services. With the steady increase of the industrial revolution, in a way that allowed unprecedented growth in the number of industries which was reflected in the increase numbers of trademarks, and based on the conviction that the economic activity is of a huge importance and considering the importance of regulating trade competition and that a trademark can guarantee the rights of producers and service providers, therefore, many legislations adopted legal and judicial guarantees to protect trademarks, through enacting a number of procedural and substantive rules that aim to regulate trademarks. On the one hand, some laws have been introduced to provide the legal protection for the owners of commercial and industrial projects as well as service providers in a way that regulates the ownership of trademarks and prevents infringements of trademarks. While on the other hand, legislations also introduced a specialized administrative system to protect both the registrant and the owner of the trademark against the arbitrary of the administration, in the case where the administration failed to observe the relevant laws. The administrative system for registering

trademarks aims to provide a guarantee against infringements by any third party, it acts as the legal connection between the producer and the consumer. Comparative legislations adopted a number of procedural and substantive rules regarding trademarks opposition procedures which are included in the Jordanian Trademark Law and its regulation (both are applicable in the West Bank) and the Gulf Cooperation Council (GCC) Trademark Law and its regulation (applicable in Saudi Arabia).