

النظام القانوني للعلامات التجارية بالمملكة العربية السعودية

شيرين "محمد حسني" فايد

النظام القانوني للعلامات التجارية بالمملكة العربية السعودية

شيرين "محمد حسني" فايد

المقدمة

نعيش في ظل عصر صناعي تسيره الآلة وتحكمه التكنولوجيا، وأضحى التباين في تقسيم الدول إلى مجموعات متفاوتة في مضمار التقدم والتخلف أساسه ماتملكه كل منها من ابتكارات واختراعات، ولعل السر في نجاح الدول المتقدمة أنها قد تنبعت منذ زمنٍ طويلٍ إلى أهمية العناية بأبنائها المبدعين والمخترعين وضمان حمايتهم مادياً ومعنوياً بما في ذلك التطبيق العملي لما حققوه من اختراعات في مجال الصناعة وسائر نواحي الحياة.

ومن أمثلة حقوق الملكية الفكرية: الإشارات والشعارات التي يمكن رؤيتها عند التجول في الشوارع، والتي تعود إلى عدد من العلامات التجارية، الاختراعات التي تظهر يومياً في الأسواق، والكتب الموجودة في المكتبات التي تمثل أفكاراً جديدة والتي تعود حمايتها إلى حق المؤلف.

وهكذا باتت حقوق الملكية الفكرية محل اهتمام دولي وعالمي كبيرين، حرصت معه كافة دول العالم على إصدار قوانين داخلية لتنظيم هذه الحقوق على أراضيها، ومنها المملكة العربية السعودية التي أصدرت في هذا المجال نظام براءات الاختراع ونظام حماية حقوق المؤلف كما أصدرت نظام العلامات التجارية محل هذا البحث.

وقد خطت المملكة العربية السعودية خطوة أساسية نحو توحيد جهات الملكية الفكرية بها، حيث صدر قرار مجلس الوزراء في نهاية شهر مارس من عام ٢٠١٧ بإنشاء الهيئة السعودية للملكية الفكرية لتكون هي المختصة وحدها بكل ما يتعلق بحقوق الملكية الفكرية والغاء تعدد جهات الاختصاص ما بين مدينة الملك عبدالعزيز للعلوم والتقنية (براءات الاختراع) ووزارة التجارة

والاستثمار (العلامات التجارية) ووزارة الثقافة والاعلام (حقوق المؤلف والحقوق المجاورة)^١.

وقد جاء القرار السامي بذلك منظمًا لحقوق الملكية الفكرية عبر ايجاد مرجعية ترسم التوجهات المستقبلية التي تزيد من حماية حقوق الملكية الفكرية وتسهم في رفع الثقة بها.

ويركز هذا البحث على دراسة العلامة التجارية والاحكام القانونية المتعلقة بها وفقا لنظام العلامات التجارية السعودي معتمدة في ذلك على الاخذ بالمنهج التحليلي " المنهج الاستنباطي " كمنهج للبحث.

وعليه سوف يقسم البحث إلى مبحثين على النحو التالي:

- المبحث الأول: ماهية العلامة التجارية ووظائفها.
- المبحث الثاني: الاحكام القانونية للعلامة التجارية وشروط تسجيلها بالمملكة العربية السعودية.

المبحث الأول: ماهية العلامة التجارية ووظائفها

تمهيد وتقسيم: قد يستيقظ الفرد منا في الصباح ليبدأ نهاره بشرب فنجان من القهوة سريعة التحضير تحمل علامة " نسكافيه" (NESCAFE) ثم يرتدي ملابسه التي اشتراها من محلات الرياض جاليري ليذهب الى عمله بسيارته الامريكية الصنع من ماركة " فورد " (FORD)، وعندما يصل الى مقر عمله يأخذ المصعد الذي يحمل العلامة التجارية لشركة "أوتيس" (OUTIS) ويجلس على مكتبه مواجهًا لجهاز الكمبيوتر المصنوع من شركة "توشيبا" (TOSHIBA) وبعدها يبدأ العمل على نظام التشغيل "ويندوز" وعندما يحين وقت الراحة يتناول طعام الغذاء في مطعم الوجبات السريعة "كنتاكي فرايد تشيكن" وقبل عودته الى منزله يشتري لاطفاله الشيكولاته المفضلة لديهم تحمل علامة " جالكسي" (GALAXI). كما يشتري جهاز

^١ د. أحمد صالح مخلوف، حقوق الملكية الفكرية في النظام السعودي، (بدون)، دار الاجادة، ط ٣، (١٤٤١هـ - ٢٠٢٠م)، ص ٧.

الجوال (IPHONE) الذي وعد به زوجته ، كما يحضر لابنته عطر العربية للعود الذي طلبته^١.

هكذا تتلازم العلامة التجارية في حياتنا اليومية حتى باتت تقوم بوظيفة أساسية لا تقل أهمية عن البطاقة التي توضع على السلع الاستهلاكية لتبين مكونات السلعة، والطريقة المثلى لاستخدامها، كما أنها لا تقل أهمية عن التاريخ الذي يتم وضعه على السلعة ليبين وقت صلاحيتها. ومن هنا صارت العلامة هي التي تميز المعروض من السلع او الخدمات التي يتم تقديمها، مما جعل لها قيمة اقتصادية وتجارية كبيرة، كما أصبحت بعض العلامات التجارية لها شهرة عالمية كبيرة ، مما أدى الى غلبة تقليد هذه العلامات، ومن ثم الى ضرورة سن قوانين لحماية العلامات التجارية^٢.

ولهذا فقد اهتمت المنظمات والهيئات الدولية بتحقيق التعاون الدولي في مجال حماية العلامات التجارية، ووضع اسس موحدة في تسجيلها، وقد واكبت المملكة العربية السعودية هذه التطورات فانضمت الى اتفاقية باريس بشأن حقوق الملكية الصناعية والتجارية عام ١٤٢٥ هـ (١٩٨٢ م)، ثم إلى منظمة التجارة العالمية عام ٢٠٠٥، التي تضمنت اتفاقا خاصا بحماية حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة المعروفة باسم (التريبس TRIPS). كما أنها عضو منذ ١١ مارس ٢٠٠٤ في المنظمة العالمية للملكية الفكرية المعروفة باسم الويبو (WIPO). ومن ناحية اخرى فقد صدر قانون (نظام) العلامات التجارية الموحد لأول مجلس التعاون الخليجي رقم ١٨ لسنة ٢٠٠٧، والذي تم التصديق عليه بشكل نهائي من المجلس الاعلى للتعاون في دورته رقم ٣٣ بمملكة البحرين في ٢٤ ديسمبر ٢٠١٢.

ويقسم هذا المبحث الى مطلبين:

المطلب الاول : مفهوم العلامة التجارية وخصائصها.

المطلب الثاني: وظائف العلامة التجارية وانواعها.

^١ د. عدنان غسان ،التنظيم القانوني للعلامة التجارية ، منشورات الحلبي الحقوقية ، ٢٠١٢، ص ٩ .

^٢ د. أحمد صالح مخلوف، مصدر سابق ، ص ١٦٧ وما بعدها .

المطلب الاول: مفهوم العلامة التجارية وخصائصها.

أولاً: ماهية العلامة التجارية وأشكالها بالنظام السعودي :

لقد عرفت المادة الأولى من النظام السعودي العلامة التجارية بأنها: الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً أو الألفاظ أو الكلمات أو الحروف أو الأرقام أو الرسوم أو الرموز أو الاختام أو النقوش البارزة أو أي إشارة أخرى أو أي مجموع منها تكون قابلة للإدراك بالنظر وصالحة لتمييز منتجات صناعية أو تجارية أو حرفية أو زراعية أو مشروع استغلال للغابات أو ثروة طبيعية، أو للدلالة على أن الشيء المراد وضع العلامة عليه يعود لمالك العلامة بداعي صنعه أو انتقائه أو اختراعه أو الاتجار به ، الدلالة على تأدية خدمة من الخدمات^١.

وتهدف العلامة التجارية أو الصناعية إلى تمييز المنتجات لجذب العملاء وجمهور المستهلكين نظراً لما تؤديه لهم من خدمات هي سهولة التعرف على ما يفضلونه من بضائع و سلع^٢. ويتضح من ذلك أن المنظم السعودي قد أورد أشكال وصور للعلامات التجارية، وذلك على سبيل المثال. وفيما يلي نستعرضها تباعاً:

١. الأسماء والأشكال ذات الشكل المميز: فقد تكون العلامة الجارية عبارة عن توقيع للشخص أو عبارة عن اسم من الأسماء وفي هذه الحالة يشترط أن يتخذ التوقيع أو الاسم شكل مميز. ويستطيع التاجر استعمال اسمه كعلامة تجارية ، إلا أنه لا يصح أن يتخذ من اسم إقليم معين علامة تجارية باعتبار أن هذا الاسم ليس حكراً على أحد لكن يجوز إضافته إلى العلامة دون أن يكون هو ذاته علامة تجارية ، وتجدر الإشارة إلى أنه لا تصلح الأسماء الشخصية المجردة من أي

^١ المستشار القانوني . امير فرج يوسف ، حماية حقوق الملكية الفكرية في دول الخليج العربي ، (بدون) : دار الكتب والدراسات العربية،(بدون). ص ٣٤٩ .

^٢ د. آمال زيدان عبالله، حقوق الملكية الفكرية في الانظمة السعودية والاتفاقيات الدولية ، (بدون) : مكتبة الرشد ، ط٤ ، ، (٢٠٢٠. ١٤٤٢) ، ص ٢٠٩ وما بعدها .

تميز كعلامة تجارية وذلك لتشابه هذه الاسماء وانعدام الصفة المميزة لها.

٢. الحروف والأرقام ذات الشكل المميز: قد تكون العلامة التجارية عبارة عن حروف أو أرقام أو كلمات ذات شكل معين يميز المنتج عن غيره من المنتجات المماثلة. وتجدر الإشارة إلى أن استخدام علامة محمية على منتج آخر غير مماثل لما تحميه العلامة لا يشكل اعتداء على حق صاحبها باعتبار ذلك لا يثير اللبس والخلط بين المنتجين لاختلافهما

٣. الاختام والصور والنقوش والرسوم ذات الشكل المميز: قد تكون العلامة التجارية عبارة عن صور لحيوان أو نبات أو رسما من الرسوم يميز منتج معين. كما قد تكون العلامة عبارة عن نقش، مثال ذلك نقش صورة احد اللاعبين المشهورين على الملابس الرياضية، فضلا عن ذلك قد تكون العلامة عبارة عن ختم يميز بعض المنتجات.

٤. العلامة التي تكون خليط من العناصر: يجوز أن تكون العلامة التجارية خليط من العناصر السابقة. وتجدر الإشارة إلى أنه لا يجوز اتخاذ علامة تجارية تؤدي إلى احتكار صاحبها صناعة نوع من المنتجات باعتبار ذلك يؤثر سلبا على الاقتصاد الوطني ويقضي على روح المنافسة، مثال ذلك استعمال شكل أو لون معين من المنتجات كعلامة تجارية متى كان اللون أو الشكل من مستلزمات الإنتاج، أي أنه يستحيل انتاج نفس السلعة بشكل أو لون آخر. أخيرا فإن اتخاذ العلامة التجارية لتمييز المنتجات هو أمر اختياري وليس الزامي كمبدأ عام.

ثانيا : خصائص العلامة التجارية :

يتفق الفقه القانوني على أن للعلامة التجارية خصائص معينة باعتبارها احد عناصر الملكية الصناعية والتجارية. وتبرز هذه الخصائص مدى أهميتها

في مجال القطاع الاقتصادي والتجاري . وسوف نستعرضها بشئ من الإيجاز:¹

١. العلامة التجارية هي مال منقول معنوي: حيث انه اذا كانت المادية محسوسة بطبيعتها كالمعدات والالات والبضائع، فإن المنقولات المعنوية ليس لها وجود مادي حسي يمكن أن تدرك به. وأبرز هذه المنقولات هي العلامة التجارية، والاسم التجاري ، والشهرة ، ومن ثم لا ينطبق على العلامة القواعد الخاصة بالمنقولات المادية كقاعدة الحيازة في المنقول سند الملكية.

وتكتسب ملكية العلامة التجارية كملكية معنوية بكافة أنواع التصرفات من بيع وهبة وترخيص باستغلالها، وهي بذلك تدخل عنصرًا في الذمة المالية لصاحبها سواء كان شخصًا طبيعيًا أو معنويًا، وإذا تم التنازل عن العلامة التجارية فإنه ينتج أثره النظامي من حيث انتقال ملكية العلامة من صاحبها إلى المتنازل له، الذي يصبح هو المالك الجديد لها. وتبعًا لذلك يحق له استغلالها وحمايتها ضد عملية التقليد والاعتداء عليها. وفي المقابل يلتزم المتنازل عن العلامة التجارية بضمان الاستحقاق، أي يتمتع عليه استغلال نفس العلامة أو استغلال اية سمة مشابهة لها، كما يلتزم باحترام مبدأ المنافسة المشروعة.

٢. العلامة التجارية من المقومات الأساسية للمحل التجاري: تعد العلامة التجارية إحدى المقومات الأساسية في تقدير قيمة المحل التجاري الذي يعتبر ركيزة اقتصادية لكل دولة، حيث تفوق قيمة العلامة أحيانًا كافة الأصول الأخرى مما زاد أهميتها من الناحية الاقتصادية .

ويلاحظ أن معايير تقدير قيمة العلامة التجارية في السوق العالمي تعتمد على أداء الشركة ومعدلات الأرباح والمبيعات ومكانة العلامة التجارية بين العلامات التجارية المنافسة ومدى ثباتها وفترة بقائها في السوق.

ويبدو ان أهمية العلامة التجارية في السوق السعودي في تزايد مستمر، اذ ظهرت بعض العلامات الواعدة التي يمكن أن تتوفر بها صفة العلامات

¹ د. أحمد صالح مخلوف، مصدر سابق ، ص ٨٥ وما بعدها

المشهور، مثل علامة (أرامكو السعودية)، وعلامة (سابك)، وعلامة (المملكة)، وعلامة (دلة البركة)، وغيرها من العلامات التجارية الواعدة في مجال الخدمات والتجارة والصناعة، والتي هي بحاجة الى مزيد من الرعاية والحماية القانونية حتى تقف بقوة أمام المنافسة العالمية.

٣. العلامة التجارية قابلة للتصرفات القانونية المختلفة من بيع وإيجار ورهن: فإذا كانت العلامة التجارية تقوم أساساً بتمييز البضائع والخدمات إلا أنها تستقل عن المنتجات والخدمات التي تشملها، ولذلك يجوز التصرف في العلامة التجارية على نحو مستقل من بيع وإيجار ورهن.

وقد نص نظام العلامات التجارية السعودي على جواز التصرف في العلامة التجارية استقلالا عن المحل التجاري. ويتم التصرف في العلامة التجارية من خلال عقد يتم شفهري لدى وزارة التجارة والصناعة ليصبح حجة على الكافة.

المطلب الثاني: وظائف العلامة التجارية وانواعها.

اولاً: وظائف العلامة التجارية :

تؤدي العلامة التجارية وظائف مختلفة في مجال المعاملات التجارية سواء على صعيد الأسواق الداخلية او على صعيد الأسواق الدولية لعل من أهمها الوظائف التالية^١ : ان العلامة التجارية وسيلة هامة من وسائل حماية المستهلك ووسيلة المنافسة المشروعة بين التجار وسيلة هامة للدعاية عن السلع والخدمات وكذلك تحدد المصدر الاساسي للمنتجات والخدمات فالعلامة تخدم جمهور المستهلكين في تعرفهم على السلع او البضائع او الخدمات التي يفضلونها وتلقى عندهم قبولا اكثر من غيرها^٢، ولهذا يجرم نظام العلامات التجارية السعودي تزوير او تقليد العلامات التجارية باعتبار ان هذا التزوير او التقليد طريقة من طرق الاحتيال والغش في ترويج المنتجات او السلع او

^١ د. أحمد صالح مخلوف، مصدر سابق ، ص ١٨٢ وما بعدها.

^٢ د.صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، عمان : دار الثقافة والتوزيع ، ٢٠٠٩.ص ٤١

الخدمات، وإظهارها على غير حقيقتها مما يضل جمهور المستهلكين الذي يندفع لشراء تلك المنتجات ظناً منه أنها ذات المنتجات الأصلية فيما تحمله من علامة تجارية.

هذا وقد لخص ديوان المظالم الوظيف المختلفة للعلامة التجارية بقوله " ولما كان من الأصول المقررة فقها وقضاء أن الغرض من العلامة التجارية على ما يستفاد من نظام العلامات التجارية هو أنه لما انتشرت المنتجات واشتد التنافس ازدادت أهميتها لتكون وسيلة للتمييز بين السلع لجذب المستهلكين والحفاظ عليهم كعملاء وإرشادهم للاختيار بينها ، وذلك بالمغايرة بين العلامات ليرتفع اللبس ويزول ما يكتنفها من غموض لتتحقق النتيجة المرجوة بعدم وقوعهم في الخلط فيما بينها مع ما تعطيه لمالكها من أحقية التمتع بالاستئثار بها واستعمالها والتصرف بها وحده دون مزاحمة ، ومنعاً لآخرين من الاعتداء عليها بأية صورة ، نظراً لما تحققه له من ربح بروج منتج في ميدان المنافسة ولما تكسبه إياهم سمعة بصدقه في جودته ومراعاته لرغباتهم ، حتى غدا لها قيمة ذاتية ، وبذلك فإنها ترتبط بالسلعة ارتباطاً وثيقاً تنشأ عنه وحدة لا تتجزأ لتستأثر بانتباه الجمهور ليوليها أفضليته " .

ثانياً : أنواع العلامات التجارية :

لقد أدى تطور الحياة التجارية إلى ظهور علامات تجارية مختلفة تتنوع بتنوع موضوع النشاط الذي يمارسه الأشخاص صناعياً أو تجارياً أو خديماً ، كما تتنوع العلامة التجارية بحسب الغاية منها إلى علامة فردية وعلامة جماعية. والعلامة الصناعية هي تلك العلامة التي يستخدمها المنتج الصانع على المنتجات الصناعية ويهدف استخدام العلامة إلى جذب انتباه المستهلكين للمنتجات الصناعية وتشمل الصناعات الانتاجية أو الاستخراجية أو الانشائية أو الزراعية،^١ ويقصد بعلامة المنتجات تلك العلامة التي يضعها التاجر لتمييز منتجاته التي يقوم ببيعها دون أن يكون قد قام بالضرورة بصنعها . وقد تسمى هذه العلامات بعلامات التوزيع نظراً لانها مقترنة دائماً بالمحل التجاري^٢ بينما علامة الخدمة يقصد بها تلك العلامة التي تستخدم

^١ د. د. ياسر محمد جاد الله، الحماية القانونية للعلامات والبيانات التجارية والمؤشرات الجغرافية ، جامعة

حلوان ، (بدون). ص ٢٤ .

^٢ د. عدنان غسان ، مصدر سابق ، ص ٢٦ .

لتمييز الخدمات التي يقدمها مشروع معين فردي كان او جماعي ، عن خدمات مشروع آخر. ومن علامات الخدمة المميزة العلامة المميزة لشركة الاتصالات السعودية (STC)، ويقصد بالعلامة الاحتياطية تلك العلامة التي يطلب صاحبها تسجيلها لاجل استغلالها لا في الوقت الحاضر وإنما مستقبلاً، ولقد اوضحت المادة ٣٠ من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية السعودي ان تسجيل العلامات الجماعية يكون للمشروعات الاقتصادية التي تباشر نوعاً معيناً من المنتجات او الخدمات ويجمعها اتحاد او تنظيم عام او مؤسسة عامة تسعى الى تحقيق المصالح المشتركة لهذه المشروعات دون القيام بنفسها بعملية الانتاج ، كما اوضح قانون العلامات التجارية الموحد لدول مجلس التعاون الخليجي انه يجوز تسجيل العلامات الجماعية التي تستخدم لتمييز سلع او خدمات منشآت اعضاء ينتمون الى كيان معين يتمتع بشخصية قانونية ، ويقدم طلب تسجيل العلامة الجماعية من ممثل هذا الكيان. أما العلامة الوقتية هي العلامة التي تتمتع بحماية مؤقتة نظراً لأنها تميز منتجات معروضة في المعارض الوطنية او الدولية كما ورد النص عليها في المادة ٣٢ من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية السعودي .

المبحث الثاني: الاحكام القانونية للعلامة التجارية وشروط تسجيلها بالملكة العربية السعودية

تمهيد وتقسيم: إن الهدف من تسجيل العلامة التجارية هو إيجاد وسيلة وقائية لحماية الملكية حيث ان التسجيل يهدف الى اعلام الغير بوجود العلامة ليمنع عن استعمالها أو اغتصابها كما يعد التسجيل قرينة على الاسبقية في استعمال العلامة ، و يجب أن تتوافر شروط معينة في العلامة التجارية حتى يقبل تسجيلها ، بعضها شروط شكلية وبعضها الآخر شروط موضوعية ويتم ذلك من خلال اجراءات معينة، وعلى ضوء ذلك فسوف نقسم هذا المبحث الى مطلبين على النحو الآتي:

المطلب الاول : شروط تسجيل العلامة التجارية

المطلب الثاني: ملكية العلامة التجارية ومدة حمايتها وشطبها

المطلب الاول : شروط تسجيل العلامة التجارية

اولا: الشروط الشكلية لتسجيل العلامة التجارية :

ان العلامة التجارية قبل التسجيل ليس لها غير وجود واقعي يتجلى في استعمالها فان اريد لهذا الوجود اكتساب الصفة الرسمية والتعزز بالحماية الواردة في نظام العلامات التجارية السعودي فلا بد من ان يتم تقديم طلب لتسجيل العلامة التجارية¹ على نموذج معد لذلك ويشتمل هذا الطلب على بيانات معينة يجب استيفائها من صاحب الشأن ، ولقد عدت المادة ٤ من المرسوم الملكي رقم م / ٢١ وتاريخ ١٤٢٣/٥/٢٨ الاشخاص الذين لهم الحق في تسجيل علامة تجارية في المملكة العربية السعودية وهم:

- أ. الاشخاص الطبيعيون او المعنويون المتمتعون بالجنسية السعودية.
 - ب. الاشخاص المقيمون في المملكة عادة والمصرح لهم بمباشرة عمل من الاعمال التجارية او الاعمال الحرفية.
 - ت. الاشخاص المنتمون الى دولة تعامل المملكة بالمثل.
 - ث. الاشخاص المنتمون الى دولة عضو في اتفاقية دولية متعددة الاطراف تكون المملكة طرف فيها او يقيمون في تلك الدولة.
 - ج. المصالح العامة.
- ويجوز لاي من الاشخاص الذين تم ذكرهم بالمادة ٤ التقدم بطلب تسجيل العلامة التجارية بوزارة التجارة وذلك وفقا لنص المادة ١ من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية الصادر بالمرسوم الملكي رقم م / ٢١ وتاريخ ١٤٢٣/٥/٢٨ ، ويجب ان يكون الطلب قاصرا على تسجيل علامة عن فئة واحدة وتتعدد الطلبات بتعدد فئات المنتجات او الخدمات المطلوب تسجيل العلامة عنها ، ولقد عدت

¹ د. آمال زيدان عبداللاه ، مصدر سابق ، ص ٢١٥ وما بعدها .

المادة ٢ من اللائحة البيانات التي يجب ان يشتمل عليها طلب التسجيل وهي :

صورة العلامة المطلوب و اسم طالب التسجيل ولقبه وعنوانه وجنسيته واسمه التجاري ان وجد، وإذا كان طالب التسجيل شخصا معنويا وجب ذكر اسمه وعنوان مقره الرئيسي وجنسيته وإذا كان الطلب مقدا من وكيل وجب ذكر اسمه ولقبه وعنوانه ووصف العلامة المطلوب تسجيلها والمنتجات او الخدمات المطلوب تسجيل العلامة عنها وفنتها وتوقيع طالب التسجيل او وكيله وإذا كان الطلب مقدا من شخص معنوى وجب ان تكون الاوراق موقعة ممن له حق التوقيع نيابة عنه.

- وإذا اشتملت العلامة المطلوب تسجيلها على لفظ او اكثر مكتوب بلغة اجنبية وجب على طالب التسجيل تقديم ترجمة معتمدة له الى اللغة العربية مع بيان كيفية نطقه. وإذا رغب طالب تسجيل علامة تجارية او خلفه في التمتع بحق الأولوية استنادا إلى طلب سابق مودع في دولة عضو في إتفاقية دولية متعددة الأطراف تكون المملكة طرفاً فيها أو دولة تعامل المملكة معاملة المثل فعليه أن يرفق بطلبه اقرارا يبين فيه تاريخ الطلب السابق ورقمه والدولة التي أودع فيها ، كما يتعين على الطالب أن يودع صورة من الطلب السابق مصدقا عليها من السلطة المختصة في الدولة التي أودع فيها ومن جهات التوثيق الرسمية بما في ذلك وزارة الخارجية السعودية وذلك خلال ستة اشهر من تاريخ تقديم طلب التسجيل السابق الذي يدعي من أجله حق الأولوية والإسقط حقه في المطالبة، ويجب ألا تكون العلامة محل طلب الأولوية تخالف النظام العام أو الآداب العامة داخل المملكة وإلا كان اللجوء للخارج لتسجيل العلامة المخالفة للنظام العام بالمملكة وسيلة للتحايل على القواعد الآمرة بها^١.
- قيد طلب التسجيل : إذا استوفى الطالب للمتطلبات السابقة فانه يقيد في سجل خاص بمكتب العلامات التجارية يسمى (سجل إيداع الطلبات) تقيد فيه طلبات التسجيل بأرقام متتابعة حسب تواريخ الإيداع ويتضمن البيانات الآتية: رقم الطلب وتاريخه وصورة العلامة

^١ د. أحمد صالح مخلوف، مصدر سابق ، ص ٩٨ وما بعدها.

واسم طالب التسجيل وعنوانه وجنسيته وفئة المنتجات او الخدمات واسم الوكيل ان وجد.^١ ويقوم مكتب العلامات التجارية بفحص طلب التسجيل، كما يجوز له تكليف الطالب ادخال مايراه لازما من تعديلات على العلامة لتحديدها وتوضيحها على وجه يمنع التباسها بعلامة أخرى سبق تسجيلها او تقديم طلب بشأن تسجيلها^٢ ويتعين على مكتب العلامات البت في الطلب خلال ستين يوما من تاريخ تقديمه وذلك بقبوله متى كان مستوفيا للشروط والاجراءات المنصوص عليها في النظام واللائحة التنفيذية او برفضه إذا كان لايتفق معها وعلى المكتب ان يبلغ طالب التسجيل كتابيا بقراره اوان يطلب منه استيفاء الشروط او ادخال التعديلات اللازمة لقبول الطلب. ويتعين على طالب التسجيل استلام الاعلان خلال تسعين يوما من صدور القرار بقبول التسجيل او صدور قرار الوزير بقبول التظلم ويقوم طالب التسجيل بنشر الاعلان في الجريدة الرسمية على نفقته واخطار المكتب بنسخة من الجريدة التي تم فيها النشر خلال ستة اشهر من تاريخ استلامه اياه والا اعتبر متنازلا عن طلبه. وينشأ عن تسجيل العلامة عدة نتائج ايجابية تتلخص فيما يلي:^٣ استعمال العلامة على المنتجات والخدمات التي يقوم بها مالکها ومنع الغير من استعمالها او استعمال اي علامة مشابهة. كما أن ملكية العلامة وحق التصرف فيها بالبيع أو الرهن أو الترخيص للغير باستعمالها ، وهذا يعني ان العلامة تصبح أصل من أصول المشروع التي تؤدي الى رفع قيمته وذلك بحسب أهمية ومكانة العلامة نفسها ، أيضا فإن العلامة بهذا الاعتبار تكون معرضة للحجز عليها متى تعرض المشروع للحجز وإن كان من الجائز استثنائها من ذلك. ولكل ذي مصلحة الاعتراض على قبول تسجيل العلامة أمام ديوان المظالم خلال تسعين يوما من تاريخ نشر الاعلان في الجريدة الرسمية ، ويتعين على المعارض

^١ انظر المادة ٦ من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية الصادر بالمرسوم الملكي رقم م /٢١ وتاريخ

١٤٢٣/٥/٢٨ هـ

^٢ انظر المادة ٧ من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية الصادر بالمرسوم الملكي رقم م /٢١ وتاريخ

١٤٢٣/٥/٢٨ هـ

^٣ د. آمال زيدان عبدالله، مصدر سابق ، ص ٢١٩ ومابعدها

إبلاغ مكتب العلامات التجارية بما يفيد تقديم الاعتراض مع إيداع نسخة منه خلال ذات المدة ، ويلتزم المكتب عند ذلك بعدم اتخاذ أي إجراء على العلامة الى حين صدور حكم نهائي من ديوان المظالم بالفصل في الاعتراض. ولقد أتاحت وزارة التجارة والاستثمار خدمة تسجيل العلامة التجارية الكترونياً من خلال موقعها tm.mci.gov.sa حالات التنازع على تسجيل نفس العلامة التجارية :

تذهب التشريعات المختلفة الى وجوب الاتفاق بين الطرفين على تسوية حقوقهم وديا كان يتنازل احدهما الى الاخر، فاذا لم يحدث هذا الاتفاق يحال الامر الى المحكمة، ولم يختلف النظام السعودي عن التشريعات المقارنة، حيث تنص المادة الثامنة من نظام العلامات التجارية على انه في حالة طلب شخصين او اكثر تسجيل العلامة نفسها او علامات متشابهة بشكل يحدث اللبس عن فئة واحدة من فئات المنتجات او الخدمات وكان للطلبات تاريخ الايداع ذاته او تاريخ الاولوية ذاتها، يوقف طلب التسجيل الى ان يقدم احدهم تنازلاً كتابياً من المنازعين له مصدقاً عليه نظاماً او الى ان يصدر حكم نهائي من ديوان المظالم باحقية احدهم في التسجيل.

ثانياً : الشروط الموضوعية لتسجيل العلامة التجارية :

اوضحت المادة الثانية من نظام العلامات التجارية السعودي وتقابلها المادة الثالثة من قانون العلامات التجارية الموحد لدول مجلس التعاون الخليجي ، الشروط الموضوعية التي يجب توافرها في العلامة ليقتبل تسجيلها وهي على النحو التالي¹:

الشرط الاول : شرط الصفة المميزة : ويعني هذا الشرط ان تكون للعلامة شكلاً مميزاً خاصاً بها ، وبمعنى آخر ان تتصف العلامة بصفة ذاتية تمنع ان تختلط او تتشابه مع غيرها ، وبالتالي فالعلامة المجردة من اية صفة مميزة لا يمكن يقب تسجيلها ، كذلك العلامة التي تقتصر على بيان مصدر المنتج فحسب مثل علامة البن اليمني ، او الجبنة الفرنسية .

¹ د. أحمد صالح مخلوف، مصدر سابق ، ص ٢٠٠ وما بعدها.

الشرط الثاني: ان تتوافر في العلامة الجدة : ويقصد بهذا الشرط ان تكون العلامة غير متشابهة مع علامة اخرى سبق تسجيلها من قبل اشخاص آخرين على نفس المنتج ، ولكي تعتبر العلامة جديدة يجب ان يتوافر فيها عنصرا مميزا لها على الأقل، وتقدير جدة العلامة يكون بالنظر الى مجموع عناصرها كوحدة متكاملة .

الشرط الثالث: الا تكون العلامة التجارية مخالفة للشريعة الاسلامية والنظام العام او الآداب العامة بالمملكة : كان تكون متعلقة بالمنتجات الكحولية او تحمل تعبيراً او اشارة او رسم محل بالدين او يكون مطابقا او مماثلا لرمز ذي صبغة دينية ، وهذا ماقرره النظام السعودي في المادة ٢/ب من المرسوم الملكي رقم/٢١^١

الشرط الرابع: ان تكون العلامة التجارية قابلة للادراك بالنظر : ويفهم من عبارة قابلة للادراك بالنظر استبعاد علامة الاصوات والروائح باعتبارها لا تدرک بالنظر وذلك في النظام السعودي .

الشرط الخامس: الا تكون العلامة مطابقة او مشابهة للعلامات شائعة الشهرة في المملكة حيث يجب الا تكون العلامة المطلوب تسجيلها مطابقة او مشابهة للعلامات شائعة الشهرة بالمملكة ولو كانت غير مسجلة فيها على سلع او خدمات مطابقة او مشابهة ومثال ذلك ان يطلب احد الاشخاص تسجيل علامة كوداك على خدمات تصوير ، فبالرغم من ان علامة كوداك غير مسجلة بالمملكة الا ان الشهرة التي تتمتع بها تلك العلامة في الاسواق السعودية يحول دون تسجيل العلامة على نفس المنتجات او الخدمات التي تميزها العلامة المشهورة .

اما اذا كانت العلامة المشهورة مسجلة بالمملكة فينتسح نطاق منع تسجيل العلامة المطابقة او المشابهة لها سواء بالنسبة للسلع او الخدمات المشابهة لها او السلع والخدمات غير المطابقة او المشابهة لها بشرط ان يلحق صاحب العلامة المشهورة الضرر ومثال ذلك ان يطلب احد الاشخاص تسجيل علامة المراعي على منسوجات قطنية ، فبالرغم من ان الاخيرة لا تتطابق او تتشابه مع المنتجات التي تميزها علامة المراعي (الالبان

^١ د.آمال زيدان عبدالله، مصدر سابق ، ص ٢١٥.

(ومنتجاتها) إلا أنه يمنع تسجيلها إذا لحق صاحب العلامة المشهورة (المراعي) الضرر من وضع علامته المشهورة على المنسوجات القطنية .

• ولقد فرض النظام السعودي كذلك قيد منع تسجيل العلامات التجارية التي من شأنها الحط من قيمة منتجات أو خدمات الآخرين ، ومثال ذلك تسجيل علامة تجارية لاطعمة الاطفال على مبيد حشري ، او تسجيل علامة خاصة بعطر نسائي على منتج كيميائي لتنظيف المجاريير الصحية مما يؤدي الى الحط من قيمة هذه العلامات وتراجع قيمتها المادية والمعنوية .

ويلاحظ ان نظام العلامات السعودي فرض حماية خاصة بالعلامة التجارية المشهورة من حيث أن التشابه فيها لا يكون بالنسخ أو التقليد أو الترجمة ، وأن العلامة التجارية المشهورة عرضة للاعتداء أكثر من العلامة غير المشهورة لأنها تختلف في القيمة الاقتصادية ولم يضع المنظم السعودي معيار مميزا لتحديد العلامة التجارية المشهورة، كما ان المنظم منع صاحب العلامة التجارية (المالك او المستهلك "المنتفع") من المطالبة بالتعويض نتيجة فعل الاعتداء في حالة كون العلامة غير مسجلة.

المطلب الثاني: ملكية العلامة التجارية ومدة حمايتها وشطبها.

يترتب على تسجيل العلامة التجارية في النظام السعودي آثارا قانونية هامة اذ يكون لصاحب العلامة المسجلة كافة السلطات التي تكون للمالك، فيكون له حق استعمالها واستغلالها والتصرف فيها، كما تتقرر لصاحب العلامة المسجلة الحماية القانونية بانواعها المختلفة: المدنية والجزائية والوقائية¹.

فالمنظم السعودي اعتبر ملكية العلامة التجارية تكتسب بواقعة التسجيل.

اولا : الحقوق المترتبة على ملكية العلامة :

¹ د. أحمد صالح مخلوف، مصدر سابق ، ص ٢٣٣ - ١٥٩ -

١. استئثار مالك العلامة باستعمالها داخل اقليم الدولة للمدة المحددة قانوناً وفقاً لما تنص عليه المادة ٣٣ من المرسوم الملكي رقم م/ ٢١ وتاريخ ١٤٢٣/٥/٢٨ هـ ما لم تكن العلامة مسجلة وفقاً لمعاهدة دولية أو كانت لها شهرة كبيرة تسمح باستعماله في خارج اقليم الدولة بحيث يستأثر المالك باستعمال العلامة دولياً ، وتجدر الإشارة إلى أنه يجوز لمالك العلامة التجارية الترخيص للغير باستعمال العلامة عن كل أو بعض المنتجات أو البضائع أو الخدمات المسجلة عنها وفقاً للشروط والأوضاع المنصوص عليها في النظام ولأئحته التنفيذية^١.
٢. لمالك العلامة حق التصرف فيها: فنظراً للترابط الوثيق بين العلامة التجارية والمحل التجاري باعتبارها احد أهم عناصره فقد وضع المنظم السعودي بعض الضوابط لتنظيم حق التصرف المخول لمالك العلامة وذلك على النحو التالي:
 - أ. يجوز أن تنتقل ملكية العلامة التجارية إلى الآخرين بأي واقعة أو تصرف ناقل للملكية ويشترط في التصرف أن يكون كتابةً وألا يكون الغرض منه تضليل الجمهور خاصة وبالنسبة لطبيعية أو مصدر المنتجات والخدمات أو مميزات أو آدائها.
 - ب. إذا انتقلت ملكية المحل التجاري أو المشروع الذي تستخدم العلامة التجارية في تمييز منتجاته أو خدماته دون أن تنتقل ملكية العلامة ذاتها فإنه يجوز لمن ظلت العلامة في ملكيته الاستمرار في استعمال هذه العلامة بالنسبة للمنتجات أو الخدمات التي سجلت من أجلها مالم يتفق على غير ذلك.
 - ت. يجوز رهن العلامة التجارية أو الحجز عليها مع أو بدون المحل التجاري أو المشروع الذي تستخدم العلامة في تمييز منتجاته أو خدماته.
 - ث. لا يكون نقل ملكية العلامة التجارية أو رهنها أو الحجز عليها منتجا لآثاره بالنسبة للآخرين إلا بعد شهره والتأشير به في السجل المنصوص عليه في المادة الثالثة من هذا النظام^٢.

^١ د. أمال زيدان عبدالله، مصدر سابق ، ص ٢٢٢ وما بعدها

^٢ انظر المواد من ٢٩ إلى ٣٢ من المرسوم الملكي رقم م/ ٢١ وتاريخ ١٤٢٣/٥/٢٨ هـ

ثانيا: مدة حماية العلامة التجارية وشطبها :

وفقا لنص المادة ٢٢ من المرسوم الملكي رقم م /٢١ وتاريخ ٢٨ /٥/١٤٢٣ هـ تتمتع العلامة التجارية بالحماية القانونية لمدة ١٠ سنوات اعتبارا من تاريخ تقديم طلب التسجيل للجهة المختصة . ولمالك العلامة التقدم بطلب لتجديد تسجيل العلامة وذلك لضمان استمرار الحماية القانونية لمدد متتالية . ويقدم طلب التجديد خلال السنة الاخيرة من مدة حمايتها ولمدة ستة اشهر تالية لها وذلك بالروط والاجراءات المنصوص عليها في هذا النظام ولائحته التنفيذية . تجدد العلامة التجارية دون أي فحص جديد ويشهر عن تجديد التسجيل وفقا للشروط والاجراءات المنصوص عليها في اللائحة التنفيذية^١.

ولقد اجازت المادة ٢٥ من المرسوم الملكي رقم م /٢١ وتاريخ ٢٨ /٥/١٤٢٣ هـ للادارة المختصة ولكل ذي مصلحة ان يطلب شطب تسجيل العلامة التجارية في الاحوال الاتية :

- أ. اذا لم يقم مالك العلامة التجارية باستعمالها مدة خمس سنوات متتالية دون عذر مشروع.
- ب. اذا تم تسجيل العلامة التجارية بالمخالفة للنظام العام أو الآداب العامة.
- ت. اذا تم تسجيل العلامة التجارية بناء على غش او بيانات كاذبة . ويختص ديوان المظالم بالفصل في طلبات شطب التسجيل.

كما نصت المادة ٢٦ من المرسوم الملكي رقم م /٢١ وتاريخ ٢٨ /٥/١٤٢٣ هـ يشطب تسجيل العلامة التجارية بقوة النظام في الحالتين الاتيتين :

- أ. العلامات التجارية التي لم يتم تجديد تسجيلها طبقا لهذا النظام ولائحته التنفيذية.

^١ انظر المواد من ٢٢ الى ٢٤ من المرسوم الملكي رقم م /٢١ وتاريخ ٢٨ /٥/١٤٢٣ هـ

ب. العلامات التجارية التي يمتلكها اشخاص طبيعيين او معنويون
 وصدر من السلطات المختصة قرار بحظر التعامل معهم.

ونصت المادة ٢٧ على ان " اذا شطب العلامة التجارية فلايجوز
 تسجيلها لصالح الاخرين على المنتجات نفسها أو الخدمات أو على منتجات
 او خدمات مشابهة الا بعد ثلاث سنوات من تاريخ الشطب إلا إذا نص قرار
 الشطب على مدة اقل " .

ونصت المادة ٢٨ على ان " يشهر طلب تسجيل العلامة التجارية وفقا
 للاجراءات والشروط المنصوص عليها في اللائحة التنفيذية وينتج الشطب أثره
 من تاريخ صدور حكم ديوان المظالم أو انتهاء مدة الحماية أو من تاريخ
 صدور قرار الحظر .

ويلاحظ هنا ان المنظم السعودي اشترط الاستعمال أو الاستخدام
 للعلامة لتتمتع بالحماية المقررة دوليا وداخليا ، ولم يعط الاهتمام الواجب
 للتسجيل، فقد شاب النظام العديد من القصور بشأن العلامة المشهورة بالرغم
 من نص الإتفاقيات الدولية على تنظيم أحكام العلامة المشهورة .

الخاتمة

من خلال تعرضنا للتنظيم القانوني للعلامات التجارية بالمملكة العربية
 السعودية تبين لنا أن العلامة التجارية تعد من أهم عناصر الملكية التجارية
 للمشروع التجاري وتقوم بدور هام في انجاح هذا المشروع وتمنحه صفة التميز

عن غيره من المشروعات التجارية المنافسة له. وعلى هذا فلقد رايت أن أخصص خاتمة البحث للنتائج والتوصيات ، وذلك على النحو التال:

١. نرى أنه من المناسب الاهتمام بالتوعية وتوفير المعلومات المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية والحماية القانونية المقررة لها بوجه عام والحماية القانونية للعلامات التجارية بوجه خاص واتاحتها للجمهور.
٢. نرى ضرورة اضافة نص إلى قانون العلامات التجارية يتضمن منع تسجيل العلامة التجارية المشهورة الوطنية أو الأجنبية على السواء إذا كانت تلك العلامة تتعارض مع علامة تجارية مستعملة داخل المملكة العربية السعودية.
٣. نرى ضرورة تعديل النظام السعودي فيما يخص الشرط الموضوعي المتعلق بأن تكون العلامة التجارية قابلة للادراك بالنظر واستبعاد علامة الاصوات والروائح باعتبارها لا تدرک بالنظر، حيث أصبحت الروائح والنعومات الصوتية تلعب دورا فعالا لتمييز الحصص الاذاعية والتلفزيونية، فضلا على أنه قد تم النص صراحة على جواز اعتبار العلامة الخاصة بالصوت أو الرائحة علامة تجارية طبقا لنص الفقرة الاخيرة من المادة الثانية من القانون الموحد للعلامات التجارية لدول مجلس التعاون الخليجي .

وفي نهاية حديثنا ندعو الله أن نكون قد وفقنا في هذه الدراسة بالمساهمة ولو بقدر متواضع في تسليط الضوء حول موضوع التنظيم القانوني للعلامات التجارية بالمملكة العربية السعودية من أجل تحقيق الصالح العام ودفع عجلة التنمية وتحقيق اقتصاد متقدم قائم على المعرفة.

قائمة بأهم المراجع:

١. د. أحمد صالح مخلوف، حقوق الملكية الفكرية في النظام السعودي، (بدون)، دار الاجادة ، ط ٣، (١٤٤١ هـ . ٢٠٢٠ م).
٢. د. أمال زيدان عبالله، حقوق الملكية الفكرية في الانظمة السعودية والاتفاقيات الدولية، (بدون): مكتبة الرشد ، ط ٤، (١٤٤٢ . ٢٠٢٠).
٣. المستشار القانوني. امير فرج يوسف، حماية حقوق الملكية الفكرية في دول الخليج العربي، (بدون): دار الكتب والدراسات العربية، (بدون).
٤. د.صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، عمان: دار الثقافة والتوزيع ، ٢٠٠٩.
٥. د.عدنان غسان، التنظيم القانوني للعلامة التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، ٢٠١٢.
٦. ا.د.ياسر محمد جادالله، الحماية القانونية للعلامات والبيانات التجارية والمؤشرات الجغرافية ، جامعة حلوان، ٢٠١٨.