

# حماية العلامات التجارية

## دراسة عامة

من الخصائص المميزة للأنشطة الاقتصادية والتجارية تمتعها بذاتية ديناميكية تدفعها نحو التطور بشكل مستمر ومنظم وليست تلك الخاصية الإلحائية تتفاعل مع المتغيرات التي تمر بها المجتمعات للوفاء بحاجات الأفراد التي تتعاضد وتعدد مع مرور الزمن.

فإذا كانت المجتمعات حتى أوائل القرن الثامن عشر، لم تلق بالاً لبعض المسائل القانونية مثل العلامات التجارية، كحق معنوي يكون لصاحبه سلطة الاستئثار في استخدامه على ما ينتج من سلع أو خدمات إلا أن الطوائف التجارية في القرون الوسطى قد استخدمت العلامات التجارية للفرق بين منتج هذه الطائفة عن غيرها (1) ، للحيلولة دونه سرقة هذه المنتجات من قبل أي طائفة أخرى (2) .

إلا أنه مع تطور الزمن و تطور الحضارات الإنسانية تطورت معه المفاهيم القانونية السائدة، فاتخذت أشكالاً ونظريات شتى.

فعلى حين كانت مركبات الذمة المالية للفرد تحتوى على حقين اثنين هما: الحقوق العينية و الحقوق الشخصية، فإنه مع تطور الصناعة إثر ظهور الآلة التجارية، تنوع مصادر الإنتاج ، لم يصمد ذلك التقسيم التقليدي في وجه المستجدات العصرية التي أفرزت قسماً ثالثاً عرف بالحقوق المعنوية وبمعنى أشمل، كحقوق الملكية الفكرية وحقوق الملكية الصناعية والتجارية، وحق المؤلف، وبراءات الاختراع و الرسوم والنماذج الصناعية، والعلامات التجارية. وقد ترتب على هذا الوضع بروز علاقات قانونية جديدة، مما يقتضي إحاطتها بتنظيم قانوني يهدف إلى حماية الحقوق المعنوية، في مواجهة المنافسة غير الشريفة، مما يعنى استئثار صاحب الحق باستعمال واستغلال حقه في مواجهة الآخرين (1) غير أن ما تتميز به الحقوق المعنوية عن الحقين السابقين كونها من الحقوق المؤقتة، يفقد صاحبها حق السيطرة عليها بمضي مدة محدودة، أو بعدم الاستعمال والاستغلال ، كما قضت بذلك (المادتين 101,99 ) من القرار الجمهوري بالقانون رقم (19) 1994م بشأن الحق الفكري ولعل من المفيد القول أن العلامات التجارية أصبحت في الوقت الراهن من أهم حقوق الملكية الصناعية وأكثرها حضوراً في الواقع القانوني نظراً لشيوع استخدامها في المنتجات الصناعية والتجارية، لما تخلقه من قوة جذب للعملاء والمستهلكين، الأمر الذي ميزها بمبدأ المنافسة الاقتصادية طلباً في تفوق صاحبها على غيره 2

أما على المستوى المحلي. فلم تلق العلامات التجارية اهتماماً من المجتمع اليمني، إلا في الربع الأخير من القرن العشرين، حيث كان التجار اليمنيون قبل ذلك يعتمدون في تمييز المنتجات عن غيرها، على بعض الخصائص الذاتية التي تحتوي عليها المنتجات كالخطوط أو الألوان أو غير ذلك مما يعرف بالسلعة. بل كان البعض من التجار والمستهلكين يطلق على السلعة اسم الإقليم الواردة منه، كالخشب العدني، والفوطة العدنية و اللحفة التهامية، والمشدة الحلبية إلى غير ذلك

. ولا يغيب عن البال اختلاف المفاهيم حول النشاط التجاري في مدينة عدن على وجه الخصوص، حيث كان المجتمع اليمني في هذه المنطقة يدرك أهمية العلامات التجارية نظراً لوجود العديد من الشركات الأجنبية التي اتخذت من ميناء عدن نقطة انطلاق بضائعها ومنتجاتها إلى الأسواق العربية و الأفريقية.

غير أنه لم يلبث إدراك المجتمع اليمني بأسره أن إستجاب للكثير من الوسائل العصرية- خصوصاً بعد قيام ثورة 26 سبتمبر، و إنفتاح اليمن على الدول الأخرى، مما كان له أثر كبير في إستيراد المنتجات العديدة للشركات الأجنبية المختلفة، وقد ساهم في زيادة نسبة الوعي في أهمية العلامات التجارية التدفق الرأسمالي إلى الساحة اليمنية، مما أدى إلى نمو القوة الشرائية للمواطن، فكان هذا العامل المدخل الأبرز في إهتمام المجتمع اليمني بالعلامات التجارية كإشارة فارقة تميز المنتج المرغوب عن المنتجات المنافسة.

ولذلك سعى التجار والموردون و وكلاء الشركات الأجنبية، وغيرهم من المنتجين المحليين إلى توسيع مدارك المجتمع اليمني بأهمية العلامات التجارية من خلال العديد من الوسائل الإعلامية، أولاً في تحفيز المجتمع نحو السلعة المعلن عنها، وهذا ما يدفع أصحاب العلامات إلى تكريس الحق الاستثنائي والاحتكاري على العلامات المميزة لمنتجاتهم. أو بضائعهم لأنهم صاروا الوكلاء الحصريون للشركات المالكة للعلامة التجارية .

ونظراً لما تثيره حقوق الملكية الصناعية بشكل عام، والعلامات التجارية بشكل خاص من إشكالات قانونية صعبة ودقيقة في الوسط التجاري، كان لابد من تدخل المشرع اليمني لتنظيم تلك الحقوق وسير أحكامها في إطار قانوني متطور، فصدر القانون رقم (45) 1976م بشأن العلامات والأسماء التجارية، الذي حل محله قانون الحق الفكري رقم (19) لسنة 1994م عقب إعادة توحيد شطري الوطن.

ومما تجدر الإشارة إليه، أن المشرع اليمني عند وضعه لقانون الحق الفكري ، قد راعى في ظاهرة القواعد والأحكام التي تضمنتها الاتفاقيات الدولية المتصلة بالملكية الصناعية، وإن كانت حينئذ لم تنظم إليها، كاتفاقية باريس الصادرة في 20 مارس 1883م، ومعاهدة مدريد الخاصة بالتسجيل الدولي للعلامات التجارية والصناعية الصادرة في 14 أبريل 1891م، وتعديلاتها في بر وكسل في 14 ديسمبر 1900م، وواشنطن في 12 يونيو 1911م، ولا هاى في 6 نوفمبر 1925م، ولندن في 3 يونيو 1934م، ولشبونة في 31 أكتوبر 1958م، ونيس في عام 1957 واستكهولم في 14 يوليو 1967م الذي جرى تعديله وتنقيحه في أكتوبر 1979م.

ومع سعي الدول الصناعية الكبرى بقيادة الولايات المتحدة الأمريكية إلى تكريس وسائل السيطرة الاقتصادية ، خصوصاً السيطرة على مقدرات الدول الأخرى النامية منها والمتخلفة، المنتجة للمواد الأولية والمستهلكة في الوقت ذاته للسلع التجارية والصناعية للدول الغربية، لذلك سعت إلى ميلاد الاتفاقية العامة للتعريفات الجمركية عام 1947 (الجات)(G.A.T.T) التي تمخضت عنها بعد جولات عديدة منظمة التجارة العالمية world trade organization المعروفة اختصاراً بـ (W.T.O) التي وقع على ميثاقها في مدينة مراكش بالمغرب في مارس 1995م (1). وهذه الاتفاقية، كرست السياسة الاحتكارية للدولة الصناعية في مجال حقوق الملكية الصناعية والتجارية ، بذريعة حماية المنتجات من جرائم التقليد، كما جاء في القسم (5) من الاتفاق المتصل بحقوق الملكية الفكرية ، المنصوص عليه في المادة (61). ومقتضى ذلك أن تكون الدول الأعضاء حارساً ورقياً أمنياً على مصالح الدول الكبرى بحماية العلامات التجارية والصناعية المملوكة للشركات التابعة لها في إقليمها الوطني، وإلزام الدول الأعضاء بتضمين تشريعاتها الوطنية نصوصاً تحمي جمهور

المستهلكين من الغش التجاري الناتج عن تقليد العلامات التجارية. وهذا يوافق مضمون نص المادة (6/ثانياً) من اتفاقية باريس الصادرة في 20 مارس عام 1883م والتعديلات اللاحقة عليها حيث قالت (( تتعهد دول الاتحاد، سواء من تلقاء نفسها إذا جاز تشريعها ذلك، أو بناء على طلب صاحب الشأن، برفض أو إبطال التسجيل ويمنع استعمال العلامة الصناعية أو التجارية التي تشكل نسخاً أو تقليداً أو ترجمة يكون من شأنها إيجاد لبس بعلامة تجارية... خاصة بشخص يتمتع بمزايا هذه الاتفاقية ومستعملة على منتجات مماثلة أو مشابهة .....)).

وأضافت المادة رقم (1) من الاتفاقية بأنه (( تشكل الدول التي تسري عليها هذه الاتفاقية اتحاداً لحماية الملكية الصناعية المملوكة لمواطني الدول الأعضاء)).

1مثل هذا التوجه يعتبر في رأي البعض 2سلاحاً ذو حدين، يجب على الدول عند إعداد تشريعاتها للملكية الصناعية تحقيق مصالح الدولة الوطنية كيما تصبح مثل هذه القوانين رافداً من روافد التقدم الصناعي و الرخاء الاقتصادي، وليس مصدراً من مصادر الاستغلال والتبعية، بما يحقق مصالح الدول الصناعية، خصوصاً في ظل سياسة هذه الدول لتسويق أفكارها بشأن حقوق الملكية الصناعية والتجارية وإسباغها بسبغة دولية كي تكون مبادئ ملزمة على الدول الأخرى تضمن أحكامها في تشريعاتها الوطنية.

ولا يخفي حرص الدول الكبرى والشركات التابعة لها، على إستمرار سياستها الاحتكارية للعلامات التجارية في مواجهة الدول غير الأعضاء، الأمر الذي يضمن لها تأمين حصولها على عوائد مالية مجزية عند استخدام علاماتها التجارية من قبل شركات أو جهات أخرى، في إطار ما يعرف بعقد الامتياز أو عقد التراخيص الصناعي3.

وفي المساق المذكور لم تجد الجمهورية اليمنية بدأً من مجارة الأوضاع الاقتصادية الدولية باتساقه المختلفة، مع شئ من التحفظ، حيث سعت من خلال إعداد التشريعات الوطنية إلى تبني الكثير من القواعد المنظمة لحقوق الملكية الصناعية كما نظمتها الإتفاقات والمعاهدات الدولية ، كما أثرتنا فيما سيق 1 غير أنها تعمدت بقصد أو بدون قصد إغفال النص على القواعد الجنائية لحماية حقوق الملكية الصناعية والتجارية في قانون الحق الفكري رقم (19). لسنة 1994م . تاركة ذلك للأحكام الواردة في قانون العقوبات رقم (12). لسنة 1994م، وقانون الإجراءات الجزائية رقم(13) . لسنة 1994م.

ومما تجدر الإشارة إليه، أن الذي دفع الدول والمجتمعات إلى العناية الخاصة بحقوق الملكية الصناعية، وإصدار التشريعات المنظمة لأحكامها، يتجلى في بعث روح التطور التجاري والرقى الصناعي، و المنافسة الشريفة على المستوى الدولي كما يرى البعض (1).2

وزماناً لإستمرار ذلك التطور وإزالة العراقيل أمام التجارة الدولية كان لابد من تشجيع الدول على حماية حقوق الملكية الصناعية ، وترسيخ هذا المبدأ في التشريعات الوطنية3.

ولما كانت الجمهورية اليمنية، من الدول التي ضمنت تشريعاتها الوطنية الكثير من أحكام الاتفاقيات والمعاهدات الدولية الخاصة بالملكية الصناعية، فإن ذلك يقتضي منها تنظيم الحماية القانونية للحقوق المشار إليها على النحو الذي يحقق أهداف الشركات التجارية في سيطرتها على ما تملكه من علامات تجارية. غير أن قانون حماية الحقوق الفكرية قد أغفل الإشارة إلى الأحكام الجنائية بشأن الحماية المتصلة بالعلامات التجارية والصناعية، مكتفياً - حسب رأينا - على الأحكام الواردة في قانون العقوبات وقانون الإجراءات الجزائية. وكان يستحسن - في نظرنا - إخراج قانون الحق الفكري بصورة شاملة متضمناً الأحكام اللازمة لحماية هذه الحقوق بما لا يتعارض مع العقوبات الأشد المنصوص عليها في القوانين الأخرى، كي يسهل على غير المتخصصين معرفة الحكم في القانون الخاص بدلاً من الرجوع إلى قانون عام، خصوصاً في ظل سكوت القانون الخاص عن القاعدة القانونية واجبة التطبيق عند حدوث أي نزاع<sup>1</sup>. وعلى الرغم من ذلك فإن المحاكم اليمنية درجت على تبني قواعد الحماية على أسس من العدالة وأحكام المنافسة غير المشروعة، ومبادئ الاتفاقيات والمعاهدات الدولية المنظمة لحقوق الملكية الصناعية والتجارية كما يتضح ذلك في العديد من الأحكام كما سوف نرى فيما بعد.

ونظراً لما خرج به التشريع اليمني الخاص بالحقوق الفكرية والصناعية بشأن حماية حقوق الملكية التجارية على نحو ما سلف، فإنه يتوجب علينا بيان حكم المسألة محل الدراسة ومن النظر في التشريعات المختلفة المنظمة للشؤون الاقتصادية والتجارية.

وبيان ذلك قسمنا هذه الدراسة إلى فصلين إثنين: نتناول في الأول الشروط الموضوعية والشكلية، ونبين في الثاني: القواعد القانونية لحماية العلامات التجارية والصناعية، بادئين الفصل الأول بتوطئة نوضح فيها الأهداف المبتغاة من الحماية القانونية للمسألة محل البحث، وذلك على النحو التالي:

#### أهداف الحماية للعلامات التجارية :

استقر رأي الفقه<sup>1</sup> بأن القانون هو مجموعة من القواعد القانونية، تعدها الدولة، لتنظيم سلوك الأفراد، ومصحوبة بالجزاء المناسب لمن يخالفها.

والقانون إذا كان يرعى مصالح الأفراد في الأساس، فإنه في الوقت نفسه يعبر عن المصالح العليا للدولة لخدمة أهدافها وتحقيقاً لمصالح مواطنيها. وإذا كان الحال كذلك، تكون تلك القواعد والأحكام القانونية جديرة بالحماية من الدولة كسلطة ومن المواطنين كمنتفعين.

ومن هنا تظهر أهداف الحماية التي إبتغاها المشرع للعلامات التجارية، والتي تتمثل في محاربة المنافسة غير المشروعة، ومن شأن هذا الإجراء القضاء على جرائم الغش والتقليد للعلامات ، الأمر الذي يؤدي بدوره إلى رواج النشاط التجاري، وتشجيع العمل الابتكاري، ودعم النشاط الصناعي، وزيادة فرص الاستثمار، وخلق فرص العمل المختلفة، ونمو المهارات الفنية، وهذا يساعد على الحد من الفقر بين المجتمعات.

وليس ذلك فحسب، بل إن أهداف الحماية القانونية للعلامة، حماية المستهلك من الوقوع في فخ السلع المقلدة والمغشوشة. وهذا على المستوى العام، أما على المستوى الخاص بأصحاب العلامات والشركات المنتجة، فإن هدف حماية العلامة هو تكريس الحق الاستثنائي لهم، وزيادة معدل أرباحهم إلى غير ذلك من المزايا التي تتحقق لهم من الحماية المقررة للعلامات التجارية والصناعية.

## الفصل الأول

### الشروط القانونية اللازمة لحماية العلامات التجارية

إذا كانت الاتفاقيات والمعاهدات الدولية، خصوصاً الاتفاقية الخاصة بالجوانب المتصلة بالتجارة في حقوق الملكية الفكرية المعروفة (باتفاقية تريبس)، قد سعت إلى تبني الدول لمبدأ الحماية الفعالة والملائمة لحقوق الملكية الفكرية. غير أن الدول ومنها الجمهورية اليمنية لم تنساق على غير هدى لتبني قواعد تلك الاتفاقيات، حيث وضعت الشروط القانونية اللازم توافرها في العلامة التجارية كي تكون محلاً يحميه القانون. وهذه الشروط تتمثل في الشروط الموضوعية الخاصة بذاتية العلامة التجارية، والشروط الشكلية المتمثلة في إجراءات تسجيل العلامة التجارية. وهذا ما سنتناوله في بحثين إثنين:

على النحو التالي:-

المبحث الأول: الشروط الموضوعية لحماية العلامات التجارية والصناعية

المبحث الثاني: الشروط الشكلية لحماية العلامات التجارية والصناعية

الشروط الموضوعية لحماية العلامات التجارية والصناعية

ليست كل علامة أو رمز يوضع على سلعة أو منتج صناعي يندرج ضمن حقوق الملكية التجارية والصناعية، وبالتالي يكون محلاً للحماية القانونية. فلقد وضع المشرع اليمني شروطاً يستوجب توافرها في العلامات التجارية لحمايتها من التقليد والتزوير وهذه الشروط وردت في نصوص متعددة نحاول جمع شتاتها على النحو الذي يوضح الفكرة محل الدراسة.

فقد عرفت المادة (85) من قانون الحقوق الفكرية رقم (19) لسنة 1994 م العلامات التجارية والصناعية بقولها ((1- العلامة الصناعية أو التجارية هي التي تتخذ شعاراً لتمييز منتجات مشروع صناعي أو زراعي أو تجاري أو صناعات إستخراجية أو للدلالة على خدمات أحد المشروعات.

2- عناصر العلامة التجارية أو الصناعية:

أ- تتكون العلامة من عنصر واحد أو أكثر يكون إمارساً أو لفظاً أو شكلاً أو جسماً أو غير ذلك

ب- يجوز أن تتكون العلامة من رسم معين كالخطوط والنقوش والصور والرموز ، أو من ألفاظ محددة كالحروف والأرقام والكلمات والأسماء .

ج- كما يجوز أن تتركب العلامة من شكل جسم مميز، ولو كان هذا الجسم هو الغلاف الخارجي للمنتجات)).

ونصت المادة (86) بأنه :

1- لا تنفصل العلامة عن المنتجات أو الخدمات المميزة لها.

2- لا يجوز قبول علامة للتسجيل إلا إذا كانت معدة فعلاً للإستعمال.

3- لا يجوز تسجيل العلامة إلا لمشروع إنتاجي أو خدماتي.

وقالت المادة(88):

1- لا تقبل العلامة الخالية من أية صفة مميزة.

2- والحالة كذلك إذا تألفت العلامة من أشكال فرضتها طبيعة أو وظيفة المنتوجات أو الخدمات أو من إشارة تستعمل في التجارة لتعيين منتوجات أو خدمات أو من دلالة أصبحت تسمية شائعة للمنتوجات أو الخدمات.

3- وفي كل حال لا تقبل العلامة إذا تعذر لأي سبب أن تميز بوضوح بين المنتوجات أو الخدمات المشروحات المختلفة.

وأضافت المادة (89) بأنه: (( يجب أن تكون العلامة متميزة بصورة جوهرية عن غيرها من العلامات وبناء عليه لا تقبل للتسجيل:-

أ- العلامة المشابهة لعلامة مودعة أو مسجلة لصالح الغير أو جرى إيداعها بعد ذلك من الغير المتمتع بأسبقية خاصة عن منتوجات أو خدمات مماثلة أو مشابهة.

العلامة غير المسجلة:

ب- العلامة المشابهة لعلامة غير مسجلة مستعملة في السابق من قبل الغير في اليمن بالنسبة إلى منتوجات أو خدمات مماثلة أو مشابهة متى جاز أن يؤدي استعمال العلامة المطلوب تسجيلها إلى اختلاط الأمور لدى الجمهور.

ج - العلامة المطابقة كلياً أو جزئياً أو المقلدة أو المترجمة لعلامة مشهورة أو لاسم تجاري معروف للغير بحيث يمكن أن يؤدي استعمال العلامة المطلوب تسجيلها إلى إختلاط الأمور لدى الجمهور .

وتقضي المادة (90) بقولها ((لا تصلح علامة:

أ- الشعارات العامة والرموز و الأعلام والأوسمة والأختام وما إليها الخاصة باليمن أو بإحدى الدول أو الحكومات أو المنظمات الدولية، ورموز الهلال الأحمر والصليب الأحمر والأسماء الجغرافية إذا أحدث استعمالها لبساً بشأن مصدر المنتوجات وصور الغير ما لم يوافق على استعمالها.

— أية علامة من شأنها أن تضلل الجمهور حول مصدر أو نوعية المنتوجات أو الخدمات.

ج- كل علامة تخالف النظام الاجتماعي اليمني.

ومن مجموع النصوص سالفه الذكر، نستخلص الشروط القانونية الواجب توافرها في العلامات التجارية كي تكون حقاً قانونياً يحميه القانون، وتتمثل بالشروط الآتية، نتناولها في ثلاثة مطالب على النحو الآتي :

المطلب الأول

—الصفة الذاتية المميزة للعلامة التجارية والصناعية .

المطلب الثاني – جدة العلامة التجارية والصناعية.

المطلب الثالث – مشروعية العلامة التجارية والصناعية.

المطلب الأول

الصفة الذاتية المميزة للعلامة التجارية والصناعية



أو صحت الفقرة الأولى من المادة(88) من القانون الحق الفكري أنه لا تقبل العلامة الخالية من أية صفة مميزة. ومقتضى ذلك أنه العلامات التجارية حتى تكون محلا يحمية القانون، يشترط فيها أن تكون لها.

خصائص ذاتية يتميزها عن غيرها من العلامات المستخدمة في السلع التجارية والمنتجات الصناعية المماثلة. والمقصود بتمييز العلامات لدى الفقهاء(11) أن تتوافر في الرموز الداخلية ففي تركيب العلامة التجارية خاصية دقيقة تعطى في مجموعها شكلا جماليا خاصا ومميزا، وهذا الشكل هو الذي تنصب عليه الحماية وليس الألفاظ الداخلة في تكوينه وقد حكم بأنه ((..... ليست العبرة باحتواء العلامة

(1) وعلى ذلك فلا تعد علامة تجارية قابلة للحماية القانونية على حروف أو رموز أو صور مما تحويه علامة أخرى، إنما العبرة هي بالصورة العامة التي تنطبع في الذهن نتيجة لتركيب هذه الحروف أو الرموز أو الصور على بعضها وللشكل الذي تبرز به في العلامة...)) وقالت نفس الحكمة ((من أجل ذلك يجب لتقرير ما إذا كانت للعلامة ذاتية خاصة متميزة عن غيرها النظر إليها في مجموعها لا إلى من العناصر التي تتركب منها ...)) (2) العلامات التي تتألف من شكل شائع ومألوف كالربع والمثلث والدائرة وغيرها من الأشكال العامة، حيث أكدت ذلك المادة (89) من قانون الحق الفكري بأنه ((يجب أنه تكون العلامة مميزة بصورة جوهرية عن غيرها من العلامات ...)) وفي حكم المحكمة استئناف القاهرة قررت أن الأشكال العامة التي ليس لها مظهر خاص ومميز لا يمكن أن تكون محلا للاحتكار القابل للحماية (3). ووسعت اتفاقية (تريبس) هذا المعنى حيث قالت ((لا يجوز للبدان الأعضاء أنه تجعل الصلاحية للتسجيل مشروطة بالتمييز المكتب من خلال الاستخدام، كما يجوز لها اشتراط أن تكون تميز - العلامات المزمع تسجيلها قابله للإدراك بالنظر، كشرط لتسجيلها)) ولا تكون علامة تجارية يتقرر الحماية القانونية لها ، الشعارات والرموز العامة لليمن أو للدول الأخرى، أو كدت ذلك المادة(90) من قانون الحق الفكري بقولها ((لا تصلح علامة تجارية:

أ- الشعارات العامة والرموز والأعلام والأوسمة والأختام وما إليها الخاصة باليمن أو بإحدى الدول أو الحكومات أو المنظمات الدولية، ورموز الهلال الأحمر والصليب الأحمر...)) وهذا الحكم يوافق القواعد الواردة في اتفاقية باريس (المادة 6/ثالثا)).

وليس المنع من اتخاذ تلك الأشكال المذكورة لعدم انطوائها على خصائص ذاتية مميزة، بل كونها تمثل أدوات قانونية وفنية تتصل بالهوية الوطنية للدولة، كالشعار الرسمي، أو العلم الوطني، وإما لأنها تعبر عن معانٍ معنوية سامية للشخصيات الوطنية، كالأوسمة والنياشين، وبالتالي فإن تحريم اتخاذها علامات تجارية أو صناعية يعود إلى الاعتبارات المتصلة بالنظام العام. وبالإضافة إلى ذلك يشكل اقتباسها جريمة تزوير، يعاقب مرتكبها بالحبس مدة لا تزيد على عشر سنوات (م208 عقوبات) .

أما تحريم إتخاذ الهلال الأحمر والصليب الأحمر علامات تجارية فيرجع إلى اعتبارها رموزا دينية بحثة يجب احترامها1.

ويلحق بذلك أسماء المدن والأقاليم إذا كان من شأن إستخدامها على المنتجات التجارية والصناعية إحداث لبس يتصل بمقدار المنتوجات(م 90/أ من قانون الحق الفكري) . ويندرج في هذا السياق صور الأشخاص ما لم يوافق صاحب الصورة على اتخاذها علامة تجارية (م 90/أ)

## الطلب الثاني

### جدة العلامة التجارية والصناعية

إن المدلول الاقتصادي الذي تنطوى عليه العلامة التجارية الناتج عن التعبير الإجمالي لشكل العلامة التجارية نتيجة تميزها عن غيرها من العلامات المستخدمة على المنتجات المماثلة، لا يكفي لشمولها بالحماية القانونية ، بل لابد أن تكون العلامة جديدة، ويقصد بالجدة في رأى الفقهاء(1) عدم سبق استعمال العلامة داخل إقليم الدولة للمنتجات المماثلة من قبل منافس آخر، وإن كان يجوز استخدامها على منتجات مختلفة(2) ومن خلال ما سبق فإن مضمون الجدة ينطوي على عناصر ثلاثة نحاول إلقاء الضوء عليها على النحو التالي:

#### 1- الجدة المتصلة بنوع التجارة أو الصناعة:

2- إن الحماية القانونية لحقوق الملكية الصناعية – كما يراها الاتحاد الدولي لحماية الملكية الفكرية والمنظمة العالمية للملكية الفكرية المعروفة بالويبو(wipo) – تستهدف تشجيع النشاط الإبتكاري، وازدهار الصناعة ونمو الاستثمار، وانسياب التبادل السلعي والتجاري الشريف بين الدول، واستقرار العلاقات القانونية بين الأفراد. والذي يساعد على التكامل الديناميكي بين تلك الأهداف المختلفة ، هو شرط الجدة للعلامة التجارية

الذي تميزت به السلع التجارية أو الصناعية ، بحيث تكون العلامة مختلفة عن غيرها من العلامات المرقومة على منتج منافس. وبالتالي فإنه لا تكون العامة التجارية محلاً للحماية القانونية إذا سبق إستعمالها على منتج مماثل أو مشابه خشية تضليل الجمهور. وفي هذا المعنى حكمت محكمة النقض المصرية بقولها (( الغرض من العلامة التجارية هو أن تكون وسيلة لتمييز المنتجات والسلع ويتحقق هذا الغرض بالمغايرة بين العلامات التي تستخدم في تمييز سلعة معينة بحيث يرتفع اللبس بينها ولا يقع جمهور المستهلكين في الخلط والتضليل)) 1. فإذا اكتسبت العلامة تلك الخاصية للجدة، اكتسبت حق الحماية القانونية داخل إقليم الدولة بأكمله.

ويثار التساؤل عن جدة العلامة التجارية إذا كان قد سبق استعمالها في جزء أو منطقة معينة في الدولة ، هل تفقد شرط الجدة أم يظل متوافراً رغم ذلك؟.

اختلف الفقهاء في الإجابة على ذلك حيث ذهب رأي 2 ، إلى توافر شرط الجودة وإن سبق استخدام العلامة في جزء واحد فقط من أقاليم الدولة ، شريطة ألا تصرف المنتجات سوى داخل هذا الإقليم فقط. وذهب رأي آخر3، إلى فقدان العلامة لشرط الجودة إذا سبق إستخدامها ولو في منطقة واحدة من الدولة. ذلك أن الجودة المعول عليها حسب هذا الرأي يشمل الرقعة الجغرافية للدولة بكاملها.

والذي – يظهر لنا – أن المشرع اليمني قد أخذ بمضمون الرأي الثاني ، حيث ذكرت المادة(89) من قانون الحق الفكري) بأنه (( يجب أن تكون العلامة متميزة بصورة جوهرية عن غيرها من العلامات وبناء عليه لا تقبل للتسجيل:

أ- العلامة المشابهة لعلامة مودعة أو مسجلة – لدى الجهات اليمنية المختصة – لصالح الغير أو جرى إيداعها بعد ذلك من الغير المتمتع بأسبقية خاصة عن منتوجات أو خدمات مماثلة أو مشابهة.

ب-العلامة المشابهة لعلامة غير مسجلة في السابق من قبل الغير في اليمن ، بالنسبة إلى منتوجات أو خدمات مماثلة أو مشابهة متى جاز أن يؤدي استعمال العلامة المطلوب تسجيلها، إلى اختلاط الأمور لدى الجمهور)).

ج- العلامة المطابقة كلياً أو جزئياً أو المقلدة ، أو المترجمة لعلامة مشهورة أو لإسم تجاري معروف للغير بحيث يمكن أن يؤدي استعمال العلامة المطلوب تسجيلها إلى اختلاط الأمور لدى الجمهور)).

ويتضح من خلال النص أن شرط الجودة – كما يبدو لنا – يشمل جميع أقاليم الجمهورية اليمنية. وذا الاتجاه هو الأكثر ملائمة لأحكام التجارة وقواعد المناقشة المشروعة ، ويؤدي إلى إستقرار المراكز القانونية المكتبية.

وتجدر الإشارة ، إلى أن شرط الجودة الذي اشترطه المشرع اليمني على النحو الذي سبق بيانه ، لا يقتصر على العلامات المسجلة فحسب ، بل يشمل العلامات المشابهة لعلامة غير مسجلة من قبل غير اليمنيين لدى الدوائر المختصة في اليمن. ومثل هذا التوجه يوافق اتفاقية باريس لسنة (1883م) التي من مبادئها الأساسية وجوب منح الأجانب نفس معاملة الوطنيين بصدد حقوق الملكية التجارية والصناعية وتنص اتفاقية تريبس على أنه يجب على كل دولة متعاقدة أن تمنح مواطني الدول المتعاقدة الأخرى الحماية نفسها التي تمنحها لمواطنيها فيما يتعلق بحماية الملكية الصناعية ((1(1) ويمثل هذا الحكم أحد الأهداف الرئيسية للاتفاقية الدولية (تريبس)، ويمثل وهو روح وجوهر أحكام منظمة التجارة العالمية(2(2).

3- المدى الزمني لجدة العلامة التجارية:

إن ارتباط العلامات التجارية بأذواق الجمهور ورغباتهم ، قد منحها وضعاً قانونياً خاصاً ، بحيث تستمر محتقظة بصلاحيات حمايتها القانونية خلال المدى الزمني المحدد لها قانوناً، والمقدرة بعشر سنوات تبدأ من تاريخ سريان التسجيل ، وتستمر

الحماية للعلامة لنفس المدة المذكورة ، إذا تم تجديدها وفقاً للإجراءات المحددة قانوناً .فإذا انتهت هذه المدة دون تجديد فقدت العلامة المدى الزمني لجدتها، وبالتالي تفقد الحماية القانونية الكفيرة لها في الجمهورية اليمنية.

ومن ناحية أخرى ،تفقد العلامة التجارية مداها الزمني للجدة في اليمن إذا توقف استعمالها مدة خمس سنوات متتالية دون عذر مقبول.وبشترط لنهاذ الحكم صدور حكم قضائي (م2/101 من قان،ون الحق الفكري3. وحددت اتفاقية (تريبيس) هذه المدة بثلاث سنوات (م19)).

ويثار التساؤل عن الوضع القانوني للمدى الزمني لجدة العلامة التجارية في اليمن إذا تم تسجيلها ولم تستعمل من قبل من سجلها أولاً؟.

لم يجب المشرع اليمني على ذلك ، غير أن ما – نراه- يوافق مفهوم القانون اليمني في هذه الحالة ، هو القول بانسحاب الحكم الوارد في المادة (2/101 من قانون الحق الفكري))، كما تم عرضه آنفاً.

### المطلب الثالث

#### مشروعية العلامة التجارية والصناعية

إن غاية المشرع من سن القوانين، تتمثل في رعاية مصالح الناس وإحترام حقوقهم. وتحقيق ذلك يقتضي حمل الأفراد على احترام جميع القوانين لتيسير الحياة الجماعية لهم. ويعتبر تحقيق هذا الإحترام واجباً على السلطات العامة وعلى الأفراد سوية . وهذا المعنى لا يتقرر إلا للعمل القانوني المشروع، بحيث يكون العمل غير المشروع محلاً لإستجابة المجتمع ، ويكون مرتكبه عرضة للعقوبة بموجب أحكام القانون .. وحقوق الملكية التجارية والصناعية من الحقوق التي تستوجب حمايتها قانوناً ، ويشترط لذلك أن تكون مشروعة على النحو المحدد في القانون . وتعتبر العلامة غير مشروعة إذا خالفت نصاً قانونياً أو قاعدة قانونية أمرية، أو كانت مخالفة للنظام الإجماعي اليمني ، أو مخلة بالأداب العامة. أكدت ذلك المادة ((90 من قانون الحق الفكري ، حيث قالت (( لا تصلح علامة تجارية:

—  
الشعارات والرموز والأعلام والأوسمة والإختام وما إليها الخاصة باليمن أو بإحدى الدول  
أو الحكومات أو المنظمات الدولية..،ورموز الهلال الأحمر والصليب الأحمر....

أية علامة من شأنها أن تضلل الجمهور حول مصدر أو نوعية المنتوجات أو الخدمات.

ج- كل علامة تخالف النظام الإجتماعي اليمني ((

ويتضح من هذا النص ، أن الحماية القانونية لا تنقرر إلا للعلامات التجارية المشروعة على النحو الذي حدده القانون . وبالتالي فالعلامات التي تتخذ شكل الشعارات أو الرموز والأوسمة والأختام العامة، الخاصة باليمن ، أو بإحدى الدول أو الحكومات أو المنظمات الدولية، لا تصلح علامات تجارية ، ويتعرض مخالف هذا الحظر للعقوبات المقررة قانوناً. كذلك لا يجوز أن تكون العلامة مشابهة أو مطابقة للرموز الدينية ، كي لا تكون محلاً يقبل التبادل التجاري عند بيع المتجر إلا آخر 1.

وهذا السلوك تؤكد عليه المبادئ الاساسية للمنظمة العالمية للملكية الفكرية ((الويبو)) 2 ، ونصت عليه اتفاقية باريس لسنة 1883م في المادة ((6/ثالثاً)) الفقرة الأولى (أ،ب،ج)).

أما حظر العلامة لمخالفتها للنظام العام ، فلها في المجتمع اليمني والمجتمعات المحافظة معنى يختلف عما هو سائد في المجتمعات المدنية الأخرى ، فالنظام العام في اليمن يحرم اتخاذ الصور الفاضحة على سبيل المثال علامات تجارية، كونها تعارض قواعد الدين الإسلامي ، وتنافي تقاليد المجتمع.

المبحث الثاني

الشروط الشكلية لحماية العلامة

يعتبر تسجيل العلامة التجارية والصناعية في السجلات المعدة لذلك لدى الإدارة الحكومية المختصة من الشروط الشكلية اللازمة لتقرير الحماية القانونية للعلامة التجارية والصناعية ، وليس هذا فحسب بل إن من الشروط الشكلية اللازمة للحماية المقررة للعلامة ضرورة استخدامها على النطاق التجاري مع المرونة النسبية لهذا الشرط من دولة إلى أخرى . ولذلك تعرض لهذين الشرطين في مطلبين أثنتين على النحو الآتي:

### تسجيل العلامة التجارية

التسجيل ن الإجراءات القانونية واجبة الإتباع لصحة العمل القانوني ، وهذا الإجراء يمثل مظهراً يكفل علانية وإشهار الحق الخاضع للتسجيل وليس ذلك فحسي بل ولضمان الحق المراد تسجيله للشروط القانونية، فيما يترتب على التسجيل أثره القانوني . ومن هذا المنطلق فلكي تشكل العلامات التجارية والصناعية حقاً يحميه القانون ، دون أن تثار بشأنها أي لبس أو خلاف بشأن استحقاقها للحماية المقررة قانوناً. اشترط المشرع اليمني وجوب تسجيل العلامة التجارية لدى الدوائر الرسمية المختصة ، بناء على طلب يتقدم به صاحب العلامة، ويجب على جهات الإدارة إصدار قرارها بالموافقة على الطلب خلال شهر من تاريخ تقديم طلب التسجيل (م1/93 من قانون الحق الفكري)). وقد رسم المشرع اليمني إجراءات التسجيل والآثار المترتبة عليه في المواد(92-102 من قانون الحق الفكري )، وذهبت اتفاقية (تريبس) إلى القول ((يتمتع صاحب العلامة التجارية المسجلة بالحق المطلق في منع جميع الأطراف التي لم تحصل على موافقة صاحب العلامة من استخدامها أو استخدام علامة مماثلة (...)) (م1/16). وهذا يؤكد أن التسجيل شرط ضروري لحماية العلامة التجارية.

### المطلب الثاني

#### استعمال العلامة التجارية والصناعية

سبقت الإشارة إلى أن العلامات التجارية اصبحت من الحقوق المعنوية التي قد يفوق قيمتها القيمة الفعلية للأصول المادية . وهي بهذا المعنى جديرة بالحماية ليس من مالكة فقط بل أيضاً من أفراد المجتمع التي توجه لخدمتهم. حيث نجد الاشخاص يقبلون على المنتجات التي حازت عل ثقتهم بمرور الزمن، وهذا لم يأت من فراغ ، بل نتيجة استعمال واستغلال العلامة التجارية على المنتجات الصناعية والسلع التجارية بصورة مستمرة ومنتظمة. ومن هذا المنطلق اشترط المشرع اليمني لشمول العلامات التجارية للحماية المقررة قانوناً ، أن تكون تحت الإستخدام من قبل مالكةها. أكدت ذلك المادة (2/101) من قانون الحق الفكري بقولها ((تقتضي المحكمة بشطب العلامة بناء على طلب كل ذي شأن إذا توقف استعمالها مدة خمس سنوات متتالية دون عذر مقبول)).

ويتضح من هذا النص أن عدم استخدام واستغلال العلامة التجارية لمدة خمس سنوات متتالية دون عذر مقبول يفقدها شرطاً من شروط الحماية القانونية لذلك فمن شروط الحماية للعلامات التجارية أن تكون مستغلة من قبل مالكيها. وحدث اتفاقية (تريبس) هذه المدة بثلاث سنوات متصلة (م 1/19).

ولهذا الحكم حضور في اتفاقية (تريبس) مع المرونة في معني الاستعمال حيث نصت المادة(3/15) بأنه((يجوز للبلدان الأعضاء جعل قابلية التسجيل معتمدة على الاستخدام ، غير أنه لا يجوز اعتبار

شروط الحماية

الجدير بالاشارة، إلى أن شطب العلامة التجارية لعدم الاستعمال لا يخضع لسلطات الإدارة التي تتولى تسجيلها بل لابد أن يكون الشطب بموجب حكم قضائي تصدره المحكمة المختصة وفقا للإجراءات القانونية المعتادة. وخبر فعل المشرع اليمني بهذا الحكم ذلك أنه الإجراءات القضائية قد تكون أدهى إلى التمحيص والتدقيق لطلبات الخصوم من الجهات الإدارية.

---

(1) د. علي جمال الدين عوض، الوجيز في القانون التجاري، ح-1، 1975م ص262.

1 د. أكثم الخولي ، الوسيط في القانون التجاري ، ح-3، طبعة أولى 1964م ص301.

1 -أستاذنا الدكتور ثروت على عبد الرحيم، الملكية التجارية والصناعية في الأنظمة السعودية ، منشورات عماده شئون المكتبات، جامعة الملك سعود، الرياض، ص1

2 -أستاذتنا الدكتورة سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، الطبعة الثانية، 1996م، ص3.

(1) – راجع للمزيد من التفاصيل حول الجات ،منظمة التجارة العالمية ،د مصطفى سلامة ،قواعد الجات ، المؤسسة الجامعية للنشر ببيروت ،1998م، ص 15 وما بعدها.

1 -ويرى البعض أن التوجه الدولي المشار إليه يناقض مبدأ الحرية الاقتصادية التي طالما نادى به الدول الغربية، و أسموه الوعد الكاذب، راجع هانس بتر مارتين وهاردشومان، فتح العوامة ( الاعتداء على الديمقراطية والرفاهية) سلسلة عالم المعرفة من إصدار المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، ص302 وما بعدها.

2 –د محمد حسين عباس المصدر السابق ، ص34

3 –وترى أستاذتنا الدكتورة سميحة القليوبي أن هذه العقود تعتبر باهضة التكاليف بالنسبة للدول النامية بسبب السياسة الاحتكارية للشركات الأجنبية وضعف المركز التفاوضي للدول النامية التي تفتقر إلى المعارف التكنولوجية المتطورة، مصدر سابق ص23

1

1 - وفي هذا السياق بدأت الدولة حشد الطاقات الوطنية في إطار مؤسس لقيادة عمليات التفاوض مع منظمة التجارة العالمية ((الجات)) حيث أنشئ مكتباً منياً لهذا الشأن، نرجو أن وللعاملين فيه التوفيق.

2 – فب هذا المعنى د محمد حسن عباس، مصدر سابق ، ص22، 32 وما بعدها.

3 – راجع في أثر الإتفاقية الدولية لحقوق الملكية الفكرية على الدول النامية ، دعلي ابراهيم ، منظمة التجارة العالمية ، جولة أورجواي وتقنين نهب العالم الثالث، دار النهضة العربية ،1997م ص 33 وما بعدها و ص 317 وما بعدها.

1 -راجع على سبيل المثال أد/جميل الشرقاوي، دروس في أصول القانون دار النهضة العربية، بدون ص11



1 - راجع على سبيل المثال أد/جميل الشرقاوي، دروس في أصول القانون دار النهضة العربية، بدون ص11

- د. محمد حسن عباس مصدر سابق ص285.

1-د محمود سمير الشرقاوي القانون التجاري ، ح-1، ط 1986م ص579

2- نقض مصري طعن رقم 45 جلسة 1967/1/26 قضاء النقص التجاري لأحمد حسن رقم 515

3 -محكم استئناف القاهرة في 1955\3\28م موسوعة القضاء التجاري للأستاذ عبد المعين لطفي جمعة رقم 551.

1 - في هذا المعنى د. محمد حسن عباس، مصدر سابق ص292

1 - د. اكرم الخولي، الوسيط في القانون التجاري، ح-3 طبعة أولى 1964م ص317، د.سميحة القليوبي، مصدر سابق، ص300 وما بعدها د. جاك يوسف الحكيم الحقوق التجارية ح-1 مطبوعات جامعة دمشق طبعة 1989م ص299.

2 - نقض مصري طبعة رقم 435، جلسة 1968/12//26م النقص التجاري لأحمد حسن رقم 523.

1 -نقض مصري طعن رقم 45جلسة 1967/1/26م، النقص التجاري لأحمد حسين ، رقم 515.

2 - د. علي جمال الدين، مصدر سابق ، ص 267.

3 - د. سميحة القليوبي ، مصدر سابق ص 301، 302.

1 - راجع في هذا كتيب المعلومات العامة للمنظمة العالمية للملكية الفكرية، إصدار عام 1997 ص 20

2 – المادة رقم (3،1) من الإتفاقية الدولية والمتصلة بحقوق الملكية الفكرية

3 -وذهبت إتفاقية باريس إلى عكس ذلك حيث ذكرت الفقة الخامسة من المادة (5) بأنه (( لايجوز أن تكون الحماية الخاصة بالرسوم والنماذج الصناعية عرضة للسقوط بأية حاللعدم الإستغلال..)) ونصت الفقرة (ج/1) بأنه(( لا يجوز إلغاء التسجيل في أية دولة لعدم الإستعمال إلا بعد مضي مدة معقولة ، مالم يبرر صاحب الشأن الأسباب التي أدت إلى توقفه)).

1 – د محمود سمير الشرقاوي، مصدر سابق ، ص 580.

2 – كتيب معلومات عامة عن الويبو ، مصدر سابق ،ص23