



الجمعية العلمية للبحوث السعودية

الدراسات القضائية (٧٧)

# معايير حماية العلامات التجارية وإجراءات تسجيلها

مُدْحَقًا بِهَا سَوَابِقُ قَضَائِيَّةٍ وَنَمَازِجُ عَمَلِيَّةٍ

إِعْدَادُ  
مُحَمَّدِ بْنِ فَهْدٍ الْمُقْحَمِ  
مُحَامِرٍ وَمُسْتَشَارٍ قَانُونِيٍّ



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



المَجْمَعِيَّةُ الْعِلْمِيَّةُ الْقَضَائِيَّةُ السُّعُودِيَّةُ  
مَرْكَزُ قَضَاءِ اللَّبْحُوثِ وَالذَّرَاسَاتِ



[qadha.org.sa/ar/books](http://qadha.org.sa/ar/books)



[m@qadha.org.sa](mailto:m@qadha.org.sa)



966538999887



@qdha



/qadha\_ksa



[/qadha.ksa](https://www.instagram.com/qadha.ksa)



مَجْمَعِيَّةُ الْعِلْمِيَّةُ الْقَضَائِيَّةُ  
السُّعُودِيَّةُ

١٤٤٦ هـ - ٢٠٢٥ م

تُسَهِّمُ الْجَمْعِيَّةُ الْعِلْمِيَّةُ الْقَضَائِيَّةُ السُّعُودِيَّةُ فِي إِثْرَاءِ وَنَشْرِ الْبَحُوثِ  
وَالدِّرَاسَاتِ الْقَضَائِيَّةِ، وَلَا يَلْزَمُ أَنْ تَكُونَ كَافَّةَ الْأَرَاءِ الْوَارِدَةِ فِي هَذِهِ  
الْجُهُودِ الْمَشْكُورَةِ مِنَ الْبَاحِثِينَ مَعْبِرَةً عَنِ رَأْيِ الْجَمْعِيَّةِ.

## فهرس الموضوعات



٩.....	مقدمة الجمعية.
١١.....	المقدمة
١٢.....	أهمية العلامة التجارية
١٤.....	الباب الأول: المفاهيم الأساسية للعلامات التجارية والاسم التجاري
١٥.....	المبحث الأول: تعريف العلامة التجارية والاسم التجاري وأنواعهما
١٥.....	المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية والاسم التجاري وأنواعهما
١٥.....	تعريف التاجر
١٥.....	تعريف العلامة التجارية
١٥.....	- لغة
١٥.....	- اصطلاحًا
١٦.....	تعريف العلامة التجارية في موقع هيئة الملكية الفكرية
١٨.....	تعريف الاسم التجاري
١٩.....	المطلب الثاني: الفرق بين العلامة التجارية والاسم التجاري
٢٠.....	المبحث الثاني: تسجيل العلامة التجارية والاسم التجاري
٢٠.....	المطلب الأول: الاسم التجاري والعلامة التجارية من حيث متطلبات التسجيل
٢٠.....	الاسم التجاري
٢١.....	العلامة التجارية
٢٢.....	المطلب الثاني: أنواع العلامات التجارية

- المطلب الثالث: من يجوز له تسجيل العلامة التجارية ..... ٢٤
- المطلب الرابع: العلامات التي لا يجوز تسجيلها ..... ٢٦
- تعريف العلامة المشهورة ..... ٢٩
- المطلب الخامس: إجراءات تسجيل العلامات التجارية في المملكة العربية السعودية ..... ٣١
- صفة مقدم الطلب ..... ٣١
- عدد العلامات والفئات الذي يجوز تقديمه في طلب واحد ..... ٣١
- مرفقات طلب التسجيل ..... ٣٢
- حق الأولوية في التسجيل ..... ٣٣
- المطلب السادس: هل انتهاء تسجيل علامة في دولة يستوجب انتهاء العلامة في بقية الدول ..... ٣٥
- الباب الثاني: الحقوق والتصرفات المتعلقة بالعلامة التجارية ..... ٣٦**
- المبحث الأول: التصرف بالعلامة التجارية ..... ٣٧
- المطلب الأول: التصرفات القانونية المتعلقة بالعلامة التجارية ..... ٣٧
- التصرف بالبيع أو تأجير العلامة التجارية ..... ٣٨
- ترخيص استعمال العلامة التجارية للغير ..... ٣٨
- شرط القيد والإشهار ..... ٣٩
- المطلب الثاني: انتقال العلامة بالإرث أو الوصية أو نحوه ..... ٤٠
- المبحث الثاني: حماية العلامة التجارية ..... ٤١
- تمهيد ..... ٤١
- المطلب الأول: أهمية حماية الاسم أو العلامة التجارية للشركات والمستهلكين ..... ٤٢

- المطلب الثاني: مدة حماية العلامة التجارية ..... ٤٤
- حالة انقضاء المدة وعدم التجديد ..... ٤٤
- هل يلزم إعادة إجراءات التسجيل والفحص عن تقديم طلب التجديد؟ ..... ٤٤
- التسجيل المؤقت للعلامة التجارية ..... ٤٥
- المبحث الثالث: فقدان العلامة التجارية وإعادة تسجيلها ..... ٤٦
- المطلب الأول: شطب العلامة ..... ٤٦
- شطب العلامة غير المستخدمة ..... ٤٦
- شطب العلامة لتشابهها مع علامة أخرى ..... ٤٧
- شطب ترخيص استعمال العلامة ..... ٤٧
- المطلب الثاني: إعادة تسجيل علامة مشطوبة ..... ٤٨
- الباب الثالث: النزاعات والعقوبات المتعلقة بالعلامات التجارية ..... ٤٩**
- المبحث الأول: التشابه والتقليد في العلامات التجارية ..... ٥٠
- المطلب الأول: تشابه العلامات التجارية ..... ٥٠
- المطلب الثاني: المعايير المؤثرة في تسجيل العلامة أو الاعتراض عليها من حيث التشابه من عدمه ..... ٥٢
- أولاً: تضليل المستهلك ..... ٥٢
- ثانياً: الجرس الصوتي ..... ٥٣
- ثالثاً: تشابه الشكل بين العلامتين ..... ٥٤
- رابعاً: معيار النظر الكلي ..... ٥٥
- أولاً: معيار اتحاد الفئة ..... ٥٦
- ثانياً: معيار اتحاد اللغة ..... ٥٧

- ثالثاً: معيار تشابه الألوان ..... ٥٧
- المطلب الثالث: تزوير العلامة أو تقليدها ..... ٥٨
- المطلب الرابع: منع استعمال علامة مشابهة أو مزورة أو مقلدة ..... ٥٩
- منع الآخرين قبل دخول الدولة ..... ٥٩
- منع الآخرين للمنتجات داخل المملكة ..... ٥٩
- إجراءات مباشرة البلاغ والدعوى العامة ..... ٦٠
- المبحث الثاني: طرق الاعتراض والإجراءات القضائية ..... ٦٢
- المطلب الأول: طرق الاعتراض على العلامات التجارية الاختصاص القضائي ..... ٦٢
- إجراءات تسجيل العلامة أو الاعتراض على قرار الجهة المختصة ..... ٦٢
- الاعتراض على القرار الإداري للعيب الشكلي ..... ٦٣
- الاختصاص القضائي ..... ٦٤
- الاختصاص القضائي للمطالبة بالتعويض أو الطعن على القرار الإداري ..... ٦٤
- الاختصاص المكاني ..... ٦٥
- المطلب الثاني: العقوبات الجزائية المترتبة على مخالفة قانون (نظام) العلامات التجارية ..... ٦٦
- المطلب الثالث: المعايير التي تتبعها المحاكم في تحديد مقدار العقوبة ..... ٦٩
- الدفع المعتبرة في تخفيف العقوبة ..... ٦٩
- المطلب الرابع: التعويض عن الاستعمال غير المشروع ..... ٧١
- سقوط حق المطالبة بالتعويض ..... ٧٢

٧٤	الباب الرابع: الجوانب الإجرائية والتطبيقية
٧٥	المبحث الأول: نماذج وإجراءات قانونية
	المطلب الأول: نموذج (رد اعتراض / اعتراض) لدى هيئة الملكية الفكرية
٧٥	الفكرية
٨٠	الخاتمة
٨١	النتائج
٨٣	فهرس المصادر والمراجع

## مقدمة الجمعية



الحمد لله وحده، والصلاة والسلام على من لا نبي بعده، محمد بن عبد الله وعلى آله وصحبه.

فتهدف الجمعية العلمية القضائية السعودية (قضاء) دوماً إلى المشاركة الفاعلة في الجهود المبذولة لتطوير القضاء وما يتصل به من الجوانب العلمية والعملية، وتقديم البحوث والدراسات التي تجلّي تميّز القضاء الإسلامي وأصوله وقواعده وتطبيقاته، وإبراز جوانب العدالة فيه، والإجابة عما يُثار حوله من شبهات، وتسعى إلى التنسيق بين المتخصصين - من القضاة والمحامين والباحثين في الشؤون العلمية القضائية-، ومد الجسور بينهم وبين الجهات العلمية والإعلامية ونحوها.

وتشرف الجمعية بتقديم هذا البحث المعنون له بـ **«معايير حماية العلامة التجارية وإجراءات تسجيلها»** من إعداد المحامي والمستشار القانوني / محمد بن فهد المقحم، وفقه الله.

وتأتي هذه الدراسة لتسلّط الضوء على موضوع بالغ الأهمية في عالم التجارة المعاصرة، وهو العلامات التجارية، التي لم تعد مجرد رموز تعريفية بالسلع أو الخدمات، بل أصبحت أصولاً تجارية ذات قيمة سوقية عالية، وركائز أساسية في بناء الثقة وتعزيز استقرار الأسواق.

وقد تناول الباحث في دراسته المفاهيم الأساسية للعلامات التجارية والاسم التجاري، والحقوق والتصرفات المتعلقة بالعلامة التجارية، وحماية العلامة التجارية وأهميته ومدته، كما تطرق إلى فقدان العلامة التجارية وإعادة تسجيلها، واستعرض النزاعات والعقوبات المتعلقة بالعلامات التجارية، واختتم دراسته بعرض نماذج عملية في هذا السياق، ما يجعل من هذا العمل مرجعاً علمياً وتطبيقياً في آنٍ واحد.

والجمعية إذ تنشر هذا العمل المميز؛ فإنها تشكر من قام بإعداده، وترحب بالتواصل مع جميع الجهات والمتخصصين الراغبين بتقديم الدراسات والمشاريع القضائية والنظامية، وتَشْرُفُ بتقديم كافة سبل التعاون.

مَرْكَزُ قَضَاءِ اللَّبْحُوثِ وَاللِّدْرَاسَاتِ

m@qadha.org.sa

## المقدمة



الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الخلق والمرسلين محمد بن عبد الله الهادي الأمين. أما بعد؛

فُتعد العلامات التجارية من الأدوات الأساسية التي يعتمد عليها التجاري في تمييز منتجاتهم وخدماتهم عن غيرها في السوق، وهي وسيلة فعالة لحماية حقوقهم التجارية وضمان عدم التعدي عليها، ومع ازدياد الأنشطة التجارية وتوسع نطاق المنافسة، أصبح للعلامات التجارية أهمية متزايدة في تحقيق الاستقرار التجاري وتعزيز ثقة المستهلكين، وقد أقر المنظم في المملكة العربية السعودية -ومن خلال نظام العلامات التجارية لدول مجلس التعاون الخليجي- الأحكام والقواعد التي تنظم العلامات التجارية، مما يضمن تحقيق العدالة وحماية الحقوق، ونظرًا لأهمية العلامات التجارية، فإن الحديث عنها يستوجب الوقوف على مفهومها ودورها في تعزيز الحماية التجارية. فهناك علاقة طردية بين سمعة التاجر وثقة المستهلكين به، مما ينعكس إيجابيًا على حجم مبيعاته.

ثم إن الناس وبعد انتشار مفهوم العولمة وبعد أن أصبح العالم كالقريبة الواحدة، صارت سمعة التاجر ليست متعلقة باسمه الشخصي وإنما تكون مرتبطة باسم تجارته وعلامته التجارية؛ لذا فإن العلامات التجارية في وقتنا المعاصر تساوي مبالغ طائلة وشهرة واسعة، فمثلاً

العلامة الخاصة بسلسلة مطاعم (ماكدونالدز) لا يمكن لأحد أن يراها (M) إلا ويعرف بأن المقصود بها سلسلة المطاعم الشهيرة بل إنه في بعض البلدان تعرف شعار العلامة، لكنه لا يعرف اسمها أو اسم مالكيها أو مؤسسها؛ فلو ذكرت لأحدهم اسم (ريتشارد ماكدونالد) فلن يعرفه أحد وذلك لأن العلامة الخاصة بالشركة طغت على اسمها أو حتى على اسم مؤسسها وملاكها.

### أهمية العلامة التجارية:

تبرز أهمية العلامات التجارية من خلال الجوانب التالية:

- حماية الحقوق التجارية: تعد العلامة التجارية أداة فعالة في حماية حقوق التاجر من التقليد أو التعدي، مما يضمن له الحماية القانونية.
- تمييز المنتجات: العلامة التجارية وسيلة أساسية لتمييز المنتجات والخدمات عن غيرها، مما يساعد المستهلك على التعرف عليها بسهولة.
- تعزيز الثقة: العلامات التجارية تسهم في تعزيز الثقة بين التاجر والمستهلك، حيث تعكس جودة المنتجات أو الخدمات المرتبطة بها.
- حماية المستهلك: وجود نظام قانوني لحماية العلامات التجارية يقلل من النزاعات، ويعزز من استقرار السوق ويمنع الغش التجاري.
- وبناءً على ما سبق، يتضح أن العلامات التجارية ليست مجرد وسيلة تعريفية، بل هي عنصر أساسي في تعزيز النشاط التجاري وحماية الحقوق.

وقد قامت شركة «مجموعة كانتار» العالمية المختصة لتحليل البيانات واستشارات العلامات التجارية في عام ٢٠٢٢م، بتقييم مجموعة من العلامات التجارية، وبيان قيمتها السوقية، حيث تصدرت هذه القائمة العلامة الخاصة بشركة «آبل» بقيمة سوقية تقدر بـ ١, ٩٤٧ مليار دولار وجاءت العلامة التجارية الخاصة بشركة «جوجل» في المرتبة الثانية بقيمة سوقية تقدر بـ ٦, ٨١٩ مليار دولار<sup>(١)</sup>.

لأجل ذلك اهتمت الأنظمة العالمية بإصدار تشريعات وتنظيمات دولية تسهم في المحافظة على العلامات التجارية، ومن ذلك «المنظمة العالمية للملكية الفكرية»، التي قد تأسست في عام ١٩٦٧م، والتي تهدف بشكل عام إلى تنظيم جميع المسائل المتعلقة بالتاج الفكري للإنسان ومنها العلامات التجارية.

ولأن المملكة العربية السعودية بشكل خاص ودول الخليج بشكل عام هي جزء من المنظومة الدولية ولأنها تعد جزءاً من التجارة الدولية فقد أصدرت المملكة نظاماً خاصاً للعلامات التجارية في عام ١٤٢٣هـ، وفي عام ١٤٣٥هـ صدر قانون (نظام) لدول مجلس التعاون الخليجي للتنظيم والحفاظ على العلامات التجارية المسجلة في أي من البلدان الداخلة في «مجلس التعاون لدول الخليج العربية».

(١) ينظر: منصة أرقام الإلكترونية <https://www.argaam.com/ar/article/articleDetail/id/1569363>

الباب الأول  
المفاهيم الأساسية للعلامات  
التجارية والاسم التجاري

## المبحث الأول

### تعريف العلامة التجارية والاسم التجاري وأنواعهما



## المطلب الأول

### تعريف العلامة التجارية والاسم التجاري وأنواعهما



#### تعريف التاجر:

التاجر هو من اشتغل بالمعاملات التجارية واتخذها مهنة له<sup>(١)</sup>.

#### تعريف العلامة التجارية:

- لغة:

اسم منسوب إلى تجارة: علامة تجاريّة: اسم مميّز، رمز خاص باستخدام المالك<sup>(٢)</sup>.

- اصطلاحًا:

لا يمكن حصر التعاريف الاصطلاحية بتعريف واحد فقط، حيث اختلفت الأنظمة بتعريف العلامة التجارية بحسب الجهة أو القانون الذي يتولى تعريف العلامة، إلا أنه من أبرز التعاريف التي اعتمدها المصادر المعتمدة في المملكة:

(١) النظام التجاري (نظام المحكمة التجارية) الصادر بموجب المرسوم الملكي رقم

(م/٢) وتاريخ ١٥/١/١٣٩٠هـ.

(٢) ينظر: كتاب معجم اللغة العربية المعاصرة لأحمد مختار عمر (٢٨٤) مادة (ت ج ر).

## تعريف العلامة التجارية في موقع هيئة الملكية الفكرية:

العلامات التجارية هي الإبداعات التي تكون على شكل أسماء، كلمات، إمضاءات، حروف، رموز، وأرقام، عناوين، وأختام، وكذلك التصميمات والرسوم والصور، والنقوش المميزة، أو طريقة تغليف عناصر تصويرية؛ أو أشكال، أو لون، أو مجموعة ألوان، أو مزيج من ذلك أو أية إشارة أو مجموعة إشارات إذا كانت تستخدم أو يراد استخدامها في تمييز سلع أو خدمات منشأة ما<sup>(١)</sup>.

وعرفها نظام العلامات التجارية السعودي بذكر أكثر تفصيل لمكوناتها:

تعد (علامة تجارية) في تطبيق أحكام هذا النظام: الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً، أو الإمضاءات، أو الكلمات، أو الحروف، أو الأرقام، أو الرسوم، أو الرموز، أو الأختام، أو النقوش البارزة، أو أي إشارة أخرى، أو أي مجموع منها، تكون قابلة للإدراك بالنظر وصالحة لتمييز منتجات صناعية، أو تجارية، أو حرفية، أو زراعية، أو مشروع استغلال للغابات، أو ثروة طبيعية، أو للدلالة على أن الشيء المراد وضع العلامة عليه يعود لمالك العلامة بداعي صنعه، أو انتقائه، أو اختراعه أو الاتجار به، أو للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات<sup>(٢)</sup>.

(١) ينظر: موقع هيئة الملكية الفكرية:

<https://www.saip.gov.sa/ar/ip-domains/240>

(٢) المادة الأولى من نظام العلامات التجارية السعودي (غير ساري)، الصادر بموجب المرسوم الملكي رقم (م/٢١) بتاريخ ٢٨ / ٥ / ١٤٢٣هـ.

ثم عرفت العلامات التجارية في نظام (قانون) دول مجلس التعاون -وهو المعتمد نظامًا في المملكة العربية السعودية- بنحو التعريف السابق مع إضافة مسائل أخرى أدخلت مع العلامة التجارية ونص التعريف:

العلامة التجارية: كل ما يأخذ شكلًا مميزًا من أسماء، أو كلمات، أو توقيعات، أو حروف، أو رموز، أو أرقام، أو عناوين، أو أختام، أو رسوم، أو صور، أو نقوش، أو تغليف، أو عناصر تصويرية، أو أشكال، أو لون، أو مجموعات ألوان، أو مزيج من ذلك، أو أيّة إشارة أو مجموعة إشارات، إذا كانت تستخدم أو يُراد استخدامها في تمييز سلع أو خدمات منشأة ما عن سلع أو خدمات المنشآت الأخرى، أو للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات، أو على إجراء المراقبة أو الفحص للسلع أو الخدمات.

ويمكن اعتبار العلامة الخاصة بالصوت أو الرائحة علامة تجارية<sup>(١)</sup>.

وهذه الإضافة هي أبرز ما تضم إضافته عن التعريف الخاص بالنظام السعودي أو في التعريف المنشور في موقع هيئة الملكية الفكرية، حيث إنه عد الصوت والرائحة من العلامات التي يجوز تسجيلها وحمايتها بموجب النظام.

(١) المادة الثانية من قانون نظام العلامات التجارية لدول مجلس التعاون، الصادر بالمرسوم الملكي رقم (م/٥١) بتاريخ ٢٦ / ٧ / ١٤٣٥هـ.

وبالنظر في التعاريف أعلاه نجد أنها لم تخرج عن بعضها وإنما وصفت ذات العلامة من طرق مختلفة، والمعتمد حالياً هو ما نص عليه في التعريف الأخير كونه النظام المعتمد في وقتنا الحالي.

وقبل الخوض في موضوع العلامة التجارية والتوسع فيه، من المهم التطرق إلى مسألة أساسية، وهي الفرق بين الاسم التجاري والعلامة التجارية، نظراً لكثرة الخلط بينهما بين الناس بسبب تشابههما في الهدف.

### تعريف الاسم التجاري:

الاسم الذي يستعمله التاجر في مزاولة أعماله التجارية لتمييزه عن غيره من التجار<sup>(١)</sup>.

(١) نظام الأسماء التجارية، الصادر بالمرسوم الملكي رقم (م/٨٣) وتاريخ ١٩/٣/١٤٤٦ هـ.

## المطلب الثاني

### الفرق بين العلامة التجارية والاسم التجاري



تختلف العلامة التجارية عن الاسم التجاري، حيث إن الاسم التجاري يستعمل عادة للترقية بين محل وآخر على عكس العلامة التجارية والتي تستعمل عادة للترقية بين منتجات تاجر وتاجر آخر.

كما أن الاسم التجاري يكون التاجر ملزمًا به لمزاولة نشاطه أيًا كان، بينما العلامة التجارية ليست إلزامية على التاجر.

وتفرد العلامة التجارية عن الاسم التجاري بأنها قد تكون رسمًا أو شكلًا أو رائحة ونحوها، مما يمكن ابتكاره أيًا كان نوعه، وبما لا يخالف القيود الواردة في النظام، والتي سيأتي بيانها - إن شاء الله -، على عكس الاسم التجاري فلا يقبل إلا أن يكون اسمًا<sup>(١)</sup>.

(١) شطب العلامة التجارية - دراسة مقارنة -، آلاء بنت محمد المقبلوي، ص ١١، النظام القانوني للاسم التجاري والعلامة التجارية في القوانين العربية - دراسة مقارنة بين القوانين العربية -، محمد بن براك الفوزان.

## المبحث الثاني تسجيل العلامة التجارية والاسم التجاري



### المطلب الأول الاسم التجاري والعلامة التجارية من حيث متطلبات التسجيل



بعد أن عرفنا العلامة التجارية والغرض منها وأبرز الفروق بينها وبين الاسم التجاري، فيلزم من ذلك أن نوضح مسألة مهمة وهي الحديث عن الفرق من حيث الإلزام بالتسجيل من عدمه.

#### الاسم التجاري:

أوجب المنظم على كل تاجر أن يتخذ له اسمًا تجاريًا، وأن يقيده في السجل التجاري سواء كان مؤسسة فردية، أو شركة أيًا كان نوعها، كما أجاز له حجز اسم تجاري بشكل مؤقت دون قيده في السجل التجاري؛ ويكون ذلك غالبًا في حال لم يعزم على التسجيل أو كان مترددًا بتسجيل الاسم، وأجاز المنظم بأن يحجز خمسة أسماء في وقت واحد دون قيدها<sup>(١)</sup>.

(١) الفقرة الأولى من المادة الثالثة من نظام الأسماء التجارية، الصادر بالمرسوم الملكي رقم (م/٢) وتاريخ ١٥/١/١٣٩٠هـ.

## العلامة التجارية:

بالنظر في نظام (قانون) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون أو الأنظمة الأخرى في المملكة فإنها لم توجب على التاجر أن يكون له علامة تجارية أو خدمية تميزه عن غيره بل أجاز له أن يكتفي بالاسم التجاري المسجل في وثيقة ممارسته للتجارة (سجل تجاري، وثيقة عمل حر ونحوهما).

إلا أن امتلاكه لعلامة تجارية يعزز من ثقة الناس بالمنتج الذي يقدمه، ويسهل عليه التوسع مستقبلاً في منتجات مختلفة.

## المطلب الثاني

### أنواع العلامات التجارية



يمكن أن نقسم العلامة التجارية إلى نوعين رئيسيين بينهما تشابه واختلاف فهما يتشابهان في كون كليهما يستعمل في تمييز ما توضع عليه العلامة التجارية، ويختلفان من جهة أن لكل منهما استعمالاً مختلفاً عن الآخر. وتعريفهما كالتالي:

**التجارية:** هي علامة تستخدم لتمييز منتجات مشروع معين عن غيرها من المنتجات المماثلة.

ومن أمثلتها:

آبل (Apple): تُستخدم لتحديد منتجات مثل الهواتف (iPhone)، مما يميز منتجاتها عن منتجات المنافسين.

**المراعي:** تستخدم علامتها التجارية على منتجاتها من الألبان، لتمييزها عن غيرها من المنافسين.

**علامة خدمية:** هي علامة تستخدم لتمييز الخدمات التي يؤديها التاجر عن غيره من الخدمات المشابهة التي يقدمها تاجر آخر<sup>(١)</sup>.

(١) ندوة الويبو دون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد - الدكتور حسام الدين الصغير (٣).

ومن أمثلتها:

أبشر: من أشهر العلامات الخدمية البارزة في تقديم خدمات الحكومة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية.

مدى (Mada): تعد أشهر علامة خدمية في مجال المدفوعات الإلكترونية في المملكة العربية السعودية، تقدم خدمات الدفع عبر الشبكات البنكية.

## المطلب الثالث

### من يجوز له تسجيل العلامة التجارية



نص في نظام العلامات التجارية لدول لمجلس التعاون على الفئات التي يجوز لها تسجيل علامة تجارية في الدول الخاضعة للنظام وهي أربع فئات على النحو الآتي:

١- كل شخص طبيعي أو معنوي يتمتع بجنسية أي من دول المجلس، سواء كان صاحب مصنع أو منتجاً أو تاجرًا أو حرفياً أو صاحب مشروع خاص بالخدمات.

٢- الأجانب الذين يقيمون في أي من دول المجلس ويكون مصرحاً لهم بمزاولة عمل من الأعمال التجارية أو الصناعية أو الحرفية أو الخدمية.

٣- الأجانب المتممون إلى دولة عضو في اتفاقية دولية متعددة الأطراف تكون الدولة من دول المجلس طرفاً فيها أو المقيمون في تلك الدولة.

٤- المصالح العامة.

وبالنظر فيمن يجوز لهم التسجيل نجد أن المنظم لم يحصره في فئة معينة، بل أجاز للشخصية الطبيعية والاعتبارية (الدولة، الهيئات

والمؤسسات العامة والمصالح التي تمنح شخصية اعتبارية، الشركات، الجمعيات الأهلية والتعاونية والمؤسسات الأهلية، كل ما نص على أن له شخصية اعتبارية بموجب النصوص النظامية<sup>(١)</sup>، سواء كان مواطناً أو مقيماً أو حتى لو كان أجنبياً مرتبطاً بموجب اتفاقية دولية مع المملكة، ومفاد ذلك أن التسجيل لا يقتصر على فئة محددة دون غيرها<sup>(٢)</sup>.

(١) المادة السابعة عشرة من نظام المعاملات المدنية.

(٢) المادة الخامسة من نظام العلامات التجارية لدول لمجلس التعاون.

## المطلب الرابع

### العلامات التي لا يجوز تسجيلها



نص المنظم على عدة أنواع للعلامات لا يجوز تسجيلها ووضع قواعد لها، حيث يجب على طالب التسجيل أن يتنبه لها قبل تصميم وإنشاء علامته التجارية، وهي محاذير وقواعد واضحة وتفصيلها على النحو الآتي:

١- العلامة الخالية من أية صفة مميزة، أو العلامات المكونة من بيانات كالتسمية التي يطلقها العرف على السلع والخدمات، أو الرسوم المألوفة والصور العادية للسلع.

٢- التعبيرات أو الرسوم أو العلامات التي تخل بالأداب العامة أو تخالف النظام العام.

٣- 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.

٤- رموز الهلال الأحمر أو الصليب الأحمر وغيرها من الرموز الأخرى المشابهة، وكذلك العلامات التي تكون تقليدا لها.

- ٥- العلامات المطابقة أو المشابهة للرموز ذات الصبغة الدينية المحضة.
- ٦- الأسماء والبيانات الجغرافية إذا كان من شأن استعمالها أن يحدث لبسًا فيما يتعلق بمصدر أو أصل السلع أو الخدمات.
- ٧- اسم الغير، أو لقبه، أو صورته، أو شعاره، ما لم يوافق هو أو ورثته مقدما على استعماله.
- ٨- البيانات الخاصة بدرجات الشرف أو الدرجات العلمية التي لا يثبت طالب التسجيل استحقاقه لها قانونًا.
- ٩- 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 مزور.
- ١٠- العلامات المملوكة لأشخاص طبيعيين أو معنويين يكون التعامل معهم محظورًا وفقًا لقرار صادر في هذا الشأن من الجهات المختصة.
- ١١- 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 انطباعًا بالربط بينها وبين سلع أو خدمات مالك العلامة المسجلة أو أن يؤدي إلى الإضرار بمصالحه.

١٢- العلامات التي ينشأ عن تسجيلها بالنسبة لبعض السلع أو الخدمات الحط من قيمة السلع أو الخدمات التي تميزها العلامة السابقة.

١٣- 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 لتمييزها.

١٤- 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 المشهورة.

١٥- العلامات التي تشمل الألفاظ أو العبارات الآتية:

امتياز «ذو امتياز»، مسجل أو «رسم مسجل» أو حقوق الطبع أو ما شابه ذلك من الألفاظ والعبارات.

١٦- لا يجوز تسجيل العلامة التجارية المشهورة التي تجاوزت شهرتها حدود البلد الذي سجلت فيه إلى البلاد الأخرى عن سلع أو خدمات مطابقة أو مشابهة إلا إذا قدم طلب بذلك من مالك العلامة المشهورة أو بموافقة صريحة منه.

- لتحديد ما إذا كانت العلامة مشهورة يراعى مدى معرفتها لدى الجمهور المعنى نتيجة ترويجها أو طول فترة تسجيلها أو استعمالها أو عدد البلدان التي سجلت أو اشتهرت فيها أو قيمة العلامة ومدى تأثيرها في ترويج السلع أو الخدمات التي تستعمل العلامة لتمييزها.

١٧ - لا يجوز تسجيل العلامات المشهورة لتمييز سلع أو خدمات غير مطابقة أو مشابهة لتلك التي تميزها هذه العلامات إذا:

أ - كان استخدام العلامة يدل على صلة بين السلع أو الخدمات المطلوب تمييزها و سلع أو خدمات صاحب العلامة المشهورة.

ب - أدى استخدام العلامة إلى احتمالية الإضرار بمصالح صاحب العلامة المشهورة<sup>(١)</sup>.

### تعريف العلامة المشهورة:

هي العلامة التي يجب أن تكون معروفة على مستوى الدولة، لعموم المستهلكين ولا يكفي أن تكون مشهورة لدى فئة معينة، على سبيل المثال علامة مشهورة لدى ملاك سيارة معينة<sup>(٢)</sup>.

وفي هذا التعريف قيود مهمة لمعرفة العلامة المشهورة:

أ- أن تكون معروفة لدى جمهور المستهلكين، لا أن تكون معروفة لدى فئة معينة مثل محبي السيارات لوحدهم.

(١) المواد الثالثة والرابعة والخامسة من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

(٢) الأحكام النازمة للعلامات التجارية الشائعة الشهرة في المملكة العربية السعودية -دراسة تحليلية في ضوء اتفاقية باريس واتفاق تربس، زياد أحمد حميد القرشي.

ب- أن تكون الشهرة على مستوى الدولة محل النظر، حيث إن شهرتها في دولة أخرى غير الدولة محل النظر لا يجعل منها علامة مشهورة.

## المطلب الخامس

### إجراءات تسجيل العلامات التجارية

### في المملكة العربية السعودية



حوت اللائحة التنفيذية لقانون (نظام) العلامات التجارية على تفاصيل تقديم طلب التسجيل حيث يمكن تقسيمها كما الآتي:

#### صفة مقدم الطلب:

مقدم طلب التسجيل هو مالك العلامة إن كان له موطن في الدولة المراد تسجيل العلامة فيها، أو من وكيل معتمده له موطن في الدولة (حاصل على ترخيص تسجيل علامة تجارية حسب ما تحدده جهة الاختصاص في الدولة).

#### عدد العلامات والفئات الذي يجوز تقديمه في طلب واحد:

يقتصر على تسجيل علامة عن فئة واحدة، ويجوز أن تتعدد فئات المنتجات أو الخدمات المطلوب تسجيل العلامة عنها بشرط موافقة الإدارة المختصة وفقاً للتصنيف الدولي للسلع والخدمات (تصنيف نيس) وتعديلاته بما لا يتعارض مع نظام الدولة العام<sup>(١)</sup>.

(١) المادة الثانية من اللائحة التنفيذية لقانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

## مرفقات طلب التسجيل:

أ- صورة العلامة التجارية المطلوب تسجيلها، ويرفق أربع صور للعلامة التجارية مطابقة لنموذج العلامة.

ب- اسم طالب التسجيل وعنوانه وجنسيته، وإذا كان طالب التسجيل شخصية معنوية وجب ذكر اسمه وعنوانه.

ج- وصف العلامة التجارية المطلوب تسجيلها وصفاً دقيقاً.

د- المنتجات أو الخدمات المطلوب تسجيل العلامة عنها وفتتها.

هـ- تاريخ الأولوية ورقمها والدولة التي أودعت بها (إن وجدت)،

- يقصد بها إذا كان لطالب التسجيل تسجيل سابق لذات العلامة في دولة أخرى.

و- توقيع طالب التسجيل أو وكيله المعتمد مع إرفاق مستند

توكيله، وما يثبت مزاوله المهنة أو النشاط، وإذا كان الطلب مقدماً من شخص معنوي وجب أن تكون الأوراق موقعة ممن له حق التوقيع نيابة عنه، وإذا كان الطلب مقدماً من وكيل وجب ذكر اسمه وعنوانه.

ز- إذا كان الطلب يحتوي على لفظة أجنبية أو أكثر وجب عليه

تقديم ترجمة معتمدة للغة العربية مع الطلب، مع بيان كيفية نطقه، ويجب أن تقدم علامات الصوت وفق نوتة موسيقية مكتوبة، ويجب أن تقدم علامات الروائح بوصف كتابي<sup>(١)</sup>.

(١) المادتان الثالثة والرابعة من اللائحة التنفيذية لقانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

وقد ساهمت هيئة الملكية الفكرية في المملكة بتسهيل هذه الإجراءات بمواكبتها التحديثات التقنية حيث سهلت على طالب التسجيل إجراءات تقديم الطلب وبسطتها عبر موقعها الإلكتروني<sup>(١)</sup>.

### حق الأولوية في التسجيل:

يقصد به ما يتمتع به مالك العلامة أو خلفه بأولوية تسجيل علامته في الدول التي تكون الدولة المسجل فيها عضوًا في اتفاقية دولية متعددة الأطراف حيث تكون الدولة من دول مجلس التعاون طرفًا فيها، كمن سجل علامته التجارية في دولة الكويت، ثم بعد سنتين أراد تسجيلها في المملكة العربية السعودية؛ فإنه مقدم على غيره ممن تقدم بطلب تسجيل العلامة.

شريطة أن يتقدم بطلبه وفق ما نصت عليه المادة الخامسة من اللائحة التنفيذية لقانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية: «أن يرفق بطلبه إقرار يبين فيه تاريخ الطلب السابق ورقمه والدولة التي أودع فيها، كما يتعين على الطالب أن يودع شهادة تبين تاريخ الإيداع الصادرة من الجهة المودع فيها الطلب مع صورة من الطلب السابق وترجمه إلى اللغة العربية وذلك خلال ستة أشهر من تاريخ تقديم طلب التسجيل السابق الذي يدعي من أجله حق الأولوية وإلا سقط حقه في المطالبة به».

(١) رابط تسجيل علامة تجارية من موقع هيئة الملكية الفكرية السعودي:

<https://www.saip.gov.sa/services/1307>

كما يجوز إرفاق مستندات الأولوية الأصلية خلال ثلاثة أشهر من تاريخ تقديم الطلب.

وهذه المادة<sup>(١)</sup> نصت على مسألة مهمة وهي أن أي دولة من دول مجلس التعاون تكون داخلة في اتفاقية دولية، فإن بقية دول المجلس تكون معها في هذه الاتفاقية من حيث حق الأولوية، ولو لم تكن معها في بقية المسائل.

(١) المادة الخامسة من اللائحة التنفيذية لقانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

## المطلب السادس

### هل انتهاء تسجيل علامة في دولة

### يستوجب انتهاء العلامة في بقية الدول

إن انتهاء مدة علامة في دولة أو شطبها لا يستوجب منه حذف العلامة في الدول الأخرى بضرورة الحال؛ لأن كل دولة مستقلة في التسجيل والشطب، وفي الإجراءات أيضاً، كما أن اتفاقية باريس والتي تعد المملكة طرفاً فيها أقرت ذلك، حيث ورد في المادة السادسة من الاتفاقية:

في حال سجلت العلامة في إحدى الدول المتعاقدة؛ فإن هذا التسجيل يعد مستقلاً عن أي تسجيل في أي دولة متعاقدة أخرى بما في ذلك بلد الأصل<sup>(١)</sup>.

(١) الحماية المدنية للعلامات التجارية بين النظرية والتطبيق، دارين محمد عبدالله العمرو.

الباب الثاني  
الحقوق والتصرفات المتعلقة  
بالعلامة التجارية

## المبحث الأول

### التصرف بالعلامة التجارية



### المطلب الأول

#### التصرفات القانونية المتعلقة بالعلامة التجارية



بعد بيان أهمية العلامة التجارية وما تشكله من قيمة مالية لدى التاجر والمستهلك فقد أجاز فقهاء الشريعة وفقهاء القانون التصرف بالعلامات التجارية<sup>(١)</sup>، كما أكد نظام المعاملات المدنية في تعريفه للأشياء «كل شيء مادي أو غير مادي يصح أن يكون محلاً للحقوق المالية، عدا الأشياء التي لا تقبل بطبيعتها أن يستأثر أحد بحيازتها، أو التي تمنع النصوص النظامية أن تكون محلاً للحقوق المالية»<sup>(٢)</sup>، وعلى هذا الاعتبار فإن العلامة التجارية تجوز أن تكون محلاً للحقوق المالية، كما أكد المنظم في ذات النظام على أن «المال كل ما له قيمة معتبرة في التعامل من عين أو منفعة أو حق»<sup>(٣)</sup> وهذا تأكيد على أن العلامة التجارية تعد من الأموال المحمية بموجب الأنظمة.

(١) قرار المجمع الفقهي رقم قرار رقم: ٤٣ (٥/٥)، مجلة المجمع (العدد الخامس، ج ٣ ص ٢٢٦٧)، ص ١٣١، كتاب فقه المعاملات، حصص الأسهم حقوق معنوية.

(٢) المادة التاسعة عشرة من نظام المعاملات المدنية.

(٣) المادة العشرون من نظام المعاملات المدنية.

ومن التصرفات التي يمكن إجراؤها على العلامات التجارية:

### التصرف بالبيع أو تأجير العلامة التجارية:

بيع وتأجير العلامة التجارية صدر بشأنه الأنظمة والقوانين في مختلف دول العالم، حيث أجازت هذه التصرفات وأعطت الحق في استعمالها وبيعها لمنتجات متعددة أو لمنتج محدد بعينة لأي شخصية طبيعية أو اعتبارية، وقيدت مدة الإذن والترخيص بأن لا يتجاوز مدة حماية العلامة التجارية في الدولة الممنوح فيها<sup>(١)</sup>.

وبناء على ذلك فإنه يجوز أن تكون حصة الشريك (علامة تجارية) أو حق استعمال العلامة فتكون مملوكة له بدل النقد أو الجهد، باعتبار أن لها قيمتها المالية.

### ترخيص استعمال العلامة التجارية للغير:

يمكن لمالك العلامة الترخيص للغير باستغلال العلامة التجارية المملوكة له سواء بشكل كامل أو بشكل جزئي لمنتجات معينة، ويجب أن يكون هذا الترخيص مكتوباً، ومسجلاً لدى الملكية الفكرية في بلد المرخص له، وأن يكون العقد باللغة العربية أو مترجماً ترجمة معتمدة إن كتب بغيرها، وتقوم الإدارة المختصة بهيئة الملكية الفكرية بنشر قرار الترخيص عبر الطرق المعتمدة لديها<sup>(٢)</sup>.

(١) المادة التاسعة والعشرون من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

(٢) المادة الثلاثون من اللائحة التنفيذية لقانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

### شرط القيد والإشهار:

اشترط المنظم قيد جميع التصرفات لأجل أن تأخذ حجتها النظامية تجاه الغير، وقيد أخذ حجيتها بأن يتم قيدها بالسجل، وأن يتم إشهار هذا التصرف سواء كان بيعاً أو رهناً أو ترخيصاً بالاستعمال، وقد حددت اللائحة بأن القيد والإشهار يتم عن طريق الجهة المختصة بعد دفع الرسوم، ويشترط بأن تكون جميع الإجراءات مسجلة بعقد بين الأطراف، وأن يكون مترجماً في حال لم يكن مكتوباً باللغة العربية<sup>(١)</sup>.

(١) المادة السابعة والعشرون من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، ومن المادة الرابعة والعشرين إلى المادة التاسعة والعشرين من اللائحة التنفيذية لقانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

## المطلب الثاني

### انتقال العلامة بالإرث أو الوصية أو نحوه



وبعد الحديث عن العلامة التجارية وكونها مالا مقيماً معتبراً فإن من التصرفات التي أجازها المنظم هو انتقال ملكية العلامة التجارية بالإرث والوصية أو بالهبة، وهذا تأكيد على اعتبار العلامة التجارية مالا مقيماً يأخذ جميع أحكام المال.

## المبحث الثاني حماية العلامة التجارية



### تمهيد:

حمت الشريعة الإسلامية العلامة التجارية، وحرمت انتهاك حقوق من يملكها باستعمالها من غير إذن منهم، واعتبرت ذلك انتهاكاً لأموالهم؛ باعتبار أنها في العرف المعاصر قيمة مالية معتبرة<sup>(١)</sup>.

كما أن الأنظمة والقوانين جرمت انتهاكها بالتقليد أو التزوير، ووضعت مدداً حمايتها وقيوداً لبقائها أو شطبها، بل ونصت على أن لمالكها حقاً استثنائياً في استعمال العلامة، وفي منع الغير من استعمالها، أو من استعمال أية إشارة مماثلة أو مشابهة لها - بما في ذلك أي مؤشر جغرافي<sup>(٢)</sup>.

كما سيتم بيان حماية العلامة التجارية، وطرق منع الغير من الاستعمال الغير مشروع، أو مطالبته بالتعويضات لقاء استعماله لعلامة مملوكة للغير.

(١) قرار المجمع الفقهي رقم قرار رقم: ٤٣ (٥ / ٥) مجلة المجمع (العدد الخامس، ج ٣ ص ٢٢٦٧)، ص ١٣١، كتاب فقه المعاملات - حصص الأسهم حقوق معنوية - .

(٢) الفقرة الثانية من المادة السابعة عشرة من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

## المطلب الأول

### أهمية حماية الاسم أو العلامة التجارية للشركات والمستهلكين



إن حماية الاسم التجاري أو العلامة التجارية تعزز من قيمة مالكيها السوقية، وتعزيز ثقة المستهلكين فيها، فغالبًا ما يتخذ المستهلك قراره في شراء سلعة معينة بناء على قوة الاسم التجاري أو العلامة التجارية وثقته بها عنده، ويؤكد ذلك ما أشرنا له في المقدمة من قيمة بعض العلامات التجارية.

كما أن الاسم التجاري يساهم بشكل كبير في تعزيز الثقة بالمنتجات، إلا أن العلامة التجارية أي الإشارة الأكثر استخدامًا وعرَّفًا بين الناس، فغالب الناس تعرف العلامة التجارية لا الاسم التجاري للشركة، ولذا فإنه وبعد اتساع رقعة التجارة وتضاعف حجم التبادل التجاري صار لزامًا على التجار أن يجعلوا لمنتجاتهم علامات واضحة تمكن المستهلكين من معرفتها بمجرد رؤيتها، ولذا سارعت الدول المتقدمة في تشريع أنظمة لحماية هذه العلامات ووضعت ضوابط لها لحماية التاجر وحماية المستهلك من الوقوع في الغش التجاري.

ويظهر هنا أهمية معرفة الاسم التجاري والعلامة التجارية والتمييز بينهما والنظام الخاص بهما حيث إن معرفة ذلك يساعدنا في معرفة

الهدف من تشريع الأنظمة واللوائح، كما أنها السمة الأبرز في حماية وحفظ جهد التاجر الذي بذل ماله وجهده في صناعة موثوقة بينه وبين المستهلك، وكما أنها حماية للمستهلك من الممارسات الخاطئة والوقوع في الغش التجاري.

## المطلب الثاني

### مدة حماية العلامة التجارية



مدة حماية العلامة التجارية تبدأ بعد تسجيلها وتستمر لمدة عشر سنوات، وأجاز المنظم له إن رغب في تمديد المدة أن يتقدم بطلب تجديد لمدة الحماية لمدة مماثلة وذلك خلال السنة الأخيرة لمدة الحماية، ولمدة ستة أشهر بعد تاريخ انتهاء مدة الحماية بحد أقصى.

#### حالة انقضاء المدة وعدم التجديد:

إذا انقضت الستة الأشهر التالية لتاريخ انتهاء مدة التسجيل دون أن يقدم صاحب العلامة طلب التجديد قامت الجهة المختصة بشطب العلامة من السجل.

#### هل يلزم إعادة إجراءات التسجيل والفحص عن تقديم طلب التجديد؟

نص المنظم على أنه لا يجب إعادة الإجراءات التي تمت عند طلب التسجيل ويكتفى بسداد الرسوم والنشر عند طلب تجديد حماية العلامة، ولا يعتد بأي اعتراض يقدم على العلامة عند نشرها<sup>(١)</sup>.

(١) المادة العشرون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية ١٤٣٥هـ.

## التسجيل المؤقت للعلامة التجارية:

ويقصد بالتسجيل المؤقت هو أن يتقدم صاحب علامة تجارية بطلب تسجيل علامة تجارية لغرض معين لمدة محددة في أحد دول مجلس التعاون الخاضعة للنظام (قانون) العلامات التجارية نحو تسجيل علامة بغرض مشاركة في معرض دولي في إحدى الدول الخاضعة للنظام.

أجازت اللائحة التنفيذية من النظام<sup>(١)</sup> هذا النوع من التسجيل بشرط أن يقدم الطلب قبل شهر على الأقل من تاريخ القيد، وأن تتوفر في طلب التسجيل الشروط الواردة في تسجيل العلامة التجارية.

ويخضع قرار الجهة لعدد من الضوابط لإصداره:

أ- أن يكون المعرض من المعارض التي يصدر بتحديدها قرار رسمي.

ب- أقصى مدة للتسجيل المؤقت عشرة أشهر.

(١) ينظر: من المادة التاسعة عشرة إلى المادة الثانية والعشرين من اللائحة التنفيذية لقانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

## المبحث الثالث

### فقدان العلامة التجارية وإعادة تسجيلها



#### المطلب الأول

#### شطب العلامة



شطب العلامة ينقسم إلى عدة أقسام:

#### شطب العلامة غير المستخدمة:

يجوز لأي شخص طبيعي أو اعتباري التقدم للمحكمة بطلب شطب العلامة التجارية غير المستخدمة بصفة جديدة لمدة خمس سنوات متتالية، إلا إذا قدم مالك العلامة ما يسوغ به عدم استعمالها، أو إذا ثبت تسجيلها بغير وجه حق ما لم يمضِ على تسجيل حسن النية خمس سنوات<sup>(١)</sup>، وتتولى الجهة المختصة شطب العلامة متى قدم لها حكم نهائي بذلك<sup>(٢)</sup>.

(١) المادة السابعة من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

(٢) المادة الثانية والعشرون من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون

لدول الخليج العربية. القضية رقم (٤٤٧٠٨٩١١٧٨) لعام ١٤٤٤ هـ -  
<https://laws.moj.gov.sa/ar/JudicialDecisionsList/1/FjyjCPC0NwvarO94loF4y3>

D2upP2waBJciatdv6N-aCZI5-UPqVLV8tcgIR8w61Y

## شطب العلامة لتشابهها مع علامة أخرى:

لصحاب العلامة المطالبة بإلغاء قرار الهيئة بقبول تسجيل العلامة أو شطب العلامة التي يدعي تشابهها مع علامتها، وتقرر المحكمة شطبها حال وجود تشابه وبه صدرت السوابق القضائية<sup>(١)</sup>.

## شطب ترخيص استعمال العلامة:

يكون شطب الترخيص عن طريق طلب يقدمه مالك العلامة الأصل أو وكيله إلى هيئة الملكية الفكرية، مع إرفاق ما يثبت فسخ العقد أو انتهائه، ويبلغ المرخص له بطلب الشطب لإبداء اعتراضه قبل الشطب.

ويجوز للمرخص له الاعتراض لدى المحكمة خلال ثلاثين يوماً من إبلاغه بالطلب، ويجب عليه إشعار الإدارة المختصة بالهيئة باعترضه، ويوقف قرار الشطب إلى حين اتفاق الأطراف أو صدور حكم بالاعتراض.

وفي حال عدم الاعتراض أو الاتفاق على الفسخ أو صدور حكم بالفسخ فإن الإدارة المختصة تقوم بنشر قرار الشطب<sup>(٢)</sup>.

(١) القضية رقم (٤٤٧٠٩٣٩٢١٠) لعام ١٤٤٤هـ:

[https://laws.moj.gov.sa/ar/JudicialDecisionsList/1/LbXKCJvGDC0kO nht\\_152M1iJLVGfCXvHRDmvyN0ACZhuFjLR37Akk9ghdgdGgia-](https://laws.moj.gov.sa/ar/JudicialDecisionsList/1/LbXKCJvGDC0kO nht_152M1iJLVGfCXvHRDmvyN0ACZhuFjLR37Akk9ghdgdGgia-)

القضية رقم (٤٤٧٠٧٦٥٧٣٧) لعام ١٤٤٤هـ:

[https://laws.moj.gov.sa/ar/JudicialDecisionsList/1/bS\\_9\\_bgX3oLMdr bGyAi0PbYL5W6xLtvGbMnOsL-QgoKZlgBS5Fb8A3xv0ujul765](https://laws.moj.gov.sa/ar/JudicialDecisionsList/1/bS_9_bgX3oLMdr bGyAi0PbYL5W6xLtvGbMnOsL-QgoKZlgBS5Fb8A3xv0ujul765)

(٢) المادتان الثالثة والثلاثون، والرابعة والثلاثون من اللائحة التنفيذية لقانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية. القضية رقم (٤٤٧٠٨٩١١٧٨) لعام ١٤٤٤هـ.

## المطلب الثاني

### إعادة تسجيل علامة مشطوبة



إذا تم شطب العلامة من السجل، فلا يجوز أن يعاد تسجيلها لآخر عن ذات السلع أو الخدمات، أو عن سلع أو خدمات مشابهة، إلا بعد مضي ثلاث سنوات من تاريخ الشطب، ما لم يكن الشطب قد تم بناءً على حكم من المحكمة المختصة، ويكون هذا الحكم قد حدد مدة أقل لإعادة تسجيل العلامة<sup>(١)</sup>.

(١) المواد العشرون والرابعة والعشرون والخامسة والعشرون من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

الباب الثالث  
النزاعات والعقوبات المتعلقة  
بالعلامات التجارية

## المبحث الأول

### التشابه والتقليد في العلامات التجارية



#### المطلب الأول

#### تشابه العلامات التجارية



لا تعد علامة تجارية أو جزءاً منها ما وصفه مما يأتي<sup>(١)</sup>:

«أية علامة تجارية مطابقة أو مشابهة لعلامة سبق إيداعها أو تسجيلها من قبل الآخرين... 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 بمصالحه»<sup>(٢)</sup>.

وجاء أيضاً: «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

(١) ينظر: (المادة الثالثة) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

(٢) الفقرة الحادية عشرة من ذات المادة.

يكون من المرجح إلحاق ضرر بمصالح مالك العلامة المشهورة»<sup>(١)</sup>، ومن ثم قرر: «إذا طلب شخصان أو أكثر في وقت واحد تسجيل العلامة ذاتها أو علامات متقاربة أو متشابهة عن فئة واحدة من المنتجات أو الخدمات، وجب وقف جميع الطلبات إلى أن يقدم تنازل موقع من المتنازعين ومصدق عليه من الجهة المختصة لمصلحة أحدهم، أو إلى أن يصدر حكم نهائي في النزاع»<sup>(٢)</sup>.

ويجب التنبيه إلى نقطتين مهمتين قبل النظر في تشابه العلامات من عدمه:

أ- أن الكلمات الشائعة التي لا تكتسب احتكاراً مع اختلاف تعريفها اللفظي ومبناها الشكلي.

ت- المعبر في النظر بين العلامات هو بحث مواطن التشابه لا الاختلاف.

وهذه من القواعد المهمة التي جرت الأحكام القضائية باعتبارها.

(١) الفقرة الرابعة عشرة من ذات المادة.

(٢) ذات الفقرة السابقة.

## المطلب الثاني

### المعايير المؤثرة في تسجيل العلامة أو الاعتراض عليها من حيث التشابه من عدمه



بعد استقراء النظام ولائحته نجد أن المنظم قرر إبطال أي علامة مشابهة لعلامة أخرى أو مطابقة لها أو أي علامة منسوخة أو تقليد لعلامة أخرى أو مترجمة من علامة أخرى.

إلا أن المنظم لم يذكر ماهي العوامل التي يمكن يحكم بمشابهة العلامة أو مطابقتها بشكل واضح، ولأجل ذلك فقد استقرأت ما بين يدي من أحكام قضائية، وما انتشر من بحوث ودراسات على الشبكة العنكبوتية، وجمعت أهم (المعايير) وأتبعتها بمجموعة من الأحكام القضائية توضح المعيار وطريقة تطبيقه:

#### أولاً: تضليل المستهلك:

هذا المعيار هو أبرز المعايير التي أكد عليه المنظم في عدة مواضع بشكل مباشر أو غير مباشر، حيث قرر بأن الغاية من التنظيمات الخاصة بالأسماء والعلامات التجارية هي حفظ حق المستهلك أو التاجر من الخداع أو التضليل أو حتى تشويه السمعة بواسطة شخص آخر بعد تقليدها؛ عليه فإن المنظم يقصد جمهور المستهلكين العاديين، لا شديدي الحذر ولا غير المبالي وهذا ما قررتة الأحكام

القضائية ففي القضية رقم (٤٤٧٠٨٣٠٣٨٧) لعام ١٤٤٤هـ ما نصه: «إن ذلك مدعاة لتضليل المستهلك العادي... والمعتبر في النظر بين العلامات هو بحث مواطن التشابه لا الاختلاف» وقد قررت الدائرة شطب العلامة لما سبق بيانه<sup>(١)</sup>.

هذا ما ذهبت له الدوائر القضائية أيضاً في القضية رقم (٤٣٩٠٥٠٩٥٦) لعام ١٤٤٣هـ<sup>(٢)</sup>، والقضية رقم القضية رقم (٤٤٧٠٨٨٦٩٤٥) لعام ١٤٤٤هـ<sup>(٣)</sup>.

### ثانياً: الجرس الصوتي:

يقصد بهذا المعيار اتحاد العلامتين من جهة السماع ولو اختلفت بعض حروف الاسم التجاري أو العلامة التجارية، وعرفه بعضهم بأنه: «اتحاد أول اللفظ وآخره عند سماع الاسم التجاري أو العلامة»، ويرى البعض الآخر بأنه: «التشابه من ناحية الجرس الصوتي، يقاس بالمعيار اللفظي، أي النغمة الصوتية عند الناطق أو سماع العلامتين»<sup>(٤)</sup>، وعند

(١) القضية رقم (٤٤٧٠٨٣٠٣٨٧) لعام ١٤٤٤هـ:

<https://laws.moj.gov.sa/ar/JudicialDecisionsList/1/MTVZUoISwCqc-cW0JUKFvPRavZ50XZDL-ZtQZm3mxsFSOxbHMtrs3hqHI5mCT3Y9>

(٢) <https://laws.moj.gov.sa/ar/JudicialDecisionsList/1/XpRUuL4RrY-v88a6EUt-P1ZZaGlAMHe8LqvlL9geXsShl0IKa8yBt5GOCut2cMRO>

(٣) [https://laws.moj.gov.sa/ar/JudicialDecisionsList/1/HG2RyxBr-sZar3NR9yMMMHB5V1q9wy7G-8\\_hHYrSOdS\\_n1rw4jZr0Zt4pAvqrOI](https://laws.moj.gov.sa/ar/JudicialDecisionsList/1/HG2RyxBr-sZar3NR9yMMMHB5V1q9wy7G-8_hHYrSOdS_n1rw4jZr0Zt4pAvqrOI)

(٤) ندوة الويبو الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد (١٥).

النظر في التعاريف السابقة نرى أنه لا خلاف بينها من حيث المضمون، وهذا المعيار من أهم المعايير التي تستند عليها الأحكام القضائية، فكثير من الجهات تلجأ عند تقليدها لعلامة مشهورة إلى تغيير بعض حروفها، مع إبقاء الشبه عند السماع أو الكتابة، حيث يحدث معه تضليل للمستهلك<sup>(١)</sup>.

### ثالثاً: تشابه الشكل بين العلامتين:

لا يقصد بهذا المعيار هو تشابه الشكل بين علامتين من حيث النظر الكلي لكل أجزاء العلامة وذلك ما أكدته الأحكام القضائية ففي القضية رقم القضية رقم (٤٤٧٠٥٤٢٢١٠) لعام ١٤٤٤ هـ ما نصه «كما أن الثابت نظاماً وقضاً أن العبرة في تطبيق معيار التشابه والتماثل بين العلامات التجارية هو بالنظر إلى العلامات التجارية في مجموعها كوحدة واحدة، وليس بتجزئة العلامة»<sup>(٢)</sup> ولا يعني على وجه اللزوم اجتماع تشابه الشكل واللفظ، بل حتى تشابه أحدهما دون الآخر، والأولية عند المقارنة بين العلامتين لتقرير التشابه من عدمه تكون

(١) القضية رقم (٤٤٧٠٨٥٢٩١٩) لعام ١٤٤٤ هـ:

[https://laws.moj.gov.sa/ar/JudicialDecisionsList/0/mWC8U0HdRvV9K21dePQWtgak0n0XP0BOJRD32y-qKDWGZ6NYDTvKgpY38PfamN\\_b](https://laws.moj.gov.sa/ar/JudicialDecisionsList/0/mWC8U0HdRvV9K21dePQWtgak0n0XP0BOJRD32y-qKDWGZ6NYDTvKgpY38PfamN_b)

القضية رقم (٤٤٧٠٤٢٥٩٣٤) لعام ١٤٤٤ هـ:

[https://laws.moj.gov.sa/ar/JudicialDecisionsList/0/\\_tCMNvjbNI8t1dyf w765lLh9DUaRWF1365BLKJu2Q6oQni1U-ak\\_-wnP3c-8hMGw](https://laws.moj.gov.sa/ar/JudicialDecisionsList/0/_tCMNvjbNI8t1dyf w765lLh9DUaRWF1365BLKJu2Q6oQni1U-ak_-wnP3c-8hMGw)

(٢) [https://laws.moj.gov.sa/ar/JudicialDecisionsList/0/uwvjDShGcTaiDx MPjvWhOQgCNfSRf\\_1m5UpeQRl1vvuvvGA3u5WBytQR7tYXBDm](https://laws.moj.gov.sa/ar/JudicialDecisionsList/0/uwvjDShGcTaiDx MPjvWhOQgCNfSRf_1m5UpeQRl1vvuvvGA3u5WBytQR7tYXBDm)

لأوجه التشابه لا لأوجه الاختلاف<sup>(١)</sup>، ومعيار تشابه الشكل من المعايير المهمة المؤثرة على تسجيل العلامة، لأنها بذلك تستفيد من الانطباع الأولي الذي ينصرف معه ذهن المستهلك<sup>(٢)</sup>.

### رابعاً: معيار النظر الكلي:

بعد ذكر معيار تشابه الشكل فإن من المسائل المهمة التي يجدر التطرق إليها هي معيار النظر الكلي في العلامة التجارية؛ إذ لا يصح أن تقوم شركة بتسجيل علامة تحوي لفظة شائعة لتتفرد بها عن غيرها في جميع أنحاء العالم؛ وتمنع غيرها من تسجيلها ولو أضيف إليها ما أضيف من أسماء أخرى<sup>(٣)</sup>.

ونقصد بذلك الألفاظ الشائعة لا الألفاظ الخاصة، ومن ذلك ما ورد في الحكم الصادر في القضية رقم (٤٤٧٠٩٩٢٧٦٤) لعام ١٤٤٤هـ، ونص في الحكم القضائي: «ليس للمدعية احتكار رسمة

(١) ندوة الويبو الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد (٣٠).

(٢) القضية رقم (٤٤٧٠٩١٥٤٣١) لعام ١٤٤٤هـ:

[https://laws.moj.gov.sa/ar/JudicialDecisionsList/0/sAnhT0H9CGOWX1PcAtrmKF2ys5aBMAr7slXxah8uLhfrUttzca-ycU\\_FP8uyBaHW](https://laws.moj.gov.sa/ar/JudicialDecisionsList/0/sAnhT0H9CGOWX1PcAtrmKF2ys5aBMAr7slXxah8uLhfrUttzca-ycU_FP8uyBaHW)

(٣) القضية رقم (٤٤٧٠٦٩٨٠٨٦) لعام ١٤٤٤هـ:

[https://laws.moj.gov.sa/ar/JudicialDecisionsList/0/6w\\_8fpKc\\_mMVawjs6pa7wj7iNuxw5KE0Ot-YDrxesj84\\_3A3haGqxivkWCxdiUOz](https://laws.moj.gov.sa/ar/JudicialDecisionsList/0/6w_8fpKc_mMVawjs6pa7wj7iNuxw5KE0Ot-YDrxesj84_3A3haGqxivkWCxdiUOz)

القضية رقم (٤٤٧٠٠٣٧٣٠٩) لعام ١٤٤٤هـ:

<https://laws.moj.gov.sa/ar/JudicialDecisionsList/0/aiejAu0DDthdpkiHvkVacWkUKgzvXL9G0cNQaxTBgZ9xWsk6l2q-eXy6VJN9msD>

التفاحة وكلمة (Fitness) فهي من الرسوم المألوفة والألفاظ العامة التي ينتفي التشابه فيها بإضافة ما يميزها»<sup>(١)</sup>.

وقد استقر القضاء على أن كل علامة تختلف عن الأخرى بما يعطي لكل منهما انطباعاً مغايراً عن الآخر، وشكلاً مختلفاً ينصب على الأجزاء كاملة لا على جزء منها يؤصل المسألة مسألة طريقة النظر في العلامة التجارية.

وأخيراً أحب أن أورد بعض المعايير المساعدة التي يمكن الاعتماد عليها في سبيل تأكيد وتقوية الحجة وفق الآتي:

#### أولاً: معيار اتحاد الفئة:

نعني به اتحاد فئة العلامتين المراد تسجيلهما فعلى سبيل المثال قررت شركة (س) تسجيل علامة تجارية على فئة (٣٤) وشركة (ص) تملك علامة مشابهه على نفس الفئة فيمكنها تقديم اعتراضها على تشابه العلامة وتؤكد اعتراضها بأن تضليل المستهلكين واقع بشكل مؤكد لتشابه الفئة المسجلة عليه العلامة المعترض على تسجيلها، علمًا بأن هذا المعيار ليس كافيًا وحده لإثبات التشابه، وذلك ما أكدته نص الفقرة الثانية من المادة التاسعة من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية: «لا تعتبر السلع

(١) <https://laws.moj.gov.sa/ar/JudicialDecisionsList/0/8bHBRj14Qn3MdS>

jRZC2y4ANsmVF7Wc-K4Em8jEJTY8gL6t0\_zvDX8IXIzSJSJG2wQ

أو الخدمات مشابهة لبعضها البعض لمجرد كونها مدرجة في نفس الفئة» إلا أن المحاكم تستأنس بمسألة تشابه الفئة<sup>(١)</sup>.

### ثانياً: معيار اتحاد اللغة:

نعني بهذا المعيار هو أن يكون اللفظ المسجل في العلامتين متشابه من حيث اللغة العربية أو العربية واللاتينية في آن واحد، وهذا من الدفوع المقوية، فقد جاء في القضية رقم القضية رقم (٤٤٧٠٥٧٨٣٣٩) لعام ١٤٤٥ هـ «أن العلامة محل الاعتراض (أرلو ARLO) تشابه إلى درجة مضللة علامة المدعية (أرلا ARLA) من حيث تطابق عدد الحروف العربية واللاتينية بأربعة حروف بكل علامة وبتطابق نوع وترتيب الحروف الثلاثة الأولى (أرل ARL)».

### ثالثاً: معيار تشابه الألوان:

هذا المعيار لا يعد من المعايير الجوهرية إلا أنه من المعايير التي لها حظ من النظر لدى الجهات المعنية، وقد تؤثر في إبراز التشابه بين العلامتين، أو نفيها، ويقدم كمويد لمعيار أو معايير أخرى، وقد صدرت بعض الأحكام القضائية بهذا المعنى.

(١) ينظر: القضية رقم (٤٤٧٠٤٢٥٩٣٤) لعام ١٤٤٤ هـ:

[https://laws.moj.gov.sa/ar/JudicialDecisionsList/0/\\_tCMNvjbNI8t1dyf w7651Lh9DUaRWF1365BLKJu2Q6oQni1U-ak\\_-wnP3c-8hMGw](https://laws.moj.gov.sa/ar/JudicialDecisionsList/0/_tCMNvjbNI8t1dyf w7651Lh9DUaRWF1365BLKJu2Q6oQni1U-ak_-wnP3c-8hMGw)

## المطلب الثالث

### تزوير العلامة أو تقليدها



هناك فرق بين تقليد العلامة وتزويرها:

والمقصود بتزوير العلامة هو نقل العلامة المسجلة نقلا حرفيا وتاما بحيث تبدو مطابقة تماما للعلامة الأصلية.

أما التقليد فهو اتخاذ علامة تشبه في مجموعها العلامة الأصلية، مما قد يؤدي إلى تضليل الجمهور أو خداعه لظنه أن العلامة أصلية<sup>(١)</sup>.

وقد قضت محكمة النقض المصرية بأنه لا يلزم في التقليد أن يكون هناك ثمة تطابق بين العلامتين، بل يكفي لتوافره وجود تشابه بينهما من شأنه تضليل جمهور المستهلكين وإحداث اللبس والخلط بين المنتجات<sup>(٢)</sup>.

(١) ندوة الويبو دون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد (الدار البيضاء، ٧ و٨ ديسمبر/ كانون الأول ٢٠٠٤م).

ينظر: القضية رقم (٤٤٧١١٢٩١٩٠) لعام ١٤٤٤هـ:

[https://laws.moj.gov.sa/ar/JudicialDecisionsList/0/aE8Y3tL4rHMH8vSQ-VkoKfE\\_lxSP6qDd-h8fE-4GZoWpAOfvFQ2ivE4U6KHctBPT](https://laws.moj.gov.sa/ar/JudicialDecisionsList/0/aE8Y3tL4rHMH8vSQ-VkoKfE_lxSP6qDd-h8fE-4GZoWpAOfvFQ2ivE4U6KHctBPT)

(٢) طعن رقم (٢٢٧٤) لسنة ٥٥ ق. جلسة ٢٢/١٢/١٩٨٦م، مجموعة القواعد القانونية التي قررتها محكمة النقض في خمس سنوات ١٩٨٠ - ١٩٨٥م، المجلد الأول، الجزء الأول، ص ١٧١.

## المطلب الرابع

### منع استعمال علامة مشابهة أو مزورة أو مقلدة



لصاحب العلامة التجارية منع بيع المنتجات المقلدة لمنتجه بإحدى الطريقتين:

#### ١ - منع الآخرين قبل دخول الدولة:

يمكن للجهة المختصة وقف المنتجات إذا توفرت لديها أدلة كافية -بحسب الظاهر- ولا يجوز لها الفسخ بمجرد إزالة العلامة، ولمالك العلامة الأصلي منع غيره قبل دخول المملكة وذلك عبر إرسال طلب كتابي إلى الجهة المختصة بالجمارك، وأن يرفق مع الطلب أدلة تثبت ادعائه، ويجب على الجهة البت في الطلب وإفادة مرسله خلال سبعة أيام، وفي حالة قبوله فإنه يعد نافذاً لمدة سنة من تاريخ تقديمه أو للمدة المتبقية من فترة حماية العلامة التجارية.

#### ٢ - منع الآخرين للمنتجات داخل المملكة:

لصاحب العلامة المستغلة بطريقة غير مشروعة تقديم شكوى لدى هيئة الملكية الفكرية لمنع تقليد علامته التجارية، ثم تتولى الجهة مباشرة البلاغ، حسب ما سيتم بيانه.

ولا يمنع ذلك أن يتقدم صاحب العلامة بمنع غيره أو بطلب التعويض من غير أن يكون للبلاغ أثر على إجراءاته في الحق الخاص، فالمسؤولية الجزائية لا تؤثر على المسؤولية المدنية<sup>(١)</sup>.

ويستثنى من ذلك الكميات الضئيلة غير المعدة للتجارة، أو السلع التي طرحها مالك العلامة للتداول أو صدرت بموافقتة<sup>(٢)</sup>.

### إجراءات مباشرة البلاغ والدعوى العامة:

يتقدم من لديه شكوى سواء كانت له مصلحة أو مستهلك بتقديم بلاغ إلى الجهة المعنية بشأن المخالفة التي يراها أيًا كان نوع الشكوى تزوير أو تقليد.

أو يكون الضبط أثناء الجولات الميدانية التي تقوم بها هيئة الملكية الفكرية للتأكد من السوق.

تقوم الجهة المختصة بمباشرة المنتجات ويكون ذلك بخروج مأمور ضبط من الهيئة لمعاينة المنتجات وفي حال ثبت لديه صحة البلاغ ومخالفة المنتجات فإنه يقوم بضبط المنتجات وكتابة تقرير عنها، ثم إرسال عينة للجنة دراسة شكاوى العلامات التجارية وتصدر

(١) ينظر: المادة التاسعة عشرة بعد المئة من نظام المعاملات المدنية: «لا تحل المسؤولية المدنية بالمسؤولية الجزائية، ولا تأثير للعقوبة في تحديد نطاق المسؤولية المدنية وتقدير التعويض».

(٢) المادة الثامنة والتاسعة والثلاثون من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

تقريراً مفصلاً عن العينة المضبوطة، وإذا رأت اللجنة وجود تقليد للعلامة فإنها توجه ملفاً مفصلاً متضمناً فيه تقرير اللجنة إلى النيابة العامة لتوجه الدعوى العامة على من ضبطت لديه المنتجات أو على من تعاون معه سواء كانت المضبوطات منتجات أو أدوات لتصنيع المنتجات المخالفة، وتكون المحكمة التجارية المختصة بنظر دعوى الحق العام<sup>(١)</sup>.

(١) القضية رقم (٤٤٧١١٨٥٤٩) لعام ١٤٤٥هـ:

<https://laws.moj.gov.sa/ar/JudicialDecisionsList/0/fatXoo4lv9JplyLQP>

[eyusl0FftjfdxNwIW0qQXd-BJ6eKKLWjo96A0cyiRVq3sKR](https://laws.moj.gov.sa/ar/JudicialDecisionsList/0/fatXoo4lv9JplyLQP)

## المبحث الثاني

### طرق الاعتراض والإجراءات القضائية



#### المطلب الأول

### طرق الاعتراض على العلامات التجارية

#### والاختصاص القضائي



**إجراءات تسجيل العلامة أو الاعتراض على قرار الجهة المختصة:**

يتقدم صاحب المصلحة بطلب تسجيل العلامة إلى الجهة المختصة التابعة للملكية الفكرية لتسجيل العلامات، وهي في المملكة العربية السعودية (الهيئة السعودية للملكية الفكرية)، ثم تنشر العلامة التجارية في موقع الهيئة ليتمكن ملاك العلامة من مراجعة أي علامة جديدة يتم قيد طلب تسجيلها ومن الاعتراض عليها، وعلى من يدعي التشابه أن يتقدم باعتراضه على تسجيل العلامة خلال ستين (٦٠) يوماً تقويمياً، ومن ثم تقوم الجهة المختصة بتبليغ طالب تسجيل العلامة بهذا الاعتراض خلال ثلاثين (٣٠) يوماً، وعلى طالب التسجيل أن يتقدم بالرد على الاعتراض خلال مدة قدرها ستين (٦٠) يوماً من تاريخ التبليغ، وإذا لم يرد منه رد سقط حقه في الاعتراض، وفي حال

تقديم الاعتراض فإن اللجنة تقرر قبول الاعتراض أو رفضه، وحال صدور قرار الجهة المختصة فلمن لم يقنع بالقرار حق الاعتراض لدى المحكمة التجارية للطعن في القرار خلال (٦٠) يومًا من تاريخ تبليغه به<sup>(١)</sup>.

### الاعتراض على القرار الإداري للعيب الشكلي:

من المسائل التي يجدر الانتباه لها هو أن القرار الإداري الصادر من الهيئة العامة للملكية الفكرية يجري عليه ما يجري على أي قرار إداري صدر معيبًا من حيث الإجراء ويجوز الطعن لهذا السبب، ومن العيوب التي قد تصدر، أن لا يبلغ المعترض على علامته بورود الاعتراض وسماع دفاعه عنه، وهذا موجب لإلغاء القرار الإداري إن صدر ضد مسجل العلامة للعيب الجوهرية بعدم الالتزام بما أوجبه النظام، أو أن يتقدم مقدم الاعتراض بالاعتراض على قرار قبول علامة قدم اعتراضه عليها قبل إشعار مسجل العلامة وأخذ رده عليها وفق ما نصت عليه المادة (٢) من المادة (١٤) من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، وبذلك فإن هذا عيب جوهري يوجب إلغاء القرار الإداري وقد صدرت أحكام قضائية بذلك<sup>(٢)</sup>.

(١) المادة الرابعة عشرة والخامسة عشرة من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

(٢) ينظر: القضية رقم (٤٤٧٠٩٠٥٧٨٩) لعام ١٤٤٤هـ:

<https://laws.moj.gov.sa/ar/JudicialDecisionsList/0/jHYR8ZPMmwSuggqXQnuLiRVbVSTjvbBBwzZccDJbv63KaGE6ZSoRxjHTxGOGSj24>

لورفعت الدعوى لدى محكمة غير مختصة:

وفي هذه الحالة مسألة مهمة كما لو قيد قضيته للاعتراض على القرار الإداري لدى المحكمة الإدارية ومضت المدة المحددة للاعتراض وحكم بصرف النظر لعدم الاختصاص هل يعد ذلك مسقطاً للحق النظامي لمضي المدة؟

يجاب على ذلك بأن المدة النظامية يتوقف احتسابها من تاريخ قيد الدعوى لدى المحكمة، وتستأنف من تاريخ صدور الحكم النهائي بعدم الاختصاص، ولذا فإن مقيد الدعوى لا يضرار بالمدة الخاصة بنظر الدعوى، ولا تسقط حقه بالتقادم أو مضي المدة وبه صدرت الأحكام القضائية منها القضية رقم (٤٢٨٠٥٤٠٧) وتاريخ ٢٤ / ٠١ / ١٤٤٣ هـ - .

### الاختصاص القضائي:

نص في نظام العلامات التجارية لدول مجلس التعاون على أنه يجوز الطعن على قرار الجهة المختصة لدى المحكمة المختصة<sup>(١)</sup>:

الاختصاص القضائي للمطالبة بالتعويض أو الطعن على القرار الإداري:

المحاكم التجارية وفق الفقرة السادسة من المادة السادسة عشرة من نظام المحاكم التجارية<sup>(٢)</sup>.

(١) الفقرة الثالثة من المادة الخامسة عشرة من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

(٢) الصادر بالمرسوم الملكي رقم (م/٩٣) وتاريخ ١٥ / ٠٨ / ١٤٤١ هـ.

## الاختصاص المكاني:

«يكون الاختصاص للمحكمة التي يقع في نطاق اختصاصها مكان إقامة المدعى عليه..» كما جاء في المادة السادسة والثلاثين من نظام المرافعات الشرعية، كما نصت المادة السابعة عشرة من نظام المحاكم التجارية على أنه: «يكون الاختصاص المكاني للمحكمة التي يقع في نطاق اختصاصها مكان إقامة المدعى عليه...».

## المطلب الثاني

### العقوبات الجزائية المترتبة على مخالفة قانون (نظام) العلامات التجارية



فرق المنظم بين عقوبة تزوير العلامة أو تقليدها على نحو مضلل على المستهلك وبين عقوبة من حاز منتجًا يحوي علامة مقلدة.

ووضع ضوابط وحدًا لكل مخالفة، كما نص في بداية باب العقوبات ضابطًا مهمًا: «مع عدم الإخلال بأي عقوبة أشد منصوص عليها في قانون آخر» وذلك مراعاةً لجميع الدول التي تخضع لهذا ال(نظام):

١- يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن ثلاث أشهر ولا تزيد عن ثلاث سنوات وبغرامة لا تقل عن خمسة آلاف ولا تزيد عن مليون ريال، على كل من زور علامة تجارية أو قلدها على نحو يضلل به المستهلك، أو من استعمل أحدهما بسوء نية، أو من وضع علامة تجارية مملوكة للغير، أو علامة خدمية على خدماته.

ونصه على (سوء النية) يبين أن المقصود ليس جمهور المستهلكين فحسب لأن المستهلك النهائي عادة يقطن المنتج من غير سوء نية والأنظمة تراعي حمايتهم لا عقوبتهم.

٢- يعاقب بالسجن لمدة لا تقل عن شهر ولا تزيد عن سنة، وبغرامة لا تقل عن ألف ولا تزيد عن مئة ألف أو بأحد هاتين العقوبتين، كل من باع أو عرض أو حاز لغرض البيع أو التداول سلعةً مزورة أو مقلدة أو موضوعة أو مستعملة بغير وجه، حق شريطة «علمه بذلك»، ومن عرض خدمات في ظل هذه العلامة، وكل من استعمل علامة لا يجوز له تسجيلها بموجب (نظام) العلامات التجارية<sup>(١)</sup>، وكل من دون علامته أو أوراقه أو مستنداته التجارية مما يؤدي إلى الاعتقاد بتسجيل العلامة، وكل من تعمد عدم وضع علامته المسجلة على منتجاته بسوء نية، وكل من حاز أدوات أو مواد بغرض تقليد أو تزوير العلامات التجارية المسجلة أو المشهورة.

٣- تحكم المحكمة بإتلاف السلع المصادرة إذا ثبت لديها تقليد السلع أو تزويرها<sup>(٢)</sup>.

وقد يدخل في هذه العقوبات ما نص عليه في النظام الجزائي لجرائم التزوير<sup>(٣)</sup>، والذي نص في المادة الأولى بتعريف التزوير «كل

(١) نصت الفقرة (ب/٢) من المادة الثانية والأربعين من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية على العلامات التي يعاقب من استعملها، وأشارت للفقرات من (٢-١١) من المادة الثالثة من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية على العلامات التي لا يجوز تسجيلها وهي التي تقدم ذكرها في صفحة (٢٦) من الفقرات ٢-١١.

(٢) المادة الحادية والأربعون من قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية.

(٣) الصادر بموجب المرسوم الملكي رقم (م/١١) بتاريخ ١٨/٢/١٤٣٥هـ.

تغيير للحقيقة بإحدى الطرق المنصوص عليها في هذا النظام - حدث بسوء نية - قصداً للاستعمال فيما يحميه النظام من محررٍ أو خاتمٍ أو علامةٍ أو طابعٍ، وكان من شأن هذا التغيير أن يتسبب في ضررٍ ماديٍّ أو معنويٍّ أو اجتماعيٍّ لأي شخص ذي صفةٍ طبيعيةٍ أو اعتباريةٍ»، ونص في ذات المادة على تعريف العلامة وهي «الإشارة (أو الرمز) التي تستعملها جهة عامة للدلالة على معنى خاص بها يرتب أثراً نظامياً، بصرف النظر عن نوعها أو شكلها» أو نظام مكافحة جرائم الإرهاب وتمويله<sup>(١)</sup> وذلك بحسب الحالة، نحو من قلد علامة عسكرية بقصد زعزعة الدولة - أدام الله أمنها - أو ترويع المواطنين أو من زور ورقة، بوضع علامة تجارية غير مملوكة له بقصد الغش والتدليس.

(١) الصادر بموجب المرسوم الملكي رقم (م ٢١) بتاريخ ١٢/٢/١٤٣٩ هـ.

## المطلب الثالث

### المعايير التي تتبعها المحاكم في تحديد مقدار العقوبة



باستقراء الأحكام القضائية نجد أن المحاكم استقرت على عدد من المعايير التي تساهم في تقدير العقوبة، ويدور مناط تحقق المخالفة ومقدارها بين عنصري التضييل والإثراء ومن هذه المعايير:

- ١- شهرة العلامة المقلدة.
- ٢- مقدار الكمية المضبوطة مع المدعى عليه.
- ٣- حجم المبيعات ومقدار تضييل المستهلك<sup>(١)</sup>.

### الدفوع المعتبرة في تخفيف العقوبة:

من الدفوع المعتبرة في إسقاط العقوبة أو تخفيفها، أن تكون الحيازة من حسن النية غير عالم بالمخالفة، نحو من اشترى منتجات تحوي علامة الغير بقصد بيعها ظاناً بأنها مملوكة للبائع<sup>(٢)</sup>.

(١) ينظر: القضية رقم (٤٤٧١١١٨٥٤٩) لعام ١٤٤٥هـ:

<https://laws.moj.gov.sa/ar/JudicialDecisionsList/0/fatXoo4lv9JplyLQPeyusl0FftjfdxNwIW0qQXd-BJ6eKKLWjo96A0cyiRVq3sKR>

القضية رقم (٤٤٧١٢٣٠٠١١) لعام ١٤٤٤هـ:

[https://laws.moj.gov.sa/ar/JudicialDecisionsList/0/3rm73mTMX2K81-gtIpQzMxOajFCzb6R6gB\\_SC1i5KjvjQ2ZJtxczkhLelc5mvo14](https://laws.moj.gov.sa/ar/JudicialDecisionsList/0/3rm73mTMX2K81-gtIpQzMxOajFCzb6R6gB_SC1i5KjvjQ2ZJtxczkhLelc5mvo14)

(٢) المادة الخامسة والسبعون بعد الستائة من نظام المعاملات المدنية.

انتفاء القصد الجنائي في المخالفة والذي يستوجب دليلاً لإثباته،  
حيث إن محاضر الضبط ليست دليلاً لوحدها لإيقاع العقوبة<sup>(١)</sup>.

(١) المحكمة العليا في قرارها رقم (٣/٨٨٤) وتاريخ ٦/١١/١٤٢٥ هـ: «أن مجرد الكتابة في محضر الضبط بإدانة أحد لا تكفي لإصدار حكم بها».

## المطلب الرابع التعويض عن الاستعمال غير المشروع



بعد الحديث عن الاستعمال غير المشروع وأنواع المنع عن الاستعمال فإنه يجب إيضاح أركان التعويض وطرق طلبه وتفصيله:

نصت المادة الرابعة والأربعون بعد المائة من نظام المعاملات المدنية على أن: «كل شخص -ولو غير مميز- يثري دون سبب مشروع على حساب شخص آخر يلزمه في حدود ما أثرى به تعويض هذا الشخص عما لحقه من خسارة، ويبقى هذا الالتزام قائماً ولو زال الإثراء فيما بعد»، وهذا تأصيل لمسألة التعويض عن الاستعمال الغير مشروع للعلامة التجارية.

وللمطالبة بالتعويض يجب أن تحقق الأركان النظامية للمطالبة به، حيث إن عدم انطباق أحدها يتقرر منه سقوط المطالبة بالتعويض كلياً، وقد نصت المادة العشرون بعد المائة من نظام المعاملات المدنية على أركان التعويض «كل خطأ سبب ضرراً للغير يُلزم من ارتكبه بالتعويض». وهذا ما قرره الأحكام القضائية في مطالبات التعويض في العلامات التجارية<sup>(١)</sup>، ويكون التعويض بما يجبر الضرر كاملاً، مادياً كان أو معنوياً.

(١) ينظر: القضية رقم (٤٥٧١٣٣٣٦٤٩) لعام ١٤٤٥هـ:

- وبعد ثبوت أركان التعويض فإن المحكمة تقدر قيمة التعويض بعد النظر في عدد من الاعتبارات وهي:
- أ- جسامة الضرر.
- ب- العرف أو العادة.
- ج- مقدار الربح المتحقق جراء عملية الاستغلال.
- د- رأي الخبير عند الاقتضاء<sup>(١)</sup>.
- هـ- مقدار ما لحق المتضرر من خسارة وما فاته من كسب<sup>(٢)</sup>.

### سقوط حق المطالبة بالتعويض:

نص في نظام المعاملات المدنية على سقوط الحق بالتقادم بعد مضي ثلاث سنوات من العلم بالضرر وبالمسؤول عنه أو عشر سنوات من تاريخ وقوع الضرر، واستثنى من ذلك إن كانت دعوى التعويض ناشئة عن جريمة؛ فإنه لا يمتنع عن سماعها ما دامت الدعوى الجزائية لم يمتنع عن سماعها<sup>(٣)</sup>.

ويعد من الأعذار التي يتوقف معها احتساب المدة:

- أ- يقف سريان مدة عدم سماع الدعوى كلما وُجد عذرٌ تتعذر معه المطالبة بالحق.

(١) ينظر: المادة (١٦٤) من اللائحة التنفيذية لنظام المحاكم التجارية.

(٢) المادة السابعة والثلاثون بعد المائة من نظام المعاملات المدنية.

(٣) المادة الثالثة والأربعون بعد المائة من نظام المعاملات المدنية.

ب- وجود تفاوض عن حسن نية بين الطرفين يكون قائماً عند اكتمال المدة، أو وجود مانع أدبي يحول دون المطالبة<sup>(١)</sup>.

(١) المادة الثلاثمائة من نظام المعاملات المدنية.



**الباب الرابع**  
**الجوانب الإجرائية والتطبيقية**

## المبحث الأول

### نماذج وإجراءات قانونية



#### المطلب الأول

### نموذج (رد اعتراض / اعتراض) لدى هيئة الملكية الفكرية



(يمكن تغيير الضمائر أو بعض الألفاظ بحسب الحالة):

أصحاب السعادة، رئيس وأعضاء الهيئة السعودية للملكية الفكرية

سلمهم الله،

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته، وبعد:

إشارة إلى الاعتراض المقدم على تسجيل العلامة التجارية (توضع

العلامة المعترض عليها) بحروف عربية أو لاتينية أو بهما معاً (بحسب

حالة العلامة) بالفئة (..) والمودعة لدى الهيئة السعودية للملكية

الفكرية برقم (.....).

أطراف الاعتراض:

صاحبة العلامة (المعترض عليها)..... «مقدمة الرد».

الشركة المعترضة:.....

أولاً: من الناحية الشكلية:

إشارة إلى المادة رقم (٢ / ١٤) من نظام العلامات التجارية لدول مجلس التعاون الخليج العربي ونص الشاهد منها «وعلى طالب التسجيل أن يقدم للجهة المختصة رداً مكتوباً على الاعتراض خلال ستين يوماً من تاريخ إبلاغه به، وإلا اعتبر متنازلاً عن طلب التسجيل» وحيث إن الاعتراض قدم بتاريخ /.... /.... هـ، ولأن الرد على الاعتراض قدم بتاريخ /.... /.... هـ فإنه حري بالقبول شكلاً.

ثانياً: من الناحية الموضوعية:

إن موكلتي لا تسلم بصحة ما ذكره وكيل المعارضة جملة وتفصيلاً، كما أننا في صدد بيان الأمور الجوهرية التي لم يذكرها المعارضة، وهي على النحو الآتي:

(ما يشار له أدناه للتوضيح ويمكن تعديله بحسب الحالة).

أولاً: معيار الجرس الصوتي:

بالنظر في العلامتين يتبين بأن معيار الجرس الصوتي لا ينطبق على العلامتين حيث إن علامة موكلتي (.....)، أما المدعى عليها فإنها (.....) ويتضح للقارئ والمستمع اختلاف الجرس الصوتي بين العلامتين.

### ثانياً: معيار تضليل المستهلك:

المعيار الموضوعي للمستهلك هو متوسط المستهلكين لا الشديد الحذر ولا المهمل اللامبالي وعليه فإن الواضح بأن العلامتين مختلفتين اختلافاً جوهرياً يمكن للمستهلك المهمل التمييز بينهما حيث إن اللفظة البارزة في شعار موكلتي هي «.....» وهي علامة فائقة الشهرة بين عموم المستهلكين.

### ثالثاً: معيار اللون:

من الواضح لسعادتكم تنوع الألوان في علامة موكلتي على عكس العلامة مقدمة الاعتراض، ويؤيد ذلك الحكم رقم (٤٣٧٤٣٥٧٨٥) لعام: ٢٣ / ٥ / ١٤٤٣هـ.

### رابعاً: معيار اللغة:

يظهر بأن العلامة المعترض عليها تتكون من حروف عربية ولاينية على عكس الشركة مقدمة الاعتراض.

### أخيراً:

نذكر لسعادتكم بعض الأحكام القضائية وبيان وجه الشاهد منها والتي تبين صحة ما أوردناها أعلاه. (أحكام وسوابق قضائية مساندة).

١- القضية رقم (٤٣٧٨٩٢٢٨٨) تاريخها: ٤ / ٩ / ١٤٤٣هـ، ومضمون

المراد منها:

«وأما الجرس الصوتي فإنه لا يصلح أن يكون مستمسكاً قوياً للرفض مع اختلاف شكل العلامتين والتغاير عند النظر إلى العلامتين بمجموعها».

وعليه فإننا لو سلمنا جدلاً بصحة اتحاد معيار الجرس الصوتي، فإن العلامتين بالنظر في مجموعهما مختلفتين وهذا ما استقر عليه القضاء.

٢- القضية رقم (٤٣٨٠٦٤١) تاريخها: ٢ / ٥ / ١٤٤٣ هـ، ومضمون المراد منها:

«تختلف كل علامة عن الأخرى بما يعطي لكل منهما انطبعا مغايراً عن الآخر، وشكلاً مختلفاً، والعبارة في تقدير التشابه ينصب على الأجزاء كاملة لا على جزء منها، مع ما قد يحمله من شيوع يمنع احتكاره، ولهذا فإن الدائرة تطمئن إلى عدم وجود تضليل على المستهلك يمكن أن يحدث بسبب هاتين العلامتين».

وعليه فإن النظر الكلي في الأجزاء الكاملة هو المعيار المعتمد وشيوع اللفظ مانع من احتكاره.

وبناء على ما سبق يتضح لسعادتك (تذكر النتيجة التي يؤسس عليها الطلب).

عليه أطلب:

رفض الاعتراض المقدم من.....

.....: مقدمه

.....: بالوكالة عنها:

.....: بموجب الوكالة رقم:

.....: رفض تسجيل العلامة لـ

## الخاتمة



في ختام هذا البحث، يتضح أن العلامات التجارية تُعد عنصرًا رئيسيًا في الاقتصاد المحلي والعالمي، كما أنها تؤدي دورًا محوريًا في حماية حقوق التجار والمستهلكين. وقد حرصت المملكة العربية السعودية على تعزيز هذه الحماية من خلال إنشاء الهيئات المختصة، وتشريع الأنظمة، وفرض العقوبات الرادعة على المخالفين، وذلك لمنع التعديات وضمان مصالح المواطنين. ومن خلال نظام العلامات التجارية لدول مجلس التعاون، أرسدت المملكة قواعد واضحة لتنظيم العلامات التجارية، وضبطت إجراءات تسجيلها، ومعالجة النزاعات المرتبطة بها، مما يضمن بيئة تجارية عادلة، ويعزز ثقة المستثمرين والمستهلكين في السوق.

وعليه، فإنه من الضروري أن يحرص أصحاب العلامات التجارية على اتخاذ الإجراءات القانونية اللازمة لحماية حقوقهم، والالتزام بالأنظمة المعمول بها، سواء عند تسجيل العلامة، أو عند الاعتراض على تسجيل علامات مشابهة، أو عند اللجوء إلى القضاء في حال وقوع تعديات أو تقليد لعلاماتهم التجارية.

## النتائج:

بعد استعراض المعايير المؤثرة في تسجيل العلامات التجارية وإجراءات حمايتها، يتضح أن العلامات التجارية ليست مجرد وسيلة تعريفية، بل تُعد من الركائز الأساسية في حفظ الحقوق التجارية وتعزيز ثقة المستهلكين في السوق، وبناءً على ذلك، يمكن استخلاص النتائج التالية:

**أهمية العلامة التجارية:** تكمن أهمية العلامة التجارية في حفظ حقوق مالكيها وحماية منتجاته، كما تعزز ثقة المستهلك في المنتج النهائي، مما يساهم في تحقيق استقرار الأسواق ودعم الاقتصاد.

**الإطار النظامي لحماية العلامات التجارية:** حرصت المملكة العربية السعودية على تعزيز الأطر التنظيمية لحماية العلامات التجارية، من خلال تشريع نظام العلامات التجارية لدول مجلس التعاون الخليجي، بالإضافة إلى انضمامها لعدد من الاتفاقيات الدولية التي تساهم في حماية الملكية الفكرية.

**معايير قبول العلامات التجارية ورفضها:** يتم النظر في العلامات التجارية بناءً على معايير استقر عليها القضاء في المملكة، مثل الجرس الصوتي، وتضليل المستهلك، وتشابه الشكل. ويُشترط لتسجيل العلامة التجارية أن تكون مميزة وغير مخالفة لأحكام النظام.

**العقوبات النظامية على المخالفين:** شدد المنظم على العقوبات المفروضة على منتهكي حقوق العلامات التجارية، حيث وضع عقوبات صارمة على البائع أو المصنع للمنتجات المقلدة أو المزورة، لضمان حماية العلامات التجارية وتعزيز النزاهة التجارية.

**إجراءات الاعتراض والتقاضي:** عززت المملكة العربية السعودية آليات حماية العلامة التجارية عبر توفير عدة درجات للاعتراض، حيث يبدأ الاعتراض أمام هيئة الملكية الفكرية، ثم يمكن تصعيده إلى المحاكم التجارية بمختلف درجاتها لضمان تحقيق العدالة.

**حق التعويض عن الاستعمال غير المشروع:** يحق لمالك العلامة التجارية المطالبة بالتعويض عن أي ضرر ناتج عن الاستعمال غير القانوني لعلامته، شريطة إثبات الضرر والعلاقة السببية بينه وبين الفعل المخالف، وفقاً لما نص عليه النظام والأحكام القضائية ذات الصلة.

## فهرس المصادر والمراجع



١. الأحكام الناظمة للعلامات التجارية الشائعة الشهرة في المملكة العربية السعودية - دراسة تحليلية في ضوء اتفاقية باريس واتفاق تريس، زياد أحمد حميد القرشي. مجلة الحقوق جامعة الملك عبد العزيز العدد الأول، ٢٠١٧م.
٢. الحماية المدنية للعلامات التجارية بين النظرية والتطبيق، دارين محمد عبدالله العمرو. ١٤٤٠هـ-٢٠١٨م.
٣. شطب العلامة التجاري دراسة مقارنة، آاء بنت محمد المقبلوي. رسالة ماجستير جامعة الملك عبدالعزيز، ٢٠١٨م.
٤. قانون (نظام) العلامات التجارية لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، الصادر بالمرسوم الملكي رقم (م/٥١) بتاريخ ٢٦/٧/١٤٤٣هـ.
٥. مجلة المجمع الفقهي، مجموعة مؤلفين. العدد الخامس. المجمع الفقهي الإسلامي برابطة العالم الإسلامي.
٦. مجموعة القواعد القانونية، التي قررتها محكمة النقض في خمس سنوات ١٩٨٠-١٩٨٥م، المكتب الفني بمحكمة النقض في القاهرة.
٧. معجم اللغة العربية المعاصرة، أحمد مختار عبد الحميد عمر. عالم الكتب. الطبعة الأولى، ١٤٢٩هـ-٢٠٠٨م.
٨. ندوة الويبو دون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، الدكتور حسام الدين الصغير.
٩. نظام الأسماء التجارية، الصادر بالمرسوم الملكي رقم (م/٨٣) وتاريخ ١٩/٣/١٤٤٦هـ.

١٠. نظام المعاملات المدنية، الصادر الصادر بالمرسوم الملكي رقم (م/١٩١) وتاريخ ٢٩/١١/١٤٤٤هـ، وقرار مجلس الوزراء رقم (٨٢٠) وتاريخ ٢٤/١١/١٤٤٤هـ.
١١. النظام الجزائي لجرائم التزوير، الصادر بالمرسوم الملكي رقم (م/١١) بتاريخ ١٨/٢/١٤٣٥هـ.
١٢. النظام القانوني للاسم التجاري والعلامة التجارية في القوانين العربية: دراسة مقارنة بين القوانين العربية، محمد بن براك الفوزان، مكتبة القانون والاقتصاد للنشر والتوزيع.
١٣. نظام المحاكم التجارية، الصادر بالمرسوم الملكي رقم (م/٩٣) وتاريخ ١٥/٠٨/١٤٤١هـ.
١٤. نظام المرافعات الشرعية، الصادر بالمرسوم الملكي رقم (م/١) بتاريخ ٢٢/١/١٤٣٥هـ.
١٥. نظام مكافحة جرائم الإرهاب وتمويله، الصادر بالمرسوم الملكي رقم (م/٢١) بتاريخ ١٢/٢/١٤٣٩هـ.
١٦. منصة أرقام الإلكترونية، <https://www.argaam.com>
١٧. موقع هيئة الملكية الفكرية، <https://www.saip.gov.sa/>
١٨. البوابة القانونية، <https://laws.moj.gov.sa/ar/>