

مجلة جامعة الملك سعود، م٢٩، الحقوق والعلوم السياسية (٢)، ص ص ١٩٣-٣٧٧ بالعربية، الرياض (٢٠١٧م/١٤٣٨هـ)

مجلة جامعة الملك سعود (دورية علمية محكمة)

المجلد التاسع والعشرون الحقوق والعلوم السياسية (٢)

(٢٠١٧م)

يوليو

(١٤٣٨هـ)

شوال

دار جامعة
الملك سعود للنشر
KING SAUD UNIVERSITY PRESS



ص.ب ٦٨٩٥٣ - الرياض ١١٥٣٧ المملكة العربية السعودية

هيئة التحرير

رئيس التحرير

- أ. د. أحمد بن سالم العامري
أ. د. صالح بن زياد الغامدي
أ. د. خالد بن عبدالله الرشيد
أ. د. إبراهيم بن محمد الشهوان
أ. د. أنيس بن حمزة فقيها
أ. د. خالد بن حمد التقدير
أ. د. علي بن عبدالله الصباح
أ. د. علي بن سالم باهمام
أ. د. محمد بن عبدالله الثنيان
أ. د. صالح بن محمد الخثلان
د. فهد بن سليمان الشايح
د. فيصل بن محمد القحطاني
د. منصور بن محمد السليمان

أعضاء هيئة التحرير الفرعية

- رئيساً
عضواً
عضواً
عضواً
عضواً
عضواً
- أ. د. صالح محمد الخثلان
أ. د. عبدالله جمعان الغامدي
أ. د. عبدالستار عبدالحميد سلمي
أ. د. الشهابي إبراهيم الشراوي
د. أسامة محمد السليمان
د. محمد صافي الخيش

© ٢٠١٧م (١٤٣٨هـ) جامعة الملك سعود

جميع حقوق النشر محفوظة. لا يسمح بإعادة نشر أي جزء من المجلة أو نسخه بأي شكل وبأي وسيلة سواء كانت إلكترونية أو آلية بما في ذلك التصوير والتسجيل أو الإدخال في أي نظام حفظ معلومات أو استعادتها بدون الحصول على موافقة كتابية من دار جامعة الملك سعود للنشر.

المحتويات

صفحة

اندماج الشركات في إجراءات تحقيقه ونتائج وقوعه وفق النظام التجاري السعودي	
خالد بن عبدالعزيز الرويس	١٩٣
الأحكام القانونية لشركة الشخص الواحد وفقاً لنظام الشركات السعودي الجديد	
أحمد بن عبدالرحمن المجالي	٢٥٩
حقوق الأولوية في الاكتتاب بالأسهم: دراسة قانونية تحليلية	
ياسر بن فضل السريجي	٢٨٧
الحماية الجزائية للعلامة التجارية وفقاً لنظام العلامات التجارية السعودي: دراسة مقارنة	
مهند محمد ضمرة	٣٢٣

الحماية الجزائية للعلامة التجارية وفقاً لنظام العلامات التجارية السعودي: دراسة مقارنة

مهند محمد ضمرة

أستاذ القانون المساعد، قسم الأنظمة،

كلية الدراسات التطبيقية وخدمة المجتمع، جامعة الملك سعود

(قدم للنشر في ٢٨/١٢/١٤٣٧هـ؛ وقبل للنشر في ٢٤/٢/١٤٣٨هـ)

الكلمات المفتاحية: حماية، علامة تجارية، جريمة، ركن، تعدي، ملاحقة، دعوى، عقوبة.

ملخص البحث. جاءت هذه الدراسة لتتناول بالبحث جانباً هاماً من الجوانب القانونية التي تطرحها دراسة العلامة التجارية، ألا وهو الحماية الجزائية لها، والذي تناول البحث فيه حمايتها وفقاً لنظام العلامات التجارية السعودي (م/٢١) لعام ١٤٢٣هـ وتعديلاته، والذي ركزت فيه على بيان الأركان النظامية لقيام جريمة العلامة التجارية بجميع صورها، من حيث بيان عناصر قيام الركن المادي والمعنوي فيها. كما تناولت هذه الدراسة الجانب الإجرائي في تحريك الدعوى في هذا النوع من الجرائم من حيث أصحاب الحق في تحريك الدعوى العمومية، وصفة الضابطة القضائية فيها، ومدة انقضائها الحق في رفعها، مقارنة بالقواعد العامة في هذا الشأن. وأخيراً ركزت هذه الدراسة على العقوبات النظامية التي فرضها المنظم السعودي على المعتدي عليها، سواءً منها العقوبات الأصلية أو التكميلية.

مقدمة عامة

الأخريين، فجاءت القواعد الخلقية منذ الأزل ومن

بعدها القواعد الدينية والقانونية لتنظيم هذه العلاقات

البشرية بردع المعتدي عن تعديه وبإعطاء كل ذي حق

لا يخفى على أحد ما تميل إليه النزعة البشرية من

حب للذات، قد تصل أحياناً إلى التعدي على حقوق

مالكها يقوم بوضع علامة خاصة به عليها عن طريق حرق جلد الحيوانات ووشمها، لتدل هذه العلامة على ملكيته لها، لذلك كانت هذه العلامات تسمى بعلامات الملكية (Proprietary Marks) (برانبو، ٢٠١٢م). أما في العصور الوسطى، ومع ظهور النقابات والجمعيات المهنية أو ما تعرف بنظام الطوائف، التي فرضت على أعضائها استخدام علامات إنتاج إجبارية، كان الغاية منها إثبات أن الشخص مالك العلامة مرخص له بمزاولة المهنة، فضلاً عن تحديد المسؤولية عن المنتجات ذات الجودة المنخفضة، والرقابة على التجار الذين يمارسون المهنة. فكان دور العلامة في تلك الفترة دالاً على الطائفة أكثر من دلالتها على الصانع للمنتجات (برانبو، ٢٠١٢م). وأما في العصور الحديثة، وخاصة مع ظهور الثورة الصناعية وتحول وسيلة الإنتاج من العمل اليدوي إلى العمل بواسطة الآلات، ازداد الإنتاج وتنوع، مما ترتب عنه تطوير أساليب التوزيع لإيصال المنتجات إلى المستهلك فصاحب ذلك ازدياد في استعمال العلامة التجارية (زين الدين، ٢٠٠٩م)، وبدأت تلعب ذات الدور الذي تلعبه الآن من حيث الدلالة على صفة تميز المنتج وجودته ووحدة مصدره، دون النظر إلى صفة مالكه، فما يهم المستهلك أصبح هو التأكد من أن المنتج الذي اشتراه في السابق ولاقى قبولاً لديه هو ذاته الذي سيقدم على شرائه مرة ثانية (برانبو، ٢٠١٢م).

حقه. ولا تخرج حقوق الملكية الصناعية عن إحدى هذه الحقوق بصفتها حقوق معنوية من نتاج العقل تمثل قيمة مالية تستحق الحماية مثلها مثل باقي الحقوق. وتتفرع هذه الحقوق إلى فرعين رئيسيين، أولها: حقوق ترد على ابتكارات جديدة وهي براءات الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية. وثانيها: حقوق ترد على إشارات أو علامات مميزة وهي العلامات التجارية والأسماء التجارية. وقد جاءت هذه الدراسة لتتناول إحدى هذه الحقوق الهامة وهي العلامة التجارية، والتي تعرف بأنها كل إشارة أو دلالة تسمح بتمييز السلع والخدمات عما يماثلها^(١).

وإذا ما تتبعنا التطور التاريخي لها، نجد أن وجودها يرجع إلى القدم مع اختلاف الغاية عما هي عليه الآن. فقد ظهرت منذ العصور القديمة، فكانت تستخدم بشكل رئيس على قطعان المواشي، حيث كان

(١) وقد أسهبت المادة (١) من نظام العلامات التجارية السعودي رقم ٢١ / تاريخ ٢٦ / ٥ / ١٤٢٣هـ في تعريفها للعلامة التجارية بنصها على أنه "تعد علامة تجارية في تطبيق أحكام هذا النظام الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً أو الإمضاءات أو الكلمات أو الحروف أو الأرقام أو الرسوم 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 للمالك العلامة بداعي صنعه أو انتقائه أو اختراعه أو الاتجار بها وللدلالة على تأدية خدمة من الخدمات".

الوظيفة الأساسية لها، كوسيلة تضمن جودة المنتج أو الخدمة المقدمة، فهي لا تتعدى أن تكون أكثر من مجرد رمز، لكن الفكرة التي تتضمنها كبيرة، ولذلك لا غرابة في تسابق التجار على تقديم الأفضل للمستهلك تحت ظل العلامة التجارية التي يمتلكونها. وهذا التسابق ثمنه جهد ومال وصبر قد يستمر إلى سنوات عدة إلى حين أن تستقر في ذهن المستهلكين جودة هذا المنتج أو الخدمة التي تحملها هذه العلامة.

وهنا تأتي أهمية هذه الدراسة في تناول النظام القانوني الذي وضعه المنظم في حماية العلامة التجارية من كل معتد عليها، حماية لأصحابها وللمستهلكين الذين اعتادوا على التعامل بها. وتتجسد هذه الحماية في جانبين، الأول: مدني والثاني: جزائي. وستتناول هذه الدراسة الجانب الجزائي فيها، من حيث تحديد أركان قيام جريمة التعدي عليها. والإجراءات النظامية لمباشرة دعوى الحق العام فيها من حيث تحريكها ورفع الدعوى القضائية فيها لدى الجهة المختصة، والعقوبات التي تقع على مرتكب فعل التعدي عليها.

منهجية الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، والذي استند على ثلاثة محاور أساسية: الأول: محاولة لقراءة النصوص القانونية المنظمة للجانب الجزائي في حماية العلامة التجارية، وعلى وجه الخصوص النصوص المنظمة

ومع تطور الوقت وانتشار توزيع المنتجات داخلياً وخارجياً، وتنازع القوانين الوطنية عن إيجاد بيئة مناسبة لحماية أصحاب الحق في العلامة التجارية، فقد سارعت الدول ذات الاقتصاديات الكبرى على الحث على توحيد قواعد أحكام الملكية الصناعية والتجارية، بموجب اتفاقيات دولية. وتعد اتفاقية باريس عام ١٨٨٣م أول الاتفاقيات في مجال حماية الملكية الصناعية بوجه عام، والعلامات التجارية بوجه خاص، والتي تعد الركيزة الأساسية لتاريخ اليوم في حماية حقوق الملكية الصناعية والتجارية (برانبو، ٢٠١٢م)، وتلتها فيما بعد العديد من الاتفاقيات في هذا المجال^(٢) أهمها اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس) عام ١٩٩٤م، والتي جاءت مكملة لاتفاقية باريس في هذا الشأن. والتي ستعرض إلى بعض أحكامها فيما يتصل بموضوع هذه الدراسة في موضعه.

أهمية الدراسة

تتعدد المسائل القانونية التي تثيرها دراسة العلامة التجارية، وهذا بطبيعة الأمر يرجع إلى حيوية

(٢) منها اتفاقية وبروتوكول مدريد للتسجيل الدولي للعلامات (١٨٩١م)، واتفاقية نيس للتصنيف الدولي للبضائع والخدمات لأغراض تسجيل العلامات لعام ١٩٥٧م، ومعاهدة قانون العلامات التجارية لعام ١٩٩٤م، ومعاهدة سنغافورة حول قانون العلامات التجارية لعام ٢٠٠٦م والتي عنيت بتوحيد ومقاربة الإجراءات الإدارية لتسجيل العلامات التجارية على مستوى العالم.

- لذلك في نظام العلامات التجارية السعودي (م/ ٢١) لعام ١٤٢٣هـ مع التعديلات الواقعة على بعض أحكامه، في دراسة مقارنة، بينه وبين كل من قوانين مجلس التعاون الخليجي ومصر والأردن. والمحور الثاني: محاولة للوقوف على رأي الفقه في المسائل التي سكت عنها النظام، بما يتماشى والتحليل المنطقي للنصوص سواءً أكان ذلك في النص الخاص الممثل في نظام العلامات التجارية أو النص العام الممثل في نظام العقوبات ونظام الاجراءات الجزائية. والمحور الثالث: الوقوف على التطبيقات القضائية في مجال الحماية الجزائية للعلامة التجارية، بصفتها المرآة العاكسة للنزاعات المطروحة على أرض الواقع.
- المطلب الثاني: صور السلوك الإجرامي.
- o المبحث الثاني: الركن المعنوي في جريمة التعدي على العلامة التجارية.
- المطلب الأول: صور الركن المعنوي.
- المطلب الثاني: قيام القصد العام.
- المطلب الثالث: مدى قيام القصد الخاص.
- الفصل الثاني: إجراءات الملاحقة والعقوبات في جريمة التعدي على العلامة التجارية.
- o المبحث الأول: إجراءات الملاحقة الجزائية.
- المطلب الأول: تحريك الدعوى العمومية.
- المطلب الثاني: رفع الدعوى القضائية.
- o المبحث الثاني: العقوبات المقررة في جريمة التعدي على العلامة التجارية.

خطة الدراسة

- يطرح موضوع هذه الدراسة التساؤل التالي: ما هي أركان جريمة التعدي على العلامة التجارية وإجراءات التتبع القضائية فيها، والعقوبات المقررة لها في النظام السعودي؟ وللإجابة على هذا التساؤل جاء تقسيم خطة هذه الدراسة ضمن العناصر الرئيسة التالية:
- الفصل الأول: أركان جريمة التعدي على العلامة التجارية.
- o المبحث الأول: الركن المادي في جريمة التعدي على العلامة التجارية.
- المطلب الأول: محل السلوك الإجرامي (العلامة التجارية المسجلة).
- o المطلب الأول: العقوبات المقررة في جريمة التعدي على العلامة التجارية.
- المطلب الثاني: العقوبات التكميلية.

الفصل الأول:

أركان جريمة التعدي على العلامة التجارية

لا تختلف جريمة التعدي على العلامة التجارية بجميع صورها - والتي سيأتي بيانها - عن أي جريمة كانت، من حيث مقومات قيامها، إذ يجب أن تقوم على ثلاثة أركان أساسية وهي: الركن الشرعي، والذي يقصد به - كما هو معلوم - أنه لا جريمة ولا عقاب إلا بنص قانوني، إذ إن الأصل في كل ما يأتيه الشخص من سلوك

مستحيلة (الصيفي، بدون سنة). ولا تخرج جريمة التعدي على العلامة التجارية بجميع صورها عن هذا المفهوم. لذا سنتناول بالبحث في مطلب أول محل السلوك الإجرامي لفعل التعدي على العلامة التجارية وهو العلامة التجارية المسجلة، وفي مطلب ثاني نتناول بالبحث السلوك الإجرامي الممثل في فعل التعدي في هذه الجريمة.

المطلب الأول: محل السلوك الإجرامي (العلامة التجارية المسجلة)

تعتبر "العلامة التجارية" هي المحل الذي قصد المنظم حمايته في تجريم فعل التعدي عليه. وهو يدخل في التقسيم الوضعي للجرائم ضمن الجرائم الواقعة على الأموال كون أن محلها مال، وهو مال معنوي، والعلامة التجارية التي عني المنظم في حمايتها ليست أي علامة تجارية، بل هي العلامة التجارية المسجلة، بمعنى أن العلامة التجارية غير المسجلة تخرج عن نطاق الحماية الجزائية، وفي هذا الشأن تجمع غالبية القوانين^(٤) فالتسجيل هو الشرط الأساسي والجوهري لإسباغ الحماية الجزائية عليها.

(٤) المادة (١١٣) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢م، المادة (٣٨) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم ٣٣ لسنة ١٩٥٢م المعدل بالقانون رقم ٤٣ لسنة ١٩٩٩م. قوانين العلامات التجارية في دول مجلس التعاون الخليجي (المادة (٣١) من القانون البحريني رقم ١٠ / لسنة ١٩٩١م. المادة (٣٧) من القانون الإماراتي رقم ٣٧ / لسنة ١٩٩٢م. المادة (٩١) من القانون الكويتي رقم ٦٨ / لسنة ١٩٨٠م المعدل بالقانون رقم ٣ / لسنة ١٩٩٩م. المادة (٣٤) من القانون القطري رقم ٣ / لسنة ١٩٧٨م.

هو الإباحة، إلا ما أستثنى بنص قانوني يمنعه ويضع العقاب على فعله، ولا تخرج جريمة التعدي على العلامة التجارية عن ذلك، إذ إن جميع الصور التي ذكرها المنظم هي مجرمة بالنص القانوني. ونظراً لأن الركن الشرعي يعد مما هو مسلم به في أي جريمة كانت، فلا داعي لأن نخصص له مبحثاً مستقلاً، كون أن بحثه في موضوع دراستنا لا يخرج عن القواعد العامة في هذا الشأن. وأما الركن الثاني لقيام الجريمة فهو: الركن المادي وهو الذي يعنى بإديات الجريمة، من حيث طبيعة السلوك والنتيجة الماسة بالحق أو المصلحة المحمية نظاماً وهو ما سنتناول بحثه فيما يخص موضوع هذه الدراسة في المبحث الأول. وأما الركن الثالث والأخير لقيام الجريمة فهو: الركن المعنوي، وهو الذي يعنى في تناول شخصية الجاني، واتصالها بإديات الجريمة، وهو ما سنتناول بحثه في المبحث الثاني من هذه الدراسة.

المبحث الأول: الركن المادي لجريمة التعدي على العلامة التجارية

نتناول في بحثنا لهذا الركن نقطتين أساسيتين: الأولى تنسب إلى الجاني وتمثل في السلوك الإجرامي لهذه الجريمة. والثانية المحل الذي يقع عليه هذا السلوك، فلا جريمة دون وجود محل لهذه الجريمة^(٥) وإلا سميت جريمة

(٣) فجريمة السرقة محلها المال المملوك للغير، وجريمة القتل محلها الإنسان الحي، وجريمة الإجهاض محلها الجنين، وجريمة التزوير محلها المحرر الذي يقع عليه التغيير.

ونظراً لأهمية التسجيل سنتناول شروط قبول تسجيل العلامة التجارية في النظام السعودي في فرع أول ونتحدث في فرع ثاني عن الشروط النظامية لتمتع العلامة التجارية بالحماية الجزائية، فليس كل علامة تجارية مسجلة تتمتع بالضرورة بالحماية الجزائية.

الفرع الأول: شروط قبول تسجيل العلامة التجارية
هذه الشروط تتصل في وصف العلامة التجارية ذاتها، فليس كل علامة يمكن وصفها بالعلامة التجارية المعتبرة نظاماً لإصباح الحماية الجزائية عليها، بل يجب أن تتوافر في هذه العلامة شروطاً معينة أشار إليها النظام نوجزها فيما يلي:

أولاً: أن تكون العلامة التجارية علامة مميزة (فارقة)
هذا ما أشارت إليه المادة الأولى من نظام العلامات التجارية السعودي صراحةً بقولها "تعد علامة تجارية في تطبيق أحكام هذا النظام الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً أو أي إشارة أخرى أو أي مجموع منها تكون قابلة للإدراك بالنظر وصالحة لتمييز منتجات صناعية أو تجارية أو حرفية أو زراعية ...".^(٦)

(٦) المقابلة في ذات المعنى لقوانين العلامات التجارية في دول مجلس التعاون الخليجي (المادة (١) بحريني، المادة (٢) إماراتي، المادة (١) عماني، المادة (٦١) كويتي، المادة (١) قطري)، المادة (١) من قانون العلامات التجارية الأردني، المادة (٦٣) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري.

ويرجع السبب في اشتراط التسجيل لتوفير الحماية الجزائية للعلامة التجارية، إلى إعطاء حافز للملكي العلامات التجارية إلى المسارعة على تسجيل علاماتهم، تجنباً للمنازعات وتوفيراً لاستقرار المعاملات في الوسط التجاري (برانبو، ٢٠١٢م). وقد نص المنظم السعودي في المادة (٤٣/أ) من نظام العلامات التجارية على شرط التسجيل إذ جاء فيها "كل من زور علامة مسجلة ...".

وقد جاء تطبيق القضاء ممثلاً في ديوان المظالم في المملكة في ذلك واضحاً بنصه على أن "العلامة التجارية لا تتمتع بالحماية التي كفلها نظام العلامات التجارية إلا بعد تسجيلها لدى الجهة المختصة بذلك ..."^(٧)، وعليه فإن العلامة التجارية غير المسجلة والمعتدى عليها من طرف الغير لا تتمتع بالحماية الجزائية. فالحماية الجزائية للعلامة تدور وجوداً وعدمًا مع التسجيل (زين الدين، ٢٠٠٠م).
ويطرح في هذا السياق تساؤلاً حول العلامات التجارية المشهورة، هل يشترط فيها التسجيل كشرط لتوفير الحماية الجزائية لها؟ بقراءة النص المذكور أعلاه في النظام السعودي نلاحظ أن عبارته جاءت عامة وبالتالي لا يمكن إضفاء الحماية الجزائية على علامة تجارية غير مسجلة حتى ولو كانت مشهورة، وفقاً لقواعد تفسير النص الجنائي التي لا يقبل التوسع فيها، وهذا الرأي هو الغالب الذي أخذ به الفقه (الشمري، ١٤٢٦هـ).

(٥) حكم ديوان المظالم رقم ٢٠٨/ت/٤ لعام ١٤١٧هـ.

البضائع أو الخدمات مما يرفع عن ذهن الجمهور وجود أي خلط أو لبس بين هذه البضاعة أو الخدمة وغيرها (الكسواني، ١٩٩٨م). ويبقى لمسجل العلامة أو للمحكمة سلطة تقدير علامة ما مميزة أو لا، مع الأخذ بعين الاعتبار إذا كانت العلامة مستعملة، طول المدى الذي جعل من ذلك الاستعمال يصنع عليها صفة التميز أم لا (زين الدين، ٢٠٠٠م).

ومن التطبيقات القضائية في هذا الشأن نذكر ما حكم به ديوان المظالم عندما رفض طلب تسجيل العلامة التجارية التي تتضمن عبارة (تحضيرها سهل تقدم بكل فخر) مكتوبة بالعربية واللاتينية بنصه "... وحيث بالاطلاع على العلامة محل الدعوى تبين عدم التميز فيها وأنها لا تعدو أن تكون وصفاً للمنتج الذي يراد أن توضع عليه بأنه سهل التحضير، لذا فإن قرار وزارة التجارة والصناعة الصادر برفض تسجيل العلامة محل الدعوى جاء متفقاً مع النظام ولا يمكن لإلغائه...".^(٧)

ثانياً: أن تتصف العلامة التجارية بصفة الجدة

صفة الجدة تعني أن تكون العلامة التجارية جديدة أي لم يسبق استعمالها أو تسجيلها من قبل. ولكي تعتبر العلامة التجارية جديدة يجب أن تكون

وهذا بالأمر الطبيعي لأن العلامة التجارية وجدت أصلاً لتمييز البضائع والمنتجات عن بعضها البعض، وكيف يمكن لها تحقيق هذه الغاية إذا لم تكن هذه العلامة أو الشارة لها نوع من الخصوصية في ذهن المتعاملين بها.

كما أن المنظم السعودي في نص المادة (٢/أ) من نظام العلامات التجارية أقر خاصية التميز هذه للعلامة التجارية أثناء تعداد هذه المادة للعلامات التجارية التي لا يجوز تسجيلها وذكرت من بينها "الإشارات الخالية من أية صفة مميزة....". مما يؤكد هذا على صفة التميز للعلامة التجارية والتي هي الأساس في إعطاءها الشرعية القانونية لتوفير الحماية لها.

وأما عن صفة التميز التي يجب أن تكون في العلامة التجارية فلم يحصر المنظم هذه الصفة بأي شكل أو شارة أو رسم أو كتابة أو صورة أو رمز أو أي تركيب من هذا القبيل، فقد تتخذ شكلاً هندسياً معيناً كأن تتخذ شكلاً دائرياً أو مربعاً أو مسدساً مميزاً أو متى تم رسمها بشكل زخرفي مميز (الكسواني، ١٩٩٨م). إذ يكفي في هذا الشأن وجود ما يدل على وجود ابتكار جديد يعطي خصوصية ما لمنتج أو بضاعة معينة من خلال هذه العلامة. إلا أنه يجب أن لا يفهم من هذا الابتكار أن تتخذ العلامة التجارية شكلاً فنياً جيداً أو جميلاً، وإنما كل ما هو مقصود هو تمييز العلامة عن غيرها من العلامات التي توضع في نفس السلع أو

(٧) حكم رقم ٦٩/د/١/٦ لعام ١٤٢٨هـ، المؤيد بالحكم رقم ٤٢٧/ت/٥ لعام ١٤٢٨هـ.

مميزة في شكلها عن غيرها، كما سبق بيانه، سواء أكان هذا التمييز أو الاختلاف تمييزاً كاملاً أو تمييزاً نسبياً. بمعنى أن العلامة التجارية لا تفقد عنصر الجدة فيها إذا اشتركت في بعض عناصرها المكونة لها مع علامة أخرى حتى ولو كانتا مستعملتين في صناعة واحدة ما دام أن عناصرهما في مجموعهما مختلفة التركيب والمظهر (زين الدين، ٢٠٠٠م).

ولا يخفى على أحد أن سبب الاعتداد بعنصر الجدة في العلامة التجارية كشرط لحمايتها قانونياً هو ذات السبب في وجود العلامة التجارية أصلاً كعلامة تمييز المنتجات والبضائع والخدمات عن بعضها البعض، بما يضمن للمستهلك جودة هذه البضائع والخدمات. لذا فإن التركيز من طرف القاضي أو مسجل العلامة التجارية على أنها علامة مبتكرة وجديدة يعد بمثابة العنصر الأساسي والجوهري في توفير الحماية القانونية لها.

ثالثاً: أن تكون العلامة التجارية مشروعة

المقصود بهذا أن تكون العلامة المراد تسجيلها غير مخالفة لنصوص القانون، وبطبيعة الحال إن هذه

المخالفة يجب أن تفسر في الإطار الضيق تجنباً للمساس بالمبدأ السائد وهو حرية التجارة والصناعة. وقد عدت المادة (٢) من نظام العلامات التجارية

(٨) المقابلة في ذات المعنى لقوانين العلامات التجارية في دول مجلس التعاون الخليجي (المادة (٥) بحريني، المادة (٣) إماراتي، المادة (٢) عماني، المادة (٦٢) كويتي، المادة (١٠) قطري)، المادة (٨) من قانون العلامات التجارية الأردني، المادة (٦٧) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري.

السعودي^(٨) الحالات التي لا يجوز فيها تسجيل العلامة التجارية نذكر منها:

١- كل تعبير أو إشارة أو رسم محل بالدين أو يكون مطابقاً أو مماثلاً لرمز ذي صبغة دينية.

٢- كل تعبير أو إشارة أو رسم مخالف للنظام العام أو الآداب العامة.

٣- الشعارات العامة والأعلام وغيرها من الرموز والأسماء أو التسميات الخاصة بالمملكة.

٤- البيانات التي من شأنها أن تضلل الجمهور.

وبطبيعة الحال فإن مفهوم النظام العام والآداب العامة مفهوم مرن يمكن أن يعطي الصلاحية الواسعة لمسجل العلامات التجارية في الامتناع عن تسجيل أي علامة يرى انها مخالفة للنظام العام أو الآداب العامة. ولعل تطبيق ذلك في المجتمع السعودي قد يكون أكثر تشدداً نظراً لقيام هذا المجتمع بفضل الله ومنتته على أحكام الشريعة الإسلامية. فلا يعقل أن يتم الموافقة على تسجيل علامة تجارية فيها إخلال بالحياء العام والذي قد يكون عادياً في مجتمعات أخرى كالعلامات التجارية الخاصة بصور النساء على بعض المنتجات الخاصة بالسيدات.

التسجيل ليس بالمفهوم الذي عناه المنظم لحمايتها. لذا وجب التعرف على الشروط النظامية لتمتع العلامة التجارية المسجلة بالحماية القانونية، وهي:

أولاً: أن تكون العلامة التجارية مسجلة تسجيلاً نهائياً المقصود بذلك أن تكون العلامة التجارية قد استكملت عناصر التسجيل النهائي لها، بأن أصبح القرار النهائي الصادر بتسجيلها تسجيلاً غير قابل للطعن، فإن كان قرار تسجيل العلامة التجارية قابلاً للطعن وتم الاعتداء عليها في مدة الطعن انتفى حق صاحبها بتتبع مرتكب فعل الاعتداء عليها، إذ يجب عليه الانتظار الى حين صيرورة قرار التسجيل نهائياً. وللوقوف على الفترة التي يصبح فيها قرار التسجيل نهائياً في نظام العلامات التجارية السعودي، يجب معرفة المراحل التي يمر بها تسجيل العلامة التجارية، والتي يمكن أن نوجزها فيما يلي:

المرحلة الأولى: مرحلة إيداع طلب التسجيل: تعد وزارة التجارة الجهة المختصة في المملكة في تسجيل العلامات التجارية، وقد أسندت لها المادة الثالثة من نظام العلامات التجارية السعودي هذه المهمة. وهي تحتفظ بسجل خاص في هذا الشأن يسمى (سجل العلامات التجارية)، تسجل فيه جميع العلامات التجارية وأسماء أصحابها وعناوينهم وأوصاف

ومن التطبيقات القضائية لديوان المظالم في هذا الشأن، ما حكم به من إلغاء قرار وزارة التجارة والصناعة المتضمن قبول تسجيل العلامة التجارية (ستار أكاديمي) لاشتمالها على ما يخالف النظام العام والآداب العامة بقوله "... وحيث إن برنامج (ستار أكاديمي) التلفزيوني قد اشتمل على محرمات شرعية على نحو ما أشير إليه في الوقائع، وهو الواقع المستفيض، وصدر بهذا الشأن بيان من اللجنة الدائمة للبحوث العلمية والإفتاء بالمملكة العربية السعودية ... وحيث إن العلامة محل الدعوى قد اتخذت اسم البرنامج ... حكمت الدائرة بإلغاء قرار وزير التجارة والصناعة الصادر بقبول تسجيل العلامة محل الدعوى"^(٩).
وخلاصة القول أنه لا يمكن تسجيل أي علامة تجارية تأتي من ضمن الحالات التي ذكرتها المادة الثانية من نظام العلامات التجارية السعودي، وبالتالي لا تتمتع بالحماية القانونية، حتى ولو جرى استعمالها فعلاً على أرض الواقع لفترة زمنية طويلة نظراً لعدم شرعيتها من الناحية القانونية.

الفرع الثاني: شروط تمتع العلامة التجارية المسجلة بالحماية الجزائية

ليس بالضرورة أن تلقى كل علامة تجارية مسجلة الحماية الجزائية، فقد تكون مسجلة ولكن هذا

(٩) حكم ١٣٩/د/٤ لعام ١٤٢٦هـ، المؤيد بالحكم ٣١/ت/٥ لعام ١٤٢٧هـ.

التنفيذية الصادرة له، باعتبارها علامة مميزة وجديدة ومبتكرة ومشروعة، فإذا وجد أنها متماشية مع النظام أصدر قراراً بقبول تسجيلها، وأعد في هذا إعلاناً يتضمن اسم صاحب التسجيل وعنوانه وجنسيته ووصف للعلامة وصورتها والمنتجات أو الخدمات المطلوب تسجيل العلامة عنها وفتتها^(١٣)، ويسلم فيما بعد هذا الإعلان إلى صاحب الطلب ليتولى نشره خلال ٣٠ يوماً في موقع وزارة التجارة والصناعة الإلكتروني أو الموقع الذي تحدده وزارة التجارة على نفقته وإلا اعتبر متنازلاً عن طلبه^(١٤). وفي ذلك فإنه لا يعد قبول تسجيل العلامة بطلب الإعلان عنها بمثابة قرار نهائي بملكية صاحب العلامة لها.

المرحلة الثالثة: مرحلة تسجيل العلامة التجارية: وهي المرحلة الختامية التي يصدر بموجبها قرار نهائي بتسجيل العلامة التجارية، والتي يستلزم ما قبل إصداره انتظار مدة ٩٠ يوماً من تاريخ نشر الإعلان في موقع وزارة التجارة والصناعة أو الموقع الذي تحدده

(١٣) المادة (١٠) من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية السعودي.

(١٤) المادة (١٠) من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية السعودي، بعد تعديلها بالقرار الوزاري رقم (١١٤٧) تاريخ ٣٠/١١/١٤٣٣هـ. حيث إن آلية النشر كانت تتم عن طريق تسليم الإعلان إلى طالب التسجيل لنشره في الجريدة الرسمية على نفقته خلال مدة ستة أشهر من استلامه له.

بضائعهم، وما يطرأ على هذه العلامات من تصرفات قانونية (كالنقل أو الرهن أو الترخيص ... إلخ). ويقدم طلب التسجيل خطياً لكل من يرغب في ذلك من الأشخاص المشار إليهم في المادة الرابعة من النظام^(١٥). كما يشترط أن يكون طلب التسجيل قاصراً على تسجيل علامة عن فئة واحدة أو أكثر من فئات المنتجات أو الخدمات، وتتعدد الطلبات بتعدد الفئات المطلوب تسجيل العلامة عنها^(١٦). ويتم إيداع طلب التسجيل في سجل خاص بمكتب العلامات التجارية يسمى (سجل إيداع الطلبات) تقيد فيه طلبات التسجيل بأرقام متتابعة حسب تواريخ الإيداع^(١٧).

المرحلة الثانية: مرحلة قبول طلب التسجيل: ما بعد إيداع طلب التسجيل لدى مكتب العلامات التجارية بوزارة التجارة يقوم المكتب بفحص الطلب للتأكد من توافر البيانات التي نص عليها النظام واللائحة

(١٥) وهؤلاء الأشخاص هم بنص هذه المادة "..... (أ) الأشخاص الطبيعيون والمعنويون المتمتعون بالجنسية السعودية. (ب) الأشخاص المقيمون في المملكة عادة والمصرح لهم بمباشرة عمل من الأعمال التجارية أو الحرفية. (ج) الأشخاص المتمتعون إلى دولة تعامل المملكة بالمثل. (د) الأشخاص المتمتعون إلى دولة عضو في اتفاقية دولية متعددة الأطراف تكون المملكة طرفاً فيها أو يقيمون في تلك الدولة. (هـ) المصالح العامة".

(١٦) المادة (٦) من نظام العلامات التجارية السعودي.

(١٧) المادة (٦) من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية السعودي.

ويطرح في هذا الشأن تساؤلاً قد ينقض ما سبق قوله تثيره المادة (١٥) من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية السعودي والتي جاء في فقرتها الأخيرة ما يلي " ... ويكون لتسجيل العلامة أثره من تاريخ تقديم طلب التسجيل الثابت بسجل الإيداع ... " بمعنى هل أن فعل الاعتداء الواقع على العلامة التجارية اللاحق لتاريخ الإيداع وقبل تمام التسجيل يلقي الحماية الجزائية لها؟ يرى البعض من الفقه أن مباشرة الدعوى الجنائية قبل إتمام التسجيل غير مقبولة (القليوبي، ١٩٦٧م). بينما يرى البعض الآخر أن الحماية الجزائية للعلامة التجارية تتوافر بمجرد إيداع طلب التسجيل (طه، ١٩٨٢م) إلا أنني أرى أن الرأي الأول هو الأقرب إلى الصواب حيث إن المنظم عندما جرم الفعل الواقع على العلامة التجارية اشترط أن تكون مسجلة. ولا يمكن بالتالي قبول أن يصبح الفعل غير مجرم قبل تمام التسجيل فعلاً مجرمًا بعد تمام التسجيل، كون أن فعل الاعتداء في أية جريمة يجب أن يقع على محل مجرم لحظة ارتكاب الجريمة، وما قبل تمام التسجيل لا يعد الاعتداء على العلامة التجارية مجرمًا لغياب محلها وهو العلامة التجارية المسجلة. لكن إن استمر فعل التعدي ما بعد تمام التسجيل فالجريمة مستمرة ومحلها متوفر فيلاحق مرتكبها جزائياً لتوافر محلها في هذه الحالة. أما وعن تطبيق الأثر الرجعي للتسجيل من تاريخ الإيداع تطبيقاً للمادة (١٥) المشار

هذه الوزارة. وهي المدة التي يتاح فيها لأي شخص الاعتراض على قبول تسجيل العلامة التجارية أمام ديوان المظالم سابقاً^(١٥)، فإن وجد مثل هذا الاعتراض فإنه يوجب ذلك انتظار صدور حكم نهائي من ديوان المظالم لمصلحة مقدم طلب تسجيل العلامة التجارية^(١٦). وعليه فإن مرور التسعين يوماً من تاريخ نشر الإعلان في موقع وزارة التجارة والصناعة دون تقديم أي اعتراض أو من تاريخ صيرورة حكم ديوان المظالم الفاصل في الاعتراض نهائياً لمصلحة مقدم طلب التسجيل، يقوم مكتب العلامات التجارية بوزارة التجارة بتسجيل العلامة التجارية ما بعد دفع الرسوم المستحقة نظاماً.

وفي هذه الحالة فقط نستطيع القول أن محل الجريمة لإجراء الملاحقة الجزائية لفعل الاعتداء على العلامة التجارية قد قام، فيستطيع مالك العلامة التجارية تتبع فعل الاعتداء على علامته التجارية اللاحقة لصيرورة قرار قبول تسجيل العلامة التجارية نهائياً. أما قبل هذا الوقت فلا جريمة لعدم وجود محلها وهو العلامة التجارية المسجلة.

(١٥) حيث تم سلخ الاختصاصات المتعلقة بالقضايا الجزائية والتجارية ومن بينها الدعاوى المتعلقة في العلامة التجارية من اختصاصه، كما سيأتي بيانه لاحقاً من هذا البحث.

(١٦) المادة (١١) من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية السعودي بعد تعديلها بالقرار الوزاري رقم (١١٤٧) تاريخ ١١/٣٠/١٤٣٣هـ.

التجديد يجب أن يتم خلال السنة العاشرة لتسجيلها وتستمر هذه المدة لستة أشهر أخرى ما بعد انتهاء مدة الحماية وهي العشرة سنوات.

٢- أن تدفع الرسوم النظامية التي حددها النظام.

وقد رتبت المادة (١٦) من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية السعودي النتيجة على عدم احترام الشرطين السابقين بقولها "... ولا يلتفت إلى الطلبات التي تقدم بعد هذا الميعاد أو دون أداء الرسوم المشار إليها". وعليه، إن لم يراع مالك العلامة التجارية الشرطين السابقين فقد الحماية الجزائية لعلامته التجارية. وأما الحماية الجزائية للعلامة التجارية من حيث النطاق المكاني لها، فهي محصورة في إطار إقليم الدولة (المملكة العربية السعودية) التي تم تسجيل العلامة التجارية فيها كأصل عام، ويعتبر هذا بالأمر المنطقي تماشياً مع الطبيعة الإقليمية للحق في العلامة التجارية (برانبو، ٢٠١٢م)، فإن سجلت العلامة التجارية مثلاً في الرياض سواء أكانت علامة وطنية أو أجنبية فإن أثر الحماية لهذه العلامة يمتد إلى كامل إقليم المملكة دون أن يمتد إلى خارجها (عبدالرحيم، ١٤٠٧هـ)، ولا يخرج عن هذا الأصل العام كاستثناء إلا في حالة وجود اتفاقيات بين المملكة وغيرها من الدول سواء أكانت هذه الاتفاقيات ثنائية أو دولية في هذا الشأن (الفهيدي، ١٤٣٢هـ)، فإن وقع على العلامة التجارية أي اعتداء خارج حدود المملكة أمكن للمالكها ملاحقة

إليها أعلاه، أرى أنها تقتصر على إعطاء صاحب التسجيل قرينة قانونية على ملكية العلامة التجارية تجاه من ينازعه في ملكيتها بسبق الاستعمال لها.

ثانياً: أن تكون العلامة التجارية المسجلة داخلية ضمن نطاق الحماية الزمانية والمكانية لها

بمجرد تسجيل العلامة التجارية تسبغ الحماية الجزائية عليها - كما أسلفنا - إلا أن هذه الحماية غير مطلقة، إذ هي مقيدة من حيث الزمان والمكان. أما من حيث الزمان فقد حدد المنظم السعودي في المادة (٢٢) من نظام العلامات التجارية السعودي مدة الحماية بعشر سنوات^(١٧)، وتبدأ هذه المدة بمجرد صدور القرار بقبول طلب التسجيل وتستمر هذه الحماية لمدة إضافية في حال أن طلب مالك العلامة تجديدها، وقد وضع المنظم مجموعة من الشروط القانونية لقبول طلب تجديد العلامة التجارية وهي:

١- أن يقدم طلب التجديد خلال السنة الأخيرة من مدة حمايتها ولمدة ستة أشهر تالية لها^(١٨) بمعنى أن

(١٧) وهي ذات المدة في قوانين العلامات التجارية في دول مجلس التعاون الخليجي (المادة (١٨) بحريني، المادة (١٩) إماراتي، المادة (١) عماني، المادة (٧٧) كويتي، المادة (١) قطري)، المادة (٢٢) من قانون العلامات التجارية الأردني، المادة (٩٠) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري.

(١٨) المادة (٢٣) من نظام العلامات التجارية السعودي، والمادة (١٦) من اللائحة التنفيذية له.

١- ان لم يتم تجديد تسجيل العلامة التجارية وفقاً للنظام ولائحته التنفيذية.

٢- العلامات التجارية التي يمتلكها أشخاص طبيعيون أو معنويون و صدر من السلطات المختصة قراراً بحظر التعامل معهم.

وعليه فإن توافر أحد الحالات المذكورة أعلاه يفقد الشخص المسجلة العلامة التجارية لمصلحته مزية الحماية الجزائية، وهذا بالأمر البديهي كون أن التسجيل لا ينتج أثره بحماية العلامة التجارية جزائياً إلا إذا كان ذلك موافقاً للأصول المقرر نظاماً (زين الدين، ٢٠٠٠م).

المطلب الثاني: صور السلوك الإجرامي

يمثل السلوك الإجرامي جوهر الركن المادي بل جوهر الجريمة ككل، لأنه الفعل الذي يأتيه الجاني مخالفاً به أحكام النظام. وهذا السلوك إما أن يكون سلوكاً إيجابياً بصدور فعل مادي ظاهر للعالم الخارجي، أو سلوكاً سلبياً بالامتناع عن فعل معين يوجب النظام فعله. وتعد جميع صور أفعال التعدي على العلامة التجارية التي ذكرها النظام من صنف السلوك الإيجابي. فلا يتصور أن تكون أفعال التعدي على العلامة التجارية من صنف السلوك السلبي، إذ هي بمثابة فعل إرادي صادر للعالم الخارجي (السلامات، ٢٠١٣م).

المعتدي عليها جزائياً وفقاً لهذه الاتفاقيات الدولية التي تلتزم الدول بنودها متى انضمت لها.

ثالثاً: أن تكون العلامة المسجلة غير قابلة للشطب

بمعنى أن العلامة التجارية التي تكون قابلة للشطب لا تتمتع بالحماية الجزائية، وقابلية العلامة للشطب إما تكون بصدور حكم قضائي أو بقوة القانون. وقد عدد المنظم في نص المادة (٢٥) من نظام العلامات التجارية السعودي الحالات التي يجوز فيها طلب شطب العلامة التجارية بالرجوع الى القضاء في الحالات التالية:

١- إن لم يقم مالك العلامة التجارية باستعمالها مدة خمس سنوات متتالية دون عذر مشروع^(١٩).

٢- إذا تم تسجيل العلامة التجارية بالمخالفة للنظام العام والآداب العامة.

٣- إذا تم تسجيل العلامة التجارية بناء على غش أو بيانات كاذبة.

وأما الحالات التي يوجب فيها شطب العلامة التجارية بقوة القانون دون الرجوع الى القضاء فقد حددها النظام في المادة (٢٦) في حالتين:

(١٩) وهي ذات المدة في قوانين العلامات التجارية في دول مجلس التعاون الخليجي (المادة (٣/١٩) بحريني، المادة (٢٢) إماراتي، المادة (١٨) عماني، المادة (٧٩) كويتي، المادة (٢٩) قطري)، المادة (٩١) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري، بخلاف القانون الأردني حيث حددت هذه المدة بثلاث سنوات المادة (٢٢) من قانون العلامات التجارية.

القوانين الخاصة بالعلامة التجارية^(٢٠) وهنا يطرح تساؤلاً حول ماهية الفرق بين التزوير والتقليد، وهو ما سنتحدث عنه في الفقرة (أ) من هذا البحث، ونتحدث فيما بعد عن الأسس أو المعايير التي وضعها القضاء لضبط وجود التقليد أو التشابه بين العلامات التجارية من عدمه (ب) وذلك فيما يلي:

(أ) الفرق بين تزوير العلامة التجارية وتقليدها

لم يعرف المنظم السعودي، كغيره من القوانين، المقصود بفعل التزوير أو التقليد في العلامة التجارية، وهذا ما تولاه الفقه والقضاء، فالرأي الغالب من الفقه يرى أن الفرق بين التزوير والتقليد، يكون في أن الأول: يتمثل في نقل العلامة التجارية دون تغيير، بينما الثاني: يتمثل في اتخاذ علامة تشبه في مجموعها العلامة المسجلة على نحو يؤدي الى تضليل الجمهور (محفوظ والحفناوي، ١٤٢٢؛ صرخوة، ١٩٩٢-١٩٩٣م).
بمعنى أن التزوير هو اقتباس العلامة المملوكة للغير بشكل تام وحر في دون تغيير، أي إحداث تطابق بين كلا العلامتين بأن يأتي الجاني فعلاً مادياً يتمثل في صنع أو طبع العلامة فقط، بينما التقليد هو محاكاة لعلامة أخرى مع وجود بعض الاختلاف البسيط توقع

وبطبيعة الحال فإن قيام الركن المادي في جريمة الاعتداء على العلامة التجارية - كغيره من باقي الجرائم التامة الأخرى - يستوجب أن يترتب عن هذا السلوك الإيجابي نتيجة تتمثل في الغاية التي سعى إليها الجاني والمعاقب عليها نظاماً وعلاقة سببية بينها (السلامات، ٢٠١٣م).

وقد ذكر النظام مجموعة من السلوكيات أو الأفعال التي فيها تعدي على العلامة التجارية، إذ يشكل كل سلوك منها أو فعل جريمة بحد ذاته، إذا اكتملت باقي شرائطها. وهذه السلوكيات أو الأفعال يمكن إيجازها في تصنيفين وهي أولاً: أفعال التعدي المباشر على ذاتية العلامة التجارية وهو ما سنتناوله في الفرع الأول. وثانياً: أفعال التعدي غير المباشر على ذاتية العلامة التجارية، وهو ما سنتناوله في الفرع الثاني.

الفرع الأول: التعدي المباشر على ذاتية العلامة التجارية
هذا النوع من التعدي المقصود به التعدي الذي يطال أصل العلامة التجارية المملوكة للغير، إما بتزويرها أو تقليدها، وهو ما جاء ذكره في المادة ٤٣/أ من نظام العلامات التجارية السعودي بنصها على أن "كل من زور علامة مسجلة أو قلدها بطريقة تسبب في تضليل الجمهور ... " وهو ما تناولته أيضاً كافة

(٢٠) المادة (٣٨) من قانون العلامات التجارية الأردني، المادة (١١٣) من قانون حماية الملكية الفكرية المصري، المواد من قوانين العلامات التجارية في دول مجلس التعاون الخليجي ((٣١)) بحريني، (٣٧) إماراتي، (٣٥) عماني، (١/٩٢) كويتي، (٣٤) قطري).

نستعرض أهم المعايير التي وضعها القضاء في ضبط وجود التشابه (التقليد) من عدمه فيما يلي:

المعيار الأول: العبرة بأوجه الشبه بين العلامتين لا بأوجه الاختلاف بينهما: يفيد هذا المعيار أن عند تقدير التشابه بين علامتين تجاريتين، سواءً من طرف القضاء أو الجهة القائمة بالتقدير (مكتب العلامات التجارية)، يجب أن ينظر إلى أوجه التشابه بين العلامتين وليس إلى أوجه الاختلاف بينهما. بمعنى أنه قد يكون بين العلامتين الكثير من نقاط الاختلاف الجزئية، إلا أنه من الناحية الإجمالية يوجد هناك تشابه بينهما يوقع جمهور المتعاملين في اللبس أو الخلط بينهما. فإذا أخذ بمبدأ الاعتداد بأوجه الاختلاف بين العلامتين دون أوجه التشابه الموقع للخلط، فإن هذا سيؤدي دون شك إلى إتاحة الفرصة للعديد من المحتالين لتقليد العلامات التجارية، ولما تم حماية هذه العلامات، بحجة أن هناك أوجه خلاف كثيرة بين العلامتين، وهو ما لا يقصده النظام.

وقد طبق ديوان المظالم في المملكة هذا المعيار في العديد من القضايا. نذكر منها: النزاع الذي وقع ما بين الشركة المدعية التي تملك العلامة التجارية "البستان" المكتوبة بالحروف العربية ورسم مجموعة أغصان بها سنابل على متوجات الأرز، وما بين المدعى عليها التي تملك العلامة التجارية "بستان" المكتوبة بالحروف

المستهلك العادي في اللبس أو الخلط، أي إحداث تشابه بين كلا العلامتين.

وقد أكد ديوان المظالم هذه التفرقة بين التزوير والتقليد في حكم له بقوله "التزوير يعني نقل العلامة نقلاً حرفياً وتاماً دون تغيير، والتقليد يعني اتخاذ علامة تشبه في مجموعها العلامة المسجلة على نحو يؤدي إلى تضليل الجمهور"^(٢١).

وتبقى مسألة تحديد الفرق بين التزوير والتقليد مسألة موضوعية يرجع فيها إلى قاضي الموضوع واجتهاده بناءً على الوقائع الخاصة بكل حالة على حدة (الفهيد، ١٤٣٢هـ؛ برانوب، ٢٠٠٠م).

(ب) معايير ضبط التشابه (التقليد) بين العلامات التجارية

إن كان وجود التزوير للعلامة التجارية لا يثير صعوبة تذكر من حيث إثباته، إذ يكفي إثبات وجود التناظر بين كلا العلامتين للحكم بوجود التزوير. إلا أن الصعوبة تثار من الناحية العملية في حالة إثبات وجود التقليد أو التشابه بين علامتين تجاريتين (طبيشات، ٢٠١٠م)، والسبب يرجع إلى أن التقليد - كما أسلفنا - بمثابة تشبيه علامة بأخرى الهدف منها خداع وتضليل الجمهور بأن العلامة المقلدة هي ذاتها العلامة الأصلية بإحداث بعض التشابه بينهما. وفي هذا

(٢١) حكم ديوان المظالم مؤيد برقم ٧٩/ت/٤ لعام ١٤٠٩هـ.

المخالفة إلا للبعد عن التطابق.... وحيث إنه للنظر في الدعوى على ضوء ما تقدم فإن الدائرة بعد اطلاعها على العلامتين تبين لها أن هناك تطابقاً تاماً في شكل وطريقة كتابة كلمة "البستان" وهذه الكلمة هي العنصر الرئيسي والمؤثر في كلا العلامتين، وإن من شأن هذا التطابق أن يوقع المستهلك العادي في اللبس والخلط بين العلامتين، فإن تسجيل الوزارة لعلامة الشركة المدعى عليها مخالف للنظام، ويتعين عليها شطب التسجيل...." (٣٣).

المعيار الثاني: العبرة بالمظهر العام في العلامتين لا بالعناصر الجزئية: عند إجراء المقارنة بين العلامتين يجب أن لا ينظر فقط إلى أوجه التشابه بينهما، بل يجب أن ينظر أيضاً إلى المظهر العام لهما، فقد يكون هناك تشابهاً بينهما في بعض العناصر كالصور أو الحروف أو الرموز أو غير ذلك، لكن دون أن يؤدي هذا إلى التشابه الإجمالي بينهما، فالعبرة بالتقدير هي بالمظهر العام لا بالتفصيلات الجزئية للعلامة، فإذا كان المظهر العام لا يدخل لبساً لدى جمهور المتعاملين بهذه العلامة والتركيب العام في ظاهره مختلف فيستبعد هنا القول بوجود فعل تعدي على العلامة التجارية. وقد أكد ديوان المظالم ذلك في العديد من أحكامه نذكر منها ما

العربية واللاتينية فوقها دائرة بها رسم شمس بالألوان الأخضر والبرتقالي والكحلي على ذات الفئة المسجلة عليها العلامة التجارية التي تملكها المدعية.

وتتلخص وقائع هذه القضية بأن المدعية صاحبة العلامة المسجلة "البستان" تطلب شطب علامة المدعى عليها صاحبة العلامة "بستان" والذي استندت فيه على أن المدعى عليها قد قلدت علامتها التي اكتسبت شهرة واسعة في الأسواق الخليجية وأضرت بها لما أوقعته من لبس لدى جمهورها المتعامل بها. فجاء رد المدعى عليها أنها لم تقلد العلامة وأن كلمة "بستان" من الكلمات العامة التي لا يمكن لأي شخص احتكارها بمفردها كعلامة تجارية وإنما يحق له استخدامها إلى جانب عناصر أخرى كتابية أو تصويرية بحيث تكون الحماية للعلامة بمجموعها وليست للكلمة بحد ذاتها، وبالتالي يجب استبعاد كلمة "بستان" كلية عند المقارنة بين العلامتين والنظر إلى باقي العناصر الأخرى المكونة للعلامة.

فجاء حكم ديوان المظالم والمؤيد بحكم هيئة التدقيق واضحاً في هذا الشأن بالقول "وحيث إنه للنظر في مدى وجود التشابه بين علامة المدعية والعلامة المطلوب شطبها وهي كلمة بستان.... فإنه من المقرر أنه عند النظر في مدى وجود التشابه من عدمه فإنه ينظر إلى التشابه ابتداءً بين العلامتين ولا ينظر لأوجه الاختلاف، لأنه لم يتم وضع العناصر

(٢٢) حكم ديوان المظالم ١٠١/د/٥/١٤٢٦هـ. المؤيد

بالحكم ١٠٩/ت/٥/١٤٢٧هـ.

للحكم على حدوث فعل التعدي على العلامة التجارية إذ جاء في إحداها ".... إن العلامة المسجلة لمؤسسة المدعية تختلف اختلافاً واضحاً عن العلامة المطلوب تسجيلها، بحيث إن الشخص العادي لا يقع في الخلط بين كلا العلامتين"^(٢٥).

المعيار الرابع: عدم النظر إلى العلامتين متجاورتين بل النظر إليهما الواحدة تلو الأخرى: كما أن هذا المعيار مهم وبديهي في رأي للحكم على وجود التشابه أو التقليد بين كلا العلامتين، فلا يعقل للحكم على وجود التشابه وضع كلا العلامتين بجانب بعضهما البعض للقول بعد ذلك أن المستهلك العادي يستطيع الفصل بينهما دون حدوث تضليل له، بل يجب أن يؤخذ بعين الاعتبار ما ترتبه العلامة المقلدة في ذهن هذا المستهلك من وقوعه بالفعل في لبس ما اعتقد من خلالها أنها العلامة الأصلية، علاوة على أنه من الناحية العملية يندر وجود السلعتين اللتين تحملان العلامتين تحت نظر المستهلك (طبيشات، ٢٠١٠م). وقد أخذ ديوان المظالم بهذا المعيار صراحة بقوله ".... الواجب النظر للعلامة وليس

جاء في ذات القضية المذكورة أعلاه بقوله ".... أن المعول عليه عند النظر في وجود التشابه هو التشابه في العناصر الرئيسية للعلامة، أما الأجزاء الثانوية فيها فإن الاختلاف فيها بين العلامتين لا ينفى وجود التشابه، كما يجب أن ينظر إلى العلامة بمجملها وليس إلى أجزائها...."^(٢٦).

المعيار الثالث: العبرة بتقدير المستهلك العادي لا المستهلك الفطن: هذا بالأمر البديهي، فلا يعقل أن يقاس مدى حدوث اللبس أو الخلط بين العلامة المقلدة والعلامة الأصلية بتقدير المستهلك الفطن الذي يتحرى النظر في العلامة التجارية التي يرغب في التعامل معها، كبائع الجملة أو الخبير في مجال تقديم المنتج أو الخدمة. كما أنه في المقابل إذا تم الأخذ بمعيار المستهلك الغافل الذي يقدم على شراء السلعة دون أي تدقيق الهدف لديه هو الحصول على المنتج بذاته دون التدقيق في العلامة التجارية فإنه لا يستحق الحماية. لذا فإن معيار المستهلك العادي المتوسط الحرص والانتباه الذي انخدع بحصول التقليد للعلامة التجارية هو الذي يستدعي الحماية القانونية له، وقد اعتمد ديوان المظالم في المملكة هذا المعيار في العديد من أحكامه

(٢٤) رقم الحكم ٤٢/د/تج/٣ لعام ١٤١٥هـ المؤيد بالحكم ٢٨/ت/ لعام ١٤١٦هـ. وفي ذات المعنى، حكم ديوان المظالم ١٠١/د/١/٥ لعام ١٤٢٦هـ. المؤيد بالحكم ١٠٩/ت/٥/١٤٢٧هـ. وأيضاً الحكم رقم ٦٩/د/١ لعام ١٤٢٦هـ المؤيد بالحكم رقم ٢٨/ت/٥ لعام ١٤٢٧هـ.

(٢٣) حكم ديوان المظالم ١٠١/د/١/٥ لعام ١٤٢٦هـ. المؤيد بالحكم ١٠٩/ت/٥/١٤٢٧هـ. وفي ذات المعنى حكم رقم ٣٢/د/١/١٣ لعام ١٤٢٨هـ المؤيد بالحكم رقم ٢١٥/ت/٥ لعام ١٤٢٨هـ.

على المستهلك، خاصة مع اتحاد الفئة، فضلاً عن كون علامة المدعية مما تقوى الدواعي على طلب تقليدها.... لما لعلامة المدعية من شهرة مستفيضة لدى عموم المستهلكين.... فقد حكمت الدائرة بإلغاء قرار وزارة التجارة والصناعة قبول طلب شركة.... لصناعة المرطبات المحدودة تسجيل كلمة (فينو VENO)^(٢٦).

وفي ذات المعنى أقر ديوان المظالم قرار وزارة التجارة برفض تسجيل العلامة (أرياف) المكتوبة بالعربي واللاتيني داخل شكل الشمس ورسم سنبله بالفئة (٣٠) لتشابهها مع العلامتين المسجلتين (الريف) بحروف عربية وكلمة (ريف) بحروف عربية ولاينية يعلوها رسم قرص الشمس في إطار مثلث بالفئة، فعلى الديوان هذا الحكم بوجود التشابه ما بين العلامة المطلوب تسجيلها (أرياف) والعلامتين المسجلتين المذكورتين من حيث الشكل والنطق والجرس الصوتي والاتحاد في الفئة، ما يسبب اللبس والخلط لدى جمهور المستهلكين^(٢٧).

الفرع الثاني: التعدي غير المباشر على ذاتية العلامة التجارية

يختلف التعدي المباشر على العلامة التجارية عن التعدي غير المباشر عليها، في أن التعدي المباشر يقع

(٢٦) الحكم رقم ١/د/١٤٢٦ لعام ١٤٢٦هـ، المؤيد بالحكم رقم ٢٨/ت/٥ لعام ١٤٢٧هـ.

(٢٧) حكم ديوان المظالم رقم ٩١/د/٢ لعام ١٤٢٧هـ. المؤيد بالحكم ٨٠/ت/٥ لعام ١٤٢٨هـ.

لأجزائها، مع الأخذ في الاعتبار المستهلك العادي لا ينظر إلى العلامتين في آن واحد...."^(٢٨).

المعيار الخامس: العبرة في التشابه تكون عن طريق حاستي السمع والبصر (اللفظ والكتابة): قد يحدث التشابه أيضاً عن طريق حاستي السمع والبصر، فقد تكون العلامة المقلدة مشابهة للعلامة الأصلية من حيث الجرس الصوتي لها وطريق كتابتها فيقع اللبس لدى المستهلك. ومن التطبيقات القضائية في هذا الشأن ما طرح على ديوان المظالم من نزاع تلخص وقائعه أن الشركة المدعية صاحبة العلامة (VIMTO) تطلب إلغاء قبول تسجيل علامة الشركة المدعى عليها صاحبة العلامة (VENO) لاتحاد الفئة بين كلا العلامتين، وهي الفئة (٣٢) الخاصة بأنواع عصير الفاكهة وشراها. لما فيه من مساس بعلامتها المشهورة على مستوى العالم مما قد يسبب إحداث لبس لدى المستهلك العادي بين كلا العلامتين.

وقد جاء حكم الديوان في هذه القضية واضحاً بقوله ".... وحيث إن العلامة المطلوب تسجيلها مشابهة لعلامة المدعية في الشكل العام وهو ما تجب مراعاته عند معايرة التشابه، وفي وقع الجرس الصوتي في بداية النطق ونهايته، ولا شك أن هذا يثير لبساً وتضليلاً

(٢٥) حكم ديوان المظالم ١٠١/د/٥ لعام ١٤٢٦هـ. المؤيد بالحكم ١٠٩/ت/٥ لعام ١٤٢٧هـ.

الغالب أن من يقوم بتزوير العلامة هو ذاته من يقوم باستعمالها (القليوبي، ١٩٦٧م).

كما لا يشترط لقيام جريمة استعمال العلامة التجارية المزورة أو المقلدة أن تكون البضائع قد عرضت فعلاً للبيع فالجريمة تقوم حتى ولو لم تعرض بعد للبيع وبقيت في المخازن (القليوبي، ١٩٦٧م). كما أن مفهوم استعمال العلامة التجارية المزورة أو المقلدة لا يقف فقط عند حد وضع العلامة على البضائع أو على الأغلفة إذ يعد من قبيل الاستعمال أيضاً الإعلان عن العلامة على واجهة المحل التجاري أو إلى جوار الاسم التجاري أو في نشرات توزع على جمهور العملاء والمستهلكين بقصد الإعلان عن البضائع التي تحمل العلامة المزورة أو المقلدة (القليوبي، ١٩٦٧م). وتقع هذه الجريمة في الغالب على العلامات التجارية التي تتخذ صورة نماذج أو أشكال مميزة كما هي الحال في نموذج الزجاجات المستخدمة لتعبئة المياه الغازية أو العطور (زين الدين، ٢٠٠٠م). كما لا يشترط لقيام هذه الجريمة أن تكون البضائع أو المنتجات التي تحمل العلامة المزورة أو المقلدة من نفس درجة الجودة أو أقل منها، وإنما يشترط أن تكون هذه البضائع من ذات النوع الذي تميزه العلامة الحقيقية أي ماثلة لذات البضائع (القليوبي، ١٩٦٧م).

على ذاتية العلامة بتزويرها أو تقليدها - كما أسلفنا - بينما التعدي غير المباشر يقع على استعمال هذه الذاتية المزورة أو المقلدة.

ويشمل الاعتداء غير المباشر أربعة أنواع من الاعتداء الأول: استعمال علامة مقلدة أو مزورة، والثاني: بيع بضاعة تحمل علامة مقلدة أو مزورة أو عرضها للبيع أو حيازتها بقصد البيع، والثالث: التعدي باغتصاب علامة الغير، والرابع: التعدي ببيع أو عرض أو حيازة بضاعة موضوعة بغير حق وتناول هذه الصور من التعدي بالبحث فيما يلي:

(أ) التعدي باستعمال علامة تجارية مزورة أو مقلدة

هذا الفعل هو ما أشارت إليه المادة ٤٣/أ من نظام العلامات التجارية السعودي بنصها على ما يلي "..... وكل من استعمل بسوء القصد علامة مزورة أو مقلدة". والفرق بين التزوير والاستعمال أن التزوير هو عبارة عن إنتاج العلامة التجارية أو القيام برسمها أو طباعتها، أما الاستعمال فهو القيام بأخذ هذه العلامة المزورة أو المقلدة ووضعها على أغلفة البضائع أو على أغطيتها (الفهيدي، ١٤٣٢هـ)، بما يعني أنه لا يشترط لقيام جريمة استعمال العلامة التجارية أن يكون من قام بتزويرها هو ذاته من استعملها، إذ يعتبر كل فعل منها فعل مستقل بذاته كافي لقيام الجريمة، وإن كان في

(ب) التعدي بعرض أو بيع أو حيازة بضاعة تحمل علامة مقلدة أو مزورة

أشارت المادة ٤٣/ج من نظام العلامات التجارية السعودي إلى هذه الحالة بقولها "كل من عرض أو طرح للبيع أو باع أو حاز بقصد البيع منتجات عليها علامة مزورة أو مقلدة...." ويتضمن هذا النص ثلاثة صور كل صورة منها تمثل فعلاً للتعدي على العلامة التجارية وهي:

١- العرض أو الطرح للبيع: يقوم هذا الفعل بعرض السلع والمنتجات للبيع أو للتداول، كأن يقوم عرضها في واجهة المحلات أو في الفروع التجارية المخصصة لبيعها، كما قد يكون العرض بطريق غير مباشر عن طريق إرسال كتالوجات ونشرات وإعلانات وعينات للعملاء (برانوبو، ٢٠٠٠م).

٢- بيع المنتجات التي تحمل العلامة التجارية: تختلف هذه الصورة عن سابقتها بأن عملية البيع تتم فعلاً هنا، فإذا قام الجاني ببيع العلامة التجارية المزورة أو المقلدة قام بحقه الركن المادي لهذه الجريمة، وذلك بقطع النظر بحق ربحاً أم لحقه خسارة وحتى ولو وقع البيع مرة واحدة (زين الدين، ٢٠٠٩م)، ويقع هذا الجرم على البائع وحده دون المشتري إلا إذا قام هذا الأخير بإعادة البيع مع علمه بحقيقتها أي أنها مزورة أو مقلدة (طه، ١٩٨٢م).

٣- حيازة منتجات بقصد البيع: هذا الفعل من التعدي على العلامة التجارية لا يتمثل في عرض أو بيع العلامة التجارية المزورة أو المقلدة، وإنما بوضع المنتجات التي تحمل هذه العلامة في مخزن أو مكان غير ظاهر للجمهور تمهيداً لبيعها، إذ يمثل هذا الفعل بحد ذاته فعلاً مكوناً لجريمة التعدي على العلامة التجارية. ولا ينظر في قيام هذا الجرم أن يقوم الحائز ببيع هذه المنتجات فعلاً، ولا ينظر أيضاً إلى كونه مالكا لها إذ إن هذه الجريمة تقوم مثلاً بحق الوكيل بالعمولة أو الموزع لها متى قام بهذا الفعل (برانوبو، ٢٠٠٠م). كما أنه لا ينظر إلى قيام هذه الجريمة إذا كانت الحيازة بقصد تقديمها للهيئة (القليوبي، ١٩٦٧م). كما أنه لا ينظر لقيام هذا الجرم أن تكون الحيازة داخل مخازن التاجر أو في منزله الشخصي أو أن تكون الحيازة بهدف بيعها داخل البلاد أو خارجها (برانوبو، ٢٠٠٠م).

وأما إن كانت الحيازة للمنتجات التي تحمل العلامة المزورة بقصد الاستعمال الشخصي فلا يقوم بحق هذا الحائز فعل التعدي على العلامة التجارية (برانوبو، ٢٠٠٠م)، إذ يشترط في فعل الحيازة المكون لهذا الجرم - كما أسلفنا - أن يكون بقصد البيع وهو بالأمر البديهي لما يرتبه البيع من المساس بالعلامة التجارية المحمية نظاماً لما يدخله من إيقاع المستهلك في اللبس حول حقيقة المنتج المقدم على التعامل به.

(ج) التعدي باغتصاب علامة الغير

المقصود بذلك أن يقوم الجاني بوضع علامة الغير على المنتجات المماثلة للمنتجات التي تحمل العلامة الحقيقية بقصد تدليس وغش الجمهور، والتي تكون بالعادة منتجاته أقل جودة من منتجات العلامة الحقيقية يهدف من ورائها الجاني تصريف هذه المنتجات في السوق باستغلال شهرة العلامة الحقيقية وقبولها من طرف المستهلكين (صرخوة، ١٩٩٢-١٩٩٣م)، وقد جاء ذكر هذه الحالة لفعل التعدي على العلامة التجارية في نص المادة ٤٣/ب بقولها "كل من وضع بسوء القصد على متوجاته..... علامة مملوكة لغيره" ولا يخفى أن الفرق واضح بين حالة التعدي هذه وبين حالة التعدي على العلامة التجارية المملوكة للغير بتزويرها أو تقليدها في أن هذه الأخيرة هي بمثابة تزوير وتقليد للعلامة بينما يتمثل التعدي باغتصاب العلامة هو بمثابة أخذ العلامة الحقيقية كما هي ووضعها على منتجات مماثلة لمنتج العلامة الحقيقية دون إجراء أي تغيير أو تعديل فيها، وتقع هذه الجريمة عادة بملاء الفوارغ التي تحمل العلامة الحقيقية مثل ملء الزجاجات والأكياس والصناديق الفارغة التي تحمل علامات مميزة لمملوكة للغير بمنتجات مماثلة لها، ويطلق عليها البعض بجريمة الملاء أو التعبئة (القليوبي، ١٩٦٧م). كما أن هذه الجريمة تقع أيضاً بطريق نزع العلامات الحقيقية من على المنتجات القديمة ووضعها على المنتجات المنافسة (برانوب، ٢٠٠٠م).

(د) التعدي ببيع أو عرض أو حيازة بضاعة موضوعة

بغير حق

أشارت المادة ٤٣/ج إلى هذا الفعل من التعدي بقولها "كل من عرض أو طرح للبيع أو باع أو حاز بقصد البيع منتجات..... موضوعة بغير وجه حق..." ويعتبر هذا الفعل من التعدي مشابهاً لفعل التعدي ببيع أو عرض أو حيازة بضاعة مزورة أو مقلدة، غير أن الفرق بينهما هو البضاعة في هذه الجريمة تحمل علامة أصلية مملوكة للغير، فالعلامة غير مقلدة أو مزورة وإنما هي علامة حقيقية ولكنها موضوعة بغير حق على بضاعة غير تلك التي خصصت العلامة للوضع عليها (برانوب، ٢٠٠٠م).

المبحث الثاني: الركن المعنوي لقيام جريمة التعدي على العلامة التجارية

لا يكفي لقيام الجريمة أن يقوم الركن المادي فيها فحسب، بل يجب أن يتوافر فيها الركن النفسي أو المعنوي، فالواقعة المكونة للركن المادي للجريمة بحسب نص التجريم لها لا تكتمل الا باتصالها بشخصية الجاني إذ يجب أن يصدر الفعل المكون للجريمة عن إنسان يسأل ويتحمل العقاب. وفي بحثنا لهذا الركن نتحدث عن صورته في الفرع الأول ومن ثم نتحدث عن قيام القصد العام في جرائم العلامة التجارية في فرع ثاني، ونبحث فيما بعد مدى قيام

والإرادة المتطلبين في القصد العام، فضلاً عن انصراف الإرادة الى غاية معينة يتطلبها النموذج القانوني لبعض الجرائم^(٢٨). وقد يترتب على تخلف القصد الخاص تخلف الجريمة ذاتها (الصيفي، بدون سنة).

وأما الخطأ غير العمدي: فهو يتمثل في سلوك إرادي يأتيه الفاعل ينطوي على إخلال بواجب الحيطة والحذر الذي يوجبه النظام (حسني ١، بدون سنة). وعليه فإن الفرق بين الخطأ غير العمدي والخطأ العمدي (القصد الجنائي) واضح في أن سلوك الفاعل في الأول يأتيه عن إهمال وعدم حيطة دون أن يقصد حدوث النتيجة الإجرامية، بينما الثاني الفاعل يقصد إتيان الفعل وتحقيق النتيجة الجرمية.

وباستقراء جميع صور التجريم للعلامة التجارية التي ذكرها النظام السعودي في نظام العلامات التجارية، نجد أنها تعتبر من صنف الجرائم العمدية. فلا يتصور أن يصدر فعل التعدي على العلامة التجارية المكون للجريمة تحت صنف الخطأ غير العمدي المتمثل بالإهمال أو قلة الاحتراز (السلامات، ٢٠١٣م). حيث

(٢٨) ومثال على ذلك جريمة التزوير التي يتطلب النظام قصداً خاصاً فيها وهو نية استعمال المزور فيما زور من أجله، بحيث لا يكفي في فعل التزوير، بل يلزم أن تكون لدى الجاني نية استعمال المزور، فإن انتفت هذه النية انتفى الركن المعنوي. انظر المادة الخامسة وما يليها من نظام مكافحة التزوير السعودي، الصادر بالمرسوم الملكي رقم ١١ تاريخ ١٣٨٠/١١/٢٦ هـ المعدل بالمرسوم الملكي رقم ٥٣ تاريخ ١٣٨٢/١١/٥ هـ.

القصد الخاص في جرائم العلامة التجارية. وفي فرع آخر نتحدث عن إثبات القصد الجنائي في أفعال التعدي على العلامة التجارية.

المطلب الأول: صور الركن المعنوي

يتخذ الركن المعنوي في الجريمة إحدى صورتين: إما صورة الخطأ العمدي أو القصدي وإما صورة الخطأ غير العمدي، فما مفهومهما؟ وما هو مدى قبول قيامهما في فعل التعدي على العلامة التجارية؟

أما الخطأ العمدي أو ما يعرف بالقصد الجنائي فلم يعرفه المنظم تاركاً هذا للفقهاء، وقد عرفه البعض بأنه "اتجاه إرادة الفاعل إلى ارتكاب الفعل المكون للجريمة، وإلى إحداث النتيجة التي يعاقب القانون عليها" (الصيفي، بدون سنة). وعليه فإن القصد الجنائي يعني "أن يوجه الفاعل إرادته بإحداث الفعل الجرمي نحو تحقيق النتيجة بنية آثمة". وينقسم القصد الجنائي إلى قصد جنائي عام وقصد جنائي خاص، فأما القصد الجنائي العام: فيتمثل في انصراف إرادة الجاني إلى تحقيق النتيجة الإجرامية أياً كانت الغاية التي يبتغيها من سلوكه الإجرامي، ويتحدد القصد العام في كل جريمة على حدة فيما يتطلبه أنموذجها القانوني، وتقوم أغلب الجرائم على القصد العام (حسني ١، بدون سنة)، وهو يتكون من عنصرين هما العلم والإرادة. وأما القصد الخاص فهو يتكون من العلم

إن الهدف من تجريم فعل الاعتداء على العلامة التجارية هو حماية لحق صاحبها فيها، علاوة على حماية المستهلك من الغش والخداع، ولا يمكن توقع المساس بذلك نتيجة إهمال أو عدم احتياط.

المطلب الثاني: قيام القصد العام في جرائم التعدي على العلامة التجارية

يقوم القصد العام - كما بينا سابقاً - على عنصرين هما العلم والإرادة، ويقصد بالعلم أن يحيط الجاني علماً بجميع العناصر القانونية للجريمة من حيث أركانها كما حددها نص التجريم، فإذا انتفى العلم بأحد هذه العناصر بسبب الجهل أو الغلط انتفى القصد الجنائي، وأما الإرادة فهي سلوك يصدر من الجاني يهدف من ورائها إلى تحقيق النتيجة الجرمية، فلا يتصور سلوكاً إرادياً دون تحقيق نتيجة، كما يفترض في هذا السلوك الإجرامي أن يصدر عن إرادة حرة وواعية فإن انتفى كلا العنصرين أو أحدهما فلا محل للحديث عن قيام الجريمة لعدم توافر الركن المعنوي فيها. وهذا التطبيق للقواعد العامة ينطبق بطبيعة الحال على جميع صور التعدي على العلامة التجارية التي ذكرها النظام، وليبيان مفهوم قيام القصد العام في عنصريه العلم والإرادة في صور التعدي على العلامة التجارية نتناول جميع هذه الصور كل على حدة فيما يلي:

(أ) جريمة تزوير العلامة وتقليدها

يعتبر قيام القصد العام بعنصريه العلم والإرادة في جريمة تزوير العلامة التجارية أو تقليدها من المكونات الأساسية لها، إذ يجب على الفاعل أن يكون على علم بالعناصر والوقائع المادية للجريمة، بأنه يقوم بتزوير أو تقليد علامة تجارية سبق تسجيلها، وهذا العلم مفترض فيه (الخولي، ١٩٦٤م). وأنه يقوم بفعله هذا دون موافقة صاحب العلامة، فإن تم بموافقته فلا يمكن الحديث هنا عن وجود تزوير. كما يجب أن تتجه إرادته إلى ارتكاب فعل التزوير أو التقليد على العلامة التجارية محل الحماية الجزائية، وأن تنصرف إرادته إلى تحقيق النتيجة الجرمية، فإن تحقق كلا العنصرين العلم والإرادة حسب التوضيح السابق قام القصد العام المكون للركن المعنوي في هذه الجريمة.

(ب) جريمة استعمال العلامة التجارية

لقيام القصد العام في فعل التعدي على استعمال العلامة التجارية يجب أن يعلم الفاعل العناصر الموضوعية والواقعية لقيام هذه الجريمة، وهي استعمال العلامة التجارية بأنها مزورة أو مقلدة، وهذا العلم مفترض بطبيعة الحال كون أن جريمة التزوير تقع في الغالب من جانب ذات الشخص الذي ارتكب التزوير أو التقليد، ولذلك يكون هناك تلازم بين القصد الجنائي في جريمة الاستعمال وفي جريمة التزوير أو

إثبات علم المتهم على المدعي وهو يستعين في ذلك بقرائن الأحوال، مثل وجود المصنع الذي تتميز منتجاته بالعلامة الأصلية في نفس المنطقة التي يباشر فيه التاجر تجارته، وشهرة العلامة المقلدة، وبيع المنتجات التي تحمل العلامة المقلدة بأثمان مخفضة (عباس، بدون سنة)، وما إلى ذلك من دلائل يستنتج منها علم الفاعل بأن البضائع التي يتعامل بها مزورة. كما يشترط لاستكمال القصد العام في هذه الجريمة علاوة على عنصر العلم، السابق بيانه، إثبات اتجاه إرادة الفاعل إلى إحداث النتيجة الجرمية المتمثل بعرض أو بيع أو حيازة منتجات عليها علامة تجارية مزورة، فإذا ثبت انتفاء إرادة الفاعل للوصول إلى هذه النتيجة انتفى معها القصد الجنائي المكون لهذه الجريمة، كأن يثبت الفاعل أنه يعلم بتزوير أو تقليد المنتج ولكنه يجوز البضاعة بقصد الاستهلاك الشخصي.

(د) جريمة اغتصاب علامة الغير

لا تختلف هذه الجريمة عن غيرها من الجرائم الأخرى إذ يوجب النظام قيام القصد العام في فعل اغتصاب علامة الغير بدون وجه حق، من حيث توافر عنصري العلم والإرادة، إذ يجب إثبات علم الفاعل بالعناصر والوقائع المكونة لهذه الجريمة، من حيث علمه بأنه يروج لبضاعته مستعملاً علامة الغير دون علم وموافقة صاحبها، أي أنه يعتدي عليها دون وجه

التقليد (السلامات، ٢٠١٣م)، بينما هذا العلم يكون غير مفترض، و يتطلب اثباته إذا كان الشخص الذي زور أو قلد غير الشخص الذي استعمل العلامة.

كما أنه - وكما سبق أن بينا - أن مدلول استعمال العلامة المزورة أو المقلدة لا يقتصر على عرض البضاعة للبيع، وإنما تقوم هذه الجريمة لو لم يضع التاجر العلامة المزورة أو المقلدة على بضائعه واكتفى باستعمال هذه العلامة في نشراته الإعلانية أو الكتالوجات أو قوائم الأسعار والفواتير وما إلى غير ذلك، فإنه يكفي إثبات أن كل ما يقوم به في هذه الأحوال هو علمه أن العلامة مزورة أو مقلدة. ولاكتمال القصد العام في جريمة استعمال العلامة المزورة أو المقلدة يجب أن تنصرف إرادة الفاعل في جميع هذه السلوكيات إلى إحداث النتيجة الجرمية، والمتمثلة هنا في تضليل الجمهور بإيقاعهم في الخلط واللبس باستعمال هذه العلامة المزورة أو المقلدة.

(ج) جريمة عرض أو بيع أو حيازة بضاعة تحمل علامة مقلدة أو مزورة

لقيام هذه الجريمة يستلزم أيضاً أن يكون الفاعل على علم مسبق بأن البضاعة التي يتعامل بها تحمل علامة مزورة أو مقلدة، سواءً أكان تعامله لتلك البضاعة قد تم عن طريق بيعها أو اقتنائها بقصد البيع أو حيازتها بقصد البيع (زين الدين، ٢٠٠٩م)، ويقع

الجريمة أن يعلم الفاعل أنه يبيع أو يعرض أو يحوز بضاعة موضوع عليها علامة مغتصبة دون علم صاحبها، فإذا انتفى هذا العلم انتفت الجريمة، وعلاوة على عنصر العلم لقيام القصد العام في هذه الجريمة يجب أن يثبت بحق الفاعل لهذه الجريمة اتجاه إرادته إلى القيام بأحد السلوكيات (البيع، العرض، الحيازة) بقصد تحقيق النتيجة الجرمية. وهي تصريف بضاعته على سمعة ورواج العلامة الأصلية دون علم صاحبها.

المطلب الثالث: مدى اشتراط قيام القصد الخاص في جرائم التعدي على العلامة التجارية

الأصل أن غالبية الجرائم - كما أسلفنا - لا تتطلب قصداً خاصاً لقيامها، إذ يكفي فيها قيام القصد العام بعنصره العلم والإرادة. فالقصد الخاص لا يمثل عنصراً من العناصر المكونة للجريمة، وإنما هو غاية إضافية اشترطها المنظم في بعض الجرائم وهي قلة (حسني ١، بدون سنة)، وجعلها عنصراً من عناصر الركن المعنوي لها.

ويطرح في هذا الشأن تساؤل حول مدى اشتراط قيام القصد الخاص في جرائم التعدي على العلامة التجارية في نظام العلامات التجارية السعودي؟ للإجابة على هذا التساؤل لابد من تناول كل فعل من أفعال التعدي التي ذكرها النظام في نص المادة (٤٣) من نظام العلامات التجارية السعودي على حدة فيما يلي:

حق. فإذا أثبت مثلاً أنه يستعمل الزجاجات الفارغة التي تحمل علامة معينة بتعبئتها بسائل مشابه مع علم صاحب العلامة لاستعماله الشخصي مثلاً فلا تقوم الجريمة بحقه (عباس، بدون سنة). وعلاوة على عنصر العلم لاكتمال القصد العام في جريمة اغتصاب علامة الغير يجب أن تتجه إرادة الفاعل إلى ارتكاب السلوك المجرم وهو وضع علامة الغير الحقيقية على منتجاته، وأن تتجه إرادته في ذات الوقت إلى تحقيق النتيجة الجرمية المتمثلة هنا في التغيرير بالجمهور حول حقيقة البضاعة المبيعة. ما لم يثبت حسن نيته، كأن يثبت أنه لصق على العلامة الحقيقية علامته التجارية بحيث اختفت العلامة الحقيقية، أو بأن العادة جرت في تجارة معينة على استعمال الأكياس الفارغة التي تحمل العلامة بإعادة تعبئتها والاكتفاء ببيان علامة المنشأة صاحبة المنتجات بدمغ علامتها مثلاً على قطعة من الرصاص (عباس، بدون سنة).

(هـ) جريمة بيع أو عرض أو حيازة بضاعة موضوعة بغير حق

إذا كانت الحالة السابقة تتمثل في الاعتداء على علامة الغير الحقيقية باستعمالها دون حق، فإن هذه الحالة لا تختلف عنها إلا في أن الاعتداء هنا بقصد بيع أو عرض أو حيازة البضاعة الموضوعة عليها العلامة الحقيقية دون وجه حق، مما يستدعي ذلك لقيام القصد العام في هذه

(أ) جريمة التعدي على العلامة التجارية بتزويرها أو تقليدها

جاء في نص المادة (٤٣) في بداية الفقرة (أ) أن "كل من زور علامة مسجلة أو قلدها بطريقة تتسبب في تضليل الجمهور"، وبالتدقيق في صياغة هذه الفقرة يطرح التساؤل التالي هل المنظم السعودي يوجب توافر القصد الخاص لقيام جريمة تزوير أو تقليد العلامة التجارية؟ ومرجع هذا التساؤل أن المنظم في هذه الفقرة لم يستعمل عبارة "سوء القصد" التي استعملها في تجريمه لفعل الاعتداء على العلامة التجارية باستعمالها أو اغتصابها دون وجه حق، عندما نص على ذلك في ذات الفقرة (أ) في نهايتها من أن "..... كل من استعمل بسوء قصد". والفقرة (ب) من أن "كل من وضع بسوء القصد على منتجاته ... علامة مملوكة لغيره". مما يفيد هذا أن المنظم لم يشترط قصداً خاصاً في جريمة تزوير وتقليد العلامة التجارية بخلاف جريمتي الاستعمال والاغتصاب للعلامة.

بالرجوع إلى القوانين المقارنة في تجريم فعل التزوير أو التقليد للعلامة التجارية نجد أن الصياغة النصية لغالبيتها جاءت بذات حرفية النص السعودي في الفقرة (أ) من المادة ٤٣ أعلاه^(٢٩). باستثناء القانون

الأردني الذي جاءت الصياغة مغايرة فيه، إذ جاء في نص المادة ١/٣٨ من قانون العلامات التجارية الأردني على أنه "يعاقب كل من ارتكب بقصد الغش فعلاً من الأفعال التالية: (أ) زور علامة تجارية مسجلة أو قلدها بطريقة تؤدي الى تضليل الجمهور". مما يفهم منه أن القانون الأردني اشترط صراحةً القصد الخاص في جريمة تزوير أو تقليد العلامة التجارية (السلامات، ٢٠١٣م).

وبالرجوع إلى موقف الفقه من هذه المسألة نجد أنها تمحورت بين ثلاثة آراء:

الرأي الأول: وهو الغالبية (عباس، بدون سنة؛ الخشروم، ٢٠٠٨م)، يرى أن القانون لا يشترط القصد الخاص في قيام جريمة تزوير أو تقليد العلامة التجارية، استناداً إلى التأويل الحرفي لنص قانونهم الوطني، وكذلك استناداً إلى حكمة المنظم من أن التاجر يجب أن يكون على علم بجميع العلامات المسجلة في فرع التجارة الذي يزاوله وذلك بالرجوع إلى سجل العلامات، كما يستبعد القول أن التزوير أو التقليد جاء بشكل عرضي، مما يحمل ذلك على سوء القصد.

مما يترتب على الأخذ بهذا الرأي أن الجريمة تقوم بحق مزور العلامة التجارية أو مقلدها دون حاجة لإثبات سوء نية المتهم كون أن سوء نيته مفترضة، ولا يستطيع أن يدعي جهله لينفذ من العقاب (برانوب، ٢٠٠٠م). إلا أن المتهم يستطيع أن

(٢٩) انظر المواد من قوانين العلامات التجارية لمجلس التعاون الخليجي (١/٣١ بحريني، المادة ١/٣٥ عماني، المادة ١/٣٤ أقطري، المادة ١/٣٧ إماراتي، المادة ١/٩١ كويتي)، المادة ١/١١٣ من قانون حماية الملكية الفكرية المصري.

المادة المذكورة وهي "تضليل الجمهور" حتى وإن لم يستعمل المنظم عبارة "سوء القصد" المستعملة في جرمي الاستعمال واغتصاب علامة الغير دون وجه حق، وإن كانت كلا العبارتين لا تتوافق في كلا المعنيين، فإننا نقول أن المنظم السعودي افترض سوء قصد الفاعل لجرمي تزوير وتقليد العلامة التجارية إلا أن هذه الفرضية تبقى قرينة بسيطة قابلة لإثبات العكس.

(ب) جريمة استعمال العلامة التجارية المزورة

اشترط المنظم السعودي قيام القصد الخاص في جريمة استعمال العلامة التجارية المزورة أو المقلدة، وقد كان واضحاً في هذا، كما أشرنا سابقاً، بصراحة نص المادة ٤٣/١ بقولها "..... وكل من استعمل بسوء القصد علامة مزورة أو مقلدة....." بما يعني أن هذه الجريمة لا تقوم إلا إذا ثبت أن الفاعل كان سيء النية أي يعلم أن العلامة المستعملة مزورة أو مقلدة، وأنه جرى استعمالها لخداع الجمهور، ويقع إثبات سوء نية الفاعل على المدعي والمدعى عليه (المتهم) أن يثبت حسن نيته بعدم علمه بتزوير أو تقليد العلامة.

كما أن القانون المصري تطلب قيام القصد الخاص في هذه الجريمة بنصه في المادة ١١٣ من قانون حماية الملكية الفكرية لعام ٢٠٠٢م بقوله "يعاقب ٢- كل من استعمل بسوء قصد علامة تجارية مزورة أو مقلدة....." وكذلك القانون الأردني

يتمسك بأن تنفيذ الفعل المادي لم يتضمن اعتداء على الحق في العلامة متى أثبت أن العلامة صنعت لتمييز منتجات غير منافسة أو أن العلامة صنعت لوضعها للدعاية في المتجر لبيع المنتجات التي تحمل العلامة الحقيقية (عباس، بدون سنة).

وأما الرأي الثاني: فيعتبر أن القصد الخاص وهو سوء نية المتهم مفترضة في جريمة تزوير العلامة التجارية أو تقليدها، لكنه يستطيع إثبات عكسها بإقامة الدليل على أن فعله قد تم بموافقة صاحب العلامة التجارية، وأن فعله هذا لم يؤدي إلى انخداع وتضليل الجمهور (زين الدين، ٢٠٠٩م).

وأما الرأي الثالث: فيعتبر أن القانون لا يشترط القصد الخاص في جريمة تزوير العلامة ويشترطه في جريمة تقليد العلامة التجارية، وسند هذا الرأي في هذا، أن حالة تزوير العلامة لا يلزم سوء النية ويعتبر مجرد اقتباس علامة مطابقة لعلامة الغير المسجلة خطأ يستوجب العقاب، أما في حالة التقليد فيجب أن يكون قد تم بقصد الغش وإلا فلا عقوبة (خولي، ١٩٦٧م؛ الفهيدى، ١٤٣٢هـ).

وبالاطلاع على جميع هذه الآراء وبالوقوف على حرفية نص المادة ٤٣/أ من نظام العلامات التجارية السعودي المجرمة لفعل تزوير أو تقليد العلامة التجارية، أرى أن الرأي الثاني أقرب إلى الصواب، حيث لا يمكن تغافل العبارة الواردة في الفقرة (أ) من

(ج) جريمة عرض أو بيع أو حيازة بضاعة تحمل علامة مقلدة أو مزورة

لم يشترط المنظم السعودي في المادة ٤٣/ج قيام القصد الخاص في هذه الجريمة، إذ يكفي لقيامها قيام القصد العام فقط - حسب الشرح السابق - وهو إثبات أن الفاعل كان يعلم بأن العلامة التجارية مزورة أو مقلدة عندما قام بعرض أو بيع أو حيازة البضاعة التي تحمل هذه البضاعة، ويقع عبء الإثبات على رافع الدعوى، إذ يقتضي الأصل العام افتراض حسن نية البائع أو الحائز بقصد البيع (المحيسن، ٢٠١١م). مما يفهم من هذا أنه لا يشترط لقيام هذه الجريمة إثبات القصد الخاص المتمثل بسوء نية الفاعل بقصده تضليل الجمهور. وهذا يفهم من مضمون المادة أعلاه بعدم ذكرها لعبارة "سوء القصد" كما هو في جرميستي استعمال واغتصاب العلامة دون وجه حق، إذ جاء في نصها على "كل من عرض أو طرح للبيع أو باع أو حاز بقصد البيع منتجات عليها علامة مزورة مع علمه بذلك" كما جاء القانون المصري متوافقاً مع القانون السعودي في هذا الشأن بعدم اشتراط قيام القصد الخاص لهذه الجريمة (السلامات، ٢٠١٣م).

وعلى العكس من ذلك فقد اشترط القانون الأردني صراحة قيام القصد الخاص لهذه الجريمة إذ جاء بنص المادة ٣٨ من قانون العلامات التجارية على "يعاقب كل من ارتكب بقصد الغش فعلاً من

اشترط صراحة قيام القصد الخاص في هذه الجريمة بنصه "يعاقب بالحبس ... كل من ارتكب بقصد الغش (أ) ... استعمل داخل المملكة علامة تجارية مزورة أو مقلدة ..." وقد نصت غالبية القوانين^(٣٠) صراحة على شرط قيام القصد الخاص في جريمة استعمال العلامة المقلدة أو المزورة.

ويطرح في هذا الشأن تساؤل: لماذا المنظم السعودي وغيره من القوانين المقارنة اشترط قيام القصد الخاص صراحة في جريمة استعمال العلامة المزورة أو المقلدة ولم يشترطه في جريمة تزوير أو تقليد العلامة التجارية؟ لعل السبب في ذلك يرجع إلى أن هذه الأخيرة تقع على درجة كبيرة من الخطورة لأنها تمس بذاتية العلامة التجارية، فالقصد الخاص فيها مفترض، بينما جريمة استعمال العلامة المزورة أو المقلدة، فعل التعدي فيها لا يقع على ذاتية العلامة لذا يجب إثبات سوء نية فاعلها (عباس، بدون سنة). وبطبيعة الحال إن هذه التفرقة بين كلا الجريمتين لا محل لها إذا كان مستعمل العلامة هو ذاته مزورها أو مقلدها وهو الوضع الغالب، فلا يشترط إثبات سوء النية كونها مفترضة للعلم بواقعة التسجيل (القليوبي، ١٩٦٧م).

(٣٠) المادة ٣٤/أ من قانون العلامات التجارية القطري. المادة ٣٥/١ من قانون العلامات التجارية العماني. المادة ٩١/١ من قانون العلامات التجارية الكويتي. المادة ٣١/١ بحريني. المادة ٣٧/١ إماراتي. المادة ١١٣/٢ من قانون حماية الملكية الفكرية المصري.

(د) جريمة اغتصاب علامة الغير

اشترط المنظم السعودي لقيام هذه الجريمة قيام القصد الجنائي الخاص بصراحة نص المادة ٤٣/ب إذ جاء فيها "كل من وضع بسوء القصد على منتجاته ... علامة مملوكة للغير" وهو ما أخذ به صراحة القانون المصري والأردني وقوانين مجلس التعاون الخليجي جميعها^(٣٣) ولعل توافق جميع القوانين على ضرورة قيام القصد الخاص في هذه الجريمة على وجه الخصوص، يرجع أن الفعل الذي يقوم به المعتدي في هذه الحالة هو نية تضليل وخداع الجمهور هي دافع أساسي وجوهري لديه وهي الهدف الأساسي من فعله بأن يقوم بوضع علامة الغير على منتجه الذي يكون عادة بغير جودة المنتج المغتصب علامته. فإن انتفى هذا القصد لديه بأن ثبت أنه بقصد الاستعمال الشخصي أو أن يثبت أنه أرفق مع المنتج ما يدل على شخصيته أو ما إلى ذلك، يثبت من خلاله انتفاء نية تضليل الجمهور.

(هـ) جريمة بيع أو عرض أو حيازة بضاعة موضوعة بغير حق

ساوى المنظم السعودي بين هذه الجريمة وبين جريمة بيع أو عرض أو حيازة بضاعة مزورة أو مقلدة في

(٣٣) المادة ١١٣/٣ من قانون حماية الملكية الفكرية المصري. المادة ٣٨/ب من قانون العلامات التجارية الأردني. وقوانين العلامات التجارية لدول الخليج العربي: ٣١/بحريني، ٣٧/٢ إماراتي، ٩١/٢ كويتي، ٣٥/٢ عماني، ٣٤/٢ قطري.

الأفعال التالية (ج) باع أو اقتنى بقصد البيع أو عرض للبيع بضاعة تحمل علامة تجارية".

إلا أن التطبيق القضائي لديوان المظالم في المملكة كان غير واضح في هذا الشأن، فقد اشترط أحياناً توافر القصد العام فقط في جريمة عرض أو بيع بضائع عليها علامة مزورة، وفي قضايا أخرى اشترط ضرورة توافر القصد الخاص في هذه الجريمة. ومن القضايا التي اكتفى فيها بتوافر القصد العام في هذه الجريمة نذكر ما جاء بأحد أحكامه ما نصه ".... انتهت الدائرة إلى ثبوت المخالفة في حق المدعى عليها لنظام العلامات التجارية، حيث قامت ببيع علامة مقلدة لعلامة تجارية أصلية محمية في ذات الفئة المسجلة لها العلامة وهي زيوت الفرامل للسيارات مع علمها بذلك..."^(٣٤).

ومن القضايا التي اشترطت في هذه الجريمة القصد الخاص نذكر ما جاء في آخر ما نصه "... يشترط لقيام جريمة عرض أو طرح أو حيازة بقصد البيع المنتجات التي عليها علامة مزورة أو مقلدة شرطين الأول: توفر العنصر المادي المتمثل في عملية البيع أو العرض له، والثاني: وجود العنصر المعنوي وهو سوء النية بقصد غش المستهلك العادي..."^(٣٥).

(٣١) حكم رقم ١٤٢/د/١١ لعام ١٤٢٦هـ، المؤيد بالحكم رقم ١٣٠/ت/٥ لعام ١٤٢٧هـ.

(٣٢) حكم رقم ٨٧/د/٩ لعام ١٤٣٠هـ، المؤيد بالحكم رقم ١٥٥/إس/٥ لعام ١٤٣١هـ. وفي ذات المعنى الحكم رقم ٢١/د/٥ لعام ١٤٣هـ، المؤيد بالحكم ٣٣٤٢/إس/٢ لعام ١٤٣٢هـ.

قانونية عادلة تتم فيها ملاحظتهم، بإيقاع العقوبة المستحقة عليهم. وهذه الآلية هي ما تعرف بالأنظمة الوضعية، بقواعد الإجراءات أو أصول المحاكمات الجزائية، فهذه القواعد أو الأصول هي التي تنقل قواعد التجريم أو قانون العقوبات من حالة السكون إلى حالة الحراك، بتتبع الجاني من بداية ارتكابه لجريمته والكشف عنها وما يتخللها من تحقيق ومحاكمة إلى مرحلة إيقاع العقوبة عليه.

لذا سنتحدث في المبحث الأول من هذا الفصل عن ماهية الإجراءات التي وضعها النظام السعودي لملاحقة المتهم في جرائم التعدي على العلامة التجارية. لنتناول في المبحث الثاني العقوبات التي وضعها المنظم على مرتكب أحد هذه الجرائم.

المبحث الأول: إجراءات الملاحقة الجزائية لجريمة التعدي على العلامة التجارية

لا تختلف إجراءات الملاحقة الجزائية للمتهمين في جرائم التعدي على العلامة التجارية عن غيرها من الإجراءات التي يلاحق فيها المتهمون في باقي الجرائم، من حيث تطبيق القواعد العامة في هذا الشأن، إلا أنه ورغماً عن هذا يبقى لكل جريمة نوعاً من الخصوصية. هذا ما سنحاول الوقوف عليه في إجراءات الملاحقة الجزائية للمعتدي على العلامة التجارية، من حيث تحريك الدعوى العمومية في جرائم العلامات

عدم اشتراطه القصد الخاص، إذ لم يفرق بين (البيع أو العرض أو الحيازة) للبضاعة التي تحمل العلامة المزورة أو المقلدة وبين (البيع أو العرض أو الحيازة) للبضاعة التي تحمل علامة الغير دون وجه حق، وهذا يستتج من صراحة نص المادة ٤٣/ج والتي جاء فيها "كل من عرض أو طرح للبيع أو باع أو حاز بقصد البيع منتجات عليها علامة مزورة أو مقلدة أو موضوعة بغير حق مع علمه بذلك"، فتكون هذه الفقرة قد جمعت بين كلا الجريمتين في الحكم من حيث عدم اشتراط القصد الخاص لاكتفائها بعبارة "مع علمه بذلك" دون ذكر عبارة "سوء القصد" التي ذكرها في جرمي الاستعمال للعلامة المزورة والعلامة المغتصبة كما سبق بيان ذلك.

لذا فإن جريمة بيع أو عرض أو حيازة بضاعة تحمل علامة دون وجه حق يكفي لقيامها توافر القصد العام فقط وهي العلم بموضوع الجريمة. بمعنى أنه لا يشترط إثبات سوء قصد الفاعل بنيته تضليل الجمهور حيث إن هذه النية مفترضة.

الفصل الثاني:

إجراءات الملاحقة والعقوبات في

جريمة التعدي على العلامة التجارية

كما هو معلوم أن تجريم الأفعال داخل أي مجتمع كان، وفقاً لمبدأ لا جريمة ولا عقوبة إلا بنص قانوني، لا يكفي بذاته لردع المجرمين، دون وجود آلية

التجارية. هذا ما سنتحدث عنه في المطلب الأول. وممارسة حق رفع الدعوى القضائية. وهو ما سنتناوله في المطلب الثاني.

المطلب الأول: تحريك الدعوى العمومية في جريمة العلامة التجارية

يثير دعوى تحريك الدعوى العمومية في جريمة العلامة التجارية عدة تساؤلات حول من هم أصحاب الحق في تحريكها؟ وهو ما سنتناوله في الفرع الأول. وماهية الإجراءات السابقة لرفعها من حيث تحديد سلطة الضبط القضائية والصلاحيات المخولة لهم نظاماً؟ وهو ما سنتناوله في الفرع الثاني. وأخيراً ماهية المدة النظامية التي يمكن خلالها رفع هذه الدعوى؟ وهو ما سنتناوله في الفرع الثالث.

الفرع الأول: أصحاب الحق في تحريك الدعوى العمومية

وفقاً للقواعد العامة في نظام الإجراءات الجزائية السعودي^(٣٤) أن تحريك الحق العام في الدعاوي الجزائية، وكأصل عام مقصور على هيئة التحقيق والادعاء العام (الحرقان، ١٤٣٠هـ)، وقد نصت المادة (١٥) من النظام السابق، على ذلك بقولها "تختص هيئة التحقيق والادعاء العام - وفقاً لنظامها - بإقامة

الدعوى الجزائية ومباشرتها أمام المحكمة المختصة". كما أن المادة (١٦) من ذات النظام السابق أعطت هذا الحق استثناءً للمجني عليه أو من ينوبه أو وارثه تحريك هذه الدعوى في الحالة التي يكون فيها له حق خاص. هذا بتعبير المادة المذكورة بنصها على "للمجني عليه - أو من ينوب عنه - ولوارثه من بعده حق رفع الدعوى الجزائية في جميع القضايا التي يتعلق بها حق خاص". بمعنى أنه يحق في حالة وجود حق خاص تحريك الدعوى العمومية في جميع القضايا بإقامتها مباشرة أمام القضاء، دون تحريكها بواسطة هيئة التحقيق والادعاء العام وهو ما يعبر عنه في قوانين الإجراءات الجزائية بالادعاء المباشر (بن ظفير، ١٤٣٠هـ)، ولا يستثنى من هذه القضايا إلا في الحالة التي ترى هيئة التحقيق والادعاء العام مصلحة عامة تستدعي السير في إجراءات التحقيق بذاتها، بتعبير ذات المادة (١٦) أعلاه بقولها "..... إلا إذا رأت هيئة التحقيق والادعاء العام مصلحة عامة في رفع الدعوى والتحقيق في هذه الجرائم".

وبالتطبيق، على جرائم العلامة التجارية، يطرح في هذا الشأن تساؤل: هل أن حق تحريك الدعوى العمومية في جرائم العلامة التجارية يطبق في ذات الكيفية الموجودة في القواعد العامة أعلاه؟ بالرجوع إلى نظام العلامات التجارية السعودي القديم^(٣٥) في

وفقاً للقواعد العامة في نظام الإجراءات الجزائية السعودي^(٣٤) أن تحريك الحق العام في الدعاوي الجزائية، وكأصل عام مقصور على هيئة التحقيق والادعاء العام (الحرقان، ١٤٣٠هـ)، وقد نصت المادة (١٥) من النظام السابق، على ذلك بقولها "تختص هيئة التحقيق والادعاء العام - وفقاً لنظامها - بإقامة

(٣٥) وهو القانون رقم (٥/م) تاريخ ٥/٤/١٤٠٤هـ.

(٣٤) وهو القانون الجديد رقم (٢/م) تاريخ ٢٢/١/١٤٣٥هـ.

المادة (٤٤) من لائحته التنفيذية والمعدلة بالقرار الوزاري رقم (٥٥١) تاريخ ١٤/٦/١٤٠٨هـ^(٣٦) نجد أن المنظم قد أعطى في المادة الثانية من هذا القرار للإدارة القانونية في وزارة التجارة وفروعها في جدة والدمام كل في دائرة اختصاصه حق رفع الدعوى الجزائية ومتابعة سير إجراءاتها في تمثيل الحق العام أمام ديوان المظالم باعتباره الجهة القضائية المختصة وقتها في هذا الشأن.

أما وبحسب النظام الحالي للعلامة التجارية، وهو النظام رقم (١٤٠) لعام ١٤٢٣هـ، فإنه سحب اختصاص تحريك الدعوى العمومية في جرائم العلامة التجارية من وزارة التجارة ممثلة في الإدارة القانونية لها وأسندها إلى جهتها الطبيعية وهي هيئة التحقيق والادعاء العام، بنصه الصريح في المادة (٥٤) منه على "تتولى هيئة التحقيق والادعاء العام تمثيل الحق العام في الدعوى الجزائية لمخالفات أحكام هذا النظام".

ويبقى التساؤل مطروحاً في هذا الشأن: إذا كان حق تحريك الدعوى الجزائية في جرائم العلامات التجارية من حق هيئة التحقيق والادعاء العام، هل يحق للمجني عليه صاحب العلامة التجارية أو المرخص له باستعمالها بتحريك الدعوى العمومية في هذه الجرائم؟ بالرجوع إلى نص المادة (٥٤) من نظام

العلامات التجارية السعودي أعلاه، أرى أنها لم تنطرق إلى إعطاء حق للمجني عليه أو غيره حق تحريك الدعوى الجزائية في جرائم العلامات التجارية، وحصرت هذا الحق على هيئة التحقيق والادعاء العام، وكما هو معلوم أن النص الخاص وهو نص المادة (٥٤) أعلاه يقيد النص العام وهو نص المادة (١٦) من نظام الإجراءات الجزائية أعلاه، ولو كان في غاية المنظم عدم حصر هذا الحق في تحريك الدعوى العمومية في هذه الجرائم على هيئة التحقيق والادعاء العام لما أورد هذا النص (٥٤) في صيغته المذكورة أعلاه، واكتفى بالقواعد العامة السابقة في هذا الشأن.

وقد أخذ ديوان المظالم في حكم سابق له قبل صدور نظام العلامات التجارية الحالي بهذا التوجه وقتما كانت وزارة التجارة هي التي تتولى تحديد الجهة التي تحرك الدعوى العمومية إذ جاء في أحد هذه الأحكام ما يلي "رفع الدعوى العامة بطلب مجازاة المتهم بتقليد علامة تجارية محصور بالجهة التي يحددها وزير التجارة وليس من حق صاحب العلامة المقلدة أن يباشر هذا الحق بنفسه أو يتولاه بالنيابة عن الجهة المختصة"^(٣٧) وفي حكم آخر لديوان المظالم في هذا المعنى جاء به "..... وحيث إنه فيما يتعلق بطلب المدعي وكالة إيقاع العقوبات الجزائية المنصوص عليها في النظام على المدعى عليه، فلما كان

(٣٦) المنشور في جريدة أم القرى في العدد رقم (٣١٩٨) تاريخ

١٤٠٨/٦/٢٤هـ.

(٣٧) حكم لديوان رقم ٣٥/ت/٤ لعام ١٤١٠هـ.

وزارة التجارة لهذا الغرض. وما يتطلب ذلك من وقت إلى حين وصولها إلى القضاء.

الفرع الثاني: الإجراءات السابقة لتحريك الدعوى العمومية

إذا كان المجني عليه في النظام السعودي لا يملك حق تحريك الدعوى الجزائية في جرائم العلامات التجارية مباشرة بصفته مدعياً بالحق الشخصي - كما أسلفنا - فما السبيل لديه للمطالبة بردع المعتدي عن المساس بعلامته التجارية؟ حدد المنظم الإجراءات السابقة ما قبل تحريك الدعوى العمومية وذلك عن طريق تقديم شكوى لدى موظفي وزارة التجارة المعينين لهذا الغرض بصفته مأموري الضبط القضائي في جرائم العلامات التجارية، إذ جاء في نص المادة (٦٣) من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية ما يلي "يتولى الموظفون الذين يصدر بتعيينهم قرار من وزير التجارة.... مجتمعين أو منفردين ضبط ما يقع من مخالفات لأحكام النظام ولائحته التنفيذية سواء أكان ذلك بشكوى مقدمة من أحد الأشخاص...." مما يفهم من هذا النص ما يلي :

١- أن المنظم أعطى حق تقديم هذه الشكوى لأي شخص كان، مما يدخل تحت هذا المعنى المجني عليه بصفته مالك للعلامة التجارية أو المرخص له باستعمالها أو المستهلك أو أي شخص من عامة

حق إقامة الدعوى العامة من اختصاص الجهة المختصة بوزارة التجارة، فإنه لا صفة للمدعي في إقامتها، ومن ثم فهي غير مقبولة منه...." (٣٨).

وعليه يفهم من هذا أن المجني عليه صاحب العلامة لا يمكن له تحريك الدعوى الجزائية في جرائم التعدي على العلامة التجارية في النظام السعودي حتى ولو اتخذ صفة الادعاء بالحق الشخصي، كما هو عليه الحال في غيره من الدول، كالأردن ومصر والتي لا يوجد بها نص مثل لنص المادة (٥٤) من نظام العلامات التجارية السعودي أعلاه، بما يفهم منه تطبيق القواعد العامة في الإجراءات الجزائية في هذا الشأن، والتي تعطي للمجني عليه في هذه الدول بصفته مدعي بالحق الشخصي تحريك الدعوى الجزائية في التعدي على العلامة التجارية.

وأرى أن حرمان المجني عليه أو من في حكمه من تحريك الدعوى مباشرة عن طريق ممارسة الادعاء بالحق الشخصي ليس له ما يبرره في نظام العلامات التجارية السعودي، فالجرائم الواقعة على العلامة التجارية لا تعد من الجرائم الخطيرة التي تستدعي حرمانه من ذلك، علاوة أن في هذا مساس بحقوقه في حماية علامته التجارية بالسرعة الممكنة، إلى حين مروره بإجراءات تقديم الشكوى لدى الموظفين المعينين في

(٣٨) حكم رقم ٢٧/د/تج/٩ لعام ١٤١٩هـ، المؤيد بالحكم رقم ١٥٧/ت/٣ لعام ١٤١٩هـ.

هيئة التحقيق والادعاء العام، وللهيئة أن تطلب من الجهة المختصة النظر في أمر كل من تقع منه مخالفة لواجباته أو تقصير في عمله. كما حددت المادة (٢٧) من ذات النظام السابق اختصاصات مأموري الضبط الجنائي كل بحسب اختصاصه بقولها ".... أن يقبلوا البلاغات والشكاوي التي ترد إليهم في جميع الجرائم، وعليهم وعلى رؤوسهم تحت إشرافهم أن يقوموا بفحصها وجمع المعلومات المتعلقة بها في محضر يوقعون عليه....".

ولا تخرج اختصاصات مأموري الضبط القضائي في جرائم العلامة التجارية المعينين لهذا الغرض من طرف وزير التجارة عن الصلاحيات العامة الواردة في نظام الإجراءات الجزائية. وقد أوضحت اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية السعودي في نص المادة (٣٧) منها بشيء من التفصيل بعض هذه الصلاحيات لمأموري ضبط هذه الجرائم بقولها يحق لهم "....

(أ) دخول المحلات التجارية للتفتيش عن أي مخالفات لأحكام هذا النظام.

(ب) التحفظ على السلع الموضوع عليها علامة تجارية مخالفة لأحكام هذا النظام، وأخذ ثلاث عينات منها لتقديمها عند الاقتضاء مع إرسال إحداها إلى هيئة التحقيق والادعاء العام،

الناس كون أن عبارة "..... أحد من الأشخاص" الواردة في النص عبارة مطلقة، وما أطلق وفقاً لقواعد التفسير، كما هو معلوم، يجري على إطلاقه دون تخصيص.

٢- أن المنظم أعطى للموظفين المعينين من طرف وزير التجارة صفة الضبطية القضائية في جرائم العلامة التجارية^(٣٩)، إذ جاء صراحة في نص المادة (٥٦) من نظام العلامات التجارية السعودي النص على ذلك بقولها "يكون للموظفين الذين يعينهم وزير التجارة صفة مأموري الضبط القضائي فيما يتعلق بتطبيق أحكام هذا النظام" ومأمور الضبط القضائي أو رجال الضبط الجنائي بحسب تعريف نص المادة (٢٤) من نظام الإجراءات الجزائية السعودي "..... هم الأشخاص الذين يقومون بالبحث عن مرتكبي الجرائم وجمع المعلومات والأدلة اللازمة للتحقيق وتوجيه الاتهام". وهم بحسب نص المادة (٢٥) من ذات النظام السابق يخضعون تحت إشراف

(٣٩) بخلاف ما كان معمولاً به في السابق، حيث إن هذه الصلاحية كانت تتولاها الإدارة العامة للجودة النوعية والرقابة بالرياض وفروع الوزارة كل في دائرة اختصاصه، بحسب ما جاء في التعديل الوزاري بالقرار رقم (٥٥١) تاريخ ١٤٠٨/٦/١٤هـ لنص المادة (٤٤) من نظام العلامات التجارية السابق رقم (٥/م) تاريخ ١٤٠٤/٥/٤هـ. مشار إلى هذا القرار وتاريخ نشره سابقاً.

المخالفة، دون اتخاذ أي إجراء من إجراءات التحقيق أو المحاكمة^(٤٠). وينفرد نظام العلامات التجارية السعودي بوجود هذا النص حيث لا يوجد له مثيل في كل من قوانين العلامات التجارية في دول مجلس التعاون الخليجي والقانون المصري والأردني. ولعل السبب في هذا أن النظام الجزائري السعودي لم يتعرض إلى مسألة تقادم الدعوى العمومية (بن ظفير، ١٤٣٠هـ).

وتطبيقاً للمادة (٤٧) أعلاه تبدأ المدة الزمنية من تاريخ ارتكاب المخالفة، ولا يقطع مرور هذه المدة إلا من اللحظة التي تبدأ فيها إجراءات التحقيق. ما يفهم منه أن مجرد تقديم الشكوى المشار إليها في المادة (٣٦) من اللائحة التنفيذية، لا تقطع المدة الزمنية لتحريك الدعوى العمومية وإنما الذي يقطعها المباشرة بإجراءات التحقيق من طرف موظفي الضابطة العدلية المعينين لهذا الغرض.

ونرى أن في ذلك مساس بحق مقدم الشكوى خاصة إذا ما قدمها في اللحظات الأخيرة لانقضاء مدة الخمس سنوات ولم يباشر التحقيق فيها بعد. لذا أرى أن يعدل نص المادة (٤٧) أعلاه ليكون الإجراء القاطع لمدة التقادم من تاريخ تقديم الشكوى وليس من تاريخ مباشرة إجراء التحقيق.

(٤٠) بخلاف ما كان عليه الأمر في القانون السابق، رقم/ ٥ لعام ١٤٠٤هـ حيث إن المدة الزمنية لسقوط الدعوى العمومية هي ثلاث سنوات.

والاحتفاظ بباقي العينات حتى انتهاء الدعوى الجزائية، ويتم تحرير محضر حجز بذلك
(ج) إجراء تحقيق فوري مع المخالف إذا قدر ملائمة ذلك بعد مواجهته بالمخالفة المنسوبة إليه".
كما بينت المادة (٣٨) من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية السعودي الإجراء الواجب اتباعه من طرف مأموري الضبط القضائي في جرائم العلامة التجارية ما بعد انتهاء التحقيق مع المتهم بالاعتداء على العلامة التجارية بقولها "بعد الانتهاء من التحقيق مع المخالف تحال كامل أوراق المخالفة مع عينة من السلعة محلها إلى هيئة التحقيق والادعاء العام من وكيل الوزارة للتجارة بطلب رفع الدعوى الجزائية". ما يؤكد هذا النص أن قرار إحالة ملف القضية إلى هيئة التحقيق والادعاء العام لتحريك الدعوى العمومية يأتي انسجاماً مع القواعد العامة التي تجعل من جميع سلطات الضبط الجنائي في المملكة بما فيها مأموري ضبط جرائم العلامة التجارية، التي تمثل إحدى هذه السلطات، تعمل جميعها تحت إشراف هيئة التحقيق والادعاء العام.

الفرع الثالث: سقوط حق تحريك الدعوى العمومية بمرور الزمن

أشارت المادة (٤٧) من نظام العلامات التجارية السعودي إلى هذه المدة بقولها "تسقط دعوى الحق العام بمضي خمس سنوات من تاريخ ارتكاب

وفي كل الأحوال بنص المادة (٤٧) فإنه ".... لا يترتب على سقوط دعوى الحق العام أي مساس بالحقوق الخاصة" والتي تبقى خاضعة للقواعد العامة في هذا الشأن.

المطلب الثاني: رفع الدعوى القضائية في جرائم العلامات التجارية

بطبيعة الحال لن تتجلى الحماية الجزائية أو المدنية للعلامة التجارية دون اللجوء إلى القضاء عن طريق ممارسة إجراء رفع الدعوى القضائية، وفقاً للإجراءات المعمول بها في نظام الإجراءات الجزائية إذا كان محل الدعوى جريمة أو وفقاً لنظام المرافعات الشرعي إذا كان محل الدعوى مطالبة مدنية. ولكي تحقق هذه الدعوى الغاية منها وجب إثبات واقعة التعدي على العلامة التجارية، باتخاذ إجراء احتياطي استعجالي، لمن يرغب، ما قبل رفع الدعوى - أو بعدها - يتمثل في ممارسة إجراء الحجز التحفظي تمهيداً لرفع الدعوى القضائية لدى القضاء المختص في المملكة في هذا الشأن. هذا ما سنحاول الوقوف عليه فيما يلي.

الفرع الأول: إجراء الحجز التحفظي

يندرج إجراء الحجز التحفظي في مجال الاعتداء على العلامة التجارية، تحت إطار الدعاوى المستعجلة

التي نظمها نظام المرافعات الشرعي السعودي^(١) وهي ما ورد تعريفها في نص المادة (٢٠٥) منه بقولها ".... المسائل..... التي يخشى عليها فوات الوقت والمتعلقة بالمنازعة نفسها....."، إذ أجاز للمحكمة المختصة النظر في هذا النوع من القضايا وفقاً لضوابط وإجراءات معينة^(٢). وتكمن أهمية اتخاذ هذا الإجراء في مجال العلامة التجارية - كما أسلفنا - في تيسير إثبات الاعتداء على الحق في العلامة التجارية وضبط جسم الجريمة (القليوبي، ١٩٦٧م). كما يفيد أيضاً في منع استمرار التزوير أو التقليد أو الاغتصاب للعلامة التجارية ومنع تداولها (القليوبي، ١٩٦٧م). وكذلك تسهيل الحصول على التعويض المناسب فيما بعد عند إجراء المطالبة المدنية (برانوب، ٢٠٠٠م). كما أنه يجب أن لا يفهم أن إجراء الحجز التحفظي إجراء لا بد من القيام به ما قبل رفع الدعوى لإثبات فعل التعدي على العلامة التجارية، بل هو إجراء اختياري ولا يعد شرطاً لازماً لإقامة الدعوى (عباس، بدون سنة).

ويتمثل محل الحجز التحفظي الذي يمكن أن يقع عليه الحجز في الآلات والأدوات التي تستخدم أو تكون قد استخدمت في ارتكاب الجريمة والمنتجات المحلية والمستوردة أو البضائع أو الأوراق مما يكون قد وضعت عليها العلامة التجارية موضوع المخالفة. وقد

(٤١) رقم (م/١) تاريخ ٢٢/١/١٤٣٥هـ.

(٤٢) المواد من (٢٠٥) إلى (٢١٧).

وقد أعطى المنظم الحق للمحجوز عليه في المادة (٥١) من النظام السابق حق المطالبة بالتعويض إذا تبين أن طالب الحجز سيء النية، خلال مدة ٩٠ يوماً من تاريخ انتهاء مدة العشرة أيام أعلاه الواردة في المادة (٥٠) من النظام، إذ لم يرفع الحاجز دعواه. أو من تاريخ صدور الحكم النهائي في دعوى الحاجز المتعلقة في العلامة التجارية. كما أنه لا يجوز بحسب نص المادة (٥١) المذكورة أعلاه إرجاع التأمين للحاجز إلا في الحالة التي يصدر فيها حكم نهائي بإدانة المحجوز عليه، أو بعد انقضاء الميعاد المقرر له دون رفع دعواه. كل هذا ما لم يتضمن الحكم الصادر في دعوى الحجز موضوع التأمين.

الفرع الثاني: القضاء المختص في جرائم العلامة التجارية

من المسلم به أن الوصول إلى الحق في ظل دولة القانون لا يكون إلا عن طريق ممارسة الدعوى القضائية، وهذه الدعوى لا يكون النظر فيها والحكم بنتيجتها إلا لدى الجهة القضائية التي رسم لها القانون صلاحية النظر فيها، وفقاً للتنظيم القضائي المعمول به. وفي حديثنا عن الحماية الجزائية للعلامة التجارية، ينبغي علينا تحديد الجهة القضائية المختصة في المملكة التي لها صلاحية النظر في مثل هذه الدعاوى. سواءً أكان هذا من حيث الاختصاص النوعي أو الاختصاص المكاني. هذا ما سنتناوله تباعاً فيما يلي.

حددت المادة (٤٩) نظام العلامات التجارية السعودي شروط القيام بهذا الاجراء والمتمثلة في:

١- استصدار أمر على عريضة من الجهة القضائية المختصة ممثلة هنا في المحاكم التجارية في القضاء الشرعي^(٣٣) مرفق بها شهادة دالة على تسجيل العلامة التجارية المعتدى عليها.

٢- أن يقدم طالب الحجز تأميناً تقدره المحكمة التجارية المختصة، تقديراً أولياً لتعويض المحجوز عليه عند الاقتضاء، إذا تبين أن طالب الحجز سيء النية. ويمكن لهذا الأخير بعد إيقاع الحجز أن ينازع في التأمين الذي قدمه الحاجز بموجب طلب يقدمه للمحكمة التجارية المختصة، خلال ١٠ أيام من توقيع الحجز^(٣٤).

وقد اشترطت المادة (٥٠) من ذات النظام أعلاه لبقاء صحة الحجز التحفظي رفع الدعوى الجزائية أو المدنية خلال ١٠ أيام من تاريخ إيقاع الحجز التحفظي، وهو بالأمر المنطقي الذي يتماشى مع خاصية الإجراء التحفظي كونه إجراء مستعجل لإثبات واقعة ما، وهي هنا التعدي على العلامة التجارية. وأن هذا الإجراء يجب عدم التعسف بمدته إلى فترة طويلة، وذلك للمسارعة إلى إثبات أصل الحق عن طريق القضاء لعدم المساس بحقوق الغير إذا ثبت سوء نية طالب الحجز.

(٤٣) وقد كانت هذه الجهة في الماضي غير البعيد ديوان المظالم، كما سيأتي بيان ذلك لاحقاً.

(٤٤) المادة (٤١) من اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية.

(أ) الاختصاص النوعي

المقصود بالاختصاص النوعي هو إعطاء حق النظر في الفصل في النزاع وفقاً لطبيعة أو نوع القضية المتنازع فيها. وفي مجال الجرائم فقد جرى العمل في المملكة - سابقاً - على توزيع الاختصاص القضائي إلى ثلاثة جهات: الأولى المحكمة الجزئية^(٤٥) والثانية المحكمة العامة^(٤٦) والثالثة ديوان المظالم^(٤٧). ففي أي من هذه الجهات القضائية كانت تنظر النزاعات المتعلقة في العلامة التجارية؟ حددت المادة (٥٣) من نظام العلامات التجارية السعودي الجهة القضائية المختصة في الفصل في النزاعات الناشئة عن العلامة التجارية، سواءً أكانت هذه النزاعات مدنية أو تجارية، بقولها "يختص ديوان المظالم بالفصل في جميع الدعاوى المدنية والجنائية الناشئة عن تطبيق هذا النظام وتوقيع الجزاءات المقررة لمخالفة أحكامه".

أما وبعد صدور التعديل الجديد للنظام القضائي في المملكة^(٤٨) والذي تم بموجبه إنشاء محاكم بداية

متخصصة في ظل القضاء الشرعي وهي (المحاكم الجزائية والتجارية والعمالية والأحوال الشخصية) إضافة إلى المحكمة العامة والتي بقيت بمسماها السابق. فقد أصبح من الضروري سلخ القضايا الجزائية والتجارية التي كانت تنظر من طرف ديوان المظالم، بإسنادها إلى قاضيها الطبيعي في ظل القضاء الشرعي العادي، بحيث يبقى ديوان المظالم صاحب الاختصاص الأصيل في القضايا التي وجد من أجلها وهي الفصل في النزاعات التي تكون الإدارة طرفاً فيها.

وبطبيعة الأمر إن نقل الاختصاصات المتعلقة بالقضايا الجزائية والتجارية من ديوان المظالم إلى القضاء الشرعي، ليس بالأمر السهل، وقت صدور نظام القضاء السعودي الجديد ١٤٢٨هـ، من حيث توفير المباني أو إنشائها، أو من حيث توفير الكادر الوظيفي من قضاة وغيرهم، أو من حيث وجوب تعديل النصوص القانونية في مجال نظام المرافعات الشرعي ونظام الإجراءات الجزائية بما يتماشى والتعديل الجديد في نظام القضاء السعودي. وتطبيقاً لذلك فقد نصت اللائحة التنفيذية لنظام القضاء السعودي الجديد على المراحل الانتقالية لوضع ما جاء في النظام القضائي الجديد موضع التطبيق، ومن بينها نقل اختصاصات ديوان المظالم المعمول بها سابقاً إلى القضاء الشرعي^(٤٩).

(٤٥) انظر في اختصاصاتها الجزائية المادة (١٢٨) من الإجراءات الجزائية القديم رقم (م/٣٩) في ٢٨/٧/١٤٢٢هـ.

(٤٦) انظر في تحديد اختصاصاتها الجزائية المادة (١٢٩) من ذات النظام السابق.

(٤٧) انظر في بيان هذه الاختصاصات الجزائية المادة (٨/و) من نظام ديوان المظالم القديم رقم (م/٥١) في ١٧/٧/١٤٠٢هـ.

(٤٨) هو النظام رقم (م/٧٨) في ١٩/٩/١٤٢٨هـ والمنشور في الجريدة الرسمية أم القرى السنة ٨٤ العدد (٤١٧٠) في ٣٠/٩/١٤٢٨هـ الموافق ١٢/١٠/٢٠٠٧م.

(٤٩) انظر المادة ٨/٥ والمادة ٨/٦ والمادة ٨/٧ من لائحة آليات تنفيذ النظام القضائي السعودي الجديد.

القضايا الجزائية". إلا أنه بالرجوع إلى نص المادة (٣٥) من نظام المرافعات الشرعي الجديد^(٥٠) والتي حددت فيها اختصاصات المحكمة التجارية جاء فيها "تختص المحاكم التجارية بالنظر في الآتي : (د) جميع الدعاوى والمخالفات المتعلقة بالأنظمة التجارية " ما يفهم منه أن المنظم استثنى جرائم العلامات التجارية من الخضوع لاختصاص المحاكم الجزائية، وأدخلها بالتالي هي وجميع مخالفات الأنظمة التجارية ضمن اختصاص المحكمة التجارية.

(ب) الاختصاص المكاني

من المعلوم أن تتعدد المحاكم من ذات الدرجة في البلد الواحد، فلا يعقل أن تنظر جميع الدعاوى داخل البلد الواحد من محكمة واحدة فيزداد العبء عليها مما يترتب عليه التأخير في الفصل في الحقوق. كما لا يعقل أن يتوجه صاحب الحق بدعواه قاطعاً مسافراً كبيرة بعيداً عن موطن سكنه ليصل إلى محكمة بذاتها - كالعاصمة مثلاً - في دولة مترامية الأطراف.

لذا فإن طبيعة التنظيم القضائي في أي دولة معاصرة يقتضى إنشاء محاكم من ذات الدرجة - محاكم بداية على أقل تقدير - في جميع الدوائر أو المناطق الجغرافية وفقاً للتقسيم الإداري المعمول به في هذه الدولة، بحيث تكون في كل منطقة محكمة مشابهة

أما الآن وبعد مرور الوقت من تاريخ صدور نظام القضاء السعودي الجديد في عام ١٤٢٨هـ، نستطيع القول أن جميع الاختصاصات الجزائية والتجارية التي كانت تنظرها الدوائر الجزائية والتجارية في ديوان المظالم قد انتقلت بالفعل إلى القضاء الشرعي بعد توقيع مذكرة التفاهم بين ديوان المظالم ووزارة العدل في هذا الشأن^(٥١)، والذي بموجبه بالفعل تم سلخ القضايا الجزائية والتجارية من ديوان المظالم إلى القضاء الشرعي ممثل بالمحاكم الجزائية والتجارية فيه.

ويبقى هنا التساؤل مطروحاً هل الجرائم الناشئة عن التعدي على العلامة التجارية هي من اختصاص المحاكم الجزائية أم هي من اختصاص المحاكم التجارية في ظل نظام القضاء الشرعي الجديد؟ قد يبدو هذا التساؤل غريباً لأن جميع الجرائم تدخل في الأصل من اختصاص المحكمة الجزائية، تطبيقاً لنص المادة (١٢٨) من نظام الاجراءات الجزائية الجديد بقولها "مع عدم الإخلال باختصاصات المحاكم الأخرى، تختص المحكمة الجزائية بالفصل في جميع

(٥٠) انظر في توقيع هذه المذكرة، جريدة الرياض الصادرة يوم الاثنين ١٢/١١/١٤٣٧هـ، الموافق ١٥/٨/٢٠١٦م تحت عنوان "العدل وديوان المظالم يوقعان اتفاق انتقال الدوائر التجارية والجزائية للقضاء العام" على الرابط الإلكتروني التالي: <http://www.alriyadh.com/1139902> آخر دخول على الموقع ١٢/١١/١٤٣٧هـ.

(٥١) وهو النظام (م/١١) في ٨/١/١٤٣٥هـ.

التجارية بتزويرها أو تقليدها أو غيرها من الجرائم داخل منشأة معينة فتكون المحكمة المختصة هي المحكمة التي تقع في دائرتها الجغرافية هذه المنشأة، وهكذا. ويبدو أن اختيار محكمة مكان وقوع الجريمة مكاناً لرفع الدعوى - وكأصل عام - لتسهيل الإجراءات سواء ما تعلق منها بالمعينة أو استحضار الشهود والظروف التي وقعت فيها كعمليات البيع والاستيراد لمنتجات عليها علامة مقلدة (أحمد، ٢٠١٥م). وأحياناً قد يتعدد الفعل المجرم لذات الفعل في أكثر من مكان كأن يقع التزوير أو التقليد لذات العلامة في أكثر من جهة كاستعمال أكثر من آلة كل منها في مكان، ففي أي مكانا يمكن توجيه الدعوى؟ هذا ما أجابت عليه المادة (٣١) من نظام الإجراءات السعودي بقولها "يعد مكاناً للجريمة كل مكان وقع فيه فعل من أفعالها" بحيث يكون من الجائز رفع الدعوى في أي محكمة وقع فيها فعل من أفعال التعدي على هذه العلامة التجارية.

ثانياً: مكان إقامة المتهم: لم يعرف نظام الإجراءات الجزائية السعودي أو لائحته التنفيذية المقصود بمكان الإقامة، لذا يمكن الرجوع في ذلك إلى ما جاء المادة (٩) من نظام المرافعات الشرعي السعودي التي عرفته بأنه ".... المكان الذي يقطنه الشخص على وجه الاعتياد...."، أي هو المكان الذي يسكن فيه المتهم

للمحكمة التي هي في المنطقة الأخرى، تيسيراً على المواطنين وتوزيعاً للعبء على جميع هذه المحاكم كل بحسب اختصاصه الجغرافي. لذا يجب تحديد القواعد العامة في توزيع الاختصاص المكاني في مجال الدعاوى سواءً أكانت مدنية^(٥٢) أو جزائية.

وفي مجال الدعاوى الجزائية، موضوع بحثنا، لم يتطرق المنظم في نظام العلامات التجارية إلى تحديد قواعد خاصة في توزيع الاختصاص المكاني في حال ارتكاب جريمة من جرائم العلامة التجارية. لذا وجب الرجوع إلى القواعد العامة في نظام الإجراءات الجزائية لتحديد المحكمة المختصة مكانياً في حال وقوع جريمة معينة. وهو ما تعرضت إليه المادة (١٣٠) من النظام المذكور بقولها "يتحدد الاختصاص المكاني في مكان وقوع الجريمة، أو المكان الذي يقيم فيه المتهم، فإن لم يكن له مكان إقامة معروف يتحدد الاختصاص في المكان الذي يقبض عليه فيه".

وبتطبيق هذا النص نجد أن المنظم قد حدد ثلاثة ضوابط في تحديد الاختصاص المكاني للجرائم. نتناولها تباعاً فيما يلي.

أولاً: محل وقوع الجريمة: وهو المكان الذي يقع فيه الفعل المجرم نظاماً، فإن وقع التعدي على العلامة

(٥٢) انظر المادة (٣٦) وما بعدها من نظام المرافعات الشرعي السعودي التي حددت ضوابط رفع الدعوى المدنية مكانياً.

الخيار بين كلا الحالتين. أما حالة القبض على المتهم فهو الخيار الأخير كما أسلفنا، في حال تعذر العثور على مكان إقامة المتهم.

هذا بخلاف الحال عما هو معمول به في القانون الأردني التي جعلت الخيار متاحاً ما بين جميع هذه الحالات في تحديد الاختصاص المكاني بحسب ما جاء في نص المادة الخامسة من قانون أصول المحاكمات الأردني بقولها "تقام دعوى الحق العام على المشتكى عليه أمام المرجع القضائي المختص التابع له مكان وقوع الجريمة أو موطن المشتكى عليه أو مكان إلقاء القبض عليه ولا أفضلية لمرجع على آخر إلا بالتاريخ الأسبق في إقامة الدعوى"^(٥٤).

وعليه فإنه في حالة ارتكاب أي جرم من جرائم العلامة التجارية فتطبق جميع القواعد السابقة أعلاه في تحديد المحكمة المختصة مكانياً باعتبارها قواعد عامة تطبق على جميع الجرائم في هذا الشأن.

المبحث الثاني: العقوبات المقررة لجرائم التعدي على العلامة التجارية

من آثار الحماية الجزائية لأي جريمة كانت فرض العقوبة عليها، فلا يتصور وجود نص تجريمي دون وجود عقوبة محددة وواضحة فيه، هكذا تقتضي

بشكل مستمر دون انقطاع بعيد، ويمكن الاستعانة في تحديده إلى أهل العرف (بن ظفير، ١٤٣٠هـ).

وأما إن تعددت أماكن إقامة المتهم فللمدعي بالخيار في إقامة دعواه لدى أي محكمة مختصة مكاناً بمحل إقامته (بن ظفير، ١٤٣٠هـ)، وإن تعدد المتهمون تكون المحكمة المختصة هي المحكمة التي يوجد بها محل إقامة الأكثرية منهم، وفي حال التساوي يكون للمدعي بالخيار في إقامة الدعوى أمام المحكمة المختصة بمكان إقامة أحدهم^(٥٣).

ثالثاً: محل القبض على المتهم: وأخيراً فإن المنظم جعل من اختيار المحكمة التي تم في مقرها القبض على المتهم الخيار الأخير، بنص المادة (١٣٠) من نظام الإجراءات الجزائية أعلاه بقولها ".... فإن لم يكن له مكان إقامة معروف يتحدد الاختصاص في المكان الذي يقبض عليه فيه"، بمعنى أنه لا يجوز اللجوء إلى محكمة مكان القبض على المتهم إلا في الحالة التي لم يستدل فيه على مكان إقامة معروف للمتهم.

وخلاصة القول أن المنظم السعودي لم يجعل حق الخيار متاحاً في رفع الدعوى مكانياً إلا ما بين مكان وقوع الجريمة ومكان إقامة المتهم بتعبيره الصريح في هذا بقوله في المادة (١٣٠) أعلاه ".... أو" بما يفيد

(٥٤) قانون أصول المحاكمات الجزائية الأردني رقم ٩ لسنة ١٩٦١م وفقاً لآخر تعديلاته سنة ٢٠٠٦م.

(٥٣) تطبيقاً للقواعد العامة في نظام المرافعات الشرعي السعودي المادة ٣٦/٣.

التغيير. وتعتبر العقوبات المحددة في مجال العلامات التجارية من صنف عقوبات التعازير التي يقدرها ولي الأمر بموجب نصوص نظامية.

وقد حثت اتفاقية ترانس الدول الأعضاء المنضمة إليها بفرض عقوبات جزائية لمن يمس بالعلامات التجارية ويقولها في المادة (٦١) منها ".... على الأقل في حالة التقليد...." وحددت طبيعة هذه الجزاءات ما بين الحبس و/ أو الغرامة، دون تحديد لمقدار هذه العقوبات إذ جعلته حقاً اختيارياً للدول المنظمة إليها، واكتفت في المادة (٦١) المذكورة أعلاه بقول ".... بما يكفي لتوفير رادع يتناسب مع مستوى العقوبات المطبقة فيما يتعلق بالجرائم ذات الخطورة المماثلة....".

وقد حددت المادة (٤٣) من نظام العلامات التجارية السعودي العقوبات الأصلية على مرتكب إحدى جرائم التعدي على العلامة التجارية، السابق بيانها في هذا البحث، ودون تفرقة فيما بينها، ما بين عقوبة الحبس والغرامة أو إحدى هاتين العقوبتين. وهو ما سنتناوله في الفرعين الأول والثاني على التوالي. كما نتناول في الفرع الثالث والأخير الحالة التي شدد فيها المنظم العقوبة في حالة العود.

الفرع الأول: عقوبة الحبس

يعرف الحبس بأنه وضع المحكوم عليه في أحد المؤسسات العقابية مدة من الزمن يحددها القاضي

فكرة التجريم، وهي تحقيق الردع الخاص للجاني والردع العام للعامة. ولا يخرج تجريم أفعال التعدي على العلامة التجارية عن هذا المعنى، فهي تهدف إلى تحقيق الردع الخاص بعدم عود المجرم لفعله، وتحقيق الردع العام بعدم إقدام غيره على هذا الفعل. وبالتالي تتحقق العدالة المرجوة.

وفي حديثنا عن العقوبات التي فرضها المنظم السعودي على مرتكبي جرائم العلامة التجارية، نتحدث في المطلب الأول عن العقوبات الأصلية وفي المطلب الثاني عن العقوبات التكميلية فيما يلي.

المطلب الأول: العقوبات الأصلية في جرائم العلامة التجارية

تعرف العقوبة الأصلية بأنها العقوبة التي يقرها القانون للجريمة بصفة عامة اكتفاء منه بها (الصيفي، بدون سنة) وهي في القوانين الوضعية: الإعدام والأشغال الشاقة، والسجن والحبس، وأما في الشريعة الإسلامية فمفهومها مغاير عما هو في القوانين الوضعية، لأن أحكام الشريعة تقسم العقوبات إلى عقوبات مقدرة: وهي المفروضة بحكم كتاب الله عز وجل وسنة نبيه الكريم محمد (صلى الله عليه وسلم) وهي: عقوبات القصاص والحدود. وعقوبات غير مقدرة وهي التي يقدرها ولي الأمر بما يتلاءم وحاجة الجماعة، وتتمثل في التعازير وهي قابلة للتبديل أو

عن شهرين ولا تزيد عن سنة). بينما قانون حماية الملكية الفكرية المصري في المادة (١١٣) وضع حداً أدنى لا يمكن للقاضي النزول فيه وهي (بالحبس مدة لا تقل عن شهرين). وبالتدقيق في جميع هذه المواد النظامية نجد أنها تقريباً متقاربة بعض الشيء من حيث السياسة الجنائية في فرض عقوبة الحبس على مرتكب إحدى جرائم العلامة التجارية، مع بعض التشديد فيها.

وأخيراً فعل المنظم العماني والقطري بتشديد العقوبة في مدة لا تتجاوز سنتين ردعاً لمرتكب مثل هذه الجرائم، وهو ما نأمل من المنظم السعودي في تشديد العقوبة لتصل إلى مدة أقصى لا تزيد عن سنتين، لما يشكله الاعتداء على العلامة التجارية المسجلة من آثار سلبية على صاحب الحق والاقتصاد بشكل عام مما يوجب إيقاع الردع المناسب على كل من تحول له نفسه الاعتداء على علامة الغير.

الفرع الثاني: عقوبة الغرامة

هي المبلغ المالي الذي يلزم به القاضي المحكوم عليه بدفعه لخزينة الدولة. وهي تعد من أقدم العقوبات ويرجع في أصلها إلى نظام الدية الذي كان مطبقاً في الشرائع القديمة (القهوجي، ٢٠٠٩م). ويأتي تحديدها على نوعين: إما أن يحددها المنظم على نحو "نسبي" في ضوء الضرر الفعلي أو الاحتمالي للجريمة، أو المنفعة التي استهدفها الجاني. أو أن يتم

وفقاً لما تقتضي به أحكام النظام. وقد حدد المنظم العقوبة في جرائم العلامات التجارية بمدة لا تزيد على سنة، بنص المادة (٤٣) من النظام أعلاه بقولها "مع عدم الإخلال بأي عقوبة أشد يعاقب بالحبس مدة لا تزيد عن سنة...." وهي ذات العقوبة التي كان معمول بها في المادة (٤٩) من نظام العلامات التجارية السعودي السابق ١٤٠٤هـ. ولعل المنظم لم يرفعها بتعديل ١٤٢٣هـ يرجع إلى قناعته بكفاية مدة عقوبة الحبس هذه بحدها الأقصى في ردع المجرم المعتدي على العلامة التجارية، مع تعديله مدة الغرامة، كما سيأتي بيانه.

وبالبحث عن مدى نجاعة هذه العقوبة في النظام السعودي نحاول أن نلقي نظرة على مدة هذه العقوبة في بعض القوانين الأخرى. ففي المادة (٣١) من قانون العلامات التجارية البحريني حددت هذه المدة (بالحبس مدة لا تزيد عن سنة). بينما في القانون العماني حددت المادة (٣٥) من قانون العلامات التجارية العماني هذه المدة (بالحبس بما لا يزيد عن سنتين)، وهي ذات المدة التي حددها نظام العلامات التجارية القطري في المادة (٣٤) منه. بينما نجد قانون العلامات التجارية الأردني في المادة (١/٣٨) قد أخذ منهجاً آخر في تحديد هذه المدة مقارنة بالقوانين المشار إليها أعلاه بأن وضع حداً أدنى للحكم بالسجن لا يمكن للقاضي النزول فيه وهي (الحبس مدة لا تقل

التقديرية فيما يتماشى وطبيعة كل قضية على حدة بما أن لا ينزل عن مبلغ (٥٠٠٠) درهم.

أما بعض القوانين الأخرى فقد وضعت حداً أقصى لفرض هذه الغرامة دون وضع حد أدنى وهي قوانين العلامات التجارية البحرينية التي قدرتها في المادة (٣١) بما ".... لا يتجاوز مائة دينار...." والقانون الكويتي في المادة (٩١) بما ".... لا تزيد عن ستمائة دينار...." والقطري أيضاً ".... بما لا يتجاوز ألفي ريال".

وفي كل الأحوال فقد أجمعت غالبية القوانين أعلاه على أن للقاضي الخيار ما بين الجمع بين عقوبتي الحبس والغرامة معاً أو الحكم بإحدى هاتين العقوبتين. وهو تمشي محمود يتماشى وطبيعة معطيات ملف كل قضية على حدة، بإعطاء القاضي حق الخيار أو الجمع بين كلا العقوبتين.

الفرع الثالث: تشديد العقوبة

المقصود بالتشديد أن يعطى للقاضي صلاحية الحكم على الجاني بعقوبة أعلى من الحد الأقصى المقرر لها نظاماً. فالتشديد يمثل حالة استثنائية في فرض عقوبة أعلى عن حدها الطبيعي، قد تفرضها ماديات الجريمة كالسلوك الإجرامي وملابساته وكحجم وجسامته النتيجة الإجرامية^(٥٦)، أو قد تفرضها شخصية

(٥٦) ومن أمثلة ذلك في القوانين الوضعية ظروف المكان، والزمان، والليل، والكسر، في جريمة السرقة. وتعدد المجني عليه في جريمة القتل.

تحديدها بين حدين يضعهما المنظم، حداً أعلى وحداً أدنى تاركاً للقاضي الموضوع تقديرها بما لا يخرج عن هذين الحدين (الصيفي، بدون سنة).

وتأتي الغرامة التي فرضها المنظم السعودي كعقوبة على مرتكب أحد جرائم العلامة التجارية من هذا النوع الأخير، إذ أعطى المنظم للقاضي سلطة تقديرية في فرضها ما بين حدين بنصه في المادة (٤٣) من نظام العلامات التجارية السابقة الذكر بقولها ".... وبغرامة لا تقل عن خمسين ألف ريال ولا تزيد عن مليون ريال...."^(٥٥). وفي ذات النهج سار قانون حماية الملكية الفكرية المصري في المادة (١١٣) بتقدير الغرامة ".... بما لا تقل عن خمسة آلاف جنيه ولا تتجاوز عشرين ألف جنيه...." وكذلك القانون الأردني في المادة (٣٨) ".... بغرامة لا تقل عن مائة دينار ولا تتجاوز ثلاثة آلاف دينار....".

بينما سارت بعض الدول على نهج مغاير لما هو في القوانين السابقة بتقديرها للغرامة، بأن وضعت حداً أدنى لا يمكن للقاضي النزول به كقانون العلامات التجارية الإماراتي في المادة (٣٧) بقولها ".... وبالغرامة التي لا تقل عن (٥٠٠٠) خمسة آلاف درهم....."، مما يعني أنها أعطت للقاضي صلاحية مفتوحة لفرض الغرامة وفقاً لسلطته

(٥٥) وقد كانت هذه الغرامة في المادة (٤٩) من القانون السابق للعلامات التجارية لعام ١٤٠٤هـ لا تزيد عن خمسين ألف ريال.

جريمة اغتصاب علامة تجارية دون وجه حق، أو بيع أو عرض أو حيازة علامة تجارية مستعملة دون وجه حق.

٢- أن يرتكب ذات الشخص إحدى الجرائم المذكورة أعلاه مرة ثانية. - مما يدخل جرائم العود في العلامة التجارية من نوع العود الخاص السابق بيانه - ولا يشترط في هذه الحالة أن تكون الجريمة الثانية هي نفس الجريمة الأولى، وهذا واضح بتعبير المادة (٤٦) من النظام أعلاه بقولها "... وعاد الى ارتكاب مخالفة أخرى مماثلة...". وقد أوضحت ذات المادة المقصود بالمخالفة المماثلة بقولها "...وتعد مخالفات مماثلة المخالفات المنصوص عليها في المادتين (الثالثة والأربعين)..." وهي الجرائم السابق ذكرها في البند الأول موضوع هذا البحث.

٣- أن يرتكب الشخص الجريمة الثانية خلال مدة ثلاثة سنوات من تاريخ صدور الحكم النهائي عليه في الجريمة الأولى. بمعنى أنه إذا ارتكب الجريمة الثانية بعد مرور هذه المدة من صدور الحكم النهائي عليه فلا يعد عائداً ولا تشدد بحقه العقوبة التي وضعها المنظم.

(ب) مقدار التشديد في العقوبة

جاء هذا المقدار في نص المادة (٤٥) من نظام العلامات التجارية السعودي بقولها "يعاقب العائد

الجاني كأن يكون المجرم عائداً (الصيفي، بدون سنة). والعود يعني أن يرتكب الشخص جريمة بعد الحكم عليه نهائياً في جريمة أخرى (الصيفي، بدون سنة)، وجرائم العود نوعان: (العود العام) وهو ارتكاب جريمة جديدة بغض النظر عن نوع الجريمة الأولى. (والعود الخاص) ويشترط فيه أن تتماثل أو تتشابه الجريمة الجديدة بالجريمة السابقة (القهوجي، ٢٠٠٩م).

وبالرجوع إلى نظام العلامات التجارية السعودي نجد أنه قد شدد العقوبة في حالة العود على ارتكاب أحد جرائم العلامة التجارية. إذ جاء في نص المادة (٤٦) من النظام المذكور على أنه "يعد عائداً في تطبيق أحكام هذا النظام من حكم عليه في مخالفة من المخالفات المنصوص عليها فيه....." فما هي شروط العود؟ وما هو مقدار العقوبة التي تشدد فيها النظام في هذه الحالة؟

(أ) شروط العود

يمكن إيجازها في ثلاثة شروط مجتمعة وهي:

١- ارتكاب الشخص إحدى الجرائم التي تعرضنا إليها في المادة (٤٣) وهي جريمة تزوير أو تقليد العلامة التجارية، أو جريمة استعمال علامة تجارية مقلدة أو مزورة، أو جريمة عرض أو بيع أو حيازة علامة تجارية مقلدة أو مزورة، أو

بعقوبة لا تزيد عن ضعف الحد الأقصى للعقوبة المقدرة للمخالفة، مع إغلاق المحل التجاري أو المشروع لمدة لا تقل عن ١٥ يوماً ولا تزيد عن ستة أشهر، ومع نشر الحكم على نفقة المخالف....". ما يفهم من هذا النص أنه إذا كانت العقوبة الأصلية في النظام السعودي لجرائم العلامة التجارية في حدها الأقصى لا تزيد عن سنة سجن وغرامة مالية لا تزيد عن مليون ريال سعودي بحسب نص المادة (٤٣) من ذات النظام أعلاه، فإن مقدار التشديد يكون بما لا يزيد عن ضعف الحد الأقصى للعقوبة، بمعنى أن صلاحية القاضي في تقدير العقوبة في حالة العود ترتفع في حدها إلى الأقصى إلى عامين سجن و/أو غرامة لا تزيد عن مليوني ريال سعودي.

كما أن عقوبة التشديد في حالة العود في جرائم العلامة التجارية لا تقف عند حد عقوبة السجن والغرامة بل إن المنظم في المادة (٤٥) أعلاه فرض على القاضي وجوباً الحكم بإغلاق المحل التجاري أو المشروع لمدة لا تقل عن ١٥ يوماً ولا تزيد عن ستة أشهر مع نشر الحكم على نفقة المخالف.

وبالرجوع إلى القانون المقارن في هذا الشأن نرى أن البعض منها لم يتطرق في نظام العلامات التجارية إلى أحكام العود كالقانون الكويتي والعماني والأردني. بينما البعض قد شدد في عقوبة العود في الغرامة فقط دون السجن كقانون حماية الملكية

الفكرية المصري في المادة (١١٣) منه التي ساوت فيه بين عقوبة الحبس في الجريمة الأولى وفي حال العود، بمدة لا تقل عن شهرين سجن. بينما دول أخرى كقانون العلامات التجارية الإماراتي في المادة (٣٩) منه وقع التشديد في حالة العود فقط على إغلاق المحل التجاري ونشر الحكم على نفقة المحكوم عليه، مع بقاء العقوبة الأصلية الحبس و/أو الغرامة هي ذاتها في حالة ارتكاب الجريمة أول مرة أو في حال العود إليها.

المطلب الثاني: العقوبات التكميلية في جرائم العلامة التجارية

وهي العقوبات التي لا تطبق بحق المحكوم عليه إلا إذا تضمنها قرار الحكم إلى جانب العقوبة الأصلية. وهي نوعان: وجوبي يلزم القاضي بالحكم بها فإن لم يحكم به كان الحكم معيباً. وجوازي يترك للقاضي سلطة تقديرية في الحكم بها، فإذا لم يحكم بها كان الحكم صحيحاً وأعفي المحكوم عليه منها (الصيفي، بدون سنة).

ورغبة من المنظم في تحقيق أقصى حماية للعلامة التجارية فقد تضمن نظام العلامات التجارية السعودي ثلاث عقوبات تكميلية. وتتمثل هذه العقوبات بالمصادرة والإتلاف والنشر نتناولها تباعاً في الفروع التالية فيما يلي.

الفرع الأول: عقوبة المصادرة

وقد جعل المنظم السعودي الحكم بالمصادرة أمر جوازي للقاضي وفقاً لتعبير النص أعلاه ".... ويجوز..." بما يفيد أن للقاضي السلطة التقديرية الكاملة في الحكم بها أو الامتناع عنها وفقاً لما تمليه طبيعة كل قضية على حدة^(٥٨)، وهذا بخلاف القانون المصري إذ جاء في المادة (١١٣) من قانون حماية الملكية الفكرية أنه ".... وفي جميع الأحوال تقضي المحكمة بمصادرة المنتجات محل الجريمة والمبالغ أو الأشياء المتحصلة منها، وكذلك الأدوات التي استخدمت في ارتكابها...." ما يفهم منه أن الحكم بالمصادرة أمر وجوبي على المحكمة أن تقضي به.

كما ويتفق القانون الأردني والسعودي من حيث جوازية القضاء بعقوبة المصادرة، إلا أن القانون الأردني، بخلاف القانون السعودي، أعطى للقاضي في نص المادة (٣٩) من نظام العلامات التجارية صلاحية الحكم بالمصادرة ما قبل الحكم في الدعوى، وهذا ما يفهم منها بتعبيرها "يجوز للمحكمة التي تحاكم أي شخص متهم في المادة السابقة أن تأمر بمصادرة كافة

تعرف بأنها انتزاع ملكية المال جبراً من مالكها وإضافتها لملك الدولة دون مقابل. وهي نوعان: مصادرة عامة وهي تقع على كل مال المحكوم عليه وقد كان يعمل بها في الأنظمة القديمة وتم إلغاؤها في الأنظمة الحديثة (حسني ٢، بدون سنة)، ومصادرة خاصة وهي لا تقع إلا على مال معين متصل بالجريمة أو مستعمل أو معد للاستعمال فيها.

وقد نصت المادة (٥٢) من نظام العلامات التجارية السعودي على عقوبة المصادرة بقولها ".... يجوز لديوان المظالم في أي دعوى مدنية أو جنائية أن يحكم بمصادرة الأشياء المحجوزة أو التي تحجز فيها بعد لخصم ثمنها من التعويضات أو الغرامات أو للتصرف فيها وفقاً للشروط والإجراءات التي تنص عليها اللائحة التنفيذية...."^(٥٧). وتعد المصادرة بهذا المعنى ضمناً إضافياً يسمح بحجز البضائع وبيعها وبالتالي خصم التعويض من ثمنها لمصلحة المحكوم له المتضرر من التعدي على العلامة التجارية (برانبو، ٢٠٠٠م).

(٥٨) وهو ما أخذت به غالبية القوانين مثل قوانين العلامات التجارية في دول مجلس التعاون الخليجي (كالقانون الإماراتي المادة ٤٣، العماني المادة ٣٨، الكويتي المادة ١/٩٤، القطري المادة ٣٩/أ. باستثناء القانون البحريني الذي لم يتعرض إلى مثل هذه العقوبة في القانون المنظم للعلامات التجارية، مما يجعل تطبيق القواعد العامة في هذا الشأن أمراً جائزاً). كذلك المادة ١٣٨/أ من قانون حماية العلامات الفارقة السوري.

(٥٧) مع العلم أن المنظم معني الآن أن يعدل من أحكام هذه المادة، بما يتماشى وسلخ الاختصاصات الجزائية والتجارية من ديوان المظالم وإسنادها للقضاء العادي بحسب التعديل الجديد وآليات تنفيذه التي انتهت بمذكرة التفاهم الموقعة في هذا الشأن ما بين ديوان المظالم ووزارة العدل، كما أسلفنا.

وتكمن أهمية فرض عقوبة الإلتلاف، لما تمثله من أهمية في ردع المعتدي ووقف التعدي، بإتلاف كل ما يملك من وسائل وأدوات استعملها في تزوير أو تقليد علامة الغير من مواد اللف والإعلان واللوحات والطوايع الخشبية والمعدنية والأختام وغيرها.

وتبقى عقوبة الإلتلاف اختيارية يمكن للقاضي أن يحكم بها أو أن يمتنع عنها، وخيراً فعل المنظم السعودي في هذا الشأن، بإعطاء القاضي حق الخيار تجنباً لإتلاف كل ما له قيمة مالية، ويمكن الاستفادة منه كالبضائع التي تحمل العلامة غير الحقيقية، لما يمثله إلتلاف هذه البضائع من مساس بالمصلحة العامة وهدر للمقدرات الخاصة داخل الدولة. فجاء تعبير المنظم في حديثه عن صلاحية القاضي في إلتلاف البضائع بقوله ".... وعند الاقتضاء...." تبييناً منه للقاضي أن لا يأتي حكمه بإتلاف البضائع إلا في الحالة التي لا يمكن فيها رد التعدي كأن يكون من المتعذر فصل المنتج عن العلامة التجارية المزورة أو المقلدة.

وفي كل الأحوال أرى أن فكرة الإلتلاف كعقوبة يمكن تقبلها على أي شيء يمكن على إثرها رفع التعدي وردع المعتدي، كإتلاف العلامات المزورة أو الرسومات أو اللوحات الإعلانية أو الفواتير أو ما شابهها، لكن قبول فكرة الإلتلاف في كل ما له قيمة مالية يمكن الاستفادة منه كالبضائع - حتى ولو تعذر فصلها عن العلامة الملتصقة بها - أمر غير مقبول مهما

البضائع ومواد اللف والإعلان واللوحات...." بما يعني أن للقاضي صلاحية الحكم بالمصادرة أثناء نظر القضية وقبل صدور حكم نهائي فيها. وقد اعتبر البعض (زين الدين، ٢٠٠٠م)، أن هذا التشدد له ما يبرره ما للعلامة التجارية من حساسية تتطلب سرعة التصرف في إنقاذ سمعة العلامة من التدهور. وهو ما تؤيده في عدم جعل يد القاضي مغلوطة طوال مدة نظر القضية بانتظار صدور الحكم، ما قد يضر في العلامة التجارية وسمعتها.

الفرع الثاني: عقوبة الإلتلاف

أجازت المادة (٥٢) من نظام العلامات التجارية السعودي للقاضي صلاحية الحكم بهذه العقوبة بقولها ".... ويجوز له كذلك أن يأمر بإتلاف العلامات المزورة أو المقلدة أو الموضوعة أو المستعملة بغير حق وأن يأمر - عند الاقتضاء - بإتلاف الأشياء التي تحمل هذه العلامات...."^(٥٩). كما أن اتفاقية تريس في المادة (٤٦) منها قد تعرضت لهذه العقوبة بقولها "بغية إقامة رادع فعال للتعدي يكون للسلطات القضائية أن تأمر بالتصرف في السلع.... أو إتلافها....".

(٥٩) وقد جاء مثيل لهذا النص في كل من قوانين العلامات التجارية في مجلس التعاون الخليجي (الإماراتي، المادة ٤٣. الكويتي، المادة ١/٩٤. القطري، المادة ٣٩/ج. العماني، المادة ٣٨. ولم يتعرض القانون البحريني لمثل هذه العقوبة) والأردني المادة ٤/٣٩. والسوري، المادة ١٣٨/ب. والقانون المصري، المادة، ١١٧.

مقلدة، علاوة أن هذه العلامات غير مشروعة ينبغي عدم تداولها (عباس، بدون سنة).

الفرع الثالث: عقوبة النشر

وتأتي العقوبة التكميلية الأخيرة التي نص عليها المنظم السعودي في المادة (٥٢) أعلاه هي النشر، وهي عقوبة اختيارية للقاضي مثلها مثل عقوبة المصادرة والإتلاف، السابق الإشارة إليها، إذ جاء في هذه المادة ".... ويجوز لديوان المظالم أن يأمر بنشر الحكم في جريدة واحدة أو أكثر على نفقة المحكوم عليه...."^(٦٠).

وأما عن إقرار مثل هذه العقوبة الإضافية لما تنطوي عليه من فضيحة علنية بحق المحكوم عليه (برانوب، ٢٠٠٠م)، تؤثر في سمعته الأدبية والمالية (القهوجي، ٢٠٠٩م)، والسييل لكشف أمره للجمهور في تجنب التعامل معه (عباس، بدون سنة)، ولتحميله أعباء مالية حيث إن النشر يتم على نفقته (حسني، ٢، بدون سنة). كما أنه ينطوي على تعويض معنوي لملك العلامة عن الأضرار الأدبية التي نالت شهرة علامته التجارية (عباس، بدون سنة).

ونرى أن هذه العقوبة ناجعة وهامة للأسباب أعلاه، وخاصة لما فيها من تشهير للمعتدي على علامة الغير، وإساءة لسمعته في الوسط التجاري الذي يعمل

كانت قيمته قليلة كون النعمة التي أنعمها الله علينا لا يمكن هدرها، علاوة على ما تمثله من مساس بالمصلحة العامة. ويمكن الاكتفاء في هذه الحالة بعقوبة المصادرة وتصريف البضاعة في أي طريق كانت.

وإن كان يتعذر فصل البضاعة أحياناً عن المنتج (كالمنتجات التي تعبأ ويحكم إغلاقها تجنباً لتلفها) يمكن في هذه الحالة مثلاً تظليل العلامة غير الحقيقية أو إزالتها باستعمال أي مادة كيميائية أو غيرها من أدوات الإزالة، وتوزيعها بعد ذلك على الجمعيات الخيرية أو مؤسسات الدولة من مستشفيات أو غيرها.

كما يبقى للمحكمة الحق بالحكم بالإتلاف ولو حكمت ببراءة المتهم، بتطبيق نص المادة (٥٢) من النظام أعلاه التي أجازت للقاضي أن يأمر بإتلاف الأشياء التي تحمل هذه العلامات صراحة بقولها ".... وذلك حتى في حالة الحكم بالبراءة". وقد جاء تطبيق ديوان المظالم في هذا الشأن واضحاً بنصه على ".... جواز الحكم بمصادرة الأشياء المحجوزة أو التي تحجز فيها بعد أو إتلاف العلامات المزورة أو المقلدة أو الأشياء التي تحمل هذه العلامات حتى في حال الحكم بالبراءة"^(٦١). ويرجع تبرير ذلك إلى أن الحكم بالبراءة لعدم إثبات القصد الجنائي للمدعى عليه لا يبرر استمرار حيازته للمنتجات التي تحمل علامة مزورة أو

(٦٠) حكم ديوان المظالم رقم ١٦٨/ت/٣ لعام ١٤١٨هـ. وفي ذات التطبيق انظر حكم رقم ٨٧/د/٩ لعام ١٤٣٠هـ المؤيد بالحكم الاستثنائي رقم ١٥٥/إس/٥ لعام ١٤٣١هـ.

(٦١) لم يتطرق قانون العلامة التجارية الأردني لمثل هذه العقوبة بخلاف غالبية القوانين الأخرى.

به، مما يجعل منها عقوبة رادعة لكل من تسول له نفسه التعدي على علامة الغير.

الخاتمة

بحمد الله وفضله تم الانتهاء من هذه الدراسة، التي انحصرت البحث فيها، حول الحماية الجزائية للعلامة التجارية، والتي أتت فيه الدراسة على نظام العلامات التجارية السعودي رقم/ ٢١ لعام ١٤٢٣هـ، مقارنةً ببعض القوانين الأخرى، وقد قسمت خطتها إلى جزأين رئيسيين الأول: أركان جريمة التعدي على العلامة التجارية، في جميع صورها. والثاني: إجراءات الملاحقة الجزائية والعقوبات التي حددها النظام في حال ثبوت التعدي عليها. وقد خلصت من خلال هذه الدراسة بطلب التوصيات التالية:

١- تعديل نص المادة (٤٣) من نظام العلامات التجارية السعودي، المجرمة لأفعال التعدي على العلامة التجارية، بتوحيد مفهوم الركن المعنوي فيها، بحيث تتضمن هذه الصور جميعها القصد الخاص، وهو سوء نية مرتكب أحد هذه الأفعال، حيث إنه اشترط في البعض نية تضليل الجمهور وفي البعض الآخر سوء القصد وفي البعض مجرد العلم، وهذا من شأنه أن يدخل لبساً وعدم وضوح في توجه المنظم، خاصة عند التطبيق، لذا أرى أنه لا داعي للترفة بين جميع هذه الصور

وتوحيدها حول ضرورة تطلب قصد خاص يتمثل في سوء النية في تضليل المستهلك حول حقيقة المنتج. وأن سوء النية هذا غير مفترض وإنما يقع عبء إثباته على الجهة رافعة الدعوى.

٢- المسارعة في تعديل المواد القانونية في نظام العلامات التجارية السعودي المذكور أعلاه، فيما يتعلق بإسناد الاختصاص في نظر المنازعات المتصلة بالعلامة التجارية إلى ديوان المظالم، بما يتماشى والتعديل الجديد لنظام القضاء السعودي الجديد الذي سحب هذه الصلاحية منه وأسندها للقضاء الشرعي ممثلاً بالمحكمة التجارية.

٣- تعديل نص المادة (٥٤) من نظام العلامات التجارية السعودي أعلاه، التي تقصر حق تحريك الدعوى العمومية على هيئة التحقيق والادعاء العام، بما يتيح أيضاً للمجني عليه أو من ينوبه أو وارثه أو من رخص له في استعمال العلامة التجارية من تحريكها لدى القضاء، عن طريق ممارسة الادعاء بالحق الشخصي، كون أن جرائم العلامات التجارية لا تعد من الجرائم الخطيرة التي تستدعي حرمانه من ذلك، علاوة أن في هذا مساس بحقوقه في حماية علامته التجارية بالسرعة الممكنة، إلى حين مروره بإجراءات تقديم الشكوى لدى الموظفين المعينين في وزارة التجارة لهذا الغرض، وما يتطلب ذلك من وقت إلى حين وصولها إلى القضاء.

بن ظفير، سعد، الإجراءات الجنائية في المملكة العربية السعودية. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، (١٤٣٠هـ/٢٠٠٩م)، ص ص ٢٥-١٧٦.

بندق، وائل. العلامات التجارية والنماذج الصناعية في دول مجلس التعاون الخليجي. ط٢، الإسكندرية: مكتبة الوفاء القانونية، (٢٠٠٩م).

الحرقان، عبدالحميد. الإجراءات الجنائية في مرحلة ما قبل المحاكمة في المملكة العربية السعودية. ط١، فهرست مكتبة الملك فهد الوطنية، (١٤٣٠هـ)، ص ١٠٦.

حسني، محمد نجيب. شرح قانون العقوبات، القسم العام، المجلد الأول. ط٣، بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية، (بدون سنة)، ص ص ٥٨٢-٥٩١.

حسني، محمود نجيب. شرح قانون العقوبات، القسم العام، المجلد الثاني. ط٣، بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية، (بدون سنة)، ص ص ١٠٥٣-١٠٥٠.

الحشروم، عبدالله. الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية. ط٢، عمان: دار وائل للنشر، (٢٠٠٨م)، ص ٢١٢.

الحويلي، أكثم. الوسيط في القانون التجاري، ج٣، الأموال التجارية. ط١، مطبعة نهضة مصر، (١٩٦٤م)، ص ص ٣٤٥-٣٤٦.

٤- تعديل نص المادة (٥٢) من نظام العلامات التجارية السابق ذكره، بما يعطي للقاضي صلاحية الحكم بالمصادرة أثناء سير الدعوى، وليس فقط عند صدور الحكم، لما قد يكون في فترة الانتظار هذه من تأخير في حماية العلامة التجارية ومساسب بسمعتها.

شكر وتقدير

أتقدم بجزيل الشكر والعرفان لجامعة الملك سعود، كلية الدراسات التطبيقية وخدمة المجتمع، على مساهمتها في دعم مسيرة البحث العلمي، والذي كان له الأثر الأكبر في إنجاز هذه الدراسة، سائلين الله العلي المولى القدير أن يديم هذا الصرح العلمي الشامخ، لما فيه خيراً للأمة العربية والاسلامية.

المراجع

أولاً: الكتب

أحمد، وهيبه. جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري. ط١، مكتبة الوفاء القانونية، (٢٠١٥م)، ص ٣٢٧.

برانبو، عدنان. التنظيم القانوني للعلامة التجارية. ط١، بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية، (٢٠١٢م)، ص ص ٢٤-٨٦٥.

- زين الدين، صلاح. الملكية الصناعية والتجارية. عمان: مكتبة دار الثقافة، (٢٠٠٠م)، ص ص ١٧٩-٤٢٦.
- زين الدين، صلاح. العلامات التجارية وطنياً ودولياً. دار الثقافة للنشر والتوزيع، (١٤٣٠هـ/٢٠٠٩م)، ص ص ٢٦-٢٦٨.
- السلامات، ناصر. الحماية الجزائية للعلامة التجارية. ط١، عمان، الأردن: إثراء للنشر والتوزيع، (٢٠١٣م)، ص ص ٢٠٠-٢٦٦.
- الشمري، محمد. حماية العلامة التجارية وفقاً لاتفاقية التبريس: دراسة تحليلية في ضوء أحكام الاتفاقية ونظام العلامات التجارية السعودي والقانون المصري وبعض التشريعات العربية والأجنبية المقارنة. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، (١٤٢٦هـ)، ص ٣٩٦.
- صرخوة، يعقوب. النظام القانوني للعلامات التجارية. مطبوعات جامعة الكويت، (١٩٩٢-١٩٩٣م)، ص ص ١٩٧-٢١٩.
- الصيفي، عبدالفتاح. قانون العقوبات: النظرية العامة. دار الهدى للمطبوعات، (بدون سنة)، ص ص ٢٣٧-٥٩٧.
- طيبشات، مصطفى. الحماية القانونية للعلامات التجارية في ظل القانون الأردني والمصري والاتفاقيات الدولية. ط١، الأردن: عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، (١٤٣١هـ/٢٠١٠م)، ص ص ٢٥٠-٢٥٥.
- طه، مصطفى. القانون التجاري. بيروت: الدار الجامعية للطباعة والنشر، (١٩٨٢م)، ص ٧٤٢.
- عباس، محمد. الملكية الصناعية والمحل التجاري. دار النهضة العربية، (بدون سنة)، ص ص ٣٤٠-٣٥٥.
- عبدالرحيم، ثروت. الملكية التجارية والصناعية في الأنظمة السعودية. الرياض: عمادة شؤون المكتبات، جامعة الملك سعود، (١٤٠٧هـ)، ص ١٣٨.
- الفهيدى، عبدالله. العلامات التجارية في النظام السعودي والاتفاقيات الدولية. ط١، دار الحضارة للنشر والتوزيع، (١٤٣٢هـ/٢٠١١م)، ص ص ١٥٠-٧٥٩.
- القليوبي، سميحة. الوجيز في التشريعات الصناعية، ج٢، حقوق الملكية الصناعية. مكتبة القاهرة الحديثة، (١٩٦٧م)، ص ص ٢٧٤-٢٩٥.
- القهوجي، علي. شرح قانون العقوبات، القسم العام، المسؤولية الجنائية والجزاء الجنائي. ط١، منشورات الحلبي الحقوقية، (٢٠٠٩م)، ص ص ٢٠٤-٢٤٤.
- الكسواني، عامر. الملكية الفكرية: ماهيتها، مفرداتها، طرق حمايتها. عمان: مؤسسة الوراق، (١٩٩٨م)، ص ١٤٨.

- محفوظ، عبدالله؛ والحفناوي، أحمد. نظام العلامات التجارية السعودية واللائحة التنفيذية الصادرة له وفقاً لآخر تعديل، سلسلة الدراسات القانونية يصدرها مكتب بن محفوظ للمحاماة والاستشارات القانونية، جدة، (١٤٢٢هـ/٢٠٠١م)، ص ١٤٦.
 - المحيسن، أسامة. الوجيز في حقوق الملكية الفكرية. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، (١٤٣٢هـ/٢٠١١م)، ص ٨٤.
 - نظام المرافعات الشرعية السعودي الجديد (رقم ١١/ في ١٨/١/١٤٣٥هـ).
 - نظام الإجراءات الجزائية السعودي الجديد رقم (٢/م) تاريخ ٢٢/١/١٤٣٥هـ.
 - نظام الإجراءات الجزائية السعودي القديم رقم (٣٩/م) في ٢٨/٧/١٤٢٢هـ.
 - نظام ديوان المظالم القديم رقم (٥١/م) في ١٧/٧/١٤٠٢هـ.
 - نظام القضاء السعودي الجديد رقم (٧٨/م) في ١٩/٩/١٤٢٨هـ.
 - نظام مكافحة التزوير السعودي، الصادر بالمرسوم الملكي رقم ١١ تاريخ ٢٦/١١/١٣٨٠هـ المعدل بالمرسوم الملكي رقم ٥٣ تاريخ ٥/١١/١٣٨٢هـ.
 - قانون أصول المحاكمات الجزائية الأردني رقم ٩ لسنة ١٩٦١م وفقاً لآخر تعديلاته سنة ٢٠٠٦م.
 - محفوظ، عبدالله؛ والحفناوي، أحمد. نظام العلامات التجارية السعودية واللائحة التنفيذية الصادرة له وفقاً لآخر تعديل، سلسلة الدراسات القانونية يصدرها مكتب بن محفوظ للمحاماة والاستشارات القانونية، جدة، (١٤٢٢هـ/٢٠٠١م)، ص ١٤٦.
 - المحيسن، أسامة. الوجيز في حقوق الملكية الفكرية. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، (١٤٣٢هـ/٢٠١١م)، ص ٨٤.
 - نظام العلامات التجارية السعودي الجديد رقم ١١/ في ١٨/١/١٤٣٥هـ.
 - نظام الإجراءات الجزائية السعودي الجديد رقم (٢/م) تاريخ ٢٢/١/١٤٣٥هـ.
 - نظام الإجراءات الجزائية السعودي القديم رقم (٣٩/م) في ٢٨/٧/١٤٢٢هـ.
 - نظام ديوان المظالم القديم رقم (٥١/م) في ١٧/٧/١٤٠٢هـ.
 - نظام القضاء السعودي الجديد رقم (٧٨/م) في ١٩/٩/١٤٢٨هـ.
 - نظام مكافحة التزوير السعودي، الصادر بالمرسوم الملكي رقم ١١ تاريخ ٢٦/١١/١٣٨٠هـ المعدل بالمرسوم الملكي رقم ٥٣ تاريخ ٥/١١/١٣٨٢هـ.
 - قانون أصول المحاكمات الجزائية الأردني رقم ٩ لسنة ١٩٦١م وفقاً لآخر تعديلاته سنة ٢٠٠٦م.
- ثانياً: القوانين والأنظمة واللوائح
- نظام العلامات التجارية السعودي رقم ١٤٠/١٤٢٣/٥/٢٦ تاريخ ١٤٢٣هـ.
 - اللائحة التنفيذية لنظام العلامات التجارية رقم ١٧٢٣/١٧٢٣/٧/٢٨ تاريخ ١٤٢٣هـ.
 - نظام العلامات التجارية السعودي السابق رقم (٥/م) تاريخ ٤/٥/١٤٠٤هـ.
 - قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢م.
 - قانون العلامات التجارية الأردني رقم ٣٣ لسنة ١٩٥٢م المعدل بالقانون رقم ٤٣ لسنة ١٩٩٩م.
 - قانون العلامات التجارية البحريني رقم ١٠/ لسنة ١٩٩١م.

ثالثاً: المواقع الإلكترونية

- مقال بعنوان "العدل وديوان المظالم يوقعان اتفاق انتقال الدوائر التجارية والجزائية للقضاء العام" على الرابط الإلكتروني التالي:
<http://www.alriyadh.com/1139902>
آخر دخول على الموقع بتاريخ ١٢ / ١١ / ١٤٣٧ هـ.

- الأحكام القضائية المنشورة على بوابة ديوان المظالم السعودي، المدونات القضائية على الرابط الإلكتروني التالي:

<http://www1.bog.gov.sa/ScientificContent/JudicialBlogs/Pages/default.aspx>

Legal Safeguard of the Trademarks in Accordance with the Saudi Trademarking System: A Comparative Study

Muhannad Mohammed Damra

*Assistant Professor of Law, Department of Management,
College of Applied Studies and Community Services, King Saud University*

(Received 28/12/1437H.; accepted for publication 24/02/1438H.)

Keywords: Protection, Trademark, Crime, Corner, Infringement, Prosecution, Suit, Penalty.

Abstract. The proposed study aims to carry out a research and address an important aspect of the different legal aspects raised by the study of trademarking system. This aspect is none other than the legal protection of trademarks. The research aims to study the legal protection accorded to trademarks in accordance with the Saudi Trademarking System, i.e. *M/21, Hijri year 1423H* with all its amendments. The study focuses on trademarking violations in all its forms. It addresses the procedural aspect involved in filing a lawsuit with regards such offences, the legal right of the plaintiff to file a lawsuit against the offender, the description of the legal administration, and the duration in which to avail the legal right. Lastly, the study examines the statutory sanctions in place to be imposed by the Saudi administrator on the perpetrator, whether comprehensive or partial.



قسمة اشتراك بمجلة جامعة الملك سعود

تاريخ تعبئة القسمة (بالتاريخ الميلادي): / / ٢٠م

اسم المشترك (رباعي):
اسم الجهة/الشركة (للجهات الحكومية/الشركات):
العنوان: صندوق بريد: الرمز البريدي:
المدينة: الدولة: الهاتف: الفاكس:
البريد الإلكتروني:
اسم المجلة المطلوب الاشتراك فيها:

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> الآداب (٣ أعداد في السنة) | <input type="checkbox"/> الدراسات الإسلامية (٣ أعداد في السنة) |
| <input type="checkbox"/> العلوم التربوية (٣ أعداد في السنة) | <input type="checkbox"/> العلوم الإدارية (عددان في السنة) |
| <input type="checkbox"/> العلوم الهندسية (عددان في السنة) | <input type="checkbox"/> العلوم (عددان في السنة) |
| <input type="checkbox"/> العلوم الزراعية (عددان في السنة) | <input type="checkbox"/> العمارة والتخطيط (عددان في السنة) |
| <input type="checkbox"/> اللغات والترجمة (عددان في السنة) | <input type="checkbox"/> علوم الحاسب والمعلومات (عددان في السنة) |
| <input type="checkbox"/> السياحة والآثار (عددان في السنة) | <input type="checkbox"/> الحقوق والعلوم السياسية (عددان في السنة) |
| <input type="checkbox"/> علوم طب الأسنان (عددان في السنة) | |

عدد المجلات: ()	عدد النسخ: ()
مدة الاشتراك: سنة <input type="checkbox"/>	سنتان <input type="checkbox"/>
نوع الاشتراك: فردي <input type="checkbox"/>	حكومي <input type="checkbox"/>
طريقة الدفع: نقداً <input type="checkbox"/>	شيك مصدق (مرفق) <input type="checkbox"/>
تكلفة الشحن: ()	حوالة <input type="checkbox"/>
إجمالي المبلغ:	التوقيع:

قيمة الاشتراكات: الاشتراك السنوي داخل المملكة العربية السعودية (١٥) ريالاً سعودياً لكل عدد أو ما يعادله بالعملة الأجنبية يضاف إليه أجور البريد.

جميع مراسلات الاشتراك والتبادل على العنوان التالي

دار جامعة الملك سعود للنشر - جامعة الملك سعود - ص.ب. ٦٨٩٥٣ الرياض ١١٥٣٧

هاتف ١١٤٦٧٢٨٧٠ (+٩٦٦) فاكس ١١٤٦٧٢٨٩٤ (+٩٦٦) البريد الإلكتروني ksupress@ksu.edu.sa

موقع الدار http://ksupress.ksu.edu.sa



Subscription Form for the Journal of King Saud University

Date:/...../20

Name:
Company Name (Public/Private):
Address: P.O. Box: Zip Code:
City: Country: Tel.: Fax:
E-mail:

Name of Branch of JKSU:

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Arts (3 issues a year) | <input type="checkbox"/> Islamic Studies (3 issues a year) |
| <input type="checkbox"/> Educational Sciences (3 issues a year) | <input type="checkbox"/> Administrative Sciences (biannual) |
| <input type="checkbox"/> Engineering Sciences (biannual) | <input type="checkbox"/> Science (biannual) |
| <input type="checkbox"/> Agricultural Sciences (biannual) | <input type="checkbox"/> Architecture and Planning (biannual) |
| <input type="checkbox"/> Languages and Translation (biannual) | <input type="checkbox"/> Computer and Information Sciences (biannual) |
| <input type="checkbox"/> Tourism and Archaeology (biannual) | <input type="checkbox"/> Law and Political Science (biannual) |
| <input type="checkbox"/> Dental Sciences (biannual) | |

No. of Issues: ()

Length of Subscription: 1 Year

Type of Subscription: Individual

Method of Payment: Cash

Shipping Cost: ()

Total Cost:

No. of Copies: ()

2 Years

Governmental

Cheque

Private Sector

Bank Transaction

Signature:

Annual Subscription Rates: Within the Kingdom SAR 15.00 for each issue or its equivalent in a foreign currency (excluding postage).

All subscription and exchange correspondences should be addressed to:

King Saud University Press, King Saud University, P.O. Box 68953, Riyadh 11537, Kingdom of Saudi Arabia

Tel.: +966 11 4672870

Fax: +966 11 4672894

E-mail: ksupress@ksu.edu.sa

Website: <http://ksupress.ksu.edu.sa>

Contents

Page

The Process and Legal Consequences of Merger Between the Companies under Saudi Laws (English Abstract) Khalid Abdulaziz ALruwais	258
The Legal Provisions of Single Member Company in Accordance with the New Saudi Companies Act (English Abstract) Ahmad Al-Majali	285
The Priority Subscription Rights Shares: An Analytical Legal Study (English Abstract) Yasser Fadi Al Suraihy	321
Legal Safeguard of the Trademarks in Accordance with the Saudi Trademarking System: A Comparative Study (English Abstract) Muhannad Mohammed Damra	377

• Editorial Board •

Ahmad S. Al-Amri *(Editor-in-Chief)*
Saleh Z. Alghamdi
Khaled A. Al-Rasheid
Ibrahim M. Al-Shahwan
Anis H. Fakeeha
Khalid H. Alqudair
Ali A. Sayah
Ali S. BaHammam
Mohammed A. Al-Thenayian
Saleh M. Alkhathlan
Fahad S. Alshaya
Faisal M. Alqahtani
Mansour M. Al-Sulaiman

Division Editorial Board

Saleh M. Alkhathlan *Division Editor*
Abdullah Jumman Alghamdi
Abdelsattar Abdelhamid Selmy
Elshehabi Ibrahim Elsharkawi
Osama M. Alsulaimani
Mohammad Safi Elkesh

© 2017 (1438H.) King Saud University

All publishing rights are reserved. No part of the journal may be republished or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording, or via any storage or retrieval system, without written permission from King Saud University Press.

J. King Saud Univ., Vol. 29, Law & Political Science (2), pp. 193-377 Ar., Riyadh (2017/1438 H.)

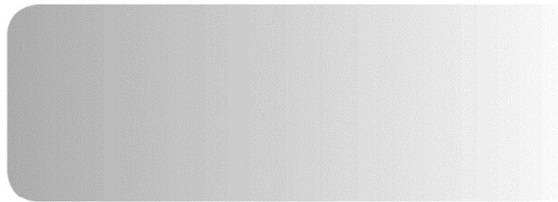
**Journal of
King Saud University**
(Refereed Scientific Periodical)

Volume 29

Law & Political Science (2)

July
Shawwal

(2017)
(1438H.)



دار جامعة
الملك سعود للنشر
KING SAUD UNIVERSITY PRESS



P. O. Box 68953, Riyadh 11537, Kingdom of Saudi Arabia



**IN THE NAME OF ALLAH,
MOST GRACIOUS, MOST MERCIFUL**