



آليات الحماية القانونية للعلامات التجارية والصناعية دراسة في قانون العلامات التجارية  
والمؤشرات الجغرافية اليمني واتفاقية تريبس الدولية

**Legal Protection Mechanisms for Trademarks and Industrial Brands:  
A Study of The Yemeni Trademark and Geographical Indications Law  
and The International TRIPS Agreement**

**Hamoud Mohamed Shamsan**

*Researcher - Department of Commercial Law  
Faculty of Sharia and Law  
Sana'a University -Yemen*

**حمود محمد شمسان**

*باحث -قسم القانون التجاري - كلية الشريعة والقانون  
جامعة صنعاء - اليمن*

## الملخص:

استعرضت هذه الدراسة جملة القواعد والضوابط القانونية في التشريع اليمني التي تكافقت جميعها، لحماية العلامات التجارية، من الغش والتقليد، حماية لحقوق الشركات الدولية في المقام الأول، وحقوق الشركات المرخص لها، أو التي ابتكرت علاماتها التجارية بمقتضى الضوابط القانونية الواردة في التشريع اليمني، والمتسقة مع الاتفاقيات الدولية وفي الوقت نفسه حماية الجمهور من السلع المغشوشة والمقلدة، وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أن قواعد الحماية حتى في القانون اليمني، لم تقم على اعتبارات إنسانية وقواعد أخلاقية ومبادئ منصفة، تعالج المشاكل الاقتصادية للدول الفقيرة، وإزالة العوائق أمام انسياب وتدفق السلع المنتجة فيها إلى غيرها من الدول المتقدمة وتنمية قدرات الصناعات الناشئة في دول العالم الثالث، بل راعت في المقام الأول حقوق الشركات الغربية دون مراعاة أثرها على الوضع الاقتصادي الوطني، وما تفرزه من تبعية في سياسة الإنتاج واستيراد المواد الخام، والحال نفسه في تنظيم حقوق الشركات الدولية المالكة للعلامات التجارية المشهورة، وأنه ليس من السهل على الدول النامية فرض إرادتها على الدول المنتجة في عقود الترخيص، ذلك أن الحماية في الأساس لحقوق الملكية الصناعية، تخضع لإرادة الطرف القوي - الشركات عابرة الحدود، وأوصت الدراسة بأنه ينبغي على اليمن أن تتمتع بسياسة مرنة بما يحقق البعد الوطني، للصناعات الناشئة. وصولاً إلى تحقيق أكبر فائدة ممكنة أتاحت لليمن بموجب بروتوكول الانضمام. وقد توصل البحث إلى قواعد المعالجات الممكنة لحماية العلامات التجارية غير المسجلة، والعلامات المسجلة في عدن وصنعاء قبل الوحدة، وفقاً لقاعدة التعايش بين العلامات التجارية المسجلة في كل منهما.

**الكلمات المفتاحية:** العلامات التجارية - حقوق الملكية الصناعية - المؤشرات الجغرافية - المنافسة غير المشروعة - البيئة التجارية - النشاط التجاري - الغش التجاري - اتفاقية تريبس - اتفاقية باريس.

### Abstract:

This study reviewed the set of legal rules and controls in Yemeni legislation, which all came together to protect trademarks from fraud and imitation, protecting the rights of international companies in the first place, and the rights of licensed companies, or those who created their trademarks in accordance with the legal controls contained in Yemeni legislation, consistent with international agreements, and at the same time protecting the public from counterfeit and fake goods. The study concluded a number of results, the most important of which are: that the protection rules, even in Yemeni law, were not based on humanitarian considerations, ethical rules, and fair principles that address the economic problems of poor countries, and remove obstacles to the flow of goods produced in them to other developed countries and develop the capabilities of emerging industries in Third World countries. Rather, they primarily took into account the rights of Western companies without taking into account their impact on the national economic situation, and what they produce in terms of dependency in the production policy and import of raw materials. The same is the case in organizing the rights of international companies that own famous trademarks, and that it is not easy for developing countries to impose their will on producing countries in licensing contracts, since protection is basically for industrial property rights, subject to the will of the strong party. - Cross-border companies, and the study recommended that Yemen should have a flexible policy to achieve the national dimension, in order to achieve the greatest possible benefit made available to Yemen under the accession protocol. The research reached the rules of possible treatments to protect unregistered trademarks, and trademarks registered in Aden and Sana'a before unification.

**Keywords:** Trademarks - Industrial Property Rights - Geographical Indications - Unfair Competition - Business Environment - Commercial Activity - Commercial Fraud - TRIPS Agreement - Paris Convention

## المقدمة

أضحى من البدهيات أن الإبداع الإنساني تراث مشترك في مختلف الحضارات، من خلاله شكلت كل حضارة هويتها الخاصة بها، تجسدت في أشكال فنية من الصور والرسوم والخطوط والمنحوتات التعبيرية، استقر شكلها في ذهن المشاهد، ولولا هذه الشواهد الحية لما كان لإنسان اليوم أن يفك رموزها ويستقرئ مدلولاتها، ويقف على الجوانب المضيئة لكل منها<sup>(1)</sup>. ويظل إسهام البشرية متواصلًا في هذا الجانب، مع تغير طبيعة ووظيفة هذه المدلولات الفنية، في عالم اليوم ظهرت العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية بأشكالها وأنواعها المختلفة، بدءًا من القرون الوسطى، مرورًا بالعصر الحديث بصدور اتفاقية باريس سنة 1883م، والاتفاقيات المكملة لها، وانتهاءً باتفاقية تريبس سنة 1994م، وملحقاتها<sup>(2)</sup>. ولا نحتاج إلى بيان علو شأن العلامات التجارية في البيئة المدنية والتجارية على السواء. ولم تقف جهود أهل الصناعة والتجارة عند ذلك المستوى، بل زاد اهتمامهم بهذه الحقوق، بظهور وسائل الإعلان المختلفة، وتطور وسائل الاتصالات الرقمية، وانتشار شبكة الانترنت، وابتكار نظام الأسماء التجارية الإلكترونية، الذي فتح شهية الشركات الصناعية

والتجارية بل والأفراد من خارج البيئة التجارية، لتسجيل الكثير من العلامات التجارية المملوكة للغير، كأسماء تجارية، كل هذا كان له أثره في ازدياد المنازعات القضائية بين الملاك الأصليين والمتطفلين منهم أو من غيرهم<sup>(3)</sup>.

ومثل هذه الأعمال دفعت الباحثين قديمًا وحديثًا إلى التصدي لكافة المشاكل التي تارت وتثار وفقاً لمقتضى كل حالة، وتقديم الحلول المناسبة لها إن أمكن، وبدورنا هالنا حجم المنازعات التي تزدهم بها المحاكم اليمنية في مختلف المحافظات، الأمر الذي حتم علينا الإسهام ببحث آليات الحماية القانونية للعلامات التجارية في قسمين اثنين، خصص الأول - الذي بين أيدينا - للحماية المدنية، والقسم الثاني للحماية الجنائية إن شاء الله.

## أهمية البحث:

تأتي أهمية هذا العمل - في رأي الباحث - بالسعي إلى توضيح أسباب المشكلة التي تعاني منها البيئة التجارية اليمنية، تجاريًا وإداريًا وقضائيًا، على أمل الإسهام في توضيح حجم المشكلة وسبل الحد منها، بالتأكيد على الالتزام بقواعد القانون، ومحاربة المنافسة غير المشروعة وأعمال الغش والتقليد، من خلال توضيح أدوات الحماية في المنظومة القانونية اليمنية، وبيان

(2) راجع في تاريخ العلامات التجارية وتطورها منذ العصور الوسطى حتى اليوم

The Brand and it's History Trademarks Branding identity and National. Dr. Rafael castro Edited By Partricio Saiz, 2022.

<https://www.routledge.com>

منشور على النت.

(3) راجع في هذا المعنى د. عبد الرحمن السيد قرمان، الجديد في أعمال المنافسة غير المشروعة، القاهرة، دار النهضة العربية، طبعة 2017م، ص 27 وما بعدها، وص 47 وما بعدها.

(1) ينتقد الدكتور جواد علي، إهمال الكتاب العرب عامة واليمنيين خاصة، مكنونات الحضارة اليمنية بعصورها المختلفة بقوله: (لو كان - أحمد أمين - قد وقف على ما كتب بالألمانية أو الفرنسية أو الإنجليزية عن تاريخ اليمن القديم، المستمد من الخط المسند ووقف على ترجمته أو الكتابات الثمودية أو الصفوية، لما كان قد أهمل الإشارة إليها ولأفرز أكثر في طبيعة وفن أهل اليمن) المسجد في النقوش والرسوم، د. جواد علي، تاريخ العرب قبل الإسلام، ج 1، طبعة 2، 1993م، ص 475 وما بعدها، وص 125 وما بعدها، ص 273 وما بعدها، وص 288 وما بعدها، ص 538 وما بعدها.

أفرزته إعادة تحقيق الوحدة اليمنية المباركة من منازعات ثنائية بين بعض ملاك العلامات التجارية المسجلة في عدن، والمسجلة في صنعاء قبل ذلك، وأثر هذه العلامات في البيئة التجارية والمدنية على السواء.

الجدير بالإشارة، أن ضبط حقوق الملكية الصناعية ورسم حدودها لم يعد مجالاً للمساومة والاجتهاد العقلي المحض، أو مرتعاً للأمني الفردية والآمال الشخصية، بل أضحت حقوقاً معنوية وأصولاً رأسمالية، اقتضى الحال وضع القواعد الموضوعية والشكلية لحمايتها، فهل حققت المبتغى؟

هذا ما يحاول الباحث إثباته.

وعلى ضوء ذلك قسم البحث إلى مبحثين اثنين على النحو التالي:

المبحث الأول: الشروط اللازمة لحماية العلامات التجارية والصناعية.

المبحث الثاني: الآليات القانونية لحماية العلامات التجارية والصناعية.

المبحث الأول

الشروط اللازمة لحماية العلامات التجارية والصناعية

إذا كانت الاتفاقيات والمعاهدات الدولية<sup>(4)</sup>، خصوصاً الاتفاقية الخاصة بالجوانب المتصلة بالتجارة في حقوق الملكية الفكرية المعروفة (باتفاقية تريبس)، قد سعت إلى تبني الدول لمبدأ الحماية الفعالة والملائمة لحقوق الملكية الفكرية. غير أن الدول ومنها الجمهورية اليمنية وبعض

محاسنها، باعتبارها هدفاً موضوعياً للدولة كسلطة، وللمواطنين كمنتفعين.

### منهجية البحث:

سيراً على منهج بحث العلوم الإنسانية - اعتمد الباحث - منهجية البحث التحليلي الوصفي، المتمثل في بيان الأدوات والأسس الموضوعية لقواعد البحث العلمي، بالوقوف على منظومة القانون اليمني ذات الصلة، والآراء الفقهية المختلفة، والاجتهادات القضائية المتعددة، واستخلاص الحلول المناسبة في كل منها، وتماشياً مع هذا التوجه، كان الاعتماد على مختلف المراجع والدوريات - التي تيسر لنا الوقوف عليها - فما كان في هذا البحث من حسن فلأسأتني فضل السبق والاجتهاد، وليس لي فيه فضل غير الجمع والتأليف والتحليل، وبيان مواطن الضعف والقوة في القانون اليمني.

### أهداف البحث:

تتمثل الأهداف الرئيسية لهذا البحث، بتوضيح آليات الحماية القانونية للعلامات التجارية - المدنية منها خاصة - ودراسة الأسس والفرضيات الواردة في منظومة القانون اليمني، مهتدياً باتفاقية تريبس الدولية وملحقاتها، مروراً باتفاقية باريس ومكملاتها، على أمل ضبط مسار تسجيل العلامات التجارية خاصةً وحقوق الملكية الصناعية عامة، بغية الحد من المنازعات القضائية، ولا أقل من الأهداف الفرعية أو الثانوية التي يظهرها مسار البحث خاصةً بصدد حماية العلامات التجارية غير المسجلة وما

ود. نبيل حشاد، الجات ومستقبل الاقتصاد العالمي والعربي، القاهرة، دار النهضة العربية، طبعة 1995م، ص6، 7 وما بعدها.

(4) أنظر في هذا المعنى د. مصطفى سلامة، قواعد الجات، المؤسسة الجامعية للنشر، بيروت، 1998م، ص9 وما بعدها،

باختلاف الثقافة النوعية والتراكم المعرفي لكل فرد، فشخص كرس حياته في البحث والتطوير المعرفي وتنمية مواهبه الذاتية، بهدف استغلال ما جادت به قريحته من ابتكارات أو رسوم أو رموز ذات إحياءات متميزة في الساحتين: التجارية والاقتصادية، وآخر يظل يرقب ذلك الإنتاج الفكري والخيال الوجداني لاستغلالها واستثمارها بلا عناء ولا شقاء؛ لذلك أنصب الاهتمام التشريعي للدول على رعاية الحقوق المعنوية للأول في مواجهة الثاني. ويبدو هذا واضحاً في ميدان الملكية الفكرية بصورة عامة، والعلامات التجارية الفارقة والتصاميم الصناعية للسلع والبضائع المصنعة بصورة خاصة.

ومع ذلك فليست كل علامة أو رمز يوضع على سلعة أو منتج صناعي يندرج ضمن حقوق الملكية التجارية والصناعية؛ ولذا يكون محلاً للحماية القانونية؛ فلقد وضع المشرع اليمني شروطاً واضحة ومحددة يستوجب توافرها في العلامات التجارية لحمايتها من التقليد والتزوير وسوء الاستعمال والاستغلال، هذه الشروط وردت في نصوص متعددة نحاول جمع شتاتها على النحو الذي يوضح الفكرة محل الدراسة. فقد عرفت المادة (3) من قانون العلامات التجارية رقم (23) لسنة 2010م العلامات التجارية بقولها: "العلامة التجارية هي كل ما يأخذ شكلاً مميزاً قابلاً للإدراك بالنظر من أسماء أو كلمات أو حروف أو أرقام أو إمضاءات أو رسوم أو

الدول العربية<sup>(5)</sup> لم تنسق على غير هدى لتبني قواعد تلك الاتفاقيات، بل اتخذت موقفاً وسطاً بين الانصياع التام لتلك الأحكام وبين المعالجات الملائمة المعتدلة<sup>(6)</sup>، حيث يظهر التحفظ بصدد بعض الأحكام التي لا تمس جوهر الاتفاقات الدولية، تجلى هذا الاعتدال في الشعور بالمسؤولية تجاه الاعتداء غير الشريف على حقوق الملكية الصناعية والتجارية المملوكة للغير، على نحو ما انتهى إليه القانون. حيث درجت هذه الدول على تضمين تشريعاتها الوطنية الشروط القانونية اللازم توافرها في العلامات التجارية والصناعية كي تكون محلاً يحميه القانون. وهذه الشروط تتمثل في الشروط الموضوعية الخاصة بذاتية العلامة التجارية، والشروط الشكلية المتمثلة في إجراءات تسجيلها. وهذا ما سنتناوله في مطلبين اثنين، على النحو الآتي:

المطلب الأول: الشروط الموضوعية لحماية العلامات التجارية والصناعية في القانون اليمني.

المطلب الثاني: الشروط الشكلية لحماية العلامات التجارية والصناعية في القانون اليمني.

المطلب الأول

الشروط الموضوعية لحماية العلامات التجارية والصناعية

إن أنماط التفكير الإنساني ليست على درجة واحدة من المساواة في الرؤى التجارية والمضامين الصناعية والخيالات الوجدانية، بل تختلف

الحقوق الواردة فيه طبقاً لمقتضيات قبول انضمام اليمن إلى منظمة التجارة العالمية.

(5) مثل جمهورية مصر العربية والمملكة العربية السعودية ودولة الإمارات العربية المتحدة.

(6) وقد تم إلغاء القانون رقم (19) لسنة 1994م بشأن الحق الفكري، وحل محله منظومة قانونية مستقلة لكل حق من

- عن طبيعة المنتج أو خصائصه أو طبيعة استخدامه، وأحياناً تعبيرات أتولها أصحاب الشأن. ومثل هذه العلامة التي تتميز بشكل مميز هي التي اكتسبت ثقة المستهلك، والتي انصب عليها اهتمام المشرع اليميني؛ لذلك أوضحت الفقرة الأولى من المادة (4)<sup>(9)</sup> من قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية، أنه لا تقبل العلامة الخالية من أية صفة مميزة بقولها: "لا يسجل كعلامة تجارية أو كعنصر منها ما يأتي: 1- العلامة الخالية من أية صفة مميزة". ومقتضى ذلك أن العلامات التجارية لكي تكون محلاً يحميه القانون، يشترط فيها أن تكون لها خصائص ذاتية محددة ودقيقة تميزها عن غيرها من العلامات المستخدمة في السلع التجارية والمنتجات الصناعية المماثلة. والمقصود بتميز العلامات التجارية لدى الفقهاء<sup>(10)</sup>، وأدبيات المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)<sup>(11)</sup>، وما ذهبت إليه المادة (1/15) من اتفاقية (تريبس) بقولها: "تعتبر كل إشارة تسمح بتمييز السلع والخدمات الخاصة بمنشأة ما عن سلع المنشآت الأخرى وخدماتها مؤهلة لأن تكون علامة تجارية، وتشمل علامات الخدمات"، أن تتوافر في الرموز الداخلة في تركيب العلامة التجارية خاصية دقيقة تعطي في مجموعها شكلاً جمالياً خاصاً ومميزاً، تجسد

رموز أو أختام أو صور أو نقوش بارزة أو تكوين مميز من لون أو مجموعة ألوان أو أي مجموع من هذه العناصر إذا كانت تستعمل أو يراد استعمالها في تمييز سلع أو خدمات منشأة تجارية أو صناعية أو زراعية أو حرفية أو خدمية"<sup>(7)</sup>.

ومن النص سالف الذكر، نستخلص الشروط القانونية الواجب توافرها في العلامات التجارية كي تكون حقاً معنوياً يحميه القانون في الساحة الاقتصادية اليمينية، نتاولها في ثلاثة فروع على النحو الآتي:

الفرع الأول: الصفة الذاتية المميزة للعلامات التجارية والصناعية.

الفرع الثاني: جدة العلامات التجارية والصناعية.

الفرع الثالث: مشروعية العلامات التجارية والصناعية.

## الفرع الأول

### الصفة الذاتية المميزة للعلامات التجارية

#### والصناعية

العلامة الفارقة هي الشارة التي تتمتع بشكل متميز وبايحاءات ذاتية متفردة، من مجملها يمكن تكوين الكفاية الذاتية لها في ذهن الجمهور<sup>(8)</sup>. لم يوضح المشرع اليميني مفهوم الشكل المتميز تاركاً ذلك لخيال المبدعين وقريحة الفنانين وتصورات الرسامين باختيار الشكل المناسب المعبر - أحياناً

سميحه الفليبوي، الملكية الصناعية، دار النهضة بالقاهرة، طبعة (8) عام 2013، مصدره من طبعة 2009، ص453. (11) المنظمة في اتفاقية باريس بشأن حماية الملكية الصناعية الصادرة في 1883/3/20م واتفاقية مدريد الصادرة في 1891/4/4م بشأن التسجيل الدولي للعلامات، وقد عدلت باتفاقيات بروكسل في 1900/12/14م، وواشنطن في 1911/6/2م، ولاهاي في 1925/11/6م، ولندن في 1934/6/2م، ولشبونة في 1958/10/31م، واستكهلم في 1967/7/14م، والتي نقحت في 1979/9/28م، وفي جنيف في 1999/7/2م.

(7) هذا النص ورد مضمونه في المادة (85) من القانون الملغي رقم (19) لسنة 1994م بشأن الحق الفكري الذي استلهم أحكامه من اتفاقية باريس في حين أن النص الحالي يوافق مبادئ اتفاقية تريبس القسم الثاني ح1.

(8) في هذا المعنى محكمة مصر الابتدائية في 1944/5/20م، موسوعة القضاء في المواد التجارية للأستاذ عبدالمعين لطفى جمعة، إصدارات دار الكتاب العربي بمصر، رقم514.

(9) (1/3م) من قانون الإمارات العربية المتحدة.

(10) د. محمد حسن عباس، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية بالقاهرة، طبعة عام 1970م، ص285، وأستاذتنا الدكتورة

اليمن أيدت محكمة النقض اليمنية إسباغ الحماية القانونية المقررة للعلامة التجارية، لزيت الشعر (شيكاكاي) المسجلة طبقاً للقوانين النافذة، جاء ذلك في سياق تأييدها الحكم الاستثنائي القاضي ببطلان العلامة المقلدة للعلامة المشار إليها، لخلوها من الصفة الذاتية المميزة، كون العلامة الفارقة ينبغي اشتغالها على الخصائص الوصفية المميزة لها عن غيرها، وعدم تحقق ذلك في جانب العلامة المطلوب تسجيلها لصالح الطاعن، يعد قصوراً في جانب وزارة الصناعة والتجارة، مما يستوجب تأييد الحكم لصالح المطعون ضده<sup>(15)</sup>. الجدير بالذكر أن اتفاقية (تريبس) كما يظهر لنا قد وسعت فهمنا للتمييز من هذا المعنى؛ حيث نصت المادة (1/15) بأنه: " لا يجوز للبلدان الأعضاء أن تجعل الصلاحية للتسجيل مشروطة بالتمييز المكتسب من خلال الاستخدام، كما يجوز لها اشتراط أن تكون العلامات المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر كشرط لتسجيلها". ويأتي هذا التوجه منسجماً مع أهداف الدول الكبرى في تيسير سبل الحماية لحقوق الملكية الصناعية لمواطنيها، حيث اكتفت الاتفاقية لتقرير الحماية القانونية للعلامة أن تكون قابلة للإدراك بالنظر. وهذا معيار مطاط وغير منضبط مبناه الاكتفاء بالنظرة السطحية للمظهر العام للعلامة، دون الإغراق في الجزئيات الدقيقة لها. وهذا المعيار - حسب اعتقادنا - لا يسير في صالح

في ذهن الجمهور المنتج الذي توجد عليه العلامة، هذا الشكل المميز هو الصورة العامة والقوام الظاهر والمجسم غير الملموس الذي له دلالات تخالج الشعور وتدغدع العواطف، هو الذي تنصب عليه الحماية القانونية وليس الألفاظ الداخلة في تكوينه<sup>(12)</sup>، وقد عبّرت عن ذلك محكمة النقض المصرية بقولها: "... ليست العبرة باحتواء العلامة على حروف أو رموز أو صور مما تحتويه علامة أخرى، إنما العبرة هي بالصورة العامة التي تتطبع في الذهن نتيجة لتركيب هذه الحروف أو الرموز أو الصور على بعضها وللشكل الذي تبرز به في العلامة...". وقالت المحكمة في سياق الحكم: " من أجل ذلك يجب لتقرير ما إذا كانت للعلامة ذاتية خاصة متميزة عن غيرها النظر إليها في مجموعها لا إلى كل عنصر من العناصر التي تتركب منها..."<sup>(13)</sup>، ومن ثمّ فلا تعد علامة تجارية قابلة للحماية القانونية، العلامات التي تتألف من شكل شائع ومألوف كالمربع والمثلث والدائرة وغيرها من الأشكال العامة، أكدت ذلك المادة (5) من قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية بأنه " يجب أن تكون العلامة التجارية متميزة بصورة جوهرية عن غيرها من العلامات...". وفي حكم لمحكمة استئناف القاهرة قررت أن الأشكال العامة التي ليس لها مظهر خاص ومميز لا يمكن أن تكون محلاً للاحتكار القابل للحماية<sup>(14)</sup>. وفي

تايت المستخدمة من قبل أحد المشروعات اليمنية، حكم غير منشور.

(14) محكمة استئناف القاهرة في 1955/3/28م موسوعة جمعة رقم 551.

(15) نقض يميني رقم (10) صادر بتاريخ 1996/11/24م.

(12) د. محمود سمير الشرفاوي، القانون التجاري، ج1، ط 1986م، ص579.

(13) نقض مصري طعن رقم 45 جلسة 1967/1/26م قضاء النقض التجاري لأحمد حسني رقم 515. وقد حكمت المحكمة الابتدائية التجارية بقيام التشابه بين العلامة التجارية لصابون تايد المملوكة لأحد المشروعات السعودية والعلامة التجارية

بالحماية ولا يجوز تسجيلها<sup>(18)</sup>، والمنطوق نفسه قضت به محكمة الاستئناف بأمانة العاصمة بشأن العلامات التجارية (برمكثيون (permkthion)، والعلامة (برفكثيون (perfkhion)<sup>(19)</sup>، فإن فقدان العلامة لهذه الخصائص أو إحياء شكلها العام، لعلامة مسجلة<sup>(20)</sup> أو احتوائها على شارات معنوية أو تعبيرات دينية يجعلها بمنأى عن الحماية اللازمة قانوناً. وأكدت المادة (3) من القانون أنه لا بد أن تكون العلامة قابلة للإدراك بالنظر، وهذا يعني استبعاد حاسة الشم من دائرة العلامات التجارية كون هذه الحاسة غير منضبطة، ولا يمكن أن توضع في قالب ومعياري واضح ومحدد، وهذا مفهوم اتفاقية (تريبس) المادة (1/15). ولا تصلح علامات تجارية ينقرر لها الحماية القانونية، الشعارات والرموز العامة لليمن أو للدول الأخرى، أو التي لها صبغة دينية أكدت ذلك المادة (4) من قانون العلامات التجارية بقولها: "لا يسجل كعلامة تجارية أو كعنصر منها ما يأتي:

- 1- العلامة الخالية من أية صفة مميزة.
- 2- العلامة المخلة بالأداب أو المخالفة للنظام العام.
- 3- العلامة المطابقة أو المشابهة للرموز ذات الصبغة الدينية.

الدول النامية التي تسعى شركاتها الوطنية إلى تمييز منتجاتها بعلامات تجارية تبرز فيها مظهرها العام، يبعث الظن على الاعتقاد بمشابهتها لعلامة مسجلة، في حين أن لكل منها خصائص تميزها عن الأخرى، يمكن أن يستدل عليها ببذل العناية الواجبة للرجل المعتاد. والجدير بالملاحظة أن اتفاقية (تريبس) خصوصاً في ظل الوضع غير المتكافئ بين الدول، قد رأت لتمام تسجيل العلامة الاكتفاء بالنظرة العادية المجردة، دون التركيز في الخصائص الدقيقة التي تميز العلامة المزمع تسجيلها عن غيرها، ومثل هذه التوجه ينطوي على قواعد مرنة لتسجيل حقوق الملكية التجارية والصناعية، كي لا تبقى دول كثيرة - خصوصاً الدول النامية - بعيدة عن قواعد هذه الاتفاقية وأحكامها الأمر<sup>(16)</sup>. ولا يخفى أن هذا السلوك يتماشى وسياسة التبادل الحر للحقوق المذكورة على المستوى الدولي كما حددته الاتفاقية<sup>(17)</sup>. وإذا كان التشريع اليمني على غرار التشريعات المقارنة، قد أكد على ضرورة أن يكون للعلامة خصائص ذاتية شكلية وموضوعية بل وفنية تميزها عن غيرها كي تكون محلاً يحميه القانون، وجرياً على هذا الفهم فقد حكمت المحكمة التجارية الابتدائية بصنعاء بوجود التشابه بين العلامة التجارية تايد (Tide) والعلامة التجارية تايت (tite) بحيث تكون الثانية غير جديدة

(18) محكمة صنعاء الابتدائية حكم غير منشور، والمؤيد من محكمة الاستئناف بالقضية رقم 1420/21 هـ جلسة 2002/8/17 م. ملف رقم 1420/21 جلسة 2003/5/18 م.

(19) محكمة استئناف أمانة العاصمة، القضية رقم 41 لسنة 1422 هـ الصادر في 2002/9/3 م.

(20) وفي هذا الصدد حكمت المحكمة الابتدائية التجارية بمحافظة الحديدة، ببطان تسجيل العلامة التجارية لشاي (رود ليل) لمشابهتها للعلامة الأصلية (ريد ليل) المحكمة الابتدائية بالحديدة رقم 85 وتاريخ 1994/8/11 م.

(16) أستاذنا الدكتور حسام محمد عيسى، نقل التكنولوجيا، دراسة في الآليات القانونية للتبعية الدولية، دار المستقبل العربية، القاهرة، طبعة عام 1987 م، ص 98 وما بعدها.

(17) وهذا التوجه يصب في صالح الدول الكبرى على حد تعبير، بيتر تيلور وكولن فلنت بقولهما إن السوق العالمية المفتوحة، تعمل دائماً في صالح دول المركز المهيمنة سواء ارتبطت التجارة الحرة بالإمبريالية الرسمية أو غير الرسمية. راجع كتابهما الجغرافيا السياسية لعالمنا المعاصر، الاقتصاد العالمي، القومية، المحلية، سلسلة عالم المعرفة عدد 282، ص 229، ود. حسام عيسى، ص 99 وما بعدها.

وبالإضافة إلى ذلك يشكل اقتباسها جريمة تزوير، يعاقب مرتكبها بالحبس مدة لا تزيد على عشر سنوات (م208 عقوبات) فضلاً عن استهجان المجتمع لهذا السلوك، أما عدم جواز اتخاذ الهلال الأحمر والصليب الأحمر علامتين تجاريتين فيرجع إلى اعتبارهما من الرموز الدينية البحتة يجب احترامهما وعدم الزج بهما في خضم المعاملات التجارية<sup>(21)</sup>. ولم يقف الحال عند هذا الحد بل أصدر المشرع اليمني تشريعاً خاصاً، هو القانون رقم (43) لسنة 1999م بشأن تنظيم واستخدام شارتي الهلال الأحمر والصليب الأحمر ومنع إساءة استخدامهما؛ حيث لم يجز استخدامهما لغير الأغراض الإنسانية الطبية، وذهبت المادة (17) من هذا القانون إلى منع الجهات المختصة بالعلامات التجارية من تسجيل أية أسماء تجارية أو علامات أو نماذج صناعية أو رسوم، تنطوي على اسم الهلال الأحمر أو الصليب الأحمر، وعاقبت المادة (10) كل من يستخدم هذه الشارات بالحبس مدة لا تزيد عن سنة، أو بغرامة لا تزيد عن مائة ألف ريال، فضلاً عن إزالة المخالفة على نفقة المخالف (م15). ويلحق بذلك أسماء المدن والأقاليم التي لها دلالة خاصة بمنتج معين إذا كان من شأن استخدامهما على المنتجات التجارية والصناعية إحداث لبس يتصل بمصدر المنتجات (33 و34) من قانون العلامات التجارية. ومع ذلك يجوز استخدام مثل هذه الأسماء علامات تجارية على المنتجات الصناعية والتجارية إذا كانت الغاية من هذا

4- العلامة التي تتألف من إشارات أو بيانات فرضتها طبيعة أو وظيفة السلع أو الخدمات، أو من دلالة أصبحت تسمية شائعة للمنتجات أو الخدمات.

5- العلامة المكونة من الشعارات العامة والأعلام وغيرها من الرموز الخاصة بالجمهورية أو الدول الأخرى أو المنظمات الإقليمية والدولية.

6- العلامة التي تشمل على كلمات وصفية أو دعائية أو أي لفظ يوحي بأن السلعة أو الخدمة المطلوب تسجيل العلامة لها تتمتع بميزة أو مميزات خاصة.

7- اسم الغير أو صورته ما لم يوافق مسبقاً على استعمالها.

8- العلامة التي تحتوي على اسم تجاري وهمي.

9- العلامة المطابقة أو المشابهة أو المترجمة لاسم تجاري معروف". وهذا الحكم يوافق القواعد الواردة في اتفاقية باريس (المادة 6/ثالثاً).

ومما تجدر الإشارة إليه أن المنع من اتخاذ تلك الأشكال المذكورة ليس السبب فيه عدم انطوائها على خصائص ذاتية مميزة وشكلية مغايرة، بل كونها تمثل أدوات قانونية وفنية خاصة تتصل بالهوية الوطنية للدولة، كالشعار الرسمي، أو العلم الوطني، وإما لأنها تعبر عن معانٍ معنوية سامية للشخصيات الوطنية، كالأوسمة والنياشين، أو لأن لها طابعاً دينياً كالهلال الأحمر والصليب الأحمر؛ ومن ثم فإنّ تحريم اتخاذها علامات تجارية أو صناعية يعود إلى الاعتبارات المتصلة بالنظام العام والقدسية الاجتماعية أو الدينية لها.

(21) في هذا المعنى د. محمد حسن عباس، مصدر سابق، ص292، وقارن د. سمح القليوبي، مصدر سابق، ص603.

## الفرع الثاني

### جدة العلامات التجارية والصناعية

إن المدلول التجاري والاقتصادي الذي تنطوي عليه العلامات التجارية والصناعية الناتج عن التعبير الإجمالي لشكل العلامة التجارية نتيجة تمييزها عن غيرها من العلامات المستخدمة على المنتجات المماثلة، لا يكفي لشمولها بالحماية القانونية، بل لا بد أن تكون العلامة جديدة بما لها من مدلولات وإيحاءات غير معهودة. ويقصد بالجدية في رأي الفقهاء<sup>(25)</sup> عدم سبق استعمال العلامة داخل إقليم الدولة على المنتجات المماثلة من قبل منافس آخر، وإن كان يجوز استخدامها على منتجات مختلفة<sup>(26)</sup>، وبناءً على ذلك فإن مضمون الجدة في القانون اليمني ينطوي على عناصر ثلاثة نحاول إلقاء الضوء عليها على النحو الآتي:

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

إن الحماية القانونية لحقوق الملكية الصناعية - كما يراها الاتحاد الدولي لحماية الملكية الفكرية والمنظمة العالمية للملكية الفكرية المعروفة بالويبو (wipo) - تستهدف تشجيع النشاط الابتكاري، وازدهار الإنتاج الصناعي وتنوع التوظيف الاستثماري، وانسياب التبادل السلعي والتجاري الشريف بين الدول، واستقرار العلاقات القانونية بين الأفراد الذي يساعد على التكامل الديناميكي

الاستخدام تمييز المنتج وليس تضليل الجمهور، يشهد لهذا العديد من المنتجات المحلية التي اتخذت لها علامات فارقة من أسماء المدن والقرى، مثال: مياه حدة، شمالان، نخلان، مأرب، وألبان رصابة، والبون، وأسماك المكلا، تونة الغويزي، وحلويات عدن، وغيرها من المنتجات الوطنية التي اتخذت لها علامات تجارية من أسماء المدن والقرى والحصون اليمنية. دون أن تدل بذاتها على جنس المنتج، بل تحمل رمزاً تاريخياً وحسب<sup>(22)</sup><sup>(23)</sup>، ويندرج في هذا السياق عدم جواز استخدام صور الأشخاص كعلامات فارقة على المنتجات الصناعية والسلع التجارية ما لم يوافق صاحب الصورة على اتخاذها علامة تجارية (م 7/4) من قانون العلامات التجارية.

الجدير بالإشارة، أن الفقرة (2) من المادة (4) قد منعت تسجيل العلامة المخلة بالأداب أو المخالفة للنظام العام. وهذا الحكم يختلف تقديره من مجتمع إلى آخر، فما يكون مقبولاً في مجتمع منفتح فلا يكون له نفس درجة القبول لدى مجتمع محافظ كالمجتمع اليمني؛ ومن ثم فلا بد أن العلامة التجارية الجائز تسجيلها أو استيراد البضاعة التي تحملها مراعية للنظام العام وغير منافية للأداب العامة للمجتمع اليمني<sup>(24)</sup>.

ص 479 وما بعدها، د. جاك يوسف الحكيم الحقوق التجارية، ج1، مطبوعات جامعة دمشق طبعة 1989م، ص299، والمستشار حمدي ياسين عكاشه، موسوعة حماية العلامات التجارية، دار النهضة العربية بالقاهرة، طبعة (1) 2019، ص299 وما بعدها.

(26) نقض مصري طعن رقم 435، جلسة 1968/12/26م النقض التجاري لأحمد حسني رقم 523. ما لم تكن هذه العلامة من العلامات المشهورة.

(22) قارن د. خالد محمد سيد إمام، النظام القانوني للاسم التجاري، رسالة دكتوراه، منشورات مكتبة النهضة بالقاهرة، 2015م، ص187.

(23) راجع في هذا المفهوم د. حسن كبره، أصول القانون المدني، دار المعارف، القاهرة، طبعة أولى عام 1957م، ص54 وما بعدها.

(24) راجع في هذا المفهوم د. حسن كبره، أصول القانون المدني. (25) د. أكثم الخولي، الوسيط في القانون التجاري، ج3 طبعة أولى، عام 1964م، ص317، د. سميحة القليوبي، مصدر سابق،

عليها حسب هذا الرأي يشمل الرقعة الجغرافية للدولة بكاملها. والمقارنة بين الاتجاهين تثير التساؤل: إلى أي اتجاه يقف المشرع اليمني؟ لم يتبنّ المشرع اليمني موقفاً واضحاً وصريحاً من الإشكال محل التساؤل،

تاركاً ذلك للاجتهاد الفقهي والقضائي. واستجلاء هذا الموقف نستوضحه في نص المادة (5 من قانون العلامات التجارية) حيث قالت: " يجب أن تكون العلامة التجارية متميزة بصورة جوهرية عن غيرها من العلامات، ولا يجوز أن تسجل كعلامة تجارية ما يأتي:

1 - العلامة المطابقة أو المشابهة لعلامة سبق تسجيلها أو قيدها في سجل العلامات التجارية فيما يتعلق بالمنتجات أو الخدمات ذاتها أو بمنتجات أو خدمات وثيقة الصلة بها، أو كانت مشابهة لها إلى حد من شأنه أن يؤدي إلى التضليل أو اللبس.

2- العلامة المطابقة أو المشابهة لعلامة غير مسجلة، ولكنها مستعملة من قبل الغير في الجمهورية بالنسبة إلى منتجات أو خدمات مماثلة أو مشابهة إلى حد من شأنه أن يؤدي إلى التضليل أو اللبس."

والذي يظهر لنا من دلالة هذا النص أن المشرع اليمني قد أخذ بمضمون الاتجاه الثاني، يفهم هذا من موقفه الصريح بعدم إجازته تسجيل علامة مشابهة لعلامة مودعة أو مسجلة لدى الجهات اليمنية المختصة، تستخدمان على منتجات مشابهة أو علامة غير مسجلة، ولكنها مستعملة

المبتغى بين تلك الأهداف المختلفة، هو شرط الجودة للعلامة التجارية الذي تتميز به السلع التجارية أو الصناعية، بحيث تكون العلامة مختلفة عن غيرها من العلامات المرقومة على منتج منافس. وبالتالي فإنه لا تكون العلامة التجارية محلاً للحماية القانونية ولا يجوز تسجيلها إذا سبق استعمالها على منتج مماثل أو مشابه خشية تضليل الجمهور. وفي هذا المعنى حكمت محكمة النقض المصرية بقولها: "الغرض من العلامة التجارية هو أن تكون وسيلة لتمييز المنتجات والسلع، ويتحقق هذا الغرض بالمغايرة بين العلامات التي تستخدم في تمييز سلعة معينة، بحيث يرتفع اللبس بينها، ولا يقع جمهور المستهلكين في الخلط والتضليل"<sup>(27)</sup>، فإذا اكتسبت العلامة تلك الخاصية للجدة، اكتسبت حق الحماية القانونية داخل إقليم الدولة بأكمله.

ويثار التساؤل عن مدى توافر شرط جودة العلامة التجارية إذا كان قد سبق استعمالها في جزء أو منطقة معينة في أي إقليم من أقاليم الدولة اليمنية، هل تفقد شرط الجودة أم يظل متوافراً بجانبها رغم ذلك؟

اختلف الفقهاء في الإجابة عن ذلك؛ حيث ذهب رأي<sup>(28)</sup> إلى توافر شرط الجودة وإن سبق استخدام العلامة في جزء واحد فقط من أقاليم الدولة، شريطة ألا تُصَرَّفَ المنتجات سوى داخل هذا الإقليم فقط. وذهب رأي آخر<sup>(29)</sup> إلى فقدان العلامة لشرط الجودة إذا سبق استخدامها ولو في منطقة واحدة من الدولة؛ ذلك أن الجودة المعول

(28) أستاذنا الدكتور/ علي جمال الدين عوض، الوجيز في القانون التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة، 1975م، ص267. (29) د. سمحة القليوبي، مصدر سابق، ص480.

(27) نقض مصري طعن رقم 45 جلسة 1967/1/26م، النقض التجاري لأحمد حسني رقم (515).

يكون من شأنها إيجار لبس ترى السلطة المختصة في الدولة أنها مشهورة...".

الجدير بالذكر أن المادة (6) من قانون العلامات التجارية قد أخذت بأحكام الاتفاقيات الدولية القاضية بعدم جواز تسجيل العلامات التجارية المشهورة على منتجات أو خدمات مماثلة أو مطابقة، ولو لم تكن العلامة المشهورة مسجلة في سجل العلامات لدى وزارة الصناعة والتجارة. وعلّة ذلك هي خشية اعتقاد العملاء بوجود صلة بين المنتجات أو الخدمات والعلامة المشهورة، أو كان من شأن هذا الاستخدام أن يلحق ضرراً بمالك العلامة المشهورة.

ومما يستوجب الإشارة إليه، أن معيار شهرة العلامة يتمثل في قدم استعمالها استعمالاً تجاوز حدود إقليمها الوطني إلى كثير من الدول واكتسابها شهرة وثقة لدى العملاء على المستوى الدولي والمحلي في كل دولة<sup>(30)</sup>.

وما نراه محققاً للحماية القانونية للعلامات التجارية، على نحو ما يتفق وأهداف المشرع اليمني، ويسد باب المنازعات - خصوصاً بعد إعادة تحقيق الوحدة اليمنية - هو القول: إن شرط الجودة اللازم في العلامة يشمل جميع أراضي الجمهورية اليمنية، ولا تقبل التجزئة. يشهد لهذا الرأي الكثير من الدعاوى القضائية المثارة في العديد من المحاكم اليمنية المختلفة<sup>(31)</sup>.

من أحد المنتجين داخل الجمهورية اليمنية، وذلك تجنباً لاختلاط خصائص كلا العلامتين لدى الجمهور؛ فإذا كان المشرع اليمني لم يجز تسجيل العلامات المشابهة لعلامة تحصنت بالحماية القانونية بأسبقية التسجيل، فمن باب أولى لم يجز تسجيل العلامة الواحدة لمشروعين اثنين في الجمهورية اليمنية.

### موقف المشرع اليمني من الجودة في العلامات المشهورة:

ويأخذ الحكم نفسه منع تسجيل العلامات المشهورة على منتجات مطابقة أو مشابهة أو مترجمة لعلامة مشهورة، ولو كانت غير مسجلة في سجل العلامات لدى وزارة الصناعة والتجارة للعلّة نفسها<sup>(م6)</sup>.

جاء هذا التوجه إمعاناً في حماية حقوق الملكية الصناعية والتجارية للشركات الكبرى على المستوى الدولي، حيث جاءت معاهدة باريس لسنة 1967م بنص المادة (6 مكرر) التي أحالت بدورها اتفاقية (تريبس) في المادة (3/2/16) إلى تطبيق أحكامها والتي تنص: "تتعهد دول الاتحاد من تلقاء نفسها إذا أجازت تشريعاتها ذلك، أو بناءً على طلب صاحب الشأن، رفض أو إبطال التسجيل ومنع استعمال العلامة الصناعية أو التجارية التي تشكل نسخاً أو تقليداً أو ترجمة

(30) راجع في هذا الفهم والمعايير الدولية لاكتساب العلامة التجارية سمة الشهرة العالمية. د. حسام الدين الصغير، حماية العلامة التجارية المشهورة، حلقة تدريبية نظمها المنظمة العالمية للملكية الفكرية بسلطنة عمان 2005/9/15م، ص2 وما بعدها و ص6 وما بعدها، وعبد الله حميد سليمان الغوري، العلامة التجارية المشهورة وحمايتها، طبعة 2008 منشور على النت، د. سميحة القليوبي، مصدر سابق، ص552 وما بعدها، شمسان حزام الذيب، الأحكام المميزة للعلامة التجارية المشهورة في قانون الحق الفكري اليمني رقم (19) لسنة

1994م، بحث متمم للمجستير مقدم إلى المعهد العالي للقضاء، ص10 وما بعدها. وكنعان الأحمر، حماية العلامة التجارية المشهورة، بحث مقدم في حلقة نقاش عن الموضوع نظمه نظمه (الويبو) بالتعاون مع الجامعة الأردنية إبريل 2004، منشور على النت.

(31) أنظر استئناف تجاري، الشعبة الاستئنافية بالحديدة، صادر في 1998/8/29م، وقد تبنت محكمة النقض السورية مبدأ الجودة المطلقة، بحيث لا يجوز استخدام العلامة المحمية على منتج آخر داخل القطر السوري، نقض سوري، قرار رقم 464 جلسة

القانونية للعلامة للمدة المذكورة نفسها، إذا تم تجديدها وفقاً للإجراءات المحددة قانوناً (م34). فإذا انتهت هذه المدة دون تجديد فقدت العلامة المدى الزمني لجديدها، حيث يجوز للإدارة المختصة شطب العلامة، وبالتالي تفقد الحماية القانونية المقررة لها في الجمهورية اليمنية<sup>(34)</sup>.

ومن ناحية أخرى، تفقد العلامة التجارية مداها الزمني للجدة في اليمن

إذا توقف استعمالها مدة خمس سنوات متتالية دون عذر مقبول شريطة أن يتقدم كل ذي مصلحة إلى المحكمة المختصة بطلب شطب العلامة استصدار حكم قضائي مقتضاه انتهاء المدى الزمني للعلامة (م30/ح)، وإذا تم شطب العلامة على النحو المذكور،

فلا يجوز تسجيلها لصالح الغير على المنتجات نفسها أو منتجات مماثلة أو مشابهة

أو خدمات مناظرة إلا بعد انقضاء ثلاث سنوات من تاريخ الشطب (م31). وفي الظاهر أن هذا القيد يفهم في حالة ما إذا كانت العلامة مستعملة قبل الشطب كي تستنفد المنتجات الموجودة، أمام غير المفهوم في هذا الحكم إذا لم يتم استعمال العلامة من حين تسجيلها إلى حين شطبها<sup>(35)</sup>.

الجدير بالذكر أن القيد المشار إليه في المادة المذكورة محل نظر؛ ذلك أن ربط انتهاء المدى الزمني للعلامة التجارية غير المستعملة لمدة

وتجدر الإشارة، إلى أن شرط الجدة الذي اشترطه المشرع اليمني على النحو الذي سبق بيانه، لا يقتصر على العلامات المسجلة فحسب، بل يشمل العلامات المشابهة لعلامة غير مسجلة في اليمن مملوكة لشركات أجنبية إذا كان من شأن هذا أن يؤدي إلى اللبس بين المنتجات المتشابهة. ومثل هذا التوجه يوافق اتفاقية باريس لسنة (1883م) في المادة (6) التي من مبادئها الأساسية وجوب منح الأجانب نفس معاملة الوطنيين بصدد حقوق الملكية التجارية والصناعية، ولو كانت غير مسجلة لدى الدوائر المحلية. وتتص اتفاقية (تريبس) على أنه "يجب على كل دولة متعاقدة أن تمنح مواطني الدول المتعاقدة الأخرى الحماية نفسها التي تمنحها لمواطنيها فيما يتعلق بحماية الملكية الصناعية"<sup>(32)</sup>، ويمثل هذا الحكم أحد الأهداف الرئيسية للاتفاقية الدولية (تريبس)، وهذا ما تسهر على تطبيقه منظمة التجارة العالمية<sup>(33)</sup>.

## 2- المدى الزمني لجدة العلامة التجارية:

إن ارتباط العلامات التجارية والصناعية بأذواق الجمهور ورغبتهم، قد منحها وضعاً قانونياً خاصاً، بحيث تستمر محتقظة بصلاحيات حمايتها القانونية خلال المدى الزمني المحدد لها قانوناً، والمقدرة بعشر سنوات تبدأ من تاريخ سداد رسوم إيداع طلب التسجيل (م22)، وتستمر الحماية

(35) وذهبت اتفاقية باريس إلى عكس ذلك، حيث ذكرت الفقرة الخامسة من المادة (5) بأنه "لا يجوز أن تكون الحماية الخاصة بالرسوم والنماذج الصناعية عرضة للسقوط بأية حال لعدم الاستغلال...". ونصت الفقرة (ج/1) بأنه "لا يجوز إلغاء التسجيل في أية دولة لعدم الاستعمال إلا بعد مضي مدة معقولة، ما لم يبرر صاحب الشأن الأسباب التي أدت إلى توقفه".

1969/11/3م، المحامون عدد 2، لعام 1970م ص33، أشار إليه د. هشام فرعون، الحقوق التجارية، ص173. (32) راجع في هذا كتيب المعلومات العامة للمنظمة العالمية للملكية الفكرية، إصدار عام 1997م، ص20. (33) المادة رقم (3/1) من الاتفاقية الدولية والمتصلة بحقوق الملكية الفكرية. (34) وهي المدة المحددة نفسها في المادة (10) من قانون دولة الإمارات العربية المتحدة.

### الفرع الثالث

#### مشروعية العلامات التجارية والصناعية

إن غاية المشرع من سن القوانين، تتمثل في رعاية مصالح الناس وجلب النفع لهم احتراماً لحقوقهم ودرء المفاسد عنهم. وتعد قواعد القانون الوسيلة المثلى لتحقيق الانسجام الاجتماعي بين الأفراد، وتحقيق ذلك يقتضي حمل الأفراد على احترام جميع القوانين لتيسير الحياة الكريمة لهم وكبح نوازع الشر لديهم، ويعتبر تحقيق هذا الاحترام واجباً على السلطات العامة وعلى الأفراد سوية. وهذا المعنى الأخير لا يتقرر إلا بالعمل القانوني المشروع، بحيث يكون العمل غير المشروع محلاً لاستهجان المجتمع، ويتعرض مرتكبه للعقاب المحدد بموجب أحكام القانون.

وحقوق الملكية التجارية والصناعية من الحقوق التي حظيت بعناية خاصة ليس من قبل المشرع التجاري اليمني، بل من قبل المجتمع الدولي قاطبة بهدف إحاطتها بتنظيم قانوني محكم، عوضاً عن الاجتهاد وأعمال الرأي، غير أن تقرير هذه الحماية لحقوق الملكية التجارية والصناعية مشروط بكونها عملاً قانونياً مشروعاً على النحو المحدد في القانون. وعلى المستوى الوطني تعتبر العلامة التجارية غير مشروعة إذا خالفت نصاً تشريعياً نافذاً أو قاعدة قانونية أمرة، أو كانت مخالفة للنظام الاجتماعي اليمني، أو مخلة بالأداب العامة، أكدت ذلك المادة (4) من قانون العلامات التجارية)، حيث قالت: "لا يسجل كعلامة تجارية أو كعنصر منها ما يأتي:

1. ....

خمس سنوات متتالية بضرورة استصدار حكم قضائي لرفع الحماية القانونية عنها، يعطل - في رأينا - النص المشار إليه، إذا لم يبادر المستفيد الجديد إلى استصدار ذلك الحكم، بحيث تظل الحماية القانونية لمثل هذه العلامة قائمة ولو لم تستخدم من قبل مالكيها الأصلي لمدة تزيد على الخمس سنوات. وكان الأوفق - حسب ما نرى - ترك مسألة رفع الحماية لمثل هذه العلامة للجهات الإدارية، باعتبارها المختصة بالرقابة والإشراف على تطبيق القانون المنظم للعلامات التجارية والصناعية، وإجراءاتها أسهل وكلفتها أقل. وحددت اتفاقية (تريبس) هذه المدة بثلاث سنوات (م19/1)، وتقصير المدة إلى الحد المذكور ينسجم وأهداف الاتفاقية على المستوى الدولي.

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

لم يجب المشرع اليمني على ذلك، غير أن ما - نراه - يوافق مفهوم القانون اليمني في هذه الحالة، هو القول بانسحاب الحكم الوارد في المادة (30/ج) من القانون، والتخريج الوارد عليه، كما تم عرضه آنفاً، ما لم يتقدم صاحب هذه العلامة بالمبررات الاقتصادية والمسوغات الموضوعية قوية الحجة عن الأسباب المانعة من عدم استعمال واستغلال العلامة خلال المدة المنصرمة، واقتنعت الجهات المعنية بالأسباب المعروضة عليها للفصل بهذه المسألة.

الأساسية للمنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)<sup>(37)</sup>، ونصت عليه اتفاقية باريس لسنة 1883م في المادة (6/ثالثاً) الفقرة الأولى (أ،ب،ج)<sup>(38)</sup>.

أما حضر العلامات التجارية والصناعية لمخالفتها للنظام العام، فلها في المجتمع اليمني والمجتمعات العربية المحافظة معنى يختلف عما هو سائد في المجتمعات المدنية الأخرى<sup>(39)</sup>؛ فالنظام العام في اليمن يرفض اتخاذ الصور الفاضحة على سبيل المثال علامات تجارية؛ كونها تتعارض وقواعد الدين الإسلامي، وتتافي تقاليد المجتمع، وتتكرها الفطرة، ويرفضها الذوق السليم. وعلى هذا النحو فلا تكون العلامات التجارية والصناعية محلاً للحماية القانونية، ما تكن هذه العلامة مشروعة في ذاتها في نظر القانون وقواعد الدين، وإلا انعدمت بصددها الشروط الموضوعية للحماية.

### المطلب الثاني

#### الشروط الشكلية لحماية العلامات التجارية والصناعية

يعتبر تسجيل العلامات التجارية والصناعية في الإدارة المختصة بوزارة الصناعة والتجارة من الشروط الشكلية اللازمة لتقرير الحماية القانونية لها، وليس هذا فحسب بل إن من الشروط الشكلية اللازمة للحماية المقررة للعلامة ضرورة استخدامها

2. العلامة المخلة بالأداب أو المخالفة للنظام العام.

3. العلامة المطابقة أو المشابهة للرموز ذات الصفة الدينية.

4. العلامة المكونة من الشعارات العامة والأعلام وغيرها من الرموز الخاصة بالجمهورية أو الدول الأخرى، أو المنظمات الإقليمية والدولية...".

يتضح من هذا النص أن الحماية القانونية لا تنقرر إلا للعلامات التجارية المشروعة على النحو الذي حدده القانون؛ وبالتالي فالعلامات التي تتخذ شكلاً من الأشكال التي منع القانون اليمني اتخاذها علامة تجارية أو صناعية كالشعارات أو الرموز والأوسمة والأختام العامة، الخاصة باليمن أو بإحدى الدول أو الحكومات أو المنظمات الدولية، لا تصلح علامات تجارية نظراً لما تنطوي عليه هذه الأشكال من معايير وطنية وقومية سامية يجعلها بمنأى عن المضاربات التجارية والمزايدات المادية؛ لذلك يتعرض مخالف هذا الحضر للعقوبات المقررة قانوناً، كذلك لا يجوز أن تكون العلامات التجارية والصناعية مشابهة أو مطابقة للرموز الدينية بسبب ما تتمتع به هذه الرموز من قدسية دينية ومهابة اجتماعية يستوجب احترامهما؛ وبالتالي لا يمكن أن تكون محلاً يقبل التبادل التجاري عند بيع المتجر إلى آخر<sup>(36)</sup>. وهذا التوجه تؤكد عليه المبادئ

(39) وقد أقرت محكمة العدل العليا بالأردن، قرار مسجل العلامات (الأردني) برفض تسجيل علامة (zippo) الأمريكية، كون لفظ العلامة مخالفاً بالأداب العامة. قرار رقم 95/377 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين سنة 1997م ص605، أشار إليه د. صلاح زين الدين، مصدر سابق ص275.

(36) د. محمود سمير الشرفاوي، مصدر سابق، ص580.  
(37) كتيب معلومات عامة عن (الويبو)، منشورات المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ص23.  
(38) د. صلاح زين الدين، الملكية التجارية والصناعية، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، طبعة أولى عام 2000، ص271 وما بعدها.

التجارية والصناعية، بطلب يتقدم به المالك على الأنموذج الخاص المعد من قبل الإدارة المختصة كما وضحته اللائحة التنفيذية، يشتمل على صورة العلامة ووصف دقيق لها، وبيان المنتجات أو الخدمات المطلوب تسجيل العلامة عليها وفئة التصنيف التي تنتمي إليها العلامة، واسم المشروع التجاري أو الصناعي الجاري تسجيل العلامة لصالحه. ويتقديم هذا الطلب على الوجه الذي بينته المادة (3 من اللائحة)، فإنه يتعين على المسجل وخلال ثلاثين يوماً من تاريخ رفع الموضوع إليها إبلاغ مقدم الطلب بقبول طلبه للفحص إذا كان مستوفياً للشروط الشكلية والموضوعية الواجب توافرها فيه، أو باستكمال الطلب للمستندات الضرورية اللازمة للكشف عن أي لبس يتصل بالعلامة المطلوب تسجيلها (م5 من اللائحة). ومتى قدم الطلب على النحو المشار إليه، فإنه يتوجب على المسجل بدء إجراءات الفحص بالكيفية المبينة في اللائحة. والمتأمل لأحكام اللائحة، فإن دلالة النصوص تشير إلى منح الإدارة المسجل سلطات واسعة لا تقتصر على الجوانب الشكلية فحسب، بل تمتد إلى المحتوى الموضوعي والفني لمضمون العلامة. وهذا التخريج مقتضاه منح المسجل حق الاعتراض على التسجيل، دون أن يتوقف هذا الإجراء على طلب من صاحب المصلحة. وإذا كان طلب التسجيل قد تضمن جميع المحددات القانونية والمستندات الضرورية، فإنه يجب على المسجل أن يصدر قراره خلال شهر

على النطاق التجاري مع المرونة النسبية لهذا الشرط من دولة إلى أخرى.

ولذلك نعرض لهذين الشرطين في فرعين اثنين على النحو الآتي:

الفرع الأول: تسجيل العلامات التجارية والصناعية.

الفرع الثاني: استعمال العلامات التجارية والصناعية.

### الفرع الأول

#### تسجيل العلامات التجارية والصناعية<sup>(40)</sup>

التسجيل من الإجراءات القانونية واجبة الاتباع لصحة العمل القانوني، وهذا الإجراء يمثل مظهراً يكفل علانية وإشهار الحق الخاضع للتسجيل، وليس ذلك فحسب بل ولضمان استجماع الحق المراد تسجيله للشروط القانونية، كما يترتب على التسجيل أثره القانوني لصاحب العلامة في مواجهة الكافة. ومن هذا المنطلق فلكي تشكل العلامة التجارية والصناعية حقاً يحميه القانون دون أن يثار بشأنها أي لبس أو خلاف حول استحقاقها للحماية المقررة قانوناً. اشترط المشرع اليمني وجوب تسجيل العلامة التجارية لدى الدائرة الرسمية المختصة، بناءً على طلب كتابي يتقدم به صاحب العلامة إلى المسجل، ويجب عليه إصدار قراره بالموافقة على الطلب كما نظمته المادة (3) من اللائحة التنفيذية للقانون. وقد رسم المشرع اليمني إجراءات التسجيل والآثار المترتبة عليه في المواد (7 - 21 من القانون). وتبدأ الإجراءات الشكلية والموضوعية لتسجيل العلامة

(40) وقد خصص القانون الاتحادي لدولة الإمارات العربية المتحدة المواد (5-19) لإجراءات تسجيل العلامة.

في المنظومة القانونية الحاكمة للنشاط التجاري ومبادئ وقواعد العدالة. ونظراً لأن موضوع البحث له جانب كبير من الأهمية في البيئة الاقتصادية والتجارية، يتعين ضبط الحدود الزمنية للمسألة المثارة حتى تستقر المراكز القانونية وتحترم الحقوق المالية؛ لذلك يمكننا الأخذ بمضمون القاعدة الأصولية القائلة (السكوت في معرض البيان بيان)، الأمر الذي يعني حمل سكوت المشرع عن بيان الأثر القانوني المترتب عن مضي مدة الثلاثين يوماً المحددة لجهات الإدارة في إبداء رأيها في الطلب المرفوع إليها لتسجيل العلامة التجارية والصناعية، بمثابة الموافقة الضمنية على الطلب، وهذا هو المأخوذ به في القواعد العامة في القانون المدني، وبعض المسائل في قانون الشركات التجارية.

وذهبت اتفاقية (تريبس) إلى القول: "يتمتع صاحب العلامة التجارية المسجلة بالحق المطلق في منع جميع الأطراف التي لم تحصل على موافقة صاحب العلامة من استخدامها أو استخدام علامة مماثلة... (م1/16). وهذا يؤكد أن التسجيل شرط ضروري لحماية العلامة التجارية، على المستوى المحلي أو الدولي<sup>(41)</sup>؛ إذ في التسجيل إعلام الغير بتحسين العلامة المسجلة ضد السرقة أو القرصنة أو الانتحال أو التقليد، أو التزوير، وفي الوقت نفسه فيه تقوية الجانب الحقوقي لصاحب العلامة، وتكريس للحق الاستثنائي المقرر له على العلامة المسجلة<sup>(42)</sup>.

من تاريخ قبول الطلب للفحص بالموافقة على التسجيل، أو بما تراه من تعديل أو تحوير لمحتوى العلامة لمنع التباسها بغيرها، أو بقناعتها بعدم صلاحية العلامة للتسجيل؛ وبالتالي يكون قرارها الرفض. (م5/ج). وفي هذه الحالة يجوز لصاحب الشأن التظلم من قرار المسجل خلال ثلاثين يوماً من تاريخ إبلاغه بقرار المسجل أمام لجنة التظلمات بالوزارة، فإذا صدر قرارها برفض قرار المسجل وجب استكمال إجراءات التسجيل، وفي حالة تأييده لصاحب الشأن الطعن في قرار لجنة التظلم أمام المحكمة التجارية المختصة (م 7 من اللائحة). وإذا كان رأي الإدارة يتمثل في إجراء تعديل على العلامة فيتم إبلاغ مقدم الطلب بهذا القرار ليقوم باتخاذ ما يلزم للوفاء بذلك خلال ثلاثين يوماً من تاريخ إبلاغه بقرار المسجل.

الجدير بالملاحظة أن الحكم المشار إليه في الفقرة (ج) من المادة (5)

من اللائحة قد أوجب على الإدارة المختصة الإفصاح عن إرادتها بقبول الطلب أو رفضه أو تعديله بشكل إيجابي خلال شهر واحد من قبولها طلب التسجيل. وفي هذا الصدد يثار التساؤل حول ما إذا مرت هذه المدة الزمنية دون إعلان الإدارة عن رأيها، فهل يعد موافقة ضمنية على الطلب أم رفضاً له؟

إن المنتبج لنصوص القانون لا يجد فيه حلاً موضوعياً للإشكال محل التساؤل، أو قياساً صحيحاً يمكن الأخذ به مما يقتضي تلمس الحل

(42) هذا المعنى ورد في جريدة البيان الإماراتية، ملخص كتاب العولمة التجارية والقانونية، ليوم الجمعة 2000/7/28، ص17.

(41) نقض مصري، طعن رقم 213، جلسة 1980/6/23م، المستحدث في قضاء النقض التجاري، المستشار معوض عبدالنواب، ص421.

## الفرع الثاني

### استعمال العلامات التجارية والصناعية

سبقت الإشارة إلى أن العلامات التجارية والصناعية أصبحت في الوقت الراهن من الحقوق المعنوية الأساسية التي يتكون منها المشروع التجاري، وتشكل رقماً صعباً يفوق قيمتها أحياناً القيمة الكلية للأصول المادية. والعلامات التجارية والصناعية على هذا النحو جديرة بالحماية ليس من مالكة فقط بل أيضاً من أفراد المجتمع الذين توجه لخدمتهم، حيث نجد أفراد الجمهور عادة يقبلون على المنتجات التي حازت على ثقتهم بمرور الزمن، وهذا لم يأت من فراغ، بل نتيجة استعمال واستغلال العلامة التجارية على المنتجات الصناعية والسلع التجارية بصورة مستمرة ومنتظمة، حتى اكتسبت هذه الثقة. ومن هذا المنطلق اشترط المشرع اليمني لشمول العلامات التجارية والصناعية بالحماية المقررة قانوناً، أن تكون تحت الاستخدام من قبل مالكة، أكدت ذلك المادة (30/ج) من القانون بقولها: " لكل ذي مصلحة..."، وهذا الحكم يوافق نص المادة (22) من قانون الإمارات العربية المتحدة. ويتضح من هذا النص أن عدم استخدام واستغلال العلامات التجارية والصناعية لمدة خمس سنوات متتالية يفقدها شرطاً من شروط الحماية القانونية، ولو كان قد جرى تسجيلها من قبل. ولم يبين القانون اليمني ماهية الأعدار التي تشفع لمالك العلامة باحتفاظه بملكيتها بالرغم من عدم استخدامها واستغلالها تجارياً تاركاً ذلك لاجتهاد الفقه والقضاء والجهات الإدارية المختصة في

الدولة، وقد حددت هذه المدة في الاتفاقية الدولية (تريبس) بثلاث سنوات متصلة (م1/19). وللاستعمال والاستغلال للعلامة في إطار اتفاقية (تريبس) معنى مرناً يوافق التوجه العام للاتفاقية، حيث نصت المادة (3/15) بأنه " يجوز للبلدان الأعضاء جعل قابلية التسجيل معتمدة على الاستخدام، غير أنه لا يجوز اعتبار الاستخدام الفعلي للعلامة شرطاً للتقدم بطلب لتسجيلها، ويحظر رفض طلب تسجيل العلامة لمجرد أن الاستخدام المزمع لم يحدث قبل انقضاء فترة ثلاث سنوات اعتباراً من تاريخ تقديم الطلب".

وهكذا يتضح لنا مدى المرونة التي وردت في اتفاقية (تريبس) كيما تشجع على تسجيل العلامة، ولو لم يتم استعمالها فعلاً. وهذا يبين مدى الاهتمام الدولي بتسجيل العلامة، ولو كانت غير مستخدمة؛ كي تحفظ الحقوق الاستثنائية لصاحبها. وهي بهذا المنهاج جعلت من شرط الاستعمال شرطاً شكلياً يختلف مضمونه من دولة إلى أخرى. وهذا يعني أن العلامة قد تخضع للحماية القانونية ولو لم يتم استغلالها واستعمالها بالفعل.

ومما تجدر الإشارة إليه أن المشرع اليمني في المادة (30/ج) لم يترك الاختصاص في شطب العلامات التجارية والصناعية لعدم الاستعمال والاستغلال للجهات الإدارية المختصة بالقيود والتسجيل، بل جعل هذا الاختصاص للسلطة القضائية، تتصدى له المحكمة المختصة بدعوى قضائية تنتهي بحكم قضائي حائز لقوة الأمر المقضي به، على النحو المرسوم قانوناً. والدعوى

والانحراف عن مبدأ المنافسة التجارية الشريفة، لم يقتصر على بلد بعينه، بل أصبحت جميع الاقتصادات القطرية معرضة لذلك، بحيث تتأثر من قريب أو بعيد وبدرجات متفاوتة بما يمس اقتصاديات غيرها من الدول، ويرتفع حجم هذه المشاكل في مواجهة الدول المتخلفة على وجه الخصوص.

ولم تعد المشاكل الاقتصادية والتجارية مقصورة على بلد بعينه، بل أصبحت جميع الدول تعاني منها، وتزداد حجمها في مواجهة الدول المتخلفة على وجه الخصوص. وتكون المشاكل أكثر تعقيداً وأشد حدة في إطار التجارة الدولية العابرة للحدود بين الدول<sup>(44)</sup>. ويرجع السبب في ذلك حسب رأي البعض<sup>(45)</sup>، إلى شيوع جرائم الغش التجاري والتقليد والتزوير لحقوق الملكية التجارية والصناعية، الذي يؤدي بدوره إلى انعكاسات خطيرة على الوضع الاقتصادي لدول شتى؛ مما يتسبب في انتشار الكساد التجاري على المستوى المحلي والدولي، بل إن هذا السلوك لا يزال يشكل مصدراً كبيراً للتوتر في العلاقات التجارية الدولية<sup>(46)</sup><sup>(47)</sup>.

القضائية بما تتضمنه من إجراءات شكلية، وأخرى موضوعية تشكل ضماناً مهمّة في التدقيق والتمحيص للطلبات الواردة في الدعوى، مقارنة بالأعمال الإدارية التي تنتهي عنها مثل هذه الضمانات. ومع ذلك فإن هذا القيد قد يعطل النص، لطول إجراءات النفاذ وصعوبتها، وكان الأفضل - في رأي الباحث - ترك هذا الأمر للجهات الإدارية المختصة بالإشراف والرقابة على كل ما يتصل بشؤون العلامات التجارية والصناعية، تقوم به بناءً على طلب يرفع إليها من الجهة الإدارية تتمتع بالسلطة التقديرية إزاء فحص العلامة وتسجيلها أو رفض القيام بهذا الإجراء.

## المبحث الثاني

**الحماية المدنية للعلامات التجارية والصناعية**  
تميز العقدان الأخيران من القرن العشرين، بالسعي الحثيث نحو عولمة الاقتصاد<sup>(43)</sup>، كي تصبح الدول جميعها ذات اقتصاديات متجانسة، خصوصاً بشأن النظم القانونية الحاكمة لها. ومقتضى هذا المفهوم أنّ المشاكل الاقتصادية

(43) الذي يؤدي بدوره - كما يرى البعض - إلى زيادة الإنتاج، وبالتالي تحقيق الرفاهية للمجتمعات، راجع في هذا المعنى د.موله عبد الله، معركة التبادل الحر، بحث منشور في مجلة بحوث اقتصادية عربية، السنة العاشرة، عدد (26)، ص6، ص20.

وانظر كذلك، أ.إيه. بوكنان، الآلة قوة وسلطة، التكنولوجيا والإنسان منذ القرن 17 حتى الوقت الحاضر، ترجمة شوقي جلال، سلسلة عالم المعرفة، إصدارات المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب بالكويت، عدد 259، ص32 وما بعدها، وص35 وما بعدها، وص53 وما بعدها، وص91 وما بعدها. وميز بعض الباحثين العولمة الاقتصادية عن الهيمنة الاقتصادية، حيث يرى هؤلاء أن العولمة الاقتصادية ذات دلالة ديناميكية نحو تطور تاريخي موضوعي لا يسعنا إلا التفاعل معها، بينما الهيمنة الاقتصادية تعني (أيدلوجيا العولمة) باعتبارها انتعاشاً لموازن القوى السياسية والاقتصادية في العالم لمصلحة دولة واحدة تريد فرض نفسها على الدول قاطبة. أنظر د. السيد أحمد مصطفى، إعلام العولمة

وتأثيره على المستهلك، بحث منشور في مجلة المستقبل العربي، العدد 256، يونيو 2000، ص74.

(44) د.حمدية زهران، مشكلات التجارة الدولية في البلاد المتخلفة، مكتبة عين شمس بالقاهرة، 1979م، ص9 وما بعدها.

(45) د.عبدالحكيم فودة، جرائم الغش التجاري والصناعي، منشأة المعارف بالإسكندرية، 1996م، ص13.

(46) محمد دغش، الملكية الفكرية بين اتفاقية الجات ومنظمة الويبو، مجلة السياسة الدولية، عدد 97، يوليو 1989م، ص229، أشار إليه د. نبيل صبيح، حماية العلامات التجارية المشهورة في مصر، دار النهضة، القاهرة، 1999، ص93. وراجع كذلك في أهداف الدول الغربية، د. بركات محمد مراد، القرصنة الدولية وحقوق الملكية الفكرية، تحقيق مطول منشور في مجلة الرافد، تصدر عن دائرة الثقافة والإعلام بإمارة الشارقة، العدد (76)، السنة العاشرة أكتوبر 2003م، ص5 وما بعدها.

(47) ناهيك عما تسببه بعض الأمراض المعدية من كساد وأضرار تصيب الاقتصاد العالمي برمته (مثل شيوع فيروس كورونا

ومما يجب الإشارة إليه أن قانون العقوبات العام قد نظم وسائل الحماية مما زاد هذا الجانب قوة وتأثيراً بتصديه للأعمال المادية بتزوير حقوق الملكية التجارية والصناعية واعتبارها من الجرائم المعاقب عليها قانوناً<sup>(49)</sup>.

ويقتضي بيان آليات الحماية القانونية المدنية<sup>(50)</sup> لحقوق الملكية التجارية والصناعية في التشريع اليمني عرض ذلك في هذا الفصل بما يكفل بيان رؤية المشرع اليمني، بصدد العلامات التجارية المسجلة وغير المسجلة، وذلك في مطلبين اثنين على النحو الآتي:

المطلب الأول: آليات الحماية القانونية للعلامات التجارية والصناعية المسجلة.

المطلب الثاني: آليات الحماية القانونية للعلامات التجارية والصناعية غير المسجلة.

المطلب الأول

آليات الحماية القانونية للعلامات التجارية والصناعية المسجلة

أسلفنا القول: إن حقوق الملكية التجارية والصناعية، تتمثل في العلامات التجارية أو

الشارات المميزة للسلع التجارية أو المنتجات الصناعية، كما هو شائع في البيئة التجارية

والصناعية. فهذه الحقوق إذا ما توفرت فيها الشروط المذكورة سابقاً، واكتسبت وضعها

الحقوقي في الساحة التجارية على نحو ما رسمه القانون، أصبحت محلاً للحماية المدنية. فما

ومن البديهي أن مواجهة ذلك الوضع، يقتضي سن القواعد القانونية، بحيث تؤدي وظائفها الجلية، لحماية النشاط التجاري والاقتصادي، مما يساعد على استقرار المراكز القانونية وتنمية الأوضاع الاقتصادية، التي نشأت في المجتمع، بل تستهدف كذلك القضاء على كل وسائل الغش التجاري أو التقليد أو التزوير لحقوق الملكية التجارية والصناعية في البيئة التجارية.

الجدير بالذكر أنه بذلت في السنوات الأخيرة جهود حثيثة للكثير من الدول في سبيل إعداد التشريعات المحلية في المجال محل الدراسة، وليست الجهود الوطنية لليمن في مجال حماية حقوق الملكية التجارية والصناعية سوى انعكاس لقبول انضمام الجمهورية اليمنية إلى عضوية منظمة التجارة الدولية في 2013/12/14م، وكذا لتوجه الدول الصناعية الكبرى، والمنظمات الدولية المعنية بالشؤون التجارية خاصة اتفاقية تريبس، زيادة في تكريس سيطرة الفئة الأولى وحماية حقوقها على النطاق الدولي، دون اعتبار لمصالح الدول النامية<sup>(48)</sup>.

والمشرع اليمني على غرار بعض التشريعات كان له دوره في مجال مكافحة جرائم الغش التجاري، وتقليد العلامات التجارية وتزويرها، دعماً وتشجيعاً للمنافسة التجارية الشريفة، ومحافظة على الجمهور المستهلك من فخ السلع المقلدة والمغشوشة.

على المستوى العالمي، لبيان حجم هذه الشركات وزيادة تأثيرها، راجع د. مهيوب غالب، مصدر سابق، ص 64.

(49) راجع في أهمية هذا الجانب، د. سميحة الفليوبي، مصدر سابق، ص 578 وما بعدها، ود. صلاح زين الدين، مصدر سابق، ص 400 وما بعدها.

(50) على أمل عرض الحماية الجنائية للعلامات التجارية في القانون اليمني في جزء ثانٍ ومستقل عن هذا الجزء إن شاء الله تعالى.

(19 covid) خلال عام 2020م ولا يزال يتفشى وبشراصة خلال النصف الأول من عام 2021م.

(48) د. علي إبراهيم، منظمة التجارة العالمية، جولة أرجواي وتقنين نهج العالم الثالث، دار النهضة العربية، القاهرة، عام 1997م، ص 22، ص 23. ود. موله عبدالله، مصدر سابق، ص 17. ويبرز في هذا المجال دور الشركات دولية النشاط

الجهات الإدارية المختصة، مقتضاه تحصين العلامة التجارية والصناعية ضد كل اعتداء عليها أو المساس بها بشكل مباشر أو غير مباشر، وجعلها في وضع حقوقي ممتاز، يقوى الحق الاستثنائي لصاحبها، وليس ذلك فحسب، بل إن التسجيل هو الآلية القانونية الإجرائية المادية التي يتقرر بموجبها حقوق صاحب العلامة في استحقاقه للحماية القانونية المقررة، والمتمثلة في تدخل أجهزة الدولة المختلفة للمحافظة على تلك الحقوق، أو رفع الضرر عنه عند المساس بالمصلحة المالية لصاحب العلامة. ويلزم القانون جهات الإدارة، بعد فحص طلب تسجيل العلامة، وتحقيقها من توافر كل شروط التسجيل، أن تفصح عن إرادتها عن طريق إصدارها شهادة تفيد بقاء العلامة في سجلاتها المعدة لذلك وفقاً للإجراءات المحددة قانوناً في المادة (22) من قانون العلامات التجارية.

الجدير بالذكر أن القانون اليمني قد جعل للتسجيل أثراً منشأ فوراً يجعل صاحب العلامة مالكاً لها على الفور، دون أن يتوقف ذلك على استعمالها كما تبينه بعض القوانين<sup>(51)</sup>.

والعلامة التجارية متى اكتسبت مشروعية ميلادها في الساحة الاقتصادية على نحو ما جاء بأحكام القانون أصبحت مشمولة بالحماية القانونية المقررة. وفي هذه الحالة يكون بمقدور مالك العلامة الاستفادة من كل وسيلة من وسائل الحماية المتعددة كما أوردها المادة (22) من القانون). ويثار التساؤل بشأن تلقي الإدارة

المقصود بالحماية المدنية؟ وما هي طبيعتها القانونية؟ وما أنواعها؟ وهل نتائجها وأثارها القانونية على أرض الواقع واحدة أم متدرجة من حيث الضعف والقوة؟ وهل كل ما يتخذه الصانع أو التاجر من رموز أو شارات، تعد من قبيل العلامات التجارية والصناعية؟ ومن ثم تستحق الحماية، سواء كانت مسجلة أم غير مسجلة. هذا ما نحاول بيانه في عدة مطالب نبين فيها الآليات القانونية التي تبناها المشرع اليمني، وذلك في الفروع الآتية:

الفرع الأول: تسجيل العلامات التجارية والصناعية.

الفرع الثاني: الإعلان في الصحف أو غيرها عن واقعة الاعتداء.

الفرع الثالث: توقيع الحجز على المنتوجات أو السلع الحاملة للعلامة المزورة أو المقلدة.

الفرع الرابع: مصادرة السلع المقلدة أو الحاملة لعلامة مزورة.

الفرع الخامس: إتلاف السلع المقلدة أو الحاملة لعلامة تجارية مزورة.

الفرع السادس: مصادرة الإيرادات المالية التي تحققت من استعمال العلامة المقلدة أو المزورة.

الفرع السابع: التعويض.

## الفرع الأول

### تسجيل العلامات التجارية والصناعية

تسجيل العلامة هو المدخل الطبيعي نحو تفعيل آليات الحماية المقررة في القانون، وهو إجراء قانوني خاص، يجريه صاحب العلامة لدى

التجارية في القانون الأردني، د. صلاح زين الدين، مصدر سابق، ص 351 وما بعدها.

(51) راجع الوضع في القانون المصري، د. سمح القليوبي، مصدر سابق، ص 525. قارن في أسباب كسب الملكية للعلامة

العلامة لمجرد إكسابها وضعاً حقوقياً قوياً وتحصينها ضد كل اعتداء عليها أو مساس بها، دون الزج بها في دائرة الاستخدام التجاري والصناعي. والذي - يبدو للباحث - افتقار هذا الحكم إلى الحكمة، ويناقض السائد في الواقع العملي، حيث تحرص الكثير من المشروعات الصناعية والبيوت التجارية، على تسجيل المئات من العلامات التجارية والصناعية وغيرها من حقوق الملكية الفكرية، والاحتفاظ بها في أدرجها الموصدة، فتظل حبيسة المكاتب دون استخدام<sup>(52)</sup>؛ وبالتالي يظل هذا الحكم في اليمن بشكل خاص وغيرها من الدول بشكل عام، حبراً على ورق ١.

أما بشأن إجراءات التسجيل، فيقدم الطلب إلى الإدارة المختصة على النموذج المعد لذلك، على الكثير من البيانات والخصائص المميزة للعلامة والمنتج المطلوب استخدام العلامة عليه المادة (3) من اللائحة، وتقوم الإدارة المختصة فور تلقيها الطلب بإصدار قرارها بعد الفحص والتحري، بالموافقة أو الرفض أو التعديل، خلال ثلاثين يوماً من تاريخ تقديم الطلب، ولصاحب الشأن التظلم من قرار المسجل برفض طلبه خلال ثلاثين يوماً من تاريخ إبلاغه بالقرار. وفي حالة عدم قبول هذه المعارضة يكون من حق طالب التسجيل الطعن في قرار المسجل أمام لجنة التظلم المشكلة بالوزارة، التي لها رفض قرار المسجل، ف يتم التسجيل أو تأييده، ف يتم الطعن به أمام المحكمة. وذلك خلال ميعاد أقصاه شهر من تبليغه إلى من

المختصة، لأكثر من طلب لتسجيل ذات العلامة، فأيهما يكون أولى بالقبول؟

لم يجب قانون العلامات التجارية اليمني عن هذا التساؤل، غير أن الذي يتفق والمعايير الموضوعية تقتضي القول: إن الأسبقية في تقديم الطلب هي المعيار الواجب اتباعه، في قبول طلبات التسجيل. وهذا المنهج هو المعمول به في اتفاقية باريس (م4). ويقوي هذا الترخيص ما أورده المادة (4) من اللائحة من وجود قيد تسجيل الطلب في سجل استلام المذكرات الواردة زمنياً وتاريخياً، وبهذا يتحدد حسب رأينا مفهوم الأولوية. ولما كان التسجيل على النحو المحدد قانوناً، هو مناط بدء تطبيق آليات الحماية القانونية، سواء على المستوى المحلي أو المستوى الدولي، فإن الاتفاقيات والمعاهدات الدولية أكدت على ضرورة القيام بهذا الإجراء على الوجه المرسوم في القانون الوطني (م6 من اتفاقية باريس)، وأكدت اتفاقية تريبس (م16) بأن التسجيل يترتب لصاحب العلامة الحق المطلق في منع جميع الأطراف من استخدامها أو استغلالها ذاتها أو علامة مماثلة لها. وجعلت المادة (18) من هذه الاتفاقية آثار التسجيل سارية لمدة سبع سنوات قابلة للتجديد، في حين وسعت المادة (1/22) من القانون اليمني هذه المدة إلى عشر سنوات، قابلة للتجديد لمدد أخرى (المادة 24).

الجدير بالذكر أن كل علامة تكون قابلة للتسجيل إذا كانت قد أعدت للاستخدام التجاري الفعلي، ومفهوم المخالفة لهذا الحكم عدم قبول تسجيل

<sup>(52)</sup> بالجمهورية اليمنية، دون أن يراها الجمهور على السلع الاستهلاكية.

<sup>(52)</sup> وخير شاهد حال على هذا الرأي، إعلانات التسجيل للعديد من العلامات التجارية والصناعية التي يجري نشرها تبعاً في مجلة التجارة الصادرة عن وزارة الصناعة والتجارة

تزويراً، وذلك من تاريخ سداد رسوم (م19) تقديم طلب التسجيل (م19).

### الفرع الثاني

#### الإعلان في الصحف أو غيرها عن واقعة

##### الاعتداء

يحرص الوسط التجاري على الإلمام بشؤون التسويق والتجارة، أملاً في زيادة حجم مبيعاته، وفتح أفق جديدة أمامه لكسب المزيد من المستهلكين عن طريق الترويج للسلع والإعلان عن مزاياها الجاذبة للمستهلك، وخلق القناعة لدى الجمهور بجودتها، وهذا يقتضي من التجار بذل الكثير من الوقت والجهد والمال؛ لذلك فأى علامة تجارية أو صناعية تحوز على ثقة المستهلك، فإن معنى ذلك زيادة مبيعات هذه السلعة وارتفاع نسبة الربح لمالكها وللوكلاء والموزعين؛ ومن ثم فإن أي تقليد أو تزوير للعلامة التجارية والصناعية يعني المساس بالحقوق المكتسبة لصاحبها، وكل من يرتبط بها من الوكلاء بالعمولة والوكلاء التجاريين وغيرهم، وليس هذا فحسب بل تمس حقوق الموزعين والوسطاء التجاريين في موطن تسجيل العلامة (بلد المنشأ) أو بلد التوزيع، بل وتضر بمصالحهم، ولا تقف مضار جرائم الغش والتقليد عند الفئة المذكورة، بل هو تضليل متعمد لجمهور المستهلكين<sup>(53)</sup>، بهدف إيقاعه في شرك بضائع مغشوشة.

ولعل من المفيد القول: إن المشرع اليمني في قانون العلامات التجارية قد تصدى لأعمال الغش

قدم المعارضة (م16). وتسير الإجراءات القضائية للفصل في المسألة محل النزاع على النحو المحدد في قانون المرافعات حتى يصير الحكم حائزاً لقوة الأمر المقضي به، فيصبح ملزماً لكلا الطرفين. وفي خضم تناقض الرؤى وتضاد الحجج، يكون من حق الغير المعارضة في تسجيل العلامة خلال تسعين يوماً من تاريخ نشر الإعلان عن تسجيلها، وعلى الإدارة المختصة إبلاغ طالب التسجيل بهذه المعارضة فور حدوثها، حيث يتعين عليه الرد كتابة على المعارضة خلال ثلاثين يوماً من إبلاغه، وإلا اعتبر متنازلاً عن الطلب المادة (14) من القانون. وفي هذه المرحلة للنظر في المصالح المتعارضة إدارياً إذا أمكن حسمها على المسجل أن يصدر قراراً مسبباً في الاعتراض (م15)، وإلا كان لمقدم طلب التسجيل أو المعارض الطعن في قرار المسجل أمام المحكمة المختصة خلال ثلاثين يوماً من تاريخ إبلاغهما بقرار المسجل (م16) من قانون العلامات إلى المحكمة، وذلك للفصل في النزاع، والوقوف عند الكلمة الفصل التي تنتهي إليه المحكمة، لصالح طالب التسجيل أو المعارض.

وإذا ما تم تسجيل العلامة على النحو المرسوم قانوناً، يمنح طالب التسجيل شهادة بذلك، وبه تبدأ الخطوة الأولى بصدد حماية وتحصين العلامة ضد كل اعتداء عليها أو المساس بها تقليدياً أو

أحمد شكل، مؤسسة هنداري للنشر، سنة 2017، ص17 وما بعدها، خاصة ص22، 23 وما بعدهما، وص90 وما بعدها وص115 وما بعدها.

(53) نقض مصري طعن رقم 178 جلسة 15/12/1966م، قضاء النقض التجاري لأحمد حسني رقم (515)، لمزيد من التفاصيل حول العلاقة السيكولوجية بين المستهلك والعلامة، راجع تيم هالوران، أسرار التعلق بالعلامات التجارية، ترجمة

### الفرع الثالث

#### توقيع الحجز على المنتجات أو السلع الحاملة للعلامة المزورة أو المقلدة

الحجز آلية وقائية يتم بصورة عاجلة، يهدف إلى المحافظة على الحق محل النزاع خشية التصرف فيه أو التفريط به<sup>(56)</sup>. وتحققاً لهذا المعنى يقر قانون العلامات (في المادة 41/أ) بأن لصاحب العلامة التجارية أو الصناعية التي وقع عليها الاعتداء من الغير، إضافة إلى النشر، أن يطلب من المحكمة المختصة إصدار قرارها بحجز المنتجات المقلدة أو التي تحمل علامة مزورة والتخفظ عليها خوفاً من إغراق السوق بهذه المنتجات المضللة للجمهور، شريطة تقديم الضمانات المناسبة. وبهذا الاتجاه أخذت المحاكم اليمنية في تطبيقه؛ حيث قضت المحكمة التجارية بصنعاء بمنع دخول الشكولاته التي تحمل علامة البقرة المسجلة لدى الدوائر اليمنية المختصة لصالح الشركة البولندية (اجروس) إلا عبر وكيلها المعتمد في اليمن (قاسم جلب وإخوانه)، وحجز أي كميات تدخل الأراضي اليمنية بغير الطرق المشروعة، وبهذا المعنى قضت الشعبة الاستئنافية التجارية بالحديدة<sup>(57)</sup>، والشعبة الاستئنافية التجارية بأمانة العاصمة بحجز صفقة من البطاريات الجافة أربع خمسات كونها مقلدة للعلامة المسجل (ثلاث خمسات)<sup>(58)</sup>. وهو المستقر في اتفاقية (تريبس) (م/50/أ).

التجاري؛ حيث أجاز لمالك العلامة التجارية والصناعية الدفاع عن حقوقه باستخدام كافة الآليات القانونية والوسائل المتاحة فله بعد التحقق من صحة التقليد أو التزوير، الحصول على أمر قضائي بالإعلان عن ذلك في الصحافة أو غيرها من وسائل الإعلام، وتنبيه الجمهور إلى واقعة التقليد، وبيان الفوارق الجوهرية في كل صنف، وهو بهذا الإجراء القانوني يحقق أولى الخطوات القانونية والإجرائية لحماية حقوقه المكتسبة، وجعل الجمهور بمنأى عن الوقوع في فخ السلع المقلدة أو المغشوشة.

وتحمل إلينا الصحف اليومية والأسبوعية، العديد من الإعلانات عن واقعة التقليد والتزوير<sup>(54)</sup>، ونظراً للخطورة التي تتضمنها واقعة النشر عن التقليد أو التزوير وأثره على الوسط التجاري، فقد قيد المشرع تمام هذه الآلية الإجرائية القانونية بموافقة المحكمة المختصة، وفي هذا الشأن حكمت شعبة الاستئناف التجاري بالحديدة بنشر ما توصلت إليه بخصوص عصائر راني المنتجة في السعودية، واعتبار هذه العلامة مسجلة لصالح شركة درهم لتعبئة العصائر، حيث أصبحت بهذا الإجراء القانوني مملوكة لشركة يمنية لأسبقية تسجيلها في اليمن وبالتالي يجب تنبيه الجمهور إلى ذلك<sup>(55)</sup>، منعاً للخلط بين العلامتين.

مركز الشرعي للطباعة والنشر، صنعاء، 2000م، ص211 وما بعدها.

(57) استئناف تجاري، الشعبة الاستئنافية التجارية بالحديدة، صدر في 1998/8/29م.

(58) استئناف تجاري، الشعبة الاستئنافية التجارية بأمانة، صدر في 2000/3/4م، استئناف تجاري بالقضية رقم 15/74 هـ.

(54) مثل الإعلان عن تقليد العلامة التجارية للأقلام السائلة ببلوت، والبطاريات الجافة (555)، وزيت الشعر فازلين، وشاي ريد ليل، وغيرها.

(55) استئناف تجاري، الشعبة الاستئنافية بالحديدة، صادر بتاريخ 1998/8/29م.

(56) راجع في تفصيل هذا الإجراء وأهميته وشروطه، د.نجيب أحمد عبدالله، إجراءات التنفيذ الجبري في النظام القضائي اليمني،

الجدير بالذكر أن تمام الإجراء المذكور، من مسائل الواقع التي يستقل قاضي الموضوع بتقديرها لإجابة مالك العلامة إلى طلبه بحصول التقليد أو التزوير، وقد حكمت محكمة النقض المصرية بقولها: "إن تقرير وجود التشابه الخادع بين علامتين تجاريتين أو عدم وجوده من إطلاقات قاضي الموضوع"<sup>(59)</sup>.

**الفرع الرابع**

**مصادرة السلع المقلدة أو الحاملة لعلامة مزورة والآلات المستخدمة في التزوير**

تدرج المُشرِّع اليمني في الآليات القانونية المقررة لحماية العلامات التجارية والصناعية، من الوسائل الإجرائية الوقتية، إلى الوسائل الموضوعية الباتة والحاسمة التي من شأنها استئصال شأفة الغش التجاري من التزوير والتقليد لحقوق الملكية التجارية والصناعية، بما يحافظ على استقرار المراكز القانونية والأوضاع المالية للوسط التجاري. ومن هذا المنطلق، أجاز القانون لمالك العلامة الواقع عليها الاعتداء، حق التقدم إلى المحكمة المختصة بطلب مصادرة السلع المقلدة أو المتضمنة علامة تجارية مزورة وإتلافها<sup>(60)</sup> أو بيعها لصالح مالك العلامة جبراً للضرر الذي نزل به، وتنزيل هذا المبلغ من جملة التعويضات المحكوم بها له، بعد خصم جملة الغرامات المستحقة قانوناً لمصلحة الخزينة العامة، وكذا مصادرة الآلات والمعدات

المستخدمة بالتقليد أو التزوير (م49/ح)، ونشر الحكم في إحدى الصحف اليومية على نفقة المحكوم عليه (م49/هـ)، والحكم بهذا الإجراء من الإجراءات الجوازية للمحكمة. وتؤكد عليه اتفاقية (تريبس) في المادة (59) حيث تقول: "... للسلطة المختصة صلاحية الأمر بإتلاف السلع المتعدية أو التخلص منها وفقاً للمبادئ التي تنص عليها المادة (46)..." وتتقل إلينا الصحف اليومية العديد من الأخبار عن مصادرة الجهات المختصة للعديد من السلع المغشوشة والمزورة خصوصاً الأدوية والمواد الغذائية. وهذا النص يوضح مقدار تأثير التشريع اليمني بالمعاهدات الدولية خاصة اتفاقية (تريبس).

الجدير بالذكر أن قانون العلامات أجاز لمالك العلامة التجارية المسجلة أن يطلب من المحكمة المختصة منع الدوائر الجمركية من الإفراج عن البضائع المقلدة المستوردة من غير صاحب العلامة<sup>(61)</sup>.

والسؤال الذي يثار في هذا الصدد، عما إذا كانت السلع المستوردة أصلية وغير مقلدة فما هو الحل؟ لم يجب قانون العلامات عن هذا التساؤل، ولكن الواقع العملي وما يفهم من نص المادة (3/44) يفصح عن إجراء التسويات بين الوكيل والمستورد مقابل تعهد المستورد بعدم تكرار ذلك.

(60) تقوم الجهات المختصة بإتلاف بعض المنتجات المقلدة أو المزورة خاصة الأدوية وبعض المنتجات الغذائية.

(61) وهناك العديد من المذكرات التي تصدرها المحاكم إلى الجمارك بهدف وقف الإجراءات الجمركية، مما يخلق المزيد من الأعباء على دائرة الجمارك بغية تحميلها مسؤولية التفرقة بين السلع الأصلية والمقلدة، وما يستورد من سلع من غير الوكلاء.

جلسة 1996/11/4 م منشور في المجموعة التجارية للقاضي عبد الجليل نعمان ص 89.

(59) نقض مصري، طعن رقم 178 جلسة 1966/12/15 م، والأحكام المشار إليها، قضاء النقض التجاري، لأحمد حسني رقم (520).

## الفرع الخامس

### إتلاف السلع المقلدة أو الحاملة لعلامة تجارية مزورة

أجاز القانون للمحكمة من تلقاء نفسها أو بناءً على طلب صاحب العلامة التجارية المقلدة أو المزورة، إتلاف السلع المغشوشة أو المقلدة حفاظاً على حقوقه المكتسبة، عقوبة للفاعل وزجراً لغيره. وقد تقرر المحكمة التحفظ عليها، أو إعادة تصديرها إلى البلد الواردة منها. وقبول هذا الطلب من المسائل التي يستقل قاضي الموضوع بتقديرها تحقيقاً لغاية المشرع<sup>(62)</sup>. وتنضي المادة (59) من اتفاقية تريبس) بعدم السماح بإعادة تصدير السلع المقلدة دون تغيير حالتها أو إخضاعها لإجراءات جمركية مختلفة. وفي الواقع العملي تنقل إلينا وسائل الإعلام المختلفة صوراً حية عن إتلاف الجهات الإدارية في اليمن للعديد من السلع المقلدة خصوصاً السجائر والأدوية والأغذية، حيث يتم حرقها علناً بحضور رجال النيابة والشرطة. وهذا يؤكد مدى تطبيق الجهات المختصة للحكم محل البحث، والالتزام بحماية العلامات التجارية والصناعية المسجلة في الدوائر اليمنية المختصة، ليس بهدف صيانة الحقوق المعنوية لصاحب العلامة فقط، بل لحماية المجتمع من مخاطر السلع المقلدة والمغشوشة، التي تضر بالدولة والمجتمع. ومع ذلك نجد أن السوق اليمني يعج بالكثير من المنتجات المقلدة والمغشوشة ومن مختلف الأصناف، خاصة في هذه الفترة العصبية

التي يمر بها اليمن جراء الحرب المشتعلة منذ ست سنوات.

## الفرع السادس

### مصادرة الإيرادات المالية التي تحققت من

#### استعمال العلامة المقلدة أو المزورة

فضلاً عن الآليات القانونية السابق عرضها، ذهب المشرع اليمني في حمايته للعلامات التجارية والصناعية مذهباً متقدماً، حيث أجاز للقاضي إذا ما استشعر حجم الضرر الذي لحق بمالك العلامة التجارية المعتدى عليها، اتخاذ ما يراه مناسباً لوقف الاعتداء الصادر ممن قام بالتقليد، بل وفي مواجهة كل من يباشر أعمال التداول على السلعة محل التقليد أو التزوير، وكذلك إذا ما كان في التقليد أو التزوير للعلامة استخفاف بحق المجتمع في الحصول على ما يحتاجه من السلع والخدمات، بموجب مواصفات ومقاييس محددة، كما أن للقاضي حق التدخل المباشر - دون طلب من المضرور والمتضرر - لحماية مالك العلامة والمجتمع معاً، بتكليف خبير يتولى حصر الإيرادات المالية الناشئة عن بيع السلع المقلدة أو المزورة، وحجزها تحت يد المحكمة، تمهيداً للتصرف بها وفقاً لمقتضى القانون، جبراً للضرر الذي أصاب مالك العلامة في المقام الأول، وغيره ممن تضرر من هذا السلوك، وفي الوقت نفسه يتم خصم النفقات اللازمة من هذه الإيرادات.

(62) والدوائر القضائية اليمنية تشهد العديد من الدعاوى القضائية المتضمنة طلبات من هذا القبيل على سبيل المثال، حكم الشعبة الاستئنافية لأمانة العاصمة بتاريخ 2000/3/4م.

## الفرع السابع

### التعويض

إضافة إلى الآليات القانونية السابق عرضها، نصت المادة (47 من القانون) بقولها: "مع عدم الإخلال بأية عقوبة أشد منصوص عليها في قانون آخر، يُعاقب بالحبس مدة لا تزيد على سنتين وبغرامة مالية لا تزيد على مليون ريال أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من:

أ- زور أو قلد علامة تجارية مسجلة تتمتع بالحماية بموجب أحكام هذا القانون.

ب- استعمل بسوء نية علامة تجارية مزورة أو مقلدة.

ج- استعمل بسوء نية علامة تجارية مملوكة للغير.

د- قدم أو عرض أو استعمل خدمات تحمل علامة تجارية مقلدة أو مزورة.

هـ- باع أو عرض للبيع أو حاز بقصد البيع منتجات عليها علامة تجارية مزورة أو مقلدة أو موضوعة بغير حق مع علمه بذلك.

وفي حال تكرار أي من المخالفات المنصوص عليها في هذه المادة تضاعف العقوبة مع إغلاق المنشأة مدة لا تزيد على ثلاثة أشهر".

كما تقرر القواعد العامة في القانون المدني حق المضرور في التعويض ليس المادي فحسب، بل والتعويض عن الضرر الأدبي أو المعنوي الذي لحق به من جراء المساس بالعلامات التجارية والصناعية المحمية بمقتضى القانون. ويمكن عرض ذلك في نقطتين على النحو الآتي:

## 1- التعويض المادي:

إن حماية الاقتصاد اليمني التزام قانوني وواجب وطني، ليس على المؤسسات الحكومية فحسب بل على كل فرد، وترسيخاً لهذه الحماية يوجب المشرع اليمني تعويض المضرور عند الاعتداء على حق من حقوقه المكفولة قانوناً، فالعلامات التجارية والصناعية المحمية بموجب أحكام القانون تكون بمنأى عن أعمال التقليد أو التزوير، وعند تعرضها لأحد هذه الأفعال، يكون لصاحبها حق المطالبة بالتعويض، حتى ولو كان بالإمكان إزالة الضرر الذي لحق بمالك العلامة<sup>(63)</sup>، وهذا ما نصت عليه المادة (50 من قانون العلامات) بقولها: "يجوز لكل من أصابه ضرر نتيجة أي من الجرائم المنصوص عليها في المادتين (47)، (48) من هذا القانون أن يرفع دعوى على مرتكبها أمام المحكمة للمطالبة بالتعويض عن الضرر". وأكدت هذا المعنى المادة (304) من القانون المدني رقم (14) لسنة 2002م. حيث نصت على أن "كل فعل أو ترك غير مشروع سواء كان ناشئاً عن عمد أم شبه عمد أم خطأ إذا سبب للغير ضرراً يلزم من ارتكبه بتعويض الغير عن الضرر الذي أصابه، ولا يخل ذلك بالعقوبات المقررة للجرائم طبقاً للقوانين النافذة".

فهذه الأحكام تكفل لكل علامة تجارية مسجلة تضرر بفعل الغير أن يطالب عن طريق الدعوى القضائية بالتعويض المادي لجبر الضرر الذي أصابه، لما فاتته من كسب وما لحقته من خسارة جراء واقعة التقليد أو التزوير، وليس هذا فحسب

(63) ذلك أن الأصل هو التعويض العيني، ولا يصر إلى البديل إلا إذا استحال التعويض عينياً، نقض مصري طعن رقم 74 جلسة

الأول، ج2، رقم 1125.

هو المفهوم ظاهرياً من نص المواد (15،16،19) من اتفاقية (تريبس).

## 2- التعويض الأدبي أو المعنوي:

لا تقف مسؤولية المعتدي على حقوق الملكية التجارية والصناعية عند حدود التعويض المادي، بل تشمل أيضاً التعويض عن الضرر الأدبي<sup>(64)</sup> الذي يصيب مالك العلامة المعتدى عليها، حيث يجوز له قانوناً ولكل من تضرر من الفعل الموجب للتعويض أن يطالب بالتعويض عن الضرر الأدبي عملاً بحكم المادة (352) مدني يمني) حيث قالت: "يشمل التعويض الضرر المادي والضرر الأدبي أيضاً...".

وتقدير الضرر الأدبي أمر تكتفه الكثير من الصعوبات، ويختلف تقديره من شخص إلى آخر<sup>(65)</sup>؛ لذلك تعتبر هذه المسألة من مسائل الواقع التي يستقل بتقديرها قاضي الموضوع. وقد قضت محكمة النقض المصرية بقولها: "... إنَّ المعول عليه في تقدير التعويض هو ما أصاب كل مضرور من الضرر المادي والأدبي. ولا معقب على قضاء محكمة الموضوع فيما تقدره من تعويضات"<sup>(66)</sup>. وينسجم هذا التوسع في التجريم المدني لحالات الاعتداء على العلامات التجارية والصناعية، مع المنهج العام السائد في القانون المدني، ذلك أن حالات التجريم المدنية، غير محصورة بحالات محددة، أو مقيدة بنصوص معينة، بل هي انعكاس لما يفرزه الواقع من مساس

بل إن لمالك العلامة إن يطالب بالتعويض الذي ألم به والناتج - في رأينا - عن المساس بمركزه التجاري، من جراء تقليد بضائعه أو تزوير العلامة التجارية لمنتجاته، وبالتالي انصراف المستهلك الذي اعتاد على اقتناء السلع الأصلية إلى مثيلتها المقلدة إما لعدم علمه بواقعة التقليد وإما لانخفاض أثمانها عن المنتج الأصلي. وفي كلا الحالتين فإن مصلحة مالك العلامة ووكلاء التوزيع والممثلين التجاريين سوف يصيبها ضرر بالغ من السلوك غير المشروع للمعتدي، مما مقتضاه جبر الأضرار المادية التي لحقت بالفئة المذكورة، ولعل من المفيد القول: إن مبلغ التعويض متروك تقديره للمحكمة؛ إذ لم يوضح النص مقدار التعويض أو كيفية احتسابه.

الجدير بالذكر أن الحماية المدنية الموجبة للتعويض تبنتها اتفاقية (تريبس) في المادة (45) حيث قالت: " للسلطات القضائية أن تأمر المعتدي بأن يدفع لصاحب الحق تعويضات مناسبة عن الضرر الذي لحق به بسبب التعدي على حقه في الملكية الفكرية من جانب متعد يعلم أو كانت هناك أسباب معقولة تجعله يعلم أنه قام بذلك التعدي". وهذا النص قد جاء بصيغة تفيد العموم بوجوب التعويض عن كل تعد على الحقوق المعنوية المملوكة للغير، سواء كانت هذه الحقوق مسجلة ومشهورة وفقاً لقواعد القانون، أم تخلف عنها هذا الإجراء، ولكن صاحبها يستعملها على ما ينتجه من سلع أو خدمات، وهذا المعنى

(65) راجع في هذا د. أحمد شرف الدين، المصدر السابق، ص 6 وما بعدها.

(66) نقض مصري، طعن رقم 1403 جلسة 1936/4/27م، موسوعة جمعة، مصدر سابق، رقم 1146.

(64) راجع في تفصيل الضرر الأدبي، د. أحمد عبد الرحمن شرف الدين، انتقال الحق في التعويض عن الضرر الجسدي، القاهرة، مكتبة عين شمس، 1988م، ص 5 وما بعدها، وقارن حكم محكمة استئناف الأمانة رقم 19/32هـ، جلسة 1999/2/23م، مجموعة عبد الجليل نعمان، ص 101.

العلامة التجارية غير المسجلة، أم تقتصر فقط على العلامات المسجلة؟ للإجابة عن ذلك ولفهم موقف المشرع اليمني، بشأن المسألة محل النقاش ينبغي بحث ذلك في قانون العلامات التجارية (المادة 2/5) والمنظومة القانونية المختلفة.

فإذا كان القانون، قد أغفل النص صراحة بشأن حماية العلامة غير المسجلة، فإنه لا يمكن القول بتركها عرضة للاعتداء من قبل الغير لتخلف هذا الإجراء الشكلي، خصوصاً في ظل الشفافية التي تتادي بها منظمة التجارة العالمية (W.T.O)، المكلفة برعاية تطبيق أحكام اتفاقية تريبس.

الجدير بالذكر أن القواعد العامة في القانون المدني، وخاصة أحكام المسؤولية عن الأفعال الشخصية، الواردة في المواد (304-310)، وأحكام المنافسة غير المشروعة الواردة في قانون التجارة اليمني (63-67)، تكفل لكل من تضرر من اعتداء الغير على حقوقه - أيًا كانت طبيعتها - الرجوع عليه بالتعويض، ذلك أن قوام النشاط التجاري الثقة والائتمان؛ لذلك فإن المساس بهما أو العمل بنقيضيهما يوجب خضوع المخالف لأحكام القانون وجبر الضرر الذي لحق بالغير (م63 تجاري يمني)، وتؤكد ذلك المادة (64 تجاري) بقولها: "لا يجوز للتاجر أن يلجأ إلى طريق التدليس والغش في تصريف بضاعته، وليس له أن ينشر بيانات كاذبة من شأنها أن تضر بمصلحة تاجر آخر يزاحمه، وإلا كان

بالمصالح الاجتماعية<sup>(67)</sup>. وهذا التوجه له حضور في القانون المدني اليمني المادة (304) التي قالت: "إن كل فعل غير مشروع سبب ضرراً للغير، يلزم من ارتكبه بالتعويض. وهذا الحكم فيه متسع لتقدير قاض الموضوع في احتساب التعويض.

الجدير بالذكر أن المشرع اليمني إذا كان قد قرر من الوسائل القانونية للعلامة التجارية والصناعية ما يكفل حقوق مالكيها وكل من تضرر من الاعتداء عليها، فإن حقوق هذه الفئة مقيد بجبر الضرر دون تجاوز؛ لأن في هذا التمادي إرهاباً لمرتكب الفعل الضار<sup>(68)</sup>. وتجنباً لذلك يجوز للقاضي وصولاً إلى التقدير الموضوعي لقيمة الضرر الاستعانة بأهل الخبرة الموثوق في عدالتهم<sup>(69)</sup>، لتقدير ما يستحقه المضرور من تعويض.

### المطلب الثاني

#### الحماية القانونية للعلامات التجارية والصناعية غير المسجلة

العلامة غير المسجلة، هي تلك العلامة التي اعتاد صاحبها على استعمالها لتمييز سلعه التجارية أو منتجاته الصناعية، دون اتخاذ الإجراءات القانونية واجبة الاتباع إزاء قيدها في السجلات المحددة لدى الجهة الحكومية المختصة. وهذا من شأنه أن يدعو إلى التساؤل عما إذا كانت حماية المشرع اليمني تمتد لتشمل

(68) محكمة استئناف القاهرة، في 1958/4/6م، موسوعة جمعة، مصدر سابق، رقم 1158.

(69) محكمة النقض اليمنية، أس 34 لسنة 1980م، مجلة الأحكام التجارية، العدد الأول، رقم 119، ص 402.

(67) راجع د.محمد شتا أبو سعد، أصول المسؤولية التقصيرية في قانون المعاملات المدنية الإسلامي في السودان، ط1، 1984م، ص 46، 47.

تم بحمد الله وتوفيقه الجزء الأول

### الخاتمة

بعد رحلة متواضعة في ثنايا قانون العلامات التجارية اليمني وقانون العقوبات، اتضح لنا مدى اهتمام المشرع اليمني، بالمحافظة على حقوق الملكية التجارية والصناعية المملوكة للغير؛ إذ وضع من القواعد الإجرائية والأحكام القانونية ما يكون في طياته مجموعة من الآليات التي تكفل الحماية اللازمة للحقوق المذكورة.

وبناءً على ذلك أجاز قانون العلامات لصاحب العلامة المسجلة وغير المسجلة

عند الاعتداء عليها اتخاذ مجموعة من الإجراءات الوقائية للمحافظة على حقوقه، إضافة إلى ما كفله له من التعويض المادي والأدبي عن الأضرار التي لحقت به أو بغيره إن كان لها مقتضى. وقد بين بالإضافة إلى ذلك وسائل الحماية التي يمكن لصاحب العلامة المعتدي عليها الاستفادة منها بحسب ما يراه محققاً لمصلحته ومحافظاً لحقوقه.

بل امتدت حمايته إلى اعتبار الاعتداء على العلامات التجارية جريمة يعاقب عليها القانون سواء تمثل الاعتداء بالمساس بالمصالح المالية والاقتصادية لصاحب العلامة أم بغش الجمهور على النحو الذي وضحته المادتان (210،312 عقوبات). وكنا نفضل على المشرع اليمني - في المسألة محل الدراسة - أن يتجه نحو إخراج قانون واحد يعالج المسألة المطروحة للبحث،

مسؤولاً عن التعويض". وقرب من هذا ما تضمنته المادة (8) من القانون رقم (19) لسنة 1999م بشأن تشجيع المنافسة ومنع الاحتكار والغش التجاري. والمفهوم العام من هذا النص حماية حقوق التاجر من اعتداءات الغير، سواء كانت هذه الحقوق مسجلة طبقاً للإجراءات المرعية أم غير مسجلة؛ لذلك يمكن القول: إن هذا النص يستغرق العلامات التجارية مما يستوجب حماية العلامة غير المسجلة، وبالتالي فإن تقليد هذه العلامة أو تزويرها، يعتبر جريمة من جرائم الغش التجاري المعاقب عليها قانوناً<sup>(70)</sup>.

ومما تجدر الإشارة إليه، أن قانون العلامات قد اشترط لحماية العلامة سبق استعمالها من قبل صاحبها، وهذا الشرط يقرر لصاحب العلامة حقوقاً وينشئ على الغير التزاماً باحترامها، فمن حق مالك العلامة استخدامها واستغلالها على النحو المشروع، وعلى الغير احترام الحقوق المكتسبة لصاحبها وعدم المساس بها، وإلا كان مسؤولاً عن تعويضه وفقاً لقواعد المنافسة غير المشروعة، وليس هذا فحسب بل إن قانون العلامات قد منع تسجيل العلامة المشابهة لعلامات غير مسجلة خشية تضليل الجمهور (م 2/5)، وهذا يؤكد منهجه الموضوعي في حماية العلامات التجارية والصناعية المملوكة للغير، والمستعملة من قبلهم ولو كانت غير مسجلة. وهذا الحكم هو السائد في أدبيات المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، وهو المعتمد في اتفاقية (تريبس) المادة (15) فقرة 3).

<sup>(70)</sup> وهذا هو الذي يميل إليه الفقه التجاري، د. محمد حسن عباس، مصدر سابق، ص 298، ود. سميحة القليوبي، مصدر سابق، ص 525، وهو المستقر لدى القضاء، نقض مصري، طعن رقم 3012 لسنة 57ق، جلسة 1989/3/6م، المستحدث في

النقض التجاري لمعوض عبد التواب، ص 419، وطعن رقم 413 لسنة 29ق جلسة 1964/4/9م والأحكام التي أشار إليها، قضاء النقض التجاري لأحمد حسني، ص 325.

والاختلالات الاقتصادية للدول الفقيرة المعروفة بدول الجنوب، بل قامت على مبدأ الحرية الاقتصادية وإزالة العوائق أمام انسياب وتدفق السلع والخدمات، إلى الدول المحتاجة إليها، وفي الوقت نفسه ترعى مصالح الدول المصنعة والشركات الدولية العابرة للحدود بعدم المساس بالحقوق المعنوية المملوكة لها، وذلك من خلال القواعد واجبة الاحترام الواردة في اتفاقية الجوانب المتصلة بحقوق الملكية الفكرية (تريبس)، والتي يجب على حكومة الجمهورية اليمنية التفاعل معها بحذر شديد وصولاً إلى تحقيق أقصى فائدة ممكنة، وتحمل أقل الخسائر في التطبيق الكامل لأحكامها على المستوى المحلي.

وفي الختام أدعو الله الكريم أن أكون قد وفقت في إعداد هذه المساهمة المتواضعة وحسبي أن قد حاولت وبذلت الجهد فإن أصبت فالفضل لله، وإن أخطأت فمن نفسي.

### والله الموفق

والحمد لله رب العالمين

### التوصيات

#### أولاً: التوصيات العامة:

الثابت يقيناً أن صياغة التشريعات صياغة محكمة مبناهما الاستدلال المستمد من تجارب الواقع، والإحاطة الشاملة بموضوع القانون وأهدافه ومضامينه، بما يخدم المجتمع وتحولاته المستمرة، ومعالجة المشاكل التي تعترضه. وانطلاقاً من هذا الفهم جاء هذا البحث مساهمة متواضعة، متضمناً الكثير من الآراء والتوصيات، سيراً على منهج العلوم الإنسانية والتزاماً مع توجهات المجلة بحصر أهم التوصيات في ختام البحث، وإنني من

ضماناً للوحدة الموضوعية والترابط العضوي للقواعد القانونية، وضماناً لاتساق أحكامها وعدم تعارضها أو تناقضها، هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى، كي نغني الباحث عن الرجوع إلى نصوص قانونية عدة لمعرفة حكم المشاكل المتصلة بحقوق الملكية التجارية والصناعية، وبالتالي قد يختلف التكييف القانوني لواقعة الاعتداء على الحقوق محل الدراسة، ويختلف تبعاً لذلك حجم العقوبة وسلطة القاضي في التقدير تبعاً لاختلاف دوافع الباحث أو صاحب الدعوى وأسانيده القانونية، وهذا أمر غير مرغوب فيه في العمل القانوني المجرد.

كما اتضح لنا شح الإنتاج القضائي اليمني - على حد علمنا - في المسائل ذات الطابع الفني وغزارتها في التقليد والاعتراض على التسجيل، وهذا أمر يدعو للاستغراب خصوصاً مع كثرة الإشكالات المتصلة بالعلامات التجارية والصناعية في الساحة اليمنية.

ومما لا بد من الإشارة إليه، أن القانون في علاجه للحماية المدنية لحقوق الملكية التجارية والصناعية، قد اهدى بمبادئ الاتفاقيات الدولية مثل اتفاقية (باريس) والتعديلات التي لحقت بها وقواعد الجات التي تسهر على تطبيقها منظمة التجارة العالمية في الشأن محل الدراسة والمعروفة باتفاقية (تريبس)، خاصة بعد انضمامها إليها وإخراج العديد من القوانين موائمة لمبادئها.

ومما يجب التنكير به، أن منظمة التجارة العالمية المؤسسة العالمية التي ترعى شؤون التجارة على المستوى الدولي، لم تقم على اعتبارات إنسانية تعالج من خلالها المشاكل الاجتماعية

**ثانياً: التوصيات الخاصة بالبحث محل الدراسة:**

بعد أن أوضحنا حتمية استخدام العلامات التجارية في البيئة التجارية، كان منطقياً أن ندلي بدلونا بالحلول الممكنة التي ظهرت - للباحث - من خلال هذا البحث المتواضع مشيراً إلى أهمها، وهي:

1. ضرورة الأخذ بالسياسات المرنة إزاء العلامات التجارية بما يحقق البعد الوطني لمصلحة الاقتصاد اليمني، مراعاة للصناعة التحويلية الناشئة، وإكسابها زخماً متميزاً في السوق المحلية والإقليمية.

2. دعوة المشرع اليمني إلى سن المعالجات الواضحة والمحددة للعلامات التجارية غير المسجلة، والمستخدمه من قبل الصناعات المحلية، كي لا يظل مركزها القانوني قلقاً في ظل المنافسة المحمومة السائدة حالياً.

3. يوصى الباحث بضرورة إيجاد الحلول الموضوعية المنصفة للمدى الزمني للعلامات المسجلة غير المستعملة، وقد رأى الباحث انسحاب الحكم الوارد في المادة (30/ج) من القانون على هذه الحالة كي لا يتضرر صاحب هذه العلامة من اعتداء الغير عليها، كما تم عرضه.

4. ويوصي الباحث كذلك بإحالة شطب العلامات غير المسجلة إلى اختصاص جهة الإدارة عوضاً عن الجهة القضائية تخفيفاً عليها من تراكم المنازعات في أروقة المحاكم.

5. ويوصى الباحث بضرورة ضبط سلوك الإدارة في الحالة التي لم تفصح عن رأيها إزاء طلب تسجيل العلامة أو رفضه خلال المدة المحددة

خلاله أَدْعُو المشرع اليمني بضرورة مراعاة المصلحة الوطنية عند صياغة التشريعات، خاصةً تلك المتصلة بالشأن الاقتصادي التي تصنع التحولات الكلية، مستغلاً كل استثناء تضمنته الاتفاقيات الدولية التي صدّقت عليها اليمن. ذلك أن هذه الاتفاقيات قد صيغت في ظل غيبة كلية لدول العالم الثالث الباحثة عن النمو؛ لذلك جاءت جل أحكامها مراعية لمصالح دول الشمال الغني والشركات التابعة له.

ومن البديهي القول: إن معالجة مشاكل العلامات التجارية؛ نظراً لأهميتها في البيئة التجارية والصناعية، يجب سنها في القانون وعدم ترك أي شيء منها لتقدير الإدارة المختصة، حيث يتباين حكمها من حالة إلى أخرى بتغير المعنيين واختلاف فهمهم.

وأن معالجة أي خلل بصدها ينبغي أن يتضمن خصيصتين: أولاًهما أن يكون حلاً عاماً منصفاً، وثانيهما أن يكون حلاً وقائياً يستهدف تنظيم أحوال الحجز التحفظي على السلع الأصلية أو المقلدة وعدم الركون إلى النصوص الخاصة في القوانين الأخرى، حسب ما يراه الباحث.

ويتمنى - الباحث - أن يلتفت المشرع اليمني، إلى إيجاد المعالجات الموضوعية وفقاً لقواعد العدل والإنصاف وقاعدة التعايش المشترك بين العلامات التجارية المسجلة في ظل القوانين الشطرية في كل من صنعاء وعدن قبل 1990/5/22م، في النطاق الجغرافي لكل منها - حسب ظن الباحث -.

- [5] أ.د. ثروت علي عبد الرحيم، الملكية التجارية والصناعية، في النظام السعودي، منشورات عمادة شؤون المكتبات، جامعة الملك سعود بالرياض، بدون تاريخ.
- [6] أ.د. جاك يوسف الحكيم، الحقوق التجارية، مطبوعات جامعة دمشق، ج1، 1989م.
- [7] أ.د. جميل الشراوي، دروس في أصول القانون، دار النهضة العربية بالقاهرة، بدون تاريخ.
- [8] حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، 2004م.
- [9] أ.د. حسام عيسى، نقل التكنولوجيا، دراسة في الآليات القانونية للتبعية الدولية، دار المستقبل العربي، القاهرة، طبعة أولى، 1987م.
- [10] د. حسن كيره، أصول القانون المدني، مطبعة دار المعارف، القاهرة، طبعة أولى عام 1957م.
- [11] د. حمدية زهران، مشكلات التجارة الدولية في البلاد المتخلفة، مكتبة عين شمس، بالقاهرة، 1979م.
- [12] د. خالد محمد سيد إمام، النظام القانوني للاسم التجاري، دار النهضة العربية بالقاهرة، طبعة أولى 2015م.
- [13] د. نيس لويد، فكرة القانون، ترجمة سليم الصويص، سلسلة عالم المعرفة، إصدارات المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، عدد47، نوفمبر 1981م.
- [14] المستشار حمدي ياسين عكاشه، موسوعة حماية العلامات التجارية، دار النهضة العربية بالقاهرة 2019م.
- [15] رباب طاهر قليوبي، مكتبة الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1998م.
- [16] د. روجيه غارودي، العولمة المزعومة، ترجمة محمد السبيطلي، دار الشوكاني، صنعاء، 2000م.

- في المادة (5/ج)، مما يتوجب اعتبار سكوت الإدارة بمثابة الموافقة الضمنية على التسجيل، جرياً على منهج المشرع اليمني في قانون الشركات المادة (84/ب).
6. ويوصي الباحث بالأخذ بالسياسات المرنة إزاء المنظر العام للعلامة المطلوب تسجيلها، بما يبرز الجودة الداخلية للعلامة تقديراً للخاط بين العلامتين كما أوضحته اتفاقية تريبس، وهذا من شأنه أن يساعد الصناعات الوطنية على تشكيل ذاتيتها المستقلة بعيداً عن العلامات المملوكة للغير.
7. ويوصي الباحث المشرع اليمني إلى إيجاد المعالجات الكفيلة بالحد من السباق المحموم بتسجيل العلامات دون استعمالها، وترك الأمر لجهة الإدارة التعامل مع هذا الوضع.

#### قائمة بأهم المصادر

#### أولاً: المصادر الفقهية:

- [1] د.آر. إيه بوكانان، الآلة قوة وسلطة، التكنولوجيا والإنسان منذ القرن 17 حتى الوقت الحاضر، ترجمة شوقي جلال، سلسلة عالم المعرفة، إصدارات المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، العدد 259، سبتمبر 2000م.
- [2] د. السيد أحمد مصطفى، إعلام العولمة وتأثيره على المستهلك، بحث منشور في مجلة المستقبل العربي، العدد 256، يونيو 2000م.
- [3] د. أكثم الخولي، الوسيط في القانون التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة، ج1، 1975م.
- [4] بيتر تيلور وكولن فلنت، الجغرافيا السياسية (الاقتصاد العالمي) سلسلة عالم المعرفة، إصدارات المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، عدد 282، 283، يونيو، يوليو 2002م.

- [31] د. مصطفى كمال طه، القانون التجاري، مؤسسة الثقافة الجامعية بالإسكندرية، 1981م.
- [32] د. نجيب أحمد عبد الله، إجراءات التنفيذ الجبري في النظام القضائي اليمني، مركز الشرعي للطباعة، صنعاء، 2000م.
- [33] د. يمني طريف الخولي، فلسفة العلم في القرن العشرين، سلسلة عالم المعرفة، إصدارات المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، العدد 264، ديسمبر 2000م.

#### ثانياً: الموسوعات القضائية:

- [34] قضاء النقص التجاري، للدكتور أحمد حسني، منشأة المعارف، الإسكندرية، 1982م.
- [35] ملحق قضاء النقص التجاري، للدكتور أحمد حسني، منشأة المعارف بالإسكندرية، 1990م.
- [36] موسوعة قضاء النقص في المنازعات التجارية والبحرية والضرائب، للمستشار فتحة قره، منشأة المعارف بالإسكندرية.
- [37] موسوعة القضاء في المواد التجارية، للأستاذ عبد المعين لطفي جمعة، منشورات دار الكتاب العربي بمصر.
- [38] المستحدث في قضاء النقص التجاري، في خمسة عشر عاماً 1975، 1990م، للمستشار معوض عبدالتواب، بدون تاريخ أو دار نشر.
- [39] مجلة الأحكام التجارية اليمنية، عدد 1، 2000م.

#### ثالثاً: التشريعات والاتفاقيات الدولية:

- [40] قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية رقم (23) لسنة 2010م.
- [41] القانون الاتحادي لدولة الإمارات العربية المتحدة رقم (37) لسنة 1992م، المعدل بالقانون رقم (19) لسنة 2000م والقانون رقم (8) لسنة 2002م بشأن العلامات التجارية.
- [42] اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس).
- [43] اتفاقية باريس لسنة 1883م.

- [17] أ.د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة الثانية، 1996م.
- [18] أ.د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية القاهرة، طبعة 2009/8م.
- [19] د. عبدالحكيم فودة، جرائم الغش التجاري والصناعي، منشأة المعارف بالإسكندرية، 1996م.
- [20] صلاح زين الدين، الملكية التجارية والصناعية، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع بعمان، الأردن، طبعة أولى، سنة 2000م.
- [21] د. عبدالفتاح مراد، شرح نصوص اتفاقية الجات ومنظمة التجارة العالمية، طبعة 1997م.
- [22] د. علي إبراهيم، منظمة التجارة العالمية، جولة أرجواي وتقنين نهج العالم الثالث، دار النهضة العربية، القاهرة، 1997م.
- [23] أ.د. علي جمال الدين عوض، الوجيز في القانون التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة، ج1، 1975م.
- [24] ف. هايد، تاريخ التجارة في الشرق الأدنى، ترجمة أحمد رضا، الهيئة العامة للكتاب بمصر، ج1، 1985م.
- [25] د. محمد حسني عباس، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة، 1970م.
- [26] د. محمد شتا أبو سعد، أصول المسؤولية التقصيرية في قانون المعاملات المدنية الإسلامي في السودان، طبعة أولى، 1984م.
- [27] د. محمد صالح، شرح القانون التجاري المصري، القاهرة، ج1، 1948م.
- [28] د. محمود سمير الشراوي، القانون التجاري المصري، دار النهضة العربية، القاهرة، ج1، 1986م.
- [29] د. موله عبد الله، معركة التبادل الحر، بحث منشور في مجلة بحوث اقتصادية عربية، السنة العاشرة، العدد (26).
- [30] د. مصطفى سلامة، قواعد الجات، المؤسسة الجامعية للنشر، بيروت، 1988م.