

## الحماية القانونية المدنية للعلامة التجارية

الدكتور: عبد القادر عوض خلف الله الدابي\*

### المستخلص

يقصد بالحماية المدنية للحقوق في القانون، تلك الحماية العامة المقررة لجميع الحقوق أيّاً كان نوعها، لأن الحقوق القانونية بطبيعتها تحتاج جميعها إلى الحماية، وأن هذه الحماية هي التي تعطي الحق معناه وتضمن ممارسته بشكل هادئ وطبيعي، وتعتبر الحماية المدنية بمثابة المظلة التي تستظل بها كافة الحقوق، وحقوق الملكية الصناعية التي من بينها العلامة التجارية، كغيرها من الحقوق، تحتاج إلى هذه الحماية المدنية. إنّ الحق في العلامة التجارية من قبيل تلك الحقوق التي تندرج تحت مظلة الحماية المدنية لذا جاء هذه الورقة بحثاً عن الأصل العام هو تمتع العلامة التجارية بتدابير الحماية القانونية المدنية سواء كانت مسجلة أم غير مسجلة، فإذا كانت مسجلة تتمتع بالحماية المدنية والجنائية، وإذا لم تكن مسجلة فإن تدابير الحماية المدنية، هي الوسيلة الوحيدة المتاحة، وتظهر أهمية الحماية المدنية جلياً بالنسبة للعلامة غير المسجلة التي يفقد مالكاها حقه في تدابير الحماية الجنائية، وأيضاً بالنسبة للعلامة المسجلة في حالة عدم توافر أركان التهمة الجنائية. ولذا جاء هذا البحث في تقسيم ثنائي شمل المبحث الأول الإطار القانوني للعلامة التجارية، وجاء الثاني متناولاً الحماية القانونية المدنية لها، واستخدم البحث المنهج الاستقرائي التحليلي وتوصل لعدد من النتائج والتوصيات، ومن أهم النتائج: تنص النظم القانونية، على قيود خاصة بتسجيل العلامة التجارية وحظر تسجيل بعض العلامات كالتي تتعارض مع الأخلاق أو النظام العام، كما يمنح التسجيل مالك العلامة الحق في منع أي طرف ثالث من الاستعمال أو استعمال علامة شبيهة يحتمل أن تضلل الجمهور. وتمثلت أهم التوصيات: في ضرورة وضع تعريف دقيق للمنافسة غير المشروعة للتفريق بين المنافسة غير المشروعة مهنيّاً وتجاريّاً، مع التوصية بإدخال تعديل في القانون للتعويض كجزء مدني دون أن يتم ربط ذلك بشرط التسجيل أو غيره.

\* جامعة الزعيم الأزهرى (السودان). كلية الشريعة والقانون

**Abstract:**

The civil protection of rights in law means the general protection which covers all rights of whatever kind, as all legal rights need the protection by virtue of their quality. In fact, the protection is the thing that gives a meaning to the right and insures its exercising normally and in a calm way. The civil protection of rights deems to be the umbrella that shelters all rights. Like other rights, the rights of industrial property, including the trademark, needs the civil protection which. The right of a trademark is one of these rights which are covered by the umbrella of civil protection. Hence, this search has come to continue the conclusion that the trademark should enjoy the civil protection whether it is registered or unregistered. If the trademark is registered it should enjoy the civil and the penal protection. If it is unregistered, the civil measures of protection are the only available means. The importance of the civil protection becomes clear for the unregistered trademarks whose owner lost his right in the penal protection measures. The same applies to the registered trademark, when an element of the criminal charge is lacking. Hence, this research comes in two parts; the first part covers the legal framework for the trademark while the second part examines its civil protection. By using the analytical inductive approach, the research has come to some results and recommendations. The most important conclusions fall under the registration system of trademarks, and the necessity to lay down some special restrictions on registration of trademarks that contradict ethics or public order. Also, the trademark's owner shall have the right to prevent any third party from using its registered trademark or a similar one that may cause misleading to the public at large. An important recommendation is the necessity to lay down an accurate definition for the "unlawful competition" in order to identify the difference between the occupational and commercial competition. In addition, an amendment should be introduced in order to allow payment of compensation without being subject to the registration condition or else.

Key Words: civil protection, trademark, unregistered, compensation

## كلمات مفتاحية: الحماية المدنية، العلامة

### التجارية، غير مسجلة، التعويض.

#### مقدمة:

يُعد حق الملكية هو أوسع الحقوق العينية نطاقاً في الحياة اليومية، فمن له حق الملكية على شيء كان له حق استعماله وحق استغلاله وحق التصرف فيه، وبذلك يستجمع كل السلطات التي يعطيها القانون للشخص على الشيء.

لذلك من خلال تتبع أهمية الملكية الفكرية من التنامي والتزايد من استخدام العلامات، نجد ظهور علاقات اقتصادية جديدة استلزمت قيام أنظمة قانونية مستحدثة تبلورت من خلالها حقوق الملكية الفكرية الصناعية (قانون العلامات التجارية السوداني لسنة 1969م).

من صور الملكية الفكرية، الملكية الصناعية والتجارية التي تشمل براءة الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية والعلامات التجارية والاسم التجاري ومن هذه العناصر ما هو صناعي تجاري كبراءة الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية، ومنها ما هو تجاري بحت كالعلامة التجارية موضوع هذا البحث.

ومما لا شك فيه أن للعلامة التجارية أهمية بالغة فهي الرابط بين أطراف كثيرة تتمثل في المنتج أو التاجر أو مقدم الخدمة، إضافة إلى المستهلك وحتى البضائع أو الخدمات، فالعلامة التجارية بالنسبة للمنتج أو مقدم الخدمة هي الوسيلة التي تميز بضائعه أو خدماته عن بضائع أو خدمات الآخرين مما يسهل التعرف عليها بواسطة المستهلك، وبهذا الفهم ما هي إلا وسيلة من وسائل المنافسة المشروعة الشريفة بين المنتجين أو مقدمي الخدمات، أما بالنسبة للمستهلك فالعلامة التجارية هي دليله للمنتج أو الخدمة، وبالتالي تمكنه من تحقيق رغبته، كما أن العلامة التجارية بالنسبة للبضائع أو الخدمات نفسها الدلالة أو الإشارة التي تميزها عن غيرها من المنتجات المشهورة.

### أولاً: مشكلة البحث:

تكمن مشكلة البحث في أن العلامة التجارية أصبحت تمثل أعلى نسبة استثمار سواء كان وطني أو أجنبي أصبحت الآن الشركات تتنافس وتقدم السلع والمنتجات في الدفع لتشجيع المواطنين على الدخول في هذا النوع. أيضاً رغم أن هذا الموضوع تناوله القانون السوداني، إلا أنه لم يتناوله بشي من التفصيل الدقيق، والسبب في ذلك يرجع إلى عدم الاهتمام بهذا الموضوع إلا في الفترة الأخيرة للركود الاقتصادي الذي كان سائداً في البلاد والحركة البطيئة للسلع والمنتجات السودانية مقارنة بالمنتج العالمي.

كما أن عدم وضوح النصوص التي تنظم كيفية تسجيل العلامات التجارية فتح الباب على مصراعيه أمام أصحاب النفوس الضعيفة لاستغلال الموقف في تحقيق مصالحهم الشخصية على حساب الطبقة البسيطة والضعيفة ويستغلون حاجتهم في إملاء شروطهم عليهم، فكان لابد من وجود تشريع يحدد بدقة كل ما يتعلق بهذا الموضوع، مما جعل حماية العلامة التجارية تشكل مشكلة قانونية تستوجب البحث.

### ثانياً: أهمية البحث:

تأتي أهمية هذا البحث من خلال ما أقرته الاتفاقيات الدولية والتشريعات الوطنية من أحكام، فالعلامة التجارية اكتسبت في الوقت الحاضر أهمية كبرى بحيث تُشكل العلامة التجارية أكبر عناصر المتجر أو المحل التجاري على الإطلاق.

موضوع الحماية القانونية المدنية للعلامة التجارية من الأهمية بمكان، وذلك نسبة للانفتاح التجاري العالمي مع عصر العولمة، فقد أصبح العالم قرية صغيرة يمكن لأي سلعة أن تصل لأي دولة في أسرع وقت، أضيف لذلك تخصص مجموعة من الجهات في تقليد العلامات التجارية لبعض الدول ذات السمعة الطيبة في السوق العالمية ثم القيام بتصنيع منتجات ذات جودة أقل مستغلة سمعة

المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي العدد (6) والسادس إلكترونياً - ديسمبر 2015م

تلك الشركات مما يؤدي إلى مشاكل لا حصر لها فنسمع كل يوم عن تحذير في الصحف بعدم استعمال العلامة التجارية الخاصة ببعض الجهات الأمر الذي يستوجب توفير الحماية.

العلامة التجارية لم تلقَ باعتبارها من أهم عناصر الملكية الصناعية- اهتماماً من المجتمع السوداني إلا في القرن العشرين حيث كان التجار السودانيون قبل ذلك يعتمدون في تمييز المنتجات عن غيرها، على بعض الخصائص الذاتية التي تحتوي عليها المنتجات كالخطوط أو الألوان أو غيرها. لكن مع تطور الصناعة في السودان تبعاً للتطور العلمي فقد وجدت العلامة التجارية اهتماماً بالغاً من المشرع السوداني حيث سعى إلى سن القوانين التي تفرض الحماية القانونية للعلامة التجارية من خلال الحماية الجنائية الجزائية والحماية المدنية محل هذا البحث.

#### ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع:

تكمن أسباب اختيار الموضوع في سد فراغ المكتبة الوطنية بإجراء دراسة متخصصة تبحث الجوانب المختلفة للحماية القانونية المدنية للعلامة التجارية لأنها حظيت بدراسات عديدة في الفقه العربي أما الفقه السوداني فما زال هذا المجال يحتاج إلى الدراسة والبحث. تعتبر العلامة التجارية من أكثر الموضوعات أهمية في حياة الناس، فهي بمثابة بائع متجول يتخطى الحدود الجغرافية، وثقة المستهلكين في العلامة التجارية له أثر كبير في التعامل لذلك كان اختيار الحماية القانونية المدنية للعلامة التجارية للبحث.

#### رابعاً: أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى إبراز الجوانب القانونية التي تحكم الحماية القانونية المدنية للعلامة التجارية مع تقديم للمفهوم القانوني للعلامة التجارية كأساس للحماية القانونية.

### خامساً: منهج البحث:

اتبعت في هذا البحث عدة مناهج بحثية تمثلت في المنهج الاستقرائي؛ وذلك باستخلاص الأفكار القانونية من نصوص القوانين الوطنية والدولية وتتبع مظاهرها بالاستناد إلى آراء الفقهاء، والمنهج التحليلي؛ من خلال البحث عن القواعد الكلية لإعمال الجزئيات منها، بجمع للمعلومات وتحليلها. على ضوء ذلك جاء هذا البحث.

### المفهوم القانوني للعلامة التجارية

#### أولاً: تعريف العلامة التجارية

تعتبر العلامة التجارية من أهم حقوق الملكية الفكرية، خاصة في ظل توسع الإنتاج حيث أصبحت الشركات تصنع منتجات مختلفة وبأعداد هائلة وأصبحت السوق مفتوحة ولا رقابة عليها. فالعلامة التجارية هي الشارات أو الرموز التي يتخذها الصانع أو التاجر شعاراً له على منتجاته أو بضائعه لتعريف المستهلك بأنه مصدر هذه البضائع أو المنتجات، وعليه فإن العلامة التجارية هي المظهر المادي الذي يربط صاحب المصنع أو التاجر ببضائعه لذلك يجب أن يأتي التعريف في التشريعات وفق هذه الصلة أو العلاقة بين العلامة والسلع أو الخدمة، والمعروف أن أوجه الصناعة متعددة منها الزراعية والاستخراجية والإنشائية والإنتاجية.

تتميز البضائع والصناعات من نفس النوع، من خلال العلامة التجارية وكذلك علامة الخدمة لتمييز خدمة مشروع عن المشروع الآخر. لذلك لا بد وأن يأتي تعريف العلامة التجارية شامل لكل المنتجات والبضائع<sup>1</sup> ولا يستثني أي شيء منها. عرف القانون السوداني العلامة التجارية في المادة الثالثة<sup>2</sup>(يقصد بها أي

<sup>1</sup> سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، الإسكندرية، 2005م، ص 284.

<sup>2</sup> قانون العلامات التجارية السوداني لسنة 1969م، المادة (3).

المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي العدد (6) والسادس إلكترونياً - ديسمبر 2015م

علامة ظاهرة متصلة أو متعلقة بأية بضائع ومستعملة أو مقترح استعمالها بغرض تمييز بضائع شخص عن بضائع أشخاص آخرين، وما لم يكن استعمالها غير مسموح به يجوز أن تكون العلامة التجارية من أي علامة مميزة ويشمل ذلك أية كلمة أو اسم مستعار أو رمز مصور أو ماركة أو وصف تحكيمي أو خيالي أو عنوان لافتة أو تذكرة أو توضيح أو حرف أو عدد أو شعار أو طرد أو إشارة أو وعاء أو أية مجموعة من الأشياء المذكورة أعلاه).

نجد أن القانون السوداني عرف علامة الخدمة<sup>3</sup> بأنه يقصد بها أي علامة ظاهرة مستعملة أو مقترح استعمالها لتمييز خدمات شخص عن خدمات الآخرين<sup>4</sup>. أخلص من ذلك أن المشرع السوداني قد عرف العلامة تعريف شامل وتفصيلي والغرض من ذلك عدم الوقوع في أي خلط أو أخطاء في تحديد العلامة التجارية. على خلاف من القانون الأردني حيث عرف العلامة التجارية بأنها أية علامة استعملت أو كان في النية استعمالها على أية بضائع أو فيما له تعلق بها للدلالة على أن تلك البضائع تخص صاحب العلامة بحكم صنعها أو انتخابها أو الشهادة أو الاتجار بها أو عرضها للبيع.

من جانب آخر عرف القانون المصري<sup>5</sup>، العلامة التجارية بالآتي: (تعتبر علامة تجارية الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً والإمضاءات والكلمات والحروف والأرقام والرسوم والرموز وعناوين الأعمال والدمغات والأختام والنقوش البارزة وأية علامة تجارية أو أية مجموعة منها إذا كانت تستخدم أو يراد أن تستخدم في تمييز منتجات عمل أو استغلال للغايات أو مستخرجات الأرض أو أية بضاعة للدلالة

<sup>3</sup> حسام أحمد حسين مكي، الملكية الفكرية، شركة مطابع السودان للعملة، 2006م، ص 87.

<sup>4</sup> محمد الطيب محمد الخير سرور، العلامة التجارية في القانون السوداني والاتفاقيات الدولية، الخرطوم، 2008م، ص 11.

<sup>5</sup> القانون المدني المصري لسنة 1939م.

المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي العدد (6) والسادس إلكترونياً - ديسمبر 2015م  
على مصدر المنتجات والبضائع أو أنواعها أو ضمانها أو طريق تحضيرها أو  
للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات)<sup>6</sup>.

### ثانياً: أنواع وأشكال العلامات التجارية

العلامات التجارية نوعان علامة سلع وعلامة خدمة ولها عدة أشكال.

#### 1/ علامة السلع والبضائع

هي أي علامة ظاهرة متصلة أو متعلقة بأية بضائع ومستعملة أو مقترح استعمالها بغرض تمييز بضائع شخص عن أشخاص آخرين<sup>7</sup>. من خلال التعريف يتضح أن شروط العلامة هي: أن تكون علامة ظاهرة ومتصلة أو متعلقة بأي بضائع.

#### 2/ علامة الخدمات

تعرف بأنها أي علامة ظاهرة مستعملة أو مقترح استعمالها لتمييز خدمات شخص عن خدمات الآخرين، وتستعمل في الفنادق ووكالات السفر وشركات الطيران<sup>8</sup>.

#### 3/ أشكال العلامة التجارية

من تعريف العلامة في المادة (3) من القانون السوداني يتضح أن علامة هي أي علامة ظاهرة، وهذا يعني أنه ليس هناك قيد على أي شكل المهم أن تحمل العلامة ميزة خاصة تكتسبها صفة العلامة التجارية<sup>9</sup>، ولم يضع القانون أي قيد

<sup>6</sup> سميحة القليوبي، مرجع سابق، ص 286.

<sup>7</sup> محمد الطيب محمد الخير سرور، مرجع سابق، ص 31.

<sup>8</sup> صلاح الدين الناهي، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الاردن، 2006م، ص 121.

<sup>9</sup> قانون العلامات التجارية السوداني لسنة 1969م، المادة (3).

المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي العدد (6) والسادس إلكترونياً - ديسمبر 2015م  
على شكل العلامة، فقط يكفي أن تكون مميزة، وجاء في اتفاقية تريبس<sup>10</sup> بأنها أي  
إشارة مميزة يمكن أن تكون علامة وتكتسب الحماية القانونية بشرط موافقتها لأحكام  
القانون<sup>11</sup>.

#### 4/ وظائف العلامة التجارية

تظهر أهمية العلامة التجارية بشكل واضح في أنها تستخدم لتمييز منتجات  
وخدمات معينة على غيرها من المنتجات والخدمات من نفس النوع<sup>12</sup>، كما تساعد  
المستهلك على اختيار السلع، أي تساعد في ممارسة حقه في الاختيار، أيضاً هي  
ضابط لتحديد الجودة مع سهولة التعرف على السلعة وتحديد أصل ومصدر  
السلعة، ومن وظائفها تستعمل للإعلان عن السلعة وخلق علاقة بين المستهلك  
والسلعة، كما تحمي التاجر من أي تقليد أو تزوير، تعتبر الوسيلة مادية لضمان  
المصدر أو إقليم البضاعة لمن يشتريها.

رغم ذلك ثار جدل قانوني حول طبيعة الحق الوارد عن العلامة التجارية هل  
حق ملكية أم حق من نوع خاص، ولكن أياً كانت طبيعة الحق فإن القاعدة العامة  
تقرر أن للعلامة التجارية حماية قانونية وعادة تبدأ هذه الحماية من التسجيل، لذلك  
سوف أتناول التسجيل في الجزء التالي من البحث كأساس للحماية القانونية المدنية  
موضوع البحث.

#### ثالثاً: تسجيل العلامة التجارية:

---

<sup>10</sup>اتفاقية تريبس (TRIPS) أو ما تعرف باتفاقية جوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة  
وهي إحدى الاتفاقيات التي انبثقت عن اتفاقية منظمة التجارة العالمية في العام 1994م. وتوفر  
حماية فعالة لجميع الحقوق ومن بينها العلامات التجارية بهدف تشجيع روح الابتكار ونقل  
وتعميم التكنولوجيا.

<sup>11</sup>محمد الطيب محمد الخير سرور، مرجع سابق، ص 21.

<sup>12</sup> سائد أحمد الخولي، حقوق الملكية الصناعية، عمان، الأردن، 2005م، ص 117.

المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي العدد (6) والسادس إلكترونياً - ديسمبر 2015م

تسجيل العلامة التجارية يرتب الحماية القانونية لها<sup>13</sup>. وفي السودان يتم التسجيل بمكتب المسجل التجاري العام بديوان النائب العام في سجل خاص لتسجيل العلامات التجارية تقيد فيه كل العلامات التجارية بأسماء وعناوين أصحابها وطلبات التنازل وأسماء المنتفعين لهذه العلامات التجارية وعناوينهم وأية إجراء متعلق بهذه العلامات تخلي أو إلغاء أو تنازل، ولذا يجب تسجيل العلامة التجارية.

يتم تسجيل العلامة التجارية وفق لما هو مقرر من قواعد بمكتب تسجيل العلامة التجارية ويتم التسجيل على نوعين داخلي بموجب قانون العلامات التجارية السوداني لسنة 1969م<sup>14</sup>، بعد الانتهاء من الإجراءات التي نص عليها القانون وهي تبدأ بتقديم الطلب للتسجيل ومنح الفرصة للاعتراض على التسجيل، ثم بعد ذلك صدور قرار من المسجل أو المحكمة للتسجيل. أما التسجيل الدولي الذي بموجب تمتد الحماية الدولية للعلامة التجارية وفقاً لاتفاقية مدريد (وثيقة استوكهلم)، التي انضمت إليها السودان في العام 1984م<sup>15</sup>. بعد استيفاء الشروط المطلوبة، ويتم التسجيل الدولي بواسطة مكتب مسجل العلامات التجارية، ثم بعد ذلك يتم إيداعها وتسجيلها في المكتب الدولي لحماية الملكية الصناعية بالمنظمة العالمية للملكية الفكرية.

يتم التسجيل الداخلي و الدولي بعد التأكد من أن العلامة قد توافرت فيها الشروط المطلوبة: من حيث إنها علامة مميزة (الصفة الفارقة)، وجديدة (صفة

---

13 ماهر فوزي حمدان، حماية العلامات التجارية، منشورات الجامعة الأردنية، 1999م، ص

36. حيث ورد: (الغرض الأساسي من التسجيل إضفاء الحماية القانونية للعلامة التجارية).

<sup>14</sup> قانون العلامات التجارية السوداني لسنة 1969م، المادة (7).

<sup>15</sup> اتفاقية مدريد لحماية الملكية الفكرية لسنة 1984م، المبرمة في 14 إبريل 1891م، والمعدلة في بروكسيل عام 1900م، وفي واشنطن في العام 1911م، وفي لاهاي سنة 1925م، وفي لندن سنة 1934م، وفي نيس سنة 1957م، وفي استوكهلم سنة 1967م.

المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي العدد (6) والسادس إلكترونياً - ديسمبر 2015م  
الجدة)<sup>10</sup>، ومشروعة، وغير مخالفة لأحكام القانون<sup>17</sup>، ويتم تسجيل العلامة التجارية بالنسبة لأي بضاعة تستعمل من أجلها تلك العلامة، مع توضيح القسم الخاص بها حسب ما هو مبين في التصنيف الخاص بالبضائع بالجدول الملحق الصادرة بموجب أحكام القانون.

نخلص من ذلك أن تسجيل العلامة التجارية يتطلب إجراءات تتمثل في الإجراءات التالية.

### 1/ تقديم طلب التسجيل

لكي يتم التسجيل يجب التقدم بطلب بواسطة طالب تسجيل العلامة أو من يقوم مقامه قانوناً وعلى مقدم الطلب أن يبين شخصيته وجنسيته ومكان إقامته أو توكيله أن كان الطلب مقدم من الوكيل مستوفي للبيانات، وأن يقدم نسخة من العلامة التجارية المراد تسجيلها، ويقوم بتحديد المنتج أو المنتجات أو الخدمة التي يريد استعمال العلامة التجارية لها، مع دفع الرسوم<sup>18</sup>، وعلى المسجل قبل قبول العلامة مراجعة مدى موافقة العلامة لمتطلبات القانون وفق أحكام قانون العلامات التجارية<sup>19</sup>.

يقوم مكتب المسجل التجاري بالفحص الشكلي بمراجعة مدى ملائمة العلامة مع متطلبات قانون العلامات التجارية واللوائح المتعلقة بتحديد العلامة التجارية<sup>20</sup>. أما الفحص الموضوعي فإنه يتعلق بالعلامة نفسها، هل تستحق هذه

---

<sup>16</sup>مصطفى كمال طه، القانون التجاري اللبناني، بدون دار نشر، الطبعة الأولى، 1968م، ص 739، حيث ورد من شروط الجدة: ان تكون جدة من حيث العلامة، والمنتج، ومن حيث الزمان والمكان.

<sup>17</sup> قانون العلامات التجارية السوداني لسنة 1969م، المادة (8).

<sup>18</sup> قانون العلامات التجارية لسنة 1969م، المادة (8).

<sup>19</sup> سابقة فندق المريديان /ضد/شركة سويت هوتيلس، بالرقم 2004/10، غير منشورة حيث أرسلت (على المسجل قبل قبول العلامة مراجعة مدى موافقة العلامة لمتطلبات القانون وفق أحكام قانون العلامات التجارية).

<sup>20</sup> محمد الطيب محمد الخير سرور، مرجع سابق، ص 22.

المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي العدد (6) والسادس إلكترونياً - ديسمبر 2015م

العلامة أن تصبح علامة تجارية، وهل هي مميزة وجديدة، وأن تكون غير مضللة أو مخالفة للنظام العام أو الآداب، ولا تتعارض مع علامة أخرى لها أسبقية عليها<sup>21</sup>. وحتى يتم التسجيل على المسجل أن يقوم بالإعلان بالطرق المقررة، وهي النشر في الجريدة الرسمية، وللمسجل سلطة في رفض طلب التسجيل أو وضع شروط لتعديل العلامة، وعند الرفض أو تعديل الشروط يحق لمقدم الطلب أن يستأنف القرار أمام المحكمة المختصة وهي المحكمة العامة.

## 2/ الاعتراض على التسجيل

يجوز الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية في القانون السوداني بموجب المادة (18) من قانون العلامات التجارية لسنة 1969م<sup>22</sup>، على ضوء ذلك جاء قضاء المحكمة العليا<sup>23</sup>.

أخلص من ذلك أن المادة (18) المشار إليها حددت الشخص الذي له حق الاعتراض وهو صاحب المصلحة، وقد يكون التاجر المنتج للبضاعة أو الموزع لهذه البضاعة أو المستهلك الذي يتضرر من إمكانية تضليله بغض النظر من وجود البضاعة أو تمييز الخدمة. فالأمر متروك للمحاكم وفقاً لسلطاتها التقديرية في تفسير النص ولمحاولة الوصول لتحديد من له حق الاعتراض على التسجيل باعتباره صاحب مصلحة<sup>24</sup>.

<sup>21</sup> عبد الله عبد الكريم عبد الله، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2008م، ص 86.

<sup>22</sup> حيث ورد: (يجوز لأي شخص مقيم في السودان تكون له مصلحة أن يعترض على تسجيل أية علامة تجارية خلال ستة أشهر من تاريخ الإعلان لقبول التسجيل، ولأي شخص خارج السودان أن يتقدم بطلب الاعتراض خلال ثمانية أشهر من تاريخ الإعلان).

<sup>23</sup> سابقة مجموعة إسطفانوس/ ضد/ شركة أرما كريستال للصناعات غير منشورة، بالرقم مع/ ط م / 601/2004م.

<sup>24</sup> محمد الطيب محمد الخير سرور، مرجع سابق، ص 28.

المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي العدد (6) والسادس إلكترونياً - ديسمبر 2015م  
كما حدد القانون أسباب الاعتراض على التسجيل<sup>25</sup> في أحوال على سبيل  
الحصر تمثلت في:

أ/ أن العلامة غير قابلة للتسجيل وفقاً للقانون.  
ب/ أن مقدم طلب العلامة قد حصل على العلامة عن طريق الغش.  
ج/ أن لم تكن هناك نية لاستعمال العلامة عند تقديم الطلب وأن مقدم الطلب قد  
تخلى عن علامته نهائياً.

أما إجراءات الاعتراض تتمثل في إيداع الاعتراض بالطريقة المقررة وهي  
الكتابة مع إرسال نسخه من الاعتراض لمقدم طلب التسجيل، فالاعتراض يتم قبل  
التسجيل حتى يتم إخطار مقدم طلب التسجيل ليقدم ما يعتمد عليه في تقديم طلب  
التسجيل، وفي حالة عدم الرد يعتبر كأنه قد تخلى عن طلبه، وعلى المسجل أن  
يحدد ميعاد لسماع الأطراف أما شفاهة أو في شكل إقرار مكتوب، ويجب على  
المسجل أن يقرر في الاعتراض المقدم بالقبول أو الرفض، ويجوز استئناف هذا  
القرار أمام المحكمة<sup>26</sup>.

### 3/ شروط تسجيل العلامة التجارية

لم ينص القانون على شروط التسجيل في نص خاص ولكن من خلال تعريف  
العلامة التجارية يمكن حصرها في الشروط الآتية:  
أ/ أن تكون علامة ظاهرة متصلة أو متعلقة بأي بضائع أو خدمة، بمعنى أن  
تكون العلامة موجودة على البضاعة أو الخدمة من الخارج وبشكل ظاهر واضح  
ومتصلة بالمنتج نفسه.

<sup>25</sup> قانون العلامات التجارية لسنة 1969م، المادة (8).

<sup>26</sup> محمد الطيب محمد الخير سرور، مرجع سابق، ص 96.

المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي العدد (6) والسادس إلكترونياً - ديسمبر 2015م

ب/ أن تكون مستعملة أو مقترح استعمالها، بمعنى أن تكون العلامة المراد تسجيلها مستعملة وذلك بأن يكون قد تم استعمالها ووضعها على السلعة أو الخدمة.

ج/ أن تكون العلامة مميزة، أي أن يكون لها شكل مميز وغير عادي حتى يمكن تسجيلها كعلامة مميزة للبضاعة أو الخدمة.

تعتبر العلامة غير قابلة للتسجيل في أحوال قررها القانون بموجب المادة(8)<sup>27</sup>.

وهناك علامات لا يجوز تسجيلها إلا بموافقة صاحب المصلحة<sup>28</sup> هي: العلامة التي تشبه علامة أخرى تم تسجيلها أو إيداعها أو هناك ادعاء من شخص يدعي حق أولوية بالنسبة لنفس البضائع أو بضائع أخرى وتؤدي إلى تضليل الرأي العام، والعلامة التي تعتبر إعادة طبع كامل أو جزئي أو تقليد أو ترجمة أو نسخة لعلامة أخرى أو تؤدي إلى تضليل الرأي العام حول علامة رائجة في البلاد ويمتلكها شخص ثالث<sup>29</sup>.

#### 4/ الحقوق المترتبة على تسجيل العلامة التجارية:

يختلف نطاق الحماية القانونية للعلامة المسجلة والعلامة المستعملة فقط دون تسجيلها. فالعلامة المسجلة تمتد حمايتها في الدولة التي سجلت بها وأي دولة

---

<sup>27</sup>العلامة التي تتكون من أشكال ونماذج تعكس طبيعة هذه البضائع أو أغراضها الصناعية، العلامة التي تتكون أساساً من رموز أو دلالة ويمكن أن تؤدي إلى كشف خصائص السلعة مثل نوعها أو كميتها أو عرضها أو قيمتها أو منشئها، العلامة الشائعة الاستعمال أو متداولة لغوياً، العلامة التي تتعارض مع النظام العام والآداب، العلامة التي تقلد النياشين العسكرية أو أعلام الدول أو أي منظمات حكومية أو دولية إلا بموافقة الدولة أو المنظمة، العلامة التي تقلد العلامة الرسمية أو الخاتم الرسمي للدول إذا وافقت الدولة على ذلك، العلامة التي تشبه أي شعار خاص بمنظمة دينية أو طائفة أو قبلية، والعلامة التي تقلد أو تشبه صورة أي زعيم ديني أو طائفي.

<sup>28</sup> محمد الطيب محمد سرور، مرجع سابق، ص 213.

<sup>29</sup> حسام أحمد حسين مكي، مرجع سابق، ص 89.

المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي العدد (6) والسادس إلكترونياً - ديسمبر 2015م

أخرى إذا كان هناك تسجيل دولي لها. أما في حالة عدم التسجيل فإن استعمال العلامة دون تسجيلها يحصر حمايتها في داخل الدولة التي تستعمل فيها العلامة فقط<sup>30</sup>. لذلك فإن للتسجيل أهمية كبرى لبسط الحماية على نطاق واسع، سواء كان على نطاق إقليمي أو دولي، وخاصة إذا كانت الدولة منضمة إلى الاتفاقيات الدولية، وتعتبر الحماية من أهم الحقوق المترتبة على التسجيل.

كما أعطى المشرع<sup>31</sup> صاحب العلامة التجارية المسجلة الحق في التنازل عن العلامة التجارية وتحويلها مع المشروع التجاري كله أو بدونه وذلك لكل البضائع المسجلة باسمه أو جزء من هذه البضائع بحيث لا يؤدي هذا التنازل إلى تضليل المستهلك وإرباكه، وقد اشترط القانون تسجيل هذا التنازل وإلا اعتبر باطلاً خلال ستة أشهر من تاريخ التنازل ويتفق هذا النص مع ما جاء في اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس) حيث أعطى مالك العلامة الحق في التنازل عنها مع أو بدون تحويل للمشروع<sup>32</sup>.

خلص الباحث من ذلك أن الحقوق المترتبة على تسجيل العلامة التجارية تتمثل في الاستعمال والتنازل، بالإضافة لذلك للعلامة التجارية مدة صلاحية،

<sup>30</sup> حسام أحمد حسين مكي، المرجع السابق، ص 94.

<sup>31</sup> قانون العلامات التجارية السوداني لسنة 1969م، المادة (21) حيث جاء النص كالاتي (يجوز التنازل عن العلامة التجارية أو تحويلها مستقلة عن تحويل كل أعمال صاحب التسجيل أو جزء منها وذلك بالنسبة لكل البضائع المسجلة باسمها أو جزء من تلك البضائع على أن تستعمل العلامة بواسطة الشخص المحال إليه بحيث لا ينطوي الأمر على خديعة وارتباك، يجب أن يسجل التنازل عند طلب أي من الطرفين خلال ستة أشهر من تاريخه وبعد دفع الرسوم المقررة، وفي حالة الإخفاق في التسجيل يصبح التسجيل لا غيا وعند اقتناع المسجل بإجراءات التنازل أو التحويل يتعين عليه تسجيل ذلك التنازل، ويكون قرار المسجل في ذلك خاضعاً للاستئناف أمام المحكمة المختصة).

<sup>32</sup> صلاح الدين الناهي، مرجع سابق، ص 199.

المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي العدد (6) والسادس إلكترونياً - ديسمبر 2015م  
وأيضاً يمكن إلغاء تسجيلها. لذلك سوف أتناول هذه الجزئيات بالبحث قبل دراسة  
الحماية القانونية المدنية.

#### أ / استعمال العلامة المسجلة:

الأصل أن يقوم مالك العلامة المسجلة باستعمالها، قد يسمح صاحب العلامة  
المسجلة لشخص طبيعي أو اعتباري باستعمال تلك العلامة، ويعتبر ذلك  
الاستعمال استعمال بواسطة المالك المسجل نفسه. وهذا التعامل هو السائد الآن  
خاصة في دول العالم الثالث لتمكين نقل التكنولوجيا من الدول المتقدمة صاحبة  
المعرفة والعلم، وأعطى القانون صاحب الحق السلطة في الإشراف على استعمال  
هذه العلامة فيما يتعلق بطبيعة وخصائص السلعة أو الخدمة. واشترط القانون عند  
الترخيص باستعمال العلامة؛ تسجيل الاتفاق خلال ستة أشهر من تاريخ الاتفاق،  
وإصدار شهادة من المسجل بتوقيعه على النموذج المقرر، كما أن أي اتفاق لم  
يستوفي الشروط المذكورة لا يُعد له أثر ويعتبر باطلاً<sup>33</sup> ومن تطبيقات القضاء  
على ذلك ما جاء في قضية شركة بأجاج أوتوا لمتد /ضد/ عبد الرحمن عبد الله  
مراجعة /2001/485م<sup>34</sup>.

#### ب / التخلي عن التسجيل:

يجوز لمالك العلامة المسجلة التخلي عن تسجيل أية علامة تجارية كلياً أو  
جزئياً بالنسبة للبضائع التي سجلت باسمها العلامة وذلك بالطرق المقررة بعد دفع  
الرسوم للنشر وقد جاء النص قاصر على البضائع دون الخدمات<sup>35</sup>.

#### ج /إلغاء التسجيل:

---

<sup>33</sup> قانون العلامات التجارية السوداني لسنة 1969م، المادة (22).  
<sup>34</sup> مجلة الأحكام القضائية لعام 2001م، ص 148. حيث قضت المحكمة بمنع المدعى عليه من  
استعمال العلامة التجارية للمدعي، لان المدعي هو الوكيل المعتمد بالسودان، وسجل هذه  
العلامة وقام المدعى عليه دون وجه حق باستيراد عدد 24 رقشة تحمل علامته المسجلة  
<sup>35</sup> قانون العلامات التجارية السوداني لسنة 1969م، المادة (23).

المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي العدد (6) والسادس إلكترونياً - ديسمبر 2015م

تأمر المحكمة بإلغاء التسجيل عند طلب أي شخص له مصلحة في ذلك أو عند طلب المسجل، إذا لم تكن العلامة مستحقة التسجيل وفقاً لأحكام هذا القانون، إذا حصل الشخص على العلامة عن طريق الغش، أو إذا لم تستعمل العلامة بعد تسجيلها في جمهورية السودان<sup>36</sup>. دون سبب وجيه خلال خمس أعوام متتالية قبل الادعاء بعدم الاستعمال، وتقرر المحكمة حسب ظروف القضية بالنسبة لمن يقع عليه عبء الإثبات عند ادعاء عدم استعمال العلامة أو استعمالها، وهذه الأسباب تختلف عن أسباب الاعتراض التي وردت في المادة (8) من قانون العلامات التجارية لسنة 1969م، بل نجدها أسباب محددة لرفع دعوى إلغاء التسجيل.

#### 5/مدة صلاحية تسجيل العلامة

مدة صلاحية تسجيل العلامة التجارية عشر سنوات من تاريخ التسجيل، ولكن يجوز في أي وقت خلال الستة أشهر قبل انقضاء الفترة تقديم طلب لتجديد تسجيل العلامة، على أن لا يتم أي تغيير في العلامة نفسها أو في قائمة البضائع أي أن يتم التجديد لنفس العلامة ولنفس البضائع، ولكن النص أعطى مقدم الطلب أن يحذف بعض البضائع من القائمة<sup>37</sup>.

كما يسمح المشرع بمهلة إضافية محددة بستة أشهر عند انتهاء المدة المحددة للتجديد في مقابل التزام مالي إضافي. وعند استعمال العلامة من قبل شخص آخر يجب ألا تتجاوز الفترة المسموح بها للاستعمال فترة تسجيل العلامة نفسها، بمعنى أنه إذا سمح مالك العلامة لشخص آخر استعمال علامته يجب ألا يتجاوز الفترة المسموح بها في الاتفاق فترة تسجيل العلامة نفسها وهي العشرة سنوات<sup>38</sup>.

<sup>36</sup> قانون العلامات التجارية السوداني لسنة 1969م، المادة (24) المعدلة بالقانون رقم 40 لسنة 1974م.

<sup>37</sup> عادل شمس الدين محمد، العلامات التجارية في القانون السوداني والقوانين المقارنة، الخرطوم،

2009م، ص 14.

38 حسام أحمد حسين مكي، مرجع سابق، ص 87.

المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي العدد (6) والسادس إلكترونياً - ديسمبر 2015م  
بعد تناول المفهوم القانوني للعلامة التجارية، ماهي الحماية القانونية المقررة  
لتلك العلامة التجارية؟

### الحماية القانونية المدنية للعلامة التجارية

الأصل أن الحماية المدنية للعلامة التجارية تكون للعلامات التجارية المسجلة  
وغير المسجلة على عكس الحماية الجنائية والتي تشترط أن تكون العلامة مسجلة  
حتى يتم حمايتها أمام المحاكم الجنائية<sup>39</sup>.

في حالة الدعوى المدنية الاختصاص يكون للمحكمة العامة وفق نص المادة  
(3) من قانون العلامات التجارية والتي جاء فيها: (في هذا القانون ما لم يقتضي  
السياق معنى آخر المحكمة يقصد بها المحكمة العامة المختصة)، جاءت المادة  
2/18 من قانون الإجراءات المدنية لسنة 1983م على أن تختص محكمة العامة  
دون غيرها من المحاكم بالحكم ابتدائياً في المسائل المتعلقة بالشركات والعلامات  
وأسماء الأعمال ودعوى الإفلاس والصلح الوافي<sup>40</sup>.

وتعتبر الحماية المدنية هي الطريق الوحيد لحماية العلامة التجارية غير  
المسجلة من الضرر المادي والأدبي الذي يلحق بصاحب العلامة التجارية للحكم  
له بمنع التعدي والتعويض، وللمدعي أن يتقدم بطلب للمحكمة بعد رفع الدعوى  
لمنع المدعى عليه من استمرار التعدي ومنعه من إزالة آثار التعدي بإخفاء المواد  
التي استعملت في التعدي وذلك للحجز على البضاعة التي تحمل العلامة المعتدية  
ومنع الاستمرار في التعدي<sup>41</sup>.

تتمثل الحماية القانونية للعلامة، في استئناف قرار المسجل فيما يتعلق  
بالاعتراض على التسجيل، أو إذا تم الحصول على العلامة عن طريق الغش، كأن

---

39 محمد الطيب محمد الخير سرور، مرجع سابق، ص 101.

40 قانون الإجراءات المدنية لسنة 1983م، المادة (2/18).

41 قانون الإجراءات المدنية السوداني لسنة 1983م، اختصاص المحكمة المدنية العامة.

المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي العدد (6) والسادس إلكترونياً - ديسمبر 2015م

يتم تزوير في المستندات الخاصة بسجل العلامة التجارية فيحق للمالك العلامة أن يرفع دعوى لإلغاء هذا التسجيل والذي تم عن طريق الغش<sup>42</sup>، وأيضاً إذا لم تستعمل العلامة بعد تسجيلها في السودان دون سبب وجيه خلال خمسة أعوام متتالية قبل الادعاء بعدم الاستعمال، وفي حالة عدم الاستعمال يحق لأي شخص له مصلحة أن يرفع دعوى لإلغاء التسجيل وتسمع المحكمة الدعوى وتقرر حسب البيئة المقدمة وظروف الدعوى لتقرر في شأن هذه العلامة. كما يمكن الادعاء أمام المحكمة المدنية عند وجود تنافس في الطلبات بشأن العلامات المتشابهة وذلك يكون في حالة إذا ادعى شخص من عدة أشخاص بأنه هو المالك لنفس العلامة أو لعلامات تجارية مشابهة وطالب بأن يسجل بوصفه المالك لها، فعلى المسجل إحالة النزاع إلى المحكمة العامة المختصة، والمحكمة تقرر في هذا النزاع<sup>43</sup>.

من صور الحماية القانونية المدنية: دعوى المنافسة غير المشروعة، و دعوى حماية العلامة التجارية المشهورة، على ضوء ذلك سوف أتناول هذه الصور، مع بيان الحماية الدولية.

#### أولاً: دعوى المنافسة غير المشروعة

في هذه الدعوى يكفي أن يكون فعل المعتدي من قبل المنافسة غير المشروعة<sup>44</sup>. وتعد أعمال تقليد وتزوير العلامة التجارية من أعمال المنافسة غير المشروعة ويحق للمتضرر أي المعتدى عليه أن يطالب بالتعويض، وإيقاف هذه

---

42 قانون العلامات التجارية لسنة 1969م، المادة (24)

<sup>43</sup> قانون العلامات التجارية السوداني لسنة 1969م، المادة (11).

<sup>44</sup> محمد حسين إسماعيل، القانون التجاري الأردني، دار عمار، عمان، 1985م، ص 219 حيث ورد: المنافسة غير المشروعة؛ هي استخدام الشخص طرق ووسائل منافية للقانون أو العادات أو الشرف، وأفعال التنافس فير المشروع تنقسم إلي أفعال مخالفة للقانون بمعناه الواسع وأخرى مخالفة للعقود.

المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي العدد (6) والسادس إلكترونياً - ديسمبر 2015م

الأعمال غير المشروعة، ويعد من الأعمال المنافسة غير المشروعة وضع بيانات تجارية مغايرة للحقيقة بقصد منافسة صاحب العلامة وإيهام المستهلك بتوافر شروط معينة في البضاعة وكذلك يعد من قبل الأعمال غير المشروعة كالتقليد في طريقة الطبع والألوان على البضاعة أو الخدمة لإيهام المستهلك بأنها بضاعة تاجر آخر. وتحديد التعدي هو من مسائل الوقائع التي تستقل بها محكمة الموضوع لتقدير التعدي ومداه، وتحكم للمضروور في هذه الدعوى بمنع استمرار أعمال المنافسة غير المشروعة والتعويض، إن كان له سبب، أي إذا ترتب ضرر على هذه الأعمال، ولتحديد وجود تعدي أم لا بد أن يكون هناك استعمال للعلامة نفسها أو مشابه له هذا ما ورد في سابقة حمزة البشير إدريس/ضد/رحمة بوكسال<sup>45</sup>، وكذلك جاء في سابقة أم درمان للساعات والبصريات /ضد/محمد علي عباس<sup>46</sup> بأنه ولتحديد أن هناك تعدي على العلامة العبرة باستعمال العلامة أو العلامة المشابهة من قبل الآخرين، وتسبب لبس أو خداع أو احتمال حدوث لبس أو خداع، وعبء إثبات ذلك يقع على المدعي، والعبرة من تحديد حدوث لبس أو خداع بالمستهلك العادي<sup>47</sup>.

وقد حكم في سابقة انجليزية بأنه إذا كانت السلعة تباع إلى قطاع واسع من المستهلكين فإن للمدعي الحق في رفع دعوى حتى على فرض ثبوت أن الأشخاص المتقنين أو المتعلمين لم يتعرضوا للخداع<sup>48</sup>.

وإثبات حدوث تضليل أو غش من المسائل العسيرة ولكن يؤخذ في الاعتبار في تقدير التضليل والغش مع قوانين المنافسة المجحفة هو استعمال العلامة

<sup>45</sup> مجلة الأحكام القضائية 1963م، ط م / 95 / 1963م

<sup>46</sup> مجلة الأحكام القضائية 1967م، ط م / 30 / 1967م

<sup>47</sup> حسام أحمد حسين مكي،، مرجع سابق، ص 197.

<sup>48</sup> عادل شمس الدين محمد، مرجع سابق، ص 98.

المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي العدد (6) والسادس إلكترونياً - ديسمبر 2015م  
التجارية المطالب بإلغائها لسلعة أو بضاعة من نفس النوع لبضاعة المدعي،  
وتكتفي المحكمة بما يقدم من بيانات لتوضح الآثار السلبية للمدعي نتيجة للمنافسة  
المجحفة ومدى تأثير سلعته من حيث الإقبال عليها في السوق.

### 1/ كيفية تحديد التعدي:

التعدي يكون أما بالتقليد أو التزوير؛ التقليد هو: اصطناع لعلامة مشابهة في  
مجموعها للعلامة الأصلية من شأنها تضليل الجمهور لوقوع في اللبس بينهما. إما  
التزوير: هو النقل الحرفي للعلامة التجارية.

محكمة الموضوع هي التي تستقل بتقدير هذا التشابه الذي يؤدي إلى خداع  
المستهلكين، والعبرة في التقليد بأوجه التشابه لا بأوجه الخلاف، ويجب النظر إلى  
العلامة في مجموعها لا إلى كل من العناصر التي تتركب منها، فالعبرة باحتواء  
العلامة على حرف أو رمز أو صورة مما تحتويه العلامة الأخرى، وإنما العبرة  
بالصورة العامة التي تنطبع في الذهن نتيجة لتركيب هذه الحروف وتؤدي إلى  
تضليل المستهلك العادي المتوسط الحرص والانتباه، وعليه يمكن القول بأن أي  
خط أو التباس بين العلامتين أو مصدرهما يؤدي للتضليل والمنافسة المجحفة<sup>49</sup>.  
بما ان تحديد وجود التشابه متروك للسلطة التقديرية للمحكمة، فيمكن لها أن  
تستعين بالخبراء في شتى المجالات، ولكن هناك مدلولات يجب أن نضعها في  
اعتبارنا عند تحديد التشابه وهي:

1/ العبرة بأوجه الشبه بين العلامتين، وليس بأوجه الخلاف.

2/ العبرة باستعمال حاستي السمع والبصر معاً، أي يمكن أن يقع المستهلك في  
لبس وتضليل سواء بالنظر للعلامة أو سماع أسمها.

3/ العبرة بالمستهلك العادي وليس المستهلك المثقف.

2/ الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة:

<sup>49</sup> محمد الطيب محمد الخير سرور، مرجع سابق، ص 104.

المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي العدد (6) والسادس إلكترونياً - ديسمبر 2015م

حاول الاتجاه الغالب في الفقه والقضاء تأسيسها على الأحكام العامة للمسئولية التقصيرية، من خلال خطأ يتمثل في القيام بعمل من أعمال المنافسة غير المشروعة، وضرر قد يكون مادي أو معنوي، عادة تستخلص المحكمة وقوعه من وجود وقائع من شأنها عادة إلحاق الضرر، مع توافر رابطة السببية<sup>50</sup>.  
أمام قصور أحكام المسئولية التقصيرية، حاول جانب من الفقه تأسيس دعوى المنافسة غير المشروعة على قواعد التعسف في استعمال الحق<sup>51</sup>، وتتلخص وجهة النظر هذه فإن التاجر له الحق في المنافسة طالما أنه لم يخرج عن حدودها المشروعة، أما إذا انحرفت المنافسة عن سواء السبيل فإن التاجر الذي يقوم بذلك يكون قد أساء استعمال حقه.

يخلص الباحث مما سبق أن تأسيس دعوى المنافسة غير المشروعة علي اي من المذهبين مقبول ومنطقي وسليم، لأنها دعوى ذات طبيعة خاصة.

### ثانياً: الحماية المدنية للعلامة التجارية المشهورة

العلامة المشهورة تتم حمايتها كاستثناء على مبدئين أساسين في قانون العلامات التجارية هما مبدأ وطنية أو إقليمية قانون العلامات ومبدأ وحدة نوعية السلع أو التخصص، هذه العلامات المشهورة كثرت نتيجة للتطورات الاقتصادية الدولية ومبادئ حمايتها تعززت تدريجياً على صعيد الاتفاقيات الدولية إضافة للقوانين الوطنية والاجتهاد القضائي في الدول المختلفة إلى أن أصبحت مع ظهور الترييس أحد أساسيات قوانين العلامات التجارية الحديثة<sup>52</sup>.

### 1/ تعريف العلامة التجارية المشهورة.

<sup>50</sup> علي حسن يونس، المحل التجاري، دار الفكر العربي، 1963م، ص134.

<sup>51</sup> أكثم أمين الخولي، الوسيط في القانون التجاري، الأموال التجارية، مطبعة النهضة مصر، القاهرة، الطبعة الأولى، 1964م، ص401.

52 كنعان WIPO/IP/UN/AMU/OU/DOC.4 ، ندوة الويبو الوطنية عن الملكية

الفكرية، حماية العلامات التجارية شائعة الشهرة.

المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي العدد (6) والسادس إلكترونياً - ديسمبر 2015م

عرفت المادة الثانية من اتفاقية باريس العلامة التجارية المشهورة بأنها: "العلامة التجارية ذات الشهرة العالمية التي تجاوزت شهرتها البلد الأصلي الذي سجلت فيه، واكتسب شهرة في القطاع المعني من الجمهور في الدولة"<sup>53</sup>، فالعلامة التجارية المشهورة هي في الأصل علامة تجارية عادية، ثم أخذت تنتشر في الأسواق، بصورة أصبحت معها معلومة لمعظم المهتمين في عالم الصناعة أو التجارة أو الخدمات ومرتبطة بمنتجات أو بضائع أو خدمات ذات جودة مميزة من مصدر محدد، وعادة يتم التعرف على مدى شهرة العلامة التجارية من خلال عدة عوامل نشير إليها لاحقاً.

نجد المشرع السوداني لم يتم بوضع تعريف محدد للعلامة التجارية المشهورة في قانون العلامات التجارية لسنة 1969م، أسوة بالمشرع المصري في القانون رقم 82 لسنة (2002)، وذلك لأنه يرى بأن وضع تعريف معين ليس من وظيفة المشرع، وبالرغم من ذلك نجد القضاء قد أصبح حماية محددة على العلامة التجارية المشهورة بحيث منح صاحب العلامة حق التمتع بالحماية المقررة في القانون<sup>54</sup>.

من هنا يمكن القول بأن العلامة ذات الشهرة هي العلامات ذائعة الصيت عالمياً ومعروفة لدى أغلبية أفراد المجتمع، وكمثال عليها (كوكا كولا) للمشروبات الغازية، و(مارلبورو) للسجائر، و(مرسيدس وتايتا) للسيارات، و(ناشونال وسامسونج) للأجهزة الكهربائية حيث تتلخص فكرة العلامة المشهورة بأنها علامة

---

53 صلاح الناهي، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، دار الفرقان، الأردن، 1983م، ص169-170.

<sup>54</sup>محمد حسام لطفي، الحماية القانونية للعلامات التجارية المشهورة وعقد التراخيص، منشورات مركز تحكيم الاتحاد العربي لحماية حقوق الملكية الفكرية، 2013م، ص16

المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي العدد (6) والسادس إلكترونياً - ديسمبر 2015م  
تجارية لها شهرة واسعة ناتجة عن دعمها وتشجيعها أكسبها حماية خاصة من  
اعتداءات قد تقع عليها<sup>55</sup>.

أخلص من ذلك أن العلامة التجارية المشهورة ليست في جوهرها إلا علامة  
تجارية تخضع من حيث تعريفها أو شروطها للأحكام العامة للعلامة التجارية،  
فيجب أن تكون مميزة وجديدة في مجالات استخدامها بالإضافة إلى ضرورة عدم  
مخالفتها للنظام العام وحسن الآداب وذلك وفقاً لأحكام العلامات التجارية<sup>56</sup>.

## 2/ أهمية العلامة التجارية المشهورة

أصبحت العلامة في ظل العولمة والانتشار السريع للتكنولوجيا واحتمام  
المنافسة بين مختلف المنتجات والبضائع والخدمات، تحظى بأهمية كبيرة على  
اعتبار أنها أداة المالك للمشروع في اختراق الأسواق، وكذلك أدواته للمحافظة على  
اسم وسمعة شركته، ونظير هذه الأهمية التي تحظى بها العلامة نجد أن مالكيها  
يدفع في سبيل تمييزها عن غيرها مبالغ كبيرة جداً، كما ويقوم وتحقيقاً لنفس الهدف  
من خلال حملات دعائية وترويجية وإعلانية هائلة لا تشمل بلد المنشأ لهذه  
العلامة بل تمتد عبر أثير وفضائيات القنوات التلفزيونية<sup>57</sup>.

## 3/ معايير تحديد ما إذا كانت العلامة التجارية مشهورة

هنالك الكثير من المعايير التي من الممكن أن تقاس عليها مدى شهرة  
العلامات التجارية وهي موجودة في كثير من القوانين الوطنية وتقارير المنظمات

---

<sup>55</sup> حمدي غالب الجعبر، العلامات التجارية الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، منشورات  
الحلبي الحقوقية، 2012، ص 443

<sup>56</sup> سميحة القليوبي، الحماية القانونية للعلامة التجارية المشهورة وعقد الترخيص باستخدام العلامة  
التجارية، منشورات مركز تحكيم الاتحاد العربي لحماية حقوق الملكية الفكرية، 2010م، ص 2

<sup>57</sup> عامر محمد الكسواني، الحماية القانونية للعلامات التجارية المشهورة وعقد التراخيص، منشورات  
مركز تحكيم الاتحاد العربي لحماية حقوق الملكية الفكرية، 2013، ص 73.

المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي العدد (6) والسادس إلكترونياً - ديسمبر 2015م

الدولية الخاصة بالعلامات التجارية بحيث يمكن الاسترشاد بها، حيث أن درجة ما يبذله مالك العلامة التجارية من جهد وأموال في سبيل الترويج لعلامته التجارية ومنتجه وما يسعى إليه من إبقاء سمعة علامته وصورتها ملتصقة في ذهن القطاع المعني من الجمهور، بالإضافة إلى درجة العناية التي يبذلها في مراقبة المرخصين باستعمال علامته التجارية على منتجاتهم ومراقبة أي أعمال تعدّ قد تقع على علامته التجارية كل هذه الأمور تعد من الأمور التي يمكن القياس عليها لتحديد درجة شهرة العلامة التجارية وهل هي جديرة بالحماية باعتبارها علامة مشهورة أم لا<sup>58</sup>. أما المعايير التي يمكن الاعتماد عليها لتحديد فيما إذا كانت العلامة التجارية مشهورة أم لا فهي: درجة معرفة أو تميز القطاع المعني من الجمهور للعلامة<sup>59</sup>، مدة الانتفاع بالعلامة ومدى الانتفاع ونطاقه الجغرافي الترويج للعلامة التجارية ومدته ونطاقه الجغرافي<sup>60</sup>، قيمة العلامة<sup>61</sup>، إنفاذ الحق في العلامة والاعتراف الرسمي بكون هذه العلامة مشهورة، وأخيراً مدة وعدد التسجيلات المتعلقة بالعلامة أو عدد طلبات التسجيل.

#### 4/الحماية المدنية للعلامة التجارية المشهورة

نجد أن القوانين قد قررت حمايتها المدنية للعلامة التجارية المشهورة، ولو لم تكن مسجلة بيد أنه قد ميزت فيما يتعلق بالشروط الواجب توافرها لتقرير الحماية للعلامة التجارية المشهورة في حالة قيام غيرهم بالاعتداء على العلامة المشهورة عن طريق استعمالها على بضائع مشابهة أو مماثلة، للبضائع التي تميزها العلامة

<sup>58</sup> حمدي، مرجع سابق، ص 542

<sup>59</sup> بسام مصطفى عبد الرحمن، الحماية المدنية للعلامة المشهورة، جامعة عمان الأهلية، 2013، ص 20.

<sup>60</sup> عدنان غسان برانبو، التنظيم القانوني للعلامة التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، 2012، ص 38.

<sup>61</sup> بسام، مرجع سابق، ص 22

المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي العدد (6) والسادس إلكترونياً - ديسمبر 2015م  
المشهورة، عن الشروط الواجب توافرها في حالة قيام غيرهم بالاعتداء على العلامة  
المشهورة عن طريق استعمالها على بضائع غير مشابهة أو مماثلة للبضائع التي  
تميزها العلامة المشهورة، فتطلب في الحالة الثانية شروطاً أكثر تشدداً من الحالة  
الأولى. إلا أن المشرع المصري قد قصر الحماية المقررة للعلامة المشهورة على  
حالة طلب تسجيل علامة مطابقة لها فقط<sup>62</sup>.

إزاء ذلك خلص الباحث من أن الحماية القانونية المدنية لعلامة التجارية  
تتمثل في دعوى المنافسة غير المشروعة، ودعوى حماية العلامة التجارية  
المشهورة، وهي التي تضمن ممارسة المالك للعلامة حقوقه بشكل هادئ وطبيعي  
وهي بمثابة المظلة التي تستظل بها العلامة، إذا كانت العلامة مسجلة أم غير  
مسجلة، وتظهر أهميتها جلياً بالنسبة للعلامات غير المسجلة التي يفقد مالكيها حقه  
في الحماية الجنائية.

كما توجد حماية دولية للعلامة التجارية نتطرق لها من أجل استكمال جوانب  
موضوع البحث من حيث الحماية الوطنية والدولية.

### ثالثاً: الحماية الدولية للعلامة التجارية

الأساس القانوني للحماية الدولية للعلامات التجارية اتفاقية باريس (وثيقة  
ستوكهولم)<sup>63</sup>، والتي انضم إليها السودان العام 1984م وصادق عليها وبالتالي  
أصبحت نافذة المفعول على القانون الوطني في حالة التعارض.

---

<sup>62</sup> عبد الرحمن السيد فرحات، الاتجاهات الحديثة في حماية العلامة التجارية، دار الفكر  
الجامعي، الإسكندرية، 2005م، ص 101.

<sup>63</sup> جلال وفاء محيين، الحماية القانونية للملكية الصناعية، دار الجامعة الجديدة، 2004م، ص  
103.

المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي العدد (6) والسادس إلكترونياً - ديسمبر 2015م  
وجد الحماية الدولية مقررة في السودان بجانب الحماية الوطنية، بعد أن أنضم  
لاتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات التجارية في عام 1984م، وقد تم  
تقسيم الاتفاقية إلى أربعة أقسام تمثلت في الآتي:

### 1/ حق المعاملة الوطنية

حق المعاملة الوطنية من الاتفاقية وردت فيه أحكام تضمنت حقاً أساسياً، لكل  
دولة من الدول الأعضاء يتمثل في أن على كل دولة من الدول الأطراف في  
اتفاقية باريس أن تمنح مواطني الدول الأعضاء الأخرى المزايا نفسها التي تمنحها  
لمواطنيها، ويجب أن تمنح المعاملة الوطنية لمواطني الدول غير الأعضاء في  
الاتفاقية إذا كانوا مقيمين في بلد عضو أو كان لهم في هذا البلد منشآت صناعية  
أو تجارية حقيقية وفعالة<sup>64</sup>.

هذه القاعدة للمعاملة الوطنية من أهم ركائز الحماية لأنها تضمن عدم التمييز،  
غير أن تطبيق القوانين الوطنية على مواطن دولة أخرى لا يمنعه المطالبة بحقوق  
أكثر مميزة له نصت عليها اتفاقية باريس، لأن مبدأ المعاملة الوطنية يجب أن  
يطبق دون الإخلال بتلك الحقوق، على أن يستثنى من هذا المبدأ أحكام القوانين  
الوطنية المتعلقة بالإجراءات القضائية والإدارية وشروط التمثيل<sup>65</sup>.

### 2/ حق الأولوية

يعني حق الأولوية أن يتم عند إيداع طلب وفقاً للقوانين للحصول على حقوق  
الملكية الصناعية في إحدى الدول الأعضاء، أن يكتسب حقوقاً معينة خلال فترة  
محددة، ومن مزايا حق الأولوية لمقدم الطلب الذي يريد الحصول على الحماية في

---

<sup>64</sup> علي صادق أبو هيف، الملكية الصناعية والمحل التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة،  
1971م، ص 116.

<sup>65</sup> اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المادة (3/2)، المنظمة العالمية للملكية الفكرية.

المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي العدد (6) والسادس إلكترونياً - ديسمبر 2015م  
عدة بلدان بأن لا يشترط تقديم الطلبات في كل البلدان في نفس الوقت إذ يملك مهلة لكي يقرر في أية بلدان يريد طلب الحماية<sup>66</sup>.

### 3/ تنظم الحقوق والواجبات

تضمن عدداً من القواعد العامة التي تشمل أحكام تنظم الحقوق والواجبات وكيفية وضع تشريع لكل بلد يتوافق مع هذه الاتفاقية.

### 4/ الإطار الإداري

تضمن الإطار الإداري الذي وضع لتنفيذ الاتفاقية، وفيما يتعلق بالعلامات التجارية تناولت الاتفاقية نصوصاً خاصة بتسجيل العلامة واشتراط الانتفاع بها وإمكانية إلغاء التسجيل<sup>67</sup>، وكذلك مسألة الانتفاع المتزامن بالعلامة نفسها من جانب منشآت مختلفة حيث نصت أن هذا الانتفاع لا يحول دون تسجيل العلامة إلا إذا أدى إلى تضليل الجمهور أو تعارض مع مصلحة العلامة، ونصت الاتفاقية على مبدأ استغلال العلامات بحيث أعطت كل دولة الحق في وضع الشروط الخاصة بإيداع أو تسجيل العلامة<sup>68</sup>. وتناولت الاتفاقية العلامات التجارية المشهورة، باعتبار أن من حق أي علامة اكتسبت شهرة واسعة وسمعة جيدة أن تعطي لمالكها حقاً في الحماية<sup>69</sup>. كما جعلت تحديد شهرة العلامة من اختصاص القضاء الوطني والمسجل التجاري. بالإضافة لنصوص خاصة بكيفية التنازل عن العلامة، بحيث منعت التنازل عن العلامة دون نقل متزامن مع المنشأة التي تملك العلامة أو التنازل عن العلامة مع المنشأة المعنية.

<sup>66</sup> محمد الطيب محمد الخير سرور، مرجع سابق، ص 167.

<sup>67</sup> سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص 311.

<sup>68</sup> سائد أحمد الخولي، مرجع سابق، ص 182.

<sup>69</sup> صلاح الدين الناهي، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، مرجع سابق، ص 288.

مراجع البحث

- 1/ القرآن الكريم.
- 2/ أكثم أمين الخولي: الوسيط في القانون التجاري، الأموال التجارية، مطبعة النهضة، القاهرة، 1964م.
- 3/ جلال وفاء محمدين: الحماية القانونية للملكية الصناعية، دار الجامعة الجديدة، 2004م.
- 4/ حسام أحمد حسين مكي: الملكية الفكرية، شركة مطابع السودان للعملة، 2006م.
- 5/ حمدي غالب الجعير: العلامات التجارية وضمانات حمايتها، منشورات الحلبي الحقوقية، 2012م.
- 6/ سائد أحمد الخولي: حقوق الملكية الصناعية، عمان، الأردن، 2005م.
- 7/ سميحة القليوبي: الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، الإسكندرية، 2005م.
- 8/ سميحة القليوبي: الحماية القانونية للعلامة التجارية المشهورة، مركز تحكيم الاتحاد العربي، 2010م.
- 9/ صلاح الناهي: العلامات التجارية وطنياً ودولياً، دار الفرقان، الأردن، 1983م.
- 10/ عادل شمس الدين محمد: العلامات التجارية في القانون السوداني والقوانين المقارنة، 2009م.
- 11/ عامر الكسواني: الحماية القانونية للعلامات التجارية المشهورة، مركز تحكيم الاتحاد العربي، 2013م.
- 12/ عبد الرحمن فرحات: الاتجاهات الحديثة في حماية العلامة التجارية، دار الفكر، الإسكندرية، 2005م.
- 13/ عبد الله عبد الكريم: الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية، دار الجامعة، الإسكندرية، 2008م.
- 14/ عدنان غسان برانبو: التنظيم القانوني للعلامة التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، 2012م.

- المجلة العلمية لجامعة الإمام المهدي العدد (6) والسادس إلكترونياً - ديسمبر 2015م
- 
- 15/ علي حسن يونس: المحل التجاري، دار الفكر العربي، 1963م،
- 16/ علي صادق أبو هيف: الملكية الصناعية والمحل التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة، 1971م.
- 17/ ماهر فوزي حمدان: حماية العلامات التجارية، منشورات الجامعة الأردنية، 1999م
- 18/ محمد الطيب محمد الخير سرور: العلامة التجارية في القانون السوداني والاتفاقيات الدولية، 2008م
- 19/ محمد حسام لطفي: الحماية القانونية للعلامات التجارية المشهورة، مركز تحكيم الاتحاد العربي، 2013م
- 20/ محمد حسين إسماعيل: القانون التجاري الأردني، دار عمار، عمان، 1985م
- 21/ محمد محسن إبراهيم: التنظيم القانوني للملكية الصناعية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005م،
- 22/ مصطفى كمال طه: القانون التجاري اللبناني، بدون دار نشر، الطبعة الأولى، 1968م
- 23/ قانون الإجراءات المدنية لسنة 1983م.
- 24/ قانون العلامات التجارية السوداني لسنة 1969م.
- 25/ القانون المدني المصري لسنة 1939م.
- 26/ اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية.
- 27/ اتفاقية مدريد لحماية الملكية الفكرية لسنة 1984م.
- 28/ مجلات الأحكام القضائية السودانية 1963م، 1967م، 2004م . المكتب الفني للمحكمة العليا.