



ردمك 1858.38077
مجلة الشريعة والقانون



تصدر عن كلية الشريعة والقانون بجامعة افريقيا العالمية - السودان
نصف سنوية - علمية - محكمة

بحوث العدد:

- جريمة غسل الأموال مفهومها وأركانها وفق قانون مكافحة غسل الأموال لسنة 2004م -دراسة مقارنة
د. عبد الله محمد البشير السنوسي
- الحصانة الفكرية طريقاً لمواجهة الإرهاب
د. بشير محمد عبد العالي شمام
- مخالفة المزجد الشيخين الراضي والنووي من خلال كتابه العباب - كتاب البيع
د. رياض فرج مبروك بن عبدات
- حصانات قوات حفظ السلام الدولية بين النظرية والتطبيق (دراسة مقارنة)
د. الوليد عبد الحق الصديق محمود
- الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني
د. صقر إبراهيم صقر المرزوقي
- حماية العلامة التجارية غير المسجلة في القانون السوداني والمقارن
د. سماح العطا بابكر محمد
- موائمة القوانين السودانية في حماية الأطفال العاملين للاتفاقيات والتشريعات الدولية
د. وهيب أحمد ماهر أغا

السنة السابعة عشر- العدد الثالث و الثلاثون جمادى الآخرة 1440 هـ- فبراير 2019م



حماية العلامة التجارية غير المسجلة في القانون السوداني والمقارن

د. سماح العطا بابكر محمد (*)

المُستخلص

تمثّل موضوع الدراسة في تناول المُشكلات القانونيّة التي تُواجه العلامة التجاريّة غير المُسجّلة فيما يتعلّق بالاعتداء المدني، أو الجنائي الذي يستوجب القيد والتسجيل لبسط الحماية القانونيّة. يهدف البحث لحماية العلامة التجاريّة غير المُسجّلة في القانون السُوداني والمُقارن لذا اتبع البحث المنهج التحليلي المُقارن. توصل البحث في نتائج إلى أن المُشرع السُوداني في قانون العلامات التجاريّة يعتبر تسجيل العلامة بينة مبدئية لنشؤ الحق، أي أنها قرينة على الحق لا على الملكية، ولكنها قرينة ضعيفة هشّة يُمكن إثبات عكسها؛ إذ أن التطبيق القضائي يأخذ بواقعة الأسبقية في استعمال العلامة كقرينة قاطعة على الحق والملكية، ومن ثمّ يستحق صاحبها التمتع بالحماية القانونيّة. وأوصى البحث بضرورة تقرير الحماية الجنائية للعلامة غير المُسجّلة بناءً على مبدأ الأسبقية في الاستعمال، مع مُراعاة مبدأ حسن النية. كما أوصى البحث بضرورة تقرير الحماية المدنية للعلامة حتى وإن لم تُسجّل أخذاً في الإعتبار بشأنها مبدأي أسبقية الاستعمال والتسجيل القانوني الصحيح للعلامة التجاريّة. كما أوصى البحث بضرورة تحديد سقف أعلى لقبول طلب تسجيل العلامة "بستين يوماً" كحد أقصى.

(*) أستاذ مساعد بقسم القانون التجاري، كلية القانون، جامعة النيلين - السودان.

Abstract

The subject of the study has taken the dealing whit legal problems that are related to unregistered trademarks in civilian or criminal assault that requires registration to extend the legal protection.

The objective of this research is to protect unregistered trade marks in comparison Sudanese law, and for so the research has come to the conclusion of that Sudanese legislator in trademark law considered that registering trademark as an intial evidence for the genesis rights which is an indicator right not for owning, but it is a vulnerable clue can be proved otherwise, because applying the judicial is taken by materialiging precedence for who used the marks first as a vivid evidence for the right and owning, and they deserve enjoying all legal protection.

The reseach has also recommended for reporting the protection of unregistretered trade mark based on the principle of priority of using with taking into consideration of the intention. It is also recommended the necessity of reporting protection for the trademark even if it is not registered with take into account the tow principles of using and the correct legal registration for the trademark.

The research also recommends the necessity of calibration on having a top roof for accepting requests for regisrating trademark which is "60 days" as maximum.

مقدمة

قد تكون العلامة التجارية مُبتكرة ومُميزة وغالبية الثمن إلّا أن صاحبها لم يَقم بإجراء عملية التسجيل والقيّد لدى مُسجل عام الملكية الفكرية، وقد بدأت هذه العلامة نشاطها على أرض الواقع وتعلقت في أذهان المستهلكين مُمِيزةً لسلع مُعينة يُفضلون شراءها، إلّا أن هذه العلامة قد تتعرض لمنافسة غير مشروعة من قبل الغير، ويقف مالِكها مُكبّل الأيدي دون توفر حماية حيالها، كأنما الأمر جزءاً عليه لعدم تسجيله إياها؛ ومن هنا تأتي مُشكلة الموضوع. ومن المعلوم أن العلامات التجارية تُعتبر من أهم موضوعات الملكية الفكرية، وبالأحرى والأخص تُعد من أهم موضوعات وحقوق الملكية التجارية، لما تتمتع به من دور فاعل في حياة النشاط التجاري والاقتصادي. إن تُعد حماية العلامة من الأهمية بمكان في النشاط التجاري، وبالتحديد في أسواق الدول المختلفة، لذلك أفردنا لها هذه الدراسة للحديث عنها وفقاً لاتفاقية تريبس 1994م، والقانون السوداني الذي نظم العلامات التجارية في أول قانون للعلامات التجارية سنة 1931م، ثم قانون العلامات التجارية لسنة 1969م، بالإضافة لقواعد العلامات التجارية لسنة 1969م.

وجاءت حُطة البحث كالآتي:

المبحث الأول: تعريف العلامة التجارية.

المبحث الثاني: أهمية العلامة التجارية.

المبحث الثالث: الشروط القانونية اللازمة لحماية العلامة التجارية.

المبحث الرابع: الحماية المدنية للعلامة في التشريع السوداني والمقارن.

المبحث الخامس: الحماية الجنائية للعلامة التجارية.

المبحث الأول

تعريف العلامة التجارية

يتناول هذا المبحث من الدراسة تعريف العلامة التجارية من حيث اللغة والفقهاء والقانون، وذلك على النحو التالي:

1. لغة:

هي كل أثر في الشيء للدلالة عليه ومعرفته وتمييزه عن غيره، وهي مُشتقة من العلم ومثل ذلك علم الدولة للدلالة عليها وتمييزها⁽¹⁾.

2. فقهاً:

أ. "العلامة التجارية هي كل إشارة أو دلالة ظاهرة مميزة يتخذها الصانع أو التاجر أو مُقدم الخدمة لتمييز صناعته أو بضاعته أو خدماته التي يصنعها أو يتاجر بها أو يُقدمها للآخرين"⁽²⁾.

ب. "أداة مُميزة تخص تاجراً أو صانعاً لتمييز سلعته أو خدمته عما يشابهها وقد تكون رمزاً، رسماً، حرفاً، ... إلخ، تستهدف التبدليل على أصل السلعة وضمان مزايا معينة فيها فُتقيم بذلك علاقة بين مالك العلامة وعمالته وتمكنه من الاستئثار بثقتهم"⁽³⁾.

ج. "كل إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المُماثلة"⁽⁴⁾.

3. قانوناً:

أ. اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس) 1994 م:

- 1- د. علي العريف، "شرح القانون التجاري المصري"، الجزء الأول، الطبعة الثانية، القاهرة: 1959م، ص547.
- 2- د. صلاح زين الدين، "العلامات التجارية وطنياً ودولياً"، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1، 2009م، ص71.
- 3- د. محمد حسين إسماعيل، "الحماية الدولية للعلامة التجارية"، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق جامعة القاهرة: 1978م، ص46.
- 4- د. سميحة القليوبي، "الملكية الصناعية"، الطبعة الخامسة، دار النهضة العربية - القاهرة: 2005م، ص249.

عرّفت اتفاقية تريبس العلامة التجارية بأنها (أي علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة لأن تكون علامة تجارية)⁽¹⁾.

ب. تعريفها وفقاً لقانون العلامات التجارية السوداني لسنة 1969م:

(أي 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 تتكون العلامة من أي علامة مميزة ويشمل ذلك أية كلمة أو اسم مستعار أو رمز مصور أو ماركة أو وصف تحكمي أو خيالي أو عنوان أو لافتة أو تذكرة أو توقيع أو حرف أو عدد أو شعار أو طرد أو إشارة أو وعاء أو أية مجموعة من الأشياء المذكورة)⁽²⁾.

ج. تعريفها وفقاً لقانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري:

(كل ما يُميز مُنتجاً سلعة كان أم خدمة عن غيره، وتشمل على وجه الخصوص الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً والإمضاءات، والكلمات، والحروف، والأرقام، والرسوم، والرموز، وعناوين المحال، والدمغات، والأختام، والتصاویر، والنقوش البارزة، ومجموعة الألوان التي تتخذ شكلاً مميزاً، وكذلك أي خليط من هذه العناصر إذا كانت تستخدم أو يراد أن تستخدم إما في تمييز منتجات عمل صناعي، أو استغلال زراعي، أو استغلال للغابات، أو لمستخرجات الأرض، أو أية بضاعة، وإما للدلالة على مصدر المنتجات، أو البضائع، أو نوعها، أو مرتبتها، أو ضمانها، أو طريقة تحضيرها، وإما للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات)⁽³⁾.

1- المادة 1/15 من اتفاقية تريبس 1994م. وجدير بالذكر هنا أن اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، لم تضع أي تعريف أو تحديد لمعنى العلامة التجارية.

2- المادة (3) من قانون العلامات التجارية السوداني لسنة 1969م.

3- المادة (63) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري رقم (82) لسنة 2002م.

ونرى أن تُعرّف العلامة التجارية بأنها، أي إشارة أو دلالة أياً كانت صورتها أو شكلها، تقوم بوظيفة التمييز للمنتجات والبضائع والخدمات التي يمتلكها أصحاب المنشآت أو المشاريع الاقتصادية سواء كانوا تجاراً أو صنّاعاً أو مُقدمي خدمات.

المبحث الثاني

أهمية العلامة التجارية

تُعتبر العلامة التجارية من إحدى الموضوعات ذات الأهمية بمكان في النشاط التجاري والاقتصادي، إذ تم تصنيف العلامة التجارية على أنها ملكية فكرية وذلك لأنها تتعامل مع أمور إنسانية فكرية غير محسوسة، كما أنها تُعتبر أشكالاً خاصة من الملكية غير الملموسة وتُستعمل من قبل المشروعات التجارية والصناعية، وتقع ضمن التصنيفات الفرعية للملكية الصناعية⁽¹⁾.

كما تُعد أيضاً من ضمن موضوعات الملكية التجارية بل من أبرز عناصر الملكية التجارية؛ إذ تُحظى العلامة التجارية بأهمية عملية بالغة في نجاح المشاريع الاقتصادية، فهي الوسيلة التي يتعرف بها المستهلك على السلعة أو الخدمة الأجدد والأفضل حتى يقبل أو يُحدد سلفاً قراره بشأن شرائها.

ولعلّ أبرز أهمية للعلامة التجارية كونها وسيلة من وسائل المنافسة المشروعة للمتنافسين من التجار أو الصّناع أو أصحاب المنشآت في ذات المجال.

كما لها العديد من الوظائف التي لا غنى للمستهلك عنها، والتي تستأثر بها العلامة التجارية وحدها، مما يُدلل على أهميتها البالغة ووظيفتها المزدوجة لكل من صاحب العلامة التجارية والمستهلك.

1- جدير بالذكر أن هذا التصنيف للعلامات التجارية قد تم وضعه من قبل المنظمة العالمية للملكية الفكرية بجنيف سويسرا.

فضلاً عن أنها تُعد وسيلة المُقارنة التي يعقدها جمهور المستهلكين لعقد المُقارنة بين مبتكري وأصحاب العلامات ومُقدمي الخدمات التي لها وضع مُعتبر عند التسويق لديهم.

المبحث الثالث

الشروط القانونية اللازمة لحماية العلامة التجارية

الشروط القانونية للعلامة التجارية تتمثل في شروط موضوعية وأخرى شكلية لا بد من توافرها في العلامة حتى تكتسب شرعيتها القانونية، وفيما يلي نتناول هذه الشروط على النحو التالي:

المطلب الأول: الشروط الموضوعية للعلامة التجارية:

لا بد من أن تستوفي العلامة التجارية شروطاً معينة يُمكن تسميتها بالشروط الموضوعية وقد نصت عليها الاتفاقيات الدولية، كما أخذت بها معظم التشريعات الوطنية للدول، إذ تُعتبر بمثابة شروط أساسية لا بد من اشتراط توافرها في العلامة حتى تُحظى بالحماية القانونية.

وهي كالاتي:

1. شرط التميُّز:

أولى الشروط الموضوعية في العلامة التجارية هو شرط التمييز ويعني أن تكون العلامة مميزة، أي ذات صفة مميزة حتى تختلف عن مثيلاتها من أشكال العلامات الأخرى.

ووفقاً لذلك لا بد من تمتع العلامات بصفة الإبتكار والحدثة التي تكسبها ذاتية وخصوصية مُميزة.

ويُمكن قياس مدى تميُّز العلامة بالنظرة إلى طبيعة وعناصر ومكونات السلعة أو البضاعة أو الخدمة التي تُمثلها العلامة مع الأخذ في الإعتبار درجة وعي جمهور المستهلكين لتلك المنتجات أو الخدمات التي تحملها العلامة، ومدى اهتمام المُشغّلين في ذات المجال الذي تُمثله العلامة.

تناولت اتفاقية تريبس 1994 Trips م شروط تمييز العلامة بصريح النص كالاتي: (تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع والخدمات)⁽¹⁾.

وفقاً لنص الاتفاقية فإن أي علامة بإمكانها أن تميز السلع والخدمات التي توضع عليها عن غيرها من أنواع العلامات الأخرى المنافسة لها تكون بذلك قد استطاعت اكتساب شرط التمييز مما يقتضي حمايتها قانوناً. كما نصت على هذا الشرط اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية في الفقرة ب/2 من المادة 6/خامساً التي نصت على أنه لا يجوز رفض تسجيل العلامة التجارية أو الصناعية أو إبطالها إلا في حالات معينة منها: إذا كانت مجردة من أي صفة مميزة.

وهذا يعني أن الاتفاقية قد اشترطت التمييز في العلامة التجارية كشرط موضوعي لشرعيتها وأي علامة انتفى فيها شرط التمييز يُرفض تسجيلها وفقاً للاتفاقية.

وقد نص المشرع السوداني على شرط التمييز بالآتي: (يجوز أن تتكون العلامة التجارية من أي علامة مميزة)⁽²⁾.

ومن التشريعات الوطنية التي أخذت بهذا الشرط قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري في نص المادة 1/67 التي جاء نصها كالاتي: (... على أن لا تسجل كعلامة تجارية أو كعنصر منها العلامات الخالية من أي صفة مميزة)، وهذا يعد شرطاً جوازياً.

أيضاً نص عليه قانون الحق الفكري اليمني في المادة 2/88 منه: (لا تقبل العلامة الخالية من أي تمييز)، كما نص قانون حماية الملكية الفكرية الأمريكي على هذا الشرط.

1- المادة (1/15) من اتفاقية تريبس 1994م.
2- المادة (3) من قانون العلامات التجارية السوداني: 1969م.

نفهم من ذلك أن شرط التميّز في العلامة التجارية يكاد أن يكون محل اتفاق جُلّ التشريعات الوطنية المختلفة، وسلفاً فإن الشروط الموضوعية هي شروط عامة وأساسية وضعتها الاتفاقيات الدولية وأخذت بها التشريعات الوطنية المختلفة للدول مما يتضح معه عدم مخالفتها.

ومن أمثلة العلامات التجارية المُميزة: علامة **كوداك KODAK** فهي كلمة مبتكرة ومميزة ليس لها معنى في اللغة كما أنها ارتبطت ورسخت في ذهن المستهلك بذلك التمييز الذي تحمله منتجاتها حتى أصبحت ذات شهرة عالمية كما تعد علامة نموذجية أيضاً ومن العلامات المميزة علامة **كولا Cola**، وعلامة **بيبسي Pepsi** التي تُميز نوع معين من أنواع المشروبات الغازية المشهورة.

تخرج من شرط التميّز العلامات العامة والشائعة والعلامات الوصفية التي تصف المنتج مباشرة، فقد منع المشرع السوداني تسجيل العلامات الوصفية في نص المادة 1/18/أ/ب/ج، من قانون العلامات التجارية لسنة 1969م.

نخرج من ذلك إلى أنه وحتى تُعتبر العلامة التجارية مميزة لا بد أن تتخذ شكلاً أو صفة مميزة لها عن غيرها من العلامات التجارية المُنافسة لها لكي تؤدي الوظيفة والغرض الذي جاءت من أجله، فيجب أن تتمتع بخصائص ذاتية تُكسيها صفة التميز.

2. أن تكون العلامة مرئية:

أو كما يُسمى بشرط الإدراك بالنظر، ويعني أن تكون العلامة قابلة للإدراك بالنظر، جاء مثل هذا النوع من العلامات نتيجة لتوسع اتفاقية تريبس **Trips** في تحديدها لمفهوم العلامات التجارية مما شمل التوسع في العلامات التي لا تُدرك بالنظر مثل العلامات الصوتية، وعلامة الرائحة، وعلامة المذاق (**الطعم**)، واشترطت الاتفاقية فيها أن تكون قادرة على تمييز السلع والبضائع أو الخدمات التي تمثلها إلا أن الاتفاقية جعلت أمر تسجيل هذا النوع من العلامات اختياري وجوازي للدول الأعضاء وليس شرطاً إلزامياً لها.

لذا نجد أن الكثير من تشريعات الدول الوطنية تُخرج مثل هذا النوع من العلامات من إمكانية التسجيل لديها لما تتطلبه من وجوب توافر أجهزة ضخمة وخبراء متخصصين في ذات المجال، وتشريعات أخرى تقبل تسجيلها إن توافرت لها تلك الإمكانيات المادية إن كانت مُتاحة لديها.

أما المشرع السوداني فقد سكت عن النص على ذلك، ممَّا يُفهم معه جواز تسجيلها إن توافر فيها شرط التميز بأن تكون قادرة على تمييز السلع والخدمات التي تُمثلها تمييزاً نافعياً للتشابه مع علامات السلع والخدمات المماثلة ومتى ما أمكن ذلك من الناحية العملية، فهذا الشرط قد أخذت به التشريعات التي أجازت تسجيلها مثل قانون الحق الفكري اليمني⁽¹⁾.

أما قانون حماية الملكية الفكرية المصري فنفي تسجيل العلامة غير المُدركة بالنظر في نص المادة 2/63 منه التي جاءت على النحو التالي: (وفي جميع الأحوال يتعين أن تكون العلامة التجارية مما يُدرك بالبصر)، هذا وقد أورد القانون ذلك الشرط بعد تعداده لصور وأشكال العلامات التجارية في الفقرة الأولى من ذات المادة.

3. أن تكون العلامة جديدة:

وهو ما يُعرف بشرط الجدة ويُعتبر هذا الشرط من الشروط الإضافية التي فرضتها اتفاقية تريبس **Trips** وبعض الفقهاء، وأخذت بها بعض التشريعات والمقصود بجدة العلامة التجارية أنه لم يسبق استعمالها من قبل على منتجات مُماثلة أي أنها لم تكن مستعملة من قبل، كما تعتبر العلامة جديدة إذا لم يسبق استعمالها في إقليم من الدولة، وشرط الجدة وفقاً للاتفاقية لم يُقصد به الجدة المُطلقة المُبتكرة في العلامة ووفقاً لذلك فإنه يكفي أن تكون العلامة التجارية ذات جدة نسبية.

4. مشروعية العلامة التجارية:

1- في نص المادة (188/ب) من قانون الحق الفكري اليمني.

يُقصد بذلك أن تكون العلامة التجارية مشروعة وفقاً لقانون تسجيلها وذلك بعدم مخالفتها للقانون والنظام العام والآداب أو الأخلاق الفاضلة في الدول التي تم تسجيلها فيها إن كانت تشترط ذلك.

نصت اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية على هذا الشرط في الفقرة 3 من المادة 6/خامساً، ومضمونه أن لدول الاتحاد الحق في رفض تسجيل العلامة المخالفة للآداب أو النظام العام.

كما حظر المشرع السوداني تسجيل مثل هذا النوع من العلامات⁽¹⁾، مما يعني أنه قد اشترط مشروعية العلامة التجارية.

المطلب الثاني: الشروط الشكلية للعلامة التجارية:

أورد القانون السوداني عدداً من الشروط الشكلية لتسجيل العلامة التجارية كالآتي:

1: طلب التسجيل:

على طالب تسجيل العلامة أن يقدم طلباً معيناً إلى المكتب المختص بتسجيل العلامات التجارية بواسطته أو من ينوب عنه قانوناً، ولم يحدد المشرع السوداني الأشخاص الذين يقومون بالتسجيل، ولكن مفهوم وقصد المشرع من خلال نص المادة (1/10/الفقرة 2) من قانون العلامات التجارية لسنة 1969م أنه يحق للشخص الطبيعي أو الاعتباري مع وجوب بيان جنسيته، إذ إنه وفقاً للقانون السوداني فإنه يحق للشخص السوداني أي المواطن وغير السوداني التقدم بطلب التسجيل.

كما اشترط القانون على مقدم الطلب أن يقدم إقراراً مشفوعاً باليمين يفيد فيه أن جنسيته لم تتغير منذ تقديمه للطلب حتى الآن وذلك قبل صدور قرار التسجيل⁽²⁾.

1- المادة (8/1د) من قانون العلامات التجارية السوداني: 1969م.

2- المادة (10/4) من قانون العلامات التجارية السوداني: 1969م.

كما تلزم المادة (9) من القانون: أن يُودع طلب تسجيل العلامة بواسطة وكيل مُعترف به إذا كان مُقدم الطلب خارج البلاد. بالتالي فإن مُقدم طلب التسجيل يُمكن أن يكون مواطناً سودانياً مُقيماً بالداخل أو بالخارج، ويمكن أن يكون أجنبياً مُقيماً في السودان أو بالخارج، فاشتراط القانون هنا أن يكون طلب التسجيل مُقدماً عن طريق وكيل مُعترف به. وقد بيّن المشرع مُشتملات طلب التسجيل في الآتي:

بعد دفع الرسم المقرر يُقدم طلب التسجيل معنوناً إلى الجهة المختصة يفيد الآتي:

- أ. طلب لتسجيل العلامة.
 - ب. الاسم الكامل لمقدم الطلب وعنوانه.
 - ج. توكيل شرعي يحمل توقيع مقدم الطلب إذا أودع الطلب وكيل ليس عضواً في نقابة المحامين.
- ويُقدم الطلب على الأورنيك ع س، رقم (1) ويشمل عدداً من البيانات⁽¹⁾.

2. فحص الطلب:

هنالك عدد من الأنظمة لفحص طلبات التسجيل للعلامات التجارية جاءت نتيجة لاختلاف التشريعات حول سلطة الجهة الإدارية المختصة بفحص الطلب مما أدى إلى وجود عدد من الأنظمة:

1. النظام البريطاني:

وفقاً لهذا النظام فإنه يتم فحص طلب التسجيل شكلاً وموضوعاً بمعنى التأكد من توافر الشروط الموضوعية والشروط الشكلية في العلامة التجارية موضوع التسجيل.

2. النظام الفرنسي:

وفقاً لهذا النظام فإنه يتم الفحص لأسباب شكلية فقط، ولا يبطل مثل هذا النوع من التسجيل إلا بموجب حكم قضائي. وهذا النظام كان معمولاً به في القوانين السابقة لفرنسا وسويسرا.

1- هذا ما أوضحته المادة (9) من قانون العلامات التجارية السوداني 1969م.

3. القانون الألماني:

وفقاً لهذا النظام فإنه يحق للمكتب المختص سلطة الفحص، ويسمح لمن له مصلحة أن يعترض على طلب التسجيل بإجراءات مبسطة وغير مكلفة. هذا وقد أخذ القانون السوداني بنظام الفحص المسبق للعلامة قبل تسجيلها حيث سمح لمسجل العلامات فحص العلامة من الناحية الشكلية للتأكد من استيفائها للبيانات الأساسية، وفحصها كذلك من الناحية الموضوعية للتأكد من تميزها وجدتها ومشروعيتها حتى يقبل تسجيلها كعلامة تجارية، كما قد سمح المشرع لصاحب المصلحة الاعتراض على طلب التسجيل.

يُستشف من ذلك أن النظام القانوني السوداني من حيث الواقع يأخذ بنظام الفحص الشكلي للعلامة وذلك باستيفاء العلامة لشرط التسجيل الشكلي، ومن ثم يفتح باب الاعتراض لمن له مصلحة أن يتقدم بأسبابه خلال فترة ستة أشهر من تاريخ القبول.

3. قبول الطلب أو رفضه:

بعد تقديم طلب التسجيل لدى مكتب تسجيل العلامات التجارية يأمر المسجل بعد استلامه طلبات التسجيل بإجراء البحث للعلامات التجارية المسجلة والعلامة موضوع الطلب للتأكد من عدم تطابقها مع إحدى العلامات المسجلة⁽¹⁾.

أجاز القانون لمسجل العلامات التجارية قبول الطلب دون شروط، كما يمكن أن يصدر قراره بالقبول وفقاً لشروط معينة مثال: تقييد مكان الاستعمال للعلامة التجارية في منطقة معينة مثلاً، أو قد يجيء التقييد للعلامة بشأن طريقة معينة أو تعديلها، أو التنقيح، أو أي شروط أخرى ملائمة، هذا وفقاً لنص المادة (22) من قواعد العلامات التجارية لسنة 1969م. ويجب إخطار مقدم الطلب كتابةً بذلك، المادة (16) من قانون العلامات التجارية، كما كفل له القانون حق الاعتراض بطلب يقدمه خلال شهر من ذلك الإخطار المكتوب وإلا فقد حقه وأعتبر موافقاً.

1- هذا وفقاً لنص المادة (21) من قواعد العلامات التجارية لسنة 1969م.

ومن التطبيقات القضائية في ذلك: سابقة البرامكة للتجارة**إضد/****مُسجل العلامات التجارية⁽¹⁾**

حيث قضت محكمة الاستئناف بالخرطوم في الدعوى المُقامة من قبل الشركة، بإلغاء قرار المحكمة العامة المؤيد لقرار مسجل العلامات التجارية والتي جاء في وقائعها: أن شخصاً ما تقدم بطلب لمسجل العلامات التجارية لتسجيل علامة تجارية في العام 1987م ولم يتابع إجراءاته حتى مرت أكثر من (10 سنوات) وعندما جاء شخص آخر يطلب تسجيل ذات العلامة لم يسمح له المسجل بذلك، ومن ثمّ جاء الحكم كالاتي: (أن الطلب قد تركه مُقدمه كل تلك المدة ولم يتابع إجراءاته ولم يُجده ولم يسأل عنه طيلة تلك الفترة، ولولا إخطار المسجل له لما تذكره، الأمر الذي يجعل قرار المسجل غير سليم ولا يتماشى مع روح القانون، ومن ثم تُقرر إلغائه وإلغاء قرار المحكمة العامة)⁽²⁾.

4. الاعتراض على التسجيل:

أجاز القانون السوداني وفقاً لنص المادة 1/18 من قانون العلامات التجارية لمن له مصلحة، الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية بطلب يُقدم خلال ستة أشهر من تاريخ الإعلان بالقبول، هذا إن كان مُقيماً بالسودان، وخلال ثمانية أشهر من تاريخ الإعلان بالقبول إن كان مُقيماً خارج السودان على أن يجيء اعتراضه مُستنداً على واحدة من الأسباب الآتية:

1. أن العلامة غير قابلة للتسجيل وفقاً للقانون.
2. أن مُقدم الطلب قد حصل على العلامة عن طريق الغش.

1- أ س م /1103/ محكمة الاستئناف بالخرطوم.

2- تعليقا على هذا الحكم والملاحظ عليه أن السبب في وجود هذه السابقة هو عدم تحديد القانون الموضوعي والشكلي للفترة المُحددة بشأن الفصل في طلب تسجيل العلامة التجارية حيث جعلها المُشرع سلطة تقديرية للمسجل، إلا أنه قد يتعسف في استخدامها بدليل السابقة أعلاه؛ حيث ركن المسجل إلى رغبة مُقدم الطلب الأول بعد مخاطبته بنبته في استمرار تسجيلها أم لا؟ ومن ثم سمح له بالتسجيل ورفض تسجيلها لمُقدم الطلب الثاني، الأمر الذي يجعل محكمة الاستئناف موقفة في حكمها الذي تمثل في المبدأ الذي أرسته السابقة أعلاه؛ هذا إن أخذنا بتطبيق روح القانون، لكننا إن أخذنا بالتطبيق الحرفي للقانون فنجد أن ما ذهب إليه المسجل كان صحيحاً ووفقاً للقانون، وبالتالي كان الأجدر بالمشرع السوداني أن يُحدد سقفاً أعلى للبت في طلب التسجيل بستين يوماً مثلاً، كما فعل قانون العلامات التجارية السعودي في المادة السابعة منه.

3. أنه لم تكن هناك نية لاستعمال العلامة عند تقديم الطلب وأن مقدم الطلب قد تخلى عن علامته نهائياً.

هذا ما أوضحتها المادة (1/18/أ/ب/ج) من قانون العلامات 1969م. ويودع اعتراض التسجيل بالطريقة المقررة⁽¹⁾ وعلى المسجل إخطار مقدم الطلب بذلك عن طريق إرسال نسخة من الاعتراض وعليه خلال شهر⁽²⁾ من تاريخ الإخطار أن يتقدم للمسجل بدعوى مضادة يبين فيها الأسباب التي يعتمد عليها في طلبه للتسجيل وإلا يعتبر أنه قد تخلى عن طلبه ويقوم المسجل بإرسال ذلك الرد إلى مقدم الاعتراض كما يمكنه السماع للأطراف إن دعا الحال⁽³⁾.

ويُذكر في هذا الشأن أن اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية أحالت أمر إيداع تسجيل العلامات التجارية إلى القوانين الوطنية، ومن ضمن المبادئ التي جاءت في الاتفاقية: حق الأولوية في تسجيل العلامة في نص المادة الرابعة منها حيث يمنح للشخص الذي تقدم بطلب تسجيل لعلامة تجارية في أي من دول الاتحاد وذلك خلال ستة أشهر من تاريخ تقديمه للطلب الأول في كل من دول الاتحاد.

أما المشرع السوداني فقد نظم حق الأولوية بالآتي: (إذا أصبحت جمهورية السودان عضواً في اتفاق دولي هدفه الحماية المشتركة للعلامات التجارية فيعتبر أي شخص أو خلفه يتقدم بطلب أولي لتسجيل علامة دولة أخرى منضمة للاتفاق أو خلف ذلك الشخص كما لو أنه تقدم بطلب التسجيل في السودان في نفس اليوم الذي تقدم فيه بالطلب الأول شريطة أن يكون قد تقدم بالطلب في السودان خلال ستة أشهر من الطلب الأول)⁽⁴⁾.

وجدير بالذكر أن السودان قد انضم إلى اتفاق باريس وأصبح عضواً في 16 أبريل من العام 1984م.

1- المادة (2/18) من قانون العلامات التجارية لسنة 1969م.

2- المادة (23) من قواعد العلامات التجارية لسنة 1969م.

3- المادة (18/3)، (4)، (5) من قانون العلامات التجارية لسنة 1969م.

4- المادة (12) من قانون العلامات التجارية لسنة 1969م.

وتولى القانون السوداني تنظيم حق الأولوية أو الأسبقية في تسجيل العلامات التجارية في نص المادة السابعة من قانون العلامات التي أوضحت الآتي:

1. يكتسب الحق المطلق لملكية علامة بموجب هذا القانون عن طريق تسجيلها وفقاً لأحكام هذا القانون.
 2. يُمنح حق تسجيل العلامة التجارية لأول شخص استوفى شروط طلب صحيح للتسجيل، أو لأول شخص ادعى بوجه صحيح أسبقية تقديم مثل ذلك الطلب).
- وقد سمحت اتفاقية تريبس لمن له مصلحة، الاعتراض على التسجيل بطلب يقدمه للجهة المختصة، وأوضحت أن هذا الطعن الذي يُقدمه يكون بالالتماس⁽¹⁾.

5. تسجيل العلامة وتجديدها:

متى ما تم قبول العلامة التجارية موضوع التسجيل يؤشر المسجل بتسجيلها في سجل العلامات التجارية بعد توقيعه على ذلك وصدورها وفقاً للصورة المقررة ويكون تسجيل العلامة اعتباراً من تاريخ الطلب⁽²⁾. وتستخرج شهادة بذلك.

وأوضحت المادة (30) من قواعد العلامات التجارية أن المسجل يقوم في أسرع فرصة بعد مرور (6) أشهر من تاريخ الإعلان بقبول تسجيل العلامة الذي تم نشره في الغازية بقيدها في السجل مع مراعاة أي اعتراض والفصل فيه بعد دفع الرسوم المقررة، ويشمل القيد كل البيانات المتعلقة بالعلامة من حيث تحديد البضاعة ونوعها، ومالكها، وصنعتة وحرفته، وتاريخ التسجيل، ومن ثم تصدر الشهادة على الأورنيك 4 ت/رقم (9) تفيد التسجيل⁽³⁾.

فترة تسجيل العلامة التجارية عشرة سنوات تبدأ من تاريخ التسجيل ويجوز في أي وقت خلال ستة أشهر من تاريخ انقضاء هذه الفترة أو أي عشر

1- المادة (5/15) من اتفاقية تريبس 1994م.

2- المادة (7/8) من قانون العلامات التجارية 1969م.

3- المادة (32) من قانون العلامات التجارية 1969م.

سنوات لاحقة تجديد التسجيل بتقديم طلب بواسطة مالك العلامة أو وكيله في الصورة المقررة وبعد دفع الرسم المقرر، ولا يجوز إحداث أي تغيير في العلامة التجارية عند التجديد سواء كان هذا التغيير في العلامة أو في قائمة البضائع التي سجلت باسمها العلامة، ومع ذلك أجاز القانون حذف بعض البضائع من القائمة، كما سمح بمهلة إضافية مدتها 6 أشهر لتجديد تسجيل العلامة بعد انتهاء مدتها على أن يدفع التزام مالي إضافي عن التأخير⁽¹⁾.

كما أوجبت الاتفاقيات الدولية على الدول أن يكون لها سجل حتى تنشر فيه كل ما يتعلق بموضوعات العلامة التجارية، حيث جاء في اتفاقية باريس في المادة (12) منها أن على بلدان الاتحاد إنشاء مصلحة خاصة بالملكية الصناعية ومكتب مركزي لتمكين الجمهور من الإطلاع على العلامات التجارية وأن تصدر نشرة دورية بانتظام تقوم بنشر صور طبق الأصل للعلامات التجارية المسجلة. وهو ما أقرته اتفاقية تريبيس في المادة 5/15 منها، حيث يتم نشر العلامة إما قبل تسجيلها أو بعده فوراً مما يفهم معه أن الاتفاقية قد حددت وقتاً للنشر.

وقد أخذ **المشرع السوداني** بنظام السجل للعلامات التجارية، حيث يتم فيه تدوين كل ما يتعلق بموضوع العلامة محل التسجيل ونشرها للجمهور والسماح بالإطلاع وأخذ نسخة منها بعد دفع الرسم المقرر.

1- المادة (19) من قانون العلامات التجارية 1969م.

المبحث الرابع الحماية المدنية للعلامة في التشريع السوداني والمقارن

كفل المشرع السوداني حماية العلامة التجارية متى ما تم استيفائها للشروط القانونية اللازمة لتسجيلها من الناحية الموضوعية والشكلية حتى تُحظى بالحماية القانونية التي أوجبها القانون.
المطلب الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون السوداني:

القاعدة العامة المقررة في القانون المدني أن أي حق يتمتع بالحماية المدنية، وسند هذه القاعدة أن الحماية مُقررة لكافة الحقوق أيًا كان نوعها، هذا ما كفلته أحكام القواعد العامة في المسؤولية المدنية.

والقاعدة في قانون المعاملات المدنية السوداني 1984م وفقاً لنص المادة

138

(إن أي فعل سبب ضرراً للغير يلزم من ارتكبه بالتعويض ولو كان غير مُميز).

فيجوز لمن أصيب بالضرر أن يُؤسس دعواه وفق النص أعلاه، من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة⁽¹⁾. ذلك لأن النشاط التجاري لا بد أن يسوده الصدق والأمانة والثقة، والمنافسات الشريفة بين المُستغلين في ذات المجال، إلا أنه قد يحدث غير ذلك عندها يجوز للمتضرر رفع الدعوى لإزالة أو جبر الضرر الذي لحق به.

مما يُؤدي بنا إلى القول بأنه يجب أن تندرج حماية العلامة التجارية على هذا النحو تحت المسؤولية المدنية، وتقوم وفقاً لأحكام المسؤولية التقصيرية تحت مسمى دعوى المنافسة غير المشروعة، إلا أننا نجد أن المشرع السوداني

1- عرّف بعض الفقهاء المنافسة غير المشروعة بأنها: (الأعمال التي يقوم بها شخص بقصد الإضرار بشخص مُنافس أو تحقيق مكاسب مادية على حساب الغير، باستخدام طرق مُنافية للقوانين والعادات والشرف). د. عبدالله حميد سليمان الغويري، "العلامات المشهورة وحمايتها ضمن اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (TRIPS)، وقانون العلامات التجارية الأردني"، رسالة دكتوراة، جامعة القاهرة: 2005-2006م، ص282.

في قانون العلامات التجارية لسنة 1969م اشترط التسجيل للعلامة التجارية حتى تُحمى مدنياً وجنائياً من التعدي، ومن المعلوم أن العلامة غير المسجلة يُمكن حمايتها وفقاً للقواعد المدنية، كما أنه لم ينص على دعوى المنافسة غير المشروعة بنصوص واضحة، ولكننا نجد في نص المادة (5/27) من قانون العلامات قد أشار إلى مصطلح **المنافسة المُجحفة بالتجارة**، فجاء النص مبيناً الآتي: (لا تمس أحكام هذا القانون بحق أي شخص في رفع دعوى ضد أي شخص آخر عن المنافسة المُجحفة لتجارته، أو حقه في التعويض عن أضرار تلك المنافسة)⁽¹⁾.

بالتالي لا يُمنع أي شخص من رفع دعوى ضد أي شخص آخر عن المنافسة المُجحفة التي لحقت بتجارته، أو لطلب أي تعويض عن أضرار تلك المنافسة المُجحفة.

مما يُفهم منه أن المشرع السوداني قد سمح بحماية العلامة التجارية غير المسجلة مدنياً، والمطالبة بالتعويض وجبر الضرر الواقع عنها، عن طريق رفع دعوى المنافسة غير المشروعة، التي تُؤسس على أحكام دعوى المسؤولية التقصيرية بعد توافر أركانها الثلاث، من الخطأ (العمل غير المشروع)، إذ إنه لا مسؤولية إلا عن فعل خطأ، وبسوء نية، وهو الفعل الضار، و(الضرر)، و(علاقة السببية) التي تربط بين الفعل الضار والضرر الذي لحق بمالك العلامة التجارية.

كما بيّن قانون المعاملات المدنية 1984م وقت رفع دعوى المنافسة غير المشروعة في نص المادة 159 منه بأن (دعوى التعويض الناشئة عن الفعل الضار لا تُسمع بعد انقضاء خمس سنوات من اليوم الذي يعلم فيه المضرور بحدوث الضرر، ولا تُسمع هذه الدعوى في جميع الأحوال بعد انقضاء خمسة عشرة سنة من وقوع الفعل الضار).

هذا ويُعتبر ما جاء في المادة من قبيل المُدد القانونية التي لا يجوز الاستثناء فيها.

1- المادة (5/27) من قانون العلامات التجارية لسنة 1969م.

ولكننا نجد في بعض تطبيقات القضاء أنه قد اشترط استعمال العلامة التجارية حتى تتمتع بالحماية القانونية، فلا يكفي التسجيل فقط، ولا يمنح صاحبه نشؤ حق في ملكيتها، فمن يسبق بإستعمال العلامة، أي من يحوز على "الأسبقية في الاستعمال"، كفل له القانون الحق في المطالبة بحماية العلامة. أيضاً فيما يتعلق بحماية العلامة غير المسجلة بيّن التطبيق القضائي أن نص المادة "24" من القانون لا يقف حاجزاً دون الاعتراض على منع إعطاء الحماية للعلامة غير المسجلة وفقاً للقانون، حيث جاء في قضية:

حكومة السودان / ضد / م.ي.م وآخرين

م ع / ط ج / 2013/353م

1. إن التسجيل لا يُنشئ حقاً في ملكية العلامة لأن الحق يأتي من استعمال العلامة ولا يكون التسجيل إلا قرينة على الحق ويجوز لأي شخص يدعي الأسبقية في الاستعمال أن يطلب الحماية.

2. عند طلب الحماية القانونية ولمنع الآخرين من التعدي على أي علامة تجارية ينبغي أن يكون طالب الحماية لديه الحق في الحماية القانونية وفق أحكام قانون العلامات التجارية، ولا يمنع نص المادة (24) ولا يقف حاجزاً دون الاعتراض على منع إعطاء الحماية للعلامة غير المسجلة وفقاً للقانون⁽¹⁾.
نفهم من ذلك أن المشرع السوداني في قانون العلامات التجارية يأخذ بالتسجيل وجعله كقرينة على الحق لا على الملكية، ولكنها قرينة ضعيفة هشّة يمكن إثبات عكسها؛ إذ إن التطبيق القضائي من خلال هذه السابقة نجده قد أخذ بواقعة الأسبقية في استعمال العلامة كقرينة قاطعة على الحق والملكية، ومن ثم يستحق صاحبها التمتع بالحماية القانونية.

والجدير بالذكر أن المحكمة قد ناقشت القضية أعلاه وقرأتها مع نص المادة (24) من قانون العلامات التي تحكم بإلغاء التسجيل لمن ثبت غشه، أو

1- مجلة الأحكام القضائية السودانية، "السُّلطة القضائية"، الخرطوم: 2013م، ص130.

عدم استعماله للعلامة، أو أن تسجيلها لم يتم وفق أحكام القانون؛ حيث لا تُمنح الحماية للعلامة التي لم تستوفي شروط القانون في تسجيلها الذي تم بالغش، أو بعدم موافقة، أو أخذ ترخيص من قبل مالكيها الأصلي، والأهم في ذلك أن القانون قد اشترط التسجيل للحماية الجنائية، بالتالي عدم تسجيل العلامة أو التسجيل غير القانوني، لا يجعل العلامة تتمتع بالحماية إن وقع عليها التعدي الجنائي⁽¹⁾.

وسلفاً قد حدد المشرع أن اكتساب الحق المطلق لملكية العلامة يكون بتسجيلها وفق أحكام قانون العلامات 1969، وبه قرر حق الأسبقية في التسجيل لأول من تقدم بطلب صحيح لتسجيل العلامة، أو لأول من ادعى بوجه صحيح أسبقية تقديم الطلب⁽²⁾.

أما المادة "27" من القانون والتي جاءت تحت عنوان المخالفات والعقوبات فقد حوت عدداً من الأحكام المتنوعة؛ إذ يفهم من الفقرة الثانية منها أنها قد منعت طلب التعويض عن التعدي الجنائي للعلامة غير المسجلة، أو المسجلة عن طريق الغش.

أما الفقرة الثالثة منها فنجدها تُشكل لنا بشكلٍ ضمني أحكام دعوى المنافسة غير المشروعة؛ وهي تلك المنافسات التي تتعارض مع شئون وأصول التجارة والصناعة.

أما الفقرة الخامسة منها فهي تجسيد حقيقي لأحكام دعوى المنافسة غير المشروعة والتي نحن بصدد دراستها لإقامة المسؤولية المدنية عن التعدي المدني على علامة تجارية مسجلة أو غير مسجلة، بحيث لا تمس أحكام هذا

1- جدير بالإشارة أن نص المادة (24) من قانون العلامات التجارية 1969 الذي أشارت إليه السابقة أعلاه جاء كالآتي: إلغاء التسجيل:

تأمر المحكمة بإلغاء التسجيل عند طلب أي شخص له مصلحة في ذلك أو عند طلب المسجل إذا: لم تكن العلامة مستحقة للتسجيل وفقاً لأحكام هذا القانون، على ألا تؤخذ الأسباب التي لم تكن موجودة عند قرار التسجيل في الاعتبار. حصل على العلامة عن طريق الغش. لم تُستعمل العلامة بعد تسجيلها في جمهورية السودان دون سبب وجيه خلال خمسة سنوات متتالية قبل الادعاء بعدم الاستعمال، وتقرر المحكمة حسب ظروف القضية بالنسبة لمن يقع عليه عبء الإثبات عند الادعاء عدم استعمال العلامة أو استعمالها. المادة (1/7) من قانون العلامات التجارية لسنة 1969م.

القانون بحق أي شخص في رفع دعوى ضد أي شخص آخر عن المنافسة المحجفة لتجارته أو حقه في التعويض عن أضرار تلك المنافسة⁽¹⁾.

المطلب الثاني: الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريعات المقارنة:

تُحظى العلامة التجارية بالحماية المدنية في القانون المصري وفق أحكام المنافسة غير المشروعة⁽²⁾، ويُعتبر منافسة غير مشروعة في القانون المصري كل فعل يُخالف العادات والأصول المرعية في المعاملات التجارية⁽³⁾.

كما قد كفل القانون الجزائري الحماية المدنية لمالك العلامة برفع دعوى مدنية أمام المحكمة لتعويض ما لحق به من ضرر، كما أجاز له القانون رفع دعوى سابقة لوقوع الضرر؛ وذلك لمنع وقوعه، أو الائتماس بإزالة التشابه، أو الخلط بين علامته ومن تُشابهها من علامات، وذلك باعتبار أن التشابه في أصله يُعد ضرراً أدبياً وفق القانون المدني الجزائري⁽⁴⁾، أو على أساس دعوى المنافسة غير المشروعة، وهذه الدعوى المدنية المكفولة لصاحب العلامة التجارية سواء كانت علامته مسجلة أو غير مسجلة⁽⁵⁾.

أيضاً قد كفل القانون الأردني حماية العلامة مدنياً طبق أحكام دعوى المنافسة غير المشروعة لإزالة الضرر، وقد عرّف المشرع الأردني المنافسة غير المشروعة بالآتي:

1- والملاحظ أيضاً من خلال نص المادة (20) من قانون العلامات 1969م نجدها تُشكل مقومات أحكام دعوى المنافسة غير المشروعة التي يُمكن أن تُرفع قبل وقوع الخطر منعاً لحدوثه إن كان استعمال العلامة المشابه من المحتمل أن يُوقع الجمهور في اللبس والاختلاط، إلّا أننا نلاحظ أن المشرع هنا قد ربط الحق في إقامة الدعوى بشرط قيام شرط التسجيل بقوله الآتي:

يُمنح تسجيل العلامة لمالكها المسجل الحق في منع أي طرف ثالث من الآتي:

أي استعمال للعلامة أو لإشارة شبيهة بها يُحتمل أن تضلل الرأي العام بالنسبة لأية بضائع سُجلت العلامة باسمها، أو بالنسبة لأية بضائع أخرى يُحتمل أن يكون استعمال العلامة أو الإشارة بالنسبة لها مُضللاً للرأي العام. أي استعمال آخر للعلامة أو استعمال لإشارة أو اسم تجاري مُشابه لها دون وجه حق، وفي ظروف يُحتمل فيها أن تضر بمصالح صاحب العلامة التجارية المسجل.

2- المادة (1/66) من قانون التجارة المصري رقم 17 لسنة 1999م.

3- المادة (1/65) من قانون التجارة المصري رقم 17 لسنة 1999م.

4- المادة (124) من القانون المدني الجزائري.

5- ولد قادة مختار، "الحماية القانونية للعلامة التجارية في الجزائر"، ط1، المكتبة المصرية للنشر والتوزيع: 2011، ص 161.

(كل مُنافسة تتعارض مع الممارسة الشريفة في الشئون الصناعية والتجارية)⁽¹⁾.

والمنافسة غير المشروعة وفقاً لنص المادة 2/أ من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية الأردني رقم 15 لسنة 2000 هي: (كل منافسة تتعارض مع الممارسة الشريفة في الشئون الصناعية والتجارية)، مما يمكن معه المطالبة بالتعويض في ظل التعدي على علامة تجارية مستقلة في المملكة سواء كانت مسجلة أو غير مسجلة، متى كان هذا الإستعمال يؤدي إلى تضليل الجمهور وفقاً لقانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم 2000/15.

نخلص مما سبق أن حماية العلامة مدنياً سواء كانت العلامة التجارية مسجلة أو غير مسجلة هو حق مكفول لدى كافة التشريعات المقارنة.

المبحث الخامس

الحماية الجنائية للعلامة التجارية

يُنَاقَشُ هذا المبحث من الدراسة شروط تنظيم الحماية الجنائية وفق قانون العلامات التجارية السوداني لسنة 1969 على النحو التالي:
أولاً: أن تكون العلامة التجارية مسجلة حتى تتمتع بالحماية الجنائية:
 أوجب القانون ضرورة توافر شرط التسجيل وفقاً لأحكام القانون السوداني، فالعلامة التجارية تتمتع بالحماية الجنائية في إقليم الدولة التي تم تسجيلها فيها وفقاً لقانونها الوطني، كما يمكن أن تتمتع العلامة التجارية بحماية دولية إن أراد مالکها ذلك بتسجيلها في العديد من دول العالم.
 وفي هذا الصدد نجد أن المشرع السوداني قد وفر حماية قانونية للعلامة المشهورة بأن منع تسجيلها من خلال نص المادة 2/8ب من قانون العلامات

1- المادة (2/أ) من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية الأردني رقم 15 لسنة 2000م.

التجارية عندما ذكر أنه لا يجوز تسجيل العلامة الرائجة في البلاد ويمتلكها شخص ثالث، وقصد بذلك العلامة ذائعة الشهرة.
ثانياً: الحماية الجنائية في القانون السوداني مقرررة لحماية الحق في العلامة التجارية:

وهذا المبدأ متفق عليه لدى كافة التشريعات والاتفاقيات الدولية وذلك بأن تتمتع العلامة التجارية بحماية جنائية قررت لحماية الحق فيها بغض النظر عن قيمة المنتجات والبضائع والخدمات التي توضع عليها العلامة حتى تقوم بوظيفة تمييزها وحتى يقوم ذلك الحق لا بد من توافر شرطين هما:

الشرط الأول: وجود الاعتداء.

الشرط الثاني: أن ينصب الاعتداء على ذات الحق في العلامة التجارية.

ثالثاً: صور الاعتداء الجنائي على العلامة التجارية:

أورد القانون السوداني صور الجرائم التي تقع على العلامة التجارية والتي جاءت على سبيل الحصر وفقاً لما اقتضته القاعدة العامة في التشريعات الجنائية أن يرد النص قاصراً على جرائم معينة، وقد فصلّ المشرع هذه الجرائم في الآتي:

المادة (1)/27: أي شخص ينتحل تسجيل علامة تجارية بجمهورية السودان دون أن تكون العلامة التجارية مسجلة وفقاً لأحكام هذا القانون يعاقب بالغرامة التي تحددها المحكمة عن كل مخالفة.

(2): لا يجوز لأي شخص أن يحصل على تعويضات عن أي تعدٍ على علامة تجارية غير مسجلة في جمهورية السودان⁽¹⁾.

– أي شخص يقوم بغرض الغش بارتكاب أو محاولة ارتكاب أو مساعدة أي شخص آخر أو تحريضه على ارتكاب أي من الأفعال الآتية: (2)

أ. أن يستعمل علامة تجارية مسجلة بمقتضى أحكام هذا القانون

بوساطة شخص آخر أو يقلد علامة تجارية سجلت البضائع باسمها.

ب. يبيع أو يخزن لأغراض البيع أو يعرض للبيع أية بضائع

تحمل علامة يعتبر استعمالها مخالفاً لأحكام الفقرة (أ).

1- المادة (2/27) من قانون العلامات التجارية لسنة 1969م.

2- المادة (6/27) من قانون العلامات التجارية لسنة 1969م.

- ج. يستعمل علامة مسجلة تسجيلاً صحيحاً وفقاً لأحكام هذا القانون بوساطة شخص آخر من أجل الدعاية في الصحافة أو بأية طريقة أخرى عن بضائع سجلت العلامة باسمها.
- د. يؤشر على أو ينحت أو يطبع أي لوحة أو صيغة أو (إكليشية) أو أي وصف لعلامة مسجلة تسجيلاً صحيحاً بوساطة شخص آخر، أو أي تقليد يمكن أي شخص غير المالك المسجل لتلك العلامة من الاستفادة منها بطريقة تعتبر مخالفة لأحكام الفقرات أ، ب، ج.
- هـ. يغلف أو يلف أو يبيع أو يخزن بغرض البيع أي بضائع جمعت أو غلفت أو لفتت أو جهزت في أي صورة بقصد حمل المشتريين على الاعتقاد بأنها بضائع لمنتج آخر أو ذات منشأ غير منشأ الحقيقي.
- و. لأغراض هذه الفقرة يكون غير ذي أهمية أن تحمل أو لا تحمل البضائع التي قد تم تغليفها أو لفها أو جمعها علامة مسجلة تسجيلاً صحيحاً.
- ز. يستفيد استفادة مباشرة أو غير مباشرة من الإشارة إلى مصدر غير حقيقي أو خادع أو تقليد أية إشارة إلى مصدر حتى ولو كان المصدر الحقيقي مبيناً أو كانت الإشارة إلى المصدر مصحوبة بكلمات مثل (نوع) أو (عينة) أو (صنع) أو (تقليد) أو غيرها من الكلمات المشابهة.
- ح. يستورد أي بضائع تحمل علامة قد تشكل تعدياً على علامة مسجلة تسجيلاً صحيحاً، أو يستورد بضائع جمعت أو لفتت أو غلفت أو تم تحضيرها بشكل يمكن ترويجها وكأنها بضائع لمنتج آخر. يكون مرتكباً لمخالفة ويعاقب بالسجن مدة لا تجاوز سنة واحدة أو بالغرامة التي تحددها المحكمة أو بالعقوبتين معاً.
- يجوز للمحكمة المختصة بنظر المخالفات المنصوص عليها في البند (6) أن تأمر بمصادرة وإعدام جميع البضائع ومواد التغليف واللف والدعاية

والاكليشيتهات وكذلك جميع أجهزة مواد طباعة العلامة أو التغليف أو اللف أو الدعاية أو أي مواد أخرى لها صلة بالمخالفة⁽¹⁾.

النتائج والتوصيات

أولاً: النتائج:

1. تُحظى العلامة التجارية غير المسجلة بالحماية المدنية وفق مبدأ المنافسة غير المشروعة لدى غالبية التشريعات المقارنة، إذ إن الحماية المدنية تشمل العلامة المسجلة وغير المسجلة.
2. تُحظى العلامة التجارية بالحماية المدنية في التطبيق القضائي السوداني وفق مبدأ الأسبقية في الاستعمال.
3. لا إشكال في تقرير الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة، إذ يُمكن أن تُحمى بناءً على مبدأ المنافسة غير المشروعة ومبدأ الأسبقية في الاستعمال، إلا أن المشكلة مازالت قائمة بالنسبة للحماية الجنائية للعلامة التجارية غير المسجلة؛ إذ إن القانون السوداني قد اشترط لتقرير حمايتها قيام شرط التسجيل، هذا وفقاً لفهمنا للنص ولما جاء في حيثيات وقائع وحكم القضية الواردة في المجلة القضائية 2013م.

ثانياً: التوصيات:

1. تقرير الحماية الجنائية للعلامة التجارية غير المسجلة بناءً على مبدأ الأسبقية في الاستعمال، مع مراعاة مبدأ حسن النية.
2. ضرورة تقرير الحماية المدنية للعلامة حتى وإن لم تُسجل هدياً بما أرساه التطبيق القضائي السوداني في السابقة القضائية الواردة في مجلة الأحكام القضائية السودانية لسنة 2013 بقولها إن التسجيل لا

1- المادة (7/27) من قانون العلامات التجارية لسنة 1969م.

يُنشئ حقاً في ملكية العلامة، مع الأخذ في الاعتبار مبدأي أسبقية الاستعمال والتسجيل القانوني الصحيح للعلامة التجارية.

3. على المشرع السوداني تحديد سقف أعلى لقبول طلب تسجيل العلامة "بستين يوماً" كحد أقصى.

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: المراجع القانونية:

- (1) د. علي العريف، "شرح القانون التجاري المصري"، الجزء الأول، الطبعة الثانية، القاهرة: 1959م.
- (2) د. صلاح زين الدين، "العلامات التجارية وطنياً ودولياً"، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1، 2009م.
- (3) د. محمد حسين إسماعيل، "الحماية الدولية للعلامة التجارية"، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق جامعة القاهرة: 1978م.
- (4) د. سميحة القليوبي، "الملكية الصناعية"، الطبعة الخامسة، دار النهضة العربية - القاهرة: 2005م.
- (5) ولد قادة مختار، "الحماية القانونية للعلامة التجارية في الجزائر"، ط1، المكتبة المصرية للنشر والتوزيع: 2011.
- (6) د. عبد الله حميد سليمان الغويري، "العلامات المشهورة وحمايتها ضمن اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (TRIPS)"، وقانون العلامات التجارية الأردني"، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة 2005-2006م.

ثانياً: القوانين:

أ. القوانين الوطنية:

1. قانون العلامات التجارية 1969م.
2. قواعد العلامات التجارية 1969م.
3. قانون المعاملات المدنية 1984م.

ب. القوانين العربية:

1. قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري رقم (82) لسنة 2002م.
2. قانون العلامات التجارية الجزائري لسنة 2003م.
3. قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية الأردني رقم 15 لسنة 2000م.
4. قانون التجارة المصري رقم 17 لسنة 1999م.

ج. الإتفاقيات الدولية:

1. اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس) Trips لسنة 1994م.
2. اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية والتجارية لسنة 1883م، والمعدلة في 1967م.

ثالثاً: الدوريات والمجلات العلمية:

1. مجلة الأحكام القضائية السودانية لسنة 2013م.

رابعاً: السوابق القضائية غير المنشورة:

1. سابقة البرامكة للتجارة /ضد/ مسجل العلامات التجارية:

أ س م /1103/ محكمة الاستئناف بالخرطوم.