



الحماية القانونية للعلامات التجارية لمؤسسات التعليم العالي في القانون اليمني والاتفاقيات الدولية

د / عبدالوهاب عبدالله أحمد المعمري

جامعة العلوم والتكنولوجيا - صنعاء - اليمن

مقدمة:

تحظى الأبحاث المتصلة بالحقوق الفكرية بصورة عامه أو بأي فرع من فروعها بأهمية كبيرة، وذلك لأن الأبحاث والدراسات في هذا المجال قد غدت ملحة وضرورية نظراً للتطور الهائل والسريع الذي شهده ويشهده العالم في مجال الحقوق الفكرية، إضافة إلى أنها لا تقل أهمية عن الحقوق الشخصية والعينية بل إنها أصبحت في الصدارة في هذا العصر، لأنها من نتاج العقل الذي كرم الله سبحانه وتعالى به الإنسان دون سائر مخلوقاته، وهو أداة الفهم والتفكير ومناطق الإدراك والتمييز، والحقوق الفكرية تتمتع بقدر كبير من السمو والرفعة، لأنها نتاج العقل الإنساني الذي يعتبر أسمى ما يملكه الإنسان في هذه الحياة، ورغم أهميتها فإنها لم تلق اهتماماً كبيراً من قبل فقهاء القانون، وخصوصاً في المكتبة العربية عموماً واليمنية خصوصاً حيث تفتقر إلى المؤلفات التي تتناول الحقوق الفكرية، ولم يظهر منها إلا الشيء القليل، وذلك بخلاف ما هو عليه الحال بالنسبة للحقوق الشخصية والعينية حيث ظهرت المؤلفات بأحجامها المختلفة. وهذا مؤشر يدل على عدم إدراك الكثير في الدول العربية أهمية الحقوق الفكرية بينما نجد في الدول المتقدمة اهتماماً كبيراً بهذه الحقوق وظهور الكثير من المؤلفات والأبحاث والدراسات حولها، والاهتمام بهذه الحقوق الفكرية مؤشر على احترام وتقدير العقل الإنساني ونتاجه.





وقد سعت الدول إلى إصدار القوانين وإبرام الاتفاقيات المتصلة بالملكية الفكرية عموماً والقوانين والاتفاقيات الخاصة بالعلامات التجارية، وترجع البدايات الأولى لإصدار قوانين خاصة بالعلامات التجارية إلى منتصف القرن التاسع عشر الميلادي حيث أصدرت فرنسا قانوناً للعلامات التجارية في عام 1857م، ويعتبر هذا التاريخ ميلاد أول قانون للعلامات التجارية رأى النور على مستوى العالم كله وترتب على ميلاده اعتراف قانوني فعلي بالعلامات التجارية، أمماً بالنسبة للدول العربية فقد تصدرتها تونس حينما أصدرت قانوناً خاصاً بالعلامات التجارية وذلك في عام 1889م، وقد عرفت اليمن نظم الحماية للملكية الفكرية، بصورة محدودة منذ الأربعينيات من القرن الماضي، حيث صدرت ضمن مجموعة قوانين مستعمرة عدن لعام 1940م قوانين تنظيم جوانب الملكية الفكرية، وبعد استقلال الشطر الجنوبي لليمن عام 1967م، أدرجت أحكام تلك القوانين ضمن القانون المدني الذي أصبح ساري المفعول منذ 1978م، حيث خصص في هذا القانون جزء خاص بالملكية الفكرية، وفي الشطر الشمالي لليمن صدر القانون رقم (45) لسنة 1976م، الذي نظم معظم قضايا الملكية الفكرية مثل العلامات التجارية، براءات الاختراع، المنافسة غير المشروعة، البيانات التجارية، الأسماء التجارية، وبعد توحيد شطري اليمن عام 1990م صدر القانون رقم (19) لسنة 1994م، بشأن الحق الفكري وبصدور هذا القانون ألغيت القوانين والأحكام التي كانت سارية قبل صدوره والمتعلقة بالملكية الفكرية في الشطرين، وقد اشتمل القانون على أربعة أنواع من حقوق الملكية الفكرية فقط في أربعة أبواب وهي: الباب الأول حق المؤلف، والباب الثاني الحق على الاكتشاف، والباب الثالث الفصل الأول حق المخترع والفصل الثاني العلامات الصناعية والتجارية والرسوم والنماذج الصناعية، ثم صدر القانون رقم (23) لسنة 2010م بشأن العلامات التجارية والمؤشرات



الجغرافية والذي ألغيت بموجبه الأحكام المتعلقة بالعلامات الصناعية والتجارية المنصوص عليها في القرار الجمهوري بالقانون رقم (19) لسنة 1994م بشأن الحق الفكري وكل ما يخالف هذا القانون⁽¹⁾.

كما أن موضوع حماية العلامات التجارية حظي باهتمام الدول حيث بادرت إلى عقد اتفاقيات دولية في مجال الملكية الفكرية وحماية العلامات التجارية والصناعية، وحظيت بعناية واهتمام الدول والمنظمات الدولية المتخصصة في هذا المجال، وانضمت إليها الكثير من الدول، وضمنت تشريعاتها الوطنية أحكام هذه الاتفاقيات الدولية، ومنها اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية واتفاقية إنشاء المنظمة العالمية الفكرية (WIPO) وبروتوكول اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات المعتمد في مدريد واتفاقية الجات وعلان مراكش 15 أبريل 1994م المتعلقة بالملكية الفكرية واتفاقية ترينس (TRIPS) وغيرها، وقد انضمت اليمن إلى بعض هذه الاتفاقيات، وسنبن ذلك عند دراسة الحماية الدولية للعلامات التجارية.

ورغم كل ما سبق فإن فقهاء القانون لم يواكبوا التطور التشريعي في هذا المجال فلم نجد سوى مؤلفات محدودة لباحثين يمينيين في مجال الحقوق الفكرية بصفة عامة، وأقل منها في موضوع العلامات التجارية رغم أهمية ذلك، فقهاء القانون هم المعنيون بشرح النصوص وتفسيرها ونقد جوانب القصور فيها وتطبيقها على مختلف الحالات، ولا يحصل أي تطور مستقبلي لنصوص القانون إلا إذا قام فقهاء القانون المتخصصون بشرحه وتفسيره وتقديم البحوث والدراسات الهادفة إلى استكمال النقص فيها، وذلك أن العمل البشري يعتره القصور دائماً ولا يبلغ مرحلة الكمال فالكمال لله وحده، ولكون الباحث متخصص في الدراسات القانونية ويعمل في إحدى مؤسسات التعليم العالي،

1- انظر المادة رقم (60) من القانون رقم (23) لسنة 2010م بشأن العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية اليمنية.





ومبادرة منه بتنزيل الأحكام القانونية للحوادث والحالات المختلفة، فقد رأى الباحث أن موضوع الحماية القانونية للعلامة التجارية لمؤسسات التعليم العالي جديرٌ بالبحث والدراسة وبذل العناية لتحليل الأحكام القانونية فيه وخاصة أن اليمن يشهد توسعاً كبيراً في مؤسسات التعليم العالي، إضافة إلى أن المختصين يتجهون إلى تداول وتطبيق الأحكام القانونية ذات الصلة بالمنتجات الصناعية والتجارية، ويندر التطبيق على المؤسسات التعليمية والخدمية.

أهمية الموضوع وأسباب اختياره:

تظهر أهمية البحث في كونه يناقش أحد موضوعات الحق الفكري، هو موضوع العلامات التجارية التي احتلت أهمية خاصة في الحياة المعاصرة بسبب تنوع هذه العلامات والتي تميز المنتجات والخدمات وتكسيها خصوصية وتميزها عن غيرها، وقد توسعت المجتمعات الحديثة في مجال تقديم الخدمات وأصبحت إحدى مكونات الاقتصاد المعاصر وتعددت هذه الخدمات في مختلف المجالات ومنها التعليم، وظهرت مؤسسات للتعليم الخاص لتقديم الخدمة التعليمية، ولضرورة التمييز بين المؤسسات التي تقدم الخدمة التعليمية من خلال تحديد علامة مميزة لكل منها من خلال ما يعرف بالعلامة التجارية التي من خلالها يتم التمييز بين المنتجات والخدمات المماثلة والمشابهة، وعلى ذلك يمكن إجمال أهم أسباب اختيار موضوع البحث فيما يأتي:

1- يُعد موضوع ترخيص وتسجيل العلامات التجارية من أهم الموضوعات نظراً للتطور في مجال تقديم الخدمات وفي الصناعة والتجارة الذي يشهده العالم وتبادل المنتجات بين الدول بسهولة ويسر بسبب وسائل المواصلات الحديثة.

2- أن موضوع الحماية القانونية للعلامات التجارية ينصرف عند الكثير إلى المنتجات الصناعية والتجارية، وتظهر هنا الحاجة إلى تطبيق



الأحكام القانونية للحماية على العلامات التجارية التي تملكها مؤسسات التعليم العالي (الجامعات- الكليات الجامعية- المعاهد العليا).

3- المنازعات المتصلة بالعلامات التجارية بتراخيص إنشاء مؤسسات التعليم العالي وتسجيلها وأحقية المؤسسة في تملكها واستخدامها ومسئولية المؤسسات التي تعدي عليها.

أهداف البحث:

- 1- بيان مدى توافر الحماية القانونية للعلامات التجارية لمؤسسات التعليم العالي بعد الترخيص لها وتسجيلها.
- 2- توضيح الحماية القانونية للعلامات التجارية لمؤسسات التعليم العالي في القانون اليمني بعد تسجيلها.
- 3- التعرف على الحماية المدنية والحماية الجزائية المقررة قانوناً للعلامات التجارية لمؤسسات التعليم العالي في الاتفاقيات الدولية.

المنهج المستخدم في البحث :

المنهج المستخدم في هذا البحث هو المنهج الوصفي الاستقرائي المقارن من خلال التقيب في المراجع الفقهية والقانونية ومقارنتها بالأحكام الواردة في الاتفاقيات الدولية ذات الصلة بهدف بيان أوجه الاتفاق والاختلاف وصولاً إلى استقراء واستنباط النتائج العلمية التي يبني عليها التوصيات والمقترحات المفيدة في هذا المجال.

تقسيم البحث:

المقدمة.

المبحث الأول: المقصود بالعلامة التجارية لمؤسسات التعليم العالي وإجراءات تراخيصها وتسجيلها.



د/ عبدالوهاب عبدالله أحمد العمري

المبحث الأول: الحماية المدنية والجزائية للعلامة التجارية لمؤسسات التعليم العالي في القانون اليمني.

المبحث الثاني : الحماية الدولية للعلامة التجارية لمؤسسات التعليم العالي في الاتفاقيات الدولية.

الخاتمة

النتائج والتوصيات



المبحث الأول: العلامة التجارية لمؤسسات التعليم العالي وإجراءات تسجيلها.

تُعد العلامة التجارية وسيلة من وسائل الاتصال بين منتجي السلع ومقدمي الخدمة وبين الجمهور المتعاملين معها، لأن المنتجين ومقدمي الخدمات ينقلون عبر العلامة التجارية رسائل خاصة بنوعيات وصفات منتجاتهم وخدماتهم بكل سهولة ويسر إلى المستهلكين مباشرة دون أي واسطة، ذلك أن المستهلك عادة ما يقوم باقتناء المنتجات والإقبال على الخدمات التي ارتبطت بذهنه بمستوى عالٍ من الجودة، فالطالب مثلاً أو ولي أمره عندما يبحث عن المؤسسة التعليمية التي سيلتحق بها للدراسة فإنه عادةً ما يرتبط بذهنه مميزات تتفاوت فيها المؤسسات، ولذا فإن العلامة التجارية المميزة لمؤسسة التعليم العالي تسهم في تقريب الصورة الذهنية للطالب أو ولي أمره ليلتحق بالمؤسسة التعليمية التي يرغب في الالتحاق بها، وسنتناول في هذا المبحث المطالب الآتية:

- المطلب الأول مفهوم العلامات التجارية وعناصرها
- المطلب الثاني المقصود بمؤسسات التعليم العالي والترخيص لها
- المطلب الثالث إجراءات تسجيل العلامة التجارية لمؤسسات التعليم العالي

المطلب الأول: مفهوم العلامات التجارية وعناصرها

نظراً لأهمية العلامات التجارية فإن استعمالها يجب أن يُقيد بضوابط معينة تحدد الحقوق والواجبات التي يجب مراعاتها لحفظ حقوق أصحابها من ناحية وحفظ حقوق المتعاملين معها من ناحية أخرى، والغرض الأساسي من إصدار القوانين المنظمة لها هو حماية العلامة التجارية وتنظيم المنافسة وحصرها في حدودها المشروعة.



أولاً تعريف العلامة التجارية (Trade Mark):

عُرِّفت العلامة التجارية بعدة تعريفات من قبل فقهاء القانون، فعرفها البعض بأنها: "رمز معين مبسط مرتبط في ذهن جمهور المستهلكين بمنتج ذي صفات محددة.."، وعرفها البعض الآخر بأنها: "الإشارة التي يتخذها الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة لتمييز منتجاته أو بضاعته أو خدماته"⁽¹⁾.

وذهب جانب آخر من الفقه إلى تعريف العلامة التجارية بأنها: "إشارة محسوسة، توضع على المنتج، أو الخدمة، بغرض تمييزها عن ما يشته به من منتجات منافسة، أو ما يقدم الغير من خدمة"⁽²⁾.

ومن الاجتهادات القضائية ما ذهبت إليه محكمة النقض المصرية في هذا الخصوص، فقد عرفتها بأنها: "هو أن تكون وسيلة لتمييز المنتجات، أو السلع، ويتحقق هذا الغرض بالمغايرة بين العلامات التي تستخدم في تمييز سلعة معينة، بحيث يرتفع اللبس عنها، ولا يقع جمهور المستهلكين في الخلط والتضليل."⁽³⁾.

وعرفها القانون الخاص بالعلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية اليمني في المادة رقم (3) منه بأنها: "كل ما يأخذ شكلاً مميزاً قابلاً للإدراك بالنظر من أسماء أو كلمات أو حروف أو أرقام أو إمضاءات أو رسوم أو 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."⁽⁴⁾.

1- د . صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، دار الثقافة للنشر، عمان الطبعة الأولى - الإصدار الأول 2006م، ص 39 وما بعدها.

2- د. نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية، دار وائل للنشر عمان الأردن عام 2006، ص 265.
3- الطعن رقم (0430) لسنة (25) مكتب فنى، ص 11 رقم (100) بتاريخ 28-01-1960م، الموضوع: علامات تجارية، الموضوع الفرعي: التشابه في العلامات التجارية، فقرة رقم (1): الغرض من العلامة التجارية - على ما يستفاد من المادة الأولى من القانون رقم (57) سنة 1939م الخاص بالعلامات والبيانات التجارية، مشار إليه في مؤلف عزت عبد القادر، القانون التجاري، (بدون دار نشر)، 1997م، ص 96.

4- قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية اليمني، وقد ورد تعريفها في القرار الجمهوري بالقانون رقم (19) لسنة 1994م بشأن الحق الفكري في المادة رقم (85) الفقرة (1) بأنها: "هي التي تتخذ شعاراً لتمييز منتجات مشروع صناعي أم زراعي أو تجاري أو صناعات استخراجية أو للدلالة على خدمات أحد المشروعات".



ثانياً: أهمية العلامة التجارية:

وتتجلى أهمية العلامة التجارية في أن بروزها على نوع معين من السلع أو المنتجات أو الخدمات يسهل تحديد مصدر تلك البضاعة أو الخدمة عن غيرها من العلامات المشابهة أو المقلدة لها، وخاصة متى كانت أقل جودة منها، لأنه متى وضعت العلامة التجارية على نوع معين من السلع أو الخدمات، فإن مؤدى ذلك أنها أصبحت تعد رمزاً للثقة، لأنها تستمد قوتها من جودة المنتجات التي ترمز إليها، وتدل على جودة المواصفات الجيدة الإتقان، وطريقة تحضير تلك السلع أو الخدمات، أو المنتجات، أو الخدمات، ونتيجة لذلك فإنها من ثقة المستهلكين بها⁽¹⁾، ومن جانب آخر تُعد العلامة التجارية وسيلة إعلانية للتعريف بالمنتج والحث على اقتناء تلك الأنواع من المنتجات أو الالتحاق بتلك المؤسسة التعليمية، ومتى تحقق ذلك فإن الفرد يكفيه فقط ذكر نوع العلامة المميزة لما استقر عليه ذهنه، دون ذكر نوع السلعة أو إسم المؤسسة أحياناً.

ثالثاً: الشروط الواجب توافرها في العلامة التجارية:

يشترط في العلامة التجارية لكي تكون محلاً صالحاً للحماية القانونية عدد من الشروط، حيث نص قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية اليمني في المادة رقم (4) على أنه: "لا يتم تسجيل العلامات التجارية الآتية:

- العلامة الخالية من أية صفة مميزة.
- العلامة المخلة بالأداب أو المخالفة للنظام العام.
- العلامة المطابقة أو المشابهة للرموز ذات الصبغة الدينية.
- العلامة التي تتألف من إشارات أو بيانات فرضتها طبيعة أو وظيفة السلع أو الخدمات أو من دلالة أصبحت تسمية شائعة للمنتجات أو الخدمات.

1- انظر في ذات المعنى د. صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص 24 وما بعدها.



- العلامة المكونة من الشعارات العامة والأعلام وغيرها من الرموز الخاصة بالجمهورية أو الدول الأخرى أو المنظمات الإقليمية والدولية.
 - العلامة التي تشتمل على كلمات وصفية أو دعائية أو أي لفظ يوحي بأن السلعة أو الخدمة المطلوب تسجيل العلامة لها تتمتع بميزة أو مميزات خاصة.
 - اسم الغير أو صورته ما لم يوافق مسبقاً على استعمالها.
 - العلامة التي تحتوي على اسم تجاري وهمي.
 - العلامة المطابقة أو المشابهة أو المترجمة لاسم تجاري معروف".
- كما اشترط قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية اليمني في المادة رقم(5) أن تكون العلامة التجارية متميزة عن غيرها بصورة جوهرية، ولذلك منع تسجيل العلامة التجارية في الحالات الآتية:
- "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.
 - 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".
- كما أن قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية اليمني في المادة رقم (6) قد منع تسجيل العلامات المتشابهة حيث ورد النص على أنه: "لا يجوز تسجيل علامة مطابقة أو مشابهة أو مترجمة لعلامة تجارية مشهورة في الجمهورية على منتجات أو خدمات مماثلة أو مطابقة ولو لم تكن العلامة التجارية المشهورة مسجلة فيها، ويسري نفس الحكم على العلامة التجارية المشهورة متى ما كانت



مسجلة في الجمهورية بالنسبة لمنتجات أو خدمات غير مطابقة أو مشابهة لتلك المطلوب تسجيل العلامة بالنسبة إليها طالما كان من شأن هذا التسجيل حمل الغير على الاعتقاد بوجود صلة بين تلك المنتجات أو الخدمات والعلامة التجارية المشهورة أو كان من شأن ذلك الاستخدام أن يلحق ضرراً بصاحب العلامة التجارية المشهورة، ولتحديد ما إذا كانت علامة تجارية ما علامة مشهورة، يراعى مدى معرفتها في قطاع الجمهور المعني بما في ذلك معرفتها في الجمهورية نتيجة ترويجها وتسويقها".

ومن النصوص السابقة يتضح أنه متى وجد في العلامة التجارية أيّاً من الحالات السابقة فلا يجوز تسجيلها، وبالتالي فإنه يشترط في العلامات التجارية أن تكون محتوية على صفة مميزة لها عن غيرها، وأن لا تكون مخلة بالآداب أو مخالفة للنظام العام، وأن لا تكون مطابقة أو مشابهة للرموز ذات الصبغة الدينية، وأن لا تتألف من إشارات أو بيانات فرضتها طبيعة أو وظيفة السلع أو الخدمات أو من دلالة أصبحت تسمية شائعة للمنتجات أو الخدمات، وأن لا تتكون من الشعارات العامة والأعلام وغيرها من الرموز الخاصة بالجمهورية أو الدول الأخرى أو المنظمات الإقليمية والدولية، وأن لا تشتمل على كلمات وصفية أو دعائية أو أي لفظ يوحي بأن السلعة أو الخدمة المطلوب تسجيل العلامة لها تتمتع بميزة أو مميزات خاصة، أو على اسم الغير أو صورته ما لم يوافق مسبقاً على استعمالها، أو العلامة التي تحتوي على اسم تجاري وهمي، أو العلامة المطابقة أو المشابهة أو المترجمة لاسم تجاري معروف، وأن تكون علامة متميزة بصورة جوهرية عن غيرها، وأن لا تكون مشابهة لعلامة تجارية أخرى، كما يلاحظ أن القانون اليمني ساير التطورات التشريعية وحدد الشروط بشكل أكثر تحديداً مما كان في السابق⁽¹⁾.

1- وردت الشروط في قانون الحق الفكري اليمني حيث نصت المادة رقم (89) منه على أنه: " يجب أن تكون العلامة متميزة بصورة جوهرية عن غيرها من العلامات وبناء عليه لا تقبل للتسجيل: أ - العلامة المشابهة لعلامة مودعة أو





رابعاً: عناصر العلامة التجارية:

تتخذ العلامات التجارية صوراً متعددة، وتتكون من عنصر واحد أو أكثر قد يكون رسماً أو لفظاً أو شكلاً أو مجسماً أو غير ذلك، يجوز أن تتكون العلامة من رسم معين كالخطوط والنقوش والصور والرموز، أو من ألفاظ محددة كالحروف والأرقام والكلمات والأسماء، كما يجوز أن تتركب العلامة من شكل جسم مميز، ولو كان هذا الجسم هو الغلاف الخارجي للمنتجات، ويصح القول أن هذه العناصر تمثل الصور التي تتخذها العلامة التجارية، فهي قد تكون على شكل رموز وصور ونقوش ورسوم، أو على شكل حروف وأرقام وكلمات، أو تتخذ بعض الأشكال والمجسمات، أو الأسماء والإمضاءات، وقد نص قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية اليمني في المادة رقم (3) على هذه الرموز بقوله: "العلامة التجارية هي كل ما يأخذ شكلاً مميزاً قابلاً للإدراك بالإنسان من أسماء أو كلمات أو حروف أو أرقام أو إمضاءات أو رسوم أو 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"⁽¹⁾، وبيان عناصر العلامة التجارية في الآتي:

مسجلة لصالح الغير أو جرى إيداعها بعد ذلك من الغير المتمتع بأسبقية خاصة عن منتجات أو خدمات مماثلة أو مشابهة ب-العلامة المشابهة لعلامة غير مسجلة مستعملة في السابق من قبل الغير في اليمن بالنسبة إلى منتجات أو خدمات مماثلة أو مشابهة متى جاز أن يؤدي استعمال العلامة المطلوب تسجيلها إلى اختلاط الأمور لدى الجمهور. ج-العلامة المطابقة كلياً أو جزئياً أو المقلدة أو المترجمة لعلامة مشهورة أو لاسم تجاري معروف للغير بحيث يمكن أن يؤدي استعمال العلامة المطلوب تسجيلها إلى اختلاط الأمور لدى الجمهور"، كما نصت المادة رقم (90) من قانون الحق الفكري اليمني على أنه: "لا تصلح علامة: أ-الشعارات العامة والرموز والإعلام والأوسمة والأختام وما إليها الخاصة باليمن أو بإحدى الدول أو الحكومات أو المنظمات الدولية، ورموز الهلال الأحمر والصليب الأحمر والأسماء الجغرافية إذا أحدث استعمالها لبساً بشأن مصدر المنتجات وصور الغير ما لم يوافق على استعمالها. ب-أية علامة من شأنها أن تضلل الجمهور حول مصدر أو نوعية المنتجات أو الخدمات. ج-كل علامة تخالف النظام الاجتماعي اليمني".

1- وقد ورد نص مستقل لعناصر العلامة التجارية في المواد السابقة الخاصة بالعلامات التجارية في قانون الحق الفكري اليمني في المادة رقم (85) الفقرة (2) بأنها: "عناصر العلامة: (أ) تتكون العلامة من عنصر واحد أو أكثر يكون رسماً أو لفظاً أو شكلاً أو مجسماً أو غير ذلك. (ب) يجوز أن تتكون العلامة من رسم معين كالخطوط والنقوش



1. الرموز والصور والنقوش والرسوم:

يجوز أن يتخذ التاجر أو المنتج رمزاً معيناً كعلامة تجارية لتمييز منتجاته ويشير إلى شكل خاص سواء كان مستمداً من الطبيعة، كشكل شجرة أو زهرة أو شكل أحد الحيوانات أو السفن أو الكتاب أو القلم أو غيرها⁽¹⁾. ويجوز كذلك أن تكون العلامة التجارية عبارة عن رسم من الرسوم له مميزات خاصة، أو صورة معينة، حتى ولو كانت صورة لأحد الأشخاص، ولكن في هذه الحالة الأخيرة يجب استئذان صاحب الصورة إذا كان ما زال على قيد الحياة، أو ورثته في حالة وفاته، مثال ذلك نقش صورة أحد اللاعبين الدوليين المشهورين على بعض الملابس الجاهزة أو نقش صورة أحد الزعماء على بعض أنواع الملابس الجاهزة لتمييزها عن غيرها، فضلاً عن ذلك قد تكون العلامة التجارية عبارة عن بعض النقوش المتميزة وهي عبارة عن علامات بارزة.

2. الحروف والأرقام والكلمات:

واستعمال الأرقام والحروف كعلامة تجارية منتشرة حالياً في المجال التجاري والصناعي لسهولة نطقها ووضوحها، مثال ذلك استخدام الحروف كعلامة تجارية كما هو الحال في استخدام (Pan Am) للدلالة على شركة الطيران الأمريكية (Pan American World Airways)، والحروف (S.A.S) للدلالة على شركة الطيران الإسكندنافية (Scandinavian Airlines System)، وفي المؤسسات التعليمية مثلاً الاختصارات المستخدمة في بعض الجامعات كالرمز (OUM) للدلالة على الجامعة الماليزية المفتوحة (Open University Malaysia)، والرمز (UST) للدلالة على جامعة العلوم

والصور والرموز، أو من ألفاظ محددة كالحروف والأرقام والكلمات والأسماء، (ج) كما يجوز ان تتركب العلامة من شكل جسم مميز، ولو كان هذا الجسم هو الغلاف الخارجي للمنتجات".

1- د. فايز نعيم رضوان: مبادئ قانون المعاملات التجارية لدولة الإمارات العربية المتحدة، مطبوعات أكاديمية شرطة دبي، الطبعة الثانية، 2006م، ص 398.





والتكنولوجيا اليمينية (University of Science & Technology) وغيرها، كما تستعمل الأرقام كعلامات تجارية، مثال ذلك استخدام أرقام (555) لتمييز بعض المنتجات، وقد تشمل العلامة التجارية على كل من الحروف والأرقام كما هو الحال في إطلاق العلامة التجارية المكونة من (7UP) لتمييز نوع من المرطبات، كما تستخدم بعض الكلمات كعلامة تجارية، ولكن يشترط هنا أن تكون متميزة ومبتكرة كما هو الحال في استخدام كلمة (TOYOTA) لتمييز بعض أنواع السيارات، وكذلك كتابة اسم معين بشكل معين ومميز للدلالة على اسم الشركة أو المؤسسة التعليمية وبما يميزها عن غيرها.

وإذا كان يترتب على ملكية العلامة حق صاحبها في استخدامها وامتناع الغير عن استخدام ذات الأرقام والحروف على سلع متماثلة، فإنه يجوز استخدامها على سلع أو منتجات أخرى غير متماثلة أو شبيهة، فمثلاً يجوز استخدام الأرقام (555) لتمييز بعض أنواع العطور كما تستخدم في تمييز أنواع معينة من السجائر دون أن يكون في ذلك اعتداء على حق أحدهم في العلامة التجارية، ومثل ذلك يقال إذا كانت الجامعة تتخذ من مجموعة أرقام علامة مميزة لها، فإن ذلك لا يمنع مؤسسة صحية مثلاً من استخدامها ما لم يكن هناك صفة لازمة في هذه الأرقام لا تنطبق إلا على هذه الجامعة.

3. الأسماء والإمضاءات:

قد تكون العلامة التجارية عبارة عن اسم من الأسماء، ولكن بشرط أن يتخذ الاسم شكلاً مميزاً، مثال ذلك إطلاق اسم "بييركاردان" (Pierre Cardin)، أو "جيردانو" (Giordano) لتمييز إنتاج نوع من الملابس الجاهزة، وقد تكون العلامة التجارية عبارة عن اسم زعيم مشهور، أو قائد معين، أو فيلسوف، وفي هذه الحالة لا يشترط أن يوضع هذا الاسم في إطار متميز، ولكن



يشترط استئذان هذا الشخص صاحب الاسم، إذا كان ما زال على قيد الحياة أو ورثته إذا كان قد توفى، وإلا تعرض التاجر للرجوع من قبل صاحب الاسم، أو ورثته عليه بالتعويض⁽¹⁾.

وقد تكون العلامة التجارية كذلك عبارة عن اسم مبتكر، يمثل في نفس الوقت العنوان التجاري للمتجر، ومن أمثلة ذلك محلات الفجر، أو محلات الصالون الأخضر، كما قد يستطيع التاجر استعمال اسمه كعلامة تجارية، وفي نفس الوقت اسماً تجارياً لمتجره، وينسحب ذلك على المؤسسات التي تقدم خدماتها للجمهور في مختلف المجالات ومنها التعليم العالي، ومن ذلك أن تسمى جامعة أو كلية مثلاً باسم معين وتتخذ الاسم علامة تجارية لها، وتظهر نماذج في مؤسسات التعليم العالي اليمنية تثير عدد من الإشكالات، حيث نجد أن عدداً منها تتشابه أسماؤها، ومنها على سبيل المثال: جامعة العلوم والتكنولوجيا، وجامعة حضرموت للعلوم والتكنولوجيا، والجامعة العربية للعلوم والتكنولوجيا، وجامعة آزال للعلوم والتكنولوجيا، وجامعة ابن سينا للعلوم والتكنولوجيا.

كما أن العلامة التجارية قد تكون عبارة عن كلمة أو كلمات تأخذ أشكالاً معينة لتمييز المنتجات⁽²⁾، وفي هذه الحالة يمتنع على الغير من التجار أو المنتجين استخدام نفس هذه الكلمة أو الكلمات في تمييز سلع متماثلة أو استعمال حروف متشابهة تثير الخلط واللبس، وفي حال حدوث مثل ذلك فإنه يؤدي إلى كثير من الخلط والإشكالات، وعليه يجب أن يكون هناك تمييز واضح في الكلمات حتى لا يؤدي إلى لبس أو إشكاليات للمنتجين أو المتعاملين معها.

1- د. ثروت عبد الرحيم، القانون التجاري المصري، دار النهضة العربية، 1985، ص 132.
2- د. سميحة القليوبي، القانون التجاري، الجزء الأول، دار النهضة العربية، 1981، ص 272.





4. الأشكال والجسمات:

وقد تتخذ العلامة التجارية أشكالا تميز المنتج عن غيره كأن تكون عبارة عن شكل جسم مميز، ولو كان هذا الجسم هو الغلاف الخارجي للمنتوجات فقد تحرص بعض المؤسسات على أن تجعل شكل المنتج هو علامتها التجارية، ففي الصناعة مثلاً قد يكون المنتج هو المرطبات فيتخذ من شكل علبه المرطب علامة تجارية له، وفي المؤسسات التعليمية تتخذ بعض الجامعات من صورة الخريج باللباس الذي يميزه والمتعارف عليه علامة تجارية، أو صورة المبنى أو صورة المعمل مثلاً علامة تجارية لها.

المطلب الثاني: المقصود بمؤسسات التعليم العالي والترخيص

لها.

تعد مؤسسات التعليم العالي أداة نشر العلم والتكنولوجيا وهي الجهة المهنية للعلماء وأساس نشأتهم العلمية وصقل عقولهم ومواهبهم، وهي بذلك تقدم خدمة أساسية وضرورية للبشرية، والتعليم الجامعي ليس مجرد إنتاج علماء وفنيين وإنما هو إنتاج قوى بشرية متعلمة تعليماً علمياً صحيحاً حسب المفاهيم والتطورات الحديثة لإعداد المتخرجين منها حسب متطلبات العصر الحديث. ومع ازدياد أعداد طالبي التعليم العالي الجامعي وتوسع الجامعات والكليات والمعاهد العليا وازدياد أعدادها ظهرت الحاجة إلى تنظيم المنافسة بين مؤسسات التعليم العالي بما يضمن تمييزها وحمايتها من المؤسسات التي تسعى لتقليد اسمها وتزييف علاماتها وشعاراتها بهدف التأثير على جمهور الطلبة وأولياء الأمور، وخاصة في ظل تزايد تعقيدات وصعوبات الأوضاع المعيشية في



عالمنا العربي، الأمر الذي يستلزم تنظيم الأحكام القانونية المنظمة لها واستيعاب المستجدات الحديثة في مختلف المجالات⁽¹⁾.

أولاً: المقصود بمؤسسات التعليم العالي:

مؤسسات التعليم العالي - وتشمل الجامعات والكليات والمعهد العليا - ورد التعريف بها في القوانين المنظمة لها، وقد حدد قانون الجامعات اليمنية (الحكومية) بأنها تلك التي أنشأتها أو تنشأها الدولة⁽²⁾، في حين عرفها القانون الخاص بالجامعات والمعاهد العليا والكليات الأهلية في المادة رقم (2) بأنها - الجامعة - : "كل مؤسسة خاصة تعمل للتعليم العالي والبحث العلمي، وتحتوي على كليتين على الأقل ولا تقل مدة الدراسة فيها عن أربع سنوات أو ما يعادلها، وتمنح الدرجة الجامعية الأولى (البكالوريوس أو الليسانس) على الأقل وتملكها جهة غير حكومية"، والمعهد العالي: "هو كل مؤسسة أكاديمية مستقلة بذاتها وتعنى بالتعليم العالي ولا تقل مدة الدراسة فيها عن أربع سنوات لمنح الدرجة الجامعية الأولى (بكالوريوس أو ليسانس) وسنة بعد الجامعة لمنح الدبلوم العالي وسنة بعد الدبلوم العالي لمنح الماجستير وتنشأ بموجب هذا القانون وتملكها جهة غير حكومية، والكلية الجامعية: هي كل مؤسسة أكاديمية مستقلة بذاتها وتعنى بالتعليم الجامعي ولا تقل مدة الدراسة فيها عن أربع سنوات أو ما يعادلها تنشأ بموجب هذا القانون وتملكها جهة غير حكومية"⁽³⁾.

وقد ميزت اللائحة التنفيذية لقانون الجامعات والمعاهد العليا والكليات الأهلية اليمني في المادة رقم (2) بين مؤسسات التعليم العالي التي تهدف إلى تحقيق الربح والتي لا تهدف إلى تحقيق الربح، حيث نصت على أنه: "المؤسسة

1- تجاوز عدد مؤسسات التعليم العالي الأهلية في الجمهورية اليمنية ثلاثون مؤسسة بين جامعة وكلية جامعية، إضافة إلى أربع عشرة جامعة حكومية في مختلف المحافظات وعدد من الكليات والمعاهد العليا.
2- انظر المادة رقم (2) من القرار الجمهوري بالقانون رقم (18) لسنة 1995م بشأن الجامعات اليمنية، وقد عدلت المادة رقم (2) بالقانون رقم (30) لسنة 1997م اليمني.
3- القانون رقم (13) لسنة 2005م بشأن الجامعات والمعاهد العليا والكليات الأهلية اليمني.



الربحية: كل مؤسسة تعليم عالٍ أهلية تنشأ لتقديم برامج تعليمية معترف بها بهدف تحقيق الربح، والمؤسسة غير الربحية: كل مؤسسة تعليم عالٍ أهلية تنشأ لتقديم برامج تعليمية معترف بها دون أن تهدف إلى تحقيق الربح" (1).

ونص قانون الجامعات الأهلية اليمني في المادة رقم (2) على أن مالك أو مؤسس المؤسسة التعليمية الأهلية: " يخضع لقانون الاستثمار" (2)، وبالتالي فهي مؤسسات استثمارية، ومن أهدافها كما ورد في المادة رقم (4) الفقرة 1) من نفس القانون: "الاستثمار في مجال التنمية البشرية" (3).

ثانياً: الترخيص لمؤسسات التعليم العالي:

الجامعات الحكومية هي التي تقوم الحكومة بإنشائها، والجامعات الأهلية هي التي يتم إنشائها من قبل القطاع الخاص أو الجهات غير الحكومية، وقد حدد قانون الجامعات الأهلية اليمني الجهة المخولة بالترخيص للجامعات أو المعاهد العليا أو الكليات الأهلية وهي وزارة التعليم العالي والبحث العلمي اليمنية، ويتم الترخيص حسب نص القانون في المادة رقم (2) على مرحلتين هما: المرحلة الأولى: الترخيص الأولي: بالموافقة الأولية من الوزارة على إنشاء الجامعة أو المعهد العالي أو الكلية وفق أحكام هذا القانون.. والمرحلة الثانية: الترخيص النهائي: بموافقة الوزارة على السماح ببدء النشاط أو الاستمرار فيه بالنسبة للجامعات المنشأة قبل صدور هذا القانون (4).

1- القرار الجمهوري رقم (140) لسنة 2007م بشأن اللائحة التنفيذية للقانون رقم (13) لسنة 2005م بشأن الجامعات والمعاهد العليا والكليات الأهلية اليمني.

2- ورد في المادة رقم (2) من قانون الجامعات والمعاهد العليا والكليات الأهلية اليمني ضمن تعريفات القانون أن: " المالك /المؤسس: كل شخص طبيعي أو اعتباري يمتلك الجامعة أو المعهد العالي أو الكلية مسجلة /مسجل وفقاً للتشريعات النافذة ويخضع لقانون الاستثمار".

3- نصت المادة رقم (4) من قانون الجامعات والمعاهد العليا والكليات الأهلية اليمني على أن: " يهدف هذا القانون إلى وضع الأحكام والضوابط المنظمة لإنشاء الجامعات والمعاهد العليا والكليات الأهلية، وتحديد مجالات الإشراف والرقابة الحكومية على أدائها، بما يؤدي إلى: (1) تشجيع وحماية الاستثمار الخاص في مجال التنمية البشرية، (2) تعزيز الثقة بأداء هذه المؤسسات في فعاليتها وكفاءتها وجودة مخرجاتها".

4- ورد النص على ذلك في المادة رقم (2) من قانون الجامعات والمعاهد العليا والكليات الأهلية اليمني بقولها: "الترخيص الأولي: هو الموافقة الأولية من الوزارة على إنشاء الجامعة أو المعهد العالي أو الكلية وفق أحكام هذا القانون،



أولاً: الحصول على الترخيص الأولي:

نصت المادة رقم (6) من قانون الجامعات الأهلية على أنه: " يتم تقديم طلب الترخيص الأولي بإنشاء الجامعة أو المعهد العالي أو الكلية بناءً على طلب موقع عليه من المؤسسين أو المالك إلى الوزير مرفق بما يأتي:

1- نسخة من مشروع النظام الأساسي وفقاً لأحكام هذا القانون ولائحته التنفيذية.

2- بيان بأسماء المؤسسين مرفق به السيرة الشخصية لكل منهم ، ورأس مال المشروع بحيث لا يقل عن ما يعادل (مليون دولار) للجامعة (ومليون دولار) للمعهد العالي والكلية كحد أدنى وتعريفياً كافياً بالحصة التي تعهد كل شريك بتقديمها ونوعها (نقدية - عينية).

3- وثائق رسمية تتضمن جميع الضمانات التي تكفل تغطية جميع الأعباء المالية المترتبة على قيامها وتشغيلها بما يحفظ المستوى الأكاديمي لها.

4- تقديم وثائق معتمدة قضائياً بشأن طبيعة العلاقة بين المالك أو المؤسسين وممتلكات الجامعة أو المعهد العالي أو الكلية المنقولة وغير المنقولة .

5- التاريخ المتوقع لبدء الدراسة .

6- أ- تقديم ضمان بنكي تحت تصرف الوزارة مقداره (10%) من رأس المال المصرح به لإنشائها، ويستخدم لمواجهة أية أضرار تترتب على تعثرها أو إغلاقها أو إفلاسها أو أية أضرار أخرى ترى الوزارة أنها تستوجب التعويض وبحكم قضائي بات.

والترخيص النهائي : موافقة الوزارة على السماح ببدء النشاط أو الاستمرار فيه بالنسبة للجامعات المنشأة قبل صدور هذا القانون".





ب- التزام الجامعة أو المعهد العالي أو الكلية كتابياً بأنه لا يتم اللجوء إلى تصفيتها أو إغلاقها إلا بعد إيجاد مقاعد دراسية للطلبة في كليات مناظرة وبعد موافقة الوزارة .

ج- الالتزام بتعيين نسبة لا تقل عن (30%) من عدد أعضاء هيئة التدريس المتفرغين في كل قسم علمي تتم الموافقة على افتتاحه على أن تصل النسبة إلى (70%) بعد سبع سنوات من بدء إنشائها"⁽¹⁾.

ثانياً: الحصول على الترخيص النهائي:

أوجب قانون الجامعات الأهلية اليمني في المادة رقم (9) بأنه: "يتم التقدم إلى الوزير بطلب موقع عليه من المؤسس مرفق بصورة من الترخيص الأولي والاعتماد العام والاعتماد الخاص"⁽²⁾ لكل تخصص"، وحدد في المادة رقم (8)

1 - وحددت اللائحة التنفيذية لقانون الجامعات الأهلية في المادة رقم (5) الأسس العامة لإنشاء مؤسسات التعليم العالي الأهلية⁽¹⁾، وخطوات الحصول على الترخيص الأولي، موضحة الوثائق المطلوب توفيرها عند تقديم طلب الترخيص وأهمها النظام الأساسي للمؤسسة موقعاً عليه من المالك/المؤسس ويحتوي على متطلبات الإنشاء والتمثلة في الآتي:

- المتطلبات القانونية: والتمثلة الاسم المقترح للمؤسسة التعليمية ومقرها الرئيسي، وطبيعتها (ربحية/غير ربحية)، وأسماء المالك/المؤسسين وجنسياتهم، ومساحة الأرض المخصصة لإقامة المؤسسة التعليمية وطبيعة علاقة المالك/المؤسس بها(مالك-منتفع)، ومقدار رأس المال المخصص لإنشاء المؤسسة ومصادر تمويلها، وحصص الشركاء فيها.

- متطلبات البنية الأكاديمية للمؤسسة: والتمثلة في الرسالة العلمية للمؤسسة، والوحدات التعليمية ونظام الدراسة والشهادات والدرجات العلمية، ونظام القبول والتسجيل، والكادر التدريسي.

- متطلبات البنية التنظيمية والإدارية للمؤسسة: وتنتل في بيان المجالس الأكاديمية (مجلس الأمناء-مجلس الجامعة-مجلس الكلية-مجلس القسم-عمادة شئون الطلاب)، النظام الإداري.

- التاريخ المتوقع للبدء في تنفيذ المشروع ومراحل ومدد الإنتهاء منه.

- التاريخ المتوقع لبدء الدراسة وعدد الطلاب المتوقع انتظامهم في مرحلتها الأولى والنهائية.

إضافة إلى اللوائح المنظمة للرقابة والمتابعة، ومشروع الموازنة التقديرية المقترحة، الإلتزام بتقديم ضمان البنكي تحت تصرف الوزارة بمقادير (10%) من رأس المال المصرح به، والالتزام كتابي بتقديم برنامج تنفيذي لانجاز المشروع واستيفاء متطلباته من البنية المادية والبشرية وفقاً لمعايير متطلبات الاعتماد العام والخاص، والالتزام كتابي بتعيين نسبة لا تقل عن (30%) من أعضاء هيئة التدريس المتفرغين في كل قسم علمي، على أن تصل هذه النسبة إلى (70%) بعد سبع سنوات منذ بدء إنشائها.

2- عرف القانون الاعتماد العام والاعتماد الخاص في المادة رقم (2) من قانون الجامعات والمعاهد العليا والكليات الأهلية اليمني بأنه: "الاعتماد العام: هو اعتبار كل من الجامعة والمعهد العالي والكلية صاحبة الترخيص الأولي مؤهلة تأهيلاً عاماً للتدريس في التخصصات التي تضمنها النظام الأساسي الذي نالت بموجبه الترخيص الأولي، والاعتماد الخاص: هو اعتبار كل من الجامعة والمعهد العالي والكلية مؤهلة تأهيلاً خاصاً في أي من التخصصات التي تضمنها النظام الأساسي بعد استيفائها متطلباته".





من اللائحة التنفيذية لقانون الجامعات الأهلية متطلبات الحصول على الاعتماد العام بأن يقدم للوزير طلب الحصول على الاعتماد العام مرفق به صورة من الترخيص الأولي، وقائمة بأسماء المرشحين لمجلس الأمناء، واسم رئيس المؤسسة التعليمية المقترح، واستيفاء متطلبات الاعتماد العام من البنى التحتية (المادية والبشرية) والأكاديمية والتنظيمية واللوائح التي نال الترخيص الأولي في مرحلته الثانية بمقتضاها، وحددت المادة (11) من اللائحة التنفيذية لقانون الجامعات الأهلية متطلبات الاعتماد الخاص لكل قسم علمي متضمناً الخطط الدراسية والمقررات وتوصيفاتها وأعضاء هيئة التدريس ومساعدتهم والفتيين والمشرفين، ومحتويات المكتبة من المصادر والمراجع والدوريات والمعاجم والموسوعات ذات الصلة بالتخصص ومؤهلات العاملين بالمكتبة.

وقد حدد قانون الجامعات الأهلية اليمني الجهة المخولة بإصدار الترخيص والاعتماد في المادة رقم (10) على النحو الآتي: " يصدر الترخيص الأولي والاعتماد العام والخاص من الوزير ويصدر الترخيص النهائي من رئيس المجلس لمن استكمل الشروط والمواصفات المنصوص عليها بناء على عرض الوزير وموافقة المجلس" (1).

وبالنسبة للكليات الجديدة فقد نص قانون الجامعات الأهلية اليمني في المادة رقم (11) على أنه: "تنشأ الكليات الجديدة في نطاق الجامعة بقرار من الوزير وتخضع لنفس شروط إقامة الكليات، كما تنشأ الأقسام والتخصصات الجديدة في إطار الجامعة أو المعهد العالي أو الكلية بقرار من رئيسها، وفقاً لشروط فتح الأقسام في الكليات الحكومية وبعد موافقة الوزير".

1- ويقصد بالمجلس الأعلى للجامعات اليمنية ورئيس المجلس الأعلى للجامعات حسب نص المادة رقم (2) من قانون الجامعات والمعاهد العليا والكليات الأهلية اليمني.





المطلب الثالث : إجراءات تسجيل العلامة التجارية لمؤسسات

التعليم العالي.

إذا اتخذت مؤسسة التعليم العالي علامة تجارية مميزة لها عن غيرها من المؤسسات فعليها تسجيل هذه العلامة في سجل العلامات التجارية الذي تدون فيه جميع بيانات العلامات التجارية وما يطرأ عليها من تغيير أو تنازل أو نقل أو رهن أو ترخيص استخدام العلامة أو تجديدها أو شطبها أو أي من التصرفات الأخرى المنصوص عليها في القانون، وهذا السجل موجود لدى الإدارة العامة المختصة بحماية الملكية الفكرية بوزارة الصناعة والتجارة⁽¹⁾.

ويتم تسجيل العلامة التجارية لمؤسسة التعليم العالي لحمايتها من التقليد أو السرقة أو الاستخدام غير المشروع الذي ينتج عنه إلحاق الضرر بها بأي صورة من الصور باعتبارها أحد العناصر غير المادية للمؤسسة التعليمية⁽²⁾، وقد نص القانون على أنه: " يُعتبر من قام بتسجيل علامة تجارية مالكاً لها متى اقترن ذلك باستعماله لها خلال الخمس السنوات التالية للتسجيل، ما لم يتم إثبات أن أولوية الاستعمال كانت لغيره، ويحق لمن كان أسبق في استعمال العلامة التجارية الطعن ببطلان التسجيل أمام المحكمة خلال الخمس السنوات التالية للتسجيل ومع ذلك يجوز الطعن ببطلان تسجيل العلامة التجارية دون التقيد بأي مدة متى ثبت اقتران التسجيل بسوء النية"⁽³⁾.

وقد حدد قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية في المادة رقم (8) إجراءات تسجيل العلامة التجارية وفقاً للآتي:

- 1- انظر المادة رقم (2) من قرار رئيس مجلس الوزراء رقم (213) لسنة 2011م بشأن اللائحة التنفيذية للقانون رقم (23) لسنة 2010م بشأن العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية، حيث نصت على أنه: " الإدارة المختصة: الإدارة العامة المختصة بحماية الملكية الفكرية في الوزارة، الوزارة: وزارة الصناعة والتجارة".
- 2- نص القانون التجاري على أن: المتجر يتكون من عناصر مادية وعناصر غير مادية منها العلامة التجارية في المادة رقم (42) من القرار الجمهوري بالقانون رقم (32): لسنة 1991م بشأن القانون التجاري اليمني، والمعدل بالقانون رقم (6) لسنة 1998م، والقانون رقم (22) لسنة 2004م، والقانون رقم (1) لسنة 2008م.
- 3- انظر المادة رقم (7) من قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية اليمني.



1- يُقدم طلب تسجيل العلامة التجارية كتابياً إلى المسجل وتبين اللائحة⁽¹⁾ البيانات التي يجب أن يتضمنها الطلب وطريقة قيده في سجلات الإدارة المختصة وقواعد وإجراءات ومواعيد دراسته والبت فيه.

2- يُقدم طلب تسجيل العلامة التجارية إلى المسجل ويكون الطلب مشتملاً على البيانات الآتية:

أ- اسم طالب التسجيل وجنسيته وعنوانه.

ب- صورة العلامة ووصفها.

ج- المنتجات أو الخدمات وفئة تصنيف المنتجات أو الخدمات التي توضع عليها العلامة.

د- بيان المطالبة بحق الأولوية إن وجد.

هـ- عنوان وكيل التسجيل في الجمهورية.

و- إقرار طالب التسجيل بأن العلامة من ابتكاره وليست مقلدة أو مشابهة لعلامة مستعملة أو مملوكة للغير.

ز- ختم وتوقيع مقدم الطلب وصفته⁽²⁾.

3- يُصدر المسجل قراراً بقبول طلب تسجيل العلامة التجارية أو رفضه أو قبوله بشرط إجراء تعديل على العلامة التجارية المطلوب تسجيلها لتوضيحها ولتفادي التباسها بعلامة تجارية أخرى تتمتع بالحماية بموجب هذا القانون⁽³⁾.

4- في حال قبول طلب تسجيل العلامة التجارية تقوم الإدارة المختصة بإعلان الطلب بوسيلة واسعة الانتشار تحددتها اللائحة التنفيذية لقانون العلامات التجارية اليمني⁽⁴⁾، وفي حال رفض المسجل طلب تسجيل العلامة التجارية أو كان قراره بقبول الطلب متوقفاً على شرط إجراء تعديل على العلامة وجب أن

1 - يقصد بها اللائحة التنفيذية لقانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية.

2- انظر المادة رقم (3) من اللائحة التنفيذية لقانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية اليمني.

3- انظر المادة رقم (9) من قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية اليمني.

4- انظر المادة رقم (13) من قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية اليمني.





يكون قراره مسبباً وعلى الإدارة المختصة إبلاغ طالب التسجيل كتابةً بذلك القرار⁽¹⁾، و إذا لم يستجب طالب التسجيل لقرار المسجل بإجراء التعديل على العلامة التجارية أو يتظلم من قرار الرفض خلال ثلاثين يوماً من تاريخ إبلاغه بذلك أعتبر متنازلاً عن طلب التسجيل⁽²⁾، ولطالب تسجيل العلامات التجارية التظلم من قرار المسجل خلال مدة ثلاثين يوماً من تاريخ إبلاغه بالقرار أمام لجنة يشكلها الوزير لهذا الغرض وتبين اللائحة التنفيذية لقانون العلامات التجارية اليمني القواعد والإجراءات المنفذة لهذه المادة، ويجوز للمتظلم الطعن في قرار اللجنة أمام المحكمة خلال ثلاثين يوماً من تاريخ إبلاغه بالقرار⁽³⁾.

5- بعد استكمال الإجراءات "يمنح طالب تسجيل العلامة التجارية شهادة تسجيل، بعد انتهاء مدة الاعتراض على التسجيل وفقاً للقانون دون وجود أحد موانع التسجيل، وتشمل الشهادة البيانات الآتية:

- أ- صورة العلامة.
- ب- رقم العلامة.
- ج- تاريخ بدء وانتهاء الحماية.
- د- اسم مالك العلامة وجنسيته وعنوانه.
- هـ- المنتجات أو الخدمات وفئة تصنيف تلك المنتجات أو الخدمات"⁽⁴⁾.

وعند الاطلاع على سجل العلامات التجارية التابع للإدارة العامة للملكية الفكرية بوزارة الصناعة والتجارة يلاحظ عدم تسجيل العديد من مؤسسات

1- انظر المادة رقم (10) من قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية اليمني.

2- انظر المادة رقم (11) من قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية اليمني.

3- انظر المادة رقم (12) من قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية اليمني، وقد منح القانون "لكل ذي مصلحة أن يقدم للمسجل اعتراضاً مكتوباً على طلب تسجيل العلامة التجارية المعلن عنها متضمناً أسباب الاعتراض وذلك خلال تسعين يوماً من تاريخ نشر الإعلان المنصوص عليه في المادة رقم (13) من هذا القانون، وعلى الإدارة المختصة إبلاغ طالب التسجيل بصورة من الاعتراض، وعلى طالب التسجيل أن يرد على هذا الاعتراض كتابةً خلال ثلاثين يوماً من تاريخ إبلاغه بالاعتراض، وإلا أعتبر متنازلاً عن طلب التسجيل". انظر المادة رقم (14) من قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية اليمني.

4- انظر المادة رقم (9) من اللائحة التنفيذية لقانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية اليمني.



التعليم العالي الأهلية علاماتها التجارية، حيث نجد أن القليل منها سجل علامته التجارية⁽¹⁾، وتجدر الإشارة إلى أنه لا يوجد نص في قانون الجامعات الحكومية أو قانون الجامعات الأهلية اليمني على وجوب تسجيل العلامة التجارية المميزة لمؤسسات التعليم العالي، وإنما يتم الرجوع للقواعد الخاصة بتسجيل العلامات التجارية عموماً في قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية اليمني ولأئحته التنفيذية الذين ينظمان إجراءات التسجيل وآثاره، ولا يكتفى بالترخيص لمؤسسات التعليم العالي بل يلزم تسجيل علامتها التجارية وفقاً للقانون الخاص بذلك.

1- ونجد أن مؤسسات التعليم العالي المسجلة علاماتها في سجل العلامات التجارية هي: جامعة العلوم والتكنولوجيا، شركة الجامعة العربية للعلوم والتقنية، جامعة الملكة أروى للعلوم الأكاديمية، جامعة زايد - الإمارات. الإدارة العامة لحماية الملكية الفكرية بوزارة الصناعة والتجارة اليمنية <http://www.yipo.gov.ye/Marks/repowner.php>.



المبحث الثاني: الحماية المدنية والجزائية للعلامات التجارية

لمؤسسات التعليم العالي.

سعت القوانين الوطنية إلى توفير حماية قانونية للعلامات التجارية التي تملكها مؤسسات التعليم العالي، وهذه الحماية وردت في القوانين المدنية والتي بموجبها يمكن للمضرور أن يحصل على التعويض عن الأضرار التي لحقت به جراء الاعتداء على علامته التجارية، سواء بالتزوير أو التقليد أو غيرها من وسائل التعدي، ولم يكتف القانون الوطني بذلك بل تجاوز ذلك إلى الحماية الجزائية بالنص على عقوبات جزائية توقع على المعتدي تصل إلى الحبس والغرامة وغيرها من العقوبات بهدف تحريم الاعتداء على العلامات التجارية ومعاقبة المعتدي عليها، وتطور الأمر إلى فرض مجموعة من التدابير المؤقتة والإجراءات التحفظية على المنتجات التي حدث فيها الاعتداء على العلامة التجارية، وسوف نتناول التدابير المؤقتة والحماية القانونية المدنية والجزائية للعلامات التجارية لمؤسسات التعليم العالي في الآتي:

المطلب الأول: التدابير المؤقتة لحماية العلامات التجارية لمؤسسات التعليم العالي.

المطلب الثاني: الحماية المدنية للعلامات التجارية لمؤسسات التعليم العالي.

المطلب الثالث: الحماية الجزائية للعلامات التجارية لمؤسسات التعليم العالي.

المطلب الأول: التدابير المؤقتة لحماية العلامات التجارية

لمؤسسات التعليم العالي.

يتم اتخاذ تدابير مؤقتة لحماية العلامات التجارية لمؤسسات التعليم العالي، وقد نص قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية اليمني في المادة رقم (41) الفقرة أ) على هذه التدابير المؤقتة بقولها:

" أ - يجوز لمالك العلامة التجارية في أي وقت ولو كان ذلك قبل رفع أية دعوى أمام المحكمة أن يستصدر، بناء على عريضة مشفوعة بشهادة رسمية دالة



على تسجيل العلامة، أمراً من المحكمة بإتخاذ الإجراءات التحفظية اللازمة وعلى الأخص ما يأتي:

- إجراء حصر ووصف تفصيلي للآلات والأدوات التي تستخدم أو التي أُستخدمت في أي من المخالفات المنصوص عليها في هذا القانون وكذلك المنتجات أو السلع وعناوين المحلات أو الأغلفة أو الأوراق وغيرها مما يكون قد وضع عليها العلامة موضوع المخالفة.

- توقيع الحجز على الأشياء المذكورة في الفقرة (أ/1) من هذه المادة على ألا يوقع الحجز عليها إلا بعد أن يُودع طالب الحجز ضماناً مالياً لدى المحكمة تقدرها المحكمة تقديراً أولياً لتعويض المحجوز عليه عند الإقتضاء، ويجوز بعد توقيع الحجز المنازعة في كفاية الضمانة المالية التي أودعها طالب الحجز وفقاً لأحكام القوانين النافذة."

ونص قانون العلامات التجارية اليمني في المادة (41 الفقرة ب) على أنه: "كما يجوز أن يشتمل الأمر الصادر من المحكمة بالحجز التحفظي ندب خبير أو أكثر لمعاونة القائم بالحجز في تنفيذ الإجراءات التحفظية".

واشترط قانون العلامات التجارية اليمني أن يتم رفع دعوى ضد من اتخذت ضده هذه الإجراءات خلال ثمانية أيام من تاريخ توقيع الحجز⁽¹⁾، وقد ورد النص في المادة رقم (44 الفقرة أ) على أنه:

"أ - يجوز لمالك العلامة التجارية المسجلة أن يستصدر بناء على عريضة أمراً من المحكمة بوقف الدائرة الجمركية من إتخاذ إجراءات الإفراج عن السلع المستوردة أو المصدرة التي تحمل علامات مقلدة أو مزورة، وللمحكمة أن تصدر أمراً بإيقاف الإفراج عن تلك السلع بعد أن يقدم مالك العلامة ما يأتي:

1- انظر المادة رقم (42) من قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية اليمني، والتي نصت على أنه: "عُتبر الإجراءات التحفظية المنصوص عليها في المادة (41) من هذا القانون كأن لم تكن إذا لم يتبناها رفع دعوى ضد من أتخذت ضده هذه الإجراءات خلال ثمانية أيام من تاريخ توقيع الحجز".





- أدلة كافية بوجود تعدد ظاهر على حقوقه.
 - وصف مفصل للسلع المخالفة.
 - ضمانات مالية تقدرها المحكمة تكفي لحماية حق المدعى عليه والحيلولة دون إساءة استعمال الحقوق".
- وأعطى قانون العلامات التجارية اليمني في المادة رقم (45) الفقرة أ) للمحكمة الحق في أن تتخذ هذه الاجراءات: "أ- للمحكمة أن تتخذ أي من الإجراءات المنصوص عليها في المادة (44) من هذا القانون بصورة تحفظية دون إخطار الطرف الآخر وذلك في الحالات التي يحتمل أن يؤدي التأخير فيها إلى إلحاق ضرر بصاحب الحق أو يؤدي إلى ضياع الأدلة التي تثبت التعدي، ويتم إخطار الطرف المتخذ ضده هذه الإجراءات فور تنفيذها، ويجوز في هذه الحالة لمن اتخذ ضده الإجراء أن يطلب من المحكمة عقد جلسة لسماع أقواله ولها أن تأمر في ضوء ذلك بإبقاء أو تعديل أو إلغاء الإجراء التحفظي".
- وهذه التدابير المؤقتة والاجراءات التحفظية لمنع الاعتداء على العلامة التجارية لمؤسسات التعليم العالي، بهدف منع تزويرها وتقليدها، ويتم اتخاذ هذه الاجراءات بواسطة المحكمة.

المطلب الثاني: الحماية المدنية للعلامات التجارية لمؤسسات

التعليم العالي.

مفهوم الحماية المدنية في القانون التجاري هو الجواز لمالك العلامة التجارية من مؤسسات التعليم العالي التي جرى تقليدها والاعتداء عليها أن يرفع دعواه المدنية مطالباً من المحكمة مصادرة البضائع المقلدة وإتلافها إلى جانب مطالبته بالتعويض، وفي هذا السياق يمكن مناقشة ما يعرف بدعوى المنافسة وخاصة غير المشروعة منها كون الاعتداء على العلامة التجارية هو أحد صور المنافسة غير المشروعة، ومن المعلوم وفقاً للقواعد العامة أن الأصل في الأشياء الإباحة، إلا



أنه متى كانت المنافسة غير مشروعة فإن ذلك يُعد مخالفة للأعراف، ولما كان من الصعب حصر الأخيرة لاختلافها من بيئة إلى أخرى، لأنها مسألة أخلاقية بقدر ما تتحدد ببعض المفاهيم المتعارف عليها، وبذلك لا يمكن أن نحدد مفهوم خاص، أو معين على سبيل الدقة للمنافسة غير المشروعة، إلا أنه يمكن أن نربط فكرة المنافسة غير المشروعة بعدة معايير منها متى تم استعمال المنافس طرقاً ووسائل لا تتماشى مع أعراف البيئة المحيطة به، بل تستنكرها وتعتبرها وسائل غير مشروعة، مما يجعلها تضر بالشخص التجاري والبيئة التجارية، نتيجة لانحراف عملية المنافسة ذاتها عن المشروعية.

ويترتب على ذلك أنه على نقيض الدعوى التي نحن بصدددها، إذا أن الأصل هي المنافسة وذلك لانسجام الكلمة الأخيرة مع العرف التجاري⁽¹⁾، بل وإثراء البيئة التجارية، كما ينتج عنها أفضل النتائج لازدهار التجارة وتداول السلع وتنشيط الحركة التجارية خاصة، والاقتصاد على وجه العموم، وعليه فالتعدي يجد أساسه القانوني وفقاً للقواعد العامة التي تقضي أنه متى كانت المنافسة غير مشروعة، فإن ذلك يعد إضراراً بالغير.

واستخدام الطرق الممنوعة أو الملتوية في شتى أساليب التجارة جعل منها ما نحن بصددده، وما يسمى بالمنافسة غير المشروعة، لذا فإنه في حالة التعدي بالإضرار لزم التعويض عنه، بل وكف المتسبب بما يعني أن هناك خطأً يوجب المسؤولية على صاحبه، وهذا ينطبق على مؤسسات التعليم العالي حينما تقوم بتزوير العلامة التجارية لمؤسسة تعليم عالي أخرى أو تقليدها بغرض حمل الجمهور من الطلبة وأولياء الأمور على التسجيل فيها معتقدين أنها تلك المؤسسة التعليمية التي يبحثون عنها، وإذا كان هناك اختلاف قانوني حول الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة، فإن القضاء يؤسس هذه الدعوى على

1- د. ادمون نعيم، المزاحمة غير المشروعة، مؤسسة عز الدين للطباعة والنشر، (ب ت)، ص 27 وما بعدها.



أساس المسؤولية التقصيرية⁽¹⁾، ولقيام مباشرة دعوى المسؤولية يجب أن نذكر شروطها، والتي تتكون من خطأ وضرر وقيام علاقة سببية.

الشرط الأول: الخطأ:

الخطأ الذي يستوجب المسؤولية في دعوى المنافسة غير المشروعة هو قيام حالة المنافسة والمقصود منها: إتيان الفعل الذي ينطوي على مخالفة الأعراف التجارية والقانونية، وبذلك يكون المخطئ قد خرج عن القواعد الأخلاقية والقانونية، حتى ولو لم يكن هذا الخطأ عمدياً، كما لا يشترط توافر سوء النية من عدمه بل حتى لو كان مصدر الخطأ الإهمال وعدم التحرز.

وتطبيقاً على الخطأ الوارد في دعوى المنافسة غير المشروعة في العلامات التجارية لمؤسسات التعليم العالي، كأن تكون صورته بين مؤسستين تعليميتين مثلاً، فقيام المؤسسة الأخرى الصادر منها الخطأ باستخدام أو تقليد العلامة التجارية التي تملكها المؤسسة التعليمية الأولى، وتستطيع المؤسسة التعليمية التي تضررت بسبب ذلك القيام بدفع الضرر ممن صدر منه، أي من المؤسسة التعليمية الأخرى، ولكن تأسيس الدعوى لا يكون على دعوى المنافسة غير المشروعة، بل وفقاً لدعوى المسؤولية التقصيرية كما نظمها القانون المدني في القواعد العامة⁽²⁾.

وتظهر صور المنافسة غير المشروعة بالاعتداء على العلامات التجارية التي تستخدمها مؤسسات التعليم العالي، من خلال تقليد هذه العلامات أو تزويرها أو استخدامها بطريقة غير مشروعة، وهي تعتبر وقائع مادية تتكرر وتختلف حسب

2- د. حسين يوسف غنايم، حماية العلامة التجارية، إدارة المطبوعات-جامعة الإمارات، (ب ت)، ص 11.
1- د. ناجي عبد المؤمن، الوجيز في قانون المعاملات التجارية، مطبوعات أكاديمية شرطة دبي، الطبعة الأولى 1998، ص 402.



الظروف الموازية لكل بيئة، وتتعدد صور الخطأ المتعلقة بالعلامات التجارية التي تستخدمها مؤسسات التعليم العالي⁽¹⁾، ومنها:

الصورة الأولى: تقليد العلامة التجارية مما يؤدي إلى قيام حالة الخلط في ذهن العملاء أو الجمهور، والذي يؤدي إلى صرفهم عن المؤسسة التعليمية الأصلية، بحيث يتم الالتحاق بالمؤسسة التي تحمل العلامة المقلدة، ويكفي أن يؤثر ذلك في نشاط المؤسسة التعليمية الأصلية، بحيث يؤدي ذلك إلى تحويل عملائه عنهم نتيجة قيام تاجر آخر بحالة تغير وتظليل العملاء.

الصورة الثانية: حالة استعمال المؤسسة التعليمية علامة تجارية لغيرها، وهذا يعتبر عملاً من أعمال المنافسة غير المشروعة، باعتبار العلامة التجارية أحد العناصر غير المادية للمحل التجاري، وحالة الاستعمال غير المشروع للعلامة التجارية يؤدي إلى انصراف الطلبة وأولياء الأمور إلى المؤسسة التعليمية التي قامت باستخدام هذه العلامة بطريقة غير مشروعة لاعتقادهم أن هذه المؤسسة هي المؤسسة التعليمية الأصلية.

الشرط الثاني: الضرر:

يعتبر شرط الضرر شرط لازم في دعوى المنافسة غير المشروعة بالنسبة للعلامة التجارية التي تستخدمها مؤسسات التعليم العالي، ولا يلزم أن يكون الضرر قد وقع فعلاً، بل يكفي أن يكون احتمالياً، ولمحكمة الموضوع السلطة التامة في تفهم الواقع من خلال الدعوى المطروحة أمامها.

ومن صور الضرر في دعوى المنافسة غير المشروعة انصراف الطلبة عن التسجيل في المؤسسة التعليمية، ونقص في الإيرادات والعائدات المادية أو المعنوية، كما أن هناك نوعاً آخر من الضرر وهو المساس بسمعة المؤسسة التعليمية

1 - ومن ذلك على سبيل المثال تشابه أسماء جامعات تتشابه مع بعضها ومنها الجامعة العربية للعلوم والتكنولوجيا وجامعة أزال للعلوم والتكنولوجيا وجامعة حضرموت للعلوم والتكنولوجيا وجامعة العلوم والتكنولوجيا، فهي جميعاً تتشابه اسمائها ويقع لبس كثير بسبب ذلك، ومن ذلك أيضاً جامعة اليمن والجامعة اليمنية.



وبسمعة الخدمة التي تقدمها، كتلك التي يقوم بتقديمها الأخير (الطرف المتضرر) وفقاً لما عرفوه بها عملائه، على أن الضرر الأخير هذا يعتبر من صور الضرر المعنوية، مما يستوجب التعويض عنه متى تحققت شروطه.

و من الملاحظ أنه إذا كان إثبات الضرر ليس به صعوبة على المدعي، فإن صعوبة ذلك تظهر في حالة تقدير التعويض بالنسبة للضرر، فهل يُعتد بما أبداه الطرف المتضرر من أضرار وقعت عليه ولو كان مبالغ فيها؟

للإجابة على هذا التساؤل: حقيقة أنه متى وقع الضرر بهذه الصورة فالحكم يرجع إلى محكمة الموضوع في مدى تقدير الضرر حسب الوقائع المطروحة أمامها ولا معقب عليها من محكمة النقض متى أقامت قضائها على أسباب سائغة.

ونجد أن هناك اختلافاً بين كلاً من دعوى المنافسة غير المشروعة والدعوى التقصيرية⁽¹⁾، ذلك لأن الأولى تستوجب التعويض وكذلك منع الطرف المعتدي ووقف نشاطه عن الإتيان مستقبلاً متى تحققت في حقه دعوى المنافسة غير المشروعة، بحيث يعتبر وقف الاعتداء وسيلة وقائية، بينما لا يتحقق ذلك للدعوى التقصيرية، وليس لها إلا جبر الضرر المتمثل في التعويض فقط.

الشرط الثالث: رابطة السببية:

ويقصد بها تلك العلاقة التي يقوم عليها كل من شرطي الخطأ والضرر، ويعتبر شرط رابطة السببية الأهم في دعوى المنافسة غير المشروعة، بل ونفس الأمر في الدعوى التقصيرية بوجه عام، وعليه فإن علاقة السببية هي التي تربط بين الخطأ والضرر⁽²⁾، فلولا الأولى لما كانت الثانية، والقانون المدني اليمني استقى هذه الدعوى من الفقه الإسلامي، حيث أن المسؤولية المستوجبة لجبر

1- د. حسين يوسف غنايم، مرجع سابق، ص 11.

2- المرجع السابق، ص 13.



الضرر إنما تكون مؤسسة على الضرر وليس الخطأ وحده، وقد أسس القانون ذلك مراعاة لمصلحة المضرور الأولى بالإتباع والرعاية.

وما يعيننا في هذا الصدد بيان رابطة السببية بالنسبة لدعوى المنافسة غير المشروعة حالة الاعتداء على العلامة التجارية التي تستخدمها مؤسسة التعليم العالي، وهو وجود علاقة مباشرة بين الخطأ الذي ارتكبه المنافس غير المشروع في الدعوى والضرر الذي أصاب المضرور، بحيث إذا كان قصد المدعي في الدعوى من ذلك هو الكف عن إتيان أفعالاً في المستقبل، فلا يشترط قيام حالة رابطة السببية، أما إذا كان على العكس فإن صور الاعتداء على العلامة التجارية لمؤسسة التعليم العالي سواء بالتقليد أو حتى عملية العرض، أو غير ذلك يكفي لقيام رابطة السببية بما يوجب التعويض عنه للمضرور، ولمؤسسة التعليم العالي التي تمتلك العلامة التجارية التي حصل الاعتداء عليها رفع دعوى مدنية مطالبة من المحكمة بتعويض الضرر الذي لحقها والذي تسبب به المعتدي على العلامة التجارية، ويتم تقدير التعويض عن طريق خبير أو أكثر.

المطلب الثالث: الحماية الجزائية للعلامات التجارية لمؤسسات التعليم العالي.

إذا كانت دعوى المنافسة غير المشروعة تُعد أوسع نطاقاً لمبدأ الحماية، سواء كان ذلك لحق الملكية الصناعية عامة، أو تلك الحماية المقررة للعلامة التجارية خاصة، إلا أن مناط الدعوى لا يتأتى كما سلف الذكر إلا عن طريق الدعوى الجزائية، ومفاد ذلك أن يكون الاعتداء واقع على حق مكتمل لجميع عناصره القانونية⁽¹⁾، مع ملاحظة أنه لا يفهم من سياق النص أن امتداد الحماية للمالك فحسب، بل تمتد الحماية كذلك لمن يدعي ضرراً وقد وقع عليه من ذلك

1- د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، الطبعة السادسة، دار النهضة العربية، 2007، ص 578.





الاعتداء، حتى ولو كان غير مالك، وذلك لأن مناط الدعوى الجزائية هو توافر أركان المسؤولية، وهي تلك المقررة في القواعد العامة للمسؤولية. ويثبت أحقية المؤسسة التعليمية في العلامة التجارية لمن سجلها أولاً، والحماية الجزائية هنا مرتبطة متى كانت العلامة التجارية مسجلة، لأن التسجيل يعتبر قرينة، وإن كان يمكن إثبات عكس ذلك، لأنه شرط لمدا الحماية الجنائية، وبالتالي فإن الحماية الأخيرة لا تكون ممتدة لغير الملاك.

وما يفسر ذلك أن صاحب العلامة التجارية إذا لم يكن مالكا فإنه لا يستطيع ملاحقة المعتدي جنائياً وفقاً لقواعد القانون الجنائي، باعتبار أن الفعل لم يكن جريمة، أو أن لا جريمة إلا بنص، وإن كان يصلح أن يمثل ذلك اعتداءً كما سلف القول وفقاً للقواعد العامة في القانون المدني⁽¹⁾.

وقد نص قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية اليمني على جزاء الاعتداء على العلامة التجارية بشكل عام في المادة رقم (47) منه بقوله: "مع عدم الإخلال بأية عقوبة أشد منصوص عليها في قانون آخر، يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على سنتين وبغرامة مالية لا تزيد على مليون ريال أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من:

أ- زور أو قلّد 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.

1- وقد قرر قانون الحق الفكري اليمني معاقبة كل من أخل بالحماية القانونية للعلامة التجارية بالحبس مدة لا تزيد عن ستة أشهر أو بغرامة لا تقل عن عشرة الف ريال دون الإخلال بأية عقوبة أشد منصوص عليها في نفس القانون أو أي قانون آخر حيث أجاز المشرع اليمني لمالك العلامة التجارية إلى جانب رفع دعواه المدنية أمام القضاء المدني أن يطالب من القضاء الجنائي انزال العقوبة المقررة بحق من اعتدى على الحماية القانونية المقررة لعلامته التجارية. انظر المادة رقم (124) من قانون الحق الفكري اليمني.



- 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 عن ثلاثة أشهر".
- كما نص قانون العلامات التجارية اليمني في المادة رقم (48) على أنه: "للمحكمة أن تحكم على المخالف تبعاً لجسامته المخالفة بعقوبة أو أكثر من العقوبات التكميلية الآتية:
- أ- مصادرة السلع المحجوزة التي تحمل علامة تجارية مقلدة أو مزورة والتصرف فيها خارج القنوات التجارية أو عند الإقتضاء إتلافها.
- ب- إتلاف العلامات التجارية المقلدة أو المزورة.
- ج- مصادرة الآلات والمعدات التي استعملت في تزوير أو تقليد العلامة التجارية والتصرف فيها خارج القنوات التجارية أو عند الإقتضاء إتلافها.
- هـ- نشر الحكم في صحيفة واحدة أو أكثر على نفقة المحكوم عليه".
- وبذلك يتضح دور الحماية الجزائية للعلامات التجارية لمؤسسات التعليم العالي، في حال وجود تعدي عليها من مؤسسة تعليمية أخرى بأي صورة من صور التعدي، إضافة إلى الحماية المدنية والإجراءات المؤقتة السابق ذكرها⁽¹⁾.

1- نص قانون حماية الملكية الفكرية اليمني على الحماية القانونية تحت عنوان الإخلال بالحماية بقوله في المادة رقم (114) على أنه: " كل من قلد أو زور رسم أو نموذج أو علامة مسجلة أو استعمل رسماً أو نموذجاً أو علامة مسجلة جرى تقليدها أو تزويرها مع علمه بذلك أو وضع على منتوجاته أو قرن خدماته برسم أو نموذج أو علامة مسجلة للغير مع علمه بذلك أو باع أو عرض للبيع أو للتداول أو حاز بقصد البيع منتوجات عليها رسم أو نموذج أو علامة مسجلة جرى تقليدها أو تزويرها أو وضعها بغير حق مع علمه بذلك يعتبر مخالفاً بالحماية القانونية المقررة للرسم والنماذج والعلامات الصناعية والتجارية ، وتجدر الإشارة إلى عدم النص على التدابير المؤقتة لحماية العلامة التجارية في قانون الحق الفكري اليمني، والتي وردت في قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية اليمني الصادر عام 2010م..



المبحث الثالث: الحماية الدولية للعلامة التجارية لمؤسسات التعليم العالي

بدأ البحث عن نظام قانوني لتنظيم وحماية العلامة التجارية مع بداية الثورة الصناعية؛ حيث توصلت الدول الصناعية في ذلك الوقت إلى ضرورة سن تشريعات وطنية تنظم وتحمي العلامات التجارية، ثم اتجهت أنظار الدول إلى ضرورة الاجتماع وسن تشريعات واتفاقيات دولية تنظم وتحمي العلامة التجارية. وكان أول نشاط في هذا الاتجاه سنة 1883م عندما أحجم المخترعون الأجانب عن الاشتراك في المعرض الدولي للاختراعات الذي انعقد في مدينة فيينا بالنمسا، وذلك تجنباً لسرقة اختراعاتهم، واستغلالها تجارياً في الدول الأخرى بدون مقابل⁽¹⁾، وترتب على ذلك اتفاقية لحماية الملكية الصناعية سنة 1883م والمعروفة باتفاقية باريس، وقد عدلت أكثر من مرة كان آخرها سنة 1917م⁽²⁾.

ويعتبر التشريع الدولي - إن صح القول لحقوق الملكية الصناعية من خلال المعاهدات والاتفاقيات الدولية- من أبرز الجوانب القانونية الذي بدأ في الظهور بعد منتصف القرن التاسع عشر، حيث اهتمت الهيئات الدولية بإنشاء منظمات تحمي هذه الحقوق، ومن هذه المنظمات المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO) التي تم إنشاؤها في سنة 1967م وإحلالها محل المكاتب الدولية المستخدمة لحماية الملكية الفكرية.

وقد باشرت المنظمة عملها في عام 1970م بحيث تكون من المنظمات المتخصصة، ويتمحور نشاطها في دعم التشريعات الداخلية للدول التي تنظم

1- انظر، د. حسام الدين الصغير، الجديد في العلامات التجارية، دار الفكر الجامعي 2008م، ص 7.
2- تجدر الإشارة إلى أن اليمن عضو في اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية في 15 فبراير 2007م.



الحماية القانونية للعلامات التجارية، عن طريق وضع قواعد موحدة على المستوى الدولي وقد انضم إلى هذه المنظمة حتى عام 2002م، 179 دولة⁽¹⁾. وقد كان من أهم المبادئ التي أقرتها اتفاقية باريس من الناحية القانونية هو حماية الملكية الفكرية وتنظيمها كذلك القضاء على المنافسة غير المشروعة كما هو الحال في التشريعات الوطنية الداخلية للدول، وقد نتج عن الاتفاقية اتحاد دولي عرف بالاتحاد الأوروبي الدولي لحماية الملكية الصناعية، الذي كان بإشراف الاتحاد السويسري.

وفي نهاية القرن الماضي تم إبرام اتفاقية قانون العلامات التجارية الذي أبرم في مدينة جنيف سنة 1994م، والذي كان تحت مظلة المنظمة العالمية للملكية الفكرية، وكان بقصد التنسيق بين القوانين الوطنية للدول المنظمة للاتفاقية حيث كان هدفه تسهيل إجراءات تسجيل العلامات التجارية، ومنها تسهيل الإجراءات الشكلية لطلب تسجيل العلامة والإبداع⁽²⁾، وسوف نتطرق لبعض الاتفاقيات الدولية في الآتي:

المطلب الأول: حماية العلامات التجارية وفقاً لاتفاقيات مدريد واتفاقية باريس.

المطلب الثاني: حماية العلامات التجارية وفقاً لاتفاقية الجات وإعلان مراكش.

المطلب الأول: حماية العلامات التجارية وفقاً لاتفاقيات مدريد واتفاقية باريس.

سبق صدور اتفاقية الجات العديد من الاتفاقيات الدولية التي حظت العلامة التجارية فيها بحماية كبيرة كاتفاقية باريس واتفاقية مدريد الدولية، وسوف نتعرض لأحكام الحماية في هذه الاتفاقيات على التوالي:

1- انضمت اليمن إلى اتفاقية المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO) في 29 مارس 1979م.

1- انظر في ذات المعنى د. سميحة القلبوي، مرجع سابق، ص 24.





أولاً: الحماية وفقاً لاتفاقية مدريد الدولية:

أُبرمت هذه الاتفاقية في سنة 1891م، وصدرت لأئحتها التنفيذية في سنة 1974م، وكان الهدف من هذه الاتفاقية هو تيسير التسجيل الدولي للعلامات التجارية، كما أن عضويتها لجميع الأعضاء المنضمين للاتحاد الدولي لحماية حقوق الملكية الصناعية.

ووضعت الاتفاقية كذلك نظاماً لتسجيل العلامات التجارية الدولية، بحيث يكون لكل شخص من الدول الأعضاء علامته التجارية المسجلة في بلده الأصلي وفي دول الاتحاد، وقد أوردت المادة الثالثة من الاتفاقية بيانات الإيداع للعلامات المسجلة وكيفية إحالة الطلب إلى المكتب الدولي للويبو (WIPO) في جنيف، حيث يقوم المكتب الدولي هناك بإبلاغ الدول المتعاقدة به بعدما يقوم بقيد العلامة في السجل الدولي المخصص لذلك.

هذا بالإضافة إلى أن المكتب الدولي آنف الذكر يقوم بتولي النشر للعلامة التجارية في نشرته التي تصدر باللغة الفرنسية، وتتضمن كل البيانات المتعلقة بالعلامة محل النشر، والتي سبق أن سجلها والتعديلات الأخرى التي تطرأ عليها⁽¹⁾، وبعدها يقوم بإرسال تلك البيانات إلى الدول المرتبطة بطلب صاحب العلامة، إلا أن الدول التي تم إرسال البيانات إليها لا تكون ملزمة بالموافقة، بل يكون ذلك وفقاً لأنظمتها الداخلية المعمول بها، ورجوع ذلك إلى أن هذا يُعد من أعمال سيادتها في التشريعات الوطنية، وظروف كل دولة على حدة، ومدى امتداد العلامة التجارية لها، فعلى سبيل المثال أنه لا يقع ثمة التزام على المشرع الوطني بشأن حماية علامة من العلامات وهي في نفس الوقت تكون مخالفة للنظام العام في تشريعاته الداخلية.

1- انظر في ذات المعنى، د. خالد محمد كدفور المهيري، مرجع سابق، ص 50.



كما أنه من الملاحظ أن أثر التسجيل في هذه الحالة يتمثل في أن العلامة تتمتع بالحماية في اتفاقية مدريد، وكل دولة منضمة إليها، وتتماثل كما لو سجلت محلياً في دول الأعضاء، وتسري هذه الحماية من تاريخ تسجيلها في المكتب الدولي.

علاوة على ذلك، فإن عملية التسجيل والحماية في كل دول الأعضاء يخفف من عبء صاحب العلامة، إذ أنه يكفي بتسجيل العلامة التجارية في المكتب الدولي لاتفاقية مدريد، ويسري ذلك على كافة الدول الأخرى المنضمة للاتفاقية، بل يكون الطلب بلغة واحدة كما سلف القول، وتسديد الرسم لمكتب واحد وهو المكتب الدولي التابع لاتفاقية مدريد، وتتمتع العلامة بالحماية وفقاً للمادة الرابعة من اتفاقية باريس بشأن حماية الملكية الصناعية.

ثانياً: الحماية وفق اتفاقية باريس⁽¹⁾:

أشارت المادة الثانية من اتفاقية باريس⁽²⁾ إلى أن التزام البلدان الأعضاء بمراعاة أحكام المواد من المادة 12 إلى المادة 19 من معاهدة باريس 1967م، وذلك فيما يتعلق ببعض المواد من اتفاقية "التريس"، حيث تقر اتفاقية باريس الخاصة بحماية الملكية الصناعية على مبدأ المعاملة بالمثل لجميع بلدان الاتحاد، كما تُقرر مبدأ الأسبقية لمن قام بتسجيل العلامات الأجنبية المسجلة في بلدها الأصلي، وكذلك مبدأ استقلال العلامات.

بالإضافة إلى أنه ورد في نص المادة الثانية من اتفاقية باريس أن لكل شخص تابع لإحدى دول الاتحاد، أن يطلب من الدول الأخرى المنضمة للاتفاقيات بتطبيق قانونها الوطني، أو أحكام اتفاقية باريس بحيث تتمتع العلامة التجارية بالحماية خارج حدود الدولة.

1 - انضمت الجمهورية اليمنية إلى اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية في صيغتها المعدلة والمنقحة عام 1997م، وصدر بذلك قرار رئيس الجمهورية رقم (27) لسنة 2006م.

2- د. سميحة القليوبي، المرجع السابق، ص 24، ص 610





تجدر الإشارة هنا إلى أن اتفاقية التريس قد أخذت ببعض المبادئ في شأن حقوق الملكية الفكرية منها حسبما أورده المادة الثانية مبدأ الدولة الأولى بالرعاية، ومبدأ المعاملة الوطنية الذي يعتبر امتداداً للمبدأ الأول، ومفاد ذلك أن تمنح كل دولة عضو للأجانب المنضمين في الاتفاقية معاملة لا تقل عن تلك التي تمنحها لمواطنيها في حقوق الملكية الفكرية⁽¹⁾.

كما أوردت الاتفاقية مبادئ منها مبدأ الحماية ضد تقليد المنتجات، وكذلك مبدأ الالتزام بما تضمنته الاتفاقيات والمعاهدات الدولية⁽²⁾، وقد حددت اتفاقية التريس مدة الحماية المقررة للعلامة التجارية بثلاث سنوات⁽³⁾ اعتباراً من تاريخ التسجيل، وفي مقابل ذلك نجد القانون اليمني مد أجل الحماية المقررة للعلامة التجارية إلى عشر سنوات اعتباراً من تاريخ التسجيل للعلامة⁽⁴⁾.

المطلب الثاني: حماية العلامات التجارية وفقاً لاتفاقية الجات وإعلان مراكش.

جاء القصد من ظهور الاتفاقية هو تبادل الامتيازات الجمركية على نحو ما ورد في ميثاق منظمة التجارة العالمية، وهو ما يعرف بميثاق هافانا، وقد جاء هدف الاتفاقية لمنع الركود الذي أصاب العالم في فترة الثلاثينات.

1- وقد ترجم ذلك قانون الحق الفكري اليمني في المادة رقم (1/91) من قانون الحق الفكري اليمني بقولها أنه: "كل يمني له مشروع إنتاجي أو خدماتي وكل أجنبي له في اليمن مثل هذا المشروع يستطيع أن يطلب تسجيل علامته الصناعية والتجارية"، وقد قرر القانون في المادة رقم (2/91) من قانون الحق الفكري اليمني أنه: "يتقرر للأجانب أصحاب المشروعات في الخارج وللأشخاص الاعتبارية الأجنبية التي يكون نشاطها الرئيسي في الخارج، الحق في تسجيل علامتهم الصناعية والتجارية"، ونص في المادة رقم (64) من قانون الحق الفكري اليمني أنه: يتقرر للأجانب في الخارج حقوق المخترع والمقترح بناء على اتفاقية دولية تعقدتها الجمهورية اليمنية مع الدولة التي ينتمون إليها أو بناء على المعاملة بالمثل ويسري الحكم نفسه على الأشخاص الاعتبارية الأجنبية" كما يتقرر للأجانب في الخارج حسب نص المادة رقم (120) من قانون الحق الفكري اليمني " حقوق المكنشف والمخترع والمقترح بناء على اتفاقية دولية تعقدتها الجمهورية اليمنية مع الدولة التي ينتمون إليها أو بناء على المعاملة بالمثل ويسري الحكم نفسه على الأشخاص الاعتبارية الأجنبية وينظم مجلس الوزراء القواعد المتعلقة بالأجانب المقيمين أو العاملين في اليمن".

1- د. خالد محمد كدفور المهيري، مرجع سابق، ص 46، ص 50 وما بعدها.

3- انظر المادة رقم (1/19) من اتفاقية تريبس.

4- انظر المادة رقم (2) من قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية اليمني.



وقد نادت اتفاقية الجات بالكثير من المبادئ، باعتبارها أداة لتحرير التجارة، غير أننا سوف نركز على المبادئ التي وردت في إعلان مراكش، باعتباره ترجمة لما جاءت به اتفاقية الجات من حماية لحقوق الملكية الفكرية، وإقرار قواعد بالنسبة للعلامة التجارية في بعض المبادئ منها على سبيل المثال: أولاً: مبدأ المعاملة بالمثل:

حيث نص إعلان مراكش⁽¹⁾ مع مراعاة الاستثناءات المنصوص عليها في كل من اتفاقيتي باريس سنة 1967م، واتفاق بيرن سنة 1971م⁽²⁾، وكذلك اتفاق روما أو معاهدة الملكية الفكرية بشأن الدوائر المدمجة بأنه: "على كل عضو من أعضاء هذه الاتفاقية توفير معاملة لمواطني الدول الأخرى لا تقل عن معاملته لمواطنيه فيما يتعلق بحقوق الملكية الفكرية".

ولعل المقصود بالمواطنين في نص المادة آنفه الذكر هو كل من الأشخاص الطبيعية والأشخاص الاعتبارية على السواء، ولا ينطوي ذلك على أي مساس بسيادة كل من دول الأعضاء، بل يؤخذ به من أنه أراد الإعلان أن يوسع من نطاق حماية الملكية الفكرية عامة، والعلامة التجارية على وجه الخصوص.

ثانياً: مبدأ الدولة الأولى بالرعاية:

بمفهوم نص المادة الرابعة من إعلان مراكش⁽³⁾ أن كل امتياز، أو رعاية، أو حصانة، أو حماية، تتعلق بحقوق الملكية الفكرية يمنحه عضو لمواطني بلد آخر يصبح فوراً وبدون أية شروط حقاً من حقوق مواطني الدول الأعضاء الأخرى. وقد أورد الإعلان بعد ذلك بعض الاستثناءات⁽⁴⁾، منها الحقوق الناشئة عن الاتفاقيات الدولية المتعلقة بحماية الملكية الفكرية، أو الحقوق الممنوحة بموجب نصوص اتفاق بيرن سنة 1971م.

1- انظر المادة رقم (3) من إعلان مراكش.

2- صدر القرار الجمهوري بانضمام الجمهورية اليمنية إلى إتفاقية برن برقم (14) لسنة 2007م.

3- انظر المادة رقم (4) من إعلان مراكش.

د- حسين يوسف غنابم، المرجع السابق، ص 81.





وقد أقر إعلان مراكش بعض القواعد المتعلقة بالعلامة التجارية على سبيل المثال:

أولاً: إعطاء مالك العلامة التجارية المسجلة الحق بمنع الغير بدون موافقة من استعمال نفس العلامة لتمييز منتجاته، أو خدمات مطابقة، أو مشابهة للمنتجات التي تميزها العلامة المسجلة، وذلك لما يثيره من خلط لجمهور المستهلكين⁽¹⁾. وتطبيقاً لما ورد بإعلان مراكش، نجد القانون اليمني يمنع " تسجيل أي علامة مطابقة أو مشابهة أو مترجمة لعلامة تجارية مشهورة في الجمهورية على منتجات أو خدمات مماثلة أو مطابقة ولو لم تكن العلامة التجارية المشهورة مسجلة فيها، ويسري نفس الحكم على العلامة التجارية المشهورة متى ما كانت مسجلة في الجمهورية بالنسبة لمنتجات أو خدمات غير مطابقة أو مشابهة لتلك المطلوب تسجيل العلامة بالنسبة إليها طالما كان من شأن هذا التسجيل حمل الغير على الاعتقاد بوجود صلة بين تلك المنتجات أو الخدمات والعلامة التجارية المشهورة أو كان من شأن ذلك الاستخدام أن يلحق ضرراً بصاحب العلامة التجارية المشهورة، ولتحديد ما إذا كانت علامة تجارية ما علامة مشهورة، يراعى مدى معرفتها في قطاع الجمهور المعني بما في ذلك معرفتها في الجمهورية نتيجة ترويجها وتسويقها"⁽²⁾.

ثانياً: ورد في اتفاقية مراكش⁽³⁾ أن طبيعة البضاعة أو الخدمات التي ستطبق عليها العلامة التجارية لن تكون عقبة في طريق تسجيل العلامة بأي حال من الأحوال⁽⁴⁾، إلا أنه في حقيقة الأمر قد يكون على خلاف ذلك، حيث أنه كما سلف القول أن المشرع الوطني في كل دولة قبل أن يقبل أي قانون أجنبي من أجل التعاون على أقل تقدير لخدمة أمور تجارية أو اقتصادية فإن أول اعتبار

1- انظر المادة رقم (16) من الملحق الاثني عشر في البند الأول في إعلان مراكش.

2- انظر المادة رقم (6) من قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية اليمني.

3- انظر المادة رقم (15) من ذات الملحق في بنده الرابع من إعلان مراكش.

3-د. خالد محمد كدفور المهيري، مرجع سابق، ص 46.



له هو مدى تعلق ذلك الأمر بالنظام أو المصلحة العامة، وعليه فإن نص المادة آنف الذكر من الإعلان لا يؤخذ على إطلاقه، ليس من الناحية الإجرائية الإدارية، بل لرفضه أصلاً من الأساس، فعلى سبيل المثال لو كانت طبيعة البضاعة مخالفة للنظام العام في التشريع الوطني، كما لو كانت العلامة على خدمات مخالفة للنظام العام والآداب العامة فإنها لن تصادف قبولاً من المشرع لتعارضها مع نصوص القانون الوطني⁽¹⁾، لكون العلامة مخالفة للنظام العام، وبالتالي يعطى الحق للمشرع عدم تسجيل العلامة.

1- انظر المادة رقم (4) من قانون العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية اليمني.





الخاتمة.

تحظى العلامات التجارية بحماية قانونية محلية ودولية خاصة نظمتها التشريعات الوطنية المتعلقة بحماية الحقوق الفكرية والعلامات التجارية والصناعية كونها منذ ظهورها ارتبطت بالصناعة والتجارة ثم توسعت إلى المؤسسات الخدمية وغيرها، ومن ذلك ظهور مؤسسات تقدم خدمة التعليم العالي، وبرز المنافسة فيما بينها في تقديم خدماتها، وهذا أدى بدوره إلى الحاجة إلى وجود علامات تميز هذه المؤسسات بواسطة علامات خاصة بكل مؤسسة تعبر عنها وتميزها عن غيرها، وارتبطت هذه العلامات بهذه المؤسسات حتى غدت من المعالم الرئيسية لها والحقوق الفكرية المتصلة بها، مما أدى إلى ضرورة البحث في هذه العلامات ومقارنتها بالعلامات التجارية لمنتجات السلع ومقدمي الخدمات المنصوص عليها في التشريعات المحلية والدولية المنظمة لها كأحد الحقوق الفكرية لها، وتبين من خلال البحث أن هذه العلامات تتصف بالصفات التي تميز العلامات التجارية وتأخذ أحكامها، من خلال مناقشة أحكام العلامات التجارية لمؤسسات التعليم العالي وشروطها وعناصرها وتسجيلها، وكذلك سبل الحماية القانونية والتدابير المؤقتة المقررة للعلامة التجارية التي تستخدمها مؤسسات التعليم العالي والتي تعرض خدماتها للجمهور لتنظيم المنافسة المشروعة بين المؤسسات المختلفة والحفاظ على حقوقها من ناحية، وحماية جمهور المتعاملين معها من الغش أو اللبس من ناحية أخرى.

وقد تمت مناقشة سبل الحماية القانونية في القانون الوطني بشتى صورها المدنية والجنائية وكذا التدابير المؤقتة لحمايتها والإجراءات التحفظية، كما تمت مناقشة سبل الحماية القانونية للعلامات التجارية في الاتفاقيات الدولية، والتي أولت هذه العلامات عناية كبيرة وخاصة عقب الثورة الصناعية، والتي شملت أيضاً المؤسسات التي تقدم الخدمات ومنها مؤسسات التعليم العالي التي



لجأت إلى استخدام علامات تميزها عن غيرها، وتم التوصل إلى عدد من النتائج والتوصيات والمقترحات المتعلقة بهذه العلامات التجارية وما يمكن تطبيقه من أحكام خاصة بالعلامات التجارية، التي ورد النص عليها في الاتفاقيات الدولية المعنية بحقوق الملكية الفكرية.

النتائج.

- أدى التوسع في مؤسسات التعليم العالي إلى ظهور المنافسة فيما بينها مما جعلها تستخدم علامات تجارية تميزها عن غيرها.
- العلامات المميزة لمؤسسات التعليم العالي تأخذ خصائص وأحكام العلامات التجارية باعتبارها أحد تطبيقات الملكية الفكرية.
- تتنوع الحماية القانونية للعلامات لمؤسسات التعليم العالي المرخص لها والمسجلة علاماتها التجارية في الجهات المختصة في الجمهورية اليمنية تطبيقاً للنصوص القانونية الوطنية إلى حماية مدنية من خلال حق المضور في التعويض عن الضرر المادي أو المعنوي، وحماية جنائية من خلال معاقبة المعتدي بعقوبات تصل إلى الحبس والغرامة وغيرها.
- توفر القوانين الوطنية مجموعة من التدابير المؤقتة والإجراءات التحفظية لمنع وقوع الضرر والحد منه في حال الاعتداء على العلامة الخاصة بمؤسسات التعليم العالي.
- تسعى الاتفاقيات الدولية المعنية بحقوق الملكية الفكرية إلى حماية هذه الحقوق ومنها العلامات التجارية وتوفير الحماية على المستوى الدولي وعلى مستوى الدول الموقعة عليها.

ثانياً: التوصيات والمقترحات.

- مواكبة التطور في الخدمات التي تقدمها المؤسسات، ومنها المؤسسة التعليمية، والنص على العلامات التجارية لمؤسسات التعليم العالي وغيرها.



- تعزيز العمل بالقوانين الوطنية المعنية بحماية حقوق الملكية الفكرية والبت في المنازعات المتعلقة بها ومنها منازعات العلامات التجارية المميزة لمؤسسات التعليم العالي.
- العمل على إنشاء قضاء متخصص بحقوق الملكية الفكرية والبت في المنازعات المتعلقة بها، ومنها منازعات العلامة التجارية المملوكة لمؤسسات التعليم العالي.
- إيجاد أطر مؤسسية في الوزارات المعنية بالخدمة التي تقدمها مؤسسات التعليم العالي، ومنها وزارة التعليم العالي والبحث العلمي ووزارة التعليم الفني والتدريب المهني، فيما يخص العلامات التي تستخدمها الجامعات والكليات والمعاهد العليا، وكذا بقية الحقوق المتعلقة بالملكية الفكرية.
- السعي إلى تفعيل الاتفاقيات الدولية، إلا إذا تعارض ذلك مع الآداب والنظام العام داخل الدولة التي تسجل العلامة التجارية داخلها.
- التعاون المشترك بين السلطات المحلية في الدولة ومالكي العلامات التجارية في مؤسسات التعليم العالي، وتفعيل ذلك والسعي لعدم تقليد أو تزوير تلك العلامات من خلال التوعية واللقاءات المستمرة بين الأطراف ذات العلاقة.
- بسط الحماية الجنائية في اتخاذ الإجراءات التحفظية فيما يتعلق بالقانون الجنائي للمؤسسات التي قد تقوم بالتعدي على العلامات التجارية الخاصة بالغير، مع فرض بعض الضمانات المقررة في هذا الشأن.
- أن يراعى عند تقدير الضرر ما جناه الطرف المعتدي على المؤسسة المالكة للعلامة التجارية، اذا ما تبين لقاضي الموضوع أن الاعتداء قد مس بسمعة هذه المؤسسة واضربها.



المراجع.

- د. آدمون نعيم: المزاخمة غير المشروعة دراسة قانونية مقارنة، مؤسسة عز الدين للطباعة والنشر، بدون سنة نشر.
- د. ثروت عبد الرحيم: القانون التجاري المصري، دار النهضة العربية، 1985م.
- د. حسام الدين الصغير: الجديد في العلامات التجارية، دار الفكر الجامعي، 2008م.
- د. حسين يوسف غنايم: حماية العلامات التجارية، إدارة المطبوعات جامعة الإمارات العربية المتحدة، (ب ت).
- د. خالد محمد كدفور المهيري: موسوعة الملكية الفكرية، الجزء الثاني 2007م.
- د. سميحة القليوبي: القانون التجاري، الجزء الأول، دار النهضة العربية، 1981، ص 272م.
- د. سميحة القليوبي: الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة السادسة 2007م- القانون التجاري، الجزء الأول، دار النهضة العربية، 1981م.
- د. صلاح زين الدين: العلامات التجارية وطنياً ودولياً، دار الثقافة للنشر، عمان الطبعة الأولى الإصدار الأول عام 2006م.
- د. فايز نعيم رضوان: مبادئ قانون المعاملات التجارية لدولة الإمارات العربية المتحدة، مطبوعات أكاديمية شرطة دبي، الطبعة الثانية، 2006م.
- عزت عبد القادر المحامي: القانون التجاري، (ب ت)، 1997م.
- د. ناجي عبد المؤمن، الوجيز في مبادئ المعاملات التجارية لدولة الإمارات العربية المتحدة، المطبعة العصرية، الطبعة الأولى 1998م.



- د . نوري حمد خاطر: شرح قواعد الملكية الفكرية، دار وائل للنشر، عمان الأردن عام 2005م.
التشريعات الوطنية:
- القرار الجمهوري بالقانون رقم (32): لسنة 1991م بشأن القانون التجاري اليمني، الجريدة الرسمية العدد (18) لسنة 2004م.
- القانون رقم (19) لسنة 1994م بشأن الحق الفكري اليمني.
- القرار الجمهوري بالقانون رقم (18) لسنة 1995م بشأن الجامعات اليمنية، وهي معدلة بالقانون رقم (30) لسنة 1997م، الجريدة الرسمية العدد (10) لسنة 1995م.
- القانون رقم (13) لسنة 2005م بشأن الجامعات والمعاهد العليا والكليات الأهلية اليمنية.
- القرار الجمهوري رقم (140) لسنة 2007م بشأن اللائحة التنفيذية للقانون رقم (13) لسنة 2005م بشأن الجامعات والمعاهد العليا والكليات الأهلية اليمنية.
- القانون رقم (23) لسنة 2010م بشأن العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية.
- قرار رئيس مجلس الوزراء رقم (213) لسنة 2011م بشأن اللائحة التنفيذية للقانون رقم (23) لسنة 2010م بشأن العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية.
- الاتفاقيات الدولية:
- اتفاقية إنشاء المنظمة العالمية الفكرية (WIPO) الموقعة في استوكهولم في 14 يوليو (تموز) 1967م، والمعدلة في 28 سبتمبر (أيلول) 1979م.



- اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المؤرخة في 20 مارس 1883م،
والمعدلة ببروكسل في 14 ديسمبر 1900م، وواشنطن في 2 يونيو 1911م،
ولاهاي في 6 نوفمبر 1925م، ولندن في 2 يونيو 1934م، ولشبونة في 31
أكتوبر 1958م، واستكهولم في 14 يوليو 1967م، والمنقحة في 28 سبتمبر
1979م.
- بروتوكول اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات المعتمد في
مدريد في 27 يونيو (حزيران) 1989م.
- اتفاقية الجات وإعلان مراكش 15 أبريل 1994م المتعلقة بالملكية
الفكرية وقعت بالمغرب من جانب 118 دولة.
- اتفاقية تريس (TRIPS) 1994م.