



المعهد القومي للملكية الفكرية
The National Institute of Intellectual Property
Helwan University, Egypt

المجلة العلمية للملكية الفكرية وإدارة الابتكار

دورية نصف سنوية محكمة يصدرها

المعهد القومي للملكية الفكرية

جامعة حلوان

العدد الخامس

سبتمبر ٢٠٢٢

الهدف من المجلة:

تهدف المجلة العلمية للملكية الفكرية وإدارة الابتكار إلى نشر البحوث والدراسات النظرية والتطبيقية في مجال الملكية الفكرية بشقيها الصناعي والأدبي والفني وعلاقتها بإدارة الابتكار والتنمية المستدامة من كافة النواحي القانونية والاقتصادية والإدارية والعلمية والأدبية والفنية.

ضوابط عامة:

- تعبر كافة الدراسات والبحوث والمقالات عن رأى مؤلفيها ويأتي ترتيبها بالمجلة وفقا لإعتبارات فنية لا علاقة لها بالقيمة العلمية لأى منها.
- تنشر المقالات غير المحكمة (أوراق العمل) فى زاوية خاصة فى المجلة.
- تنشر المجلة مراجعات وعروض الكتب الجديدة والدوريات.
- تنشر المجلة التقارير والبحوث والدراسات الملقاه فى مؤتمرات ومنتديات علمية والنشاطات الأكاديمية فى مجال تخصصها دونما تحكيم فى أعداد خاصة من المجلة.
- يمكن الاقتباس من بعض مواد المجلة بشرط الاشارة إلى المصدر.
- تنشر المجلة الأوراق البحثية للطلاب المسجلين لدرجتى الماجستير والدكتوراه.
- تصدر المجلة محكمة ودورية نصف سنوية.

ألية النشر فى المجلة:

- تقبل المجلة كافة البحوث والدراسات التطبيقية والأكاديمية فى مجال حقوق الملكية الفكرية بكافة جوانبها القانونية والتقنية والاقتصادية والإدارية والاجتماعية والثقافية والفنية.
- تقبل البحوث باللغات (العربية والانجليزية والفرنسية).
- تنشر المجلة ملخصات الرسائل العلمية الجديدة، وتعامل معاملة أوراق العمل.
- يجب أن يلتزم الباحث بعدم إرسال بحثه إلى جهة أخرى حتى يأتيه رد المجلة.
- يجب أن يلتزم الباحث بإتباع الأسس العلمية السليمة فى بحثه.
- يجب أن يرسل الباحث بحثه إلى المجلة من ثلاثة نسخ مطبوعة، وملخص باللغة العربية أو الانجليزية أو الفرنسية، فى حدود ٨ - ١٢ سطر، ويجب أن تكون الرسوم البيانية والإيضاحية مطبوعة وواضحة، بالإضافة إلى نسخة إلكترونية Soft Copy، ونوع الخط Romanes Times New ١٤ للعربى، و١٢ للانجليزي على B5 (ورق نصف ثمانيات) على البريد الإلكتروني: ymgad@niip.edi.eg
- ترسل البحوث إلى محكمين متخصصين وتحكم بسرية تامة.
- فى حالة قبول البحث للنشر، يلتزم الباحث بتعديله ليتناسب مع مقترحات المحكمين، وأسلوب النشر بالمجلة.

مجلس إدارة تحرير المجلة	
أستاذ الاقتصاد والملكية الفكرية وعميد المعهد القومي للملكية الفكرية (بالتكليف) - رئيس تحرير المجلة	أ.د. ياسر محمد جاد الله محمود
أستاذ القانون الدولي الخاص بكلية الحقوق بجامعة حلوان والمستشار العلمي للمعهد - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة	أ.د. أحمد عبد الكريم سلامة
سكرتير تحرير المجلة	أ.د. وكيل المعهد للدراسات العليا والبحوث
أستاذ الهندسة الانشائية بكلية الهندسة بالمطرية بجامعة حلوان - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة	أ.د. جلال عبد الحميد عبد اللاه
أستاذ علوم الأطعمة بكلية الاقتصاد المنزلي بجامعة حلوان - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة	أ.د. هناء محمد الحسيني
مدير إدارة الملكية الفكرية والتنافسية بجامعة الدول العربية - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة	أ.د. وزير مفوض / مها بخيت محمد زكي
رئيس مجلس إدارة جمعية الامارات للملكية الفكرية - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة	اللواء أ.د. عبد القدوس عبد الرزاق العبيدلي
أستاذ القانون المدنى بجامعة جوته فرانكفورت أم ماين - ألمانيا - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة	Prof Dr. Alexander Peukert
أستاذ القانون التجارى بجامعة نيو كاسل - بريطانيا - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة	Prof Dr. Andrew Griffiths

المراسلات

ترسل البحوث إلى رئيس تحرير المجلة العلمية للملكية الفكرية وإدارة الابتكار بجامعة حلوان
جامعة حلوان - ٤ شارع كمال الدين صلاح - أمام السفارة الأمريكية بالقاهرة - جاردن سيتي

ص.ب: ١١٤٦١ جاردن سيتي

ت: ٢٠٢ ٢٥٤٨١٠٥٠ + محمول: ٢٠١٠٠٠٣٠٥٤٨ + ف: ٢٠٢ ٢٧٩٤٩٢٣٠ +

<http://www.helwan.edu.eg/niip/>

ymgad@niip.edu.eg

الحماية القانونية لمالك العلامة التجارية في ضوء التحول الرقمي
مي أبوبكر محمد فرج

الحماية القانونية لمالك العلامة التجارية في ضوء التحول الرقمي

مي أبو بكر محمد فرج

مقدمة:

يواجه العالم ما يُعرف بثورة الاتصال الإلكتروني أو الثورة الرقمية نتيجة التقدم الملحوظ في وسائل الاتصال و المعلومات وما وفرته من إمكانيات هائلة في تبادل المعلومات والبيانات ونقلها عبر أثير الفضاء الإلكتروني، ومع ما تتمتع به العلامات التجارية اليوم من أهمية كبيرة إلى إنها تعد في كثير من الأحيان أهم عناصر المحل التجاري، فالمنتج يضع على منتجاته علامة صناعية تميزها عن المنتجات المماثلة والتاجر يضع على البضاعة التي يقوم بتوزيعها علامة تجارية تميزها عن السلع المتشابهة لها في السوق حيث يوضع العميل ثقته فيها لاقتران هذه العلامة التجارية والصناعية في ذهنه بالجودة والإتقان ولكي يستطيع المنتج أو التاجر أو مقدم الخدم وممارسة سلطاته على العلامة التي يستخدمها لتمييز منتجاته أو خدماته، فلا بد أولاً من أن يحصل على مركز قانوني سليم يُمكنه من ذلك، ويكون الحصول على هذا المركز باكتساب ملكية العلامة التجارية بالكيفية التي حددها القانون وهذا ما يتأوله هذا البحث.

أسباب اختيار الموضوع:

يمكن إجمال أهم أسباب اختيار موضوع البحث كما يلي: -

١- أهمية العلامة التجارية في ظل التطور الهائل في مجالي التجارة والصناعة، والتي أصبحت تشكل جزء من أي كيان اقتصادي محلي أو دولي.

٢- بسبب التطور التكنولوجي في العالم أصبح مالك العلامة أكثر عرضه لجرائم التعدي والتي يُضرب به بشكل خاص، وعلى الاقتصاد القومي والعالمي بشكل عام.

أهمية الموضوع:

تبرز أهمية البحث في كونه يتناول أحدي موضوعات حقوق الملكية الفكرية وهو موضوع العلامة التجارية، والتي تحل محل اهتمام قومي ودولي ومع وجود هذا التحول الرقمي والتطور التكنولوجي الذي نعيشه في الأونة الاخيرة، وفي ظل ثورة الاتصالات والمعلومات الكبيرة.

أهداف البحث:

تهدف هذه الدراسة التي توضح الشروط التي لابد من توافرها حتي يتمتع مالك العلامة بالحماية القانونية التي أوجبها القانون لمالك العلامة التجارية و تسليط الضوء علي العقوبات التي فرضها القانون و التعويض الواجب له في حالة التعدي علي حقوقه خصوصا قي ظل وجود هذا التحول الرقمي الكبير.

مشكله البحث:

تتمثل إشكالية البحث في أنه يجب استيفاء عدة شروط في العلامة التجارية حتي تصلح ان تكون محلاً للحماية القانونية ضد أي تعدي عليها وحقوق مالك العلامة التجارية فكان لابد من الإجابة على هذه التساؤلات:

1 - ما هي شروط الحماية القانونية لحقوق مالك العلامة التجارية في ظل التحول الرقمي؟

2- ماهي آليات الحماية التي أعدتها الدولة والاتفاقيات الدولية المختلفة لحماية حقوق صاحب العلامة التجارية من التعدي على حقوقه في ظل التحول الرقمي؟

وللإجابة على هذا التساؤل السابقة سوف نتأول في هذا البحث

- المبحث الأول شروط الحماية القانونية للعلامة التجارية
- المبحث الثاني الحماية القانونية للعلامة التجارية.

المبحث الأول: شروط الحماية القانونية للعلامة التجارية

لكي تتمتع العلامة التجارية بالحماية القانونية لحمايتها من أي تعدي عليها خصوصا مع ما قد يتعرض لها من انتهاكات في ظل التطور الرقمي الهائل الان لابد أن تتوافر في العلامة التجارية عدة شروط موضوعية والشكلية.

أولا: الشروط الموضوعية

لا يكفي في العلامة التجارية أن تأخذ شكل مميزاً بل لابد حتى تتمتع بالحماية القانونية أن تضاف لها عدة شروط موضوعية.

الشرط الأول: التميز الذاتي للعلامة:

الوظيفة الأساسية للعلامة التجارية كونها تميز المنتجات عن بعضها والتميز الذاتي للعلامة وهو سبب إسباغ الحماية الجنائية عليها وذلك لسببين:

السبب الأول: اختلاف العلامة عن غيرها من العلامات ويكون نتيجة بذل صاحب العلامة حتى تكون كذلك.

السبب الثاني: هذه العلامة المميزة يتولد لدى جمهورها ثقة وهذه الثقة نتيجة المواصفات الجيدة التي اعتاد عليها جمهور المستهلكين لهذه العلامة^١.

أما عن كون العلامة التجارية مجرد رسوم مألوفة أو صور عادية أو مجرد تسمية يطلقها العرف على السلعة أو المنتج فقد نصت المادة ٦٧ من قانون الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ علي ذلك بقولها

" لا يسجل كعلامة تجارية أو عنصر منها ما يأتي:

(١) العلامة الخالية من أية صفة مميزة أول مكونه من علامات بيانات ليست ألا التسمية التي يطلقها العرف على المنتجات أو الرسوم أو الصور العادية لها^٢.

وبطبيعة الحال تفقد العلامة طابعها المتميز متى كانت متشابهة مع علامة سبق تسجيلها من قبل شخص اخر.

ولا يشترط أن يكون متميزاً للعلامة التجارية شكل أم بشكل مبتكراً أو عملاً فنياً مجيداً بل لا بد أن تكون العلامة مميزه عن غيرها من العلامات الموجودة عن نفس السلعة في السوق.

ولقد نصت اتفاقية التريبس في المادة ١٥/١ على أنه " تعتبر أي إشارة أو مجموعة إشارات تسمح بتمييز السلع حق أو الخدمات التي تنتجها من

^١ المصري، عزيز) ٢٠١٧. (موسوعة والتامين والتسعين الجبري). مج.٢(٠) ط_٠ (2). القاهرة

^٢ مصر. قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢(الجريدة الرسمية: العدد ٢٢ مكرر. في ٠٢/٦/٢٠٠٢) ولائحته التنفيذية

منشأة ما عن تلك التي مين عن تلك التي تنتج المنشآت اخرى صالحة لأن تكون علامة تجارية".

وعلى ذلك فقد أخذت اتفاقية التريس بشرط -الصفة المميزة - وجعلته معيارا موضوعيا العلامة التجارية وبالتالي تكون محلل للحماية الجنائية في اتفاقية التريس.

ومع اشتراط أن تكون العلامة مميزه ألا أنه لا مانع من أن تستمد العلامة الصفة المميزة عن طريق تسجيل العلامة.

وقد يكون التميز في وصف العلامة مما جعل هذا الوصف مرتبطة في اذهان المستهلكين بهذه السلعة^١.

الشرط الثاني: جدة العلامة التجارية

والمقصود بكون العلامة التجارية الجديدة هو أن تكون جديدة في شكلها العام أي لم يسبق استعمالها ولا تسجيلها من قبل على ذات البضائع والخدمات من قبل شخص آخر^٢.

والعلامة التجارية لا تفقد عنصر الجدة إذا استعملت أو تركت من قبل صاحبها أو لم تستخدم وفقا للشروط القانونية الخاصة بها.

وعلى ذلك فشرط الجدة هو شرط ليس مطلقاً بل هو مقيد من حيث:

١ مدوح، خالد. (٢٠١١). حقوق الملكية الفكرية. (ط. ١). القاهرة: نادي الفضاة، ص ١٦١.

٢ المري، بهاء. (٢٠٢١). العلامات التجارية، (ط. ١). القاهرة: مركز الازرام للإصدارات القانونية. ص ٣٤.

١. من حيث نوع صنف المنتجات لا تقفد العلامة التجارية أو نصر الجديدة بالنسبة للمنتجات غير متماثلة أي أن الاستعمال الممنوع للعلامة من قبل الغير يكون في حدود المنتجات أو البضائع التي خصصت لها تلك العلامة^١.
٢. من حيث المكان فيجوز من الناحية النظرية أن تحمل منتجات أو بضائع أو خدمات متماثلة علامة تجارية واحدة، طالما أن تلك المنتجات أو البضائع والخدمات لا تجتمع في مكان واحد وذلك حيث أن المشرع قصد حماية العلامة في جميع انحاء الدولة الواحدة طالما أنه مركز تسجيل العلامات في مكان واحد فإن استخدام العلامة التجارية لا يقتصر على منطقة أو جزء من الدولة المسجلة بها العلامة وإنما يشمل الدولة بكامل أقاليمها، وبالرغم من أن مبدأ الإقليمية العلامات التجارية يعتبر من المبادئ التشريعية المستقرة في معظم القوانين الوضعية إلا أنه يرد عليه استثناء أن :
أولهما : أنه يجب أن الاعتداد بأحكام الاتفاقيات الدولية التي تكفل لرعايا الدول المتعاقدة حماية علاماتهم في بلد كل منهما.
وثانيهما: يجب ألا يكون هناك غش أو سوء نية من جانب التاجر في استعمال العلامة الأجنبية بقصد تضليل الجمهور.
٣. من حيث الزمان: فيجوز لصاحب العلامة تجديد علامته وإذا لم يتم بذلك خلال المدة المقررة وهي ستة أشهر يصبح من حق المسجل شطبها من سجل العلامات التجارية، ومن ثم لا تقفد وصفة الجدة بل

١ عقيل، حسين. (٢٠١٨). التسجيل الدولي للعلامات التجارية و الجرائم المتعلقة به. (ط. ١). القاهرة: المصرية للنشر و التوزيع . ص١٤٥..

يكون من حق مالکها وحده القيام بإعادة تسجيلها خلال ثلاث سنوات من تاريخ شطبها.^١

٤. من حيث العلامات: فيجب أن تكون العلامة التجارية المراد تسجيلها غير مطابقة أو مشابهة لعلامة تجارية أخرى سبق استعمالها أو تسجيل.

الشرط الثالث: ان تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر

من الشروط الموضوعية للعلامة التجارية التي اشترطها قانون الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ في المادة ٦٣/٢ "ان تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر " ، ووقع هذا النص متفقاً مع نص المادة ١٥ من اتفاقه الترتيب من السماح لدول الأعضاء أن يشترط أن تكون العلامة التجارية المزمع تسجيلها قابله للأطراف بالنظر كشرط لتسجيلها^٢.

الشرط الرابع: مشروعية العلامة

لا يكفي أن تكون العلامة التجارية مميزه وجديدة وتذكر بالبصر بل لابد أن تكون مشروعية وتعتبر العلامة التجارية غير مشروعية إذا خالفت نصاً قانونياً أمراً أو جاءت مخالفة للنظام العام والآداب العامة.

ولقد نصت المادة ٦٧ من قانون الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢

أن العلامة العلامات التي لا تسجل علامة تجارية أو عنصر من عناصرها ما يأتي:

١ عقيل، حسين. مصدر سابق . ص١٤٥.

٢ أمين ، محمد (٢٠١٨). الملكية الفكرية: دراسة مقارنة(ط١).- الإسكندرية: دار الفكر الجامعي. ص٢١٩.

١. العلامات الخالية من اية صفة مميزة أو المكونة من علامات أو بيانات ليست الا التسمية التي يطلقها العرف علي المنتجات أو الرسم أو الصور العادية لها.
٢. العلامات المخلة بالنظام العام أو الآداب العامة.

أما بالنسبة لكون العلامات التجارية تكون غير مخلة بالنظام العام أو الآداب العامة فعبارة هذا النص غير محددة وتنصرف الى ما يقدره العرف والعادات داخل الدولة لتقديم مدى مخالفة العلامة المرتب الى النظام العام أو حسن الآداب كما أن مفهوم النظام العام ذاته يختلف من دولة الى أخرى ومن زمان الى آخر.

ولقد نصت اتفاقية التبريس في المادة ١٥/٢ على المبدأ حق الدول الأعضاء في الاتفاقية في تضمين قوانينها الوطنية أسباب حظر تسجيل العلامات التجارية شريطة عدم الانتقاص من أحكام وحده باريس التي تضمن حظر تسجيل شعارات الدول وعلامات الركوب الرسمية شعارات المنظمات الدولية الحكومية^١.

الشرط الرابع: كتابة العلامة التجارية باللغة العربية:

نص المادة ٦٤ من قانون الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ بوجود استعمال اللغة العربية، إذا تنص المادة ٦٤ على أنه "تختص مصلحة التسجيل التجاري بتسجيل العلامات التجارية في السجل الخاص بهذه العلامات وفقا لأحكام هذا القانون ولأئحته التنفيذية، وذلك مع مراعاة حكم

١. ممدوح، خالد. مصدر سابق . ص١٧١ .

المادتين (٣، ٤) من القرار رقم ١١٥ لسنة ١٩٩٨ في المكتبات و اللافتات بوجوب باستعمال اللغة العربية.^١

الفرع الأول: الشروط الشكلية:

الشروط الأول: صاحب الحق في تسجيل العلامة التجارية:

١. الشخص الطبيعي أو الاعتباري المصري:

فقد نصت المادة ٦٦ على أنه " مع عدم الاخلال بأحكام الاتفاقيات الدولية النافذة في جمهوريه مصر العربية يكون لكل شخص طبيعي أو اعتباري من المصريين".

٢. الشخص الطبيعي أو الاعتباري الأجنبي:

أجازت ذات المادة لكل شخص طبيعي أو اعتباري من الأجانب ولكن بشرط ان يكونوا من لذين ينتمون أو يتخذون مركز نشاط حقيقي وفعال لهم احدى الدول أو الكائنات الاعضاء في منظمه التجارة العالمية أول التي تعامل جمهوريه مصر العربية معاملة المثل الحق في التقدم في التقدم الى مصلحه التسجيل في جمهوريه مصر العربية وما يترتب على ذلك من حقوق طبقا لأحكام هذا القانون بطلب تسجيل علامة تجاريه"

واضافه المادة ذاتها في فقرتها الثانية انه " يستفيد مواطنه جميع الدول الاعضاء في منظمه التجارة العالمية من اي ميزة أو افضلية أو حصانة

^١ مصر. قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ (الجريدة الرسمية: العدد ٢٢ مكرر. في ٢٠٠٢/٦/٠٢) ولائحته التنفيذية.

يمنحها قانون اخر لرعايا ايه اي دوله فيما يتعلق بالحقوق المنصوص عليها في هذا الباب ما لم تكن الميزة والأفضلية أو الحصانة نابعا من:

أ. اتفاقيات المساعدة القضائية أو اتفاقيات اللي فاز القوانين ذات الصيغة العامة.

ب. الاتفاقيات المتعلقة بحقوق حماية الملكية الفكرية والتي اصبحت سارية قبل أول يناير ١٩٩٥".

وتلتزم مصر بتطبيق مبدأ المعاملة الوطنية لجميع مواطني الدول الاخرى الاعضاء بالمنظمة بان تمنعهم على الأقل ذات المزايا التي يتمتع بها رعاياها من المصريين وتدعم للالتزامات ذاتها. خالد أو بلاش

وجاء هذا الالتزام تنفيذاً لاتفاقية التريس حيث نصت المادة ٣/١ منها على هذا المبدأ "بقولها تلتزم كل البلدان الاعضاء من مواطني البلدان الاخرى الاعضاء معاملة لا تقل عن المعاملة التي تمنحها لمواطنيها فيما يتعلق بحمايه الملكية الفكرية...."^٢

٣. مراقبو المنتجات:

نص المادة ٧٠ من القانون على ان " الوزير المختص تحقيقه للمصلحة العامة أن يرخص الاشخاص الطبيعيين والاعتباريين الذين يزولون اعمال مربى المنتجات أو فحصها لتسجيل علامة تخصص للدلالة علي

^١ مصر. قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ (الجريدة الرسمية: العدد ٢٢ مكرر. في ٢٠٠٢/٦/٠٢). ولائحته التنفيذية.

^٢ اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية تريبس المصادق عليها في مراكش في ١٥ أبريل ١٩٩٤

اضاءه مراقبه أو الفحص لتلك المنتجات وذلك فيما يتعلق بمصدرها أو عناصر طير كاتبها أو طريقه انتاجها أو صفاتها أو حقيقتها أو أي خاصيه اخرى تميزها، ولا يجوز التصرف في تلك العلامة إلا بموجب ترخيص خاص من الوزير المختص" ^١.

الشرط الثاني: تسجيل العلامة التجارية:

نظرا لما تمثله العلامة التجارية من ناحية الكلية باعتبارها نوعا من أنواع الملكية يمكن أنت لك عن طريق شخص أو منشأه ولكونها وسيله التميز لمصدر المنتج وخدمه فقد توقع المشرع لها حماية قانونيه وحصر مجموعه الإجراءات والضمانات بما يحفظ لصاحب العلامة الحقوق القانونية من ناحية ويحمى المستهلك من الخلط أو اللبس وما قضى الحكم من اضرار بسبب ذلك من ناحيه اخرى ^٢.

الشرط الثالث: الجهة المختصة بتلقي طلبات التسجيل:

مختصر مصلحه التسجيل التجاري الإدارة العامة العلامات التجارية والتصميمات والنماذج الصناعية لتسجيل العلامة العلامات التجارية لتسجيل العلامات التجارية، وما يتعلق بها بالإجراءات وذلك في السجل المعد لذلك.

ويقدم طلب تسجيل العلامة التجارية أو التدوين عليها أو تعديلها الى الإدارة العامة للعلوم التجارية مصلحه التسجيل التجاري بواسطة صاحب الشأن أو من ينوب عنه بتوكيل خاص على الاستمارة المعدة لذلك .

المبحث الثاني: الحماية القانونية للعلامة التجارية

١ المرعي، بهاء. . مصدر سابق . ص ٦٤.

٢ المصدر السابق، ص ٦٢

تعد العلامة التجارية أحد الوسائل الهامة عن المعتمد عليها في النشاط الاقتصادي فالتاجر أو المنتج يميز بضاعته ومنتجاته عن طريق العلامة التجارية مما يستوجب حماية هذه العلامة من أي تعدي عليها لان الحماية لا تقتصر على إلزام المتعدي على العلامة التجارية المسجلة بدفع التعويضات المادية، فالحماية المدنية وحدها لا تكفي لمنع الاعتداء بل توسع المشرع في الحماية القانونية الجنائية في عنصر العقاب على المتعدي، وسنتطرق الى هذا عن طريق تجريم الاعتداء على العلامة التجارية في قانون العقوبات ثم حماية العلامة التجارية في القانون المدني و أخيرا في الاتفاقيات الدولية .

المطلب الأول: الحماية الوطنية للعلامة التجارية

أولاً: الحماية المدنية للعلامة التجارية

تستند الحماية المدنية المقررة للعلامة التجارية الي القواعد العامة في القانون المدني وهي تعطي صاحبها الحق في المطالبة بالتعويض وذلك عن طريق دعوي التعويض.

ويكون من حق صاحب العلامة سواء كانت مسجلة أم غير مسجلة أن يقوم برفع دعوى المسؤولية التقصيرية، إذا تنص المادة ١٦٣ من القانون المدني " بان كل خطأ سبب ضرراً للغير يلزم من ارتكبه بالتعويض"

أما القانون التجاري في نص المادة ٦٦/٢ على أنه "كل منافسة غير مشروعة تلزم فاعلها بتعويض الضرر الناجم عنها وللمحكمة ان تقضي فضلا عن التعويض بإزالة الضرر وينشر الحكم على نفقة المحكوم عليه في احدى الصحف اليومية"

وهذه حماية يتمتع بها صاحب العلامة عند الاعتداء على حقه سواء كانت العلامة مسجلة أو غير مسجلة، فإذا كانت العلامة التجارية غير مسجلة تعتبر الحماية على أساس المنافسة غير المشروعة وهي الوسيلة الوحيدة لحمايتها من الضرر المادي والأدبي الذي يلحق بصاحبها، وإذا كانت مسجلة فإن الحماية الجنائية الخاصة المقررة لها وفقا للقانون رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢.^١

ويجوز لصاحب العلامة الجمع بين الدعويين الجنائية والمدنية ولا يمنع من إقامة الدعوى المدنية سبق الحكم في الدعوى الجنائية بالبراءة ذلك ان القاضي المدني ليس مقيدا بقضاء قضاء القاضي الجنائي.^٢

ثانيا: الحماية الجنائية للعلامة التجارية

يعد النظام القانوني الجنائي الوسيلة الفعالة والناجحة في حماية المصالح الأساسية والقيم الجوهرية التي يقوم عليها النظام في المجتمع فهو بنيان متكامل يهدف الى تحقيق الضبط الاجتماعي في المجتمع الذي يطبق فيه.^٣

ولان قواعده تتسم بفعاليتها وسرعه تطويرها وتعديلها بما يتفق مع احتياجات وظروف المجتمع المستجدة.^٤

^١ أحمد، إيهاب (٢٠١٨). حماية العلامات التجارية طبقا للقانون المصري. - المجلة العلمية للملكية الفكرية وإدارة الابتكار، مج.١، ع.١ ص.٢٨١.

^٢ المري، بهاء. مصدر سابق ص ١١٨.

^٣ ثروت، جلال. (٢٠٠٦). النظام القانون الجنائي، (ط.٢). القاهرة: دار النهضة العربية. ص ٥.

^٤ فتحي، أحمد. (١٩٨٩). السياسة الجنائية، (ط.٢). القاهرة: دار النهضة العربية. ١٧٠.

ولكن بالبحث في قانون العقوبات نجد عدم تجريم الاعتداء على العلامة التجارية فيه فإذا كان قانون العقوبات يهدف إلى حماية القواعد التي يرى المشرع ضرورتها لحسن سر المجتمع كله بفرض الجزاءات الرادعة عند مخالفة هذه القواعد، فإن أهمية الحاجة إليه تزداد، وبخاصة في الوقت الحاضر، حيث طغت المادة على القيم والمبادئ، في الوقت الذي أدت فيه السياسة الاقتصادية والاجتماعية إلى ظهور بعض الجرائم التي تمس الاقتصاد وتضر المستهلك.

وفي إطار تدخل المشرع في توفير الحماية الجنائية للعلامة التجارية في قانون العقوبات، فإنه يتصور هذا التدخل بأسلوبين:

الأول: بالنص مباشرة على تجريم الاعتداء (التجريم النصي المباشر)

الثاني: فهو غير مباشر، إذ يفترض في هذا الأسلوب خلو قانون العقوبات من نص صريح يجرم التعدي على العلامة التجارية، وبالتالي فإنه يتم التوصل إلى توفير الحماية الجنائية للعلامة التجارية عن طريق نصوص أخرى في ذات القانون.

وباستقراء نصوص هذه المواد نصل إلى أن تقليد العلامات التجارية كان يعاقب عليه وفقا لأحكام قانون العقوبات بمقتضى نصين هما المادة ٢٠٨ والمادة ٣٥١، وتختلف العقوبة في كل منهما، فهي في الأولى أشد منها في الثانية.

و لقد خصص القانون حماية الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ نصت المادة ١١٣ علي أنه "مع عدم الاخلال بأي عقوبة أشد في أي قانون

آخر يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن شهرين وبحد غرام لا تقل عن ٥٠٠٠ جنيه ولا تتجاوز ٢٠ ألف جنيه أو بأحد العقوبتين: -

١. كل من زو علامة تجاريه تم تسجيلها طبقا للقانون أو قلدها بطريقة تدعو الي تضليل الجمهور.

٢. كل من استعمل بسوء قصد علامة تجارية مزورة أو مقلدة.

٣. كل من وضع بسوء قصد على منتجاته علامة تجارية مملوكة لغيره.

٤. كل من باع أو عرض للبيع أو التداول أو حاز بقصد البيع أو التداول منتجات عليها علامة تجارية مزورة أو مقلدة أو موضوعية بغير حق مع علمه بذلك.

وفي حاله العود مره أخرى لتكرار ما قام به الشخص بأي من الافعال السابقة تكون العقوبة الحبس مدة لا تقل عن شهرين والغرام التي لا تقل عن ١٠٠٠٠ جنيه ولا تتجاوز ٥٠ ألف جنيه.

وفي جميع الأحوال تقضي المحكمة بمصادرة المنتجات محل الجريمة أو المباني أو الأشياء المتحصلة منها وكذلك الأدوات التي استخدمت في ارتكابها.

ويجوز للمحكمة عند الحكم بالإدانة انت قدي غلق المنشأة التي استغلها المحكوم عليه في ارتكاب الجريمة لمدة لا تزيد عن ستة أشهر ويكون الغلق وجوبيا في حالة العود.

ويختلف نص المادة ٢٠٨ من قانون العقوبات المصري عن نص المادة ١١٣ من قانون حماية الملكية الفكرية.

رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ في أمرين:

أولاً: إن المادة ١١٣ من القانون ذاته لا تتعلق إلا بالعلامات المسجلة والمعبرة تجارياً، أي العلامات التي تكون وظيفتها تمييز السلع والمنتجات، أما المادة ٢٠٨ من قانون العقوبات فهي أعم من ذلك وأشمل من ذلك، فتنناول كل علامة ن سواء أكانت وظيفتها تمييز السلع أم شيء آخر، ومن البديهي أن المادة ٢٠٨ من قانون العقوبات المصري تشمل فيما تشمله معنى العلامة التجارية.

ثانياً: إن الأفعال التي تعاقب عليها المادة ١١٣ أوسع مدى من الأفعال المذكور بالمادة ٢٠٨ من قانون العقوبات المصري، فالمادة ١١٣ تعاقب على التزوير العلامات التجارية، وتقليدها واستعمالها مع العلم بتزويرها أو تقليدها ووضعها بسوء قصد على المنتجات، وبيع وحيازة السلع التي تحمل العلامات المزورة أو المقلدة أو المغتصبة، بينما لا تعاقب المادة ٢٠٨ من قانون العقوبات المصري إلا على تقليد العلامات واستعمالها مع العلم بتقليدها، وعلى هذا لا جريمة بشأن العلامات غير المسجلة إلا إذا قلدت أو استعملت مع العلم بتقليدها أما تزويرها واستعمالها مع العلم بتزويرها واغتصابها وبيع أو حيازة المنتجات التي تحملها وهي مزورة أو مقلدة أو مغتصبة، فكلها أفعال لا عقوبة عليها ١ .

لقد حدد قانون الملكية الفكرية في المادة ٩٠ أن "مدة الحماية المترتبة على تسجيل العلامة ١٠ سنوات تمتد لمدته أو لمدد مماثلة بناء على طلب صاحبها في كل مرة خلال السنة الأخيرة من مدة الحماية مقابل سداد الرسم المستحق على طلب التسجيل لأول مرة".

شفيق ، محسن . (١٩٤٩). القانون التجاري المصري، (ط.١)._ القاهرة: دار الثقافة للنشر. ص ٥٤١^١

الفرع الثاني: الحماية الدولية للعلامة التجارية

ولقد أبرمت الكثير من الاتفاقيات الدولية ومنها اتفاقية باريس واتفاقية التبريس، ففي اتفاقية باريس استثناء من مبدأ استقلال العلامة الذي قرره المادة ٦ من اتفاقية باريس ومضمونه أن العلامة التي تسجل في إحدى دول الاتحاد تعتبر مستقلة عن العلامات المماثلة التي تسجل في دول الاتحاد الأخرى بما في ذلك دول المنشأ، تلزم المادة ٦ خامسا من اتفاقية باريس الدول الأعضاء في الاتحاد بقبول إيداع كل علامة مسجلة طبقا للقانون في دولة المنشأ كما يتم حمايتها بالحالة التي هي عليها في دول الاتحاد الأخرى.

وهذا يعني أنه لا يجوز لأي دولة من الدول الأعضاء في الاتحاد أن ترفض طلب تسجيل علامة تجارية سبق تسجيلها في دولة أخرى من دول الاتحاد استنادا إلى أن شكل العلامة لا يتفق مع التشريع الوطني^١.

وهو هذا وتعتبر اتفاقية باريس بمثابة الدستور الدولي لحماية العلامات التجارية بحيث لا يجوز أنت تعارض قوانين الدول الاعضاء مع ما ورد بها من مبادئ وقواعد وهذا ما اكدته اتفاقيه التبريس في المادة ١٦ بشأن تطبيق أحكام المادة السادسة مكرر من معاهدة باريس ١٩٦٧ مع ما يلزم من تبديل على الخدمات، ومع مراعاة ما يلزم من تبديل على السلع والخدمات غير المماثلة لتلك كالتي سجلت بشأنها علامة تجارية، شريطة أن يدل استخدام تلك العلامة التجارية بالنسبة لتلك السلع أو الخدمات على صلة بين تلك

أحمد، إيهاب (٢٠١٨). حماية العلامات التجارية طبقا للقانون المصري. - المجلة العلمية للملكية الفكرية^١
 وإدارة الابتكار، مج.١، ع.١ ص.٢٨٥.

السلع أو الخدمات وبين صاحب العلامة التجارية المسجلة، وشريطة أن
تتضرر مصالح صاحب العلامة المسجلة من جراء ذلك الاستخدام ١ .

عبد الباسط، حسن. بحوث في حقوق الملكية الفكرية. جامعة القاهرة. كلية الزراعة. ص 1٠٢٤.

المراجع والمصادر المقترحة

أولا المراجع العربية:

أ. الكتب

١. أمين، محمد (٢٠١٨). الملكية الفكرية: دراسة مقارنة (ط١). - الإسكندرية: دار الفكر الجامعي. ص٢١٩.
٢. ثروت، جلال. (٢٠٠٦). النظام القانون الجنائي، (ط.٢). _ القاهرة: دار النهضة العربية. ص ٥.
٣. شفيق، محسن. (١٩٤٩). القانون التجاري المصري، (ط.١). _ القاهرة: دار الثقافة للنشر. ص ٥٤١.
٤. عقيل، حسين. (٢٠١٨). التسجيل الدولي للعلامات التجارية و الجرائم المتعلقة به، (ط. ١). _ القاهرة: المصرية للنشر و التوزيع. ص٣٢٧.
٥. فتحي، أحمد. (١٩٨٩). السياسة الجنائية، (ط.٢). _ القاهرة: دار النهضة العربية. ١٧.
١. محمود، عبد الرحمن جميل. الحماية القانونية لبرامج الحاسب الآلي. أطروحة (ماجستير). جامعة النجاح.
٦. المري، بهاء. (٢٠٢١). العلامات التجارية، (ط. ١). _ القاهرة: مركز الأهرام للإصدارات القانونية. ٥٥٧ ص.
٧. ممدوح، خالد. (٢٠١١). حقوق الملكية الفكرية. (ط. ١). _ القاهرة: نادي القضاة. ٧٥٦ ص.

ب. الدوريات العلمية

عبد الباسط، حسن. بحوث في حقوق الملكية الفكرية. جامعة القاهرة. كلية الزراعة

ثانياً: المصادر المقترحة

أ. معاجم والموسوعات

١. المصري، عزيز. (٢٠١٧). موسوعة والتامين والتسعير الجبري. (مج.٢)، (ط. ٢). _القاهرة.

ب. القوانين والتشريعات والاتفاقيات

١. اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية تريبس المصادق عليها في مراكش في ١٥ أبريل ١٩٩٤
٢. مصر. قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ (الجريدة الرسمية: العدد ٢٢ مكرر. في ٢٠٠٢/٦/٢). ولائحته التنفيذية.