

# **الشروط الواجب توافرها لتسجيل وحماية العلامات التجارية**

**الباحث/ مصطفى صابر مصطفى عبد اللاه**

ضمن اشتراطات الحصول على درجة الدكتوراه في القانون  
تحت إشراف

**الأستاذ الدكتور/ ناجي عبد المؤمن محمد**  
**الأستاذ الدكتور/ حاتم محمد عبد الرحمن**

## الشروط الواجب توافرها لتسجيل وحماية العلامات التجارية الباحث/ مصطفى صابر مصطفى عبد اللاه

### المُلخَص

تعالج هذه الدراسة التعرف على الشروط اللازمة لتسجيل العلامات التجارية، وكذلك التعرف على ما لا يجوز تسجيله كعلامات تجارية، ويسبق بيان هذه الشروط توضيح ماهية أو المقصود بالعلامة التجارية في القانون المصري وفي أحكام القضاء، ثم عرض لمفهوم العلامة التجارية في الاتفاقيات الدولية المعنية بحماية حقوق الملكية الصناعية، كاتفاقية باريس لحماية حقوق الملكية الصناعية ١٨٨٣، واتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة لحقوق الملكية الفكرية تريبس (TRIPS)، ثم تتناول هذه الدراسة الشروط المطلوبة لتسجيل العلامة التجارية وهي أن تكون العلامة التجارية ذات صفة مميزة، وأن يتوافر فيها شرط الجدة أي تكون جديدة لم يسبق استعمالها وغير متشابهة مع غيرها من العلامات، وأخيراً ألا تكون العلامة التجارية منافية للأداب العامة أو النظام العام، وهناك بعض التشريعات التي تشترط أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر، ثم تتناول الدراسة بعد ذلك بعض أنواع العلامات التجارية غير الجائز تسجيلها وفقاً لما نص عليه القانون المصري.

### Trademarks Registration and Protection Conditions

#### Abstract

This study deals with identifying the necessary conditions for registering trademarks, as well as identifying what may not be registered as trademarks. these conditions are preceded by clarification of the definition of the trademark in Egyptian law and in Egyptian judicial rulings, the study then presents the definition or concept of the trademark in international agreements concerned with the protection of industrial property rights, such as the Paris Convention for the Protection of Industrial Property Rights 1883, and the TRIPS Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS), then the study deals with the conditions required to register the trademarks, which is that the trademark has a distinctive character, and that it meets the condition of novelty, that is, it is new, has not been used before, and is not similar to other marks, finally, the trademark shall not be contrary to public

morals or public order, and there are some legislations that require that the trademark be visually perceptible, then the study deals with some types of trademarks that are not permissible to be registered according to the provisions of Egyptian law.

### مقدمة:

إن حقوق الملكية الصناعية ظهرت بوادرها في العصور الوسطى بظهور العلامات التجارية، وقد اتجهت الدول الصناعية وقت ذاك لعقد مؤتمرات دولية أثمرت بتوقيع اتفاقيات تهدف لتنظيم وحماية حقوق الملكية الصناعية في أقاليم الدول الأخرى<sup>(١)</sup>، والعمل على بسط حماية حقوق الملكية الصناعية على نطاق دولي فأبرمت عام ١٨٨٣ اتفاقية باريس وهي أول اتفاقية دولية لحماية الملكية الصناعية<sup>(٢)</sup>، وحيث إن طبيعة حقوق الملكية الفكرية<sup>(٣)</sup> تتميز بأن محلها ليست أشياء تتجسد في شكل مادي، إنما هي قيم معنوية ذات جوانب تجارية فهي نتاج العقل والأفكار، من ثم وصفت هذه الملكية بالفكرية، ولها صور عدة كالاختراعات والعلامات وغيرها.

ويمنح أصحابها حق ملكية عليها ويتبلور جوهره في منح المالك وحده بصفة استثنائية أو احتكارية سلطة منع الغير من استعماله دون ترخيص، ولهذه الحقوق جوانب تجارية تتمثل في تحقيق عوائد، وعليه شُبهت هذه القيم بالأشياء المادية الملموسة التي يرد عليها حق الملكية، وحاجة هذه الابتكارات إلى الحماية ومنح حقوق استثنائية تضمن توفير عائد شريطة ضمان تحقيق التوازن فيما بين مصالح مالكي هذه الحقوق ومصالح المستخدمين<sup>(٤)</sup>.

(١) أ. د. محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٦٤، ص ٥ وما بعدها.

(٢) أ. د. حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية، ط ٢٠١٦، دار الفكر الجامعي، ص ٧، وتجدر الإشارة إلى أن اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية أبرمت ١٨٨٣ وعدلت عدة مرات آخرها تعديل استكهولم ١٩٦٧ وقد انضمت لها مصر بموجب القانون ١٦٥ لسنة ١٩٥٠ وانضمت كذلك إلى تعديلاتها اللاحقة بموجب قرار رئيس الجمهورية رقم ١٥٨٠ لسنة ١٩٧٤ منشور بالجريدة الرسمية في ٢٠ مارس ١٩٧٥ عدد (١٢).

(٣) د. أحمد جامع، اتفاقات التجارة العالمية، الجزء الثاني، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠١، ص ١٠٦٦ وما بعدها.

(٤) بهاجيرات لال داس، مقدمة لاتفاقيات منظمة التجارة العالمية، تعريب د. أحمد يوسف الشحات، مراجعة د. السيد أحمد عبد الخالق، دار المريخ للنشر، المملكة العربية السعودية، ٢٠٠٦، ص ١٧٩.

وغني عن البيان إن اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (التريبيس)<sup>(٥)</sup> إحدى أهم الاتفاقيات المعنية بحقوق الملكية الصناعية تمت الموافقة عليها في جولة أوروغواي للمفاوضات متعددة الأطراف التي انتهت عام ١٩٩٤، وقد تضمنت حد أدنى للحماية وإنفاذ تلك الحقوق كما تضمنت عددًا من المرونة التي تضمن استمرار التنمية للبلدان النامية<sup>(٦)</sup>، والجدير بالذكر أنضمام مصر لاتفاق التريبيس<sup>(٧)</sup>، وقيامها بتعديل قوانينها للتوافق مع أحكام الاتفاق، فمصر من أوائل الدول التي سنت قوانين لحماية حقوق الملكية الصناعية كقانون العلامات والبيانات التجارية ٥٧ لسنة ١٩٣٩<sup>(٨)</sup> والقانون رقم ١٣٢ لسنة ١٩٤٩ بشأن براءات الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية، واتساقًا مع أحكام اتفاقية التريبيس أصدرت مصر القانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ لحماية حقوق الملكية الفكرية<sup>(٩)</sup>، تميز بجمع القواعد القانونية التي تنظم صور الملكية

<sup>(٥)</sup> أنشئت المنظمة العالمية للتجارة بالاتفاق الموقع في مراكش ١٥ أبريل ١٩٩٤، وعهد إليها اعتبارًا من أول يناير ١٩٩٥ بالإشراف على تنفيذ الاتفاقيات الناجمة عن جولة أوروغواي للمفاوضات التجارية متعددة الأطراف ١٩٨٦-١٩٩٤ وعددها ٢٨ اتفاقية ومقرها جنيف بسويسرا، وتعتبر مصر من الدول المؤسسة للمنظمة، ويتأسس المنظمة المؤتمر الوزاري المكون من كل أعضاء المنظمة وقد عقد أول مؤتمر وزاري في سنغافورة ١٩٩٦، لمزيد من التفاصيل يرجى الرجوع إلى الكتاب الأبيض الصادر عن وزارة الخارجية المصرية "جمهورية مصر العربية وحماية حقوق الملكية الفكرية" القاهرة عام ١٩٩٩ ص ٢٩ وما بعدها.

<sup>(٦)</sup> Peter K. Yu, OBJECTIVES AND PRINCIPLES OF THE TRIPS AGREEMENT, 2009, HOUSTON LAW REVIEW, 46 Hous. L. Rev. 979.

<sup>(٧)</sup> انضمت جمهورية مصر العربية لمنظمة التجارة العالمية ووافقت على اتفاقات الوثيقة الختامية لنتائج جولة أوروغواي وأهمها اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة لحقوق الملكية الفكرية الموقعة بمراكش بالمغرب في ١٥/٤/١٩٩٤، بقرار رئيس الجمهورية ٧٢ لسنة ١٩٩٥، منشور بالجريدة الرسمية العدد ٢٤ (تابع) في ١٥ يونيو ١٩٩٥.

<sup>(٨)</sup> القانون ٥٧ لسنة ١٩٣٩ الخاص بالعلامات والبيانات التجارية نُشر بجريدة الوقائع المصرية العدد (٦٩) ١٣ يولييه ١٩٣٩ ويسري بعد ثلاثة أشهر من تاريخ نشر اللائحة المنصوص عليها بالمادة (٤٠) وهي اللائحة التنفيذية المنوط القانون بوزير التجارة إصدارها.

<sup>(٩)</sup> القانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ بشأن قانون حماية حقوق الملكية الفكرية، نُشر بالجريدة الرسمية، العدد ٢٢ (مكرر) في ٢/٦/٢٠٠٢، ونصت المادة الرابعة من مواد الإصدار على أن "ينشر هذا القانون في الجريدة الرسمية، ويعمل به اعتباراً من اليوم التالي لتاريخ نشره".

الفكرية المختلفة في تشريع واحد، وقد تناول الكتاب الثاني العلامات والبيانات التجارية والمؤشرات الجغرافية والتصميمات والنماذج الصناعية، وصدرت اللائحة التنفيذية له<sup>(١٠)</sup> بقرار رئيس مجلس الوزراء ١٣٦٦ لسنة ٢٠٠٣، ووردت أحكام العلامات التجارية في المواد من ١١٨:٦٣ من القانون والمواد من ١١٥:٦٩ من اللائحة التنفيذية.

### إشكالية البحث أو الدراسة:

تكمن إشكالية هذه الدراسة أو البحث في الوقوف على بيان ماهية العلامة التجارية والإجابة على التساؤلات المتعلقة بمعرفة الشروط الواجب توافرها لتسجيل العلامات التجارية، وما هي العلامات التجارية التي يحظر القانون المصري تسجيلها كعلامة تجارية.

### أهمية موضوع البحث:

نظرًا للأهمية التي تحظى بها العلامات التجارية لدى مالكيها فكان لابد من إلقاء الضوء على ماهية العلامة التجارية والشروط التي ينبغي توافرها في العلامة لقبول تسجيلها وتملكها، حيث تتولد لمالكي العلامات التجارية المسجلة عدة حقوق توصف بأنها حقوق استثنائية وحصرية وقصرية<sup>(١١)</sup>، تُمكن مالكيها وحده دون غيره الحق الاستثنائي في استعمالها ومنع الغير من استعمال علامة مطابقة أو مماثلة لتمييز منتجات مماثلة دون إذن أو ترخيص المالك متى كان من شأن ذلك حدوث لبس أو خلط لجمهور المستهلكين ويسبب ضرر لمالك العلامة التجارية المسجلة.

### منهج البحث أو الدراسة:

استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم عرض واستقراء التشريعات سواء القانون المصري أو قواعد الاتفاقيات الدولية كاتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية ١٨٨٣، واتفاقية التريبس TRIPS، وكذلك استقراء التطبيقات القضائية للمحاكم المصرية المختلفة، والمراجع المتعلقة بالدراسات السابقة المتعلقة

(١٠) صدرت اللائحة التنفيذية بقرار رئيس مجلس الوزراء رقم ١٣٦٦ لسنة ٢٠٠٣ ونشرت بالجريدة الرسمية العدد ٣٣ (مكرر) في ١٦ أغسطس ٢٠٠٣ ونص على العمل بها اعتبارًا من اليوم التالي لتاريخ نشرها.

(١١) أ. د. أحمد جامع، اتفاقات التجارة العالمية وشهرتها الجات، الجزء الثاني، ط ٢٠٠١، دار النهضة العربية، ص ١١٤٦.

بمعالجة موضوع البحث وتحليلها، وقد أظهرت الدراسة مفهوم المقصود بالعلامة التجارية ومعرفة الشروط اللازمة لتسجيل العلامات التجارية وما يحظر تسجيله كعلامة تجارية.

### خطة البحث والدراسة:

يشمل هذا البحث على مقدمة ومبحثين وخاتمة، على النحو التالي:

المبحث الأول: ماهية وتعريف العلامة التجارية.

المبحث الثاني: الشروط اللازمة لتسجيل العلامات التجارية.

المبحث الثالث: العلامات التجارية التي لا يجوز تسجيلها.

وذلك على التفصيل التالي:

## المبحث الأول

### ماهية وتعريف العلامة التجارية

تتناول في هذا المبحث تعريف العلامة التجارية في إطار القوانين والاتفاقيات الدولية ورأي الفقه وأحكام القضاء على النحو التالي:

المطلب الأول: مفهوم العلامة التجارية في قواعد الاتفاقيات الدولية والقانون

المصري.

المطلب الثاني: مفهوم العلامة التجارية في رأي الفقه.

المطلب الثالث: مفهوم العلامة التجارية في ضوء أحكام القضاء وتطبيقاته.

### المطلب الأول:

## مفهوم العلامات التجارية في قواعد الاتفاقيات الدولية والقانون المصري

أولاً: مفهوم العلامة التجارية الوارد في اتفاقية باريس لحماية حقوق الملكية

الصناعية<sup>(١٢)</sup>:

جدير بالذكر أن اتفاقية باريس لحماية حقوق الملكية الصناعية لم تضع تعريفاً محدداً للعلامة التجارية، غير أن المادة ٦ "مكررة ٥" نصت على الأسباب التي تجيز للدول الأعضاء رفض تسجيل العلامة أو إبطالها على سبيل الحصر في الأحوال الآتية: (١) إذا كان من شأن تسجيل العلامة الإخلال بحقوق الغير في الدولة التي تطلب فيها الحماية، كما لو ثبت وجود علامة مماثلة أو مشابهة لعلامة مشهورة استعملها صاحبها مدة طويلة قبل ذبوع شهرة العلامة في البلد المعني.

(١٢) اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية ١٨٨٣، أبرمت في ٢٠ مارس ١٨٨٣ وآخر تعديلاتها في استكهولم ١٩٦٧، وقد انضمت لها مصر بموجب القانون ١٦٥ لسنة ١٩٥٠ وانضمت كذلك إلى تعديلاتها اللاحقة بموجب قرار رئيس الجمهورية ١٥٨٠ لسنة ١٩٧٤ في ٣/١٠/١٩٧٤ منشور بالعدد (١٢) بالجريدة الرسمية في ٢٠ مارس ١٩٧٥.

٢) إذا كانت العلامة مجردة من أي صفة مميزة أو كان تكوينها قاصر فقط على إشارات أو بيانات تستعمل للدلالة على نوع المنتجات وصفتها وقيمتها ومقدارها وغرضها أو مصدرها أو زمن إنتاجها وكذلك العلامة التي أصبح استعمالها شائعاً في اللغة التجارية أو في الأعراف والعادات التجارية في الدولة المطلوب فيها الحماية.

٣) إذا كانت مخالفة للأداب أو النظام العام وخاصة إذا كان من شأنها تضليل الجمهور.

ونصت المادة (٦ فقرة ١) منها على خضوع شروط إيداع وتسجيل العلامات للتشريعات الوطنية للدول الأعضاء، ولا يجوز لأي دولة أن ترفض التسجيل استناداً إلى عدم إيداع العلامة في بلد المنشأ، وأجازت حماية علامات الخدمة، وهي التي تستخدم لتمييز منتجات الخدمات مثل خدمات الطيران والخدمات المصرفية والفندقية وخدمات المطاعم، وقد أصبحت اتفاقية باريس بعد تعديلها في لشبونة عام ١٩٥٨ تقرر حماية علامة الخدمة عن طريق قواعد المنافسة غير المشروعة<sup>(١٣)</sup>.

**ثانياً: تعريف العلامة التجارية في اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (التريبس)<sup>(١٤)</sup>.**

ورد تعريف العلامة التجارية في المادة (١/١٥) من اتفاق التريبس التي تنص على: "تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها

<sup>(١٣)</sup> د. حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية، ط الأولى ٢٠١٦، دار الفكر الجامعي، ص ١٣ وما بعدها.

<sup>(١٤)</sup> تجدر الإشارة أن اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس) أهم اتفاقات جولة أوروغواي للمفاوضات التجارية متعددة الأطراف ١٩٨٦-١٩٩٤، عددها ٢٤ اتفاق وقد أنشئت المنظمة العالمية للتجارة بموجب اتفاق مراكش الموقع ١٥ أبريل ١٩٩٤، مقرها جنيف بسويسرا، وقد عهد إليها بالإشراف على تنفيذ اتفاقات جولة أوروغواي اعتباراً من أول يناير ١٩٩٥، ويتأسس المنظمة المؤتمر الوزاري المكون من كل أعضائها، عقد أول مؤتمر وزاري في سنغافورة ١٩٩٦، وتعتبر مصر من الدول المؤسسة للمنظمة وقد وافقت على الاتفاقات التي تضمنتها الوثيقة الختامية لنتائج جولة أوروغواي ومن بنيتها اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية بموجب قرار رئيس الجمهورية ٧٢ لسنة ١٩٩٥ المنشور بالجريدة الرسمية العدد ٢٤ (تابع) في ١٥ يونيو ١٩٩٥، لمزيد من التفاصيل راجع الكتاب الأبيض لوزارة الخارجية المصرية بعنوان "جمهورية مصر العربية وحماية حقوق الملكية الفكرية" القاهرة ١٩٩٩ ص ٢٩ وما بعدها، كذلك أ.د. أحمد جامع، اتفاقات التجارة العالمية، الجزء الثاني، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠١ ص ١٠٦٥ وما بعدها.

منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة لأن تكون علامة تجارية. وتكون هذه العلامات، لاسيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية وحروفًا وأرقامًا وأشكالًا ومجموعات ألوان وأي مزيج من هذه العلامات، مؤهلة للتسجيل كعلامات تجارية. وحين لا يكون في هذه العلامات ما يسمح بتمييز السلع والخدمات ذات الصلة، يجوز للبلدان الأعضاء أن تجعل الصلاحية للتسجيل مشروطة بالتمييز المكتسب من خلال الاستخدام. كما يجوز لها اشتراط أن تكون العلامات المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر، كشرط لتسجيلها".

ويتجلى من هذا النص أن اتفاقية التريبس عرّفت العلامة التجارية بأنها أية وسيلة صالحة لتمييز المنتجات وقد تتكون من الكلمات أو الأسماء أو الحروف أو الأرقام أو الأشكال أو الرموز أو الإشارات وكذلك مجموعات الألوان أو أي خليط مما سبق، ويشترط ضرورة أن تقوم العلامة التجارية بوظيفة هامة وهي تمييز المنتجات التي تنتجها المنشأة عن منتجات الغير، ومن الغني عن البيان أن لفظ المنتجات ينصرف إلى السلع والخدمات على السواء، فيلزم في العلامة التجارية قدرتها على التمييز، ووفقًا للاتفاقية أجازت للأعضاء اشتراط أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر كشرط من شروط التسجيل، وقد أخذ المشرع المصري بهذا الشرط في القانون الحالي على الرغم من أن الاتفاقية لم تفرض ذلك إنما أجازت فقط اشتراط الإدراك بالبصر، وهو ما سنبينه تفصيلًا على النحو التالي.

ويرى بعض الفقه<sup>(١٥)</sup> أن اتفاقية التريبس قد وضعت للمرة الأولى تعريفًا موحدًا للعلامات التجارية في مجال السلع والخدمات على حد سواء، كما يرى بعض الفقه<sup>(١٦)</sup> كذلك أن هناك تقارب فيما بين تعريف العلامة الذي وضعه المشرع المصري في قانون حماية حقوق الملكية الفكرية الحالي وكذلك التعريف الوارد في قانون العلامات والبيانات التجارية الملغي رقم ٥٧ لسنة ١٩٣٩، والتوافق كذلك بين تعريف العلامة التجارية في القانون الحالي والتعريف الوارد في المادة ١٥ من اتفاقية التريبس.

(١٥) د. محمد حسام محمود لطفي، آثار اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية

"تريبس" على تشريعات البلدان العربية، ط ٣، ٢٠٠١، القاهرة، ص ٤٩.

(١٦) د. حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية، دار الفكر الجامعي، ط أولى،

٢٠١٥، ص ٥٠ وما بعدها.



### ثالثاً: تعريف العلامة التجارية في القانون المصري:

#### • قانون العلامات والبيانات التجارية الملغي ٥٧ لسنة ١٩٣٩:

من الغني عن البيان أن العلامات التجارية لم تكن محل تنظيم تشريعي في مصر حتى سن المشرع المصري قانون العلامات والبيانات التجارية ٥٧ لسنة ١٩٣٩، وكانت المادة الأولى منه تنص على أنه: "تعتبر علامات تجارية الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً والإمضاءات والكلمات والحروف والأرقام والرسوم والرموز وعنوانات المحال والدمغات والأختام والتصاوير والنقوش البارزة وأيئة علامة أخرى أو أي مجموع منها إذا كانت تستخدم أو يراد أن تستخدم إما في تمييز منتجات عمل صناعي أو استغلال زراعي أو استغلال للغابات أو لمستخرجات الأرض أو أية بضاعة وإما للدلالة على مصدر المنتجات أو البضائع أو نوعها أو مرتبتها أو ضمانها أو طريقة تحضيرها".  
ومفاد النص أن العلامة التجارية تتكون من الأسماء التي لها شكلاً مميزاً أو الإمضاءات أو أي من الكلمات والحروف والأرقام أو الرسوم والرموز وعناوين المحال والدمغات والأختام والتصاوير والنقوش البارزة أو مجموعها، متى استخدمت أو يراد استخدامها مستقبلاً لتمييز المنتجات بنوعها السلع أو الخدمات أيًا كانت تجارية أو صناعية أو زراعية وإما للدلالة على مصدر المنتجات ونوعها ومرتبتها وضمنائها وطرق التحضير.

#### • قانون حماية حقوق الملكية الفكرية الحالي ٨٢ لسنة ٢٠٠٢:

عدّد المشرع المصري الأشكال التي يجوز اتخاذها كعلامات تجارية في القانون على سبيل المثال دون حصر فنصت المادة ٦٣ على: "العلامة التجارية هي كل ما يميز منتجاً سلعة كان أو خدمة عن غيره، وتشمل على وجه الخصوص الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً، والإمضاءات، والكلمات، والحروف، والأرقام، والرسوم، والرموز، وعناوين المحال، والدمغات، والأختام، والتصاوير، والنقوش البارزة، ومجموعة الألوان التي تتخذ شكلاً خاصاً ومميزاً، وكذلك أي خليط من هذه العناصر، إذا كانت تستخدم أو يراد أن تستخدم إما في تمييز منتجات عمل صناعي أو استغلال زراعي، أو استغلال للغابات، أو لمستخرجات الأرض، أو أية بضاعة، وإما للدلالة على مصدر المنتجات، أو البضائع، أو نوعها، أو مرتبتها، أو ضمانها، أو طريقة تحضيرها، وإما للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات.

وفي جميع الأحوال يتعين أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر".

ومفاد ذلك أنه يقصد بالعلامة التجارية الرمز أو الوسيلة المستخدمة لتمييز المنتجات عن غيرها، وقد تكون اسمًا من الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً كالإمضاءات أو الكلمات أو الحروف أو الأرقام أو الرسوم أو الرموز، كما قد تتخذ من عناوين المحال أو الدمغات أو الأختام أو التصاوير أو النقوش البارزة أو مجموعة الألوان المتخذة شكلاً مميزاً أو أي خليط من هذه العناصر المنصوص عليها، وقد تكون العلامة التجارية شكل المنتج أو عبوته، والجدير بالذكر أن هذا التعداد إنما أورده المشرع على سبيل المثال وليس الحصر<sup>(١٧)</sup>.

ومن جماع ما سبق نلاحظ تقارب تعريف العلامة في كلا القانونين الحالي والملغي، وإن كان التعريف الوارد في القانون الحالي أكثر شمولاً واتساعاً، حيث أضاف العديد من الأشكال والأمثلة التي تصلح لاعتبارها علامة تجارية، كما وردت أشكال العلامات على سبيل المثال وليس الحصر<sup>(١٨)</sup>، ورغم ذلك التقارب إلا أن هناك بعض أوجه الاختلاف، فالمشرع في القانون الحالي وضع معيار القدرة على تمييز المنتجات كعنصر أساسي في تحديد ما يصلح للتسجيل كعلامة تجارية، كذلك أعتبر مجموعة الألوان التي تتخذ شكلاً خاصاً ومميزاً من قبيل ما يصلح للتسجيل اتفاقاً مع حكم المادة ١٥ من اتفاقية التريبس واتفاقاً مع رأي الفقه المصري الذي ذهب في ظل القانون الملغي إلى القول بجواز تسجيل مجموعة الألوان التي تتخذ شكلاً مميزاً كعلامات تجارية<sup>(١٩)</sup>، كما استحدث شرط أن تكون العلامة مما يدرك بالبصر أي ضرورة رؤيتها بالعين المجردة، وهذا يعني عدم

(١٧) د. محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، دار النهضة العربية، ١٩٧٠، ص ٢٥٥ وما بعدها، كذلك في ذات المعنى، د. حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية، ط الأولى ٢٠١٦، دار الفكر الجامعي، ص ٤٣ وما بعدها، كذلك د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، الطبعة التاسعة، ٢٠١٣، دار النهضة العربية، القاهرة، ص ٤٦٣ وما بعدها، وكذلك، م. صبري حمد خاطر، الملكية الفكرية، جامعة البحرين، ط الأولى ٢٠٠٧، ص ٣٧٠، وذات المعنى م. حمدي ياسين عكاشة، نائب رئيس مجلس الدولة، موسوعة حماية العلامات التجارية في الاتفاقيات والمعاهدات الدولية والتشريعات الوطنية، ط ٢٠١٩، دار النهضة العربية، القاهرة، ص ١٢٠.

(١٨) م. د. خالد ممدوح إبراهيم، حقوق الملكية الفكرية، طبعة نادي القضاة ٢٠١١، القاهرة ص ٨٢.

(١٩) د. حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى ٢٠١٥، ص ٥١، ٥٢.

اعترف المشرع المصري بحماية بعض أنواع العلامات كعلامة الصوت أو الرائحة أو غيرها من العلامات التي يمكن إدراكها بحواس أخرى غير البصر<sup>(٢٠)</sup>. ونلاحظ أن المادة (٧٧) من اللائحة التنفيذية للقانون الحالي أجازت تسجيل العلامة بالألوان المقدمة بها، ويجوز لجهة الإدارة تكليف طالب التسجيل بتحديد اللون أو الألوان المخصصة للعلامة، مما يبين منه أن المشرع أجاز تسجيل العلامة المتضمنة للألوان اتساقاً مع ما نصت عليه اتفاقية التريبس، كذلك أجاز أن تكون العلامة التجارية اسماً مستمداً من أسماء الأشخاص أو الأشياء شريطة أن يتخذ شكلاً مميزاً، كالإمضاء المميز أو وضع الاسم في إطار معين وقد ظهرت العديد من العلامات التي تحمل أسماء أو ألقاب كأسماء أصحاب المشروعات وغيرها، مثل العلامة التجارية "فورد"، "هيلتون" وغيرها، كذلك أجاز الرسوم والكلمات أو الخطوط كالتى تنسج على أطراف الأقمشة لتمييزها عن غيرها، كما أجاز استعمال الأرقام مع الحروف بشكل مميز كعلامة تجارية<sup>(٢١)</sup>.

غير أنه لا تعتبر علامة تجارية مجرد التسمية المألوفة التي تطلق للدلالة على نوع السلعة أو الخدمة، ذلك أنها تخلو من الصفة المميزة فلا تصلح لتمييز منتج عن مثله، فالصفة الذاتية المميزة للعلامة هي مناط الحماية والتسجيل، وجدير بالإشارة نص المادة (٦٧) حظر تسجيل العلامات الخالية من الصفة مميزة أو المكونة من علامات أو بيانات ليست إلا التسمية التي يطلقها العرف على المنتجات أو الرسم أو الصور العادية لها، وهو ما سنتناوله تفصيلاً في المبحث الثاني، بينما أجاز القانون استعمال الصور كعلامة تجارية وأجاز استعمال صور الغير أو شعاراته بشرط موافقته، وفي جميع الأحوال يشترط ألا تكون العلامة مخلة بالنظام العام أو الأداب العامة<sup>(٢٢)</sup>.

وقد تتخذ العلامة التجارية أشكالاً وصوراً عديدة منها العلامات المجسمة والأشكال ثلاثية الأبعاد، علامة الصوت أو علامة اللون أو علامة الرائحة، العلامة الجماعية، العلامة التجارية المشهورة عالمياً، وقد أثير التساؤل حول مدى جواز تسجيل وحماية

(٢٠) د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة التاسعة، ٢٠١٣، ص ٤٧٠.

(٢١) د. محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٦٤، ص ٢٧٠ وما بعدها.

(٢٢) المادة ٦٧ من القانون ٨٢/٢٠٠٢.

بعض أنواع من العلامات التجارية، ومن الغني عن البيان اختلاف تشريعات الدول في هذا الصدد، فبعض الدول قررت حماية علامات الصوت والرائحة وعلامة اللون الواحد، في حين قصرت بعض الدول الحماية على العلامات التي يمكن إدراكها بالبصر فقط، وقد أخذ القانون المصري بهذا الاتجاه تأسيًا بنص المادة ١/١٥ من اتفاقية التريبس التي أجازت للدول الأعضاء اشتراط أن تكون العلامة التجارية قابلة للإدراك بالبصر<sup>(٢٣)</sup>.

**ويهيئ الباحث بالمشروع المصري ضرورة تعديل عَجُز نص المادة (٦٣) من القانون وتغيير ذلك المسلك بحذف عبارة "وفي جميع الأحوال يتعين أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر" وإجازة تسجيل الأنواع المستحدثة من العلامات بما يتفق مع ما توصلت إليه التطورات التكنولوجية الحديثة في العلامات التجارية بتسجيل علامة الصوت وعلامة الرائحة والعلامات ثلاثية الأبعاد متى قدم طالب التسجيل تمثيل بياني رقمي ووصف تفصيلي مكتوب لشرح العلامة وعينة من المنتج لتسهيل الفحص، وقد أقر وأجاز المشرع الفرنسي ونظيره الأمريكي أحقية حماية وتسجيل تلك العلامات وقد أيدت الأحكام القضائية ذلك كما أقر المشرع الأوروبي تعديلات على تنظيم العلامات التجارية**

(٢٣) أ. د. حسام الدين عبد الغني الصغير، المرجع السابق، ص ٥٦، وعكس ذلك ذهب رأي فقهي آخر إلى أن اتفاقية التريبس أعطت تعريفًا موحدًا للعلامة التجارية يتسع ليشمل العلامات التجارية بكافة صورها وأشكالها، ومن بينها علامة اللون الواحد (Unicolor)، وكذلك علامة الصوت وعلامة الرائحة الخاصة بحاسة الشم، واستند إلى أن الاتفاقية أجازت للأعضاء طلب ما يدل على قيام العلامة بوظيفتها في التمييز من خلال سبق الاستعمال كشرط للتسجيل، فإذا سبق استعمال العلامة وكانت لها قدرتها على التمييز يجوز تسجيلها، فقد أجازت الاتفاقية للأعضاء اشتراط قابلية العلامة المزمع تسجيلها للإدراك بالبصر. للتفاصيل أنظر أ. د. محمد حسام محمود لطفي، آثار اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية "تريبس" على تشريعات البلدان العربية، ط ٣، ٢٠٠١، ص ٤٩، وضرب مثلا على ذلك بأن يكون التعبير عن الرائحة بكتابة بيانية ورقمية وهو أسلوب تقني متعارف عليه، ويرى تسجيل علامات الصوت الموسيقي كعلامة Mr. Nestle فتسجل النوتة الموسيقية المكتوبة الخاصة بها، وأن مكتب العلامات بنيوزيلاندا سجل علامة صوت لشركة Unilever لسائل غسل الأواني المنزلية تتمثل في صوت يصدر لدى تمرير الاصبع مع الضغط على سطح الأواني المنزلية بعد غسلها، وسبق تسجيل علامة تجارية في الولايات المتحدة الأمريكية لصوت أسد مصاحب لإعلان أفلام شركة مترو جولدوين ماير الأمريكية Metro-Goldwyn-Mayer.

للجماعة الأوروبية فتحت الباب أمام تسجيل علامات مثل علامة الرائحة<sup>(٢٤)</sup>، كما يرى الباحث أن التعديل التشريعي لن يخل مطلقاً بما نصت عليه المادة (١٥) من اتفاقية الترييس، فالاتفاقية لم تفرض أو تجعل من رؤية العلامة وإدراكها بالبصر شرطاً للتسجيل وإنما أجازت للدول الأعضاء فقط أن تطلب ذلك للتسجيل وهناك العديد من الدول التي تجيز قوانينها تسجيل وحماية علامات الصوت والرائحة وغيرها من أنواع العلامات التي لا تدرك بالبصر<sup>(٢٥)</sup>.

## المطلب الثاني

### تعريف الفقه للعلامة التجارية

لوضع تعريف للعلامة التجارية فقد ذهب بعض الفقه<sup>(٢٦)</sup> إلى تعريف العلامة التجارية أو الصناعية بأنها كل إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات لتمييزها عن غيرها من المنتجات المماثلة لها ولجذب جمهور المستهلكين إذ تقوم العلامة بتسهيل التعرف على المنتج، ويرى البعض أن العلامة التجارية<sup>(٢٧)</sup> هي كل إشارة أو رمز يُتخذ شعاراً لتمييز منتجات مشروع تجاري أو صناعي من سلع أو خدمات يؤديها المشروع، وتهدف العلامة إلى تمييز منتجات المشروع لجذب العملاء وجمهور المستهلكين لما تقوم به من سهولة في التعرف على ما يفضلونه من منتجات، كما ذهب بعض الفقه<sup>(٢٨)</sup> لا سيما في ظل القانون الملغي إلى القول بجواز تسجيل مجموعة الألوان

<sup>(٢٤)</sup> لمزيد من التفاصيل أنظر د. محمد مرسي عبده، إشكالية تسجيل علامة الرائحة، كعلامة تجارية غير تقليدية بين الفقه والتشريع، مجلة كلية القانون الكويتية العالمية، السنة السادسة، عدد ٤ العدد التسلسلي ٢٤، ربيع أول ١٤٤٠، ديسمبر ٢٠١٨.

<sup>(٢٥)</sup> د. محمد مرسي عبده، المرجع السابق، كذلك د. حسام لطفي المرجع السابق.

<sup>(٢٦)</sup> د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة التاسعة، ٢٠١٣، ص ٤٦٧.

<sup>(٢٧)</sup> المستشار حمدي ياسين عكاشة، نائب رئيس مجلس الدولة، موسوعة حماية العلامات التجارية في الاتفاقيات والمعاهدات الدولية والتشريعات الوطنية، طبعة ٢٠١٩، دار النهضة العربية، القاهرة، ص ١٢٠.

<sup>(٢٨)</sup> د. محمد حسني عباس، د. محمود سمير الشرقاوي، د. سميحة القليوبي، أشار إلى ذلك د. حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، الطبعة الأولى، ٢٠١٥، ص ٥٢ وما بعدها.

المتخذة شكلاً مميزاً كعلامة تجارية، فقد أجازها المشرع ونص عليه في القانون الحالي حيث تنص المادة (٦٣) على جواز تسجيل مجموعة الألوان التي تتخذ شكلاً خاصاً ومميزاً كعلامة تجارية، كما نصت المادة ٧٧ من اللائحة التنفيذية للقانون على أن (تسجل العلامة بالألوان المقدمة بها، ويجوز للإدارة - في حالة تقديم علامة تحمل لوناً - أن تكلف طالب التسجيل بتحديد اللون أو الألوان المخصصة للعلامة أو لأي جزء منها على أن يتم ذلك قبل النشر عن قبول طلب التسجيل)، وهذا النص يتفق مع ما نصت عليه اتفاقية التريبس في المادة (١٥).

وبعد أن أجاز القانون تسجيل مجموعة الألوان المتخذة شكلاً مميزاً كعلامة تجارية، ثار التساؤل بشأن مدى جواز تسجيل اللون الواحد كعلامة تجارية، وفي هذا الصدد ذهب بعض الفقه<sup>(٢٩)</sup> إلى أن المادة (٦٣) من القانون الحالي قطعت بجواز تسجيل مجموعة الألوان التي تتخذ شكلاً خاصاً ومميزاً كعلامة تجارية بعبارة صريحة، ولم تجيز تسجيل اللون الواحد فقط كعلامة تجارية، والملاحظ كذلك أن نص المادة (١٥) من اتفاقية التريبس قد ذكرت مجموعات ألوان ولم تقرر للون واحد أن يصلح لأن يسجل كعلامة تجارية، واستشهد أنصار هذا الرأي بأحكام للقضاء الأوروبي أجازت تسجيل اللون الواحد كعلامة تجارية شريطة تقديم عينة من اللون مع طلب التسجيل، كذلك ضرب مثلاً آخر بقضاء محكمة إيرلندا الشمالية بتسجيل العلامة التي تحمل درجة من درجات اللون الأخضر (رقم C348) في قائمة ألوان Paton كعلامة تجارية بشأن خدمات إحدى محطات البترول، كذلك ما قضي به في الولايات المتحدة الأمريكية بصلاحيّة اللون المميز لسيارات الأجرة للتسجيل كعلامة تجارية.

وعلى النقيض من ذلك، فقد ذهب رأي آخر في الفقه<sup>(٣٠)</sup> إلى أن اتفاقية التريبس أعطت تعريفاً موحداً للعلامة التجارية يتسع ليشمل العلامات التجارية بكافة صورها وأشكالها، ومن بينها علامة اللون الواحد (Unicolor)، وعلامة الصوت وعلامة الرائحة الخاصة بحاسة الشم، ويستند في ذلك إلى أن الاتفاقية أجازت للأعضاء طلب ما يدل على قيام العلامة بوظيفتها في التمييز من خلال سبق الاستعمال كشرط للحماية والتسجيل، فإذا سبق استعمال العلامة وكان لها قدرتها على التمييز يجوز تسجيلها،

(٢٩) أ. د. حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ٢٠١٥، ص ٥٢.

(٣٠) أ. د. محمد حسام محمود لطفي، المرجع السابق، ص ٤٩ وما بعدها.

كذلك أجازت الاتفاقية للبلدان الأعضاء اشتراط قابلية العلامة المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالبصر.

وذهب رأي آخر من الفقه<sup>(٣١)</sup> يرى الباحث تأييده فيما ذهب إليه من أن المشرع المصري قد اتخذ موقفاً متشدداً حيث تجاوز ما قررته اتفاقية الترييس بشأن وظيفة العلامة التجارية في التمييز، فلم يشترط المشرع المصري مجرد قيام العلامة بتمييز منتجات منشأة عن منتجات منشأة أخرى كشرط لصلاحيه العلامة للتسجيل، إنما تلاحظ أيضاً على مسلك المشرع المصري في نص المادة (٦٣) أنه زاد على ما ورد بنص المادة (١٥) من اتفاقية الترييس، أن تكون العلامة التجارية مما يستخدم للدلالة على مصدر المنتجات أو نوعها أو ضمانها أو طريقة تحضيرها أو الدلالة على تأدية خدمة من الخدمات، فإن اتفاقية الترييس قد أجازت للدول الأعضاء السماح بتسجيل العلامات التجارية التي لا تسمح بتمييز المنتجات باشتراط التمييز المكتسب من الاستخدام، وقد عدت الاتفاقية العناصر التي تصلح لأن تكون علامة تجارية بالنص على اعتبار الكلمات التي تشمل الأسماء الشخصية أو الحروف أو الأرقام أو الأشكال أو مجموعات الألوان وأي مزيج من هذه العلامات، إلا أن المشرع المصري زاد على هذه العناصر الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً والإمضاءات والرسوم والرموز وعناوين المحال والدمغات والأختام والتصاوير والنقوش البارزة ومجموعة الألوان التي تتخذ شكلاً خاصاً ومميزاً، ومن استقراء نصوص المادتين (١٥) من اتفاقية الترييس و(٦٣) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري فقد اتفقتا من حيث ضرورة اشتراط أن تكون العلامة التجارية صالحة لتمييز المنتجات سلعاً كانت أو خدمات كشرط لصلاحيه للتسجيل والحماية.

وتهدف العلامة التجارية أيًا كان شكلها إلى تمييز المنتجات، فهي تقوم بوظيفة حيوية في الدلالة على مصدر المنتجات وصفاتها ودرجة جودتها، وتهدف العلامة إلى جذب الجمهور ومنع التصليل والالتباس والخلط بين المنتجات، أيضاً تمنح العلامة التجارية مالكة وحده الحق المطلق في الاستثناء واحتكار استعمال واستغلال علامته والتصرف فيها، والترخيص للغير في استعمالها، وللمالك حق منع الغير من استعمالها أو استغلالها بغير ترخيص، وكذلك حق منع الغير من الاعتداء على العلامة بشتى

(٣١) د. صبري حمد خاطر، بحث بعنوان العلاقة بين اتفاقية ترييس والقانون البحريني دراسة نقدية تحليلية مقارنة، منشورات مركز الإعلام الأمني، مملكة البحرين.

الصور أو استعمال علامة مشابهة لتمييز منتجات متماثلة مما يؤدي إلى حدوث خلط في المنتجات وتضليل الجمهور<sup>(٣٢)</sup>.

### المطلب الثالث

#### تعريف العلامة التجارية لدى القضاء المصري

أرسى القضاء المصري في أحكامه المقصود بالعلامة التجارية سواء ما ورد في قضاء محكمة النقض أو أحكام محاكم مجلس الدولة، نعرضها فيما يلي:

#### • مفهوم العلامة التجارية في أحكام محكمة النقض المصرية:

قضت محكمة النقض المصرية في حكم حديث<sup>(٣٣)</sup> ببيان ماهية المقصود بالعلامة التجارية بأن: (وظيفة العلامات التجارية هي تمييز المنتجات، سلعا كانت أو خدمات عن غيرها، ... وقد أجاز المشرع- في المادة ٦٣ من قانون حماية الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢- أن تكون العلامة التجارية اسما من الأسماء إذا اتخذت شكلا مميزا)، واستقرت قضاء محكمة النقض المتواتر<sup>(٣٤)</sup> على بيان مفهوم العلامة التجارية بأنها: (كل

(٣٢) د. حسام الدين عبد الغني الصغير، المرجع السابق، ص ٤٤ وما بعدها،

(٣٣) حكم محكمة النقض في الطعن بالنقض رقم ١٢٨٠٦ لسنة ٨٧ ق تجاري، جلسة ٢٤ ديسمبر ٢٠١٩، وفي ذات المعنى حكم محكمة النقض في الطعن رقم ٦٢٨٦ لسنة ٧٩ ق جلسة ٢٢ مارس ٢٠١١.

(٣٤) أحكام محكمة النقض في الطعون أرقام: (الطعن رقم ٣٨٩١، ٣٩١٧ لسنة ٨٧ ق تجاري، جلسة ٢٦ أبريل ٢٠١٨، وفي ذات المعنى كذلك الطعن بالنقض رقم ٥٨٦٧ لسنة ٨١ ق تجاري، جلسة ٣ ديسمبر ٢٠١٤، وكذلك ١١٤١٤ لسنة ٨٥ ق تجاري، جلسة ٢٠١٧/٧/١١، وذات المعنى حكم محكمة النقض في الطعن رقم ٦٢٨٦ لسنة ٧٩ ق جلسة ٢٢ مارس ٢٠١١، وفي ذات المعنى الطعن رقم ٦٧٥ لسنة ٧١ ق تجاري جلسة ٢٢ ديسمبر ٢٠٠٩، والطعن بالنقض رقم ١٩٩ لسنة ٧٠ ق تجاري، جلسة ١٠ مارس ٢٠٠٩، وكذلك الطعن بالنقض رقم ٧١٣٣ لسنة ٦٥ ق تجاري، جلسة ٢٦ فبراير ٢٠٠٨، وكذلك أيضًا حكم محكمة النقض في الطعن رقم ٩٠٠٨ لسنة ٦٦ ق تجاري، جلسة ٢٢ يناير ٢٠٠٨، وكذلك الطعن بالنقض رقم ٢٧٦٢ لسنة ٦٤ ق تجاري، جلسة ٢٣ أبريل ٢٠٠٢، وكذلك الطعن رقم ٤٥ لسنة ٣٣ ق، جلسة ٢٦ يناير ١٩٦٧، وكذلك الطعن رقم ٣٩٠ لسنة ٢٧ ق، جلسة ٢٤ يناير ١٩٦٣، وأيضًا الطعن رقم ١٦٠ لسنة ٢٧ ق جلسة ٢٢ نوفمبر ١٩٦٢، وأيضًا الطعن رقم ٤٣٠ لسنة ٢٥ ق جلسة ٢٨ يناير ١٩٦٠، وأيضًا حكم النقض في الطعن رقم ٣٣١ لسنة ٢١ ق جلسة ٤ فبراير ١٩٥٤.



ما يميز منتجًا سلعة كان أو خدمة عن غيره، وتشمل على وجه الخصوص الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً والإمضاءات والكلمات والحروف والأرقام والرسوم والرموز وعناوين المحال والدمغات والأختام والتصاویر والنقوش البارزة ومجموعة الألوان المتخذة شكلاً خاصاً ومميزاً، وكذلك أي خليط من هذه العناصر إذا كانت تستخدم أو يراد أن تستخدم إما في تمييز منتجات عمل صناعي أو استغلال زراعي ... وفي جميع الأحوال يجب أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر).

كذلك أكدت الدائرة الجنائية بمحكمة النقض<sup>(٣٥)</sup> أن العلامة التجارية: (هي ما يتخذه صاحب المصنع شعاراً لمنتجاته مميزاً لها عن غيرها وتمكيناً للمستهلك من تعرف حقيقة مصدرها وبذلك يحمي نفسه من أن يغزو منافسه مناطق التصريف التي اختصت بها منتجاته ويضمن عدم تضليل الجمهور)، وفي حكم آخر حديث قضت<sup>(٣٦)</sup> بالإضافة إلى ما سبق، أن تسجيل العلامة هو مناط الحماية التي أسبغها القانون على ملكيتها بتأثير تقليديها أو استعمالها من غير مالكيها.

#### • مفهوم العلامة التجارية في قضاء مجلس الدولة:

نبين فيما يلي لمفهوم العلامة التجارية في ضوء ما استقر عليه قضاء المحكمة الإدارية العليا وقضاء محكمة القضاء الإداري، حيث استقر قضاء<sup>(٣٧)</sup> المحكمة الإدارية العليا في بيان مفهوم العلامة التجارية على: (إن مفاد نص المادة ٦٣ من ق ٢٠٠٢/٨٢ أن العلامة التجارية هي التي تميز منتجاً ما (سلعة أو خدمة) عن غيره، فالغرض منها هو التدليل على مصدر المنتج وتمييزه من حيث النوع وطريقة التحضير والضمان وغيرها من العناصر المميزة لسلعة أو خدمة- عن غيرها حتى لا يحدث لبس أو خلط أو تضليل للجمهور مع علامة تجارية أخرى سبق تسجيلها). وفي حكم آخر قضت الإدارية العليا<sup>(٣٨)</sup> بأنه: (وفقاً لما تواتر عليه قضاء هذه المحكمة، أن العلامة

<sup>(٣٥)</sup> حكم محكمة النقض في الطعن رقم ١٢١٢ لسنة ١٩ ق جنائي، الصادر في شأن الاعتداء على علامة (كوكاكولا) صدر بجلسة ١٢ ديسمبر ١٩٤٩، مكتب فني سنة ١ قاعدة ٤٩.

<sup>(٣٦)</sup> نقض جنائي الطعن ٦٢٧١ لسنة ٨٢ ق جنائي، جلسة ٢٦/١٠/٢٠١٤.

<sup>(٣٧)</sup> حكم المحكمة الإدارية العليا في الطعن رقم ٨٤١٨ لسنة ٥٤ ق عليا، جلسة ٢/٩/٢٠١٤، وكذلك حكم المحكمة الإدارية العليا في الطعن رقم ١٩٩٩٤ لسنة ٥٥ ق جلسة ٢٦/٤/٢٠١٤.

<sup>(٣٨)</sup> حكم المحكمة الإدارية العليا في الطعن رقم ١٩٥٧١ لسنة ٥٥ ق عليا، جلسة ٢٨/١٢/٢٠١٣، وكذلك الحكم في الطعن رقم ١٤٤٣٧ لسنة ٥٥ ق عليا، جلسة ٢٦/٤/٢٠١٤، وكذلك الطعن رقم

التجارية هي أداة تستخدم لتمييز منتجات أو بضائع أو سلع تميزاً يضيفي نوعاً من الحماية على هذه المنتجات أو البضائع أو السلع، فالعلامة وجدت أصلاً لغرض التمييز الذي يتحقق القصد منه وهو الحماية، فإذا لم يوجد عنصر التمييز فلا يمكن أن يتحقق القصد المراد تحقيقه من العلامة وهي الحماية عن طريق تسجيلها، ولهذا فإن المشرع قد اشترط لتسجيل العلامة أن تكون وافية التمييز واضحة التشخيص، ظاهرة التعريف، وألا يكون من شأنها أن تضلل الجمهور بأن تخلق في ذهنه التباساً عن مصدر المنتجات أو البضائع أو نوعها أو ضمانها، بحسب أن العبرة عند فحص العلامة التجارية تكون بالنظر إليها كوحدة واحدة دون تجزئتها إلى عناصر منفصلة، فالمعول عليه هو بالصورة العامة التي تتركها العلامة في ذهن الشخص العادي المتعامل فيها، وإن وجود كلمة أو عنصر مشترك بين علامة مسجلة وعلامة أخرى لا يمنع من قبول تسجيل العلامة الأخيرة جنباً إلى جنب مع العلامة المسجلة، طالما اشتملت على عناصر أخرى مختلفة تميزها عنها وبما يمنع الالتباس أو الاختلاط على جمهور المتعاملين فيهم).

وقد قضت المحكمة الإدارية العليا<sup>(٣٩)</sup> بأن: (المادة الأولى من القانون رقم ٥٧ لسنة ١٩٣٩ الخاص بالعلامات التجارية المطبق على الواقعة وقبل إلغائه بالقانون رقم ٨٢

١٤١٨٣ لسنة ٥٤ ق عليا جلسة ٢٧/٤/٢٠١٣، كذلك حكم المحكمة الإدارية العليا في الطعن رقم ٦٥٠٧ لسنة ٤٨ ق عليا جلسة ١٧/٣/٢٠٠٧.

<sup>(٣٩)</sup> حكم المحكمة الإدارية العليا في الطعن رقم ٢٥٦١ لسنة ٤٤ ق عليا، جلسة ٢٦/٣/٢٠٠٥، وكذلك في ذات المعنى أيضاً حكمها في الطعن رقم ٢٦١٠ لسنة ٦ ق عليا جلسة ١٠/٢/١٩٦٢ في شأن تسجيل شكل زجاجة مشروب الكوكاكولا كعلامة تجارية، فقد أوردت المحكمة بحجتها إن القانون لم يحدد العناصر التي تتكون منها العلامة التجارية، بل فتح الباب على مصراعيه في صدها، وإن ما لا يصح اعتباره علامة تجارية هو ما حرمه القانون صراحة، وبينت المحكمة إجماع الفقهاء المصريين في شروحه على هذا المبدأ، فالعنصر الوحيد الذي يتعين توافره في العلامة هو صلاحيتها لتمييز المنتجات، وقررت المحكمة أن شكل الزجاجة هو المثال التقليدي للأوعية التي تعتبر بذاتها علامة تجارية- وتجدر الإشارة إلى أن إدارة العلامات وكذلك لجنة التظلمات كانتا ترفضان تسجيل شكل زجاجة الكوكاكولا كعلامة تجارية باعتبارها نموذجاً صناعياً، فطعن الشركة على قرار اللجنة فقضت محكمة القضاء الإداري بإلغاءه وتسجيل العلامة، فطعن على ذلك القضاء والمحكمة الإدارية العليا قضت برفض الطعن- واعتبرت أنه لا تشريب على اتخاذ العلامة التجارية الشكل الخاص للوعاء الذي تعبأ فيه السلعة- كزجاجة الكوكاكولا- وهي مما يجيز القانون اتخاذه كعلامة تجارية.

لسنة ٢٠٠٢ لم تخصص عدد الأشكال التي تتخذها العلامة التجارية على سبيل الحصر، وإنما سردت بعض أمثلة لهذه الأشكال، ذلك أنها بعد أن نصت على الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً والإمضاءات والكلمات والحروف والأرقام والرسوم والرموز وعنوانات المحال والدمغات والأختام والتصاوير والنقوش البارزة وأضاف وأية علامات أخرى أو أي مجموع منها وأكد المشرع هذا المعنى في المذكرة التفسيرية للقانون فبين أن هذا السرد ليس حصراً بل تمثيلاً لأشكال العلامات، لأن الأشكال التي يمكن أن تتخذها العلامة لا عدد لها ... فالمشرع في هذا القانون لم يحصر الأشكال التي يمكن أن تتخذها العلامات التجارية لأنه يكون قد جعل الأصل أن لكل صاحب شأن أن يشكل علامته التجارية كما شاء ولا قيد على حريته في هذا الخصوص، وتلزم حماية علامته بالتطبيق لأحكام القانون المشار إليه، إلا أن تكون العلامة مجردة من عناصر الجدة أو الذاتية الخاصة أو الصفة المميزة أو أن تكون مما لا يجيزه المشرع مما نص عليه على سبيل الحصر في المادة ... ومنها ألا يكون من شأن العلامة التجارية أن تضلل الجمهور أو تحدث لبساً لديه).

**ومفاد ما سبق** أن قضاء المحكمة الإدارية العليا قد استقر على بيان مفهوم العلامة التجارية بأنها وسيلة لتمييز المنتجات، قد تكون اسماً أو امضاء أو كلمة أو حرفاً أو رقماً أو رسماً أو رمزاً أو دمجاً أو ختماً أو تصويراً أو نقشاً بارزاً أو أية علامة أخرى أو أي مجموع منها، مادام أنها ذات طابع مميز للمنتجات أو تدل على مصدر المنتجات أو نوعها أو مرتبتها أو ضمانها أو طريقة تحضيرها، كما استقر قضاء المحكمة الإدارية العليا على أن المشرع لم يحصر الأشكال التي يمكن اتخاذها كعلامة تجارية، فالأصل أن المشرع جعل لكل صاحب شأن أن يشكل علامته التجارية كما يشاء، لا قيد على حريته في ذلك إلا أن تكون العلامة مجردة من عناصر الجدة أو الذاتية الخاصة أو الصفة المميزة، وألا تكون من بين العلامات غير الجائز تسجيلها والمنصوص عليها على سبيل الحصر في القانون، وقد أقر القضاء بإضافة أشكال أخرى من العلامات مثل الأغلفة والأوعية التي يتم تعبئة المنتجات فيها.

وقد عرفت محكمة القضاء الإداري العلامة التجارية<sup>(٤٠)</sup> بأن: (العلامة التجارية تلعب دوراً أساسياً في جذب المستهلكين أو العملاء إلى السلع والخدمات التي تحمل تلك

(٤٠) حكم محكمة القضاء الإداري بالقاهرة في الدعوى المنظمة أرقام ٣٣٨٢٢ لسنة ٥٧ ق، ٢٤٣ و٢٣٥٠٧ لسنة ٦١ ق الصادر بجلسة ٢٨/١٢/٢٠١٩، وفي ذات المعنى أيضاً حكمها في الدعوى رقم

العلامة، ذلك أن الوظيفة الأساسية للعلامة التجارية هي تحديد مصدر المنتج، حيث تضمن العلامة التجارية نوعية البضاعة أو الخدمة التي يرغبون بها وتسهل للعميل معرفة المنتجات بمجرد النظر إلى علامتها التي تعكس في نفسه مقدار جودتها ومدى ملاءمتها وإشباعها لحاجاته...، ولذلك فإن الهدف من توفير الحماية القانونية للعلامات التجارية هو مواجهة تضليل المستهلك .... ذلك أن الغرض من العلامة هو تمييز المنتجات ومنع الخلط بينها وبين منتجات مماثلة لها).

**ومن جماع ما سبق** يبين أن قضاء المحاكم المصرية قد استقرت على تعريف العلامة التجارية بأنها كل ما يميز المنتجات، ولم يحصر المشرع الأشكال التي يمكن أن تتخذها العلامات التجارية، وأنه يشترط لتمييز العلامات التجارية أن تكون وافية التمييز واضحة التشخيص، ظاهرة التعريف، وألا توقع جمهور المستهلكين في الخلط أو اللبس أو التضليل، فإن انتفى عنصر التمييز فلا يمكن تحقق القصد المراد تحقيقه من العلامة وهي الحماية ومنع الخلط أو التضليل، ولا شك أن تحديد الأساس القانوني لحماية العلامة التجارية يلعب دوراً حيوياً في بيان الحقوق التي تخولها العلامة التجارية لمالكها، ولذا فلا بد من توافر خصائص معينة في العلامة لكي يتم تسجيلها هذه الخصائص هي التمييز والجدة والمشروعية<sup>(٤١)</sup>، فقد اشترطت اتفاقية التريبس وكذلك القانون المصري لأجل حماية العلامة أن تكون مميزة أي تسمح بتمييز المنتجات التي تنتجها منشأة عن غيرها، وأن تكون جديدة ومشروعة، وهذه السمات المطلوب توافرها في العلامة موضوع هذه الدراسة في المبحث التالي.

## المبحث الثاني

### الشروط الواجب توافرها لتسجيل العلامة التجارية

إذا كانت العلامة التجارية أداة تستعمل بغرض تمييز المنتجات عن غيرها، فقد نصت المادة (٦٣) قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ على اشتراط أن تتخذ العلامة التجارية شكلاً مميزاً عن غيرها من العلامات التجارية، ولا

٤٩٠٦٨ لسنة ٦٤ ق القاهرة، بجلسة ٢٣/٥/٢٠١٥، وفي ذات المعنى كذلك حكم محكمة القضاء الإداري بالقاهرة في الدعوى ٢٦٤٩٢ لسنة ٦٠ ق بجلسة ١٢/٩/٢٠١١، وفي ذات المعنى الحكم في الدعوى رقم ٤٠٤٦٤ لسنة ٦١ ق القاهرة بجلسة ٢٨/٢/٢٠٠٩.

(٤١) د. سلوى جميل أحمد حسن، الحماية الجنائية للملكية الفكرية، مركز الدراسات العربية، الطبعة الأولى ٢٠١٦، ص ٣٨٥.

يكفي ذلك فحسب لكي تتمتع بالحماية القانونية، إنما يلزم لتسجيلها وتمتعها بالحماية القانونية توافر عدة شروط عينها القانون وكذلك اتفاقية التريبس، حيث أشترط القانون توافر ثلاثة شروط لتنتمتع العلامة التجارية بالحماية والتسجيل نتناولها تفصيلا في المطالب التالية:

**المطلب الأول:** أن تكون العلامة التجارية ذات صفة مميزة.

**المطلب الثاني:** أن تكون العلامة جديدة لم يسبق استعمالها وغير متشابهة مع غيرها.

**المطلب الثالث:** ألا تكون العلامة التجارية منافية للأداب العامة أو النظام العام.

وسنعرض هذه الشروط تفصيلاً على النحو التالي:

### **المطلب الأول**

#### **شرط أن تكون العلامة التجارية ذات صفة مميزة**

لما كانت العلامة التجارية هي رمز أو شعار وظيفته تمييز المنتجات عن غيرها، لذلك ينبغي أن يتسم هذا الرمز أو هذه العلامة التجارية بصفة مميزة، وأن تتوفر لها صفة ذاتية مميزة، تميزها عن غيرها من العلامات التجارية الأخرى التي تستخدم لتمييز ذات المنتجات أو المنتجات المثيلة لمنع الخلط أو الالتباس، وإن كانت العلامة تتكون من عدة عناصر كانت العبرة في التمييز بالمظهر الإجمالي العام لها، وينبغي ألا تكون العلامة التجارية مطابقة أو متشابهة مع علامة أخرى، وإلا فلن تتمتع بالحماية القانونية ولن تصلح للتسجيل كونها تبعث على الخلط والالتباس وتضليل الجمهور<sup>(٤٢)</sup>.

وعلى ما سبق يكون اشتراط صفة التمييز في العلامة شرطاً ضرورياً للقيام بدورها وتحقيق الغرض منها، فلا قيمة للعلامة ما لم تؤدي وظيفتها في حماية المنتج والمُنتج، فهي تحمي المنتج بتمييزه عن غيره من المنتجات وتمكن الجمهور من التعرف عليه، وتحمي المنتج من منافسيه، وعليه فإذا لم تكن العلامة التجارية متميزة عن غيرها لها ذاتيتها المميزة فقدت أهم شروطها، ومن ثم فلا تستحق الحماية والتسجيل، ذلك أن

(٤٢) د. محمد حسني عباس، المرجع السابق، ص ٢٨٥ وما بعدها، كذلك م. د. خالد ممدوح إبراهيم، حقوق الملكية الفكرية، طبعة نادي القضاة، ٢٠١١، ص ١٦٠ وما بعدها، كذلك في ذات المعنى د. نبيل محمد صبيح، حماية العلامات التجارية والصناعية في التشريع المصري وفي ظل اتفاقية الجات، دار النهضة العربية، ط ١٩٩٩، ص ٣٣ وما بعدها، كذلك د. طارق فهمي الغنام، العلامة التجارية ودورها في حماية المنتج والمستهلك، مركز الدراسات العربية، ط ٢٠٢٠، ص ٨٨ وما بعدها.

العلامة لن تقوم بوظيفتها ما لم تكن لها ذاتيتها وطابعها الخاص وصفتها المتميزة<sup>(٤٣)</sup>، فاشتراط التمييز بما يكفي لمنع اللبس والخلط بينها وبين العلامات الأخرى إنما ينبع من دورها في تمييز المنتجات لجمهور المستهلكين، ودورها في حماية صاحب العلامة من منافسيه<sup>(٤٤)</sup>.

وعليه فقد نصت المادة (٦٣) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية على ضرورة أن تتخذ العلامة التجارية شكلاً مميزاً، مثل الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً والإمضاءات والكلمات والحروف والأرقام والرسوم والرموز وعناوين المحال والدمغات والأختام والتساوير والنقوش البارزة ومجموعة الألوان المتخذة شكلاً مميزاً وأي خليط من هذه العناصر، ويعني هذا النص أن الشكل المميز للعلامة التجارية لا يقع تحت حصر.

وتجدر الإشارة إلى أن المادة (١/١٥) من اتفاقية التريبس قد نصت على أن: **(تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة لأن تكون علامة تجارية، .... وحين لا يكون في هذه العلامات ما يسمح بتمييز السلع والخدمات ذات الصلة، يجوز للبلدان الأعضاء أن تجعل الصلاحية للتسجيل مشروطة بالتمييز المكتسب من خلال الاستخدام).**

كذلك نص المادة (٦٧) من القانون المصري على أنه: **(لا يسجل كعلامة تجارية أو كعنصر منها ما يأتي: ١- العلامات الخالية من أية صفة مميزة أو المكونة من علامات أو بيانات ليست إلا التسمية التي يطلقها العرف على المنتجات أو الرسم أو الصور العادية لها).**

مفاد هذه النصوص أن كلا الاتفاقية والقانون قد اشترطا ضرورة توافر الصفة المميزة في العلامة واعتبار الصفة المميزة معياراً موضوعياً للحماية، فلا يجوز تسجيل العلامة الخالية من أية صفة مميزة أو مجرد الرسوم أو الكلمات وكذلك مجرد الصور المطابقة للمنتجات، كصورة البرتقالة لتمييز عصير البرتقال لا تعتبر علامة صحيحة ولا تقبل

<sup>(٤٣)</sup> د. سميحة القليوبي، المرجع السابق، ص ٤٨٨، كذلك في ذات المعنى، د. حسام الدين عبد الغني الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، القاهرة ١٩٩٣، ص ٢٨، كذلك أيضاً، د. صبري حمد خاطر، الملكية الفكرية، جامعة البحرين، ط الأولى ٢٠٠٧، ص ٣٨٢، أنظر كذلك، م. د. خالد ممدوح إبراهيم، حقوق الملكية الفكرية، طبعة نادي القضاة، ٢٠١١، ص ١٥٩ وما بعدها.

<sup>(٤٤)</sup> د. طارق فهمي الغنام، المرجع السابق، ص ٨٨ وما بعدها.

الحماية فلا يجوز لأي تاجر الاستئثار بها وحده، كذلك فلا يجوز تسجيل مجرد التسمية المعتادة التي يطلقها العرف على المنتجات كعلامة تجارية، كذلك العلامة التي تشير فقط إلى مجرد عناصر تكوين المنتج لا تتمتع بالحماية أو التسجيل، غير أنه يسمح بتسجيل العلامة التجارية متى كانت ذات صفة مميزة عن غيرها من العلامات وألا تؤدي إلى خلط أو لبس أو تضليل المستهلكين<sup>(٤٥)</sup>، وعليه تعتبر العلامة قابلة للحماية متى كان لها شكلاً مميزاً مكتوبة بطريقة مبتكرة أو بحروف بارزة أو ألوان خاصة أو في شكل هندسي مميز مبتكر<sup>(٤٦)</sup>.

وقد رفض القضاء الفرنسي تسجيل بعض العلامات التجارية مثل علامة "Extra" و" Luxe" و"Caoutchouc mousse" لتمييز نوع من الإطارات، و"Monotype" لتمييز آلات جمع الأحرف، كونها مجرد وصف للسلع ولا تصلح للتسجيل كعلامات تجارية، كذلك رفض القضاء المصري تسجيل لفظ "نباتين" كعلامة تجارية لتمييز نوع من المسلى النباتي كونها التسمية المعتادة للسلعة ولا يجوز لأحد الاستئثار بها منفرداً ومنع الغير من استعمالها<sup>(٤٧)</sup>.

غير أنه يجوز تسجيل العلامة وإن تضمنت عناصرها عنصراً شائعاً أو مألوفاً ففي هذه الحالة لا يرتب تسجيلها لمالكها أي أثر احتكاري أو استثنائي على ذلك العنصر الشائع أو المؤلف<sup>(٤٨)</sup>، وتكون قابلة للحماية صالحة للتسجيل متى اتخذت شكلاً مميزاً كأن تكتب بطريقة مميزة أو بألوان خاصة أو تظهر في صورة وشكل جديد مميز فتحمي في مجموعها، وقد أكدت محكمة النقض المصرية ذلك الاتجاه، حيث قضت بأنه متى

<sup>(٤٥)</sup> د. سميحة القليوبي، المرجع السابق، ص ٤٨٨، وفي ذات المعنى، د. حسام الدين عبد الغني الصغير، المرجع السابق، ص ٢٨، وأيضاً د. جودي وانجر جوائز، الملكية الفكرية المبادئ والتطبيقات، ترجمة ولاء الهناوي وأميرة راغب، مراجعة نزمين العلي، ط ٢٠١٥ ص ٣٣٤، كذلك ما أكدته محكمة النقض في الطعن ٢٧٦٢ لسنة ٦٤ ق تجاري، جلسة ٢٣ أبريل ٢٠٠٢.

<sup>(٤٦)</sup> د. طارق فهمي الغنام، العلامة التجارية ودورها في حماية المنتج والمستهلك، مركز الدراسات العربية، ط٢، ٢٠٢٠، ص ٩٠.

<sup>(٤٧)</sup> د. حسام الدين عبد الغني الصغير، المرجع السابق، ص ٢٩، كذلك د. نبيل محمد صبيح، المرجع السابق، ص ٤٣.

<sup>(٤٨)</sup> د. محمد حسني عباس، المرجع السابق، ص ٢٨٧، كذلك د. جودي وانجر جوائز، المرجع السابق، ص ٣٤٢.

كانت العلامة مركبة من عدة عناصر كانت العبرة في توافر الصفة المميزة لها بأن تبرز العلامة منظورًا إليها نظرة إجمالية تعبيرًا خاصًا مميزًا، بغض النظر عما إذا كانت بعض العناصر التي تتكون منها العلامة شائعة أو مألوفة، فالعبرة في الخاصية المميزة هي بالمظهر الإجمالي العام للعلامة<sup>(٤٩)</sup>، وتقدير ذاتية العلامة يكون وقت طلب تسجيلها. كذلك قضت محكمة القضاء الإداري<sup>(٥٠)</sup> أن وجود عنصر مشترك بين علامة مسجلة وأخرى لا يمنع قبول تسجيل هذه الأخيرة جنبًا إلى جنب مع العلامة المسجلة، طالما اشتملت على عناصر أخرى تميزها وبما يمنع من الالتباس أو الخلط على المتعاملين في المنتجات التي تميزها،... والمستقر عليه أن الأسماء لا يجوز لأحد الاستئثار بها أو أن يكون له حق خاص عليها، وهديًا بما تقدم فإن البين عند مقارنة ومضاهاة العلامات المشار إليها آنفًا أن العلامة المعارض في تسجيلها رقم .. تختلف عن العلامة المعارضة سواء من حيث الشكل العام أو النطق أو الجرس الصوتي بما لا يخشى معه من وقوع المتعاملين في المنتجات التي تميزها العلامة في الخلط أو اللبس، ولا يغير من ذلك اتحاد العلامات المتنازعة في كلمة (...). لأن هذه الكلمة ليست حكرًا في ذاتها على أحد، وبحسبان العبرة عند فحص العلامة يكون بالنظر إليها كوحدة واحدة دون تجزئتها إلى عناصر منفصلة وأن المعول عليه هو الصورة العامة التي تتركها العلامة في ذهن المتعامل فيها، وإن وجود عنصر مشترك بين علامة مسجلة وأخرى لا يمنع من قبول تسجيل هذه الأخيرة جنبًا إلى جنب مع العلامة المسجلة طالما اشتملت الأخيرة على عناصر أخرى تميزها.

كما قضت محكمة القضاء الإداري<sup>(٥١)</sup> بتأييد قرار إدارة العلامات بتسجيل العلامة (مالتى فارما "multipharma") واعتبارها لها ذاتية خاصة متميزة تميزها عن العلامة (موندي فارما "MUNDIPHARMA") بالنظر إلى مجموع كل منهما وللصورة التي تتطبع في ذهن مستخدم العلامة، وأكدت أنه لا يغير من ذلك اتحاد العلامتين في كلمة

(٤٩) حكم محكمة النقض الطعن ١٢١ س ٢٥ ق مدني جلسة ١٠/١٢/١٩٥٩، والطعن ٤٣٠ س ٢٥ ق مدني جلسة ٢٨/١/١٩٦٠.

(٥٠) حكم محكمة القضاء الإداري، دائرة المنازعات الاقتصادية والاستثمار في الدعوى ١٨٥٣٤ لسنة ٦١ ق جلسة ١٦/٥/٢٠٠٩.

(٥١) حكم محكمة القضاء الإداري، دائرة المنازعات الاقتصادية والاستثمار، الدعوى ٢٥٦٠٣ لسنة ٦٠ ق، جلسة ٢١/٣/٢٠٠٩.



”PHARMA“ بمعنى دواء أو عقار فليست الكلمة حكراً في ذاتها على أحد... بما مضمونه عدم حدوث خلط أو لبس بينهما نظراً للثقافة المهنية للمتعاملين في منتجاتهما، وأيدت المحكمة ما انتهت إليه الجهة الإدارية من قبول تسجيل العلامة التجارية. غير أنه لا يجوز تسجيل العلامة المتضمنة مجرد الكلمات الشائعة للدلالة على مصدر المنتجات مثل (البن اليمني)، (الجبين الهولندي)، كذلك رُفِضَ تسجيل علامة ”Eupharma“ كعلامة تجارية تستخدم لتمييز المنتجات الدوائية أو الصيدلانية نظراً لكون العنصر الجوهري في العلامة مشتق من كلمة ”Pharma“ وهي تعني صيدلة<sup>(٥٢)</sup>، كذلك رفض القضاء الفرنسي تسجيل ”Grand Chocolat“ كعلامة تجارية كونها تشير فقط إلى نوع المنتج<sup>(٥٣)</sup>.

ومن الجدير بالملاحظة إن اتفاقية التريبس أجازت أن تستمد العلامة التجارية الصفة المميزة لها من الاستعمال، فأجازت للبلدان الأعضاء اشتراط أن يكون التمييز مكتسباً من الاستعمال، وذلك عندما لا تتوافر للعلامة الصفة المميزة في ذاتها<sup>(٥٤)</sup>، وينطبق ذلك غالباً على العلامات المتخذة من أشكال السلع أو ما تعرف بالعلامة المجسمة ثلاثية الأبعاد، والمثال الأبرز تسجيل شكل زجاجة الكوكاكولا كعلامة تجارية، حيث أجازها القضاء الإداري وأيدتها المحكمة الإدارية العليا باعتبار أن زجاجة الكوكاكولا يقتصر استعمالها لتمييز مشروب كوكاكولا وأصبحت علمًا مميزًا استقر في ذهن الجمهور للدلالة عليه، وتعتبر ذات طابع مميز وشكل خاص مبتكر، وقد أكد الحكم أنه لا قيد على اتخاذ الشكل الخاص بالوعاء كعلامة تجارية سوى أن تتوافر فيه عناصر الجودة والذاتية الخاصة والصفة المميزة<sup>(٥٥)</sup>، كذلك الحال بالنسبة لعلامة تمييز الصابون ”Lux“ فهي

<sup>(٥٢)</sup> د. محمد حسني عباس، المرجع السابق، ص ٢٨٥، كذلك د. حسام الدين عبد الغني الصغير،

المرجع السابق، ص ٢٩، وذات المعنى د. نبيل محمد صبيح، المرجع السابق، ص ٤٢ وما بعدها.

<sup>(٥٣)</sup> مشار إليه لدى أستاذتنا د. سميحة القليوبي، المرجع السابق، ص ٤٩٠.

<sup>(٥٤)</sup> م. د. خالد ممدوح إبراهيم، حقوق الملكية الفكرية، طبعة نادي القضاة، ٢٠١١، ص ١٦١ وما بعدها.

<sup>(٥٥)</sup> حكم المحكمة الإدارية العليا في الطعن ٢٦١٠ لسنة ٦ ق عليا بجلسة ١٠ فبراير ١٩٦٢، حيث رفضت المحكمة الإدارية العليا الطعن وأيدت حكم محكمة القضاء الإداري في الدعوى رقم ١٢٤٠ لسنة ١١ ق، بجلسة ١٩ يوليو ١٩٦٠، المرفوعة من شركة ذي كوكاكولا كمباني والقاضي بإلغاء قرار رفض تسجيل زجاجة الكوكاكولا كعلامة تجارية، فقد أيدته المحكمة العليا.

مجرد علامة وصفية تصف فائقية المنتج إلا أنها اكتسبت صفة التمييز لطول استعمالها وارتباطها في ذهن المستهلك ومن ثم أعتبرت جديرة بالحماية<sup>(٥٦)</sup>.

كذلك قضت محكمة النقض<sup>(٥٧)</sup> بأنه إذا كان ما جاء من تعداد للإشارات التي يمكن أن تستخدم كعلامات تجارية وفقاً للمادة....، لم يرد على سبيل الحصر فيدخل في عدادها أغلفة العبوات ذات الألوان الخاصة متى كان شكلها متميزاً ومبتكراً بحيث يختلف عن الشكل المألوف للأغلفة الأخرى لذات نوع البضاعة.

ومن الغني عن البيان أن العلامة التجارية تُحمى وتسجل متى كان لها شكلاً مميزاً، متخذاً من أي الأشكال أو العناصر المنصوص عليها في المادة (٦٣)، وكما سبقت الإشارة أن هذه العناصر أوردتها المشرع على سبيل المثال وليس الحصر، حيث إن المشرع قد ترك الباب بصدد أشكال العلامات التجارية مفتوحاً على مصراعيه، شريطة أن تكون العلامة مميزة وألا تكون من بين العلامات التي لا يجوز تسجيلها بحسب نص المادة (٦٧)، على نحو ما سيجئ الكلام عنه تفصيلاً في المبحث الثالث من هذه الدراسة.

وعليه قضى<sup>(٥٨)</sup> بأن العلامة الدولية رقم (٢٩٦٨٧٣) والمتمثلة في "ESRA" و"SPRINT" والتي ذهبت جهة الإدارة إلى تعارضها مع العلامة المطلوب تسجيلها رقم (٨٧٣٧٣) وتتمثل في كلمة "SPRINT"، ليس من شأنها أن تحول دون تسجيل هذه العلامة باعتبار أن استخدام كلمة "SPRINT" التي اشتركت فيها العلامتين، وتعني "العدو السريع"، هي من مفردات اللغة الإنجليزية التي لا يجوز لأحد احتكارها لنفسه ومنع الغير من استخدامها، وهي لا تكتسب أي حماية قانونية كعلامة تجارية في وضعها العادي المألوف غير أن استخدام الشركة المدعية كلمة "SPRINT" وحدها كعلامة تجارية في الشكل العادي والمألوف الذي تكتب به هذه الكلمة ودون إضافة أي عناصر أخرى إلى هذه الكلمة لتمييزها، أو إعادة كتابتها بشكل مبتكر ومميز بما يضيف عليها قدرًا من الإبداع والابتكار يكفي لإخراجها عن شكلها العادي المألوف، من شأنه أن يعيب العلامة المطلوب تسجيلها بعدم التمييز، بل ويجردها من صفتها كعلامة

(٥٦) د. طارق فهمي الغنام، المرجع السابق، ص ٩٠.

(٥٧) حكم محكمة النقض في الطعن ٢٧٦٢ لسنة ٦٤ ق تجاري، جلسة ٢٣ أبريل ٢٠٠٢.

(٥٨) حكم القضاء الإداري، دائرة منازعات الاستثمار، الدعوى ٣٦٣٠٣ لسنة ٦٠ ق، جلسة ١٦

مايو ٢٠٠٩.

تجارية يفترض فيها باعتبارها شكلاً من أشكال الملكية الفكرية أن تقوم على الإبداع والتميز والابتكار، وإذ صدر القرار المطعون فيه برفض تسجيل هذه العلامة، فإنه يكون قد أصاب صحيح حكم القانون، ويكون الطعن عليه بالإلغاء خليفاً بالرفض.

كذلك قضي بأن<sup>(٥٩)</sup> قوام العلامة التجارية الإبداع والابتكار فلا تعتبر علامة تجارية أسماء الأشخاص والأعلام ومفردات اللغات المختلفة ما لم تستخدم بشكل فني مميز ومبتكر أو تقترب بعناصر أخرى من شأنها أن تضيء عليها قدرًا من التميز والابتكار، ذلك أن تسجيل العلامة التجارية ومنحها الحماية القانونية يترتب عليه منع الغير من استخدامها، ولا يتصور عقلاً ومنطقاً أن يحظر على الكافة استخدام الأسماء المألوفة للأشخاص أو الأعلام أو مفرد من مفردات اللغة لمجرد أن شخصاً ما طبيعياً كان أو معنوياً، قرر استخدام أي من ذلك كعلامة تجارية، فالحماية القانونية لا تمنح لهذه الأسماء أو الكلمات في شكلها العادي المؤلف وإنما تمنح لما اشتملت عليه من إبداع وتميز وابتكار... وحيث إن العلامة التجارية وجدت أصلاً لغرض التمييز الذي يتحقق القصد منه وهو الحماية، فإذا لم يوجد عنصر التمييز فلا يمكن أن يتحقق القصد المراد تحقيقه من العلامة وهي الحماية عن طريق تسجيلها، ولهذا فإن المشرع قد اشترط لتسجيل العلامة أن تكون وافية التمييز واضحة التشخيص ظاهرة التعبير وألا تكون من شأنها أن تضلل الجمهور بأن تخلق في ذهنه ألتباساً عن مصدر المنتجات.

وقد استقر قضاء محكمة النقض<sup>(٦٠)</sup> على أن الغرض من العلامة التجارية هو أن تكون وسيلة لتمييز المنتجات والسلع ويتحقق هذا الغرض بالمغايرة بين العلامات التي تستخدم في تمييز سلعة معينة بحيث يرتفع هذا اللبس بينهما ولا يقع جمهور المستهلكين في الخلط والتضليل، ومن أجل ذلك وجب لتقرير ما إذا كانت للعلامة ذاتية خاصة متميزة عن غيرها النظر إليها في مجموعها لا إلى كل العناصر التي تتركب منها على حدة، وإن العبرة ليست باحتواء العلامة على حروف أو رموز أو صور مما تحتويه

(٥٩) حكم القضاء الإداري، دائرة المنازعات الاقتصادية والاستثمار، الدعوى ١٢٩٥٥ لسنة ٦١ ق، جلسة ٢٦ ديسمبر ٢٠٠٩، والحكم في الدعوى ٢٩٦٨٢ لسنة ٦٠ ق، جلسة ٢١ مارس ٢٠٠٩، كذلك الدعوى ٢٥٠٨٣ لسنة ٦١ ق جلسة ١٦/٦/٢٠٠٩، حكم الإدارية العليا الطعن ٦٥٠٧ لسنة ٤٨ ق عليا، جلسة ١٧ مارس ٢٠٠٧.

(٦٠) حكم محكمة النقض الطعن ٦٢٨٦ لسنة ٧٩ ق تجاري، جلسة ٢٢ مارس ٢٠١١، وذات المعنى حكم النقض ١٩٩ لسنة ٧٠ ق تجاري، جلسة ١٠ مارس ٢٠٠٩.

علامة أخرى، وإنما بالصورة العامة التي تنطبع في الذهن نتيجة لتركييب هذه الحروف أو الرموز أو الصور على بعضها وللشكل الذي تبرز به في علامة أو أخرى بصرف النظر عن العناصر التي تركبت منها... وبواسطة هذه العلامة المميزة يكون للمستهلك أن يتعرف على السلعة التي يريد شراءها فلا تلتبس عليه ذاتيتها...، وعليه فإنه يتعين أن تكون العلامة التجارية أو الصناعية تتسم في شكلها ومضمونها بما ينبئ في ظاهرها عن الاختلاف الذي يستعصي على التشابه والتطابق ويتنزه عن الخلط والشك بل تتضمن تفرّدًا وتميزًا.

### المطلب الثاني

#### شرط أن تكون العلامة التجارية جديدة لم يسبق استعمالها وغير متشابهة

##### مع غيرها من العلامات

بينما فيما سبق أنه لا يجوز تسجيل العلامة متى فقدت طابعها الذاتي المتميز وشكلها وصفقتها الخاصة المبتكرة، كذلك فلا يجوز تسجيل العلامة التجارية إلا إذا كانت جديدة لم يسبق للغير تسجيلها أو استعمالها في تمييز ذات المنتجات<sup>(٦١)</sup>، كذلك أيضًا لا يجوز تسجيل العلامة متى تشابهت مع علامات الغير، منعا من حدوث اللبس لدى المستهلكين، وينبغي توافر هذه الشروط مجتمعة أي أنه يلزم أن تكون العلامة مميزة وجديدة أي غير متشابهة مع علامات الغير، والفصل في وجود التشابه من عدمه متروك للسلطة التقديرية للمحكمة المختصة.

في هذا الصدد قضت المحكمة الإدارية العليا<sup>(٦٢)</sup> بأن عنصر الجدية يقتضي أن تكون العلامة التجارية جديدة في ذاتها وألا تكون نقلاً لعلامة تجارية سابقة، ويكفي في هذا الصدد لكي تعتبر العلامة مقلدة أن تثير اللبس والتشابه مع العلامة الأصلية بحيث يتعذر تمييز كل منهما عن الأخرى، وهذا أمر يتحقق على وجه القطع واليقين وفقاً للأثر الذي تتركه كل من العلامتين في الذهن مما يؤدي إلى الالتباس عند جمهور المستهلكين.

وعلى هذا فإن شرط الجدة يستوجب أن تكون العلامة جديدة أي لم يسبق لأحد تسجيلها أو استعمالها لتمييز منتجاته، والجدة المطلوبة ليست الجدة المطلقة، وإنما يقصد بها أن تكون العلامة التجارية جديدة لم يسبق تسجيلها أو استعمالها لتمييز ذات

(٦١) د. طارق فهمي الغنام، المرجع السابق، ص ٩٤.

(٦٢) حكم المحكمة الإدارية العليا، الطعن ١١٠٠٦ لسنة ٥٦ ق عليا، جلسة ٢٠ مايو ٢٠١٧.

المنتجات المتماثلة، فلا يشترط أن تكون العلامة جديدة بالمقارنة بالعلامات المستخدمة في كافة ميادين التجارة، إنما يشترط أن تكون العلامة جديدة بالمقارنة بالعلامات المستخدمة في تمييز المنتجات المماثلة أو المشابهة<sup>(٦٣)</sup>، فالجدة مقيدة بنوع المنتجات ويجب على طالب التسجيل تحديد نوع المنتجات التي يرغب في تسجيل العلامة لتمييزها وفقاً لجدول الفئات المنصوص عليها في اللائحة التنفيذية، ومن ثم فإذا تم تسجيل أو استعمال علامة معينة لتمييز منتج معين لا يجوز استعمال ذات العلامة لتمييز منتج من نفس النوع، بينما إذا تم استخدام ذات العلامة لتمييز منتجات من نوع آخر مختلف فإنها تعتبر جديدة بالنسبة لهذه المنتجات غير المتماثلة<sup>(٦٤)</sup>، ويترتب على ذلك ثلاث نتائج:

#### النتيجة الأولى: الجدة نسبية من حيث المنتجات:

فيتوافر شرط الجدة في العلامة التجارية متى كانت تستعمل لتمييز منتجات مختلفة غير متماثلة، ففي هذه الحالة لا تعتبر العلامة فاقدة شرط الجدة إذ تستعمل لتمييز نوع مختلف من المنتجات، وعلّة ذلك أن مالك العلامة يمتلكها فقط بالنسبة للمنتجات المخصصة لتمييزها.

وتطبيقاً لذلك استقرت أحكام محكمة النقض<sup>(٦٥)</sup> على أن استخدام علامة لتمييز منتجات معينة لا يمنع الغير من استخدام نفس العلامة لتمييز منتجات أخرى مختلفة عنها اختلافاً يمتنع معه الخلط بينهما، وتقدير قيام التشابه أو الاختلاف بين المنتجات وبعضها هو مما تستقل به محكمة الموضوع، كما قضت كذلك<sup>(٦٦)</sup> بأن للتاجر أن يتخذ

<sup>(٦٣)</sup> د. حسام الدين عبد الغني الصغير، بحث بعنوان مدخل إلى حقوق الملكية الفكرية، قدم في ندوة المنظمة العالمية للملكية الفكرية الويبو عن الملكية الفكرية بمملكة البحرين في ١٦ يونيو ٢٠٠٤، البحث منشور على موقع الويبو، تاريخ الدخول ١٤ مايو ٢٠٢٠ أنظر الموقع:

[https://www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/wipo\\_ip\\_uni\\_bah\\_04/wipo\\_ip\\_uni\\_bah\\_04\\_1.pdf](https://www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/wipo_ip_uni_bah_04/wipo_ip_uni_bah_04_1.pdf)

<sup>(٦٤)</sup> د. سميحة القليوبي، المرجع السابق، ص ٥٠٥. وذات المعنى، م. د. خالد ممدوح إبراهيم، حقوق الملكية الفكرية، طبعة نادي القضاة، ٢٠١١، ص ١٦٦، كذلك د. طارق فهمي الغنام، المرجع السابق ص ٩٤.

<sup>(٦٥)</sup> حكم محكمة النقض في الطعن ٤٣٥ لسنة ٣٤ ق مدني، جلسة ٢٦ ديسمبر ١٩٦٨، وذات المعنى حكم النقض في الطعن رقمي ٣٤٠ و٣٤١ لسنة ٦٧ ق مدني، جلسة ٢٤/٦/٢٠٠٨. <sup>(٦٦)</sup> حكم محكمة النقض الطعن ٦٢٨٦ لسنة ٧٩ ق تجاري، جلسة ٢٢ مارس ٢٠١١.

من الاسم أو التسمية التي اختارها كعلامة مميزة لسلعته فيصبح الاسم أو التسمية على هذا النحو محلاً للحماية بما يترتب عليه نشوء حق خاص ومقصود على مالك هذا الاسم في استعماله ومنع الغير من استخدامه غير أن هذه الملكية لا تنشئ هذا الحق إلا بالنسبة إلى السلعة التي خصصت لتمييزها فلا تشمل غيرها من السلع.

وكذلك قضي بأنه<sup>(٦٧)</sup> متى سجلت علامة تجارية لتمييز بعض أنواع المنتجات في فئة معينة، فلا تمتد الحماية القانونية لجميع المنتجات التي تشتمل عليها تلك الفئة، ولو سجلت علامة لتشمل جميع المنتجات الداخلة في فئة معينة، فلا يتمتع صاحب العلامة بالحماية القانونية إذا ما قام شخص آخر باستعمال تلك العلامة على فئة أخرى غير الفئة التي سجلت العلامة التجارية فيها، وإن استخدام علامة تجارية لتمييز منتجات معينة لا يحول دون استخدام الغير لذات العلامة لتمييز منتجات أخرى مختلفة داخل ذات الفئة الواحدة، بحسبان أن تقدير قيام التشابه أو الاختلاف بين المنتجات هو مما تستقل به محكمة الموضوع، فليس من مانع لاستخدام علامة تجارية بذاتها أو علامة أخرى مشابهة على أنواع من السلع أو البضائع الأخرى يراد تسجيلها على فئة أخرى أو على بضاعة أو سلعة مغايرة داخل الفئة ذاتها، فليس من شأن ذلك أن ينشأ لدى الجمهور لبس أو خلط، ويستثنى من ذلك العلامة المشهورة إذ لا يمكن استخدام العلامة المشهورة على صنف آخر غير الصنف الذي سجلت من أجله، وذلك لتعلق ذهن المستهلك بهذه العلامة مما يؤدي إلى تضليل الجمهور وغشهم.

وقصت محكمة النقض<sup>(٦٨)</sup> بأنه يترتب على استعمال العلامة وتسجيلها عدم جواز استعمال تلك العلامة أو التقدم بطلب تسجيلها من الغير، طالما كانت تحمل ذات العلامة عن ذات الفئة، أما إذا كانت العلامة لا تتعلق بذات الفئة من المنتجات التي تم تسجيلها، فلا تعتبر تعدياً على ملكية تلك العلامة وذلك لاختلاف الفئة، وقضي<sup>(٦٩)</sup> بأنه متى تشابهت العلامتين من حيث النطق والجرس الصوتي إلا أنهما يختلفان في منتجات الفئة، حيث فئة العلامة المتعارضة (إيمكو) رقم (٨٤٦١٤) الفئة (١١)

(٦٧) حكم محكمة القضاء الإداري، دائرة منازعات الاستثمار، الدعوى ٣٥٣٠٠ لسنة ٥٩ ق، جلسة ٢١ فبراير ٢٠٠٩.

(٦٨) حكم محكمة النقض الطعن ١١٤١٤ لسنة ٨٥ ق تجاري، جلسة ١١ يوليو ٢٠١٧.

(٦٩) حكم محكمة القضاء الإداري، دائرة المنازعات الاقتصادية والاستثمار، الدعوى ١٨٥٨٨ لسنة ٦١ ق، جلسة ٢٤ أكتوبر ٢٠٠٩.

المتعلقة بأجهزة الإنارة والتدفئة وتوليد البخار والطهي والتبريد والتجفيف والتهوية، في حين أن العلامة المطلوب تسجيلها (أمكو-AMCO) رقم (١٥٥٦١٩) الفئة (٩) المتعلقة بالأجهزة والأدوات العلمية والملاحية، فلا مجال للتشابه أو الخلط بينهما لدى مستهلكي هذه المنتجات.

كذلك قضي بأنه<sup>(٧٠)</sup> متى تطابقت العلامتين في مقطع "LEADER" المكتوب باللغة اللاتينية، المقطع الجوهري في العلامتين كما تطابقتا في الفئة (٣) وفي النطق والجرس الصوتي، وهما وسيلة تعرف جمهور المستهلكين على السلعة، الأمر الذي من شأنه إحداث لبس لدى جمهور المستهلكين حول مصدر هذه المنتجات وطبيعتها، ومن ثم لا يتوافر في شأن العلامة المطلوب تسجيلها شرط التميز ووضوح التشخيص، كما قضي<sup>(٧١)</sup> بأن العلامة المطلوب تسجيلها (لا فريش LA FRESH) عن منتجات الفئة (٣)، تطابقت مع العلامات المتعارضة معها في المقطع الأساسي والجوهري (فريش FRESH) وفي الفئة (٣) كما تشابها في النطق والجرس الصوتي ... فلا يكتمل للعلامة المراد تسجيلها الشروط القانونية اللازمة للتسجيل لوجود تشابه كبير بينها وبين العديد من العلامات المتعارضة، وهو ما قد يؤدي إلى حدوث اللبس والتضليل لدى جمهور المستهلكين.

#### النتيجة الثانية: الجدة نسبية من حيث مكان أو إقليم استعمال العلامة "مبدأ

##### الإقليمية":

إن إقليمية استعمال العلامة التجارية تستلزم حمايتها داخل الإقليم الذي تستعمل في نطاقه، فلا يجوز استعمال علامة مماثلة في ذات الإقليم لتمييز منتجات مماثلة لفقدانها شرط الجدة، وعليه فإن إستعمال علامة تجارية تستعمل في الخارج أو في إقليم دولة أجنبية لا يفقدها شرط الجدة عند استعمالها في مصر لتمييز منتجات مماثلة شريطة ألا تكون العلامة الأجنبية مسجلة في مصر وألا تكون مشهورة عالمياً<sup>(٧٢)</sup>.

(٧٠) حكم محكمة القضاء الإداري، دائرة المنازعات الاقتصادية والاستثمار، الدعوى ٢٠٢٢١ لسنة ٦١ ق، جلسة ٢٨ مارس ٢٠٠٩.

(٧١) حكم محكمة القضاء الإداري، دائرة المنازعات الاقتصادية والاستثمار، الدعوى ١٥٥٩٩ لسنة ٦١ ق، جلسة ٢١ مارس ٢٠١٠.

(٧٢) د. حسام الدين عبد الغني الصغير، بحث بعنوان المدخل إلى حقوق الملكية الفكرية، سابق الإشارة إليه.

ولذلك قضى<sup>(٧٣)</sup> بأنه متى تشابهت علامة الشركة المدعية واختلطت بعلامة دولية مشهورة- العلامة "NATIONAL" المملوكة لشركة ماتسوشييتا اليابانية، في الشكل العام وفي الفئة (٣٥) ولا يعدو إضافة مقطع (كلمة "GAS") إلى تلك العلامة، فلم يؤثر على الإنطباع الذي يصل إلى مستخدمى السلع محل الفئة المشار إليها، ومن شأنه إحداث اللبس لدى الجمهور- ويكون تحايلاً للاستفادة من السمعة العالمية للعلامة واعتداء جسيماً على حقوق الملكية الفكرية وعلى الحماية المقررة قانوناً لتلك العلامة سواء كانت الحماية دولية أو إقليمية أو محلية، فإن القرار المطعون فيه إذ قضى برفض التسجيل يكون قد صادفه الصواب.

#### النتيجة الثالثة: الجدة نسبية من حيث الزمان:

جدير بالذكر إن مدة حماية العلامة التجارية في القانون المصري عشر سنوات عملاً بنص المادة (٩٠)، وقد قررت المادة (١٨) من اتفاقية التريبس أن يكون التسجيل وكل تجديد للعلامة لمدة لا تقل عن سبع سنوات، وأن يكون التسجيل قابلاً للتجديد لمرات غير محدودة، غير أن عدم استعمال العلامة بصفة جدية دون مبرر لمدة خمس سنوات متتالية يجيز للمحكمة متى توافرت الشروط اللازمة شطب تسجيلها بناء على طلب كل ذي شأن طبقاً لنص المادة (٩١) من القانون، كذلك فإن عدم تجديد مدة الحماية قبل نهاية مدة التجديد وفوات الستة أشهر التالية لتلك المدة، قد ينم ذلك عن رغبة مالك العلامة في عدم التجديد مما يستوجب قيام الإدارة بشطب تسجيل العلامة لعدم التجديد طبقاً لنص المادة (٢/٩٠)، ففي هاتين الحالتين يجوز للغير طلب تسجيل العلامة عن ذات المنتجات طبقاً لنص المادة (٩٢) ويتوافر لها في هاتين الحالتين شرط الجدة المطلوب، وهو ما أقرته اتفاقية التريبس وكذلك القانون المصري.

وفي ذلك قضت محكمة النقض<sup>(٧٤)</sup> بأن النص في المادة (٨٣) من القانون رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ على أن "يكون تسجيل العلامة بقرار من المصلحة، وينشر هذا القرار في جريدة العلامات التجارية... ويبدأ أثر التسجيل من تاريخ تقديم الطلب"، والنص في المادة (٩١) من ذات القانون على أن "يجوز للمحكمة المختصة بناء على طلب كل ذي شأن أن تقضي بشطب تسجيل العلامة بحكم قضائي واجب النفاذ، إذا ثبت لديها أنها لم

<sup>(٧٣)</sup> حكم محكمة القضاء الإداري، دائرة منازعات الاستثمار، الدعوى ١٣٤٩١ لسنة ٦٣ ق، جلسة ١٤

نوفمبر ٢٠٠٩.

<sup>(٧٤)</sup> حكم محكمة النقض الطعن ٦٢٨٦ لسنة ٧٩ ق تجاري، جلسة ٢٢ مارس ٢٠١١.



تستعمل بصفة جدية- دون مبرر تقدره- لمدة خمس سنوات متتالية"، يدل على ارتداد أثر التسجيل الخاص بالعلامة من تاريخ تقديم الطلب لا من تاريخ نشر قرار المصلحة في جريدة العلامات فحسب، وأن غاية المشرع من أعمال هذا الأثر الرجعي لهذا القرار تكمن في إضفاء الحماية القانونية على صاحب العلامة، من بدء استعمالها، باعتبار أن الاستعمال لا التسجيل هو مناط الملكية بما يترتب عليه التزامه بالاستمرار في استعمالها بصفة جدية بعد التسجيل، وإلا زالت عنه تلك الحماية، فإذا لم يثبت استعماله لها لمدة خمس سنوات متتالية أو استعمالها طيلة تلك الفترة بصفة غير جدية، دون أن يقدم مبرراً مقبولاً تقدره المحكمة، جاز لها متى طلب منها من له شأن القضاء بشطب تسجيل تلك العلامة بحكم قضائي واجب النفاذ...، وبتسجيل العلامة للمدعية في شأن ذات المنتجات.

### المطلب الثالث

#### شرط أن تكون العلامة التجارية مشروعة غير منافية للنظام أو الآداب العامة

بيّننا أن العلامة التجارية تكتسب الحماية وتُسجّل متى توفرت فيها شروط التسجيل، وأهمها الصفة المميزة والطابع الذاتي المبتكر، ويلزم أن تكون جديدة لم يسبق استعمالها أي لا تكون ذات تشابه مضلل مع علامة أسبق في الحماية، مع الأخذ في الاعتبار نوعية أو فئة المنتجات التي تميزها<sup>(٧٥)</sup>، كما يشترط أن تكون مشروعة أي تتوافق مع النظام والآداب، وألا تخالف قواعد القانون الآمرة<sup>(٧٦)</sup>، وتتص المادة (٥/١هـ) من القانون النموذجي للويبو "WIPO"<sup>(٧٧)</sup> لا يقبل تسجيل العلامات المتعارضة مع الأخلاق والنظام العام، وعلى وجه الخصوص التي تخدع جمهور المستهلكين فيما يتعلق بطبيعة أو مصدر أو غرض المنتج، فإذا تعارضت العلامة مع النظام العام والآداب فلا تتمتع بالحماية وتتقي شروط قبول تسجيلها.

<sup>(٧٥)</sup> د. جودي وانجر جوائز، المرجع السابق، ص ٣٣٤.

<sup>(٧٦)</sup> د. سميحة القليوبي، المرجع السابق، ص ٥٠٩، ذات المعنى، د. طارق فهمي الغنام، المرجع

السابق، ص ٩٧، كذلك، م. د. خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق، ص ١٦٩ وما بعدها.

<sup>(77)</sup> Section 5: Marks Inadmissible on Objective Grounds. 1) Marks cannot be validly registered: (e) which are contrary to morality or public order and which, in particular, are liable to deceive trade circles or the public as to the nature, the source, the manu-facturing process, the charac-teristics, or the suitability for their purpose, of the goods or services concerned.)

وقد نصت المادة (٦ "مكررة ٣") من اتفاقية اتحاد باريس على رفض تسجيل العلامات التي تحتوي على رموز أو أعلام دول الاتحاد أو الشعارات أو الأختام الرسمية، ومنع استعمالها وكذلك حماية الشعارات الخاصة بالمنظمات الدولية والحكومية والحروف الأولى من هذه التسميات متى كان من شأنها تضليل الجمهور بوجود صلة بتلك المنظمات، كذلك حظر استعمال شعارات دول الاتحاد في التجارة دون ترخيص أو حدوث لبس في مصدر الإنتاج.

وتنص المادة (٢/١٥) من اتفاقية التريبس على أنه ينبغي عدم فهم الفقرة (١) من هذه المادة على أنها تحظر رفض تسجيل علامة تجارية لأسباب أخرى، شريطة عدم الانتقاص من أحكام معاهدة باريس، مؤدى ذلك أن اتفاقية التريبس أجازت تضمين القوانين الوطنية أسباب حظر تسجيل العلامات بما يتفق ومصالح الأعضاء، بشرط عدم التعارض مع ما ورد باتفاقية باريس من حظر تسجيل شعارات الدول والمنظمات الحكومية<sup>(٧٨)</sup>، وتجدر الإشارة إلى أنه استناداً لذلك نصت المادة (٦٧) من القانون المصري على بعض الحالات التي يحظر تسجيلها كعلامة تجارية نعرض لها تفصيلاً في المبحث الثالث من هذه الدراسة.

### المبحث الثالث

#### ما لا يجوز تسجيله كعلامة تجارية

من الجلي أن هناك بعض الأشكال التي لا يجوز تسجيلها كعلامات تجارية، وقد أوردتها الاتفاقيات الدولية وأجازت للدول الأعضاء النص عليها في القوانين الوطنية، وتجدر الإشارة إلى أن اتفاقية باريس قد حظرت تسجيل بعض العلامات أوردتها بنص المادة (٦ مكررة ٥)، إذ نصت على أنه:

(لا يجوز رفض تسجيل أو إبطال العلامات الصناعية أو التجارية المذكورة في هذه المادة إلا في الأحوال الآتية:

أولاً: إذا كان من شأنها المساس بالحقوق المكتسبة للغير في الدولة التي تطلب فيها الحماية.

ثانياً: إذا كانت مجردة من أية صفة مميزة والتي تتكون فقط من إشارات أو بيانات قد تستعمل في التجارة للدلالة نوع المنتجات وصفتها وقيمتها ومقدارها أو لبيان الغرض

(٧٨) م. د. خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق، ص ١٧٠.

منها وكذلك مصدرها أو زمن إنتاجها والتي أصبح استعمالها في البلاد التي طلبت فيها الحماية دارجًا في اللغة التجارية أو في العرف القانوني للتجارة.  
ثالثًا: إذا كانت مخالفة للآداب أو النظام العام وعلى الأخص العلامات التي من شأنها أن تضلل الجمهور.

ومن المتفق عليه أنه لا يجوز اعتبار العلامة مخالفة للنظام العام بسبب عدم مطابقتها لبعض أحكام التشريع الخاص بالعلامات إلا إذا كانت هذه الأحكام تتعلق بالنظام العام).

والجدير بالذكر أيضا أن اتفاقية الترييس قد نصت في المادة (٢/١٥) على أنه: (ينبغي عدم فهم الفقرة (١) على أنها تحظر على البلدان الأعضاء رفض تسجيل علامة تجارية لأسباب أخرى، شريطة عدم الانتقاص من أحكام معاهدة باريس (١٩٦٧).

مؤدى ذلك النص أن اتفاقية الترييس أقرت بحق البلدان الأعضاء في النص على أسباب رفض تسجيل العلامات التجارية في قوانينها الوطنية، كما أعطت اتفاقية الترييس للدول الأعضاء حق حظر رفض أو حظر تسجيل العلامات التجارية لأسباب أخرى قد ترى لها مقتضى، شريطة عدم التعارض مع ما نصت عليه المادة (٦ مكرر) في إتفاقية باريس، وقد نصت المادة (٦٣) من القانون المصري على الأشكال التي يجوز تسجيلها وأوردتها على سبيل المثال لا الحصر.

غير أن المشرع قد حظر تسجيل بعض العلامات التي عدتها المادة (٦٧) على سبيل الحصر حين نصت على: (لا يسجل كعلامة تجارية أو كعنصر منها ما يأتي:

- ١- العلامات الخالية من أية صفة مميزة أو المكونة من علامات أو بيانات ليست إلا التسمية التي يطلقها العرف على المنتجات أو الرسم أو الصور العادية لها.
- ٢- العلامات المخلة بالنظام العام أو الآداب العامة.
- ٣- الشعارات العامة والأعلام وغيرها من الرموز الخاصة بالدولة أو الدول الأخرى أو المنظمات الإقليمية أو الدولية، وكذلك أي تقليد لها.
- ٤- العلامات المطابقة أو المشابهة للرموز ذات الصبغة الدينية.
- ٥- رموز الصليب الأحمر أو الهلال الأحمر أو غيرها من الرموز المشابهة وكذلك العلامات التي تكون تقليدًا لها.
- ٦- صور الغير أو شعاراته ما لم يوافق على استعمالها.
- ٧- البيانات الخاصة بدرجات الشرف التي لا يثبت طالب التسجيل حصوله عليها.

٨- العلامات والمؤشرات الجغرافية التي من شأنها أن تضلل الجمهور أو تحدث لبساً لديه أو التي تتضمن بيانات كاذبة عن مصدر المنتجات من السلع أو الخدمات أو عن صفاتها الأخرى، وكذلك العلامات التي تحتوي على بيان اسم تجاري وهمي مقلد أو مزور).

مؤدى ذلك النص أن المشرع حظر تسجيل ثمانية أشكال للعلامات التجارية سنيين المقصود بكل منها بإيجاز على النحو التالي:

○ العلامات الخالية من أي صفة مميزة أو المكونة من علامات أو بيانات ليست إلا التسمية التي يطلقها العرف على المنتجات أو الرسم أو الصور العادية لها.

ينص البند (١) من المادة (٦٧) على حظر تسجيل العلامة متى خلت من أية صفة مميزة أو التي تتضمن مجرد الرسم أو الكلمات أو مجرد الصور المطابقة للمنتجات، وكما سبق البيان أنه رُفض تسجيل العلامة المكونة من صورة البرتقالة والمستخدمه لتميز عصير البرتقال، إذ لا تعد علامة صحيحة ومميزة لانتقاء شرط التمييز<sup>(٧٩)</sup>، ومن ثم فهي غير جديرة بالحماية كونها مجرد اسم المنتج ولا يجوز لشخص الاستئثار بها وحده ومنع الغير من استعمالها، كذلك لا يجوز تسجيل العلامة التي تشير إلى مجرد عناصر تكوين المنتج إذ تؤدي إلى حدوث الخلط أو اللبس والتضليل وحالات رفض تسجيل مثل تلك العلامات كثيرة، كما رُفض تسجيل لفظ "نباتين" كعلامة لتميز نوع مسلى نباتي كونها مجرد التسمية المعتادة للسلعة.

والجدير بالذكر إن اتفاقية باريس نصت صراحة (المادة ٦ مكررة ٥/ب/ ثانيًا) على عدم جواز رفض تسجيل أو إبطال العلامات الصناعية أو التجارية المذكورة في هذه المادة إلا إذا كانت مجردة من أية صفة مميزة والتي تتكون فقط من إشارات أو بيانات قد تستعمل في التجارة للدلالة على نوع المنتجات وصفاتها وقيمتها ومقدارها.

○ العلامات المخلة بالنظام العام أو الآداب العامة.

غني عن البيان أن أحد شروط تسجيل العلامة التجارية أن تكون مشروعة، وذلك يستوجب ألا تكون العلامة مخلة بالنظام العام أو مخالفة للآداب، وقد نص على ذلك صراحة في البند (٢) من المادة (٦٧)، فيحظر تسجيل العلامة المخلة بالنظام أو الآداب العامة أو التي تخالف قيم ومبادئ المجتمع، ولقبول تسجيل العلامة ينبغي ألا تنطوي على ما يחדش الحياء العام والأخلاق، والجدير بالذكر أن معيار تحديد مفهوم

(٧٩) د. سميحة القليوبي، المرجع السابق، ص ٥١٠.

النظام العام مرجعه العرف والعادات الخاصة بكل دولة، ومن ثم فهو مفهوم يختلف من دولة إلى أخرى<sup>(٨٠)</sup>.

○ الشعارات العامة والأعلام وغيرها من الرموز الخاصة بالدولة أو الدول الأخرى أو المنظمات الإقليمية أو الدولية، وكذلك أي تقليد لها.

يحظر المشرع بموجب نص البند (٣) من المادة (٦٧) استعمال الشعارات الرسمية العامة والأعلام وغيرها من رموز أو شارات الدولة أو الدول الأخرى أو المنظمات الدولية أو الحكومية، إذ أن استعمال مثل هذه الرموز من شأنه أن إحداث الخلط أو اللبس، وكما سبقت الإشارة فقد أوجبت المادة (٦ "مكرر ٣") من اتفاقية باريس إلزام الدول بحماية الشعارات العامة للدول والمنظمات الدولية والحكومية، وعلى ذلك فالحظر غير قاصر على منع تسجيل تلك الشعارات أو الرموز فحسب بل يمتد إلى أي تقليد لها لمنع الخلط أو اللبس بها<sup>(٨١)</sup>.

○ العلامات المطابقة أو المشابهة للرموز ذات الصبغة الدينية.

كذلك يحظر المشرع المصري تسجيل العلامات المتخذة من الرموز ذات الصبغة الدينية أو التي تتشابه معها عملاً بنص البند (٤) من المادة (٦٧)، حرصاً على قدسية هذه الرموز لكافة المعتقدات الدينية، ولا شك فإن ذلك مرجعه أيضاً اعتبارات النظام العام والآداب<sup>(٨٢)</sup>.

○ رموز الصليب الأحمر أو الهلال الأحمر أو غيرها من الرموز المشابهة وكذلك العلامات التي تكون تقليدًا لها.

نص المشرع على حظر تسجيل العلامات التي تتضمن هذه الرموز أو أية رموز مشابهة لها، لمنع إثارة الخلط أو حدوث الالتباس معها لما تقدمه هذه الجهات من خدمات للإنسانية.

○ صور الغير أو شعاراته ما لم يوافق على استعمالها.

يحظر صراحة استعمال صور الغير وصور الشخصيات المشهورة أو التي تمثل قيمة وطنية تحظى بالثقة أو التي لها دور بارز عملاً بنص البند (٦) من المادة (٦٧)،

<sup>(٨٠)</sup> د. سميحة القليوبي، المرجع السابق، ص ٥١٠.

<sup>(٨١)</sup> د. محمد حسني عباس، المرجع السابق، ص ٢٩٢.

<sup>(٨٢)</sup> د. محمد حسني عباس، المرجع السابق، ص ٢٩٢.

ما لم تسبق موافقة أصحاب هذه الصور قبل استعمالها كعلامة تجارية، أو موافقة وراثته قبل التسجيل إذا كان صاحب الصورة قد توفى.

○ البيانات الخاصة بدرجات الشرف التي لا يثبت طالب التسجيل حصوله عليها.  
حظر المشرع استعمال تلك البيانات أو ذكر درجات الشرف أو الدرجات الفخرية أو الدرجات العلمية دون الحصول عليها، حرصاً على حماية جمهور المستهلكين مما قد يشكل غشاً ويعد بياناً كاذباً.

○ العلامات والمؤشرات الجغرافية التي من شأنها أن تضلل الجمهور أو تحدث لبساً لديه أو التي تتضمن بيانات كاذبة عن مصدر المنتجات من السلع أو الخدمات أو عن صفاتها الأخرى، وكذلك العلامات التي تحتوي على بيان اسم تجاري وهمي مقلد أو مزور.

يحظر تسجيل العلامات المضللة للجمهور أو التي تذكر بيانات كاذبة عن المنتج سواء مصدره أو درجة جودته أو صفاته، وكذلك يحظر تسجيل العلامات المتضمنة اسم تجاري مقلد أو مزور أو وهمي أو غير حقيقي، لمنع تضليل جمهور المستهلكين عملاً بنص البند (٨) من المادة (٦٧)، كما يمتنع استخدام منشأ جغرافي على خلاف الحقيقة كأن يتم استخدام اسم إقليم يشتهر بصناعة معينة كسيلان بالنسبة للشاي مثلاً، وذلك بهدف دفع جمهور المستهلكين للاعتقاد بأن المنتج مصنوع في ذلك الإقليم وخضع لمعايير الصناعة والرقابة المتبعة فيه ويتمتع بخصائص ومميزات معينة على خلاف الحقيقة والواقع وهو ما يتسق مع المواد (١٠٩ حتى ١١١) من القانون.

وقد أكدت محكمة النقض ذلك بأن قضت بأن<sup>(٨٣)</sup>: (المقرر أن الاسم التجاري يستخدم في الأصل لتعريف التاجر أو المنشأة التجارية إلى الجمهور، وإن وظيفة العلامة التجارية هي تمييز المنتجات، ... وكانت الطاعة قد اتخذت من اسمها التجاري علامة تجارية مميزة لها (المراعي) فتكون محلاً للحماية التي يقرها القانون وتمنع الغير من التعدي عليها، على النحو سالف البيان، ومن ثم فلا يجوز للشركة المطعون ضدها الأولى، والتي تشابهت في اسمها وعلامتها ومنتجاتها مع الشركة الطاعة، التعدي على الاسم التجاري للشركة الأخيرة والذي اتخذته كعلامة تجارية مميزة لها ولمنتجاتها (المراعي)، إذ أن من شأن هذا التشابه تضليل جمهور المستهلكين وإحداث اللبس والخط بين منتجاتهما وأن يدفع إلى الاعتقاد الخاطئ بوجود صلة بينهما على غير

<sup>(٨٣)</sup> حكم محكمة النقض الطعن ١٢٨٠٦ لسنة ٨٧ ق تجاري، جلسة ٢٤ ديسمبر ٢٠١٩.

الحقيقة، وهو ما يوجب إسباغ الحماية على الاسم التجاري للشركة الطاعنة والمرتبطة بعلامتها التجارية والمنبثق عنها، وإذ خالف الحكم المطعون فيه هذا النظر فإنه يكون معيياً بمخالفة القانون والخطأ في تطبيقه بما يوجب نقضه نقضاً جزئياً في هذا الشأن).

### الخاتمة

عرضنا في هذه الدراسة مفهوم وتعريف العلامة التجارية وكذلك الشروط اللازم توافرها في العلامة لوجوب الحماية والتسجيل وتناولنا الأشكال غير الجائز تسجيلها كعلامة تجارية، وقلنا إن العلامة التجارية هي الأداة أو الوسيلة التي تستخدم بغرض تمييز المنتجات عن غيرها، ويتحقق هذا الغرض بالمغايرة بين العلامات التجارية، وتناولنا شروط تسجيل العلامات التجارية ولاحظنا أنه يشترط أن يتوافر في العلامة ثلاثة شروط مجتمعة هي أن تكون للعلامة التجارية الصفة المميزة لها ذاتيتها الخاصة التي تميزها عن غيرها وأن تتسم في شكلها ومضمونها بما ينبئ عن الاختلاف الذي يستعصي على التطابق أو التشابه والتنزه عن الخطأ أو اللبس لتحقيق غرضها وأداء وظيفتها في حماية المنتج والمُنتج، وأن تكون جديدة لا تتشابه مع غيرها ولم يسبق استعمالها في تمييز منتجاته وفي ذات الإقليم، وأخيراً أن تكون مشروعة غير مخالفة للنظام العام أو الآداب وألا تكون من بين الأشكال التي عددها القانون في المادة (٦٧) والتي يحظر تسجيلها، فإن انتفى أي من هذه الشروط أو تضمنت العلامة أي من الأشكال المحظور تسجيلها فلا تكون العلامة جديرة بالقبول ولا تستحق التسجيل أو الحماية وفقاً لأحكام القانون، وتعين على إدارة تسجيل العلامات التجارية رفض طلب التسجيل أو يحكم القضاء بالشطب لبطلان وانتفاء شروط تسجيل العلامة.

### النتائج والتوصيات:

- ١- تلاحظ لنا من هذا البحث أنه يشترط لقبول طلب تسجيل العلامة التجارية في مصر لا بد من أن يتوفر فيها الشروط اللازمة للتسجيل.
- ٢- وتلاحظ أن مدة الحماية والتسجيل في القانون المصري عشر سنوات قابلة للتجديد لمرات غير محددة.
- ٣- تلاحظ لنا عدم جواز استعمال أو تسجيل العلامات المتطابقة أو المتشابهة وكذلك التي تستعمل في تمييز ذات نوعية أو فئة المنتجات لمنع تضليل الجمهور وإحداث الخطأ أو اللبس، والأمر مرجعه السلطة التقديرية لمحكمة الموضوع.

٤- نهيب بالمرشح المصري ضرورة تعديل عَجْز نص المادة (٦٣) من القانون وتعديل مسلكه فيما يتعلق باشتراط ضرورة أن تدرك العلامة بالبصر ونوصي بضرورة حذف عبارة "وفي جميع الأحوال يتعين أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر" والنص على جواز تسجيل جميع الأنواع المستحدثة من العلامات التجارية بما يتفق مع ما توصلت إليه التطورات التكنولوجية الحديثة كتسجيل علامة الصوت وعلامة الرائحة والعلامات ثلاثية الأبعاد وغيرها، متى قدم طالب التسجيل تمثيل بياني رقمي ووصف تفصيلي مكتوب لشرح العلامة مع عينة من المنتج لتسهيل الفحص مثلما هو الحال في القوانين المقارنة، ويرى الباحث أن هذا التعديل التشريعي لن يخل مطلقاً بما نصت عليه المادة (١٥) من اتفاقية التريبس، فالاتفاقية لم تفرض على الدول الأعضاء أو تجعل من رؤية العلامة وإدراكها بالبصر شرطاً للتسجيل وإنما أجازت ذلك الاستراط فقط دون أن تلزمه، وليس أدل على ذلك من أن هناك العديد من الدول تجيز تشريعاتها تسجيل وحماية علامات الصوت والرائحة وغيرها من أنواع العلامات التي لا تدرك بالبصر.

### المراجع والمصادر

#### أولاً: المراجع العربية أجدياً:

- (١) أ. د. أحمد جامع، اتفاقات التجارة العالمية وشهرتها الجات، الجزء الثاني، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠١.
- (٢) القانون ٥٧ لسنة ١٩٣٩ بشأن العلامات والبيانات التجارية الملغي نُشر بجريدة الوقائع المصرية العدد (٦٩) ١٣ يولييه ١٩٣٩.
- (٣) القانون ١٦٥ لسنة ١٩٥٠ بالموافقة على الانضمام إلى اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المبرمة ١٨٨٣، منشور بالوقائع المصرية العدد (٩٤) بتاريخ ١٩٥٠/١٠/٢.
- (٤) القانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ بشأن قانون حماية حقوق الملكية الفكرية، منشور بالجريدة الرسمية، عدد ٢٢ (مكرر) في ٢/٦/٢٠٠٢.
- (٥) الكتاب الأبيض الصادر عن وزارة الخارجية المصرية "جمهورية مصر العربية وحماية حقوق الملكية الفكرية" القاهرة عام ١٩٩٩.



- (٦) بهاجيرات لال داس، مقدمة لاتفاقات منظمة التجارة العالمية، تعريب د. أحمد يوسف الشحات، مراجعة د. السيد أحمد عبد الخالق، دار المريخ للنشر، المملكة العربية السعودية، ٢٠٠٦.
- (٧) د. جودي وانجر جوائز، الملكية الفكرية المبادئ والتطبيقات، ترجمة ولاء الهناوي وأميرة راغب، مراجعة نرمين العلي، ط ٢٠١٥.
- (٨) أ. د. حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية، دار الفكر الجامعي، ٢٠١٦.
- (٩) أ. د. حسام الدين عبد الغني الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، القاهرة ١٩٩٣.
- (١٠) أ. د. حسام الدين عبد الغني الصغير، بحث بعنوان مدخل إلى حقوق الملكية الفكرية، ندوة المنظمة العالمية للملكية الفكرية الويبو عن الملكية الفكرية بمملكة البحرين ١٦/٦/٢٠٠٤، منشور على موقع الويبو، تاريخ الدخول ١٤ مايو ٢٠٢٠ أنظر الموقع:  
[https://www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/wipo\\_ip\\_uni\\_bah\\_04/wipo\\_ip\\_uni\\_bah\\_04\\_1.pdf](https://www.wipo.int/edocs/mdocs/arab/ar/wipo_ip_uni_bah_04/wipo_ip_uni_bah_04_1.pdf)
- (١١) م. حمدي ياسين عكاشة، موسوعة حماية العلامات التجارية في الاتفاقيات والمعاهدات الدولية والتشريعات الوطنية، ط ٢٠١٩، دار النهضة العربية، القاهرة.
- (١٢) م. د. خالد ممدوح إبراهيم، حقوق الملكية الفكرية، طبعة نادي القضاة ٢٠١١، القاهرة.
- (١٣) د. سلوى جميل أحمد حسن، الحماية الجنائية للملكية الفكرية، مركز الدراسات العربية، الطبعة الأولى ٢٠١٦.
- (١٤) أ. د. سميحة الفليوبي، الملكية الصناعية، الطبعة التاسعة، ٢٠١٣، دار النهضة العربية، القاهرة.
- (١٥) أ. د. صبري حمد خاطر، الملكية الفكرية، ط الأولى ٢٠٠٧، جامعة البحرين.
- (١٦) أ. د. صبري حمد خاطر، بحث بعنوان العلاقة بين اتفاقية تريبس والقانون البحريني دراسة نقدية تحليلية مقارنة، منشورات مركز الإعلام الأمني، مملكة البحرين.
- (١٧) أ. د. طارق فهمي الغنام، العلامة التجارية ودورها في حماية المنتج والمستهلك، مركز الدراسات العربية، ط ٢، ٢٠٢٠.

١٨) قرار رئيس الجمهورية ١٥٨٠ لسنة ١٩٧٤ المنشور بالجريدة الرسمية عدد (١٢) في ١٩٧٥/٣/٢٠ بالموافقة على الانضمام إلى تعديلات اتفاقية باريس لحماية حقوق الملكية الصناعية، تعديل استكهولم ١٩٦٧.

١٩) قرار رئيس الجمهورية ٧٢ لسنة ١٩٩٥ المنشور بالجريدة الرسمية العدد ٢٤ (تابع) في ١٩٩٥/٦/١٥ بالموافقة على الانضمام إلى اتفاقيات الوثيقة الختامية لنتائج جولة أوروغواي ومنها اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة لحقوق الملكية الفكرية.

٢٠) قرار رئيس مجلس الوزراء ١٣٦٦ لسنة ٢٠٠٣ بإصدار اللائحة التنفيذية للكتاب الثاني لقانون الملكية الفكرية منشورة بالجريدة الرسمية عدد ٣٣ (مكرر) في ٢٠٠٣/٨/١٦.

٢١) أ.د. محمد حسام محمود لطفي، آثار اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية "ترييس" على تشريعات البلدان العربية، ط ٣، القاهرة ٢٠٠١.

٢٢) أ.د. محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة، ١٩٧١.

٢٣) د. محمد مرسي عبده، إشكالية تسجيل علامة الرائحة، كعلامة تجارية غير تقليدية بين الفقه والتشريع، مجلة كلية القانون الكويتية العالمية، السنة السادسة، عدد ٤ عدد تسلسلي ٢٤، ربيع أول ١٤٤٠، ديسمبر ٢٠١٨.

٢٤) أ.د. نبيل محمد صبيح، حماية العلامات التجارية والصناعية في التشريع المصري وفي ظل اتفاقية الجات، دار النهضة العربية، ط ١٩٩٩.

### ثانياً: المراجع الأجنبية:

- 1) Peter K. Yu, OBJECTIVES AND PRINCIPLES OF THE TRIPS AGREEMENT, 2009, HOUSTON LAW REVIEW, 46 Hous. L. Rev. 979.
- 2) Section 5: Marks Inadmissible on Objective Grounds. 1) Marks cannot be validly registered: (e) which are contrary to morality or public order and which, in particular, are liable to deceive trade circles or the public as to the nature, the source, the manufacturing process, the characteristics, or the suitability for their purpose, of the goods or services concerned.)

### ثالثاً: أحكام القضاء:

#### أحكام النقض المدني:

١) الطعن رقم ١٢٨٠٦ لسنة ٨٧ ق تجاري، جلسة ٢٤/١٢/٢٠١٩

- (٢) الطعن رقمي ٣٨٩١، ٣٩١٧ لسنة ٨٧ ق تجاري، جلسة ٢٦ أبريل ٢٠١٨
- (٣) الطعن رقم ١١٤١٤ لسنة ٨٥ ق تجاري، جلسة ٢٠١٧/٧/١١
- (٤) الطعون أرقام ٨١٢١، ٩٥٦٠، ٩٦٢٧ لسنة ٨٢ ق تجاري، جلسة ٢٠١٣/٦/١١
- (٥) الطعن رقم ٥٨٦٧ لسنة ٨١ ق تجاري، جلسة ٢٠١٤/١٢/٣
- (٦) الطعن رقم ٦٢٨٦ لسنة ٧٩ ق تجاري، جلسة ٢٠١١/٣/٢٢
- (٧) الطعن رقم ٦٧٥ لسنة ٧١ ق تجاري، جلسة ٢٠٠٩/١٢/٢٢
- (٨) الطعن رقم ١٩٩ لسنة ٧٠ ق تجاري، جلسة ٢٠٠٩/٣/١٠
- (٩) الطعن رقمي ٣٤٠ و ٣٤١ لسنة ٦٧ ق مدني، جلسة ٢٠٠٨/٦/٢٤
- (١٠) الطعن رقم ٩٠٠٨ لسنة ٦٦ ق تجاري، جلسة ٢٠٠٨/١/٢٢
- (١١) الطعن رقم ٧١٣٣ لسنة ٦٥ ق تجاري، جلسة ٢٠٠٨/٢/٢٦
- (١٢) الطعن رقم ٢٧٦٢ لسنة ٦٤ ق تجاري، جلسة ٢٠٠٢/٤/٢٣
- (١٣) الطعن رقم ٤٣٥ لسنة ٣٤ ق مدني، جلسة ١٩٦٨/١٢/٢٦
- (١٤) الطعن رقم ٤٥ لسنة ٣٣ ق مدني، جلسة ١٩٦٧/١/٢٦
- (١٥) الطعن رقم ٣٩٠ لسنة ٢٧ ق مدني، جلسة ١٩٦٣/١/٢٤
- (١٦) الطعن رقم ١٦٠ لسنة ٢٧ ق مدني، جلسة ١٩٦٢/١١/٢٢
- (١٧) الطعن رقم ٤٣٠ لسنة ٢٥ ق مدني، جلسة ١٩٦٠/١/٢٨
- (١٨) الطعن رقم ١٢١ لسنة ٢٥ ق مدني، جلسة ١٩٥٩/١٢/١٠
- (١٩) الطعن رقم ٣٣١ لسنة ٢١ ق مدني، جلسة ١٩٥٤/٢/٤

#### أحكام النقض الجنائي:

- (١) الطعن رقم ١٢١٢ لسنة ١٩ ق جنائي، جلسة ١٩٤٩/١٢/١٢
- (٢) الطعن رقم ٦٢٧١ لسنة ٨٢ ق جنائي، جلسة ٢٠١٤/١٠/٢٦

#### أحكام المحكمة الإدارية العليا:

- (١) الطعن رقم ١١٠٠٦ لسنة ٥٦ ق عليا، جلسة ٢٠١٧/٥/٢٠
- (٢) الطعن رقم ١٩٥٧١ لسنة ٥٥ ق عليا، جلسة ٢٠١٣/١٢/٢٨
- (٣) الطعن رقم ١٩٩٩٤ لسنة ٥٥ ق عليا، جلسة ٢٠١٤/٤/٢٦
- (٤) الطعن رقم ١٤٤٣٧ لسنة ٥٥ ق عليا، جلسة ٢٠١٤/٤/٢٦
- (٥) الطعن رقم ٨٤١٨ لسنة ٥٤ ق عليا، جلسة ٢٠١٤/٩/٢
- (٦) الطعن رقم ١٤١٨٣ لسنة ٥٤ ق عليا، جلسة ٢٠١٣/٤/٢٧
- (٧) الطعن رقم ٦٥٠٧ لسنة ٤٨ ق عليا، جلسة ٢٠٠٧/٣/١٧

- ٨) الطعن رقم ٢٥٦١ لسنة ٤٤ ق عليا، جلسة ٢٦/٣/٢٠٠٥
- ٩) الطعن رقم ٢٦١٠ لسنة ٦ ق عليا، جلسة ١٠/٢/١٩٦٢
- أحكام محكمة القضاء الإداري (دائرة المنازعات الإقتصادية والاستثمار بالقاهرة):**
- ١) الحكم في الدعوى رقم ٤٩٠٦٨ لسنة ٦٤ ق إداري، جلسة ٢٣/٥/٢٠١٥
- ٢) الحكم في الدعوى رقم ١٣٤٩١ لسنة ٦٣ ق إداري، جلسة ١٤/١١/٢٠٠٩
- ٣) الحكم في الدعوى رقم ١٢٩٥٥ لسنة ٦١ ق إداري، جلسة ٢٦/١٢/٢٠٠٩
- ٤) الحكم في الدعوى رقم ١٥٥٩٩ لسنة ٦١ ق إداري، جلسة ٢١/٣/٢٠١٠
- ٥) الحكم في الدعوى رقم ١٨٥٣٤ لسنة ٦١ ق إداري، جلسة ١٦/٥/٢٠٠٩
- ٦) الحكم في الدعوى رقم ١٨٥٨٨ لسنة ٦١ ق إداري، جلسة ٢٤/١٠/٢٠٠٩
- ٧) الحكم في الدعوى رقم ٢٠٢٢١ لسنة ٦١ ق إداري، جلسة ٢٨/٣/٢٠٠٩
- ٨) الحكم في الدعوى رقم ٢٥٠٨٣ لسنة ٦١ ق إداري، جلسة ١٦/٦/٢٠٠٩
- ٩) الحكم في الدعوى رقم ٤٠٤٦٤ لسنة ٦١ ق إداري، بجلسته ٢٨/٣/٢٠٠٩
- ١٠) الحكم في الدعوى رقم ٢٦٤٩٢ لسنة ٦٠ ق إداري، جلسة ١٢/٩/٢٠١١
- ١١) الحكم في الدعوى رقم ٢٥٦٠٣ لسنة ٦٠ ق إداري، جلسة ٢١/٣/٢٠٠٩
- ١٢) الحكم في الدعوى رقم ٣٦٣٠٣ لسنة ٦٠ ق إداري، جلسة ١٦/٥/٢٠٠٩
- ١٣) الحكم في الدعوى رقم ٢٩٦٨٢ لسنة ٦٠ ق إداري، جلسة ٢١/٣/٢٠٠٩
- ١٤) الحكم في الدعوى رقم ٣٥٣٠٠ لسنة ٥٩ ق إداري، جلسة ٢١/٢/٢٠٠٩
- ١٥) الحكم في الدعاوى المنضمة أرقام ٣٣٨٢٢ س ٥٧ ق و ٢٤٣ و ٢٣٥٠٧ س ٦١ ق إداري، جلسة ٢٨/١٢/٢٠١٩
- ١٦) الحكم في الدعوى رقم ١٢٤٠ لسنة ١١ ق إداري، جلسة ١٩/٧/١٩٦٠