



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

ديسمبر 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 وفقاً لإعتبارات فنية لا علاقة لها بالقيمة العلمية لأى منها.
- تنشر المقالات غير المحكمة (أوراق العمل) فى زاوية خاصة في المجلة.
- تنشر المجلة مراجعات وعروض الكتب الجديدة والدوريات.
- تنشر المجلة التقارير والبحوث والدراسات الملقاه في مؤتمرات ومنتديات علمية والنشاطات الأكاديمية في مجال تخصصها دونما تحكيم في 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 في 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 باتباع الأسس العلمية السليمة في 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](mailto:ymgad@niip.edi.eg)
- ترسل البحوث إلى محكمين متخصصين وتحكم بسرية تامة.
- في 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 الأعمدة 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 المدني 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/>

[ymsgad@niip.edu.eg](mailto:ymsgad@niip.edu.eg)

**الحماية الإجرائية للعلامة التجارية في البيئة الرقمية**  
**رامي مجدي فهمي الشرييني**



## الحماية الإجرائية للعلامة التجارية في البيئة الرقمية

رامي مجدي فهمي الشرييني

المقدمة:

تحتل العلامة التجارية مكانه هامة ومميزة بين عناصر الملكية الصناعية الأخرى، نظراً للدور الهام الذي تقوم به في القطاع الاقتصادي بشكل عام، بإعتبارها أحد مقومات نجاح المشروع الاقتصادي، إذ أن من خلالها يستطيع أى مشروع أن ينافس غيره من المشاريع سواء أكان ذلك على الصعيد المحلي أم على الصعيد الدولي.

ونظراً لتلك الأهمية التي تتمتع بها العلامة التجارية فقد وضع المشرع المصري نظاماً لتسجيل العلامة التجارية بموجب قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢م.

وعلى الرغم من أن هذا التسجيل يعتبر أمراً إختيارياً، إلا أن مصلحة صاحب العلامة تقتضي تسجيلها بسبب المزايا والآثار القانونية التي تترتب على هذا التسجيل، وتتمثل هذه المزايا في الحماية القانونية للحقوق والمصالح القانونية المترتبة على التسجيل، لأن القاعدة العامة في العلامات التجارية تقرر أنه حتى تقوم الحماية الواردة في القانون لابد من التسجيل، وبه تبدأ الحماية وليس من تاريخ إكتساب الحق في العلامة عن طريق الاستعمال.

ونظراً لانتشار ظاهرة الاعتداء على العلامة التجارية بشكل كبير في الوقت الحاضر عبر الانترنت، ولما لها من مخاطر سلبية لا تقتصر آثارها على الإضرار بمالك العلامة وإنما تتعداه إلى جمهور المستهلكين والاقتصاد الوطني، ولن تتمتع العلامة التجارية بالحماية الجنائية إلا بعد التسجيل.



وهنا تظهر أهمية الدراسة في إظهار دور تسجيل العلامة التجارية للتصدى لظاهرة التعدي على العلامات التجارية عبر الأنترنت أو بالطرق الإلكترونية، هذا الأخير يعتبر أحد أكثر صور الاعتداء التي تتزايد انتشارا بسبب التطور التكنولوجي الكبير عن طريق حمايتها بتسجيل العلامة التجارية حتى تتمتع العلامة التجارية بالحماية الجنائية الى جوار الحماية المدنية.

### أولاً: موضوع البحث وأهميته:

نظرا للأهمية التي تتمتع بها العلامة التجارية، وحرصا من المشرع على حماية العلامة التجارية في البيئة الرقمية من التعدي عليها سواء بالتقليد او التزوير... الخ فقد أفرد لها نظاماً للحماية، وأول هذه النظم نظام تسجيل العلامة التجارية، والتي من خلالها يضمن حماية إجرائية وقائية تتمثل في منع التسجيل لأي علامة قد تشكل تعدياً على حقوق مالك العلامة التجارية. بالإضافة إلي أن تسجيل العلامة التجارية يعد أمراً هاماً لحمايتها من الاعتداء عليها سواء أكان بالتزوير أو التقليد أو بأي صورة من صور الاعتداء علي العلامة التجارية سواء في البيئة التقليدية او في البيئة الرقمية.

### ثانياً: أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح الجوانب القانونية الهامة المتعلقة بالعلامات التجارية، ومن هذه الجوانب ما يتعلق بتسجيل العلامة التجارية وضرورة توافر شروط موضوعية واخرى شكلية في العلامة التجارية المراد تسجيلها، كذلك تهدف الدراسة إلى توضيح الاثار القانونية المترتبة على التسجيل والمتمثلة في توفير حماية قانونية للعلامة التجارية في الوسط الرقمي، خاصة في ظل التعديات التي تتم على العلامات التجارية في البيئة الرقمية بالتقليد أو التزوير او غيرهما.

**ثالثاً: إشكالية الدراسة:**

تدور إشكالية هذه الدراسة في الاجابة على تلك التساؤلات:

١- ما مدى اعتبار التسجيل منشئ للحق في العلامة التجارية في الوسط الرقمي؟

٢- هل يعني الاستعمال عن التسجيل للعلامة التجارية؟

٣- ما هي أهمية حماية العلامة التجارية في الوسط الرقمي بالتسجيل؟

٤- هل هي إجراءات تسجيل العلامة التجارية في البيئة الرقمية؟

**رابعاً: منهج الدراسة:**

للإجابة على هذه الإشكالية وتساؤلاتها يتوجب علينا اتباع المنهج التحليلي لأجل تحليل النصوص القانونية تحليلاً دقيقاً يمكّن القارئ من إدراك أهمية تسجيل العلامة التجارية ومفاعيلها القانونية، وما تتضمنه واقعة التسجيل من آثار قانونية على حماية العلامة التجارية في الوسط الرقمي.

**خامساً: خطة البحث:**

في ضوء ما تقدم، تم تقسيم خطة الدراسة إلي:

المبحث الأول: العلامة التجارية والشروط الموضوعية والشكلية لتسجيلها.

المبحث الثاني: إجراءات تسجيل العلامة التجارية في البيئة الرقمية.

المبحث الثالث: أهمية تسجيل العلامة التجارية في الوسط الرقمي.

الخاتمة

النتائج والتوصيات

## المبحث الأول

### العلامة التجارية وشروط تسجيلها

في هذا المبحث سوف نتناول الحديث عن العلامة التجارية من حيث التعريف وأنواعها وأهميتها (المطلب الأول)، ثم الحديث عن شروط تسجيل العلامة التجارية الموضوعية والشكلية (المطلب الثاني). كما يلي:

## المطلب الأول

### ماهية العلامة التجارية وأنواعها

**أولاً: تعريف العلامة التجارية:** تعرف العلامة التجارية بأنها كل ما يأخذ شكلاً مميزاً من أسماء أو كلمات أو حروف أو أرقام أو رسوم أو رموز أو صور أو نقوش وتستخدم إما في تمييز بضاعة أو منتج أو خدمة<sup>1</sup>. وهي التي تستخدم لتمييز البضائع أو خدمات مشروع واحد من تلك الخاصة بمشروع آخر،

<sup>1</sup> علوان، رامي محمد، ٢٠٠٥. المنازعات حول العلامات التجارية واسماء مواقع الانترنت، مجلة الشريعة والقانون- العدد ٢٢- يناير ٢٠٠٥- ص ٢٦٤. كما عرفت المادة ٦٣ من القانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ بأنها: "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 مستخرجات 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".

ويتمتع مالك العلامة التجارية بالحق الحصري في منع الغير من استخدام العلامة التجارية الخاصة به<sup>1</sup>.

ويجب أن تكون العلامة مميزة وغير مضلله وغير مخالفة لنظام القانون والآداب، ويقصد بها كل إشارة أو دلالة أو رمز يضعه التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها وتهدف الي تيسير التعرف على مصدر بيع المنتجات أو صنعها، بحيث لا يختلط بغيرها من المنتجات المماثلة في الأسواق مما يساعد على سهولة التعرف عليها من قبل المشتري أو المتعاملين معها<sup>2</sup>.

### ثانياً: أنواع العلامات التجارية: تتنوع العلامات التجارية بتنوع النشاط

الذي يمارسه الأشخاص، فقد تكون علامة صناعية أو تجارية أو خدمية. فيقصد بالعلامات الصناعية: يقصد بها العلامة التي يستخدمها الصانع على المنتجات الصناعية التي ينتجها، لتمييز منتجاته عن غيرها من المنتجات المماثلة، وينبغي أخذ المنتجات الصناعية بالمفهوم الواسع أي سواء كانت صناعات إنتاجية أو استخراجية أو صناعات إنشائية أو صناعات نقلية أو صناعات زراعية... إلخ. مثل علامة TOYOTA وعلامة BMW لتمييز أنواع من السيارات.

د/ هالة مهدي محي الدين أحمد، العلامات التجارية والجرائم الواقعة عليها ونطاق<sup>1</sup> حمايتها في التشريعات الوطنية والاتفاقيات الدولية، رسالة ماجستير، كلية القانون، جامعة النيلين، السودان، ٢٠١٩، ص ٢٣، ٢٤.

<sup>2</sup> MODULE III, TRADEMARKS, This module explains the provisions of Section 2 of Part II of the TRIPS Agreement entitled 'Trademarks'. This Section contains seven articles, from Article 15 to Article 21, and deals with the protection that members have to make available for trademarks, p 52 .

: [https://www.wto.org/english/tratop\\_e/trips\\_e/ta\\_docs\\_e/modules3\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/ta_docs_e/modules3_e.pdf)

ويقصد بالعلامات التجارية: العلامة التي يستخدمها التجار لتمييز المنتجات التي يقومون ببيعها بعد شرائها سواء من تاجر الجملة أو من المنتج مباشرة بصرف النظر عن مصدر الإنتاج. فإذا كانت العلامة الصناعية تشير إلى مصدر الإنتاج، فالعلامة التجارية تشير إلى مصدر البيع<sup>1</sup>.

كما يقصد بعلامات الخدمة: وهي التي تخصص لتمييز خدمة كما هو الشأن بالنسبة لخدمات النقل والسياحة والبريد السريع المميز والاعلانات وخدمة التنظيف الجاف للملابس والسجاد والفنادق. ومن الأمثلة علي ذلك Hilton و Marriott في مجال خدمات الفنادق، وعلامة Visa في مجال الخدمة المصرفية<sup>2</sup>.

**ثالثاً: أهمية العلامة التجارية:** تتجسد أهمية العلامات التجارية من خلال الوظائف التي تؤديها سواء للصانع أو للتاجر أو المقدم الخدمة أو للمستهلك، ونذكر من هذه الوظائف ما يلي:

١- **العلامة التجارية تحدد مصدر المنتجات والبضائع والخدمات:** العلامة لها دوراً بارزاً في تجسيد السمعة التجارية للصانع أو التاجر ومقدم الخدمة في ميدان التعامل التجاري لأنها تعطي المنتجات والبضائع والخدمات ذاتيتها، وبالتالي يمكن التعرف إلى البضائع وتمييزها عن مثيلاتها بسهولة ويسر.

٢- **العلامة التجارية ضمان لحماية جمهور المستهلكين:** تلعب العلامة دوراً مهماً في ضمان حقوق المستهلكين، من ضروب الغش والاحتيال حول مواصفات الصناعات أو البضائع أو الخدمات التي يتلقونها من يد الصانع

د/ صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٥، ص ٧٣.

د/ عبد العزيز عبد الله السعدي، الحماية القانونية للعلامات التجارية في التشريعين الاردني والعماني، 2 الاردنية، عمان، ٢٠٠٧، ص ١٦ رسالة ماجستير، الجامعة

أو التجار أو مقدمي الخدمات وذلك من خلال الرجوع على هؤلاء رجوعاً قانونياً مناسباً لتحديد مسؤوليتهم عن آثار تضليل جمهور المستهلكين<sup>١</sup>.

٣- العلامات التجارية رمز الثقة بصفات المنتجات والبضائع والخدمات: تستمد العلامة التجارية قوتها من جودة المنتجات التي ترمز إليها فهي تدل على الجودة والإتقان والنوعية وطريقة التحضير لتلك السلع والمنتجات والخدمات التي ترمز إليها، والتي بدورها ترفع الثقة بتلك المنتجات والخدمات وتكون مشجعاً ودافعاً للمستهلك لتفضيلها عن غيرها في المجال التجاري، بالمقابل يعتمد المنتج على هذه الثقة فتكون هي الركيزة التي يعتمد عليها في تسويق منتجاته مما يدفع إلى الحرص الدائم للمحافظة على نوعية البضائع وجودتها حتى يحافظ بالتالي على السمعة التي اكتسبتها العلامة التجارية بناء على هذه الثقة والجودة<sup>٢</sup>.

٤- العلامة التجارية للتسويق وللإعلان عن المنتجات والبضائع والخدمات: تعد العلامة التجارية إحدى وسائل التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة للإعلان عن سلعته أو منتجاته أو خدماته، وبالتالي إذا ما أراد المستهلك الحصول على هذا المنتج أو الخدمة فإنه لا يشرح عنها شيئاً، وإنما يطلبها بعلامتها التجارية فتكون بذلك قد حققت المرجو منها، وهذه الوظيفة للعلامة التجارية تلازم حياتنا اليومية، وتظهر من تفضيلنا للعلامة التجارية الأكثر

<sup>١</sup> د/ صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، مرجع سابق، ص ٤

<sup>٢</sup> John D. Ingram (2003) The Genericide of Trademarks, 2 Buffalo Intellectual Property Law Journal 154, P. 154.

= عبدالله الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر، ط ١، عمان، ٢٠١٥،

إعلاناً في التلفزيون والراديو وحتى من خلال وسائل الاتصال الاجتماعي المختلفة<sup>١</sup>.

٥- العلامة التجارية وسيلة من وسائل المنافسة المشروعة: تعد العلامة التجارية إحدى الوسائل المهمة في نجاح المشروع الاقتصادي في مجال المنافسة مع غيره من المشرعات، فهي تلعب دوراً كبيراً في تحقيق العدالة بين المشتغلين في قطاع التجارة والصناعات والخدمات حتى ينال كل منهم ثقة المستهلكين بقدر حرصه على تحسين منتجاته أو بضاعته أو خدماته أو المحافظة على جودتها من أجل كسب الشهرة.

٦- العلامة التجارية وسيلة لشراء المنتجات والبضائع والخدمات: تساهم العلامة التجارية في تسهيل العملية الشرائية لكل من البائع والمشتري فيكفي أن يذكر المشتري للبائع اسم العلامة التجارية التي تحملها السلعة التي يريد شراءها دون الحاجة إلى بيان أوصاف المنتج ذاته، حيث أن المستهلك يستطيع في كل مرة يكرر شراء منتج ذي نوعية وصفات معينة تلبي رغباته واحتياجاته<sup>٢</sup>.

<sup>١</sup> د/ عدنان شوقي يونس، النظام القانوني للعلامة التجارية، رسالة ماجستير، جامعة عمان العربية، ٢٠٠٣، ص ١٤.

<sup>٢</sup> محمد محمد عبود حامد، أثر التقليد في العلامة التجارية- مجلة العدل- العدد ٤٤- السنة ١٧- اغسطس ٢٠١٥، ص ٨٣.

<sup>٣</sup> صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، مرجع سابق، ص ٤٣، د/ سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، مرجع سبق، ص ٤٥١.

## المطلب الثاني

### شروط تسجيل العلامة التجارية

وضع المشرع المصري نظاماً لتسجيل العلامة التجارية بموجب قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ فى ضوء ما جاء بإتفاقية التربس، وحتى يتم التسجيل وينشأ الحق فى الحماية القانونية، لابد من توافر شروط معينة فى العلامة التجارية، منها شروطاً موضوعية وأخرى شروطاً شكلية. كما يلي:

**أولاً: الشروط الموضوعية لتسجيل العلامة التجارية:** إشتراط المشرع المصري ضرورة توافر شروطاً معينة يلزم توافرها فى العلامة التجارية أياً كان شكلها حتى تكون قابلة للحماية الإجرائية بموجب التسجيل، ومن هذه الشروط ان تكون العلامة التجارية مميزة، وجديدة، إلى جانب ان تكون مشروعة، وسوف نتناولهم بالشرح الموجز على النحو التالي:

**١/ أن تكون العلامة مميزة:** يقصد بشرط التمييز أن تتصف العلامة التجارية أياً كان شكلها أو صورتها بصفات تميزها بذاتها عن غيرها من العلامات التجارية الأخرى المستخدمة للسلع المماثلة، بمعنى انه يلزم انه يشترط فى العلامة التجارية أن تكون لها ذاتيتها الخاصة التي لا تشابه غيرها من العلامات<sup>١</sup>.

**٢/ أن تكون العلامة جديدة:** يشترط المشرع لقبول تسجيل العلامة التجارية أن تكون العلامة جديدة، ويقصد بالجدة هنا هو عدم سبق استعمال ذات

<sup>1</sup> Exxon Corp. v. Texas Motor Exch. of Houston, Inc., 628 F.2d 500, 504 (5th Cir. 1980).



العلامة داخل إقليم الدولة على ذات السلع أو المنتجات المراد استخدام العلامة التجارية عليها، بمعنى ألا يكون قد سبق استعمال ذات العلامة من منتج أو تاجر آخر على سلع مماثلة<sup>1</sup>. والمقصود بهذا الشرط أن تكون العلامة التجارية جديدة في شكلها العام، بحيث لم يسبق استعمالها أو تسجيلها داخل الإقليم على نفس البضائع أو المنتجات أو الخدمات من شخص آخر<sup>2</sup>.

٣/ أن تكون العلامة مشروعة<sup>3</sup>: يشترط المشرع لقبول تسجيل العلامة التجارية أن تكون مشروعة، يقصد بمشروعية العلامة التجارية أن لا تكون مخالفة لنص أمر أو لقاعدة قانونية، أو أن لا تكون ممنوعة قانوناً بقانون العلامات التجارية أو أي قانون أو تشريع يرتبط بها، وأن لا تكون العلامة التجارية مخالفة للنظام العام أو الآداب العامة.

وتعني المشروعية عدم اتخاذ العلامة التجارية شكلاً من الأشكال التي حظرها المشرع المصري والتي يختلف تحديدها من مجتمع لآخر ومن زمان لآخر

د/ سميحة القليوبي، المرجع السابق، ص ٤٧٩. <sup>1</sup>

<sup>2</sup> Robert H. Barrigar (2006) Losing Distinctiveness A Big Deal In Trade-Mark Law ... And In The Market, 28 The Lawyers Weekly.

طبقاً لنص المادة ٦٧ من قانون الملكية الفكرية المصري رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ على الحالات التي لا يجوز فيها تسجيل علامة تجارية، وهذه الحالات هي: العلامات المخلة بالنظام العام أو الآداب العامة، الشعارات العامة والاعلام وغيرها من الرموز الخاصة بالدولة أو الدول الأخرى أو المنظمات الإقليمية أو الدولية، وكذلك أي تقليد لها، العلامات المطابقة أو المشابهة للرموز ذات الصبغة الدينية، رموز الصليب الأحمر أو الهلال الأحمر أو غيرها من الرموز المشابهة وكذلك العلامات التي تكون تقليداً لها، صور الغير أو شعارته ما لم يوافق على استعمالها، البيانات الخاصة بدرجات الشرف التي لا يثبت طالب التسجيل حصوله عليها، العلامات والمؤشرات الجغرافية التي من شأنها أو 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 تحتوى على بيان اسم تجارى وهمى مقلد أو مزور.

لكونها فكرة مرنة، وكما هو سائد ما يكن مخالف للنظام العام أو الآداب العامة في مجتمع ما و زمان ما قد لا يكون مخالف في مجتمع و زمن آخر.

**ثانياً: الشروط الشكلية لتسجيل العلامة التجارية:** اشترط المشرع في العلامة التجارية بعض الشروط الشكلية الى جانب الشروط الموضوعية، وتتمثل تلك الشروط الشكلية في شكل العلامة التجارية بمعنى ان تكون العلامة مما يدرك بالبصر، إلي تحديد الاشخاص الذين لهم الحق في تسجيل العلامة التجارية، وأخيراً، الجهة الإدارية المختصة بتسجيل العلامة التجارية. وسوف نتناولهم بالشرح الموجز على النحو التالي:

١/ أن تكون العلامة قابلة للإدراك عن طريق البصر: يقصد بشرط القابلية للإدراك عن طريق البصر أن تكون العناصر الداخلة في تكوين العلامة التجارية ممكن إدراكها بصورة ملموسة، كالأسماء والإمضاءات والرسوم والصور والنقوش وغيرها. وعليه لا تكون العلامة قابلة للتسجيل إذا كانت مكونة من عناصر غير مادية، كالنغمات الموسيقية والصوتية أو التي يمكن تمييزها عن طريق الشم أو الذوق، ولعل السبب في ذلك يعود إلى صعوبة حفظ مثل هذا النوع من نماذج العلامات والتكاليف الباهظة لذلك<sup>١</sup>.

٢/ صاحب الشأن بتسجيل العلامة التجارية: يمكن تحديد أصحاب الحق في التقدم بطلب لتسجيل العلامة التجارية وفقاً للقانون المصري حسبما جاء بنص المادة ٦٦ من قانون حماية الملكية الفكرية، هم كل الأشخاص الطبيعية أو

<sup>١</sup> د/ بكر منور عبد الرحمن السعيدة، الحماية القانونية للعلامات التجارية المشهورة في التشريع الأردني والاتفاقيات الدولية، بحث منشور لدى مجلة دراسات علوم الشريعة والقانون، المجلد ٤٤ ، العدد، ٤ ملحق ٣، ٢٠١٧، الأردن، ص ٣٤٧.

الإعتبرية من المصريين أو من الأجانب الذين ينتمون أو يتخذون مركز نشاط حقيقي وفعال لهم في إحدى الدول أو الكيانات الأعضاء في منظمة التجارة العالمية او التي تعامل مصر معاملة المثل.

كما أن المشرع المصري أورد صراحة إلتزامه بتطبيق مبدأ المعاملة الوطنية لجميع مواطني الدول الأخرى الأعضاء بالمنظمة، وذلك بأن تمنحهم المزايا التي يتمتع بها رعاياها من المصريين وخضوعهم للإلتزامات ذاتها، وهو ما يجسد تنفيذاً لاتفاقية التريبس<sup>1</sup> في المادة ١/٣ منها.

٣/ الجهة المختصة بتسجيل العلامات التجارية: تختص مصلحة التسجيل التجاري- الإدارة العامة للعلامات التجارية والتصميمات والنماذج الصناعية- بتسجيل العلامات التجارية وما يتعلق بها من إجراءات وذلك فى السجل المعد وفقا لأحكام القانون واللائحة التنفيذية له<sup>٢</sup>. كما تختص بتلقي طلبات التسجيل

للعلامة التجارية أو التدوين عنها أو تعديلها إلى المقدمة إليها من صاحب

<sup>1</sup> (المقصود بها: "الاتفاقية حول الجوانب التجارية لحقوق الملكية الفكرية". وهي Intellectual Property Rights Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights) اختصارا لـ (TRIPS اتفاق التريبس) الذي يحدد المعايير الدنيا للقوانين المتعلقة بالعديد من WTO اتفاق دولي تديره منظمة التجارة العالمية ( كما تنطبق على أعضاء منظمة التجارة العالمية. تم التفاوض في نهاية جولة IP أشكال الملكية الفكرية ( الأوروغواي من الاتفاق العام بشأن التعريفات الجمركية والتجارة (الجات) في عام ١٩٩٤. ودخلت حيز النفاذ اعتبارا من أول يناير ١٩٩٥. وأنضمت مصر إليها بموجب القرار الجمهوري رقم ٧٢ لسنة ١٩٩٥ والذى نشر بالجريدة الرسمية رقم ٢٤ تابع في ١٥ / ٦ / ١٩٩٥م والخاص "بانضمام مصر إلى الاتفاقية المنشئة لمنظمة التجارة العالمية والاتفاقية المنبثقة عنها. ومن بينها اتفاقية أوجه الملكية الفكرية المرتبطة بالتجارة المعروفة اختصارا بـ "تريبس"، ودخلت حيز النفاذ فى مصر بموجب القرار الوزاري لوزير الخارجية رقم ٤٢ لسنة ١٩٩٥ بتاريخ ١٧ / ٥ / ١٩٩٥ (بانضمام جمهورية مصر العربية لمنظمة التجارة العالمية والاتفاقية التي تضمنتها الوثيقة الختامية لنتائج جولة أوروغواي). بحيث يبدأ التاريخ الفعلي لتنفيذ بنود الاتفاقية بعد مرور فترة السماح الممنوحة للدول النامية ومن بينها مصر بتاريخ ١/ ١/ ٢٠٠٠ بالنسبة لكافة حقوق الملكية الفكرية. أما بالنسبة لقطاع الدواء والصناعات الكيماوية والدوائية فيبدأ تاريخ السريان من ١/ ١/ ٢٠٠٥.

د/ سليم سلامة حتامله، الإجراءات الخاصة بتسجيل العلامة التجارية والاعتراض عليها في التشريع الأردني، مرجع سابق، ٤٨٦، ٤٨٧. ٢.

الشأن أو من ينوب عنه قانوناً<sup>١</sup>.

## المبحث الثاني

### إجراءات تسجيل العلامة التجارية في البيئة الرقمية

على الرغم من أهمية التسجيل بالنسبة للعلامات التجارية، إلا أن تسجيل العلامة التجارية ليس إجباراً على مقديها، ولكن هي وسيلة إشهار تقيد كقرينة على الاستعمال والملكية، كما يعتبر التسجيل وسيلة للحماية الجنائية للعلامة التجارية، وذلك لأن الحماية الجنائية تسري فقط على العلامات المسجلة فقط.

وسوف نتناول مراحل تسجيل العلامة التجارية بإيجاز في النقاط التالية:

#### أولاً: مراحل تسجيل العلامة التجارية:

١- مرحلة إيداع الطلب والمستندات المرفقة به: يقدم طلب التسجيل

العلامة التجارية الي الإدارة العامة للعلامات التجارية والتصميمات والنماذج الصناعية بمصلحة التسجيل التجاري من صاحب الشأن أو من يمثله قانوناً على الاستمارة المعدة لذلك، ويقدم طلب التسجيل عن فئة أو نوعية واحدة أو أكثر من الفئات أو المنتجات، وفي جميع الأحوال يصدر عن الطلب في حالة قبوله شهادة تسجيل واحدة.

ويجب أن يرفق بطلب التسجيل عدد (٤) صور من العلامة المراد تسجيلها، ويجب أن تكون مطابقة لرسم العلامة بإستمارة طلب التسجيل، كما يرفق رخصة الشركة أو الجهة أو المؤسسة التي ستقوم بتقديم المنتج أو الخدمة

<sup>١</sup> طبقاً لنص المادة ٧١ من اللائحة التنفيذية للقانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ والتي تنص على أن: "يقدم طلب تسجيل العلامة التجارية أو التديين عنها أو تعديلها إلى الإدارة العامة للعلامات التجارية بمصلحة التسجيل العقاري (.....)".

المراة، ثم يتم تعبئة أو ملئ النموذج المعد من قبل وزارة التجارة والصناعة من أجل تسجيل علامة تجارية لإستيفاء فحص العلامة التجارية المطلوبة<sup>١</sup>. (م/٧٢ لائحة تنفيذية) ويجب إستيفاء المستندات المنصوص عليها في المادة ٧٢ من اللائحة التنفيذية خلال ستة أشهر من تاريخ تقديم طلب التسجيل، وإلا أعتبر الطلب كأن لم يكن<sup>٢</sup>.

وفي حالة قبول الطلب شكلياً وتوافر كافة المستندات القانونية اللازمة لصحته، فإن الادارة تقوم بتنفيذ الطلب التسجيل في سجل خاص بالإدارة بأرقام متتابعة حسب تواريخ تقديمها، ويعطى الطالب إيصالاً يشتمل على الرقم المتتابع للطلب واسم الطالب وتاريخ وساعة تقديم الطلب<sup>٣</sup>، وتخصص صفحة في سجل العلامات لكل علامة لتسجيل كافة البيانات التي تتعلق بها، وما قد يطرأ عليها

من تعديلات او تصرفات<sup>٤</sup>.

٢- **مرحلة الفحص الفني:** وهي ثاني خطوات إجراءات تسجيل العلامة التجارية

وفيها يتم تشكيل لجنة من الوزارة من أجل فحص طلب تسجيل العلامة ومعرفة

إن كانت مشابهة علامات تجارية أخرى أم لا؛ وفيها تتخذ اللجنة القرار:

<sup>١</sup> موقع وزارة التموين والتجارة الداخلية- جهاز تنمية التجارة الداخلية- المستندات المطلوبة.

<http://www.itda.gov.eg/service-tm>.

تاريخ الزيارة ٢٠٢٢/٢/٨

<sup>٢</sup> المادة ٧٣ من اللائحة التنفيذية.

<sup>٣</sup> المادة ٧٥ من اللائحة التنفيذية.

<sup>٤</sup> المادة ٧٦ من اللائحة التنفيذية.

إما بالموافقة على طلب تسجيل العلامة التجارية، أو رفض طلب التسجيل للعلامة بقرار مسبب، أو وجود شرط مع الموافقة على العلامة<sup>1</sup>. وفي حالة أنه إذا تم طلب تغيير العلامة أو رفضها، فإنه يحق لمقدم طلب التسجيل التظلم من قرار الإدارة بالتعديل أو بالرفض لتسجيل علامة خلال موعده أقصاه ثلاثون يوماً من تاريخ إخطاره بقرار التعديل أو الرفض<sup>2</sup>. أما في حال الموافقة يتم نشر علامة المنتج في الجرائد المختصة من أجل فحصها مع الجمهور.

### ٣- مرحلة نشر الطلب والاعتراض عليه: وتعد من أهم المراحل في

تسجيل العلامة التجارية، لأنه بعد موافقة الإدارة على طلب تسجيل العلامة فعليها أن تقوم بنشر هذا الطلب في جريدة العلامات التجارية والتصميمات والنماذج الصناعية. (م/٨٠ من القانون)

ويحق لكل ذي شأن الاعتراض على قبول تسجيل العلامة التجارية خلال ٦٠ يوم من تاريخ النشر، لأنها قد تكون مشابهة لعلامة موجودة بالفعل أو منافية لحقوق الملكية. فإذا تم رفض الاعتراض فيجوز لمقدم طلب الاعتراض الطعن على قرار الرفض الاعتراض الصادر من إدارة العلامات أمام محكمة القضاء الإداري من تاريخ العلم اليقيني بقرار الرفض، لأنه قرار إداري يجوز الطعن عليه خلال تلك المدة<sup>3</sup>.

رابعاً: منح شهادة العلامة التجارية: بعد قبول العلامة التجارية والنشر عنها والتأكد من عدم وجود اعتراض عليها من قبل الغير خلال المواعيد

الزرقاني، أحمد عبد الحليم (٢٠١٨). الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية وفقاً لإحكام القانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ والاتفاقيات الدولية، المجلة العلمية للملكية الفكرية وإدارة الابتكار، المجلد الأول، العدد الأول، ص ٥٥٧.

القليوبي، سميحة (٢٠٠٩). الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، ص ٥٠٢.

عبد الجواد، مصطفى اسماعيل (٢٠١٨). "الشروط اللازمة..." مرجع سابق، ص ٣٩٠، ٣٩١.

الرومي، محمد امين (٢٠١٨). "الملكية الفكرية، دراسة مقارنة"، دار الفكر الجامعي، ص ٢٤٥، ٢٤٦.

القانونية، أو تم تقديم الاعتراض، وتم رفضه من جهة الادارة، وجب على ادارة العلامات التجارية بعد سداد رسوم التسجيل النهائي أن تقوم بنشر قرار تسجيل العلامة التجارية بالجريدة الخاصة بالعلامات التجارية لها، علماً بأن أثر التسجيل يبدأ من تاريخ تقديم الطلب، ويحق لمالك العلامة منع الغير من استعمال العلامة او التعامل عليها دون اذن منه<sup>١</sup>.

ثم تمنح الادارة لمالك العلامة شهادة تسجيل العلامة التجارية، والتي تشمل على جميع بيانات المؤسسة المالكة للعلامة، وتشمل أيضاً صورة العلامة التجارية وجميع البيانات الخاصة بالمنتج، ويصبح مقدم الطلب مالكا للعلامة، ويحق له استخدامها على المنتج أو الخدمة أو السلعة المقدمة إلى الجمهور<sup>٢</sup>. وبعد التسجيل تتمتع العلامة التجارية بحماية لمدة عشرة سنوات من تاريخ تقديم الطلب وليس من تاريخ التسجيل واصدار شهادة التسجيل، ويجوز تجديدها لمدد مماثلة بشرط سداد الرسوم المقررة قانوناً<sup>٣</sup>.

### المبحث الثالث

#### أهمية تسجيل العلامة التجارية في البيئة الرقمية

تسجيل العلامة التجارية في البيئة التقليدية أو في البيئة الرقمية له أهمية كبيرة بالنسبة للعلامات التجارية، لأنه بمجرد تسجيل العلامة تمتع العلامة بالحماية الجنائية في البيئة الرقمية والتي لا تمنح للعلامات التجارية غير المسجلة

<sup>١</sup> ابراهيم، خالد ممدوح (٢٠١٩). الحماية القانونية للعلامات التجارية...، مرجع سابق، ص ١٤٠.

<sup>٢</sup> مادة ٩٧ من اللائحة.

<sup>٣</sup> راجع المادة ١٠٨ من اللائحة.

(المطلب الأول). كما أنه بموجب تسجيل العلامة التجارية تكتسب ملكية العلامة التجارية (المطلب الثاني).

### المطلب الأول

#### تمتع العلامة التجارية بالحماية الجنائية في البيئة الرقمية

تتمتع كافة العلامات التجارية بالحماية العامة أو بالحماية المدنية، سواء كانت مسجلة أو غير مسجلة في البيئة التقليدية أو البيئة الرقمية، والتي تقوم على أساس دعوى المنافسة غير المشروعة وقواعد المسؤولية في القانون المدني، وهى تخول لصاحبها الحق فى المطالبة بالتعويض إذا ما وقع اعتداء على علامته بأى صورة من الصور عن طريق رفع دعوى المنافسة غير المشروعة.

إلا أن الحماية الجنائية للعلامات التجارية فى القانون المصرى تقتصر فقط على العلامات التجارية المسجلة وذلك طبقاً للمادة ١١٣ من القانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ محل الدراسة<sup>١</sup>، سواء فى البيئة التقليدية أو البيئة الرقمية. ومفاد ذلك أن الحماية الجنائية وفقاً للقانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ لحماية الملكية الفكرية

<sup>١</sup> تنص المادة ١١٣ من القانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ على أن: مع عدم الإخلال بأية عقوبة اشد فى أى قانون آخر يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن شهرين وبغرامة لا تقل عن خمسة الاف جنية ولا تجاوز عشرين الف جنية أو باحدى هاتين العقوبتين: ١/ كل من زور علامة تجارية تم تسجيلها طبقاً للقانون أو قلدها بطريقة تدعو إلى 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 لبيع أو التداول أو حاز بقصد البيع أو التداول منتجات عليها علامة تجارية مزورة أو مقلدة أو موضوعة بغير حق مع علمه بذلك...."



- تقوم بمجرد تسجيل العلامة التجارية. وتظهر أهمية التسجيل للعلامات التجارية في البيئة الرقمية فيما يخص الحماية الجنائية<sup>١</sup>، ما يلي:
- ١- أن تسجيل العلامة التجارية مناط الحماية الجنائية للعلامة التجارية سواء في الوسط الرقمي أو في غيره، فإن لم يكن التسجيل منشأً للملكية في الحق على العلامة، فهو شرط للتمتع بالحماية الجنائية، وهي إعتبار الاعتداء على العلامة وفقاً للمادتين (١١٤، ١١٣) من القانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ جريمة جنائية تستوجب العقاب، حيث أفرد المشرع في المادة ١١٣ لبيان العقوبة التي يتعين تطبيقها على من قام بتقليد أو تزوير أو بيع أو عرض للبيع أو للتداول أو حاز بقصد البيع منتجات عليها علامة مزورة أو مقلدة أو موضوعة بغير حق مع علمه بذلك.
  - ٢- إن مناط الحماية التي أسبغها المشرع على ملكية العلامة التجارية بتأثير تزويرها أو تقليدها أو استعمالها من غير مالكيها هو بتسجيلها، والذي يعتبر ركناً من أركان جريمة تزويرها أو تقليدها.
  - ٣- أن تسجيل العلامة التجارية في الوسط الرقمي هو وسيلة لمالكها من منع الغير من استخدامها أو التعدي عليها، كما أنه لا يجوز تحريك الدعوى الجنائية إلا من النيابة العامة أو من مالكيها أو من يمثله قانوناً، وإلا قضت المحكمة بعدم قبول الدعوى لرفعها من غير ذي صفة.
  - ٤- لا يستطيع صاحب العلامة التجارية في البيئة الرقمية ملاحقة المعتدي جنائياً قبل مباشرة إجراءات التسجيل وإتمامه أو بعد إنتهاء مدة التسجيل دون تجديده، حيث لا يعد فعل الاعتداء عليها مكوناً لجريمة جنائية وإن كان يصلح أساساً

<sup>١</sup> القليوبي، سميحة (٢٠٠٩). الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص ٥٥٦ الي ٥٥٩.

، ابراهيم، خالد ممدوح (٢٠١٩). الحماية القانونية للعلامات التجارية... مرجع سابق، ص ١٣٤، ١٣٥.

للمطالبة بالتعويض وفقاً لدعوى المنافسة غير المشروعة.

## المطلب الثاني

### إكتساب ملكية العلامة التجارية في البيئة الرقمية

يمكن إكتساب الحق في العلامة التجارية إما بالاستعمال، أو بواقعة التسجيل العلامة طبقاً للقانون، لأن ملكية حقوق العلامة التجارية تكون بأسبقية

الإستعمال وليس بأسبقية التسجيل. فالتسجيل ليس منشأً لحق الملكية، وإنما هو قرينة على الملكية لصالح من قام بتسجيلها، ويجوز دحضها بإثبات أسبقية الإستعمال السابق<sup>١</sup>.

فإذا تنازع شخصان على ملكية العلامة وكان أحدهما أسبق بالإستعمال الظاهر والعام للعلامة، إما الآخر كان فقد سبقه وسجل العلامة لتمييز ذات النوع من الضائع والمنتجات والخدمات، كانت الأحقية في ملكية العلامة لمن ثبت في حقه سبق استعمال العلامة وليس لم سبق وسجلها، ويجوز إثبات إستعمال العلامة بكافة طرق الإثبات لأنها تعد واقعة مادية.

وبناءً على ذلك فإن ملكية العلامة تتأكد نهائياً لمن قام بتسجيلها، وبعد إستعمالها خمس سنوات متتالية من تاريخ تسجيلها ودون منازعة في ملكيتها خلال مدة الخمس سنوات. أصبح حقه على العلامة التجارية نهائياً ولا يجوز منازعته فيه على الإطلاق طالما لم يكن تسجيلها بسوء نية كما سبق القول<sup>٢</sup>.

<sup>١</sup> الرومي، محمد أمين (٢٠١٨). الملكية الفكرية..، مرجع سابق، ٢٣٥.

<sup>٢</sup> القليوبي، سميحة (٢٠٠٩). الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص ٥٢٥

أما إن وجدت منازعة خلال الخمس سنوات بسبب أسبقية الاستعمال واستطاع المدعي اثبات ذلك، انتقلت إليه ملكية العلامة، ما لم يكن التسجيل بسوء نية ففي هذه الحالة يجوز الطعن ببطلان تسجيل العلامة في أي وقت دون التقيد بمدة الخمس سنوات<sup>1</sup>.

### الخاتمة

تناولنا في هذه الدراسة لموضوع الحماية الإجرائية للعلامة التجارية في البيئة الرقمية، نظرا لما تتعرض له العلامات التجارية من تعديات في ظل البيئة الرقمية، ويات تسجيل العلامة التجارية أمر هام لا يمكن الاستغناء عنه لأن التسجيل هو مناط الحماية القانونية للعلامة التجارية، فالعلامة التجارية تتمتع بالحماية الجنائية بموجب التسجيل، كما أن التسجيل يكسب ملكية العلامة التجارية. ولقد انتهت الدراسة الى جملة من النتائج والتوصيات:

#### أولاً: النتائج:

- ١- يترتب عن تسجيل العلامة اكتساب ملكيتها، ومنه يصبح لمالكها حق استغلالها والتصرف فيها بالبيع، الرهن، والترخيص باستغلالها.
- ٢- أن تسجيل العلامة ينتج عنه حماية للعلامة طيلة عشر سنوات بأثر رجعي من تاريخ إيداع الطلب وتنقضي العلامة التجارية لعدم الاستغلال أو التجديد، أو التخلي أو الإلغاء.

<sup>1</sup> إبراهيم، خالد ممدوح (٢٠١٩)، الحماية القانونية للعلامات التجارية...، مرجع سابق، ص ١٣٣. وفي هذا الشأن نصت المادة (٦٥) من القانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ لحماية الملكية الفكرية على أن: "يعتبر من قام بتسجيل العلامة مالكا لها متى اقترن ذلك باستعمالها خلال الخمس السنوات التالية للتسجيل، ما لم يثبت ان أولوية الاستعمال كانت لغيره، ويحق لمن كان اسبق الى استعمال العلامة ممن سجلت باسمه الطعن ببطلان التسجيل خلال الخمس السنوات المنكورة ومع ذلك يجوز الطعن ببطلان تسجيل العلامة دون التقيد بأى مدة متى اقترن التسجيل بسوء النية".

٣- تتمتع العلامة التجارية بالحماية الجنائية بمجرد تسجيلها سواء في الوسط الرقمي أو في غيره، طبقاً لنص المادتين (١١٤، ١١٣) من القانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢.

٤- يعتبر تسجيل العلامة التجارية ركناً من أركان جريمة تزويرها أو تقليدها، كما أنه لا يجوز تحريك الدعوى الجنائية إلا من النيابة العامة أو من مالكيها أو من يمثله قانوناً، وإلا قضت المحكمة بعدم قبول الدعوى لرفعها من غير ذي صفة.

٥- أن تسجيل العلامة التجارية في الوسط الرقمي هو وسيلة لمالكها من منع الغير من استخدامها أو التعدي عليها.

**ثانياً: التوصيات:** نظراً لانتشار ظاهرة الاعتداء على العلامة التجارية بشكل كبير في الوقت الحاضر عبر الانترنت، ولما لها من مخاطر سلبية لا تقتصر آثارها على الإضرار بمالك العلامة وإنما تتعداه إلى جمهور المستهلكين والاقتصاد الوطني. لذا فإنه يتعين على مكتب العلامات التجارية بالتنسيق مع الجهات المعنية بتكثيف الإعلانات عن أهمية تسجيل العلامات التجارية، وتوعية التجار وأصحاب المصانع وغيرهم بضرورة تسجيل العلامات التجارية الخاصة بهم، حتى يتمكنوا من حماية علاماتهم التجارية من التعدي والقرصنة في البيئة الرقمية، ومن أشهر أنواع القرصنة الالكترونية أو السطو الالكتروني، أن يقوم شخص لا يملك أي حق على العلامة التجارية، بتسجيل هذه العلامة في صورة عنوان الكتروني على شبكة الانترنت. ذلك بقصد الإضرار بهذه العلامة أو يقصد بيع العنوان الالكتروني إلى هذا المالك مرة أخرى بثمن غالي، قصد تحقيق الربح أو إعادة بيعه لأحد منافس.