المعهد القومى 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

المجلد الأول ـ العدد الثاني

2018

الهدف من المجلة:

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

ضوابط عامة:

- تعبر كافة الدراسات والبحوث والمقالات عن رأى مؤلفيها ويأتي ترتيبها بالمجلة وفقا لإعتبارات فنية لا علاقة لها بالقيمة العلمية لأى منها.
- تنشر المقالات غير المحكمة (أوراق العمل) فى زاوية خاصة 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 والادارية 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 ـ 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 الالكتروني: 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	
أ.د. ياسر محمد جاد الله محمود	أستاذ الاقتصاد والملكية الفكرية وعميد المعهد القومي للملكية الفكرية (بالتكليف) ـ رئيس تحرير المجلة
أ.د. أحمد عبد الكريم سلامة	أستاذ القانون الدولي الخاص بكلية الحقوق بجامعة حلوان والمستشار العلمي للمعهد – عضو مجلس إدارة تحرير المجلة
أ.د. وكيل المعهد للدراسات العليا والبحوث	سكرتير تحرير المجلة
أ.د. جلال عبد الحميد عبد اللاه	أستاذ الهندسة الانشائية بكلية الهندسة بالمطرية بجامعة حلوان ـ عضو مجلس إدارة تحرير المجلة
أ.د. هناء محمد الحسيني	أستاذ علوم الأطعمة بكلية الاقتصاد المنزلي بجامعة حلوان ـ عضو مجلس إدارة تحرير المجلة
أ.د. وزير مفوض/ مها بخيت محمد زكي	مدير إدارة الملكية الفكرية والتنافسية بجامعة الدول العربية ـ عضو مجلس إدارة تحرير المجلة
اللواء أ.د. عبد القدوس عبد الرزاق العبيدلي	رئيس مجلس إدارة جمعية الامارات للملكية الفكرية ـ عضو مجلس إدارة تحرير المجلة
السفير/ مساعد وزير الخارجية لشئون المنظمات الدولية	عضو مجلس إدارة تحرير المجلة

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 سيتى
ص.ب: ١١٤٦١ جاردن سيتي
ت: ٢٠٢ ٢٥٤٨١٠٥٠ + محمول: ٢٠١٠٠٠٣٠٠٥٤٨ + ف: ٢٠٢ ٢٧٩٤٩٢٣٠ +
http://www.helwan.edu.eg/niip/
ymgad@niip.edu.eg

إفتتاحية العدد:

لا شك أن إنشاء المعهد القومي للملكية الفكرية بجامعة حلوان كان حلما للعالم العربي بأسره، وتحقق الحلم بفضل المولى عز وجل ليتم إنشاؤه فى مصرنا العزيزة ليكون منبرا رسميا للتنوير ونشر ثقافة الملكية الفكرية فى ربوع الوطن العربي. وجاء ذلك بقرار رئيس مجلس الوزراء بتفويض من فخامة السيد رئيس جمهورية مصر العربية فى ٢٠١٦. ولقد نظم المعهد مؤتمره العلمي الأول فى ابريل ٢٠١٨ تحت عنوان دور الملكية الفكرية فى تحقيق التنمية المستدامة، ليركز على البعد الاقتصادى والتنموي للملكية الفكرية، وما يمكن أن تلعبه لإحداث طفرة اقتصادية غير معهودة فى تاريخ الاقتصاد المصري والعربي، والقدرة على ملاحقة التطور العلمي المتسارع الذى تشهده مجتمعات الدول المتقدمة.

و يحمل هذا العدد باكورة الانتاج العلمي لأبناء المجتمع المصري نحو بناء جيل جديد متخصص فى مجال الملكية الفكرية. وبطبيعة الحال فى الكتابة فى هذا المجال الخصب والحيوى تحتاج المزيد من التدريب، وهو ما يعكس أن أوراق العمل المقدمة فى هذا المؤتمر تحتاج المزيد من الجهد والعمل لتطويرها مستقبلا لتأصيل علمي متميز فى هذا المجال بشتي تخصصاته الفريدة. ونأمل من المولى عز وجل أن تكون بداية طيبة على الطريق نحو بناء اقتصاد مصري ممنهج بفلسفة علمية ممزوجة بملكية فكرية أصيلة للمصريين.

وتؤكد هيئة تحرير المجلة على أن جميع الأفكار التى تتناولها البحوث والأوراق المقدمة لا تعكس رأى الجامعة أو المعهد، وإنما تعبر عن وجهة نظر أصحابها، ويعدوا مسئوليين مسئولية كاملة عن حقوق الملكية الفكرية التى تخص الغير فيما ورد بأوراق عملهم.

وندعو المولى عز وجل أن يجد القارىء المتخصص العون والفائدة.

رئيس التحرير

أ.د. ياسر محمد جادالله

قائمة المحتويات

	الموضوع	الصفحة
[١]	أطر حماية عقود نشر المصنفات الادبية في القوانين الداخلية والاتفاقيات الدولية.....	١١
[٢]	الأحكام العامة للترخيص بإستعمال العلامة التجارية.....	٣١
[٣]	فلسفة الادارة الجماعية لحقوق المؤلف: دراسة مقارنة بين نصوص القانون الفرنسي والقانون المصري المتعلقة بحقوق المؤلف وكذلك عرض موقف الاتفاقيات الدولية.....	٦٥
[٤]	دور حماية الملكية الفكرية فى دعم البحث العلمي والتطوير...	٨٣
[٥]	حماية الملكية الفكرية بموجب براءات الاختراع والتنمية المستدامة فى مصر.....	١١٩
[٦]	الأهمية الاقتصادية لتسجيل العلامات التجارية دوليا.....	١٣٩
[٧]	الآثار المترتبة على تخلف الشكلية في عقود استغلال حقوق الملكية الفكرية.....	١٥٧
[٨]	المعرفة الفنية والعلامة التجارية المنقولة بعقد الامتياز التجاري....	١٧٥
[٩]	انعكاسات اتفاقية التربس على الصحة العامة والحصول على الدواء فى الدول النامية.....	١٨٩
[١٠]	تداخل الاختصاصات بين أحكام التصميمات الصناعية وأحكام حقوق المؤلف.....	٢٠٩
[١١]	الاطار القانونى للتعويض العادل فى التراخيص الاجباريه لبراءات الاختراع فى القانون المصري.....	٢٤١
[١٢]	حماية العلامة التجارية طبقا للقانون المصري.....	٢٦٩
[١٣]	سياسة الملكية الفكرية في الجامعات الحكومية المصرية في ضوء سياسة الويبو النموذجية للملكية الفكرية فى الجامعات	٢٩٥
[١٤]	سبل تسوية المنازعات فى الملكية الفكرية.....	٣٣٥
[١٥]	أصول الملكية الفكرية بين التقييم والتسويق.....	٣٥٥
[١٦]	الشروط اللازمة فى العلامة التجارية واجراءات تسجيلها داخل جمهورية مصر العربية.....	٣٧٣
[١٧]	أطر الحماية الجنائية للمؤشرات الجغرافية فى القانون المصرى والقوانين المقارنة.....	٣٩٧
[١٨]	الملكية الفكرية فى اقتصاد المعرفة	٤١١
[١٩]	حقوق المؤلف فى التربس	٤٢٥
[٢٠]	نحو سياسة تسويق ناجحة للملكية الفكرية	٤٥٩
[٢١]	النظام القانونى للنسخة الخاصة	٤٨٩
[٢٢]	استراتيجيات الملكية الفكرية بالتطبيق على صناعة البرمجيات فى مصر	٥١٧
[٢٣]	الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية وفقا لأحكام القانون ٨٢ لسنة٢٠٠٢والاتفاقيات الدولية	٥٤٩

الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية وفقًا لأحكام القانون ٨٢ لسنة٢٠٠٢والاتفاقيات الدولية

أحمد عبد الحليم أحمد الزرقاني

الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية وفقًا لأحكام القانون ٨٢ لسنة٢٠٠٢والاتفاقيات الدولية

أحمد عبد الحليم أحمد الزرقاني

مقدمة:

لاشك أن تقدم الأمم ينبع من نتاج عقول أبنائها من إبداع ولكي يكون هناك إبداع لابد من وجود مناخ ملائم له يحفظ للمبدع حقه ويحميه من تعدي الاخرين ويدفعه للمزيد من الإبداع.

والملكية الفكرية هي نتاج العقل البشري من إبداعات في كافة المجالات الصناعية والفنية والأدبية ولهذا سنت الدول التشريعات التي تحفظ حقوق هؤلاء المبدعين وأبرمت الاتفاقات والمعاهدات فيما بينها لحمايتهم من المعتدين لتهيئة الأجواء لهم ليزيدوا من إبداعهم سواء في المجال الصناعي فيما يخص براءات الاختراع ونماذج المنفعة والعلامات التجارية والنماذج الصناعية أو في المجال الفني والأدبي فيما يخص حقوق المؤلف والحقوق المجاورة له من فناني الأداء ومنتجوا التسجيلات الصوتية وهيئات الإذاعة.

ولضرورة هذا الأمر بادرت مصر بإصدار قانون شامل موحد لحماية حقوق الملكية الفكرية هو القانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ لحماية حقوق الملكية الفكرية يتسق مع التوجه الدولي وبخاصة اتفاقيتي باريس والتريبس ويشتمل على أربعة كتب:

الكتاب الأول: براءات الاختراع ونماذج المنفعة.

الكتاب الثاني: العلامات التجارية.النماذج الصناعية.

الكتاب الثالث: حق المؤلف والحقوق المجاورة.

الكتاب الرابع: الأصناف النباتية.

ونظرًا للأهمية القصوى التي تحتلها العلامات التجارية في مجال الصناعة والتجارة سوف نركز بحثنا عليها من حيث تعريفها وأهميتها وإجراءات تسجيلها وسوف نولي عناية خاصة للجزء المتعلق بالاعتراض على تسجيل العلامة التجارية في مصر وفقًا لأحكام القانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ من حيث إجراءات الاعتراض وأسبابه والمعايير التي على أساسها تتخذ الادارة المختصة وهي ادارة العلامات التجارية قراراتها في الاعتراضات المقدمة إليها وأخيرًا نوجز بعض التطبيقات العملية من أحكام محكمة القضاء الإداري في بعض القرارات الصادرة من ادارة العلامات في موضوعات المعارضات.

أهمية موضوع البحث:

إن الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية هي فرصة إعطاءها المشرع لكل ذي شأن من الأطراف الثالثة (الطرف الأول هو مصلحة التسجيل – الطرف الثاني هو طالب التسجيل) إن الذين يمكن أن يصيبهم ضرر من تسجيل العلاقة المشهر عنها لوقف هذا التسجيل أو إبطاله أو إلغاءه لرفع هذا الضرر الذي يرونه. وهذا الإجراء يوفر العدالة للجميع ويكون بمثابة المصفاة التي تنقي العلامة من الشوائب التي يمكن أن تعلق بها قبل التسجيل ويحفظ حقوق الآخرين الذين يمكن أن يصيبهم الضرر من جراء هذا التسجيل.

وربما لا يكون هذا الإجراء موجودًا في بعض التشريعات التي تقبل تسجيل العلامات بنظام الإيداع بدون فحص، أوالتي تمنح الإدارة المختصة بالتسجيل وحدها حق فحص وقبول أو رفض العلامات المقدمة إليهاوترك اجراءات الاعتراض الي المحكمة المختصة كما في النظام الامريكي. الا أن المشرع المصري –وخيرا فعل– حرص على هذا النظام لأنه جاء متوافقًا مع ما جاء في الاتفاقيات الدولية منها اتفاقية التريس في المادة ١٥ البند ٥ الذي ينص على "تلتزم البلدان الأعضاء بنشر كل علامة تجارية أما قبل تسجيلها أو بعده فورًا وبإعطاء فرصة معقولة لتقديم الالتماسات بإلغاء التسجيل. كما يجوز للبلدان الأعضاء إتاحة فرصة الاعتراض على تسجيل علامة تجارية.

وقبل أن نخوض في موضوع الاعتراض على تسجيل العلامة. كان لابد لنا من التعريف أولاً بالعلامة التجارية وأهميتها وإجراءات تسجيلها.

خطة البحث :

سوف نقسم بحثنا إلى ثلاثة فصول نتناول في الفصل الأول ماهية العلامة التجارية وأهميتها وإجراءات تسجيلها وفقًا للقانون المصري والاتفاقيات الدولية ذات الصلة والمعايير الفنية التي على أساسها يتم الفحص الفني لها. وكذلك موانع تسجيل العلامة كما جاء في القانون حتى نصل إلى الإشهار عن العلامة في جريدة العلامات التجارية وهي مرحلة ما قبل الاعتراض، وفي الفصل الثاني نتناول الاعتراض علي تسجيل العلامة من حيث اجراءاته ومن له الحق فيه وانواعه وقرار الجهة الادارية في موضوع الاعتراض، وفي الفصل الثالث نقوم بعرض بعض الحالات العملية لاحكام محكمة النقض المصرية في علامات تجارية تم تقديمها والاعتراض عليها واتخاذ قرار فيها وتم عرض الموضوع علي القضاء بدرجاته حتي قضت محكمة النقض قضائها وانهت الموضوع واقرت مبادئ قضائية نهتدي بها.

الفصل الأول: ماهية العلامة التجارية وأهميتها واجراءات تسجيلها

يرجع الاهتمام بالحماية القانونية للعلامة التجارية إلى أهميتها الكبرى من تمييز المنتجات والخدمات والمحافظة على حقوق التجار والمنتجين في نسبة بضائعهم وخدماتهم إليهم وحقوق المستهلكين في ضمان الحصول على المنتج الذين يرغبون به بناء على العلامة التي تمثله، واستنادًا إلى اعتبارات الجودة والضمان التي تتوافر وفقًا لسنوات طويلة من الثقة المتواصلة بالعلامة وما تمثله من حد ادني في الجودة يتجه المستهلك إليه[١].

لذا سوف نقسم هذا الفصل إلى مبحثين الأول نتناول فيه ماهية العلامة التجارية وأهميتها. والثاني نتناول فيه إجراءات تسجيل العلامة التجارية حتى النشر في جريدة العلامات (مرحلة ما قبل الاعتراض).

المبحث الأول: ماهية العلامة التجارية وأهميتها

المطلب الاول: تعريف العلامة التجارية

تعريف العلامة التجارية وفقا للقانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢:

عرف القانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ بالمادة ٦٣ العلامة التجارية على أنها "هي كل ما يميز منتجًا سلعة كان أو خدمة عن غيره وتشمل على وجه الخصوص الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً. الإمضاءات والكلمات والحروف والأرقام والرسوم والرموز وعناوين المحال والدمغات ، والكلمات والتصاوير والنقوش البارزة مجموعة 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.

ونرى أن هذا التعريف جامع شامل فقد تناول في أوله وظيفة العلامة التجارية وذكر أنها كل ما يميز منتجاً سلعة كان أو خدمة عن غيره ، وهي الوظيفة الأولى والمهمة للعلامة أنها تميز السلع والخدمات عن بعضها البعض ويهدف بها صاحبها في تمييز منتجاته أو خدماته لجذب العملاء وجمهور المستهلكين إلى سلعته دون السلع الأخرى المماثلة ولقياس توزيع سلعته بالمقارنة بمثيلاتها في الأسواق وأيضاً يستخدم صاحب العلامة علامته في الدعاية والإعلان عن سلعته أو الخدمة التي يقدمها.

[١]-مصطفي موسي العطيات ، التجارة الإلكترونية الدولية وآثارها على استخدامات العلامات التجارية، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، ، ص١٧٧. بدون ناشر.

كما أن العلامة هي الوسيلة التي يتعرف بها المستهلك على سلعته المفضلة من بين السلع المشابهة وهي بيان عن مصدر تلك السلعة التي يثق في أنها تقدم له من الجودة والضمان ما يرجوه منها مما يؤدي الي تكرار شرائها.

ثم عرف لنا القانون في هذه المادة مكونات العلامة التجارية من أنها السماء المتخذة شكلاً مميزاً . الإمضاءات. الكلمات والحروف والأرقام والرسوم والرموز وعناوين المحال والدمغات والتصاوير والنقوش البارزة. مجموعة الألوان التي تتخذ شكلاً خاصاً وكذلك أي خليط من هذه العناصر.

ومفاد ذلك أن العلامة التجارية ممكن أن تكون كلمة أو رسم أو أحرف أو أرقام أو رمز ويمكن أن تكون خليطاً من ذلك كأن تكون كلمة ورسما أو أحرفاً ورسماً أو أرقام في شكل مبتكر مميز.

في الفقرة الأخيرة من هذه المادة أوضح لنا المشرع المجالات التي تستخدم فيها العلامة وذكر منها على سبيل المثال في تمييز منتجات عمل صناعي ، أو استغلال زراعي ، أو استغلال للغابات أو لمستخرجات الأرض أو أية بضاعة. وأما للدلالة على مصدر منتجات أو البضائع، أنواعها ، أو مرتبتها أو ضمانها أو طريقة تحضيرها وأما للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات.

وكانت قمة التمديد في آخر سطر من هذه المادة الذي حدد أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر وهذا النوع من العلامات هو المناسب للدول النامية.

نظراً لأن أنواع العلامات ذو الرائحة والعلامة الصوتية هي من النوعيات التي يصعب فحصها في مصروفي الدول النامية كما تصعب حمايتها ويشق على جمهور المستهلكين تمييزها عن بعضها البعض لذا فإن نظام حماية هذا النوع من العلامات غير معمول به في مصر والدول النامية ويتم العمل به في الولايات المتحدة والاتحاد الاوروبي.

وبعد التعريف الشامل الوارد في التشريع المصري ننتقل إلى تعريف اتفاقية التربس للعلامة التجارية.

تعريف العلامة التجارية حسب ما ورد في اتفاقية التربس:

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. وتكون هذه العلامات لاسيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية وحروفاً وأرقاماً وأشكالاً 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 من الأعضاء أن تجعل الصلاحية للتسجيل

مشروطة بالتمييز المكتسب من خلال الاستخدام كما يجوز لها اشتراط ان تكون العلامات المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر كشرط تسجيلها.

ويتضح من قراءة هذا التعريف أن المشرع المصري تضمن كل ما جاء بهذه المادة في نصه للمادة ٦٣.

وقد تعرض الفقهاء لتعريف العلامة التجارية على أنها كل إشارة أو دلالة مميزة يضعها التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها أو الخدمات التي يقدمها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع والخدمات المماثلة.[١]

وهناك تعريف آخر يقصد بالعلامة التجارية أو الصناعية كل اسم أو رمز أو إشارة مما يستخدم في تمييز المنتجات أو المصنوعات أو السلع أو الخدمات عن غيرها مما يماثلها ويشار إليها في بعض الأحيان على أنها (ماركة).[٢]

مما سبق يتضح التعريف المتكامل للعلامة التجارية وفقاً للتشريع المصري واتفاقية الجوانب المتصلة باتفاقية الجات (التربس).

المطلب الثاني: أهمية العلامة التجارية

ترجع أهمية العلامة التجارية إلى أنها من الحقوق الصناعية الدائمة وهي من عناصر الملكية بالمشروع التجاري أو الصناعي، بل لا نذهب بعيداً إذا قلنا أن العلامة التجارية أحياناً تصبح أهم من مشروع الاستغلال نفسه نظراً لأن صاحب العلامة يمكن أن يستخدمها في أي مكان أخر بمعزل عن المشروع ذاته. وحين خُير أحد أصحاب العلامات المشهورة بين بيع علامته التجارية وبيع مصنعه اختار أن يحتفظ بعلامته التجارية ويتخلى عن المصنع.

وكلما زادت ثقة المستهلك في العلامة التجارية زادت مكانتها بين مثيلاتها.

وترتفع قيمة العلامة التجارية بمرور الوقت ومصداقيتها مع عملائها وكونها عنوان الجودة وضمان للمنتج الذي تمثله وكلما زاد حجم الإنفاق عليها للدعاية والإعلان كلما انتشرت أكثر وجذبت إليها عملاء جُدد حتى تصل لمستوى من الشهرة يجعلها ذات قيمة مالية منفصلة وتقدر بمبالغ رهيبة والتي وصلت إلى مبلغ ٥٧.٥ مليار دولار لعلامة شركة كوكاكولا واحتلت بها المركز الأول وفقاً للقائمة المعدة بواسطة " انتلا براند " لعام ٢٠٠٦ وجاءت بعدها علامة ميكروسوفت بقيمة ٥٩.٩ مليار دولار.[١]

---

[١] الأستاذة الدكتورة/ سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، طبعة ٢٠٠٩ ، ص ٤٤٨.
[٢] خاطر لطفي ، موسوعة حقوق الملكية الفكرية ، ص ١٧٧.
[١] أ. د. سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، مرجع سابق هامش ص ٤٥٠.

وتستمد العلامة التجارية أهميتها من أنها الدلالة الأولى على مصدر السلعة أو الخدمة وهي عنوان لهذا المصدر ترفع من قيمته كلما ارتفعت قيمتها وزاد تداولها واحتلت مكانة لدى قطاعات المستهلكين في مجالها.

وتستخدم العلامة التجارية في الاعلان عن السلع والخدمات وتعتبر هي عنوان المنتجين للجمهور واداة التعريف للمستهلكين بالمنتجات من السلع والخدمات.

الفصل الثاني: إجراءات تسجيل العلامات وفقاً لأحكام القانون٨٢ لسنة ٢٠٠٢

المبحث الأول: إجراءات التسجيل وفقا لاحكام القانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢

حدد القانون ٨٢لسنة ٢٠٠٢ ولائحته التنفيذية إجراءات تسجيل العلامة التجارية وجعلها تسير في خطوات متتابعة وهي:

[١] وتبدأ إجراءات تسجيل العلامة بتقدم طالب التسجيل أو وكيله القانوني بطلب على نموذج معد لذلك إلى الإدارة العامة للعلامات التجارية والنماذج الصناعية التابعة لمصلحة التسجيل التجاري . وزارة التجارة والصناعة على أن يرفق بهذا[١] الطلب صور للرسم التصويري للعلامة على أن تكون كل منها مطابقة لرسم العلامة الوارد باستمارة طلب تسجيلها.

[٢] اسم وصفة مقدم الطلب ولقبه وجنسيته وعنوان المراسلة وموطنه المختار في جمهورية مصر العربية إن وجد أو اسم الكيان أو الشخص الاعتباري الطالب وعنوان المراسلة. فإذا كان الطلب مقدماً بواسطة من ينوب عن الطالب فيذكر اسمه ولقبه وعنوانه مع إرفاق سند الوكالة موثقاً.

[٣] بيان المنتجات المطلوب تسجيل العلامة عنها مع ذكر رقم الفئة أو الفئات التي تنتمي إليها.

[٤] الجهة التي يوجد بها المحل التجاري أو مشروع الاستغلال الذي تستخدم أو يراد أن تستخدم العلامة في تمييز منتجاته.

[٥] المستند الدال على إيداع الطالب طلباً في إحدى الدول أو الكيانات الأعضاء في منظمة التجارة العلمية أو التي تعامل جمهورية مصر العربية معاملة المثل وذلك إذا رغب في الاستفادة من حق الأولوية.

[٦] المستند الصادر بالحماية المؤقتة للعلامة إن وجد وجيب أن تكون المستندات المنصوص عليها في هذه المادة والمقدمة بلغة أجنبية مصحوبة بترجمة باللغة العربية.

---

[١] اللائحة التنفيذية للقانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ الصادرة بقرار رئيس مجلس الوزراء رقم١٣٦٦ لسنة ٢٠٠٣ المادة ٧٢.

وهذه الإجراءات بسيطة ولا تحتاج منا لشرح أو تعليق والذي نريد أن نوضحه هو أن القانون المصري أعطى حق أولوية وأسبقية لمقدم الطلب إذا كان قد قدم طلباً مماثلاً في إحدى الدول أو الكيانات الأعضاء منظمة التجارة العلمية أو التي تعامل مصر معاملة المثل وهذه الأسبقية مدتها ٦ أشهر من تاريخ تقديم الطلب الأول.

وجاء ذلك نصاً بالمادة ٧٤ من اللائحة التنفيذية التي نصت على: "يتمتع طلب لتسجيل علامة بحق الأولوية إذا ما توافرت فيه الشروط الآتية ":

١- أن يكون الطلب السابق قد تم تقديمه في إحدى الدول أو الكيانات الأعضاء في منظمة التجارة العالمية أو التي تعامل مصر معاملة المثل في شأن حق الأولوية.
٢- أن يكون الطلب السابق هو أول طلب قُدم لتسجيل العلامة عن ذات المنتجات موضوع الطلب المقدم في مصر.
٣- أن يحدد الطالب التاريخ الذي تم إيداع الطلب الأول فيه.
٤- أن يقدم طلب حق الأولوية خلال ستة أشهر من تاريخ إيداع الطلب الأول وإلا سقط الحق في الأولوية.

ويعتد في تحديد الأولوية عند استيفاء شروطها بتاريخ تقديم الطلب الأول ومفاد هذا النص أن جمهورية مصر العربية تعطي طالب التسجيل الذي يستوفي الشروط المنصوص عليها بالمادة ٧٤ من اللائحة حق أسبقية عن أقرانه من طالبي التسجيل على نفس العلامة وعلى نفس المنتجات.

فإذا تقدم شخصان في وقت واحد لتسجيل نفس العلامة على نفس المنتجات وكان أحدهما قد قدم طلباً مماثلاً في إحدى الدول أو الكيانات الأعضاء في منظمة التجارة أو التي تعامل مصر معاملة المثل فإن الأولوية تكون لصاحب الأسبقية حتى وإن كان طلبه قُدم متأخراً عن الأخر مدة تقل عن ستة أشهر.

بعد أن يتقدم طالب التسجيل بالطلب الموضح بعاليه ويسدد الرسم المقرر لطلب التسجيل تستقبل الإدارة المختصة هذا الطلب وتعطيه رقماً بتاريخ سداده الرسم وتقيد الطلب في سجلات خاصة بها وعلى الحاسب الآلي.

المبحث الثاني: فحص الطلب وقرار الجهة الادارية

تقوم الإدارة العامة للعلامات التجارية بعد قيد بيانات طلب التسجيل في السجلات المعدة لذلك والتي تشمل الرقم المتتابع لطلب التسجيل والذي يشتمل على اسم طالب التسجيل . عنوانه . العنوان الخاص بالمراسلات . اسم العلامة أو وصف مبسط لها . المنتجات المطلوب الحماية عليها ، فحصاً شكلياً وفحصاً فنياً:

أولاً: الفحص الشكلي:

يتأكد الفاحص من أن طلب التسجيل استوفى أوضاعه الشكلية من حيث البيانات الصحيحة والوضع القانوني للمؤسسة طالبة التسجيل من بيانات السجل التجاري الخاص بها. ومن أن فئة المنتجات تطابق المنتجات المطلوب الحماية عليها ، وكذلك من سداد الرسم المقرر بالإيصال الدال على ذلك.

ثانياً: الفحص الفني:

يقوم الفاحص بالتأكد من أن العلامة استوفت أوضاع الشكلية القانونية ثم يقوم بخطوات الفحص الفني التي تتمثل في التأكد من:-

١- أن تكون العلامة المقدمة مميزة في مجموعتها ومبتكرة.
٢- إلا تكون العلامة مخالفة للآداب العامة والنظام العام.
٣- إلا تكون العلامة هي شعار دولة أو منظمة عالمية.
٤- إلا تكون العلامة متشابهة مع علامة أخرى سبق تقديمها على نفس المنتجات باسم طرف أخر.
٥- إلا تكون العلامة متشابهة مع علامة مشهورة في مجال المنتجات أو الخدمات المقدمة عليها.
٦- إلا تكون العلامة بياناً وصفياً للمنتجات أو اسماً أطلقه العرف على منتج.

القرار المسبب بقبول طلب التسجيل:

بعد أن ينتهي الفاحص من التأكد من الخطوات السابقة يصدر قراراً مسبباً بقبول العلامة للتسجيل ويخطر طالب التسجيل على عنوانه المدون بقرار الإدارة بقبول طلب التسجيل، وعلى طالب التسجيل استكمال إجراءات نشر العلامة في جريدة العلامات التجارية خلال ستة أشهر من تسلمه القرار وإلا يعتبر طالب التسجيل متنازلاً عن طلبه.

القرار المسبب برفض طلب التسجيل:

إذا تبين للفاحص أن العلامة المقدمة بها أي مانع من موانع التسجيل أوأن العلامة سبق تسجيلها على نفس المنتجات أو لأي سبب يتضح بعد الفحص يعد الفاحص تقريراً بأسباب رفض العلامة موضحاً سبب الرفض.

- تخطر إدارة العلامات طالب التسجيل على عنوانه المبين بالطلب بخطاب موصى عليه بعلم الوصول بقرارها برفض طلب التسجيل موضحة أسبابا الرفض.
- يمنح طالب التسجيل مهلة ثلاثون يوماً من تاريخ تسلمه قرار الإدارة للتظلم من قرار الرفض..

- يقدم طالب التسجيل تظلماً من قرار الإدارة من نسختين بعد سداد الرسم المقرر من اللائحة.
- تعقد المصلحة لجنة لنظر التظلمات المقدمة من طالبي التسجيل المرفوضة طلباتهم أو المقبولة بشروط لا يدونها ، وهذه اللجنة مكونة من رئيس المصلحة أو من يفوضه. وتضم في عضويتها أحد أعضاء مجلس الدولة ، وأحد أعضاء هذه اللجنة من ذوي الخبرة في مجال موضوع التظلم وفقاً لِما حددته المادة ٧٨ من القانون في المادة ٩٥ من اللائحة التنفيذية.

الإشهار عن طلب تسجيل العلامة التجارية في جريدة العلامات التجارية (١):

بعد أن يستوفي طلب التسجيل أركانه الشكلية والفنية بالقبول يتم الاشهار عنقبول طلب تسجيل العلامة في جريدة العلامات التجارية وذلك بالكيفية التي حددتها اللائحة التنفيذية بالمادة ٨٨ ويشتمل النشر على البيانات الآتية:-

[١]اسم ولقب وجنسية طالب التسجيل وموطنه المختار في جمهورية مصر العربية.

[٢]صورة مطابقة للعلامة المطلوب تسجيلها.

[٣]الرقم المتتابع لطلب التسجيل وتاريخ تقديمه.

[٤]المنتجات المطلوب تسجيل العلامة عنها مع ذكر رقم فئة المنتجات.

بعد قبول النشر عن طلب التسجيل في جريدة العلامات التجارية والرسوم والنماذج الصناعية التي تصدر عن مصلحة التسجيل التجاري في أول كل شهر تتم مرحلة ما قبل المعارضة فور صدور العدد الذي يحتوي على طلب تسجيل العلامة يبدأ احتساب ستون يوماً من تاريخ صدوره ، فإذا لم يتقدم أي طرف باعتراض على تسجيل العلامة يكون من حق طالب التسجيل سغداد رسوم التسجيل والحصول على شهادة بتسجيل العلامة بالشكل الذي تم بع الإشهار عنها على المنتجات المشهر عنها. وتصبح تحت مظلة الحماية وترجع حمايتها إلى بداية تاريخ طلب التسجيل ولمدد غير محدودة بناء على طلب تجديد قبل نهاية العشر سنوات يقدم من طالب التسجيل بناء على إخطار توجهه المصلحة إلى طالب التسجيل قبل انتهاء فترة الحماية.

أما إذا تقدم طرف أخر خلال مدة الستين يوماً من تاريخ صدور عدد الجريدة باعتراض على تسجيل العلامة وفقاً للقانون واللائحة التنفيذية يمتنع علي الادارة منح شهادة التسجيل قبل الفصل في المعارضة وهذا ما سوف نتناوله في الفصل القادم من البحث ..

□

الفصل الثاني: الاعتراض على تسجيل العلامة

تقديم وتقسيم :

أتاح القانون المصري ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ الخاص بحماية حقوق الملكية الفكرية لكل ذي شأن حق الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية المشهر عنها في جريدة العلامات التجارية بأوضاع وأشكال وردت تفصيلاً بالمواد ارقام ٨٠ ، ٨١-٨٢ من القانون والمواد ارقام ٨٩-٩٠-٩١-٩٢من اللائحة التنفيذية.

وحيث أنه بناء على قرار المصلحة في موضوع المعارضة أما أن يتم رفض الاعتراض وقبول تسجيل العلامة أو قبول الاعتراض ورفض طلب تسجيل العلامة لهذا سوف نتناول في هذا الفصل في ثلاث مباحث يخصص المبحث الأول لإجراءات الاعتراض على تسجيل العلامة ويخصص المبحث الثاني لقرار المصلحة في موضوع المعارضة والمبحث الثالث نتناول فيه بعض الحالات التطبيقية والمبادئ القضائية التي رسختها محكمة النقض المصرية في موضوع الاعتراض علي تسجيل العلامة التجارية.

المبحث الأول: إجراءات الاعتراض علي تسجيل العلامة التجارية :

بعد أن يتم الإشهار عن العلامة بالكيفية السابق إيضاحها وفور صدور عدد جريدة العلامات أجاز القانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ لكل ذي شأن أن يعترض على تسجيل العلامة ورد ذلك صراحة بنص المادة ٨٠ من القانون التي ينص على:-

يجب على المصلحة نشر قرار قبول طلب تسجيل العلامة في جريدة العلامات التجارية والتصميمات والنماذج الصناعية وذلك بالكيفية التي تحددها اللائحة التنفيذية لهذا القانون.

يجوز لكل ذي شأن أن يعترض كتابة على تسجيل العلامة بإخطار يوجه إلى المصلحة متضمنًا أسباب الاعتراض وذلك خلال ستين يومًا من تاريخ النشر وفقًا للأوضاع التي تحددها اللائحة التنفيذية لهذا القانون.

وعلى المصلحة أن ترسل صورة من إخطار الاعتراض إلى طالب التسجيل وذلك خلال ثلاثين يومًا من تاريخ ورود الإخطار.

وعلى طالب التسجيل أن يقدم للمصلحة ردًا كتابيًا مسببًا على الاعتراض خلال ثلاثين يومًا من تاريخ تسلمه الإخطار وإلا اعتبر متنازلاً عن طلب التسجيل وتحدد اللائحة التنفيذية لهذا القانون القواعد والإجراءات المنظمة لذلك.

من له حق الاعتراض:

لم يحدد القانون في المادة ٨٠ ولا اللائحة التنفيذية أشخاص بعينهم في الاعتراض وإنما ترك اللفظ على إطلاقه لكل ذي شأن.

وصاحب الشأن هنا لابد أن يكون طرف متضرر من تسجيل هذه العلامة على هذه المنتجات ويمكن أن يكون فرد أو شركة أو منظمة. أو اتحاد مصنعي سلعة من السلع كما حدث حين اعترضت اتحاد مصنعي الخمور في فرنسا على تسجيل علامة تجارية في مصر وكانت العلامة هي (شامبين) برقم ١٧٨٧٢٥ مقدمة من شركة فيكتوريا سيكريت ستورز الأمريكية،وقدمت المعارضة في تسجيل العلامة من كوميتي انتر بروفشينال أوف شامبين مبديًا اعتراضها دفاعًا عن مقاطعة (شامبين) في فرنسا وهي مشهورة بصناعة الخمور على سند من القول أن العلامة محل المعارضة هي مؤشر جغرافي مضلل.

وهذا النزاع منظور أمام القضاء الإداري برقم ١٠٠٨٥ لسنة ٦٢ق. وكذلك اعتراض اللجنة الأوليمبية المصرية على تسجيل علامة (أوليمبيك).

أسباب الاعتراض:

لابد للمعترض أن يكون لديه أسباب يضمنها إخطار الاعتراض المقدم للمصلحة وتنوع أسباب الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية حسب الأحوال ومنها:-

١- التشابه بين علامة مملوكة للمعارض والعلامة المشهر عنها:

أغلب حالات الاعتراض على تسجيل العلامات يكون بسبب ادعاء المعارض بوجود تشابه بين علامة مملوكة للمعارض والعلامة محل المعارضة على سند من القول أن التشابه يؤدي إلى حدوث خلط ولبس لدى المستهلكين.

كحالة العلامة ١٧٢٧٨١ التي فصلت فيها ادارة العلامات برفض المعارضة والسير في إجراءات تسجيل العلامة لعدم تشابهها مع علامة الشركة المعارضة رقم ١٣٠٣٠٤ وقد أيدت المحكمة هذا القرار بالحكم في الدعوى رقم ٤١٤٩٥ لسنة ٦٠ق.

او كأن تحتوي العلامة محل المعارضة على عنصر رئيس يتشابه مع علامة مسجلة للمعارض على ذات المنتجات ويمكن أن يكون هذا العنصر رسم أو كلمة مشابهة أو الشكل العام وفي بعض الحالات أقرت هذا التشابه وقبلت المعارضة وأيدت المحكمة هذا القرار ورفض تسجيل العلامة .

٢- تشابه العلامة مع علامة مشهورة:

نظرًا لأنه ليست هناك معايير ثابتة للشهرة فقد يرى الفاحص أثناء فحص العلامة أنها من العلامات العادية ويبني قرار قبول العلامة على ذلك ويتخذ قراره بالقبول إلا أن هذا القرار قد يصادف اعتراض من شركة أجنبية تمتلك علامة في الخارج على نفس المنتجات وتقدم مع المعارضة مستندات تؤيد ادعاءاتها بشهرة علامتها وتترك للمصلحة تقدير ما إذا كانت هذه العلامة ينطبق عليها حكم المادة

٦٨ التي تمنح العلامات المشهورة حماية خاصة وكذلك تطبيق المعايير الاسترشادية التي أقرتها منظمة الويبو وما ورد في اتفاقية التربس بالمادة ٣/٢/١٦.

وفي بعض الأحيان تقر المصلحة في قرارها في موضوع المعارضة بأحقية المعارض في معارضته وفقًا لإطمئنانها إلى المستندات المقدمة،وأحيانًا لا تعتد المصلحة بالمستندات المؤيدة للشهرةإذا رأت انها غير كافية .

٣- أن تكون العلامة المشهر عنها مصطلح طبي:

قد تكون العلامة المشهر عنها مقدمة على منتجات الفئة ٥ وهي فئة مختصة بالأدوية والمستحضرات الطبية ويرى بعض العاملين في هذا المجال أن العلامة هي اسم أطلقه العرف على المنتج ولا يجب أن تسجل كعلامة تجارية ويؤيد ادعاؤه بالقواميس الطبية والنشرات والدوريات في هذا المجال.

وهذا ما حدث في العلامة رقم ١١٢٥٧٩ (فازلين) المقدمة عن شركة يونيليفر س ال س والذي عارضت في تسجيلها شركة معمل أيضًا لمستحضرات التجميل على سند من القول أن كلمة (فازلين) المراد تسجيلها هي تسمية تطلق على أحد منتجات البترول وبالتالي فهي اسم لجنس لا يجوز الاستئثار بها.

وصدر قرار المصلحة في الموضوع يرفض المعارضة والسير في تسجيل العلامة ١١٢٥٧٩ تأسيسًا على سبق تسجيل نفس العلامة للشركة طالبة التسجيل برقم ٨٣٢٩٣. وقد أيدت محكمة القضاء الإداري قرار المصلحة بالحكم رقم ٤٠١٩٨ لسنة ٥٩ ق وأسست حكمها على أن كلمة فازلين مسجلة دوليًا كعلامة تجارية كما أن التصنيفات الدولية للمنتجات المحددة لم ترد بها كلمة فازلين. مما يجعلها جديرة بالتسجيل.

أسباب أخرى للاعتراض:

- قد توجد أسباب أخرى للاعتراض على تسجيل علامة تم الإشهار عنها وعلى سبيل المثال قد تعارض شركة على تسجيل علامة تجارية على اعتبار أن الشركة المعارضة تمتلك العلامة محل المعارضة بموجب الاستخدام المكسب للملكية وأن التسجيل هو مقرر فقط لهذا الحق وليس منشأ له ويكون السبب في المعارضة هو خطوة لعرض الموضوع أمام القضاء الذي له وحدة الفصل في الملكية. وبالفعل في هذه الحالات فإن المصلحة تفصل لصاحب الأسبقية في تقديم طلب التسجيل أما الفصل في ملكية العلامة فتحيله إلى محكمة الموضوع.
- حدوث خطأ مادي من طالب التسجيل في تحديد فئة المنتجات حسب (تصنيف المنتجات)(١) فيتم تسجيل العلامة على فئة لا يرغب طالب

التسجيل فيها مثال قدمت شركة طلب لتسجيل علامة على منتجات بدل الملابس ونظرًا لوجود كلمة (بدل) فقد حدد الفئة (٢٥) وهي فئة الملابس لتسجيل علامته وبعد فترة من تقديم الطلب قدمت شركة أخرى نفس العلامة على منتجات الفئة ٩ وبعد الإشهار عن العلامة قدمت الشركة الأولى اعتراضًا على تسجيلها على اعتبار أن المنتجات واحدة وأن لها الأسبقية في تقديم الطلب مما يعطيها الحق في تسجيل علامتها على الفئة ٩ وليس الفئة ٢٥ وقدم طلبًا بالتدوين بتعديل فئة المنتجات من الفئة ٢٥ إلى الفئة ٩ مع احتفاظه بأسبقية تقديم الطلب.

- الواقع أن بدلة الغطس هي ليست بدلة بالمفهوم العادي حتى يمكن تصنيفها على أنها ملابس لأنها بدلة من نوع خاص وبها أجهزة لضبط الضغط الجوي ودرجة الحرارة للتعامل مع أعماق الماء بل هي بالفعل جهاز متكامل ويجب تصنيفها بالفعل على الفئة ٩ من فئات المنتجات.
- بعد تعرفنا على بعض أسباب الاعتراض على تسجيل العلامة فإننا نتعرض إلى أنواع الاعتراض.

أنواع الاعتراض:

بالرغم من أن إجراءات الاعتراض واحدة وفقًا لما قرره القانون بالمادة ٨٠ واللائحة التنفيذية بالمواد ٨٩-٩٠-٩١ إلا أن الاعتراض بداخله ينقسم إلى عدة أنواع:

اعتراض كلي: وفيه يكون الاعتراض على تسجيل العلامة بعناصرها كلها على الفئة والمنتجات المقدمة عليها للأسباب التي يوردها في معارضة ويطلب في معارضته رفض تسجيل العلامة كلها.

اعتراض جزئي: وفي هذه الحالة يكون الاعتراض على جزء من العلامة قد يكون عنصرًا من عدة عناصر مكونة للعلامة كأن يكون الاعتراض على رسم مصاحب للعلامة أو على مقطع من مقاطع العلامة وأحيانًا يهدف الاعتراض إلى استبعاد منتجات معينة أو مقاطع أو عناصر من العلامة محل المعارضة. تتعارض مع منتجات تتمتع بالحماية.

المبحث الثاني: قرار جهة إدارة العلامات التجارية في الاعتراض

وفقًا لأحكام القانون فإن على المصلحة قبل الفصل في موضوع المعارضة عليها أن تستمع إلى طرفي النزاع حيث نصت المادة ٨١ على تصدر المصلحة قرارها في الاعتراض مسببًا أما بقبول التسجيل أو رفضه وذلك بعد سماع طرفي

النزاع ويجوز لها أن تضمن قرارها بالقبول بإلزام الطالب ما تراه ضروريًا من الاشتراطات لتسجيل العلامة.

مفاد ذلك أن المشرع الزم المصلحة بسماع طرفي النزاع قبل الفعل في موضوع المعارضة، كما أجاز للمصلحة أن تفرض من الشروط والالتزامات ما تراه ضروريًا لتفادي الالتباس بين العلامة محل المعارضة وعلامة أخرى مسجلة. فإذا كان الاعتراض على تسجيل علامة لأنها تحتوي على جزء من العلامة.

المعارضة المسجلة أو عنصر من عناصر تكوينها أو بعض الأحرف التي قد تؤدي إلى اللبس والتضليل أو أنها تحتوي على منتجات تتمتع بالحماية فإن المشرع أجاز للمصلحة أن تفرض على العلامة محل المعارضة أن تستبعد ذلك المقطع المتشابه أو يستبعد ذلك المنتج المتشابه مثل علامة تتمتع بالحماية على منتج الأدوية بالفئة ويأتي طلب تسجيل نفس العلامة ويكون مجال عمله منتجات المبيدات الحشرية ويطلب الحماية على جميع منتجات الفئة فيكون الاعتراض على المنتجات. وفي هذه الحالة تشترط المصلحة لقبول التسجيل استبعاد منتجات العلامة المعارضة.

الطعن على قرار الجهة الادارية:

حدد المشرع في القانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ اختصاص محكمة القضاء الإداري للنظر في الطعن على قرار المصلحة وفقًا لقانون مجلس الدولة حيث نص في المادة ٨٢ على:

يجوز الطعن في قرار المصلحة المشار إليه في المادة ٨١ من هذا القانون أمام محكمة القضاء الإداري المختصة وفقًا للإجراءات والمواعيد التي ينص عليها قانون مجلس الدولة.

وقراءة في هذا النص نجد ان المشرع أجاز لذوي الشأن الطعن في القرار الصادر من المصلحة في موضوع المعارضة والطاعن في هذه الحالة هو من لم يلقى القرار الصادر قبولاً لديه.

وقد عقد المشرع الاختصاص في القانون ٨٢ لمحكمة القضاء الإداري على اعتبار أنه قرار إداري عل عكس القانون السابق رقم ٥٧ لسنة ٣٩ والذي كان يعتبر أن المعارضة هو نزاع بين طرفين وتكون إدارة العلامات قاضيا فنيا بينهما وبذلك عقد الاختصاص بالمادة ١٣ منه للمحكمة الابتدائية.

من العرض السابق في هذا المبحث بينا إجراءات الاعتراض على تسجيل العلامة المشهر عنها وأوضحنا وفقًا للقانون من له حق الاعتراض ومواعيده واوردنا بعضا من الأسباب العملية في حالات فعلية وتعرضنا لقرار المصلحة في

المعارضة وانتهينا إلى الطعن على القرار الصادر في المعارضة وإختصاص محكمة القضاء الإداري في هذا الشأن.

وسوف نتناول في المبحث الأخير بعض الحالات التطبيقية.

الفصل الثالث: احكام محكمة النقض في بعض الحالات العملية

سوف نتناول في هذا المبحث بالشرح والتعليق بعض من الحالات التي اتخذت فيها المصلحة قرارًا في المعارضات وتم الطعن على القرار وتم عرض النزاع علي القضاء بدرجاته حتي قضت فيه محكمة النقض قضاءها.

الفصل على أساس اختلاف المنتجات :

الطعن رقم ٤٣٥ لسنة ٣٤ق (١)

الوقائع:

- تقدمت الشركة المطعون عليها ضدها في ١٩٦٠/٢/١٨ بطلب إلى إدارة العلامات التجارية برقم ٣٦٨١٩ لتسجيل العلامة التجارية (فرابي FRY) عن منتجاتها من الفوط الصحية من الورق والسليلوز بالفئة ٥. وبعد فحص الطلب قررت الإدارة قبول تسجيل العلامة وأشهر عنها ٢٥٠من جريدة العلامات التجارية الصادر في شهر يونيه ١٩٦١.
- عارضت الشركة الطاعنة في هذا التسجيل بموجب إخطار كتابي قدم في ١٩٦١/٨/١٤.
- بتاريخ ١٩٦١/١٢/٧ قررت الإدارة قبول المعارضة شكلاً وفي الموضوع رفض تسجيل العلامة ٣٦٨١٩.
- طعنت الشركة المطعون ضدها في هذا القرار بالدعوى ٢٠١٩.
- ٢٠١٩ سنة ١٩٦١ تجاري كلي القاهرة وطلبت إلغاءه استنادا إلى أن علامتها خاصة بمنتجات بالفئة وهي عبارة عن فوط صحية لاستعمال السيدات في حين أن علامة الشركة الطاعة بالفئة ٣٠ عن نوع من المأكولات وهذا الخلاف في المنتجات من شأنه أن يمنع حدوث خلط بين العلامتين وأن حق أية علامة في التسجيل قاصر على الفئة الخاصة بها ولا يتعدى أحداها من الفئات الأخرى وأن كلمة (فراى) ليست كلمة مبتكرة من اختراع الشركة الطاعنة وإنما هي كلمة ذات معني لغوي .
- ردت الشركة الطاعنة بأن كلمة friy مستمدة من اسم الشركة نفسها واستعمال الغير لها يؤدي إلى التباس الجمهور في التميز بين الشركتين مما يلحق الضرر بالشركة الطاعنة كما تمسكت بأسبقيتها في استعمال العلامة وبالمادة الخاصة بحظر تسجيل العلامة التي تحتوي على بيان تجاري وهمي أو مقلد.

- بتاريخ ١٩٦٢/١٠/١١ حكمت المحكمة بإلغاء القرار المطعون وبقبول تسجيل العلامة المطعون في تسجيلها المكونة من كلمة (friy) .
- استأنفت الشركة الطاعنة هذا الحكم لدى محكمة استئناف القاهرة بالاستئناف رقم ٨٥٢ لسنة٧٩ ق وفي ١٩٦٤/٥/٥ حكمت المحكمة بتأييد الحكم المستأنف فطعنت الطاعنة في هذا الحكم بطريق النقض.

الحكم: أن كان مؤدي المادة الثالثة من القانون ٥٧ لسنة ١٩٣٩ (المعمول به في هذا الحين) يترتب على كسب ملكية العلامة التجارية حق لصاحبها يخوله وحده استعمال العلامة ومنع الغير من استعمالها إلا أن الاعتداء على هذا الحق لا يحقق إلا بتزوير العلامة أو تقليدها من المزاحمين لصاحبها في صناعته أو تجارته.

١- ان تسجيل علامة تجارية لتمييز منتجات معينه لا يمنع الغير من تسجيل ذات العلامة لتمييز منتجات أخري مختلفة عنها اختلافا يمتنع معه الخلط بينهما .

٢- متى الحكمان أن العلامة التجارية محل النزاع تحتوي على اسم تجاري وهمي مقلد أو مزور للشركة الطاعنة فإنه لا تتوافر فيه شروط تطبيق المادة الثامنة من اتفاقية باريس الخاصة بحماية الملكية الصناعية ويكون النفي على الحكم بالخطأ في تطبيق هذه المادة على غير أساس.

المبدأ:

(أ) اثر كسب ملكية العلامة التجارية .حق لصاحبها وحده في استعمال العلامة ومنع الغير من استعمالها.

الاعتداء على هذا الحق يكون بتزوير العلامة أو تقليدها.

(ب) استخدام علامة لتمييز منتجات معينة لا يمنع الغير من تسجيل ذات العلامة علي منتجات أخري مختلفة والفصل في اختلاف المنتجات يرجع إلى محكمة الموضوع.

(ج) نفس الحكم احتواء العلامة التجارية على اسم تجاري وهمي أو مقلد أو مزور .عدم انطباق حكم المادة الثامنة من اتفاقية باريس.

الدعوى رقم ٤١٤٩٥ لسنة ٦٠ ق قضاء إداري(١)

الوقائع: تتلخص وقائع هذه الصادر في ٢٠٠٧/٧/٧ في أن الشركة المدعية طلبت الحكم بوقف تنفيذ القرار الصادر بقبول تسجيل العلامة رقم ١٧٢٧٨١ وفي الموضوع بالغاء هذا القرار والقضاء بوقف تسجيل تلك العلامة.

١-حكم محكمة القضاء الاداري مودع بملف العلامة في سجلات ادارة العلامات التجارية .

الموضوع: قالت الشركة المدعية بيانا لدعواها أن المدعي عليه الرابع تقدم بطلب لتسجيل علامة تجارية برقم ١٧٢٧٨١ عبارة عن كلمة (أوز) أصابع البطاطس بالفئة رقم ٣٠ ثم قبول طلب التسجيل واشهر عنها بتاريخ ٢٠٠٦/٥/٢٩ بالعدد ٧٨٤ من جريدة العلامات.

ثم تقدمت الشركة المدعية بمعارضة في قبول طلب تسجيل تلك العلامة إلا انه صدر قرار برفض المعارضة و السير في إجراءات تسجيل العلامة وتنعي الشركة المدعية أن هذا القرار جاء مجحفا بها حيث سبق للشركة تسجيل العلامة ١٣٠٣٠٤ عام ٢٠٠٠ ثم تم التنازل عن هذه العلامة وأن الشركة المدعية تقدمت بطلب لتسجيل تلك العلامة تحت رقم ١٧٤٣١٤.

الحكم : حكمت المحكمة بقبول الدعوى شكلا ورفضها موضوعا وألزمت الشركة المدعية المصروفات.

التعليق: استندت المحكمة في حكمها على الحيثيات التالية:

- أن المشرع في القانون ١٨٢ أناط بمصلحة التسجيل التجاري الاختصاص بتسجيل العلامات التجارية بالسجل الخاص بها والإشهار عن قبول تسجيلها في جريدة العلامات.
- وأتاح لذوي الشأن الاعتراض على تسجيل العلامة ولذوي الشأن الطعن على القرار الصادر أمام محكمة القضاء الإداري.
- أن الشركة المدعي عليها الرابعة شركة نشأت جودة فهمي قدمت طلبا لتسجيل العلامة ١٧٢٧٨١ على منتجات الفئة ٣٠ وهي عبارة عن كلمة (أوز) بالغة العربية والحرفين O.Z باللاتيني وتحتها كلمة أصابع البطاطس إلا انه بتاريخ ٢٠٠٦/٦/٧ بالعدد ٧٨٤ قدمت الشركة الطاعنة إخطار بالمعارضة في تسجيل العلامة . وبتاريخ ٢٠٠٦/٨/٢٧ صدر قرار المصلحة في المعارضة ٨٦٩٦ لسنة ٢٠٠٦ متضمن قبول المعارضة شكلا وفي الموضوع السير في إجراءات تسجيل العلامة.
- استناد الشركة المعارضة على ملكيتها للطلب ١٣٠٣٠٤ مع تبيان أن هذه العلامة تم التنازل عنها لعدم استكمال إجراءات التسجيل.

- يكون استناداً على غير أساس لأنها أصبحت والعدم سواء.
- استناد المعارض على وجود الطلب ١٧٤٣١٤ وهو لاحق على طلب العلامة محل الطعن مما يجعل الأسبقية للشركة طالبة التسجيل.
- العلامة اللاحقة ١٧٤٣١٤ الخاصة بالشركة الطاعنة تم رفضها من الإدارة بسبب وجود العلامة ١٧٢٨٧١ محل الطعن.
- وبهذه المثابة فان القرار المطعون فيه برفض المعارضة على قبول طلب التسجيل ١٧٢٧٨١ يكون و الحالة هذه قد صادف صحيح القانون مما يضحي معه طلب إلغاءه لا عاصم له من الرفض.

هذا الحكم أيد القرار الذي أصدرته المصلحة في هذا الموضوع و استند إلى ما سندت إليه المصلحة من حيثيات وأهمها أن الشركة المعارضة لا تمتلك أسبقية في تسجيل العلامة وأن استنادها إلى علامة تم التنازل عنها لعدم استكمال الإجراءات استناداً واهيا لأن العلامة ١٣٠٣١٤ أصبحت هي والعدم سواء.

خاتمة:

لا شك أن حق الاعتراض علي تسجيل العلامةالتجارية هو مزية اعطاها المشرع للاطراف الثالثة للتدخل في وقف تسجيل العلامة التجارية التي تتعارض مع مصالحهم او التي يمكن تسجيلها بدون وجه حق ، ولعلنا بهذا الجهد المتواضع نكون قد ألقينا الضوء على إجراء بسيط من بين الإجراءات الكثيرة في موضوع العلامات التجارية وهو إجراء الاعتراض على تسجيل العلامة وهو موضوع متصل بعملي الوظيفي الذي قضيت فيه ما يقرب من ثلث قرن من الزمان وقد اجتهدت في هذا البحث أن أوضح ماهية العلامة التجارية وأهميتها وإجراءات تسجيلها والمعايير الفنية التي على أساسها يتم قبول أو رفض طلب تسجيل العلامة في مرحلة ما قبل الإشهار وتوقفنا في الفصل الثاني من البحث عند الاعتراض على تسجيل العلامة وبيننا إجراءات الاعتراض وكيفيته ومن له حق الاعتراض وأسباب الاعتراض على تسجيل العلامة.

ثم ختمنا بحثنا بحالات تطبيقية لاحكام محكمة النقض في بعض القرارات التي أصدرتها ادارة العلامات التجارية في موضوعات الاعتراض علي تسجيل بعض العلامات التجارية والمبادئ التي اقرتها المحكمة فيها .

ولعلنا نكون قد وفقنا في بيان اهمية هذا الموضوع من الناحية النظرية والعملية. والله نسال أن يعلمنا ما ينفعنا وأن ينفعنا بما علمنا ويزيدنا علمًا.

قائمة المراجع:

أولاً: المراجع العربية

- د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية دار النهضة العربية الطبعة التاسعة
- د. حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية دار الفكر الجامعي الاسكندرية ٢٠٠٥.
- د. محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري دار النهضة العربية.
- د.نعيم مغبغب، الماركات التجارية والصناعية بدون دار نشر الطبعة الاولي ٢٠٠٥
- د. جودي جونز، الملكية الفكرية المبادئ والتطبيقات ترجمة مصطفي الشافعي بدون ناشر.
- د. محمد عبد الرحمن الشمري حماية العلامة التجارية في ضوء التريبس رسالة دكتوراه جامعة القاهرة بدون ناشر
- أ. خاطر لطفي، موسوعة الملكية الفكرية
- د. مصطفي موسي حسن العطيات، التجارة الالكترونية الدولية وآثارها على استخدامات العلامات التجارية رسالة دكتوراه جامعة القاهرة بدون ناشر.

ثانياً: المرجع الاجنبية

- موقع منظمة الويبو www.wipo.int
- موقع منظمة الانتا www.inta.com