



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

يونيو 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 لأي منها.
- تنشر المقالات غير المحكمة (أوراق العمل) في 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 الإشارة 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 الأطعمة بكلية الاقتصاد المنزلي بجامعة حلوان - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة	أ.د. هناء محمد الحسيني
مدير إدارة الملكية الفكرية والتنافسية بجامعة الدول العربية - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة	أ.د. وزير مفوض / مها بخيت محمد زكي
رئيس مجلس إدارة جمعية الامارات للملكية الفكرية - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة	اللواء أ.د. عبد القدوس عبد الرزاق العبيدلي
أستاذ القانون المدنى بجامعة جوته فرانكفورت أم ماين - ألمانيا - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة	Prof Dr. Alexander Peukert
أستاذ القانون التجارى بجامعة نيو كاسل - بريطانيا - عضو مجلس إدارة تحرير المجلة	Prof Dr. Andrew Griffiths

#### المراسلات

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

ص.ب: ١١٤٦١ جاردن سيتي

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

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

ymgad@niip.edu.eg

**الحماية الجنائية للعلامة التجارية من التقليد عبر الأنترنت فى القانون  
المصري**

**أيمن يونس أبوهاشم أبوزيد**



## الحماية الجنائية للعلامة التجارية من التقليد عبر الأنترنت فى القانون المصري

أيمن يونس أبوهاشم أبو زيد

### المقدمة:

لقد انتشرت ظاهرة الاعتداء على العلامة التجارية بشكل كبير فى الوقت الحاضر، ولما لها من مخاطر سلبية لا تقتصر آثارها على الإضرار بمالك العلامة وإنما تتعداه إلى جمهور المستهلكين والاقتصاد الوطنى، فقد سعت الدول منذ عهد ليس ببعيد إلى سن التشريعات الخاصة التى تكفل الحماية الجنائية للعلامة التجارية وتحديد المسؤولية الجنائية فى جريمة تقليد العلامة التجارية.

### أولاً: أهمية الدراسة:

تظهر الأهمية البالغة لموضوع العلامات التجارية من خلال ارتباطه الوثيق باقتصاد الدولة، وبسبب استمرار ظاهرة التعدي على العلامات التجارية وظهور طرق وأشكال جديدة لهذا التعدي المتمثلة فى تقليد العلامات التجارية عبر الحاسوب من خلال تنزيلها وتحميلها على أقراص مدمجة تمهيداً لاستغلالها استغلالاً غير مشروع، أو تقليدها مباشرة عن طريق الأنترنت، بحيث أصبحت جرائم العلامات التجارية واحدة من موضوعات الجرائم الحديثة أو التى اصطلح على تسميتها بجرائم المعلوماتية، والتى تشكل اعتداء على المقومات الاقتصادية للدولة، وتعتبر من المواضيع الشائكة التى شغلت ولا تزال تشغل فكر فقهاء القانون الجنائي.



**ثانياً: أهداف الدراسة:**

تستهدف هذه الدراسة لمحاربة هذه الظاهرة، وحماية العلامة التجارية من الجرائم الواقعة عليها وخاصة بالتقليد، وبالتالي حماية المستهلكين الالكترونيين من ظاهرة تقليد العلامات التجارية عبر الأنترنت، لأن العلامة التجارية تعد أداة للتمييز والتفريق بين السلع والمنتجات والخدمات وتعتبر همزة وصل بين مالك العلامة ومستهلك البضاعة.

**ثالثاً: إشكالية الدراسة:**

في ظل تزايد وانتشار صور الاعتداء على العلامات التجارية في البيئة الرقمية، وبالأخص التقليد الالكتروني للعلامة التجارية، مما يطرح العديد من الإشكاليات خصوصاً القانونية منها: ما هو موقف المشرع من هذه الظاهرة؟، وكذا الإجراءات الرامية للحد منها؟، مما يفرض على الدول الإسراع في تقديم الحلول الضامنة للحد من هذه الظاهرة، وذلك عن طريق سن تشريعات تكفل الحماية الشاملة للعلامة التجارية في البيئة الرقمية.

**رابعاً: منهج الدراسة:**

للإجابة على تساؤلات وإشكاليات الدراسة سوف نتبع في ذلك المنهج التحليلي من خلال تحليل قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢، مع الوقوف على الآراء الفقهية، وأحكام القضاء فيما يتعلق بدعوى تقليد العلامة التجارية.

**خامساً: خطة البحث:**

في ضوء ما تقدم، تم تقسيم خطة البحث كما يلي:

المبحث الأول: الأحكام العامة للحماية الجنائية للعلامات التجارية.  
 المبحث الثاني: الأحكام الخاصة بجريمة تقليد العلامة التجارية في بيئة  
 الأنترنت  
 الخاتمة - النتائج والتوصيات  
 المراجع

## المبحث الأول

### الأحكام العامة للحماية الجنائية للعلامات التجارية

وضع المشرع المصري قواعد جنائية عامة لحماية العلامة التجارية؛  
 فهي الأركان والشروط العامة التي يجب توافرها قبل الانتقال للتكييف القانوني  
 لشكل العدوان على العلامة التجارية؛ كما أن المشرع قد أفرد لبعض هذه  
 الشروط حماية جنائية. وهي تتمثل في ركن المحل؛ أي العلامة التجارية  
 ذاتها، - والتي يجب أن تتوفر فيها شروط معينة قبل الانتقال إلى النشاط  
 الجنائي عليها- (المطلب الأول)، وشروط التسجيل؛ وهو من الشروط  
 المفترضة في الجريمة (المطلب الثاني). وذلك على النحو التالي:

### المطلب الأول

#### ركن المحل

ينصب النشاط الإجرامي على محل وهو العلامة التجارية ؛ والتي سوف  
 نتناولها بالدراسة من حيث مدلولها وشروطها، وذلك على النحو التالي:  
 أولاً: مدلول العلامة التجارية وشروطها: يميز بعض الفقه بين العلامات  
 التجارية والصناعية والخدمية ؛ فإذا وضعها التاجر على محله التجاري فهي

تجارية، وإذا وضعها الصانع على المنتجات فهي صناعية وإذا وضعتها مؤسسة خدمية فهي علامة خدمية، لذلك تعرف العلامة وفق هذا التمييز بأنها السمة المميزة التي يضعها التاجر أوالصانع أو الخدمي<sup>1</sup>. ويعرفها البعض بأنها أداة تستخدم لتمييز المنتجات أو الخدمات الخاصة بإحدى المنشآت عن غيرها من المنتجات أو الخدمات ويضيف هذا الإتجاه العلامات الجماعية وعلامة مراقبة الفحص. ويعتبرها البعض شعاراً يتخذه الصانع أو التاجر لمنتجاته أو بضائعه تمييزاً لها عن غيرها من المنتجات والبضائع المماثلة<sup>2</sup>.

**ثانياً: الشروط الموضوعية للعلامة التجارية:** لا بد أن تكون العلامة التجارية مميزة وجديدة ومشروعة حتى تشملها الحماية.

- ١- أن تكون العلامة مميزة: يقصد بها أن تتصف العلامة التجارية أيأ كان شكلها أو صورتها بصفات تميزها بذاتها عن غيرها من العلامات التجارية الأخرى المستخدمة للسلع المماثلة، بمعنى انه يلزم انه يشترط في العلامة التجارية أن تكون لها ذاتيتها الخاصة التي لا تشابه غيرها من العلامات<sup>3</sup>.
- ٢- أن تكون العلامة جديدة: 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. ويقصد

جودي وانجر جوائز، وآخرون (بدون)، ترجمة مصطفى الشافعي، مراجعة التحرير: طاهر، حامد. جامعة<sup>1</sup> القاهرة، بدون تاريخ، ص ١٨٣.

مصطفى كمال طه (١٩٨٦)، مقدمة الأعمال التجارية والتجار، الشركات التجارية، الملكية التجارية<sup>2</sup> والصناعية، الدار الجامعية، ص ٧٢٩.

ناصر عبد الحليم السلامة (٢٠٠٨). "الحماية الجزائرية للعلامة التجارية"، دار النهضة العربية، ص<sup>3</sup> ١٣٥.

بالجدة هنا بالجدة النسبية، بمعنى عدم سبق استعمال ذات العلامة داخل إقليم الدولة على ذات السلع أو المنتجات المراد استخدام العلامة التجارية عليها<sup>1</sup>.

٣ - أن تكون العلامة 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 لكونها فكرة مرنة، وكما هو سائد ما يكن مخالف للنظام العام أو الآداب العامة في مجتمع ما وزمان ما قد لا يكون مخالف في مجتمع و زمن آخر<sup>2</sup>.

### المطلب الثاني

#### تسجيل العلامة التجارية

يعتبر تسجيل العلامة التجارية من الشروط المفترضة في الجريمة، وهو يمثل المراكز القانونية أو واقعية التي تسبق في وجودها قيام الجريمة، ولا بد بالتالي من التحقق من هذا الوجود قبل الخوض في مدى توافر أركان الجريمة

علي سيد قاسم (٢٠١٢). "حقوق الملكية الفكرية في قانون دولة الإمارات العربية المتحدة" دراسة مقارنة" ،<sup>1</sup> دار النهضة العربية، ص ٩٥ ، ٩٨.

مصطفى كمال طه ، مرجع سابق، ص ٧٤١، وطبقاً لنص المادة ٦٧ من القانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢<sup>2</sup> لحماية الملكية الفكرية التي نصت على الحالات التي لا يجوز فيها تسجيل العلامة التجارية.

الأخرى، مثل ملكية الغير للشئ في جريمة السرقة فهي في حقيقتها إشارة للمركز القانوني للملكية الذي يشغله المالك لهذا الشيء<sup>1</sup>.

فإذا كانت العلامة التجارية لا تتمتع بالحماية الجنائية إلا بعد توافر شرط أساسي وهو تسجيلها، فيكفي مجرد تسجيل العلامة لقيام الحماية الجنائية ولو لم يتم وضعها فعلا على البضائع؛ فإن هذا يكشف عن الطبيعة الهيكلية للتسجيل داخل النموذج القانوني بإعتباره شرطاً مفترضاً يجب أن يتوفر في كل الجرائم الواقعة على العلامة التجارية<sup>2</sup>.

وإذا كان التسجيل مهما لتوافر الحماية الجنائية؛ فإنه يلعب أيضاً دوراً هاماً داخل القصد الجنائي كما هو الحال في جريمة تزوير وتقليد العلامة التجارية، ذلك أنه يعد وسيلة للشهر، لأن لكل شخص أن يطلع على العلامات التجارية المدونة في السجل حيث يجوز لكل تاجر أن يعلم بالعلامات المسجلة، وقد أراد المشرع بذلك أن يتصدى لتزوير وتقليد واغتصاب العلامات التجارية فوضع آليات لتمكين الغير من الوقوف على العلامات الموجودة، كي يتفادى التاجر وهو بصدد إختيار علامته الوقوع في الخطأ ويبتعد عن مظنة الإجرام<sup>3</sup>.

1 عبد العظيم مرسي وزير (١٩٨٤). "الشروط المفترضة في الجريمة"، دار النهضة العربية، ص ٨٥.

2 صلاح زين الدين (٢٠٠٠). "الملكية الصناعية والتجارية، براءات الإختراع، الرسوم الصناعية، النماذج الصناعية، العلامات التجارية، البيانات التجارية، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، ص ٣٩٧.

3 علي جمال الدين عوض (١٩٧٥). "الوجيز في القانون التجاري"، الجزء الأول، دار النهضة العربية،

ومما سبق يظهر لنا أهمية التسجيل كشرط في الجرائم الواقعة على العلامة التجارية. وعليه، فسوف نتناول في هذا المطلب نطاق شرط التسجيل للعلامة التجارية، وأثر التسجيل على العلامة التجارية. وذلك على النحو الآتي:

**أولاً: نطاق التسجيل:** حدد المشرع المصري في نص المادة ٦٦ من القانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ محل الدراسة، الأشخاص الذين يحق لهم تسجيل العلامات التجارية في مصر، والذي قرر أنه يحق لكل شخص طبيعي أو إعتباري من المصريين أو الأجانب الذين ينتمون أو لهم مركز نشاط حقيقي وفعال في احدى الدول الاعضاء في منظمة التجارة العالمية، أو التي تعامل جمهورية مصر العربية معاملة المثل التقدم الى مصلحة التسجيل التجاري في مصر بطلب لتسجيل العلامة التجارية مع مراعاة حق الأولوية.

كما حدد المشرع الجهة الادارية المختصة بتسجيل العلامات التجارية وهي مصلحة التسجيل التجاري، بالادارة العامة للعلامات التجارية والتصميمات والنماذج الصناعية، والتي تختص بتلقي طلبات تسجيل

تنص المادة ٦٦ من القانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ لحماية الملكية الفكرية على ان: "مع عدم الاخلال باحكام<sup>1</sup> الاتفاقيات الدولية النافذة في جمهورية مصر العربية يكون لكل شخص طبيعي أو اعتباري من المصريين أو من الاجانب الذين ينتمون أو يتخذون مركز نشاط حقيقي وفعال لهم في احدى الدول أو الكيانات الاعضاء في منظمة التجارة العالمية أو التي تعامل جمهورية مصر العربية معاملة المثل الحق في التقدم الى مصلحة التسجيل في جمهورية مصر العربية وما يترتب على ذلك من حقوق طبقا لاحكام هذا القانون بطلب تسجيل علامة تجارية. ويستفيد مواطنوا جميع الدول الاعضاء في منظمة التجارة العالمية من اى ميزة أو افضلية أو امتياز أو حصانة يمنحها اى قانون اخر لرعايا اى دولة فيما يتعلق بالحقوق المنصوص عليها في هذا الباب ما لم تكن هذه الميزة أو الافضلية أو الحصانة نابعة من: ( أ ) اتفاقيات المساعدة القضائية أو اتفاقيات انفاذ القوانين ذات الصبغة العامة. (ب) الاتفاقيات المتعلقة بحقوق حماية الملكية الفكرية والتي اصبحت سارية قبل أول يناير سنة ١٩٩٥".

العلامات إليها، وما يتعلق بها من إجراءات وذلك في السجل المعد لذلك وفقاً لأحكام القانون واللائحة<sup>١</sup>. (م/٧٠ لائحة تنفيذية).

وتتم إجراءات التسجيل بعدة مراحل وتنتهي بصدور شهادة التسجيل للعلامة التجارية، والتي تعد قرينة على ملكية العلامة التجارية، ولكنها قرينة يجوز إثبات عكسها بأسبقية استعمال العلامة التجارية.

**ثانياً: أثر التسجيل على العلامة التجارية:** يؤثر التسجيل في العلامة التجارية على مسألتين: الأولى: ملكية العلامة، والثانية: الحماية الجنائية للعلامة التجارية.

**أ/ ملكية العلامة:** هناك ثلاثة نظم لتحديد سبب كسب ملكية العلامة؛ فالنظام الأول يقضي بأن ملكية العلامة تنشأ باستعمالها، أما النظام الثاني فإن التسجيل فيه ينشئ الملكية بقرينة قاطعة لا تقبل إثبات العكس، وهناك نظام ثالث يجمع ما بين النظامين حيث يقتصر دور التسجيل على كونه قرينة بسيطة على الملكية. وقد اتجهت أغلب الأنظمة التشريعية إلى أن الملكية تستند أصلاً إلى استعمال العلامة وليس التسجيل<sup>٢</sup>.

وهذا الاتجاه الذي تبناه المشرع المصري حينما نص في المادة (٦٥) من القانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ لحماية الملكية الفكرية على أن: "يعتبر من قام

يسار فواز رجاء الحنيطي (٢٠١٣). "الحماية القانونية للعلامة التجارية المشهورة في القانونين الأردني<sup>١</sup> والمصري والاتفاقيات الدولية (دراسة مقارنة)"، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، ص ٢٣٨ وما بعدها، طبقاً لنص المادة ٧٠ من اللائحة التنفيذية للقانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ الخاص بحماية حقوق الملكية الفكرية.

راجع في ذلك: علي جمال الدين عوض، مرجع سابق، ص ٢٨٢، أكثم الخولي (١٩٧٠). "الموجز في<sup>٢</sup> القانون التجاري" مطبعة المدني، ج ١، ص ٣٣١، عزت عبد القادر (١٩٩٠)، شرح أحكام المنازعات التجارية، بدون دار نشر، ص ٢٣

بتسجيل العلامة مالكا لها متى اقترن ذلك باستعمالها خلال الخمس سنوات 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 سنوات المذكورة ومع ذلك يجوز الطعن ببطلان تسجيل العلامة دون التقيد بأى مدة متى اقترن التسجيل بسوء النية"<sup>1</sup>.

وعليه، فإن ملكية العلامة التجارية بأسبعية الإستعمال وليس بأسبعية التسجيل، فالتسجيل ليس منشأً لحق الملكية، وإنما هو قرينة على الملكية لصالح من قام بتسجيلها، ويجوز دحضها بإثبات أسبعية الاستعمال السابق<sup>2</sup>.

**ب/ الحماية الجنائية للعلامة التجارية:** تقوم الحماية الجنائية للعلامات التجارية بمجرد تسجيل العلامة، وتظهر بذلك أهمية التسجيل فيما يتعلق بالعلامات التجارية، فهو وإن لم يكن منشأً للملكية في الحق على العلامة، فهو شرط للتمتع بالحماية القانونية الخاصة وهي إعتبار الاعتداء على العلامة وفقا للمادتين ( ١١٣ ، ١١٤ ) جريمة جنائية تستوجب العقاب، كما أنه لا يجوز تحريك الدعوى الجنائية إلا من النيابة العامة أو من مالکها أو من يمثله قانوناً، وإلا قضت المحكمة بعدم قبول الدعوى لرفعها من غير ذي صفة<sup>3</sup>.

وعليه، لا يستطيع صاحب العلامة ملاحقة المعتدي جنائياً قبل مباشرة إجراءات التسجيل وإتمامه أو بعد إنتهاء مدة التسجيل دون تجديده، حيث لا

١ نص المادة ٦٥ من القانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ لحماية الملكية الفكرية.

٢ محمد امين الرومي (٢٠١٨). "الملكية الفكرية، دراسة مقارنة"، دار الفكر الجامعي، ص ٢٣٥.

٣، سميحة القليوبي (٢٠٠٩). الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، ص ٥٧٩.



يعد فعل الاعتداء عليها مكوناً لجريمة جنائية وإن كان يصلح أساساً للمطالبة بالتعويض وفقاً لدعوى المنافسة غير المشروعة<sup>1</sup>.

وتطبيقاً لذلك قضت محكمة النقض في حكم لها بأنه: " ...، فإن الشارع يكون قد أفصح عن مراده بأن مناط الحماية التي أسبغها على ملكية العلامة التجارية بتأثير تزويرها أو تقليدها أو استعمالها من غير مالكها هو بتسجيلها، والذي يعتبر ركناً من أركان جريمة تزويرها أو تقليدها"<sup>2</sup>.

ويجدر التنبيه على أن هناك إستثناء وارد على الحماية الجنائية بالنسبة للعلامات المشهورة في مصر، فهي تتمتع بالحماية الجنائية حتى ولو لم تكن مسجلة في مصر؛ بشرط ان تكون علامة مشهورة في مصر.

### المبحث الثاني

#### الأحكام الخاصة بجريمة تقليد العلامة التجارية في بيئة الأنترنت

أفرد المشرع أحكاماً خاصة لجريمة تقليد العلامة التجارية، وحدد العقوبة المقررة لها في نص المادة ١١٣ من القانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢، وفي هذا المبحث سوف نناقش ماهية تقليد العلامة في البيئة الرقمية وأركانها (المطلب الأول)، ثم ننتقل الى ضوابط تقدير تقليد العلامة التجارية، والعقوبة المقررة لها قانوناً (المطلب الثاني).

١ ناصر عبد الحليم السلامات، المرجع السابق، ص ٣٤٧.

٢ حكم محكمة النقض في الطعن رقم ١١٥٣٣ لسنة ٨٢ القضائية بجلسة ٢٨/١٠/٢٠١٥.

## المطلب الأول

### ماهية جريمة تقليد العلامة في البيئة الرقمية وأركانها

أولاً: المقصود بجريمة تقليد العلامة في بيئة الانترنت: يقصد بتقليد العلامة التجارية: اصطناع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية، بحيث يصعب على المستهلك العادي التمييز بينهما، فالفاعل في التقليد لا ينقل العلامة الحقيقية بأكملها إنما يدخل بعض التعديلات عليها مع الاحتفاظ بمظهرها العام، وتعد من جرائم الاعتداء على ذاتية العلامة التجارية، والتي تنصب على ذاتية العلامة التجارية<sup>1</sup>.

ويمكن تعريف التقليد الإلكتروني للعلامة التجارية بأنه: "كل محاكاة لعلامة تجارية تماثل في مجموعها العلامة الأصلية باستعمال الحاسب الإلكتروني ومن خلال الاتصال بالإنترنت، بحيث يترتب على ذلك إحداث الخط واللبس لدى الجمهور من مستخدمي الإنترنت في العالم"<sup>2</sup>.

ومن الجدير بالذكر أن جريمة تقليد العلامة التجارية يتم تحريكها عن طريق النيابة، أو مالك العلامة، أو من يمثله قانوناً.

ثانياً: أركان جريمة تقليد العلامة في بيئة الانترنت: يلزم لقيام جريمة تقليد العلامة التجارية، توافر الركن المادي والركن المعنوي لها:

1 حمد الله محمد حمد الله (١٩٩٩). "مختارات من كتاب المبادئ والتطبيقات للقانون التجاري وقانون

الأعمال"، مجلة الدراسات القانونية، كلية الحقوق جامعة أسيوط، العدد الثاني والعشرون، ص ١٣.

2 حمادي محمد رضا (٢٠١٨). "الحماية الجزائية للعلامة التجارية من التقليد عبر الأنترنت في القانون

الجزائري"، مجلة الحقيقة، مجلد ١٧ عدد ٤ / ديسمبر / ٢٠١٨، العدد ٤٧ من التسلسل السابق، ص ٢٦.

أولاً: الركن المادي: وهو السلوك الإجرامي الذي يتمثل في اصطناع علامة مطابقة تطابقاً تاماً للعلامة الأصلية أو كصنع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية<sup>١</sup>.

ويظهر الركن المادي في جريمة تقليد العلامة التجارية في الوسط الرقمي في واقعة التماثل أو التقارب بين العلامة الأصلية والمقلدة وذلك بنقل العناصر الأساسية المكونة للعلامة التجارية مع إضافة شيء عليه وذلك باستعمال البرامج المتطورة وبدقة عالية، بحيث يصعب التمييز بين العلامتين الأصلية والمقلدة، والذي من شأنه أن يخدع ويضلل المستهلك الإلكتروني. فإذا انتفى هذا الشبه انتفى التقليد ومن ثم فلا جريمة، وعليه لا تقوم جريمة تقليد العلامة التجارية إذا كانت المنتجات الحاملة للعلامة المقلدة تختلف عن المنتجات الحاملة للعلامة الأصلية<sup>٢</sup>.

ثانياً: الركن المعنوي: يتمثل الركن المعنوي في جريمة تقليد العلامة في البيئة الرقمية في القصد الجنائي ( قصد الاحتيال ) ، إذ لا بد لقيامها أن تتوفر لدى الفاعل نية الاحتيال خاصة وأن هذه الجريمة لها هدفين هما: الاعتداء على الحق في العلامة، وغش وتضليل جمهور المستهلكين الإلكترونيين عبر فضاء الأنترنت، سواء كان التضليل مؤكداً أو محققاً<sup>٣</sup>.

ويعد تقليد العلامة فعلاً يعاقب عليه جنائياً في حد ذاته، أي يكفي

عمر السعيد رمضان (١٩٧٧). "شرح قانون العقوبات، القسم الخاص"، دار النهضة العربية، ص ١٢٣<sup>١</sup>

أمينة صامت (٢٠١١). "الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية" دراسة مقارنة"، دار الفكر الجامعي، ص ١٣٨، حمادي محمد رضا، مرجع سابق، ص ٣٤<sup>٢</sup>.

المرجع سابق، ص ١٤٠<sup>٣</sup>.

لوجود الجريمة إثبات أن الفعل يتمثل في اصطناع علامة مطابقة تطابقاً تاماً للعلامة الأصلية، فلا يشترط توافر العنصر المعنوي فالعنصر المادي كالمقصد ليس شرطاً لازماً لإثبات وجود الجريمة ، أي لايفرض البحث عن نية مرتكب الفعل إذا كانت حسنة أو كانت سيئة، لذلك لا يشترط المشرع المصري ضرورة توافر القصد الخاص في جريمة التقليد وافترض فيه علمه بأن العلامة الأصلية مسجلة ولا يمكن الاحتجاج بجهله لها، ومن ثم فإنه لا يمكنه أن يدفع بحسن نيته<sup>١</sup>.

ومن ثم تقوم قرينة قانونية على سوء نية المتهم بالتقليد، ولكنها قرينة قانونية بسيطة يمكن إثبات عكسها بإقامة الدليل على أحد الأمرين: الأول: أن فعله قد تم بموافقة مالك العلامة، والثاني أن فعله لم يؤدي إلى انخداع وتضليل الجمهور.

### المطلب الثاني

#### ضوابط تقدير تقليد العلامة في بيئة الانترنت والعقوبة المقررة لها

أولاً: ضوابط تقدير تقليد العلامة التجارية: استقر القضاء على أن واقعة تقليد العلامة التجارية من عدمه هي من سلطة قاضي الموضوع دون رقابة عليه من محكمة النقض.

<sup>١</sup> سميحة القليوبي، مرجع سابق، ص ٥٩١، ٥٩٢. تنص المادة ١١٣ من القانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ على أن: - مع عدم الإخلال بأية عقوبة أشد في أى قانون آخر يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن شهرين وبغرامة لا تقل عن خمسة آلاف جنية ولا تجاوز عشرين ألف جنية أو باحدى هاتين العقوبتين: ١- كل من زور علامة تجارية تم تسجيلها طبقاً للقانون أو قلدها بطريقة تدعو إلى تضليل الجمهور". فلم يشترط المشرع سوء النية بخلاف باقي الجرائم المنصوص عليها في ذات المادة القانونية.

ولتقدير تقليد العلامة التجارية فإن الأمر يقتضي مقارنة الفعل

الإجرامي

بتقليد العلامة مع الحق الاستثنائي المدعى الاعتراف عليه (العلامة التجارية المسجلة)، لذا فإن تقدير وجود التقليد لا يطرح أي إشكال حينما يكون النسخ حرفياً أو كلياً، لأنه من السهل التعرف على الأصل والتقليد، في حين يصعب الجزم بوجود التقليد حينما يلجأ المقلد إلى إخفاء التقليد بما يؤدي إلى صعوبة الكشف عنه.

لهذا أوجد القضاء مجموعة من الضوابط والأسس التي يمكن من خلالها

معرفة أن الفعل الذي يشكل تقليداً أم لا، وتتمثل في<sup>1</sup>:

١- العبرة بأوجه الشبه لا بأوجه الاختلاف: استقر القضاء على أن العبرة في التشابه وهو بالتشابه الإجمالي في الطابع أو المظهر العام لمجموع العلامتين لا في التفصيل، لأن هذا هو الأثر الذي تحدثه العلامة بذهن الجمهور.

وعند تقدير تقليد العلامة فالعبرة ليس بالنظر إلى أوجه الاختلاف بين

العلامتين، وإنما العبرة بأوجه الشبه بينهما، فإذا كان هنالك تشابه بين العلامتين في العناصر الجوهرية المميزة فلا يعتد بعد ذلك بما بينهما من فروق جزئية، فلا يشترط لقيام جريمة التقليد أن يكون التقليد متطابقاً بشكل تام، بل يكفي النظر إلى العلامة في مجموعها لا في كل عنصر من

<sup>1</sup> راجع في ذلك، سمحة القليوبي، مرجع سابق، من ص ٥٨٦ إلى ٥٩١. خالد ممدوح ابراهيم (٢٠١٩). "الحماية القانونية للعلامات التجارية مدنياً وجنائياً" دار الفكر العربي، ص ٢٢٣ إلى ٢٢٧.

محمد أمين الرومي مرجع سابق، من ص ٢٦٨ إلى ٢٧١.

العناصر التي تتركب منها. وهذا ما قضت به محكمة النقض المصرية في قولها: " من المقرر أن تقليد العلامة التجارية يقوم على محاكاة تتم بها المشابهة بين الأصل والتقليد، وأن العبرة بمحاكاة الشكل العام للعلامة في مجموعها، والذي تدل عليه السمات البارزة فيها دون تفاصيلها الجزئية، ومن ثم فإنه يتعين على المحكمة أن تورد في حكمها وصف العلامة الصحيحة والعلامة المقلدة وأوجه المشابهة بينهما".

٢- العبرة بتقدير المستهلك العادي: إن التقليد الذي ينتج أثره في دعوى التقليد، هو الذي من شأنه تضليل المستهلكين، واحداث الخلط واللبس بين المنتجات، والمعيار المعتمد في تقدير ذلك هو ما يندفع به المستهلك العادي المتوسط الحرص والانتباه، وليس المستهلك الغافل المهمل الذي يقتني السلعة دون فحص عادي، أو المستهلك شديد الحرص اليقظ الذي يكثر الفحص والتدقيق قبل الاقتناء.

٣- العبرة بعدم النظر إلى العلامتين المتجاورتين بل يجب النظر إلى الواحدة تلوا الأخرى: وفقا لهذا الضابط، فإنه لا يجب النظر إلى العلامتين المتجاورتين معاً، بل يجب النظر إليها تباعاً، فالبدء يكون بالعلامة الأولى (المسجلة) وتباحثها وتفحصها لتثبت من معالمها، ثم الانتقال إلى العلامة الثانية (المقلدة) وتفحصها، ثم المقارنة بين العلامتين والتأكد من أي العلامتين أوثق من الأخرى، كل ذلك لتحديد الأصيلة من المقلدة.

٤- العبرة بالجزء العام للعلامة التجارية: العبرة من خلال هذا الأساس بالجزء العام للعلامتين التجاريتين، أي بين الأصليه والمقلده، وذلك بإبراز العلامات الأصليه من المقلده، وعليه يجب الإشارة إلى الوجه العام لا إلى الخاص. وعموماً فإن التقليد إما أن يكون اصطناع لعلامة مطابقة تطابقاً تاماً للعلامة الأصلية، أو صنع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية، بحيث أنه يمكن للعلامة الجديدة أن تضلل المستهلك وتجذبه إليها ظناً من أنها العلامة الأصلية، لأن المظهر العام يوحي أنهما متشابهان رغم اختلافهما في الجزئيات وهذه الصورة الأخيرة هي الأكثر شيوعاً في الواقع العملي.

ثانياً: عقوبة جريمة تقليد العلامة التجارية في بيئة الأنترنت: تنص المادة ١١٣ من القانون حماية الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢، على أن: " مع عدم الاخلال بأية عقوبة اشد في اي قانون اخر 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....."<sup>١</sup>.

يلاحظ من النص أن المشرع قرر عقوبة الحبس مدة لا تقل عن شهرين، أو الغرامة لا تقل عن خمسة الاف جنية ولا تجاوز عشرين الف جنية أو باحدى هاتين العقوبتين لكل من ثبت في حقه أنه قام بتقليد علامة تجارية مسجلة.

<sup>١</sup> نص المادة ١١٣ من القانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ لحماية الملكية الفكرية.

أما في حالة العود تكون العقوبة الحبس مدة لا تقل عن شهرين والغرامة التي لا تقل عن عشرة الاف جنية ولا تجاوز خمسين الف جنية. فالحبس في الحالة الأولى إختيارياً للمحكمة فلها أن تقضي بالحبس أو تكتفي بالغرامة، أما في حالة العود فالحبس وجوبياً مع الغرامة<sup>1</sup>.

ويجوز للمحكمة عند الحكم بالإدانة ان تقضي بغلق المنشأة التي استغلها المحكوم عليه في ارتكاب الجريمة مدة لا تزيد عن ستة اشهر، ويكون الغلق وجوبياً في حالة العود.

وأخيراً، فإنه يجدر القول، بأن هناك صعوبة في إثبات وقوع جريمة تقليد العلامة التجارية إلكترونياً، لأن الفعل الإجرامي تختلف وقائعه وطرق تنفيذه من وسط إلى آخر، ففي الوسط التقليدي الملموس فمن اليسير إثبات جريمة التقليد في حق المتهم، وكذلك سهولة توجيه التهمة إذا توافرت الأدلة عن ذلك.

على خلاف الجريمة الالكترونية -وتحديداً على شبكة الأنترنت- صعوبة الإثبات، وذلك لما ينفرد به الوسط الافتراضي من مميزات انعكست سلباً على مجال التحقيق في مثل هذه الجرائم التي يرتكبها نوابغ المعلوماتية (الهاكرز). ومن الأسباب التي جعلت إثبات مثل هذه الجرائم صعباً هو نقص المعرفة التقنية والخبرة الكافية لدى سلطات الاستدلال، كذلك سهولة إخفاء وتدمير الجاني لدليل الإدانة في ثواني معدودة، كما أن هذه الجرائم متعددة

محمد أمين الرومي مرجع سابق، من ص ٢٦٣، ٢٦٤. <sup>1</sup>



لحدود الدولة الواحدة مما يثير عدة إشكالات. مما يستدعي معه تدخل المشرع لمواكبة تلك التطورات التكنولوجية.

### الخاتمة

وفي نهاية هذه الورقة البحثية يمكن القول بأن المشرع المصري أولى العلامة التجارية اهتماماً كبيراً، كغيره من التشريعات الأخرى، وأقام نظاماً قانونياً شبه متكامل، لبسط حماية قانونية وافية وكافية للحد من الآثار الوخيمة التي تتسبب فيها تقليد العلامات التجارية- سواء في الوسط التقليدي او في الوسط الرقمي- من خسائر على مالِك العلامة والمستهلك، وعلى الاقتصاد الوطني.

هذا وقد انتهى البحث الى بعض النتائج والتوصيات التالية:

- ١- أن للعلامة التجارية أهمية عملية بالغة، إذ تعتبر إحدى الوسائل الهامة في نجاح المشروع الاقتصادي، ولاشك أن من عوامل النمو الاقتصادي للدولة وجود نظام قانوني فعال يكفل حماية المشروعات المتنافسة من خطر التقليد في ظل البيئة الرقمية.
- ٢- أن شرط تسجيل العلامة التجارية هو شرط أساسي لقيام جريمة تقليد العلامة التجارية، باستثناء العلامة التجارية المشهورة في مصر، فهي تتمتع بالحماية القانونية حتي ولو لم تكن مسجلة في مصر.
- ٣- اعتبر المشرع أن جريمة التقليد في البيئة الرقمية قائمة بمجرد قيام الركن المادي للجريمة فقط مفترضا وجود الركن المعنوي تلقائياً، كوسيلة ضامنة لحق صاحب العلامة الأصلي.

- ٤- أن هناك صعوبة في إثبات جريمة تقليد العلامة التجارية إلكترونياً، لأن الفعل الإجرامي تختلف وقائعه وطرق تنفيذه من وسط إلى آخر.
- ٥- أن عقوبة الحبس للاعتداء على العلامة بالتقليد أول مرة جوازية ، فالمحكمة أن تقضي بالحبس أو تكتفي بالغرامة، أما في حالة العود فالحبس وجوباً مع الغرامة.

#### ثانياً: التوصيات:

- ١- رغم وجود آليات قانونية لمكافحة التقليد الإلكتروني للعلامة التجارية إلا أنها تظل قاصرة على مكافحة هذا النوع المستحدث من التقليد.
- ٢- ينبغي على المشرع المصري عدم التوسع في حماية العلامة التجارية المشهورة، وان تقتصر الحماية الجنائية فقط على العلامات التجارية المسجلة سواء كانت مشهورة أو علامة ذائعة الشهرة.

#### المراجع:

١. - أكنم الخولي (١٩٧٠). " الموجز في القانون التجاري" مطبعة المدني، ج ١.
٢. آمنة صامت (٢٠١١). "الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية" دراسة مقارنة" ، دار الفكر الجامعي.
٣. جودي وانجر جوائز ، وآخرون (بدون)، ترجمة مصطفى الشافعي ، مراجعة التحرير: طاهر، حامد. جامعة القاهرة ، بدون تاريخ.
٤. حمادي محمد رضا، (٢٠١٨). "الحماية الجزائية للعلامة التجارية من التقليد عبر الأنترنت في القانون الجزائري"، مجلة الحقيقة، مجلد ١٧ عدد ٤/ ديسمبر/ ٢٠١٨، العدد ٤٧.

٥. حمد الله محمد حمد الله (١٩٩٩). "مختارات من كتاب المبادئ والتطبيقات للقانون التجاري وقانون الأعمال"، مجلة الدراسات القانونية، كلية الحقوق جامعة أسيوط، العدد الثاني والعشرون.
٦. خالد ممدوح ابراهيم (٢٠١٩). "الحماية القانونية للعلامات التجارية مدنياً وجنائياً" دار الفكر العربي.
٧. سميحة القليوبي (٢٠٠٩). الملكية الصناعية، دار النهضة العربية.
٨. صلاح زين الدين (٢٠٠٠). "الملكية الصناعية والتجارية، براءات الاختراع، الرسوم الصناعية، النماذج الصناعية، العلامات التجارية، البيانات التجارية، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع.
٩. عبد العظيم مرسي وزير (١٩٨٤). "الشروط المفترضة في الجريمة"، دار النهضة العربية.
١٠. عزت عبد القادر (١٩٩٠)، شرح أحكام المنازعات التجارية، بدون دار نشر.
١١. علي جمال الدين عوض (١٩٧٥). "الوجيز في القانون التجاري"، الجزء الأول، دار النهضة العربية.
١٢. علي سيد قاسم (٢٠١٢). "حقوق الملكية الفكرية في قانون دولة الإمارات العربية المتحدة" دراسة مقارنة"، دار النهضة العربية.
١٣. عمر السعيد رمضان (١٩٧٧). "شرح قانون العقوبات، القسم الخاص"، دار النهضة العربية.
١٤. محمد امين الرومي (٢٠١٨). "الملكية الفكرية، دراسة مقارنة"، دار الفكر الجامعي.
١٥. مصطفى كمال طه (١٩٨٦)، مقدمة الأعمال التجارية والتجار، الشركات التجارية، الملكية التجارية والصناعية، الدار الجامعية.

١٦. ناصر عبد الحليم السلامات (٢٠٠٨). "الحماية الجزائية للعلامة التجارية"، دار النهضة العربية.
١٧. يسار فواز رجاء الحنيطي (٢٠١٣). "الحماية القانونية للعلامة التجارية المشهورة في القانونين الأردني والمصري والاتفاقيات الدولية (دراسة مقارنة)"، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة القاهرة.