



جامعة القدس

عمادة الدراسات العليا

برنامج الماجستير في الملكية الفكرية

تقليد العلامة التجارية في قانون العلامات التجارية الفلسطيني

صايل حمد مسلم دراويش

رسالة ماجستير

القدس - فلسطين

1442 هـ / 2020 م

# تقليد العلامة التجارية في قانون العلامات التجارية الفلسطيني

إعداد:

صايل حمد مسلم دراويش

بكالوريوس قانون من جامعة القدس / فلسطين

المشرف الرئيس: الدكتور محمد إبراهيم عيسى عريقات

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الملكية الفكرية وإدارة الإبداع من كلية الدراسات العليا، جامعة القدس، القدس - فلسطين.

1442 هـ / 2020 م



جامعة القدس

عمادة الدراسات العليا

برنامج الماجستير في الملكية الفكرية

إجازة الرسالة

تقليد العلامة التجارية في قانون العلامات التجارية الفلسطيني

اسم الطالب: صايل حمد مسلم دراويش

الرقم الجامعي: 21412155

تحت اشراف الدكتور: د. محمد ابراهيم عريقات

نوقشت هذه الرسالة وأجيزت بتاريخ: 2020/12/30 من أعضاء لجنة المناقشة المدرجة أسماؤهم وتواقيعهم:

التوقيع: .....  
التوقيع: .....  
التوقيع: .....

1. رئيس لجنة المناقشة: د. محمد عريقات
2. الممتحن الداخلي: د. جهاد الكسواني
3. الممتحن الخارجي: د. امجد حسان

القدس - فلسطين

2020 م / 1442 هـ

## الإهداء

معلم الخير يستغفر له كل شيء حتى الحيتان في البحر "حديث شريف".  
كن عالماً .. فإن لم تستطع فكن متعلماً, فإن لم تستطع فأحب العلماء, فإن لم تستطع  
فلا تبغضهم.

الحمد لله الذي اعاننا بالعلم وهدانا الى هذا العمل وأكرمنا بالتقوى , أهدي هذا العمل  
المتواضع إلى : الوالدين الكريمين

أطال الله بعمرهما

اخوتي كل باسمه

إلى زوجتي العزيزة

كل من علمني حرفاً

كل الأحابب والأصدقاء

إلى الذين وسعتهم ذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي اهدي لهم هذا العمل

صايل دراويش

## إقرار

أقر أنا مُعد الرسالة بأنها قُدمت لجامعة القدس، لنيل درجة الماجستير، وأنها نتيجة أبحاثي الخاصة، باستثناء ما تم الإشارة له حيثما ورد، وأن هذه الدراسة، أو أي جزء منها، لم يُقدم لنيل درجة عليا لأي جامعة أو معهد آخر.

التوقيع:.....

صايل حمد مسلم دراويش

التاريخ: / / 2020م

## الشكر والتقدير

الحمد لله الذي بشكره تدوم النعم، حيث قال تعالى "لئن شكرتم لأزيدنكم" فيا ربي لك الحمد كما ينبغي لجلال وجهك وعظيم سلطانك. وأصلي وأسلم على سيدنا محمد بن عبد الله القائل: "لا يشكر الله من لا يشكر الناس".

الشكر لله رب العالمين، الذي علم بالقلم، علم الانسان ما لم يعلم، إن من واجبي أن اشكر كل من ساعدني في إنجاز هذه الرسالة، وأبدأ بأستاذي الدكتور محمد عريقات الذي ساعدني ومدني بالعون في فترة الدراسة وفي إعداد هذه الدراسة كما اتقدم بالشكر الجزيل لزملائي في برنامج الماجستير الذين كانوا عوناً لي أثناء هذا البحث، وكل الشكر لكل أهل بيتي ولعائلي دون استثناء الذين كانوا العون الاكبر والسند الالهم في انجازي هذا، كما اتقدم بالشكر الخالص الى كل من ساعدني في أن يصبح هذا البحث ظاهراً وحقيقة، كل الشكر والتقدير لهم جميعاً.

## مُلخَص الدِرَاسَة

فرض المشرع عقاب جنائي (جزائي) على كل شخص يقوم بنشاط ماس بالعلامات التجارية، بهدف حماية تلك العلامات وتحصين حقوق ملكيتها لأصحابها، ضد اعتداءات الغير عليها، والتي تأخذ صوراً وأشكالاً متنوعة، والتي من أهمها تقليد هذه العلامات. وباعتبار العلامة التجارية وسيلة لتمييز المنتجات بعضها عن بعض الآخر فإن الاعتداء عليها بتقليدها أو استعمالها من قبل الغير يعد ضاراً لكل من المنتج والمستهلك والدولة ككل، فهو يسيء للمنتج من خلال خسارته في تسويق منتجاته، ووجود مزاحمين له من التجار في تجارته، كما انه يسيء للمستهلك لأن التقليد غير القانوني للبضائع سوف يقلل من جودة المنتج الأصلي ويجعل المستهلك يحصل على منتج من نوعية رديئة وهذا ما يجعله كفريسة للتضليل والخداع، وانه يسيء للدولة لأنه يؤدي إلى إضعاف الاستثمار الوطني والأجنبي في الدولة.

وعليه تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مفهوم العلامة التجارية وأنواعها، ومحل الحماية الجزائية لها، والمتمثل في تجريم تقليد العلامات التجارية عن طريق ذكر تلك الأفعال، والآثار المترتبة عن ظاهرة تقليد العلامة التجارية، وأركان تلك الجريمة، والعقوبات المقررة لها من خلال الإجابة على الإشكالية الرئيسية المُتمثلة بالآتي: ما هو مدى الحماية الجزائية المقررة للعلامات التجارية في التشريع الفلسطيني من جرائم التقليد؟ ومن أجل تحقيق ذلك، تعتمد الدراسة على كل من المنهج الوصفي، والمنهج التحليلي بشقيه (الاستقرائي والاستنباطي)، والمنهج المقارن كأدوات علمية تساهم بصياغة نتائج موثوقة وتوصيات مقبولة قابلة للتطبيق.

قسمت هذه الدراسة إلى ثلاثة فصول، فصل تمهيدي وفصل أول وثاني، وخصص الفصل التمهيدي منها لبحث ماهية العلامة التجارية بشكل عام بما يشمل توضيح مفهومها وأنواعها والحماية الجزائية لها. أما الفصل الأول، فجل مكنونه يتمحور حول البحث في تقليد العلامات التجارية من حيث مفهوم عملية التقليد والآثار المترتبة عليها. وأما الفصل الثاني فجاء ليبيّن أهم الأحكام القانونية لجريمة تقليد العلامات التجارية ببحث أركانها وأسس تقديرها والعقوبات المترتبة عليها.

وتلخص الدراسة الى عدة نتائج أهمها: أن أصل الحماية المقررة للعلامات التجارية هي الحماية المدنية، ولكن الحماية الجزائية توافرت من أجل دعم العلامات التجارية على قدر اكبر من أي اعتداء او اغتصاب بحقها. كما أن الحماية الجزائية تقتصر على العلامات التجارية المسجلة أما الحماية المدنية فتشمل العلامات المسجلة والغير مسجلة. والذي له الحق في تحريك دعوى الجزائية هو النيابة العامة او بناء على شكوى من مالك العلامة الى سلطة الضبط القضائي. في ضوء ذلك أوصى الباحث بمجموعة من التوصيات، أهمها: التشدد في تطبيق الإجراءات الخاصة بمطابقة المنتجات المحلية والمستوردة للمواصفات والمقاييس الفلسطينية، وفي منع أي علامة تجارية مقلدة او مزورة من دخول فلسطين عبر توفير نظام جمركي فعال. وتشديد العقوبات المالية بشأن التعدي على العلامات بما يتناسب مع حجم وظروف التعدي ومقدار وقيمة المنتجات الموضوع عليها العلامات التجارية المقلدة بدون حد أقصى، ويترك ذلك لرأي محكمة الموضوع حسباً ترى.

## **Legal regulation of trademark counterfeiting crime in Palestine**

**Name: sail hamed mslam darwish**

**Supervisor: Mohammad Ireqat**

### **The Abstract**

The legislator imposed a criminal (penal) punishment on every person who engages in the activity of touching trademarks, with the aim of protecting those marks and fortifying their ownership rights for their owners, against attacks by others, which take a variety of pictures and forms, the most important of which is the imitation of these marks. And considering the trademark as a means to distinguish the products from one another from others, the abuse of it by imitating or using it by others is harmful to both the producer and the consumer and the country as a whole. Because illegal imitation of goods will reduce the quality of the original product and make the consumer obtain a product of poor quality and this is what makes it a prey for deception and deception, and it offends the state because it leads to weakening national and foreign investment in the country.

Accordingly, this study aims to identify the concept of the trademark and its types, and the place of penal protection for it, which is represented in the criminalization of trademark counterfeiting by mentioning those actions, the implications of the phenomenon of trademark counterfeiting, the elements of that crime, and the penalties prescribed for it by answering the main problem. As follows: What is the extent of penal protection prescribed for trademarks in Palestinian legislation against counterfeiting crimes? In order to achieve this, the study relies on both

the descriptive approach, the analytical approach in its two parts (inductive and deductive), and the comparative approach as scientific tools that contribute to the formulation of reliable results and acceptable and applicable recommendations.

This study was divided into three chapters, an introductory chapter, the first and second chapters, and the introductory chapter was devoted to researching what a trademark is in general, including clarifying its concept, types and penal protection for it. As for the first chapter, the bulk of it revolves around the research on trademark counterfeiting in terms of the concept of the imitation process and its implications. As for the second chapter, it came to show the most important legal provisions for the crime of counterfeiting trademarks by examining its elements, the basis for its appreciation, and the penalties resulting from it.

The study concludes with several results, the most important of which are: The origin of the protection prescribed for trademarks is civil protection, but penal protection was provided in order to support trademarks to a greater extent than any assault or rape against them. In addition, criminal protection is limited to registered trademarks, while civil protection includes registered and unregistered marks. The one who has the right to initiate a criminal case is the Public Prosecution Office or based on a complaint from the owner of the mark to the judicial control authority. In light of this, the researcher recommended a set of recommendations, the most important of which are: Strict application of procedures for conforming local and imported products to Palestinian specifications and standards, and in preventing any counterfeit or forged trademark from entering Palestine by providing an effective customs system. And tightening financial penalties for infringement of marks in proportion to the size and circumstances of the infringement and the

amount and value of the products on which the counterfeit trademarks are placed without a maximum, leaving that to the opinion of the subject court as it sees.

## المقدمة

تعتبر الملكية الفكرية احدى الركائز الاقتصادية في العالم الحديث، فهو احدى المقومات الاساسية للتنمية الاقتصادية ومفرداتها، ومن أجل ضمان مواصلة ابداع الافراد وتشجيع التجارة الدولية دون خوف من انتهاك الحقوق والقرصنة لابد من حماية الملكية الفكرية، تعد العلامة التجارية هي احد اهم العناصر الملكية الصناعية والتجارية بالإضافة لبراءة الاختراعوالاسم والعنوان التجاري والرسم والنموذج الصناعي، كما ان تسجيل العلامات التجارية للمحل التجاري المنافسة الغير مشروعة.

اذا كانت غاية النظم القانونية هي تحقيق مصلحة المجتمع، ودعم كيانه الاقتصادي والاجتماعي والسياسي، فإن قوانين الملكية الفكرية، تعتبر من اهم القوانين نظرا لما يترتب عليها من آثار قانونية واقتصادية بعيدة المدى، كما أن الحماية القانونية للعلامات التجارية المميزة لمنتجات مشروع معين من شأنها تنظيم المنافسة بين المنتجين وتحسين المنتجات، بحيث تستطيع غزو الاسواق الداخلية والخارجية، والعلامات التجارية هي احدى حقوق الملكية الفكرية التي تظهر خلال مرحلة التوزيع، وبمناسبة الاستهلاك، وهي من الحقوق المعنوية.

ونظرا للتقدم العلمي والتكنولوجي والاقتصادي الهائل، فإنه كان لابد من الاهتمام بالعلامات التجارية والصناعية، وخصوصا في ظل الحركة الاقتصادية التجارية وحتى يمكن الوصول الى الغاية المرجوة من التقنية فلا بد من إنشاء نظام لحماية الملكية الفكرية ، ولذلك سنت البلدان القوانين المختلفة لحماية الملكية الفكرية المتعلقة بالاختراعات والعلامات والرسوم، وتقوم مكاتب الملكية الصناعية

بخدمة المستفيدين بالمعلومات، والتي ترد اليها من معظم الدول المتقدمة أولاً بأول عن طريق التبادل أو الشراء أو الخدمة المجانية.

هناك حماية للملكية الفكرية بوجه عام ولكن نجد ان للعلامات التجارية اهمية خاصة لحمايتها من الانتهاك، ولعل ذلك لأسباب عديدة، حيث ان العلامة التجارية لها اهمية اقتصادية فهي تشير الى مصدر السلعة وحماية التاجر من المنافسة غير الشريفة وغير المشروعة، وأيضاً حماية المستهلك من الغش والتضليل بين المنتجات الاصلية والمقلدة.

ويرجع اهتمامي لهذا الموضوع هو تأخر في اصدار تشريع موحد لحماية الملكية الفكرية(في الأراضي الفلسطينية)، هذا بالإضافة الى ان هذه الدراسة قد تفيد المختصين والذين ينادون بإيجاد تنظيم عربي موحد لحماية العلامات التجارية وليس قانوناً نموذجياً يترك للدول العربية حرية في تطوير القوانين المحلية، حيث ان القوانين في الدول العربية مختلفة من دولة الى اخرى وما زلنا ننادي بقانون موحد، وأيضاً عدم وجود القضاء المتخصص او الدوائر المتخصصة في نزاعات الملكية الفكرية كما أن الحماية القانونية للعلامات، تستهدف حماية المستهلك وتمكينه من الحصول على السلع والخدمات الملائمة التي يثق في جودتها وأيضاً الجود الدولية الحالية في شكل تكتلات اقتصادية عالمية لمحاربة قرصنة العلامات التجارية والمطالبة بتأمين حماية فعالة للعلامات.

## أهمية الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة في بيان وإيضاح الحماية الجزائية للعلامات التجارية لأهميتها في الجانب الاقتصادي ودورها في التأثير على التاجر والمستهلك وخطورة الاعتداء عليها وأهمية التصدي لذلك،

والتكييف القانوني لهذا الاعتداء المتمثل في جرائم تقليد العلامات التجارية، وذلك نظراً لخطورة ظاهرة تقليد العلامات التجارية على المستويين الدولي والمحلي. كما وتكمن أهمية هذا البحث من الناحية العلمية في قلة الدراسات السابقة التي تبحث في هذا الموضوع، واعتباره كمرجع يمكن للباحثين وطلبة الجامعات الاستفادة منه في العديد من الأبحاث والدراسات القادمة.

وفضلاً عن ذلك فإن انتشار استعمال العلامات التجارية في الوقت الحاضر على نطاق واسع قد اكسبها أهمية كبيرة، سواء في النشاط الاقتصادية عموماً أو في النشاط التجاري خصوصاً. ولأهمية هذا الموضوع ولبين ما إذا كان القانون المطبق في فلسطين يوفر حماية كافية للعلامة التجارية أم لا يوفر، ولما سبق جاء اختيار هذا الموضوع.

### **أهداف الدراسة**

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مفهوم العلامة التجارية وأنواعها، ومحل الحماية الجزائية لها، والمتمثل في تجريم تقليد العلامات التجارية عن طريق ذكر تلك الأفعال، والآثار المترتبة عن ظاهرة تقليد العلامة التجارية، وأركان تلك الجريمة، والعقوبات المقررة لها.

### **اشكالية الدراسة**

نظراً لما تؤديه العلامة التجارية من دور في تحقيق النمو الاقتصادي فقد أدى ذلك إلى تعدد أشكال التعدي عليها، ومن ذلك تقليد العلامة التجارية والذي أصبح متفش بكثرة في عصر التطور التجاري إذ هناك العديد من العلامات التجارية التي امتدت شهرتها لتشمل كافة دول العالم وأصبحت راسخة

في ذهن المستهلكين نظراً لتمتعها بالجودة والضمان، وهو ما جعلها عرضة للتعدي، خاصة في مجال المنتجات الاستهلاكية الأمر الذي تطلب ضرورة مكافحة كافة أنواع التعدي على العلامة التجارية وبسط الحماية القانونية اللازمة لها. ويمكن توضيح إشكالية الدراسة في السؤال الرئيسي التالي: ما هو مدى الحماية الجزائية المقررة للعلامات التجارية في التشريع الفلسطيني من جرائم التقليد؟. ويتفرع عن هذا السؤال عدد من التساؤلات هي: ما هو نطاق الحماية الجزائية للعلامة التجارية في فلسطين؟ وما هو مفهوم تقليد العلامات التجارية وفقاً لقانون العلامات التجارية في فلسطين؟ وما هي أفعال تقليد العلامات التجارية المرتبطة فيها. وما هي الآثار المترتبة عن ظاهرة تقليد العلامة التجارية؟ وما هي اركان جريمة تقليد العلامات التجارية؟ وما هي العقوبات المقررة على جريمة تقليد العلامات التجارية في فلسطين؟.

### **محددات الدراسة**

محددات الدراسة هي القوانين والقرارات والأنظمة التي سيتم الاستعانة بها في إعداد هذه الدراسة، والتي من أهمها: قانون العقوبات الأردني رقم 16 لسنة 1960، وقانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952، وقانون علامات البضائع الأردني رقم 19 لسنة 1952.

### **منهجية الدراسة**

لتحقيق الأهداف المرجوة من البحث سيتم استخدام مجموعة من المناهج:

1. **المنهج الوصفي:** تم استخدام هذا المنهج بهدف بيان ماهية تقليد العلامات التجارية والآثار المترتبة عليها، من خلال وصف الموضوع وجمع المعلومات والبيانات عنه.

2. **المنهج التحليلي (الاستقراوي والاستنباطي):** استخدم الباحث هذا المنهج بهدف تحليل النصوص القانونية المتعلقة بموضوع الدراسة تحليلاً منطقياً وشاملاً.

3. **المنهج المقارن:** يعتمد هذا البحث على المنهج المقارن، لملائمته طبيعة الحديث عن تقليد العلامات التجارية، بهدف عمل مقارنة أحياناً بين النصوص القانونية المتعلقة بالعلامات التجارية في القانون المطبق في فلسطين، مع غيرها من الدول المقارنة.

## تقسيم الدراسة

إن الإجابة على أسئلة الدراسة استجوبت تقسيمها إلى ثلاثة فصول. وبناء على ذلك، فإن هذه الدراسة تحتوي على مقدمة (سبق الإشارة لها أعلاه)، وفصل تمهيدي وفصلين رئيسيين، وخاتمة. تهدف المقدمة إلى تبيان أهمية الموضوع وسبب اختياره وتحديد الإشكالية والتساؤلات الفرعية المنبثقة عنها، إضافة إلى تحديد دقيق لمنهج البحث العلمي المتبع في هذه الدراسة.

خُصص الفصل التمهيدي من هذه الدراسة لتبيان ماهية العلامة التجارية بشكل عام والحماية الجزائية المقررة لها. أما الفصل الأول فخصص لبحث تقليد العلامات التجارية من حيث المفهوم والأنواع. ويتناول الفصل الثاني من هذه الدراسة البحث في الأحكام القانونية لجريمة تقليد العلامات التجارية.

## الفصل التمهيدي: ماهية العلامة التجارية بشكل عام والحماية

### الجزائية المقررة لها

إن الوصول إلى إجابة محددة حول التنظيم القانوني لتقليد العلامات التجارية في التشريع الفلسطيني يتطلب منا الوقوف عند مفهوم العلامة التجارية بشكل عام من حيث ماهيتها (المبحث الأول)، والحماية الجزائية لها (المبحث الثاني).

### المبحث الأول: ماهية العلامة التجارية وأنواعها

لتحديد مفهوم العلامة التجارية فقد قسمت هذا المبحث إلى مطلبين يتم من خلالهما التعرض لمفهوم العلامة التجارية (المطلب الأول)، وأنواع العلامات التجارية (المطلب الثاني) على النحو الآتي:

#### المطلب الأول: مفهوم العلامة التجارية

لتحديد مفهوم العلامة التجارية لابد من البحث في تعريف تلك العلامة سواء على مستوى التشريع أم القضاء أم الفقه، وهو ما سيكون موضوع هذا المطلب.

تنوعت الآراء الفقهية والاتجاهات التشريعية والقضائية حول تعريف العلامة التجارية نظرا لصعوبة تحديد مفهومها تحديدا دقيقا.

في التشريعات المقارنة سنلاحظ في تعريفها لمفهوم العلامة التجارية أخذت بمعناها الواسع، فقد أخذت بكافة أنواع العلامات التجارية ضمن تعريفها.

العلامة التجارية هي أحد العناصر المعنوية للأصل التجاري (المتجر) وهي جزء مهم من العناصر الصناعية والتجارية، ولقد عرف بعض من الفقه العلامة التجارية بأنها: كل إشارة او دلالة يضعها التاجر او الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها او وضعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة<sup>1</sup>.

كما أن القضاء قد تعرض لتعريف العلامة التجارية، حيث عرفت محكمة العدل العليا الاردنية، وعرفت المحكمة الابتدائية بباريس، وسنبن مفهوم العلامة التجارية في الفروع التالية الذكر.

#### الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية في القانون

نجد أن قانون العلامات التجارية الاردني لسنة 1952 والساري المفعول في الاراضي الفلسطينية، قد عرف العلامة التجارية بأنها : أية علامة استعملت أو كان في النية استعمالها على أية بضائع أو فيما له تعلق بها للدلالة على أن تلك البضائع تخص صاحب العلامة بحكم صنعها أو انتخابها أو الشهادة أو الاتجار بها أو عرضها للبيع<sup>2</sup>.

اما القانون المصري فقد عرف العلامات التجارية في المادة 63 من قانون الملكية الفكرية المصري لسنة 2002 بانها: " كل ما يميز منتجا سلعة أو خدمة عن غيره، وتشمل على وجه الخصوص الأسماء المتخذة شكلا مميزا، والامضاءات، والكلمات والحروف، والارقام والرسوم، والرموز، وعناوين المحال والدمغات، والاختام والتصاوير، والنقوش البارزة، ومجموعة الألوان التي تتخذ شكلا خاصا ومميزا، وكذلك أي خليط من هذه العناصر إذا كانت تستخدم أو يراد أن تستخدم اما في تمييز

<sup>1</sup>تنسيم خالد الشواور - العلامة التجارية وحمايتها من اعمال المنافسة الغير مشروعة ط1- دار الثقافة للنشر والتوزيع - 2017- ص50.  
<sup>2</sup>قانون العلامات التجارية الاردني - رقم 34 - لسنة 1952م - مادة (2).

منتجات عمل صناعي أو استغلال زراعي، أو استغلال الغابات أو لمستخرجات الارض، أو اية بضاعة، واما لدلالة على مصدر المنتجات أو البضائع أو نوعها أو مرتبتها أو ضمانها أو طريقة تحضيرها واما للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات. وفي جميع الأحوال يتعين أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر".

كما عرفها المشرع المغربي كما يلي : يراد في هذا القانون بعلامة الصنع أو التجارة او الخدمة كل اشارة قابلة للتجسيد الخطي تمكن من التمييز منتجات او خدمات شخص طبيعي او معنوي<sup>1</sup>.

ويلاحظ على التعريفات التشريعية بأنها قد أخذت بالتعريف الموسع للعلامة التجارية، حيث شملت كافة انواع العلامات بما فيها علامة الخدمة، إلا ان المشرع الاردني قد استعمل عبارة " أي اشارة ظاهرة (يستعملها او يريد استعمالها)". ويلاحظ على التعريفات التشريعية بأنها قد أخذت بالتعريف الموسع للعلامة التجارية، حيث شملت كافة انواع العلامات بما فيها علامة الخدمة، إلا ان المشرع الاردني قد استعمل عبارة "أي اشارة ظاهرة (يستعملها او يريد استعمالها)". ايضا اغفل المشرع الاردني الى التطرق الى مصطلح الخدمة وهذا ما يحتم على المشرع الفلسطيني أضافته في التعديل القادم لقانون العلامات التجارية الفلسطيني اسوة بالتشريعات الوطنية المقارنة او الاتفاقيات الدولية. حيث نرى ان المادة 15 من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس) نصت "تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة لان تكون علامة تجارية. وتكون هذه العلامات،

---

<sup>1</sup>قانون حماية الملكية الصناعية المغربي رقم 97-17 المعدل- مادة (133).

لاسيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية وحروفا وأرقاما وأشكالا ومجموعات ألوان وأي مزيج من هذه العلامات، مؤهلة للتسجيل كعلامات تجارية. وحين لا يكون في هذه العلامات ما يسمح بتمييز السلع والخدمات ذات الصلة، يجوز للبلدان الأعضاء أن تجعل الصلاحية للتسجيل مشروطة بالتمييز المكتسب من خلال الاستخدام. كما يجوز لها اشتراط أن تكون العلامات المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر، كشرط لتسجيلها"<sup>1</sup>.

واجد في ذلك زيادة لا داعي لها بالتوافق مع رأي الدكتور نسيم الشواورة، حيث ذكر في كتابه "العلامات التجارية وحمايتها من أعمال المنافسة الغير مشروعة"<sup>2</sup>، ان المشرع المغربي قد اشار الى علامة الصنع أو التجارة أو الخدمة مع شمولها بنفس التعريف، ويقصد بالأساس بعلامة الصنع العلامة التي يضعها المنتج أو الصانع على بضائعه تمييزا لها عن غيرها من البضائع المماثلة أو المشابهة لها، اما علامة التجارة فهي الشارة التي يضعها التاجر الوسيط على البضائع التي يشتريها من الغير ويقوم بعرضها وبيعها للمستهلك، وعلامة الخدمة هي التي تخصص لتمييز خدمة مماثلة أو مشابهة كما هو الشأن بالنسبة لخدمات النقل والسياحة والفنادق، كما أن المشرع قد خلط ما بين سبب الملكية للعلامة ومحل هذه الملكية وهو ذات العلامة التجارية، إلا انه لا اهمية للترقية بين العلامة الصناعية والتجارية من حيث الحماية القانونية التي كفلها المشرع، لذلك في كثير من التشريعات استعمل المشرع لفظ العلامة التجارية للدلالة على جميع هذه الانواع دون تفرقة او تمييز،

---

<sup>1</sup>موقع منظمة التجارة العالمية عبر الإنترنت:

[https://www.wto.org/english/tratop\\_e/trips\\_e/trips\\_e.htm](https://www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/trips_e.htm)

<sup>2</sup>انظر ، نسيم خالد الشواورة – مرجع سابق - ص51.

كما هو الشأن بالمرشح الاردني في قانون العلامات التجارية حيث شمل العلامة التي تستخدم في الصناعة ضمن تعريف العلامة التجارية.

### الفرع الثاني: تعريف العلامة التجارية في الفقه

المفهوم العام للعلامة التجارية هو : اي علامة ظاهرة يريد استعمالها او يستعملها اي صاحب لهذه العلامة من أجل تمييز الخدمات التي يقدمها او منتجاته او بضائعه عن اي منتجات او خدمات او بضائع غيره.

عرفها بعض الفقه انها : العلامات التي يضعها صاحب الإنتاج على منتجاته من أجل تمييزها عن غيرها من المنتجات الاخرى المماثلة لها، سواء من حيث نوعها او ماهيتها او محل انتاجها، وقد تصبح هذه العلامات مع الزمن دليلا على جودة الإنتاج<sup>1</sup>.

وعرفها جانب اخر بأنها : الاشارة التي يتخذها الصانع او التاجر او مقدم الخدمة لتمييز منتجاته او خدماته او بضائعه عن منتجات او بضائع او خدمات الاخرين<sup>2</sup>.

اما الفقه الفرنسي فقد عرفها: اشارة او رمز او شعار يميز المواد المصنوعة من طرف رجل صناعة او تجارة، والتي يستخدمها لتمييز مواد منافسيه<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup>محمد محبوبي - النظام القانوني للعلامات - جار أبي رفرق للطباعة والنشر - الرباط -2007-ص27.  
<sup>2</sup>صلاح زين الدين - العلامات التجارية وطنيا ودوليا - ط3- دار الثقافة للنشر والتوزيع - عمان - ص40.  
<sup>3</sup>عبد الله درميش-الحماية الدولية للملكية الصناعية وتطبيقاتها القانونية - اطروحة دكتوراه - جامعة الحسن الثاني - الدار البيضاء - 1986-ص53.

ونلاحظ من خلال قراءة هذه التعاريف الفقهية بأنها مهتمة الى أمرين وهما :الأول: طبيعة العلامة باعتبارها علامة فارقة لتمييز المنتوجات : والثاني :حماية المنتج والمستهلك على حد سواء وذلك من خلال تمييز الخدمات المشابهة لغيرها والمنتجات والبضائع المماثلة.حيث تهدف العلامة التجارية إلى تمييز المنتجات لجذب العملاء وجمهور المستهلكين نظرا لما تؤديه لهم من خدمات من سهولة التعرف على ما يفضلونه من بضائع وسلع. وبناء على ما سبق يمكننا تقسيم العلامات التجارية الى نوعين : علامة السلعة وهي التي تستخدم لتمييز منتجات مشروع معين عن غيرها من المنتجات المماثلة، وعلامة الخدمة وتستخدم لتمييز الخدمات التي يؤديها المشروع.

### الفرع الثالث: تعريف العلامة التجارية في القضاء

تم تعريف العلامة التجارية في محكمة العدل العليا الاردنية بأنها "حروف او رسوم او علامات او خليط من هذه الاشياء ذي صفة فارقة (مميزة) وعلى شكل يكفل تمييز بضائع صاحبها عن بضائع غيره من الناس"<sup>1</sup>.

كما عرفتھا المحكمة الابتدائية بباريس بأنها: "الوسيلة المادية لضمان أصل البضاعة او مصدرها بالنسبة للغير الذي يقوم باقتنائها"<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup>تقرار رقم 88/49، عدل عليا، مجلة نقابة المحامين-سنة 1989، ص926.  
<sup>2</sup>تقرار المحكمة الابتدائية بباريس تاريخ 16 يناير 1868،مشار اليه برسالة نبيل بنعلي ، الحماية القانونية للعلامة التجارية ،رسالة لنيل دبلوم الدراسات العليا ،جامعة الحسن الثاني ، الدار البيضاء، 2000،ص11.

ويمكننا تعريف العلامة التجارية أنها: رمز يمكن تجسيده بالشكل المطلوب والمنسق مع المنتج او الخدمة او بضاعة التي يمتلكها الصانع او التاجر او مقدم الخدمة لتميزها عن منتجات او خدمات او بضائع الصانع او التاجر او مقدمي الخدمات الاخرين الذين يتشابهون معهم.

## المطلب الثاني: أنواع العلامات التجارية

العلامة التجارية وهي التي يستخدمها التجار في تمييز المنتجات التي يقومون ببيعها بعد شرائها سواء من تاجر الجملة او المنتج مباشرة، بصرف النظر عن مصدر البيع او التي يستخدمها موزع السلعة التي يوزعها دون ان يقوم بإنتاجها.

او يمكن النظر الى العلامة التجارية على انها الشارة التي يضعها من يتلقى البضاعة من المنتج لكي يبيعها بدوره الى المستهلك، او العلامات التي تقوم بوضعها الشركات العالمية التجارية على المنتجات التي تتبعها، ولكن في الحياة العملية جميع العلامات تخضع لأحكام قانونية واحدة ولا فرق بين نوع واخر، وكل العلامات ينطبق عليها قانون واحد وهو قانون الدولة التي تم تسجيلها بداخلها.

1. قد تكون العلامة التجارية عبارة عن كلمات أو حروف أو أرقام أو تشكيله منها، وقد تشمل رسوماً أو رموزاً أو إشارات مجسمة مثل شكل السلعة أو تغليفها أو إشارات سمعية مثل القطع الموسيقية أو الإشارات الصوتية أو روائح أو ألوان تستعمل بمثابة خصائص مميزة.

2. وهناك فئات مختلفة أخرى للعلامات التجارية كالعلامات الجماعية التي تملكها جمعيات ويستعملها أعضائها للتعريف بأنفسهم بالاقتران بمستوى معين من الجودة ومتطلبات أخرى تضعها الجمعية ومثال ذلك جمعية المحاسبين وجمعية المهندسين المدنيين أو المهندسين المعماريين.

3. وتمنح علامات الرقابة (التصديق) مقابل الامتثال لقواعد ومعايير محددة لكنها ليست مقيدة بأية عضوية ويجوز منحها لأي واحد قادر على إثبات أن المنتجات المعنية تفي بقواعد ومعايير فنية راسخة ومن الأمثلة على تلك العلامات علامة (أيزو9000)<sup>1</sup> المعروفة عالمياً لمستوى الجودة.

### الفرع الأول: العلامات التجارية الصناعية وعلامات الخدمة

من حيث المنتجات والبضائع التي تحملها العلامة، قد تكون صناعية وهي التي يضعها الصانع لتمييز المنتجات التي يقوم بصنعها عن مثيلاتها من المنتجات الأخرى.

وقد تكون تجارية وهي التي يستخدمها التاجر لتمييز المنتجات التي يقومون ببيعها بعد شرائها سواء من تاجر الجملة او من المنتج مباشرة بصرف النظر عن مصدر الإنتاج.<sup>2</sup>

كما ان هناك علامات تستخدم لا لتمييز المنتجات في حد ذاتها، وانما لتمييز خدمة من الخدمات التي يقدمها احد الاشخاص كالعلامات التي تستخدمها منشآت الاعلان والدعاية لحساب الغير ومنشآت النقل والفنادق وشركات كي الملابس، ومن المسلم به ان هذا النوع من العلامات يخرج عن مدلول العلامة التجارية المألوفة، وقد عملت العديد من الدول على حمايتها وذلك بإخضاعها لتشريعات العلامة التجارية، فقد شمل كل من القانونين الفرنسي والانكليزي علامات الخدمة بأحكام قانون العلامات التجارية وقررا منحها الحماية نفسها وفرض الشروط نفسها المنصوص عليها لتسجيل العلامات التجارية والصناعية، وذلك نظرا لشيوع مثل هذه العلامات في السنوات الاخيرة.

<sup>1</sup>مقالة منشورة على موقع مدونة صالح محمد القرا للعلوم المالية والادارية - اسم المقالة أيزو 9000 آخر دخول 2019/9/6- انظر الى الرابط <https://sqarra.wordpress.com/iso9000/>

<sup>2</sup>سميحة القليوبي - تأجير واستغلال المحل التجاري- (د.ن)- (د.م) - ص42.

فعلامة الصناعية تشير الى مصدر الانتاج والعلامة التجارية تشير الى مصدر البيع ولا اهمية للترقية بين العلامة الصناعية والتجارية من حيث الحماية القانونية فالملاحظة ان اغلب الدول سنت قانونا موحدا للعلامات التجارية والصناعية واطلقت عليه اسم قانون العلامات التجارية دون ان تميز بينهما من حيث الحماية القانونية، وقد تحدد العلامتان في علامة واحدة وذلك عندما يكون منتج السلعة هو الذي يتولى أمر تصريفها، ولذلك تستعمل عبارة العلامة التجارية للدلالة على النوعين معا.

وفي مصر لم تكن علامات الخدمة محمية عند بداية صدور قانون العلامات التجارية رقم (57) لسنة 1939 المعدل للمادة الاولى المشار اليه اعلاه وعدها من قبيل العلامات التجارية وبدأ قبولها وتسجيلها منذ بدأ العمل بالقرار الوزاري رقم (397) لسنة 1958 الخاص بعلامات الخدمة وأيضاً بالتعديل الجديد لقانون الملكية الفكرية المصري لسنة 2002 في المادة 63.<sup>1</sup>

كذلك القانون الأردني للعلامات التجارية لسنة 1999 الذي عرف علامات الخدمة في المادة الثانية بانها:

"العلامة التجارية اي اشارة ظاهرة يستعملها او يريد استعمالها اي شخص لتميز بضائعه او منتجاته او خدماته عن بضائع او منتجات او خدمات غيره".

---

<sup>1</sup>المحامي محمد منصور أحمد - جريمة الغش التجاري في العلامات التجارية - (د.ن)-(د.م) - ص7.

وأيضاً القانون العراقي في المادة الأولى التي نصت: "..... علامة الخدمة: أي إشارة أو مجموعة من الإشارات يستخدمها الشخص لتعريف وتمييز خدمات شخص بضمنها الخدمات الفريدة، عن خدمات الآخرين. ولكي تشير إلى مصدر الخدمات حتى لو لم يكن معروفاً".

ونلاحظ هنا ان كافة التشريعات الوطنية المقارنة جاءت ملائمة لاتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية التي ألزمت الدول الاعضاء بأن تكفل تسجيل علامات الخدمة<sup>1</sup>.

## الفرع الثاني: العلامات التجارية المشهورة والمحلية

### العلامات التجارية المشهورة

العلامة المشهورة ليست بالأصل، سوى علامة عادية، تخضع من حيث تعريفها وشروطها للأحكام العامة للعلامة التجارية الواردة ضمن قانون العلامات التجارية المعدل، تمتاز العلامة التجارية المشهورة عن غيرها من أنواع العلامات التجارية بشهرتها الواسعة التي تعدت حدود اقليم الدولة التي تم تسجيلها فيها نتيجة دعمها وانتشارها وتشجيعها من قبل مالكيها مما أدى الى اكتسابها سمعة واسعة على الصعيد الداخلي والدولي أدت الى أن أصبحت هذه العلامة مشهورة، ولها قيمة معنوية ومالية في السوق أكسبتها حماية خاصة.

والاهتمام بالعلامة التجارية مبرر على أن اسما العلامة التجارية التي لها محل تجاري وشهرة عالمية وفي البلد المطلوب حمايتها فيه جديرة بأن تعطى مالكيها الحق في حمايتها، اضافة الي ان تسجيل علامة تجارية مماثلة أو مشابهة لعلامة مشهورة لدرجة التضليل واستعمالها غالباً ما يكون بمثابة

<sup>1</sup>اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية - سنة 1883م - مادة (6).

ضرب من ضروب المنافسة غير المشروعة ويسيء الى مصالح الجمهور الذي يلتبس عليه الامر بسبب استعمال علامة تجارية متعارضة مع العلامة المشهورة، سواء لبيع السلعة نفسها او السلع التي تميزها العلامة التجارية المشهورة.

ولما للعلامات المشهورة من أهمية سواء على المستوى الدولي أو على الصعيد الداخلي فقد تناولت الاتفاقيات الدولية العلامة المشهورة ووضعت لها احكاما خاصة، حيث وضعت اتفاقية باريس في المادة 6 (ثانيا) أحكاما خاصة لحماية العلامة المشهورة فأوجبت على الدول الأعضاء في اتحاد باريس أن ترفض طلب تسجيل أو تبطل تسجيل أو تمنع استعمال أي علامة تشكل نسخا أو تقليداً لعلامة ترى السلطة المختصة في الدولة أنها علامة مشهورة إذا كان استعمال تلك العلامة بصدد منتجات مماثلة أو مشابهة يؤدي إلى وقوع لبس أو تضليل. هذا الحكم يقرر حماية من نوع خاص للعلامة المشهورة، ولو لم تكن مسجلة<sup>1</sup>.

من جانب اخر، لا تنشأ الحماية المقررة للعلامة المشهورة من تسجيلها أو استعمالها، وإنما تنشأ من مجرد كونها شائعة الشهرة في الدولة التي يراد حمايتها فيها، ولو لم تكن مسجلة.

اما اتفاقية تريبيس فقد توسعت في تحديد مفهوم العلامات التجارية المشهورة. حيث وضعت ضابطا عاما يمكن للدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية الاسترشاد به في تحديد مفهوم العلامة المشهورة، إذ نصت المادة 16 فقرة 2 على أنه ... " وعند تقرير ما إذا كانت العلامة التجارية

---

<sup>1</sup>ندوى ، خاطر حمد - شرح قواعد الملكية الفكرية والملكية الصناعية - ط1- دراسة مقارنة بين القانون الاردني والاماراتي والفرنسي - 2005- ص290.

مشهورة تراعى البلدان الأعضاء مدى معرفة العلامة التجارية في قطاع الجمهور المعنى بما في ذلك معرفتها في البلد العضو المعنى نتيجة ترويج العلامة التجارية".

ايضا، اوجدت اتفاقية تريبس نظاما جديدا في نطاق الحماية المقررة للعلامة المشهورة فحظرت استخدام العلامة المشهورة إذا كانت مسجلة على سلع أو خدمات غير مماثلة للسلع أو الخدمات التي تستخدم العلامة في تمييزها، إذا توافر شرطين : الأول: أن يؤدي استخدام العلامة المشهورة على السلع أو الخدمات غير المماثلة إلى الاعتقاد بوجود صلة بين تلك السلع أو الخدمات غير المماثلة وصاحب العلامة المشهورة المسجلة. والثاني : أن يؤدي استخدام العلامة على سلع غير مماثلة إلى احتمال المساس بمصلحة صاحب العلامة وتعرضه للضرر .

بناء على ما سبق فاصبح غير مقبول قانونيا تسجيل "كوكاكولا للأقمشة او مارسيدس للزجاج او نايك للمأكولات. اي ان الاتفاقيات الدولية منعت استخدام علامات مماثلة او شبيهه للعلامات التجارية المشهورة حتى ان كانت مغايرة في المنتج.

كذلك فعلت غالبية التشريعات العربية ومن ضمنها القانونين الاردني والمصري إلا ان اي منها لم تضع معايير واضحة عن معيار الشهرة الذي يمكن أ، يحدد أن هذه العلامة مشهورة دون غيرها<sup>1</sup>.

وعادة يتم التعرف على مدى شهرة العلامة التجارية من خلال، جملة عوامل، كدرجة الصفة الفارقة التي تتمتع بها العلامة، ودرجة الثقة التي اكتسبتها العلامة، ودرجة الانتشار التي وصلتها العلامة،

---

<sup>1</sup>تندوى ، خاطر حمد – شرح قواعد الملكية الفكرية والملكية الصناعية - ط1- دراسة مقارنة بين القانون الاردني والاماراتي والفرنسي - 2005- ص290.

ودرجة الجودة التي تتمتع بها البضائع التي تحمل العلامة، ودرجة الدعاية والاعلان للعلامة وغير ذلك<sup>1</sup>.

وحيث ان ارتباط العلامة التجارية بالبضائع التي تستعمل من اجل تميزها، فإن بالتبعية نجد أن شهرة الأولى يؤدي الى شهرة الثانية لارتباطهما معا، لذلك نرى بأن استعمال العلامة المشهورة من قبل الغير قد يوحي للمستهلك بوجود صلة تجارية بين بضائع هذا الغير وبضائع مالك العلامة المشهورة بصورة غير محقة، ليس فقط بالبضائع التي يتعاطى بها بالفعل، بل وفي تلك التي لا يتعاطى بها اصلا، وتظهر هذه المشكلة بصورة اكبر جدية في حالة اذا لم يكن مالك العلامة المشهورة قد قام بتسجيلها بعد في الخارج او لم يكن قد باشر استعمالها في الاسواق العالمية، وأرى أن هذا الامر الذي يعمل على اثاره مشاكل كبيرة امام مالكي تلك العلامات في الحفاظ على حقوقهم فيها، والدافع عنها في البلدان التي لم تسجل او تستعمل فيها تلك العلامة.

### العلامة التجارية المحلية (الوطنية)

وهي العلامة التي اعطى المشرع الحق لمواطني الدولة من الاشخاص الطبيعيين او الاعتباريين الذين يزاولون أي عمل من الأعمال التجارية او الصناعية او الحرفية، أو الخدمية او الاجانب من الاشخاص الطبيعيين او الاعتباريين المقيمين على اراضي الدولة ويزاولون اي عمل من الاعمال التجارية او الصناعية او الحرفية او الخدمية في الدولة تسجيلها فيها ، واخذ تسجيلها الصفة الرسمية وفقا لأحكام القانون واصبحت معروفة لدى مواطني هذه الدولة مثلا في الاردن ألبان حمودة، ادوية

---

<sup>1</sup>صلاح زين الدين – العلامات التجارية وطنيا ودوليا- مرجع سابق - ص79.

الحكمة، حلويات عرفات، فندق ريجنسي بالاس، ملح ساسا، مياه الكوثر، شركة الطيران الملكية الأردنية<sup>1</sup>.

### الفرع الثالث: العلامات التجارية الفردية والجماعية

العلامات التجارية من حيث اشخاص مالكيها نوعين:

#### النوع الأول: العلامة التجارية الجماعية

شرط هذه العلامة هو ان يكون مالكيها اكثر من جهة واحدة ولها شخصيتها الاعتبارية، كما يمكن أن تكون هذه العلامة غير تجارية في غايتها، مثل اتحاد الجمعيات الخيرية والنقابات المهنية والجامعات، بحيث هدف هذه الهيئات غير تجاري وهي على شكل هيئة ذات نفع عام.

تعرف العلامات التجارية الجماعية بانها " العلامة التي يستخدمها الشخص الاعتباري لتصديق مصدر بضائع ليست من صنعه او المواد المصنوعة منها أو جودتها أو طريقة انتاجها أو الدقة المتبعة في صنعها أو غير ذلك من الخصائص ومميزات لتلك البضائع، وتعود اهمية هذا النوع من العلامات هو اظهار أن البضائع التي وضعت عليها هذه العلامة، قد جرى فحصها وتصديقها من قبل الجهة الاقتصادية مالكة العلامة الجماعية، فدور هذه العلامة دور رقابي، كونها تدل على مواصفات وبيانات المنتجات من حيث النوعية والجودة والمصدر وطريقة الصنع"<sup>2</sup>. وقد تأخذ العلامة الجماعية إحدى الصور التالية:

<sup>1</sup>محمود علي الرشدان - العلامات التجارية - ط1- دار المسيرة للنشر والتوزيع - عمان - 2009 - ص15.  
<sup>2</sup>صلاح زين الدين - العلامات التجارية وطنيا ودوليا- مرجع سابق - ص 74.

## علامة الشهادة (الرقابة/ التصديق)

وهي العلامة التي يستدل فيها على مصدر البضائع وطبيعتها وجودتها وطريقة صنعها ونوعيتها.. الخ. فهي تدل على مواصفات وبيانات البضائع، والمنتجات والسلع، سواء من حيث النوعية أو من حيث الجودة المصدر أو من حيث طريقة الصنع.

وتلعب العلامة الرقابية دورا مهما في توفير الثقة لدى المستهلك، حول مصدر البضائع والمواد الداخلة في تركيبها وطريقة تصنيعها ونوعيتها وجودتها.

فالهدف من العلامة الرقابية، هو اظهار أن البضائع التي وضعت عليها قد جرى فحصها وتصديقها من قبل جهة مؤهلة لذلك، وبما يتعلق بصفات معينة للبضاعة كالمصدر والمواد وطريقة التصنيع والنوعية... الخ.

## علامة الروابط التجارية

وهي العلامات التي تدل على علاقة بين الانتاج التجاري واعضاء رابطة معينة من أجل تميزه عن انتاج غيرها من الروابط.

وعلامة الروابط (جمعيات، مؤسسات، نقابات ) التجارية لها تاريخ طويل، ومع اعادة ظهور الروابط التجارية في زمننا الحديث، فإن الحاجة لعلامات مشتركة لتستعمل من قبل الاعضاء، وأصبحت أكثر الحاحا وأن مجالات ومهام تلك العلامات أصبحت أكثر اتساعا مقارنة بالماضي، كونها تعني بالدلالة على بعض معايير الجودة او الحرفية المطلوبة من قبل الروابط التجارية التي تستخدم هذا

النوع من العلامات بقصد ضمان المنتج لذا، فإن هذا النوع من العلامات يشكل صور الكفالة من قبل الرابطة التجارية للبضائع التي تحمل علامة تلك الرابطة.

### العلامة التعاونية

تعرف العلامة التعاونية بأنها اية اشارة ترمز الى جهة غير تجارية ( تعاونية ) وهي تستعمل في المجال الذي يتعلق بالبضائع او الخدمات ذات الصفات المشتركة لتمييزها عن البضائع التي ليست لها مثل في هذه الصفات، أي انها تعرف البضائع ذاتها.

والعلامة التعاونية تكون ملكا للجمعية أو المنظمة أو الرابطة، وشارة لأعضائها الذين عليهم الالتزام بالأنظمة المحددة لهذا الاستعمال، وعليه فوظيفة العلامة التعاونية الرئيسية هي الدلالة على العلاقة مع الجمعية أو المنظمة المالكة للعلامة.

ومن ضمن وظائفها الاخرى إبراز الملامح الخاصة للإنتاج الذي استخدمت عليه، واي مؤسسة لها الحق باستعمال علامة تعاونية، اضافة الى علامتها الخاصة، ويمكن لشعار نقابة المحامين الاردنيين يدخل ضمن هذا النوع من العلامات، وتعامل هذا النوع من العلامات معاملة العلامات الجماعية

ويجب ان يشترط في العلامات الجماعية لغايات تسجيلها<sup>1</sup> ان تكون ذات صفة فارقة من حيث الاسماء والحروف او الارقام او الاشكال او الالوان او غير ذلك او اي مجموعة منها قابلة للإدراك عن طريق النظر<sup>2</sup>.

ومن جانب آخر نجد أن العلامة التجارية الجماعية شخصا معنويا خاصا او عاما او تنظيما نقابيا وتستهدف مصلحة عامة او لتشجيع تطور التجارة او الصناعة الخاصة بهم.

وبذلك تكون هناك علامة جماعية عامة وقد تكون دولية او اقليمية او محلية وتشير الى مصدر المنتجات المقترنة بها وتكون علامة جماعية خاصة، واذا كان الشخص المعنوي الذي يملكها تابعا للقانون الخاص كجمعيات المنتجين او التجار، وقد يوفر وجود هذه العلامة درجة من الجودة في السلعة او طريقة معينة للإنتاج والعلامات الجماعية تظهر وتختفي بوجود الجمعيات الفنية والحرفية والنقابات، وهي تدافع عن مجموعة من الصانع والتجار.

ويمكنني تعريف العلامة الجماعية بإيجاز : هي علامة تستعملها عدة مشروعات اقتصادية تنتج نوعا معينا من المنتجات ويجمعها اتحاد او مؤسسة تسعى الى تحقيق المصالح المشتركة للمشروعات المتحدة، ويقضي الامر تركيز الانتاج وتنظيم البيع ورقابة الانتاج فتحمل المنتجات تلك المشروعات علامة تجارية واحدة.

## النوع الثاني: العلامة التجارية الفردية

<sup>1</sup>استنادا لأحكام المادة (1/10) من قانون العلامات التجارية الباحثة في العلامات الجماعية ما ينطبق على تسجيل العلامات التجارية الواردة في المادة (1/7) من ذات القانون.  
<sup>2</sup>محمود علي الرشدان - مرجع سابق - ص15.

وهي التي يملكها شخص واحد سواء كان شخصا طبيعيا او اعتباريا كتاجر او كشركة او مؤسسة خاصة كانت او عامة ومهما كانت غايتها صناعية او تجارية او خدمية ومن امثلة ذلك على شركة ببسي كولا، الماكدونالذ، نوكيا، موفنبيك، محطة الجزيرة الفضائية.

كما تنقسم العلامات ايضا من حيث البضائع والمنتجات التي تحملها الى علامات منفردة وعلامات الاسرة، فالعلامات المنفردة في الحالة التي تكون فيها عدة منتجات او سلع تعود لشركة واحدة ولكل هذه المنتجات علامة خاصة بها، ومن الامثلة على ذلك المنشأة العامة للزيوت النباتية في العراق، تنتج العديد من المنتجات بتسميات متعددة، فمجموعة الصابون عديدة منها (شهرزاد- هناء - داليا - صحة ) وكل سلعة لها خاصية مميزة عن الاخرى والحالة نفسها مع مساحيق الغسيل وباقي المنتجات.

اما علامات الاسرة فيتلخص مفهوم هذه العلامات لدى الشركات الشهيرة بمنتجاتها التي تحرص على اتخاذ علامتها التجارية اساسا للتعريف بمنتجاتها.

فشركة Johnson&Johnson لتقديم منتجات التنظيف والتجميل للأطفال مثلا اتخذت هاتين الكلمتين علامة تجارية لمنتجاتها بحيث ان كل منتجاتها تحمل هذه العلامة اضافة الى اسم السلعة مثال ذلك:

- Johnson's prickly heat powder.
- Johnson's Body shampoo.

- Johnson's Body lotion.<sup>1</sup>

## المبحث الثاني: الحماية الجزائرية للعلامة التجارية

إذا تم تسجيل العلامة التجارية بعد استيفائها للشروط والأوضاع المقررة قانوناً، فإنها حينئذ، تكون متمتعة بالحماية المقررة لها قانوناً طوال فترة تسجيلها، والتي تصل إلى مدة 7 سنوات حسب القانون الساري المفعول في الأراضي الفلسطينية في المادة 20 والتي نصت:

" مدة ملكية حقوق العلامة التجارية سبع سنين من تاريخ تسجيلها غير أنه يجوز تجديد تسجيلها من حين إلى آخر وفقاً لأحكام هذا القانون شريطة أن يسري نص هذه المادة فيما يتعلق بالمدة على الطلبات التي تقدم بعد نفاذ هذا القانون وأن لا يشمل أية علامة تجارية سجلت بمقتضى أي قانون سابق." خلافاً للقانون الأردني والمصري وأغلب القوانين المقارنة اللتان منحت مدة حماية أطول وهي 10 سنوات.

وهناك الكثير من صور الاعتداء على العلامات التجارية، وقد حظر المشرع منها وهي تكمن في التالي:

- تزوير علامة تجارية متى تم تسجيلها طبقاً للقانون أو تقليدها بطريقة تدعو إلى تضليل الجمهور.
- استعمال علامة تجارية مزورة أو مقلدة بسوء قصد.

---

<sup>1</sup>حسين عقيل عابد – التسجيل الدولي للعلامات التجارية والجرائم المتعلقة به – ط1- المصرية للنشر والتوزيع – مصر - 2018 - ص21

- وضع علامة تجارية مملوكة للغير على منتجات.
- بيع او العرض للبيع او التداول او الحيازة بقصد البيع او التداول منتجات عليها علامة تجارية مزورة او مقلدة او موضوعه بغير حق مع العلم بذلك.
- كل من يقدم علامة تجارية للغير على انها مسجلة وهي غير مسجلة.

ويتضح من ذلك ان التزوير المعتبر هو الذي يقع على العلامة التجارية المسجلة تسجيلًا قانونيًا وقائمًا، يتم باصطناع علامة تجارية مطابقة بكل جزئياتها للعلامة الاصلية بقصد الغش بحيث يؤدي التزوير الى وقوع خلط او لبس يظل الجمهور، اما التقليد فهو اصطناع او محاكاة علامة تجارية تقليدا لعلامة تجارية مسجلة قانونًا، او مشابهة لها في شكلها سواء وصل التشابه الى درجة التطابق ام لم يصل ويعود الى قدرة المقلد والوسائل المتبعة.

ولكي يستطيع المنتج او التاجر او مقدم الخدمة من ممارسة سلطاته على العلامة التي يستخدمها لتمييز نتاجه او بضائعه او خدماته، لا بد له ان يحصل على مركز قانوني سليم يمكنه من ذلك، ويكون الحصول على هذا المركز باكتساب ملكية العلامات التجارية وبالكيفية التي حددها القانون.

من جانب اخر لا تمنح الحماية الجزائية الا للعلامة التجارية المسجلة اما العلامات التجارية الغير مسجلة لا يبقى لها الا المطالبة بترقيتها وهذا ما نصت عليه المادة 34 من قانون العلامات التجارية الفلسطينية لسنة 1952 والتي نصت:

" لا يحق لأحد أن يقيم دعوى بطلب تعويضات عن أي تعد على علامة تجارية غير مسجلة في المملكة الأردنية الهاشمية إلا أنه يحق له أن يقدم الدعوى لإبطال علامة تجارية سجلت في المملكة

الأردنية الهاشمية من قبل شخص لا يملكها بعد أن كانت مسجلة في الخارج إذا كانت الأسباب التي يدعيها هي الأسباب الواردة في الفقرات 6 و7 و10 من المادة (8) من هذا القانون.

### **المطلب الأول: حماية العلامة التجارية بناءً على الجرائم الواقعة عليها**

لقد رسم المشرع الاردني حدود الحماية الجزائية للعلامة الجزائية في المادة 38 من قانون العلامات الاردني رقم 33 لسنة 1952، والمادة 3 من قانون علامات البضائع الاردني رقم 19 لسنة 1953، وهذه المواد تضمنت الافعال التي تشكل تعد على الحق في العلامة التجارية والعقوبة المقررة بحق مرتكب ذلك التعدي او حاول ارتكابه او ساعد فيه او حرض عليه<sup>1</sup>.

وان تسجيل العلامة التجارية وفقا للأصول المقررة بهذا الشأن يترتب عليه اثر مهم، يتمثل في ان الحق في العلامة يصبح له حماية جزائية، اضافة الى الحماية الحقوقية اذ يصبح الاعتداء على الحق في العلامة التجارية يشكل جريمة يعاقب عليها القانون متى كانت العلامة مسجلة، فالتسجيل شرط اساسي لابد من توافره حتى تقوم الحماية الجزائية للحق في العلامة في حالة الاعتداء عليه، فالحماية الجزائية للعلامة تدور وجودا وعدما مع التسجيل، وتجمع التشريعات المختلفة على تعليق الحماية الجزائية للعلامة على شرط تسجيلها وفقا للإجراءات الشكلية المتبعة في كل تشريع، فقد نصت المادة 33 من قانون العلامات التجارية المصري على انه " يعاقب بالحبس مدة لا تتجاوز سنتين وبغرامة لا تقل عن خمسين جنيه ولا تزيد عن ثلاثمائة جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين، كل من زور علامة تم تسجيلها طبقا للقانون او قلدها بطريقة تدعو الى التضليل الجمهور، كما ان

<sup>1</sup>صلاح زين الدين – الملكية الصناعية والتجارية – ط3- دار الثقافة للنشر والتوزيع – عمان -2012م-ص400.

اكتساب العلامة يكون عن طريق واقعة مادية تتمثل في سبق استعمال تلك العلامة كما يكون بالإجراء الشكلي الذي يتمثل في تسجيلها<sup>1</sup>.

ان اثر تسجيل العلامة التجارية يختلف من تشريع الى اخر، وعلية ذلك الاختلاف يرجع الى الإجراءات التي يحددها كل تشريع للجهة المختصة بالتسجيل- بإجراء فحص العلامة المطلوبة تسجيلها او عدم فحصها قبل القيام بتسجيلها، ونوعية ذلك الفحص ومداه من الناحية الموضوعية او الشكلية في حاله اجرائه ونتيجة لذلك نجد ان بعض التشريعات يجعل للتسجيل اثرا مقررًا لملكية العلامة كما في التشريع الفرنسي<sup>2</sup>، نتيجة لذلك نجد بعض التشريعات يجعل للتسجيل أثرا مقررًا لملكية العلامة، والبعض يجعل للتسجيل اثرا منشأ لها كما في التشريع الألماني<sup>3</sup>، في حين نجد تشريعات قد جعلت للتسجيل أثرا منشأ مؤجلا لملكية العلامة كما في النظام الإنجليزي، ومن الدول التي تأخذ به سوريا ومصر وسعودية، وعلى الصعيد الدول الغير عربية امريكا وايطاليا واليابان<sup>4</sup>.

ان الاعتداء على العلامة التجارية بتزييفها او تقليدها هو فعل ضار لكل من المنتج والمستهلك والدولة على حد سواء، وهو يسيء للمنتج ذاته في انه يضعفه ويضعف من جودته في الاسواق، وبالتالي يجعل منتج الدولة غير مستهلك كما يجب فيؤثر في اقتصاد الدولة، ولذلك لا بد من وجود حماية قانونية للعلامات التجارية، تحمي العلامة مدنيا وجزائيا وتقرر عقوبة رادعة لكل من يزور او يقلد علامة تجارية.

---

<sup>1</sup>صلاح زين الدين- العلامات التجارية ووطنيا ودوليا- مرجع سابق - صفحة (126،127).  
<sup>2</sup>وهناك دول كثيرة تأخذ بهذا النظام منها العربية، وغير العربية ، مثال الدول العربية تونس ومثال الدول الغير عربية هولندا وبلجيكا.  
<sup>3</sup>ويلاقي هذا النظام تطبيقا له العديد من الدول العربية والدول الغير عربية، ومثال الدول العربية لبنان، ومثال الدول الغير عربية روسيا الاتحادية والأرجنتين.  
<sup>4</sup>مصطفى كمال طه، القانون التجاري اللبناني، ط2، الجزء الاول، دار النهضة العربية، بيروت، 1975، ص318.

نصت المادة (38) من قانون العلامات التجارية الاردني على ما يلي:

1. يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن ثلاثة أشهر ولا تتجاوز سنة واحدة او بغرامة لا تقل عن مائة دينار ولا تتجاوز ثلاثة الاف دينار او بكلتا هاتين العقوبتين كل من ارتكب بقصد الغش فعلا من الافعال التالية:

أ- زور علامة تجارية مسجلة وفقا لأحكام هذا القانون، او قلدها بطريقة تؤدي الى تضليل الجمهور، او وسم داخل المملكة علامة تجارية مزورة او مقلدة على ذات الصنف من البضائع التي سجلت العلامة التجارية من اجلها.

ب- استعمل دون حق علامة تجارية يملكها الغير على الصنف ذاته من البضاعة التي سجلت العلامة التجارية من اجلها.

ت- باع او اقتنى بقصد البيع او عرض للبيع بضاعة تحمل علامة تجارية يعتبر استعمالها جرما بمقتضى البندين (أ) و (ب) من هذه الفقرة وكان لديه علم مسبق بذلك.

2. بالرغم مما ورد في الفقرة (1) من هذه المادة يعاقب الاشخاص الذين يبيعون او يعرضون للبيع او يقتنون بقصد البيع بضاعة تحمل علامة تجارية يعتبر استعمالها جرما بمقتضى البندين (أ) و (ب) من الفقرة (1) من هذه المادة بغرامة لا تقل عن خمسين دينارا ولا تتجاوز خمسمائة دينار.

3. تسري أحكام الفقرة (1) من هذه المادة على كل من شرع في ارتكاب اي فعل من الافعال المنصوص عليها في هذه الفقرة او ساعد او حرض على ارتكابها.1.

<sup>1</sup>انظر، محمود علي الرشدان- مرجع سابق- ص (131-132)

كما نصت المادة (33) من قانون العلامات التجارية الاردني على ما يلي :-

1. كل من يقدم علامة تجارية على انها مسجلة مع انها غير مسجلة يعاقب بغرامة لا تتجاوز خمسين دينارا على كل جرم.

2. ايفاء للغاية المقصودة من هذه المادة يعتبر الشخص نه قدم علامة تجارية على انها مسجلة اذا استعمل لفظة (مسجلة ) فيما يتعلق بتلك العلامة او ايه الفاظ تدل صراحة او ضمنا على ان تلك العلامة قد سجلت.1

كما يجب ان ننوه الى اثر الحماية الجزائية على الادعاء بالحق الشخصي، ويمكن ان نبين ذلك من خلال ما جاءت به التشريعات المقارنة، ونخص بالذكر القانون الاردني والقانون المغربي<sup>2</sup>، بالنسبة للمشرع الاردني فقال بأنه تختلف الدعوى الجزائية عن الدعوى المدنية سواء من حيث الموضوع او الهدف او الطبيعة، لذلك فمن المنطقي ان تقام الدعوى الجزائية امام القضاء الجزائي وان تقام الدعوى المدنية امام القضاء المدني باعتباره صاحب الاختصاص الاصيل في ذلك، ما يتيح للقاضي الجزائي التفرغ للبحث بمسألة وقوع الجرم ونسبته للمشتكى عليه وفرض العقاب الملائم له، وبالرجوع الى كل من قانون العلامات التجارية الاردني رقم 33 لسنة 1952 المعدل والى قانون علامات البضائع الاردني رقم 19 لسنة 1953 نجدها قد خلت من نص يبين ما اذا كان من الجائز اقامة دعوى مدنية تبعا للدعوى الجزائية، الامر الذي يوجب الرجوع الى القواعد العامة في ذلك، حيث

قانون العلامات التجارية الاردني - رقم 33- سنة 1952- مادة رقم (33)<sup>1</sup>

<sup>2</sup>نسليم خالد شواور- مرجع سابق -ص247.

نصت المادة السادسة من قانون أصول المحاكمات الجزائية الاردني رقم 9 لسنة 1961 المعدل بموجب القانون رقم 16 لسنة 2001 على ما يلي<sup>1</sup>:

1-يجوز إقامة دعوى الحق الشخصي تبعاً لدعوى الحق العام أمام المرجع القضائي المقامة لديه هذه الدعوى كما تجوز إقامتها على حدة لدى القضاء المدني، وفي هذه الحال يتوقف النظر فيها إلى أن تفصل دعوى الحق العام بحكم مبرم.

2-إذا أقام المدعي الشخصي دعواه لدى القضاء المدني فلا يسوغ له العدول عنها وإقامتها لدى المرجع الجزائي.

3-ولكن إذا أقامت النيابة العامة دعوى الحق العام جاز للمدعي الشخصي نقل دعواه إلى المحكمة الجزائية ما لم يكن القضاء المدني قد فصل فيها بحكم في الأساس.

اما المشرع المغربي، بالرجوع الى نص المادة 205 من قانون حماية الملكية الصناعية المغربي رقم 17.97 المعدل نجدها تنص على ما يلي<sup>2</sup>: لا يجوز ان تقام الدعوى العمومية الا بشكوى من الطرف المتضرر ما عدا في حالة مخالفة للأحكام الواردة في المواد 24(أ) و113(أ) و135(أ) و(ب) أعلاه، التي يرجع الحق فيها للنياية العامة، ولا يجوز للمحكمة الجنحية أن تثبت في الامر إلا بعد صدور حكم اكتسب قوة الشيء المقضي به عن المحكمة المرفوع اليها التحقق من ثبوت الضرر، ولا يجوز اثاره الدفوعات التي يستمدها المدعى عليه من بطلان سند الملكية الصناعية او

---

<sup>1</sup>قانون أصول المحاكمات الجزائية الاردني المعدل - رقم (16) - سنة 2001 - مادة (6).  
<sup>2</sup>قانون حماية الملكية الصناعية المغربي المعدل- رقم (17.97) - سنة 2014 - مادة (205).

من المسائل المتعلقة بملكية السند المذكور أمام المحكمة الجنحية، تتقدم الدعاوى المدنية والجنائية المنصوص عليها في هذا الباب بمضي ثلاث سنوات على الأفعال التي تسببت في اقامتها، توقف الدعوى المدنية المقامة تقادم الدعوى الجنائية.

ولكن بعد ذلك جاءت المادة 1/227 ونصت على ما يلي، "يجوز للنيابة العامة، ودون تقديم شكاية من جهة خاصة او من مالك حقوق، أن تأمر تلقائيا بمتابعات ضد كل مساس بحقوق مالك شهادة تسجيل علامة صنع او تجارة او خدمة كما تم تعريفها على التوالي في المادتين 154 و155، استثناء من احكام الفقرة الثانية من المادة 205 أعلاه تبت المحكمة الجنحية في هذه الحالة في الدعوى العمومية المرفوعة اليها"، ويمكننا ان نستنتج بأن المشرع المغربي بعد التعديل الذي ادخله قد ميز في الأثر المترتب على الدعوى المدنية في حالة وجود دعوى جزائية متعلقة بنفس الوقائع وذلك حسب جهة تحريك الدعوى العمومية إذا ما كانت بشكاية من الطرف المتضرر ام من النيابة العامة تلقائيا، حيث توقف الدعوى العمومية اذا كانت بشكاية من المتضرر الى حين البت في الدعوى المدنية، بينما اذا تم تحريك الدعوى العمومية تلقائيا من النيابة العامة ودون شكاية من مالك العلامة، فإنه بعد تحريك الدعوى العمومية، واحالتها الى المحكمة الجنحية فإن على هذه الاخيرة البت في الدعوى العمومية المرفوعة اليها<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup>تنسيم خالد شاوره- مرجع سابق - ص(250-252).

## الفرع الأول: جريمة تقليد وتزوير العلامات التجارية

لقد عرف التزوير بأنه "تحريف مفتعل للحقيقة في الوقائع والبيانات التي يراد اثباتها بصك او مخطوط يحتج بها، نجم او يمكن ان ينجم عنه ضرر مادي او معنوي او اجتماعي".

التزوير هو النقل الحرفي للعلامة التجارية ويرى البعض ان التزوير هو نقل العلامة نقلا مطابقا او نقل الاجزاء الرئيسية منها بحيث تكاد تكون العلامة المزورة مطابقة للعلامة الاصلية، فلا يهم وفقا لهذا الرأي ان يكون تزوير العلامة شاملا لكل العلامة ولا يهم ان يكون نقلا طبق الاصل للعلامة.

ونجد ان الفرق بين التزوير والتقليد هو ان الاول نقل مطابق للعلامة كلها دون تعديل او اضافة، اما التقليد فهو صنع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية رغم وجود اختلاف بينهما، مما يوقع المستهلك المتوسط الحرص في الخطأ وعدم التمييز بين العلامة الحقيقية والمقلدة نظرا للخلط واللبس بينهما، ويلجأ المقلد في العادة الى اضافة اشياء طفيفة او يتعمد ازالة جزء منها او تغيير في لونها او حروفها حتى يوهم الغير عند ضبطها انه ادخل بعض التعديلات على العلامة الحقيقية، ويراعى عند مقارنة العلامة المقلدة مع العلامة الحقيقية ان ينظر اليهما على وجه التابع وليس متجاورين، ويعتبر الفعل مكونا لجريمة التزوير او التقليد اذا ما تم تقليد العلامة او تزويرها فعلا ولو لم يستخدم او توضع على المنتجات لتمييزها<sup>1</sup>.

ولذلك يمكن ان نقول بأن مسألة تقدير التشابه بين العلامات التجارية لا بد فيها ان يتم الاخذ بأمر معينة، كالفكرة الاساسية التي تنطوي عليها العلامة التجارية، والمظاهر الرئيسية للعلامة لا تفاصيلها

---

<sup>1</sup>حسين عقيل عابد- مرجع سابق - ص 262.

الجزئية، ونوع البضاعة التي تحمل العلامة، واحتمال وقوع التباس بينها وبين العلامة الأخرى عن طريق النظر إليها أو سماع اسمها، وعدم افتراض ان المستهلك عند شراء البضاعة يفحص علامتها التجارية فحصا دقيقا ويقارنها بالأخرى.

### ووسائل التزوير تكمن في الآتي:

يعاقب بالأشغال الشاقة... أما بإساءة استعمال إمضاء أو ختم أو بصمة إصبع أو اجمالا بتوقيعه إمضاء مزورا وإما بصنع صك أو مخطوط، واما بما يرتكبه من حذف أو اضافة تغيير في مضمون صك أو مخطوط<sup>1</sup>.

ويتضح من هذه النصوص والنصوص الواردة في المادة (38) من قانون العلامات التجارية، التزوير الذي يتم الاخذ به هو فقط الذي يجري بحق علامة تجارية مسجلة تسجيلا قانونيا، اما العلامات التجارية الغير مسجلات فلا يكون لها حماية جزائية بل يقتصر على الحماية المدنية فقط.

### الفرع الثاني: بيع بضائع علاماتها التجارية مزورة او مقلدة

البيع هو تملك مال او حق مالي لقاء عوض<sup>2</sup>، وهذا العوض قد يكون نقدي او عيني، البيع المقصود هنا هو البيع بمعناه العام اي الذي يشمل كافة انواع البيوع التي تؤدي الى نقل الملكية للمنتجات او الخدمات التي تحمل علامة مزيفة او مقلدة، فالمشرع هنا يقصد عقاب كل من يقوم

<sup>1</sup>قانون العقوبات الاردني - رقم 16- سنة 1960- مادة رقم 260 و 262.  
<sup>2</sup>سميحة القليوبي- الملكية الصناعية- ط5- دار النهضة العربية- القاهرة- 2005- ص 274.

بالتعامل بالبيع او بغيره من العقود كالمقايضة بالعلامات التجارية المزيفة او المقلدة، ولكن خص البيع بالنص الصريح لانه يمثل الصورة المألوفة للتعامل بالمنتجات.

وايضا تعتبر جريمة بيع المنتجات او الخدمات التي تحمل علامة مزيفة او مقلدة واقعة سواء اكانت السلع المباعة مصنوعة داخل اقليم الدولة ام خارجها وسواء يراد بيعها داخل الاقليم ام لتصديرها لبيعها بالخارج<sup>1</sup>.

المشعر الاردني حرص على ردع جريمة الاعتداء على العلامات التجارية، فلم يضع عقوبة لمن يقلد او يزور العلامات التجارية فقط بل وضع ايضا عقوبة لمن باع او اقتنى للبيع علامة تجارية او مزورة، بل جعل عقوبة لمن يقوم بترويج البضاعة التي تحمل علامة تجارية مزورة او مقلدة بحيث شمل التجريم والبيع والاقتناء، ولهم ذات العقوبة، اي ان المشعر شمل التجريم البيع والاقتناء من اجل البيع او العرض من اجل البيع.

العنصر المادي لهذه الجريمة نجده في واقعة البيع والاقتناء او العرض لغايات البيع لبضاعة تحمل علامة تجارية مزورة او مقلدة.

العنصر المعنوي لهذه الجريمة نجده في علم المعتدي المسبق بأن البضاعة او المنتجات التي يقوم ببيعها او اقتنائها للبيع او يقوم بعرضها بقصد البيع تحمل علامة تجارية مزورة او مقلدة، حيث نرى بأن هذا العمل يحمل في طياته نية الاحتيال المؤدي الى انخداع الجمهور بحقيقة العلامة التجارية، وعلى مالك العلامة اثبات ذلك.

---

<sup>1</sup>مصطفى كمال طه- اساسيات القانون التجاري- ط1- منشورات الحلبي الحقوقية- بيروت – 2006- ص677.

ويستطيع المعتدي ان ينفى واقعة العلم المسبق لديه بأن هذه البضاعة تحمل علامة تجارية مزورة او مقلدة، كما لو اثبتت انه اشترى هذه البضاعة من شركات او اشخاص يتجرون بمثل هذه البضاعة ولهم سجل تجاري بذلك، وان الثمن الذي دفعه يقارب الثمن في الاسواق على ان تكون هذه البيانات الموثقة خطية من الجهات التي تم الشراء منها، والمسألة تعود الى محكمة الموضوع التي تستخلص حسن نية المعتدي من ظروف ووقائع الدعوى<sup>1</sup>.

كما نعلم فإن العلامة التجارية هي من الاموال، فإنه يجوز ان تنتقل ملكيتها أسوة بغيرها من الاموال، ولكن هل يجوز نقل ملكيتها بمفردها ام انه يتعين الا تنتقل ملكيتها الا مع المتجر الذي تستخدم العلامة في تمييز منتجاته، أي هل يستطيع صاحب العلامة التجارية التصرف بها وحدها استقلالا عن المتجر؟ ام ان التصرف بالعلامة يجب ان يكون مرتبطا بالمشروع (المتجر)؟

موقف لتشريعات من التصرف بالعلامة التجارية قد تباين واختلف فيما بينهم، فالتشريع الاردني والمصري منه التصرف بالعلامة التجارية وحدها، بل ان التصرف يجب ان يكون مربوطا بالمتجر (المشروع التجاري)، فلا يجوز لمالك العلامة التجارية الحق في التصرف بعلامته وحدها دون المتجر التي تستخدم لتمييز منتجاته، بل يجب ان يكون التصرف بالعلامة التجارية مرتبطا بالمتجر، وهناك تشريعات اخرى جعلت هناك امكانية للتصرف بالعلامة التجارية وحدها دون ربطها بالمحل التجاري، مثل القانون اللبناني والقانون الفرنسي، فيكون لمالك العلامة التجارية الحق في التصرف بعلامته تصرف المالك في ملكه سواء كان التصرف بها وحدها دون المتجر او كان

---

<sup>1</sup>محمود علي الرشدان - مرجع سابق - ص143.

التصرف مرتبطا مع المتجر، وهناك تشريعات وقفت موقف وسط كالتشريع الانجليزي والتشريع الايطالي، بحيث انه يجوز لتصرف بالعلامة التجارية مستقلة عن المشروع (المحل التجاري) بشرط الا يحدث التصرف لبسا فيؤدي الى خداع الجمهور بشأن مصدر المنتجات<sup>1</sup>.

### الفرع الثالث: جريمة الاعتداء على علامة تجارية مملوكة للغير بدون مسوغ قانوني

تقوم هذه الجريمة عند الاستيلاء على علامة تجارية مسجلة حقيقة مملوكة للغير من شخص اخر دون وجه حق، واستعمالها على ذات صنف لم تسجل له اصلا دون ان تكون العلامة سجلت له اصلا ودون ان تكون العلامة المغتصبة مزيفة او مقلدة<sup>2</sup>.

هذه الجريمة منصوص عليها في قانون العلامات التجارية الأردني.

ويشترط لوقوع هذه الجريمة عدة شروط تتمثل فيما يلي:

- ان تكون العلامة التجارية المعتدى عليها مسجلة لدى سجل العلامات التجارية وفقا لأحكام القانون في ضوء ما بيناه سابقا.
- ان تكون العلامة التجارية المعتدى عليها مملوكة للغير وليس لمستعملها اي حق في استعمالها.
- ان تكون العلامة التجارية المستعملة من قبل الغير قد وضعت على الصنف ذاته من البضاعة التي سجلت العلامة التجارية من اجلها<sup>3</sup>.

<sup>1</sup>حسام الدين عبد الغني الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، (د.د)، القاهرة، 1993، ص(38،40،42).  
<sup>2</sup>صلاح زين الدين- مدخل الى الملكية الفكرية- دار الثقافة للنشر والتوزيع-عمان- 2004 - صفحة 274.  
<sup>3</sup>قانون العلامات التجارية الاردني - رقم (33)- سنة 1952- مادة (38) - فقرة (ب).

كما نصت المادة 37/1 من قانون العلامات التجارية الاردني على ما يلي : يعاقب بالحبس...كل من ارتكب بقصد الغش...أ -...أو وسم داخل المملكة علامة تجارية مزورة او مقلدة على ذات الصنف من البضائع التي سجلت العلامة التجارية من أجلها<sup>1</sup>.

ونلاحظ من هذه الجريمة انه المشرع بالرغم من انه ادرجها ضمن فقرات المادة (38) من قانون العلامات التجارية المتعلقة بالتزوير والتقليد الا انه لا علاقة لهذه الجريمة بالتزوير او التقليد او الوسم.

العنصر المادي لهذه الجريمة هو الاستعمال وهذا الاستعمال لا يقف عند البيع فقط بل الاقتناء ايضا، فلا يعقل ان يقف النص عند الاستعمال بمعناه الضيق، وان الاستعمال لا يمكن ان يقف عند الاستعمال لغرض شخصي حتى يعاقب عليه القانون، بل لابد ان يكون الاستعمال تجاريا، وان هذه الجريمة تقع بقيام احد شركات العطور وتعبئتها بمنتج تختلف في مواصفاته ومقاييسه التي يجب ان تحملها العلامة، وبيعها على اساس ان العلامة متطابقة مع المنتج والامر على خلاف ذلك.

والعنصر المعنوي يكمن في سوء نية مستعمل المملوكة للغير بالصورة السالفة الذكر وان ليس له الحق باستعمالها، وسوء النية هنا مفترض طالما ان للعلامة التجارية مسجلة، ما لم يتم الدليل على غير ذلك كأن يقدم المستعمل بينات بموافقة المالك او ان هناك عقدا بهذا الشأن لم تنتهي مدته، وان

---

<sup>1</sup>قانون العلامات التجارية الاردني - رقم (33)- سنة 1952- مادة (38) - فقرة (ب).

المالك ظن انه كذلك حينما تقدم بشكواه، والامر يعود تقديره بهذا الخصوص لمحكمة الموضوع تستخلصه من ظروف الدعوى والبيانات الواردة فيها<sup>1</sup>.

## المطلب الثاني: محل الحماية الجزائية للعلامة التجارية

الحماية الجزائية التي وضعها المشرع لم تكن قاصرة على حماية صاحب العلامة التجارية فقط، بل نجد بأن الحماية شملت المستهلك، حيث يتم حماية المستهلك من البضائع والخدمات التي تحمل علامة تجارية مسجلة التي تحمل علامة تجارية مقلدة او مزورة او تحمل علامة تجارية تم الاعتداء عليها باي شكل من اشكال التعدي، حماية المشرع شاملة للعلامة التجارية من كافة النواحي، ولذلك سأقوم ببيان محل الحماية الجزائية المباشرة والتي تكون عبارة عن حماية صاحب العلامة التجارية من اي تعدي على علامته المسجلة، وكذلك حماية المستهلك من الغش والتضليل الذي يقع فيه نتيجة شرائه لبضائع او خدمات تحمل علامة تجارية تم الاعتداء عليها بتقليدها او تزويرها.

هناك اسباب دفعت المشرع الجنائي الى فرض عقوبات وتجريم الاعتداء على العلامات التجارية وهي:

- ارادة المشرع في تحقيق الاستقرار الاقتصادي والتجاري بين الافراد.
- رغبة المشرع في القضاء على اهم وسائل خداع جمهور المستهلكين وغشهم في مصدر ما يرغبون شرائه من سلع وبضائع<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>محمود علي الرشدان - مرجع سابق- ص141.  
<sup>2</sup>محمد مصطفى عبد الصادق- الحماية القانونية للعلامات التجارية اقليميا ودوليا- ط1- دار الفكر والقانون- مصر- 2011- ص 322.

وهذا ما سأقوم بإيضاحه في التالي، حيث سأبين في الفرع الأول المحل المباشر للحماية الجزائية للعلامة التجارية وفي الفرع الثاني المحل الغير مباشر للحماية الجزائية للعلامة التجارية.

### الفرع الأول: المحل المباشر

الحماية التي قررها المشرع للعلامة التجارية تكون محلها المباشر هو حماية صاحب العلامة التجارية من اي تعدي يقع عليها، تشمل الحماية الجنائية الخاصة جريمة تزوير العلامات وجريمة اغتصاب العلامات وبيع المنتجات التي تحمل علامات مقلدة او مزورة.

الحماية الجنائية تقتصر على العلامات المسجلة دون غيرها، وتنصب على ذات الحق في العلامة ذاته بصرف النظر عن قيمة السلع او البضائع او الخدمات، والحماية الجنائية مقيدة من حيث الزمان والمكان، من حيث الزمان طيلة مدة سريان فترة التسجيل والقيود المكاني فهي محصورة داخل اقليم الدولة الا اذا كانت الدولة طرفا في المعاهدات الدولية، ولا تؤثر على الادعاء بالحق الشخصي اي يحق له رفع الدعوى المدنية امام المحكمة الجنائية او دعوى مستقلة امام محكمة مدنية.

والنيابة العامة هي المسؤولة عن تحريك هذه الدعوة وذلك بناء على شكوى من مالك العلامة.

وهذه هي المحل المباشر للحماية الجزائية، حيث تقع الحماية مباشرة لصاحب العلامة على اي اعتداء يقع على علامته التجارية المسجلة.

## الفرع الثاني: المحل غير المباشر

تطور أساليب الغش و التدليس في المنتجات و العلامات...، تطورت كذلك أساليب حماية المستهلك و محيطه منها، دون أن تصل هذه الحماية إلى ما يريده المستهلك نتيجة للتطور المستمر لأساليب تقليد العلامات الأصلية من أشخاص همهم الوحيد كسب أموال طائلة بغير وجه حق، الشيء الذي ألحق أضرارًا جسيمة بأصحاب العلامات الأصلية من جهة، و بجمهور المستهلكين من جهة ثانية من خلال الغش و التدليس و الخداع الذي يقعون ضحايا له. إنّ أضرارًا كهذه لم يكن للمجتمع الوطني و لا الدولي أن يُقرّها أو يعض الطرف عنها، ممّا استدعى المشرع و في سبيل مكافحة كل ما من شأنه المساس بالمستهلك، إلى توفير الحماية القانونية للعلامات و ما تُخوله من حقوق لأصحابها، لما لهذه الحماية من أثر بالغ في توفير الحماية للمستهلك، لأنّ حماية المستهلك تقتضي بالضرورة حماية قانونية فعّالة للعلامات التجارية. فوق ذلك إلى حدّ كبير من خلال قانون العلامات و قانون حماية المستهلك و قمع الغش، في توفير حماية شاملة مدنيًا و جزائيًا لكل من مالك العلامة من جهة، و للمستهلك البسيط من جهة أخرى<sup>1</sup>.

العلامات التجارية لها تأثير مباشر على الاقتصاد، لما لها من أهمية مباشرة على اقتصاد الدولة، يلاحظ المستهلك في حياته اليومية وجود و انتشار البضائع المقلدة والتي عادة ما تكون رديئة تأتي من مناشئ مختلفة من العالم، و انتشار هذه البضائع المزورة، التي تحمل علامات تجارية مقلدة تجعل من المستهلك مضلل ما بين الأصلي والمزور، ولذلك المشرع عمل على حماية العلامة التجارية بشكل غير مباشر من خلال حماية المستهلك من هذه البضائع المقلدة.

<sup>1</sup>موقع جامعة ابو البواقي- دور العلامة التجارية في حماية المستهلك – آخر دخول 2019/11/11 – انظر الى <http://bib.univ-oeb>

ونظرا الى المخاطر الكبيرة التي تنتج عن البضائع المقلدة والمغشوشة على الاقتصاد وعلى صحة المستهلكين يجب التصدي لهذه الظاهرة وايجاد الحلول الملائمة للقضاء عليها ولعل من ابرز هذه الاجراءات تلك التي تتعلق بالمستهلكين انفسهم الذين يحملون مسؤولية إبلاغ الجمعيات والقطاعات الحكومية المختصة عن أي حالة اشتباه بالغش، وكذلك يجب التأكد عند شراء تلك المنتجات من الحصول على فواتير شراء موضح فيها نوع المنتج وتاريخ الشراء، بالإضافة الى الحصول على بطاقة الضمان للساعات ووجود الرقم التسلسلي، وتجنب الشراء من الباعة المتجولين وشراء المنتجات ذات السعرالمخفض بشكل لا يمكن تصديقه.

كما لا يمكننا ان ننسى الدور الكبير الذي يجب ان تلعبه اجهزة الدولة للتصدي للانتشار البضائع المقلدة وحماية الصناعات المحلية ومكافحة الغش التجاري وفرض عقوبات صارمة وغرامة مالية بالإضافة الى تنفيذ حملات رقابية مستمرة وطوال السنة على المستودعات والأسواق ومنافذ البيع في مختلف مناطق ومباشرة بلاغات المستهلكين.

جريمة عرض بضائع تحمل علامة مزورة او مقلدة للبيع او احرازها بقصد البيع جرمها المشرع واعتبرها من صور الاعتداء على العلامة التجارية، وحسن ما فعل المشرع لان هذه الجريمة من أشمل واعم الجرائم التي تقع على ملكية العلامة التجارية، إذ احسن المشرع بتحريمه تلك الصور، لان في ذلك حماية لقطاع المستهلكين، فضلا عما فيه من حماية لحق مالك العلامة التجارية،

فالمشرع الاردني عندما قرر العقاب على ذلك، كان يهدف الى القضاء على المنافسة غير المشروعة  
أياً كانت وسيلتها<sup>1</sup>.

## الفصل الأول: تقليد العلامات التجارية

نبحث في هذا الفصل ماهية العلامات التجارية (المبحث الأول)، والأفعال التي تعتبر تقليد بالنسبة  
لهذه العلامات (المبحث الثاني)، والآثار المترتبة عليها (المبحث الثالث).

### المبحث الأول: ماهية تقليد العلامات التجارية

يعرف التقليد بأنه نقلًا حرفيًا وتامًا، بحيث تعتبر العلامة المقلدة صورة طبق الاصل من العلامة  
الحقيقية، والتقليد يحدث بكيفية غير مباشرة، بأن يكون من التشابه في المظهر العام بين العلامة  
المشوبة بالتقليد، والعلامة المسجلة في المظهر العام، مما يؤدي الى مجرد احتمال الخلط بينهما<sup>2</sup>.

نصت المادة 1/3 من قانون علامات البضائع الاردني على انه "كل من زور علامة تجارية...  
يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على سنة واحدة او بغرامة لا تزيد على مائة دينار او بكلتا هاتين  
العقوبتين ما لم يثبت انه قد فعل ذلك بدون قصد الاحتيال".

ويستفاد من هذا النص ان لجريمة تزوير العلامة او تقليدها عنصرين، عنصر مادي يتمثل في فعل  
التزوير او التقليد، وآخر معنوي يتمثل في قصد الاحتيال.

<sup>1</sup>صلاح زين الدين- الملكية الصناعية والتجارية- ص (414،415).  
<sup>2</sup>محمد مصطفى عبد الصادق-مرجع سابق - ص 322.

وجريمة التزوير تتكون من ركن مادي وركن معنوي، وان اكتشاف جريمة تقليد العلامة اقل صعوبة من تزويرها، وان مرتكب فعل التزوير بنقل العلامة الاصلية او الاجزاء الرئيسية منها نقلا تاما، بينما مرتكب التقليد قد يدخل بعض التعديلات على العلامة مع المحافظة على مظهرها العام.

وبالتالي اذا حصل فعل تقليد لعلامة تجارية بهذا المفهوم فإن ذلك يشكل جريمة يعاقب عليها القانون، ولتمام جريمة التقليد للعلامة التجارية يجب ان يتوافر فيها الاركان السابقة التي ذكرتها، حتى يمكننا القول بأن الجريمة تامة وأنها واقعة في محلها.

التقليد هو صناعة شيء او اصطناع محرر على مثل الاشياء التي يشملها القانون بحمايته، فلا يشترط ان يكون التقليد هو المحاكاة التي تدعو الى تضليل الجمهور والعبرة في استظهاره بأوجه الشبه بين العلامتين الصحيحة والمقلدة دون أوجه الخلاف.

#### **المطلب الأول: تعريف تقليد العلامات التجارية فقهاً وقانوناً وقضاءً**

والتقليد يعني من مفهومه صنع علامة تشبه في مجموعها العلامات الحقيقية بحيث يصعب على المستهلك العادي او متوسط الحرص التمييز بينهما فالفاعل في التقليد لا ينقل العلامة الحقيقية بأكملها انما يدخل بعض التعديلات عليها مع الاحتفاظ بمظهرها العام، كإدخال تغيير في اللون، او في وضع الصور، او الرسم، او في حجم الحروف، او اختيار صورة، او ارقام، او اسماء مشابهة.

تقليد العلامة التجارية في وجهة نظر القضاء يقوم على عدة مبادئ ومن أهمها:

المبدأ الاول، العبارة بأوجه الشبه بين العلامتين لا بأوجه الخلاف.

المبدأ الثاني، العبرة بالصورة العامة للعلامة التي تتطبع في الذهن بالنظر الى العلامة في مجموعها لا إلى كل عنصر من العناصر التي تتركب منها وما إذا كانت تشترك في جزء أو أكثر مما تحويه علامة أخرى.

المبدأ الثالث، العبرة في أوجه التشابه التي تعتبر تقليداً مجرماً قانوناً هي بما يخدم به المستهلك المتوسط الحرص والانتباه لا الرجل الفني وحده.

المبدأ الرابع، التشابه بين العلامتين من عدمه من المسائل الموضوعية التي تدخل في سلطة قاضي الموضوع بلا معقب عليه من محكمة النقض متى كانت أسبابه سائغة.

المبدأ الخامس، التزام محكمة ثاني درجة اجراء المضاهاة بين العلامتين بنفسها، اغفالها ذلك والاكتفاء بتريديد رأى محكمة الدرجة الأولى وعدم إعمال رقابتها الموضوعية في أمر يقوم على التقدير يعد قصوراً بما يستوجب نقض الحكم.

المبدأ السادس، اشتراك الجرس الصوتي للمقطع الأول من العلامة مع علامة أخرى دون الاعتداد بالعناصر المكونة للعلامة في مجموعها لا يكفي للحكم بوجود تشابه بينهما.

المبدأ السابع، استعمال زجاجات فارغة تحمل علامة أو بياناً تجارياً بتعبئتها بمياه غازية أيا كان نوعها أو لونها وعرضها للبيع أو حيازتها مع العلم بأن هذه العلامة مملوكة لآخر يكون مستوجباً

للعقاب طبقاً للقانون رقم 57 لسنة 1939.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>انظر الندوة الويبو الوطنية عن إنفاذ حقوق الملكية الفكرية للقضاء والمدعين العامين -تنظيمها المنظمة العالمية للملكية الفكرية(الويبو) - المنامة - 2014- حسام الدين صغير- التقاضي وقضايا مختارة في مجال العلامات التجارية.

التشريعات المقارنة من ظاهرها تعتبر ان التقليد يقتصر على اصطناع علامة مقلدة للعلامة الاصلية. إلا ان جانبا من الفقه يميل الى اعتبار جرائم الاعتداء على الحق في العلامة التجارية المسجلة بجميع صورها أنها جرائم تقليد إلا ان اغلب الفقه يعرف التقليد الذي يمس العلامة بأنه : اصطناع علامة تماثل في مجموعها العلامة الاصلية تماثلا من شأنه أن يؤدي الى تضليل الجمهور بسبب الوقوع في الخلط بين العلامتين".

وعرفه آخرون بأنه صنع علامة مشابهة او قريبة الشبه في مجموعها بعلامة أخرى بحيث يصعب التفرقة بين كل منهما او تمييزهما لما يوجد من لبس او خلط بينهما يؤدي الى تضليل جمهور المستهلكين، كما عرفته محكمة النقض المصرية بأنه: " صنع علامة تشبه في مجموعها العلامة المقلدة بحيث يصعب على المستهلك المتوسط الحرص والانتباه التمييز بينهما"<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني: صور تقليد العلامات التجارية

تقليد العلامة التجارية قد يأتي على صورة نقل العلامة التجارية نقلا مطابقا للأصل، او يأتي على صورة تشبيهه، بمعنى أن يتم خلق لبس لدى المستهلك فيما اذا كانت هذه العلامة اصلية ام مقلدة، بحيث يتم التشبيه بطريقة قريبة جدا من العلامة الاصلية وصور التقليد من نقل وتشبيهه سأقوم بإيضاحها كالآتي:

### أولاً: تقليد العلامة بالنقل

---

<sup>1</sup>تنسيم خالد شواررة – مرجع سابق - ص295.

يقصد بتقليد العلامة بمعناه الضيق، نقل العلامة نقلا مطابقا، او نقل الاجزاء الرئيسية منها بحيث تكاد تكون العلامة المقلدة مطابقة للعلامة الاصلية.

اذا لم يكن النقل كليا لعناصر العلامة، فيمكن ان يكون نقلا لاهم العناصر الاساسية المميزة لها، وبالتالي يكون التقليد كذلك بإظهار العنصر الاساسي من علامة معينة ونقله الى علامة جديدة، والعبارة في تقليد العناصر المحمية والتي تم ايداعها بشكل قانوني، وسواء كانت اسمية او اشكال او رموز، اما اذا وقع التقليد على عناصر غير مهمة، فلا مجال للقول بوجود تقليد.

وبناء على ما تقدم، فإن التقليد يتحقق باصطناع علامة مطابقة تماما للعلامة الاصلية، او بنقل الاجزاء الرئيسية منها بحيث تقترب العلامة الاصلية من العلامة المقلدة، اذ يعد الشخص بأنه مقلد علامة اذا صنع تلك علامة او اي علامة قريبة الشبه منها بصورة تؤدي الى الانخداع او التضليل.

#### ثانيا: تقليد علامة بالتشبيه

تعد جريمة تقليد العلامة بالتشبيه الجريمة الاكثر حضورا ان لم تكم الوحيدة المتداولة في الاجتهاد القضائي الجزائري.

نعلم ان الاصل في العلامة ان تكون وسيلة لتمييز السلع او الخدمات عن غيرها المماثلة لها، لذا يجب ان تكون مختلفة ومتباينة فيما بينها، حتى ترفع اللبس، ولا يقع جمهور المستهلكين في الخط والتضليل، ومن أجل ذلك يجب تقدير ما اذا كان للعلامة خاصية مميزة عن غيرها ام لا، وذلك بالنظر اليها في مجموعها لا الى كل عنصر من العناصر التي تتركب منها، فلا عبارة باحتواء العلامة على حروف أو ارقام او صور او رموز مما تحتويه العلامة الاخرى.

ولذلك يعتمد المنافسون الى خلق علامة تشبه علامة منافسة تحظى بسمعة ورواج كبير في وسط المستهلكين، من أجل ايقاعهم في اللبس وجذبهم الى العلامة المقلدة، وهذا ما يسمى بالتقليد بالتشبيه، ويقصد به اصطناع علامة مشابهة بصورة تقريبية للعلامة الاصلية، من أجل خداع المستهلكين، وتختلف تقليد العلامة بالتشبيه عن تقليد العلامة بالنقل بأن تقليد العلامة بالتشبيه لا بد من توافر عنصرين وهم : عنصر المادي الذي يركز على التشبيه ذي طابع جوهري من شأنه أن يؤدي بالجمهور الى الخلط بين العلامتين والعنصر المعنوي بحيث يجب ان يكون مرتكب الفعل قد قام بالتشبيه عن قصد ليخدع المستهلك.

ويتم البحث عن التشابه الذي يؤدي الى اللبس من خلال المقارنة بين العلامتين والبحث فيما اذا كان هناك خطر ايهام المستهلك او خلق لبس لديه، ويجب البحث عن عناصر التشابه قبل البحث عن نطاق الاختلاف، مع الاخذ بعين الاعتبار ان العلامتين لا تكونان امام اعين المستهلك في نفس الوقت حتى يستطيع المقارنة بينهما، ويجب كذلك البحث عن الانطباع الذي توقعه العلامة على المستهلك المعتاد، واذا كانت العلامة تحتوي على علامة اصلية وعناصر شائعة، فالتقليد ينصب على العناصر الاصلية، أما الثانية فيجوز تقليدها واستغلالها، دون مسائلة عن التقليد<sup>1</sup>.

## **المبحث الثاني: أفعال تقليد العلامات التجارية**

لقد تناولت التشريعات المقارنة المتعلقة بالعلامات التجارية جريمة تقليد العلامة التجارية كصورة من صور الاعتداء على الحق في العلامة وحددت لها الجزاء الذي يستحقه مرتكبها، حيث انه بالرجوع

---

<sup>1</sup>كحول وليد - جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري - مجلة المفكر - الجزائر - ص (480، 481).

الى نص المادة 226 من قانون حماية الملكية الصناعية المغربي رقم 97.17 المعدل نجدها تنص على انه : " يعاقب بالحبس من شهر الى ستة أشهر وبغرامة من 25000 الى 25000 درهم او بإحدى العقوبتين فقط. 1- كل من قام دون تزييف علامة مسجلة بتقليد هذه العلامة تقليدا تديسيا من شأنه ان يضل المشتري أو...". وكذلك نجد المادة 1/37أ من قانون العلامات التجارية الاردني تنص على انه : " يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن ثلاثة أشهر ولا تتجاوز سنة واحدة أو بغرامه لا تقل عن مائة دينار ولا تتجاوز ستة آلاف دينار أو بكلتا العقوبتين كل من ارتكب بقصد الغش فعلا من الافعال التالية.. أ- زور علامة...أو قلدها بطريقة تؤدي الى تضليل الجمهور..."<sup>1</sup>.

هذه الجريمة تعد الجريمة الاساس، في الجرائم التي تقع على الحق في العلامة التجارية، ويجب أن يقوم العنصر الاول والثاني بالجريمة حتى تعتبر كاملة وتامة حيث يجب ان يقع التزوير والذي يتحقق بعمل علامة مطابقة تماما للعلامة الاصلية وان يتم التزوير من الشخص المزور بقصد الاحتيال فالتزوير لا يعتبر الا اذا كان بسوء نية ويقصد دفعه لفعله.

والتقليد يشمل افعال مختلفة ولكنها جميعها تعتبر من افعال التعدي على العلامات التجارية بتقليدها، فقد يكون فعل التقليد عبارة عن استنساخ وتشبيه وقد يكون بنقل اجزاء رئيسية من العلامة كلون واسم او شعار الرسمة الذي يميز العلامة التجارية او بالتشبيه عليها، وقد يكون فعل التقليد عبارة عن باستعمال علامة مقلدة او مشبهة والاستعمال له عدة جوانب تسري على العلامة المقلدة او المشبهة، كما قد يكون فعل التقليد ببيع بضائع عليها علامة تجارية مقلدة او القيام بعرض العلامة التجارية

---

<sup>1</sup>نسليم خالد شواورة-مرجع سابق -ص 259.

المقلدة للبيع، ببيع منتجاتها او بضائعها او الخدمات التي تحمل علامة تجارية مقلدة، كل هذه تعتبر من افعال التقليد التي يجرم المشرع اي شخص يقوم بها، وبالتالي سأقوم بإيضاح كل من افعال التقليد في المطالب الثلاث الآتية:

### المطلب الأول: التقليد بالنسخ والتشبيه

العلامات هي الاشارات أو الرموز اصطلحت إحدى الجهات الحكومة أو احدى موظفيها استعمالها تعبير عن شخصيتها، او اعطاء معنى خاص يتصل بعملها ومثلها العلامات التي تضعها الجمارك على البضائع الصادرة والواردة وعلامات مصلحة البريد والواقع أن مدلول العلامات يتسع فيشمل كلا من الاختام والدمغات، والمراد بالعلامة في هذا الصدد سواء كانت الآلة الطابعة أو أثرها المنطبق هو ما دل على الجهة المالكة للعلامة في هذا الصدد سواء كانت الدلالة للتمييز او للتوثيق ولا يمتد الى مجرد الشارات التي قد تستخدم للحلية او الزينة، والتقليد يتحقق بصنع الشيء المقلد دون اقتضاء شرط آخر<sup>1</sup>.

يعتبر التقليد فعل جرمي بحق العلامة التجارية لمن يقوم به سواء قام بنقل اجزاء رئيسية من العلامة التجارية وليس كلها او قام بإضافة اجزاء طفيفة على العلامة التجارية الاصلية حتى تصبح علامة مقلدة لها او قام بانقاص اجزاء بسيطة من العلامة التجارية حتى يقوم بتقليدها بطريقة الاحتيال والتضليل.

<sup>1</sup>محمد مصطفى عبد الصادق- مرجع سابق -ص341.

إذا نظرنا الى التشريع الاردني فنلاحظ بأن التزوير المعتبر هو التزوير الذي يقع على العلامة التجارية التي تم تسجيلها تسجيلا قانونيا، حيث التزوير هو اصطناع علامة تجارية مطابقة بكل جزئياتها للعلامة الاصلية بقصد الغش بحيث يؤدي التزوير الى وقوع الغش والخلط والتضليل للمستهلك والجمهور، أما التقليد فهو اصطناع او محاكاة علامة تجارية تقليدا لعلامة تجارية مسجلة قانونا، أو مشابهة لها في شكلها سواء وصل التشابه الى درجة التطابق أم لم يصل ويعود الى قدرة المقلد والوسائل المتبعة أما الوسم فهو وضع العلامة التجارية المزورة او المقلدة على صنف من البضائع التي سجلت العلامة التجارية من أجلها.

التقليد بالاستنساخ تسمى ايضا جريمة اغتصاب العلامة التجارية وهي كل من وضع بسوء قصد على منتجاته علامة مملوكة لغيره تسمى هذه الجريمة جريمة اغتصاب علامة للغير وهذه الجريمة تقتضى ان العلامة مسجلة او شخصا ما قام بوضع علامة حقيقية او المختوم بها وبوضعها على منتجاته، وبضائعه المماثلة التي يقوم ببيعها، لايهام جمهور العملاء بأنها المنتجات والبضائع التي تميزها العلامة الحقيقية، أو أن يقوم الفاعل بنزع الكارت الذي يلصق على المنتجات ويضعه على منتجاته<sup>1</sup>.

وتقع هذه الجريمة عادة في حالة ملئ الفوارغ التي تحمل العلامة الحقيقية، مثل ملئ الزجاجات والاكياس او الصناديق الفارغة التي تحمل علامات مميزة مملوكة للغير بمحلول او مواد او بضائع اخرى غير المخصصة لتميزها هذه العلامات الحقيقية.

---

<sup>1</sup>محمد مصطفى عبد الصادق- مرجع سابق -ص344.

ولذلك يطلق على هذه الجريمة عادة جريمة الملاء أو التعبئة، ولقد قضت محكمة النقض أن مجرد استعمال زجاجات فارغة وتعبئتها بمياه غازية ايا كان نوعها او لونها وعرضها للبيع او حيازتها وهي تحمل علامة تجارية هي علامة الكوكاكولا المسجلة، مع العلم بأن العلامة مملوكة لآخر ومن حقه استعمالها يكون مستوجبا للعقاب طبقا للقانون.

### المطلب الثاني: التقليد باستعمال علامة مقلدة أو مشبهة

وهذه الجريمة نص عليها في الفقرة (ب) من المادة(38) من قانون العلامات التجارية.

ويشترط لوقوع هذه الجريمة عدة شروط تتمثل في:

- أن تكون العلامة التجارية المعتدى عليها مسجلة لدى سجل العلامات التجارية وفقا لأحكام القانون في ضوء ما بيناه سابقا.
- أن تكون العلامة التجارية المعتدى عليها مملوكة للغير وليس لمستعملها أي حق في استعمالها.
- أن تكون العلامة التجارية المستعملة من قبل الغير قد وضعت على الصنف ذاته من البضاعة التي سجلت العلامة التجارية من أجلها<sup>1</sup>.

تنص المادة الثالثة من قانون علامات البضائع الاردني على انه " كل من... استعمل للبضائع استعمالا باطلا علامة تجارية أو علامة أخرى قريبة الشبه من علامة بصورة تؤدي الى الانخداع... يعاقب بالحبس... ما لم يثبت أنه قد فعل ذلك بدون قصد الاحتيال.

<sup>1</sup>محمود علي الرشدان - مرجع سابق - صفحة 141.

ويلاحظ أن صياغة هذه المادة جاءت بعبارات فضفاضة حيث يدخل ضمنها جميع صور الاستعمال الباطل للعلامة التجارية، ومن قبيل تلك الصور وأبرزها، استعمال علامة مزورة أو مقلدة أو محظورة قانوناً، ولقيام هذه الجريمة لا بد من توافر عنصرين، عنصر مادي يتمثل في " الاستعمال"، وآخر معنوي يتمثل في " قصد الاحتيال"<sup>1</sup>.

الفرض في هذه الجريمة، هو اننا لسنا امام علامة مزورة او مقلدة، بل امام علامة اصلية يتم استعمالها دون وجه حق او سبب مشروع، اي ان الامر لا يتعلق بتزوير أو بتقليد علامة تجارية، بل باستيلاء على علامة تجارية حقيقية يملكها شخص معين، ثم يتم استعمالها من قبل الغير دون وجه حق، على الصنف ذاته من البضاعة التي سجلت العلامة التجارية من أجلها<sup>2</sup>.

ويلاحظ من هذه الجريمة أنه لا علاقة لها بالتزوير أو التقليد أو الوسم بالرغم من أن المشرع أدرجها ضمن فقرات المادة (38) من قانون العلامات التجارية المتعلقة بالتزوير والتقليد.

العنصر المادي لهذه الجريمة هو الاستعمال، وهذا الاستعمال لا يقف عند معناه الضيق بل يشمل الاستعمال التجاري اي يشمل البيع والاقتناء، فنقوم على سبيل المثال أحد شركات العطور بشراء زجاجات فارغة وتقوم بوضع العلامة التجارية لإحدى شركات العطور وتعبئتها بمنتج تختلف في مواصفاته ومقاييسه الذي يجب أن تحمله العلامة، وبيعها على أساس أن العلامة التجارية متطابقة مع المنتج والأمر على خلاف ذلك.

---

<sup>1</sup>صلاح زين الدين - الملكية الصناعية والتجارية - مرجع سابق - صفحة 410.  
<sup>2</sup>صلاح زين الدين- العلامات التجارية وطنيا ودوليا- مرجع سابق - صفحة 260.

العنصر المعنوي لهذه الجريمة هو سوء النية، حيث تكمن سوء النية في استعمال العلامة التجارية بصورة تجارية وانه ليس له الحق في استعمالها، وسوء النية هنا تبقى مفترضة طالما أن العلامة التجارية مسجلة، ولكن اذا قدم المستعمل للعلامة التجارية أوراق تثبت أنه سمح له صاحب العلامة الاصلية بالقيام بهذا الاستعمال، وان هناك عقد بهذا الشأن لم تنتهي مدته، وان المالك ظن أنه كذلك حينما تقدم بشكواه، والأمر يعود لمحكمة الموضوع تستخلصه من ظروف الدعوى والبيانات الواردة فيها.

لقد تناولت غالبية التشريعات المقارنة المتعلقة بالعلامات التجارية هذه الجريمة، حيث نصت المادة 1/37/أ من قانون العلامات التجارية الاردني على ما يلي: " يعاقب بالحبس... كل من ارتكب بقصد الغش...أو...أو وسم داخل المملكة علامة تجارية مزورة أو مقلدة على ذات الصنف من البضائع التي سجلت العلامة التجارية من أجلها".

كما أن المشرع المصري تناولها في المادة 113 من قانون حماية الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002 " يعاقب بالحبس... كل من استعمل بسوء قصد علامة تجارية مزورة أو مقلدة."

وأيضاً المشرع المغربي بعد أن تعرض في المادة 1/225 من قانون حماية الملكية الصناعية للمعاقبة ضد تزيف العلامة بنصه: " يعتبر مزيفاً ويعاقب بالحبس... 2- كل من زيف علامة

مسجلة... " جاءت المادة 1/226 من نفس القانون تنص على أنه: " يعاقب بالحبس... 1- كل من قام... أو استعمل علامة مقلدة على سبيل التدليس<sup>1</sup>.

ومن النصوص السابقة بتبين ان التشريعات المقارنة تعتبر جريمة استعمال علامة تجارية مقلدة او مزيفة هي جريمة مستقلة عن جريمة تزيف العلامة التجارية أو تقليدها، حيث انه لو كان الاستعمال شرطا لقيام جريمة التزييف لتوجب القول ببقاء التزييف في طور الشروع طالما أن هذا الاستعمال لم يتم، وهذا كان سيعني عدم كفاية الحماية الجزائية للعلامات التجارية في هذا الجانب.

### **المطلب الثالث: بيع بضائع عليها علامة مقلدة أو عرضها للبيع**

يعتبر كل من باع منتجات أو خدمات عليها علامة تجارية مزيفة او مقلدة قد ارتكب جريمة اعتداء بحق العلامة التجارية المسجلة وعليه يوجب العقاب، سواء أكان البيع صادر من تاجر أم من غير التاجر، وسواء البيع قد وقع عدة مرات ام مرة واحدة، وسواء قد حقق البيع ربحاً أم خسارة، والبائع هو الذي يعاقب بعيدا عن المشتري بصرف النظر اذا كان يعلم بأن المنتج او الخدمة تحمل علامة تجارية مقلدة ام لا، ولكن اذا كان المشتري يستعمل المنتجات او الخدمات استعمالا تجاريا فإنه يعتبر بمقام البائع أي يعتبر مرتكبا لجريمة بيع بضائع عليها علامة مقلدة او عرضها للبيع.

نقضي الفقرة الثانية من المادة الثالثة من قانون علامات البضائع الاردني بعقاب كل من باع بضائع او اشياء استعملت لها علامة تجارية مزورة او عرضها للبيع او احرازها بقصد البيع او لأية غاية من غايات التجارة او الصناعة بصورة تؤدي الى الانخداع<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>تنسيم خالد شواور- مرجع سابق -ص265.

المشعر المغربي أكد على فكرة أن جريمة بيع منتجات أو خدمات تحمل علامة مزيفة أو مقلدة تعتبر واقعة، بصرف النظر عن مكان تصنيعها داخل اقليم الدولة أم خارجه، وسواء تم بيعها داخل اقليم الدولة أو خارجها كما اسلفنا الذكر في بحثنا، حيث نص المشعر المغربي في الفقرة (5) من المادة(225) على ما يلي: " يعتبر مزيفا ويعاقب بالحبس...5- كل من قام باستيراد او تصدير منتجات عليها علامة مزيفة او موضوعه بطريقة تدليسية"<sup>2</sup>.

وان ما تناوله المشعر المغربي في نصوصه من تجريم فعل التصدير ما هو الا نوع من انواع بيع منتجات تحمل علامة تجارية مزيفة او مقلدة، وتعتبر جريمة الاستيراد لمنتجات تحمل علامة مقلدة جريمة مستقلة لها أركانها.

أما جريمة عرض منتجات او خدمات تحمل علامة تجارية مقلدة او مزيفة فإنها تعتبر جريمة تامة بتحقق العرض، أي بقيام البائع بوضعها في واجهة المحل التجاري او داخل المحل التجاري مع وضعها مع المنتجات الاخرى، او قيام التاجر بعرضها بطريقة غير مباشرة كأن يرسل للعملاء عينات من المنتجات مع كتالوج او نشرات تدعم بيع هذه المنتجات وتغري المستهلك بشرائها، حيث سيجد بأنها بسعر أقل وهو اول عامل حساس يلعب في رغبات المستهلكين في شراء المنتج من عدمه، او يقوم بتوزيع نشرات ووضع البضاعة في المخزن تمهيدا لنقلها الى المحل التجاري، بصرف النظر عما اذا كان الحائز هو المالك لهذه البضاعة ام لا، فكل منهما يعتبروا على سواء في ارتكاب

---

<sup>1</sup>صلاح زين الدين-الملكية الصناعية والتجارية – مرجع سابق - ص414.  
<sup>2</sup>نسليم خالد شاوررة- مرجع سابق -ص274.

هذه الجريمة، كذلك يستوي كل من القصد من تخزين هذه المنتجات سواء كان القصد هو بيعها او عرضها او اي قصد تجاري اخر او غايات صناعية أخرى.

وتعتبر هذه الجريمة تامة بتوفر اركانها، الركن المادي فيها هو اذا كان محل الفعل هو بيع البضائع او عرضها للبيع او حيازة بضائع تحمل علامة تجارية مزيفة او مقلدة، اما الركن المعنوي لهه الجريمة فهو علم المتهم بأن المنتجات تحمل علامة تجارية مزيفة او مقلدة التي يقوم بعرضها للبيع في واجهة محله او داخل محله التجاري او يقوم بإرسال عينات للعملاء مع نشرات توضيحية لتحفيز العميل على الشراء هذه المنتجات المقلدة بأقل الاسعار وبجودة تختلف عن الجودة الحقيقية، مما يشوه المنتج الحقيقي الذي تم تقليده.

ولا شك أن واقعة عرض بضائع تحمل علامة مزورة أو مقلدة للبيع، هي واقعة مادية تستخلص من ظروف الحال، فيعد عرضا للبيع وضع البضاعة في محل تجاري او في مكان مفتوح للتجارة ومعد لتقديم الاشياء القابلة للاستهلاك للمستهلكين، كما يعد عرضا واقعة ادخال بضاعة في مدينة اذا ما حصل هذا الادخار من تاجر او لحساب تاجر<sup>1</sup>.

عرض تلك المنتجات في معرض لا يعد بذاته عرضا للبيع، لأنه لا يهدف الى بيعها مباشرة حتى ولو أدى بعد ذلك الى البيع،، فإذا توافرت هذه الصورة من البيع فإن الركن المادي يكون متوفرا اذا ما كان محل الفعل المقصود بالبيع او العرض للبيع هو منتجات او خدمات تحمل علامة مزيفة او مقلدة او كان محل الفعل هو حيازة منتجات تحمل علامة مزيفة او مقلدة.

---

<sup>1</sup>صلاح زين الدين-الملكية الصناعية والتجارية- مرجع سابق -ص415.

وبالتالي فإن بيع العلامة ذاتها لا يكون الركن المادي لهذه الجريمة، وكذلك يجب أن ينصب الفعل على منتجات او خدمات من نفس الصنف التي تميزه العلامة الاصلية لذا لا تقع الجريمة اذا كانت المنتجات التي تحمل العلامة المزيفة او المقلدة من نوع مختلف او صنف آخر، وأيضا يجب أن تكون العلامة التي ميزت المنتجات أو الخدمات مزيفة أو الخدمات مزيفة او مقلدة وذلك ليتسنى قيام الركن المادي لهذه الجريمة<sup>1</sup>.

جريمة بيع المنتجات التي تحمل علامة تجارية مزيفة او مقلدة لها ركنان يمكن تفصيلها كالاتي:

الركن المادي : لهذه الجريمة هو الفعل المعاقب عليه ويتضح من ذلك أن المشرع اعتبر ان هذه الجريمة مستقلة بذاتها سواء كان البائع او العارض او الحائز المنتجات التي تحمل العلامة المقلدة او المغتصبة هو الذي قام بالتزوير او تقليد او اغتصاب العلامة وتشمل هذه الجريمة واقعة بيع المنتجات التي تحمل العلامة المقلدة او المغتصبة، سواء حقق البائع أرباحا من هذا البيع او لم يحقق ارباح وسواء تم البيع بسعر أقل من السعر الذي تحمله العلامة الحقيقية ام اكثر، كما يستوي ان يتم البيع مرة واحدة او عدة مرات، وفي هذه الحالة الاخيرة تعتبر جميع الافعال المتكررة جريمة واحدة مستمرة لانها ترتكب بقصد جنائي واحد وتكرار البيع يكون جريمة واحدة.

الركن المعنوي : اشترط المشرع توافر سوء نية فاعلها، أي علم البائع او العارض او الحائز بأن هذه البضاعة او المنتج او الخدمة تحمل علامة تجارية مقلدة او مزيفة.

---

<sup>1</sup>محمد حسني عباس- المكية الصناعية والمحل التجاري- ط1- دار النهضة العربية- القاهرة- 1971 - ص381.

## المبحث الثالث: الآثار المترتبة عن ظاهرة تقليد العلامة التجارية

لما للعلامات التجارية من أهمية كبيرة وملموسة على أكثر من مدى في حياتنا اليومية، كان للاعتداء عليها بالتقليد آثار على الاقتصاد والبيئة والصحة، وهذه الآثار ليست ايجابية بل سلبية، وهذا هو دافع المشرع لحماية العلامة التجارية من الاعتداء عليها بالتقليد، ووضع عقوبة لمن يعتدي عليها بكافة صور التقليد، وسيتم بيان الأهمية التي تمثلها العلامة التجارية في واقعنا اليومي، ثم سأقوم ببيان أثر تقليد العلامة التجارية على الاقتصاد في المطلب الأول، وأثر التقليد على البيئة في المطلب الثاني، وأثر التقليد على الصحة في المطلب الثالث.

للعلامة التجارية أهمية كبيرة تكمن في توفير الحماية للمنتج و استئثار الانتفاع بها، واستعمالها على منتجاته لدلالة على أن هذه العلامة تخصه من حيث الإنتاج، كما أن العلامة التجارية تعزز من روح المبادرة في العالم من خلال سعي المنتجين إلى تحسين وتطوير منتجاتهم لاكتساب ثقة المستهلكين فكلما زادت جودة البضاعة الموضوعه عليها العلامة التجارية زادت شهرة الشركة وزادت مبيعاتها وتزداد قيمة العلامة التجارية، كما يسمح نظام العلامات التجارية ومراقبتها للمنتجين بإنتاج سلع وتسويقها في أنسب الظروف، كما تسهل على المستهلك عملية التسوق وتساعده على تحديد مصدر المنتج وعدم الخلط بين السلع، كما ان للعلامة التجارية أهمية في إحباط جهود مزولي المنافسة الغير مشروعة مثل المقلدين والمزورين الذين يسعون إلى تسويق منتجات رديئة وبالتالي الإساءة إلى سمعة الشركة، بالإضافة الى ان العلامة التجارية تمثل وقود المشروع التجاري وجميع الجهود الإعلانية لترسيخ مكانة الشركة في أذهان المستهلكين، كما تقوم العلامة التجارية جذب

الانتباه إلى السلع الجديدة وبناء ولاء للسلعة وسهولة متابعة الطلبات والتعرف على المشاكل من طرف الشركة المنتجة<sup>1</sup>.

إن العلامة التجارية القوية ثمينة، وإبقاؤها قوية تبدو كمعركة من أجل العملاء تشتد وطأتها يوماً بعد يوم. وإنه لمن المهم أن تقضي الوقت بالاستثمار والبحث وتحديد وبناء العلامة التجارية. لأنها بمثابة الوعد الذي تقطعه لعميلك. لذا علامتك التجارية هي حجر الأساس في إعلاناتك التسويقية ومما لا يمكنك الاستغناء عنه حيث أنها تعد كاستراتيجية والتسويق كوسيلة تستخدمها لتقدم علامتك التجارية للعملاء، لهذا تعد ذات قدر كبير من الأهمية للشركات بل للمنظمات كذلك.

إن العلامة التجارية بمثابة دليل لفهم الغرض من أهداف شركتك، كما أنها تمكنك أن توازي الخطة التسويقية مع تلك الأهداف وتحقق الاستراتيجية الشاملة لهما، إن فاعلية العلامة التجارية لاتحدث قبل الشراء فقط، بل أيضاً تمتد حياة العلامة التجارية حتى رأي المستهلك<sup>2</sup>.

العلامة التجارية تعمل على توفير الحماية للمنتج والمنشأة والمستهلك، حيث يمكن تمييز المنتج من علامته التجارية، حيث يتعرف المستهلك من خلال العلامة التجارية فيما اذا كان المنتج تابع لنفس المنشأة التي يريدونها ام لا، فيحدد فيما اذا يريد شرائها ام لا، حيث يسهل عملية التسويق، تعتبر العلامة التجارية أساس نجاح أي عملية تسويقية لأي منشأة وتقوم بإحباط المنافسين الذين يقومون بمنافسة غير مشروعة، من خلال تقليدهم للعلامة التجارية للأخذ بشهرتها وزيادة ارباحهم.

---

<sup>1</sup>موقع HEXA – العلامة التجارية ما هي؟ وما أهميتها – آخر دخول 2019/12/20 - انظر الى <http://hexacit.com/ar/blog>  
<sup>2</sup>موقع ابتدي – ما هي أهمية العلامة التجارية في التسويق – آخر دخول 2019/12/21- انظر الى <https://www.ibtdi.com/>

## المطلب الأول: أثر تقليد العلامة التجارية على الاقتصاد

تقليد العلامة التجارية يعيق محاولات تنمية الاقتصاد، حيث ان عملية تقليد منتج محلي وبيعه في الاسواق بجودة أقل وبسعر أقل، حيث ان عامل السعر هو يؤثر في سلوك جمهور المستهلكين، حيث ان المستهلك اول ما يلفت نظره هو سعر المنتج وكلما قل سعر المنتج كلما كانت رغبة المستهلك في شرائه اعلى، وهذا يؤدي الى عدم قدرة منتج العلامة التجارية على بيع بضائعه بشكل المطلوب والمرجو مما يؤدي الى التأثير سلبا على الاقتصاد المحلي، وبالأخص اذا كان (المتهم) مقلد العلامة التجارية من خارج البلاد، كما أن عدم تقليد العلامة التجارية يؤدي الى منافسة جميلة بين المنتجين، فيسعى كل من المنتجين الى منافسة فيما بينهم الى تحسين وتطوير منتجاتهم حتى ترتفع قيمة العلامة التجارية في جودتها، وكلما ارتفعت جودة المنتج كلما زادت شهرة العلامة التجارية واصبحت اكثر اتساعا في الاسواق.

كما إن تقليد العلامات التجارية يعمل على الاساءة الى سمعة الشركة المنتجة للبضائع او الخدمات التي تحمل علامة التجارية الاصلية، الاساءة الى سمعة الشركة يؤدي الى تدهور بيع منتجاتها مما يؤثر على اقتصاد الشركة، وقد يعرضها الى الافلاس، لأنه يصبح عدد المنتجات التي يتم تصنيعها ونتاجها في الاسواق أكبر من عدد بيعها، ولتقليد العلامة التجارية تأثير سلبي على جهود الشركة الاعلانية، حيث تعود هذه الجهود بالفائدة على مقلدي العلامات التجارية.

ان تصنيع المنتجات يتم في الخفاء وفي ورشات غير مرخصة قانونا، لا يدفع اصحابها الضرائب والرسوم، وعليه فإن الدولة لا تستفيد من أي مساهمة في هذه الصناعة، بل تظر الى تخصيص اموال لقمع منتجي المنتجات او الخدمات التي تحمل علامة تجارية مقلدة.

من خلال التقليد تمكنت فئات عريضة من سكان العالم من الوصول إلى بعض المنتجات التي لم يكن من الممكن تحت أي ظرف من الظروف أن تصل إليها لولا عمليات التقليد، على سبيل المثال تمكن مئات الملايين من البشر في الدول الفقيرة في آسيا وإفريقيا وأمريكا اللاتينية من حمل الهواتف النقالة أو امتلاك الكثير من الأجهزة الإلكترونية من خلال شراء الأجهزة ذات العلامات التجارية المقلدة والرخيصة الثمن، خصوصا تلك المصنعة في الصين، حيث تتم عمليات التقليد على نطاق واسع، حتى من خلال منافذ تصنيع العلامات الأصلية، وذلك كوسيلة لزيادة إيرادات تلك المصانع من خلال عمليات التقليد، على سبيل المثال يذكر Neuwirth أن المصانع التي تقوم بتصنيع الملابس الرياضية ذات العلامات الشهيرة في الصين مثل "بوما" تقوم بتصنيع النسخ الأصلية منها في أوقات الدوام الرسمي، أما في المساء أو في العطلات فإنها تقوم بتصنيع النسخ المقلدة منها، وبعض هذه النسخ المقلدة عالية الجودة لدرجة أنه يصعب اكتشاف عملية التقليد حتى من جانب أصحاب العلامات الأصلية<sup>1</sup>.

إن عمليات التقليد تمكن المنتج الأصلي من الإعلان على نطاق واسع عن منتجاته على النحو الذي يساعد على انتشار هذه المنتجات وارتفاع مستويات شهرتها، وأخيرا فإن عمليات التقليد تدفع المنتج

---

<sup>1</sup>الاسواق العربية - إيجابيات تقليد العلامات التجارية- آخر دخول 2019/12/23- انظر الى <https://www.alarabiya.net/>

الأصلي نحو المزيد من الابتكار وإدخال نسخ جديدة من السلعة التي ينتشر تقليدها، حتى تتوقف عمليات التقليد ويستطيع أن يتابع بيع النسخ الأصلية الجديدة غير المقلدة، فعندما يتم إدخال النسخ الجديدة من المنتج تتسع مبيعات الشركات المنتجة للموديل الجديد، إلى أن يتمكن المقلدون من تقليده وإنتاجه وتوزيعه على نطاق واسع، وهو ما يقلل من مبيعات الشركة من النسخ الأصلية، ورغبة منها في ضمان استمرار الطلب مرتفعاً على منتجاتها لا بد من أن تستمر في عمليات الابتكار والتجديد على نحو مستمر، وهو ما يضمن استمرار نجاح هذه الشركات، وبمعنى آخر فإن عمليات التقليد أحد العوامل المحفزة للنجاح للشركات المالية للعلامات الأصلية<sup>1</sup>.

كما يساهم تقليد العلامات التجارية في رفع نسبة البطالة من خلال الضرر الذي يسببه للمؤسسات جراء انتهاك العلامات التجارية، كما أن ارتفاع نسبة البطالة يجبر الدولة على تخصيص مبالغ مالية على شكل منح للبطالة.

التقليد يعتبر سبباً لامتناع البنوك العالمية عن منح قروض للاقتصاد الوطني فلا يمكن لتلك المؤسسات أن تثق من وجهة نظر مالية في دولة لا تراعي فيها حماية حقوق الملكية الفكرية، وتفتقر المؤسسات الأجنبية كذلك للاستثمار في دولة لا تبدو جديرة في قمع ظاهرة التقليد إذ تخشى هذه المؤسسات التعرض إلى منافسة غير مشروعة شديدة.

---

<sup>1</sup>الاسواق العربية - ايجابيات تقليد العلامات التجارية- آخر دخول 2019/12/23- انظر الى <https://www.alarabiya.net/>

## المطلب الثاني: أثر تقليد العلامة التجارية على البيئة

ان تقليد العلامات التجارية يلحق ضررا بالبيئة اما بشكل مباشر او بشكل غير مباشر، فقد يلحق الضرر بالبيئة من طريقة تصنيع المنتج ذاته وهذه هي الطريقة الغير مباشرة للضرر الذي يلحق بالبيئة، وقد بلحق ضرر بالبيئة من المنتج ذاته وهذه هي الطريقة المباشرة للضرر الذي يلحق بالبيئة من تلوث، وسأقوم ببيان كل منها كالآتي:

الضرر المباشر لتقليد العلامات التجارية على البيئة : ان تقليد العلامات التجارية يقوم على انتاج منتجات تلحق ضرر بالبيئة عند استعمالها وتوافرها في الاسواق، مثل تصنيع علامة تجارية عند تشغيلها او استعمالها تلحق ضررا على البيئة، مثل منتج كبسولة القهوة المضغوطة و أنواع من معجون الاسنان و البطاريات والاكياس البلاستيكية وغيرها من المنتجات.

الضرر الغير المباشر لتقليد العلامات التجارية على البيئة :ان تقليد العلامات التجارية لا يلحق فقد ضررا من خلال المنتج المصنع فقط بل ايضا يلحق التقليد ضررا بالبيئة من خلال عملية تصنيع هذا المنتج، حيث إن التصنيع يتم في أماكن خفية وغير مرخصة قانونا، وهذه الاماكن تنتج المنتجات المقلدة بطريقة غير مهنية، فينتج بضائع بطريقة تؤثر سلبا على البيئة، حيث يتم الانتاج في الآت غير صالحة وغير امنة على البيئة، فقد يؤدي ذلك الى تلوث بيئي.

### المطلب الثالث: أثر تقليد العلامة التجارية على الصحة

تقليد العلامات التجارية لها اثر سلبي كبير على صحة الجمهور المستهلك، حيث يؤدي الى بيع منتجات جودتها اقل من جودة العلامات التجارية الاصلية، بحيث يكون سعر العلامة التجارية المقلدة اقل من سعر العلامة التجارية الاصلية، بالتالي يكون اتجاه المستهلك لشراء تلك المنتجات ظنا منه انها الاصلية، وهذا المنتج قد يلحق به ضررا في صحته.

اضافة الى ان تصنيع علامات مقلدة يتم من خلال اطفال قصر في مستودعات تفتقد شروط الامن والسلامة، مما يؤدي الى حوادث جسدية وامراض مزمنة تقع على عاتق الدولة.

وذلك يجب توجيه المستهلكين وحثهم قدر الامكان على عدم التعامل مع العلامات التجارية المقلدة لما تسببه من جوانب سلبية (غش وتدليس) وحفاظا على الصحة العامة فإن التعامل مع العلامة التجارية الاصلية يبقى هو الأصح.

يمكن ألا تحتوي المنتجات الطبية المغشوشة على أي مكون فعال أو أن تحتوي على مكون فعال خاطئ أو على مقدار خاطئ من المكون الفعال الصحيح.

وبعض المنتجات الطبية المتدنية النوعية/ المزورة/ المغشوشة التوسيم/ المغشوشة/ المزيفة ذات طابع سام وتنطوي على مستويات قاتلة من المكونات الفعالة الخاطئة أو المواد الكيميائية السامة الأخرى.

وغالباً ما تُنتج المنتجات الطبية المتدنية النوعية/ المزورة/ المغشوشة التوسيم/ المغشوشة/ المزيفة في ظروف رديئة جداً وينتجها عاملون غير مؤهلين، وتحتوي على شوائب غير معروفة وملوثة بالجراثيم أحياناً.

## الفصل الثاني: الأحكام القانونية لجريمة تقليد العلامات التجارية

نبحث في هذا الفصل أركان جريمة تقليد العلامات التجارية (المبحث الأول)، والأسس المتبعة في تقدير هذه الجريمة (المبحث الثاني)، والعقوبات المقررة لها (المبحث الثالث).

### المبحث الأول: أركان جريمة تقليد العلامات التجارية

جريمة تقليد العلامات التجارية لها عدة أركان حتى تعتبر جريمة، إذ يجب أن يكون لها الركن المادي أي أن يقوم التقليد فعلاً، وأن يكون متوافراً ليس على شكل سمعيات أو تداولات غير حقيقية، كما يجب أن يتوفر الركن المعنوي أي القصد الجرمي، وتعتبر اكتشاف جريمة تقليد العامة أقل صعوبة من تزويرها، وأن مرتكب فعل التزوير بنقل العلامة الأصلية نقلاً مطابقاً أو الأجزاء الرئيسية منها نقلاً تاماً، بينما مرتكب التقليد قد يدخل بعض التعديلات على العلامة مع المحافظة على مظهرها العام.

كما يوجد هناك ركن المحل أي أن يقع الاعتداء على أصل الحق، وهناك ركن التسجيل، فكما وضعنا سابقاً بأن لا حماية جزائية للعلامة التجارية التي لم يتم تسجيلها قانوناً في سجل العلامات التجارية.

سنوضح جميع الاركان في المطالب التالية الذكر، حيث سيشمل المطلب الاول على الركن المادي، والمطلب الثاني على الركن المعنوي، والمطلب الثالث على ركن المحل، والمطلب الرابع على ركن التسجيل.

## المطلب الأول: الركن المادي

يتمثل الركن المادي في جريمة التقليد للعلامة التجارية بفعل التقليد ذاته وهو اصطناع علامة مشابهة في مجموعها للعلامة الاصلية، فإذا كان الركن المادي في جريمة التزييف للعلامة يتمثل بالنقل المطابق فإنه يتمثل في جريمة التقليد نقل بعضها مع اضافة شيء عليها بحيث تشابه في مجموعها العلامة الاصلية، بحيث يصعب على المستهلك العادي التفرقة بينهما لما في ذلك الشبه من خداع وتضليل<sup>1</sup>.

حيث ان التقليد للعلامة التجارية الاصلية قد يتم بوسائل مختلفة وهذا لا يؤثر في قيام جريمة التقليد التي تسبب تضليل الجمهور، فقد يلجا المقلد الى اضافة اشياء طفيفة او يعتمد ازالة جزء منها او يغير في لونها او حروفها حتى يوهم الغير عند ضبطها بأنه ادخل بعض التعديلات على العلامة الحقيقية<sup>2</sup>.

وقد تخذ العنصر المادي لهذه الجريمة صورة اخرى غير صورة الاصطناع علامة مشابهة في مجموعها للعلامة الاصلية، فقد يكون على شكل تزييف او تزوير، حيث يقصد به وضع علامة

---

<sup>1</sup>ناصر عبد الحليم السلامات- الحماية الجزائية للعلامات التجارية- اطروحة دكتوراه- جامعة عمان العربية للدراسات العليا- عمان -2008- ص155.  
<sup>2</sup>سميحة القليوبي - الملكية الصناعية- مرجع سابق - ص 598.

مطابقة تماما للعلامة الاصلية او نقل الاجزاء الرئيسية منها بحيث تقترب العلامة المزورة من العلامة الاصلية، اذ يعتبر الشخص بأنه زور علامة تجارية اذا صنع تلك العلامة التجارية او اي علامة قريبة الشبه منها بصورة تؤدي الى الانخداع وبون موافقة صاحبها، او اذا زور أية علامة تجارية حقيقية سواء بتغييرها او بالإضافة اليها او بتشويهها او بغير ذلك.

ويلاحظ ان المشرع قد جعل من فعل التزوير صورة من صور العنصر المادي لجريمة تزوير العلامة، كما قد جعل من فعل التقليد صورة اخرى من صور ذلك العنصر، رغم ان كلا منهما يشمل الاخر<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني: الركن المعنوي

الركن المعنوي يعني القصد الجرمي او قصد الاحتيال، اذ يلزم لقيام هذه الجريمة توافر النية لدى الفاعل بالاحتيال، فالتزوير لا عقاب عليه الا اذا تم بسوء نية، ولكن التقليد له عقاب بصرف النظر عن اذا تم بسوء نية ام بغير سوء نية.

الاحتيال يكون مفترض اذ يعد تسجيل العلامة قرينة على علم الغير بها، خاصة بالنسبة للتاجر اذ يفترض بهذا الاخير ان يكون على علم بجميع العلامات التجارية المسجلة، وذلك بحكم أن تسجيل العلامة التجارية ينشر في الجريدة الرسمية، وبحكم مقتضيات العرف التجاري أيضا، فضلا عن ان فعل التزوير او التقليد لا يمكن عدها من باب المصادفة البحتة او التوافق البريء<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>صلاح زين الدين- الملكية الصناعية والتجارية- مرجع سابق - ص 402.  
<sup>2</sup>صلاح زين الدين- الملكية الصناعية والتجارية- مرجع سابق - ص 253.

حيث هذا الركن يقوم على علم مرتكب الجريمة بأنه يريد الاعتداء على العلامة التجارية من أجل خداع جمهور العملاء وتضليلهم، يقصد زيادة ربحه الشخصي وتحقيق مصالح شخصية له.

هذا الركن هو شرط مفهوم ضمنا في كل جريمة، ولم يشترط المشرع المصري، وهو يتكلم في جريمة التزوير أن يقع الفعل بسوء نية قصد، بينما افصح عن هذا الشرط بعض الفقهاء الفرنسيين ذهبوا الى ان المشرع تعمد اسقاط شرط سوء النية في جريمة التزوير لان حسن النية غير متصور فيها متى كانت العلامة مسجلة، فهناك قرينة لا تقبل الدليل العكسي على علم الكافة بها وبأوصافها وبشكلها، ويجب الرجوع الى سجل العلامات، وانه لا توجد علامة مسجلة تماثلها او تشبهها<sup>1</sup>.

التسجيل قرينة على علم الغير بوجود العلامة، فإذا صنع علامة تماثلها او تشبهها فالمقصود أنه يقصد العبث بحقوق مالكيها، ولكنها قرينة يمكن تفويضها بالدليل العكسي ويقع عبء اقامة الدليل على المتهم.

ويرى البعض أيضا أن يشترط في جريمة التقليد أن يتوافر القصد الجنائي فإذا انتفى الركن المعنوي ووقع التقليد بحسن النية فلا جريمة وهذه قاعدة أساسية وهي حجر الزاوية، وان واقعة التقليد المادي تعد قرينة جدية على سوء نية المقلد لان التشابه بين العلامتين لا يصح اعتباره نتيجة محض الصدفة إلا اذا كانت السمات المكونة للعلامة بسيطة.

ان سوء النية يتوافر في حالة قصد إيقاع جمهور المستهلكين في الخطأ وإيهامهم بأن هذه المنتجات هي التي تمثلها العلامة الحقيقية التي تتمتع بثقة معينة واقبال كبير من الجمهور، ويقع عبء إثبات

<sup>1</sup>محسن شفيق- الوسيط في القانون التجاري - ج 1- ط1- دار النشر والثقافة الاسكندرية - مصر - 1951- ص257.

سوء النية الفاعل على المدعي حيث يفترض حسن النية دائماً، وأمثلة على سوء النية حالة وجود عدد من الزجاجات الفارغة لدى التاجر التي تحمل العلامة الحقيقية، أو ضبط عدة أكياس معبأ فعلاً بمنتجات منافسة ومعدة للبيع أو موجودة بمخازن التاجر، ولا تقع الجريمة إذا ثبت أن صاحب السلعة الحقيقية قد قام برفع اللبس من منتجاته ومنتجات صاحب العلامة الحقيقية كان يقع في مكان ظاهر علامتها ويرفق بالفوارغ بطاقة تحمل اسمه الشخص، وما يدل على ان هذه المنتجات تابعة له كما انه قد يجري التعامل على تعبئة الاكياس مع الاعتداء فقط على العلامة الموضوعه على قطعة الرصاص التي تلصق عند غلق هذه الاكياس<sup>1</sup>.

### المطلب الثالث: ركن المحل

أي أن يقع الاعتداء على الحق ذاته في العلامة التجارية، مثل أن يقوم شخص بتقليد علامة تجارية مسجلة ووضعها على بضائع مماثلة لما تميزه العلامة التجارية المحمية، فقد يكون هناك احتمالات متعددة كنتيجة لهذا الفعل، منها:

- ان يتم اكتشاف الامر وضبطه قبل دخول البضائع الى السوق وبالتالي لا يترتب ضرر حقيقي مادي لصاحب العلامة التجارية المحمية.
- ان تكون البضائع او الخدمات التي وضعت عليها العلامة التجارية المقلدة أقل جودة من البضائع او الخدمات التي تميزها العلامة المحمية وبالتالي يكون هناك ضرر في قيمة العلامة وفي سمعتها.

<sup>1</sup>محمد مصطفى عبد الصادق- مرجع سابق- ص 337.

- ان تكون البضائع او الخدمات التي وضعت عليها العلامة التجارية المقلدة أكثر جودة من البضائع او الخدمات التي تميزها العلامة المحمية وبالتالي يعود بالفائدة على سمعة العلامة التجارية من جهة وضرر من جهة اخرى بالتأثير على توزيع البضائع او الخدمات التي تميزها العلامة المحمية.

بالتالي بغض النظر عن تلك الحالات السابقة كنتيجة فإن الحماية الجزائية للعلامة التجارية المسجلة تكون متاحة لأن الهدف من الحماية هو منع الاعتداء على الحق في العلامة التجارية المحمية<sup>1</sup>.

### المطلب الرابع: ركن التسجيل

الحماية الجزائية تنصب على الحق ذاته في العلامة التجارية، وهذا يعني ان هذا الحق محدد بالزمان والمكان حتى ولو كان من طبيعة خاصة وهذا يستوجب ان يكون هذا الحق مسجلا لدى الجهة المختصة حتى يكون جديرا بالحماية الجزائية.

ويقصد بالتسجيل هو استيفاء العلامة المراد تسجيلها لكافة الاجراءات القانونية اللازمة لدى الجهة المختصة بالتسجيل، ونتيجة لذلك تدور الحماية الجزائية وجودا وعدما مع التسجيل، فإن تم التسجيل توافرت الحماية الجزائية اذا ما تم اقرار جرم يعاقب عليه جزائيا، فهو يتيح لصاحب الحق في العلامة ان يتقدم بطلب حمايتها جزائيا بمجرد وقوع الاعتداء عليها، وذلك حسب مدلول نص كل من المواد 225\_226 من قانون حماية الملكية الصناعية المغربي رقم 17.97 المعدل، وكذلك المادة 37 من قانون العلامات التجارية الاردني رقم 33 لسنة 1952 المعدل، ولكن اذا انعدم التسجيل

---

<sup>1</sup>تنسيم خالد شاوررة- مرجع سابق - ص239.

انعدمت الحماية الجزائية وان كان ذلك لا يمنع صاحب الشأن من رفع دعوى المنافسة غير المشروعة، وبذلك تظهر اهمية التسجيل فيما يتعلق بالعلامات التجارية<sup>1</sup>.

بالرجوع الى المشرع الاردني نجده قد عرف العلامة التجارية في المادة الثانية من قانون العلامات التجارية الاردني رقم 33 لسنة 1952 المعدل على انها: اي اشارة ظاهرة يستعملها او يريد استعمالها اي شخص لتمييز بضائعه او منتجاته او خدماته عن بضائع او منتجات او خدمات غيره" بالتالي حسب المدلول الظاهر لهذه المادة لا يعتبر تعديا على علامة تجارية مسجلة اذا لم تكن مستعملة او لم يكن في النية استعمالها على المنتجات او الخدمات المقصودة بالتسجيل، ولكنني اعتقد ان النية في الاستعمال هي امر باطن يستطيع ان يثبتته مالك العلامة حتى ولو لم يستعملها فعلا بما انه لم يعترض احد على عدم استعماله لها<sup>2</sup>.

كما نصت المادة 25 من قانون العلامات التجارية الاردني رقم 33 لسنة 1952 المعدل اشارت الفقرة الخامسة منها الى ان كل طلب يقدم لحذف علامة تجارية من السجل بسبب عدم وجود ما يسوغ تسجيلها بمقتضى أحكام المواد 6 او 7 او 8 من هذا القانون او بسبب ان التسجيل تلك العلامة تنشأ عنه منافسة غير عادلة بالنسبة لحقوق الطالب في المملكة الاردنية الهاشمية يجب ان يقدم خلال خمس سنوات من تسجيل تلك العلامة، وحيث ان هذه المواد 6 و7 و8 تتعرض للشروط الموضوعية لتسجيل العلامة التجارية وهي التميز والجدة والمشروعية وبالتالي اذا ما تم تسجيل العلامة التجارية وكانت تفتقر لشرط التمييز مثلا فإنها تكون عرضة للبطلان وبالتالي شطبها من

<sup>1</sup>نسليم خالد شواورة- مرجع سابق- ص 236.

<sup>2</sup>نسليم خالد شواورة- مرجع سابق- ص 237.

السجل وهذا ما يؤدي الى انتفاء الحماية الجزائية عن العلامة التجارية ولو كانت مسجلة أثناء الاعتراف عليها<sup>1</sup>.

## المبحث الثاني: أسس تقدير الجريمة

ان المحاكم تقدر التقليد بالنظر اليه من ناحية المستهلك او المشتري وتعتبر التشابه الاجمالي اكثر من اعتبار الفروق الجزئية.

تعد مسألة تقدير تزوير العلامة التجارية او تقليدها من عدمه من مسائل الواقع التي تدخل في السلطة التقديرية لمحكمة الموضوع دون رقابة عليها من محكمة التمييز، شريطة ان تكون الاسباب التي قام عليها الحكم تبرر النتيجة التي انتهى عليها<sup>2</sup>، ويمكن رد تلك الاسس الى ما يلي:

العبرة بأوجه الشبه بين العلامتين لا بأوجه الاختلاف:- وذلك لان جمهور العملاء يختلطون بين العلامتين على اساس التشابه فيما بينهما بصرف النظر عن الاختلاف فيما بينهما، فلا قيمة لذلك.

العبرة بالمظهر العام في العلامتين لا بالعناصر الجزئية:- ننظر الى العلامة المقلدة مع العلامة الاصلية في اوجه التشابه فيما بينهما بشكل عام، أي مدى المحاكاة الاجمالية التي تدل على السمات البارزة للعلامة الاصلية، بصرف النظر عن تفاصيلها الجزئية.

---

<sup>1</sup>المرجع السابق.

<sup>2</sup>255انظر، صلاح زين الدين- العلامات التجارية وطنيا ودوليا- مرجع سابق - ص2

العبرة بتقدير المستهلك العادي:- حيث لا يقع المحترف الفني في الخلط لأنه في الاصل يكون لديه القدرة على التمييز بين العلامات الاصلية والتقليدية، وايضا يجب النظر الى ان القصد بالمستهلك العادي هو ليس المستهلك الفطن ولا المستهلك الغافل.

عدم النظر الى العلامتين متجاورتين بل الواحدة تلو الاخرى:- وذلك لأنه في الواقع العملي يستبعد عرض المنتجات او البضائع او الخدمات التي تحمل علامة غير اصلية بشكل متجاور للمنتجات التي تحمل علامة اصلية.

### **المطلب الأول: تقدير المستهلك**

المستهلك هو كل شخص تقدم إليه أحد المنتجات لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية أو يجري التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص، بالتالي المستهلك هو الشخص الاول الذي يكون تقدير الجريمة عليه، حيث هو الشخص الذي يقع بالخلط بين العلامات التجارية الاصلية والمقلدة.

العبرة في تقليد المستهلك العادي المتوسط الحرص، عند تقدير وجود تقليد من عدمه بين علامتين تجاريتين يؤدي الى تضليل الجمهور، ينبغي الاعتداد بتقدير المستهلك العادي متوسط الحرص والانتباه لا المستهلك المهمل الذي يشتري السلعة دون فحص عادي ولا المستهلك الحريص اليقظ الذي يكثر من الفحص والتدقيق قبل الشراء.

لتقدير ما اذا كانت العلامة مقلدة، هناك عدة ضوابط استقرت عليها المحاكم، بحيث ترد بحيث ترد جميع هذه الضوابط الى فكرة واحدة، وهي انه على القاضي ان يضع نفسه عن التقدير تحت ذات

المؤثرات التي يخضع لها جمهور عملاء السلعة، بحيث اذا دل البحث على هذا النحو على انطباع صورة ذهنية واحدة قام اللبس واستحق العقاب.<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: أوجه الشبه والمظهر العام بين العلامتين

عند فحص العلامة نقارن بين العلامة الحقيقية والعلامة المشوبة بالتقليد، ومقياس الكشف عن التقليد هو احتمال الخلط بين العلامتين، وينشأ هذا الخلط بين العلامتين عند وجود تشابه بينهما في المظهر العام، ولو كان هناك اختلاف بينهما في الجزئيات وبغض النظر عن أن التشابه في المظهر العام نتيجة تشابه العناصر السمعية او العناصر المرئية لان التشابه يحدث اثره لدى الجمهور في الحالتين فيقاص التشابه بما قرنه الصدى الصوتي العام للعلامة، أو الاثر المرئي لها وحتى ترتب على المقارنة احتمال حصول لبس بينهما، فالعبرة بأن يكشف الفحص اوجه اختلاف بين العلامتين، وعادة ما يقرر المقلد ادخال تعديلات بقصد التهرب من جريمة التقليد، وعند مقارنة العلامتين على وجه التتابع والتعاقب، فإذا تركت احدهما اثر مشابه للأثر الذي تتركه العلامة الاخرى فإنه يعد تقليداً، ويراعى عند المقارنة بين العلامتين أن يكون مقياس هو المشتري المتولي الحرص والانتباه، وذلك لان تقليد العلامة يهدف الى تضليل جمهور العملاء، ويعد الفعل تقليداً للعلامة، ولو كان من السهل على تاجر الجملة او الوكيل بالعمولة أن يكشف التقليد لان هؤلاء يعدون من ذوي الخبرة.<sup>2</sup>

لا يلزم وجود تطابق بين العلامتين، بل يكفي وجود تشابه بين العلامتين، هذا التشابه يعمل على خلط جمهور المستهلكين بين البضائع المقلدة والاصلية، عندما نقول بوجود اوجه تشابه يجعل التقليد

<sup>1</sup>سميحة القليوبي- الملكية الصناعية- مرجع سابق - ص 605.  
<sup>2</sup>محمد مصطفى عبد الصادق- مرجع سابق -ص332.

محرما قانونا، هو ذلك التشابه الذي يجعل من المستهلك المتوسط الحرص والانتباه يعق في الخلط بين العلامتين لا الرجل الفني وحده.

التشابه الذي يتم البحث عنه هو التشابه في مجموع العلامتين وليس تفاصيل كل علامة وليس مجرد تشابه في اجزاء العلامتين.

**الاسس التي يبني عليها وجود تشابه بين العلامتين تجاريتين الى ما يلي:**

أ- العبرة بأوجه الشبه بين العلامتين لا بأوجه الاختلاف، فلا عبرة بأن يكشف الفحص عن وجود اوجه اختلاف بين العامتين، وعادة يعتمد المقلد الى تقليد العلامة مع ادخال تعديلات بقصد التهرب من جريمة التقليد، فيعد الفعل تقليدا ولو تبين من فحص العلامتين وجود اوجه اختلاف بينهما، لان جمهور لا يقوم بعملية فحص دقيق للعلامة عند الشراء وانما يقتصر دور المشتري على مجرد النظرة العامة، فإذا قارنا العلامتين ووجنا اوجه تبيان بينهما فلا اهمية لذلك ما دام هناك تشابه يدعو الى احتمال حصول لبس<sup>1</sup>.

ب- العبرة بالمظهر العام في العلامتين ال بالعناصر الجزئية، عند المقارنة بين العلامتين ينبغي ان لا تتم المقارنة بدراسة اوجه الشبه لكل عنصر من عناصر العلامة بل ينظر الى التشابه في العلامة بمجموعها، سواء اكان ذلك نتيجة تشابه العناصر السمعية ام العناصر المرئية، لذلك يجب على القاضي عند مقارنة بين العلامتين ان لا يضع كلا منهما بجوار الاخرى لفحصهما معا في وقت واحد، بل يستعرض العلامتين تباعا كلا منهما على حدة ثم يتبين

---

<sup>1</sup>محمد حسني عباس- مرجع سابق - ص370.

بعد ذلك الاثر الذ خلفته كل منهما وما اذا كان الاثر الذي تركته العلامة الاولى مشابها  
للأثر الذي احدثته الثانية او مغايرا لها، وذلك لان المنتجات التي تحمل العلامة المقلدة قد  
لا تكون معروضة في نفس الوقت مع المنتجات التي تحمل العلامة التي تحمل العلامة  
الاصلية ليتسنى للمستهلك اكتشاف امر تقليدها<sup>1</sup>.

### المبحث الثالث: العقوبات المقررة للجريمة

جريمة تقليد العلامات التجارية، لا بد بأن تصنيف المشرع لها كفعل جرمي سيضع لها في المقابل  
عقوبة من أجل ردع القيام بهذا الفعل الجرمي، ولكن قبل البدء بالحديث عن العقوبات المقررة لهذه  
الجريمة يجب علينا أن نحث كل شخص يريد ان يسجل علامته عليه ان يبذل جهد في البحث عن  
علامة مشابهة لعلامته في السجل قبل ان يسجلها فيقوم بتجنبها، حتى لو كان هناك علامة مسجلة  
دوليا او اقليميا لعلامة مشابهة او قريبة الشبه من علامته فعليه تجنبها، كما عليه ان يطلب من ادارة  
العلامات ان تبحث بالسجل هل يوجد هناك علامة مشابهة ام لا، ونحن نعتبر بأن الشخص الذي  
بذل جهد في البحث في السجل واخذ بكافة الاجراءات الازمة حتى لا يقع بأي خطأ او تشابه مع اي  
علامة ثانية ثم تبين فيما بعد البحث وتسجيله للعلامة ان هناك علامة مشابهة لعلامته فهو يعتبر  
حسن النية، اما الشخص الذي لم يبحث ويتحرى عما اذا كانت هناك علامة مشابهة لعلامته وتبين  
بعد تسجيله للعلامة ان هناك تشابه مع علامته لعلامة مسجلة فهو يعتبر سيئ النية ويستحق العقاب  
على جريمة تقليد العلامة التجارية.

<sup>1</sup>مصطفى كمال طه - مرجع سابق - صفحة 674.

دعوى تقليد العلامات التجارية لا تقبل الا على من يقوم بتقليدها، كما لا تقوم الدعوى الا من مالك تلك العلامة بناء على شكوى منه، فهي لا يمكن ان تلاحق من النيابة العامة كونها تشكل تعديا شخصيا، وجريمة التقليد جنحة تقدم الى محكمة جزائية المختصة بالنظر، ولصاحب العلامة الاصلية المشتكي الحرية في ان يتقدم ابتداءا الى المحكمة المدنية، وكونها جنحة فلا عقوبة على الشروع فيها، لأنه لا عقوبة على الشروع في الجرح الا بنص خاص، ويكون الشروع في هذه الجريمة على شكل ضبط الادوات التي سيتم استعمالها في عملية التقليد قبل قيامهم الفعلي بتصنيع علامات مقلدة.

هناك شروط ذاتية لحماية العلامة التجارية جزائيا، لا بد من النظر اليهم، وهي الشروط المتعلقة بأطراف دعوى الحماية الجزائية وتتمثل الشروط في شرط صفة مالك الحق في طلب الحماية الجزائية، وشرط الضرر، لا يشترط لرفع دعوى تزييف العلامات التجارية وقوع الضرر حقيقي وفعلي وانما يكفي وجود الاعتداء، وشرط القصد الجرمي، المشرع الاردني لم يفرق بين التزوير والتقليد من ناحية الركن المعنوي " القصد الجرمي " حيث يجب ان يتوافر هذا الركن في كل من التزوير والتقليد حتى يعتبر مرتكب للجريمة ويوقع العقاب عليه، وهناك شروط مرتبطة بالحق ذاته، تتمثل في شرط ان تكون العلامة التجارية مسجلة، وشرط ان يقع الاعتداء على الحق ذاته في العلامة التجارية، وشرط ان يقع الاعتداء على العلامة التجارية ضمن نطاق الزماني والمكاني لتسجيلها<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup>تنسيم خالد شاوره- مرجع سابق -ص (246-236).

## المطلب الأول: العقوبات الأصلية

قرر المشرع عقاباً جزائياً لمرتكب جريمة تزوير العلامة التجارية أو تقليدها يتمثل في الحبس مدة لا تزيد على سنة واحدة ولم يقصر المشرع هذه العقوبة على من قام بالتزوير ايا كانت الصورة التي تم بها، بل جعل العقوبة لكل من تسبب في اجراء احد الافعال التي تم بها التزوير<sup>1</sup>.

نصت المادة (38) من قانون العلامات التجارية الاردني على العقوبات المنصوصة على جرائم معينة بحق العلامة التجارية، وهي كالتالي:

كل من يرتكب بقصد الغش فعلاً من الأفعال التالية أو حاول ارتكابه أو ساعد أو حرض شخصاً آخر على ارتكابه يعاقب بالحبس مدة لا تتجاوز سنة واحدة أو بغرامة لا تتجاوز مائة دينار أو بكلتا هاتين العقوبتين:

- أ- يستعمل علامة تجارية مسجلة بمقتضى هذا القانون أو علامة مقلدة لها على ذات الصنف من البضاعة التي سجلت العلامة من أجلها.
- ب- يبيع أو يقتني بقصد البيع أو يعرض للبيع بضاعة تحمل علامة يعتبر استعمالها جرمًا بمقتضى البند.
- ت- يستعمل علامة سجلها شخص آخر حسب الأصول بمقتضى هذا القانون بقصد الإعلان عن بضائع من صنف البضاعة التي سجلها ذلك الشخص الآخر.

---

<sup>1</sup>قانون علامات البضائع الاردني- رقم 19 - سنة 1952- مادة(3)- فقرة(د).

ث- يصنع أو ينقش أو يحفر أو يبيع لوحة أو طابعاً خشبياً أو معدنياً أو ختماً أو شيئاً آخر يدل على علامة مسجلة حسب الأصول أو أي تقليد لها بقصد تمكين أي شخص غير صاحب تلك المسجلة من استعمالها أو استعمال تقليدها على ذات صنف البضائع التي سجل ذلك الشخص تلك العلامة من أجلها.

ج- يدخل أو يتسبب في إدخال قيد مسجل في السجل المحفوظ بمقتضى هذا القانون أو يصنع أو يتسبب في صنع أي مستند كتابي يؤخذ منه زوراً أنه نسخة عن قيد مدون في ذلك السجل أو يبرز أو يقدم في 18 معرض البينة مستنداً كتابياً كهذا أو يسبب في إبرازه أو تقديمه وهو يعلم أن ذلك القيد أو المستند مزور<sup>1</sup>.

#### الفرع الأول: الحبس

جاء في قانون العقوبات رقم 16/ 1960 وجميع تعديلاته والمنشور في الجريدة الرسمية رقم 1487 تاريخ 1/1/1960 والمعدل بأخر قانون رقم 8/2011 والمنشور في الجريدة الرسمية رقم 5090 تاريخ 2/5/2011، على الجرائم المخلة بثقة الدولة، وقد كان من بين هذه الجرائم تم ذكرها في المادة (237) نصت على التالي:

أ- من قلد ختماً أو علامة أو مطرقة خاصة بإدارة عامة أردنية أو قلد دمعاً تلك الأدوات أو ختم أو ما يسما إمضاء أو علامة أحد موظفي الحكومة.

---

<sup>1</sup>تقانون العلامات التجارية الاردني - رقم 33- سنة 1952 - مادة 38.

ب- ومن استعمل لغرض غير مشروع أية علامة من العلامات الرسمية المذكورة في الفقرة السابقة صحيحة. كانت او مزورة. عوقب بالحبس من سنة الى ثلاث سنوات وبغرامة من عشرة دنانير الى خمسين دينار.

ونصت المادة(242) من ذات القانون السابق الذكر في فقرته الثالثة على كل من ارتكب فعلاً من الأفعال التالية بدون تفويض من السلطات المختصة يعاقب بالأشغال الشاقة المؤقتة مدة لا تزيد على خمس سنوات، تسبب في استعمال الأساليب الفنية او الاحتيالية في إثبات مثل هذه الكلمات او الرسوم او العلامات الفارقة في مادة أية ورقة او في إثبات أية كلمات او رسوم او علامات فارقة أخرى يقصد منها أن تكون مشابهة لها وأن تسلك بدلا منها.

#### الفرع الثاني: الغرامة

قرر المشرع عقوبة لمرتكب جريمة التزوير العلامات التجارية او تقليدها يتمثل في الحبس مدة لا تقل عن ثلاثة أشهر ولا تتجاوز سنة واحدة أو بغرامة لا تقل عن مائة دينار ولا تتجاوز ثلاثة آلاف دينار أو بكلا هاتين العقوبتين، ولم يقصر المشرع هذه العقوبة على من قام بالتزوير أيا كانت الصورة التي تم بها، بل جعل ذات العقوبة لكل من استعمل - دون وجه حق - علامة تجارية يملكها الغير، وكل من باع او اقتنى بقصد البيع او عرض للبيع بضاعة تحمل علامة تجارية مزورة او متى كان عالما

بذلك، وتسري ذات العقوبة على كل من شرع في ارتكاب أي فعل من الأفعال المذكورة أو حتى ساعد أو حرض على ارتكابها<sup>1</sup>.

الغرامة المقررة على من يرتكب اعتداء على العلامة التجارية هي مائة دينار في أقلها وثلاثة الاف دينار في أكثرها حيث ان المشرع قد نص على حبس لمدة سنة واحدة او بغرامة لا تزيد على مائة دينار او بكلتا هاتين العقوبتين.

### المطلب الثاني: العقوبات التكميلية

الجرائم التي تقع على ملكية العلامة التجارية، كما بينا عقوبة كل جريمة من تلك الجرائم، إلا ان المشرع لم يكتفي بتلك العقوبة، بل أعطى المحكمة سلطة تقديرية لفرض عقوبات تكميلية (تبعية) ان لزم الامر، وذلك رغبة منه في تحقيق أقصى حماية ممكنة للعلامة التجارية، والعقوبات التكميلية (تبعية) هذه تتمثل في المصادرة والاتلاف، وسأقوم ببيان كل منها على حدى، حيث سأبين المصادرة في الفرع الاول والاتلاف في الفرع الثاني.

للمحكمة ان تقرر مصادرة البضائع ومراد الرزم واللف والاعلان واللوحات والاختام وغير ذلك من الادوات المستعملة بصورة رئيسية في طبع العلامة التجارية على البضائع او التي ارتكبت فعل التعدي بها او نشأ منها، وللمحكمة أن تأمر بإتلاف او التصرف بها في غير الاغراض التجارية<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup>المادة 38 من قانون العلامات التجارية وانظر ايضا الفقرة (د) من المادة الثالثة من قانون علامات البضائع الاردني، وراجع الاستاذ حسن الفكاهاني الموسوعة الجنائية الاردنية - الجزء الثاني- الدار العربية للموسوعات بالقاهرة- سنة 1979- ص (314، 385).  
<sup>2</sup>محمود علي الرشيدان- مرجع سابق - ص153.

## الفرع الأول: المصادرة

المصادرة تعرف بأنها نزع ملكية مال من مالكه وذلك لاستنزال ثمنها من التعويضات او الغرامات وهي عقوبة عينية والمصادرة قد تكون تعويضا، والمصادرة قد تفرض بحكم من القضاء ولا ترد المصادرة على البضائع فقط، بل على الآلات مملوكة للمتهم وإلا وقعت العقوبة بلا مبرر على الشخص غير المتهم فهي عقوبة جوازية للمحكمة قصر المصادرة على كل أو بعض الأشياء المحجوزة، ويلاحظ أن المصادرة الكلية للأشياء المحجوزة قد يترتب عليها افقار المتهم وبالتالي اهدار حقوق دائنيه وتصادر الاشياء لمصلحة المجني عليها لاستنزال ثمنها من التعويضات<sup>1</sup>.

لابد أن تكون المصادرة بناء على أمر المحكمة المختصة، وقد يكون ذلك أثناء محاكمة أي شخص متهم بأي جريمة من جرائم العلامة التجارية، أي خلال نظر الشكوى وقبل صدور حكم قطعي فيها، ويعتبر ذلك تشددا من المشرع، ولكنه تشدد يبرره ما للعلامة التجارية من حساسية تتطلب سرعة التصرف، إذ أن قيمة العلامات التجارية في سمعتها، فمن المعقول أن تأمر المحكمة بمصادرة كافة البضائع والأشياء والادوات المستخدمة في ارتكاب التعدي على العلامة التجارية، حتى لو تم ذلك قبل انتهاء محاكمة المتهم، إذ يساعد ذلك في انقاذ سمعة العلامة من التدهور، بل أنه يجوز للمحكمة أن تحكم بالمصادرة حتى لو لم تقض الملاحقة القانونية للمتهم الى عدم الادانة في ما نسب اليه من أفعال تعد العلامة التجارية<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>محمود علي الرشدان- مرجع سابق - ص153.  
<sup>2</sup>انظر حكم محكمة التمييز الاردنية رقم (72 / 85 جزء)، مجلة نقابة المحامين ، سنة 1985 ، ص605- وانظر الى صلاح زين الدين- الملكية الصناعية والتجارية- مرجع سابق- ص426.

أمر المصادرة جوازي للمحكمة، فيكون للمحكمة سلطة تقديرية فإذا أمرت بمصادرة فيجوز أن تكون المصادرة شاملة للبضائع والادوات والاشياء المستخدمة في ارتكاب الجريمة، ويجوز أن تقتصر على بعض ذلك.

يجوز للمحكمة أن تهب ثمن الاشياء المصادرة الى اي احدى الجهات الخيرية، للمحكمة في الدعوى المدنية او الجزائية أن تحكم بالمصادرة ولو في حالة الحكم ببراءة المتهم، إذا كان الضرر الذي أحدثه ناتجا عن خطئه، والقضاء بالبراءة على أساس انتفاء أوجه الشبه بين العلامة التجارية لطاعن وعلامة المطعون ضدها، لزوم ذلك للفصل في الدعوى الجزائية أثره في اكتساب هذا القضاء قوة الشيء المحكوم فيه أمام المحكمة المدنية.

ويلاحظ أن ما تضمنته المادة المشار اليها مشابها لما ورد في المادة(39) من قانون العلامات التجارية، إلا أن الاولى جعلت الحكم بالمصادرة وجوبا وربطته بإدانة المتهم بارتكاب الجرم المسند اليه، وذلك يعني عدم جواز الحكم بالمصادرة وفي حالة براءة المتهم، إلا أنه يجب التفرقة بين حالتين:

الاولى: هي حالة صدور حكم البراءة لعدم قيام المتهم بالركن المادي للجريمة ففي هذه الحالة لا يجوز الحكم بالمصادرة.

الثانية: هي حالة صدور الحكم بعدم الادانة مؤسسا على أي سبب آخر كعدم توافر القصد لديه، فعندئذ يجوز الحكم بالمصادرة.

## الفرع الثاني: الاتلاف

يجوز للمحكمة أن تأمر بإتلاف العلامات التجارية غير القانونية وأن تأمر عند الاقتضاء بإتلاف المنتجات و الأغلفة ومعدات الحزم وعناوين المحال وغيرها من الاشياء التي تستعمل تلك العلامات، وكذلك اتلاف الآلات والادوات التي استعملت في التزوير، ويرى بعض الفقهاء أن الحكم بإتلاف المنتجات التي تحكم علامة مقلدة محل النظر لأن الامر بالإتلاف حينئذ سيكون عقوبة، وليس تعويضا عن الضرر الذي لحق مالك العلامة لا سيما أنه يمكن غالبا الحصول على التعويض النقدي عن طريق حصيلة بيع هذه المنتجات المقلدة بعد نزع العلامة منها<sup>1</sup>.

المقصود بالإتلاف هو القضاء على صفة البضائع أو الادوات أو الآلات أو الاجهزة أو الاختام التي كانت معدة لها بحيث لم يعد لها وجود أو تستطيع أن تؤدي الغاية التي كانت تؤديها قبل إتلافها وعادة ما يكون ذلك بحرقها أو تحطيمها، وقد يكون بتحويلها الى اغراض أخرى غير تجارية التي كانت معدة في السابق، كما وانه يجوز للمحكمة أن تأمر بالتصرف بها لأغراض غير تجارية، كما لو استعملت كأسمدة أو أعلاف والتبرع بها الى جهات رسمية خيرية إذا أمكن ذلك<sup>2</sup>.

وقد تضمنت الفقرة الثالثة من المادة الحادية عشر من قانون علامات البضائع الاردني، أعطت للمحكمة خيارات أخرى غير الاتلاف، إذ اجازت لها التصرف بتلك البضائع أو الادوات على أي وجه تراه مناسباً، وذلك بعد ازالة العلامات والايوصاف التجارية الموجودة على البضائع او الاشياء، وتعويض الفراء من ثمنها عما لحق بهم من خسارة من جراء تعاملهم بتلك البضائع أو الاشياء

<sup>1</sup>محمد مصطفى عبد الصادق- مرجع سابق-ص (380،381).

<sup>2</sup>محمود علي الرشدان- مرجع سابق-ص154.

شريطة أن يكونوا حسني النية، أي يجهلون واقع الامر وحقيقة تلك البضائع أو أن تقرر المحكمة إعطاء تلك البضائع أو الاشياء لجهة خيرية، كالمستشفيات أو المدارس أو الجمعيات الخيرية. إذ يكون اتلاف تلك البضائع او الاشياء مناقضا للمصلحة العامة، وأرى أنه ينبغي عند الحكم بالإتلاف، التفرقة بين الحالتين:

الاولى: حالة ما اذا كانت البضائع والاشياء موضوع الجريمة من غير المواد الغذائية التموينية.

الثانية: حالة ما اذا كانت البضائع والاشياء موضوع الجريمة من غير المواد الغذائية والتموينية.

ففي الحالة الاولى ينبغي أن يكون الحكم بإتلاف تلك المواد، وإلا اذا ثبت للمحكمة أن حالة تلك المواد على قدر كبير من الجودة، بينما في الحالة الثانية، ينبغي أن يكون الحكم غير الاتلاف كالأمر ببيعها أو الاستفادة منها كهبتها الى احدى جهات البر والخير<sup>1</sup>.

ويجب لفت النظر في نهاية توضيحنا للعقوبات التكميلية، حيث ذكرنا بأنه تكون العقوبات التكميلية إما بالمصادرة أو بالإتلاف، وهناك أيضا عقوبة تكميلية أضافها المشرع المصري في القانون المكية الفكرية الجديد رقم 82 لسنة 2002 في مادته 113، حيث ذكر غلق المنشأة كعقوبة تكميلية..... في جميع الاحوال تقضي المحكمة بمصادرة المنتجات محل الجريمة أو المبالغ أو الاشياء المتحصلة منها، وكذلك الادوات التي استخدمت في ارتكابها ويجوز لمحكمة عند الحكم بالإدانة أن تقضي

---

<sup>1</sup>صلاح زين الدين- الملكية الصناعية والتجارية - مرجع سابق - ص(429، 430).

بغلق المنشأة التي استغلها المحكوم عليه في ارتكابها مدة لا تزيد على ستة أشهر ويكون الغلق وجبياً في حالة العود<sup>1</sup>.

### المطلب الثالث: الإجراءات التحفظية

لكل صاحب علامة تجارية مسجلة له أن يتخذ من الإجراءات التحفظية ما يلزم حتى يثبت الاعتداء الواقع على حقه في العلامات التجارية بتقليدها أو تزويرها قبل ان يتم رفع الدعوى، ويمكن اتخاذ الإجراءات التحفظية بصرف النظر عما اذا كان مالك العلامة التجارية يريد أن يرفع دعوى مدنية أم لا، وفقاً للحماية العامة على أساس المنافسة الغير مشروعة، ووفقاً للحماية الخاصة، ولا يمكن اتخاذ الإجراءات التحفظية اذا لم تكن العلامة التجارية مسجلة، كما لا يمكن ذلك اذا كانت من غير مالك العلامة التجارية.

لرئيس المحكمة المختص بأصل النزاع أن يأمر بالإجراءات التحفظية الآتية اثبات واقعة الاعتداء على الحق محل الحماية وإجراء حصر ووصف تفصيلي للألات والادوات التي تستخدم أو استخدمت في ارتكاب الجريمة، وتوقيع الحجز على هذه الاشياء، وأعطى القانون الحق للقاضي يندب خبير لمعاونة الحصر الكلف بالتنفيذ، ولكن ألزم القانون على طالب الحجز إيداع كفالة مناسبة تقدرها المحكمة وهذه الإجراءات تكون بناء على طلب كل ذي شأن بمقتضى أمر يصدر على عريضة، كما لزم القانون الطالب برفع أصل النزاع الى المحكمة المختصة خلال خمسة عشر يوماً من تاريخ صدور الامر وإلا زال كل أثر له، وأعطى القانون الحق للصادر ضده الإجراءات التحفظية أن يتظلم

<sup>1</sup>قانون الملكية الفكرية المصري - رقم 82- سنة 2002- مادة 113.

الى رئيس المحكمة خلال ثلاثين يوما من تاريخ صدوره أن اعلانه، وسطة المحكمة في تأييد الامر و الغاءه كليا أو جزئيا<sup>1</sup>.

الغرض من الاجراءات التحفظية هو التسهيل في اثبات الاعتداء على العلامات التجارية وضبط الجريمة، وكذلك تفيد في منع الاستمرار في تداول هذه العلامات التجارية التي تم الاعتداء عليها بالتقليد او التزوير او العلامات المغتصبة بشكل عام، وقد و اشتط القانون أن يضع طالب القيام بالإجراءات التحفظية اي صاحب العلامة التجارية المسجلة، أي يضع تأمينا يقدره القاضي تقديرا اوليا لتعويض المحجوز عليه عند الاقتضاء، في حال ثبت فيما بعد بعدم صحة دعوى مالك العلامة التجارية المسجلة بالتقليد او بتزويرها.

### الفرع الأول: مفهوم الإجراءات التحفظية في تقليد العلامة التجارية

المشروع سمح لصاحب العلامة التجارية، أن يطلب من المحكمة المختصة القيام بإجراءات قانونية تهدف الى الحفاظ على حقه في العلامة تجاه المعتدي.

لقد اجاز قانون العلامات التجارية الاردني لمالك العلامة التجارية أن يطلب من المحكمة الاجراءات التحفظية التالية:

- وقف التعدي على علامته التجارية.
- الحجز التحفظي على البضائع التي ارتكبت التعدي بشأنها أينما وجدت.
- المحافظة على الادلة ذات الصلة بالتعدي.

<sup>1</sup>محمد مصطفى عبد الصادق- مرجع سابق- ص384.

يجوز للمحكمة أن تصدر تفتيش وتحري عن تلك البضائع والأشياء لضبطها وإحضارها إلى المحكمة، فإذا ما أصدرت المحكمة مذكرة التفتيش والتحري تلك، فإن نطاق الضبط والإحضار قد ينصرف إلى بضائع والأوراق والأغلفة ومواد الرزم واللف والإعلان واللوحات والطابع الخشبية والمعدنية والاختام وغيرها من الأشياء مما قد يكون وضعت عليها العلامة التي وقع الاعتداء عليها، كما قد ينصرف إلى جميع الأدوات والآلات التي استخدمت في الاعتداء، وبعدئذ تقرر المحكمة إذا ما كان من اللازم مصادرة تلك المحجوزات من عدمه<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: شروط القيام بالإجراءات التحفظية

أجاز قانون العلامات التجارية الأردني لمالك العلامة التجارية أن يطلب من المحكمة اتخاذ أي من الإجراءات التحفظية، إذا كانت حقوقه قد تم التعدي عليها أو أن التعدي قد أصبح وشيكاً ومن المحتمل أن يلحق به ضرراً يتعذر تداركه في حال وقوعه، أو يخشى من اختفاء دليل أو اتلافه، وفي هذه الحالة تقدم الطلبات، قبل إقامة الدعوى ودون تبليغ الخصم، شريطة أن تكون مشفوعة بكفالة مصرفية أو نقدية تقبلها المحكمة، وإذا لم يقدم مالك العلامة التجارية دعواه خلال ثمانية أيام من تاريخ إجابة المحكمة لطلبه فتعتبر جميع الإجراءات المتخذة بهذا الشأن ملغاة وغير ذي أثر، ولمن اتخذت تلك الإجراءات ضده أن يطلب بتعويض عادل إذ ثبت بنتيجة الدعوى أن المدعي غير محق في دعواه أو أنه لم يقدم دعواه خلال المدة المقررة في هذا الصدد<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>صلاح زين الدين- الملكية الصناعية والتجارية- مرجع سابق - ص431.  
<sup>2</sup>صلاح زين الدين- العلامات التجارية وطنيا ودوليا- مرجع سابق- ص267.

أجاز قانون العلامات والبيانات التجارية المصري في مادته الخامسة والثلاثين لمالك العلامة التي وقع الاعتداء عليها اتخاذ الاجراءات التحفظية اللازمة شريطة حصوله على أمر بذلك من المحكمة المختصة ومن أبرز تلك الاجراءات ما يلي<sup>1</sup>:

أ- عمل محضر وصف تفصيلي يبين فيه الآلات والادوات التي استخدمت في ارتكاب الجريمة أو التي تستخدم في ارتكابها، وكذلك السلع والبضائع أو الاوراق أو الاغلفة أو غيرها، مما قد تكون وضعت عليها العلامة موضوع الجريمة.

ب- توقيع الحجز التحفظي على كل ما ذكر أ، بعضه، ولكن يشترط أن يقدم طالبه كفالة عطل وضرر حسب الاصول المقررة بهذا الشأن، وان يتبعه رفع دعوى مدنية أو جزائية خلال المدة القانونية، وبالباغثة ثمانية أيام تبدأ من تاريخ صدور قرار الحجز، وإذا لم تقدم الدعوى خلال المدة المذكورة يصبح الحجز ملغي.

ان حماية العلامة التجارية تقوم في الواقع على أحكام القانون المنظم لها، وحتى تقوم على حماية العلامة التجارية بشكل كاف او بالشكل المطلوب والمرغوب، لا بد أن يتم تحديد النصوص القانونية كافة الشروط الشكلية والموضوعية اللازم توافرها في العلامة بكل وضوح ودون أدنى لبس.

ويلاحظ أن صحة الاجراءات التحفظية التي تتخذ من مالك العلامة المسجلة بشرط الدعوى المدنية أو الجنائية من مالك العلامة خلال عشرة أيام تبدأ من تاريخ صدور الأمر الصادر بالحجز والمصادرة، وذلك في جميع الاحوال تعتبر الاجراءات التحفظية التي اتخذها مالك العلامة باطلة إذا

---

<sup>1</sup>صلاح زين الدين- الملكية الصناعية والتجارية - مرجع سابق- ص (431،432).

لم يتبعها رفع دعوى مدنية أو جنائية على من اتخذ ضده تلك الاجراءات وذلك خلال عشرة أيام التالية مع مراعاة مواعيد المسافات<sup>1</sup>.

## الخاتمة

هناك حماية للملكية الفكرية بوجه عام ولكن نجد ان للعلامات التجارية اهمية خاصة لحمايتها من الانتهاك، ولعل ذلك لأسباب عديدة، حيث ان العلامة التجارية لها اهمية اقتصادية فهي تشير الى مصدر السلعة وحماية التاجر من المنافسة غير الشريفة وغير المشروعة، وأيضاً حماية المستهلك من المنتجات الموضوع عليها العلامة المقلدة او المزورة.

وقد كانت الاشكالية في بحثنا بأن هل هناك حماية جزائية للعلامات التجارية، فالأصل أن تكون هناك حماية مدنية فقط لها، ولكننا وجدنا بأن هناك حماية جزائية أيضاً ولكنها تقوم على شروط واهم هذه الشروط ان تكون العلامة التجارية المحمية مسجلة قانوناً في سجل العلامات التجارية.

وقد تحدثنا خلال البحث عن مفهوم تقليد العلامات التجارية وفقاً لقانون العلامات التجارية الفلسطيني وعن جرائم الاعتداء التي تقع على العلامات التجارية من تقليد وتزوير واغتصاب وبيع علامات تجارية مقلدة والاعتداء على علامات تجارية مملوكة للغير بدون مسوغ قانوني، وبيننا أن جميع هذه الجرائم لها حماية جزائية بصرف النظر عن قيام صاحب العلامة التجارية برفع دعوى مدنية ام لا

---

1- دار النهضة العربية- مصر - 2000 - ص340.

كون هذه العلامة التجارية مستوفيه لكافة شروط الحماية الجزائية المقررة لها، كما بينا الآثار المترتبة عن ظاهرة تقليد العلامة التجارية وما تأثيرها على البيئة والصحة والاقتصاد، وتحدثنا عن اركان جريمة تقليد العلامات التجارية، وختاماً تناولنا العقوبات المقررة لجريمة تقليد العلامات التجارية.

إن الأهمية التي يتصف بها موضوع العلامات التجارية تقتضي التشدد في الحماية المتوفرة قانوناً بشتى أنواعها المدنية والجزائية على حد سواء، ان حماية العلامات التجارية من أي اعتداء يعتبر مسؤولية تقع حتماً على كل فرد في المجتمع، فكل فرد فينا هو معرض لعلامة تجارية تم الاعتداء عليها، وأي شخص يكشف عن هذا الاعتداء لا بد له ان يخبر الجهات المختصة التي تقوم على ردع كل جهة تقوم على اغتصاب علامة تجارية بصرف النظر عن النتيجة التي تحققها من اغتصابها، فقط تكون هذه النتيجة ايجابية كما بينا في بحثنا، حيث تقوم على سبيل المثال بالرجوع ايجاباً على صاحب العلامة الاصلية، فيؤدي الاعتداء عليها الى شهرة العلامة التجارية بشكل اكبر وانتشارها وتداولها بين الناس بصورة لم تشهد عليه من قبل عملية اغتصابها، فمهما كانت نتيجة الاعتداء على العلامة التجارية ايجابية ام سلبية، لا بد من عقاب يفرض على كل معتدي، من أجل ردع كل من يحاول في المستقبل الاعتداء على العلامة التجارية بنيته التي لا يمكن أن تكون الا سلبية.

## نتائج الدراسة

لم يبادر مشرعنا الفلسطيني-حتى هذه اللحظة- في تنظيم موضوع الملكية الفكرية بشكل عام والعلامات التجارية بشكل خاص، حيث لم يعطي موضوع العلامات التجارية أي اهتمام، حيث أبقى

على القانون الذي كان يسري في الضفة الشرقية لنهر الأردن قبل انفصالها عن الضفة الغربية، وهو قانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952م، في حين أن الدولة التي أخذ عنها هذا القانون قد قامت بتحديثه وإضافة بعض الأمور الهامة التي تشكل محور التجارة العالمية ومن أهمها العلامات التجارية المشهورة.

إن الواقع الاقتصادي الفلسطيني يأخذ منحى باتجاه الانهيار، وهذا يتطلب من مشرنا التدخل والعاجل لإنقاذ ما يمكن إنقاذه، وهذا التدخل السريع يجب أن يعطي الاهتمام بالدرجة الأولى لموضع العلامات التجارية التي تشكل العمود الفقري للتجارة، حيث يجب سن قانون يواكب التطور المهول في المجال الاقتصادي، هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى فإنه يجب أن يحرص مشرنا الفلسطيني على السعي نحو دخول المجال الدولي لتوفير حماية دولية لأصحاب العلامات التجارية من الفلسطينيين وذلك من خلال الانضمام إلى الاتفاقيات الدولية ذات العلاقة، كما انه يجب ملاحظة أن فلسطين ليست منضمة لأي اتفاقية دولية متعلقة بالعلامات التجارية، اضافة إلى أن ليس لفلسطين أي تمثيل على الإطلاق في المنظمة العالمية للملكية الفكرية.

ويمكننا أن نتحدث عن بعض ما توصلنا اليه في نقاط مختصرة كالآتي:

- إن الحماية القانونية للعلامات تستهدف حماية المستهلك وتمكينه من الحصول على السلع والخدمات الملائمة التي يثق في جودتها وأيضاً الجود الدولية الحالية في شكل تكتلات اقتصادية عالمية لمحاربة قرصنة العلامات التجارية والمطالبة بتأمين حماية فعالة للعلامات.

- ان اصل الحماية المقررة للعلامات التجارية هي الحماية المدنية، ولكن الحماية الجزائية توافرت من أجل دعم العلامات التجارية على قدر اكبر من أي اعتداء او اغتصاب بحقها.
- الحماية الجزائية تقتصر على العلامات التجارية المسجلة أما الحماية المدنية فتشمل العلامات المسجلة والغير مسجلة.
- التشريعات حددت الجرائم التي تقع على العلامة التجارية منها جريمة التزوير والتقليد واغتصاب العلامات التجارية.
- الذي له الحق في تحريك دعوى الجزائية هو النيابة العامة او بناء على شكوى من مالك العلامة الى سلطة الضبط القضائي.
- المستهلك هو المستهدف الاول في عملية تقليد العلامات التجارية، والمقلد هدفه الربح وتحقيق مكاسب اكبر او تدمير علامة تجارية تنافسه، بعيدا عن الآثار السلبية التي يحدثها للعملاء.

### توصيات الدراسة

1. إيجاد تنظيم عربي موحد لحماية العلامات التجارية وليس قانونا نموذجيا يترك للدول العربية حرية في تطوير القوانين المحلية.
2. توفير كل الامكانات اللازمة لدعم المنتجات الوطنية، وذلك بتوفير كافة انواع الحماية المقررة لها.
3. توفير وجود القضاء المتخصص او الدوائر المتخصصة في نزاعات الملكية الفكرية.

4. التشدد في تطبيق الإجراءات الخاصة بمطابقة المنتجات المحلية والمستوردة للمواصفات والمقاييس الفلسطينية، وفي منع أي علامة تجارية مقلدة أو مزورة من دخول فلسطين عبر توفير نظام جمركي فعال.

5. يجب أن تبرز دور المستهلك وما له من أهمية في إحكام الرقابة على السلع الغذائية بالتعاون مع الجهات المختصة، حيث عندما يتعرض لجريمة تقليد علامة تجارية ويكتشفها ويرفع دعوى، فهذا يساعد الجهات المختصة في تتبع مصدر هذه العلامة المقلدة.

6. إنشاء مكاتب فرعية لتسجيل العلامات التجارية بالمحافظات، على أ، يتم ربط هذه الفروع بالمكتب الرئيسي في رام الله عبر شبكة معلومات وذلك لتسجيل العلامات.

7. تشديد العقوبات المالية بشأن التعدي على العلامات بما يتناسب مع حجم وظروف التعدي ومقدار وقيمة المنتجات الموضوع عليها العلامات التجارية المقلدة بدون حد أقصى، ويترك ذلك لرأي محكمة الموضوع حسباً ترى.

8. الاهتمام بتدريس مادة حقوق الملكية الفكرية في جامعات الفلسطينية وفي الدول العربية.

كما على مشرعنا أن يعطي اهتمامه لناحيتين مهمتين في موضوع العلامات التجارية :

الأولى: تنظيم موضوع العلامات التجارية محلياً وبشكل يحافظ على التطور المستمر الذي يحيط بموضوع العلامات التجارية، وذلك بعيداً عن نسخ قوانين لدول أخرى قد تكون قريبة أو بعيدة جغرافياً.

الثاني:السعي إلى الانضمام للمنظمة العالمية للملكية الفكرية والتوقيع على الاتفاقيات التي توفر الحماية لأصحاب العلامات التجارية من الفلسطينيين وغير ذلك من الاتفاقيات التي تحقق المصلحة للشعب الفلسطيني.

## المصادر والمراجع

### المصادر

- اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية - سنة 1883م.
- حكم محكمة التمييز الاردنية رقم (72 / 85 جزاء)، مجلة نقابة المحامين، سنة 1985.
- قانون أصول المحاكمات الجزائية الاردني المعدل - رقم (16)- سنة 2001م.
- قانون العقوبات الاردني - رقم 16- سنة 1960.

- قانون العلامات التجارية الاردني - رقم 33- سنة 1952.
- قانون العلامات التجارية الاردني المعدل - رقم 34 - سنة 1999م.
- قانون الملكية الفكرية المصري - رقم 82- سنة 2002.
- قانون حماية الملكية الصناعية المغربي المعدل- رقم(97-17)-سنة 2014.
- قانون علامات البضائع الاردني - رقم 19 - سنة 1952.
- قرار المحكمة الابتدائية بباريس تاريخ 16 يناير 1868.
- قرار رقم 1984/163، العدل العليا، مجلة نقابة المحامين، السنة الثالثة والثلاثون، العدد الثالث والرابع(آذار ونيسان)،سنة 1985.
- قرار رقم 87/227،عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، السنة 37، العدد السادس.
- قرار رقم 77/25، العدل العليا، مجلة نقابة المحامين، السنة الخامسة والثلاثون، العدد التاسع والعاشر (أيلول وتشرين اول)، سنة 1976.
- قرار رقم 78/31،عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة 1978.
- قرار رقم 95/377،عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة 1997.
- قرار رقم 88/49،عدل عليا، مجلة نقابة المحامين-سنة 1989.

- قرار رقم 59/73، عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة 1959.
- قرار رقم 68/75، عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، السنة السابعة عشر، العدد الاول والثاني والثالث.
- قرار رقم 68/75، عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة 1969.
- قرار رقم 97/81، عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة 1968.
- قرار رقم 53/4 الصادر من محكمة العدل العليا الاردنية المنشورة في مجلة نقابة المحامين، السنة الاولى، العدد الرابع (نيسان).
- قرار رقم 69/8، عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة 1969.

#### الكتب

- حسام الدين عبد الغني الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، (د.د)، القاهرة، 1993
- حسن الفكهاني - الموسوعة الجنائية الاردنية - ج2 - الدار العربية للموسوعات بالقاهرة، 1979.
- حسين عقيل عابد - التسجيل الدولي للعلامات التجارية والجرائم المتعلقة به - ط1 - المصرية للنشر والتوزيع - مصر - 2018.
- سميحة القليوبي - تأجير واستغلال المحل التجاري - (د.ن) - (د.م).

- سميحة القليوبي - الملكية الصناعية - ط5 - دار النهضة العربية - القاهرة - 2005.
- صلاح زين الدين - العلامات التجارية وطنيا ودوليا - ط3 - دار الثقافة للنشر والتوزيع - عمان - 2015.
- صلاح زين الدين - مدخل الى الملكية الفكرية - ط3 - دار الثقافة للنشر والتوزيع - عمان - 2004.
- صلاح زين الدين - الملكية الصناعية والتجارية - ط3 - دار الثقافة للنشر والتوزيع - عمان - 2012.
- عبد الله درميش - الحماية الدولية للملكية الصناعية وتطبيقاتها القانونية - اطروحة دكتوراه - جامعة الحسن الثاني - الدار البيضاء - 1986.
- كحول وليد - جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري - مجلة المفكر - الجزائر.
- محسن شفيق - الوسيط في القانون التجاري - ج 1 - ط1 - دار النشر والثقافة الاسكندرية - مصر - 1951.
- محمد حسني عباس - الملكية الصناعية والمحل التجاري - ط1 - دار النهضة العربية - القاهرة - 1971.

- محمد سليمان محمد عبد الرحمن - الحماية المقررة للعلامات التجارية والبيانات التجارية في القانون المصري واتفاقية TRIPS - ط1 - مطبعة الاسراء - القاهرة - 2011.
- محمد صالح - شرح القانون التجاري - ج1 - ط1 - مطبعة جامعة فؤاد الاول - مصر - 1949.
- محمد محبوبى - النظام القانوني للعلامات - جار أبي رقرق للطباعة والنشر - الرباط - 2007.
- محمد مصطفى عبد الصادق - الحماية القانونية للعلامات التجارية اقليميا ودوليا - ط1 - دار الفكر والقانون - مصر - 2011.
- محمد منصور أحمد - جريمة الغش التجاري في العلامات التجارية - (د.ن) - (د.م).
- محمود علي الرشدان - العلامات التجارية - ط1 - دار المسيرة للنشر والتوزيع - عمان - 2009.
- مصطفى كمال طه - أساسيات القانون التجاري - ط1 - منشورات الحلبي الحقوقية - بيروت - 2006.
- مصطفى كمال طه - القانون التجاري اللبناني - الجزء الاول - ط2 - دار النهضة العربية - بيروت - 1975.
- نادية محمد معوض - القانون التجاري الجديد - ط1 - دار النهضة العربية - مصر - 2000.

- ندوى، خاطر حمد - شرح قواعد الملكية الفكرية والملكية الصناعية - ط1- دراسة مقارنة بين القانون الاردني والاماراتي والفرنسي -2005.

- نسيم خالد شواورة - العلامات التجارية وحمايتها من اعمال المنافسة الغير مشروعة - ط1- دار الثقافة للنشر وللتوزيع- عمان - 2017.

#### الرسائل العلمية

- ناصر عبد الحليم السلامات- الحماية الجزائية للعلامات التجارية- اطروحة دكتوراه- جامعة عمان العربية للدراسات العليا- عمان -2008.
- نبيل بنعلي - الحماية القانونية للعلامة التجارية - رسالة لنيل دبلوم الدراسات العليا - جامعة الحسن الثاني - الدار البيضاء - 2000.

#### الندوات والمؤتمرات

- انظر الى ندوة الويبو الوطنية عن إنفاذ حقوق الملكية الفكرية للقضاء والمدعين العامين - تنظمها المنظمة العالمية للملكية الفكرية(الويبو) - المنامة - 2014- حسام الدين صغير- التقاضي وقضايا مختارة في مجال العلامات التجارية.

#### المراجع الالكترونية

- الاسواق العربية -ايجابيات تقليد العلامات التجارية- آخر دخول 2019/12/23- انظر الى <https://www.alarabiya.net/>
- [https://www.wto.org/english/tratop\\_e/trips\\_e/trips\\_e.htm](https://www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/trips_e.htm)
- قرار منشور على موقع مقام - الاحكام القضائية القضية رقم2016/313 آخر دخول 2020/4/6-انظر الى الرابط <https://maqam.najah.edu/judgments/3635/>
- قرار منشور على موقع مقام - الاحكام القضائية القضية رقم2017/236 آخر دخول 2020/4/6 - انظر الى الرابط <https://maqam.najah.edu/judgments/6085/>
- مقالة منشورة على موقع مدونة صالح محمد القرا للعلوم المالية والادارية - اسم المقالة أيزو 9000 آخر دخول 2019/9/6 - انظر الى الرابط <https://sqarra.wordpress.com/iso9000/>
- موقع HEXA- العلامة التجارية ما هي؟ وما اهميتها - آخر دخول 2019/12/20 - انظر الى <http://hexacit.com/ar/blog>
- موقع ابتدي - ما هي اهمية العلامة التجارية في التسويق - آخر دخول 2019/12/21- انظر الى <https://www.ibtdi.com/>

• موقع جامعة ابو البواقي- دور العلامة التجارية في حماية المستهلك - آخر دخول

انظر الى <http://bib.univ-oeb>. 2019/11/11

## فهرس الدراسة:

أ.....	إقرار.....
ب.....	الشكر والتقدير.....
ت.....	مُلخص الدراسة.....
ج.....	The Abstract.....
1.....	المقدمة.....
2.....	أهمية الدراسة.....
3.....	أهداف الدراسة.....
3.....	اشكالية الدراسة.....
4.....	محددات الدراسة.....
4.....	منهجية الدراسة.....
5.....	تقسيم الدراسة.....
6.....	الفصل التمهيدي: ماهية العلامة التجارية بشكل عام والحماية الجزائية المقررة لها.....
6.....	المبحث الأول: ماهية العلامة التجارية وأنواعها.....
6.....	المطلب الأول: مفهوم العلامة التجارية.....

- 7..... الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية في القانون.
- 10..... الفرع الثاني: تعريف العلامة التجارية في الفقه.
- 11..... الفرع الثالث: تعريف العلامة التجارية في القضاء.
- 12..... المطلب الثاني: أنواع العلامات التجارية.
- 13..... الفرع الأول: العلامات التجارية الصناعية وعلامات الخدمة.
- 15..... الفرع الثاني: العلامات التجارية المشهورة والمحلية.
- 19..... الفرع الثالث: العلامات التجارية الفردية والجماعية.
- 24..... المبحث الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية.
- 26..... المطلب الأول: حماية العلامة التجارية بناءً على الجرائم الواقعة عليها.
- 32..... الفرع الأول: جريمة تقليد وتزوير العلامات التجارية.
- 33..... الفرع الثاني: بيع بضائع علاماتها التجارية مزورة او مقلدة.
- 36..... الفرع الثالث: جريمة الاعتداء على علامة تجارية مملوكة للغير بدون مسوغ قانوني.
- 38..... المطلب الثاني: محل الحماية الجزائية للعلامة التجارية.
- 39..... الفرع الأول: المحل المباشر.
- 40..... الفرع الثاني: المحل غير المباشر.
- 42..... الفصل الأول: تقليد العلامات التجارية.

- 42 .....المبحث الأول: ماهية تقليد العلامات التجارية
- 43 .....المطلب الأول: تعريف تقليد العلامات التجارية فقهاً وقانوناً وقضاءً
- 45 .....المطلب الثاني: صور تقليد العلامات التجارية
- 47 .....المبحث الثاني: أفعال تقليد العلامات التجارية
- 49 .....المطلب الأول: التقليد بالنسخ والتشبيه
- 51 .....المطلب الثاني: التقليد باستعمال علامة مقلدة أو مشبهة
- 54 .....المطلب الثالث: بيع بضائع عليها علامة مقلدة أو عرضها للبيع
- 58 .....المبحث الثالث: الآثار المترتبة عن ظاهرة تقليد العلامة التجارية
- 60 .....المطلب الأول: أثر تقليد العلامة التجارية على الاقتصاد
- 63 .....المطلب الثاني: أثر تقليد العلامة التجارية على البيئة
- 64 .....المطلب الثالث: أثر تقليد العلامة التجارية على الصحة
- 65 .....الفصل الثاني: الأحكام القانونية لجريمة تقليد العلامات التجارية
- 65 .....المبحث الأول: أركان جريمة تقليد العلامات التجارية
- 66 .....المطلب الأول: الركن المادي
- 67 .....المطلب الثاني: الركن المعنوي
- 69 .....المطلب الثالث: ركن المحل

70	المطلب الرابع: ركن التسجيل
72	المبحث الثاني: أسس تقدير الجريمة
73	المطلب الأول: تقدير المستهلك
74	المطلب الثاني: أوجه الشبه والمظهر العام بين العلامتين
76	المبحث الثالث: العقوبات المقررة للجريمة
78	المطلب الأول: العقوبات الأصلية
79	الفرع الأول: الحبس
80	الفرع الثاني: الغرامة
81	المطلب الثاني: العقوبات التكميلية
82	الفرع الأول: المصادرة
84	الفرع الثاني: الاتلاف
86	المطلب الثالث: الإجراءات التحفظية
87	الفرع الأول: مفهوم الإجراءات التحفظية في تقليد العلامة التجارية
88	الفرع الثاني: شروط القيام بالإجراءات التحفظية
90	الخاتمة
95	المصادر والمراجع

