



جامعة القاهرة

كلية الحقوق

قسم القانون التجاري والبحري والجوي

المنافسة غير المشروعة في العلامة التجارية

(دراسة مقارنة في القوانين العربية واتفاقيات التجارة الدولية)

رسالة للحصول على درجة الدكتوراة في الحقوق

مقدمة من الباحث:

نعيم جميل صالح سلامة

تحت إشراف:

الأستاذ الدكتور/ محمد بهجت عبد الله أمين قايد

لجنة المناقشة والحكم على الرسالة:

الأستاذ الدكتور/ محمد بهجت عبد الله أمين قايد

أستاذ القانون التجاري والبحري ورئيس قسم القانون التجاري والبحري الأسبق بكلية الحقوق/جامعة القاهرة
(مشرفاً ورئيساً)

الأستاذ الدكتور/ رضا السيد عبد الحميد

أستاذ ورئيس قسم القانون التجاري والبحري بكلية الحقوق/ جامعة عين شمس (مضواً)

الأستاذ الدكتور/ هاني صلاح سري الدين

أستاذ القانون التجاري والبحري المساعد والقائم بأعمال رئيس قسم القانون التجاري والبحري السابق بكلية الحقوق/ جامعة القاهرة
(مضواً)

بسم الله الرحمن الرحيم

بسم الله الرحمن الرحيم

قال تعالى: (وَتَنَا آتِنَا مِنْ لَدُنْكَ رَحْمَةً وَهَيِّئْ لَنَا مِنْ أَمْرِنَا رَشَدًا) . صدق الله العظيم

الآية رقم (١٠) من سورة الكهف

على هذه الأرض ما يستحق الحياة: تردد إبريل، رائحة الخبز في الفجر، تعويذة امرأة للرجال، كتابات أسخيلوس، أول الحب، عشب على حجر، أمهات يقفن على خيط ناي، وخوف الغزاة من الذكريات.

على هذه الأرض ما يستحق الحياة: نهاية أيلول، سيّدة تزك الأربعين بكامل مشمشها، ساعة الشمس في السجن، غيم يقلّد سرباً من الكائنات، هتافات شعب لمن يصعدون إلى حتفهم باسمين، وخوف الطغاة من الأغنيات.

على هذه الأرض ما يستحق الحياة: على هذه الأرض سيّدة الأرض، أم البدايات أم النهايات، كانت تسمى فلسطين، صارت تسمى فلسطين. سيدي: أستحق، لأنك سيدي، أستحق الحياة.

من قصيدة: (على هذه الأرض) للشاعر الفلسطيني الراحل: محمود درويش

الإهداء،،،

إلى روح والدي؟؟ فقد كانا اليد الطاهرة التي أزالنا من أمامنا أشواك الطريق ورسمنا المستقبل بخطوط من الأمل والثقة، وأعطينا من دمهما وروحهما وعمرهما حباً وتصميماً ودفعنا لغدٍ أجمل... داعياً المولى عز وجل أن يغفر لهما، ويرحمهما، ويعفو عنهما، ويكرم نزلهما، ويوسع مدخلهما، وأن ينزلهما منزل الصديقين والشهداء والصالحين وحسن أولئك رفيقا.

إلى من تحملت معي عناء البحث والسهر والسفر والغربة، فقد كانت خير داعم ورفيقة درب... زوجتي.

إلى أزهار النرجس الذين يفيضون حباً وطفولة ونقاءً وعطراً، وما زالوا يحيون على أدراج العمر الأولى أبنائي (رامي، جميل، ومهند).

إلى أشقائي وشقيقتي... داعياً المولى عز وجل أن يحفظهم ويسلمهم من أي مكروه.

إلى أصدقائي الذين تسكن صورههم وأصواتهم أجمل اللحظات والأيام التي عشتها.

إلى الصرح العلمي العريق المميز،،، كلية الحقوق/ جامعة القاهرة

شكر وتقدير،،

يقول علي بن أبي طالب كرم الله وجهه " إن النعمة موصولة بالشكر، والشكر متعلق بالمزيد، ولن ينقطع المزيد حتى ينقطع الشكر من العبد".

بداية أحمد الله سبحانه وتعالى على نعمته وفضله وأصلي وأسلم على إمام المرسلين وسيد الخلق أجمعين سيدنا محمد (صلى الله عليه وسلم).

ويسعدني أن أتقدم بجزيل الشكر والتقدير والعرفان إلى العالم والفقير القانوني الجليل أستاذي ومعلمي:

الأستاذ الدكتور محمد بهجت عبد الله أمين قائد أستاذ القانون التجاري والبحري ورئيس قسم القانون التجاري والبحري والجوي الأسبق بكلية الحقوق/جامعة القاهرة، الذي تفضل عليّ بقبول الإشراف على رسالتي، وغمرني بالفضل والنصح طيلة مراحل إعداد الرسالة، فأظهر بسماحته تواضع العلماء وبرحابته سماحة العارفين، ومنحني من وقته وجهده وعلمه، وأمدني بتوجيهاته القيمة والتي كان لها الأثر في إخراج رسالتي بالصورة التي هي عليها الآن، أدامه الله ذخراً للطلبة والباحثين وجعل ذلك في ميزان حسناته، سائلاً المولى عز وجل أن يجزيه عني خير الجزاء.

كما يشرفني أن أتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى الأساتذة الأفاضل العلماء الأجلاء أعضاء لجنة المناقشة والحكم على الرسالة:

الأستاذ الدكتور رضا السيد عبد الحميد أستاذ ورئيس قسم القانون التجاري والبحري بكلية الحقوق/جامعة عين شمس على تكريمه وتفضله بقبول مناقشة الرسالة.

والأستاذ الدكتور هاني صلاح سري الدين أستاذ القانون التجاري والبحري المساعد والقائم بأعمال رئيس قسم القانون التجاري والبحري والجوي السابق بكلية الحقوق/جامعة القاهرة على تكريمه وتفضله بقبول مناقشة الرسالة.

فقد عرفتهما من خلال مؤلفاتهما ومناقشاتهما للباحثين غزيين في علمهما ومتواضعين في خلقتهما ونبيلين في تعاملهما، وفقهين وعالمين جليلين، مثمناً وجهدهما الذي قضياه في مراجعة الرسالة رغم مسؤولياتهما، ومرحّباً بأي آراء أو ملاحظات يبدانها حول الرسالة، جزاهما الله عني خير الجزاء.

وأقدم بشكري واحترامي إلى البلد العزيز على قلبي جمهورية مصر العربية حاضنة العروبة، بلد العلم والعلماء، بلد الكرم والمحبة، فخلال تواجدي في مصر شعرت بأني في بلدي وبين أهلي. وأدعو الله أن يحفظ هذا البلد آمناً ومستقراً.

المقدمة:

١- تهدف هذه الرسالة إلى دراسة المنافسة غير المشروعة ودورها في العلامة التجارية، من حيث: دراسة أحكام المنافسة غير المشروعة وصورها في العلامة، ويحاول الباحث كذلك تحديد أوجه حماية العلامة التجارية من المنافسة غير المشروعة سواء أكان ذلك من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة أو الحماية الجزائية والإجراءات التحفظية أو الحماية الدولية للعلامة التجارية. ولكن لا بد لنا قبل ذلك من إجراء بحث موجز عن العلامة التجارية من حيث مفهومها ومكوناتها ووظائفها وآلية استغلالها بطريقة مشروعة. فلا يخفى على أحد ما للعلامة التجارية من أهمية كبيرة في الوقت الحاضر، فهي وسيلة لتمييز المنتجات والخدمات التي يقدمها التجار، ونظراً لتعدد السلع والخدمات التي يحتاجها الإنسان تبرز أهمية وجود علامة تميز هذه المنتجات، وذلك لتمكين المستهلك من التعرف على نوع السلعة التي يطلبها بشكل خاص ويميزها عن غيرها من السلع والتي تتشابه معها من حيث الصنف والمكونات.

٢- وفي الوقت الحاضر انتشرت ظاهرة الاعتداء على العلامات التجارية بتزييفها وتقليدها واغتصابها، وإثارة أعمال غير مشروعة من شأنها إحداث ليس لدى جمهور المستهلكين بخصوص العلامة التجارية، حيث إن هذه الظاهرة تشكل مخاطر سلبية ليس على مالكي العلامات التجارية فحسب، وإنما على جمهور المستهلكين وعلى الاقتصاد الوطني للدول، لذلك تلجأ الدول إلى سن تشريعات تنظم عملية استخدام العلامة التجارية، وتشجع المنافسة المشروعة بين المشروعات المختلفة، وتجرم المنافسة غير المشروعة.

ونتيجة لذلك. وجدت اتفاقيات دولية عدة تنظم المنافسة المشروعة والعلامة التجارية، ابتداءً من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية سنة ١٨٨٣م وتعديلاتها، وانتهاءً بمعاهدة سنغافورة بشأن العلامات التجارية لسنة ٢٠٠٦م التي دخلت حيز التنفيذ في سنة ٢٠٠٩م، هذا بالإضافة إلى العديد من الاتفاقيات والمنظمات الدولية والتي برزت بين التاريخين المذكورين (١٨٨٣م - ٢٠٠٩م).

٣- وتعدّ العلامة التجارية حقاً لمالكها، وتهدف إلى تنظيم المنافسة المشروعة بين أصحاب العلامات التجارية سواء أكانت متشابهة من حيث صنف المنتجات أو من حيث أشكال العلامات التجارية، فهذه العلامة تكون متصلة بمالكها وتمارس المنافسة بشكل نزاهة، وبالتالي يلتزم التجار الآخرون بالامتناع عن تقليد علامة الغير أو تزويرها أو اغتصابها، وهذا بدوره يوفر ضماناً أساسياً لقيام المنافسة المشروعة فيما بين المشروعات التجارية، لأنها تستند إلى فكرة العدالة بأن يستفيد مالك العلامة بعلامته التي هي ثمرة تفكيره كحق من حقوق الملكية

بيان المحتويات

الموضوع	رقم الفقرة	رقم الصفحة
الإهداء		ج
شكر وتقدير		د
المقدمة	١	هـ
الفصل التمهيدي: مفهوم العلامة التجارية	١٣	١
المبحث الأول: تعريف العلامة التجارية وصورها (أشكالها)	١٤	٢
المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية وأنواعها	١٥	٣
الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية	١٦	٢
الفرع الثاني: أنواع العلامات التجارية	٢٥	١١
المطلب الثاني: صور العلامة التجارية	٢٧	١٤
الفرع الأول: الصور التي يجوز ادخالها في تكوين العلامة التجارية	٢٨	١٤
أولاً: مجموعة العلامات اللفظية	٢٩	١٥
١. الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً	٢٩	١٥
٢. الكلمات	٣٣	١٨
٣. الحروف والأرقام	٣٥	٢٠
ثانياً: مجموعة الرسوم والصور والنقوش والرموز	٣٨	٢٢
ثالثاً: مجموعة الألوان والأغلفة والدمغات والأختام	٤١	٢٤
١. مجموعات الألوان	٤١	٢٤
٢. الأغلفة	٤٣	٢٦
٣. الدمغات والأختام والتصاویر والنقوش	٤٦	٢٨
رابعاً: صور أخرى للعلامة التجارية	٤٧	٢٩
١. عنوان المحل التجاري	٤٧	٢٩
٢. العلامات غير المادية (الأصوات، والروائح، والطعم)	٤٨	٢٩
٣. شكل أو لون المنتج	٥٤	٣٣

الموضوع	رقم الفقرة	رقم الصفحة
٤. العلامة التجارية التي تحتوي على مؤشر جغرافي	٥٤	٣٤
٥. خليط مما ذكر أو بعض منه	٥٧	٣٥
الفرع الثاني: الصور التي لا يجوز إدخالها في العلامة التجارية	٥٨	٣٦
أولاً: الصور التي لا يجوز إدخالها في العلامة التجارية	٥٨	٣٦
ثانياً: الحكمة من حظر استعمال هذه العلامات	٦١	٣٨
المبحث الثاني: شروط العلامة التجارية ووظائفها وأساس ملكيتها	٦٣	٤٠
المطلب الأول: الشروط الموضوعية للعلامة التجارية	٦٤	٤٠
الفرع الأول: شرط الميزة والمشروعية	٦٥	٤٢
أولاً: شرط الميزة (فارقة)	٦٥	٤٢
ثانياً: شرط المشروعية	٦٨	٤٦
الفرع الثاني: شرط الجودة واللغة العربية	٧١	٥٠
أولاً: شرط الجودة (شرط الحدائث)	٧١	٥٠
ثانياً: شرط اللغة العربية	٨٣	٥٨
المطلب الثاني: وظائف العلامة التجارية	٩٠	٦٢
الفرع الأول: العلامة التجارية تحدد مصدر المنتجات والبضائع والخدمات ورمز للثقة	٩١	٦٣
أولاً: العلامة التجارية تحدد مصدر المنتجات والبضائع والخدمات	٩١	٦٣
ثانياً: العلامة التجارية رمز للثقة بمصدر المنتجات والبضائع والخدمات	٩٣	٦٤
الفرع الثاني: العلامة التجارية وسيلة من وسائل المنافسة المشروعة وضمانة أساسية لحماية المستهلكين	٩٦	٦٦
أولاً: العلامة التجارية وسيلة من وسائل المنافسة المشروعة	٩٦	٦٦
ثانياً: العلامة التجارية ضمانة أساسية لحماية المستهلكين	٩٨	٦٧
ثالثاً: العلامة التجارية وسيلة للإعلان عن المنتجات والبضائع والخدمات	١٠٠	٦٨

الموضوع	رقم الفقرة	رقم الصفحة
المطلب الثالث: الأساس القانوني لكسب ملكية العلامة التجارية	١٠٢	٧٠
الفرع الأول: الأنظمة القانونية التي تؤسس أسباب كسب ملكية العلامة التجارية	١٠٣	٧٠
الفرع الثاني: موقف التشريعات محل الدراسة من الأنظمة القانونية لكسب الحق في العلامة التجارية	١١١	٧٤
المبحث الثالث: استغلال العلامة التجارية	١٢٣	٨١
المطلب الأول: عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية	١٢٤	٨٢
الفرع الأول: تعريف عقد الترخيص	١٢٥	٨٢
أولاً: تعريف عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية	١٢٥	٨٢
ثانياً: موقف التشريعات من عقد الترخيص باستخدام العلامة التجارية	١٢٨	٨٥
ثالثاً: موقف الاتفاقيات الدولية من عقد الترخيص في العلامة التجارية	١٣٠	٨٦
الفرع الثاني: حقوق والتزامات أطراف عقد الترخيص	١٣٣	٨٨
أولاً: التزامات المرخص له	١٣٣	٨٨
١. استعمال العلامة على المنتجات المحددة بعقد الترخيص	١٣٣	٨٨
٢. عدم تنازل المرخص له عن عقد الترخيص للغير	١٣٤	٨٨
٣. التزام المرخص له بالمحافظة على العلامة وبذل العناية الواجبة في استعمالها	١٣٥	٨٩
٤. التزام المرخص له بدفع المقابل المادي للمرخص	١٣٧	٨٩
ثانياً: التزامات المرخص (مالك العلامة التجارية)	١٣٨	٩٠
١. عدم إنهاء عقد الترخيص أو تجديده إلا لسبب مشروع	١٣٩	٩٠
٢. عدم وضع قيود في عقد الترخيص غير ضرورية للحفاظ على العلامة التجارية	١٤١	٩٢
المطلب الثاني: التمييز بين عقد الترخيص باستعمال العلامة وعقد الإمتياز التجاري (الفرانشيز)	١٤٤	٩٤
الفرع الأول: تعريف عقد الفرانشيز	١٤٥	٩٤
الفرع الثاني: أشكال عقد الفرانشيز وصوره	١٤٨	٩٧
ملخص الفصل التمهيدي	١٥١	٩٩

الموضوع	رقم الفقرة	رقم الصفحة
الباب الأول: المنافسة غير المشروعة	١٥٢	١٠٢
الفصل الأول: مفهوم المنافسة غير المشروعة	١٥٣	١٠٣
المبحث الأول: تعريف المنافسة غير المشروعة وتمييزها عن غيرها	١٥٧	١٠٨
المطلب الأول: تعريف المنافسة غير المشروعة وتطورها	١٥٨	١٠٨
الفرع الأول: تعريف المنافسة غير المشروعة	١٥٩	١٠٩
الفرع الثاني: التطور التاريخي للمنافسة غير المشروعة	١٦٩	١١٧
المطلب الثاني: تمييز المنافسة غير المشروعة عن غيرها	١٧٢	١٢١
الفرع الأول: المنافسة الممنوعة والمنافسة غير المشروعة	١٧٣	١٢١
الفرع الثاني: المنافسة الطفيلية والمنافسة غير المشروعة	١٧٦	١٢٥
المبحث الثاني: أنواع المنافسة غير المشروعة وتنظيمها القانوني والأنشطة التي تستهدفها	١٨٣	١٣٠
المطلب الأول: أنواع المنافسة غير المشروعة	١٨٤	١٣٠
الفرع الأول: المنافسة غير القانونية (المنافسة غير المشروعة قانونياً)	١٨٥	١٣١
الفرع الثاني: المنافسة المخالفة للالتزامات العقدية (المنافسة غير المشروعة اتفاقاً)	١٩٢	١٣٦
المطلب الثاني: التنظيم القانوني للمنافسة غير المشروعة	٢٠٩	١٤٨
الفرع الأول: التنظيم القانوني للمنافسة غير المشروعة في القوانين المقارنة	٢١٠	١٤٨
الفرع الثاني: التنظيم القانوني للمنافسة غير المشروعة في الاتفاقيات الدولية	٢١٨	١٥٥
المطلب الثالث: محل المنافسة غير المشروعة وما تستهدفه أنشطتها	٢٢٣	١٥٩
الفرع الأول: الاتصال بالعملاء	٢٢٦	١٦٢
الفرع الثاني: الشهرة أو السمعة التجارية	٢٣٣	١٦٦
الفصل الثاني: صور المنافسة غير المشروعة	٢٣٨	
المبحث الأول: الصور العامة للمنافسة غير المشروعة في العلامة التجارية	٢٣٩	١٦٩
المطلب الأول: التقسيم الفقهي لأعمال المنافسة غير المشروعة	٢٤٠	١٧٠
الفرع الأول: أعمال تحدث الخلط واللبس	٢٤١	١٧٣
الفرع الثاني: اتباع وسائل التشويه	٢٥٢	١٨١

الموضوع	رقم الفقرة	رقم الصفحة
الفرع الثالث: أعمال بث الاضطراب في المشروع المنافس والسوق	٢٦٥	١٩١
أولاً: أعمال تهدف إلى بث الاضطراب في مشروع منافس	٢٦٥	١٩١
ثانياً: أعمال تهدف إلى بث الاضطراب في السوق	٢٦٩	١٩٤
المطلب الثاني: صور المنافسة غير المشروعة في ظل أحكام اتفاقية	٢٧٣	١٩٩
باريس وقانون المنافسة غير المشروعة الأردني		
الفرع الأول: الأعمال التي تسبب اللبس والادعاءات المغايرة للحقيقة	٢٧٤	٢٠١
أولاً: الأعمال التي بحكم طبيعتها تسبب لبساً	٢٧٤	٢٠١
ثانياً: الادعاءات المغايرة للحقيقة في مزاوله التجارة	٢٧٧	٢٠٤
الفرع الثاني: الادعاءات التي تسبب تضليل الجمهور والنيل من شهرة المنتج	٢٧٩	٢٠٦
أولاً: الادعاءات التي تسبب استعمالها تضليل الجمهور	٢٧٩	٢٠٦
ثانياً: النيل من شهرة المنتج	٢٨٥	٢١٠
الفرع الثالث: المنافسة المتعلقة بالعلامة التجارية	٢٨٨	٢١٣
أولاً: المنافسة المتعلقة بالعلامة التجارية سواء أكانت مسجلة أم غير مسجلة	٢٨٨	٢١٣
ثانياً: المنافسة غير المشروعة المتعلقة بعلامة الخدمة	٢٩٤	٢١٦
المبحث الثاني: الصور الخاصة بالمنافسة غير المشروعة في العلامة التجارية	٢٩٥	٢١٧
المطلب الأول: تزوير العلامة أو تقليدها واستعمال العلامة المزورة أو	٢٩٨	٢٢٢
المقلدة		
الفرع الأول: تزوير العلامة التجارية أو تقليدها	٢٩٩	٢٢٢
أولاً: التأسيس القانوني والمفهوم	٢٩٩	٢٢٢
ثانياً: أثر التزوير والتقليد على أداء العلامة التجارية لوظائفها	٣٠٥	٢٢٨
ثالثاً: أركان جريمة تزوير أو تقليد العلامة التجارية	٣٠٧	٢٢٩
رابعاً: معايير وأسس الاستدلال على تقليد وتزوير العلامة التجارية	٣١٧	٢٣٦
خامساً: تسامح صاحب العلامة المقلدة في حق تجاه المعتدي	٣٣٥	٢٤٨
الفرع الثاني: استعمال علامة تجارية مزورة أو مقلدة	٣٣٧	٢٥٠
أولاً: المفهوم والتشريعات	٣٣٧	٢٥٠
ثانياً: أركان جريمة استعمال علامة تجارية مزورة أو مقلدة	٣٣٩	٢٥١

الموضوع	رقم الفقرة	رقم الصفحة
المطلب الثاني: اغتصاب العلامة التجارية وبيع منتجات تحمل علامة مزورة أو مقلدة	٣٤٦	٢٥٦
الفرع الأول: اغتصاب العلامة التجارية (اغتصاب علامة الغير)	٣٤٧	٢٥٦
أولاً: المفهوم والتشريعات	٣٤٧	٢٥٦
ثانياً: أركان جريمة اغتصاب علامة الغير	٣٤٨	٢٥٧
الفرع الثاني: بيع منتجات تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو مملوكة للغير	٣٥٥	٢٦٢
أولاً: المفهوم والتشريعات	٣٥٥	٢٦٢
ثانياً: أركان جريمة بيع منتجات تحمل علامة مزورة	٣٥٧	٢٦٣
ملخص الباب الأول	٣٦٢	٢٦٧
الباب الثاني: أوجه حماية العلامة التجارية من المنافسة غير المشروعة	٣٦٣	٢٧١
الفصل الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة	٣٦٤	٢٧٢
المبحث الأول: شروط دعوى المنافسة غير المشروعة	٣٦٥	٢٧٣
المطلب الأول: الخطأ	٣٧٩	٢٨٤
الفرع الأول: تعريف الخطأ	٣٨٠	٢٨٤
الفرع الثاني: شروط الخطأ	٣٨٧	٢٩٠
أولاً: قيام حالة المنافسة	٣٨٧	٢٩٠
ثانياً: التماثل في النشاط التجاري (التشابه) دون اشتراط حد التتابق بين النشاطين	٣٩٠	٢٩٢
ثالثاً: وقوع فعل من أفعال المنافسة غير المشروعة	٣٩٤	٢٩٥
المطلب الثاني: الضرر وعلاقة السببية في دعوى المنافسة غير المشروعة	٣٩٩	٣٠١
الفرع الأول: الضرر	٤٠٠	٣٠٢
الفرع الثاني: علاقة السببية بين الخطأ والضرر	٤١٤	٣١٤

الموضوع	رقم	رقم الصفحة
---------	-----	------------

المبحث الثاني: مباشرة دعوى المنافسة غير المشروعة ونتائجها	٤٢٢	٣٢٠
المطلب الأول: أطراف دعوى المنافسة غير المشروعة والمحكمة المختصة	٤٢٣	٣٢١
الفرع الأول: صفة المدعي في دعوى المنافسة غير المشروعة	٤٢٤	٣٢١
الفرع الثاني: صفة المدعى عليه في دعوى المنافسة غير المشروعة	٤٣٢	٣٢٨
الفرع الثالث: المحكمة المختصة بنظر دعوى المنافسة غير المشروعة	٤٣٧	٣٣١
المطلب الثاني: الطلبات التحفظية في دعوى المنافسة والجزاءات التي تقضي بها المحكمة	٤٤٢	٣٣٦
الفرع الأول: الطلبات التحفظية المتاحة في دعوى المنافسة غير المشروعة والطعن في تلك الطلبات	٤٤٣	٣٣٦
أولاً: الطلبات التحفظية المتاحة في دعوى المنافسة غير المشروعة	٤٤٣	٣٣٦
ثانياً: الطعن في الطلبات التحفظية	٤٥١	٣٤٢
ثالثاً: التعويض عن الطلبات التحفظية غير المحقة	٤٥٣	٣٤٣
الفرع الثاني: الجزاءات التي تقضي بها المحكمة للخصوم	٤٥٨	٣٤٧
أولاً: التعويض التقدي	٤٥٩	٣٤٨
ثانياً: التعويض العيني	٤٦٧	٣٥٥
ثالثاً: الغرامة التهديدية ونشر الحكم	٤٧٠	٣٥٦

الفصل الثاني: الحماية الجزائية والدولية للعلامة التجارية من

المنافسة غير المشروعة	٤٧٤	٣٦٠
المبحث الأول: الحماية الجزائية والتحفظية للعلامة التجارية من المنافسة غير المشروعة	٤٧٥	٣٦٠
المطلب الأول: الحماية الجزائية للعلامة التجارية	٤٧٦	٣٦١
الفرع الأول: الحماية الجزائية تقتصر على العلامة التجارية المسجلة	٤٧٩	٣٦٣
الفرع الثاني: الحماية الجزائية مقيدة	٤٨٤	٣٦٧
أولاً: الحماية الجزائية مقيدة من حيث الزمان والمكان	٤٨٥	٣٦٧
ثانياً: الحماية الجزائية تنصب على ذات الحق في العلامة	٤٨٨	٣٦٩

الموضوع	رقم الفقرة	رقم الصفحة
المطلب الثاني: الإجراءات التحفظية والعقوبات التكميلية	٤٩٤	٣٧٤
الفرع الأول: الإجراءات التحفظية	٤٩٥	٣٧٤
الفرع الثاني: العقوبات التكميلية	٥٠٠	٣٧٩
أولاً: المصادرة	٥٠١	٣٧٩
ثانياً: الاتلاف	٥١١	٣٨٦
المبحث الثاني: الحماية الدولية للعلامة التجارية من المنافسة غير المشروعة	٥١٧	٣٩١
المطلب الأول: الحماية الدولية للعلامة التجارية قديماً	٥١٨	٣٩٢
الفرع الأول: الحماية الدولية للعلامة في اتفاقية باريس للملكية الصناعية لسنة ١٨٨٣ وتعديلاتها	٥١٩	٣٩٣
أولاً: أغراض اتفاقية باريس وطبيعة الالتزامات	٥١٩	٣٩٣
ثانياً: أهم المبادئ الواردة في اتفاقية باريس	٥٢٢	٣٩٥
ثالثاً: الأحكام الموضوعية التي جاءت بها اتفاقية باريس	٥٢٨	٤٠٠
الفرع الثاني: الحماية الدولية للعلامة التجارية في اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة ١٨٩١م	٥٤٤	٤١٣
المطلب الثاني: الحماية الدولية للعلامة حديثاً	٥٥٦	٤٢١
الفرع الأول: الحماية في ظل بروتوكول مدريد لسنة ١٩٨٩م	٥٥٧	٤٢١
الفرع الثاني: الحماية الدولية للعلامة التجارية في اتفاقية ترينس	٥٧١	٤٣٠
أولاً: نطاق اتفاقية ترينس وأهدافها	٥٧٦	٤٣٢
ثانياً: أهم المبادئ التي جاءت بها اتفاقية ترينس	٥٧٩	٤٣٤
ثالثاً: الأحكام الموضوعية لحماية العلامة في اتفاقية ترينس	٥٩٤	٤٤٤
ملخص الباب الثاني	٦١٣	٤٥٦
الخاتمة النهائية	٦١٤	٤٦٠
نتائج الرسالة	٦١٥	٤٦٢
توصيات الرسالة	٦١٦	٤٦٤

الموضوع	رقم الفقرة	رقم الصفحة
---------	---------------	---------------

ملخص الرسالة	٦١٧	٤٦٨
ملحق رقم (١): معاهدة قانون العلامات لسنة ١٩٩٤م		٤٧٠
ملحق رقم (٢): معاهدة سنغافورة بشأن قانون العلامات لسنة ٢٠٠٦م		٤٩٢
ملحق رقم (٣): اللائحة التنفيذية لمعاهدة سنغافورة لسنة ٢٠١١		٥١٦
قائمة المصادر والمراجع (العربية والإنجليزية والفرنسية)		٥٢٦
قائمة المختصرات الفرنسية		٥٥٠
الفهرس الهجائي		٥٥١
بيان المحتويات		٥٦٠

مستخلص الرسالة

المنافسة غير المشروعة في العلامة التجارية

(دراسة مقارنة في القوانين العربية واتفاقيات التجارة الدولية)

إعداد الباحث: نعيم جميل صالح سلامة

إشراف الأستاذ الدكتور: محمد بهجت عبد الله أمين قايد

تتناول هذه الرسالة بالبحث والتحليل موضوع المنافسة غير المشروعة في العلامة التجارية (دراسة مقارنة في القوانين العربية واتفاقيات التجارة الدولية)، وقد تناول الباحث فيها أهم وأحدث التطبيقات القضائية العملية في مصر وفرنسا والأردن وفلسطين، كما تناول موقف التشريعات في تلك الدول وغيرها من الدول العربية، كما تناول التنظيم القانوني لموضوع الرسالة في اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة ١٨٨٣م وتعديلاتها وكذلك اتفاق مدريد وبروتوكوله وكذلك اتفاقية ترس، وذلك بهدف الرجوع للتأصيل القانوني والعملية لموضوع الرسالة، وقد بحث موضوع الرسالة في فصل تمهيدي وبابين، وتناول الباحث الفصل التمهيدي لدراسة مفهوم العلامة التجارية من حيث مفهومها وصورها وشروطها وأساس ملكيتها، واستغلالها.

أما الباب الأول فقد تم فيه بحث مفهوم المنافسة غير المشروعة، وصورها في العلامة التجارية. وفي الباب الثاني فقد تم فيه بحث أوجه حماية العلامة التجارية من المنافسة غير المشروعة، سواء أكانت حماية مدنية أو جزائية أو دولية.

وقد توصلت هذه الرسالة إلى مجموعة من النتائج والتوصيات.

(الكلمات الدالة):

العلامة التجارية/ الاعتداء على العلامة التجارية/ المنافسة/ المنافسة غير المشروعة/ دعوى المنافسة غير المشروعة/ حماية العلامة التجارية/ اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية/ اتفاق مدريد/ بروتوكول مدريد/ اتفاقية ترس.