



قسم الحقوق

الحماية القضائية للعلامات التجارية

مذكرة ضمن متطلبات
نيل شهادة الماستر في الحقوق تخصص قانون الأعمال

إشراف الأستاذ:
-د. شلالي رضا

إعداد الطالب :
- وزة دهيليس
-

لجنة المناقشة

رئيسا
مقررا
ممتحنا

-د/أ. هزرشي عبد الرحمان
-د/أ. شلالي رضا
-د/أ. جعلاب كمال

الموسم الجامعي 2021/2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

تَشْكُر

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله الذي أنار بنوره السموات والأرض، و وفقني لإتمام هذه الرسالة والصلاة والسلام على سيد المرسلين محمد وعلى اله وصحبه ومن سار على دربه إلى يوم الدين.

أما بعد فهذا مقام لا بد فيه من أن يعترف بالفضل لأهله وتقديم الشكر لهم امتثالا لقوله تعالى: « ومن شكر فإنما يشكر لنفسه » سورة النمل الآية 40.

ولذلك فأني أتقدم بخالص شكري وتقديري واحترامي لأستاذي الفاضل المشرف الدكتور " شلالى رضا".

كما أتقدم بخالص شكري وتقديري واحترامي لأعضاء لجنة المناقشة على قبولهم مناقشة هذه المذكرة.

كما أتوجه بالشكر إلى كافة أساتذة كلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة زيان عاشور بالجلفة ، والشكر موصول إلى كل زملاء الدراسة.

وشكرا

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

اهي لا يطيب الليل إلا بشكرك، ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ولا تطيب الدنيا إلا
بذكرك، ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك إلى معنى الحب والحنان والأمن والأمان إلى بسمة
الحياة وسر الوجود إلى من كان دعاؤها سر نجاحي، إلى أغلى الحبايب
" أمي.....أمي "

إلى روح أبي الغالية ، الذي أسأل له الرحمة والمغفرة واسكنه الله فسيح جناته
"أبي العزيز"

إلى من نشأت وترعرعت بينهم إخوتي وأخواتي سندي في الحياة .
إلى جميع الأصدقاء والأهل والأحباب
إلى من هم في قلبي ولم يكتبهم قلمي
إلى كل من وسعتهم ذاكرتي ولم تحملهم مذكرتي
إلى كل من يساهم في نشر رسالة العلم والدين
إلى كل هؤلاء اهدي ثمرة جهدي .

وزة

مقدمة

مقدمة:

لقد حظيت الملكية الفكرية في الجزائر كما في العالم بأسره بمكانة خاصة و ذلك مواكبة التوجه نحو اقتصاد السوق و كذا التفتح على التحولات التي مست كل الميادين ، ومصطلح الملكية الفكرية إذا ما أطلق فرد به الحق غير المادي ، إذ يرد حق الملكية الفكرية على النتاج الذهني أيا كان نوعه ، كحق المؤلف في مصنفاته العلمية أو الأدبية أو الفنية و حق المخترع على اختراعاته الصناعية و حق مالك العلامة في استعمال علامته التجارية لتمييز علامته منتجاته وعن ذلك فمصطلح الملكية الفكرية يشمل نوعان من الملكية يشمل الأول في الملكية الصناعية و تشمل براءات الاختراع و الرسوم و التمازج الصناعية و التصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة و العلامات التجارية و الثانية الملكية الفكرية الأدبية والفنية ، وسنقتصر هذه الدراسة على جانبيين من الملكية الصناعية وهما العلامة التجارية و التي تعن وسيلة من وسائل التمييز الخاصة بالمنتجات و التي أصبحت حقا يملكه الأفراد والشركات و هي وسيلة التعرف على نوع المنتج ، كما أنها وسيلة لجذب المستهلك من خلال غرس القاعة بهذا المنتج الحامل لهذه العلامة ، أما بالنسبة للرسوم والنماذج الصناعية فتمثل مجموعة الأشكال و الألوان ذات طابع فني خاص ، يتم تطبيقها على السلع و المنتجات عند إضافتها الجمال عليها و بالتالي تعمل على جذب العملاء و الزبائن للقيام بالشراء .

و بعد تطور الأوضاع بظهور الثورة الصناعية في منتصف القرن التاسع عشر ، وبدأ التكنولوجيا و رواج التجارة و اشتداد المنافسة بين المنتجين والصناع ظهرت عدة عوائق تمس بالملكية الصناعية من بينها الاعتداء على العلامات و الرسوم والنماذج الصناعية فكان لابد من وضع آليات قانونية لحمايتها و تتمثل هذه الآيات في الحماية المدنية عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة و دعوى التقيد بدعوى جزائية و حماية إدارية بهياكل متعددة لحماية هذه العلامة و النماذج الصناعية.



حيث تظهر أهمية العلامة التجارية في تمييز منتجات الصانع أو التاجر عن المنتجات المشابهة لها لصناع أو تجار آخرين، حيث أصبحت العلامة التجارية وسيلة دعائية لزيادة الطلب على سلعة معينة، فيعتبر تزايد إستهلاك تلك السلعة دليلا على زيادة شهرة العلامة التجارية، مما يرتب عليه إعتبار العلامة التجارية حقا لصاحبها ذات قيمة مالية طائلة في بعض الأحيان، وغني عن القول أن هذا الحق يحتاج إلى حماية في مواجهة التقليد والتزوير وشتى صور الإعتداء التي تقع على العلامة التجارية، ومن هنا نشطت الدول في وضع تشريعات محلية تكفل حماية العلامات التجارية وتنظيمها.

أولا: أهمية الدراسة :

وتظهر أهمية دراسة الحماية القضائية للعلامة التجارية لما تكتسبه هذه الأخيرة من أهمية في تمييز منتجات الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة عن المنتجات و الخدمات المشابهة لها و الدور هام الذي تلعبه في السياسات التسويقية و الإعلانية التي تتبعها الشركات للترويج عن نفسها أو عن منتجاتها و خدماتها مما يسهم في تحقيق و ضمان الشهرة و السمعة الحسنة، و لدورها البارز كذلك في مجال حماية المستهلك من حالات الغش أو التضليل بخصوص ما يفتنيه من سلع و منتجات و خدمات. كما قام المشرع الجزائري بتنظيم العلامات وأول تشريع خاص بالعلامات كان بمقتضى الأمر رقم 66-57 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، والذي حل محله الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات التجارية¹.

ثانيا: أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى معرفة ماهية وطبيعة العلامة التجارية التي تستدعي الحماية و الكيفية التي عالج بها المشرع الجزائري في مسألة الاعتداء على العلامة وذلك من خلال إضفاء نوعين من الحماية المتمثلة في شقيها المدني والجزائي، المدونة أحكامها في قوانينها الداخلية. و توضيح الجوانب القانونية الهامة المتعلقة بالعلامات التجارية، فيما يتعلق

¹-راشدي سعيدة، ترخيص العلامة، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، مجلة سياسية، عدد01، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2010، ص198.



بتسجيل العلامة و توضيح الآثار القانونية المترتبة على التسجيل و المتمثلة في توفير حماية قانونية للعلامة التجارية على المستويين الدولي و الوطني.

ثالثا: أسباب اختيار الموضوع

1- الأسباب الذاتية

- الميول الشخصي لهذا النوع من البحوث
- تطابق عنوان الموضوع مع تخصص دراستنا
- محاولة إثراء مكتبة كليتنا بهذا النوع من البحوث قصد أن يكون مرجعا للطلبة في المستقبل

2- الأسباب الموضوعية:

- تزايد الاعتداءات الواقعة على العلامات التجارية و الرسوم و النماذج الصناعية عن طريق التقليد رغم وجود قوانين للحد من هذه الظاهرة وما ينتج عنه من أضرار بالغة لدولتنا و المؤسسات و الفرد والمجتمع بصفة عامة .
- تزايد الاهتمام الوطني و الدولي بموضوع العلامة التجارية.
- قلة المراجع التي تناولت هذا الموضوع ، وذلك نظرا لحدثة القانون المنظم لأحكام العلامة التجارية وتضمنه للعديد من المفاهيم الجديدة التي تستدعي الفحص والتحليل.

رابعا: إشكالية الدراسة

كما أن العلامة تحتل مكانة هامة ومميزة بين حقوق الملكية الصناعية باعتبارها تشكل قيمة مادية كبيرة تضاف إلى قيمة المحل التجاري نظرا لأهميتها في جذب العملاء وتسويق المنتجات وانتشار استخدامها على المستويين الداخلي والدولي واتصالها بالتجارة أكثر من باقي حقوق الملكية الصناعية الأخرى.

يضاف إلى ذلك أن العلامة لم تعد تلك الوسيلة التي تستخدم فقط بغرض تمييز المنتجات والخدمات عن غيرها المنافسة في السوق بل أكثر من ذلك إذ أضحت اليوم تشكل أعلى ذمة

مالية للمؤسسة، فبعدما كانت قيمة هذه الأخيرة تقاس بما تملكه من عناصر مادية اتضح أن القيمة الفعلية نفسها. إذ أن العلامة التجارية هي التي تقوم بتسيير صورة المؤسسة اتجاه عملائها، وتمنح لها إمكانية في اتخاذ مكانة في السوق إزاء منافسيها، فهي تعتبر المحرك التنافسية للمؤسسات، فعن طريق العلامة تقوم المؤسسة بالتعريف بجودة ونوعية.

وبعد أن أصبحت العلامات التجارية والرسوم والنماذج الصناعية تلعب دورا مهما و كبيرا في زيادة التنافس على تسويق المنتجات و السلع في السوق ، وأمام هذه الأهمية الكبرى فكان من الطبيعي أن تعرض العلامات التجارية و النماذج والرسوم الصناعية إلى الاعتناء بالتحديد ، وهذا ما دفع إلى وضع إطار واضح و كافي لحمايتها ، فتنحور أن مشكلة دراستنا حول الحماية القضائية للعلامة التجارية .

ومن هذا المنطلق قمنا ببلورة الإشكالية في السؤال الرئيسي لموضوعنا المتمثل في :

- التساؤل الرئيسي :

- فيم تتمثل آليات الحماية القضائية للعلامة التجارية ؟

ومن هذا اندرجت بعض التساؤلات الفرعية التي تكمن في :

- التساؤلات الفرعية:

- ما هو مفهوم العلامة التجارية؟ وما هي أهم شروطها وأنواعها؟

- ماهي أهم المعايير المتبعة في تصميم العلامة التجارية؟

- ما هي أبرز آليات الحماية المدنية والجزائية للعلامة التجارية

خامسا: منهج الدراسة :

قد تطلب منا هذا البحث إعتقاد المنهج الوصفي التحليلي .فالمنهج الوصفي يظهر من خلال قيامنا بوصف اليات الحماية القضائية المتمثلة وتحديد بعض المفاهيم التي تقوم عليها، وكذا قيامنا بوصف المفاهيم الخاصة بالإجراءات المستعملة في حماية العلامة التجارية.

سادسا: صعوبات الدراسة:

تكمن اكبر صعوبة التي واجهتنا لدراسة هذا الموضوع هو الوباء الذي اجتاح كامل العالم المتمثل في وباء كورونا المستجد كوفيد 19 الذي فرض على العالم مما يعرف بالتباعد الاجتماعي الذي شكل لنا صعوبة في اقتناء المراجع .

سابعا : تقسيمات الدراسة :

لقد قمنا بتقسيم الدراسة إلى فصلين ، حيث عنونا الفصل الأول بـ ماهية العلامة التجارية وأهم المعايير المتبعة في تصميمها وقسمناه بدوره إلى مبحثين جاء المبحث الأول تحت عنوان مفهوم العلامة التجارية والمبحث الثاني بـ نظرة عن المعايير المتبعة في تصميم العلامة التجارية وأهم الآثار المترتبة عنها ، أما الفصل الثاني عنوناه بـ الحماية المدنية والجزائية للعلامة التجارية وفيه مبحثين المبحث الأول الحماية المدنية للعلامة الجزائية والمبحث الثاني الحماية الجزائية للعلامة التجارية.



الفصل الأول

ماهية العلامة التجارية

وأهم المعايير المتبعة

في تصميمها

تمهيد:

تعد العلامة التجارية من أهم حقوق الملكية الفكرية هذا العصر في مجال القطاع التجاري، سواء بالنسبة لجمهور المستهلكين كونها توفر لهم الحماية من حيث معرفة مدى جودة البضاعة أو الخدمة، أو بالنسبة للتجار والصناع وأصحاب الحرف والخدمات أكانوا أشخاصا طبيعيين أو معنويين، حيث تقوم بتمييز بضاعتهم التي يتاجرون بها، أو منتجاتهم التي يصنعونها، أو الخدمات التي يقدمونها.

وقد أطلق الفقه مصطلح العلامة التجارية على العلامة بصورة عامة، رغم تعدد أنواعها؛ فمنها العلامة الصناعية وهي التي يضعها الصانع على منتجاته لتمييزها عن غيرها، والعلامة التجارية وهي التي يستخدمها التجار في تمييز السلع والبضائع التي يقومون بعرضها للجمهور، وعلامة الخدمة وهي التي تشير إلى الخدمة التي يقدمها صاحب العلامة، وظهرت مع تطور الصناعة والتجارة علامات أخرى مثل علامة الرائحة، والصوت، والتي تخضع جميعها لأحكام قانونية واحدة.

وتكمن أهمية العلامة التجارية في اعتبارها ضمان للجودة وأداة للدعاية والإعلان لفائدة مالكيها، حيث سنتطرق في هذا الفصل إلى دراسة ماهية العلامة التجارية وأهم المعايير المتبعة في تصميمها حيث قسمناه إلى مبحثين هما:

١ المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية

٢ المبحث الثاني: نظرة عن المعايير المتبعة في تصميم العلامة التجارية وأهم الآثار المترتبة عنها

المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية

العلامة التجارية التي تميز المنتجات عن غيرها، وتعد في كثير من الأحيان أهم عناصر المحل التجاري، فهي تسمح للجمهور بمعرفة أصل المنتج الذي سيشتريه أو الخدمة التي يطلبها ومن خلالها يستطيع الزبون أن يتجنب أي خداع أو غش وتماشيا على هذا نتناول ماهية العلامة التجارية وأنواعها وأهم شروط صحتها.

المطلب الأول : تعريف العلامة التجارية وأهم خصائصها

يظهر تعريف العلامة التجارية من خلال تعريفها (الفرع الأول) وكذلك أهم خصائصها (الفرع الثاني).

الفرع الأول : تعريف العلامة التجارية.

لقد تعددت التعاريف القانونية المقدمة للعلامة التجارية (أولا) كما أن الفقه كذلك لم يتفق على تعريف جامع للعلامة التجارية (ثانيا) و القضاء (ثالثا) ¹.

أولا : تعريف القانوني:

تطرق العديد من التشريعات إلى تعريف العلامة التجارية في القوانين الخاصة بها فقد عرفها المشرع المصري في المادة 63 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002 على أنها : العلامة التجارية هي كل ما يميز منتجا، سلعة كان أو خدمة عن غيره وتشمل على وجه الخصوص الأسماء المتخذة شكلا مميزا الإمضاءات والكلمات والحرف والأرقام والرسوم وعناوين المجال الدمغات والأختام والصور، النقوش البارزة ومجموعة الألوان التي تتخذ شكلا خاصا ومميزا، وكذلك أي خليط من هذه العناصر إذا كانت تستخدم أو يراد أن تستخدم إما في تمييز منتجات عمل صناعي أو استغلال زراعي أو استغلال للغابات أو المستخرجات الأرض أو أية بضاعة، وإما طريقة تحضيرها وإما للدلالة على

¹ - مصطفى كمال طه، أساسيات القانون التجاري، دراسة مقارنة الأعمال التجارية التجارة المؤسسة التجارية، الشركات

التجارية الملكية الصناعية، ط2، منشورات الحلبي الحقوقية، 2012، ص 651

تأدية الخدمة من الخدمات وفي جميع الأحوال يتعين أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر¹.

نظم المشرع الجزائري أحكام العلامات التجارية مسائرا في ذلك التطور الدولي فأصدر الأمر رقم: 03-06 المتعلق بالعلامات².

وقد عرف المشرع الجزائري العلامة التجارية من خلال المادة 2 الفقرة الأولى من الأمر رقم 06/03 السابق الذكر بأنها " العلامات كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام، والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها، والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره.

ويلاحظ على هذا التعريف أخذ المشرع الجزائري بالمفهوم الواسع للعلامة التجارية لأنه أدخل ضمن نطاقها علامات السلع التي توضع على المنتجات سواء تلك التي قام التاجر بصنعها أو التي يقوم ببيعها، كما شمل علامة الخدمة التي نص عليها لأول مرة ضمن الأمر 06/03.

كما أن المشرع الجزائري لم يفرق ضمن هذا التعريف بين العلامة التجارية التي يضعها التاجر على البضاعة التي يقوم ببيعها، والعلامة الصناعية التي يضعها المصنع على السلعة التي يقوم بإنتاجها، وذلك راجع لأن الاختلاف بينهما يكون فقط في التعريف، دون القواعد القانونية وذلك لخضوعهما للنظام قانوني موحد³.

وقد اشترط المشرع الجزائري ضمن المادة 02 السابقة الذكر أن تكون العلامة من الرموز التي تقبل التمثيل الخطي، أي مما يدركه البصر، وبذلك فإن المشرع الجزائري لم يواكب التعديلات الحديثة التي أقرتها أغلب التشريعات المقارنة، والتي شملت علامات الصوت

¹-م 2 من قانون العلامات التجارية الأردني رقم 34 لسنة 1999،

²- الأمر رقم 03-06، المؤرخ في 19/07/2003، المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية عدد 44، الصادرة في 23/07/2003.

³- سلامي ميلود، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011-2012، ص 14.

كالنغمات الموسيقية، وعلامات الشم كالعطور التي أجازت بعض القوانين تسجيلها بشروط سيتم عرضها لاحقا.

وبالرجوع للأمر رقم 66-57¹ المتعلق بعلامات الصنع والعلامات التجارية الذي كان سائدا قبل إلغائه بالأمر 03/06 ، فقد نصت المادة الثانية منه على أنه " تعتبر علامة المصنع أو علامات تجارية أو علامات خدمة: الأسماء العائلية أو الأسماء المستعارة أو التسميات الخاصة أو الاختيارية أو المبتكرة والشكل المميز للمنتجات أو شكلها الظاهر والبطاقات والأغشية والرموز والبصمات والطوابع والأختام وطوابع الرسوم المميزة والأشرطة والحواشي و تركيبات أو ترتيبات الألوان والرسوم والصور أو النقوش النائثة والحروف والأرقام والشعارات وبصفة عامة جميع السمات المادية التي تصلح لتمييز المنتجات أو الأشياء أو الخدمات لكل مؤسسة.

يتضح من خلال هذا التعريف أن المشرع الجزائري أورد الأشكال التي يجوز أن تتخذ علامة تجارية على سبيل المثال لا الحصر وهو ما يفهم من عبارة "... وبصفة عامة جميع السمات التي تصلح لتمييز المنتجات ..." وبذلك فإن العلامة التجارية يمكن أن تتخذ أشكالاً أخرى لم ينص عليها هذا الأمر.

غير أن إضافة المشرع الجزائري لعبارة " كل سمة مادية " حصر العلامة في الطابع المادي دون الاعتراف بالطابع المعنوي الذي قد تتخذه العلامة كما هو الشأن بالنسبة للعلامات التي ذكرناها سابقا كعلامة الشم أو الصوت، هذا الموقف الذي لم يتداركه المشرع الجزائري ضمن الأمر 06/03 الذي ألغى الأمر 57/66 وذلك رغم الانتقادات الموجهة له نظرا للصعوبات التي ينطوي عليها تحديد وحماية مثل هذا النوع من العلامات².

¹ - الأمر رقم 66-57 ، المؤرخ في 19/03/1966 ، المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، جريدة رسمية عدد 23 الصادرة في 22/03/1966.

² - حمادي زويير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى 2012، ص26.

ثانياً: تعريف العلامة التجارية في الاتفاقيات الدولية

تعتبر اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية¹، واتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية² من أهم الاتفاقيات التي تعرضت للعلامة التجارية، إلا أن اتفاقية باريس لم تضع تعريفاً للعلامة التجارية وتركت المجال للتشريعات الداخلية للدول³، أما اتفاقية تريبس فقد نصت ضمن المادة 15 الفقرة 1 على أن "تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات، تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة لأن تكون علامة تجارية، وتكون هذه العلامات لاسيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصيات وحروفاً وأرقاماً وأشكالاً ومجموعات ألوان، وأي مزيج من هذه العلامات، مؤهلة للتسجيل مشروطة بالتمييز المكتسب من خلال الاستخدام، كما يجوز لها اشتراط أن تكون العلامة المراد تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر كشرط لتسجيلها".

فالعلامة التجارية وفق هذه المادة؛ هي كل ما يسمح بتمييز السلع أو الخدمات التي ينتجها أو يقدمها مشروع تجاري عن منتجات مشروع آخر، ونلاحظ أن هذه المادة من الاتفاقية عدت أنواع الشارات التي تصلح لأن تكون محلاً للحماية كعلامة تجارية⁴.

إلا أن هذا التعداد لم يرد على سبيل الحصر بل جاء على سبيل المثال، كما أنه لم يشمل العلامات المجسمة الذي ترد على شكل السلع نفسها، أو طريقة تغليفها كما هو متبع بالنسبة لزجاجات العطور أو المياه الغازية أو المعدنية أو الصناديق التي توضع فيها المنتجات والتي تمثل شكلاً خاصاً أو لونا أو نقوش خاصة⁵، ويمكن وفق المادة المذكورة أن

¹ - اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المبرمة في 1883/03/20

² - اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية، المبرمة في 1994 وبدأ سريانها في 1995/01/01 في إطار منظمة التجارة العالمية، والتي يرمز لها اختصاراً (TRIPS) باللغة الإنجليزية و (ADPIC) باللغة الفرنسية

³ - حمدي غالب الجعيري، العلامات التجارية الجرائم الواقعة عليها و ضمانات حمايتها، منشورات الحلبي الحقوقية الطبعة الأولى، 2012، ص 47.

⁴ - جلال ولاء محمدين، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقاً لاتفاقية الترمس، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2003، ص 107

⁵ - سعودي حسن سرحان، الأحكام المستحدثة في شأن حماية العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية وفقاً للنظام العالمي والتشريع المصري الجديد، دار النهضة العربية، 2003، ص 44

تتشرط الدول الأعضاء في الاتفاقية أن تكون العلامة قابلة للإدراك بالنظر كشرط للتسجيل، وبالتالي فإن الأمر جوازي للدولة العضو.

ثالثاً: التعريف الفقهي:

لقد عرفها جانب من الفقه على أنها :

" العلامة التجارية هي التي يتخذها الصانع أو التاجر شعاراً لمنتجاته تميزها عن غيرها من المنتجات المماثلة¹.

ويرى البعض الآخر أن " العلامة التجارية هي إشارة محسوسة توضع على المنتج أو ترافقه من أجل تمييزه عن المنتجات المشابهة للمتنافسين² ".

المطلب الثاني: شروط العلامة التجارية

لا يكفي أن تتخذ العلامة أحد الأشكال السابقة حتى تتمتع بحماية القانون، وإنما يجب أن تستجيب السمة أو الإشارة لمجموعة من الشروط لكي تعد صحيحة في نظر القانون وتحظى بحمايته، وتتمثل هذه الشروط في الشروط الموضوعية (الفرع الأول) والشروط الشكلية (الفرع الثاني).

الفرع الأول : الشروط الموضوعية

تتعلق الشروط الموضوعية للعلامة التجارية بموضوع العلامة في حد ذاتها، فيجب أن تكون العلامة جديدة (أولاً) وقادرة على تمييز السلع أو الخدمات عن غيرها المشابهة لها (ثانياً) وأخيراً يجب ألا تكون مخالفة للنظام العام والآداب العامة (ثالثاً)

أولاً : أن تكون العلامة جديدة.

المقصود بهذا الشرط هو أن تكون العلامة التجارية جديدة في شكلها العام، بحيث لم يسبق استعمالها داخل الدولة من قبل على نفس البضائع أو المنتجات أو الخدمات من قبل شخص آخر³.

¹- مصطفى كمال طه، أساسيات القانون التجارية دراسة مقارنة الأعمال التجارية التجار، المؤسسة التجارية، الشركات

التجارية الملكية الصناعية، ط2، منشورات الحلبي الحقوقية، 2012، ص651.

²- منير محمد الجهيني، العلامات والأسماء التجارية، ج 1، دار الكتب الجامعية، لبنان، 2004، ص204.

³- المادة 09 من الأمر 03-06 مرجع سابق.

وتعتبر العلامة التجارية جديدة إذا كانت في إحدى عناصرها مميزة عن غيرها وهو ما يعني عدم ضرورة أن تكون جديدة في كل عناصرها بل يكفي لاعتبارها جديدة أن تفرق عن غيرها من العلامات في جانب معين من جوانبها حتى ولو كانت مستعملة أو من المنوي استعمالها على نفس الفئات والمنتجات المستعملة من قبل العلامة الأخرى، فالعبرة في تحديد مدى جدية العلامة التجارية هو اختلافها وتمييزها عن غيرها في أي عنصر من عناصرها وليس في اختلافها وتمييز ما في كافة عناصرها حيث يكفي أن تتميز في عنصر واحد فقط من عناصرها عن غيرها من العلامات حتى تعتبر جديدة وبالتالي محلا للقبول والتسجيل حتى ولو اشتركت مع غيرها من العلامات في بقية العناصر¹.

ثانيا : أن تكون العلامة مميزة.

لا تكون العلامة محلا للحماية القانونية إلا إذا كانت ذات صفة مميزة، وهذا ما نص عليه صراحة المشرع الجزائري في المادة 2 الأمر 03-06 المتعلق بالعلامة، ولقد استبعد المشرع الرموز الخاصة بالملك العام أو المجردة من صفة التمييز، ولا يقصد من اشترط تمييز العلامة أن تتخذ شكلا مبتكرا كما هو مطلوب مثلا بالنسبة للرسوم والنماذج الصناعية، وإنما كل ما يقصد هو تمييز العلامة عن غيرها من العلامات التي توضع على نفس السلعة لمنع حصول اللبس لدى المستهلك العادي وبناء على ذلك لا تتمتع بالحماية العلامات التي من كلمات أو الرسم الشائعة التي تستعمل بصورة عادية في التجارة للدلالة على نوعية المنتجات أو مصادرها كعلامة.

كما يمنع المشرع الجزائري استعمال كافة الرموز المطابقة أو المشابهة التي تحدث ليس أو تمس حقوق سابقة، كاستعمال علامة سابقة مسجلة أو علامة مشهورة أو اسم تجاري²

ثالثا : أن تكون العلامة مشروعة.

يقصد بمشروعية العلامة التجارية ألا يحفز استعمالها بموجب القانون الوطني والاتفاقيات التي صادقت عليها الجزائر طبقا للمادة 132 من الدستور وقد أعتبر قانون

¹- عامر محمود الكسواني، التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية - دراسة تحليلية تأملية مزودة ومدعمة بالاجتهادات

القضائية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 34.

²- راشدي سعيدة، ترخيص العلامة، المطبعة الأكاديمية البحث القانوني، عدد 1، 2010، ص 200

العلامات الجزائرية في الفقرة 4 و 5 من المادة 7 من الأمر 03-06 الرموز المخالفة للنظام العام أو الآداب العامة.

- الرموز المخالفة للنظام العام والآداب العامة والرموز التي يحظر استعمالها بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفاً فيها
- الرموز التي تحمل من بين عناصرها ثقلاً أو تقليد الشعارات رسمية أن أعلام شعارات أخرى، أو اسم مختصر أو رمز أو إشارة أو دمغة رسمية تستخدم للرقابة والضمان من طرف دولة أو منظمة مشتركة بين الحكومات أنشأت بموجب اتفاقية دولية إلا رخصت لها سلطة المختصة لهذه الدولة أو المنظمة بذلك
- الرموز التي يمكن أن تضلل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يخص طبيعة أو جودة أو مصدر السلع والخدمات والخصائص الأخرى المتصلة بها.
- الرموز التي تشكل حصرياً أو جزئياً بياناً قد يحدث لبساً مع المصدر الجغرافي السلع أو خدمات معينة، وفي حالة ما إذا تم تسجيل هذه الرموز كعلامة بغير حق تعرقل استعمال ذلك البيان الجغرافي من قبل أشخاص آخرين لهم الحق في استعماله¹.
- العلامة التي من شأنها أن تظلل الجمهور أو التي تتضمن بيانات كاذبة عن مصدر المنتجات وكذلك العلامات التي تحتوي على بيان اسم تجاري وهمي أو مقلد أو مخل بالحياء، وعليه تكون العلامة التجارية غير مشروع إذا ما خالفت أي نص قانوني أمر سواء ورد النص.

في قانون العلامات مما تقدم الشروط اللازم توافرها في العلامة التجارية هي أن تكون مميزة وجديدة ومشروعة، فإذا لم تتوفر إحدى هذه الشروط فإنها لا تعتبر علامة جارية وفقاً للقانون وتعتبر باطلة سواء تم تسجيلها أو لم يتم ويجوز للمصلحة المختصة أو للغير إعادتها².

¹- الأمر 03-06، مرجع سابق.

²- عائشة شابي، مروة بن سديرة، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 29

الفرع الثاني الشروط الشكلية لتسجيل العلامة التجارية

حتى تحظى العلامة بالحماية القانونية فلا بد من احترام الأفكار القانونية التي تنظم الإجراءات الخاصة بالإيداع (أولا) والتسجيل (ثانيا) والنشر (ثالثا).

أولا : الإيداع

يتمثل في عملية تسليم الملف إلى المصلحة المختصة بالتسجيل من طرف صاحب العلامة أو من يمثله سواء كان شخص معنوي، أو طبيعي، جزائري أو أجنبي، مقيم في الجزائر أو في الخارج، إلا أنه إذا كان طالب العلامة يقيم في الخارج لابد من وكيل يمثله أمام المصلحة المختصة ويوجه الطلب بواسطة رسالة موصي عليها مع العلم بالوصول أو أية وسيلة تثبت الاستلام ويتضمن طلب تسجيل العلامة ما يلي :

- طلب تسجيل يقدم في استمارة خاصة يتضمن اسم المودع وعنوانه الكامل.
- صورة من العلامة لا تتجاوز مقياسها الإطار المحدد في الاستمارة
- قائمة للسلع والخدمات المراد تسجيل العلامة من أجلها.
- وصل يثبت دفع الرسوم في حالة تمثيل المودع من قبل وكيل يجب أن يرفق طلب التسجيل بنسخة من الوكالة¹ ، عند تقديم طلب الإيداع أمام المصلحة المختصة يتم فحصه من الناحية الشكلية أي مستوفي للشروط الشكلية.

عند عدم استقاء الإيداع لهذه الشروط تطلب المصلحة المختصة من صاحب الإيداع تسوية طلبه في أجل شهرين أو رفض طلبه، أما في حالة قبول الطلب من الناحية الشكلية تنتقل المصلحة المختصة إلى فحص الإيداع من الناحية الموضوعية حول مدى تطابق العلامة مع القانون وأنها غير مستثنية من التسجيل لأسباب المنصوص عليها في المادة 07 من الأمر 03-06 المؤرخ في 2003/07/19 ، أي فحص مدى توافر الشروط الموضوعية للعلامة التجارية فإذا تبين للمصلحة المختصة عدم توافر أحد الشروط الموضوعية فإنها ترفض الطلب وتبلغ هذا الرفض للمعني بالأمر تطلب منه تقديم ملاحظاته في أجل شهرين

¹-المرسوم التنفيذي رقم 346/08 المؤرخ في 26 شوال 1439 هـ الموافق ل 2008/10/27 يعد ويتم المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المؤرخ في 26 جمادى الثانية 1429 هـ الموافق ل 2009/08/02 الذي يحدد كيفية تحديد العلامات وتسجيلها

ابتداء من تاريخ التبليغ، ويمكن تمديد هذا الأجل عند الضرورة لنفس المدة بناء على طلب من صاحب المصلحة، ولكن لا يعتبر رفض المصلحة المختصة قرار نهائي إلا بعد سماع المعني وإبداء ملاحظاته، أما إذا أصدرت الإدارة على الرفض وأصدرت قرار نهائي بالرفض فإنه يحق للمعني بالأمر أن يطعن في قرارها أمام القضاء الإداري.

ثانيا : التسجيل

يقصد به القرار الذي تتخذه المصلحة المختصة (المركز الوطني للملكية الصناعية) بعد عملية فحص طلب الإيداع عندما يتم قيد العلامة في الفهرس العمومي لدى المصلحة المختصة الذي يذكر فيه كل البيانات والعمليات المتعلقة بالعلامة حتى يستطيع صاحبها الاحتجاج بها في مواجهة الغير بعدها تسلم للمودع أو وكيله شهادة تسجيل عن كل علامة مسجلة، كما يمكن للغير بعد تسديد الرسوم المستحقة الحصول على شهادة تعريف تضم كل البيانات المقيدة كما يمكن تجديد سجل العلامة التجارية على اعتبار أن المشرع الجزائري حدد ملكية حقوق العلامة التجارية بعشرة سنوات من تاريخ إيداع الطلب، إلا أنه أجاز تجديد تسجيل العلامة التجارية من حين إلى آخر كلما انتهت مدة الحماية وذلك في مهلة ستة (6) أشهر التي تلي انقضاء التسجيل، ويرفق طلب التجديد بكل الوسائل التي تثبت بأن العلامة استعملت استعمالا جنيا خلال السنة التي سبقت انقضاء التسجيل مع مراعاة أحكام المادة 11 من الأمر 06-03 المؤرخ في 2003/07/19، ولذلك يمكن صاحب العلامة الاحتفاظ بعلامته لمدد أخرى متلاحقة قد تصل إلى ما لا نهاية إذا ما رغب في ذلك¹، ولا يمكن تجديد العلامة التجارية إلا إذا توافرت الشروط التالية :

- ألا يتضمن طلب التمديد تغيير جذري في نموذج العلامة أو إضافة في قائمة السلع أو الخدمات
- دفع رسوم التجديد في مهلة ستة (6) أشهر التي تسبق انقضاء التسجيل .
- تقديم إثبات بأن العلامة استعملت خلال السنة التي تسبق انقضاء التسجيل²

¹- راشدي سعيدة، عائشة شليبي، مرجع سابق، ص 29-31.

²- المادة 11 من الأمر 06-03.

يترتب على تسجيل العلامة التجارية أنه يخول لصاحبها حق ملكيتها يخص باستغلالها ومنع الغير من استغلال علامته تجاريا دون ترخيص مسبق منه على سلع وخدمات مماثلة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها.

ثالثا : النشر.

توجد على مستوى المعهد الوطني للملكية الصناعية النشرة الرسمية للعلامات تدون فيه كل ما يتعلق بالعلامات من تسجيلات أو تجديدات للعلامة، كما تسجل كل إلغاء أو إبطال للعلامة التجارية، فهو يعد بذلك بمثابة شهر إيداع العلامة في النشرة الرسمية للإعلانات من أجل إعلام الجمهور عن العلامات المسجلة ولكي يتسنى له تقديم الاعتراض على طلب التسجيل أما المصلحة المكتسبة، إلا أن النشر لا ينشأ حقا، إنما هو مجرد وسيلة لإثبات حق موجود من قبل عن طريق الإيداع السابق، ومن ثمة فتاريخ الاعتراض على العلامة التجارية من تاريخ التسجيل وليس من تاريخ النشر، أما عن تاريخ تسجيل وإيداع العلامات الدولية في الجزائر، فإنها تخضع لنفس الشروط الموضوعية والشكلية اللازمة توافرها في العلامة الوطنية مع وجود شرط هو أن يكون مقدم طلب التسجيل من رعايا إحدى الدول المرتبطة باتفاقية دولية تمنح الحماية المتبادلة للعلامة التجارية المسجلة¹.

المطلب الثالث: أنواع العلامة التجارية وأشكالها

اتفق كل من المشرع الجزائري والمصري على تحديد ثلاثة أنواع أساسية للعلامة التجارية، وعدد كل منهما على سبيل المثال الأشكال التي يمكن أن تتخذها العلامات.

وتختلف أنواع العلامات باختلاف استعمالاتها، فمنها العلامة التجارية التي تميز المنتجات التي يعرضها التجار، ومنها العلامة الصناعية التي يستخدمها الصناع التمييز منتجاتهم عن غيرها، وعلامة الخدمة التي ترمز لخدمة معينة، إضافة إلى أنواع أخرى سنتعرض لها ضمن هذا المطلب، كما تختلف أشكال العلامات من حيث الأشكال والألوان والصور والرسومات.

¹ - عائشة شابي، مروة بن سديرة، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 29

الفرع الأول : أنواع العلامة التجارية

تختلف العلامة التجارية باختلاف توظيفها والنشاط الذي يمارسه مالكيها، فتكون إما علامة تجارية أو صناعية أو علامة خدمة¹، وقد اعتبر المشرع الجزائري ضمن الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات أن كل من علامة السلعة (التجارية والصناعية) وعلامة الخدمة يجب أن تكون إلزامية²، وهو ما فعله كذلك المشرع المصري ضمن قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم: 82-2002 .

1 - العلامة التجارية:

وهي تلك العلامة التي يستخدمها التاجر في تمييز المنتجات التي يقوم ببيعها بعد شرائها سواء من تاجر الجملة أو المنتج مباشرة، بصرف النظر عن مصدر البيع، لذلك نجد أن بعض الفقه يطلق عليها تسمية علامة التوزيع³ لأنها تعبر عن موزع السلعة وذلك بغض النظر عن مصدر المنتج في حد ذاته.

وتستخدم العلامات التجارية عادة في المتاجر الكبرى ذات الشهرة الواسعة، كمتاجر هارودس HARRODS أو سلفردج SELFRIDIES المخصصة للألبسة ومستحضرات التجميل والعناية، ومتجر هامليز HAMLEYS المخصص لألعاب الأطفال، وكذا متجر إيكيا IKEA المتخصص ببيع الأثاث المنزلي.

2 - العلامة الصناعية

وهي التي يضعها الصانع التمييز المنتجات التي يقوم بصناعتها عن مثيلاتها من المنتجات الأخرى، وهي تشير إلى مصدر الإنتاج أو الصنع، وتأخذ العلامة الصناعية حيزا كبيرا في مجال العلامات التجارية، ومن أمثلتها علامة أبل للأجهزة الإلكترونية وعلامة كوكاكولا للمشروبات الغازية، وعلامة أودي للسيارات، وعلامات ديور وشانيل للأزياء والمجوهرات ومواد التجميل.

¹- صلاح زين الدين، مرجع السابق، ص 71

²- المادة 03 من الأمر 03-06، مرجع سابق.

³- سلامي ميلود، مرجع السابق، ص 44

3 - علامة الخدمة:

علامة الخدمة هي الإشارة التي تستعملها المؤسسات التي تعرض الخدمات¹، فهي غير مرتبطة بسلع أو بضائع، ومثالها الخدمات التي تقدمها البنوك أو شركات التأمين وشركات النقل ووكالات السياحة والخطوط الجوية وما إلى ذلك، فعلمة الخدمة هي الرمز الذي تضعه الهيئة أو الشركة التي تقوم بالخدمة، كوكالات تأجير السيارات التي تقوم بوضع علامة على السيارات التي تقوم بتأجيرها وهي تشير إلى صاحب الخدمة، أو شركات نقل الأشخاص أو البضائع².

وتوجد العديد من علامات الخدمة الشهيرة في مجال الفنادق هناك سلسلة فنادق الماريوت أو الهلتون، وفي المجال الائتماني بطاقات فيزا وماستركارد، كما تشمل علامات الخدمة الخطوط الجوية ومن أشهرها الخطوط الجوية القطرية والإماراتية، والتركية... إلخ.

مما سبق يتضح أن العلامة التجارية تشير إلى مصدر البيع والعلامة الصناعية تشير إلى مصدر الإنتاج، في حين تشير علامة الخدمة إلى مصدر الخدمة، وقد استعمل كل من المشرعين المصري والجزائري لفظ العلامة التجارية للدلالة عليها وحمايتها دون تمييز بين مختلف أنواعها³.

ثانياً: أشكال العلامة التجارية

تجيز مختلف التشريعات للصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة أن يتخذ شكلاً للعلامة التجارية لتمييزها عن غيرها، وتتمثل هذه الأشكال في حروف أو أرقام أو كلمات، وكذا صور أو رسومات، أو أسماء ذات أشكال مميزة⁴.

وقد اشترط كل من المشرعين الجزائري والمصري وفق ما سبق بيانه، أن تكون الرموز المتخذة كشكل للعلامات التجارية قابلة للتمثيل الخطي، وذلك بخلاف بعض التشريعات التي أجازت أن تكون العلامة التجارية ذات رائحة أو صوت مميزين، وهو ما ستراه لاحقاً.

¹ - حمدي غالب الجعير، المرجع السابق، ص 97

² - Albert Chavanne, Modèles et Marques de fabrique, Dalloz, 1974, p 117.

³ - سميحة القليوبي، المرجع السابق، ص 451

⁴ - عبد الفتاح بيومي حجري، الملكية الصناعية في القانون المقارن، دار الفكر الجامعي، طبعة 2007، ص 20.

1 - الأسماء والإمضاءات:

ويقصد بها أسماء الصناعات أو التجار أو مقدمي الخدمة، أو أسماء المناطق التي يمارسون فيها نشاطهم، كاستعمال اسم فورد كعلامة لمصنع سيارات (الاسم العائلي صاحب العلامة)، أو اسم مون بلان "MONT BLAN" وهو اسم منطقة جبلية في فرنسا التمييز نوع من الأجبان، أو ' نقاوس' للمشروبات الغازية أو ' إفري' للمياه المعدنية، وقد يكون الاسم مكتوباً بشكل هندسي معين أو بخط مزخرف، كما يمكن للتاجر أو الصانع أن يستعمل إمضائه متى توفر فيه عنصر الجودة والتميز¹.

ويمكن استخدام اسم الغير كعلامة مميزة، كأن يكون اسم زعيم مشهور، أو رياضي معروف، وفي هذه الحالة يجب أخذ موافقة المعني إن كان على قيد الحياة، أو ورثته في حال وفاته، والا منع مستخدم الاسم من استعماله، وجاز الرجوع عليه بالتعويض².

2 - التسميات المبتكرة

وتعتبر الأكثر شيوعاً في مجال العلامات التجارية، وقد أجازت مختلف التشريعات اتخاذ تسميات مبتكرة لم تكن معروفة سابقاً للتمييز منتجات أو خدمات، والأمثلة على ذلك كثيرة نذكر منها علامة "كوكا كولا" للمشروبات الغازية، أو ماك دونالدز للأطعمة السريعة .

3 - الحروف والأرقام:

يمكن استعمال الحروف والأرقام والكلمات للدلالة على علامة تجارية، وفي هذه الحالة يمنع على الغير من المنافسين استعمال نفس العلامة للتمييز سلعهم أو منتجاتهم أو خدماتهم، وقد أجاز القضاء الفرنسي اتخاذ الحروف والأرقام كعلامة تجارية فهل تكريسها رسمياً من الناحية القانونية³، وقد تتخذ العلامة شكل حروف فقط، أو أرقام، أو كلاهما معاً.

¹ - صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية و التجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، طبعة 2006، ص120.

² - حمادي زويبير، مرجع سابق، ص56.

³ - Schmidt Szalewski (J) et Pierre (JL).Droit de la propriété industrielle, Litee 1996, p191.

وتعتبر الحروف والأرقام من العلامات المنتشرة بكثرة حالياً، وذلك لسهولة نطقها ووضوحها مثل علامة "BMW" التي تستعمل لتمييز نوع من السيارات الألمانية الصنع، أو علامة "501" التي ترمز إلى نوع من الألبسة، وقد تمثل العلامة الحروف الأولى لاسم الشركة مثل علامة "ENIE" التي تمثل الحروف الأول باللغة الفرنسية للشركة الوطنية للصناعات الكهربائية .

4 - الرسوم والصور والألوان:

أجاز كل من المشرعين الجزائري والمصري أن يتم استخدام الرسوم أو الصور للدلالة على العلامة التجارية، ويقصد بالرسوم كل صورة مبتكرة قد يكون لها مدلول ووجود فعلي أم لا، كاتخاذ الرسم الشكل الشجرة أو الهرم أو السيارة، أما الصورة فيقصد بها الصور الفوتوغرافية، سواء كانت الإنسان أو حيوان، أو منظر طبيعي إلى غير ذلك، وفي حالة اتخاذ صورة أحد الأشخاص كعلامة يجب الحصول على إذن صاحب الصورة إذا كان على قيد الحياة، أو ورثته في حالة وفاته¹.

أما الألوان فمن الممكن أن تتم حمايتها بشرط ألا تكون مودعة بشكل مجرد، بل لابد من تنسيقها بحيث يتخذ كل لون حيزاً مكانياً خاصاً به، كرسم خطين منفصلين من لون واحد أو لونين مختلفين، أو أشكال هندسية متداخلة كل منها بلون مختلف، ويعتبر إيداع ألوان في شكل مبهم أو غير محدد إيداعاً غير مقبول، كما يشترط لاعتماد اللون كعلامة تجارية ألا يكون اللون المعتمد هو اللون الطبيعي للمنتج، لأنه لا يمكن الاستئثار باستعماله لما في ذلك إضرار لمستعملي ذات المنتج².

5 - الرموز المبتكرة والأختام والنقوش:

الرمز هو الرسم المرئي المجسم ، كصورة الشمس أو القمر أو الطائرة ... إلخ، وقد يستخدم ختم أو نقش بارز كعلامة تجارية، وقد يكون النقش على الخشب أو على النحاس، أو على

¹- فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص 214.

²- فؤاد معللة، الملكية الصناعية والتجارية (دراسة في القانون المغربي والاتفاقيات الدولية)، دار الآفاق المغربية للنشر

والتوزيع، الطبعة الأولى 2009، ص 449

مادة شمعية، وتكتسب العلامة تميزها من طريقة صنع النموذج ووضعه على المنتجات والبضائع والخدمات.

كما يمكن للتاجر أو الصانع تمييز منتجاته باستخدام تقنية ثلاثية الأبعاد¹، كشكل القنينة المستعملة التمييز العطور أو المشروبات، أو شكل العلب التي توضع بها المنتجات.

6 - علامات الرائحة والصوت:

يكون التعبير عن الرائحة بكتابة بيانات رقمية، وهو أسلوب تقني علمي، أما تسجيل علامات الصوت والموسيقى، فيكون عن طريق كتابة التوتة الموسيقية الخاصة بها وتسجيلها.

ولم ينص المشرع الجزائري ضمن الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، على علامات الرائحة أو علامات الصوت، وإنما أورد ضمن نص المادة 02 فقرة 01 على ضرورة أن تكون العلامة " .. عبارة عن رموز قابلة للتمثيل الخطي..."، وبذلك يكون قد حصر العلامة ضمن إطار الكتابة أو الرسم أو التجسيم.

أما المشرع المصري فلم يجز هو الآخر تسجيل علامات الصوت أو الشم، ويستنتج ذلك من خلال نص المادة 63 فقرة 02 من قانون الملكية الفكرية رقم 82-2002 التي جاء فيها أنه " وفي جميع الأحوال يتعين أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر.

ويرجع سبب عدم إجازة كل من المشرعين الجزائري والمصري لتسجيل علامات الصوت والرائحة إلى ما يتطلبه ذلك من إجراءات ومعدات ووسائل وخبرات، لا يمكن توفرها للدول النامية، زيادة على ندرة هذا النوع من العلامات في واقعنا وحياتنا العملية.

في حين أجازت أغلب الدول المتقدمة إمكانية تسجيل كل من علامة الصوت والرائحة، ومثال علامة الصوت تلك التي تصدر من بعض الأواني المنزلية بعد غسلها، حيث تصدر صوتا معينا ويكون هذا الصوت علامة مميزة، وكذلك العلامة التجارية الصادرة في الولايات المتحدة الأمريكية الخاصة بصوت الأسد المصاحب لإعلان أفلام شركة مترو جولدين ماير².

¹ - Albert Chavanne (Modèles et Marques de fabrique), op.cit, p 119.

² - محمد حسام محمود لطفي، تأثير اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبيس) على البلدان العربية، القاهرة، طبعة 1991، ص9

المبحث الثاني: نظرة عن المعايير المتبعة في تصميم العلامة التجارية وأهم الآثار المترتبة عنها

سنقوم في هذا المبحث بدراسة المعايير المتبعة في اختيار العلامة التجارية في المطلب الأول، ثم سنتطرق إلى تصميم العلامة التجارية في المطلب الثاني، وفي الأخي في المطلب الثالث سنتحدث عن لآثار المترتبة عن تسجيل العلامة التجارية .

المطلب الأول: المعايير المتبعة في تصميم العلامة التجارية

إن المعايير المتبعة في تصميم العلامة التجارية مختلفة ومتنوعة فمنها التي يمكن اعتبارها علامة تجارية (الفرع الأول) ومنها ما لا يمكن اعتبارها علامة تجارية (الفرع الثاني).

الفرع الأول الرموز التي يمكن اعتبارها علامة تجارية

يشترط لتسجيل العلامة التجارية أن تكون ذات صفة فارقة من حيث الأسماء (أولاً) و التسميات (ثانياً) أو الحروف و الأرقام و المختصرات (ثالثاً) أو الأشكال أو الألوان و الرموز و الصور (رابعاً) أو غير ذلك أو أي مجموعة منها وقابلة للإدراك عن طريق النظر

أولاً : الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً

يجوز القانون أن تتكون العلامة التجارية من اسم التاجر أو الصانع على أن يتخذ هذا الاسم شكلاً مميزاً وهذه الصورة للعلامة التجارية شائعة كإطلاق اسم " فورد " مثلاً التمييز نوع من السيارات، ويجب أن يظهر الاسم بشكل مميز، كأن يكتب بخط خاص كالخط الفارسي أو الكوفي، أو أن يحاط بدائرة أو مربع، ولا يكفي مجرد كتابة الاسم بأحرف كبيرة دون أن يتخذ أي شكل مميز .

ثانيا : التسميات المبتكرة

قد تكون العلامة التجارية من تسمية معينة، شرط أن تكون هذه التسمية مبتكرة لتمييز المنتجات التي تمثلها عن غيرها، والأمثلة على ذلك تسمية " Nido " ليميز نوع معين من الحليب المجفف، أو تسمية " Pertsil " ليميز نوع من مسحوق الغسيل، أو تسمية " Marlboro " ليميز نوع معين من السجائر¹.

ثالثا : الحروف والأرقام والمختصرات.

يمكن استخدام الحروف كعلامة تجارية لتمييز منتجات أو خدمات عن غيرها، كما هو الشأن بالنسبة لعلامة " BMW " للسيارات، أو " LG " في مجال المنتجات الالكترونية، أو " SGM " في مجال خدمات الأيتاك، كما يمكن استخدام الأرقام كعلامة كما هو الأمر بالنسبة لرقم " 1888 " كعلامة المنتج العطور الفرنسية، وقد تتكون العلامة من الحروف والأرقام معا على أن يكون التركيب متميزا كما هو الحال بالنسبة لعلامة " 7UP " المستعملة في المشروبات².

رابعا : الرسوم والرموز والصور.

يجوز أن تتكون العلامة التجارية أيضا من رسم أو رمز أو صورة على أن يكون لها شكل يميز هذه السلع عن غيرها، ومن أمثلة هذه الرسوم النخلة والغزال والأسد والنمر أو أحد الآثار القديمة، كما يجوز للتاجر أن يتخذ أيضا صورة كرمز لبضاعة، أو صورة رجل مشهور، شرط موافقة هذا الرجل أو موافقة ورثته³.

¹- حمدي غالب الجغبير، العلامات التجارية - الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012، ص 82 - 83 .

²- بوشعيب البوعمري، العلامة التجارية على ضوء القانون والاجتهاد القضائي، مجلة المحكمة العليا، عند خاص، 2012، ص 96.

³- حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص 85

الفرع الثاني: الرموز التي لا يمكن اعتبارها علامة تجارية

لا يسجل كعلامة تجارية أو كعنصر منها ما يلي :

- العلامة الخالية من أية صفة مميزة، أو المكونة من علامات أو بيانات ليست إلا التسمية التي يطلقها العرف على المنتجات أو الرسم أو الصور العادية لها ؛
- العلامات المخلة للنظام العام والآداب العامة ؛
- الشعارات العامة والإعلام وغيرها من الرموز الخاصة بالدول الأخرى أو المنظمات الإقليمية أو الدولية، وكذلك أي تقليد لها؛
- العلامات المطابقة أو المشابهة للرموز ذات الصبغة الدينية ؛
- رموز الصليب الأحمر أو الهلال الأحمر أو غيرها من الرموز المشابهة وكذلك العلامات التي تكون تقليدا لها ؛
- صور الغير أو شعاراته ما لم يوافق على استعمالها ؛
- البيانات الخاصة بدرجات الشرف التي لا يثبت طالب التسجيل حصوله عليها ؛
- العلامات والمؤشرات الجغرافية التي من شأنها أو تضلل الجمهور أو تحدث لبسا لديه أو التي تتضمن بيانات كاذبة عن مصدر المنتجات من السلع أو الخدمات أو عن صفاتها الأخرى وكذلك العلامات التي تحتوي على بيان اسم تجاري، فهي مقلد أو مزور¹.

¹ - عبد الله عبد الكريم عبد الله، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية على شبكة الانترنت، دار الجامعة الجديدة

المطلب الثاني : تصميم العلامة التجارية

لتصميم العلامة التجارية يتطلب اختيار العلامة ، وضرورة التحقق من عدم وجود علامة مشابهة .

الفرع الأول : اختيار العلامة.

تعد عملية اختيار العلامة أحد أهم المراحل في حياتها على الإطلاق ولا بد من إعطائها قدر كبير من الاهتمام، إذ أن أي خطأ يرتكب في البداية عند اختيارها قد يكون له عواقب يصعب تداركها فيما بعد على الشركة، وقد يترتب عليه ضرورة بذل جهود ونفقات أكبر كان بالإمكان توفيرها لنشاط أهم، وهذا كله لدعم العلامة المختارة بشكل خاطئ ومحاولة تجاوز ذلك الخطأ، ولا بد بالتالي عند اختيار العلامة من استشارة مختصين في التسويق والقانون والدعاية والإعلان، فعملية إتباع هذه القواعد والأسس يساعد الشركة في تحقيق الغاية المبتغاة منه علامتها التجارية¹.

أولاً : تحديد عناصر العلامة

تكمن الخطوة الأولى في اختيار العلامة التجارية في تحديد العناصر التي ستتكون منها، والتي ترغب الشركة في استخدامها، هل هي كلمات أو رسم أو أرقام .. الخ. ولكل واحدة من هذه العناصر إيجابيات وسلبيات، فإذا كانت مكونة من كلمات ذات أهمية كبرى من ناحية رسوخها في الأذهان، نظرا لتفاعل عدد كبير من الحواس معها، إلا أن اختلاف اللغة من دولة إلى أخرى قد يجعل الاختصار على هذا النوع من هذه العلامات بمثابة حاجز يقف في وجه تسويق المنتج في دولة أخرى، في حين أن العلامة المكونة من لون أو صورة تتجاوز هذه الحواجز .

¹ - عائشة شابي، مروة بن سديرة، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 22،

ثانيا : مراعاة تقاليد وقيم المجتمع

يجب أثناء اختيار العلامة التجارية مراعاة تقاليد المجتمع التي يتم التسويق فيها، إذ أن لها دور كبير من حيث رواج المنتج وشهرة العلامة نفسها، فيجب تجنب العلامات التي تخالف آداب وأخلاق المجتمعات المستهدفة فمثلا في السعودية تم رفض أفنعة لأنها تمثل صليباً، وتجنب الأدوات التي تثير معان غير محببة في نفوس المستهلكين، فمثلا شركة " كوكاكولا " فشلت في ترويج منتجها في أفغانستان، لأنها تحمل اللون الأحمر الذي يمثل الاحتلال السوفيتي (الجيش الأحمر)¹.

الفرع الثاني ضرورة التحقق من عدم وجود علامة مشابهة

بعد أن اختارت الشركة علامتها التجارية وفق المعايير والمراحل السابقة، تأتي بعدها مرحلة البحث، فتجاوز هذه المرحلة قد يؤدي إلى تحميل الشركة مبالغ طائلة، بعد اختيار العلامة لابد من التحقق من أن هذه العلامة متاحة وغير مسجلة لحساب شركة أخرى تمارس نشاطها في المجال نفسه الذي ترغب الشركة في تسويق المنتج فيه، ففي حالة إهمال البحث قد تتفاجأ الشركة بعد فترة من استخدامها للعلامة بتوجيه إنذار لها أو إقامة دعوى ضدها بطلب منعها من استخدامها للعلامة التي اختارتها لكون العلامة مملوكة للغير وسيكلفها هذا تخريب جميع أغلفة المنتجات والمواد الدعائية وجميع ما يحمل العلامة التجارية المختارة فضلا عن مصاريف الدعاوي والمحامين مع إلزامها بدفع تعويضات لصاحب العلامة، وتتم عملية البحث عن العلامة المسجلة في مكتب حماية وتسجيل العلامات التجارية والتي تسمح بتقديم خدمات البحث للتأكد فيما إذا كانت هناك علامة تجارية مسجلة ومتشابهة للعلامة المصممة، وقد سهلت برمجيات الحاسوب عملية البحث هذه التي أصبحت تتم في ثوان معدودة بعد أن كانت تتطلب الغوص في السجلات، والكثير من مكاتب العلامات التجارية حول العالم توفر عبر موقعها إمكانية البحث عن العلامات المسجلة لديها².

¹ - عائشة شابي، مروة بن سديرة، مرجع سابق، ص53.

² - عائشة شابي، مروة بن سديرة، مرجع سابق، ص54.

المطلب الثالث : الآثار المترتبة عن تسجيل العلامة التجارية

يترتب عن استيفاء العلامة الشروط الشكلية و الشروط الموضوعية و تمام إجراءات تسجيلها لدى الجهة المختصة آثار قانونية، فيكتسب المودع ملكية العلامة و تتمتع العلامة التجارية بالحماية القانونية المنصوص عليها في القانون.

الفرع الأول اكتساب ملكية العلامة التجارية

بالرجوع لأحكام الأمر 03-06¹ المتعلق بالعلامات، و خاصة المواد: 4، 5 الفقرة 1، 9 الفقرة 1، و المادة 11، نجد أن المشرع الجزائري ربط الحق في ملكية العلامة التجارية بوجود تسجيلها لدى المصلحة المختصة، فمنع استعمال أي علامة إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها، على أنه يتوجب كذلك على صاحب العلامة المسجلة الاستعمال الجدي لها على السلع و الخدمات خلال ثلاث سنوات (استثناءا يمكن تمديد الأجل سنتين على الأكثر).

وبناء على هذا يعتبر تسجيل العلامة في التشريع الجزائري منشئ لحق ملكية العلامة و ليس كاشفا أو مقرر له²، فصاحب العلامة هو من قام بتسجيلها أولا بغض النظر عن أي استعمال سابق، فملكية العلامة تكون للأسبق في تسجيلها و ليس للأسبق في استعمالها، إذ أنه لا يجوز استعمال أي علامة عبر الإقليم الوطني إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها.

وعلى خلاف هذا الاتجاه الذي سار فيه المشرع الجزائري تذهب تشريعات و قوانين أخرى إلى أن أسبقية استعمال العلامة هي أساس إنشاء الحق في ملكية تلك العلامة، أي أن التسجيل ليس إلا مجرد قرينة قانونية على نشوء حق ملكية العلامة لمن قام بإجراء تسجيلها، وهذه القرينة قابلة لإثبات العكس خلال مدة محدودة، تصبح بعد انقضاء تلك المدة قرينة قاطعة غير قابلة لإثبات العكس، و هذا ما ذهب إليه المشرع الأردني، في نص المادة 29 من قانون العلامات التجارية على أنه: " يعتبر تسجيل مالك العلامة تجارية مقدمة بينة على

¹ - الامر 03-06، المتعلق بالعلامات، مرجع سابق

² - ادريس فاضلي، مرجع سابق، ص291.

قانونية التسجيل الأصلي لتلك العلامة، و على كل ما يلي من التنازل عنها و تحويلها وذلك في جميع الإجراءات القانونية المتعلقة بتسجيلها "

و الحالة الوحيدة التي يسمح فيها التشريع الجزائري لصاحب علامة مستعملة و غير مسجلة أن يطلب تسجيل هذه العلامة و يطالب بحق الأولوية فيها هي حالة القيام بعرض سلع أو خدمات تحت العلامة المطلوبة أثناء معرض دولي رسمي أو معترف به رسميا، و هذا خلال ثلاثة (3) أشهر ابتداء من انتهاء العرض¹.

إن اكتساب حق الملكية على العلامة يخول لصاحب العلامة جميع حقوق الملكية فله حق التصرف فيها بجميع أنواع التصرف، و الذي يمكن أن يكون بشكل مستقل عن التصرف في المحل التجاري، سواء باستغلالها و استعمالها على منتجاته أو خدماته ومنع الغير من استغلال علامته تجاريا، كما يمكنه التنازل عنها بنقل ملكيتها بالبيع أو الهبة أو الوصية كليا أو جزئيا كتقديمها حصة في شركة أو بالترخيص للغير باستعمالها، أو بعقد امتياز عليها، أو إجراء أي حق عيني عليها أو الحجز عليها باعتبارها مالا منقولاً مملوكاً لصاحبه، الحق في العلامة و إن كان مؤقت إلا أنه يتمتع بصفة الاستمرارية، فيمكن الاحتفاظ به إلى ما لا نهاية مادام يتم تجديد تسجيل العلامة وفقا للتشريع المعمول به .

ويسقط الحق في العلامة لعدة أسباب منها إرادية كعدم تجديد التسجيل و انتهاء مهلة الستة (6) أشهر التي تلي انقضاء التسجيل، أو التخلي عن العلامة بالعدول الجزئي أو الكلي عن تسجيلها لدى المصلحة المختصة بناء على طلب المالك.

ومنها أسباب غير إردية، كإبطال العلامة أو إلغائها، إذ يمكن للجهة القضائية المختصة إبطال تسجيل العلامة و بأثر رجعي ابتداء من تاريخ الإيداع، و يكون ذلك إما بطلب من المصلحة المختصة إذا تبين أن التسجيل الذي قامت به كان مخالفا لما نصت عليه المادة 7 في الفقرات من 1 إلى 9 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، أو من الغير صاحب المصلحة في دعوى الإبطال، و استثناء لا يمكن إقامة هذه الدعوى إذا اكتسبت العلامة صفة التمييز، و تتقادم هذه الدعوى بخمس (5) سنوات من تاريخ التسجيل.

¹ - المادة 6 الفقرة 2 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات

أما الإلغاء فيكون بموجب قرار قضائي على أساس دعوى مرفوعة من:

- المصلحة المختصة .
- الغير الذي يعنيه الأمر في حالة توفر أحد الأسباب المذكورة في المادة 7 (الفقرات 3، 5، 6، 7) من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات. أو في حالة إذا لم يتم الأستعمال الجدى للعلامة على السلع و الخدمات لما يزيد عن 3 سنوات وفق ما نصت عليه المادة 11 من الأمر 03-06.

وللإشارة فقد و استثنى المشرع الجزائري من الإلغاء حالة ما إذا كان السبب هو تجرد العلامة من صفة التمييز، بشرط أن تكون قد اكتسبت هذه الصفة بعد تسجيلها¹.

الفرع الثاني : اكتساب الحماية القانونية للعلامة التجارية

يعتبر اكتساب العلامة التجارية للحماية القانونية أهم أثر لتسجيل العلامة لدى الجهة المختصة، إذ يشكل أي اعتداء على العلامة بعد تسجيلها جريمة يعاقب عليها القانون، كما أن المالك للعلامة أن يطالب بالتعويض عن الأضرار التي لحقت به من جراء ذلك الاعتداء، فالحماية التي يوفرها القانون للعلامة التجارية تنقسم إلى نوعين من الحماية جزائية و مدنية، هذا بالنسبة للتشريع الوطني، أما على المستوى الدولي فتستمد الحماية القانونية للعلامات التجارية من الاتفاقيات و المعاهدات الدولية ذات الصلة.

¹ - المادة 20 الفقرة 2 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات

خلاصة الفصل :

وبعد تطرقنا في هذا الفصل إلى التعرف على مفهوم العلامة التجارية والتطرق إلى شروطها وأنواعها واخذ نظرة عن أهم المعايير المتبعة في تصميم العلامة التجارية تبين لنا أن العلامة التجارية أصبحت من أهم الوسائل التي تمكن المستهلك من التعرف على المنتجات أو بضائع صانع أو تاجر بعينه دون غيره من الصناع أو التجار، فهي وسيلة تضمن عدم تضليل جمهور المستهلكين فلا يلتبس عليهم الأمر في إختيار ما هم راغبين فيه لخصائصه المعروفة لديهم، "وتحفز الصانع أو التاجر على بذل أقصى ما في وسعه للإرتقاء بجودة منتجاته أو خدماته لأقصى درجة ليضمن رواجها وحيازتها على رضى الشريحة المستهدفة من إنتاجها وبالتالي تفوقها على مثيلاتها في ميدان المنافسة.

الفصل الثاني

الحماية المدنية
والجزائية للعلامة
التجارية

تمهيد:

لما كانت العلامات التجارية مثلها مثل باقي عناصر الملكية الصناعية والتجارية حديثة النشأة، فهي تفتقر إلى الحماية القانونية التي تعطيها أهميتها وقيمتها، إذ أن حمايتها مقصورة على تطبيق القواعد العامة للمسؤولية المدنية، إلا أنها وحدها قاصرة لازدياد أهمية العلامة التجارية مع مرور الوقت في الوسط التجاري، لأنها أصبحت أكثر عرضة للمخاطر، وهذا ما دفع بالتشريعات المختلفة لوضع القواعد وأحكام قانونية مختلفة خاصة بحمايتها ولقد ارتأيت تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين ، مبحث أول يتحدث عن الحماية المدنية للعلامة التجارية بجوانبها المختلفة ، و مبحث ثاني يتناول عن الحماية الجزائية للعلامة التجارية بمختلف جوانبها .

ن المبحث الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

ن المبحث الأول: الحماية الجزائية للعلامة التجارية

المبحث الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

تتمتع العلامة التجارية بالحماية المقررة للحقوق عموماً، اعتقاداً للقواعد العامة للمسؤولية، حيث نص المشرع الجزائري على أن: "كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه يلزم من كان سبباً في حدوثه بالتعويض"¹

كما أنها تستند إلى جرم التقليد الذي يتيح لمالك العلامة المطالبة بحماية علامته عن طريق الدعوى المدنية بالتبعية كما أجاز المشرع الحماية المدنية للعلامة التجارية عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة و التي تستند إلى القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية²

المطلب الأول: دعوى التعويض

يقصد بدعوى التعويض الدعوى المدنية التي تستند إلى جرم التقليد، يمكن أن تكون هذه الدعوى أصلية، و ذلك بان يرفع المضرور (مالك العلامة) دعواه أمام القضاء التجاري للمطالبة بوقف التعدي على علامته، و المطالبة بالتعويض، استناداً إلى دعوى جزائية سابقة أو مطروحة حالياً أمام القضاء الجزائي تتعلق بجرم التقليد، كما يمكنه أن يرفع طلباته الهادفة إلى وقف التعدي عن العلامة، و المطالبة بالتعويض استناداً إلى الدعوى المدنية بالتبعية، و ذلك أمام القضاء الجزائي³.

الفرع الأول الأساس القانوني لدعوى التعويض

تستند هذه الدعوى إلى أحكام المواد 28 و 29 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات ، فتنص المادة 28 منه على أنه " لصاحب تسجيل العلامة الحق في رفع دعوى قضائية ضد كل شخص ارتكب أو يرتكب تقليداً للعلامة التجارية المسجلة و تستعمل نفس الحق تجاه كل شخص ارتكب أو يرتكب أعمالاً توحى بأن تقليداً سيرتكب"

¹ - المدة 124 من القانون المدني

² - فنون رقم 04-02، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مؤرخ في 23 جوان 2004، ج رعد 41، الصادرة بتاريخ 27 جوان 2004.

³ - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 187.

كما نصت المادة 29 منه " إذا اثبت صاحب العلامة أن تقليدا قد ارتكب أو يرتكب ، فإن الجهة القضائية المختصة تقضي بالتعويضات المدنية..."

منح المشرع لصاحب العلامة المجلة الحق في اللجوء إلى القضاء برفع دعوى مدنية للمطالبة بوقف أعمال التعدي على العلامة، و المطالبة بالتعويض عن الضرر الذي لحقه من جراء هذا الاعتداء، استنادا إلى دعوى التقليد، و أساس المطالبة بالتعويض هو وجود أفعال تقليد ارتكبت أو ترتكب.

و ليس لصاحب العلامة غير المسجلة الحق في اللجوء إلى هذه الدعوى، على أنه يمكن للمرخص له باستغلال العلامة أن يرفع هذه الدعوى شرط أن لا يمارس صاحب العلامة هذا الحق بنفسه¹.

الفرع الثاني: المطالبة بوقف أفعال الاعتداء

تهدف الدعوى المدنية المستندة إلى الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات إلى وقف جميع أفعال التعدي الواقعة على العلامة التجارية.

و تستند الجهة القضائية الفاصلة في الدعوى، لوجود الخطة الجزائي المتعلق بالتقليد، إذ في حالة انتقائه تفتي المطالبة المدنية، فالدعوى المدنية ترتبط وجودا و علما بمصير الدعوى الجزائية المتعلقة بجرم التقليد، و هذا الارتباط يسهل من مهمة مالك العلامة المسجلة، إذ أنه يعفى من إثبات أنه متضرر فعلا من جراء حالة التعدي، فقط يكفي أن يكون هناك مساس بحقه على العلامة².

ولأفعال التعدي عدة صور منها ما يمس موضوع الحماية القانونية و هو اعتداء مباشر كأفعال التقليد، و منها ما يمس بقيمة العلامة أي اعتداء غير مباشر كاستخدام علامة مشهورة هي ملك الغير.

¹ - المدة 31 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات

² - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 187.

الفرع الثالث: المطالبة بالتعويض

نص المشرع الجزائري على أنه " لصاحب تسجيل العلامة الحق في رفع دعوى قضائية ضد كل شخص ارتكب أو يرتكب تقليدا للعلامة التجارية المسجلة و تستعمل نفس الحق تجاه كل شخص ارتكب أو يرتكب أعمالا توحى بأن تقليدا سيرتكب"¹

فالمشرع أجاز لصاحب العلامة المطالبة بالتعويض حتى عن الضرر المحتمل وقوعه، و يتحدد مقدار التعويض على أساس الضرر الفعلي الذي أصاب صاحب العلامة، و هو يخضع لتقدير المحكمة، و يشمل ما لحق صاحب العلامة من خسارة وما فاتته من كسب، كما يمكن أن يكون جزافيا، أو يمكن أن تكتفي المحكمة في تقدير التعويض بالظروف و الملابسات المقرنة بالدعوى، و التي تخضع لتقدير محكمة الموضوع.

و المبدأ المعمول به في القضاء الجزائري فيما يتعلق بتقدير التعويض هو ضرورة إصلاح الضرر و تغطيته برمته، أي تعويض الخسارة اللاحقة و الأرباح الفائتة، و يعتمد في ذلك على الربح الذي حرم منه مالك العلامة و الضرر التجاري الناجم عن تخفيض قيمة العلامة بفعل المنتجات الأقل جودة و مصاريف متابعة و مراقبة المقلدين².

¹- المادة 28 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات

²- نذير لبيوت مرجع سابق، ص72.

المطلب الثاني: حماية العلامة التجارية المسجلة وفق دعوى المنافسة غير المشروعة

تطبيقا للقواعد العامة في التعويض عن الضرر، و استنادا إلى دعوى المسؤولية التقصيرية أو دعوى المنافسة غير المشروعة، لصاحب العلامة الحق في الحماية المدنية لعلامته التجارية.

الفرع الأول تعريف المنافسة غير المشروعة

لم يعرف المشرع الجزائري المنافسة غير المشروعة في أي قانون، و اكتفي بالتعريف الوارد في اتفاقية باريس، و التي تنص على أنه " تعتبر من أعمال المنافسة غير المشروعة كل منافسة تتعرض مع المبادرات الشريفة في الشؤون الصناعية أو التجارية¹ " على أن غالبية التشريعات حتى المنظمة للمنافسة غير المشروعة تجنبت وضع تعريف محدد لمفهوم المنافسة غير المشروعة في قوانينها.

أما عن التعريف الفقهي للمنافسة غير المشروعة فقد تعددت الآراء في هذا الصدد حيث عرفها البعض بأنها: "اتجاه التاجر بأن ينتصر على منافسيه إلى وسائل غير شريفة تتنافى مع الأمانة و النزاهة و العادات الجارية في التجارة أو الصناعة بغية اكتساب العملاء و تحقيق أكبر ربح ممكن"²

و جانب آخر يرى بأنها: "كل عمل في مجال التجارة أو الصناعة أو المال أو الخدمات أو غيرها من المجالات يقوم به شخص، و من شأنه إلحاق ضرر بشخص منافس أو تحقيق مكاسب على حسابه بإتباع وسائل يمنعها القانون"³

تصب معظم التعريفات الفقهية على أن المنافسة غير المشروعة تتمثل في قيام العون الاقتصادي بأفعال مخالفة للقانون و الأخلاقيات المهنة.

¹ - المادة 10 من اتفاقية باريس.

² - محمد بهجت عبد الله قايد، الفنون التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة مصر، 1991، ص 209

³ - زينة عالم عبد الجبار الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية و دار و مكتبة العامة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2002، ص 28.

الفرع الثاني الأساس القانوني الدعوى المنافسة غير المشروعة

حاول الفقه و القضاء إعطاء أساس قانوني الدعوى المنافسة غير المشروعة، مستمد من الأحكام العامة للمسؤولية المدنية ، فأسند البعض هذه الدعوى إلى أحكام المسؤولية التقصيرية، و البعض الآخر إلى نظرية التعسف في استعمال الحق، و ذهب آخرون إلى انه حق ذو طبيعة مركبة يجمع بين سمات الحق الشخصي و الحق العيني و اعتبار أساس دعوى المنافسة غير المشروعة يستند إلى كونها دعوى من طبيعة خاصة¹.

أما المشرع الجزائري فقد أسس دعوى المنافسة غير المشروعة على قواعد المسؤولية التقصيرية و ذلك بناء على المادة 124 من القانون المدني مع بعض الخصوصية فيما يتعلق بدعوى المنافسة غير المشروعة².

الفرع الثالث : نطاق دعوى المنافسة غير المشروعة

نصت المادة 29 منه " إذا اثبت صاحب العلامة أن تقليدا قد ارتكب أو يرتكب ، فإن الجهة القضائية المختصة تقضي بالتعويضات المدنية ..."

فاعترف المشرع لصاحب العلامة التجارية المسجلة الذي تم الاعتداء على حقوقه في العلامة التجارية _ وحده بالحق في رفع دعوى مدنية، و يكفي لقبول الدعوى الضرر الاحتمالي، ولا يشترط في ذلك إثبات وقوع الضرر فعليا، كان تكون العلامة قيد التقليد الوشيك حتى و لو لم تقلد و توزع بعد³.

و يمكن أيضا رفع الدعوى المدنية في حالة عدم توفر شروط الدعوى الجزائية المتعلقة بالتقليد، أو عدم توافر أحد أركان الجريمة الواقعة على العلامة التجارية.

¹- مولود سلامي، دعوى المنافسة غير المشروعة كرجه من وجوه الحماية المدنية للعلامة التجارية في الفنون

الجزائري، مجلة دقاتر السياسة و القانون ، العدد 6، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2012، ص 176.

²- صالحة العمري، ضبط أبعاد مصطلح دعوى المنافسة غير المشروعة في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى القانوني،

العدد 7، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، ص 263.

³- ميلود سلامي، دعوى المنافسة غير المشروعة كرجه من وجوه الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون

الجزائري، المرجع السابق، ص 180.

وعلى هذا فالمرجع لا يوفر أي حماية للعلامة التجارية عبر المسجلة، بل و أكثر من هذا ، حين اعتبر استعمال أي علامة غير مسجلة، أو لم يقدم بشأنها طلب تسجيل، جريمة يعاقب عليها القانون.

الفرع الرابع : شروط دعوى المنافسة غير المشروعة

و هي نفسها شروط قيام المسؤولية وهي الفعل، و الضرر، و العلاقة السببية بين الفعل و الضرر.

أولاً: وجود أفعال المنافسة غير المشروعة

و يشترط وجود هذه الأفعال بين طرفين (معتد و مضرور) يمارسان نشاطا مماثلا، مما يجعل بينهما منافسة كبيرة على جلب الزبائن.

وقد وردت هذه الأفعال في المادة 27 من القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، حيث ذكرت المادة عدة صور و حالات للمنافسة غير المشروعة، خصت واحدة من هذه الصور العلامات التجارية، و هي " تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي أو تقليد منتوجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك و أوهام في ذهن المستهلك"

و الملاحظ أن المرجع استعمل عبارة " تقليد العلامات..." في حين التقليد وفقا للمادة 26 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات هو جريمة معاقب عليها، و الأولى الاكتفاء بعبارة الاعتداء على العلامات المميزة بدل تقليد العلامات المميزة و ذلك حتى تشمل الحماية دعوى المنافسة غير المشروعة العلامة التجارية غير المسجلة¹.

ثانياً: وجود ضرر

الضرر في دعوى المنافسة غير المشروعة هو الخسارة المتكبدة في عنصر الاتصال بالعملاء بالنسبة للمشروع المتضرر، و التي تنتج عن أعمال المنافسة غير المشروعة، و

¹- ميلود سلامي، دعوى المنافسة غير المشروعة كمرجه من وجوه الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون

الجزائري، المرجع السابق، ص183.

يستوي هنا تحول العملاء إلى متجر المتسبب في فعل المنافسة غير المشروعة، أو إلى غيره من التجار الذين لم يساهموا في فعل المنافسة غير المشروعة.

قد يكون الضرر ماديا يصيب التاجر في علامته التجارية و قد يكون معنويا بمس سعة التاجر و سمعة علامته، لكن غالبا ما يكون الضرر ماديا، أو مقترنا بضرر معنوي.

و في كل الحالات لا يقع على المتضرر إثبات الضرر بل تستخلصه محكمة الموضوع من قيام أفعال المنافسة غير المشروعة¹.

ثالثا: علاقة السببية بين أفعال المنافسة غير المشروعة و الضرر

وفقا للقواعد العامة فإنه لا بد من توافر رابطة السببية بين الخطأ و الضرر لقيام المسؤولية عن العمل غير المشروع، فإذا ما تمكن مرتكب الخطأ من إثبات أن الضرر الذي لحق بالمضرور قد نشأ عن سبب لا بد له فيه، بأن يثبت أنه نتيجة سبب أجنبي، كان يكون قرة قاهرة أو حادث مفاجئ أو فعل الغير أو خطأ المضرور نفسه، فإنه ينجح في قطع الرابطة السببية بين خطئه و الضرر، و من ثم لا يلزم بتعويض المضرور².

تتطلب المطالبة بالتعويض عن الضرر، وجود علاقة سببية بين أفعال المنافسة غير المشروعة، و بين الضرر الواقع لصاحب العلامة التجارية، و عدم إثبات هذه الرابطة لا يمكن صاحب العلامة من الاستفادة من التعويض.

و الملاحظ اكتفاء الأمر 03-06 بعنصر الضرر³، بينما يشترط القانون 04-02 إثبات الضرر الواقع فعلا كما أن الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات يمكن صاحب العلامة المجلة المطالبة بالتعويض وفقا للدعوى المدنية بالتبعية للدعوى الجزائية، كما يمكن المطالبة بالتعويض بدعوى مدنية مستقلة أمام القضاء المدني.

¹- ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري و الاتفاقيات الدولية، المرجع السابق، ص 200

²- المادة 127 من الأمر رقم 75-58 المضي في 26 /09/ 1975، المتضمن القانون المدني، ج ر عدد 78 مؤرخة في 30 /09/ 1975.

³- المادة 28 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

غير أن الدعوى المدنية المطالبة بالتعويض عن التعدي عن العلامة التجارية سواء استندت إلى الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات أو استندت إلى دعوى المنافسة غير المشروعة وفقا للقانون 04-02 فإنهما تشتركان في اشتراط أن تكون العلامة التجارية المعتدى عليها مسجلة و عليه لا يمكن المطالبة بالحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة¹.

المطلب الثالث: الجهات الإدارية المنوط بها حماية العلامة التجارية

إلى جانب الحماية القضائية المقررة للعلامة التجارية، نص المشرع الجزائري على نوع آخر من الحماية لتعزيز ثقة المستهلك في العلامة وبالتبعية في صاحب العلامة أو صاحب الحق في الترخيص.

وتتمثل هذه الحماية في تدخل عدة أجهزة إدارية حولها المشرع سلطة التدخل متى استدعى الأمر وفق ضوابط محددة سلفا وذلك للحفاظ على المنافسة المشروعة في المجال الإقتصادي من جهة، وحماية أصحاب العلامات من جهة ثانية، وهذه المصالح المتدخلة هي إدارة الجمارك، مديرية التجارة، وأجهزة الأمن.

الفرع الأول: إدارة الجمارك

تضمن قانون الجمارك الجزائري² إجراءات يتخذها أعوان الجمارك لحماية العلامة التجارية، فنصت المادة 09 منه على أنه " يحظر استيراد وتصدير السلع المقلدة التي تمس بحق الملكية الفكرية كما هي معرفة في التشريع الساري المفعول...".

إلى جانب منع استيراد البضائع الأجنبية يمنع كذلك استيراد البضائع التي تحمل بيانات قد توحي بأنها ذات منشأ جزائري، وبصورة عامة فإنه يمنع استيراد كل السلع أو المنتجات التي تحمل علامات مقلدة أو مزورة .

¹ - ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري و الاتفاقيات الدولية، المرجع السابق، ص

200.

² - القانون رقم 17-04، المؤرخ في 2017/02/16، يعدل ويتم القانون رقم 79-07 المؤرخ في 1979/07/21

يتضمن قانون الجمارك، الجريدة الرسمية عدد 11، الصادرة بتاريخ 2017/02/19.

ونظرا لأهمية الحجز الجمركي في توفير الحماية للعلامات عبر الحدود وذلك بوضع حد لجريمة التقليد، صدر عن وزير المالية القرار التنظيمي المؤرخ في 2017/02/16¹، الذي يحدد كيفية تطبيق المادة 09 من قانون الجمارك المتعلقة باستيراد السلع المقلدة.

ويحدد هذا القرار شروط تدخل أعوان إدارة الجمارك عندما يكون هناك احتمال الكون البضاعة المستوردة مقلدة، وكذا الإجراءات الواجب اتخاذها لحماية مالك الحق من السلع المزيفة التي يتم استيرادها²، وقد عرفت المادة 1/2 من القرار المذكور السلع المزيفة بأنها السلع التي تمس بحق من حقوق الملكية الفكرية لاسيما السلع التي تم توضيها بدون وضع علامة مصنع أو علامة تجارية، أو تلك التي تحمل علامة تجارية مماثلة أو مشابهة لعلامة مسجلة خاصة بنفس النوع من السلع والبضائع، لاسيما إذا لم يكن بالإمكان تمييزها عن العلامة الأصلية مما يعد مساسا بحقوق مالك هذه العلامة.

أما مالك الحق فقد عرفته الفقرة الثانية من المادة 2 من القرار التنظيمي، بأنه مالك علامة المصنع أو العلامة التجارية، أو أي شخص مرخص له باستعمال تلك العلامة أو ممثله.

ووفقا لما سبق يجوز لصاحب العلامة المسجلة أن يقدم طلبا خطيا للمديرية العامة للجمارك، يلتبس فيه تدخل إدارة الجمارك إذا اعتبر أن السلع المشكوك فيها هي سلع مزيفة أي سلع تحمل علامة مقلدة ولذا يجب حجزها، إذ تنص المادة 4 من القرار التطبيقي للمادة 22 من قانون الجمارك الجزائري على أنه:

"يمكن لمالك الحق إيداع طلب خطي لدى المديرية العامة للجمارك يلتبس فيه تدخل إدارة الجمارك عندما تكون السلع في إحدى الحالات المذكورة أعلاه.

وعليه في حالة وجود سلع مزيفة طبقا للفقرة الأولى من المادة 2 من القرار التطبيقي المذكور أعلاه، فإن صاحب الحق يمكن له أن يقدم طلبا خطيا يلتبس فيه تدخل إدارة

¹- القرار المؤرخ في 2017/02/16 الذي يحدد كيفية تطبيق المادة 09 من قانون الجمارك المتعلقة باستيراد السلع

المزيفة، الجريدة الرسمية عند 11، الصادرة بتاريخ 2017/02/19

²- عمار طهرات وأحمد بلقاسم، طرق التعدي على حقوق الملكية الفكرية ذات العلاقة بالتجارة ونور الجمارك الجزائرية في

محاربتها، ملتقى دولي حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في الاقتصاديات الحديثة، جامعة الشلف 13

و 14 ديسمبر 2011، ص 14.

الجمارك لحجز تلك السلع، ويجب أن يتضمن الطلب على كل المعلومات اللازمة لتمكينها من القيام بذلك، إذ يجب أن يرفق الطلب بما يلي:

- وصفا دقيقا بما فيه الكفاية للتمكن من التعرف على السلع المشكوك فيها.
- بيان يثبت أن صاحب الطلب هو مالك الحق بالنسبة للسلع المعنية

كما يجب على مالك الحق تقديم كل المعلومات الأخرى اللازمة التي يحوزها حتى يتسنى للمديرية العامة للجمارك اتخاذ القرار عن دراية، دون أن تشكل هذه المعلومات شرطا في عملية قبول الطلب، وتتعلق هذه المعلومات خاصة بمكان وجود السلع أو مكان وجهتها المقرر، وكذا تاريخ وصول السلع أو خروجها المقرر، ووسيلة النقل المستعملة هوية المستورد، أو الممون أو الحائز¹. بالإضافة إلى ذلك يجب أن يبين في الطلب الفترة الزمنية التي يطلب خلالها تدخل إدارة الجمارك²، وتتولى المديرية العامة للجمارك دراسة الطلب وتعلم صاحبه بقرارها، وفي حالة رفض التدخل فإنها ملزمة بتبريره قانونا³.

وفي حالة قبول الطلب يكون هذا الأخير موضوع قرار صادر من طرف المدير العام للجمارك، يحدد فيه الفترة الزمنية اللازمة لتدخل مصالح الجمارك والتي يمكن تمديدتها بناء على طلب من مالك الحق⁴، كما أنه يمكن إدارة المارك أن تفرض على صاحب الحق تقديم ضمان من أجل:

- تغطية مسؤوليتها المحتملة اتجاه الأشخاص المعنيين بالعملية إذا كان غير متبوع بسبب فعل أو نسيان من مالك الحق أو في حالة ما إذا تبين فيما بعد أن السلع موضوع الخلاف ليست سلعا مزيفة.
- ضمان تسديد مبلغ النفقات الملتزم بها طبقا لهذا القرار بسبب وضع السلع تحت رقابة جمركية⁵.

¹ - المادة 24 من القرار المؤرخ في في 2017/02/16 ، المشار اليه سابقا.

² - المادة 3/4 من القرار نفسه.

³ - المادة 1/5 و 4 من القرار نفسه.

⁴ - المادة 24 من القرار المؤرخ في في 2017/02/16 ، المشار اليه سابقا.

⁵ - المادة 6 من القرار نفسه.

وعلى مالك الحق المتضرر موضوع طلب التدخل إخطار الجهة القضائية المهلة للبت في الموضوع وكذا إعلام مكتب الجمارك المختص فوراً بالإجراءات التحفظية المتخذة¹.

فإذا لم يقم صاحب الطلب بإعلام مكتب الجمارك بعملية إخطار السلطة القضائية المؤهلة للبت للفصل في المضمون أو إشعاره باتخاذ الإجراءات التحفظية خلال أجل 10 أيام مفتوحة ابتداء من حجزها فإنه يحق للمكتب أن يرفع حينئذ إجراء الحجز².

إلى جانب ذلك يسمح لإدارة الجمارك أن تتخذ التدابير اللازمة لحماية العلامة وذلك أثناء قيامها بالمراقبة الدورية، ومصادفة سلع تحمل مؤشرات تدل على أنها سلع مزيفة، ففي هذه الحالة يمكن لأعوان الجمارك التدخل المباشر عن طريق إخطار صاحب العلامة ليقوم بتقديم الوثائق التي تثبت ملكيته للعلامة، وإثبات الاعتداء عليها ولو عن طريق الاستعانة بخبير مختص³، ويتم حجز البضائع المشكوك فيها لدى الجمارك لمدة ثلاثة أيام لحين تمكن صاحب الحق من إثبات ملكيته للعلامة وإيداع طلب تدخل إدارة الجمارك وفق الشكل المبين سابقاً⁴.

فإذا عجز صاحب الحق عن إثباته، جاز لإدارة الجمارك اتخاذ إجراء رفع التحفظ اتجاه المستورد، أو مصادرة السلعة المشتبه فيها⁵.

أما إذا تبين لإدارة الجمارك أن هناك ضرراً لحق بمالك العلامة نتيجة تلك السلع المستوردة، فإنه يسمح لها بإتلاف البضائع التي تبين أنها مزيفة أو أن تقوم بوضعها خارج الدوائر التجارية بطريقة تسمح بتقاضي إلحاق الضرر بمالك الحق وذلك دون أن تتحمل الخزينة العمومية أي مسؤولية في التعويض، كما يمكنها اتخاذ كل إجراء آخر يسمح بالحرمان الفعلي من الاستفادة الاقتصادية من هذه العملية⁶.

¹- المادة 11 من القرار نفسه.

²- المادة 12 من القرار نفسه.

³- عمار طهرات وأمحمد بلقاسم، مرجع السابق، ص 16

⁴- المادة 08 من القرار المؤرخ في 2017/02/16، المشار إليه سابقاً.

⁵- عمار طهرات وأمحمد بلقاسم، مرجع السابق، ص 16.

⁶- لمادة 14 من القرار المؤرخ في 2017/02/16، المشار إليه سابقاً.

الفرع الثاني: مديرية التجارة

لقد صدر القانون 04-02 المشار إليه سابقا والمحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، في سبيل تحديد قواعد ومبادئ شفافية ونزاهة الممارسات التجارية التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم وبين هؤلاء والمستهلكين، وفي إطار ذلك منعت المادة 26 منه التي سبقت الإشارة إليها، كل الممارسات التجارية المخالفة للأعراف التجارية النظيفية، واعتبر هذا القانون صراحة أن تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته قصد كسب زبائن هذا العون من قبيل المنافسة غير النزيهة، وأخضع مرتكب هذه المخالفة إلى عقوبات جزائية إضافة إلى إمكانية حجز السلع، كما يمكن حجز العتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكاب المخالفة، مع مراعاة حقوق الغير حسن النية، ويتم الحجز بناء على محضر سواء كان حجرا عينيا أو اعتباريا إذا كان لا يمكن لمرتكب المخالفة تقديم تلك السلع لسبب ما، ليفصل فيه القاضي المختص بالمصادرة أو رفع اليد، كما يمكن للوالي المختص إقليميا و بناء على اقتراح من المدير الولائي المكلف بالتجارة أن يتخذ بموجب قرار، إجراءات الغلق الإداري للمحلات التجارية لمدة لا تتجاوز 30 يوما ويكون هذا القرار قابلا للطعن أمام القضاء.

أما معاينة هذه الممارسات و المخالفات فيتولاها الأعوان المذكورون في نص المادة 49 من هذا القانون ويتعلق الأمر ب:

- ضباط و أعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية.
- المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة.
- الأعوان المعينون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية.
- أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة المرتبون في الصنف 14 على الأقل المعينون لهذا الغرض.

ولا يباشر هؤلاء الأعوان مهامهم في هذا الصدد إلا بعد أدائهم اليمين القانونية طبقا للإجراءات التشريعية والتنظيمية الجاري العمل بها في هذا المجال، ويخول لهم إجراء التحقيقات اللازمة وحجز البضائع والسلع، وطبقا لنص المادة 52 من قانون 02-04 يكون لهؤلاء الأعوان حرية الدخول إلى المحلات التجارية والمكاتب والملحقات وأماكن الشحن

والتخزين وإلى أي مكان باستثناء المحلات السكنية التي يتم دخولها طبقا الأحكام قانون الإجراءات الجزائية، ويتعرض كل شخص منع الموظفين المذكورين أعلاه من تأدية مهام التحقيق إلى عقوبات جزائية.

وتختتم التحقيقات المنجزة من الأعوان بتقارير تحقيق، وتثبت المخالفات في محاضر تبلغ إلى المدير الولائي المكلف بالتجارة الذي يرسلها إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا، وتكون لهذه المحاضر والتقارير حجية قانونية حتى يثبت تزويرها.

الفرع الثالث: مصالح الأمن

قبل صدور الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات كانت الفرق الاقتصادية التابعة للشرطة القضائية وكذا أفراد الشرطة التابعين لمكتب الشرطة العامة والتنظيم على مستوى أمن الولايات يتولون مهمة مكافحة جرائم التعدي على الملكية الفكرية ، وكانت فرقة واحدة متخصصة على مستوى أمن ولاية الجزائر نشط وتعمل في مجال مكافحة التقليد لمجابهة خطر التعدي على الملكية الفكرية.

وبعد صدور الأمر 03-06 وفرت المديرية العامة للأمن الوطني الإمكانيات والوسائل التي تهدف إلى زيادة تدخل مصالح الأمن لمكافحة العلامات المقلدة أو المزورة¹ فتم إنشاء فرقة متخصصة تنشط على مستوى 15 أمن ولائي في 15/06/2007، استناد رؤسائها من تريضات على مستوى المعهد الوطني للشرطة الجنائية التابع للمديرية العامة للأمن الوطني، وفي ديسمبر 2008 أنشأت 15 فرقة جديدة ليصل العدد الإجمالي إلى 30 فرقة.

ويتمحور دور مصالح الأمن في اتخاذ الإجراءات اللازمة لمكافحة التقليد عن طريق تحقيقات يقوم بها ضباط الشرطة القضائية التابعين للفرق المتخصصة، بناء على شكاوى صادرة من أصحاب الحقوق، والقيام بالمعاينات اللازمة بشأنها ومراقبة الأسواق المعايينة السلع والبضائع المعروضة للبيع والتأكد من مدى مطابقتها للمواصفات المحددة قانونا واتخاذ الإجراءات اللازمة تحت إدارة وكيل الجمهورية المختص.

¹ - نشرية مدرة للصحافة عن المصلحة الولائية للشرطة القضائية لأمن ولاية الجزائر، فيفري 2010، منشورة على موقع

المبحث الثاني : الحماية الجزائية للعلامة التجارية

لا تقوم الحماية الجزائية إلا إذا كانت العلامة مسجلة لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، ومن هنا تظهر أهمية تسجيل العلامة الذي يعد شرطاً أساسياً لتمتع العلامة بالحماية الجزائية وعليه لا تقوم الحماية الجزائية قبل إتمام إجراءات التسجيل القانونية أو عند انتهاء فترة الحماية المقررة قانوناً دون قيام صاحبها بالتجديد لا تعد فعل الاعتداء عليها جريمة يعاقب عليه القانون، وقد يأخذ الاعتداء على العلامة التجارية أشكالاً مختلفة يترتب عليها دعوى جزائية فقد يكون الإعتداء على العلامة ذاتها كتقليدها أو تشبيهها، وقد يتعلق الإعتداء بخرق أحكام قانونية جاء بها المشرع في شأن العلامة وخاصة عدم وضع علامة على سلعة مقدمة للبيع أو معروضة للبيع عبر كافة التراب الوطني.

المطلب الأول: خصائص الحماية الجزائية للعلامة التجارية .

لكي تتمتع العلامة التجارية بالحماية الجزائية لابد من توافر شروط رئيسية من بينها: أن تكون مسجلة وأن تنصب على ذات الحق في العلامة التجارية، مقيدة من حيث الزمان و المكان.

الفرع الأول : الحماية للعلامة المسجلة فقط .

تمتع العلامة التجارية بالحماية الجزائية يتطلب توافر شرط يتبني فيها وهو شرط تسجيلها وهذا الشرط تجمع عليه جميع التشريعات و القوانين الخاصة بالعلامات التجارية حول العالم¹، ويقصد بشرط التسجيل أن يكون صاحب العلامة التجارية قد قام بكافة الإجراءات القانونية اللازمة لتسجيل علامته لدى الجهة المختصة، فإذا ما توافر شرط التسجيل قامت الحماية الجزائية للعلامة، وأصبح التعدي عليها بشكل جريمة يعاقب عليها القانون، أما إذا كانت العلاقة غير مسجلة فلا تقوم تلك الحماية، ومن هنا تظهر لنا أهمية تسجيل العلامة التجارية ، فالتسجيل شرط أساسي لتمتع العلامة التجارية بالحماية الجزائية، ويكفي فرض تسجيل العلامة لقيام الحماية الجزائية، دون أن يتم وضعها فعلاً على البضائع².

¹ - لعوارم وهيبية. جريمة تقليد العلامات التجارية في ظل التشريع الجزائري. منكرة ماجستير، جامعة باجي مختار .

2004، ص 135

² - غسان برنبو، مرجع سابق، ص 30.

إذا كانت العلامة المسجلة داخل الجزائر وفي الخارج أيضا فإنها تتمتع بالحماية الجنائية وفقا للقانون الجزائري بالنسبة للجرائم التي ترتكب بتزوير العلامة أو تقليدها أو استعمالها داخل إقليم الجزائر، كذلك تتمتع بالحماية الجزائية، وفقا للقانون الأجنبي وإذا ما اعتدى على العلامة في البلد الأجنبي هذا، أما إذا لم تكن العلامة التجارية مسجلة إلا وفق القانون الجزائري فهي لا تتمتع بالحماية الخاصة إلا في داخل إقليم الجزائر، فعلى شرط التسجيل تدور الحماية الجزائية وجوبا وعلمًا، فإذا تم التسجيل قامت الحماية الجزائية فإذا انعدم التسجيل انعدمت الحماية الجزائية¹.

الفرع الثاني : الحماية مقيدة من حيث الزمان و المكان :

بالنسبة للقيد الزمني فذلك معناه أن تتمتع العلامة التجارية بمظلة الحماية الجزائية يكون خلال سريان فترة تسجيل العلامة، وبعبارة أخرى أن الحماية الجزائية للعلامة تبدأ من لحظة تسجيل هذه الأخيرة لدى الجهة المختصة حسب الأصول المقررة لذلك تستمر الحماية طوال فترة التسجيل فإن رفع اعتداء على العلامة التجارية خلال هذه الفترة تقوم الحماية الجزائية².

أما إذا وقع الاعتداء على العلامة التجارية المسجلة بعد أن تم شطبها، إما لعدم دفع رسوم التجديد أو بسبب عدم استعمالها أو بسبب تسجيلها بشكل مخالف للقانون أو للنظام العام أو الآداب أو إن إبقاء تسجيلها يؤدي إلى ش الجمهور بسبب وجود مستعمل سابق لها فإن العلامة التجارية بهذه الحالة تفقد الحماية الجزائية لها، وعليه فإن الحماية الجزائية للعلامة التجارية تقوم عند قيام التسجيل وتزول بزواله³.

أما عن القيد المكاني، فالأصل أن الحماية الجزائية للعلامة التجارية المسجلة محصورة في إقليم الدولة التي تم تسجيل العلامة فيها، وذلك مع عدم الإخلال بالاتفاقيات والمعاهدات الدولية الخاصة بحماية العلامة التجارية على المستوى الدولي. إذ تلتزم الدول بتطبيق أحكام وبنود تلك الاتفاقيات مني انضمت إليها⁴.

¹- رفيق شوش ،الحماية الجنائية للعلامة التجارية في التشريع الجنائي المقارن، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في القانون الجنائي الدولي، المركز الجامعي عباس لغرور. خنشلة. بدون تاريخ مناقشة. 2010-2011. ص42.

²- صلاح زين الدين ، العلامات التجارية الصناعية و التجارية. مرجع سابق، ص 398.

³- حمدي غالب الجعير، مرجع سابق، ص422.

⁴- صلاح زين الدين ، العلامات التجارية الصناعية و التجارية. مرجع سابق، ص 248.

الفرع الثالث : الحماية الجزائية تنصب على ذات العق

لا شك أن الحماية الجزائية مقرر لحماية الحق في العلامة التجارية نالته بغض النظر عن قيمة السلع أو البضائع والخدمات التي تستخدم في تمييزها عن غيرها، لذا لا يمنع وقوع الإعتداء على الحق في ملكية العلامة التجارية عدم حصول مرتكب الفعل المعاقب عليه كسب أو ربح إذ يعاقب المعتدي سواء حقق ربحا أو خسارة)¹.

كما أنه لا عبرة في كون سلع أو منتجات أو خدمات المعتدي أكل أو أكثر جودة من السلع أو البضائع أو الخدمات التي وقع الاعتداء عليها، كما تقوم الحماية الجزائية للعلامة التجارية سواها وقع الاعتداء على العلامة التجارية أو على جزء منها فقط²، ولا عبرة بأن الفاعل لم ينجح في تقليد المنتجات أو بأنها أقل جودة من السلع التي تحمل العلامة الحقيقية، فهذا عذر غير مقبول، إذ من شأنه تدهور قيمة السلعة ذات العلامة الأصلية بما يترتب على التقيد من ضياع ثقة الجمهور قد يدفع مرتكب الجريمة بن مالك العلاقة لم يلحقه ضرر نظرا لاستيفاء المنافسة بينهما بسبب أن المنتجات التي تحمل العلامة المزورة أو المعقدة تباع في أسواق مختلفة غير أن الرأي المستقر عليه أنه ولو لم يلحق مالك العلامة أضرارا مادية، إلا أن أضرارا معنوية تترتب بمجرد المساس بحق مالك العلامة إذا كانت الحماية تنص على ذات الحق على العلامة فإنه لا يشترط أن يكون مالك العلامة د أصابه ضرر ما، بسبب الأفعال المجرمة، ولا يقوم ارتباط بين تنير العقوبة من جهة، وتقدير الضرر الذي أصاب صاحب العلامة التجارية من جهة أخرى³.

الفرع الرابع : الحماية الجزائية لا تؤثر على الدعاء بالحق الشخصي

إن التعدي على العلامة التجارية المسجلة يعطي صاحب الشأن الحق في رفع دعوى جزائية يطالب فيها بعقاب المعتدي جزائيا وأخرى حقوقية يطالب فيها بعقاب مثنيا، وفي الغالب أن ترفع الدعوى الحقوقية بالتبعية الدعوى الجزائية، ولا يوجد مانع برفع كل شعري بصورة مستقلة.

¹ - صلاح زين الدين ، العلامات التجارية الصناعية و التجارية. مرجع سابق، ص 392.

² - حمدي غالب الجغير، مرجع سابق، ص 422.

³ - رفيق شاوش، مرجع سابق، ص 43.

حيث تقام أمام المحكمة الجنائية التي تنظر دعوى التقليد إذا كانت العلامة مسجلة، أما إذا كانت غير مسجلة فلا تجمعها سوى دعوى المنافسة غير المشروعة.

المطلب الثاني : الجرائم التي تقع على العلامة التجارية.

لقد تناول المشرع الجزائري الجرائم الخاصة بالعلامات التجارية في المواد: 9، 26، 32، 33 من الأمر رقم 06/03 .

يمكن أن يكتسب الأعلاه على العلامة أشكالاً مختلفة. البعض منها يتمثل في الاعتداء على الحق في العلامة وهو اعتداء مباشر لأنه يمس موضوع الحماية القانونية ومثال ذلك المشهد أي استعمال زموز مطابقة أو مشابهة للعلامة المسجلة والبعض الآخر يتمثل في الاعتداء على قيمة العلامة ، وهو اعتداء غير مباشر "

ومثال ذلك تصرف التاجر الذي يضع على منتجاته علامة مشهورة وهي ملك الغير ، وعلى ذلك يعاقب مرتكبي الأفعال التالية، تقليد العلامة أو تقييمها، استعمال علامة مقلدة أو مشابهة، عرض هذه المنتجات للبيع وعدم وضع علامة إلزامية على المنتجات أو تقديم خدمات لا تحمل علامة¹.

الفرع الأول: جريمة تقليد العلامة

إن تجارة السلع المشهورة هي ظاهرة عالمية، ومشكلة متزايدة الأهمية، وخاصة إذا كانت السلع تحمل علامة مشهورة ومعروفة، فهي تكون مستهدفة من المزورين أو المقلدين، فقد يكون التزوير على قطاع من السلع مثل الساعات والملابس والعطور والتي تحمل علامة تجارية مشهورة لأنها تكون ذات سعر عالي جداً، وهذا يوار حافزاً قوياً للمزورين على تقليد تلك العلامة من أجل الحصول على أرباح أكثر، ولكن المشكلة الكبرى هي في حالة تزوير أو تقليد السلع الاستهلاكية مثل الأغذية والمشروبات والصيدلانية والأدوية التي قد تعرض حياة الأفراد للخطر ومن هنا اهتمت الدول بمكافحة تزور وتقاليد العلامات التجارية².

¹- فرحة زواوي صالح، مرجع سابق، ص 257.

²- رفيق شاوش، مرجع سابق، ص 43.

وهذه الجريمة تعد الأساس في الجرائم التي تقع على الحق في العلامة التجارية والجريمة تزوير العلامة أو تقليدها عنصرين، عصر مادي يتمثل في فعل التزوير أو التقليد، وآخر معنوي يتمثل في قصد الأحتيال¹.

أولاً: الركن المادي

يقصد بالركن المادي اصطناع علامة مطابقة تطابقاً تاماً للعلامة الأصلية أو وضع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية، بحيث يمكن للعلامة الجديدة أن تصل المستهلك وتجذبه إليها ظناً منه أنها العلامة الأصلية، أو هو ذلك الإصطناع لعلامة مشابهة بصفة تقريبية العامة الأصلية من أجل خداع المستهلك²، ويمكن القول أيضاً أن التقليد در اصطناع الختم أو دمغة أو علامة مزيفة تقليداً للأشياء الصحيحة، أي مشابهة لها في شكلها سواء كان تقليداً متقناً أو غير متقن، بل كل ما يشترط فيه أن يكون كافية لخداع الجمهور عن حقيقته الزنقة وقد يكون التقليد باصطناع الختم أو اللامعة أو العلامة، أي الأكلة المحدثه لهذه الأشياء أو الأثر والطابع المأخوذ منها³. المشرع الجزائري جعل لهذه الجريمة وجهان أحدهما التزوير والأخر التقيد وما يلاحظ أن المشرع قد جعل من فعل التزوير صورة من صور العصر المادي لجريمة تزوير العلامة، كما قد جعل من فعل التقليد صورة أخرى من صور تلك العصر، رغم أن كلا منهما يمثل الأخر، من الناحية العملية - وجهان لجريمة واحدة مع الأخذ في الاعتبار أن اكتشاف تقليد العلامة اقل صعوبة من تزويرها⁴.

إن ظاهرة التقليد انتشرت، ولا يمكن مكافحتها بصورة فعالة إلا بالنص على عقوبات أكثر شدة و منح الهيئة المكلفة بالمراقبة الوسائل المائية والبشرية الملائمة .

¹- صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص 251.

²- حمادي زويير، مرجع سابق، ص 188.

³- رفيق شاوش، مرجع سابق، ص 49.

⁴- صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، مرجع سابق، ص 406.

ثانيا : الركن المعنوي

إن أي جريمة يجب توفر النية الإجرامية فيها، إلا أنه وبالنسبة للمشرع الجزائري لم ينص على النية الإجرامية، بل اكتفى بتقرير الجزاء، وبإثبات الفعل المستعمل في اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الأصلية واصطناع علامة مشابهة لها¹.

إن المشرع الجزائري جعل من المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية يتولى نشر كل العلامات التجارية المسجلة في النشرة الرسمية المخصصة، وبالتالي لا عذر بجهل القانون في تعد هذه النشرة بمثابة إعلام الجمهور إلا أن هذا الرأي جاء معاكسة للتشريعات المجاورة للمتهم أن يلقي توفر القصد السيء لديه وإثبات حسن نيته، كعدم علمه بملكية العلامة الغير أو موافقة صاحب العلامة على الاستعمال، مع التسليم بأن تقديم حسن النية هو من اختصاص محكمة الموضوع التي نستخلصها من ظروف ووقائع الحالة المعروضة عليها².

الفرع الثاني : جريمة استعمال علامة مقلدة أو مشابهة

يعاقب المشرع كل من استعمل علامة مقلدة أو مشابهة أي علامة مماثلة أو مشابهة، و لقد تبين بوضوح أن تسجيل العلامة يحول صاحبها الحق في منع الغير من استعمال علامته استعمالا تجاريا دون ترخيص مسبق مله على سلع أو خدمات مماثلة أو مشابهة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها، وأكثر من ذلك، يخوله متابعة كل من استعمل لغرض تجاري علامة مشابهة تكاد تحدث لبسا بسن سلع وخدمات مطابقة له أو مشابهة³ ، وبالتالي يجب أن تتوافر الجنحة على وجود تقليد أو تشبيه سارق للعلامة التجارية لكي يجعل التاجر أو الصانع قادرا على استعمال تلك العلامة، ولا يهم اذا كان التقليد قد تم من شخص غير مستعمل.

¹- نقلا عن حمدي زويبير، مرجع سابق، ص 189.

²- صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية، مرجع سابق، ص 406.

³- فرحة زواوي صالح، مرجع سابق، ص 257.

الفرع الثالث : اغتصاب علامة مملوكة للغير أو وضع علامة هي ملك الغير:

تنص المادة 28 من الأمر رقم 5766 على معاقبة الذين يضعون عن طريق التدليس على منتجاتهم أو على الأشياء التابعة لتجارهم، علامة هي ملك للغير والركن الشرعي متوفر ومتمثل في النص القانوني¹.

ويمكننا أن نقول أنها جريمة التقليد التدلسي ويقصد بها المحاكاة التي تدعو إلى تضليل الجمهور، ويتم ذلك عن طريق اتخاذ الصانع أو التاجر علامة مشابهة للعلامة الأصلية لوضعها على منتوجه دون أن يستعر هزه من العناصر التي تتكون منها العلامة الأصلية بحيث يؤدي هذا الفعل إلى إحداث خلط في ذهن الجمهور وتعد هذه الجريمة الأكثر انتشارا في الأوساط التجارية ويتطلب لتوافرها الركن المادي و الركن المعنوي².

(1) الركن المادي : يتمثل في وضع العلامة الأصلية على المنتجات التي لم تسجل من أجلها تلك العلامة أو وضع منتجات في زجاجات أو في علب تحمل تلك العلامة الأصلية³، أو يتمثل في محاكاة تنصيب على التأثير في المطابع الأساسي للعلامة الكفيلة بخلق اللبس في ذهن المشتري .

(2) الركن المعنوي: هذا الركن يتمثل في القصد الجنائي، الذي وصل إلى اللبس والخلط لدى الجمهور القضاء في هذه الحالة يتمتع بالسلطة التقديرية في تقدير مدى حسن النية أو سوء النية، وعن القضاء الجزائري فقد صدر حكم من محكمة الجزائر بتاريخ 1969/05/09 بين الشركة ذات المسؤولية المحدودة حمود بوعلام" ضد زروقي وزرقة حين قامت الشركة الأولى مالكة العلامة **selecto** برفع دعوى من أجل المحاكاة القلمية أو غير الشرعية لعلامتها ضد المدعو " زروقي" مالك مصنع مشروبات **ZARKA** الذي أودع لاحقا علامة **SELECTO** التسويق مشروب غازي بطعم التفاح وقضت المحكمة أن علامة **SELECTO** معروفة ولها ميت ذائع ومستعملة من مدة طويلة وأن للطريقة و التسميتين التي تقدم المنتوجات بها أوجه تشابه بخصوص الطبعة والاستعمال وأن تواجد

¹- حمادي زويبير، مرجع سابق، ص188.

²- الموقع 37,38 www.sci-dz.com، تم الاطلاع عليه يوم 2021/05/26، على الساعة 14.00.

³- حمادي زويبير، مرجع سابق، ص197.

العلامتين معا التشابه بينهما كفيل بإحداث اللبس في ذهن المستهلكين ومن ثم احتمال وقوع اللبس بين العلامتين¹.

هذا بالإضافة إلى وجود جرائم أخرى من بينها: ما ذكر في المادة 33 من الأمر 06/03 والمادة 429 من قانون العقوبات الجزائري:

- البيع والعرض للبيع عمدا لسلعة أو أكثر أو تقديم خدمة لا تحمل علامة
- وضع على السلعة أو الخدمة علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها.

المطلب الثالث : الإجراءات التحفظية والجزاءات المقررة لجرائم العلامات التجارية في التشريع الجزائري

نظرا لخطورة جريمة الاعتداء على العلامات التجارية في الأسواق التجارية وما تحقق من أرباح للمعتدي وخسائر للمعتدي عليه، فقد أجاز المشرع المالك العلامة التجارية التي يعتدي عليها اتخاذ الإجراءات التحفظية التي يكون من شأنها إثبات وقوع الجريمة، وأيضا طلب إيقاف بعض الجزاءات التي يمكن تطبيقها في حالة ارتكاب جرائم الاعتداء على العلامة التجارية ،

الفرع الأول : الإجراءات التحفظية

ويظهر هذا جليا من خلال المادة 34 من الأمر 06/03 " يمكن لمالك العلامة بموجب أمر من رئيس المحكمة، الاستعانة عند الاقتضاء بخير للقيام بوصف دقيق للسلع التي يزعم أن وضع العلامة عليها و لحق به ضررا وذاك بالحجز أو بدونه²، يتم إصدار الأمر على نيل عريضة بناها على يثبت تسجيل العلامة عندما يتأكد الحجز، يمكن أن يأمر القاضي المدعي بدفع كفالة.

¹ - الموقع 37,38 www.sci-dz.com.p ، تم الاطلاع عليه يوم 2021/05/26 ، على الساعة 14.00

² - رفيق شاوش، مرجع سابق، ص 49.

ومن خلال هذه العادة يتضح لنا أن مالك العلامة يستطيع طلب إجراء وصف دقيق للسلع التي يزعم بأنها تحمل علامة تسبب له ضرر بموجب أمر من رئيس المحكمة، وهذا بناما على عريضة برفق بها ما يثبت تسجيل العلامة، وكذلك أنواع الكفالة، وإلا كان الجزاء البطلان مع التعويضات كما أن المادة 35 من الأمر 06/03 تنص على أنه بعد الوصف أو الحجز باطلا بقوة القانون إذا لم يلتمس المدعي الطريق المدني أو الجزائي خلال أجل شهر وذلك بصرف النظر عن تعويضات الأضرار التي يمكن طلبها" ومعنى هذا أنه يجب رفع الدعوى المدنية أمام المحكمة الجزائية في مدة شهر، وأن المدني إذا لم يلتمس هذا الطريق خلال شهر فإن محضري الحجز والوصف يسقطان بقوة القانون بصرف النظر عن تعويض الأضرار التي يمكن طلبها، ومن هذا المنطلق فإن لكل صاحب علامة تجارية، أن يطلب الأهرامات التحفظية (م 34، 35) ¹.

الفرع الثاني: العقوبات الأصلية

العقوبة الأصلية هي الجزاء الأساسي الذي نص عليه المشرع و قدرت للجريمة ولا يمكن تنفيذها إلا اذا نص عليها القاضي صراحة في حكمه وحدد نوعها ومقدارها ويمكن أن يقتصر عليها الحكم لأنها الجزاء المقرر في القانون الجرائم بلوغ الأهداف من العقاب ولقد حدد المشرع الجزائي عقوبة أصلية على الجرائم التي تقع على العلامات التجارية لقد نص في المادة 32 من الأمر 06/03، بان لكل شخص قام بجنحة تقليد يعاقب بالحبس من ستة أشهر إلى سنتين وغرامة محددة من مليونين وخمسمائة ألف 2500.000 د.ج إلى عشرة ملايين (10.000.000 د.ج) ²

¹- رفيق شاوش، مرجع سابق، ص74.

²- المادة 32 امر 06/03 مرجع سابق، ص 133 - مع مراعاة الأحكام التالية لهذا الأمر ودون الإخلال بأحكام الأمر رقم 156/66 المؤرخ في 08 يونيو سنة 1966 والمتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم على كل شخص ارتكب جنحة تقليد يعاقب بالحبس من 6 أشهر إلى سنتين وغرامة مالية من مليون وخمسمائة دينار جزائري .

ومن هذا المنطلق للقاضي السلطة التقديرية في وضع الجزاء فيإمكانه أن يقضي بأحد العقوبتين أو كلاهما، إلا أن المشرع الجزائري قد قام بتخفيض معدل الحبس كما قام برفع معدل الغرامية، ومن خلال المادة 32 والمادة 33 من الأمر 06/03 نلاحظ أن المشرع الجزائري حدد العقوبة على الفاعل¹ الأصلي كما فرضها على الشريك².

الفرع الثالث : العقوبات التكميلية

إن إهتمام المشرع بحماية حقوق صاحب العلامة أدى به إلى أخذ بعض التدابير الغرض منها وضع حد للفعل الضار، وهي العقوبات الإضافية أو الفرعية، التي يجوز للقاضي التحكم بها ويتعلق الأمر خاصة بالمصادرة، والإتلاف وغلق المؤسسة.

(1) المصادرة:

نصت المادة 32 من الأمر 06/03 على مصادرة البضائع المقلدة أو الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في ارتكاب جنحة التقليد والتي ينطلق بها القاضي في حالة الحكم بالإدانة، كما يجوز أن يأمر بها القاضي حتى في حالة الحكم بالبراءة.

(2) غلق المؤسسة:

وهي عقوبة تتعلق بالشخص المعنوي خاصة إذا استعمل الجرائم المذكورة لصالح المؤسسة لأجل تزويج منتجاتها أو استعملها أشخاص لصالح المؤسسة في أمر القاضي بالغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة بعد حكم الإدانة³.

(3) الإتلاف:

طبقا للمادة 32 من الأمر 06/03 تأمر المحكمة بإتلاف لنماذج العلامة المقلدة والمواد المستعملة بصفة رئيسية في طبع العلامة المعقدة، كما يجوز أن تأمر بتلاف البضائع محل الجريمة⁴.

¹ - المعدل والقسم رقم 09. 01 . المؤرخ في 25 فبراير 2009، الجريدة الرسمية، العدد 15.

² -لمادة 42 من قانون العقوبات الجزائري ، المرجع نفسه.

³ -فرحة زاوي صالح، مرجع سابق، ص 282.

⁴ -زروق عبد الرؤوف. الحماية الجزائية للعلامة التجارية. في القانون الجزائري. محاضرة في إطار التكوين المحلي

المستمر للقضاة 2011/02/21، ص 07.

خلاصة الفصل:

لقد تناولت في هذا الفصل كل ما يخص الحماية المدنية والجزائية للعلامة التجارية و الرسوم و النماذج الصناعية و ذلك من خلال الحماية المدنية التي نظمتها القوانين 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية و الأمر 04/02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية و القانون 66 / 86 المتعلق بالرسوم و النماذج الصناعية عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة و التي تعد بمثابة آلية قضائية لردع العمليات المنافسة للمنافسة و لحصول الضرر على التعويض ، و أيضا حماية الجزائية عن طريق دعوى التقليد التي تعمل على تجريم صور التقليد المتنوعة و الذي نظمت أحكامه نفس القوانين السابقة و ضمت لهذه الحماية جزاءات متعددة منها الأصلية و التكميلية فالأولى عن طريق الغرامة أو الحبس أما الثانية فبالمصادرة والإتلاف أو الغلق النهائي للمؤسسة و بالتالي معاقبة الشخص المقلد.

خاتمة

خاتمة:

وبعد دراستنا لموضوع بحثنا المتمثل في الحماية القضائية للعلامات التجارية يمكن القول بأن حماية العلامة التجارية في بلادنا أصبحت موضع اهتمام وعناية من قبل المشرع ويرجع ذلك لأهميتها وضرورتها في آن واحد باعتبارها دليل مهم للمستهلك، حيث يمكنه من التعرف على مصدر المنتجات والخدمات التي تفرض عليه دون المساس بحقه في اختيارها وحمايته قانونا من شتى أنواع الغش والخداع واللبس، الذي قد يتعرض إليه بواسطة منتجات مقلدة ومزورة، مما جعل الدولة تسعى جاهدة من أجل وضع حد لظاهرة التعدي على أمن البلاد اقتصاديا، ويظهر ذلك من خلال إصدار مجموعة من النصوص القانونية، وإبرام معاهدات دولية لتقرير أحكام العقوبات المقررة على التعدي على العلامات التجارية. قد تكون هذه العقوبات مدنية أو جنائية.

فيم يخص الحماية الجزائية فتقتصر على العلامة التجارية المسجلة فقط دون العلامة غير المسجلة، التي يمكن حمايتها عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة، وحتى تتمتع بالحماية القانونية لابد من توافر شرط التسجيل لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية فبالسجل فقط تقوم الحماية الجزائية ويصبح التعدي عليها جريمة يعاقب عليها القانون.

وتشمل جريمة تقليد العلامة التجارية ثلاث أركان أساسية شرعي، مادي، ومعنوي وحتى يقوم القضاء بتقدير مسألة تقليد العلامات فإنه يعتمد على مجموعة من المعايير والأسس، ولقد حكم القضاء في العديد من القضايا بوجود التقليد في حين نفي وجوده في قضايا أخرى، أما فيما يخص إجراءات رفع دعوى التقليد فيجوز لصاحب العلامة التجارية أو النيابة العامة، رفع الدعوى أمام الجهة القضائية المختصة.

فإذا نسبت الجريمة لفاعلها وثبت التعدي يحكم القاضي بعقوبات جزائية وهي الحبس أو الغرامة، بالإضافة إلى عقوبات تكميلية متمثلة في إمكانية إبطال أو إلغاء تسجيل العلامة والمصادرة أو الإتلاف مع إمكانية الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة، كما يمكن عند الاقتضاء المبادرة بالإجراءات التحفظية، أي الحجز بغرض المحافظة على الأدلة وللقاضي

السلطة التقديرية التامة في هذا الشأن، ومن الجدير بالذكر أن مالك العلامة المسجلة يجوز له أن يجمع بين الدعوى المدنية والدعوى الجنائية في آن واحد.

وبالرغم من المجهودات التي بذلتها الجزائر إلا أن هذه الظاهرة تزداد انتشارا يوم بعد يوم وهذا نظرا للسياسة التي اتبعتها في وضع العقوبات والغرامات، ولهذا يجب إعادة النظر في ذلك بتشديد وتسليط عقوبات قاسية وقمع كل أشكال المساس بالعلامات التجارية وحفاظا على الاقتصاد الوطني في ظل المنافسة النزيهة.

وختاما سنعرض بعض الاقتراحات و التوصيات:

- تنظيم الحماية الجزائرية اللازمة للعلامات التجارية في إطار قانون واحد تحيط الجزائرية بها مختلف الجوانب ؛

- ندعو المشرع الجزائري بعدم استبدال عقوبة الحبس بغرامة حتى تكون عقوبة رادعة تساهم في تقليل نسبة المخالفات ؛

- نوصي بزيادة الاهتمام بموضوع حماية المستهلك بمحاربة جريمة التقليد والتزوير على وجه الخصوص لما تعكسه من اضطراب، وما تجر إليه من اختلال في بنية التوازن الاقتصادي بصوره المختلفة ؛

- التحقق من عدم تعرض سلع مقلدة للعلامات التجارية بإنشاء هيئات ضبط الغش التجاري والقيام بجولات ميدانية

- السماح باستعمال العلامة التجارية خلال فترة معينة قبل تسجيلها ولذا نقترح تعديل المادة 4 من الأمر 03-06

- لموضوع العلامات التجارية و الحماية القانونية للعلامات التجارية، العديد من الجزئيات المهمة التي يجدر بالباحثين تناولها و دراستها فرديا و جماعيا مثل عقود الامتياز التجاري، و الترخيص التجاري، معايير شهرة العلامة التجارية المشهورة، الحماية القانونية للعلامة التجارية غير المسجلة، العلامة التجارية و دعوى المنافسة غير المشروعة، العلامات التجارية غير ذات التمثيل الخطى.

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المراجع والمصادر:

I-باللغة العربية:

أولاً: الكتب

- 1) جلال ولاء محمدين، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقا لاتفاقية الترمس، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2003، ص 107
- 2) حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى 2012، ص 26.
- 3) حمدي غالب الجببير، العلامات التجارية الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، منشورات الحلبي الحقوقية الطبعة الأولى، 2012، ص 47.
- 4) حمدي غالب الجببير، العلامات التجارية - الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012، ص 82 - 83 .
- 5) راشدي سعيدة، ترخيص العلامة، المطبعة الأكاديمية البحث القانوني، عدد 1، 2010، ص 200
- 6) زينة عالم عبد الجبار الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية و دار و مكتبة العامة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2002، ص 28.
- 7) سعودي حسن سرحان، الأحكام المستحدثة في شأن حماية العلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية وفقا للنظام العالمي والتشريع المصري الجديد، دار النهضة العربية، 2003، ص 44
- 8) صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية و التجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، طبعة 2006، ص 120.
- 9) عامر محمود الكسواني، التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية - دراسة تحليلية تأملية مزودة ومدعمة بالاجتهادات القضائية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 34.

- 10) عبد الفتاح بيومي حجري، الملكية الصناعية في القانون المقارن، دار الفكر الجامعي، طبعة 2007، ص 20.
- 11) عبد الله عبد الكريم عبد الله، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية على شبكة الانترنت، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2008، ص من 79 إلى 80
- 12) فؤاد معللة، الملكية الصناعية والتجارية (دراسة في القانون المغربي والاتفاقيات الدولية)، دار الآفاق المغربية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى 2009، ص 449
- 13) محمد بهجت عبد الله قايد، الفنون التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة مصر، 1991، ص 209
- 14) محمد حسام محمود لطفي، تأثير اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس) على البلدان العربية، القاهرة، طبعة 1991، ص 9
- 15) مصطفى كمال طه، أساسيات القانون التجاري، دراسة مقارنة الأعمال التجارية التجارة المؤسسة التجارية، الشركات التجارية الملكية الصناعية، ط2، منشورات الحلبي الحقوقية، 2012.
- 16) مصطفى كمال طه، أساسيات القانون التجارية دراسة مقارنة الأعمال التجارية التجار، المؤسسة التجارية، الشركات التجارية الملكية الصناعية، ط2، منشورات الحلبي الحقوقية، 2012، ص 651.
- 17) منير محمد الجهيني، العلامات والأسماء التجارية، ج 1، دار الكتب الجامعية، لبنان، 2004، ص 204.
- 18) ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري و الاتفاقيات الدولية، المرجع السابق، ص 200.

ثانيا: المذكرات و الرسائل الجامعية

- (1) رفيق شاوش ،الحماية الجنائية للعلامة التجارية في التشريع الجنائي المقارن، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في القانون الجنائي الدولي، المركز الجامعي عباس لغرور. خنشلة. بدون تاريخ مناقشة. 2010-2011.
- (2) سلامي ميلود، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011-2012.
- (3) لعوارم وهيبة. جريمة تقليد العلامات التجارية في ظل التشريع الجزائري. منكرة ماجستير، جامعة باجي مختار. 2004.

ثالثا: الجرائد والمجلات

- (1) بوشعيب البوعمرى، العلامة التجارية على ضوء القانون والاجتهاد القضائي، مجلة المحكمة العليا، عند خاص، 2012.
- (2) راشدي سعيدة، ترخيص العلامة، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، مجلة سياسية، عدد 01، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2010.
- (3) صالحة العمري، ضبط أبعاد مصطلح دعوى المنافسة غير المشروعة في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى القانوني، العدد 7، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.
- (4) مولود سلامي، دعوى المنافسة غير المشروعة كرجح من وجوه الحماية المدنية للعلامة التجارية في الفنون الجزائري، مجلة دفاتر السياسة و القانون ، العدد 6، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2012.

رابعاً: الملتقيات والندوات

- 1) زروق عبد الرؤوف. الحماية الجزائرية للعلامة التجارية. في القانون الجزائري. محاضرة في إطار التكوين المحلي المستمر للقضاة 2011/02/21، ص 07.
- 2) عمار طهرات وأمحمد بلقاسم، طرق التعدي على حقوق الملكية الفكرية ذات العلاقة بالتجارة ونور الجمارك الجزائرية في محاربتها، ملتقى دولي حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في الاقتصاديات الحديثة، جامعة الشلف 13 و 14 ديسمبر 2011، ص 14.

خامساً: القوانين والمواد والأوامر والاتفاقيات:

- 1) المادة 32 أمر 06/03 مرجع سابق، ص 133 - مع مراعاة الأحكام التالية لهذا الأمر ودون الإخلال بأحكام الأمر رقم 156/66 المؤرخ في 08 يونيو سنة 1966 والمتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم على كل شخص ارتكب جنحة تقليد يعاقب بالحبس من 6 أشهر إلى سنتين وبغرامة مالية من مليون وخمسمائة دينار جزائري .
- 2) الأمر رقم 66-57 ، المؤرخ في 19/03/1966 ، المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، جريدة رسمية عدد 23 الصادرة في 22/03/1966.
- 3) المادة 127 من الأمر رقم 75-58 المضي في 26 /09/ 1975، المتضمن القانون المدني، ج ر عدد 78 مؤرخة في 30 /09/ 1975.
- 4) اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المبرمة في 20/03/1883
- 5) اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية، المبرمة في 1994 وبدأ سريانها في 01/01/1995 في إطار منظمة التجارة العالمية، والتي يرمز لها اختصاراً (TRIPS) باللغة الإنجليزية و (ADPIC) باللغة الفرنسية
- 6) قانون العلامات التجارية الأردني رقم 34 لسنة 1999،
- 7) الأمر رقم 03-06، المؤرخ في 19/07/2003، المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية عدد 44، الصادرة في 23/07/2003.

8) قانون رقم 04-02، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مؤرخ في 23 جوان 2004، ج رعد 41، الصادرة بتاريخ 27 جوان 2004.

9) المرسوم التنفيذي رقم 346/08 المؤرخ في 26 شوال 1439 هـ الموافق ل 2008/10/27 يعد ويتم المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المؤرخ في 26 جمادي الثانية 1429 هـ الموافق ل 2009/08/02 الذي يحدد كيفية تحديد العلامات وتسجيلها

10) القانون رقم 17-04، المؤرخ في 16/02/2017، يعدل ويتم القانون رقم 79-07 المؤرخ في 21/07/1979 يتضمن قانون الجمارك، الجريدة الرسمية عدد 11، الصادرة بتاريخ 19/02/2017.

11) القرار المؤرخ في 16/02/2017 الذي يحدد كيفية تطبيق المادة 09 من قانون الجمارك المتعلقة باستيراد السلع المزيفة، الجريدة الرسمية عند 56، الصادرة بتاريخ 19/02/2017.

سادسا: المواقع الالكترونية:

1) نشرية مدرة للصحافة عن المصلحة الولائية للشرطة القضائية لأمن ولاية الجزائر، فيفري 2010، منشورة على موقع وزارة التجارة: www.mincommerce.gov.dz تاريخ التصفح : 2021/05/15

II . باللغة الأجنبية:

- 1) Schmidt Szalewski (J) et Pierre (JL).Droit de la propriété industrielle, Litee 1996,
- 2) Albert Chavanne, Modèles et Marques de fabrique, Dalloz, 1974.

فهرس

المحتويات

الصفحة	العنوان
	إهداء
	التشكر
	فهرس المحتويات
أ	مقدمة
الفصل الأول	
ماهية العلامة التجارية وأهم المعايير المتبعة في تصميمها	
07	تمهيد
08	المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية
08	المطلب الأول : تعريف العلامة التجارية وأهم خصائصها
12	المطلب الثاني: شروط العلامة التجارية
17	المطلب الثالث: أنواع العلامة التجارية وأشكالها
23	المبحث الثاني: نظرة عن المعايير المتبعة في تصميم العلامة التجارية وأهم الآثار المترتبة عنها
23	المطلب الأول :المعايير المتبعة في تصميم العلامة التجارية
26	المطلب الثاني : تصميم العلامة التجارية
28	المطلب الثالث : الآثار المترتبة عن تسجيل العلامة التجارية
31	خلاصة الفصل
الفصل الثاني	
الحماية المدنية والجزائية للعلامة التجارية	
33	تمهيد
34	المبحث الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية
34	المطلب الأول: دعوى التعويض
37	المطلب الثاني: حماية العلامة التجارية المسجلة وفق دعوى المنافسة غير المشروعة

41	المطلب الثالث: الجهات الإدارية المنوط بها حماية العلامة التجارية
47	المبحث الثاني : الحماية الجزائية للعلامة التجارية
47	المطلب الأول: خصائص الحماية الجزائية للعلامة التجارية
50	المطلب الثاني : الجرائم التي تقع على العلامة التجارية
54	المطلب الثالث : الإجراءات التحفظية والجزاءات المقررة لجرائم العلامات التجارية في التشريع الجزائري
57	خلاصة الفصل
59	خاتمة
62	قائمة المصادر والمراجع