

جامعة زيان عاشور
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق



مكافحة جرائم التعدي على حقوق مالك العلامة التجارية

مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في العلوم القانونية تخصص قانون الملكية
الفكرية



إشراف الأستاذ

بن الصادق أحمد

إعداد الطالبين

شاوي عبد النبي

قريقر احمد

لجنة المناقشة

الأستاذ : صدارة محمد

الأستاذ : بن الصادق أحمد

الأستاذ : بشار رشيد

رئيسا

مشرفا و مقررا

مناقشا

السنة الجامعية 2015/2014

شكر وتقدير

الحمد لله الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة وأعاننا على أداء هذا الواجب ووفقنا
إلى انجاز هذا العمل نتوجه بجزيل الشكر والامتنان إلى كل من ساعدنا
من قريب أو من بعيد على انجاز هذا العمل وفي تذليل
ما واجهناه من صعوبات، ونخص بالذكر الأستاذ
المشرف بن الصادق أحمد الذي لم يبخل علينا
بتوجيهاته ونصائحه القيمة التي كانت عوناً لنا
في إتمام هذا البحث.
كما تقدم بالشكر لكل اساتذة كلية الحقوق على ما قدموه لنا
طيلة المشوار الدراسي
ولا يفوتنا أن نشكر موظفي وعمال كلية الحقوق على مساعدتهم لنا
بالتوجيهات والنصائح والإرشادات

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم
" ولئن شكرتم لأزيدنكم "
أولاً لك الحمد ربي على كثير فضلك وجميل عطائك ووجودك الحمد لك ربي ومهما حمدنا فلن نستوفي حمدك
والصلاة والسلام على من لا نبي بعده
إلى التي بجنانها ارتويت وبدفئها احتميت ، وبنورها اهتديت وبصرها اقتديت ولحقها ما وفيت ، إلى من
يشتهي اللسان نطقها ، وتخشع الأحاسيس لذكرها ، إلى أحلى ما في الوجود.
"أمي شفاها الله و أطال في عمرها".

إلى درعي الذي به احتميت ، وفي الحياة به اقتديت ، ركنة عمري و صدر أمانتي وكبريائي
إلى رمز القوة والعطاء والجود والكرم والوفاء ، إلى من علمني محاسن الأخلاق.
" أبي عبد الرحمن شفاه الله وأطال في عمره "

إلى من ساندني و دعمني و دفع الأمل في قلبي للمضي قدما والوصول إلى ما وصلت إليه
زوجتي أم أولادي أميرة و وفاء و محمد حفظم الله
إلى من أكن له محبة جلية في فؤادي و إحتراما خالصا له وأهنأ لرؤيته أبي الثاني عكاشة جاب الله حفظه الله
إلى التي سكنت الوجدان بخصالها وغمرتني بجنانها و دعواتها وزرعت في أنفاسي طعم حلاوة الحياة
إلى من أسعد بلقائها دوما، أمي الثانية جدة أولادي " الميمية كما تقول أميرة "

إلى من تفر العين برؤيتهم ويفرح القلب برفقتهم
إخوتي وأصدقائي وزملائي في الدفعة أدامكم الله لي

إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة جهدي



إهداء

إلى الذي أضاء لي شموع العلم و المعرفة ، إلى الذي كان دائما بدعائه سندا لي في الحياة
إلى والدي رحمة الله عليه
إلى الأم الحنون ، إلى التي بدفتها احتيمت و برضاها علي اهتديت
إلى أُمي أطال الله في عمرها و حفظها
إلى من كانت لي سلوى في هذه الحياة، إلى التي أعطتني دائما و لم تبخل بشيء
إلى رفيقة العمـر زوجتي

إلى أبنائي، إلى من سأعيش لأجلهم إن شاء الله
إلى من أسعى لأقدم لهم دائما الأفضل و الأحسن



تحظى الأبحاث المتصلة بالحقوق الفكرية بصورة عامة أو بأي فرع من فروعها بأهمية كبيرة، ذلك أن الأبحاث والدراسات في هذا المجال قد غدت ملحة وضرورية نظراً للتطور الهائل والسريع الذي يشهده ويشهده العالم في مجال الحقوق الفكرية، إضافة إلى أنها لا تقل أهمية عن الحقوق الشخصية والعينية بل إنها أصبحت في الصدارة في هذا العصر؛ لأنها من نتاج العقل الذي كرم الله سبحانه وتعالى به الإنسان دون سائر مخلوقاته، وهو أداة الفهم والتفكير ومناط الإدراك والتمييز.

والحقوق الفكرية تتمتع بقدر كبير من السمو والرفعة؛ لأنها نتاج العقل الإنساني الذي يعتبر أسماً ما يملكه الإنسان في هذه الحياة، ورغم أهميتها إلا أنها لم تلق اهتماماً كبيراً من قبل فقهاء القانون، وخصوصاً في المكتبة العربية حيث تفتقر إلى المؤلفات التي تتناول الحقوق الفكرية، ولم يظهر منها إلا الشيء القليل، وذلك بخلاف ما هو عليه الحال بالنسبة للحقوق الشخصية والعينية حيث ظهرت المؤلفات بأحجامها المختلفة. وهذا مؤشر يدل على عدم إدراك الكثير في الدول العربية أهمية الحقوق الفكرية بينما نجد في الدول المتقدمة اهتماماً كبيراً بهذه الحقوق وظهور الكثير من المؤلفات والأبحاث والدراسات حولها، والمؤتمرات والندوات، ذلك أن الاهتمام بهذه الحقوق الفكرية مؤشر على احترام وتقدير العقل الإنساني ونتاجه.

وقد سعت الدول إلى إصدار القوانين وإبرام الاتفاقيات المتصلة بالملكية الفكرية عموماً والقوانين والاتفاقيات الخاصة بالعلامات التجارية خصوصاً، وتعد العلامة التجارية من أبرز عناصر الملكية التجارية⁽¹⁾ وأكثرها أهمية، حيث تلعب دوراً هاماً في نجاح المشروع التجاري. وينظر إلى العلامة التجارية على أنها أحد العناصر المعنوية للمحل التجاري التي تخول مالكيها حق الإستعمال والإستغلال والتصرف الجائز قانوناً، وينظر إليها أيضاً باعتبارها مالاً منقولاً معنوياً ذا قيمة اقتصادية بالغة⁽²⁾، حيث أن الوظيفة الأساسية للعلامة التجارية هي إدخال جميع الشارات التي تستخدم لتمييز ذاتية منتج معين أو بضائعه أو خدماته سواء ظهرت العلامة التجارية في صورة رمز مادي كالحروف أو الأرقام أو في صورة رمز غير مادي كالصوت أو الرائحة.

وتظهر أهميتها 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 استهلاك تلك السلعة دليلاً على زيادة شهرة العلامة التجارية، مما يرتب عليه إعتبار العلامة التجارية حقاً لصاحبها ذات قيمة مالية طائلة في

(1) زين الدين صلاح، العلامات التجارية، وطنيا ودوليا، طبعة 1، منشورات دار الثقافة للنشر والتوزيع، ص 47

(2) حمدان ماهر فوزي، حماية العلامات التجارية، دراسة مقارنة، عمان، 1999، ص 56

بعض الأحيان، وغني عن القول أن هذا الحق يحتاج إلى حماية في مواجهة التقليد والتزوير وحتى صور الاعتداء التي تقع على العلامة التجارية، ومن هنا نشطت الدول في وضع تشريعات محلية تكفل حماية العلامات التجارية وتنظيمها وترجع البدايات الأولى لإصدار قوانين خاصة بالعلامات التجارية إلى منتصف القرن التاسع عشر الميلادي حيث أصدرت فرنسا قانوناً للعلامات التجارية في عام 1857م، ويعتبر هذا التاريخ ميلاد أول قانون للعلامات التجارية رأى النور على مستوى العالم كله وترتب على ميلاده اعتراف قانوني فعلي بالعلامات التجارية. أما بالنسبة للدول العربية فقد تصدرتها تونس حينما أصدرت قانوناً خاصاً بالعلامات التجارية وذلك في عام 1889م، ونظم المشرع المصري حماية الحقوق الخاصة بالعلامات التجارية والبيانات التجارية بالقانون رقم 57 لسنة 1939 ولائحته التنفيذية والذي تم تعديله عدة مرات، والجزائر من خلال الأمر رقم 66 - 57 مؤرخ في 27 ذي القعدة عام 1385 الموافق 19 مارس سنة 1966، يتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية .

كما أن موضوع حماية العلامات التجارية حظي باهتمام الدول حيث بادرت إلى عقد اتفاقيات دولية في مجال الملكية الفكرية وحماية العلامات التجارية والصناعية، وحظيت بعناية واهتمام الدول والمنظمات الدولية المتخصصة في هذا المجال، وانضمت إليها الكثير من الدول، وضمنت تشريعاتها الوطنية أحكام هذه الاتفاقيات الدولية، ومنها اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883 واتفاقية إنشاء المنظمة العالمية الفكرية (WIPO) وبروتوكول اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات المعتمد في مدريد و اتفاقية الجات وإعلان مراكش 15 أبريل 1994م المتعلقة بالملكية الفكرية واتفاقية تريس (TRIPS) وغيرها.

أسباب اختيار الموضوع :

ويمكن إجمال أهم أسباب اختيار موضوع البحث فيما يلي:

- 1- يُعد موضوع العلامات التجارية من أهم الموضوعات نظراً للتطور في مجال تقديم الخدمات وفي الصناعة والتجارة الذي يشهده العالم وتبادل المنتوجات بين الدول بسهولة ويسر بسبب وسائل المواصلات الحديثة.
- 2- أن موضوع الحماية القانونية للعلامات التجارية ينصرف عند الكثير إلى المنتجات الصناعية والتجارية، وتظهر هنا الحاجة إلى تطبيق الأحكام القانونية للحماية على العلامات التجارية المسجلة والغير مسجلة
- 3- المنازعات المتصلة بالعلامات التجارية

أهمية الموضوع وأهدافه:

تظهر أهمية البحث في كونه يناقش أحد موضوعات الحق الفكري، هو موضوع العلامات التجارية التي احتلت أهمية خاصة في الحياة المعاصرة بسبب تنوع هذه العلامات والتي تميز المنتجات والخدمات وتكسيبها خصوصية وتميزها عن غيرها، وقد توسعت المجتمعات الحديثة في مجال تقديم الخدمات وأصبحت إحدى مكونات الاقتصاد المعاصر وتعددت هذه الخدمات في مختلف المجالات .

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح الجوانب القانونية الهامة المتعلقة بالعلامات التجارية، ومن هذه الجوانب ما يتعلق بتسجيل العلامة التجارية وضرورة توافر شروط موضوعية وأخرى شكلية في العلامة التجارية المنوي تسجيلها، كذلك تهدف الدراسة إلى توضيح الآثار القانونية المترتبة على التسجيل والمتمثلة في توفير حماية قانونية للعلامة التجارية.

المنهج المستخدم في البحث :

المنهج المستخدم في هذا البحث هو المنهج الوصفي التحليلي كما استعنا بالمنهج المقارن من خلال التنقيب في المراجع الفقهية والقانونية ومقارنتها بالأحكام الواردة في الاتفاقيات الدولية و التشريعات الوطنية ذات الصلة بهدف بيان أوجه الاتفاق والاختلاف وصولاً إلى استقراء واستنباط النتائج العلمية التي يبنى عليها التوصيات والمقترحات المفيدة في هذا المجال.

1- المنهج الوصفي التحليلي : من خلال التاصيل للحماية القانونية للعلامة التجارية بالوقوف على الفترة التي ظهرت فيها هذه الحماية وكيفية مواكبة الدول للتسارع الهائل في المجال الاقتصادي والتجاري ومن خلال ذكر النصوص القانونية التي تعالج موضوع الدراسة ، والوقوف على المراد منها نصا وروحا .

2- المنهج المقارن : من خلال بيان مواقف التشريعات المقارنة فضلا عن تبيان مواقف الاتفاقيات الدولية ، وكذلك موقف الفقه بما يخدم النقاط التي سيتم دراستها

إشكالية الدراسة:

إن الاعتداء على العلامة التجارية بالتزوير أو التقليد أو الغصب ، أو أي صورة كانت بقصد غش المستهلك وتظليله يعد انتهاك وجريمة خطيرة تجرمها القوانين حفاظا على حقوق الملكية الخاصة بالتاجر أو الصانع . وفي ظل انتشار هذه الصور من الاعتداءات على العلامات التجارية وتطور أساليبها وأنماطها تبرز إشكالية الدراسة لهذه الظاهرة ، من حيث كيفية التصدي لها والحد من انتشارها بواسطة الحماية الجنائية اللازمة للقضاء عليها ، كما تظهر الإشكالية جلية في :

هل النظام القانوني الوطني المعمول به في حماية العلامة التجارية مدنيا و جزائيا يعد كافيا للتصدي لظاهرة
الاعتداءات على العلامة التجارية ؟ و إلى أي مدى تحقق نصوصه وأحكامه الهدف المنشود في هذا
السياق ؟

تقسيمات البحث

من اجل الإجابة على الإشكالية المطروحة قمنا بتقسيم البحث إلى فصلين حيث تطرقنا في الفصل الأول
لتأصيل العلامات التجارية لنتعرف من خلال تقسيم الفصل إلى مبحثين الأول يتناول ماهية العلامة التجارية و
الثاني نطاق الحماية الجنائية للعلامة التجارية ، أما في الفصل الثاني الذي سنتناول فيه الجزء الأهم في محور دراستنا
والمتضمن مكافحة جرائم الاعتداء على العلامة التجارية من خلال مبحثين الأول يتناول صور الاعتداء على
العلامة التجارية ، أما المبحث الثاني فيتضمن العقوبات المقررة للجرائم الواقعة على العلامة التجارية .

الفصل الأول:

التأصيل القانوني للعلامات التجارية

كانت العلامة التجارية في بداية ظهورها وقبل تطور إستعمالها وإستقلالها عبارة عن منظومة من القواعد العرفية والمكتوبة تنظم في القانون التجاري بإعتبارها أحد العناصر المعنوية المكونة للمتجر مع غيرها من العناصر المعنوية الأخرى، أي لم يكن لها تشريع خاص ينظم هذا الحقل من حقوق الملكية التجارية، إلا إنه مع التطور الاقتصادي وبعد الثورة الصناعية التي إجتاحت معظم بلدان العالم في القرن السابع عشر أُلقت هذه الثورة الاقتصادية والصناعية والتجارية تأثيراتها على كافة النواحي التجارية، مما دفع معظم دول العالم الاهتمام بالعلامة التجارية من خلال إصدار قوانين تنظمها بإعتبارها جزءاً معنوياً من المحل التجاري⁽¹⁾. ومع مرور الزمن أصبحت العلامة التجارية جزءاً هاماً في المتجر ويسعى جميع التجار إلى التميّز في إختيار علامتهم التجارية لتمييز خدماتهم أو منتجاتهم عن باقي الخدمات أو المنتجات لحماية حقوقهم ومصالحهم. من هنا كانت بداية الإهتمام الملحوظ بتنظيم موضوع العلامات التجارية من الناحية القانونية في الدول ذات الاقتصاد المتطور والتي تعتمد أساساً على التجارة والصناعة، بإعتبار أن العلامة التجارية تمثل نوعاً من المنافسة المشروعة بين التجار وتساعد على إزدهار الناحية الاقتصادية في الدولة .

على هذا أصبحت العلامة التجارية 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 وحياتها على رضى الشريحة المستهدفة من إنتاجها وبالتالي تفوقها على مثيلاتها في ميدان المنافسة⁽²⁾. وعليه سيتم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين نتناول في المبحث الأول ماهية العلامات التجارية أما المبحث الثاني فنتطرق إلى نطاق الحماية الجنائية للعلامة التجارية.

(1) فقد سنت فرنسا تشريع العلامات التجارية في سنة 1857 ، وسنت ألمانيا قانون العلامات التجارية في سنة 1874 ، كما أقرت الإمبراطورية العثمانية قانوناً لحماية العلامات التجارية في سنة 1879 أنظر زين الدين صلاح : الملكية الصناعية والتجارية ، مكتبة دار الثقافة ، عمان، 2000 ، ص248

(2) حمدان ماهر فوزي، المرجع السابق، ص13

المبحث الأول : ماهية العلامات التجارية

العلامة التي نراها اليوم على السلع ، أو التي تستعمل في عروض الخدمات ، يرجع أصلها إلى زمن بعيد ، وأصبحت اليوم مفتاح لنجاح أو فشل المعاملات في السوق ، وهي تختلف عن باقي عناصر الملكية الصناعية ، كما أنها لها حماية خاصة ، وعليه سنقوم بتبيين كل ذلك من خلال مطلبين ، حيث نتناول في المطلب الأول تعريف العلامة التجارية و في المطلب الثاني أساليب حماية العلامة التجارية .

المطلب الأول : تعريف العلامة التجارية

تعد العلامة التجارية من أبرز عناصر الملكية التجارية⁽¹⁾ حيث تلعب دوراً هاماً في نجاح المشروع التجاري وينظر إليها على أنها أحد العناصر المعنوية للمحل التجاري التي تخول مالكيها حق الإستعمال والإستغلال والتصرف الجائر قانوناً ، وينظر إليها باعتبارها مالاً منقولاً معنوياً ذا قيمة اقتصادية بالغة ، حيث أنّ الوظيفة الأساسية للعلامة التجارية هي إدخال جميع الشارات التي تستخدم لتمييز ذاتية منتج معين أو بضائعه أو خدماته سواء ظهرت العلامة التجارية في صورة رمز مادي كالحروف أو الأرقام أو في صورة رمز غير مادي كالصوت أو الرائحة . وستتطرق الى ذلك في ثلاثة فروع حيث نتناول في الفرع الأول التعريف وفقاً للقانون المقارن و في الفرع الثاني وفقاً لما جاء في اتفاقية تريبس و في الفرع الثالث حسب ما جاء به المشرع الجزائري .

الفرع الأول : في القانون المقارن

يمكن التطرق للتعريف هنا حسب ما جاء في القانونين الفرنسي و المصري على سبيل المثال وذلك كما يلي :

أولاً- في القانون الفرنسي

إن القانون الفرنسي المؤرخ في 23 يونيو 1857 لا سيما المادة الأولى منه والتي تنص "تعتبر كعلامات صناعية وتجارية الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً ، والتسميات ، والرموز ، و الرسوم ، والدمغات ، والأختام والصور والنقوش البارزة ، والأحرف والأعداد والأغلفة ، وكل شارة أخرى تستخدم لتمييز منتجات مصنع ، أو بضائع أو بضائع تاجر " .

والملاحظ على هذا النص انه لم ينص على إمكانية استعمال الألوان كعلامة تجارية ، غير أن تدخل القضاء في هذا المجال أدى إلى تغيير موقف المشرع حين إصدار القانون رقم 64-1360 المؤرخ في 31 ديسمبر 1964 في المادة الأولى منه ، وهذا ما تؤيده الأحكام الراهنة.

(1) زين الدين صلاح ، العلامات التجارية، وطنيا و دوليا ، الطبعة الاولى، منشورات دار الثقافة للنشر والتوزيع، ص47 .

وقد عرفت المادة 1-711⁽¹⁾ من قانون الملكية الفرنسية العلامة التجارية بأنها أية إشارة يمكنها عن طريق التعبير بالرسم أن تميز السلع أو الخدمات التي ينتجها الأشخاص، سواء أكانوا أشخاص طبيعيين أو معنويين ، وتتكون العلامة التجارية على وجه الخصوص من العناصر التالية :

1- الأسماء بكل أنواعها ، والكلمات المفردة أو مجموع لكلمات والألقاب ، والأسماء الجغرافية ، والأسماء المستعارة ، والحروف ، والأعداد ، والرموز

2- العلامات السمعية مثل الأصوات ، والجمل الموسيقية

3- العلامات الشكلية : مثل الرسوم الزخرفية ، والشارات ، والأختام ، وحواشي الأقمشة ، و النحت البارزة

والعلامات المائية ، والشعارات ، والصور المجمع ، والأشكال وعلى وجه الخصوص أشكال المنتجات

وأشكال عبوتها ، أو مجموع الألوان أو درجتها . فالعلامة التجارية هي وسيلة المشروع الاقتصادي لتمييز

منتجاته أو خدماته عن غيرها من المنتجات أو الخدمات للمشروعات الأخرى المماثلة . ويتحقق ذلك

بواسطة استعمال شارات أو علامات مميزة تلتصق بذهن مستهلكي هذه المنتجات أو طالبي الخدمات ،

فتؤدي إلى رواج السلعة أو الخدمة رواجاً كبيراً بقدر قيمة العلامة التي ترتبط بها ⁽²⁾

ثانياً- في القانون المصري :

إن نص المادة 63 من قانون 82 لسنة 2002 المعدل⁽³⁾ : "العلامة التجارية هي كل ما يميز منتجا

سلعة كان أو خدمة عن غيره وتشمل على وجه الخصوص الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً ، والإمضاءات

والكلمات والحروف ، والأرقام ، والرسوم ، وعناوين المحال ، والدمغات ، والأختام والتصاوير ، والنقوش البارزة

ومجموعة الألوان التي تتخذ شكلاً خاصاً ومميزاً وكذلك أي خليط من

هذه العناصر إذا كانت تستخدم أو يراد أن تستخدم إما في تمييز منتجات عمل صناعي ، أو استغلال

زراعي ، أو استغلال للغابات ، أو لمستخرجات الأرض ، أو أية بضاعة ، وإما للدلالة على مصدر المنتجات

، أو البضائع ، أو أنواعها ، أو مرتبتها ، أو ضمانها ، أو طريقة تحضيرها ، وإما للدلالة على تأدية خدمة

(1)Article 711-1"La marque de fabrique de commerce ou de service et un signe

susceptible de représentation graphique servant a distinguer les produits ou services d'une personne physique et morale"

(2) د جمال محمود عبد العزيز، نحو قانون موحد للعلامات التجارية لدى دول مجلس التعاون الخليجي، الطبعة الثانية، دار النهضة العربية ، القاهرة 2008.

(3) نظم المشرع المصري حماية الحقوق الخاصة بالعلامات التجارية والبيانات التجارية بالقانون رقم 57 لسنة 1939، ولائحته التنفيذية والذي تم تعديله على التوالي بالقوانين أرقام 453 لسنة 1953، 569 لسنة 1954، 205 لسنة 1956 ، ثم صدر مؤخراً في الثاني من يونيو عام 2002 قانوناً جامعاً لحماية حقوق الملكية الفكرية تضمن الكتاب الثاني منه حماية العلامات التجارية وهو القانون رقم 82 لسنة 2002

من الخدمات ، وفي جميع الأحوال بتعين إن تكون العلامة التجارية مما يدرك البصر".
وما يلاحظ من هذا التعريف الوارد في نص المادة وإلى نهايته في عرض الأمثلة على الأشكال والرسوم والحروف التي استقر التشريع والفقه والقضاء في مصر على اعتبارها من العلامات التجارية .
كذلك قد جاء في النص السابق تحديد أوجه الاستخدام التي يعد استعمال العلامة التجارية فيها شرطا من شروط اعتبارها علامة تجارية مميزة بين السلع أو الخدمات ، وبالإضافة إلى ما تقدم وما ورد بصدر هذه المادة من اعتبار العلامة محل حماية ، وبغض النظر عما إذا كانت علامة منتجات أو علامة خدمات ، فإن النص قد ورد صراحة أيضا على تحديد أن استخدام العلامة للدلالة على تادية خدمة من الخدمات ومتى ما كانت مميزة للخدمة حاملة العلامة عن غيرها من الخدمات يعد استكمالاً لهذا الشرط من الشروط اللازمة لاعتبار العلامة من العلامات التجارية محل الحماية بموجب القانون .

أيضا اعتبر المشرع المصري كل رمز يستخدم في تمييز مشروع زراعي ، أو استغلال للغابات ، أو لمستخرجات الأرض هو من قبيل العلامات التجارية ، وهذا الحكم يتوافق مع مضمون المادة الأولى من اتفاقية ترييس لم يقتصر مفهوم العلامة على تمييز السلع التجارية أو المنتجات الصناعية بل اعتبر كل رمز يستخدم في تمييز مشروع زراعي أو استغلال للغابات أو لمستخرجات الأرض فهو من قبيل العلامة التجارية وهذا ما يتوافق مع مضمون المادة الثالثة من اتفاقية باريس الخاصة بحماية الملكية الصناعية ⁽¹⁾
ومن جهة اخرى فان قانون العلامات التجارية المصري قد حظر تسجيل العلامات الغير منظورة ، وانه من غير الممكن تسجيل علامات تعتمد على الصوت أو الرائحة ⁽²⁾ ، كما أضاف المشرع المصري مجموعة الألوان التي تتخذ شكلا مميزا ، والمشرع لم يتطرق لمسألة تسجيل العلامات المجسمة ثلاثية الأبعاد وأبقى مسألة تقدير صحة تسجيل تلك العلامة خاضعا للقضاء ، وإعمالا لنص المادة 34 من قانون التجارة فان العلامات التجارية عنصر من العناصر المعنوية التي يجوز أن يتضمنها المتجر ⁽³⁾
والعلامة قد تكون :

1- صناعية : وهي التي يضعها الصانع لتمييز المنتجات التي يقوم بصنعها عن مثيلاتها من المنتجات

الأخرى

(1) تنص المادة الثالثة من اتفاقية باريس على انه "....تؤخذ عبارة الملكية الصناعية بأوسع معانيها...."

(2) سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، الطبعة الرابعة ، دار النهضة العربية ، 2003 ، ص 42

(3) قانون التجارة المصري رقم 17 لسنة 1999 المعدل بالقانون رقم 2003/58

2- تجارية : وهى التي يستخدمها التجار في تمييز المنتجات التي يقومون ببيعها بعد شرائها سواء من تاجر الجملة أو من المنتج مباشرة بصرف النظر عن مصدر الإنتاج.

3- علامة خدمة : الخدمة وهى التي تخصص لتمييز خدمة مثل العلامات التي تشير إلى خدمات النقل والسياحة والبريد السريع الدولي . وأخيرا وفي جميع الأحوال اشترط النص السالف الذكر : "أن تكون العلامة مما يدرك بالبصر".

وفي الحقيقة فإنه لا توجد أهمية عملية للفرقة بين هذه العلامات في ظل القانون المصري, حيث أن المشرع قرر الحماية القانونية لهذه العلامات على اختلاف أنواعها متى ما توافرت الشروط اللازمة لوجودها. فبالإضافة إلى ما ورد في المادة 63 من القانون المصري من المساواة بين علامات السلع والخدمات في تحديد المقصود بالعلامة التجارية, فإن المادة 69 من ذات القانون قد ورد نصها بتعريف العلامة التجارية الجماعية وذلك على ما يأتي: " تستخدم العلامة التجارية الجماعية لتمييز منتج ينتجه مجموعة من الأشخاص ينتمون إلى كيان معين ولو كان لا يملك بذاته منشأة صناعية أو تجارية. ويقدم طلب تسجيل العلامة بواسطة ممثل هذا الكيان".

وهكذا يتضح أن العلامات التجارية ليست مجرد إشارة تحملها السلع والخدمات لتجنب الخلط بينها وبين سلع وخدمات مماثلة, ولكنها تعتبر أيضا في حالات كثيرة شهادة للجودة ومؤشر السمعة التي تكتسبها المنتجات. وهو ما يعني أن تقليد أو تزوير العلامات يعود بالضرر أيضا على المستهلك الذي قد يقبل على شراء سلعة أو طلب خدمة ما يثق في جودتها وكفاءتها, بينما لا تتعدى هذه أن تكون مجرد تقليد رديء للسلعة الأصلية, ولكن تحمل نفس الاسم والعلامة التجارية, أو علامة مشابهة لها إلى حد التطابق, الأمر الذي يؤدي إلى إفساد سمعة الشركة مالكة العلامة وتضليل المستهلك في ذات الوقت .

الفرع الثاني : في اتفاقية تريبس

لقد تناولت اتفاقية تريبس في تنظيمها للعلامات التجارية في القسم الثاني منها والذي احتوى على سبع مواد من المادة 15 وحتى المادة 21 قد أغفلت التطرق إلى العديد من المسائل المرتبطة بالعلامات التجارية ليس ذلك من قبيل السهو ، وإنما هو من قبيل تلافي التكرار ⁽¹⁾ فاتفاقية تريبس تنص على مبدأ الإحالة إلى عدد من الاتفاقيات الدولية ولعل أهمها اتفاقية باريس لسنة 1883 المعدلة بستكهولم سنة

(1)امنة صامت ، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية، دراسة مقارنة، الطبعة الثانية، ريم للنشر و التوزيع، 2011، ص24

1967 ، حيث أولت هذه الأخيرة اهتماما خاصا بحماية العلامات التجارية ⁽¹⁾.

جاء في نص المادة 1/15 من اتفاقية تريبس " تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة لان تكون علامة تجارية وتكون هذه العلامات لاسيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية ، وحروفا ، وأرقاما ، وأشكالا ، ومجموعات ألوان ، وأي مزيج من هذه العلامات مؤهلة للتسجيل كعلامة تجارية... للإدراك بالنظر كشرط لتسجيله .

وهذا التعريف يعد أول خطوة نحو وضع تعريف للعلامة التجارية في إطار اتفاقية دولية متعددة الأطراف ⁽²⁾، والنص على هذا النحو قد استحدث في مجال تحديد العلامات التجارية التي تصلح لان تكون موضوعا للحماية عددا من النقاط من أبرزها :

- إن اتفاقية تريبس لم تقصر العلامة التجارية ، بل أضافت إلى مفهوم العلامة التجارية علامة الخدمة ، ومن ثم تسري على علامة الخدمة كافة المواد التي تعالج العلامة التجارية

- توسعت اتفاقية تريبس في شأن المعيار الذي يصلح لتسجيل العلامة التجارية إذ نصت على أن كل علامة تصلح لتمييز السلع والخدمات ذات الصلة تعد علامة تجارية مؤهلة للتسجيل وبذلك اعتمدت خاصية التمييز كأساس تقوم عليه العلامة التجارية ، وبالتالي توفير الحماية لها ⁽³⁾ ، فلا مانع إذن من قابلية أية علامة للتسجيل طالما كان لها القدرة على أن تميز سلعة أو خدمة عن غيرها .

على انه بالنسبة للعلامات التي لا تصلح بذاتها لتمييز السلع والخدمات ، فقد أجازت الاتفاقية للبلدان

(1) اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المبرمة في سنة 1883 (والمعقدة ببروكسل 1900، وواشنطن 1911 ، ولاهاي 1925 ، ولندن 1934 ، ولشبونة 1958 ، واستكهولم 1967 والمنقحة في 1979) ، نجد أنها وضعت في المادتين 6 مكرر ، 9 بعض التدابير التي يجب على الدول اتخاذها لمواجهة التعدي على العلامات التجارية وتقليدها . وهذه التدابير تخص العلامات والأسماء التجارية دون غيرها من طوائف الملكية الفكرية الأخرى ، غير أن هذه التدابير لم تكن كافية للتصدي لظاهرة انتهاك حقوق أصحاب العلامات التجارية وتزويرها على المستوى الدولي .

(2) محمد عبد الرحمان الشمري ، حماية العلامة التجارية في ضوء اتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية، 2004، ص51.

(3) اتفاقية تريبس تميز عن غيرها من الاتفاقيات الدولية التي أبرمت في مختلف مجالات الملكية الفكرية باهتمامه البالغ بإنفاذ حقوق الملكية الفكرية ، فالاتفاقية لم تهتم بوضع قواعد موضوعية لتوفير حد أدنى من مستويات حماية حقوق الملكية الفكرية في مختلف دول الأعضاء فحسب ، بل اهتمت أيضا بوضع قواعد إجرائية صارمة ، لضمان تنفيذ معايير الحماية التي نصت عليها في الدول الأعضاء ، ولا مثل هذه القواعد الإجرائية في الاتفاقيات الدولية المبرمة من قبل في مجال الملكية الفكرية ، وقد عاجلت اتفاقية تريبس إنفاذ حقوق الملكية الفكرية في الجزء الثالث منها المواد (41-61) وتضمنت هذه المواد الالتزامات العامة المادة 41 والإجراءات والجزاءات المدنية والإدارية المواد (42-49) والتدابير الوقائية المادة 50 والتدابير الحدودية المواد (51-60) ، والإجراءات الجنائية المادة 61 .

الأعضاء في منظمة التجارة العالمية إن تشترط لتسجيل هذه العلامات اكتساب خاصية التمييز عن طريق الاستعمال . كما أجازت للدول أن تشترط لتسجيل العلامة أن تكون قابلة للإدراك بالنظر ، ومن ثم يجوز للبلدان الأعضاء استبعاد علامة الرائحة والعلامة الصوتية من التسجيل كعلامة تجارية . وإذا كان الواقع العملي ينبئ عن ندرة وجود هذا النوع من العلامات التجارية فإن نص الاتفاقية قد جعل من هذا الحكم أمراً جوازياً للدول الأعضاء فيها⁽¹⁾ .

كما شمل التعريف تعداد بعض صور العلامات التجارية المألوفة بكل أشكالها ، مع إتباع خطة مرنة تعتمد على منح الدول الأعضاء حرية الأخذ بعناصر العلامة التجارية الواردة بنص الاتفاقية أو عدمه لاسيما العلامات التي تتكون من عناصر غير مادية . كما أجازت الاتفاقية للدول الأعضاء إجازة تسجيل أية إشارة أخرى كعلامة تجارية طالما تتوفر على شروط العلامة التجارية . في حين أن الفقرة الثالثة من المادة 15 أجازت للدول الأعضاء أن تشترط تشريعاتها لتسجيل العلامة سبق استعمالها ، حيث أن تشريعات بعض الدول كالولايات المتحدة الأمريكية وكندا تشترط استعمال العلامة قبل تسجيلها .

الفرع الثالث : في التشريع الجزائري

تطرق المشرع الجزائري إلى مسألة تعريف العلامات التجارية ، وإبراز مميزاتها ، وتبيان الشروط الواجب توافرها فيها ، حتى يصبح مودع هذه العلامة مالكا لها. وهذا بموجب الأمر 57/66 المؤرخ في : 19/03/1966 المتضمن قانون العلامات⁽²⁾ ، والذي حدد فيه أحكاماً دقيقة تتعلق بملكية العلامة وإيداعها وانتقالها وبطلانها، كما نص على عقوبات خاصة بالجرائم الماسة بالعلامات . و بانضمام الجزائر إلى عدد من الاتفاقيات الدولية⁽³⁾ ، وتحسباً لانضمام الجزائر للمنظمة العالمية للتجارة أصدر المشرع الجزائري الأمر رقم 06/03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات⁽⁴⁾ بهدف تكييف قوانين الملكية الفكرية مع اتفاق جوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة و قد نص في الفقرة الأولى من المادة الثانية من الأمر 06/03 : " يقصد بالعلامات كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لا سيما الكلمات بما فيه أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام ، والرسومات أو الصور

(1) أمانة صامت، المرجع السابق، ص26.

(2) الأمر 57/66 المؤرخ في 19/03/1966 يتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية منشور في الجريدة الرسمية، العدد 23 لسنة 1966.

(3) انضمت الجزائر في 01 مارس 1966 إلى اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية ، وفي 05 مارس 1966 إلى اتفاقية نيس المتعلقة بالتصنيف الدولي للمنتجات والخدمات بقصد تسجيل العلامات ، وأيضاً لاتفاقية مدريد المتعلقة بالتسجيل لدولي للعلامات في 05 جويلية

1970

(4) الأمر 06/03 المؤرخ في 19/07/2003 المتعلق بالعلامات، منشور في الجريدة الرسمية العدد 44 لسنة 2003

والأشكال المميزة للسلع أو توظيفها ، والألوان بمفردها أو مركبة ، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات وغيره ". وهذا ما نجده في التعريف الذي أورده المشرع الفرنسي في المادة الأولى من القانون الصادر في 1991/01/04 المتعلق بالعلامات ، إذن تهدف العلامة إلى تمييز المنتجات لجذب العملاء وجمهور المستهلكين نظرا لما تؤديه من سهولة، للتعرف على ما يفضلونه من بضائع و سلع .والعلامة التجارية هي التي يتخذها التاجر شعارا لتمييز بضاعته عن مثيلاتها التي يملكها الآخرون (1) . ومن ثم يجوز للمودع أن يستعمل على سبيل المثال اسمه العائلي كعلامة شريطة ألا يسبب استخدامه ضررا للغير ، وبالمقابل فلا يمكن للمودع أن يستعمل الاسم العائلي لشخص مشهور إلا بعد الحصول على موافقته أو موافقة خلفه في حال وفاته ، ذلك أن الاسم العائلي لصيق بشخصية صاحبه فهو حق من حقوقه الشخصية .

وقد تكون العلامة كما ورد في التعريف السابق حرفا أو ممثلة برقم معين ، كذلك يمكن للعلامة التجارية أن تكون حسب التعريف السابق رسما أو رمزا أو صورة شريطة أن تكون ذات صفة مميزة عن غيرها من المنتجات ومن الأمثلة عن ذلك أن يرمز للسلعة بصورة الأسد كدلالة على القوة مثلا، أو الغزال الرامز للسرعة ، ولا مانع في أن يميز التاجر أو الصانع منتجاته باستخدامه شكلا خاصا كأن يستعمل السمة ذات الثلاثة أبعاد (Le singe à trios dimensions) طالما كانت العلامة ذات طابع مميز، ويقصد هنا مثلا شكل القنينة المستعملة للعلطور أو المشروبات، أو شكل العلب التي توضع فيها المنتجات المعروضة للجمهور أو تلك التي ترافق الخدمات المقدمة له (2) ، ومن هنا فقد عرف بعض الفقه الجزائري (3) بأنه كل رمز قابل للتمثيل الخطي يتميز عن غيره بصفات خاصة به وجديدة ومبتكرة وغير مخالفة للنظام العام والآداب العامة أيا كان تمثيل الرمز سواء كان ممثلا في كلمات، أو أسماء، أو الألوان المفردة، أو الألوان المركبة ، أو الأصوات المميزة ، أو الرائحة التي تتميز بها السلعة ، ومتى تم تسجيل هذه العلامة فإنها تستفيد من الحماية المقررة لها ، ويستفيد صاحبها من احتكار استغلالها بأي وجه من أوجه الاستغلال

المطلب الثاني : أساليب حماية العلامة التجارية

تعد العلامة التجارية إحدى الوسائل الهامة المعتمد عليها في إطار التنافس التجاري ، ذلك أن التاجر أو المنتج يميز بضاعته أو منتجاته عن الغير عن طريق العلامة التجارية ما يستوجب توفير الحماية لهذه

(1) وادي جمال، العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مجلة دراسات قانونية، العدد الثالث، سنة 2003، ص51.
(2) فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري الحقوق الفكرية، حقوق الملكية الصناعية والتجارية وحقوق الملكية الأدبية والفنية، الطبعة الثانية، ابن خلدون للنشر، والتوزيع ، الجزائر ، 2006 ، ص 209 وما بعدها.
(3) عجة الجيلالي، مدخل إلى حقوق الملكية الفكرية طبقا للقوانين الجزائرية ، الطبعة الثانية ، دار الخلدونية ، الجزائر، ص35.

الأخيرة خصوصا وأن العلامة التجارية أصبحت تشكل ثروة هامة من الناحية التجارية ، وسوف نتطرق الى ذلك في الفرع الأول أين نشير إلى الحماية الدولية للعلامة التجارية وفقا لاتفاقية تريبس ثم نمر الى الفرع الثاني و نشير فيه الى الحماية المدنية للعلامة التجارية.

الفرع الأول :الحماية الدولية للعلامة التجارية وفق اتفاقية باريس

إن غياب حماية قانونية فعالة لحقوق الملكية الصناعية لدى العديد من الدول النامية ، وانتشار صناعة التقليد ، وقرصنة العمليات التجارية المعروفة سبب تدهور الوضع الاقتصادي لدى الدول المتطورة خاصة الولايات المتحدة الأمريكية ، مما جعلها تسعى لوضع الدول النامية داخل بوتقة قانونية ملزمة ، وذلك ما تحقق بإبرام اتفاقية تريبس⁽¹⁾ ،وهي اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية ، تأسست تحت مظلة الاتفاقية العالمية (الجات) ، وهي اتفاقية متعددة الأطراف تتضمن حقوقا والتزامات متبادلة ، عقدت بين الحكومات المهتمة بالتجارة الدولية والتي تضمنت جميع الأحكام الأساسية تقريبا لاتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية .

وتجدر الإشارة إلى انه لم يكن الهدف من هذه الاتفاقية خلق نظام موحد بين الدول الأعضاء لحماية الملكية الصناعية ، ولكن الهدف منها طبقا للمادة الأولى⁽²⁾ هو أن تلتزم الدول الأعضاء بتنفيذ أحكام هذا الاتفاق ، كما للدول الأعضاء دون إلزام أن تنفذ ضمن قوانينها ما يتيح حماية أوسع من تلك التي تتطلبها هذه الاتفاقية ، شريطة عدم مخالفة هذه الحماية لأحكام اتفاقية تريبس ، مع حق الدول فيها في تحديد الطريقة الملائمة لتنفيذ أحكام الاتفاقية بحرية في إطار أنظمتها القانونية ، وذلك تحت رقابة المنظمة العالمية للتجارة .

واتفاقية تريبس لا تلغي الاتفاقيات الدولية السابقة في شان الملكية الصناعية ، بل تكملها وتعزز وجودها وتعد العلامات التجارية احد فروع الملكية الصناعية التي عاجلتها اتفاقية تريبس بوضعها لمعايير حمايتها ،

(1) سميحة القليوبي ، المرجع السابق ، ص. 32.

(2) تنص المادة 01 على انه "تلتزم البلدان الأعضاء بتنفيذ أحكام هذه الاتفاقية ، ويجوز للبلدان الأعضاء دون إلزام إن تنفذ ضمن قوانينها ما يتيح حماية أوسع من التي تتطلبها هذه الاتفاقية ، شريطة عدم مخالفة هذه الحماية لأحكام هذه الاتفاقية ، وللبلدان الأعضاء حرية تحديد الطريقة الملائمة لتنفيذ أحكام هذه الاتفاقية في إطار أنظمتها وأساليبها القانونية "

وذلك في القسم الثاني من الجزء الثاني منها في المواد من 15 إلى 21 ، وتشمل هذه الحماية كل علامة تكون قادرة على تمييز السلع و الخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها منشأة أخرى . إن اتفاقية ترينيس فيما يتعلق بالحقوق الفكرية قد جاءت بالمبادئ الأساسية التالية (1):

أولاً : مبدأ المعاملة الوطنية : وتقضي بمعاملة الوطنيين والأجانب على قدم المساواة في مسائل حماية حقوق الملكية الفكرية ، ويهدف لإرساء المساواة بين كافة رعايا البلدان الأعضاء في اتفاقية ترينيس ، وهذا ما تضمنته المادة 03 من الاتفاقية ، وهذا المبدأ يتوافق مع حكم المادة الثانية من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية

ثانياً : مبدأ الدولة الأولى بالرعاية : وتقضي كقاعدة أن على الدول أن تمنح المنتمين إلى كافة الدول الأعضاء فوراً ، وبدون أي شروط مزايا ، أو حصانات ، أو معاملة تفضيلية تمنحها للمنتمين إلى أي دولة أخرى في شأن الحقوق الفكرية وحمايتها طبقاً للمادة الرابعة من الاتفاقية (2)

ثالثاً : مبدأ المعاملة بالشفافية : وتقضي كقاعدة أن تقوم الدولة العضو في الاتفاقية بنشر قوانينها المتعلقة بالملكية الفكرية وكذلك نشر الأحكام الصادرة عن محاكمها بذات الخصوص ، كما تلزم أن تقوم الدولة العضو بتزويد الدول الأخرى بتلك القوانين والقرارات في حال طلبها .

رابعاً: مدة الحماية : وهي أن توفر الدول الأعضاء في الاتفاقية مدة حماية لا تقل عن مدة حماية التي توفرها اتفاقية ترينيس ، ووفقاً للمادة 18 من اتفاقية ترينيس فإن اقل مدة لحماية العلامة التجارية هي سبع سنوات ، ومن حق مالك العلامة أن يطلب تجديد العلامة مرة أو عدة مرات متلاحقة إلى اجل غير مسمى .

خامساً: مبدأ آلية الإنفاذ : ومقتضاه أن تدرج الدول الأعضاء في قانونها الوطني القواعد والضوابط المنصوص عنها في اتفاقية ترينيس لضمان حقوق أصحاب العلامات التجارية كالأجراءات التحفظية والجزاءات المقررة ضد أي تعد على الحقوق المشمولة بالحماية ، دون أن يؤدي ذلك إلى عرقلة التجارة .

كما نصت اتفاقية ترينيس على حق الدول في إجراء تنفيذ أحكامها بالنسبة للبلدان الأعضاء النامية لمدة (04) سنوات زيادة على مدة السنة الممنوحة لكل الدول يضاف إليها فترة إضافية مدتها (05) سنوات

(1) جلال وفاء محمددين ، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقاً لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية ، بدون طبعة، دون دار النشر، دون سنة ، ص 23.

(2) تنص المادة الرابعة : " فيما يتعلق بحماية الملكي الفكرية ، فإن أي ميزة أو تفضيل أو امتياز أو حصانة بمنحها بلد عضو لمواطني أي بلد آخر يجب أن تمنح على الفور ودون أية شروط لمواطني جميع البلدان الأعضاء الأخرى ، ويستثنى من هذا الالتزام أي ميزة أو تفضيل أو امتياز أو حصانة بمنحها بلد عضو وتكون :

- نابعة من اتفاقيات دولية بشأن المساعدة القضائية ، أو إنفاذ القوانين ذات الصبغة العامة وغير مقتصرة بالذات على حماية الملكية الفكرية .

ليكون المجموع 10 سنوات كاملة .

سادسا : آلية فض المنازعات بين الدول الأعضاء ⁽¹⁾ وكقاعدة تلجأ الدول الأعضاء إلى فض المنازعات فيما بينها بخصوص اتفاقية تريبس ، من خلال تسوية وفقا للقواعد والإجراءات التي جاءت بها اتفاقية تريبس على وجه الإلزام لا الاختيار .

الفرع الثالث : الحماية المدنية للعلامة التجارية

تستند الحماية المدنية المقررة للعلامة التجارية إلى القواعد العامة التي كفلتها جميع التشريعات . وهي تخول لصاحبها الحق في المطالبة بالتعويض إذا ما وقع اعتداء على علامته بأي صورة من الصور عن طريق رفع دعوى المنافسة غير المشروعة . متى توافرت شروطها .

ويتمتع الحق في العلامة التجارية بالحماية المدنية ، سواء أكانت العلامة مسجلة أو غير مسجلة ، ذلك أنها تعتبر الوسيلة الوحيدة لحماية العلامة التجارية متى كانت غير مسجلة ، في حين لا تتمتع العلامة التجارية بالحماية الجنائية أو الدولية إلا إذا كانت مسجلة ⁽²⁾ باعتباره شرطا .

وصور التعدي على العلامة التجارية قد يأخذ عدة صور لاسيما منها تزوير العلامة أو تقليدها أو استعمالها بدون وجه حق ، أو بيع بضائع تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو عرضها للبيع ، ويمارس صاحب الحق في العلامة التجارية غير المسجلة الحماية المدنية للحق في علامته من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة وهي الوسيلة الوحيدة لحمايتها . أما إذا تعلق الاعتداء على علامة مسجلة فانه يعد ذلك جرما ، يعاقب عليه القانون إضافة إلى الحق في التعويض المادي .

وقد أجاز المشرع الجزائري لصاحب العلامة رفع دعوى مدنية أمام المحكمة لطلب تعويض الضرر اللاحق به بسبب تقليد العلامة أو تشبيهها ، وهي دعوى مكفولة لصاحب العلامة سواء أكانت مسجلة أم غير مسجلة ، وهي دعوى المنافسة غير المشروعة ، وذلك حسب نص المادة 28 ⁽³⁾ من الأمر 03-06 ودعوى المنافسة غير المشروعة تتبع دائما الفعل الذي يكيف انه تقليد ، أو محاولة تقليد ، والأمر نفسه بالنسبة إلى التشريع الفرنسي ، حيث نجد المادة L 1/176 من قانون الملكية الفكرية الفرنسي اعتبرت أن تقليد العلامة يشكل مساسا بحق ملكيتها، وتترتب عنه المسؤولية المدنية للفاعل ، سواء كان هذا المساس بحسن او بسوء نية.

(1) امنة صامت ، المرجع السابق ، ص 68 .

(2) صلاح زين الدين ، المرجع السابق ، ص 385

(3) تنص المادة 28 من الأمر 03-06 على انه " لصاحب تسجيل العلامة الحق في رفع دعوى قضائية ضد كل شخص ارتكب أو يرتكب تقليدا للعلامة المسجلة . ويستعمل نفس الحق تجاه كل شخص ارتكب أو يرتكب أعمالا توهي بان تقليدا سيرتكب "

أما في التشريع المصري فالحماية تشمل العلامات المسجلة وغير المسجلة وأنها تستند إلى نص المادة 163 من القانون المدني التي تقضي بأن "كل خطأ سبب ضرر للغير يلزم من ارتكبه بالتعويض". ومن جهة أخرى نص المادة 66 من القانون التجاري المصري رقم 87 لسنة 1999 المعدل بالقانون رقم 2003/58 والتي اعتبرت من أعمال المنافسة الغير مشروعة كل فعل يخالف العادات والأصول المرعية في المعاملات التجارية، ويدخل في ذلك تلك القواعد وأيده الفقه في ذلك (2) على وجه الخصوص الاعتداء على علامات الغير أو على اسمه التجاري (3)، لذا فان حماية العلامة التجارية من الناحية المدنية ليست إلا تطبيقاً للقواعد العامة في المسؤولية متى توافرت شروطها، وقد لجأ القضاء إلى تطبيق هذا و يجوز للمحكمة المدنية أن تحكم بمصادرة الأشياء المحجوزة أو التي تحجزها فيما بعد لاستنزال ثمنها من التعويضات أو الغرامات أو التصرف فيها بأية طريقة تراها المحكمة مناسبة، كذلك يجوز للمحكمة المدنية أن تأمر بنشر الحكم في جريدة واحدة فأكثر على نفقة المحكوم عليه .

أولاً - مفهوم المنافسة غير المشروعة

تقوم التجارة على حرية المنافسة و التي تستند إلى الأعراف التجارية النظيفه و النزيهه التي يسعى من خلالها التجار إلى جذب الزبائن و الترويج لمنتجاتهم، فالمنافسة لها القدرة التي تدفع دائماً إلى تحقيق الابتكار وتعمل كحافز فعال على الإبداع في الحياة التجارية و الصناعية و الخدمائية محققة بذلك أفضل النتائج و الأرباح (4)، ولكن إذا استعملت في المنافسة وسائل و أساليب من شأنها مخالفة الأعراف التجارية النظيفه و النزيهه عد ذلك منافسة غير مشروعة تتيح للمتضرر من أفعالها حق رفع دعوى المنافسة غير المشروعة. تعد المنافسة التجارية من أهم المبادئ الحاكمة لاقتصاديات الدول التي تؤمن بحرية التجارة، وإن الاصل في الحياة التجارية مشروعية المنافسة لأنها من الامور المتعارف عليها في ميدان النشاط التجاري، فقد عرف الفقهاء المنافسة على أنها " :التراحم بين التجار في إجتذاب العملاء وترويج أكبر قدر ممكن من المنتجات والخدمات ضمناً لإزدهار التجارة إزدهاراً يؤدي الى بقاء الاصلح" (5). والحق في المنافسة المشروعة متاح لكل تاجر، ويتمثل هذا الحق في مجموعة من السلطات والصلاحيات التي تمكنه من استخدام كافة الوسائل العادلة التي لا تتعارض مع الاعراف والعادات التجارية -ومن باب أولى أن لا تتعارض مع الضوابط التي يحددها القانون، وإذا خرج التاجر عن هذه الصلاحيات وضوابطها القانونية عندئذ توصف أفعاله بأنها غير مشروعة يترتب عليها مسؤولية، فما هي المنافسة الغير مشروعة؟.

(1) ALBERT Chavanne et jean jaques burt –op-cit-p763

(2) سميحة القليوبي ، المرجع السابق ، ص 521

(3) احمد محمد محرز ، القانون التجاري ، الطبعة الثانية ، دار النهضة العربية، 2003، ص 587

(4) زينة غانم عبد الجبار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، الطبعة الثانية، دارالحامد للنشر و التوزيع، عمان، 2007 ، ص 16 .

(5) عوض علي جمال الدين : القانون التجاري. ج1، الطبعة الثانية، القاهرة، دار النهضة العربية ، ص 117

يمكن تعريف المنافسة غير المشروعة⁽¹⁾ بأنها إستخدام التاجر لطرق منافية للقوانين او العادات أو مبادئ الشرف والامانة في المعاملات⁽¹⁾، وفي هذا المجال نسوق توجه القواعد الدولية و القضاء المصري في تعريفه للمنافسة غير المشروعة فقد جاء في قرار لمحكمة النقض المصرية في تعريف المنافسة غير المشروعة بأنها " كل عمل غير مشروع قصد به إحداث لبس بين منشأتين أو إيجاد إضطراب بأحدهما وكان من شأنه إجتذاب عملاء إحدى المنشأتين للآخرى أو صرف عملاء المنشأة عنها⁽²⁾، وفي مجال القواعد الدولية نجد أن المادة (2/10) من إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لعام 1883 م عرفت المنافسة غير المشروعة بأنها " كل منافسة تتعارض مع العادات الشريفة في الشؤون الصناعية أو التجارية."

ثانيا- الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية

لم ينظم المشرع الجزائري دعوى المنافسة غير المشروعة و لم يبين شروطها ولا أساسها القانوني و اكتفى بذكر بعض الممارسات التي اعتبرها ممارسات غير مشروعة ، ففي إطار العلامات التجارية ذكر المشرع أن تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به ، قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك و أوهام في ذهن المستهلك ، يشكل منافسة غير مشروعة لقد حاول الفقه و القضاء إعطاء أساس قانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة مستمدان من الأحكام العامة في المسؤولية المدنية فقد حاول البعض إسناد هذه الدعوى إلى أحكام المسؤولية التقصيرية و البعض الآخر إلى نظرية التعسف في استعمال الحق ، إلا أن الاتجاه الحديث حاول إعطاء أساس جديد تقوم عليه دعوى المنافسة غير المشروعة بعيدا عن القواعد العامة في المسؤولية القائمة على المسؤولية التقصيرية وبعيدا كذلك على نظرية التعسف في استعمال الحق⁽³⁾، حيث يذهب هذا الاتجاه إلى أن الحق في المنافسة هو حق ذو طبيعة مركبة يجمع بين سمات الحق الشخصي و الحق العيني و من بين عناصره أيضا حقوق ملازمة لشخصية الإنسان فحق المنافسة ذو طابع مالي و أدبي معا ، و إذا كانت طبيعة الحق هي التي تحدد نوع الدعوى من حيث كونها شخصية أو عينية أو عقارية أو منقولة ، إلا أن ذلك لا ينطبق إلا على الحقوق المالية ، و نظرا لكون الحق في المنافسة هو حق مركب يشمل مزيج بين العنصر البشري المتمثل في شخصية المنافس و معاونيه و بين العناصر المالية التي يضارب بها المنافس و يقوم بنشاطه ، و من ثم فإن الدعوى التي تحمي المنافسة لا تدخل في نطاق التقسيم التقليدي للدعوى⁽⁴⁾ .

ويرى جانب من الفقه⁽⁵⁾ أنه بعد إسقاط التأسيس السابق على التعدي على العلامة لا يجب النظر إلى

(1) زينة غانم عبد الجبار ، المرجع السابق ، ص 17

(2) طه، مصطفى كمال، حماية العلامات التجارية مدنيا، طبعة أولى، منشأة المعارف، الإسكندرية، 1998، ص 622 .

(3) أحمد محرز ، الحق في المنافسة المشروعة، الطبعة الثانية ، دار النشر و التوزيع، القاهرة ، 1994 ، ص 172 وما بعدها

(4) نفس المرجع ، ص 31

(5) ماهر فوزي حمدان ، المرجع السابق، ص 100

الاعتداء على العلامة التجارية نظرة ضيقة ، تقوم على أنه مجرد اعتداء على مال وأن لهذا المال قيمة اقتصادية يجب حمايتها ، بل ينبغي التوسع في هذه النظرة فهو من جهة اعتداء على مال (العلامة التجارية) ومن جهة أخرى اعتداء على حق المنافسة الشريفة و أن محل هذا الحق متعدد ، فهناك العناصر البشرية وهناك العناصر المالية ، وأن هذه العناصر تشكل مجموعها آليات المنافسة ، ومن ثم فإن أساس دعوى المنافسة غير المشروعة يستند إلى كونها دعوى من طبيعة خاصة

ثالثا- نطاق دعوى المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية

منح المشرع الجزائري لمالك العلامة التجارية المسجلة وحده الحق في رفع دعوى مدنية للفصل في موضوع المساس بحقوقه عليها و ذلك بمجرد إثباته أن مساسا بحقوقه أصبح وشيكا⁽¹⁾ ، أي أنه لا يشترط لقبول الدعوى أن يكون الضرر فعليا ويكفي الضرر الاحتمالي كأن تكون العلامة قيد التقليد الوشيك حتى ولو لم تقلد و توزع بعد ، و لكن في إطار دعوى المنافسة غير المشروعة هل يقتصر رفعها على مالك العلامة التجارية وحده ؟ أم يمتد ليشمل كل شخص أصابه ضرر جراء المنافسة غير المشروعة ؟ وهل هذه الدعوى يمكن أن يرفعها صاحب العلامة التجارية غير المسجلة أم تقتصر على مالك العلامة المسجلة ؟. إن الأصل أن رافع دعوى المنافسة غير المشروعة لا يقتصر على مالك العلامة التجارية المسجلة طالما وأن القانون منح له حق حماية علامته عن طريق اللجوء إلى الدعوى المدنية التي تستند إلى أحكام الأمر 03-06 و أن المشرع يكتفي في ذلك بمجرد احتمال وقوع ضرر لمالك العلامة ، ومن ثم فإن دعوى المنافسة غير المشروعة يمكن أن يرفعها من أصابه ضرر جراء المنافسة غير المشروعة سواء أكان المنتج للعلامة أو الموزع لها كما يمكن للمستهلكين رفع هذه الدعوى للتعويض عن الأضرار اللاحقة بهم⁽²⁾ حيث أوجب المشرع الجزائري في القانون المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش أن لا تمس الخدمة المقدمة للمستهلك بمصلحته المادية ، وأن لا تسبب له ضررا معنويا⁽³⁾ ، ومنع المشرع الجزائري استعمال أي علامة لسلع أو خدمات عبر الإقليم الوطني إلا بعد تسجيلها ، أو إيداع طلب تسجيل بشأها⁽⁴⁾ ويشير هذا الموقف من المشرع الجزائري الانتقاد كونه لا يسمح بالتعويض عن التعدي على العلامة إلا لمالك العلامة المسجلة وإذا كان مالك العلامة التجارية المسجلة له الحق في حماية علامته وفق أحكام الأمر 03-06 المستندة على مجرد احتمال وقوع التعدي على العلامة ، فكان من الأولى منح الحق على الأقل لصاحب العلامة التجارية غير المسجلة في حماية علامته عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة .

(1) تنص المادة 29 فقرة 2 من الأمر 03-06 على انه "إذا اثبت صاحب تسجيل العلامة بان مساسا بحقوقه وشيكا ، فان الجهة القضائية المختصة تفصل في موضوع المساس بالحقوق وتأمّر بمصادرة الأشياء والوسائل التي استعملت في التقليد وإتلافها عند الاقتضاء "

(2) علي جمال الدين عوي ، القانون التجاري، الطبعة الثانية، دار النهضة العربية ، القاهرة ، بدون سنة طبع ، ص 30

(3) المادة 19 من القانون رقم 19-03 المؤرخ في 2009/02/25 و المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ، ج ر عدد 15

(4) تنص المادة 4 من الأمر 03-06 على انه " لا يمكن استعمال أي علامة لسلع أو خدمات عبر الإقليم الوطني إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأها عند المصلحة المختصة "

و يعد هذا النص مخالفا لأحكام حماية العلامة التجارية الواردة في اتفاقية الأوديبيك لعام 1994 و التي تسعى الجزائر جاهدة للإنتظام إليها، حيث لم تشترط هذه الاتفاقية ضرورة تسجيل العلامة التجارية حتى يمكن المطالبة بالتعويض عن التعدي الواقع عليها ومن ثم فإن اتفاقية الأوديبيك لم تشترط تسجيل العلامة المسبق لأغراض المطالبة بالتعويض جراء التعدي عليها خاصة وأن المشرع الجزائري قام في العشرية السابقة بتعديل عديد القوانين خاصة منها المتعلقة بالملكية الفكرية و المنافسة قصد الانضمام لمنظمة التجارة العالمية ومنه لاتفاقية الأوديبيك والتي تعد أهم الاتفاقيات الملحققة باتفاقية إنشاء المنظمة.

رابعا- شروط دعوى المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية

يشترط لقيام دعوى المنافسة غير المشروعة من جراء الاعتداء على العلامة التجارية ، العناصر التي يتطلبها القانون لقيام المسؤولية وهي وجود أفعال المنافسة غير المشروعة أو ما يسمى بالفعل ، ووجود ضرر جراء أعمال المنافسة غير المشروعة أو ما يسمى بالضرر، وأخيرا علاقة السببية بين أفعال المنافسة غير المشروعة وإلحاق الضرر بالغير.

خامسا- وجود أفعال المنافسة غير المشروعة

لم يحدد قانون العلامات 03-06 صور أو حالات المنافسة غير المشروعة، وإنما أوردها القانون 04-02 والمتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية إذ تنص المادة 27 منه على أنه: " تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في مفهوم أحكام هذا القانون لا سيما منها الممارسات التي يقوم من خلالها العون الاقتصادي بما يأتي:

- 1- تشويه سمعة عون اقتصادي منافس بنشر معلومات سيئة تمس شخصه أو بمنتجاته أو خدماته.
- 2- تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به
- 3- استغلال مهارة تقنية أو تجارية مميزة دون ترخيص من صاحبها.
- 4- إغراء مستخدمين متعاقدين مع عون اقتصادي منافس خلافا للتشريع المتعلق بالعمل.
- 5- الاستفادة من الأسرار المهنية بصفة أجير قديم أو شريك للتصرف فيها قصد الإضرار بصاحب العمل أو الشريك القديم.
- 6- إحداث خلل في تنظيم عون اقتصادي منافس و تحويل زبائنه باستعمال طرق غير نزيهة كتبديد أو تخريب وسائله الإشهارية و اختلاس البطاقات أو الطلبات و السمسرة غير القانونية و إحداث اضطراب بشبكته للبيع.
- 7- الإخلال بتنظيم السوق و إحداث اضطرابات فيه بمخالفة القوانين و/أو المخطورات الشرعية وعلى وجه الخصوص التهرب من الالتزامات و الشروط الضرورية لتكوين نشاط أو ممارسته أو إقامته.
- 8- إقامة محل تجاري في الجوار القريب لمحل منافس بهدف استغلال شهرته خارج الأعراف والممارسات التنافسية المعمول بها.

و الملاحظ من خلال هذا النص أن الصورة الوحيدة التي أوردتها المشرع و المتعلقة بالعلامات التجارية جاءت بما الفقرة 2 و المتمثلة في تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به ، قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك و أوهام في ذهن المستهلك إلا أن الملاحظ من خلال هذه الفقرة أنها لم توضح فيما إذا كان الأمر يتعلق بالعلامة المسجلة فقط أو أن الأمر يمكن أن ينطبق على العلامة غير المسجلة بمعنى هل يمكن لصاحب العلامة غير المسجلة أن يتمسك بدعوى المنافسة غير المشروعة لحماية علاماته و منتجاته ؟ أضف إلى ذلك فإن مصطلح التقليد في قانون العلامات 03-06 يقصد به جميع الاعتداءات التي يقوم بها الغير خرقاً للحقوق الإستثنائية المعترف بها لمالك العلامة المسجلة فقط ، و التقليد وفق هذا المعنى يكتسي أشكالاً مختلفة و كلها لها مدلول جزائي أي تشكل جنحة في نظر الأمر 03-06 و من صور الاعتداء جنحة تقليد العلامة أو تشبيهها، و جنحة استعمال علامة مقلدة أو مشبهة ، و جنحة اغتصاب العلامة المملوكة للغير و جنحة بيع منتجات عليها علامة مقلدة أو مشبهة ... الخ.

سادساً- وجود ضرر جراء أعمال المنافسة غير المشروعة

لا يمكن المطالبة بأي تعويض وفق دعوى المنافسة غير المشروعة إلا إذا أدت أفعال المنافسة غير المشروعة إلى إحداث ضرر للتاجر المنافس الذي وقع الاعتداء على علامته التجارية⁽¹⁾ والضرر الحاصل جراء أعمال المنافسة غير المشروعة قد يكون ضرراً مادياً يصيب التاجر في علاماته التجارية المتعلقة بالتجارة سواء أكانت علامات تجارية أو علامات صنع أو خدمات متعلقة بالخدمات ، كما قد يكون الضرر معنوي يصيب التاجر في سمعته التجارية و سمعة علاماته المتعلقة بتجارته. و سواء أكان الضرر مادياً أو معنوياً فإنه لا يقع على المتضرر إثباته بل أن محكمة الموضوع تستخلصه من قيام أفعال المنافسة غير المشروعة و التي من شأنها إلحاق ضرر ، وهذا خلافاً للقواعد العامة في المسؤولية المدنية التي تشترط على المتضرر إثبات الضرر الذي أصابه.

إلا أنه في مجال المنافسة غير المشروعة فإنه لا يمكنه إطلاقاً إثبات الضرر وإنما يكفي إثبات وقوع أفعال المنافسة غير المشروعة لذلك يلجأ قاضي الموضوع إلى تقدير التعويض تقديراً جزافياً مستخلصاً ذلك من طبيعة أعمال المنافسة غير المشروعة ، و هناك بعض الحالات من أفعال المنافسة غير المشروعة لا يترتب عليها أي ضرر وإنما تهدف الدعوى في هذه الحالة إلى إزالة الوضع غير المشروع بالنسبة للمستقبل⁽²⁾ ، وهو ما يسمى بوقف الاعتداء وهو أحد صور الحماية المدنية للعلامة التجارية فقد أجاز الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات لصاحب تسجيل العلامة إذا أثبت أن مساس بحقوقه أصبح وشيكاً أن يلجأ للمحكمة المختصة للفصل في المساس بالحقوق والأمر بمصادرة الأشياء و الوسائل التي استعملت في التقليد و إتلافها.

(1) عبد الله الخشروم ، الحق في التعويض الناشئ عن التعدي كوجه من وجوه الحماية المدنية للعلامة التجارية دراسة في التشريع الأردني ، مقال

منشور في مجلة أبحاث اليرموك ، جامعة اليرموك ، سنة ، 2004 ص 703

(2) ماهر فوزي حمدان ، المرجع السابق ، ص 83

وحدير بالذكر أن أي اعتداء على العلامة التجارية يسبب ضررا ماديا و معنويا لمالك العلامة ففضلا على كون الاعتداء على العلامة و إن لم يلحق ضررا ماديا بمالك العلامة إلا أنه يمس سمعة مالك العلامة ويشوه سمعة منتجاته أو خدماته ، فإن الحق في العلامة هو حق مزدوج فمن جهة هو حق مالي يتمثل في الفائدة التي يجنيها مالك العلامة من استغلال علامته ، وهو حق معنوي لصيق بشخص التاجر و من ثم فإن المساس بالعلامة التجارية يسبب ضررا ماديا و معنويا لمالك العلامة في الوقت نفسه .

سابعا- علاقة السببية بين أفعال المنافسة غير المشروعة و الضرر

إن المطالبة بالتعويض من طرف المتضرر جراء الاعتداء الواقع على علامته التجارية من جراء المنافسة غير المشروعة يتطلب وجود علاقة سببية بين أفعال المنافسة غير المشروعة التي قام بها المعتدي على العلامة التجارية و بين الضرر الحاصل لمالك العلامة التجارية المعتدى عليها ، فإذا لم يستطع مالك العلامة التجارية إثبات هذه العلاقة بين فعل الاعتداء و الضرر الواقع فلا يمكنه الاستفادة من التعويض عن الضرر. و الملاحظ أن الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات يتيح لمالك العلامة التجارية المطالبة بالتعويض و بوقف أعمال الاعتداء حتى قبل وقوعها⁽¹⁾ ، و الهدف من ذلك هو منع وقوع الضرر جراء المساس بحقوقه على العلامة مستقبلا ، إلا أنه في دعوى المنافسة غير المشروعة وفقا للقانون 04-02 فلا يمكن المطالبة بالتعويض إلا بعد وقوع الضرر و إثبات الضرر علاقة سببية بين أفعال المنافسة و الضرر الواقع له ، كما أن الملاحظ أن الأمر 03-06 يكتفي بالضرر⁽²⁾ أي يكفي إثبات الأفعال التي توحى بأن تقليدا سيرتكب في حين أن القانون 04-02 يشترط إثبات الضرر الواقع فعلا دون الضرر الاحتمالي ، كما أن الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات يتيح لمالك العلامة المسجلة المطالبة بالتعويض وفقا للدعوى المدنية بالتبعية للدعوى الجزائية ، كما يمكن المطالبة بالتعويض بدعوى مدنية مستقلة أمام القضاء المدني.

المبحث الثاني : نطاق الحماية الجنائية للعلامة التجارية

حتى يتمكن مالك العلامة التجارية من ممارسة سلطاته على العلامة التجارية ، لابد من الحصول على مركز قانوني يمكنه من تلك السلطات ، ويكون ذلك من اكتساب العلامة التجارية ، و يترتب على ذلك تمتعه بسلطات المالك من استعمال أو استغلال .

ذلك أن العلامة التجارية أيا كان نوعها أو كان الشكل الذي تتخذه لا تحضي بالحماية القانونية ، ولا ترتب أثارها إلا إذا استوفت هذه الأخيرة الشروط المنصوص عليها قانونا ، و سوف نتطرق الى ذلك في مطلبين

(1) المادة 29 من الأمر 03-06

(1) المادة 28 من الأمر 03-06

نتناول في المطلب الأول إلى الشروط الموضوعية و الشكلية لحماية العلامة التجارية و في المطلب الثاني نتطرق الى حماية العلامة التجارية بين قانون العقوبات و التشريعات الخاصة.

المطلب الأول : شروط حماية العلامة التجارية

لما كان الهدف من العلامة التجارية هو تمييز السلع أو الخدمات, فلا بد أن تتخذ طابعا مميزا في أصالتها وأن تكون جديدة, حتى لا يحدث بينها وبين العلامات الأخرى لبس أو تضليل. ولكي تحضى العلامة التجارية بالحماية يجب أن تتوفر فيها مجموعة من الشروط حددها الأمر 03-06 سنتطرق إليها في فرعين، حيث نتطرق في الفرع الأول الى الشروط الموضوعية، اما الفرع الثاني نتناول الشروط الشكلية .

الفرع الأول : الشروط الموضوعية

لا يكفي أن تتخذ العلامة التجارية شكلا مميزا حتى تتمتع بالحماية القانونية ، بل يجب أن تتوفر فيها عدة شروط وهي : أن تكون ذات صفة مميزة ، وان تكون جديدة لم يسبق استعمالها ، و ألا تكون منافية للنظام العام والآداب العامة إذ أن المبدأ في قانون العلامات التجارية يكمن في حماية الجمهور من الغش والخداع و التضليل الذي قد يتعرض له نتيجة أي اعتداء عليها وحماية مالك العلامة⁽¹⁾

أولا أن تكون مميزة : يشترط لتسجيل علامة تجارية أن تكون لها ذاتية خاصة تميّزها عن غيرها من العلامات⁽²⁾ حتى تتمتع بالحماية القانونية ، ويقصد بذلك أنّ العلامة التجارية تتكون من أسماء أو حروف أو أرقام أو غير ذلك أو أي مجموعة منها؛ وبالتالي يجب أن تتمتع بصفة فارقة أي على شكل يكفل تمييز بضائع صاحبها عن غيره من الناس .

وقد ذهب غالبية التشريعات إلى ضرورة وجود الصفة المميزة للعلامة التجارية حتى تكون محلا للحماية القانونية وهذا ما تناوله المشرع الجزائري من خلال المادة 02 من الأمر 03-06 أن تكون العلامة ذات طابع مميز ، وكذلك تنص المادة 15 من اتفاقية تريس على أن " تعتبر أي إشارة أو مجموعة اشارات تسمح بتمييز السلع أو الخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة لأن تكون علامة تجارية." وعليه؛ فالعلامة المجردة من أي صفة مميزة (فارقة) لا تعد علامة تجارية كالعلامة العادية التي تتكون من كلمات شائعة أو تتخذ شكلاً أو صور مألوفة⁽³⁾؛ كرسم هندسي معيّن كالمربع مثلا أو صورة رجل يركب حصان، أو تدخل عناصرها الأساسية في تركيب المنتج أو العلامة الوصفية التي تتكون من إشارات أو بيانات تستعمل للدلالة على صفة المنتج أو زمن إنتاجه أو مصدره؛ كالبن البرازيلي، أو العناصر

(1) آمنة صامت، المرجع السابق، ص76

(2) سميحة القليوبي، المرجع سابق. ص231

(3) زين الدين صلاح ، المرجع السابق، 96

المكونة له أو وصفه بأوصاف جذابة ؛ كوصف منتج معين بالفاحر إذ لا يجوز لتاجر أن يستأثر بحق استعمال هذه الألفاظ لوصف منتجاته دون غيره من التجار، ولا تعد العلامة مميّزة متى سبق لشخص آخر استعمالها لتمييز منتجات مماثلة أو منافسة، لكن إذا استخدم تاجر آخر نفس العلامة لتمييز منتجاته التي هي من نوع آخر فإنّ العلامة التجارية هنا تكتسب الصفة المميزة أو الفارقة⁽¹⁾ ، لذلك فالتمييز هو أساس الحماية ، والحكمة من التزامه هو تحقيق الغاية الأساسية من العلامة التجارية ، بتمييز المنتجات والسلع والخدمات ، والصفة المميزة لا تعني صفة الإبداع ، بل يقصد به بمفهومه البسيط ، الذي يمنع من الوقوع في الغلط والالتباس⁽²⁾ ويقصد بالطابع المميز للعلامة أن يتخذ التاجر شكلا لعلامته يمكن الجمهور من التعرف على منتجه أو خدمته وسط المنتجات أو الخدمات على أن يكون من نفس الطبيعة التي يعرضها التجار المنافسون⁽³⁾ .

والتمييز شرط أساسي إذ من غير المستطاع تقرير حق خاص على العلامة وإحاطته بالحماية القانونية إلا إذا كانت للعلامة ذاتية خاصة أو صفة مميزة ، حتى يمكن تعيين محل الحق ، ورسم حدوده على وجه إذا كانت للعلامة ذاتية خاصة أو صفة مميزة ، حتى يمكن تعيين محل الحق ، ورسم حدوده على وجه الدقة ، فإذا اتخذ تاجر علامة لتمييز منتجاته رمزا ، أو رسما أو صورة ، أو كلمة ، أو حرفا ذاتعا معروفا ، فلا يجوز لن يدعي عليه بحق خاص ، إلا إذا أضاف إليه أشياء تجعله مميزا⁽⁴⁾ . وعلى هذا الأساس فان العلامة التجارية التي لا تتضمن ما يميزها عن العلامة المشابهة تفقد شرط أساسي ، فلا تعد موجودة ، ولا يمكن استغلالها وهذا ما نصت عليه 01/07⁽⁵⁾ من الأمر 06-03 . كما يمنع المشرع استعمال كافة الرموز المطابقة أو المشابهة التي تحدث لبسا أو تمس حقوقا سابقة أو مشهورة أو اسم تجاري ، وهو نفس اتجاه المشرع الفرنسي والمشرع المصري⁽⁶⁾ . إن تقدير ما إذا كانت العلامة مميزة من عدمه تختص به محكمة الموضوع ، فهو يخضع للسلطة التقديرية للقاضي ، وينظر للعلامة في مجموعها إلى العناصر التي تتكون منها . أي أن العبرة بالصورة العامة التي تنطبق في ذهن المستهلك نتيجة تركيب هذه الصور أو الرموز التي تبرز علامة أخرى .

وفي هذا الإطار نجد أن مجلس قضاء الجزائر قضى في قراره الصادر بتاريخ 1989/01/30 أن تسمية

(1) محمد حسني عباس، الملكية الصناعية و المحل التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة ، ص 202 .

(2) نعيم مغيب ،الماركات التجارية و الصناعية، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى ،دون دارنشر ،دون سنة،ص 68

(3) محمد السيد الفقي ، دروس في القانون التجاري الجديد ، الطبعة الثانية، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2000، ص 344

(4) محسن شفيق ، القانون التجاري المصري ،الجزء الأول،دار الثقافة للنشر،القاهرة، ص 482

(5) تنص المادة 01/07 على انه " تستثنى من التسجيل الرموز التي لا تعد علامة بمفهوم المادة 01/02 من نفس الأمر "

(6) تنص المادة 67 من قانون حماية الملكية الفكرية المصري على انه " لا يسجل كعلامة تجارية أو كعنصر منها ما يأتي : العلامات الخالية من أية صفة مميزة أو المكونة من علامات أو بيانات ليست إلا التسمية التي يطلقها العرف على المنتجات أو الرسم أو الصورة العادية لها "

Banita تشكل تقليد للعطر Habanita وجاء في حيثياته " انه يستخلص من مجرد المقارنة بين بطاقات المتهم، وبطاقات الطرف المدني وجود تشابه صارخ بينهما من حيث الرسوم والألوان، ومن حيث السمع (1) .
ثانيا : الجدة :

تعتبر العلامة التجارية جديدة إذا توافر فيها عنصرا مميزا على الأقل، وتعتبر العلامة التجارية فاقدة لشرط الجدة إذا ما ثبت أن أحد الأشخاص قام باستعمالها أو تسجيلها لتمييز منتجاته أو بضائعه أو خدماته ؛ فإذا ما ثبت ذلك فإنه يتمتع على غيره استعمال أو تسجيل تلك العلامة وإلا وقع تحت طائلة المسؤولية (2)، وكما أن الجدة المطلوبة هي ليست الجدة المطلقة بل الجدة النسبية في خلق وابتكار العلامة التجارية من أجل تطبيقها على السلع، وعدم استعمالها من جانب تاجر منافس لتمييز سلع أو خدمات شبيهة أو مماثلة ، ويترتب على ذلك أن العلامة التجارية تعتبر جديدة حتى ولو سبق استعمالها على نوع آخر من السلع؛ فالعبرة باستعمال العلامة التجارية على ذات السلع المراد وضعها عليها أي السلع المماثلة.
وشرط الجدة النسبي مقيّد في أربعة نواحي من حيث المنتجات والزمان والمكان والعلامات .

1- : من حيث نوع (صنف) المنتجات :

تعتبر العلامة التجارية جديدة حتى ولو سبق استعمالها على نوع آخر من السلع؛ وبناءً على ذلك فإنّ العلامة التجارية لا تفقد جديتها إلا إذا سبق استعمالها على السلع المماثلة أو المتشابهة من منتج أو تاجر منافس (3).

2- : من حيث الزمان:

ويقصد بالجدة من حيث الزمان الجدة النسبية وليس الجدة المطلقة؛ فشرط الجدة لا يعني اشتراط عدم سبق استعمال أو تسجيل العلامة مطلقاً في الماضي؛ فالعلامة تعتبر جديدة حتى ولو كان قد سبق استعمالها من ذات نوع السلع أو المنتجات إذا ما أوقف استعمالها مدة طويلة أو لم يقم صاحبها بتجديدها.

3- : من حيث المكان:

العلامة التجارية تتمتع بالحماية القانونية داخل إقليم الدولة بأكمله، ومعنى ذلك أنّ العلامة تعتبر جديدة إذا لم يسبق استعمالها داخل إقليم الدولة بأكمله ، فإذا سبق استعمالها في جزء فقط من الإقليم كان هذا كافياً لفقد عنصر الجدة للعلامة التجارية .

(1) محاضرات أقيمت من طرف القاضيتين : خطابي نسيمة و فاس ليديا بنزل الاوراسي في إطار الملتقى حول الملكية الفكرية أيام 12 ، 13 ديسمبر 2005 بعنوان التطبيقات القضائية في مجال العلامات التجارية
(2) زين الدين صلاح، المرجع السابق، ص98
(3) سميحة القليوبي، المرجع اسابق، ص234

4- : من حيث العلامات:

يُعنى بها وجوب أن تكون العلامة التجارية المراد تسجيلها غير مطابقة أو مشابهة لعلامة تجارية أخرى سبق استعمالها أو تسجيلها
ثالثا : مشروعية العلامة :

بمشروعية العلامة التجارية أن لا تكون مخالفة لنص أمر أو لقاعدة قانونية ، أو أن لا تكون ممنوعة قانوناً بقانون العلامات التجارية أو أي قانون أو تشريع يرتبط بها، وأن لا تكون العلامة التجارية مخالفة للنظام العام أو الآداب العامة ، وتعني المشروعية عدم اتخاذ العلامة التجارية شكلا من الأشكال التي حظرتها اغلب التشريعات الخاصة بالعلامات التجارية ، كما أكدت عليه الاتفاقيات الدولية المعنية بالعلامات التجارية والتي يختلف تحديدها من مجتمع لآخر ومن زمان لآخر لكونها فكرة مرنة، وكما هو سائد ما يكن مخالف للنظام العام أو الآداب العامة في مجتمع ما و زمان ما قد لا يكون مخالف في مجتمع و زمن آخر، وكما أن هنالك علامات لا يجوز اتخاذها كعلامات تجارية ؛ لما تتصف به من حرمة تستحق الصيانة من الابتدال في التعامل التجاري والصناعي، أو من اتخاذها وسيلة للإيحاء بنفوذ أو رعاية سياسية؛ وقد حرص المشرع الجزائري على منع تسجيل بعض أشكال العلامات التجارية لما تتمتع به من مخالفة للنظام العام و الآداب العامة، ومنعاً للتضليل و إيهام الناس بما هو ليس بحق ، وهذا ما تضمنته المادة 04 /07 من الأمر 03-06 " يستثنى من التسجيل الرموز المخالفة للنظام العام والآداب العامة والتي يحظر استعمالها سواء بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الدولية والتي تكون الجزائر طرفا فيها " أيضا وهذا ما تناولته المادة 06⁽¹⁾ من اتفاقية باريس .
و إضافة إلى ما سبق ذكره فمشروعية العلامة تتوقف أيضا إلى الشروط التالية :

- عدم استعمال الوسامات الوطنية والأجنبية أو الرموز الثورية أو الدمغات الرسمية : ونصت على ذلك المادة 05/07 من الأمر 03-06 : " على ان الرموز التي تحمل من بين عناصرها نقلا أو تقليدا لشعارات رسمية أو أعلام أو شعارات أخرى أو اسم مختصر أو رمز أو إشارة أو دمغة رسمية تستخدم للرقابة أو الضمان من طرف الدولة أو منظمة حكومية انشأت بموجب اتفاقية دولية إلا إذا رخصت لها السلطة المختصة لهذه الدولة أو المنظمة بذلك " . وتبعاً لذلك لا يمكن لأحد أن يستخدم مثلاً شعار الاتحاد الإفريقي أو هيئة الأمم المتحدة أو شعار الفضائيات أو رموز الألعاب الاولمبية كرمز لمنتجاته إلا بترخيص .

(1) تنص المادة 06 على انه " العلامة تعد غير صحيحة إذا كانت مخالفة للأخلاق السليمة والنظام العام ..."

- ألا تكون مغشوشة : لا يجوز للعلامة أن تحتوي بيانات كاذبة عن مصدر السلعة وصفتها ، لأنه بذلك يعد تظليل للمستهلك ، المادة 06/07 من ذات الأمر : " يستثنى من التسجيل الرموز التي يمكن أن تظلل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يخص طبيعة أو جودة أو مصدر السلع أو الخدمات والخصائص الأخرى المتصلة به " .

وعلى هذا الأساس تعتبر العلامة مغشوشة إذا أقدم صاحبها على تأكيد عملية الإيداع ، أو قام بلصق علامة على منتجاته ، وهي ملك للغير .

رابعا : شرط الإدراك عن طريق البصر

ويقصد بذلك أن العناصر التي يجوز أن تدخل في تركيب العلامة التجارية يلزم إظهارها بصورة مادية ملموسة تدرك بواسطة البصر، أي يمكن رؤيتها بالعين المجردة وهذا ما تضمنته المادة 1/15 من اتفاقية تريبس " على اشتراط أن تكون العلامات المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر كشرط لتسجيلها" أما المشرع الجزائري لم يذكر ذلك صراحة ، وإنما يستشف من ذلك ضمينا من قوله " العلامات القابلة للتمثيل الخطي ، خلافا للمشرع المصري الذي حذا حذو اتفاقية تريبس و نص عليها صراحة في نص المادة 63 من قانون الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002 " وفي جميع الأحوال يتعين أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر "

خامسا : شرط كتابة العلامة التجارية باللغة العربية:

نص المشرع المصري من خلال قانون الملكية الفكرية نص بوجوب استعمال اللغة العربية إذ تنص المادة 64 منه " تختص مصلحة التسجيل التجاري بتسجيل العلامات التجارية في السجل الخاص بهذه العلامات وفقا لأحكام هذا القانون ، ولائحته التنفيذية ، وذلك مع مراعاة حكم المادتين (3 ، 4) من القرار رقم 115 لسنة 1958 في المكاتبات والفتات بوجوب استعمال اللغة العربية " أما المشرع الجزائري فانه لم يشترط كتابة العلامة التجارية باللغة العربية لعدة اعتبارات ⁽¹⁾ ففرضها كشرط لتسجيل العلامة يتعارض مع اتفاقيات دولية كاتفاقية باريس ومدريد من جهة ، ومن جهة ثانية لا يتصور تسجيل علامة تجارية واحدة بلغة كل بلد .

الفرع الثاني : الشروط الشكلية

تتفق التشريعات المقارنة على وجوب تسجيل العلامة التجارية ، حتى تتمتع بالحماية الجنائية ، و تصبح صحيحة للإستغلال التجاري.

(1)امنة صامت، المرجع السابق ، ص 87

ولقد نصت المادة 13 من الأمر 03-06 : " تحدد تشكيلات إيداع العلامة وكيفية وإجراءات فحصها و تسجيلها ونشرها لدى المصلحة المختصة عن طريق التنظيم " . ولهذا الغرض صدر المرسوم التنفيذي رقم 05-277⁽¹⁾ الذي ينظم الإجراءات الخاصة بالإيداع والتسجيل النشر .

أولا - تسجيل وإيداع العلامة التجارية :

إن لعملية الإيداع أهمية بالغة في حماية حقوق صاحب العلامة ، إذ تعتبر قرينة على ملكيتها و بالرجوع إلى المادة 04 من المرسوم التنفيذي 05-277 التي تنص : " تطبيقا للمادة 13 من الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 يتضمن طلب تسجيل العلامة ما يأتي :

- 1- طلب التسجيل يقدم في الاستمارة الرسمية يتضمن اسم المودع وعنوانه الكامل .

- 2- صورة من العلامة على أن لا يتعدى مقاسها الإطار المحدد لهذا الغرض في الاستمارة الرسمية ، وإذا كان اللون عنصرا مميزا للعلامة ويشكل ميزة للعلامة ، على المودع أن يرفق الطلب بصورة ملونة للعلامة
- 3- قائمة واضحة وكاملة للسلع والخدمات .
- 4- وصل يثبت دفع رسوم الإيداع والنشر المستحقة .

ذلك ويعتبر تاريخ الإيداع هو تاريخ استلام المصلحة المختصة الطلب المذكور أعلاه المادة 03⁽²⁾ من المرسوم التنفيذي 05-277 ، ويقصد بالمصلحة المختصة المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية.

والملاحظ أن المادة 04 كانت أكثر دقة ووضوح خاصة عند طلب من المودع إرفاق طلبه بصورة ملونة للعلامة في حالة ما إذا كان اللون مميزا للعلامة .فحص ملف الإيداع : يتولى المعهد بعد تلقيه طلب الإيداع فحص الإيداع من حيث الشكل ، ومن حيث المضمون ، فينظر ماذا كان استوفى الشروط الشكلية السابقة الذكر ، ففي حالة عدم استيفاء إجراء الإيداع لها ، يخول لهذه المصلحة أن تطلب من المودع تسوية طلبه ، وذلك في اجل شهرين ، والذي قد يمدد بناء على طلب مسبب ، وفي حالة انقضاء الأجل دون جدوى يرفض طلب التسجيل دون الحق في استرداد الرسوم المدفوعة .

(1) المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المؤرخ في 02 أوت 2005 الذي حل محل المرسوم رقم 66-63 المؤرخ في 26 مارس 1966 وكان يتضمن تطبيق الأمر رقم 66-57 ، الجريدة الرسمية، الصادرة بتاريخ 01 افريل 1966 عدد 26

(2) تنص المادة 03 على انه " يتم إيداع طلب تسجيل علامة مباشرة لدى المصلحة المختصة المحدد في المادة 02 من الأمر 03-06 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 والمذكور أعلاه ، أو يرسل إليها عن طريق البريد ، أو بأي وسيلة أخرى مناسبة تثبت الاستلام ، تسلم أو ترسل إلى المودع أو وكيله نسخة من طلب التسجيل تحمل تأشيرة المصلحة المختصة وتتضمن تاريخ وساعة الإيداع"

أما الفحص الموضوعي لطلب الإيداع فهي تسمح للهيئة المختصة بالبحث ما إذا كانت العلامة مطابقة للقانون أم لا ، ومن ثم يجوز لها رفض الملف .

ومن ناحية أخرى فإنه يلاحظ الشروط الموضوعية الآتية :

- السمة المميزة للعلامة المودعة .

- الصفة المشروعة والمطابقة للآداب العامة .

والجزء في حالة وجود عيوب موضوعية فإنه الرفض الكلي أو الجزئي للإيداع ، ففي حالة عدم التسوية فيبلغ القرار للمودع ، والذي له الحق في أن يقدم ملاحظاته في مدة 03 أشهر ، يمكن تمديدتها بشرط أن لا تتعدى المدة الإجمالية الستة أشهر⁽¹⁾

وإذا تعلق الأمر بوجود علامة مشابهاً لعلامة أخرى - قدم طلب بإيداع تسجيلها - فإن المصلحة المختصة تأخذ الموافقة الكتابية لصاحب الحق الأسبق ، أما إذا تبين الفحص الموضوعي مطابق لجزء من السلع والخدمات المبينة في الطلب فلا تسجل العلامة إلا لهذه السلع والخدمات .

وفي حالة ماذا استوفى صاحب العلامة الشروط الشكلية والموضوعية فإنه يصبح مالكا للعلامة ، وذلك ابتداء من تاريخ التسجيل ، وهو ما نصت عليه المادة 05 من الأمر 03-06 حيث جاء فيها : " يكتسب الحق في العلامة بتسجيلها لدى المصلحة المختصة ... "

ونشير أن المشرع الجزائري قد اخذ بنظام الأسبقية الشكلية أو الإيداع المطلق ، بحيث تنقرر الحماية القانونية الخاصة بالعلامة لمن له الأسبقية في التسجيل ، ليكون بذلك قد انتهج نفس المبدأ الذي جاءت به اتفاقية

ترييس⁽²⁾

ثانيا - تجديد الإيداع :

مبدئياً ينتج إيداع العلامة أثارا طيلة عشر سنوات⁽³⁾ ، لكنه يجوز أن تستمر الحماية القانونية في حالة التجديد مقابل دفع الرسوم ، وهكذا يمكن تجديد الإيداع كلما انتهت المدة المحددة قانونا وعدد التجديدات غير محدد ، ويجب القيام بها في مهلة 06 أشهر التي تسبق انقضاء التسجيل أو لي الأكثر الستة أشهر التي يتلي الانقضاء⁽⁴⁾ ، غير انه في حالة عدم تجديد الإيداع في الوقت

(1) آمنة صامت ، المرجع السابق ، ص 100

(2) غير أن الأمر يختلف بالنسبة للتشريعات الأخرى ، ففي فرنسا يكون الحق في ملكية العلامة للأسبق في الاستعمال ، أما الإيداع فليس منشأ لحق الملكية بل هو مقرر له فحسب ، أما النظام الألماني فيكون بمقتضاه الإيداع منشأ لحق الملكية ، وهناك من الدول من تأخذ بنظام وسط كالمشرع اللبناني وهو نظام الإيداع ذي الأثر المنشئ المؤجل ، بحيث تكون أسبقية الاستعمال هي أساس حق ملكية العلامة ، إما الإيداع فلا ينشئ حق الملكية بل يقرره .

(3) راجع المادة 05 من الأمر 03-06

(4) انظر المادة 18 من المرسوم التنفيذي 05-277

المحدد ، لا يجوز للغير تملك العلامة التي أراد المشرع حمايتها في هذه الفترة . غير أن المرسوم التنفيذي 05-277 ولا سيما في المادة 19 منه على انه يكفي لطلب تجديد الإيداع أن يثبت صاحب العلامة انه قام باستغلالها في السنة التي تسبق انقضاء التسجيل ، حتى ولو لم يتم باستغلالها طوال السنين السابقة فهذا النص يخالف النص التشريعي⁽¹⁾ والذي ينص صراحة على واجب استعمال العلامة بصورة جدية .

ثالثا- التسجيل والنشر :

و لان العلامات هي رمز لمنتجات أو خدمات مشروع اقتصادي ، فيشترط تسجيلها بعد حصول الإيداع الصحيح ، ويقصد بالتسجيل القرار الذي يتخذه مدير المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية والذي يؤدي إلى قيد العلامة في فهرس خاص بمسكه المعهد ، ويكون لصاحبها بعد تسديد الرسوم المستحقة الحصول على شهادة تعريف تضم كل البيانات مفيدة .

أما النشر فيتكلف به المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ، ويقصد به شهر إيداع العلامة في النشرة الرسمية للعلامات ، حيث تنشر بصفة دورية ، وتحدد فيها رقم العلامة ، ومميزاتها ، واسم المالك لها ، وتصدر هذه النشرة كل ثلاثة أشهر ، والهدف من ذلك إعلام الغير واطلاعه على العلامات.

المطلب الثاني : حماية العلامة التجارية بين قانون العقوبات والتشريعات الخاصة

تعد العلامة التجارية إحدى الوسائل الهامة المعتمد عليها في إطار التنافس التجاري , ذلك أن التاجر أو المنتج يميز بضائعه أو منتجاته عن الغير عن طريق العلامة التجارية ما يستوجب توفير الحماية لهذه الأخيرة خصوصا وأن العلامة التجارية أصبحت تشكل ثروة هامة من الناحية التجارية ويظهر ذلك جليا في بعض العلامات التجارية المشهورة على الصعيد العالمي لذا فقد وضعت معظم الدول قوانين خاصة تحمي العلامات التجارية وهذه الحماية لا تقتصر على إلزام المعتدي على العلامة التجارية المسجلة بدفع تعويضات مادية² حيث أن هذه الحماية المدنية لوحدها لا تكفي لمنع الاعتداء بل توسع المشرع في الحماية القانونية ليضيف عنصر العقاب على المعتدي ، وستتطرق الى هذه الحماية من خلال الفرع الأول الذي نشير فيه الى

(1)تنص المادة 11 من الأمر 03-06 على ان " ممارسة الحق المخول عن تسجيل العلامة مرتبط بالاستعمال الجدي للعلامة على السلع ، أو توظيفها أو على صلة مع الخدمات المعرفة بالعلامة .

يترتب على عدم استعمال العلامة إبطالها ماعدا في الحالات الآتية :

- إذا لم يستغرق عدم الاستعمال أكثر من ثلاث سنوات دون انقطاع

- إذا لم يتم مالك العلامة قبل انتهاء هذا الأجل بتقادم الحجة بان ظروف عسيرة حالت دون استعمالها ، ففي هذه الحالة يسمح بتمديد الأجل إلى سنتين على الأكثر "

عدم تجريم الإعتداء على العلامة التجارية في قانون العقوبات ثم تنطبق في الفرع الثاني الى حماية العلامة التجارية في التشريعات الخاصة.

الفرع الأول : عدم تجريم الاعتداء على العلامة التجارية في قانون العقوبات

يعد النظام القانوني الجنائي الوسيلة الفعالة والناجعة في حماية المصالح الأساسية والقيم الجوهرية التي يقوم عليها النظام في المجتمع ، فهو ببيان متكامل يهدف إلى تحقيق الضبط الاجتماعي في المجتمع الذي يطبق فيه (1) ، ولأن قواعده تتسم بفاعليتها ، وسرعة تطورها وتعديلها بما يتفق مع احتياجات وظروف المجتمع المستجدة(2)

وإذا كان قانون العقوبات يهدف إلى حماية القواعد التي يرى المشرع ضرورتها لحسن سر المجتمع كله بفرض الجزاءات الرادعة عند مخالفة هذه القواعد ، فإن أهمية الحاجة إليه تزداد ، وبخاصة في الوقت الحاضر ، حيث طغت المادة على القيم والمبادئ ، في الوقت الذي أدت فيه السياسة الاقتصادية والاجتماعية إلى ظهور بعض الجرائم التي تمس الاقتصاد وتضر المستهلك .

وفي إطار تدخل المشرع في توفير الحماية الجنائية للعلامة التجارية في قانون العقوبات ، فإنه يتصور هذا التدخل بأسلوبين :

الأول : بالنص مباشرة على تجريم الاعتداء (التجريم النصي المباشر)

الثاني : فهو غير مباشر ، إذ يفترض في هذا الأسلوب خلو قانون العقوبات من نص صريح يجرم التعدي على العلامة التجارية ، وبالتالي فإنه يتم التوصل إلى توفير الحماية الجنائية للعلامة التجارية عن طريق نصوص أخرى في ذات القانون .

وبالرجوع إلى قوانين العقوبات في غالبية الدول ، وبتطبيق أساليب التجريم فإنه يلاحظ بان قوانين العقوبات قد جاءت خالية من النص على توفير الحماية الجنائية للعلامة التجارية ، وان ورد في هذه القوانين النص على تلك الحماية للعلامات الحكومية فقط.

أما المواد التي وردت في قانون العقوبات المصري بشأن العلامات التجارية هي : (المادة 208⁽³⁾ و 350⁽⁴⁾)

(1) جلال ثروت ، النظام القانوني الجنائي ، عناصر تكوينه - مصادره - خصائصه ومنهج تفسير قواعده، الطبعة الثانية ، دار النهضة العربية ، 2006 ، ص5

(2) احمد فتحي سرور ، أصول السياسة الجنائية ، الطبعة الثانية ، دار النهضة العربية ، القاهرة، 1989 ، ص 17

(3) تنص المادة 208 على انه " يعاقب بالحبس كل من قلد ختما أو دمعة أو علامة لإحدى الجهات أيا كانت أو الشركات الماذونة من قبل الحكومة أو احد البيوت التجارية ، وكذا من استعمل شيئا من الأشياء المذكورة مع علمه بتقليدها

(4) تنص المادة 350 على انه " ويحكم أيضا بدفع غرامة لا تتجاوز مائة جنيه مصري على من قلد أشياء صناعية أو ألحانا موسيقية مختصة بمؤلفيها أو بمن تنازلوا له عنها أو قلد علامة فورية مختصة بصاحبها دون غيره تطبيقا للوائح "

فهي ملغاة والمادة 351⁽¹⁾ فهي كذلك ملغاة .

وباستقراء نستوص هذه المواد نصل إلى أن تقليد العلامات التجارية كان يعاقب عليه وفقا لأحكام قانون العقوبات بمقتضى نصين هما المادة 208 و المادة 351 ، وتختلف القوبة في كل منهما ، فهي في الأولى اشد منها في الثانية ، وقد اختلف في أي النصين واجب التطبيق ، واستقر رأي محكمة النقض المصرية على انه وحده نص المادة 350 لأنه يتعلق بالعلامات التجارية بوجه خاص ، بينما يتناول نص المادة 208 العلامات بوجه عام ومن بينها العلامات التجارية ، فكان نص المادة 350 بالنسبة لنص المادة 208 هو من قبيل التخصيص بعد التعميم ، فيجب أن تكون له الارحجية .

ولما كان نص المادة 350 يشير إلى اللوائح الخاصة بالعلامات التجارية ، وكانت هذه اللوائح لم تصدر حتى عام 1939 ، فقد درجت محكمة النقض في اعتبارها هذا النص معطلا ، وكانت تحكم تبعا لذلك بالبراءة في حالة تقليد العلامات التجارية ، واتبعت ذات الحل فيما يتعلق بنص المادة 351 الخاص ببيع البضائع التي تحمل علامات مقلدة أو عرضها للبيع ، واستمر الحال كذلك حتى صدور القانون رقم 57 لسنة 1939 فنص على ما يعتبر من العلامات التجارية ، ونظم كيفية تسجيلها ، وعدد الجرائم المتعلقة بها ، والجزاءات التي توقع عليها ، وألغى نصوص قانون العقوبات الخاصة بها ، وعلى هذا أصبحت المادتان 350 و 351 من قانون العقوبات ملغتين فيما يتعلق بما ورد فيهما بشأن العلامات التجارية⁽²⁾ ، وحلت محلها في هذا الصدد المادة 33 من القانون رقم 57 لسنة 1939 ، ثم

ألغيت هذه المادة وحلت محلها المادة 113 من قانون حماية الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002 . ولما كانت المادة 113 من القانون المذكور لا تتعلق إلا بالعلامات المسجلة ، وكانت المادة 208 من قانون العقوبات تتكلم في العلامات إطلاقا ، ولم تشر إلى لوائح أو قوانين ، وهنا يرى بعض الفقه⁽³⁾ إن هذه المادة غير معطلة في الوقت الحاضر إلا بالنسبة للعلامات التجارية المسجلة ، إذ لا تخضع هذه العلامات إلا لنص المادة 33 من القانون رقم 57 لسنة 1939 .

أما بالنسبة للعلامات التجارية غير المسجلة ، فيظل نص المادة 208 من قانون العقوبات المصري ساريا فيما

(1) تنص المادة 351 على انه " كل من باع أو عرض للبيع مصنوعات حملت تقليدا أو بضائع صار وضع تلك العلامات المزورة عليها ، وكذلك من غنى علنا بنفسه بالخان موسيقية أو حمل غيره على التغني بها ، أو لعب ألعابا تياتيرية أو حمل غيره على اللعب بها أضرارا بمخترعيها يحكم عليه بدفع غرامة لا تتجاوز عشرين جنيها مصريا "

(2) محسن شفيق ، المرجع السابق ، ص 541

(3) نفس المرجع ، ص 541

يتعلق بها ، فيعتبر تقليدها أو استعمالها مع العلم بتقليدها جريمة يعاقب عليها بالحبس .
ويختلف نص المادة 208 من قانون العقوبات المصري عن نص المادة 113 من قانون حماية الملكية الفكرية
رقم 82 لسنة 2002 في أمرين :

أولا : إن المادة 113 من القانون ذاته لا تتعلق إلا بالعلامات المسجلة والمعتبرة تجارية ، أي العلامات التي
تكون وظيفتها تمييز السلع والمنتجات ، أما المادة 208 من قانون العقوبات فهي اعم من ذلك واشمل لأنها
تناول كل علامة ن سواء أكانت وظيفتها تمييز السلع أم شيء آخر ، ومن البديهي أن المادة 208 من
قانون العقوبات المصري تشمل فيما تشمله معنى العلامة التجارية .

ثانيا : إن الأفعال التي تعاقب عليها المادة 113 أوسع مدى من الأفعال المذكور بالمادة 08 من قانون
العقوبات المصري ، فالمادة 113 تعاقب على التزوير العلامات التجارية ، وتقليدها واستعمالها مع العلم
بتزويرها أو تقليدها ووضعها بسوء قصد على المنتجات ، وبيع وحيازة السلع التي تحمل العلامات المزورة أو
المقلدة أو المغتصبة ، بينما لا تعاقب المادة 208 من قانون العقوبات المصري إلا على تقليد العلامات
واستعمالها مع العلم بتقليدها ، وعلى هذا لا جريمة بشأن العلامات غير المسجلة إلا إذا قلدت أو استعملت
مع العلم بتقليدها أما تزويرها واستعمالها مع العلم بتزويرها واغتصابها وبيع أو حيازة المنتجات التي تحملها
وهي مزورة أو مقلدة أو مغتصبة ، فكلها أفعال لا عقوبة عليها⁽¹⁾.

وباستقراء نصوص قوانين العقوبات فإنه يلاحظ إن هذه القوانين لم تتدخل لإسباغ الحماية الجنائية على
العلامة التجارية ، وبمعنى أحر فإنها لم تتضمن نصوصا تجرم الاعتداء على العلامة التجارية بأية صورة ،
وبالتالي لم تحدد الجزاء لهذا الاعتداء .

وترتبا على ذلك فإنه يمكن الذهاب إلى أن المشرع الجنائي في غالبية الدول لم يسبغ الحماية الجنائية
للعلامة التجارية في القانون العام ، ولم يورد في هذا القانون نصوصا تعتبر الاعتداء على العلامة التجارية جرما
يعاقب عليه في القانون ويحدد له الجزاء⁽²⁾.

لهذا وبتطبيق أساليب التحريم على صور التعدي على العلامة التجارية ، فإنه لا يمكن استخدام هذه
الأساليب في الجرائم الاعتداء عليها ، ذلك انه بالنسبة للنص التجريمي المباشر فإنه لم يرد في قوانين العقوبات

(1) محسن شفيق ، المرجع السابق ، ص 543

(1) ناصر عبد الحليم السلامات ، الحماية الجزائية للعلامات التجارية ، الطبعة الثانية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ص 192

أي نص يجرم صراحة الاعتداء على العلامة التجارية ويحدد له الجزاء ، وكذلك لا يمكن تصور استخدام أسلوب التجريم غير المباشر في الجرائم الواقعة على العلامة التجارية ، ذلك لاختلاف شروط التجريم ، وخصوصية جرائم الاعتداء على العلامة التجارية .

الفرع الثاني : الحماية الجنائية للعلامة التجارية في التشريعات الخاصة

قبل الإشارة إلى صور التعدي على الحماية الجزائية على العلامة التجارية التي تهدف إلى حماية المستهلك ، وحماية مالك العلامة التجارية ، وهذا يمنع الغير من استغلال أو استعمال هذه العلامة . لا بد من تعريف الحماية الجزائية هذه الأخيرة تعرف بأنها الحماية التي تتخذ من قواعد القانون الجنائي الموضوعية موضوعا لها عن طريق تجريم الفعل الذي يشكل عدوانا على تلك المصلحة أو إباحة الفعل الذي يسهم في حمايتها رغم أنه يشكل في الأصل جريمة أو إعفاء مرتكبه من العقاب .

أما بالنسبة للحماية الجزائية المقررة للعلامة التجارية, فإنها تندرج ضمن صورة التجريم والعقاب إذ تكفلت بذلك مختلف قوانين العلامات التجارية المقارنة.

وباستقراء نصوص التشريعات التي تتناول أحكام الحماية للعلامة التجارية ، فإنه يلاحظ من هذه التشريعات تتناول الإجراءات التنظيمية لأحكام العلامات التجارية ، من خلال تعريف العلامة التجارية وإجراءات تسجيلها والاعتراض ، و النشر وكذلك التحديد وصولا إلى تحديد نماذج التعدي على تلك العلامة ، والجزاء المناسب للحناءة ، فالمشروع الجزائري نظم أحكام العلامات التجارية من خلال الأمر 03-06 ، وذلك بالنص على القواعد التنظيمية ، إذ انه أعطى تعريفا للعلامة التجارية من خلال المادة 02 من الأمر 03-06 ، كما تناول العلامات التي لا يمكن تسجيلها وذلك في المادة 07 من ذات الأمر . إضافة إلى ذلك عمد المشروع الجزائري من خلال المرسوم التنفيذي 05-277 الذي يحدد كفاءات إيداع العلامة وتسجيلها .

- القواعد التنظيمية للعلامة التجارية : إن إلمام الحماية الجنائية على العلامة التجارية ضمن تشريعات خاصة بما يعد من الوسائل غير المباشرة التي يهدف المشرع من خلالها إلى حماية المستهلك ، وذلك بتحديد صور الاعتداء على هذه العلامة وجزاء هذا التعدي ، لما في ذلك من تحقيق مصلحة مزدوجة تتمثل في توفير الحماية لمالك العلامة التجارية ، وذلك بمنع غيره من استغلالها أو استعمالها ، وكذلك توفير حماية للمستهلك من الغش والخداع والتظليل في مجال التعامل التجاري ، إذ من شأن تجريم الاعتداء على العلامة التجارية المساهمة في القضاء على وسيلة تعد من أهم وسائل تظليل وخداع المستهلك وغشه في نوعية ومصدر البضاعة التي يفضلها ، وكذلك تساهم هذه الحماية في استقرار الأمن الاقتصادي والتجاري .

وباستقراء نصوص التشريعات التي تتناول أحكام الحماية للعلامة التجارية فإنه يلاحظ أن كافة هذه التشريعات تتناول وبجسب الأصل الإجراءات التنظيمية لأحكام العلامات التجارية وإجراءات التسجيل و الاعتراض عليه ، وتحديد هذا التسجيل ، أيضا المشرع المصري تناول في قانون حماية الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002 تعريفا للعلامة التجارية في نص المادة 63 ، وكذلك العلامات التي لا يمكن تسجيلها وإجراءات التسجيل من المادة 64 إلى المادة 112 .

وبالنظر إلى هذه التشريعات وبعد تحديد القواعد التنظيمية للعلامة التجارية ، فالمشرع أورد الحماية الجنائية، وذلك بتحديد الأفعال التي تعد من قبيل الاعتداء على العلامة التجارية و كذلك تحديد العقوبات التي توقع على المعتدي ، فالمشرع الجزائري من خلال المادتين 32⁽¹⁾ و 33⁽²⁾ من الأمر 03-06 حدد صور التعدي على العلامة التجارية والعقوبة المقررة لها .

هذا وتناول أيضا المشرع الفرنسي نفس الاتجاه ، حيث نص على جرائم الاعتداء على العلامة التجارية في المادتين 716-09 و 716-10 من قانون الملكية الفكرية الفرنسي .

كذلك المشرع المصري تطرق إلى صور الاعتداء على حقوق العلامة التجارية في المادتين 113 و 114 من قانون حماية الملكية الفكرية المصري .

أيضا حدد المشرع الأردني صور التعدي والجزاء من خلال المادة 38 من قانون العلامات التجارية .

(1) تنص المادة 32 على انه " مع مراعاة الأحكام الانتقالية لهذا الأمر ودون الإخلال بأحكام الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 08 يونيو سنة 1966 والمتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم ، فإن كل شخص ارتكب جنحة التقليد يعاقب بالحبس من (6) أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار (2.500.00 د ج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 د ج) أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط مع :
- الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة
- مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة
- إتلاف الأشياء محل المخالفة "

(2) تنص المادة 33 على انه " يعاقب بالحبس من شهر إلى سنة و بغرامة من خمسمائة ألف دينار (500.00 د ج) إلى مليوني دينار (2.000.000 د ج) أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط الأشخاص :
1) اللذين خالفوا أحكام المادة 3 من هذا الأمر بعدم وضع علامة على سلعتهم أو خدماتهم أو اللذين تعمدوا بيع أو عرضوا للبيع سلعة أو أكثر أو قدموا خدمات لا تحمل علامة
2) اللذين وضعوا على سلعتهم أو خدماتهم علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها وفقا للمادة 04 من هذا الأمر ، وذلك مع مراعاة الأحكام الانتقالية المنصوص عليها في هذا الأمر

الفصل الثاني

مكافحة جرائم الإعتداء على العلامة التجارية

إن العلامة التجارية أصبحت تشكل ثروة هامة من الناحية التجارية ، فقد أوضحت الإحصائيات أن قيمة بعض العلامات التجارية العالمية والمشهورة على الصعيد الدولي قد تجاوزت ملايين الدولارات ، وقد وضعت معظم دول العالم قوانين خاصة تحمي العلامات التجارية، وهذه الحماية لا تقتصر على إلزام المعتدي على العلامة التجارية المسجلة بدفع تعويضات مادية، حيث أن هذه الحماية المدنية لا تكفي وحدها لمنع الاعتداء على العلامة التجارية بل توسع المشرع في الحماية القانونية ليشمل عنصر العقاب على المعتدي وذلك من خلال دعوى جزائية يرفعها صاحب العلامة التجارية على المعتدي.، وعليه فقد نظم المشرع الجزائري موضوع الحماية الجزائية للعلامة التجارية في المواد (32- 33) من الأمر 03- 06 المتعلق بالعلامات التجارية وهذا ما يميز الحماية الجزائية عن الحماية المدنية للعلامات التجارية، إذ أنه هناك إشكالية في تحديد وحصر الأفعال التي تعتبر غير مشروعة والتي تعتبر ضرورية لقيام دعوى المنافسة الغير المشروعة للمطالبة بتعويضات مالية ، في حين أنه يستلزم لقيام الحماية الجزائية توافر أركان ثلاثة في الفعل ، وهذه الأركان هي الركن المادي والركن المعنوي والركن القانوني.

إن البحث في الحماية الجزائية للعلامات التجارية يقتضي البحث في الجرائم الواردة في القانون من حيث أركانها والعقوبات المنصوص عليها، هذا من جهة، ، وعليه سيتم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين نتناول في المبحث الأول صور الإعتداء على العلامة التجارية أما المبحث الثاني فنتطرق إلى العقوبات المقررة للجرائم الواقعة على العلامة التجارية .

المبحث الأول : صور الاعتداء على العلامة التجارية

إن الحماية التي كرسها القانون للعلامة التجارية لا تقوم إلا إذا وقع التعدي على ملكيتها ، وسنتطرق الى صورة الاعتداء على العلامة التجارية فنشير في المطلب الأول الى جرائم الاعتداء على ذاتية العلامة التجارية ثم في المطلب الثاني الى جرائم الإعتداء على ملكية العلامة التجارية ثم في المطلب الثالث الى الجرائم المتصلة بالعلامة التجارية

المطلب الأول : جرائم الاعتداء على ذاتية العلامة التجارية

يقصد بجرائم الاعتداء على ذاتية العلامة التجارية تحديد الأفعال المعاقب عليها ، والتي تنصب على ذاتية العلامة التجارية ، وبيان الأفعال التي تلي وقائع الاعتداء على ذاتيتها ، حيث تنصب على استعمال هذه الذاتية المزيفة ، وهنا يقوم الجاني بتوجيه أفعاله مباشرة على ذاتية العلامة⁽¹⁾.

ففي التشريع الجزائري يمكن أن يكتسي الاعتداء على العلامة إشكالا مختلفة ، بعضها يتمثل في الاعتداء على الحق في العلامة ، وهو اعتداء مباشر لأنه يمس موضوع الحماية القانونية ومثال ذلك التقليد أو استعمال رموز مطابقة أو مشابهة للعلامة المسجلة ، والبعض الأخر يتمثل في الاعتداء على قيمة العلامة ، وهو اعتداء غير مباشر مثال ذلك وضع التاجر على منتجاته علامة مشهورة ملك للغير، وهو ما سنتطرق اليه في ثلاثة فروع، حيث نتناول في الفرع الأول جرمي تقليد ، اما الفرع الثاني استعمال العلامة المزورة ، اما الفرع الثالث جريمة بيع بضاعة تحمل علامة ضرورة او الحيازة بقصد البيع.

الفرع الأول : جريمة تقليد العلامة التجارية

تناولت جميع التشريعات الخاصة بالعلامات التجارية جريمة التقليد كأحد صور التعدي على العلامة التجارية وحددت لها الجزاء المناسب .

والتقليد هو اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الأصلية ، ولو أضاف إليها المقلد ألفاظ ، فالتقليد يمس كل العناصر المؤلفة للعلامة بغض النظر عن استعمالها أو عدمه و قد عرفه الأستاذ **Roubière** بأنه : "إعادة اصطناع العلامة في جانبها الأساسي والمميز" وهو ما يطلق عليه الاصطناع الشرس والحرفي للعلامة⁽²⁾ . ويحدث التقليد سواء في المجال الصناعي أو التجاري ، فتقليد العلامة في النشاط الصناعي يحصل من قبل المصنع المعتبر مقلدا ، بحيث يستعمل العلامة المقلدة على البضائع والسلع التي يصنعها مستغلا بذلك الزبائن

(1) هالة مقداد احمد الجليلي ، العلامة التجارية ، الطبعة الرابعة ، المكتبة القانونية ،دمشق ،2004 ، ص 191

(2) بيوت نذير ، مساهمة القضاء في حماية العلامة التجارية ، مقال منشور في المجلة القضائية للمحكمة العليا العدد 02 سنة 2002 ص 61

والمستهلكين ، وهذا يعتبر مساس بالحق الاستثنائي لمالك العلامة .

أما في النشاط التجاري فان التاجر الذي يقدم على المتاجرة بالسلع أو بضائع مقلدة يعد مرتكباً لجرم التقليد حتى ولو لم يقدم بنفسه على إصاق هذه العلامة على السلع موضوع الاتجار .

ونكون بصدد جريمة التقليد كلما كنا أمام علامتين ليستا لنفس المالك ، يتماثلان ويتشابهان ويتطابقان

تطابقاً كلياً ، بان يكون التقليد في العناصر الأساسية للعلامة مثل الاسم العائلي ، التسميات المبتكرة ، أو الإشارة ، أو الألوان... الخ. أو تطابقاً جزئياً إذا كان التقليد في شكل إضافة أو حذف احد الحروف لا يغير نطق الكلمة أو تغيير ترتيب بعض الحروف مما يقوي مخاطر الالتباس أو احد الأرقام أو احد الرموز والإشارات المكونة لها مثل *PHILIBS* بدلا من *PHILIPS* - *ADIBAS* بدل *ADIDAS* .

والجدير بالذكر أن جل التشريعات تناولت فيما يخص تقليد العلامة أن تكون مستوفية لشروطها القانونية

وان تكون مسجلة لدى الجهات ذات العلاقة، ذلك أن التسجيل هو مناط الحماية الجنائية التي أسبغها المشرع الجنائي ، والمشرع الجزائري نص على هذا الشرط حيث نص : "...يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الإستثنائية لعلامة قام به الغير خرقاً لحقوق صاحب العلامة" (1) .

ولتحديد أركان جريمة التقليد ينبغي الرجوع إلى القواعد العامة لتحديد أركان الجريمة وهي

أولاً- الركن المادي : تعد جريمة تقليد العلامة التجارية هي الأساس في الجرائم الواقعة على الحق في العلامة

ويطلق بعض الفقه لفظ جرائم التقليد على صور التعدي على العلامة التجارية .

فاركن المادي في جريمة التقليد يكون بنقل العناصر الأساسية للعلامة أو نقل بعضها مع زيادة شيء عليه ، ذلك

أن المستهلك يصعب عليه التفرقة لما فيها من خداع وتضليل ، ويستوي أن يتم التقليد باقتباس رسم مشابه أو

مجموعة ألوان أو باتخاذ نفس التسمية مع إضافة حروف ، ويستوي في ذلك أن يتم التقليد بواسطة النسخ الذي

يتم بموجبه اخذ عناصر من العلامة دون أن يتم إنتاجها تماما ، بحيث يؤدي ذلك إلى تضليل المستهلك ، هذا وان

انتفى وجه التشابه انتفت حالة الغش والتضليل ، وبالتالي لا تعد جريمة التقليد .

والمشرع الجزائري قد اخذ بالمفهوم الواسع لجريمة لتقليد ، إذ يقصد به كل التصرفات التي يقوم بها الغير إهدارا

لحقوق صاحب البراءة ، أي كل الأعمال التي ترتكب مخالفة لحقوقه المشروعة (2) ، وبهذا فالمشرع الجزائري سلك

نهج المشرع الفرنسي .

(1) المادة 26 من الأمر 03-06

(2) فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، ص 259

ثانيا- الركن المعنوي : وهو القصد الجنائي ، أي سوء نية المقلد ، وعلى عكس قواعد قانون العقوبات التي تتطلب لقيام أي جريمة ركن مادي ومعنوي ، فإن جريمة التقليد لا تتطلب في الغالب إلا ركنا واحدا وهو الركن المادي المتمثل في استنساخ العلامة ، ولا أهمية لسوء⁽¹⁾ ذلك أن الركن المعنوي غير ضروري في قيام الجريمة⁽²⁾ ، فتقليد العلامة معاقب عليه بذاته استقلالا عن سوء القصد ، ودون أن يكون للمتهم إثبات حسن نيته ، إلا إذا تعلق الأمر بحسن النية حسب الأمر 03-06 . وعموما فإن التقليد لا يتطلب تقديرا قضائيا ، فإن كانت العناصر الأساسية المميزة مصطنعة فإنه لا يتطلب أكثر من ذلك ، ولا تهم المجهودات التي يقوم بها المقلد ، وقد صدرت عدة قرارات قضائية⁽³⁾ من بينها قضية شركة العطور LANCOM وبين جديدي

الفرع الثاني: جريمة استعمال علامة مزورة

يقصد بالتزوير العلامة اصطناع علامة مطابقة تماما للعلامة الأصلية أي اقتباسها بشكل تام وحرفي دون تغيير⁽⁴⁾ ، ويرى بعض الفقه أن التزوير يقصد به نقل العلامة حرفيا وتاما بحيث تصبح العلامة المزورة صورة طبق الأصل من العلامة الحقيقية ، أو طباعة علامة مسجلة أو تزيفها بقصد بيع سلعة أو الإعلان عنها يحتمل أن تسبب تشويشا أو خداعا لدى المستهلك مما يرتب مسؤولية التزوير ويفرق هؤلاء بين التزوير والتقليد في كون الأول نقل مطابق للعلامة كلها دون تعديل أو إضافة ، أما التقليد فهو اصطناع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية ، وتعد هذه الجريمة الأكثر انتشارا في الأوساط التجارية .

(1) مصطفى كمال طه ، المرجع السابق، ص 685

(2) يرى الأستاذ سمير جميل حسين الفتلاوي عكس ذلك فحسب رأيه أن المشرع يتطلب دائما القصد الجنائي والعلم وبانعدامه تنعدم الجريمة

(3) القرار الصادر عن مجلس قضاء الجزائر في 17/03/1999 في القضية القائمة بين شركة العطور LANCOM وجديدي ، حيث قضى المجلس بان المتهم الذي سمي عطره ب TRESOR قد ارتكب جنحة التقليد عندما اصطنع علامة TRESOR de L4ANCOME وحكم عليه بالتعويض وإلغاء العلامة المقلدة .

وفي قرار آخر صادر عن مجلس قضاء الجزائر في 30/01/1989 قرر بان تسمية BANITA تشكل تقليدا لعطر HABANITA وذلك لوجود إضافة لأحد حروف المكونة للعلامة ، وجاء في حيثيات القرار : يستخلص من المقارنة بين بطاقات المتهم ، وبطاقات الطرف المدني وجود تشابه صارخ بينهما من حيث الرسوم والألوان ، ومن حيث السمع ، وان الاجتهاد القضائي يعتبر جنحة التقليد قائمة عندما يتم تقليد المنتج في تغليف يحمل أوجه تشابه ، وتطابق كبيرة ، ولكن يوحى باسم العلامة التي تم محاكاتها .

(4) أكرم الخولي ، القانون التجاري اللبناني المقارن ، الجزء الأول، الطبعة الثانية، دار النهضة العربية ، 1967 ، ص 441

والمشرع المصري تناول جريمة تزوير العلامة التجارية في المادة 113⁽¹⁾ من قانون حماية الملكية الفكرية المصري ذلك انه عاقب بالحبس مدة لا تقل عن شهرين وبغرامة مالية لا تقل عن خمسة الآلاف جنيه مصري .

في حين أن المشرع الفرنسي لم يستخدم مصطلح التزوير بالمعنى المعروف في قانون العقوبات لديه فاستخدم مصطلحات أخرى حتى لا يختلط الأمر بموضوع التزوير مثل كلمة **LE FAUX** عنوانا للفصل الأول من الكتاب الثالث لقانون العقوبات وذلك لتحديد جرائم التزوير المختلفة ، ولم نجد لهذا المصطلح اثر عند معالجته لصور الاعتداء الماسة للعلامات التجارية ⁽²⁾ فاستخدم مصطلحات أخرى لا تمت بصلة لمصطلح التزوير مثل مصطلح **La reproduction** ومصطلح **L'imitation** . أما المشرع الجزائري فاقصر على ذكر جنحة التقليد في المادة 32 من الأمر 03-06 مما يدعو إلى الاعتقاد انه اغفل ذكر باقي جرائم التعدي على العلامة التجارية ، وبالنظر إلى المادة 26 ، من ذات الأمر فان أي فعل يقع على العلامة التجارية المسجلة ، ويمس حقوق صاحب العلامة التجارية يعد جريمة معاقب عليها قانونا، حيث ان لهذه الجريمة أركان هي:

أولاً- الركن المادي : هو عمل مادي ينصب على طبع العلامة فقط ، لذا فان الجريمة تتم بمجرد فعل التزوير ، ويكفي مجرد صنع الختم الذي يستخدم لوضع العلامة أو صناعة الشريط المتضمن العلامة ، أو طباعة الأغلفة التي تحمل العلامة ، ذلك انه قوام الركن المادي هو فعل التزوير ، والذي يتطلب فيه توافر أمران ⁽³⁾ هما أن يتم الفعل بصورة تؤدي إلى خداع غيره وتظليله وبالتالي عدم استطاعته التمييز بين البضائع ، وثانيا أن يتم ذلك دون موافقة صاحب العلامة ، أما إذا تم بموافقه فان ذلك لا يشكل تزويرا

ثانياً- الركن المعنوي : ان جريمة تزوير العلامة التجارية ، كغيرها من الجرائم العمدية ، يجب أن تتوافر فيها القصد الجنائي العام وهو ما يعبر عنه بلفظ النية وتعني انصراف إرادة الجاني إلى ارتكابها مع العلم باركنها المحددة

-
- (1) تنص المادة 113 على انه "مع عدم الإخلال بأية عقوبة أشد في أي قانون آخر، يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن شهرين وبغرامة لا تقل عن خمسة آلاف جنيه ولا تجاوز عشرين ألف جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين:
- كل من زور علامة تجارية تم تسجيلها طبقا للقانون أو قلدها بطريق تدعو إلى تضليل الجمهور .
 - كل من استعمل بسوء قصد علامة تجارية مزورة أو مقلدة.
 - كل من وضع بسوء قصد على منتحاته علامة تجارية مملوكة لغيره.
 - كل من باع أو عرض للبيع أو التداول أو حاز بقصد البيع أو التداول منتجات عليها علامة تجارية مزورة أو مقلدة أو موضوعة بغير حق مع علمه بذلك .وفي حالات العود تكون العقوبة الحبس مدة لا تقل عن شهرين و الغرامة التي لا تقل عن عشرة آلاف جنيه ولا تجاوز ألف جنيه.
- (2) امنة صامت ، المرجع السابق، ص 151
- (3) نفس المرجع ، ص 153

قانونا ، إذ يتعين أن يعلم الجاني بماهية فعله وبماهية الموضوع الذي ينصب عليه ، وان تتجه إرادته إلى ذلك الفعل وأثاره ، وبهذا العلم والإرادة يقوم القصد الجنائي العام (1) ، إلا أن هذا القصد الجنائي العام لا يكفي وحده لقيام الركن المعنوي لجريمة تزوير العلامة التجارية بل يشترط توافر القصد الجنائي الخاص وهو قصد الغش و الاحتيال

الفرع الثالث : جريمة بيع بضاعة تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو عرضها للبيع أو التداول أو حيازتها بقصد البيع

لم تقتصر التشريعات في نطلق توفير الحماية الجنائية للعلامة التجارية على تجريم استعمال علامة مزورة أو مقلدة ، وإنما شملت بالتجريم صوراً أخرى تندرج ضمن صور الأفعال المكونة لهذه الجرائم ، إذ جرمت بيع المنتجات التي تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو عرضها للبيع أو للتداول أو حيازتها بقصد البيع ، واعتبرتها جريمة مستقلة بحد ذاتها سواء كان البائع أو العارض أو الحائز للمنتجات ذات الشخص الذي قام بتزوير أو تقليد تلك العلامة أو كان شخصا آخر .

ولعل هذه الأفعال أهم ما تجب مكافحته ، لان طاق الضرر الذي ينتج عن تزوير العلامات أو تقليدها أو اغتصابها يكون محصورا إذا لم تطلق السلع التي تحمل جسم الجريمة في التداول ، فيقبل الجمهور على شرائها ويؤدي في سبيل الحصول عليها ثمنا غاليا اعتقادا منه بأنها السلعة الطيبة فإذا بها الخبيثة ، فإذا كان المشرع قد نظر في الجرائم السابقة إلى حماية مالك العلامة وحده ، فقد أراد في هذا النوع من الجرائم حماية جمهور المستهلكين أيضا (2)

و يتطلب لقيام هذه الجريمة توافر الأركان الآتية

أولاً- الركن المادي :

يتمثل الركن المادي في بيع بضائع استعملت عليها علامة مزورة أو مقلدة أو عرضها للبيع أو للتداول أو حيازتها بقصد البيع ، وبذلك فان الركن المادي لهذه الجريمة يتخذ عدة صور (3) :

1- البيع : البيع هو عقد يلتزم به البائع بنقل ملكية شيء أو حق مالي آخر للمشتري في مقابل ثمن معين ، والمقصود بالبيع البيع بمفهومه العام ، لذا فهو يشمل كل أنواع البيوع التي تؤدي إلى نقل ملكية المنتجات التي

(1) محمود نجيب حسني ، شرح قانون العقوبات ، القسم الخاص ، الجرائم المضرة بالمصلحة العامة ، دار النهضة العربية، القاهرة ، ، 1972 ، ص 265

(2) محسن شفيق ، المرجع السابق ، ص 162

(3) امنة صامت ، المرجع السابق ، ص 196

تحمل علامة مزورة أو المقلدة إلى الغير⁽¹⁾ ، سواء أنتج ربها أو خسارة ، وسواء كان المقصود منه تصدير السلعة إلى الخارج أم استهلاكها في السوق المحلي ، وسواء أكانت السلعة مستوردة من الخارج أم مصنوعة داخل البلاد ، ويعتبر البيع جريمة ولو وقع مرة واحدة فلم يتكرر ، فإذا تكرر البيع اعتبرت جميع الأفعال المتكررة جريمة واحدة مستمرة ، لأنها ترتكب تنفيذا لقصد جنائي واحد .

وأخيرا يلزم لقيام هذه الجريمة تمام البيع ، إذا أن القانون نص على عقاب كل من باع بضائع استعملت عليها علامة مزورة أو مقلدة ، لذلك لا يكفي لقيام الجريمة مجرد صدور الإيجاب والقبول ، وإنما يجب أن ينفذ البيع فعلا وفقا لأحكام القانون المدني⁽²⁾

2- العرض للبيع أو التداول : يقصد بالعرض للبيع هو تقديم المنتجات أو البضائع إلى مشتر معين ليفحصها ويشترئها إذا أراد الشراء لنفسه أو غيره ، ويكون عادة بفعل إيجابي ذي مظهر خارجي يدل على الرغبة في العثور على مشتر لها⁽³⁾ ، هو عرض السلعة في واجهة المحل أو داخله أو إرسال عينات منها إلى التجار أو المستهلكين أو كل عمل يقصد به التمهيد للبيع⁽⁴⁾

أما العرض لتداول فيتحقق في المرحلة الوسطى بين الإنتاج والاستهلاك ، إذ يقصد بتداول السلع حركتها منذ خروجها من يد المنتج إلى أن تصل إلى المستهلك ، لذا فإن العرض للتداول يتحقق من خلال هذه المرحلة ، وذلك أما بعرض المنتجات على الوكيل بالعمولة أو تجار الجملة أو تجار التجزئة أو حتى المستهلك ذاته⁽⁵⁾ . و العرض للتداول أو للبيع بشكل عام يتحقق بكل فعل يؤدي إلى وضع المنتجات في مكان مفتوح للتجارة ، أو معد لتقديم الأشياء القابلة للاستهلاك إلى المشتري ، لذا فإن المنتجات في المعارض أو الإعلان عنها في الصحف ، أو إعلانات الحائط أو غيرها من طرق الإعلان لا يعد بذاته عرضا للبيع أو التداول ، إذ العبرة في العرض أن يكون لغرض البيع مباشرة ، بينما عرض المنتجات أو الإعلان عنها لا يهدف إلى بيعها مباشرة ، بقدر ما يهدف إلى الدعاية و الإعلان عنها ، ولو انه سيؤدي بعد ذلك البيع ، لذلك فإن هذين الفعلين لا يقعان تحت طائلة العقاب بوصفهما جريمة عرض للبيع أو التداول ، بل يعاقب عليهما بوصفهما جريمة استعمال لعلامة مزورة لو مقلدة⁽⁶⁾ .

(1) صلاح زين الدين ، المرجع السابق ، ص 375

(2) محمد منصور احمد ، جريمة الغش التجاري في العلامات التجارية ، الجزء الأول ، دار الرياض للطبع و النشر ، 1955 ، ص 141

(3) معوض عبد التواب ، شرح قوانين التموين ، طبعة 5 ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، 1987 ، ص 345

(4) سميحة القليوبي ، المرجع السابق ، ص 599

(5) محمد فريد العربي ، القانون التجاري اللبناني ، طبعة 2 ، الدار الجامعية ، لبنان ، 1985 ، ص 67 ، 68

(6) عادل امين ، الغش التجاري ، طبعة 1 ، مطبعة الانتصار ، القاهرة ، ص 162

3- الحيازة بقصد البيع : الحيازة هي سلطة فعلية أو واقعية يباشرها الحائز على شيء بحيث تكون في مظهرها الخارجي وفي قصد الحائز مزاولة للملكية أو لحق عيني آخر (1) ، وهي ثلاثة صور : حيازة كاملة ، حيازة ناقصة ، وحيازة عرضية

والحيازة المعاقب عليها في نطاق تجريم حيازة المنتجات التي تحمل علامة مزورة أو مقلدة تتحقق بحيازة المنتجات في صورتها الكاملة والناقصة ، إذ أن الحائز في كلا الصورتين لديه سيطرة مادية فعلية تمكنه من التصرف أو التعامل بهذه المنتجات ، سواء أكان الحائز مالكا أم لا (2) .

فالقانون لا يهدف إلى حظر الحيازة بحد ذاتها ، بل منع وصول المنتجات التي تحمل العلامة المزورة أو المقلدة إلى المستهلك عن طريق التعامل بها ، وهو الأمر الذي يمكن تصوره في كلا الحالتين . وعلى ذلك يعد مرتكباً لهذه الجريمة من كانت له الحيازة الكاملة أو الناقصة على منتجات تحمل علامة مزورة أو مقلدة ، سواء أكان مالكا لها أم لم يكن ، كالمنتج أو الوكيل بالعمولة ، أما المشتري الذي يتسلم البضاعة من صاحب المحل لغرض رؤيتها أو معاينتها أو الاطلاع عليها فإنه يعد مرتكباً لهذه الجريمة ، لان يده عليها مجرد يد عارضة

وبالجدير بالذكر أن مجرد حيازة المنتجات يكفي لقيام الجريمة إذا كان القصد من الحيازة بيع هذه المنتجات حتى وان لم يتم البيع فعلا ويستوي بهذا أن تكون حيازة المنتجات داخل المخازن التاجر ومستودعاته أو في منزله بعيدا عن الشبهات .

أما إذا كانت الحيازة لغرض الاستعمال الشخصي فعندئذ تنتفي الجريمة ، وان كان الحائز يعلم بان تلك المنتجات تحمل علامة مزورة أو مقلدة (3)

1- في التشريعين الجزائري والفرنسي :

يعاقب جزائيا الأشخاص اللذين يبيعون أو يعرضون للبيع منتجات ملبسة بعلامات مقلدة أو مشبهة حتى عند عدم مشاركتهم في صنعها (4) .

(1) عبد المنعم فرج الصدة ، الحقوق العينية الاصلية ، دار النهضة العربية ، القاهرة، 1982 ، ص 498

(2) صلاح زين الدين ناھي ، المرجع السابق ، ص 187

(3) محسن شفيق ، المرجع السابق ، ص 553

(4) المادة 2/9 والمادة 26 من الامر 03-06 السابقة الذكر

ولا يميز المشرع بين بيع المنتجات و عرضها للبيع ، أي تعد الجنحة مرتكبة إذا تحقق البيع وحتى في حالة عدم تحقيقه يكفي أن تكون المنتجات قد تم عرضها في الأسواق أو المعرض أو بواسطة الدعاية ، فهاتين العمليتين يعاقب عليهما جنائيا .

كما عاقب المشرع الفرنسي أيضا كل من عرض أو طرح للبيع أو حاز في محله التجاري السلع المزورة⁽¹⁾ وبالرغم من أن جل الأحكام المتعلقة بالعلامات مستمدة من التشريع الفرنسي⁽²⁾ ، إلا انه يلاحظ أن المشرع الجزائري على خلاف نظيره الفرنسي فقد أهمل في الأمر 03-06 ذكر موضوع السلع المستوردة الحاملة لعلامات مقلدة صراحة ، إلا انه تطرق إلى هذه المخالفة في قانون الجمارك⁽³⁾. بالنص على انه " تحظر عند الاستيراد ، مهما كان النظام الجمركي الذي وضعت فيه ، وتخضع إلى المصادرة البضائع الجزائرية ، والأجنبية المزيفة "⁽⁴⁾.

والمقصود هنا استيراد البضائع تحمل علامة مماثلة لعلامة مسجلة قانونا بالنسبة لنفس نوع السلعة او تلك التي لا يمكن تمييزها في جوانبها الأساسية من العلامة الأصلية ، والتي تمس نتيجة لذلك بحقوق مالك العلامة

2- في التشريع المصري

أشارت المادة 4/113 من قانون حماية الملكية المصري إلى هذه الجريمة بقولها : " يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن شهرين وبغرامة لا تقل عن خمسة آلاف جنيه ولا تجاوز عشرين ألف جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين :
- كل من باع أو عرض للبيع أو التداول و حاز بقصد البيع أو التداول منتجات عليها علامة تجارية مزورة أو مقلدة أو موضوعة بغير حق مع علمه بذلك ..."

(1) Article L 217-3 code de la consommation version consolidée au 22 novembre 2009 « Seront punis des peines portées par l'article L213-4 ceux qui sciemment auront exposé , mis en vente , vendu les marchandises ainsi altérées ou qui en seront trouvés détenteurs dans leurs locaux commerciaux

(2) Article L716-10 (a) c. fr prop Intellec Modifie par art 41 loi Loi no 2007 – 1786 du 19 décembre 2007

Est puni de trois ans d'emprisonnement et de 300 000 euros d'amende le fait pour toute personne
a- De détenir sans motif légitime ,d'importer ou d'exporter des marchandises sous une marque contrefaisante

(3) القانون رقم 07-79 المعدل و المتمم بالقانون 01-98 ، الجريدة الرسمية ، العدد 61 الصادرة بتاريخ 23 / ، عدد 61 ،

(4) انظر المادة 2/22 من القانون رقم 07-79

ويلاحظ هنا أن هذا النص يماثل نص المادة 3/217 من مدونة الاستهلاك الفرنسية ، حيث اشترط المشرع الفرنسي أن تكون الحيازة في المحل التجاري على عكس ما ورد في النص المصري ، حيث أطلق تجريم الحيازة ولم يحددها بمكان معين ، إلا أن اللافت للنظر أن النص المصري اشترط أن تكون الحيازة بقصد البيع ، ولم يشترط ذلك المشرع الفرنسي .

ثانياً- الركن المعنوي :

اختلفت قوانين العلامات التجارية في اشتراط القصد الجنائي في جريمة بيع بضاعة تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو عرضها للبيع أو التداول أو حيازتها بقصد البيع إذ يرى البعض منها ⁽¹⁾ إن هذه الجريمة من الجرائم العمدية شأنها جميع جرائم الاعتداء على العلامة ، إذ يلزم لقيامها بالإضافة إلى القصد الجنائي العام توافر القصد الجنائي الخاص المتمثل في سوء النية و قصد الغش ، إذ يجب لن يعلم البائع أو العارض أو الحائز بأنه يبيع أو يعرض للبيع أو التداول أو يجوز منتجات عليها علامة مزورة أو مقلدة بقصد البيع ، فضلا عن ذلك أن تتجه نيته إلى غش وتضليل المستهلك حول مصدر المنتجات .

1- في التشريعين الجزائري والفرنسي

على خلاف التشريع السابق لا يشترط لقيام الجنحة توافر القصد الجنائي في هذه الجريمة ، أي إرادة المعنى بالمر في خداع المشتري .

كما أن إلغاء الأحكام السابقة التي كانت جد صريحة يؤدي إلى اعتبار أن هذه التصرفات ماسة بحقوق صاحب لعلامة ، وبالتالي تخضع للأحكام العامة الخاصة بالتقليد .

وقد اشترط كل من المشرعين الفرنسي والمصري توافر القصد الجنائي أي العمد في هذه الجرائم .

2- التشريع المصري :

ويجب أن يتوفر سوء القصد لدى من يبيع السلعة أو يعرضها للبيع أو للتداول أو يجوزها لغرض البيع . و المقصود من سوء النية في هذا الصدد مجرد العلم بان العلامة مزورة أو مقلدة أو موضوعة بغير وجه حق فليس من اللازم والحال كذلك أن يقصد الفاعل الإضرار بصاحب العلامة أو جلب منفعة مادية لنفسه . بل يكفي

(1) ذهبت التشريعات اللبناني و السوري و الأردني إلى وجوب توافر سوء النية لدى الجاني والمتمثل في خدعة المستهلك في ذاتي العلامة ، ومصدرها وذلك واضح من استخدام عبارة (بقصد الغش) إضافة إلى توافر العلم لدى الجاني بان البضاعة التي يجوزها مزورة أو مقلدة راجع مصطفى كمال طه ، القانون التجاري اللبناني ،

لقيام هذه الجريمة أن يعلم الجاني بالتقليد أو التزوير دون الحاجة إلى إثبات هذا القصد ، وبالتالي فإن عبء العلم يقع على عاتق المشتكي في هذه الجريمة لذلك فإن المشرع المصري اكتفى بالقصد العام⁽¹⁾ .
وقد أيد الفقه المصري ما ذهب إليه المشرع المصري ، إلا أن القضاء المصري قد جاء بحكم تطلب فيه ا يتوفر في هذه الجريمة القصد الخاص إلى جانب القصد العام والمتمثل في سوء النية

المطلب الثاني : جرائم الاعتداء على ملكية العلامة التجارية

تختلف جرائم هذا النوع عن الجرائم السابقة الذكر ، في أن الاعتداء على العلامة لا يكون بواسطة الاعتداء على ذاتية العلامة ، وإنما هو عبارة عن اغتصاب لعلامة الغير بغير التزوير أو تقليدها أي بواسطة الاعتداء على مادية العلامة التجارية . وبمعنى آخر الاستيلاء على العلامة الحقيقية واستعمالها بدون وجه حق وستتطرق الى ذلك في الفرعين التاليين اين سنتطرق في الفرع الأول الى جريمة وضع علامة تجارية على منتجات مملوكة للغير، اما الفرع الثاني نتناول جريمة بيع منتجات تحمل علامة موضوعة بغير حق.

الفرع الأول : جريمة استعمال علامة تجارية مملوكة للغير بدون وجه حق

إن الاعتداء على ملكية العلامة التجارية في هذه الجريمة يختلف عنه في الجرائم السابقة ، ففي هذه الأخيرة كان الأمر يتعلق بتزوير علامة تجارية أو تقليدها ، أو باستعمالها استعمالا باطلا ، أو في بيع بضائع تحمل علامة مزورة أو مقلدة ، أو عرضها للبيع أو مجرد حيازتها بينما تقوم هذه الجريمة في حال قيام شخص باغتصاب العلامة الأصلية ، ووضعها على منتجات خاصة به والمماثلة للمنتجات التي تمثلها تلك العلامة ، وهذا يعني أن العلامة المغتصبة ليست مقلدة وإنما هي نفس العلامة المسجلة ، ولم يطرأ عليها أي تغيير .
وغالبا ما تقع هذه الجريمة على العلامات التجارية التي تتخذ صورة أو نموذج أو أشكال مميزة ، ولقيام هذه الجريمة توفر الأركان الآتية :

أولا:الركن المادي : يأخذ الركن المادي لهذه الجريمة أكثر من صورة ، فقد يأخذ صورة الاستعمال ، وقد يأخذ صورة البيع ، وقد يأخذ صورة الاقتناء بقصد البيع ، وأخيرا يمكن أن يأخذ الركن المادي صورة عرض البضائع التي تحمل علامة مغتصبة بقصد البيع ، أما الصورة الأولى فهي صورة استعمال علامة تجارية مملوكة للغير بغير وجه حق فهي تتوافر بحق كل من يستعمل علامة تجارية مسجلة على ذات الصنف من البضاعة التي سجلت

(1) محمد حسني عباس ، الملكية الصناعية و المحل التجارية ، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية ، القاهرة، 1971 ، ص 382

العلامة من اجلها ، أي أن المستعمل في هذه الصورة ليس صاحب العلامة التجارية ، وليس له أي حق على هذه العلامة .

ففي التشريع الجزائري يعاقب جزائيا الأشخاص اللذين يضعون على منتجاتهم أو على الأشياء التابعة لتجارهم علامة هي ملك للغير ⁽¹⁾ كما الحال في استعمال زجاجات تحمل العلامة الحقيقية ، وتعبئتها بمشروبات أخرى ، ومثال ذلك ما يحدث بالنسبة لزجاجات العطور ذات الماركات العالمية وتعبئتها بعطور أيا كان نوعها يدخل في نطاق تلك الجريمة ⁽²⁾

ثانيا: الركن المعنوي : لا بد لقيام هذه الجريمة توفر نية الجرم لدى المعتصب ، وتمثل هذه النية الجرمية في علنه لأنه يغتصب علامة تجارية مملوك للغير أو أنها يضعها على منتجات أو بضائع لخداع الجمهور وغشهم في ذاتية البضاعة أو مصدرها ، أما فيما يتعلق في إمكانية المعتصب في نفي نيته الجرمية في هذه الجريمة فانه يجب ملاحظة انه من الصعب أن يثبت المعتصب حسن نيته ، لان سوء النية أمر مفترض كونه على علم تام بان استعماله لعلامة تجارية مسجلة قد تم بدون إذن صاحبها ، ودليل ذلك وضع العلامة التجارية الحقيقية على بضائع ومنتجات مماثلة . وبذلك فان القصد المتطلب لهذه الجريمة هو القصد الخاص إضافة إلى القصد العام ⁽³⁾

المشروع الجزائري لم يتطلب في هذه الجنحة توافر عنصر القصد نظرا لعمومية النص القانوني المادة 26 من الأمر 06-03 ، فيكفي أن يتم وضع العلامة الأصلية على منتجات مماثلة ، في حين المشروع المصري ركز على القصد الجنائي في هذه الجريمة في المادة 113 من قانون الملكية الفكرية المصري بعبارة بسوء القصد

الفرع الثاني : جريمة بيع منتجات تحمل علامة موضوعة بغير حق أو عرضها للبيع أو حيازتها بقصد البيع

تتحقق هذه الجريمة بفعل من أفعال البيع أو التداول أو العرض أو الحيازة بغرض البيع ويقصد بها بيع منتجات أو بضائع تحمل علامة تجارية مملوكة للغير بغير وجه حق أو سبب مشروع ⁽⁴⁾ ، وتتكون هذه الجريمة أيضا من ركنيين :

أولا: الركن المادي : ويتعلق الركن المادي في فعل بيع منتجات المملوكة للغير بدون وجه حق ، ويشمل جميع أنواع صور البيع كالبيع بمقابل نقدي سواء بريح أو بخسارة ، أو وضعها في واجهات محلات تجارية ، أ في فروع

(1) انظر المادتين 26 و32 من الامر 06-03

(2) صلاح زين الدين ناھي ، المرجع السابق ، ص 418-419

(3) ناصر عبد الحليم السلامات، المرجع السابق، ص 232

(4) (آمنة صامت ، المرجع السابق ، ص 173

تابعة له أو بإذاعة نشرات خاصة إلى العملاء ، أو حيازتها بقصد البيع كوضعها في المخازن أو بيته الشخصي مع وجود قرائن وثبات تدل على أنها تستعمل كمخازن أو مستودعات توضع فيها المنتجات التي تحمل علامة مملوكة لغير البائع أو العارض أو الحائز أو المتداول ، وان تكون المنتجات من ذات النوع أو الصنف الذي تميزه العلامة الأصلية⁽¹⁾

ثانيا: الركن المعنوي : وهو توافر القصد الجنائي ذلك أنها تعتبر من الجرائم العمدية ، وهي انصراف إرادة الجاني إلى ارتكاب الفعل المحقق للجريمة مع علمه التام انه يبيع أو يعرض للبيع أو التداول أو حيازة لمنتجات أو بضائع بقصد البيع تحمل بدون حق علامة مملوكة للغير . بمعنى انه يعلم بان هذه العلامة الموضوع لا تخص صاحب المنتجات التي يبيعهها ، بل تخص شخصا آخر . وقد ذهب المشرع المصري إلى عدم اشتراط توافر سوء القصد أو الغش لقيام هذه الجريمة ، وإنما اكتفى بتوافر العلم لدى الجاني بأنه يعلم انه يبيع أو يعرض للبيع أو التداول أو يجوز بضاعة تحمل علامة تجارية مملوكة للغير . أما الفقه المصري⁽²⁾ فقد ذهب إلى وجوب توافر القصد الجنائي الخاص لقيام هذه الجريمة والمتمثل بنية التضليل وخداع المستهلك في أن البضاعة التي يقوم ببيعها أو للتداول أو حيازتها بقصد البيع تحمل العلامة الحقيقية التي تتمتع بثقة معينة .

في حين عاقب المشرع الفرنسي كل من وضع علامة مملوكة للغير على منتجات طبيعية أو مصنعة ، بغرض البيع أو الطرح للبيع ، أو وضع هذه العلامة على أشياء أخرى من شأنها الاعتقاد أنها من مصدر مختلف عن حقيقة مصدرها الفرنسي أو الأجنبي⁽³⁾ كما تناولته المادة 6-217 من مدونة الاستهلاك الفرنسي، وهي التي

(1) ناصر عبد الحليم السلامات، المرجع السابق ، ص335

(2) سميحة القليوبي، المرجع السابق ، ص 597

(3) *Article L 217-6 code de la consommation* " Quiconque , sur des produits naturels ou fabrique ,détenus ou transportes en vue de le vente , mis en vente ou vendus en France , ou sur des emballages , caisses , ballots , enveloppes , bandes ,étiquettes etc , aura appose ou sciemment utilise une marque de fabrique ou de commerce ; un nom , un signe ou une indication quelconque de nature a faire croire , sils sont étrangers , qu' il ont été fabrique en France ou qu'il sont d'origine différente de leur véritable origine française ou étrangers , sera puni des peines prévues par l'article L 213-1 sans préjudice des dommages – intérêts s'il y a lieu .

Toutefois , cette disposition ne sera pas applicable lorsque le produit portera , en caractère manifestement apparents , l'indication de la véritable origine , a moins que la fausse indication d'origine ne constitue une appellation régionale protégée par la section 1 du chapitre v du titre Ier du livre

En ce qui concerne les produits française , la raison social le nom et l'adresse du vendeur ne constituent pas nécessairement une indication d'origine."

تمثل الفقرة الرابعة من المادة 113 من قانون حماية الملكية الفكرية المصري

المطلب الثالث : الجرائم المتصلة بالعلامة التجارية

ويكون ذلك بالاستيلاء على العلامة الحقيقية واستعمالها بدون وجه حق، وسنتطرق الى ذلك في الفروع الثلاث التالية اين سنتطرق في الفرع الأول الى جريمة استعمال بيان تجاري مخالف للحقيقة، ثم في الفرع الثاني الى جريمة استعمال العلامة بما يخالف النظام العام ثم نتطرق في الفرع الثالث الى جريمة ادعاء بتسجيل العلامة التجارية.

الفرع الأول : جريمة استعمال بيان تجاري مخالف للحقيقة

لقد نظم المشرع الأردني البيان التجاري أو علامات البضائع في قانون مستقل وهو قانون علامات البضائع رقم 12 لسنة 1953 ، لكن البعض⁽¹⁾ انتقد تسمية هذا القانون بهذا الاسم لأنها تؤدي إلى الخلط بينها وبين العلامات التجارية ، إذ أن العلامات التجارية يمكن أن تعد من قبيل علامات البضائع ولكن العكس غير صحيح ، وعليه يرى المنتقدون أن التسمية الأفضل يمكن أن تكون البيانات التجارية بدلا من علامات البضائع. ويقصد بالبيانات التجارية أي إيضاح أو بيان يوضع على البضائع أو السلع ، وذلك لغاية معرفة تفاصيل عن هذه البضائع من حيث العدد أو النوع أو الحجم وغيرها من المعلومات ، مما يترتب على ذلك أن العلامة تتمتع بالحماية ، ولا يحق لأحد الاعتداء أو تقليد علامة تجارية مسجلة ، أما البيانات التجارية فلا تتمتع بالحماية القانونية ، ويحق لأي شخص أن يستعمل بيانات تجارية استعمالها تاجر آخر⁽²⁾ .

أما المشرع المصري فحسب المادة 100 من قانون 82 لسنة 2002 المتعلق بقانون الملكية الفكرية المصري " يعتبر بيانا تجاريا في نطاق تطبيق أحكام هذا القانون أي إيضاح يتعلق بصفة مباشرة أو غير مباشرة بأية صفة تلحق بالمنتجات⁽³⁾ :

ومن خلال نص المادة يتضح بان البيان التجاري عبارة عن بيان يتعلق بالذات ، أو بواسطة كلمة

(1) صلاح الدين ناهي ، المرجع السابق، ص 265

(2) محمود احمد عبد الحميد مبارك، العلامة التجارية وطرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين ، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، ص 1

(3) تنص المادة 100 من قانون الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002 على انه " يعتبر بيانا تجاريا في نطاق تطبيق أحكام هذا القانون ، أي إيضاح يتعلق بصفة مباشرة أو غير مباشرة بنا يأتي :

- عدد المنتجات أو مقدارها ، أو مقاسها ، أو كيلها ، أو طاقتها ، أو وزنها

- الجهة أو البلد الذي صنعت أو أنتجت فيه المنتجات

- طريقة صنع أو إنتاج المنتجات

- العناصر والمكونات الداخلة في تركيب المنتجات

- اسم أو صفة الصانع أو المنتج

- وجود براءات اختراع أو غيرها من حقوق الملكية الصناعية أو أية امتيازات أو جوائز أو مميزات تجارية أو صناعية

أو عبارة أو رموز أو تصدير لهذه الصفات . كما تضيف المادة 101 من ذات القانون أن يكون البيان التجاري مطابقاً للحقيقة من جميع الوجوه⁽¹⁾

هذا وقد افرد المشرع المصري عقوبة الإخلال بعدم الالتزام بوضع البيانات التجارية المطابقة للحقيقة في نص المادة 114⁽²⁾ من ذات القانون وهي الحبس لمدة لا تزيد عن 06 أشهر وبالغرامة المالية لا تقل عن ألفي جنيه ولا تتجاوز عشرة الآلاف جنيه ، أو بإحدى هاتين العقوبتين .

وبالرجوع إلى المشرع الفرنسي الذي نجد موقفه مشابهاً للمشرع المصري فقد حرص على حماية المستهلكين من هذا التضليل فقد عاقب كل من يقوم بعملية تغيير البيانات الحقيقية الموضوعة على المنتج أو البضاعة للإيحاء بأنها مصدر مخالف للحقيقة. وهذا ما تناولته المادة 7/217 من مدونة الاستهلاك الفرنسية⁽³⁾، وقد تطرق إلى أساليب تغيير البيانات الحقيقية الموضوعة على المنتج ، ولكنه لم يشترط وضع البيانات الحقيقية على المنتجات ، حيث قرر بإمكانية تغيير البيانات بواسطة إعلانات أو منشورات أو ملصقات أو بإظهار فواتير أو شهادات بأصيل كاذب أو حتى بواسطة تقرير شفوي⁽⁴⁾ ، ولكن المشرع الفرنسي اشترط أن يكون هذا التغيير لحمل المستهلكين على الاعتقاد أن هذه المنتجات من أصل مخالف لأصلها الحقيقي و لقيام هذه الجريمة لا بد من توافر ركنين هما:

- (1) تنص المادة 101 من قانون الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002 على انه " يجب أن يكون البيان التجاري مطابقاً للحقيقة من جميع الوجوه سواء أكان موضوعاً على ذات المنتجات أو على الأغلفة أو على الفواتير أو المكاتبات أو وسائل الإعلان ، أو غير ذلك مما يسهل في عرض المنتجات على الجمهور ، أو كان موضوعاً على المحال أو المخازن أو بها أو على عناوينها "
- (2) تنص المادة 114 على انه " مع عدم الإخلال بأية عقوبة أشد في أي قانون آخر ، يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على ستة أشهر وبغرامة لا تقل عن ألفي جنيه و لا تتجاوز عشرة الآلاف جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين :
- كل من وضع بياناً تجارياً غير مطابق للحقيقة على منتجاته أو محالها أو مخازنه أو بها أو على عناوينها أو على الأغلفة أو الفواتير أو المكاتبات أو وسائل الإعلام أو على غير ذلك مما يستعمل في عرض المنتجات على الجمهور
- كل من ذكر بغير حق على علاماته أو أوراقه التجارية بياناً يؤدي إلى الاعتقاد بحصول تسجيلها
- كل من استعمل علامة غير مسجلة في الأحوال المنصوص عليها في الفقرات (2 ، 3 ، 5 ، 7 ، 8) من المادة 67 من هذا القانون ..."

(3) Article L217-7 code de la consommation " seront punis des peines prévues par l'article L. 213-1 ceux qui , par addition retranchement ou par une altération quelconque des mentions primitivement portées sur le produit , par des annonces , brochures , circulaires prospectus ou affiches , par la production de factures ou de certificats d'origine mensongers , par une affirmation verbale ou par tout autre moyen , auront fait croire a l'origine française de produits étrangers ou , pour tous produits , a une origine différente de leur véritable origine française ou étranger"

(4) آمنة صامت ، المرجع نفسه ، ص 183

أولاً: الركن المادي : الركن المادي لجريمة استعمال البيان التجاري المخالف للحقيقة يتمثل في الواقعة المادية التي يقوم بها التاجر أو الصانع في وضع بيان تجاري غير مطابق للحقيقة على منتجاته أو محال هاو مخازنه أو بما أو على عناوينها أو على الأغلفة أو على الفواتير أو المكاتبات أو وسائل الإعلام أو غير ذلك مما يستعمل في عرض المنتجات على الجمهور والمستهلكين .

ثانياً: الركن المعنوي : جريمة البيان التجاري غير المطابق للحقيقة من الجرائم العمدية التي يجب أن تتوفر فيها القصد الجنائي ، بمعنى ركن العمد في تظليل الجمهور والمستهلكين عن حقيقة البيان . وإما إثبات القصد الجنائي فان المشرع لم ينص عليه صراحة، مما دفع البعض ⁽¹⁾ إلى القول بان المشرع لم يشترط إثبات سوء القصد لدى التاجر والصانع ، كما انه لم يشترط إثبات علمه بكذب البيان ، وليس معنى ذلك نفي اشتراط القصد الجنائي من الجريمة ، وإنما يفترض المشرع في كل تاجر العلم بحقيقة سلعه ⁽²⁾ فأقام قرينة على علمه بكذب البيان وألقى على عاتقه عبء تفويض هذه القرينة بإثبات عكسها

الفرع الثاني: جريمة استعمال العلامة بما يخالف النظام العام

إن العلامة تعتبر أهم وسيلة لتداول السلع ، وبالتالي فهي عنصر من العناصر الفعالة في السوق التجارية ، لذلك كان من اللازم حمايتها من أن تكون وسيلة من وسائل الاعتداء على الشعور العام سواء بمخالفتها النظام العام أو الآداب العامة .

والنظام العام عرف عدة تعاريف فقهية ، وذلك راجع إلى اتساع مضمون النظام العام واتساع نطاقه من

جهة وإلى اختلاف مفهوم النظام العام من حيث الزمان والمكان من جهة أخرى .

فقد عرفه جود وليري : " مجموعة الشروط اللازمة للأمن والآداب العامة التي لا غنى عنها لقيام علاقات سليمة بين المواطنين ، بما يناسب علاقاتهم الاقتصادية" ⁽³⁾ وعرفه الفقيه هوريو : " بأنه حالة واقعية تعارض حالة واقعية أخرى هي الفوضى" ⁽⁴⁾ ، وعرفه أيضا الدكتور محمد عصفور : "لا يمكن أن يعرف النظام العام تعريفا سلبيا وهو اختفاء الإخلال ، وإنما يجب أن ينطوي على معنى إنشائي يتجاوز النتيجة مباشرة ولهذا لم يعد الهدوء العام مثلا يعني اختفاء الضجة والاضطرابات الخارجية وإنما راحة السكان بمعنى اختفاء المعنى السلبي لكي يحل محله سياسة عامة لتنظيم وتحقيق الانسجام داخل المجتمع" ⁽⁵⁾

(1) محسن شفيق ، المرجع السابق، ص 555 .

(2) محمد حسني عباس ، المرجع السابق ، ص 348 .

(3) عامر احمد مختار، تنظيم سلطة الضبط الإداري في العراق ، رسالة ماجستير، كلية الحقوق ، جامعة بغداد ، 1975 ، ص 51 .

(4) Rene chapus , droit administratif générale , tome1 , 1 édition , p 688

(5) محمد عصفور ، البوليس والدولة ، الطبعة الثانية، مطبعة الاستقلال الكبرى ، القاهرة ، 1971 ، ص 152 .

والمشرع المصري تناول هذه الجريمة من خلال المادة 2/67 من قانون حماية الملكية الفكرية المصري على منع تسجيل العلامة أو كعنصر منها العلامات المخلة بالنظام العام أو الآداب العامة ، وتطرق المادة 114 من نفس القانون على معاقبة كل من استعمل علامة في الحالة المنصوص عليها في الفقرة الثانية من المادة 67 . والمشرع الجزائري كغيره تناول هذه الجريمة في نص المادة 4/07 من الأمر 03-06 في مفهوم مشروعية العلامة و لقيام هذه الجريمة لا بد من توافر ركنين هما: (1)

أولاً-الركن المادي :ويتمثل الركن المادي لهذه الجريمة باختلاف صور استخدام العلامات المحظورة ويمكن إجمالها على النحو التالي :

1- استخدام العلامة المخلة بالنظام العام والآداب العامة : ويتمثل الركن المادي لهذه الجريمة بان يقوم الجاني باستخدام علامة معينة تخل بالنظام العام أو الآداب العامة ، كان يقوم بوضع امرأة عارية على منتجات معينة ، فان هذا الفعل يعد مخالفة للآداب العامة في تلك الدولة لاسيما منها الإسلامية مثلا ، و إن هذه المسألة هي تقديرية و تخضع للعرف السائد في الدول ، ويستخلصها قاضي الموضوع من ظروف ووقائع الدعوى . و بعبارة أخرى فالمرشع قد عاقب على قيام الشخص بوضع علامة مخالفة للنظام العام والآداب العامة على منتج معين ، إلا انه لم يحدد ضابط الاستعمال المحقق لنموذج هذه الجريمة ، وبالتالي فانه لا يشترط لتحقيق الجريمة أن يستخدم مثلا هذه العلامة على منتجات أو بضائع معينة ، وإنما يكفي لقيامها استعمال مثل هذه العلامة بأية طريقة تدل ذلك ، كان يضع تلك العلامة على الأوراق الخاصة بالتجارة أو على باب المحل .

2 - استخدام الشعارات العامة وأعلام الدولة ورموزها وأعلام الدول الأخرى ورموزها ، واستخدام أعلام المنظمات الإقليمية ورموزها . و يتمثل الركن المادي في هذه الصورة بان يقوم الجاني باستخدام الشعارات العامة و الأعلام والرموز سواء كانت للدولة المقيم فيها أو لدول أخرى ، أو حتى لمنظمات إقليمية ، وان الغاية من تجريم هذا الاستخدام هو الثقة في هذه الرموز والشعارات والأعلام ، وصورتها بان يقوم الجاني بوضع علم الدولة كعلامة تجارية على المنتج .

(1) امنة صامت ، المرجع السابق ، ص 195

3- استخدام البيانات الخاصة بدرجات الشرف ، ويتمثل الركن المادي في أن يقوم الجاني باستعمال بيانات مخصصة لدرجات الشرف سواء كانت تلك البيانات تعود له أو لشخص آخر ، وان يستخدم مثل هذه البيانات على بضائع أو منتجات معينة

4- استخدام رموز الصليب الأحمر أو الهلال الأحمر أو غيرها من الرموز المشابهة ، إذ يتمثل الركن المادي في أن يتم استخدام رمز الصليب الأحمر أو الهلال الأحمر حتى ولو كان مقلدا على بضائع أو منتجات .
والواضح أن المشرع لم يقضي صراحة بالعقاب على من استعمل العلامات المطابقة أو المشابهة للرموز ذات الصبغة الدينية البحتة بالرغم من خطورة هذا الاستعمال ، وضرورة هذا الحظر ولو انه منع

تسجيله⁽¹⁾، ولعله تعمد منع الحظر ، وترك تكييف كل حالة لظروفها ، معيار مدى مخالفتها للنظام العام بالنظر للمنتجات التي تحملها تلك العلامة ، إذ مما لا شك فيه أن استعمال صورة الكعبة المشرفة أو جامع كعلامة لمنتجات لا يأبى الدين الإسلامي استعمالها وتداولها كالروائح الشرقية ، لا تعتبر إخلالا بالنظام العام بينما استعمال هذه الصور على مشروبات كحولية روحية يعتبر إخلالا بذلك ، وبالعكس استعمال صورة الصليب كعلامة للخمور لا يعتبر إخلالا بالنظام العام

5- استخدام أية علامة أو مؤشر جغرافي من شأنه أن يؤدي إلى خداع وتظليل المستهلك أو استخدام بيان كاذب عن مصدر المنتجات أو حتى عن صفاتها أو استخدام علامة تحتوي على بيان اسم تجاري وهمي مقلد أو مزور

ولركن المادي هنا يتمثل في أن يقدم الجاني على استعمال علامة من شأنها أن تؤدي إلى خداع وتظليل المستهلك وخداعه هو قوام الركن المادي في هذه الجريمة ، إضافة إلى أن يقوم الجاني بوضع بيان كاذب يتعلق سواء بمصدر البضاعة أو المنتج أو صفته تؤدي بالنتيجة إلى تظليل المستهلك وخداعه في مصدر تلك البضائع⁽²⁾ .

وأخيرا يمكن القول انه حتى يتكون الركن المادي لهذه الجريمة يجب استعمال علامة مخالفة للنظام العام أو الآداب العامة في تظليل الجمهور وخداعهم ، ولقد حثت المادة 114 من قانون الملكية الفكرية المصري على معاقبة كل من استعمل علامة مخالفة للنظام العام أو الآداب العامة ، والهدف يرمى إليه المشرع من وضع عقوبات لهذه الجريمة هو حماية المستهلك وكذلك حماية العلامة من جهة أخرى وذلك من أن تكون وسيلة

(1) محمد منصور احمد ، المرجع السابق ، ص 314

(2) ناصر عبد الحلیم السلاّمات ، المرجع السابق ، ص 343

من وسائل الاعتداء على الشعور العام سواء بمخالفتها النظام العام أو الآداب العامة .

ثانيا : الركن المعنوي

نعتبر جرائم استخدام علامة تجارية ممنوعة قانونا من الجرائم العمدية التي يشترط لتحقيقها توافر القصد الجنائي لدى الجاني (1) ، وذلك لان الركن المعنوي في هذه الجريمة يتمثل في علم الجاني انه يستعمل علامة حظر المشرع تسجيلها كعلامة تجارية أو حتى كعنصر منها ، ورغم ذلك يقوم بتسجيلها ، وبذلك فانه يكفي بالقصد الجنائي العام ، إذ لا يشترط توافر القصد الجنائي الخاص في مثل هذه الجرائم ، وعليه فان القصد الجنائي في هذه الجرائم مفترض لدى مرتكب الفعل ، لكون القاعدة العامة تقضي بافتراض العلم بأحكام القانون لدى الكافة ولما كان معيار النظام العام أو الآداب العامة معيارا مرنا لا ضابط له ، لذلك وجب أن يكون عبء إثبات هذا القصد على المدعي (النيابة العامة) ، وللمتهم نفيه بإثبات حسن نيته إذا رفض تسجيل هذه العلامة لمخالفتها النظام العام أو الآداب العامة ، أو لمطابقتها للشعارات العامة أو الأعلام أو الدمغات أو رموز الصليب الأحمر أو الهلال الأحمر .

ولا شك أن المشرع المصري من خلال قانون 82 لسنة 2002 الخاص بحماية الملكية الفكرية وهو مشرع جنائي لم يحالفه التوفيق (2) في إيراد هذا النص بهذه الصياغة ، فهي وان كانت صالحة في التشريعات المدنية فهي ليست كذلك في التشريعات الجنائية ، وخاصة فيما يتعلق بالنظام العام والآداب العامة لأنها كلمة مرنة يختلف تقديرها من مكان لآخر ومن قاض لآخر ، لذلك كان لزاما علينا أن نطبق هذا النص في أضيق حدود مع مراعاة ظروف الإنتاج والعرف التجاري والآداب العامة المتبعة في هذا الخصوص ، وبالتالي فمرجع مخالفة العلامة للنظام العام أو الآداب العامة هو القانون العام أي قانون العقوبات

الفرع الثالث : جريمة ادعاء بتسجيل العلامة التجارية

يفترض فيمن يتقدم لتسجيل علامة تجارية لدى الجهات صاحبة العلاقة أن يقوم بتعبئة البيانات الصحيحة عن العلامة التجارية و البضاعة التي سيقوم بوضع هذه العلامة عليها ، خاصة وان هذه الجهات لديها تصنيفات خاصة للبضائع و المنتجات ، ولذلك فان أي بيان غير صحيح يتم تدوينه لدى الجهات هو جرم يعاقب عليه القانون بموجب بعض التشريعات الخاصة بالعلامات التجارية أو بموجب تشريعات أخرى ، وذلك لتوفير الحماية الجنائية للعلامة التجاري بكافة جوانبها ، وحتى في سجلها لدى الجهات المختصة (3) .

(1) ناصر عبد الحلیم السلامات ، المرجع السابق ، ص 43

(2) امنة صامت ، المرجع السابق ، ص 198

(3) ناصر عبد الحلیم السلامات ، المرجع السابق ، ص 345

حيث يفترض لقيام هذه الجريمة أن يقوم صاحب العلامة التجارية غير مسجلة بوضع بيان على العلامة يقصد به توليد اعتقاد لدى الآخرين بان هذه العلامة مسجلة لدى الجهات المختصة ، مما يدعو هؤلاء إلى الإقبال على هذه البضائع معتقدين وبسبب وجود بيان هذه العلامة بأنها مسجلة ، ويقصد بتجريم هذا الفعل الخيلولة دون حدوث الاعتقاد بتسجيل العلامة على خلاف الحقيقة ، وذلك من اجل حماية نظام تسجيل العلامات ، وبالتالي عدم تظليل وخداع الجمهور وضمان صحة البيانات الدالة على حدوث التسجيل .

1- في التشريع المصري⁽¹⁾ :

ورد في نص المادة 2-214 من قانون حماية الملكية الفكرية المصري : " مع عدم الإخلال بأية عقوبة اشد في قانون آخر يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على ستة أشهر وبغرامة لا تقل عن ألفي جنيه ولا تجاوز عشرة آلاف جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين :

- كل من ذكر بغير حق على علاماته أو أراقه التجارية بيانا يؤدي إلى الاعتقاد بحصول تسجيلها .. " ويتمثل الركن المادي في قيام شخص يملك علامة تجارية غير مسجلة بوضع بيان غير صحيح يوحي للمستهلك العادي بان هذه العلامة مسجلة ، ولا فرق في ذلك باستخدام ألفاظ صريحة أو ضمنية مادامت تدل على وقوع التسجيل لتلك العلامة ، أما الركن المعنوي فيشترط لقيام هذه الجريمة توافر سوء النية لدى مرتكبها ، إذ يكفي مجرد وقوع الفعل لافتراض القصد الجنائي ، لأنه يفترض في كل تاجر علمه بحقيقة بضائعه وصحة البيانات التي يضعها عليها .، وذلك يعني أم مجرد إتيان الركن المادي لهذه الجريمة يكفي لثبات سوء النية لدى الفاعل .

2- في التشريع الجزائري :

نص المشرع الجزائري في المادة 33 من الأمر 06-03 على انه : " يعاقب بالحبس من شهر إلى سنة وبغرامة من خمسمائة ألف دينار جزائري (500.000 دج) إلى مليوني دينار (2000000 دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط الأشخاص :

(1) امنة صامت ، المرجع السابق ، ص 200

الذين وضعوا على سلعهم أو خدماتهم علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها وفقا للمادة 4⁽¹⁾ من هذا الأمر ، وذلك مع مراعاة الأحكام الانتقالية المنصوص عليها في هذا الأمر ..."

إن هذه الأحكام أمرية ، ولذلك كان من المنطقي إخضاع كل من قام بحرقها لعقوبة جزائية و لقيام هذه الجريمة لا بد من توافر ركنين طبقا للمادة 33 من الأمر 03-06 :

أولاً: الركن لمادي

إن الواقعة المادية تتمثل في وضع الأشخاص على سلعهم أو خدماتهم علامة غير مسجلة أو لم يطلب تسجيلها بعد وفقا للمادة 4 من ذات الأمر

ثانياً: الركن المعنوي وهو القصد الجنائي

هذه الجريمة تتطلب توافر العنصر المعنوي والمتمثل في سوء النية لدى الجاني نظرا لاستعمال العبارة - وضعوا - في النص والمقصود بها هنا صفة لعمد أي تعمدوا وضع العلامة غير المسجلة على البضائع أو السلع ، وهنا يتمتع قاضي الموضوع بسلطة واسعة في تقدير الوقائع .

المبحث الثاني : العقوبات المقررة للجرائم الواقعة على العلامة التجارية

هي الجزاء الذي يقرره القانون لمصلحة المجتمع على كل من ارتكب فعلا أو امتناعا يعده القانون جريمة ، وتتمثل العقوبة في الألم الذي يتحمله من يثبت ارتكابه جريمة ، بهدف تقويمه ومنع غيره من الاقتداء به ، فجوهر العقوبة الألم الذي يعد هدفا مقصودا من أهداف العقاب ، لكن إيلاء العقوبة لا يقصد لذاته⁽²⁾ بل لما يرجى منه من أغراض أخرى نفعية تحققها العقوبة للمجتمع ، وتتمثل في إصلاح مرتكب الجريمة ومنع غيره من محاكاته.

العقوبات التي يقررها القانون تنقسم إلى أنواع مختلفة تبعا لاختلاف وجهات النظر فيها ، فهي تنقسم بالنظر إلى جسامتها أو استقلالها بذاتها أو طبيعتها أو مداها ، أو نوع الحق الذي تمس به ، واهم التقسيمات التي يمكن تصورها للعقوبات قسيمها بحسب جسامتها إلى عقوبات جنائيات وعقوبات جنح وعقوبات مخالفات وتقسيمها من حيث استقلالها بذاتها أو تبعيتها إلى عقوبات أصلية ، وعقوبات غير أصلية⁽³⁾ .

(1) تنص المادة 4 من الأمر 03-06 على انه " لا يمكن استعمال أي علامة لسلع أو خدمات عبر الإقليم الوطني إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها عند المصلحة المختصة "

(2) آمنة صامت ، ص 245

(3) احمد فتحي سرور ، الوسيط في قانون العقوبات ، القسم العام ، الطبعة الرابعة ، دار النهضة العربية ، القاهرة، 1985 ، ص 637

وتقسيمها بالنظر إلى الحق الذي تمس به إلى عقوبات بدنية وماسة بالحرية ومالية وماسة بالاعتبار ، وأخيرا تقسيمها من حيث مدتها إلى عقوبات مؤبدة ومؤقتة وهو ما سنتطرق اليه في المطلبين الاتيين:

المطلب الأول : العقوبات الأصلية لجرائم التعدي على العلامة التجارية

يقصد بالعقوبة الأصلية الجزاء الأساسي الذي نص عليه المشرع وقدرت للجريمة ، ولا يمكن تنفيذها إلا إذا نص عليها القاضي صراحة في حكمه وحدد نوعها ومقدارها ، ويمكن أن يقتصر عليها الحكم لأنها الجزاء المقرر في القانون للجرائم ببلوغ الأهداف المتوخاة من العقاب ، إذ المعيار في اعتبار العقوبة أصلية هو أن تكون كجزاء أصيل للجريمة من دون أن يكون توقيعها معلقا على الحكم بعقوبة أخرى⁽¹⁾ ، والعقوبات المقررة لجرائم الاعتداء على العلامة التجارية حسب ما قرره التشريعات المقارنة والمشرع الجزائري من خلال الأمر 06-03 تشمل عقوبات الحبس والغرامة المالية ، ولمعرفة مدى نجاعة هاتين العقوبتين في توفير الحماية الحثائية فإنه سيتم تناولهما في الفرعين ، تناولنا في الفرع الأول عقوبة الحبس ، اما الفرع الثاني الغرامة.

الفرع الأول : الحبس

الحبس هو عقوبة مؤقتة سالبة للحرية تلزم المحكوم عليه أحيانا بالعمل (الحبس مع الشغل) خلال المدة المحكوم بها عليه ، أو تعفيه من هذا الالتزام (الحبس البسيط)⁽²⁾

ويقصد به كذلك إيداع المحكوم عليه إحدى المؤسسات العقابية المدة المقررة في الحكم ن وقد اختلفت التشريعات الخاصة بالعلامة التجارية في مقدار عقوبة الحبس الواجب فرضها على مرتكب أي جريمة من جرائم الاعتداء على العلامة التجارية ، وهذا الاختلاف يكون بحسب السياسية الجنائية للمشرع في كل دولة⁽³⁾

(1) عرفت المادة 4 من قانون العقوبات الجزائري العقوبات الأصلية كمايلي : "العقوبات الأصلية هي تلك التي يجوز الحكم بها المحكوم بها دون أن تقتنر بأية عقوبة أخرى

(2) جلال ثروت ، نظم القسم العام في قانون العقوبات ، نظرية الجرم والجزاء ، المسؤولية الجنائية والجزاء الجنائي الجزئية الثاني ، مكتبة و مطبعة الإشعاع، الإسكندرية ، 1994 ، ص 63

(3) عرف المشرع المصري الحبس في المادة 18 من قانون العقوبات المصري : " عقوبة الحبس هي وضع المحكوم عليه في احد السجون المركزية أو العمومية المدة المحكوم بها عليه ن ولا يجوز أن تنقص هذه المدة عن أربع وعشرون ساعة ولا أن تزيد على ثلاث سنين إلا في الأحوال الخصوصية المنصوص عليها قانونا ..."

أما المشرع الجزائري فقد ذكر عقوبة الحبس في المادة 05 قانون العقوبات الجزائري ...العقوبات الأصلية في مادة الجنح هي :

الحبس مدة تتجاوز شهرين إلى خمس سنوات ماعدا الحالات التي يقرر فيها القانون حدود أخرى ..."

موقف التشريعات:

لقد جاءت مواقف تشريعات العلامة التجارية متغايرة فيما بينها بالأخذ بعقوبة الحبس كجزء لجرائم التعدي على العلامة التجارية ، حيث ذهب غالبية التشريعات إلى الأخذ بهذه العقوبة ، في حين أن بعض التشريعات لم تنص على عقوبة الحبس كجزء على التعدي على العلامة التجارية ، إضافة إلى أن التشريعات قد اختلفت فيما بينها في مدة الحبس كعقوبة أصلية في حال الاعتداء على العلامة التجارية ، واختلفت أيضا في اقتران هذه العقوبة بعقوبة الغرامة .

فقد ذهب المشرع الجزائري في المادة 32 من الأمر 03-06 إلى النص على هذه العقوبة كعقوبة أصلية في حال ارتكاب شخص لأي صورة من صور التعدي على العلامة التجارية ، حيث جعل العقوبة الحبس من ستة أشهر إلى سنتين ، واقربها بعقوبة الغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار (2.500.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.00 دج) ، وكذلك أجاز المشرع الجزائري في ذات المادة للقاضي أن يحكم بهاتين العقوبتين . أما المشرع الفرنسي فقد تدخل مؤخرا من اجل رفع العقوبات المطبقة على مرتكبي جرائم التعدي على العلامة التجارية ، وبالتالي أصبحت عقوبة الحبس لمدة ثلاث سنوات ⁽¹⁾ ، وارتفعت الغرامة إلى 300.000 يورو ، كما جاء المشرع الفرنسي خاصة في حالة ارتكاب جنح التقليد من قبل عصابة منظمة ، إذ تصبح عقوبة الحبس خمس سنوات وبغرامة مالية 500.000 يورو ⁽²⁾ .

أما المشرع المصري فقد ذهب من خلال نص المادة 113 من قانون حماية الملكية الفكرية المصري إلى النص على العقوبة وهي عقوبة الحبس كعقوبة أصلية ، حيث كانت مدتها لا تقل عن شهرين إلى جانب عقوبة الغرامة التي لا تقل عن خمسة الآلاف جنيه و لا تجاوز عشرين ألف جنيه ، كما يمكن للقاضي أن يحكم بهاتين العقوبتين ⁽³⁾ .

(1) Article L 716-9 (mod par la loi n° 2007-1544 du 29 octobre 2007) C . Fr . propr intell : « ” Est puni de quatre ans d’emprisonnement et de 400.000 euros d’amende le fait pour toute personne fournir , offrir a la vente ou louer des marchandises présentées sous une marque contrefaite..”

Et article L 716 – 10 mod . par la loi n° 2007-1786 du 19 décembre 2007 du même code : ”Est puni de trois ans d’emprisonnement et de 300.000euros d’amendée fait pour toute personne..”

(2) V art . L .716-9 et 716-10 al 2c .prppr intell : “ Lorsque les délits ...ont été commis en bande organisée , les peines sont portées a cinq ans d’emprisonnement et a 500.000 euros d’amende”

(3) أورد المشرع مصري في قانون الملكية الفكرية عقوبة موحدة لكل الجرائم التي تضمنها انظر غنام محمد غنام ، جرائم الاعتداء على الملكية الفكرية في مصر وأسباب انتشارها ، أعمال الندوة الإقليمية حول جرائم الملكية الفكرية ، المنامة مملكة البحرين ، 13- 14 ابريل 2008 ، ص 30

أما بالنسبة إلى التشريع الجزائري ، وبمقارنة هذه الأحكام مع ما كان منصوص عليه في التشريع السابق ⁽¹⁾ يلاحظ أن المشرع الجزائري قام برفع الغرامة ⁽²⁾ ، إلا انه قام بتخفيف عقوبة الحبس ⁽³⁾

نشير باختصار ⁽⁴⁾ إلى أن الجزائر تحاول منذ عدة سنين تحقيق نظام اقتصاد السوق ، كما ترغب في فتح حدودها للتجارة العالمية ، ولهذا الغرض تبذل كل ما في وسعها للانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة . ويتطلب الاحتكاك بالقوانين الأخرى إعادة النظر في العديد من الأحكام القانونية التي تحكم قانون الأعمال ، ومنها قانون الملكية الفكرية ، وهنا يظهر التناقض ، والتساؤل يبقى مطروحا ، في حالة فتح الحدود للتجارة وتشجيع الشركات الأجنبية للقيام باستثمارات في البلاد ، فماهي الضمانات الممنوحة ؟ وكيف تتحقق حماية علامة السلعة أو الخدمات الأجنبية ؟

لقد انتشرت ظاهرة التقليد ، وإذ انه لا يمكن مكافحتها بصورة فعالة إلا بالنص على عقوبات أكثر شدة، ومنح الهيئة المكلفة بالمراقبة الوسائل المادية والبشرية الملائمة .

وبمقارنة الأحكام التي جاء بها المشرع الفرنسي مع ما جاء به المشرع الجزائري ، يلاحظ أنها أكثر صرامة ، أو بتعبير آخر يمكن القول بان المشرع الجزائري عجز في إصلاحه لنظام العلامات ، حيث انه لم ينص على العقوبات المناسبة لحماية حقوق أصحاب العلامات .

ومن جهة أخرى فالمشرع الجزائري أكثر تشددا مع موقف المشرع المصري ، حيث أن المشرع الجزائري قد حدد الحد الأدنى لعقوبة الحبس بمدة لا تقل عن ستة أشهر ، بينما حددها المشرع المصري بمدة لا تقل عن شهرين و قد اقترنت هذه التشريعات بعقوبة الحبس بعقوبة الغرامة ، ومنحت كذلك محكمة الموضوع سلطة تقديرية تخولها جواز الحكم بالحبس أو الغرامة أو الجمع بينهما .

والجدير بالذكر إلى أن المشرع المصري قد انفرد بحكم يوجب على المحكمة في حالة العود أن يكون الحبس مقترنا بالغرامة المادة 113 من قانون حماية الملكية الفكرية المصري ، أما التشريعات المقارنة والتشريع الجزائري فلم يرد أي نص بخصوص تشديد العقوبة في حالة العود

(1) راجع المادة 28 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية الجزائري

(2) كان الحد الأقصى للغرامة 20.000 دج وأصبح 10.000.000 دج

(3) أصبح الحد الأقصى لعقوبة الحبس سنتين بدل ثلاث سنوات

(4) أمانة صامت ، المرجع السابق، ص 249

الفرع الثاني: الغرامة

عقوبة الغرامة من العقوبات المالية التي يراد بها إلزام المحكوم عليه بان يدفع إلى الخزينة العامة المبلغ المعين في الحكم ، وتتوفر فيها كل مقومات وخصائص العقوبة الجنائية باعتبارها أنها إيلاء مقصود ينال من الحقوق المالية للفرد المحكوم عليه بها⁽¹⁾

يقرر المشرع الغرامة بوصفها عقوبة أصلية في الجرح والمخالفات ، وقد يقرها استثناء في الجنايات ، فالغرامة هي العقوبة الوحيدة المقررة للمخالفات ، أما في الجرح فقد تقرر الغرامة وحدها ، وذلك بالنسبة للجرح الغير الهامة ، وقد ينص عليها إلى جانب الحبس كعقوبة وجوبية أو جوازية ، وقد ينص عليها مع الحبس على سبيل التخيير⁽²⁾

موقف التشريعات

لقد تناولت تشريعات العلامة التجارية في غالبيتها عقوبة الغرامة كعقوبة أصلية في جرائم التعدي على العلامة التجارية ، وتختلف قيمة الغرامة التي أوردتها تلك التشريعات باختلاف الدول والأنظمة . والمشرع الجزائري ذهب من خلال المادة 32 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية إلى اعتبار الغرامة في جرائم التعدي على العلامة التجارية عقوبة تختيارية ، وهذا يستخلص من كلامه "... أو بإحدى هاتين العقوبتين ...". وهذا يعني أن المشرع الجزائري قد منح للقاضي السلطة التقديرية في اختيار العقوبة التي يرى أنها تتلاءم مع الجرم المسند للمشتكي عليه ، بحيث تتراوح قيمة الغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار (2.500.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج) . أما المشرع المصري استخدم نفس العبارة في نص المادة 113 من قانون حماية الملكية الفكرية المصري "... أو بإحدى هاتين العقوبتين ..".

أما المشرع الفرنسي فقد جعل الغرامة المطبقة على مرتكبي جنح التقليد 300.000 يورو ، وفي حالة ارتكاب جنح التقليد من قبل عصابة منظمة تصبح الغرامة 500.000 يورو ومقارنة الأحكام التي جاء بها المشرع الفرنسي مع ما جاء بها كل من المشرع الجزائري والمصري ، يلاحظ أنها أكثر صرامة ، وهذا يعني أن كل منهما عجز في إصلاحه لنظام العلامات ، حيث أنهما لم ينصا على

(1) وقد عرفت المادة 22 من قانون العقوبات المصري الغرامة بنصها على ان " العقوبة بالغرامة هي إلزام المحكوم عليه بان يدفع إلى الخزينة الحكومة المبلغ المقدر في الحكم " أما المشرع الجزائري فقد نص في المادة 05 من قانون العقوبات على مايلي : " العقوبات الأصلية في مادة الجرح هي : الغرامة التي تتجاوز 20.000 دج"

(2) علي عبد القادر القهوجي، المرجع السابق، 2010، ص 210

العقوبات المناسبة لحماية أصحاب العلامات التجارية .

المطلب الثاني : العقوبات التكميلية لجرائم التعدي على العلامة التجارية

إلى جانب العقوبات الأصلية فقد نصت تشريعات العلامة التجارية على عقوبات تكميلية في حالة التعدي على العلامة التجارية .فالعقوبات التكميلية هي تلك التي لا يجوز الحكم بها مستقلة عن عقوبة أصلية ، فيما عدا الحالات التي ينص عليها القانون صراحة ، وهي إما إجبارية أو اختيارية ⁽¹⁾ وباستقراء تشريعات العلامة التجارية نجد أن مناهجها قد اختلفت في النص على العقوبات التكميلية المقررة لجرائم التعدي على العلامة التجارية وسنشير إليها في الفرعين ، نتطرق في الفرع الأول الى المصادرة و الإلتلاف وفي الفرع الثاني نتناول الإغلاق و النشر.

الفرع الأول : المصادرة والإلتلاف

أولاً- المصادرة

المصادرة جزاء مالي ، مضمونه نقل ملكية مال له علاقة بجريمة وقعت أو يخشى وقوعها إلى الدولة ، التي تحل محل المحكوم عليه في ملكية المال من دون مقابل⁽²⁾ وقد نص المشرع الجزائري في المادة 32 من المر 03-06 على عقوبة لمصادرة كإحدى العقوبات التكميلية التي يجوز للمحكمة أن تقرها ، حيث يحكم القاضي بمصادرة ⁽³⁾ المنتجات و الادوات التي تكون موضوع ارتكاب الجنحة ، ولتطبيق هذه العقوبة يجب أن تكون الجنحة قد ارتكبت وأثبتت ⁽⁴⁾ ، فالأمر يختلف في الأحكام الراهنة إذ جاء فيها أن مرتكب جنحة التقليد يعاقب بالحبس والغرامة أو بإحدى هاتين العقوبتين مع مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في ارتكاب الجنحة .

(1)المادة 2/4 من قانون العقوبات الجزائري ، في حين المشرع المصري فقد نص عليها في المادة 24 من قانون العقوبات المصري وقد أطلق عليها اسم العقوبات التبعية .

(2) علي عبد القادر القهوجي ، المرجع السابق ، ص 232

(3) لا يمكن الحكم ببعض العقوبات التكميلية كمصادرة الأشياء التي استعملت أو كانت ستستعمل في تنفيذ جنحة" إلا إذا نص القانون على ذلك ، المادة 15 من قانون العقوبات الجزائري

(4) فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، ص 281

وأما في التشريع الفرنسي فقد أعطى المشرع الفرنسي الحق للمحكمة في حال الإدانة في جرائم التعدي على العلامة التجارية أن تقضي بمصادرة المنتجات والأدوات المستخدمة في ارتكاب الجريمة ، والأمر هنا متروك لتقدير المحكمة ، ويتضح هذا من عبارة " ... للمحكمة أن تنطق بمصادرة المنتجات ... " ، وبالتالي فإن الحكم بالمصادرة وفق التشريع الفرنسي هو أمر جوازي .

وبالمقابل فالمشرع المصري نص في المادة 113 من قانون حماية الملكية الفكرية المصري على انه " ..وفي جميع الأحوال تقضي المحكمة بمصادرة المنتجات محل الجريمة أو المبالغ أو الأشياء المتحصلة منها ، وكذلك الادوات التي استخدمت في ارتكابها ... "

ويستفاد من هذا النص أن الحكم بالمصادرة يكون وحيويا ، وهنا لا يكون فيه سلطة تقديرية للقاضي وبالتالي فانه يجب أن يتضمن قرار الحكم مصادرة الأشياء المضبوطة سواء كانت ناتجة عن جريمة أو استخدمت فيها ، أما إذا لم تكن هذه الأشياء أو الادوات قد ضبطت ، فإن طلب مصادرتها يكون واردا في غير محله ، ولا يجوز الحكم بالمصادرة في هذه الحالة .

ونعتقد⁽¹⁾ أن ما اذهب إليه المشرع المصري كان الاضوب ، والذي يتضمن انه في جميع الأحوال يجب على المحكمة أن تصادر جميع الأشياء والأدوات المضبوطة سواء استعملت في ارتكاب الجريمة ا واعدت لاقتوافها ، لما في هذا الاتجاه من تحقيق للحماية الجنائية للعلامة التجارية .

موقف التشريعات

اختلفت مواقف التشريعات الخاصة بالعلامة التجارية فيما يخص العقوبات التكميلية أو التبعية المقررة لجرائم التعدي على العلامات التجارية ، حيث تتمثل هذه العقوبات في المصادرة والإتلاف والغلق ، وهذا ما سنتطرق إليه من خلال الفرعين التاليين.

ثانيا - الإتلاف :

إن المشرع في تشريعات العلامات التجارية يسير إلى منح المحكمة سلطة تقرير إتلاف العلامة التجارية المخالفة ، أو الادوات التي استخدمت في جرم التعدي على العلامة التجارية ، أو تقرير إتلاف المنتجات ذات الصلة بالعلامة المخالفة ، ولكن تتباين مناهج التشريعات في جعل الإتلاف وحيويا على المحكمة أو اختياريا

موقف التشريعات

المشرع الجزائري تناول الإتلاف في المادة 32 من الأمر 03-06 والتي ورد فيها " ... فإن كل شخص ارتكب جنحة تقليد ، يعاقب بالحبس من ستة (6) أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونيين وخمسمائة ألف دينار (2.500.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط مع : - إتلاف الأشياء محل المخالفة

(1) أمنة صامت ، المرجع السابق ، ص 249

الحكم بالإتلاف يعد في التشريع الجزائري وعلى خلاف التشريع الفرنسي امراً إلزامياً نظراً لصياغة النص القانوني .
والحكمة من وراء هذه العقوبة هي حماية الصحة العمومية للمستهلكين من تناول سلع مقلدة مضرّة بصحتهم أو
تحتوي على مواد خطيرة

أما المشرع المصري فذهب في نفس اتجاه المشرع الجزائري وذلك من خلال المادة 117 من قانون حماية الملكية
الفكرية المصري والتي ورد فيها " ... وتأمّر المحكمة بإتلاف المنتجات أو البضائع أو عناوين المحال أو الأغلفة أو
الفواتير أو المكاتبات أو وسائل الإعلان أو غير ذلك مما يحمل تلك العلامة أو يحمل بيانات أو مؤشرات جغرافية
بالمخالفة لأحكام هذا الكتاب ، وكذلك إتلاف الآلات و الادوات التي استعملت بصفة خاصة في ارتكاب
الجريمة "

الفرع الثاني : الإغلاق والنشر

أولاً: - الإغلاق

يتمثل غلق المنشأة في المنع من استمرار استغلال تلك المنشأة (محل تجاري ، مصنع أو مكتب ...) عندما
تكون محلاً أو أداة لأفعال تشكل خطراً على النظام العام .

وقد تباينت مواقف تشريعات العلامات التجارية من هذا التدبير ، حيث ذهب البعض منها للنص صراحة
على هذه العقوبة من جراء التعدي على العلامة التجارية ، حيث اعتبرتها بعض التشريعات عقوبة جوازيه واعتبرها
البعض الأخر عقوبة وجوبية ، في حين هناك تشريعات أخرى لم تنص على هذه العقوبة⁽¹⁾.
وتماشياً مع تقرير قيام المسؤولية الجنائية للشخص الاعتباري فقد سارت التشريعات المقارنة إلى تقرير عقوبة الغلق
لمصنع أو المحل التجاري أو المؤسسة كجزاء على ارتكاب الجرم .

موقف التشريعات

وينص المشرع الجزائري على عقوبة تكميلية أخرى تتمثل في الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة⁽²⁾ ، وفي
حالة الحكم على المتهم بعقوبة جزائية ، يقرر القاضي غلق المؤسسة التي استعملت لتنفيذ الجنحة ، ويعد هذا
القرار اختيارياً في التشريع الفرنسي ، لكن لم يبين المشرع الجزائري على خلاف نظيره الفرنسي مصير عمال
المؤسسة بعد قرار الغلق مؤقتاً أو نهائياً ، كما لم يحدد المدة التي لا يمكن أن يتجاوزها الغلق المؤقت .
وقد أجاز المشرع المصري في المادة 113 من قانون حماي الملكية الفكرية المصري للمحكمة بعد إتمام إجراءات
التقاضي وثبوت الجرم الذي تنظره أن تصدر في قرار الحكم النهائي امراً يتضمن إغلاق المنشأة التي استغلها المتهم
في ارتكاب الجريمة ، وان أقصى مدة الغلق هي ستة أشهر ، إلا أن المشرع المصري وخروجاً

(1) التشريعات التي لم تأخذ بإغلاق المحل أو المشروع أو المنشأة أو الأماكن التي استعملت في ارتكاب جريمة التعدي على العلامة التجارية هي :

التونسي ، اللبناني ، السوري ، السوداني ، الأردني

(2) المادة 32 من الأمر 03-06

على هذا الحكم الذي قرره في المادة 113 من القانون ذاته الخاص بأمر الغلق ، فقد ألزم المحكمة بالغلق الوجوبي في حالة العود ، ولكن طبقا للمدة التي تراها المحكمة حيث لم يحدد في النص ذاته حدا أقصى لمدة الغلق (1).

ثانيا: نشر الحكم الصادر بالإدانة :

تعرف التشريعات المختلفة نظام نشر الأحكام القضائية الصادرة بالإدانة ، وذلك كعقوبة تكميلية تصيب المدان عن بعض الجرائم في سمعته .

ويتم نشر الحكم الصادر بالإدانة سواء بالشهر على واجهة المحلات أو بالنشر في الصحف ، ويقضي غالبا بشهر الأحكام الصادرة بالإدانة في المجال الاقتصادي والاجتماعي والتجاري ، وذلك عن طريق لصق صورة من الحكم أو ملخص له على الأماكن التي يحددها الحكم ، سواء أكانت واجهات المحلات أو المصانع أو المكاتب أو غيرها ، وذلك على حساب المحكوم عليه ، ويعاقب كل من يتلف أو يمزق تلك الإعلانات (2).

موقف التشريعات

جاءت مواقف التشريعات الخاصة بالعلامة التجارية متغايرة فيما بينها فيما يخص عقوبة نشر الحكم الصادر بالإدانة ، حيث أخذت بعض التشريعات بهذا التدبير في حين أن البعض الآخر لم يأخذ بما .

والمرجع الجزائري من خلال التشريع السابق كان ينص على الإعلان والنشر ، بحيث كان يجوز للمحكمة أن تأمر بالصاق نص الحكم في الأماكن التي تحددها ونشره بتمامه ، أو بتلخيص في الجرائد التي تعينها ، وذلك كله على نفقة المحكوم عليه (3). غير أن الأحكام الراهنة لا تتضمن ذكر إعلان الحكم كعقوبة تكميلية .

أما المشرع المصري فقد اخذ بهذا التدبير إذ نص عليه في المادة 117 من قانون حماية الملكية الفكرية المصري بقولها "... ويجوز للمحكمة أيضا أن تأمر بنشر الحكم في جريدة واحدة أو أكثر على نفقة المحكوم عليه" والملاحظ أن المشرع المصري قد أجاز للمحكمة أن تأمر بنشر الحكم الإدانة في جريدة أو أكثر وذلك على نفقة المحكوم عليه ، ولهذا النشر فوائد كثيرة ن فهو وسيلة للتشهير بالجرمين وإفصاح أمرهم ، وبمثابة تحذير للمستهلكين من شراء السلعة التي تحمل علامة مزورة أو المقلدة أو المغتصبة ، وفيه أيضا ترضية للمجني عليه وتعويضا له عما أصابه من ضرر

(1) سميحة القليوبي ، المرجع السابق ، ص 601

(2) أمين مصطفى محمد ، النظرية العامة لقانون العقوبات الإداري، ظاهرة الحد من العقاب، الإسكندرية، الطبعة الثانية، دار المطبوعات الجامعية،

الإسكندرية، 2010، ص 266

(3) المادة (2/34) من الأمر 66-67

خاتمة:

إن الأهمية التي يتصف بها موضوع العلامات التجارية تقتضي التشدد في الحماية المتوفرة قانونا بشتى أنواعها المدنية و الجزائية على حد سواء، كما تتمتع العلامة التجارية كحقل من حقول الملكية الفكرية بخصوصية تفرض نفسها، و هذه الخصوصية تتمثل في إخضاعها لقواعد خاصة تتلاءم مع تلك الخصوصية، إذ لا يمكن القول بأن القواعد العامة الواردة في القانون بمعناه العام تصلح للتطبيق على أي نزاع متعلق بالعلامات التجارية ، هذا بشكل عام.

أما فيما يتعلق بالنتائج والإستنتاجات التي توصلنا إليها من خلال الدراسة التي تناولناها في مجال تشريعات العلامات التجارية فهي كالآتي:

1/ إن الحماية الجنائية للعلامة التجارية كانت ثمرة تطور تشريعي مر بمراحل مختلفة ، وكان ذلك نتيجة التطور في الحياة لإقتصادية .

2/ لقد أخذ كل من المشرعين الجزائري و المصري بالمفهوم الواسع للعلامة التجارية ، من خلال تحديد أشكالها و العناصر التي يمكن أن تتكون منها تلك العلامة ، و نتيجة لذلك تم اسباغ حماية جنائية على العلامة التجارية بكافة أشكالها و صورها.

3/ إن الحماية الجنائية للعلامة التجارية تدور وجودا و عدما مع التسجيل ، ولا بد من تحقق ركن التسجيل لشمول هذه العلامة بالحماية الجنائية.

4/ المصلحة التي تهدف إليها هذه التشريعات من الحماية الجنائية للعلامات التجارية لا تقتصر على حماية صاحب الحق في ملكية العلامة التجارية ، و إنما تمتد لتشمل حق المستهلك في عدم استعمال العلامة في ما يؤدي إلى غشه و خداعه في مجال التعامل التجاري بالمنتجات و البضائع المختلفة.

5/ لم تحسم التشريعات الخاصة بالعلامات التجارية مسألة تطلب القصد الخاص في جرائم الإعتداء على العلامة التجارية ، ولم تنص على هذا صراحة بل ان العبارات التي استخدمتها بعض التشريعات جاءت غير واضحة من حيث الصياغة القانونية .

6/ التشريع الجزائري و التشريعات المقارنة لم يتضمنا أية نصوص تتعلق بالمسؤولية الجنائية أو المساهمة الجنائية أو مسؤولية الشخص المعنوي في جرائم العلامات التجارية.

قائمة المراجع :

أولا : الكتب باللغة العربية

1/ الكتب العامة:

فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري الحقوق الفكرية، حقوق الملكية الصناعية والتجارية وحقوق الملكية الأدبية والفنية، ابن خلدون للنشر، والتوزيع — ع ، الجزائر — 2006 .
عجة الجيلالي مدخل إلى حقوق الملكية الفكرية طبقا للقوانين الجزائرية ، دار الخلدوني — الجزائر .
جلال وفاء محمدين ، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية .

احمد محمد محرز ، القانون التجاري ، الطبعة الثانية — دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2003 .
زينة غانم عبد الجبار ، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية دراسة مقارنة ، دارالحامد للنشر و التوزيع . عمان . 2007 .

عوض علي جمال الدين : القانون التجاري ، الجزء الأول ، دار النهضة العربية ، القاهرة .
احمد فتحي سرور ، أصول السياسة الجنائية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1989 .
محمد حسني عباس . الملكية الصناعية والمحل التجاري — اري ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1971 .
نعيم مغبغب ، الماركات التجارية والصناعية ، دراسة مقارنة في القانون المقارن ، الطبعة الاولى ، 2005 .
محمد السيد الفقهي ، دروس في القانون التجاري الجديد ، دار المطبوعات الجامعية ، الإسكندرية ، 2000 .
محسن شفيق ، القانون التجاري المصري ، الجزء الأول ، دار الثقافة للنشر ، القاهرة ، 1949 .
جلال ثروت ، النظام القانوني الجنائي ، عناصر تكوين — مصادره — خصائصه ومنهج تفسير قواعده ، 2006 .
مصطفى كمال طه ، الوجيز في القانون التجاري ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، 1966 .
اكرم الخولي ، القانون التجاري اللبناني المقارن ، الجزء الأول ، الطبعة الثانية ، 1967 .
محمود نجيب حسني ، شرح قانون العقوبات ، القسم الخاص ، الجرائم المضرة بالمصلحة العامة ، دار النهضة العربية القاهرة ، 1972 .

معوض عبد التواب ، شرح قوانين التموين ، الطبعة الخامسة ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، 1987 .
محمد فريد العريني ، القانون التجاري اللبناني ، الطبعة الثانية ، الدار الجامعية ، لبنان ، 1985 .
عادل امين ، الغش التجاري ، الطبعة الأولى ، مطبعة الانتصار ، القاهرة ، 1996 .
عبد المنعم فرج الصدة ، الحقوق العينية الاصلية ، دار النهضة العربية ، بيروت ، 1982 .
محمد عصفور ، البوليس والدولة ، مطبعة الاستقلال الكبرى ، القاهرة — 1971 .

احمد فتحي سرور ، الوسيط في قانون العقوبات ، القسم العام ، الطبعة الرابعة ، دار النهضة العربية ، 1985 .
جلال ثروت ، نظم القسم العام في قانون العقوبات ، نظرية الجرم والجزاء ، المسؤولية الجنائية والجزاء الجنائي ، الجزء الثاني ، مكتبة ومطبعة الإشعاع ، الإسكندرية ، 1994 .

علي عبد القادر القهوجي ، شرح قانون العقوبات ، القسم العام ، دار الجامعة الجديدة ، الاسكندرية ، 2010 .
أمين مصطفى محمد ، النظرية العامة لقانون العقوبات الإداري ، (ظاهرة الحد من العقاب) ، دار المطبوعات الجامعيــــــــــــــــة ، الإسكندريةــــــــــــــــة ، 2010 .

علي جمال الدين عوفي ، القانون التجاري ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، بدون سنة .

2/ الكتب المتخصصة:

زين الدين صلاح العلامات التجارية . وطنيا و دوليا ، منشورات دار الثقافة للنشر والتوزيع . الطبعة الاولى .
ماهر فوزي حمدان ، حماية العلامات التجارية ، منشورات الجامعة الأردنية ، 1999 .
جمال محمود عبد العزيز نحو قانون موحد للعلامات التجارية لدول مجلس التعاون الخليجي وفقا للاتفاقيات الدولية ، الطبعة الثانية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2008 .
سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، الطبعة الرابعة ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2003 .
امنة صامت ، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية ، دراسة مقارنة ، ريم للنشر والتوزيع ، 2011 .
وادي جمال / العلامة التجارية في التشريع الجزائري، دراسات قانونية، العدد الثالث 2003 .
أحمد محرز ، الحق في المنافسة المشروعة ، القاهرة ، 1994 .
ناصر عبد الحليم السلامات ، الحماية الجزائية للعلامات التجارية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2008 .
هالة مقداد احمد الجليلي ، العلامة التجارية ، الطبعة الرابعة ، المكتبة القانونية ، دمشق ، 2004 .
محمد منصور احمد ، جريمة الغش التجاري في العلامات التجارية ، دار الرياض للطبع والنشر ، القاهرة ، 1955
محمود احمد عبد الحميد مبارك ، العلامة التجارية وطرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين .

الأطروحات:

محمد عبد الرحمان الشمري ، حماية العلامة التجارية في ضوء اتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية تريبس ، رسالة دكتوراء ، جامعة القاهرة ، 2004 .

عامر احمد مختار ، تنظيم سلطة الضبط الإداري في العراق ، رسالة ماجستير ، جامعة بغداد ، 1975 .

المقالات:

عبد الله الخشروم , الحق في التعويض الناشئ عن التعدي كوجه من وجوه الحماية المدنية للعلامة التجارية دراسة في التشريع الأردني , مقال منشور في مجله أبحاث اليرموك , جامعة اليرموك , سنة , 2004 .
بيوت نذير – مساهمة القضاء في حماية العلامة التجارية – مقال منشور في المجلة القضائية للمحكمة العليا العدد 02 من سنة 2002.

المحاضرات:

محاضرات ألقيت من طرف القاضيتين : خطابي نسيمه و فاس ليديا بنزل الاوراسي في إطار الملتقى حول الملكية الفكرية أيام 12 ، 13 ديسمبر 2005 بعنوان التطبيقات القضائية في مجال العلامات التجارية.
ثانيا: الكتب باللغة الفرنسية

(2) ALBERT Chavanne et jean jaques burt –op-cit-

(4)Rene chapus , droit administratif générale ,tom1 ,1 édition ,

الفهرس

الصفحة	العنوان
01	المقدمة.....
06	الفصل الأول : التاصيل القانوني للعلامات التجارية.....
07	المبحث الأول : ماهية العلامات التجارية.....
07	المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية.....
07	الفرع الأول : في القانون المقارن.....
07	أولا : في القانون الفرنسي.....
08	ثانيا: في القانون المصري.....
10	الفرع الثاني: في اتفاقية تريبس.....
12	الفرع الثالث : في التشريع الجزائري.....
13	المطلب الثاني : أساليب الحماية العلامة التجارية.....
14	الفرع الأول: الحماية الدولية للعلامة التجارية وفق اتفاقية باريس.....
15	أولا : مبدأ المعاملة الوطنية.....
15	ثانيا : مبدأ الدولة الأولى بالرعاية.....
15	ثالثا : مبدأ المعاملة بالشفافية.....
15	رابعا : مدة الحماية.....
15	خامسا : مبدأ آلية الإنفاذ.....
16	سادسا : آلية فض المنازعات بين الدول الأعضاء.....
16	الفرع الثالث : الحماية المدنية للعلامة التجارية.....
17	أولا : مفهوم المنافسة غير المشروعة.....
18	ثانيا : الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية.....
19	ثالثا : نطاق دعوى المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية.....

20 رابعا : شروط دعوى المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية
20 خامسا :وجود أفعال المنافسة غير المشروعة
21 سادسا :وجود ضرر جراء أعمال المنافسة غير المشروعة
22 سابعا :علاقة السببية بين أفعال المنافسة غير المشروعة و الضرر
22 المبحث الثاني : نطاق الحماية الجنائية للعلامة التجارية
23 المطلب الأول :شروط حماية العلامة التجارية
23 الفرع الأول :الشروط الموضوعية
23 أولا : أن تكون مميزة
25 ثانيا: الجدة
26 ثالثا: مشروعية العلامة
27 رابعا: شرط الإدراك عن طريق البصر
27 خامسا: شرط كتابة العلامة التجارية باللغة العربية
27 الفرع الثاني: الشروط الشكلية
28 أولا: تسجيل وإيداع العلامة التجارية
29 ثانيا – تحديد الإبداع
30 ثالثا: التسجيل و النشر
30 المطلب الثاني: حماية العلامة التجارية بين قانون العقوبات و التشريعات الخاصة
31 الفرع الأول:عدم تجريم الإعتداء على العلامة التجارية في قانون العقوبات
34 الفرع الثاني: الحماية الجنائية للعلامة التجارية في التشريعات الخاصة
37 الفصل الثاني: مكافحة جرائم الإعتداء على العلامة التجارية
38 المبحث الأول: صور الإعتداء على العلامة التجارية
38 المطلب الأول: جرائم الإعتداء على ذاتية العلامة التجارية
38 الفرع الأول: جريمة تقليد العلامة التجارية
39 أولا: الركن المادي
40 ثانيا:الركن المعنوي

40 الفرع الثاني: جريمة استعمال علامة مزورة.
41 أولاً: الركن المادي.
41 ثانياً: الركن المعنوي.
42 الفرع الثالث: جريمة بيع بضاعة تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو عرضها للبيع أو التداول أو حيازتها بقصد البيع.
42 أولاً: الركن المادي.
46 ثانياً: الركن المعنوي.
47 المطلب الثاني: جرائم الإعتداء على ملكية العلامة التجارية
47 الفرع الأول: جريمة استعمال علامة تجارية مملوكة للغير بدون وجه حق
47 أولاً: الركن المادي.
48 ثانياً: الركن المعنوي.
48 الفرع الثاني: جريمة بيع منتجات تحمل علامة موضوعة بغير حق أو عرضها للبيع أو حيازتها بقصد البيع
48 أولاً: الركن المادي.
50 المطلب الثالث: الجرائم المتصلة بالعلامة التجارية
50 الفرع الأول: جريمة استعمال بيان تجاري مخالف للحقيقة
52 أولاً: الركن المادي.
52 ثانياً: الركن المعنوي.
52 الفرع الثاني: جريمة استعمال العلامة بما يخالف النظام العام
53 أولاً: الركن المادي.
55 ثانياً: الركن المعنوي.
55 الفرع الثالث: جريمة ادعاء بتسجيل العلامة التجارية
57 أولاً: الركن المادي.
57 ثانياً: الركن المعنوي.
57 المبحث الثاني: العقوبات المقررة للجرائم الواقعة على العلامة التجارية
58 المطلب الأول: العقوبات الأصلية لجرائم التعدي على العلامة التجارية
58 الفرع الأول: الحبس

61 الفرع الثاني: الغرامة
62 المطلب الثاني: العقوبات التكميلية لجرائم التعدي على العلامة التجارية
62 الفرع الأول: المصادرة و الإلتلاف
62 أولا: المصادرة
63 ثانيا : الإلتلاف
64 الفرع الثاني: الإغلاق و النشر
64 أولا : الإغلاق
65 ثانيا: نشر الحكم الصادر بالإدانة
67 الخاتمة:
 قائمة المراجع
 الفهرس: