وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة زيان عاشور – الجلفة-
كلية: الحقوق والعلوم السياسية قسم: الحقوق

الجرائم الواقعة على العلامات التجارية في القانون الجزائري والمغربي

دراسة مقارنة

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر تخصص قانون الملكية الفكرية.

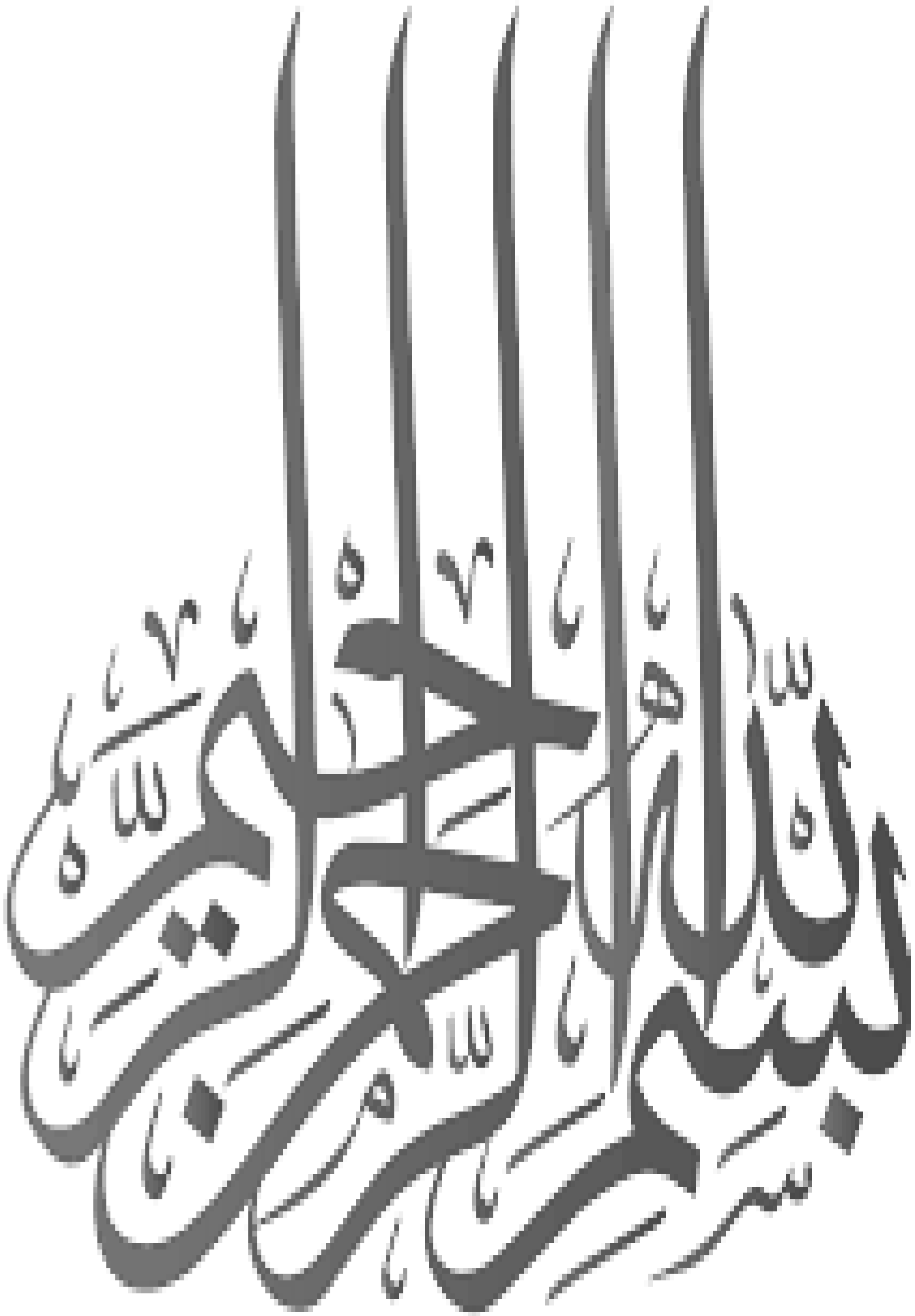
إعداد الطالبين:
- بن اسعيد خطيبي
- سفيان بوجمعة

إشـــراف:
د/ حليمة بسعود

لجنة المناقشة:

	الاسم واللقب	الصفة
1	د/مليكة حجاج	رئيسًا
2	د/حليمة بسعود	مشرفًا ومقررًا
3	د/ مارية عمراوي	مناقشًا

الموسم الجامعي2017- 2018


بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وتقدير

إن الحمد والشكر لله رب العالمين

نتوجه بخالص الشكر إلى أستاذتنا الفاضلة:

حليمة بسعود التي أشرفت على إنجاز هذا العمل

كما نتقدم بفائق الشكر إلى كافة الأساتذة الذين

رافقونا طيلة سنوات الدراسة.

إهداء

إلى بسمة الحياة وسر الوجود إلى من كان دعاؤها

سر نجاحي... أمي الغالية

إلى من عمل بكد في سبيلي وعلمني معنى

الكفاح وأوصلني إلى ما أنا عليه أبي الكريم

إلى كل إخوتي و أخواتي وكل عائلة خطيبي

إلى كل أصدقائي و زملائي و أحبابي كل باسمه

أهدي هذا العمل

بن اسعيد خطيبي

إهداء

إلى بسمة الحياة وسر الوجود إلى من كان دعاؤها

سر نجاحي...

أمي الغالية

إلى من عمل بكد في سبيلي وعلمني معنى الكفاح

وأوصلني إلى ما أنا عليه

أبي الكريم

إلى كل إخوتي و أخواتي وكل عائلة بوجمعة

إلى كل أصدقائي و زملائي و أحبابي كل باسمه

أهدي هذا العمل.

سفيان بوجمعة

MY HOUSE ON WEB
http://www.myhouseonweb.eu/

مقدمة

مقدمة :

إن القانون في اعترافه بحق الملكية كحق راسخ بطبيعته، يعترف بالموازاة لذلك بالملكية الواردة على الأشياء المعنوية و المتمثلة في مختلف صور نتاج العقل البشري فيما يعرف بالحقوق الذهنية أو المعنوية. و تمنح حقوق الملكية الفكرية في كنه مفهومها حق الاستئثار لصاحب الحق بحيث يكون له بالنتيجة الوقوف في وجه أي استغلال غير شرعي لها من قبل أطراف غير مرخص لها بذلك.

أصبحت العلامة التجارية من أهم عناصر الملكية الصناعية والتجارية التي تزايد الاهتمام بها مع تطور التجارة الداخلية والدولية، حيث اقتصر مجالها في البداية على السلع والمنتجات وامتد إلى الخدمات المقدمة في كافة المجالات ثم انتقل نطاقها ليشمل التجارة الإلكترونية التي أصبحت عصب التجارة المعاصرة.

ونظرا لما تؤديه العلامة التجارية من دور في تحقيق النمو الاقتصادي فقد أدى ذلك إلى تعدد أشكال التعدي عليها، ومن ذلك تقليد العلامة التجارية والذي أصبح متفش بكثرة في عصر التطور التجاري إذ هناك العديد من العلامات التجارية التي امتدت شهرتها لتشمل كافة دول العالم وأصبحت راسخة في ذهن المستهلكين نظرا لتمتعها بالجودة والضمان، وهو ما جعلها عرضة للتعدي، خاصة في مجال المنتجات الاستهلاكية الأمر الذي تطلب ضرورة مكافحة كافة أنواع التعدي على العلامة التجارية وبسط الحماية القانونية اللازمة لها.

إن أول قانون حديث تعامل مع العلامة بمفهومها المتعارف عليه حاليا هو القانون الفرنسي عام 1857، وبدأت بعد ذلك التنظيمات القانونية المنظمة للعلامة تتعاقب في مختلف الدول الأوربية، فوضعت ألمانيا قانونها للعلامات عام 1874 وبريطانيا عام1879و إسبانيا 1929 و إيطاليا عام1942 [1].

ومع التطور الاقتصادي في العالم و ازدياد أهمية العلامات التجارية، الذي جعل منها هذا الأمر عرضة للاعتداء من طرف أشخاص لا يولون أهمية للقوانين المنظمة للعلامات و همهم الوحيد هو تحقيق الربح و لو على حساب أشخاص آخرين، ما جعل الدول تتعاون فيما بينها من أجل وضع قوانين وتنظيمات على المستوى الدولي من خلال الاتفاقيات الدولية المبرمة في هذا الشأن وكل دولة تنظم إلى هذه الاتفاقيات يتمتع رعاياها بالحماية الدولية اللازمة لعلاماتهم التجارية، ومن أهم هذه الاتفاقيات الدولية نذكر منها:

- اتفاقية باريس المنشأة خصيصا لحماية الملكية الصناعية عام 1883.
- اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من الملكية الفكرية تريبس عام 1994.

ونجد أن المشرع الجزائري قد عجل في التفكير الجدي لوضع تشريع وطني تستوحى نصوصه من مقتضيات الاتفاقيات المتعلقة بحقوق الملكية الصناعية، و كذا لمواكبة التطور الاقتصادي الذي تلعب

---

[1] فؤاد معلال، الملكية الصناعية والتجارية دراسة في القانون المغربي والاتفاقيات الدولية، الطبعة الأولى، دار الآفاق المغربية للنشر والتوزيع، الدار البيضاء2009، ص12.

فيه العلامات التجارية دورا هاما، من خلال الانضمام للاتفاقيات الدولية المنشئة لهذا الغرض، ومن بين القوانين التي وضعها المشرع الجزائري نجد منها:

-الامر 57/66 المتعلق بعلامات المصنع و العلامات التجارية المعدل بالأمر182/66.

-الامر 308/66 الذي يعدل كذلك الامر 75/66.

-الامر 06/03 المتعلق بالعلامات.

-المرسوم التنفيذي 277/05 الذي يحدد كيفيات ايداع العلامة وتسجيلها، كل هذه القوانين أرست مفهوم الحماية الوطنية للعلامات التجارية.

كما لم يختلف المشرع المغربي عن نظيره الجزائري حيث كان المغرب من الدول النامية السباقة إلى إقرار تنظيم خاص بالعلامات، بحيث تم إصدار أول تشريع يتعلق بحماية الملكية الصناعية بمقتضى الظهير الشريف الصادر بتاريخ 1916/06/23 الخاص بمنطقة الفرنسية، والقانون الصادر في 4 أكتوبر 1938 المتعلق بمنطقة طنجة.

إلا أن هذه النصوص التشريعية التي استمر العمل بها مدة طويلة لم تعد تواكب التطور الحاصل في ميدان الملكية الصناعية بسبب تغيير الظروف الاقتصادية والاجتماعية التي عاشها المغرب آنذاك، فضلا عن كون هذا التشريع إنما وضع أساسا لحماية مصالح الرعايا الأجانب وخاصة الفرنسيين المقيمين بالمغرب.

كل هذا حتم على المغرب، وحتى يواكب عولمة الاقتصاد عامة وحقوق الملكية الصناعية خاصة ولتأمين حماية شاملة للعلامة التجارية تطبيق الاتفاقيات الدولية المبرمة في هذا المجال، كل هذه العوامل عجلت في تفكير المغرب جديا لوضع تشريع وطني فعال، تتضمن نصوصه مقتضيات مطابقة لنصوص الاتفاقيات المتعلقة بحقوق الملكية الصناعية، حتى يتمكن من توفير مناخ ملائم للمستثمرين الوطنيين والأجانب ويساعد على جلب المزيد من الرساميل الأجنبية قصد استثمارها في المغرب[1].

وفي هذا النطاق صدر القانون المنظم لحماية الملكية الصناعية بمقتضى الظهير الشريف الصادر بتاريخ 2000/02/15 بتنفيذ القانون رقم 97-17 والذي لم يدخل حيز التطبيق والتنفيذ إلا اعتبارا من تاريخ 2004/12/18، كما وقع تعديله بمقتضى الظهير الصادر بتاريخ 2006/2/14 لتنفيذ القانون رقم (05-31) ولما حظيت العلامة بأهمية تجارية واقتصادية ودعائية متزايدة، وأصبحت هذه الأهمية تتحكم في سلوك الشركات الكبرى مالكة العلامات، ولما كان هناك تنافس بين المنتجين والتجار، أصبح هناك من يقلد أو يستخدم علامة غيره، من أجل الوصول إلى ترويج سريع لسلعه أو خدماته في السوق، منتهكا

[1] الأمر الذي أكده وزير الصناعة والتجارة المغربي من خلال خطابه الذي ألقاه أمام البرلمان حول القانون رقم 97–17 المتعلق بالملكية الصناعية. – يونس بنونة، العلامة التجارية بين التشريع والاجتهاد القضائي، الطبعة الأولى، مطبعة النجاح، الدار البيضاء 2006، ص4.

الحقوق التي خولها القانون لمالك العلامة، ضاربا باستقرار النشاط التجاري ومهددا لسلامة جمهور المستهلكين.

وعليه، فالاعتداء على العلامة تجارية كانت أو صناعية، أو خدمية، سواء بتقليدها أو تزييفها أو بأي شكل من أشكال التعدي عليها، يشكل فعلا ضارا بالنسبة لمالك العلامة، وللمستهلكين، وكذلك بالنسبة للدولة، فمن جهة يسيء لمالك العلامة من خلال الخسارة التي تلحقه عند عرض سلعه وخدماته، كما أنه يسيء للمستهلك لأن التقليد سوف يغير من جودة السلع وخاصة في مجال الصناعات الغذائية أو الدوائية، مما يشكل خطرا على الصحة العامة، ووجود التقليد أو التزييف للعلامات يؤدي كذلك للإضعاف من فرص الاستثمار وخاصة الأجنبية منها.

- **أهمية البحث:**

أمام زيادة انتشار تلك الصور من الاعتداءات وتطور أساليبها وأنماطها تبرز وتتجلى أهمية هذا الموضوع في العمل على إيضاح خطورة الجرائم الواقعة على العلامات التجارية في التشريع المغربي والجزائري كما يعد هذا الموضوع من المواضيع التي تهم المستهلكين وأصحاب العلامات التجارية في بحثهم عن مختلف أشكال الاعتداء على العلامات التجارية، وأساليب التعويض عن الضرر الذي يلحق بهم، وذلك من خلال زيادة درجة الوعي والمعرفة لدى المستهلك والتاجر، من خلال إيضاح النظام الذي يجرم الاعتداء على العلامات التجارية في كل من القانون الجزائري والمغربي.

كما أنه مرتبط بالتخصص الذي اخترناه في الماستر إذ يعتبر جزئية من جزئيات الملكية الفكرية، وتمكين الباحث من الاطلاع على مضمون جرائم العلامات التجارية التي تناولها المشرع الجزائري والمشرع المغربي والتعرف على أوجه التشابه والاختلاف بينهما .

- **أسباب اختيار البحث :**

سبب ذاتي : يرجع الى الاطلاع على الموضوع والقدرة على معالجته وكذا الرغبة الذاتية والنفسية في معرفة أحكامه.

سبب موضوعي : قيمة الموضوع العلمية وأهميته التي سبق ذكرها آنفا.

- **أهداف البحث:**

تتمثل في التحكم في منهجية إعداد البحث العلمي و كذا اكتساب مهارات التحليل القانوني و النقد و المقارنة.

تقييم كل من المشرعين الجزائري والمغربي فيما يخص معالجتهما لجرائم العلامات التجارية بطريقة موضوعية مع تقديم البديل في ذلك.

ولعل السبب الرئيس من وراء القيام بهذه الدراسة، يرجع إلى تنامي ظاهرة الاعتداء على العلامات التجارية، في كل من الجزائر والمغرب وكثرة السلع المقلدة خاصة ذات الاستهلاك الواسع، مع ما تلحقه من أخطار لدى المستهلك، خاصة وأن تفاقم ظاهرة الجرائم لم يخص العلامات المحلية فقط، بل اجتاح حتى العلامات الأجنبية، ما تسبب في إلحاق الخسائر الفادحة بالاقتصاد الوطني، بالإضافة إلى إضعاف فرص

الاستثمار، ضف إلى ذلك، التأثيرات السلبية لمظاهر الاعتداء على العلامات، وما كونته من عقبات كانت لها ولا تزال تأثيرات على مسار انضمام الجزائر إلى منظمة التجارة العالمية، وهي الخطوة المتعثرة منذ سنوات، بسبب فرض الطرف الأوروبي التعامل مع الجزائر وفق قواعد صارمة في مجال حماية الملكية الفكرية والصناعية، والتي لا تزال تنتقد في مجال الحد من ظاهرة جرائم العلامات التجارية بالرغم من تطوير المنظومة التشريعية الخاصة بحماية العلامات ومختلف عناصر الملكية الصناعية.

- **الصعوبات:**

لقد واجهتنا خلال انجاز هذا البحث المتواضع عدّة صعوبات، لعلّ أهمها ينحصر في ما يلي:

-عدم وجود دراسات علمية أكاديمية سابقة تحيط بالموضوع من جميع الجوانب.

-أن موضوعات البحث متفرقة في مباحث متعددة من الكتب الفقهية و القانونية.

-ضيق الوقت.

-صعوبة الحصول على الكتب من مكتبة الكلية لتعقيد نظام الإعارة.

- **تحديد الإشكالية:**

يطرح موضوع الاعتداء على حق العلامات التجارية مشكلات قانونية مستجدة، خلقت ثغرات قانونية و فراغ قانوني لابد من تداركه مما يتوجب طرح الاشكالية التالية: **هل توفر النصوص القانونية السارية المفعول الحماية اللازمة للعلامات التجارية من الجرائم الواقعة عليها في التشريعين الجزائري والمغربي؟**.وللإجابة على هذه الاشكالية استخدمنا المنهج الوصفي وذلك من خلال جمع النصوص المتعلقة بالعلامات التجارية وتحليل تلك القواعد المتعلقة بالأليات التي اتخذها المشرعين الجزائري والمغربي، والمنهج المقارن من خلال مقارنة النصوص الجزائرية بنظيرها في التشريع المغربي وللإلمام بالإشكالية قسمنا دراستنا هذه إلى فصلين أين تناولنا بالدراسة في الفصل الأول العلامة التجارية محل الحماية وهذا الفصل بدوره قسمناه إلى مبحثين في كل مبحث مطلبين، فالمبحث الأول خصصناه لدراسة مفهوم العلامة التجارية وتمييزها عن ما يشابهها، إضافة إلى شروط صحة العلامة التجارية، أما المبحث الثاني فخصصناه لتصنيف العلامات التجارية ومن خلال هذا المبحث نتعرف على أنواع العلامات التجارية، وأشكال العلامات التجارية.

أما الفصل الثاني فخصصناه للحماية الجزائية للعلامات التجارية في التشريعين الجزائري والمغربي، وهذا الفصل أيضا قسمناه إلى مبحثين، في كل مبحث مطلبين فالمبحث الأول خصصناه لدراسة صور جرائم العلامات التجارية في التشريعين الجزائري والمغربي، أما المبحث الثاني فتطرقنا إلى الجزاءات المقررة في التشريعين الجزائري والمغربي فيما يخص الجرائم الخاصة بالعلامات التجارية.

الفصل الاول

العلامة

التجارية محل

الحماية

الفصل الأول

العلامة التجارية محل الحماية

تستخدم العلامات التجارية لتمييز المنتجات أو الخدمات عن بعضها البعض لتسهيل تعرف الزبائن والمستهلكين عليها ، فلقد عرف الإنسان منذ وجوده الإشارات والرموز حيث كان يستعين بها لمعرفة الأشياء وتمييزها عن بعضها البعض كاستخدامه لرموز للحيوانات والأشخاص والرموز الهندسية لتتطور هذه الرموز أكثر خاصة في العصور الوسطى أين كان التجار يضعون أسمائهم أو أسماء الجهات التي أنشأت السلعة لتمييزها عن باقي السلع الأخرى، لكن مع تطور المجتمع وتطور الفكر الإنساني أكثر أصبحت العلامات التجارية تلازمه في حياته اليومية وتطورت اشكالها.

ومع انفتاح العالم وتحرر التجارة الدولية وانتقال الأموال الذي أدى إلى زيادة في المنتوجات وتنوعها مما جعل أصحابها يميزون منتوجاتهم عن غيرها، وحفاظا على سمعة إنتاجهم والثقة التي اكتسبوها من المستهلكين عمدوا إلى وضع علامات تميز منتوجاتهم عن غيرها من المنتوجات المنافسة لهم، مما أدى إلى ضرورة حتمية لحماية هذه العلامات من الاعتداءات التي قد تطالها، سواء كانت هذه الحماية وطنية من خلال سن تشريعات صارمة، أو حماية دولية من خلال الاتفاقيات المبرمة لذلك.

ومن أجل دراسة العلامة التجارية محل الحماية يستوجب تحديد مفهوم العلامة التجارية، في(المبحث الأول)، ثم نتطرق إلى تصنيف العلامات التجارية في (المبحث الثاني).

المبحث الأول:

مفهوم العلامة التجارية

تعتبر العلامات التجارية من أهم الوسائل التي يستخدمها صاحبها لتمييز منتوجاته عن ما يشابهها من منتوجات أخرى، فإن البحث في مفهوم العلامة التجارية يقتضي بيان تعريفها وتمييزها عن غيرها، وسنحاول من خلال هذا المبحث بيان مفهوم العلامة التجارية من خلال مطلبين، (المطلب الأول) نبرز فيه تعريف العلامة التجارية، أما (المطلب الثاني) نبرز فيه الشروط الواجب توافرها-لصحة العلامة التجارية- لاكتساب الحق على العلامة التجارية.

المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية وتمييزها عن ما يشابهها

تلعب العلامة دورا كبيرا في المجال التجاري والاقتصادي، خاصة أمام تفتح الأسواق، وتنوع السلع والخدمات، وأصبحت العلامة المميزة وسيلة لجذب العملاء وجمهور المستهلكين، بما تؤديه لهم من سهولة التعرف على ما يفضلونه من سلع وخدمات، لذا يقتضي منا الأمر تعريف هذه العلامة وذلك من خلال (الفرع الأول)؛ وبما أن العلامة عنصر من عناصر الملكية الصناعية، كان من الضروري تمييزها عن غيرها من المفاهيم المرتبطة بالملكية الصناعية والتجارية وذلك من خلال (الفرع الثاني).

الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية

نحاول في هذا الفرع التطرق إلى التعريف اللغوي للعلامة التجارية، ثم التعريف التشريعي وأخيرا التعريف الفقهي لها.

أولا: التعريف اللغوي للعلامة

العلامة: هي جمع علم أو علامات وهي السمة أو الإشارة [1] فالعلامة والعلم شيء ينصب في الفلوات فيهتدي به الضالون[2] والعلامة هي الأثر أو المنارة أو الجبل الطويل والإمارة والراية [3] قال تعالى ((وله الجوار المنشآت في البحر كالأعلام[4])) .

---

[1] نصار سيد أحمد و مصطفى محمد، المعجم الوسيط، الجزء الأول والثاني، الطبعة الأولى، دار إحياء التراث العربي للطباعة والنشر، ،2008، ص371.

[2] العلامة أبي الفضل جمال الدين ابن منظور، لسان العرب، المجلد العاشر، الطبعة الأولى، دار صادر بيروت2005، ص264.

[3] لويس معلوف، المنجد في اللغة، الطبعة السابعة عشر، بدون مكان طبع ولا سنة نشر، ص526، وكذلك محمد بن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح، دار الكتاب العربي، بدون سنة نشر، ص ص 452,451.

[4] سورة الرحمان الآية 24، ص532.

ثانيا:التعريف التشريعي للعلامات التجارية:

لقد تطرق المشرع الجزائري مثله مثل سائر التشريعات الأخرى بتعريف العلامات التجارية من خلال المادة الثانية من الأمر 06/03 حيث عرفها:

«العلامات كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام، والرسومات أو الصور والأشكال المميزة لسلع أو توضيبها، والألوان بمفردها أو المركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره [1] **» .**

كما عرف المشرع المغربي العلامة التجارية في المادة 133 من القانون رقم 97/17 المتعلق بحماية الملكية الصناعية بنصه على أنها «**يراد في هذا القانون بعلامة الصنع أو التجارة أو الخدمة كل شارة قابلة للتجسيد الخطي تمكن من تمييز منتجات أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي**[2]**».**

ثالثا :التعريف الفقهي للعلامات التجارية

لقد تطرق عدة فقهاء إلى تعريف العلامات التجارية ومن بينها: التعريف الذي أورده صلاح زين الدين العلامة التجارية « **هي كل إشارة أو دلالة مميزة يتخذها الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة، لتمييز صناعته أو بضاعته أو خدماته عن مثيلاتها التي يصنعها أو يتاجر بها أو يقدمها خدمة** [3]**» .**

وكذلك عرفها فرحة زراوي صالح «**يقصد بالعلامة السمة التي يضعها التاجر على منتجات محله التجاري فهي علامة تجارية _Marque de commerce_ أو الصانع على المنتجات التي يقوم بصنعها وهي علامة الصنع قصد تمييزها عن المنتجات الأخرى المشابهة لها والمعروضة في السوق** [4]**».**

كما عرفتها كذلك سميحة القليوبي بأنها « **يقصد بالعلامات التجارية أو الصناعية كل إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة**[5]» .

وقد عرفها فاضلي إدريس بأنها هي «**الشعار أو الرمز الذي يساعد المستهلكين على معرفة منتوجاتهم المفضلة، وكذلك تساعد صاحبها على تمييز منتوجاته وتمنحه حق احتكار استعمالها واستغلالها بكل أريحية، وكل اعتداء دون رضا صاحبها يرتب قيام مسؤولية سواء مدنية أو جزائية، وتتعدد أنواعها بحسب مجال النشاط قد تكون علامة تجارة أو صناعة أو خدمة**[6]**.»**

---

[1] الامر رقم 06/03 المؤرخ في 19يوليو 2003، المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية الصادرة في 23يوليو 2003، عدد 44، ص23.

[2] القانون رقم 17-97 المتعلق بحماية الملكية الصناعية (الصادر بموجب الظهير رقم 1-00-91 المؤرخ 9 ذي القعدة 1420 الموافق (15 فبراير 2000) .

[3] صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان2010، ص254 .

[4] فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري الحقوق الفكرية، ابن خلدون للنشر والتوزيع، وهران، 2006،ص201.

[5] سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، الطبعة الرابعة، دار النهضة العربية للنشر، القاهرة، 2003، ص46.

[6] فاضلي إدريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،2013، ص23.

يلاحظ على هذه التعريفات الفقهية أنها لا تختلف كثيرا عن بعضها البعض في تطرقها لتعريف العلامات التجارية، لاعتبارهم أن العلامات التجارية هي الإشارة أو السمة المميزة التي يضعها التجار لتمييز منتوجاتهم أو الخدمات المقدمة للمستهلكين عن ما يقابلها من منتوجات وخدمات أخرى، وهذه هي الصفة البارزة في معظم التعاريف الفقهية المقدمة.

الفرع الثاني: تمييز العلامات التجارية عن ما يشابهها

تعتبر العلامات التجارية أحد عناصر الملكية الصناعية والتجارية، لهذا قد يقع الخلط بينها وبين باقي المفاهيم الأخرى، مثل بعض عناصر المحل التجاري وتسمية المنشأ وغيرها، هذا ما يستدعي منا الأمر إلى تمييزها عن ما يشابهها.

أولا: تمييز العلامة التجارية عن الاسم التجاري

إن العلامات التجارية هي الإشارات أو الرموز التي يتخذها صاحب العلامة لتمييز منتوجاته عن غيرها من المنتوجات المماثلة لها، أما الاسم التجاري فهو تسمية ما يختارها التاجر لكي يميز بها متجره عن غيره من المتاجر وللتاجر مطلق الحرية في اختيار هذه التسمية، لكن شرط أن تكون هذه التسمية جديدة ومبتكرة وغير مخالفة للنظام العام و الآداب[1] .

وبذلك فإن الاختلاف بين العلامات التجارية والاسم التجاري تكون كما يلي[2]:

_الاسم التجاري هو عبارة عن تسمية كاسم التاجر أو لقبه يمثل هوية المتجر، أما العلامات التجارية قد تكون حروفا أو أرقاما أو رسوما أو نقوشا تمثل هوية المنتج.

_اتخاذ العلامات التجارية أمر اختياريا، أما العنوان التجاري اتخاذه أمر إجباري.

_الأصل مكان وجود العنوان التجاري هو واجهة المحل، بينما مكان وجود العلامات التجارية هو على السلع ذاتها.

_كلاهما يخضعان لنظام قانوني خاص به، ومع ذلك يمكن أن تكون العلامات التجارية هي الاسم التجاري إذا ما اتخذه صاحبه كعلامة لتمييز السلعة، ففي هذه الحالة يقوم الاسم التجاري بوظيفة العلامات التجارية علاوة على وظيفته لتمييز المنشأة التجارية أو الصناعية.

ثانيا: تمييز العلامة التجارية عن تسمية المنشأ

بالرجوع لنص المادة الأولى من التشريع رقم 65/76 ،المتعلق بتسميات المنشأ الصادر - بتاريخ 16 يوليو 1976 والتي جاءت كالآتي تعني تسمية المنشأ: الاسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو جزء من منطقة أو ناحية أو مكان مسمى، ومن شأنه أن يعين منتجا ناشئا فيه، وتكون جودة هذا المنتج أو ميزته منسوبة حصرا أو أساسا لبيئة جغرافية تشتمل على العوامل الطبيعية والبشرية، بمعنى أن تسمية المنشأ عبارة عن مصطلح جغرافي يبين مصدر المنتوج أي الهدف منه بيان مكان الإنتاج.

---

[1] صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان،2007، ص197.

[2] ناصر عبد الحليم السلامات، الحماية الجزائية للعلامات التجارية، دار النهضة العربية، القاهرة،2008، ص 25.

فبذلك تتميز تسميات المنشأ عن العلامات التجارية في كون أنها تنصب على إنتاج معين مرتبط أساسا بمنطقة معينة دون مناطق أخرى، في حين أن العلامات التجارية تتخذ أي شكل أو رسم أو اسم، بالإضافة إلى ذلك يمكن للعلامة التجارية أن تحتكر من طرف مالكها ويمنع الغير من استعمالها، عكس تسمية المنشأ التي لا يمكن لأحد الاستئثار بها إذ يحق لكل من يتواجد في تلك المنطقة أو المكان الجغرافي أن يستخدمها على سلعه التي أنتجها في تلك المنطقة أو ذلك المكان الجغرافي.

ثالثا: تمييز العلامة التجارية عن النموذج والرسم الصناعي

الرسم هو كل تركيب خطوط أو ألوان يقصد به إعطاء مظهر خاص لشيء صناعي أو خاص بالصناعات التقليدية[1]، فقيمة الرسم يستمد من مدى تجانسه مع البضاعة والذوق العام للجمهور، وإعطاء البضاعة شكلا جذابا يميزها عن غيرها[2].

أما النماذج الصناعية، فيقصد بها "كل شكل قابل للتشكيل ومركب بالألوان أو بدونها أو كل شيء صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية يمكن استعماله كصورة أصلية لصنع وحدات أخرى ويمتاز عن النماذج المشابهة له بشكله الخارجي"[3]، كما هو الحال في قوالب الأحذية وزجاجات العطور وما إلى ذلك.

ويمكننا القول أن العلامة تشترك مع الرسوم والنماذج الصناعية في وظيفة تمييز المنتجات الصناعية عن بعضها البعض، فالشكل الخارجي للمنتجات الصناعية يؤدي ذات الوظيفة التي تؤديها العلامة في تمييز السلعة أو الخدمة عن غيرها.

رابعا: تمييز العلامة التجارية عن الوسم التجاري

يعرف المشرع الجزائري الوسم بأنه: "جميع العلامات والبيانات وعناوين المصنع والتجارة والصور والشواهد والرموز التي تتعلق بمنتوج ما والتي توجد في أي تغليف أو وثيقة أو كتاب أو رسمة أو خاتم أو طوق يرافق منتوجات ما أو خدمة أو يرتبط بهما.

إن العلامة التجارية تختلف عن الوسم من عدة جوانب من بينها:

_ من حيث الطبيعة القانونية:

تعد العلامة التجارية عنصرا من عناصر الملكية الصناعية، تمنح صاحبها حقا استئثاريا، وتلعب دورا مزدوجا في حماية صاحبها من المنافسة غير المشروعة وحماية المستهلك من اختلاط المنتجات التي يقتنيها أو يشتريها.

في حين لا يعد الوسم عنصرا من عناصر الملكية الصناعية ولا يمنح لصاحبه حق الاستئثار به باستثناء العلامة التجارية، إذا كانت من بين البيانات التي يحتويها، كما أنه يلعب دورا أساسيا في الإشهار بالسلعة وتوجيه المستهلك.

---

[1] المادة الأولى فقرة01 من الأمر86/66 المؤرخ في28 أفريل1966 المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية، الجريدة الرسمية الصادرة في03 ماي 1966، عدد35.

[2] سمير جميل الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر1988،ص350.

[3] المادة الأولى فقرة02 من الامر 86/66 ،سبق ذكره.

_ من حيث المضمون:

لا تتضمن العلامة التجارية أي بيان يخصها، بل يكفي أن تكون جديدة ومميزة ومشروعة، في حين يتضمن الوسم بعض البيانات كاسم المنتوج والعلامة التجارية، وكيفية صنعه أو تحضيره والمواد المستعملة والممزوجة وكمياته ووزنه وتاريخ صنعه ومدة صلاحيته واسم وعنوان المنتج أو المصنع والشواهد والرموز التي تتعلق بالمنتوج أو الخدمة.

يتضح أن العلامة التجارية مستقلة بحد ذاتها، في حين تعد بيانات الوسم إلزامية، كما يمكن أن تتضمن العلامة التجارية من بين تلك البيانات والعكس غير صحيح[1].

المطلب الثاني: شروط صحة العلامة التجارية

يخول القانون صراحة لصاحب العلامة حق الاستئثار والانتفاع بعلامته، إذا اتبع الاجراءات والشروط التي من أجلها يمكن أن يحصل على هذا الحق من جهة، وحماية علامته التجارية من جهة أخرى، قد تكون هذه الإجراءات على مستوى داخلي من خلال اتباع القانون الداخلي للدول الموجود فيها مالك العلامة، وبالتالي يحصل على حماية وطنية لحقه، وقد تكون هذه الإجراءات على مستوى دولي من خلال اتباع قانون دولة أخرى غير دولة مالك العلامة، وبالتالي يحصل على حماية دولية لحقه.

بالرجوع إلى الشروط الواجب توافرها لتسجيل العلامة التجارية نجد أن بعض الدول تعتمد على شروط موضوعية(الفرع الأول)، والمتمثلة في شرط التمييز للعلامة على ما يشابهها من علامات أخرى، وكذلك شرط الجدة بحيث تكون العلامة جديدة، وكذا شرط المشروعية وعدم مخالفتها للنظام العام والآداب العامة للدول، كما وجب توفر شروط شكلية(الفرع الثاني)، من خلال اتباع إجراءات شكلية من بينها الإيداع لدى الجهات المتخصصة والتسجيل ودفع الرسوم والحقوق على ذلك.

الفرع الأول: الشروط الموضوعية لصحة العلامة التجارية

يجب أن يراعي صاحب العلامة عند اختياره شكلا لعلامته حتى يميز سلعه وخدماته، توافر العلامة على شروط موضوعية، فالشرط الأول يستمد أساسه من مدى قدرتها على أن تكون مميزة عن المنتجات المشابهة لها، أما الشرط الثاني فيتمثل في جدة العلامة وعدم استعمالها سابقا من قبل الغير، وأخيرا يجب أن تكون هذه العلامة مشروعة.

أولا :شرط الصفة المميزة

مما لا شك فيه هو أنه لكي تتوفر شرط الصفة المميزة للعلامة التجارية وجب أن تكون هذه العلامة لها صفة فارقة تجعلها بعيدة كل البعد عن الخلط بينها وبين غيرها ومن اليسير معرفتها، حيث تمتلك شكل مميز

[1] حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية للنشر والتوزيع، لبنان،2012، ص ص 43-44.

خاص بها سواء كانت أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسوم، أو الصور والأشكال، كل هذه العناصر من شأنها أن تضمن الصفة المميزة للعلامة [1].

و هذا ما نص عليه **المشرع الجزائري** بموجب المادة 02 من الأمر06/03 المتعلق بالعلامات، من اعتبار وجوب وجود **الصفة المميزة** للعلامة التجارية، وهو ما أورده في التعريف المقدم منه للعلامات:

«وذلك بأن العلامات هي كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي...والأشكال المميزة...التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره [2]» .

وأما فيما يخص **المشرع المغربي** ففي نص المادتين 133و134 أشار إلى **الصفة المميزة** للعلامة التجارية حيث اشترط في الشارة أن تكون قابلة للتجسيد الخطي وأن تميز منتجات أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي وذلك لمنع الالتباس.

يتضح لنا مما سبق أن العلامات المجردة من أية صفة مميزة لا تعد علامة صحيحة كالعلامات التي تتكون من شكل شائع مألوف، أو إذا كانت العلامة مجرد علامة وصفية كأن تدل على مصدر المنتجات فحسب، وقد جاء في قرارات المحاكم حول هذا الأمر، أن القاعدة الأساسية لجواز تسجيل علامة تجارية أو عدم تسجيلها وجب أن تكون تلك العلامة ذات صفة فارقة، وأن لا تكون مشابهة أو مطابقة لعلامة تجارية تخص شخصا آخر [3]

يتعين أيضا أن تكون العلامة ذات صفة مميزة بالنسبة للعلامات التي سبق واستعملها مالكها أو التي سبق إيداع طلب لتسجيلها، وبالتالي يفقد الرمز الصفة المميزة له بالنسبة للعلامات الأخرى، متى كان الرمز مطابقا أو مشابها لعلامة تجارية سابقة، تميز منتجات مماثلة ولا يعني ذلك التشابه التطابق التام أو أن أوجه التشابه تكون بارزة، بل يكفي أن يكون التشابه من شأنه أن يخلط الأمر على المستهلك [4].

ثانيا :شرط الجدة

يعد شرط الجدة من أهم الشروط الموضوعية الواجب توافرها من أجل تسجيل العلامة التجارية والمقصود هنا بشرط الجدة هو أن تكون العلامة جديدة لم يسبق استعمالها أو تسجيلها من قبل أحد، ولاعتبار العلامة جديدة وجب توفر فيها عنصر مميز لها على الأقل وتقدير جدتها من عدمها يكون بالنظر إلى مجموع عناصرها المكونة لها كوحدة واحدة، ولا يوجد مانع من اشتراك بعض العناصر المكونة لعلامة ما مع عناصر مكونة لعلامة أخرى حتى لو كانتا مستعملتين في صناعة واحدة، مادام أن عناصرهما في مجموعهما مختلفة التركيب والمظهر [5].

---

[1] عماد الدين محمود سويدات، الحماية المدنية للعلامات التجارية، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان2012، ص37.

[2] المادة الثانية من الأمر 06/03، سبق ذكره.

[3] صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان 2006، ص97.

[4] محمد مصطفى عبد الصادق، الحماية القانونية للعلامات التجارية إقليميا ودوليا، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، مصر2011، ص 83.

[5] عماد الدين محمود سويدات، مرجع سابق، ص39.

تفقد العلامة شرط الجدة إذا ما وجد ما يثبت أن أحدا قد قام باستعمالها أو تسجيلها لتمييز منتجاته أو بضائعه أو خدماته، فإن وجد ما يثبت ذلك، فإنه يمتنع على غيره استعمال أو تسجيل تلك العلامة وإلا وقعت تحت طائلة القانون، إذ يحق لصاحب الشأن أن يقوم بجميع الإجراءات اللازمة من أجل إبطالها والمطالبة بالتعويض عما لحقه من ضرر جراء ذلك. والجدة هنا لا يقصد بها الجدة المطلقة تماما أي لم يسبق استعمالها نهائيا، بل يقصد بشرط الجدة، الجدة النسبية التي تمنع اللبس أو التضليل في مصدر المنتجات أو البضائع [1].

لقد نص **المشرع الجزائري** بخصوص **شرط الجدة** والأسبقية في نص المادة السابعة في الفقرة التاسعة منها « **تستثنى من التسجيل... ، الرموز المطابقة أو المشابهة لعلامة كانت محل طلب تسجيل أو تسجيل يشمل سلعا أو خدمات مطابقة أو مشابهة لتلك التي سجلت من أجلها علامة الصنع أو العلامة التجارية إذا كان هذا الاستعمال يحدث لبسا.** [2] »

يفهم من نص المادة أنه لا يمكن طلب تسجيل علامة قد طلب تسجيلها من قبل وهذا لكي لا يكون هناك لبس لدى المستهلك، فالمشرع الجزائري قد تطرق لشرط الجدة ولكن بطريقة غير مباشرة في نص المادة السابعة السالفة الذكر.

يتحدد شرط الأسبقية من عدة نواحي وهي كالتالي:

- الأسبقية من ناحية المنتجات فإذا كانت هناك علامة تجارية قد سبق وأن استعملها صاحبها لتمييز منتوجاته، هذا لا يمنع الغير من استعمال نفس العلامة لكن لتمييز منتوجات أخرى مختلفة عن المنتوجات الأولى، فالجدة المقصودة ليست الجدة المطلقة في خلق وابتكار العلامة التجارية ، وإنما المقصود من الجدة في التطبيق على ذات السلع [3].

- الأسبقية من حيث الزمان فيجب أن تنتهي الحماية المترتبة على إيداع العلامة التجارية إذا لم يتقدم صاحبها بطلب تجديد تسجيلها قانونا من أجل حمايتها، وبالتالي يعتبر أنه قد تنازل عن حقه المخول له قانونا على علامته، فيجوز شطبها من سجل العلامات التجارية باعتبارها علامة مهجورة، فيؤدي ذلك إلى جواز استعمالها من قبل الغير دون اعتبار ذلك تعديا على حقوق صاحب العلامة [4].

- الأسبقية من حيث المكان فالعلامة التجارية لها حجة في كافة إقليم الدولة الواحدة، فإذا كانت العلامة تستخدم داخل الإقليم فلا يجوز استخدامها من قبل شخص آخر موجود داخل نفس الإقليم ما دامت أودعت فيه، فتعتبر العلامة جديدة إذا لم تستعمل داخل كافة إقليم الدولة الواحدة [5].

---

[1] صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، مرجع سابق، ص98.

[2] المادة السابعة من الامر 06/03، سبق ذكره.

[3] حمادي زوبير، مرجع سابق ، ص 66 .

[4] علي نديم الحمصي، الملكية التجارية والصناعية، الطبعة الأولى، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2010 ، ص 285.

[5] مصطفى موسى العطيات، حماية العلامة التجارية إلكترونيا، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن2011، ص 143.

وبالتالي إن شرط الجدة ليس مطلقا وإنما نسبي ومقيد من حيث الشروط المذكورة سابقا من ناحية الأسبقية في المنتجات، ومن حيث الأسبقية في الزمان والمكان.

نجد أن **المشرع المغربي** تكلم عن **شرط الجدة** والأسبقية في نص المادة 137 الفقرة01،(أ)من القانون17/97 حيث نصت على عدم جوازية اعتماد علامة الشارة التي تمس بحقوق سابقة، وخاصة بعلامة سابقة مسجلة أو مشهورة وفق المادة 06مكرر من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية.

ثالثا: شرط المشروعية

لا يكفي أن تكون العلامة التجارية مميزة وجديدة فقط على النحو السابق ذكره، وإنما يشترط أيضا أن تكون العلامة مشروعة، وتعتبر العلامة التجارية غير مشروعة إذا ما خالفت نصا قانونيا آمرا أو جاءت مخالفة للنظام العام، تكون العلامة التجارية فاقدة لشرط المشروعية إذا ما خالفت أي نص قانوني سواء ورد في قانون العلامات التجارية أو غيره من القوانين والأنظمة السارية المفعول، كما تكون العلامة التجارية فاقدة لشرط المشروعية إذا ما كانت مخالفة للنظام العام والآداب[1].

والمشرع الجزائري لم يخفي ذلك حين نص في المادة السابعة من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات بوضعه قيود واستثناءات على طلب تسجيل علامة تجارية فذكر عدة رموز لا تصلح أن تكون علامة ومن بينها الرموز المخالفة للنظام العام والآداب العامة، والرموز التي يحظر استعمالها بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها.

كما نجد أن **المشرع المغربي** أورد **شرط المشروعية** بمعنى أن لا تكون العلامة متنافية مع النظام العام أو الآداب العامة، وهذا ما أقرته المادة 135 فقرة (ب) حيث نصت على أنه" لا يمكن أن تعتبر علامة أو عنصر علامة الشارة التي تتنافى مع النظام العام أو الآداب العامة أو يمنع استعمالها قانونا".

لا يوجد معيار ثابت لتحديد النظام العام والآداب العامة، فهو يختلف من مجتمع لآخر، فهي ترتبط بالعادات والأعراف والتقاليد وحتى بالدين، وعليه يمكن أن يتعرض التاجر أو الصانع الأجنبي لرفض طلب إيداع علامته إذا اعتبرت غير مشروعة في الجزائر، أو في المغرب، ولو كانت التسمية أو الرموز المختارة كعلامة غير مخالفة للنظام العام والأخلاق الحسنة في بلاده، فما يعتبر مشروع في بلد ما قد لا يعتبر كذلك في بلد لآخر[2].

الفرع الثاني: الشروط الشكلية لصحة العلامة التجارية

إن الشروط الموضوعية لا تكفي وحدها لحصول وتمتع العلامة بحق الحماية القانونية، بل وجب توافر شروط شكلية يقوم بها صاحب العلامة أو من ينوب عنه في ذلك، وهذه الإجراءات يقوم بها لدى هيئة

---

[1] عماد الدين محمود سويدات، مرجع سابق، ص41.

[2] وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكرة2014.2015، ص33.

متخصصة ومخول لها قانونا القيام بفحص وتسجيل العلامات التي تتوفر فيها جميع الشروط المطلوبة لذلك.

أولا :الهيئة المتخصصة بالفحص والتسجيل

إن اتفاقية باريس تنص على أن تتعهد كل دولة عضو فيها بإنشاء مصلحة خاصة للملكية الصناعية ومكتب مركزي لإطلاع الجمهور على العلامات الصناعية والتجارية وهذا ما كرسه **المشرع الجزائري** انطلاقا من نص المادة 13 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات حيث جاء نصها ما يلي:

«**تحدد شكليات إيداع العلامة وكيفيات وإجراءات فحصها وتسجيلها ونشرها لدى المصلحة المختصة، عن طريق التنظيم**.[1]» وعليه جميع الإجراءات من فحص وتسجيل ونشر تقوم بها جهة متخصصة مخول لها القانون القيام بهذه الإجراءات ولا يوجد من ينوب عنها في القيام بهذه الإجراءات، وهذه الجهة المتخصصة متمثلة في المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية [2].

وأما عن الإجراءات الخاصة بالفحص والتسجيل والنشر في **القانون المغربي** فتقوم بها جهة متخصصة مخول لها القانون القيام بهذه الإجراءات ولا يوجد من ينوب عنها في القيام بهذه الإجراءات، وهذه الجهة المتخصصة متمثلة في المكتب المغربي للملكية الصناعية والتجارية حيث نصت المادة 144 من القانون 17/97 على أنه" **يجب على كل شخص يرغب في الحصول على شهادة تسجيل علامة أن يودع لدى الهيئة المكلفة بالملكية الصناعية ملفا لإيداع علامة الصنع أو التجارة أو الخدمة ..**"

ثانيا :الإجراءات

بعد تحديدنا الجهة المخول لها قانونا بتسجيل العلامات التجارية، على صاحب العلامة الذي اختار شكلا معينا لتمييز منتجاته عن المنتجات الأخرى أن يتجه إلى هذه الهيئة المتخصصة للقيام بالإجراءات اللازمة من أجل تسجيل علامته وبداية حقه عليها، كل هذه الإجراءات نص عليها **المشرع الجزائري** من خلال المرسوم التنفيذي رقم 277/05 بتأريخ أوت 2005 يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، وكذا الأمر رقم06/03 المتعلق بالعلامات، كما نص **المشرع المغربي** كذلك على هذه الإجراءات في القسم الثاني من الفصل الثاني من القانون 17/97 المتعلق بحماية الملكية الصناعية.

1- **الإيداع**: جرت العادة أنه من يقم بإيداع تسجيل العلامة يكون عادة صاحب الحق فيها أو من يمثله ويكون جزائري، ومع ذلك يمكن أن يكون غير جزائري مقيما أو غير مقيم في الجزائر، لإتمام إجراءات الإيداع، وعملا بأحكام المادة 07 من المرسوم التنفيذي 05/ 277 يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها التي تنص على ما يلي: في حالة تمثيل المودع من قبل وكيل يجب أن يرفق طلب تسجيل العلامة بوكالة، تكون الوكالة مؤرخة وممضاة وتحمل اسم الوكيل وعنوانه .

يتضمن طلب التسجيل على ما يلي:

---

[1] المادة الثالثة عشرة من الأمر 06/03 سبق ذكره.

[2] المادة الثانية من الأمر 06/03 نفسه.

أ) طلب التسجيل يقدم في الاستمارة الرسمية يتضمن اسم المودع وعنوانه كاملا.
ب) نموذج العلامة وبيان المنتجات والخدمات التي تنطبق عليها هذه العلامة.
ج) صورة من العلامة على أن لا يتعدى مقاسها الإطار المحدد لهذا الغرض في الاستمارة.
د) وصل يثبت دفع رسوم الإيداع والنشر المستحقة.
ه) ختم العلامة.

ويعتبر تاريخ الإيداع هو تاريخ استلام المصلحة المختصة للطلب، ويمكن للمودع قبل تسجيل علامته أن يطلب استدراك الأخطاء المادية إن وجدت في الوثائق المودعة، ويمكنه كذلك أن يسحب طلب تسجيل العلامة في أي وقت ولكن بشرط قبل أن يتم تسجيل العلامة، وفي حالة السحب لا تسترد الرسوم المدفوعة [1]

وأما بخصوص **الإيداع عند المشرع المغربي**، فيتم إيداع طلب تسجيل العلامة على مستوى مقر المكتب المغربي للملكية الصناعية و التجارية المتواجد بالدار البيضاء، أو على مستوى واحد من الفروع ال 28 المنتشرة عبر التراب الوطني، أو من خلال مناطق الخدمة المخصصة بغرفة التجارة بالدار البيضاء و بغرفة التجارة الفرنسية بالدار البيضاء.

يجب أن يتضمن ملف الإيداع على[2]:

أ) طلب لتسجيل العلامة يحدد مضمونه بنص تنظيمي وتبين فيه بوضوح تام المنتجات أو الخدمات المطلوب تسجيل العلامة من أجلها طبقا لاتفاقية "نيس" المتعلقة بالتصنيف الدولي للمنتجات والخدمات لأغراض تسجيل العلامات .
ب) أربع مستنسخات لنموذج العلامة بالأسود والأبيض .
ج) أربع مستنسخات لنموذج العلامة بالألوان في حالة المطالبة بالألوان .
د) الفيلم الذي يمكن من استنساخ العلامة.
ه) إثبات دفع الرسوم المستحقة.

لا يتم قبول ملف الإيداع الذي لا يتوفر على الوثائق المذكورة أعلاه (أ، ب ، ج، د، ه) طبقا للمادة 144 من القانون 17.97.

2- **فحص الطلب:**

بالنسبة **للمشرع الجزائري** فقد نص على أن المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية هو الذي يقوم بفحص الملف من الناحية الشكلية ومن الناحية الموضوعية [3].

من الناحية الشكلية تقوم الجهة المتخصصة بفحص ما إذا كان الإيداع يستوفي جميع الشروط المحددة في المرسوم التنفيذي رقم277/05 والتي جاءت في المواد من 04 إلى 07 ، وفي حالة عدم استيفاء

---

[1] حمادي زوبير، مرجع سابق، ص 79-80.
[2] المادة 144 الفقرة02 من القانون 17/97 سبق ذكره .
[3] حمادي زوبير، مرجع سابق، ص84.

الإيداع للشروط الواجب توافرها تقوم الجهة المتخصصة بإخطار المودع وتطلب منه تسوية طلبه بالكيفيات المتفق عليها وذلك في مدة شهرين.

يمكن تمديد هذا الأجل عند الاقتضاء لنفس المدة ولكن بناء على طلب يكون معلل من صاحب الطلب، وفي حالة لم يقم المودع في المهلة الممنوحة له بتصحيح ملفه، يحق للمصلحة المتخصصة رفض طلب التسجيل، وعند رفض الطلب لا يمكن للمودع طلب استرداد الرسوم المدفوعة، هذا من الناحية الشكلية .

أما من الناحية الموضوعية، فتقوم المصلحة المتخصصة بالمراقبة والبحث فيما إذا كانت العلامة مطابقة للقانون أو لا، وعدم وجود أي سبب من أسباب الرفض المنصوص عليها في المادة 07 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات التي تنص على ما يلي[1] :

تستثنى من التسجيل

أ) الرموز التي لا تعد علامة في مفهوم المادة 02 من نفس الأمر 06/03

ب) الرموز الخاصة بالملك العام أو المجردة من صفة التميز.

ج) الرموز التي تمثل شكل السلع أو غلافها إذا كانت الطبيعة أو وظيفة السلع أو التغليف.

د) الرموز المخالفة للنظام العام أو الآداب العامة والرموز التي يحظر استعمالها بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها.

ه) الرموز التي تحمل من بين عناصرها نقلا أو تقليدا لشعارات رسمية أو أعلام أو شعارات أخرى أو اسم مختصرا، أو رمز أو إشارة أو دمغة رسمية تستخدم للوقاية والضمان من طرف دولة أو منظمة مشتركة بين الحكومات أنشئت بموجب اتفاقية دولية إلا إذا رخصت لها السلطة المختصة لهذه الدولة أو المنظمة لذلك.

و) الرموز التي يمكن أن تضلل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يخص طبيعة أو جودة أو مصدر السلع والخدمات والخصائص الأخرى المتصلة بها.

ز) الرموز التي تشكل حصريا أو جزئيا بيانا قد يحدث لبسا مع المصدر الجغرافي لسلع أو خدمات معينة، وفي حالة ما إذا تم تسجيل هذه الرموز كعلامة بغير حق تعرقل استعمال ذلك البيان الجغرافي من قبل أشخاص آخرين لهم الحق في استعماله.

ح) الرموز المماثلة أو المشابهة لعلامة أو لاسم تجاري يتميز بالشهرة في الجزائر وتم استخدامه لسلع مماثلة ومشابهة تنتمي لمؤسسة أخرى إلى درجة إحداث تضليل بينهما، أو الرموز التي هي بمثابة ترجمة للعلامة أو الاسم التجاري.

تطبق أحكام هذه الفقرة مع ما يلزم من تغيير على السلع أو الخدمات التي لا تعد مطابقة أو مشابهة لتلك التي طلب تسجيل العلامة من أجلها، بشرط أن يكون استعمال هذه العلامة من أجل سلع وخدمات

[1] المادة 07 من الأمر 06/03، سبق ذكره.

مطابقة يدل على صلة بين هذه السلع والخدمات ومالك العلامة المسجلة في هذه الحالة بشرط أن يكون من شأن هذا الاستعمال إلحاق ضرر بمصالح العلامة المسجلة.

ط) الرموز المطابقة أو المشابهة لعلامة كانت محل طلب تسجيل أو تسجيل يشمل سلعا أو خدمات مطابقة أو مشابهة لتلك التي سجلت من أجلها علامة الصنع أو العلامة التجارية إدا كان هذا الاستعمال يحدث لبسا.

تطبق أحكام هذه الفقرة أيضا على العلامات التي انتهت فترة حمايتها منذ سنة أو أكثر قبل تاريخ إيداع طلب تسجيلها أو على العلامات الجماعية التي انتهت فترة حمايتها منذ ثلاث سنوات أو أكثر قبل هذا التاريخ.

في حالة إذا تبين من الفحص أن العلامة المودعة مستثناة من التسجيل لسبب أو عدة أسباب من أسباب الرفض المذكورة أعلاه، تقوم المصلحة المتخصصة بإبلاغ المودع وتطلب منه تقديم ملاحظاته في أجل أقصاه شهرين ابتداء من تاريخ التبليغ ويمكن تمديد هذا الأجل عند الضرورة وبنفس المدة بناء على طلب يقدم للمصلحة المتخصصة من قبل المودع ويكون الطلب معلل من صاحبه [1].

لقد أخذ **المشرع الجزائري** بنظام الإيداع البسيط، المتمثل في أن يقوم صاحب العلامة بعملية الإيداع بتقديم الطلب إلى المصلحة المتخصصة [2].

إن الإيداع يسمح بتحديد التاريخ الذي بدأ فيه استعمال العلامة واكتساب ملكيتها بدقة، وله أهمية في حالة تنازع عدة أشخاص على ملكية العلامة، كما أنه يسمح بإعلام الغير عن العلامات التي تم تسجيلها، وبالتالي فهو يسهل الأمر على من يريد اتخاذ علامة لتمييز منتجاته أو خدماته من معرفة إن كانت تلك العلامة قد سبق إيداعها أم لا وذلك بالرجوع إلى السجل الخاص بالعلامات، كما أن الإيداع يسمح بتحديد مدة ملكية العلامة وحمايتها، إذ يعتبر بمثابة عقد ملكية العلامة، كما أنه يحدد المنتجات أو الخدمات التي تغطيها العلامة والتي تحضى بالحماية في إطارها وكذلك خصائص العلامة المتخذة[3].

وأما بالنسبة **للمشرع المغربي** فيكون **فحص الطلب** بفحص الشكل أي دراسة صلاحية الاستمارة المعبأة و الوثائق المطلوبة تقديمها و المدرجة ضمن المادة 144 من القانون 17/97، و تمنح مدة قدرها ثلاثة أشهر، ابتداء من تاريخ الإيداع، للتصديق على الطلب، ويتم منح فترة أخرى من شهرين في حالة عدم احترام المواعيد المحددة لتقديم طلب للحصول على مزيد من الإجراءات.

أما من الناحية الموضوعية، فتقوم المصلحة المتخصصة بالمراقبة والبحث فيما إذا كانت العلامة مطابقة للقانون أو لا، وعدم وجود أي سبب من أسباب الرفض المنصوص عليها في المادة 148 من القانون 17/97 التي تنص على ما يلي :

يرفض كل طلب تسجيل إذا كان :

---

[1] المادة الثانية عشر فقرة 02 .03 من المرسوم التنفيذي 277/05، سبق ذكره.

[2] فاضلي إدريس، مرجع سابق، ص 174.

[3] راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود امعمري، تيزي وزو2014، ص 153.

أ) غير مطابق لأحكام المادة 135 (أ) و(ب) من القانون 17/97.

ب) غير متمم داخل أجل الثلاثة أشهر المنصوص عليه في المادة 145 من القانون 17/97.

3- **التسجيل والنشر:** يؤدي التسجيل إلى قيد العلامة في سجل خاص لدى المصلحة المتخصصة بالمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، الذي تذكر فيه كل العلامات تجارية كانت أو صناعية، وذلك بعد الفحص والتأكد أنها مطابقة شكلا ومضمونا للشروط الواجب توافرها قانونا[1].

يقصد بالتسجيل القرار الذي يتخذه مدير المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية والمتعلق بقيد في فهرس خاص يمسكه المعهد والذي يذكر فيه كافة العلامات وباقي حقوق الملكية الصناعية والتجارية الأخرى التي تم تسجيلها حسب الأصول[2] ، لقد جاء في نص المادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 277/05 يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها حيث جاء في مضمونها ما يلي:

تمسك المصلحة المتخصصة سجلا خاصا تقيد فيه العلامات التي تبين بعد الفحص أنها مطابقة شكلا ومضمونا، كما تقيد فيه كل العقود التي نص عليها الأمر 06/03 أو النصوص المتخذة لتطبيقه.

بعد تسديد الرسوم المستحق من قبل المودع، والتي تمكنه من الحصول على شهادة تعريف تضم كل البيانات المقيدة في السجل، وكذا نسخة لما قيد في السجل أو شهادة تثبت عدم وجودها، وتقوم المصلحة المختصة بدورها بتسليم لصاحب التسجيل أو لوكيله الذي ينوب عنه شهادة تسجيل لكل علامة قد قامت بتسجيلها[3].

بتسجيل العلامة لدى الجهة المختصة يتم اكتساب الحق في العلامة، ويترتب عن الحق في العلامة المسجلة حماية قانونية، حددها القانون بعشر سنوات تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ إيداع الطلب، ويمكن تجديد الإيداع لفترات متتالية كلما انتهت المدة المحددة قانونا، ويسري هذا التجديد ابتداء من اليوم الذي يلي تاريخ انقضاء التسجيل ،كل هذا دون المساس بحق الأولوية المكتسب في إطار تطبيق الاتفاقات الدولية المعمول بها في الجزائر[4].

إذا كانت العلامة التجارية تتوافر على جميع الشروط الموضوعية، وكان الإيداع صحيحا وتم تسجيلها بعد فحص الملف من طرف المعهد الوطني للملكية الصناعية، فإنه توضع على كل نسخة من طلب التسجيل رقم التسجيل وطابع المصلحة وتأشير المدير أو ممثله، وتوجه إلى المودع أو وكيله نسخة تكون بمثابة شهادة التسجيل[5].

تقوم الجهة المتخصصة بشهر العلامة عن طريق النشر في النشرة الرسمية للإعلانات القانونية الخاصة بالعلامات ويكون النشر دوريا، فتنشر في النشرة الرسمية تسجيلات وتجديدات العلامات وذلك على نفقة

---

[1] فاضلي إدريس، مرجع سابق، ص 174.

[2] راشدي سعيدة، مرجع سابق، ص 153.

[3] المواد 15 و16 من المرسوم التنفيذي رقم 277/05 ، سبق ذكره.

[4] المادة 05 من الأمر 06/03 سبق ذكره.

[5] حمادي زوبير، مرجع سابق، ص5.

صاحب العلامة، ويعد نشر العلامة بمثابة تقرير لحق موجود سابقا عن طريق الإيداع أي كاشفا للحق وليس منشأ له [1].

وأما ما يتعلق **بالنشر والتسجيل** عند **المشرع المغربي** فيتم نشر العلامة التجارية الخاصة بمودع الطلب لمدة شهرين في القائمة الرسمية للعلامات التجارية، المتوفرة على الموقع الالكتروني للمكتب المغربي للملكية الصناعية و التجارية، الرابط نحو العنوان الفرعي "القائمة الرسمية للعلامات التجارية"

بعد شهرين من تاريخ النشر، و إذا لم يحدث أي تعرض خلال هذه المدة، يتم تسجيل العلامة التجارية من قبل الهيئة المسؤولة عن الملكية الصناعية، ويتم تسليم أو إخبار المودع أو وكيله ب" **شهادة تسجيل العلامة التجارية.** "[2]

في الأخير نستنتج أنه متى قام صاحب العلامة بجميع الإجراءات وبالكيفيات والشروط المنصوص عليها قانونا، يصبح له حق حماية علامته من أي اعتداء قد يطاله من الغير، فيمكن له المطالبة بالتعويض عن الأضرار التي قد تصيبه، ويصبح له كذلك حق الملكية على علامته والتصرف فيها سواء بالتنازل أو بالترخيص للغير باستعمال علامته أو بأي طريقة أخرى.

المبحث الثاني

تصنيف العلامات التجارية

بالرجوع إلى تعريف العلامة ، يتضح أن هناك ثلاثة أنواع من العلامات تحضى بحماية القانون وهي العلامات المستخدمة لتمييز السلع والخدمات والمتمثلة في العلامة التجارية، علامة المصنع وعلامة الخدمة، إلى جانب هذه الأنواع فإن المشرع منح أيضا الحماية لأنواع أخرى من العلامات التي تتمثل في العلامة الجماعية والعلامة الفردية والعلامات العادية والعلامات المشهورة والتي سنتطرق إليها في (المطلب الأول) أنواع العلامات التجارية، أما بالنسبة لأشكال العلامات فنجد منها المرئية وغير المرئية والتي سنتناولها بشيء من التفصيل في (المطلب الثاني) أشكال العلامات التجارية.

المطلب الأول: أنواع العلامات التجارية

تعتبر العلامة وسيلة في يد الصانع والتاجر لتمييز المنتجات والخدمات عن غيرها المنافسة لها ، واتخاذ علامة سواء لتمييز المنتجات أو الخدمات هو مرتبط بالاستغلال الجدي لها إلا أنه نجد بعض التجار والصناع قد يتخذون علامة لأغراض أخرى غير الاستعمال الجدي لها هذا ما سنفصله في (الفرع الأول) أنواع العلامات حسب محلها والهدف من استعمالها، واستخدام العلامة لتمييز السلع والخدمات غير محصور على شخص واحد وإنما يمكن أن يكون محل ملكية جماعية، كما أن الاستخدام الجدي للعلامة والإعلان عنها وعن جودة المنتجات أو الخدمات التي تعرفها قد يجعلها تتميز عن غيرها من حيث معرفة

---

[1] سمير جميل حسن الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية ، مرجع سابق، ص 88.

[2] الموقع الالكتروني http://www.ompic.org.ma/ar/content/yd-llm-ltjry-fy-lmgrb، تاريخ الاطلاع 16جوان2018.

الجمهور لها هذا ما سنوضحه في (الفرع الثاني) أنواع العلامات التجارية من حيث طريقة استخدامها ومعرفة الجمهور لها.

الفرع الأول: أنواع العلامات التجارية حسب محلها والهدف من استعمالها

قد تستعمل العلامة من قبل صاحبها لغرض تمييز المنتجات والخدمات (علامة المصنع، العلامة التجارية)، غير أنه يمكنه-صاحب العلامة- أن لا يستعملها لذات الغرض وإنما لأغراض أخرى.

أولا :أنواع العلامات التجارية حسب محلها

إن اتخاذ علامة من قبل الصناع والتجار ومقدم الخدمات هو إما لغرض تمييز السلع سواء باستعمال علامة المصنع أو العلامة التجارية أو لغرض تمييز الخدمات.

1- **علامة المصنع والعلامة التجارية:** تعتبر علامة المصنع والعلامة التجارية إشارات مميزة للمنتجات ، ولقد أخذت بها مختلف التشريعات المقارنة ، وهي تعد الأكثر انتشارا في الأوساط التجارية والأكثر معرفة في أوساط المستهلكين ، وتدل بصفة عامة على علامات المنتجات ، وهما تشكلان الشكل التقليدي للعلامة التي كانت وظيفتهما إلى حد اليوم تمييز منتجات أو بضائع مصنع أو تجارة. وعلامة المصنع أو العلامة الصناعية هي تلك العلامة التي يضعها الصانع أو المنتج (صانع ،مزارع حرفي ...) على المنتجات التي يصنعها، وذلك لتمييزها عن مثيلاتها [1].

أما العلامة التجارية هي العلامة التي يضعها التاجر على السلع التي يقوم ببيعها بصرف النظر عن مصدر إنتاجها، وغالبا ما تستخدم هذه العلامة في المتاجر الكبيرة ذات الشهرة الواسعة. [2] ويمكن لعلامتي المصنع ، والعلامة التجارية أن تكونا محل ملكية لنفس الشخص ، إذا كان الشخص الذي يقوم بالإنتاج أو الصنع هو من يتولى التسويق ، كما يمكن أن يستعمل علامة واحدة أي كعلامة مصنع وعلامة تجارية للدلالة في نفس الوقت على المصدر التجاري أي المحل الذي تباع فيه السلعة والمصدر الصناعي .

2- **علامة الخدمة:** تشكل علامة الخدمة وظيفة جديدة للعلامة إذا اتسع دورها ليشمل الخدمات وهي الإشارات التي تستخدم لتمييز الخدمات المعينة عن غيرها شبيهة لها في أدائها لنفس الخدمة ، فهي علامات تهدف إلى حماية نشاطات مقدمي الخدمات كالإشارات التي تضعها الفنادق، منشآت الدعاية والإعلان، وشركات السينما؛ ولا توضع علامة الخدمة على المنتجات بغرض تمييزها وإنما توضع على كل الأشياء والمنتجات المستخدمة في أداء الخدمة[3] ، ومن بين العلامات المشهورة على مستوى العالم نجد علامة (Hilton) وعلامة (Sheraton) في مجال خدمات الفنادق ، وفي مجال خدمات المطاعم هناك علامة (Mcdonalds)، وهذا النوع من العلامات لم يتم تبنيها من قبل كل التشريعات كعلامة قابلة

---

[1] عبد الفتاح بيومي حجازي، الملكية الصناعية في القانون المقارن، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية،2008، ص41.

[2] المرجع نفسه، ص 41.

[3] رجائي الدقي ومختار سعد ، العلامات التجارية ودورها في حماية المنتج والمستهلك، مطبعة الاعتماد ،الاسكندرية 2000، ص18.

للتسجيل كغيرها من العلامات ، وهذا يعني أنها لم تعرف من قبل وإنما كانت حمايتها مضمونة على أساس المنافسة غير المشروعة .

بالرجوع إلى المادة الثانية في فقرتها الأولى من الأمر06/03 المتعلق بالعلامات، نجد أن **المشرع الجزائري** أخذ بعلامة السلع وعلامة الخدمة، وهو بذلك اعترف بالأنواع الثلاث للعلامات أي علامة المصنع وعلامة الخدمة والعلامة التجارية وهو نفس ما أخذ به في التشريع السابق للعلامات[1]، كما أن المشرع لم ينص على علامة المصنع والعلامة التجارية كل على حدى مثلما فعل في التشريع السابق للعلامات، وإنما استعمل مصطلح علامة السلعة، التي جاءت على العموم لتضم علامة المصنع والعلامة التجارية.

وأما بخصوص **المشرع المغربي** نجده أيضا أخذ بالعلامات الثلاث، علامة الصنع وعلامة التجارة وعلامة الخدمة، من خلال نص المادة 133 من القانون 17/97 المتعلق بحماية الملكية الصناعية حيث نصت" يراد في هذا القانون بعلامة الصنع أو التجارة أو الخدمة كل شارة قابلة للتجسيد الخطي تمكن من تمييز منتجات أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي"

ثانيا: أنواع العلامات التجارية حسب الهدف من استعمالها

إذا كان الأصل في اتخاذ علامة من قبل صاحبها هو بغرض تمييز منتجاته أو خدماته عن المنتجات أو الخدمات المنافسة لها ، فإن الأمر يفرض عليه استعمالها جديا لهذا الغرض، غير أن صاحب العلامة قد يسجل علامة أو أكثر دون أن يرتبط ذلك باستعمالها ، وذلك إما لهدف الحيطة أو لهدف منع الغير من اتخاذها لعلامة، وتبعا لذلك ذهب الفقه إلى تقسيم العلامات حسب الغرض من تسجيلها إلى العلامات الاحتياطية والعلامات المانعة، مع الإشارة أن العلامة الاحتياطية والعلامة المانعة لا تعتبران صنف من العلامات ولم تخصص لها أحكاما خاصة بها باعتبار أن معظم التشريعات تستوجب استغلال العلامة وإلا فقد صاحبها الحق عليها .

1- العلامة الاحتياطية: la marque de reserve

العلامة الاحتياطية هي علامة ذات هدف وقائي لحماية السلع والخدمات والمنتجات التي لم تطرح بعد في الأسواق حيث يمكن لصاحب العلامة التجارية المسجلة تسجيل علامات تجارية أخرى قريبة الشبه لاستعمالها لمنتجات وخدمات وسلع أخرى ذات صفات جديدة.[2]

فقد يسجل شخص عدة علامات في آن واحد، ويبدأ بإنتاج نوع من المنتجات مستعملا إحدى العلامات التي سجلها لتمييز هذا النوع، وبعد فترة يبدأ بإنتاج نوع آخر ويستعمل علامة أخرى سبق أن سجلها واحتفظ بها لأجل هذا الغرض وهكذا.

---

[1] المادة الأولى من الأمر57/66، سبق ذكره.

[2] عبد الله حسين الخشروم ،الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر ، عمان ، 2008،ص137.

2- العلامة المانعة:la marque de defense

إلى جانب العلامات الاحتياطية التي يتم تسجيلها لا لغرض الاستغلال الجدي لها في الحال وإنما لأجل استغلالها في المستقبل نجد العلامة المانعة وهي علامة يتم تسجيلها لهدف منع الغير من استعمالها، كأن يكون شخص صاحب علامة تجارية مسجلة ومستعملة فيقوم بتسجيل علامات أخرى قريبة إلى تلك العلامة المستعملة خوفا من أن يقوم شخص آخر بتسجيلها فتختلط لدى المستهلك مع العلامة المستعملة وتكون منافسة لها[1].

لم ينص **المشرعين الجزائري والمغربي** على هذين النوعين من العلامات، إذ كما ذكرنا آنفا أنها لا تعتبر من أنواع العلامات الخاضعة لنظام قانوني خاص، غير أنه يمكن أن يكون لها وجود حسب الغرض من تسجيلها، ومع ذلك قد تكون محل سقوط لعدم الاستعمال، باعتبار أن **المشرعين الجزائري والمغربي** يأخذان بمبدأ وجوب استعمال العلامة المسجلة، بحيث نصا على أن ممارسة الحق المخول عن تسجيل العلامة مرتبط بالاستعمال الجدي لها[2]، وأنه يترتب على عدم استعمال العلامة إبطالها باستثناء بعض الحالات وهو حسن ما فعلا لتفادي تسجيل مثل هذه العلامات وحمايتها لمدة طويلة دون أن يتم استغلالها.

الفرع الثاني: أنواع العلامات التجارية من حيث طريقة استخدامها ومعرفة الجمهور لها

بالرجوع إلى أمر 06/03 المتعلق بالعلامات نلاحظ أن **المشرع الجزائري** لم يمنح حماية فقط للعلامات الفردية وإنما أيضا للعلامات الجماعية ، فالعلامة يمكن أن تكون محل ملكية شخص واحد سواء كان شخص طبيعي أو معنوي أو محل ملكية عدة أشخاص، كما أن المشرع ميز أيضا بين العلامات من حيث معرفة الجمهور لها ، فنظرا للقيمة المادية الكبيرة للعلامات المشهورة كعلامة (coca cola) التي يعود تاريخها إلى 1886 وعلامة (kodak) التي ظهرت في 1888 فمن الطبيعي أن تتميز عن العلامات العادية وتحضى بحماية خاصة لكونها الأكثر عرضة للتعدي عليها.

أولا: أنواع العلامات التجارية من حيث طريقة استخدامها

تستخدم العلامة التجارية بنوعيها ، علامة المنتجات وعلامة الخدمة بصورة استئثارية من مالكها الشرعي أو من طرف المرخص له، وهناك نوعان آخران من العلامات يتم استخدامها بواسطة أشخاص غير المالك للعلامة وهما العلامة الجماعية ، وعلامة المطابقة أو التصديق وكما يطلق عليها أيضا العلامة الجماعية للمطابقة.

1- **العلامة الفردية:** هي العلامة الخاصة بشخص محدد، شخص طبيعي أو معنوي الذي يتولى استغلالها في نشاطه الصناعي أو التجاري، فهي بذلك مستعملة من قبل الصناع أو التجار أو مقدمي الخدمات لتمييز المنتجات أو الخدمات عن غيرها. وسواء كان استغلالها بمعرفة صاحبها أي كان مباشرا أو كان بصفة غير

---

[1] عبد الله حسين الخشروم، مرجع سابق،ص138.

[2] أنظر المادة11 من الأمر06/03، والمادة163 من القانون 17/97،سبق ذكرهما.

مباشرة أي عن طريق الغير وذلك في حالة ما إذا منح مالكها تراخيص باستغلالها مثلا ، ويعد استعمال العلامات الفردية الأكثر انتشارا كما تمثل محل تنظيم أغلب التشريعات الخاصة بالعلامات، وذلك لضمان المنافسة المشروعة وحمايتها.

2- العلامة الجماعية: تكون مملوكة لجمعية أو هيئة تتكون من عدة شركات تشترك فيما بينها في استعمال نفس العلامة وتساهم العلامة الجماعية في تمكين جمهور المستهلكين من التعرف على الخصائص التي يتميز بها المنتوج الحامل لتلك العلامة.

وقد تستخدم الشركة المعنية علامة خاصة بها إلى جانب العلامة الجماعية التي تستفيد منها وبمفهوم المخالفة فاستخدام العلامة الجماعية لا يترتب عليه حرمان كل شركة على حدة من استخدام علامتها الفردية.[1]

يجدر بنا أن نلفت الانتباه إلى أن العلامة الجماعية مختلفة عن علامة المطابقة أو التصديق والتي توضع على منتوج معين لتشهد أنه مطابق لمواصفات ومعايير معينة فهي علامة تمنح مقابل الامتثال لقواعد ومواصفات ومعايير محددة ، ويمكن منحها لأي جهة قادرة على إثبات أن المنتجات المعنية تستجيب لقواعد ومعايير معينة.[2]

وقد أشار **المشرع المغربي للعلامة الجماعية** حيث تضمنها المادة 166من قانون 17/97 و يقصد بها كل علامة صنع أو تجارة أو خدمة مسجلة يمكن استغلالها من طرف أي شخص يتقيد بنظام استعمالها معد مسبقا من لدن صاحب العلامة وهي بذلك لها نفس طبيعة العلامة العادية و تؤدي نفس مهام هذه الأخيرة إلا أن خصوصيتها الوحيدة تكمن في نظام استغلالها.[3]

وأما بالنسبة **لعلامة التصديق الجماعية** :تمت الإشارة إليها كذلك من خلال المادة 166 من نفس القانون فهي تطبق على المنتوج أو الخدمة التي تكون لها -من حيث طبيعتها أو خصائصها أو صفاتها- مميزات محددة في نظام محدد مسبقا، فنظرا لما تمتاز به علامات التصديق الجماعية فقد أخضعها المشرع إلى الشروط العامة التي تخضع لها باقي العلامات وذلك بخصوص الطابع المميز وكذا شرطي المشروعية وعدم مخالفة النظام العام، إلى جانب شروط خاصة:

–ضرورة تعيين العلامة في طلب التسجيل باعتبارها علامة تصديق جماعية و أن يشمل الطلب على نسخة من النظام المطبق على استعمال علامات التصديق الجماعية.

–لا يجوز إيداع علامة التصديق الجماعية إلا من لدن شخص معنوي ليس بصانع منتجات أو الخدمات أو مستودع لها حسب المادة 171 من القانون17/97 المتعلق بحماية الملكية الصناعية.

---

[1] عجة الجيلالي ، أزمات حقوق الملكية الفكرية ، دار الخلدونية ،الجزائر 2012،ص ص275 276.

[2] محمد عبد الرحمان الشمري ، حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية تريبس، رسالة لنيل درجة دكتوراه في القانون، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، مصر2004، ص154 .

[3] انظر المادة 166 من القانون 17/97 ، سبق ذكره.

–لا يجوز أن تكون علامة التصديق الجماعية محل تفويت أو رهن أو أي تدبير من تدابير التنفيذ الجبري، حسب المادة 173 من القانون 17/97.[1]

–و قد ذهب بعض الفقه إلى صعوبة نجاح هذه المؤسسة بالمغرب لكون المنتج سيرى في هذا النوع من العلامات وسيلة للتدخل في شؤونه الداخلية لفائدة أجهزة خارجية تفرض عليه نمط معين للإنتاج و وفقا لشكليات مقننة من طرفها.

ثانيا : أنواع العلامات التجارية من حيث معرفة الجمهور لها

مع انتشار استعمال العلامات وتعددها فمن الطبيعي أن تتمتع بعضها بسمعة خاصة لدى الجمهور الأمر الذي يتطلب توفير حماية إضافية لها بالمقارنة بالعلامات العادية، فمتى يمكن اعتبار العلامة أنها عادية أو أنها مشهورة؟.

1- **العلامة العادية:** العلامة العادية هي العلامة التي لا تتمتع بعد بسمعة ومعرفة واسعة بين أوساط المستهلكين أو أن معرفتها وشهرتها مقتصرة على منطقة جغرافية معنية وهي يمكن أن تكون علامة خدمة ، وهي الأكثر انتشارا وتداولا في جميع الدول[2].

2- **العلامة المشهورة:** نتعرض فيما يلي إلى تعريف العلامة المشهورة، ثم إلى معايير شهرتها.

أ- **تعريفها:** يقصد بالعلامات المشهورة كل علامة تتمتع بشهرة دولية عابرة للحدود بحيث تسمح للمستهلك بالتعرف على منتوجاتها دون الرجوع إلى مركز الشركة كعلامة كوكاكولا وعلامة سوني[3].

ب- **معايير شهرة العلامة:** ولتحديد شهرة العلامة يأخذ الفقه بثلاثة معايير وهي كالتالي :

*معيار جغرافي أي الحيز المكاني الذي تنتشر فيه العلامة فكلما كان عابرا للحدود كلما كنا أمام علامة مشهورة.

*معيار زمني ونقصد مدة الاستعمال فكلما كانت المدة أطول كلما كنا أمام علامة مشهورة.

*معيار مادي ونعني به انتشار العلامة بين الجمهور وبين المستعملين.[4]

بالرجوع إلى **المشرعين الجزائري والمغربي** نجد أنهما لم يقوما بتعريف العلامة المشهورة والنص عليها-نص خاص بها- أو وضع معيار محدد لها، رغم اعترافهما بقيمة العلامة المشهورة، حيث نص المشرع الجزائري على العلامة المشهورة في الفقرة الثامنة من المادة7 من الأمر 06/03، حيث حظر المشرع من التسجيل الرموز المماثلة أو المشابهة لعلامة تتميز بالشهرة في الجزائر ،كما نص المشرع على العلامات المشهورة في المادة 9فقرة4 من أمر06/03 المتعلق بالعلامات، حيث أعطت لصاحب العلامة ذات الشهرة في الجزائر حق منع الغير من استعمال علامته دون رضاه.

---

[1] يونس بنونة، مرجع سابق، ص58.

[2] محمد عبد الرحمان الشمري، مرجع سابق، ص131.

[3] عجة الجيلالي، مرجع سابق، ص276.

[4] المرجع نفسه، ص277.

وأما بخصوص **المشرع المغربي** فقد أوردها في نص المادة 162 من القانون17/97 حيث خول لصاحب العلامة المشهورة وفق المادة 6مكرر من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية أن يطالب ببطلان تسجيل علامة من شأنها أن تحدث خلطا بينها وبين علامته.

المطلب الثاني: أشكال العلامات التجارية

بالرجوع إلى المادة 2 من أمر 03-06[1] المتعلق بالعلامات، فنلاحظ أن المشرع قد قام بتعداد مجموعة من الأشكال التي يمكن اتخاذها كعلامة، فنصت على ما يلي:

"العلامات كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي ، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبها والألوان بمفردها أو مركبة ..."

ويتضح من هذا التعداد أنه جاء على سبيل المثال وليس على سبيل الحصر ، بما أنه تم إدراج كلمة "لاسيما" في فحوى النص بالتالي فالباب مفتوح لإدراج أشكال أخرى وأمام هذا التعداد فيمكن القول أن هناك صنفين من العلامات ، علامات اسمية من جهة وهي التي تنطق وتكتب، ومن جهة أخرى العلامات التصويرية التي تتشكل من الرسوم ، الأشكال ، الألوان... مع الإشارة أنه إلى جانب هذين الصنفين من العلامات هناك أصناف أخرى لم ينص عليها المشرع وهي العلامات الصوتية والعلامات الخاصة بحاسة الشم، والتي تم الاعتراف بها كعلامة صحيحة وتم تسجيلها من قبل بعض الدول. إلى جانب ذلك يوجد أيضا العلامات المركبة، التي تتكون من أكثر من شكل واحد من الأشكال المنصوص عليها في المادة 2 السابقة الذكر، ونتناول فيما يلي هذه الأشكال.

الفرع الأول: العلامات الاسمية LES MARQUES NOMINALES

أجازت مختلف التشريعات بما في ذلك التشريعين الجزائري والمغربي من استخدام الأسماء كعلامات لتمييز المنتجات والخدمات، ويقصد بالعلامات الاسمية والتي يطلق عليها أيضا العلامات الشفوية، تلك التي تشمل على كلمات أو عبارات سواء لها معنى أم لا، تجذب نظر الجمهور باعتبارها إشارات يمكن كتابتها ، وتسمع لكونها تنطق . وتتمثل العلامات الاسمية خاصة في أسماء الأشخاص ، التسميات المبتكرة ، الاسم الجغرافي، والحروف والأرقام .

أولا: أسماء الأشخاص

تعتبر أسماء الأشخاص الأكثر شيوعا كعلامات، فعادة ما يختار الأشخاص أسماء عائلاتهم كعلامات لمنتجاتهم أو خدماتهم، حيث يمكن اتخاذها كعلامات لتمييز السلع والخدمات، وعليه يجوز لكل تاجر أو صانع أو مقدم خدمة استعمال اسمه العائلي كعلامة[2] كما في علامة "MERCEDES" لتمييز نوع من السيارات، وعلامة "CHANEL" لتمييز نوع من العطور وعلامة "حمود بوعلام" للمشروبات الغازية لكن استعمال هذا الحق ليس مطلق فلا يجب أن يترتب على استخدامه ضرر للغير ، إذا سبق وأن تم

---

[1] انظر المادة2 من الأمر 03-06 مرجع سابق.

[2] منير محمد الجنبيهي وممدوح الجنبيهي ،العلامات والأسماء التجارية ،دار الفكر الجامعي الاسكندرية،2000، ص16.

استخدامه لتمييز المنتجات أو الخدمات، فيجب أن يمنح لهذا الاسم شكلا مميزا لتفادي الخلط مع الأسماء المماثلة، كأن يكتب بطريقة معينة أو بطريقة هندسية أو استخدام لون معين ووضعه في إطار معيين، ومن أمثلة هذه الأسماء التي تتخذ شكلا معينا علامة شركة فورد "Ford" أو "Peugeot" للسيارات، كما يمكن أن تأخذ العلامة شكل توقيع صاحب المؤسسة فيتم طباعة هذا التوقيع على المنتجات مثل " Yves ST Laurent" فالعبرة في العلامة بتوافر الطابع المميزة لها .

وفيما يتعلق بإمكانية التصرف في الأسماء فإنه يجب التمييز بين الاسم العائلي كحق من الحقوق الشخصية وعدم قابليته للتنازل والخاضع للقانون المدني والاسم العائلي الذي يتم إيداعه كعلامة والخاضع للتشريع الخاص بالعلامات . إلا أن مبدأ عدم قابلية التنازل عن الاسم لا يمنع الشخص من استخدام هذا الأخير في الميدان التجاري وذلك بالتصرف فيه عن طريق الترخيص للغير باستخدامه كعلامة أو كاسم تجاري في حدود ما تم الاتفاق عليه في العقد . وهذا ما يحدث في الحياة العملية بالنسبة لأسماء المشاهير سواء كانوا من الفنانين أو الرياضيين حيث يبرمون عقودا مع المؤسسات التي ترغب في استخدام أسمائهم كعلامة للاستفادة من شهرتهم لترويج منتجاتهم أو خدماتهم وذلك حسب ما تم الاتفاق عليه في العقد[1].

وأما عن استعمال اسم الغير كعلامة مميزة فيشترط في هذه الحالة الحصول على إذن صاحب الاسم إذا كان على قيد الحياة، أما إذا كان متوفى فإن الأمر يقتضي الحصول على موافقة خلفه.

استخدم **المشرع المغربي** مصطلح **التسميات** حيث يجوز أن تتكون العلامة من اسم التاجر أو الصانع شريطة أن يتخذ هذا الاسم طابعا مميزا كأن يكتب على شكل دائري أو مربع أو مثلث أو أن يكتب بالخط الكوفي أو الفارسي و ذلك دفعا لكل التباس أو خلط في ذهن المستهلك، و بالتالي فإن الأسماء الشخصية العادية كعبد الله، و أحمد ... لا تعتبر علامة تجارية، لكون القانون إنما يحمي في هذا المجال الشكل الذي يتخذه الاسم لا الاسم ذاته.

و يجوز للتاجر استعمال توقيعه أو إمضائه كعلامة تجارية على منتجاته أو خدماته شريطة أن يتخذ هذا التوقيع شكلا مميزا[2].

ثانيا: التسميات المبتكرة

تعتبر التسميات المبتكرة أكثر انتشارا وتنوعا واستعمالا لتمييز السلع والخدمات إلى جانب أسماء الأشخاص، ويقصد بها تلك الكلمة التي لا يوجد لها معنى في اللغة ، والتي قد تكون مقتبسة من خيال الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة لجذب العملاء ، ومن أمثلتها علامة "Kodak" لأجهزة التصوير ومعداته، علامة "Fanta" لتمييز المشروبات الغازية ، علامة "Kit Kat" لتمييز نوع من الشكولاطة .

---

[1] فرحة زراوي صالح ، مرجع سابق ، ص211 .

[2] يونس بنونة ، مرجع سابق، ص15.

كما يصلح أيضا أن تشكل علامة لتمييز السلع والخدمات التسميات الموجودة أصلا في اللغة لكن لا توجد أي رابطة بينها وبين المنتجات أو الخدمات التي ترافقها ، فالعلامة تكون مميزة وقوية إذا كانت غير مقتبسة من خصائص وصفات المنتجات أو وظائفها ولا شائعة في الاستعمال ولا تؤدي إلى تضليل الجمهور ولكن الهدف من اتخاذها هو لفت نظر المستهلك إلى السلعة ذاتها . ومن أمثلتها العلامة الخاصة بشركة "Apple" والتي تعني كلمة "تفاحة" الخاصة بإنتاج الحواسب وتجهيزاتها وملحقاتها ، وكذلك نجد علامة "Camel" والتي تعني "الجمل" لتمييز نوع من السجائر[1].

ثالثا: الاسم الجغرافي

إن الاسم الجغرافي هو الاسم الذي يدل على منطقة أو إقليم دولة معينة أو تعطي دلالة حول منشأ العلامة[2] ، وفي شأن إمكانية اتخاذ الاسم الجغرافي كعلامة في **التشريع الجزائري** فإن المشرع لم يدرجه ضمن تعداد الأشكال التي يمكن اتخاذها كعلامة لكنه بالرجوع إلى الفقرة السابعة من المادة 7 من أمر 06/03 المتعلق بالعلامات فإنه قد استثنى صراحة من التسجيل الرموز التي تشكل حصريا أو جزئيا بيانا قد يحدث لبسا مع المصدر الجغرافي لسلع أو خدمات معينة ، كما منع اتخاذ الاسم الجغرافي كعلامة إذا كان من شأن تسجيله أن يعرقل استعماله من قبل الأشخاص الذين يحق لهم شرعا استعماله ويفهم مما سبق أن المشرع أجاز ضمنيا استعمال الاسم الجغرافي كعلامة شرط أن لا يودي بالمستهلك إلى اعتباره مصدرا جغرافيا.

وبالرجوع إلى **المشرع المغربي** فقد أجاز أن تشكل العلامة اسما جغرافيا، شريطة أن يكون هذا الاسم ذو طابع مميز – لأن إطلاق اسم إقليم أو مكان على منتوج معين هو حق لكافة التجار و المنتجين الموجودين بالإقليم أو المكان المذكور و بالتالي لا يمكن لأحدهم أن يحتكره، و هو نفس السياق الذي ذهبت فيه المحكمة الابتدائية بالدار البيضاء، حيث جاء في الحكم أن:" مجرد تسمية "قهوة البرازيل". وهو تعيين مصدر المواد المبيعة لا يكفي في حد ذاته للحصول على الحماية القانونية بالرغم من تسجيلها لدى المكتب المغربي للملكية الصناعية.[3]

و مع ذلك يجوز إضافة اسم الإقليم أو المكان إلى العلامة التجارية شريطة ألا يحدث ذلك خلطا لدى جمهور المستهلكين بخصوص أصل المنتوجات، و عموما فالعلامة التجارية يمكن أن تكون عبارة عن اسم جغرافي.

رابعا: الحروف والأرقام والمختصرات

يمكن أن يتخذ من الحروف أو الأرقام علامة لتمييز السلع والخدمات وتسجيلها لهذا الغرض، ويقصد بالحروف في هذا المقام الحروف بصفة عامة، والحروف الأولى من الاسم بصفة خاصة ،إذ عادة ما يتخذ

---

[1] صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، مرجع سابق، ص267 .

[2] عامر محمود الكسواني، التزوير ألمعلوماتي للعلامة التجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان2010، ص89

[3] حكم ابتدائية البيضاء بتاريخ 30 ماي 1950، أنظر يونس بنونة، مرجع سابق ص16.

الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة الحروف الأولى من اسمه كعلامة لتمييز منتجاته أو خدماته. ومن أمثلة العلامات المكونة من الحروف علامة "LM" التي تستخدم لتمييز نوع من السجائر ، وعلامة "BMW" ، ومثال الأرقام كعلامة رقم "555" التي تستخدم لتمييز نوع من العطور .

كما يجوز اتخاذ الحروف والأرقام معا كعلامة كما في علامة"UP 7 لتمييز نوع معين من المشروبات الغازية ذات شهرة عالمية التابعة لشركة بيبسي كولا العالمية[1]، ويترتب على اتخاذ الحروف و/ أو الأرقام كعلامة منع الغير من استخدام ذات الأرقام والحروف لتمييز سلع مماثلة أو متشابهة تثير الخلط واللبس في ذهن المستهلك . إذ يجب أن تكون هذه الحروف والأرقام موضوعة بطريقة تضفي عليها طابعا مميزا لمنع تضليل جمهور المستهلكين وإثارة الخلط في أذهانهم . مع الإشارة أنه لا يجوز أن تتشكل العلامة من رقم واحد أو أن تتشكل من حرف واحد إلا إذا كان جزء من علامة ، فلا يجوز احتكارها من قبل شخص واحد[2] .

ولقد نص **المشرع الجزائري** على إمكانية اتخاذ الحروف والأرقام كعلامة لتمييز المنتجات والخدمات وذلك بصريح نص المادة 2 من أمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

كما نص **المشرع المغربي** أيضا على اتخاذ الحروف والأرقام والمختصرات كعلامة لتمييز المنتجات والخدمات بصريح نص المادة 133 فقرة 02 (أ).

الفرع الثاني: العلامات التصويرية(الشكلية) والعلامات غير المرئية

تتعدد الإشارات التي يمكن أن يتخذها الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة كعلامة لتمييز السلع والخدمات ، إذ يمكن أن تشمل إلى جانب ما سبق ذكره إشارات رمزية كالصور والرسوم وشكل السلعة، كما ظهرت علامات أخرى لا يمكن إدراكها بالبصر حيث ثبت أنه يمكن أن تشكل أيضا علامة قابلة للتسجيل إلا أنها لا تحظى بإجماع دولي حول حمايتها بالمقارنة بالعلامات التي يمكن إدراكها بالبصر.

أولا: العلامات التصويرية(الشكلية)

العلامات التصويرية هي علامات متعددة ومتنوعة ومتى تم اتخاذها يحظر على الغير اتخاذ ذات الصور أو الرسوم أو الأشكال لتمييز ذات السلع أو الخدمات التي خصصت لها، أو اتخاذ علامات تصويرية مشابهة لها على سلع أو خدمات مشابهة إلى حد إثارة اللبس لدى المستهلك .

حيث حظر **المشرع الجزائري** في الفقرة 9 المادة 7من الأمر03-06[3] الرموز المطابقة أو المشابهة لعلامة كانت محل طلب تسجيل أو تسجيل يشمل سلعا أو خدمات مطابقة أو مشابهة لتلك التي سجلت من أجلها علامة الصنع أو العلامة التجارية إذا كان هذا الاستعمال يحدث لبسا.

وتجدر الإشارة أن في بعض الحالات نجد تقارب بين العلامات الاسمية والعلامات التصويرية ، إذ قد يتخذ الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة ذات الرمز كعلامة في حين يوجد شخص آخر يتخذ اسم الرمز ، وهذا من شأنه أن يؤدي إلى إثارة اللبس في ذهن المستهلك ، ومثال ذلك أن يستخدم التاجر علامة

---

[1] عامر محمود الكسواني، مرجع سابق، ص ص92 93.

[2] صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص ص262 263 .

[3] انظر المادة 7 الفقرة 09 من الأمر 03–06 سبق ذكره.

تصويرية تمثل صورة "فيل" بينما يستخدم منافس له العلامة الاسمية المتمثلة في كلمة "فيل" ، في هذه الحالة صاحب العلامة التصويرية يمكن أن يعارض أو أن يتابع صاحب العلامة الاسمية إن كان من شأن هذه الأخيرة أن تثير الخلط في ذهن الجمهور وتضليله لذلك يرى جانب من الفقه أنه يجب أن يتبع الاسم إلى الرمز ، أو أن يتبع الرمز إلى الاسم لتفادي الخلط وتضليل المستهلك[1].

ونتناول فيما يلي أشكال العلامات التصويرية التي نص عليها المشرع والتي تتمثل في العلامات ذات الأبعاد الثلاث، والرسوم والرموز والصور، وأخيرا الألوان.

1- العلامات ذات الأبعاد الثلاث (شكل أو غلاف المنتوج) Marques a trois dimensions

تتمثل العلامة هنا في الشكل الخاص لتغليف المنتجات أو العلب والكارتونات والأكياس المخصصة لتغليف هذه السلع أو المنتوجات الغذائية والمنزلية المعبأة كما هو الشأن بالنسبة لزجاجات العطور أو المياه المعدنية ...الخ فتوضع العلامة بأي طريقة على السلعة ..الخ[2]، ومتى تم اتخاذ الشكل كعلامة يحظر على الغير اتخاذ نفس الشكل أو شكل مشابه إن كان من شأنه أن يؤدي إلى إثارة الخلط في ذهن المستهلك

و بالرجوع إلى **التشريع الجزائري** فإن المشرع أجاز بصريح النص استعمال الأشكال المميزة للسلع أو توضيبها أي تكييفها كسمة لتمييز المنتجات إلا أنه حصرها كما يظهر في فحوى نص المادة 02 من أمر 06/03 المتعلق بالعلامات على الأشكال المميزة للسلع أو توضيبها فحسب دون أن يشمل ذلك الخدمات في حين أنه يمكن كذلك اتخاذ الأشكال المميزة للخدمات كعلامة .

2- الرسوم والرموز والصور

قد يستخدم التاجر أو المنتج رمزا معينا كعلامة تجارية لتمييز منتجاته وقد يكون هذا الرمز مستمدا من الطبيعة كشكل شجرة أو زهرة أو شكل أحد الحيوانات. وقد يتخذ الرسم أو صورة معينة كعلامة تجارية مثل استخدام صورة معينة لأحد الأشخاص بشرط استئذان صاحب الصورة في حال حياته ومن ورثته في حال وفاته مثل نقش أحد اللاعبين أو أحد الزعماء على الملابس[3]، أما بالنسبة لإمكانية استعمال صور الأشخاص التاريخيين ، فحسب د/ فرحة زراوي صالح ترى أنه من الأصوب رفض هذه الفكرة لأنها تكاد تمس في بعض الأحيان بسمعة المعني بالأمر إذا استعملت للدلالة على منتجات عادية وغير مميزة ، كما يجوز لذوي حقوقه رفع دعوى طلب تعويض الضرر اللاحق به أو بهم. ويكثر استغلال الرسوم في أدوات الزينة أو الأصباغ بل تكون رسم غلاف هذه البضاعة إذا كان لها شكلا مميزا أو للزجاجة التي توضع فيها العطور...الخ[4].

---

[1] صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص 263 .

[2] فاضلي إدريس، المدخل إلى الملكية الفكرية ' الملكية الأدبية والفنية والصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2004 ص 284.285 .

[3] عبد الله حسين الخشروم ، مرجع سابق، ص148.

[4] فاضلي إدريس، مرجع سابق، ص 284.

3- **ترتيبات وتركيب الألوان**

يجوز استعمال ترتيبات أو تركيبات الألوان كعلامة ، ويقصد بترتيب الألوان طريقة استعمال لون واحد أو أكثر حسب طريقة معينة ، أما التركيب فهو كيفية جمع عدة ألوان . وبهذا قد تكون الألوان الصفة الفارقة في العلامة التجارية ، حيث يمكن أن تقتصر العلامة التجارية كليا أو جزئيا على لون واحد أو أكثر من الألوان الخاصة ، ويمكن أن يقتصر تسجيل العلامة التجارية على لون أو ألوان محددة أما إذا سجلت العلامة التجارية دون حصرها في ألوان خاصة فتعتبر مسجلة لجميع الألوان[1] . كما أنه لا يجوز لمنتج أو تاجر أو مقدم خدمة أن يحتكر استعمال لون معين كعلامة ، فاللون الواحد لا يصلح بذاته كعلامة ولكن تنسيق الألوان هو الذي يصلح كعلامة[2].

وتناول **المشرع المغربي** الصور والأشكال التي تشكل العلامة وفق الفقرة02(ب) من المادة133:

تنص الفقرة 02(ب) من المادة 133 على أنه "...يمكن أن تعتبر شارة بوجه خاص:

- الشارات التصويرية مثل: الرسوم و اللصائق والطوابع والحواشي والمبرزات والرسوم بالأبعاد الثلاثية"، من خلال هذه الفقرة يمكن أن تأتي كذلك العلامة التجارية وفق الصور الآتية:

* **الشارات التصويرية :** و تتمثل حسب منوط المادة 133 في شكل رسوم (كالبقرة الضاحكة)، أو تشكل (لصاق) كلصيقة النحلة فوق سكر القالب ، أو الطوابع (كطابع صابون الطاووس).

-و يمكن أن نتساءل في هذا الإطار عما إذا كان بإمكان الغير استعمال الرسم أو الرمز الذي يملكه طرف آخر كتسمية و علامة لمنتجاته (كما في حالة استعمال اسم البقرة الضاحكة).[3]

فالمبدأ انه يمنع على الغير استعمال الرسم كتسمية لمنتجاته و خدماته باعتبار أن ملكية التسمية تتضمن ملكية الرسم أو الرمز المقابل لها، و علة هذا المنع تتمثل في ما قد يحدثه ذلك من خلط في ذهن المستهلك، و درءا لكل نزاع يتعين على الصانع أن يقوم بإيداع و تسجيل التسمية و الرسم المقابل له في نفس الوقت.

* **الشعارات المرسومة** : و تتمثل هذه الشعارات في الرسوم **بالأبعاد الثلاثية** (هولوكرام)، والشعارات المرسومة (لوغو) و **الصور المركبة**، و تعتبر هذه الأخيرة من الأشكال الحديثة للعلامات و التي وقع انتشارها على مستوى التجارة الدولية،[4] و من أمثلة ذلك : هولوكرام كلما كان فوق أجهزة التلفاز أو البريد، هولوكرام المتمثل في تلك الشارة التي توضع على مقدمة سيارة مرسيديس، و كذا لوغو حصان الذي يعبر عن خدمات البنك الشعبي، و كذا صورة الأسد بالنسبة لعلب الطماطم.

* **الأشكال و الألوان** : فالنسبة **للأشكال** فالأصل أنه إذا كانت البضاعة تستلزم اتخاذ شكل معين كما هو الحال بالنسبة لقطع الصابون(شكل مستطيل) فإن الشكل لا يجوز اتخاذه كعلامة تجارية لأن ذلك يتنافى و حرية المنافسة و بالتالي حرمان باقي التجار من استعماله في منتجاتهم. أما إذا كانت طبيعة

---

[1] عبد الله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص148.

[2] محمد حسني عباس، التشريع الصناعي، دار النهضة العربية، القاهرة1967، ص210.

[3] يونس بنونة، مرجع سابق، ص17.

[4] المرجع نفسه، ص18.

البضاعة لا تستلزم في إنتاجها اتخاذ شكل معين فإنه لا يوجد مانع من اعتبار هذا الشكل بمثابة علامة تجارية شريطة أن يكون هذا الشكل مميزا أو مبتكرا (المذياع الذي يتخذ شكل كروي)، ففي هذه الحالة فالشكل يشكل علامة إلى جانب اعتباره أيضا نموذجا أو رسما صناعيا و بذلك يبقى خاضعا للحماية المزدوجة.[1] أما ما يتعلق بخصوص **اللون** فإنه لا يشكل في حد ذاته علامة حيث لا يجوز للصانع أو التاجر أن يحتكر لونا لاستعماله كعلامة، إلا إذا كانت هذه الألوان متجانسة و تكون في مجموعها طابعا مميزا و خاصا، مثال : شرطين من لون أحمر بينهما شريط أبيض اللون كعلامة لمنتوج معجون الأسنان Signal 2

ثانيا: العلامات غير المرئية

تندرج أشكال العلامات التجارية التي ذكرناها سابقا من الأشكال التي نستطيع إدراكها عن طريق النظر وهي قابلة للتمثيل الخطي كما اقتضته المادة 2 من أمر 03-06 المتعلق بالعلامات، والمادة 133 من القانون 17/97 المتعلق بحماية الملكية الصناعية، إلا أنه يثار التساؤل حول مدى إمكانية تسجيل أنواع أخرى من العلامات والتي لا يمكن إدراكها بالنظر (غير مرئية) والتي تخاطب حواس الإنسان الأخرى المتمثلة في السمع، الشم، والذوق واللمس، خاصة وأن بعض التشريعات تنص صراحة على إمكانية تسجيلها كعلامات أو أن تشكل جزءا من علامة.

1- **العلامات الصوتية:**

يقصد بالعلامات الصوتية كل إشارة أو دلالة معينة مكونة من لحن أو جمل موسيقية معينة تستخدم لتمييز سلع أو خدمات معينة[2] أو استخدام لحن موسيقي لمصاحبة الشعار الإعلاني ، ويكمن تسجيل العلامات الصوتية في تسجيل الصوت وتقديم شريط إلى المصلحة المختصة لتسجيله حتى يحضى بالحماية القانونية شأنه شأن العلامات الأخرى ، والعلامة الصوتية قد تكون مميزة بصوت معين مضاف إلى صورة ، أو صورة وكلمات كما هو الشأن بالنسبة للعلامة التي اتخذتها شركة "مترو جولدن ماير " للأفلام السينمائية التي اتخذت صوت الأسد كعلامة مصاحبة لإعلان الشركة[3].

بالرجوع إلى **المشرعين الجزائري والمغربي** نجد أنهما لم يدرجا الأصوات ضمن تعداد الأشكال التي يمكن أن تشكل علامة، غير أنه باعتبار أن التعداد جاء على سبيل المثال وليس على سبيل الحصر وباعتبار أن المشرعين اشترطا في الرموز التي يمكن أن تشكل علامة أن تكون قابلة للتمثيل الخطي فيمكن القول على أنه يمكن أن تشكل الأصوات علامة قابلة للتسجيل مادامت تستجيب لهذا الشرط ، أي تمثيلها عن طريق النوتات الموسيقية ورسمها على المدرج الموسيقي، وعليه يمكن أن يشكل الصوت أو الجملة الموسيقية علامة لتمييز السلع أو الخدمات أو تكون جزءا من علامة، غير أنه من الناحية العملية من الصعب تحقيق ذلك.

---

[1] يونس بنونة، مرجع سابق، ص18.

[2] عامر محمود الكسواني، مرجع سابق، ص96.

[3] سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية، الطبعة الرابعة، مرجع سابق، ص292.

2- **العلامات الخاصة بحاسة الشم وعلامة الذوق:**

إلى جانب العلامات الصوتية أجازت بعض التشريعات تسجيل العلامات الخاصة بحاسة الشم، إذ استقر الرأي القانوني على اعتبارها شكل من أشكال العلامات وعليه يجوز تسجيلها لأغراض تمييز المنتجات عن غيرها.

بالنسبة **للتشريعين الجزائري والمغربي** فقد نصا على أن العلامات هي " كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي" وعليه لا يجوز إيداع وتسجيل العلامات الخاصة بحاسة الشم وعلامة الذوق بقصد توفير حماية لها، باعتبارها لا تستجيب لشرط التمثيل الخطي، فالعلامات الذي يضمن حمايتها هي العلامات القابلة للتمثيل الخطي ونفس الحكم يطلق على علامة الذوق غير أنه تم قبول نوع آخر من الإشارات كعلامات وتسجيلها والمتمثلة في علامة اللمس (Marque tactile) لتمكين بعض الأشخاص الفاقدين للبصر من تمييز المنتجات عن غيرها.

الفصل الثاني

الحماية الجزائية للعلامة التجارية في التشريعين الجزائري والمغربي

الفصل الثاني

الحماية الجزائية للعلامات التجارية في التشريعين الجزائري والمغربي

وضع المشرعين الجزائري والمغربي نظاما قانونيا خاصا بالعلامات حيث بين من خلاله الشروط الواجب توافرها من أجل الاعتراف بالعلامة، وبين الأثار المترتبة عن ذلك الاعتراف، من نشوء للحق في العلامة، والاستئثار في استغلالها، مع إضفاء الحماية القانونية اللازمة لذلك.

ومع ازدياد أهمية العلامة في المجال التجاري، وارتفاع قيمتها، ارتفعت حصيلة الاعتداءات عليها، ومحاولات تقليدها وتزييفها، واستعمالها على سلع وخدمات منافسة، من أجل الوصول إلى ترويج سريع للسلع والخدمات المقلدة، مما يؤثر سلبا على حقوق مالكي العلامات الأصلية، من خلال انقاص بل هدم الثقة في جودة ونوعية العلامات الأصلية، ومن ثم نفور المستهلكين عنها.

وأمام هذا التنوع في صور وأشكال الاعتداء على الحق في العلامة، أصبح أصحاب هذه الحقوق في حيرة بشأن معرفة التكييف القانوني لتلك الأفعال الضارة بهم، ومن ثمة جهلهم بالوسائل القانونية التي وضعها المشرعين الجزائري والمغربي من أجل ردع تلك الأفعال، فوضحا المشرعين الجزائري والمغربي الأفعال التي تشكل اعتداء على الحق في العلامة بنصوص قانونية، ومن ثم كان من السهل على المتضرر من تلك الأفعال بأن يكيفها ويرفع بشأنها دعوى جزائية و/أو مدنية لحماية علامته من هذه الاعتداءات.

ومن أجل دراسة الحماية الجزائية للعلامة في التشريعين الجزائري والمغربي، سنتطرق إلى صور جرائم العلامات في التشريع الجزائري والتشريع المغربي(المبحث الأول)، والجزاءات المقررة في التشريعين الجزائري والمغربي على هذه الجرائم(المبحث الثاني).

المبحث الأول

صور جرائم العلامات التجارية في التشريعين الجزائري والمغربي

لقد انتشرت ظاهرة الاعتداء على العلامات بشكل كبير في الوقت الحاضر، ولما لهذه الظاهرة من مخاطر سلبية، لا تقتصر آثارها على الإضرار بمالك العلامة فحسب، وإنما تتعداه إلى جمهور المستهلكين والاقتصاد الوطني، ولذلك ارتأينا من خلال هذا الجزء من الدراسة، أن نتناول جرائم العلامات التجارية في التشريع الجزائري (المطلب الأول)، وجرائم العلامات التجارية في التشريع المغربي(المطلب الثاني).

المطلب الأول: جرائم العلامات التجارية في التشريع الجزائري

حتى تقوم الجريمة، لابد من توافر أركانها، وهي الركن الشرعي الذي يجرم الفعل الذي يمس بالحق المحمي قانونا، والركن المادي الذي يؤدي إلى انكشاف الفعل المشكل للجريمة وإظهاره للعالم الخارجي، أما الركن المعنوي، فيتعلق بالجانب النفسي للجاني، واتجاه إرادته إلى ارتكاب الجريمة، أما بخصوص الركن الشرعي فنحن هنا بصدد قانون يجرم هذه الأفعال بنص قانوني.

لذا ارتأينا أن نقسم هذا المطلب إلى ثلاثة فروع (الفرع الأول) سنتناول فيه الركن المادي لجريمة تقليد العلامة التجارية، (الفرع الثاني) الركن المعنوي لجريمة تقليد العلامة التجارية، (الفرع الثالث) الإجراءات التحفظية وشروطها.

الفرع الأول: الركن المادي لجريمة تقليد العلامة التجارية

إن الركن المادي لجريمة تقليد العلامة التجارية لا يتوافر إلا بتحقق أمرين أساسين هما: أن يؤدي إلى تضليل الجمهور وخداعهم، وأن يتم دون موافقة صاحب العلامة، أما إذا لم يتحقق هذين الأمرين فلا يعد ذلك تقليد وتنتفي عنه صفة الاعتداء، هذا الأخير الذي سيتم التطرق إليه من خلال تناولنا للأفعال التي تعد تقليد للعلامة التجارية وصور تقليد العلامة.

أولا: أفعال التقليد الواقعة على ذاتية العلامة

تنص المادة 26 فقرة 01 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات[1] على أنه:مع مراعاة أحكام المادة 10أعلاه، يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستئثارية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة.

من خلال تحليلنا لنص المادة أعلاه نستنتج أن المشرع الجزائري اعتبر أن جميع الاعتداءات التي يمكن أن تمس العلامة وملكية صاحبها فعلا من أفعال التقليد دون أن يحدد صور هذه الاعتداءات مكتفيا بعبارة الحقوق الاستئثارية .غير أنه بالرجوع إلى الفقه نجد أن هذه الاعتداءات لا تخرج عن ثلاث أفعال هي:

[1] الأمر رقم 06/03 سبق ذكره.

1- التقليد بالنسخ والتقليد بالتشبيه:

أ- **التقليد بالنسخ:** يتمثل العنصر المادي في اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الأصلية، أو صنع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية بإعادة اصطناع جانبها الأساسي والمميز بشكل يجعل العلامة الجديدة قادرة على تضليل الجمهور وجذب المستهلك، حيث يعتبر نقل العلامة عنصر كاف لوجود التقليد بغض النظر عن كل استعمال لها[1] لأن التقليد قائم بموجب التصنيع المادي للعلامة وقد سار القضاء الجزائري على نفس النهج في قرار صادر عن المحكمة العليا حيث رفض الطعن بالنقض ضد القرار الصادر عن المجلس بدعوى أن المجلس اعتبر مواصفات علامة (وردة)مخابر (ساكو) هي نفس مواصفات العلامة التجارية لشركة (لوناكم) وبالتالي فإن التشابه بينهما يشكل لبسا في طبيعة المنتوج[2] .

ب- **التقليد بالتشبيه:** يتمثل العنصر المادي للتقليد بالتشبيه في التغيير في العلامة الأصلية أو الإضافة للعلامة الحقيقة بكاملها أو جزء منها بحيث يظن المستهلك أنها العلامة الأصلية[3]، وذلك عن طريق المحاكاة التدليسية، أو التشبيه التدليسي، حيث يؤخذ بعين الاعتبار في جنحة تشبيه العلامة التشبيهات الإجمالية التي تؤدي بالمستهلك العادي إلى الخلط بين العلامتين، الأمر الذي قد يؤدي إلى المساس بحقوق المستهلك الذي قد يستعمل منتوجا لا يتلاءم مع ما يرغب فيه كما قد يمس بمصداقية المنتوج الأصلي ونجد ذلك أكثر خطورة في حالة تقليد علامة الدواء حيث نكون أمام مساس بالصحة العامة، كما قد يؤثر على الاقتصاد الوطني لأنه لا يساعد على الابتكار[4]، فالتقليد وفقا لاجتهاد المحكمة العليا يكمن في التشابه الموجود بين علامتين موضوعتين على نفس المنتوج ومن شأن هذا التشابه أن يحدث لبسا أو خلط عند المستهلك متوسط الانتباه وهو ما جاء في قرارها الصادر تحت رقم 261209[5].

فالتشبيه التدليسي يقوم إذا ما استعمل الشخص علامة شخص أخر دون تقليدها، ويكون ذلك باستعمال البطاقات والملصقات الخاصة بالعلامات الأصلية على منتجات وبضائع متشابهة للمنتجات الأصلية، كمواد التجميل وقارورات العطور [6].

---

[1] نوارة حسين، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، الأمل للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2015، ص103 .

[2] قرار المحكمة العليا رقم 378916 صادر بتاريخ 2007/02/07 ، قضية مخابر" ساكو "ضد شركة لونكرم" برفاه أي بوتي"، مجلة المحكمة العليا عدد خاص بالتقليد في ضوء القانون والاجتهاد القضائي)، 2012، ص64.

[3] قرموش عبد اللطيف، تقليد العلامات التجارية في ضوء القانون والاجتهاد القضائي، مجلة المحكمة العليا، عدد خاص بالتقليد في ضوء القانون والاجتهاد القضائي، قسم الوثائق 2012 ، ص62.

[4] قرموش عبد اللطيف، نفس المرجع، ص6

[5] قرار المحكمة العليا رقم 261209 صادر بتاريخ 2007/02/07 عن الغرفة التجارية والبحرية، المنشورة في مجلة المحكمة العليا العدد 01-2003 ، ص 265 .

[6] سميحة القليوبي، الوجيز في التشريعات الصناعية، مكتبة القاهرة الحديثة، القاهرة، 1976، ص288 .

2- التقليد باستعمال علامة مقلدة أو مشبهة:

يتمثل العنصر المادي في هذه الجريمة بالاستعمال الباطل لعلامة تجارية أو علامة قريبة الشبه بصورة تؤدي إلى الانخداع، وقد يتخذ ذلك صورا متعددة، فقد يتخذ صورة وضع علامة تجارية أو علامة قريبة الشبه لها على البضائع أو المنتجات ذاتها بطريقة مباشرة، وقد يتم ذلك بطريقة غير مباشرة كأن تستعمل العلامة على الأشياء التي تستخدم في تسويق البضائع أو المنتجات، كالغطاءات أو المغلفات أو أي شيء آخر تباع أو تعرض فيه البضائع أو .تحفظ فيه لأجل البيع أو التجارة أو الصناعة[1].

وقد أشارت إلى هذه الجريمة المادة 26 من الأمر06/03 المتعلق بالعلامات في عبارة يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستئثارية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة، والتي من ضمنها جريمة استعمال علامة مقلدة أو مزورة.

وقد عالج الاجتهاد القضائي الجزائري جريمة استعمال علامة تجارية مقلدة حيث نقض قرار صادر عن المحكمة العليا قرار الصادر عن قضاة المجلس لانعدم الأساس القانوني في قضية ملبنة الصومام ضد(أ.أ) حيث جاء في قرارها: ذلك أن قضاة الاستئناف جانبوا الصواب وأخطئوا في قرارهم عكس قاضي الدرجة الأولى الذي ثبت له أن أغلفتها لعلب الياغورت تحتوي على علامتها التجارية الصومام، وما دامت ظاهرة وواضحة فوضعها في نفس الأغلفة لكلمة (دليس) لا يعتبر استعمالا لعلامة تجارية كما كتبت على نوع واحد وليس على جميع العلب لتبيان ذوقه، هذا ما كان عليهم وضعه كأساس قانوني لقرارهم ويستوجب إلغاءه [2].

3- بيع بضائع عليها علامة مقلدة أو عرضها للبيع:

يعاقب القانون كل من باع بضاعة استعملت لها علامة تجارية مقلدة أو عرضها للبيع أو اقتناها لأي غرض من أغراض التجارة والصناعة، لكونها أفعالا تمس بحق ملكية العلامة الأصلية والذي تمت حمايته بموجب المادة 09 من الأمر03 /06 المتعلق بالعلامات حيث نصت في فقرتها الثانية على أنه :مع مراعاة أحكام المادة 11 أدناه فإن الحق في ملكية العلامة يخول صاحبه حق التنازل عنها ومنح رخص استغلال ومنع الغير من استعمال علامته تجاريا دون ترخيص مسبق منه على سلع أو خدمات مماثلة أو مشابهة لتلك التي سجلت العلامة لأجلها<< ، ويستوي أن يكون الشخص الذي يبيع أو يعرض للبيع منتجا واحدا أو عدة منتجات مقلدة أو مصنوعة بطريقة التدليس قد ساهم في صنعها أم لم يساهم، ما دام أنه يقوم بالفعل بقصد خداع المشتري [3].>>

---

[1] صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، مرجع سابق ،ص410 .

[2] قرار المحكمة العليا رقم 399796 صادر بتاريخ 2007/04/04 مجلة المحكمة العليا (عدد خاص بالتقليد في ضوء القانون والاجتهاد القضائي)، 2012، ص49.

[3] نوارة حسين، مرجع سابق، ص 105 .

والملاحظ أن المشرع الجزائري لم ينص على السلع الحاملة لعلامة مقلدة في الأمر 06/03، إلا أنه تدارك الأمر في قانون الجمارك ولا سيما في المادة 07 فقرة 02 من القانون رقم07/79 والتي جاء في مفهومها أنه تخضع للمصادرة البضائع الجزائرية والأجنبية ، المزيفة [1].

ثانيا: صور التقليد

سنتطرق من خلال هذا العنوان إلى أهم الصور التي يمكن أن يحدثها المقلد في العلامة التجارية وذلك قد يكون إما عن طريق زيادة حرف أو إنقاصه أو استبداله بحرف آخر محاولين تبيان رأي الاجتهاد القضائي في ذلك، كماسنحاول التطرق إلى صورة أخرى أصبحت حديث الساعة لكونها تتعلق بالتقليد عبر الشبكة العنكبوتية، وهذا من خلال العنصرين التاليين:

1- التقليد بالزيادة أو النقصان في الحروف أو استبدالها

من أهم القرارات القضائية التي صدرت عن المحكمة العليا بخصوص التقليد بزيادة حرف أو إنقاصه أو استبداله ما جاء في القرار رقم 399796 حيث رفضت المحكمة العليا طعنا بالنقض بقرار ألغى الحكم المستأنف ومن جديد تصدى بإلزام المستأنف عليها (ملبنة الصومام) بالكف عن استعمال كلمة (دليس) على أغلفة منتوجها من مادة الياغورت والتعويض لشركة دليس (DELICES).

أسس المجلس قراره على أن الهدف من العلامة التجارية لكل منتوج هو جلب انتباه الزبون على ألا يكون وصف البضاعة ظاهر أكثر من الأصلية، فكتابة DELICES بالحجم الكبير مرتين على اسم الملبنة (صومام) يؤدي إلى إيهام المستهلكين على أنهم مقبلون على شراء منتوج مقابلتها DELICE دون(حرف S في الأخير) وبالتالي يمكن أن يقع تداخل في الأسماء "مما يعد تعديا على اسمه التجاري[2].

2- التقليد عبر مواقع الانترنت

لا تقتصر عملية استعمال علامة عبر شبكة إنترنت على استعمالها من خلال تضمينها اسم المجال الخاص بموقع ويب ، إذ يمكن استعمال العلامة بوضعها على صفحات موقع هذا الأخير قابل للوصول إليه من قبل جميع مستخدمي الانترنت في العالم وعليه يمكن الاعتداء على العلامة من خلاله عن طريق التقليد.

وقد عالج المشرع الجزائري الجرائم التي يمكن أن تمس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات بصورة عامة من القانون رقم 15/04 المعدل والمتمم لقانون العقوبات وذلك في نص المادة 394 مكرر منه والتي جاء فيها : خلال القانون يعاقب بالحبس من ثلاثة أشهر إلى سنة وبغرامة من 50000 دج إلى 100000 دج كل من يدخل

---

[1] القانون رقم 07/79المؤرخ في 21 جويلية 1979 المتضمن قانون الجمارك المعدل المتمم بموجب القانون رقم10/98المؤرخ في اوت1998.

[2] قرار المحكمة العليا رقم 399796 صادر بتاريخ 2007/04/04 مجلة المحكمة العليا (عدد خاص بالتقليد في ضوء القانون والاجتهاد القضائي)، 2012، ص16-17.

أو يبقي عن طريق الغش في كل أو جزء من منظومة للمعالجة الآلية للمعطيات أو يحاول ذلك ، وتضاعف العقوبة إذا ترتب على ذلك حذف أو تغيير لمعطيات المنظومة [1] .

فمن خلال نص المادة أعلاه يمكننا إدراج جريمة تقليد العلامة التجارية عبر الانترنت ضمن جرائم المعالجة الآلية للمعطيات متى قام الفاعل بالتغيير في العلامة سواء بزيادة حرف أو إنقاصه أو استبداله أو حتى إذا كان التغيير يخص ميزة أساسية للعلامة الأصلية كاللون، فعبارة تضاعف العقوبة إذا ترتب على ذلك حذف أو تغيير لمعطيات المنظومة، يستنتج من خلالها أن كل مساس بالعلامة التجارية عبر الانترنت بالحذف أو التغيير في العلامة يؤدي إلى مضاعفة العقوبة المقررة على هذه الجنحة باعتبارها فعل من أفعال التقليد الماسة بالعلامة.

أما بالرجوع إلى الاجتهاد القضائي فنجده يكاد ينعدم في مجال التقليد عبر الانترنت في الجزائر رغم أنها وضعت أول تنظيم قانوني خاص بشروط وكيفيات إقامة خدمات انترنت واستغلالها والمتمثل في المرسوم التنفيذي رقم 257/98 [2] إلا أنها تبقى تعاني من افتقار النصوص الجزائية لهذا النوع من الجرائم .

الفرع الثاني: الركن المعنوي لجريمة تقليد العلامة التجارية

سنتكلم في هذا الفرع عن الركن المعنوي لجريمتي النسخ والتشبيه، متناولين في ذلك كل من القصد الجنائي في التقليد بالنسخ والقصد الجنائي في التقليد بالتشبيه، كما سنتطرق أيضا إلى الركن المعنوي في جريمتي استعمال علامة مقلدة وبيع علامة مقلدة أو عرضها للبيع، مبينين القصد الجنائي في كلتا الجريمتين.

أولا: الركن المعنوي لجريمتي النسخ والتشبيه

سنتناول في هذا العنصر القصد الجنائي في التقليد بالنسخ، والقصد الجنائي في التقليد بالتشبيه.

1- **القصد الجنائي في التقليد بالنسخ:** إن جريمة النسخ **تقوم فقط على العنصر المادي**، وهو اصطناع العلامة **بغض النظر عن سوء نية المقلد**، فالعنصر المعنوي ليس ضروري لقيام الجريمة، وبالتالي فإن نية الاحتيال غير مشترطة لقيام الجريمة، فوجود العنصر المادي للتقليد كاف لقيامها ومالك العلامة غير ملزم بإثبات سوء نية المقلد .

2- **القصد الجنائي في التقليد بالتشبيه:** جاءت المادة 29 من الأمر06/03 المتعلق بالعلامات والخاصة بجنحة التقليد **خالية من اشتراط سوء النية أو القصد الجنائي الخاص في حالة التقليد** حيث اقتصرت على تجريم العملية في عبارة" يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستئثارية لعلامة قام بها الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة."، وتبعا لذلك يعد الفعل المادي لجريمة التقليد بالتشبيه للعلامة التجارية أيضا جريمة من غير حاجة إلى إثبات سوء نية المتهم ذلك أن المشرع قد افترض أن عملية صنع

---

[1] القانون رقم 15/04 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004 المعدل والمتمم للأمر رقم 66/ 156 المؤرخ في 08 جوان1966والمتضمن قانون العقوبات ، جريدة الرسمية صادرة بتاريخ 2004/11/10 عدد 71.

[2] مرسوم تنفيذي رقم –98–257 المؤرخ في1998/08/25 المتعلق بشروط وكيفيات إقامة خدمات الإنترنت واستغلالها، والمعدل بموجب المرسوم التنفيذي307/2000 المؤرخ في14أكتوبر2000، الجريدة الرسمية، عدد60، سنة2000

علامة تجارية جديدة يستلزم من صاحبها القيد مقدما في سجل العلامات التجارية متى كان حسن النية تفاديا لاستخدام علامة مطابقة لعلامة سبق تسجيلها، فإذا صنع الفاعل علامة تجارية بالتشبيه لعلامة أصلية، فإن هذا الفعل المادي ينهض بذاته قرينة على سوء نية الفاعل، حيث أنه من العسير الادعاء بأن تطابق العلامتين يرجع إلى مجرد المصادفة وتوارد الخواطر[1].

ثانيا: الركن المعنوي في جريمتي استعمال علامة مقلدة وبيع علامة مقلدة أو عرضها للبيع

سنحاول من خلال هذا العنصر التطرق إلى القصد الجنائي في فعلي الاعتداء على العلامة التجارية عن طريق استعمال علامة مقلدة، وبيع علامة مقلدة أو عرضها للبيع أو التداول.

1- **القصد الجنائي في استعمال علامة مقلدة:** أشارت إلى هذه الجريمة المادة33 من الأمر 06/03 عند ذكرها للعقوبة المطبقة على الأشخاص الذين تعمدوا بيع أو عرضوا للبيع سلع أو خدمات تحمل علامة مقلدة، ويعود سبب التجريم إلى أن هذا الاستعمال يؤدي إلى نشوء اعتقاد لدى جمهور المستهلكين بتطابق المنشأتين المتنافستين أو أن أحدهما فرع للآخر، ولذلك يشترط لقيام هذه الجريمة عكس ما تم التطرق إليه في جريمتي التقليد بالنسخ والتقليد بالتشبيه **أن يكون بائع العلامة سيء النية**، ويكون على علم مسبق أنه يستعمل علامة مقلدة [2].

2- **القصد الجنائي في جريمة بيع علامة مقلدة أو عرضها للبيع**: تتمثل في العلم المسبق بذلك، بمعنى **أن البائع لديه علم بأن** تلك البضاعة استعملت لها علامة تجارية مقلدة بقصد بيعها[3]. وما يعاب على المشرع الجزائري أنه لم يتناول هذه الجرائم بشيء من التفصيل في الأمر 06/03 وإنما نص عموما على جنحة التقليد في عبارة واحدة من خلال المادة 26 من هذا الأمر ولم تبين مدى ضرورة توافر القصد الجنائي.

الفرع الثالث: الإجراءات التحفظية وشروطها

حتى يتمكن مالك العلامة من إثبات وقوع اعتداء على حقه في العلامة، منحه المشرع الحق في اتخاذ إجراءات تحفظية من أجل الحفاظ على حقوقه، وذلك حتى **قبل رفع دعوى مدنية أو جزائية**، من أجل تسهيل عملية إثبات ارتكاب فعل الاعتداء والوقوف على الأدلة الكافية لذلك، سنتطرق في هذا الفرع إلى الإجراءات التحفظية وشروطها.

أولا: الإجراءات التحفظية

نصت على هذا الإجراء المادة 34 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية حيث جاء في مضمونها أن مالك العلامة له الحق في طلب إجراء الوصف المفصل بمساعدة خبير، وهذا الوصف يكون دقيق للسلع

---

[1] عدنان غسان برانبو، التنظيم القانوني للعلامة التجارية دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان،2012، ص845.

[2] ولد قادة مختار، الحماية القانونية للعلامة التجارية في الجزائر، دراسة مقارنة مع تربس، الطبعة الأولى، المكتبة المصرية للنشرة التوزيع، الجيزة،2011 ، ص170 –171.

[3] ولد قادة مختار، المرجع نفسه، ص172 .

التي يزعم أن وضع العلامة عليها قد ألحق به ضررا وذلك بالحجز أو بدونه [1]، أما في الأمر 57/66 فإن المادة 38 منه نصت على أنه تترك لأصحاب الأشياء الموصوفة أو المصادرة نسخة من الأمر وعند الاقتضاء نسخة من العقد المثبت لإيداع الكفالة وإلا كان الطلب باطلا ووجبت المطالبة بالتعويض[2] يتضح من خلال النص القديم أن المشرع الجزائري ألغى هذه الفقرة ولم يتعرض في نص المادة 34 من الأمر 06/03 إلى هذا الإجراء، نستنتج من نص المادة 34 أعلاه أنه يجوز لكل صاحب علامة مسجلة أن يطلب اتخاذ إجراءات تحفظية لإثبات الاعتداء على حقه في العلامة التجارية سواء بتقليدها أو اغتصابها قبل رفع الدعوى لكن بشروط معينة يجب توافرها.

ثانيا: شروط الإجراءات التحفظية

بالرجوع إلى المادة 34 من الأمر 06/03 نستخلص أنه يجب أن تتوفر بعض الشروط لاتخاذ الإجراءات التحفظية والتي يمكن حصرها فيما يلي:

1- يجب أن يكون الإجراء دائما بطلب من صاحب العلامة، إذ يعد هذا الإجراء أمر اختياريا فيجوز له التنازل عنه.

2- يجب على صاحب العلامة التجارية إثبات تسجيل علامته لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية والذي أنشأ بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98 -68،[3] وذلك عن طريق تقديم شهادة التسجيل الممنوحة من المعهد.

3- أن يرفع الطلب إلى رئيس المحكمة المختصة.

4- تقديم كفالة من صاحب الطلب المدعي، وهذا الشرط لا يعد ضروريا إلا أنه يمكن للقاضي أن يشترط تقديم كفالة متى تأكد الحجز.

5- اللجوء إلى المحكمة المختصة للفصل في الموضوع في أجل أقصاه شهر من تاريخ طلب الإجراءات التحفظية وإلا كانت هذه الإجراءات باطلة بقوة القانون [4].

وبتوافر هذه الشروط يمكن المطالبة بالقيام بالإجراءات التحفظية والمتمثلة أساسا في__:

أ- **إجراء الوصف المفصل**: يقصد بهذا الإجراء تحرير محضر حصر ووصف تفصيلي عن الآلات والأدوات التي تستخدم أو تكون قد استخدمت في ارتكاب الجريمة وعن المنتجات والبضائع أو عنوان المحل أو الأغلفة أو الأوراق أو غيرها من الأشياء التي تكون قد وضعت عليها العلامة أو البيان موضوع الجريمة وكذلك البضائع المستوردة من الخارج إثر وروده[5].

---

[1] انظر المادة 34 من الأمر 03/06 سبق ذكره.

[2] حمادي زوبير، مرجع سابق، ص211.

[3] مرسوم تنفيذي رقم98-68 مؤرخ في 21 فيفري 1998 يتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويحدد قانونه الأساسي، جريدة رسمية عدد 11 مؤرخ في1998/02/21.

[4] انظر المادة 35 من الأمر(03 /06) سبق ذكره.

[5] عباس محمد حسنين، الملكية الصناعية والمحل التجاري، مرجع سابق ، ص352 .

ب- الحجز: توقيع الحجز على الأشياء المشار إليها أعلاه، وذلك بوضع المنتجات والآلات تحت تصرف القاضي، ويجوز للقاضي الاستعانة بخبير أو أكثر لمساعدة المحضر في عمله و الهدف من الحجز هو إثبات وقائع يمكن أن تطمس أدلتها[1].

المطلب الثاني: جرائم العلامات التجارية في التشريع المغربي

يطلق على جرائم الاعتداء على الحق فى العلامة التجارية المسجلة جرائم التقليد والتزييف . وقد نصت المادة 225 والمادة 226 من قانون 17/97 المتعلق بحماية الملكية الصناعية على تلك الجرائم ، وهى تشمل جرائم التقليد الأصلية وجرائم أخرى مقاربة لها مثل بيع المنتجات التي تحمل علامات مقلدة، من خلال هذا المطلب سنتطرق إلى جنحتي التزييف والتقليد (الفرع الأول)، وإجراءات الدعوى الجنائية والاجراءات التحفظية (الفرع الثاني).

الفرع الأول: جنحتي التزييف والتقليد.

يتضح من خلال المادتين 225 و226 من قانون 17/97، انه لقيام جنحتي التزييف والتقليد لا بد من توافر عناصر الجريمة والتي سنركز في دراستها على الركن المادي والمعنوي لكل من جنحة التزييف وجنحة التقليد.

أولا: أركان (عناصر)[2] جنحة التزييف

1- الركن (العنصر) المادي: يقصد بالركن(العنصر) المادي عموما، ذلك النشاط الذي يصدر عن الشخص ويؤدي إلى المساس بحقوق الأفراد أو الجماعة[3]، وهو ركن (عنصر) لا يتصور أبدا قيام أية جريمة بدون إتيانه من طرف إنسان معين[4].

وبالرجوع للمادة 225 من قانون 97-17 ، نجد أن المشرع حدد الأفعال المادية المشكلة لتزييف العلامة، وهذا ما يستشف من خلال مصطلحات المادة أعلاه كوضع علامة مملوكة للغير على سبيل التدليس، واستعمال علامة دون إذن صاحبها أو حيازة منتجات لغير سبب مشروع، أو بيع منتجات أو خدمات عمدا، مع العلم أنها تحمل علامات مزيفة.

وعموما كل من حاز لغير سبب مشروع منتجات كان يعلم أنها تحمل علامة مزيفة أو موضوعة على سبيل التدليس وقام عمدا ببيع منتجات أو خدمات تحت هذه العلامة بعرضها للبيع أو توريدها أو عرض توريدها. وكل من قام عمدا بتسليم منتج أو توريد خدمة غير المنتج أو الخدمة المطلوبة إليه تحت علامة مسجلة. وكذا استيراد أو تصدير منتجات عليها علامة مزيفة أو موضوعة عليها علامة على سبيل التدليس[5].

---

[1] حمادي زوبير، المرجع السابق، ص 213،214.

[2] يستخدم المشرع المغربي مصطلح العنصر بدل الركن، فيقول العنصر المادي والعنصر المعنوي للجريمة.

[3] عبد الواحد العلمي، المبادئ العامة للقانون الجنائي المغربي، الجزء الأول، مطبعة النجاح الجديدة، طبعة 1998، ص149

[4] على اعتبار أن القانون الجنائي لا يعاقب على مجرد النوايا أي الركن المعنوي الممثل في القصد الجنائي.

[5] رياض فخري، تزييف العلامة التجارية وعلامات الصنع والخدمات، مقال منشور بمجلة رحاب المحاكم، عدد 2، السنة 2009، ص. 16

لكن السؤال المطروح في هذا الصدد، هل هذه الأفعال المشكلة للركن المادي واردة على سبيل الحصر أم على سبيل المثال؟

وفي جوابنا على هذا السؤال يرى الأستاذ عبد الواحد الحمداوي ، بأنه لا يمكن اعتبار هذه الأفعال حصرية، نظرا للطابع المتطور للحياة الاقتصادية التي قد تفرز أفعالا أخرى غير منصوص عليها تشريعيا.

2- الركن (العنصر) المعنوي: يقصد بالركن (العنصر المعنوي) أو القصد الجنائي في كل فعل يجرمه القانون الجنائي عموما الإدراك الواعي للفعل الذي ثم القيام به مع تعمد القيام به والعلم أنه مجرم قانونا[1]. وبالرجوع إلى المادة 225 من قانون 97-17 باعتبارها تتضمن حالات قيام جنحة التزييف، نجد أن المشرع المغربي حاول استعمال كلمة "العمد" دلالة منه على القصد الجنائي، **أي ضرورة توافر سوء النية لدى المشتكى به**[2] وهذا بخلاف دعوى التزييف المدنية المقامة لحماية العلامة التجارية، حيث أن سوء النية لا يتطلب إثباته عند إقامة هذه الدعوى، وهذا ما ذهبت إليه محكمة الاستئناف بالبيضاء حيث جاء في قرار لها" **إثبات سوء النية ملزم للمحكمة الزجرية، في حين بالنسبة للمحكمة المدنية فإنها غير مدعوة للتحقق من توفر هذا العنصر"**[3].

ولكن الإشكال الذي يطرح في هذا الصدد، هل مجرد المحاولة في جنحة التزييف كاف لتحقق المسؤولية الجنائية؟ انطلاقا من التعريف الذي أورده المشرع المغربي للمحاولة، نجد أنه عاقب على المحاولة في الجناية واعتبرها كالجريمة التامة. فماذا إذن عن الجنح؟.

برجوعنا للفصل 115 من القانون الجنائي:" **لا يعاقب على محاولة الجنحة إلا بمقتضى نص خاص في القانون"**، وهكذا وفي غياب أي نص خاص يعاقب على المحاولة في جنحة التزييف، فلا تتحقق بذلك المحاولة في جنحة التزييف ولا يعاقب عليها القانون.

والجدير بالذكر أن هذه الأفعال لا يمكن أن تكون محل متابعة وفق قانون 97-17 إلا إذا حدثت في المغرب وذلك تطبيقا لمبدأ إقليمية القانون الجنائي، وإن كان يعترض على هذا المبدأ كونه لا يتلاءم وطبيعة حقوق الملكية الصناعية.

ثانيا: أركان (عناصر)جنحة التقليد

إذا كانت جنحة التزييف تتطلب قيام عنصرين أساسيين: أي عنصر مادي وعنصر معنوي، فإن جنحة التقليد تتطلب أيضا توفر العنصرين.

1- الركن (العنصر) المادي: يشترط لقيام جريمة التقليد أن يتضمن الفعل الجرمي اعتداء على الحق في العلامة التجارية، وبالرجوع إلى المادة 226 نجدها تنص على أفعال التقليد وإن كان بعض الفقه يعتبر أن أفعال التزييف يمكن أن تشمل في معناها أفعال التقليد من خلال العبارات التالية:

---

[1] رياض فخري، مرجع سابق، ص 17

[2] يونس بنونة، مرجع سابق، ص119.

[3] قرار صادر عن محكمة الاستئناف بالبيضاء بتاريخ 1975/7/17، ملف عدد 93/435 أورده يونس بنونة، مرجع نفسه، ص120

أ– القيام دون تزييف علامة مسجلة بتقليد هذه العلامة تقليدا تدليسيا من شأنه أن يضلل المشتري أو استعمال علامة مقلدة على سبيل التدليس.

ب– استعمال علامة مسجلة تحمل بيانات من شأنها أن تضلل المشتري فيما يخص طبيعة الشيء أو المنتج أو خصائصه الجوهرية أو تركيبه أو محتواه من المبادئ النافعة أو نوعه أو منشأه.

ج- الحيازة لغير سبب مشروع لمنتجات يعلم أنها تحمل علامة مقلدة على سبيل التدليس أو القيام عمدا ببيع منتجات أو خدمات تحت هذه العلامة أو بعرضها للبيع أو عرض توريدها.

ولأنه لا يمكن حصر الطرق التي يعتمد عليها مرتكبو التقليد لبلوغ أهدافهم المتمثلة في عدم القدرة على التمييز بين العلامة الأصلية والعلامة المتخذة للمحاكاة، فإن الأمر قد يصل إلى تغيير حروف العلامة المقلدة مع الاحتفاظ بنفس البناء اللغوي الذي يقرب بينهما في النطق أو المشاهدة[1].

ومن أمثلة ذلك : femme ± famme /

Katkat ± Kitkat mamilex ± moulinex

2- **الركن(العنصر)المعنوي:**بالرجوع للمادة226 من القانون17/97 نجد أن المشرع استعمل عبارة **"العمد"** دلالة منه على القصد الجنائي، أي ضرورة توافر سوء نية لدى المشتكى به.

وبالرجوع للعمل القضائي في هذا الباب، نجد أن محكمة النقض ذهبت في قرار لها صادر بتاريخ 12 أبريل 2000 إلى أن "تقليد الاسم أو العلامة التجارية، ثبوت سوء النية أو حسنها لا يكون خطأ الطالب باستعمال العلامة الخاصة بالمطلوب، قائم ولا ينفعه ما تمسك به من كونه حسن النية إذ أن مسألة تأكد المحكمة المدنية من حسن النية أو سوء النية ليست مشروطة" [2] .

الفرع الثاني: إجراءات الدعوى الجنائية والإجراءات التحفظية

للإلمام بالأحكام الخاصة بالدعوى الجنائية التي تعمل على حماية الحقوق المخولة لأصحاب العلامات التجارية في وجه أي جريمة من الجرائم الماسة بها، لا بد من الحديث عن الإجراءات المسطرية للدعوى الجنائية.

---

[1] المحكمة التجارية بالدار البيضاء، حكم رقم 06.14005 بتاريخ 2006/12/18 ملف 32/1/6/2006، أورده رياض فخري، مرجع سابق ص: 17.

[2] المجلس الأعلى، قرار عدد 588، صادر بتاريخ 12 أبريل 2000، ملف تجاري عدد 94/3225 أورده كمال محرر، الحماية القانونية لحقوق الملكية الصناعية بالمغرب – العلامة التجارية نموذج– مقال منشور بمجلة القضاء والقانون، عدد 151، السنة 2005 ، ص233.

أولا: المسطرة المتبعة

لدراسة المسطرة في الدعوى الجنائية، يقتضي منا الأمر أن نتعرض إلى تحريك الدعوى العمومية، ثم إلى المحكمة المختصة في هذا الإطار.

1- **تحريك الدعوى العمومية:** حسب المادة 205 من قانون 97-17 المتعلق بحقوق الملكية الصناعية، والتي تنص في فقرتها الأولى على أنه" **لا يجوز أن تقام الدعوى العمومية إلا بشكوى من الطرف المتضرر ما عدا في حالة مخالفة الأحكام الواردة في المواد 24 (أ) و 113 و 135 (أ) –(ب) والتي يرجع فيها الحق للنيابة العامة".**

يتبين لنا من خلال المادة أعلاه أن تحريك الدعوى العمومية متوقفة على شكاية المتضرر، وغني عن البيان أن الطرف المتضرر الذي تعتبر شكواه شرطا لازما لإقامة الدعوى العمومية، هو كل من لحقه شخصيا ضرر مادي أو معنوي سواء كان ذلك الطرف المتضرر شخصا طبيعيا أو معنويا يخول له القانون المتعلق بحماية الملكية الصناعية

الحق في إقامة دعوى التزييف المدنية[1] خاصة وأن المشرع قد نص في الفقرة الأخيرة من المادة 205 على أنه "**توقف الدعوى المدنية المقامة بتقادم الدعوى الجنائية**". إلا أن التساؤل الذي يطرح في هذا الصدد، هل يعتبر التنازل عن الشكاية لاحقا يضع حد لإجراءات المتابعة وبالتالي صدور حكم بشأنها؟

إن مقتضيات المادة 205 من قانون 97-17 لم تنص على هذا التدبير، مما يبقى معه التساؤل مطروحا حول الأثر المترتب عن التنازل على الشكاية، وهل يكون سببا لوضع حد للمتابعة؟ خاصة وأنه في ظل قانون المسطرة الجنائية الحالي فإن المادة4 منه[2] تنص على سقوط الدعوى العمومية بتنازل المشتكي عن شكايته إذا كانت الشكاية شرطا ضروريا للمتابعة ما لم ينص القانون على خلاف ذلك.

والأصل أنه ما دام المشرع لم ينص بصفة صريحة في ظل مقتضيات المادة 205 على أن التنازل أو سحب الشكاية لا يوقف إجراءات الدعوى الجنحية، كما كان ينص على ذلك سابقا في ظل الفصل 139 من ظهير1916[3] فإن مقتضيات المادة 4 من قانون المسطرة الجنائية هي الواجبة التطبيق وبالتالي فإن التنازل عن الشكاية يسقط الدعوى العمومية ويضع حدا لإجراءات المتابعة.

---

[1] محمد محبوبي، النظام القانوني للعلامات – في ضوء التشريع المغربي المتعلق بحقوق الملكية الصناعية والاتفاقيات– الطبعة الأولى، دار أبي رقراق للطباعة والنشر2000، ص 165.

[2] تنص المادة 4 من قانون المسطرة الجنائية على ما يلي: تسقط الدعوى العمومية بموت الشخص المتابع وبالتقادم وبالعفو الشامل وبنسخ المقتضيات الجنائية التي تجزم الفعل وبصدور مقرر اكتسب قوة الشيء المقضي به. وتسقط بالصلح عندما ينص القانون صراحة على ذلك. تسقط أيضا بتنازل المشتكي عن شكايته، إذا كانت الشكاية شرطا ضروريا للمتابعة ما لم ينص القانون على خلاف ذلك".

[3] يونس بنونه، مرجع سابق، ص 113.

وإذا كان تحريك الدعوى العمومية يتوقف على شكاية من المتضرر مالك الحق المتعرض للاعتداء، فإنه يرد على ذلك استثناء يتمثل في أحقية النيابة العامة في تحريك الدعوى العمومية عندما يتعلق الأمر بالعلامات المحظورة المشار إليها في المادة 135[1] من قانون 97-17 وهي العلامات المكونة من شارات تحمل صور أفراد الأسرة الملكية أو رموز أو شعارات إلى غيرها من العلامات التي عددتها المادة 135.

واعتمادا على المادة 205 من قانون 97-17 أنه في حالة استعمال أو استغلال العلامات المحظورة، يحق للنيابة العامة إثارة الدعوى العمومية دون انتظار شكاية باعتبارها المؤسسة التي تمثل الحق العام.

والجدير بالذكر أنه في كلتا الحالتين، يتم إيقاف البت في الدعوى الجنحية إلى حين البت في الدعوى المدنية، خلافا للقاعدة التي تقول: **"الجنائي يعقل المدني"** بمعنى أنه إذا لجأ المتضرر إلى رفع دعوى جنحية وأخرى مدنية، فإنه لا يجوز للمحكمة البت في الدعوى الجنحية إلا بعد صدور حكم حائز على قوة الشيء المقضي به في الدعوى المدنية[2].

بالإضافة إلى ذلك نجد أن الفقرة الأولى من المادة 227-1 [3] أعطت الحق للنيابة العامة بأن تأمر تلقائيا بمتابعات ضد كل مساس بحقوق مالك شهادة تسجيل علامة تجارية بأي عمل من الأعمال التي جاءت في المادتين 154 و 155 من القانون رقم 97-17.

و هنا يطرح التساؤل، هل في هذه الحالة يتم إيقاف الدعوى الجنائية إلى حين البت في الدعوى المدنية؟ وهل يمكن في هذا الإطار التمسك بالدفوع المرتبطة بسند ملكية العلامة أمام المحكمة الزجرية ؟

استنادا من المادة 205 من قانون 97-17 وتطبيقا لقاعدة **"الجنائي يعقل المدني"** لا يتم إيقاف الدعوى العمومية إلى حين البت في الدعوى لمدينة بل تستمر الدعوى العمومية، إضافة لذلك فإنه

---

[1] تنص المادة 135 من قانون 97-17 على ما يلي: " لا يمكن أن تعتبر علامة أو عنصر علامة الشارة التي:

أ- تمثل صورة جلالة الملك أو صورة أحد أفراد الأسرة الملكية والرموز والأعلام والشعارات الرسمية للمملكة أو لباقي البلدان الأعضاء والأعلام في اتحاد باريس ومختصرات أو تسميات منظمة الأمم المتحدة والمنظمات الدولية المعتمدة من لدن هذه الأخيرة أو ما كان منها محل اتفاقات دولية معمول بها تهدف إلى ضمان حمايتها، والأوسمة الوطنية أو الأجنبية والعملات المعدنية أو الورقية المغربية أو الأجنبية وكذا كل تقليد يتعلق بالشعارات غير أن الشارات الوارد بيانها في الفقرة (أ) أعلاه يمكن تسجيلها من لدن الهيمنة المكلفة بالملكية الصناعية بشرط الإدلاء بالإذن الذي تمنحه السلطات المختصة.

ب- تتنافى مع النظام العام أو الآداب العامة أو يمنع استعمالها قانونا.

ج- التي من شأنها مغالطة الجمهور ولا سيما في طبيعة المنتج أو الخدمة أو جودتهما أو مصدرهما الجغرافي؟

[2] يونس بنونه، مرجع سابق، ص، 112.

[3] تنص الفقرة الأولى من المادة 227-1 من قانون 97-17 على ما يلي: "يجوز للنيابة العامة ودون تقديم أية شكاية من جهة خاصة أو من مالك حقوق، أن تأمر تلقائيا بمتابعات ضد كل مساس بحقوق مالك شهادة تسجيل علامة صنع أو تجارة أو خدمة كما تم تعريفها على التوالي في المادتين154-155 أعلاه".

يحق للمدعي عليه التمسك بكافة أنواع الدفوع المتعلقة ببطلان عقد ملكية العلامة التجارية أو عدم تجديده أو عدم استغلاله أو نقصانه[1].

ويظهر من خلال الفقرة الثانية من المادة 205التي جاء فيها :**" لا يجوز للمحكمة أن تبت في الأمر إلا بعد مرور حكم اكتسب قوة الأمر المقضي به عند المحكمة المرفوع إليها التحقق من ثبوت الضرر ولا يجوز إثارة الدفوعات التي يستمدها المدعى عليه من بطلان سند الملكية الصناعية أو من المسائل المتعلقة بملكية السند المذكور أمام المحكمة الجنحية".**

ويتبين من خلال ما ذكر، أن كل دعوى عمومية متعلقة بجريمة من جرائم العلامة التجارية، يجب أن يتم البت فيها من طرف المحكمة الابتدائية المختصة وذلك بمراعاة بعض القواعد الأساسية. وفي المقابل لا يجوز للمحكمة الابتدائية التي تنظر في الدعوى العمومية المتعلقة بتزييف علامة تجارية أن تصدر حكمها في هذا الإطار، إلا بعد صدور حكم اكتسب قوة الأمر المقضي به عن المحكمة التجارية المرفوع أمامها الدعوى المدنية.

ولا يجوز للضنين في كلتا الحالتين السابقتين، أن يثير أمام المحكمة الابتدائية التي تنظر في الدعوى العمومية الدفوعات التي يستمدها من بطلان العلامة التجارية محل النزاع أو المسائل المرتبطة بملكيتها[2].

2- **المحكمة المختصة:**

سنحاول الوقوف من خلال هذا المطلب على الاختصاص النوعي (أ)، ثم الاختصاص المحلي (ب).

أ- **الاختصاص النوعي:** ينعقد الاختصاص النوعي بخصوص الدعوى العمومية التي يتم تحريكها من أجل تطبيق مختلف الأحكام المنصوص عليها في المواد من 225 إلى 228 من القانون رقم 97-17 للمحكمة الابتدائية وليس المحكمة التجارية لأن هذه الأخيرة غير مؤهلة بتحريك أو مباشرة أية دعوى عمومية بالرغم من أنها تتوفر على نيابة عامة[3]، بحيث إذا تلقت النيابة العامة التابعة للمحاكم التجارية شكاوى خاصة بدعوى التزييف الجنائية المتعلقة بحقوق الملكية الصناعية بصفة عامة، والعلامات بصفة خاصة، فيجب عليها أن تحيلها على النيابة العامة المختصة بتلقي الشكاوى في هذا المجال، ونخص بالذكر هنا النيابة العامة التابعة للمحاكم الابتدائية، ويمكن أن يستشف ذلك صراحة من خلال الفقرة الثانية من المادة 205 من القانون 97-17[4].

وعليه فإن المحكمة المختصة للنظر في الدعاوى الماسة بحقوق الملكية الصناعية، هي المحكمة الابتدائية أما المحكمة التجارية فلا تختص إلا إذا كانت الدعوى لا تكتسي طابعا جنائيا أو زجريا.

---

[1] يونس بنونه، مرجع سابق، ص 113.

[2] طارق البختي، حماية العلامة التجارية من التزييف، مقال منشور بالمجلة المغربية لقانون الأعمال والمقاولات، عدد 16، ماي 2009، ص 107.

[3] محمد محبوبي، مرجع سابق، ص 166.

[4] تنص الفقرة الثانية من المادة 205 من القانون 97-17 على ما يلي: " لا يجوز للمحكمة الجنحية أن تبت في الأمـــر إلا بعد صدور حكم اكتسب قوة الشيء المقضي به عن المحكمة مرفوع إليها التحقق من ثبوت الضرر...".

ب- **الاختصاص المحلي:** ينعقد الاختصاص المحلي، بالنظر في الدعوى العمومية المتعلقة بالجرائم الماسة بالحقوق التي تخولها العلامة لصاحبها، إما للمحكمة الابتدائية التابع لها موطن وقوع الفعل الجرمي أو جزء منه. وإما للمحكمة الابتدائية التابع لها الموطن الحقيقي أو المختار للضنين وإما للمحكمة الابتدائية التابع لها المكان الذي يتعاطى فيه الضنين أعماله[1].

وأخيرا نشير بأن الدعوى العمومية تتقادم بمضي ثلاث سنوات عن الأفعال التي تسببت في إقامتها وهذا ما نص عليه المشرع في الفقرة الثالثة من المادة 205 من قانون 97-17 بقوله: **" تتقادم الدعاوى المدنية والجنائية المنصوص عليها في هذا الباب بمضي ثلاث سنوات على الأفعال التي تسببت في إقامتها...".**

والملاحظ أن أجل التقادم هنا يخرج عن القواعد العامة والتي تنص على تقادم الجنح بمضي 5 سنوات، وهذا ما نصت عليه المادة 5 من قانون المسطرة الجنائية.

ثانيا: الإجراءات التحفظية

الأصل أنه يمكن إثبات التزييف بكافة وسائل الإثبات إلا أن المشرع وتسهيلا منه على الطرف المتضرر في إثبات التزييف فقد منحه إمكانية اللجوء إلى إجراء معاينة و حجز وصفي للأشياء التي يدعي أنها مزيفة، فبمقتضى المادة 222 من قانون 17/97 فانه يحق لمالك علامة مسجلة أو مالك طلب تسجيل علامة أو مستفيد من حق استغلال استئثاري على العلامة الحصول على أمر من رئيس المحكمة يأذن بمقتضاه لعون قضائي أو كاتب ضبط بالقيام بوصف مفصل للمنتجات أو الخدمات المقلدة سواء بأخذ عينات أو بدونه، كما يمكن أن يتم هذا الإجراء بمساعدة خبير مؤهل للقيام بالوصف المذكور، ويمكن أن يتم إيقاف تنفيذ هذا الإجراء على إيداع المدعي لمبلغ على سبيل الضمان لتأمين منح التعويض المحتمل عن الضرر اللاحق بالمدعي عليه اذا صدر حكم فيما بعد يقضي بعدم
ارتكاز دعوى التزييف على أي أساس.

واللجوء الى مسطرة الحجز الوصفي هو أمر اختياري لأن الأمر يتعلق باستصدار أمر من رئيس المحكمة بناء على طلب وهو ما يتضح من خلال صياغة المادة 222 حيث تحدثت عن "يحق للمالك" فوردت بصيغة الجوازية والإمكانية ، والحجز الوصفي يفيد كثيرا المحكمة في إثبات التزييف من عدمه حيث تعتمد عليه في ذلك وهذا ما أكد عليه قرار لمحكمة الاستئناف التجارية بمراكش[2] والذي جاء فيه "....حيث تأكد للمحكمة من خلال الاطلاع على محضر الحجز الوصفي المنجز ، أن المستأنف يعرض بمحله مجموعة من المنتجات تحمل علامة المستأنف عليها، وأن المنتوجات التي عاين المفوض القضائي عرضها هي منتوجات مقلدة وحاملة لعلامة المستأنف عليها حسب ما ثبت من خلال العينة التي تم حجزها".

---

[1] تنص المادة 204 من القانون 97-17 على أن : " المحكمة المختصة هي المحكمة التابع لها موطن المدعى عليه الحقيقي أو المختار أو المحكمة التابع لها مقر وكيله أو المحكمة التابع لها المكان الذي يوجد فيه مقر الهيئة المكلفة بالملكية الصناعية، إذا كان موطن هذا الأخير بالخارج"

[2] قرار محكمة الاستئناف التجارية بمراكش رقم 534 ملف 2008/10/1098 بتاريخ 2009/05/05

هذا ويجب على طالب الحجز الوصفي القيام برفع القضية خلال أجل 30 يوما إلى المحكمة ابتداء من تاريخ تنفيذ الأمر بالحجز الوصفي، فاذا لم يقم بذلك فان الحجز الوصفي المفصل الذي تم اجراؤه يعتبر باطلا بقوة القانون، وهذا البطلان يخص مسطرة الحجز الوصفي وليس دعوى التزييف .

المبحث الثاني

الجزاءات المقررة في التشريعين الجزائري والمغربي فيما يخص الجرائم الخاصة بالعلامات التجارية

إذا توافرت أركان الجريمة على النحو السابق بيانه، وكان الفعل المرتكب يتطابق والنموذج القانوني لجريمة من الجرائم المنصوص عليها في قانون العقوبات أو القوانين المكملة له(القوانين المتعلقة بحماية الملكية الفكرية)، ثار البحث في تحديد المسؤولية الجزائية عن تلك الجريمة، وفي نوع الجزاء الجزائي و/أو المدني الذي يستحقه، وعلى هذا ارتأينا أن نتطرق في هذا المبحث إلى العقوبات الجزائية (المطلب الأول)، والعقوبات -الجزاءات- المدنية (المطلب الثاني).

المطلب الأول: العقوبات الجزائية

يترتب على ارتكاب الجريمة مسؤولية جزائية عالجها المشرع بوضع جزاءات على كل من يخالف أحكام القانون، فأعطى الحق لمالكها في الدفاع عن ملكيته لهذه العلامة عن طريق الدعوى الجزائية، أي خول له إمكانية رفع دعوى جزائية يطالب فيها بوقف الاعتداء الذي لحقه في حقه في العلامة، كما قرر جملة من الجزاءات التي توقع على مرتكبي الجرائم المتعلقة بالعلامات بمختلف صورها، وهذا ما سنتناوله من خلال الفروع التالية: (الفرع الأول) العقوبات الجزائية في القانون الجزائري، (الفرع الثاني) العقوبات الجزائية في القانون المغربي، (الفرع الثالث)المقارنة وفيها نتناول أوجه التشابه، وأوجه الاختلاف بينهما.

الفرع الأول: في القانون الجزائري:

عاقب المشرع على الجرائم المنصوص عليها في المادة 26 فقرة 01 [1]، والمادة 09 فقرة 02 ، من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، وهي :

1- جريمة التقليد بالنسخ والتقليد بالتشبيه .

2- جريمة التقليد باستعمال علامة مقلدة أو مشبهة .

3- جريمة بيع بضائع عليها علامة مقلدة أو عرضها للبيع .

فقد عاقب المشرع على هذه الأفعال بالحبس وبالغرامة كعقوبات أصلية، والغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة، ومصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة، وإتلاف الأشياء محل المخالفة؛ كعقوبات تكميلية أو تبعية، وسنتناولها كالآتي :

---

[1] من خلال تحليل نص المادة نستنتج أن المشرع الجزائري اعتبر أن جميع الاعتداءات التي يمكن أن تمس العلامة وملكية صاحبها فعلا من أفعال التقليد دون أن يحدد صور هذه الاعتداءات، ولكن بالرجوع إلى الفقه نجدها لا تخرج عن ثلاثة أفعال(التقليد بالنسخ والتشبيه، استعمال علامة مقلدة، بيع بضائع عليها علامة مقلدة).

أولا: العقوبات الأصلية

يقصد بالعقوبات الأصلية الجزاء الأساسي الذي نص عليه المشرع وقدره للجريمة، و لا 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 كما أن المعيار في اعتبار العقوبة أصلية هو أن تكون كجزاء أصيل للجريمة من دون أن يكون توقيعها معلقا على الحكم بعقوبة أخرى[1].

والعقوبات الأصلية المقررة على جرائم الاعتداء على العلامات التجارية حسب ما قررته التشريعات المقارنة وقانون العلامات التجارية الجزائري تشمل عقوبتي الحبس والغرامة المالية، ولمعرفة مدى نجاعة هاتين العقوبتين في توفير الحماية للعلامة التجارية فإنه سيتم تناولهما كالآتي:

1- **الحبس**: هو وضع المحكوم عليه في أحد سجون الدولة طول المدة المحكوم بها عليه وهي تتراوح من ستة أشهر إلى سنتين في المادة 32 من الأمر 06/03 [2] وتتراوح ما بين شهر إلى سنة بالنسبة للأشخاص الذين لم يقوموا بوضع علامة على سلعهم أو خدماتهم أو الذين تعمدوا بيع أو عرضوا للبيع سلعة أو أكثر أو قدموا خدمات لا تحمل علامة ونفس العقوبة أيضا على الأشخاص الذين وضعوا على سلعهم أو خدماتهم علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها، وهذه العقوبات نصت عليها المادة33 من الأمر 06/03 [3].

وقد نص المشرع الجزائري على عقوبة السجن من 05 سنوات إلى 20 سنة لكل شخص قلد أو زور طابع وطني أو علامة أو دمغة مستخدمة في دمغ المواد المصاغة من الذهب والفضة وذلك في نص المادة 206 من قانون العقوبات، ونصت المادة 209 من ق ع على الحبس من سنة إلى خمس سنوات كل من قلد علامة إحدى السلطات العمومية [4].

2- **الغرامة**: هي عقوبة جزائية مالية، ترد على ذمة المحكوم عليه وتتضمن إلزامه أن يدفع إلى خزينة الدولة المبلغ المقدر في الحكم، ويحدد القاضي في حكمه، مقدار الغرامة التي يرسمها القانون [5] ، فنجد المشرع الجزائري يحددها في نص المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات ب مليونين وخمسمائة ألف دينار جزائري إلى عشرة ملاين دينار جزائري أما في الاستثناء المشار إليه في المادة 33 من الأمر 06/03 فقد خفض المشرع الجزائري من مقدار الغرامة بحيث وضع الحد الأدنى خمسمائة ألف دينار جزائري وكحد أقصى مليوني دينار جزائري .

---

[1] ناصر عبد الحليم السلامات، مرجع سابق، ص23.

[2] انظر المادة 32 من الأمر 06/03 سبق ذكره.

[3] انظر المادة 33 من نفس الأمر.

[4] القانون رقم 15/04 ، سبق ذكره .

[5] حمدي غالب الجغبير، العلامات التجارية ، مرجع سابق ، ص326 .

ثانيا: العقوبات الإضافية(التكميلية):

1- **الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة**: يجوز الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة و يكون ذلك عند الحكم على المتهم بعقوبة جزائية، حيث يمكن للقاضي أن يقرر غلق المؤسسة التي استعملت لتنفيذ الخدمة وهذا ما جاء في النص الجديد وهو على خلاف النص القديم الذي كان ينص على عقوبة تكميلية مختلفة تتمثل في الإعلان، فبالرجوع إلى نص المادة57/66 نجدها تنص على أنه : " للمحكمة أن تأمر بإلصاق نص الحكم في الأماكن التي تحددها أو تنشره بتمامه أو بتلخيص في الجرائد التي تعينها وذلك كله على نفقة المحكوم عليه [1] "

و ما يعاب على النص الجديد أن المشرع الجزائري لم يحدد مدة معينة عند الحكم بالغلق المؤقت للمؤسسة، ونستنتج أنه ترك هذه المسألة للسلطة التقديرية لقاضي الموضوع.

2- **مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة:** المصادرة تكون بناء على حكم من المحكمة المختصة إذ لها أن تأمر بمصادرة كافة البضائع والأشياء والأدوات المستخدمة في ارتكاب التعدي على العلامة التجارية حتى لو تم ذلك قبل انتهاء محاكمة المتهم، إذ يساعد ذلك في إنقاذ سمعة العلامة. [2]

وقد جاء نص المادة 32 من الأمر 06/03 أكثر صراحة لأنه نص على عقوبة مصادرة الأشياء والوسائل المستعملة في هذه الجنحة، أما التشريع القديم فكانت المادة 32 من الأمر 57/66 تعتبر هذه العقوبة جوازية، أي القاضي له أن يحكم بها كما له أن يصرف نظره عنها[3].

3- **إتلاف الأشياء محل المخالفة:** أجازت المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات للمحكمة المختصة أن تأمر عند الاقتضاء بإتلاف البضائع والأشياء محل المخالفة لأن إعطاء المحكمة سلطة الخيار بإتلاف تلك الأشياء إنما يهدف من خلاله حماية المصلحة العامة إذ قد يكون إتلاف تلك البضائع أو الأشياء يحمي المصلحة العامة، ويجب عند الحكم بالإتلاف التفرقة بين حالتين:

الأولى: حالة ما إذا كانت البضائع والأشياء موضوع الجريمة من المواد الغذائية والتموينية.

والثانية: حالة ما إذا كانت بضائع وأشياء موضوع الجريمة ، ففي الحالة الأولى ينبغي أن يكون الحكم بإتلاف تلك المواد، إلا إذا ثبت للمحكمة أن حالة تلك المواد على قدر كبير من الجودة، أما في الحالة الثانية ينبغي أن يكون الحكم غير الإتلاف كالأمر ببيعها أو الاستفادة منها كهبتها إلى إحدى جهات البر والخير [4] .

وقد عاقب المشرع الجزائري على الجريمة المتعلقة بالتقليد عبر مواقع الانترنت بنص المادة 394 مكرر من القانون رقم 15/04 المعدل والمتمم لقانون العقوبات والتي جاء فيها : خلال القانون يعاقب بالحبس من ثلاثة أشهر إلى سنة وبغرامة من 50000 دج إلى 100000 دج كل من يدخل أو يبقي عن طريق الغش

---

[1] الأمر رقم 66-57، سبق ذكره.

[2] صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص 426 .

[3] فرحة زراوي صالح، مرجع السابق ، ص 281

[4] صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص 430

في كل أو جزء من منظومة للمعالجة الآلية للمعطيات أو يحاول ذلك وتضاعف العقوبة إذا ترتب على ذلك حذف أو تغيير لمعطيات المنظومة [1]

فمن خلال نص المادة أعلاه يمكننا إدراج جريمة تقليد العلامة التجارية عبر الانترنت ضمن جرائم المعالجة الآلية للمعطيات متى قام الفاعل بالتغيير في العلامة سواء بزيادة حرف أو إنقاصه أو استبداله أو حتى إذا كان التغيير يخص ميزة أساسية للعلامة الأصلية كاللون ، فعبارة تضاعف العقوبة إذا ترتب على ذلك حذف أو تغيير لمعطيات المنظومة. يستنتج من خلالها أن كل مساس بالعلامة التجارية عبر الانترنت بالحذف أو التغيير في العلامة يؤدي إلى مضاعفة العقوبة المقررة على هذه الجنحة باعتبارها فعل من أفعال التقليد الماسة بالعلامة.

أما بالرجوع إلى الاجتهاد القضائي فنجده يكاد ينعدم في مجال التقليد عبر الانترنت في الجزائر رغم أنها وضعت أول تنظيم قانوني خاص بشروط وكيفيات إقامة خدمات انترنت واستغلالها والمتمثل في المرسوم التنفيذي رقم 257/98 [2] إلا أنها تبقى تعاني من افتقار النصوص الجزائية لهذا النوع من الجرائم.

الفرع الثاني: في القانون المغربي

عاقب المشرع على الجرائم المنصوص عليها في قانون 17/97 المتعلق بحماية الملكية الصناعية في المواد 225و226 و هي :

1- جريمة تزييف العلامة.

2- جريمة تقليد العلامة.

فقد عاقب المشرع على هذه الأفعال بالحبس و/أو بالغرامة كعقوبات أصلية، وإتلاف الأشياء المزيفة، والنشر كعقوبات تكميلية أو تبعية أو إضافية، وسنتناولها كالآتي:

أولا: العقوبات الأصلية

1- **الحبس و/أو الغرامة:** تكمن العقوبات الأصلية التي أقرها المشرع في القانون رقم 97-17 في عقوبة الحبس والغرامة. إن القانون رقم 97-17 جعل العقوبة الحبسية كعقوبة أساسية لما في ذلك من ترهيب وزجر التزييف التي تشكل اعتداء على العلامات المسجلة.

والملاحظ من صياغة المادة 225 و 226 من قانون 97-17 أن المشرع بعدما ميز بين التقليد والتزييف، وضع للتزييف عقوبة أشد تتراوح بين شهرين وستة أشهر حبسا وغرامة ما بين 50.000 درهم و 500.000 درهم، وفي نفس الوقت ترك للمحكمة السلطة التقديرية في الحكم بإحدى العقوبتين فقط [3].

في حين حدد عقوبة التقليد ما بين شهر وستة أشهر حبسا، وغرامة ما بين 25.000 و 250.000 درهم أو الحكم بإحدى هاتين العقوبتين فقط.

---

[1] القانون رقم 15/04، سبق ذكره.

[2] مرسوم تنفيذي رقم 98–257، سبق ذكره.

[3] يونس بنونة ، مرجع سابق، ص120.

ثانيا: العقوبات الإضافية (التكميلية)

بالإضافة إلى العقوبات الأصلية التي أقرها المشرع في القانون 97-17 والناتجة عن الدعوى العمومية، هناك عقوبات إضافية، الهدف منهما تزكية العقوبات الأصلية، وتتمثل العقوبات الإضافية في الإتلاف، و النشر.

1- **إتلاف الأشياء المزيفة والمقلدة:** ينص المشرع في المادة 228 من قانون 97-17 على ما يلي:

"يجوز للمحكمة كذلك أن تأمر بإتلاف الأشياء التي ثبت أنها مزيفة والتي هي ملك للمزيف وكذا بإتلاف الأجهزة أو الوسائل المعدة خصيصا لإنجاز التزييف."

وهكذا يلاحظ من خلال مقتضيات المادة أعلاه، بأن مسألة الأمر بالإتلاف هي مسألة خاضعة للسلطة التقديرية، فهي مجرد عقوبة إضافية، وعادة ما تنفذ هذه العقوبة في مكان خاص أو في الشارع العمومي[1] ، وهذا الأخير لا يلجأ له إلا في حالات استثنائية والتي قد يمس فيها التقليد والتزييف بالصحة العامة أو أمن المواطن كما هو الحال في حالة الغش في المسائل المستهلكة والمتداولة يوميا وبكثرة من طرف المستهلك كالمواد الغذائية.

2- **النشر:** جاء في المادة 209 من القانون رقم 97-17 على أنه " تأمر المحكمة بنشر الأحكام القضائية التي صارت نهائية والتي صدرت تطبيقا لأحكام هذا القانون." هذا الإجراء يعتبر وسيلة من وسائل التشهير، كما يمكن اعتباره بمثابة تعويض معنوي للتخفيف على المتضرر مما

لحقه من خسائر نتيجة الاعتداء على حقه [2] وكذا بمثابة تحذير للمستهلك من شرائه للعلامات المزيفة.

و في هذا الصدد نشير إلى حكم صادر عن المحكمة الابتدائية بالبيضاء بتاريخ 23 يوليو1997، قضت بما يلي: " وحيث يتعين نشر هذا الحكم في صحيفتين أحدهما بالعربية والأخرى بالفرنسية على نفقة المدعى عليه"، كما قضت المحكمة التجارية بالدار البيضاء بتاريخ 27 يونيو 2005 على أنه " وحيث أنه بناء على مقتضيات المادة 209 من نفس القانون فإنه يتعين الأمر بنشر الحكم بعد صيرورته نهائيا في جريدتين واحدة باللغة العربية والثانية بالفرنسية وذلك على نفقة المدعى عليه"[3] .

الفرع الثالث: المقارنة

سنتناول في هذا الفرع أوجه التشابه وأوجه الاختلاف بين القانونين الجزائري والمغربي، فيما يخص الجرائم المتعلقة بالعلامات التجارية، والعقوبات الجزائية المقررة على الجاني.

أولا: أوجه التشابه

- سعى كل من المشرع الجزائري والمغربي إلى تجريم كل فعل من شأنه أن يمس بالعلامة، وألزم كل شخص قامت مسؤوليته عن ذلك بالتعويض عما ألحقه من أضرار.

---

[1] محمد محبوبي ، مرجع سابق، ص168 .

[2] طارق البختي، مقال سابق، ص110.

[3] حكم صادر عن المحكمة التجارية بالدار البيضاء، رقم 50/7818، ملف رقم 2005/16/1983 بتاريخ 27 يونيو 2005، أورده محمد محبوبي، مرجع سابق، ص170.

- لم يميز المشرع الجزائري والمغربي بين مختلف أنواع الاعتداء على العلامة، سواء كانت مباشرة أو غير مباشرة، فلا يختلف الأمر إذا كنا أمام تقليد مطابق أو تقليد بالتشبيه، ولا يتغير الأمر إذا كنا أمام استعمال فقط لعلامة مقلدة، فالكل جعله المشرع الجزائري والمغربي تحت تكييف قانوني موحد، وهي جنحة التقليد، أو التزييف في نظر المشرع المغربي ومن ثم فكل تلك الأفعال تخضع لنفس العقوبة المقررة.
- يمكننا القول بأن الشرط الأول لقيام المسؤولية الجزائية عن جرائم التعدي على العلامات، في القانون المغربي والجزائري هو ارتكاب فعل التقليد، ويتحقق دون الحاجة إلى إثبات توافر سوء النية، أو القصد الجنائي لدى الفاعل، بل يرتكز على توافر الركن المادي بأي صورة من صور الاعتداء ، ويبقى على المتابع بجرم التقليد أن يثبت عكس الادعاء الموجه إليه.
- لم ينص المشرع الجزائري من خلال الأمر06/03 المتعلق بالعلامات على إقرار المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي في حال ارتكاب جريمة من جرائم التعدي على العلامات، وكذلك لم يرد فيه نص يمنع من تحقق المسؤولية الجزائية على الأشخاص المعنوية شأنه شأن المشرع المغربي في ذلك من خلال القانون رقم 17/97 المتعلق بحماية الملكية الصناعية.
- كذلك لم ينص المشرع الجزائري والمغربي على المسؤولية الجزائية للغير في مجال تقليد العلامات أي أنه لا تقوم مسؤولية الشخص في القانون الجزائري والمغربي الذي يقلد علامة غير مسجلة، ولا يمكن لصاحب تلك العلامة أن يباشر إجراءات المتابعة الجزائية ضد المعتدي على علامته إلا إذا كانت علامته مسجلة وفق ما يتطلبه القانون، فلا حماية جزائية لعلامة غير مسجلة.
- لا مسؤولية جزائية في القانون الجزائري والمغربي للشخص الذي يستخدم علامة على سلع أو خدمات غير مماثلة ولا مشابهة لتلك التي سجلت من أجلها العلامة، الحماية الجزائية لتلك العلامة لا تمتد على جميع أنواع السلع أو الخدمات الأخرى، لأن استعمالها على هذه الأخيرة لا يؤدي إلى تضليل المستهلك، ومن ثم لا يشكل خطرا على حقوق مالك العلامة.
- وحتى يتمكن مالك العلامة من إثبات مسؤولية المعتدي على حقه في العلامة، منحه المشرع الحق في اتخاذ إجراءات تحفظية من أجل الحفاظ على حقوقه، وذلك حتى قبل رفع دعوى مدنية أو جزائية، من أجل تسهيل عملية إثبات ارتكاب فعل الاعتداء والوقوف على الأدلة الكافية لذلك.
- لم يتطرق المشرع الجزائري والمغربي للمعايير التي يتم الاعتماد عليها لتحديد درجة التشابه بين العلامتين التي تؤدي إلى تضليل المستهلك، من أجل القول بوجود تقليد أم لا، إلا أن الاجتهاد القضائي استقر على أن يؤخذ بعين الاعتبار عند تحديد مدى قيام التقليد، أن تكون العبرة بأوجه الشبه بين العلامتين لا بأوجه الاختلاف، وأن تكون العبرة بما يخدع به المستهلك متوسط الحرص والانتباه، لا المستهلك الفطن ولا المستهلك الغافل.

- ان مسألة تقدير وجود تشابه بين علامتين من عدمه، تعتبر من الوقائع المادية، يقوم قاضي الموضوع باستخلاص ذلك من ظروف كل حالة على حدة، دون رقابة عليها في ذلك من محكمة النقض، ويمكن لقاضي الموضوع الاستعانة بأهل الخبرة في هذا الصدد.
- يمكن لصاحب الحق في العلامة كل من القانونين الجزائري والمغربي أن يسعى إلى اتخاذ تدابير من أجل إيقاف الإفراج عن تلك السلع التي تحمل علامة مقلدة على الحدود من جانب السلطات الجمركية، وذلك بغرض منع استيراد السلع التي تنطوي على وجه للتعدي على علامته، وللجمارك أن تتخذ مجموعة من الإجراءات والتدابير تجاه هذه السلع التي تمس بحقوق صاحب العلامة دون اللجوء إلى القضاء.
- بالرجوع إلى قانون العلامات، لكل من القانونين الجزائري والمغربي نجد أنهما لم يتضمنا المساهمة في جريمة التقليد، و التي تلعب دورا كبيرا في المجال الجزائي، إلا أن غياب النصوص التي تعاقب الشريك أو المحرض على جرائم العلامة، و مع غياب نص يحيل إلى قانون العقوبات في مجال المساهمة يبقى كل من القاضي و المحامي عاجزين عن تطبيق النصوص العامة التي تحوي غموضا.

ثانيا: أوجه الاختلاف

- استبعد المشرع الجزائري الخطأ العمدي من جريمة التقليد من خلال الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، عكس ما كان عليه الأمر في الأمر57/66والذي كان يشترط توافر القصد العمد في بعض صور التقليد، على عكس المشرع المغربي والذي يشترط توافر القصد العمد في بعض صور التقليد وذلك بالرجوع إلى المادة 225 من قانون 97-17 باعتبارها تتضمن حالات قيام جنحة التزييف، نجد أن المشرع المغربي حاول استعمال كلمة "العمد" دلالة منه على القصد الجنائي، أي ضرورة توافر سوء النية لدى المشتكى به.
- ولعل المشرع الجزائري وسع من نطاق الركن المادي لجريمة التقليد، وأغفل الركن المعنوي للجريمة، مقارنة بالمشرع المغربي، ويمكن تفسير سكوته على أنه إهمال للركن المعنوي للجريمة، ولكن من خلال ما تم تناوله بالدراسة، فالمشرع الجزائري لما أعطى للركن المادي لجنحة التقليد المعنى الواسع، ولم يحدد الأفعال التي تشكل تقليدا بدقة، كان يريد من خلال ذلك أن يوسع من دائرة تجريم الأفعال التي من شأنها أن تمس بحقوق صاحب العلامة المحمية قانونا، وأراد من خلال السكوت عن الركن المعنوي للجريمة أن يسهل على المتضرر من التقليد عملية إثبات الخطأ الجزائي المرتكب من طرف المتهم بالتقليد، فنقل المشرع عبء إثبات سوء نية المتهم إلى عاتق هذا الأخير، وهذا يجعلنا نقول بأن المشرع الجزائري أضعف من قوة الركن المعنوي لجريمة التقليد، ولكنه لم يلغ هذا الركن كليا.
- إن الغرامة هي أهم العقوبات التي تطبق على الشخص المعنوي يلاحظ على قانون04/15المعدل و المتمم لقانون العقوبات أنه أستحدث العقوبات المطبقة على الأشخاص المعنوية، فقد نص على عقوبة الغرامة و حدد حديها الأدنى و الأقصى من مرة إلى خمس مرات الحد الأقصى للغرامة المقررة على الشخص الطبيعي في القانون الذي يعاقب على الجريمة وهذا ما لا نراه في التشريع المغربي.

المطلب الثاني: الجزاءات المقررة عن الدعوى المدنية

إن الحماية الجنائية المقررة للعلامة التجارية ليست هي الأداة القانونية الوحيدة لمواجهة الاعتداء عليها، إذ يمكن حماية العلامة التجارية بتطبيق قواعد القانون المدني المتعلقة بالمسؤولية عن الفعل الضار (المسئولية التقصيرية) فيجوز لكل من لحقه ضرر نتيجة لتقليد العلامة التجارية رفع دعوى المنافسة غير المشروعة، والمطالبة بالتعويض عن ما لحقه من ضرر ، وعليه نقسم المطلب هذا إلى فروع ندرس فيها(الفرع الأول) الجزاءات المقررة في المنافسة غير المشروعة في القانون الجزائري، (الفرع الثاني) الجزاءات المترتبة عن دعوى التزييف المدنية في القانون المغربي.

الفرع الأول: في القانون الجزائري

سنتناول في هذا الفرع الجزاءات المقررة في المنافسة غير المشروعة لمصلحة المضرور، و الجزاءات المقررة للمصلحة العامة.

أولا: الجزاءات المقررة في المنافسة غير المشروعة

يمكن أن يحكم القاضي بجزاءات تصب في مصلحة المتضرر وحده، والتي تتمثل في التعويض، كما قد يحكم بجزاءات أخرى تهدف إلى حماية الصالح العام.

1- **الجزاءات المقررة لمصلحة المضرور:** إذا توافرت كل الشروط اللازمة لرفع دعوى المنافسة غير المشروعة، و حكم القاضي بإدانة العون المنافس بسبب قيامه بالعمل غير المشروع، وسبب هذا العمل ضررا، فإن الوسيلة الوحيدة التي يمكن جبر الضرر الذي وقع على حق المضرور هي التعويض. فقد اعتبر الفقهاء التعويض وسيلة لجبر الضرر وإصلاحه، وليس عبارة عن عقوبة. ولهذا مهما كانت جسامة الخطأ فإن التعويض يتناسب مع الضرر الحاصل دون النظر إلى الخطأ. والتعويض يتخذ صورا متعددة، فقد يكون نقديا كما قد يكون عينيا يتمثل في إزالة الفعل الضار، و في حالة حصول الضرر فإن التعويض النقدي يكون إجباريا، وقد يحكم القاضي بالتعويض العيني والنقدي معا إذا وجد ضرورة لذلك[1] أما في حالة عدم حصول الضرر عن الفعل المشروع فإن القاضي هنا يفرض على الفاعل تعويضا عينيا فقط.

أ- **التعويض النقدي:** هذا الشكل من التعويض يكون في حالة واحدة فقط وهي الوقوع الفعلي للضرر، فتقضي به المحكمة لكل من أصابه ضرر من جراء عمل من أعمال المنافسة غير المشروعة، ووفقا للقواعد المعمول بها في مجال دعوى المسؤولية المدنية يجري تقويم الضرر الناتج عن فعل المنافسة غير المشروعة، وتحديد التعويض على أساس هذا التقويم أي يجب أن يتساوى الضرر والتعويض[2].

ويقع عبء إثبات وقوع الضرر على المدعي، أما تقدير الضرر فيعود للسلطة التقديرية للقاضي، وتستطيع المحكمة في هذا المجال اللجوء إلى الخبير لتقويم الضرر، بحيث تتخذ التدابير اللازمة لوقف الفعل الضار ومنع تفاقم نتائجه، فيتم تعيين خبير ليقدر قيمة الضرر.

---

[1] سمير حسين جميل الفتلاوي، مرجع سابق، ص483.

[2] جوزيف نحلة سماحة، المزاحمة غير المشروعة، الطبعة الأولى، مؤسسة عزالدين للطباعة والنشر، عمان2011، ص 120 .

وينبغي على الخبير المعين البحث عن كل العناصر التي تساعد المحكمة في تقدير الضرر، ويبين النتائج الفعلية للفعل غير المشروع، ومثال على ذلك أن يفحص الدفاتر التجارية وكل المستندات التي يراها ضرورية ليجمع المعلومات التي تساعده في تكوين فكرة عن قيمة الضرر، ويضع تقريره بيد المحكمة لتحكم بما تراه حسب قناعتها[1]، ولكن المحكمة ليست مجبرة على تعيين خبير، كما أنها ليست ملزمة بالنتيجة التي توصل إليها، وتستطيع مخالفة تقريره، لكن بقرار معلل[2].

وحسب المادة131 من القانون المدني الجزائري فهي تقدر التعويض بمعيار ما لحق المدعي من خسارة وما فاته من كسب، والخسارة هنا تشمل الربح المنتظر من الزبائن الذين تحولوا إلى المنافس بسبب أسلوب المنافسة غير المشروعة الذي استعمله، خاصة إذا استمر هذا الفعل مدة من الزمن ويؤثر هذا على قيمة أعمال المدعي، ويدخل ضمن الخسارة أيضا المصاريف التي دفعها المدعي لمباشرة أعماله ولم يستفد منها بسبب أعمال المنافسة غير المشروعة، وكذلك مصاريف الدعاية والإعلان التي لم تنتج أثارها نظرا للأفعال غير المشروعة[3]، أما الربح الفائت فهو الربح الذي كان يتوقع جنيه في حالة إذا استمر المدعي تجارته في ظروف منافسة نزيهة .

وفي حالة عدم وجود أي عناصر حسابية أو ضرائبية ، أو لا يمكن الأخذ بالدفاتر التجارية لدى المدعى عليه لأنها لا تصلح كإثبات، فلا يعني هذا أن المحكمة ترفض طلب التعويض بحجة أن قيمة الضرر غير معلومة[4]. إذن فالقاضي يستعمل سلطته التقديرية في تقدير قيمة التعويض سواء حسب أدلة المدعي أو حسب تقرير الخبير.

ب- **التعويض العيني:** والمقصود به إلزام المدعى عليه بالتوقف عن ممارساته المخالفة للمنافسة المشروعة، واتخاذ التدابير اللازمة لإزالة آثارها[5]، أي إعادة الحال إلى ما كانت عليه. و مثال على ذلك منع استخدام العلامة المقلدة و كذا إتلاف كل الملصقات والإعلانات التي تحملها، ويمكن للمحكمة أن تقضي بالتعويض العيني في الحالتين سواء وقع الضرر أم لم يقع، فهو جبر و إصلاح عند وقوع الضرر ووقاية في حالة عدم وقوع الضرر.

الحالة الأولى: في حالة وقوع الضرر، يصدر القاضي أمرا بالتعويض النقدي مع التعويض العيني، وهذا ما نصت عليه المادة131 من القانون المدني " يعين القاضي طريقة التعويض تبعا للظروف، ويقدر التعويض بالنقد على أنه يجوز للقاضي تبعا للظروف وبناء على طلب المضرور أن يأمر بإعادة الحالة إلى ما كانت عليه، وأن يحكم وذلك على سبيل التعويض، بأداء بعض الإعانات تتصل بالعمل غير المشروع."

---

[1] أحمد محمد محرز، الحق في المنافسة المشروعة، منشورات النسر الذهبي، القاهرة1994، ص347.

[2] جوزيف نخلة سماحة ، مرجع سابق، ص 120

[3] سمير حسين جميل الفتلاوي ، مرجع سابق، ص 440.

[4] جوزيف نخلة سماحة، مرجع سابق، ص129.

[5] سمير حسين جميل الفتلاوي، مرجع سابق، ص 440.

الحالة الثانية : في حالة عدم وقوع الضرر، لا يمكن أن يطالب المدعي بالتعويض النقدي لكن يمكن له المطالبة بالتعويض العيني، أي أن التعويض العيني في هذه الحالة يعتبر إجراء وقائيا[1]، ففي حالة ما ثبت ارتكاب الفاعل للخطأ فإنه يجوز للمحكمة أن تأمر باتخاذ الإجراءات الكفيلة بوقف أعمال المنافسة غير المشروعة، واتخاذ الوسائل الوقائية لوقف العمل غير المشروع ومنع وقوع الضرر في المستقبل، وبمعنى آخر هو إلزام المدعى عليه باتخاذ كافة التدابير اللازمة لإزالة أثار عمل المنافسة غير المشروعة ومن الأمثلة من ذلك في مجال الأفعال التي تحدث لبسا لدى الجمهور:

-قد تأمر المحكمة المدعى عليه بمنع استعمال علامة أو اسم تجاري أو شكل معين للواجهة الخاصة بالمدعي، أو تلزمه بإضافة رمز آخر أو كلمة أخرى تمنع اللبس والخلط لدى المستهلك بين سلعته وسلعة المدعي، وللمحكمة الحق في أمر المدعى عليه بالإضافة أو التعديل مرة أخرى متى وجدت أن التعديل الأول لم يكن كافيا لينتج أثره ومازال يحدث لبسا[2]، كما قد تأمر بتغيير لون أو شكل الواجهة.

-الأمر بإتلاف كل الأغلفة والصور أو الإعلانات التي تحمل العلامة المنافسة بطريقة غير شرعية.

يجوز للقضاء أن يحكم بمصادرة السلع التي عليها العلامة المقلدة وهذا ببيع هذه المنتجات بشرط أن تنتزع منها العلامة المقلدة، ويحصل المدعي على تعويضه منها وهذه وسيلة غير مباشرة لتحصيل قيمة التعويض[3].

-وتفرض المحكمة غرامة تهديدية على المدعى عليه عن كل يوم يتأخر فيه على تنفيذ التزامه، والكف عن القيام بالعمل غير المشروع.

قد تصل المحكمة إلى آخر إجراء خطير في حالة إذا تمنع المدعى عليه بالقيام بما نهته المحكمة، و يتضح أنه يقوم بالفعل غير المشروع[4] عن سابق إصرار فتأمر بغلق المحل إذا رأت أنها الوسيلة الوحيدة للكف عن الممارسات غير المشروعة[5].

وخلاصة القول أن التعويض العيني جاء مناسبا لما تهدف إليه المنافسة غير المشروعة، كما أنه أعطى لها طابعا وقائيا فهي لا تهدف إلى تعويض المتضرر بقدر ما تهدف إلى حمايته من الضرر المستقبلي، أما إذا استمرت أعمال المنافسة غير المشروعة بعد الحكم بالتعويض، ففي هذه الحالة يعتبر ذلك خطأ جديدا ينشأ عنه ضررا مستقلا، يجوز التعويض عنه بدعوى مستقلة[6].

---

[1] أحمد محمد محرز، مرجع سابق، ص 317.

[2] الهام زعموم ، حماية المحل التجاري، دعوى المنافسة غير المشروعة، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة الجزائر2004/2003، ص 120.

[3] أنظر المادة 32 من الأمر/06/03، سبق ذكره.

[4] جوزيف نخلة سماحة، مرجع سابق، ص 140.

[5] المادة 32 من الامر 06/03 ، سبق ذكره.

[6] علي حسن يونس، المحل التجاري، دار الفكر العربي، القاهرة، 1977 ، ص148.

2- **الجزاءات المقررة للمصلحة العامة:** بما أن التأثيرات السلبية التي تنجم عن أعمال المنافسة غير المشروعة لا تقتصر فقط على الأعوان الاقتصاديين، أو جمهور المستهلكين بل تتعدى أضرارها إلى حد المساس بالاقتصاد الوطني، إذ تعتبر من العراقيل التي تؤثر سلبا على السياسة الاقتصادية الحديثة التي انتهجتها الدولة، و بالتالي تؤثر على التطور و النمو الاقتصادي، و لذلك نص المشرع الجزائري على جزاءات مقررة للمصلحة العامة في الأمر06/95 المتعلق بالمنافسة و المتمثلة في الحبس، الغرامة، المصادرة، الغلق الإداري ثم نشر الحكم إلا أنه مع صدور الأمر03/03تم التخفيف من القسم القمعي للأمر95/ 06عن طريق حذف عقوبة الحبس.

أ- **الغرامة**: بالنسبة للأمر المتعلق بالمنافسة فقد خص العقوبات المطبقة على الممارسات المقيدة للمنافسة والتجميعات في الفصل الرابع من المادة 56 إلى المادة62 فيعاقب على الممارسات الماسة بنظام البيع والممارسات الماسة بنظام الأسعار بغرامة لا تفوق% 7من مبلغ رقم الأعمال من غير الرسوم المحقق في الجزائر خلال آخر سنة مالية مختتمة، وإذاكان مرتكب الأعمال شخصا طبيعيا أو معنويا أو منظمة مهنية لا تملك رقم أعمال محدد فالغرامة لا تتجاوز ثلاثة ملايين دينار 3000.000 دج[1]

أما لمن ساهم في ارتكاب هذه الممارسات فيعاقب بغرامة قدرها مليوني دينار جزائري 2000.00 دج سواء ساهم في تنظيمها أو في تنفيذها[2]

أما بالنسبة للممارسات الماسة بنظام الاتفاقات والتجميعات تنص عليها المادة 61 من نفس الأمر بغرامة مالية يمكن أن تصل إلى % 7 من رقم الأعمال من غير الرسوم المحقق في الجزائر خلال أخر سنة مالية مختتمة ضد كل مؤسسة هي طرف في التجميع أو ضد المؤسسة التي تكونت من عملية التجميع.

أما بالنسبة للغرامات المنصوص عليها في القانون06/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية فقد جاءت في الفصل الأول من الباب الرابع وهي كالآتي:

ففيما يخص الممارسات غير الشرعية التي تمس الأسعار فيعاقب عليها بغرامة من عشرين ألف دينار 20.000 دج إلى مائتي ألف دينار 200.000 دج[3] وبالنسبة للممارسات التي تمس بنظام البيع فيعاقب عليها بغرامة من مائة ألف دينار 100.000 دج إلى ثلاثة ملايين دينار جزائري 3000.000 دج[4].

أما لباقي الممارسات التي تعتبر من أعمال المنافسة غير المشروعة سواء الممارسات التي تؤدي إلي اللبس والخلط أو الممارسات التي تمس بالمنافس سمعته أو بمؤسسته فيعاقب عليها بغرامة من مائة ألف دينار 50.000دج إلى خمسة ملايين دينار جزائري 5000.000 دج [5] و من الملاحظ هنا أن الغرامة تتراوح حسب الفعل غير المشروع ما بين عشرين ألف دينار جزائري 20.000 دج و خمسة ملايين دينار جزائري

---

[1] المادة 56 من الامر03/03 المؤرخ 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة ، الجريدة الرسمية الصادرة في 20يوليو2003، عدد43.

[2] المادة 57 من الامر03/03 ، مرجع نفسه.

[3] انظر المادة 36 من القانون 02/04، سبق ذكره.

[4] انظر المادة 35 من القانون 02/04، سبق ذكره.

[5] انظرالمادة 38 من القانون 02/04 ، سبق ذكره.

5000.000دج و هو مبلغ ضخم نوعا ما، في حين أن الغرامة في الأمر الملغى59/ 06المتعلق بالمنافسة تقدر ما بين خمسة آلاف 5000 دج و خمسمائة دينار جزائري 500.000 دج مرفقة مع عقوبة الحبس من شهر إلى سنة.

ب- **الحجز:** زيادة على الغرامة، يمكن للمحكمة أن تقوم بحجز السلع المتعلقة بالعمل غير المشروع الذي قام به العون الاقتصادي، و الحجز طريق قانوني الغرض منه جعل أموال المدين المحجوزة تحت يد القضاء ومنعه من التصرف فيها[1]، و نص عليه القانون02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة الممارسات التجارية، و يتم حجز البضائع موضوع المخالفات الآتية[2]

* السلع التي أسعارها مخالفة لنظام الأسعار مادة 22 و23

*الممارسات التجارية غير النزيهة مادة 27 و28

كما يمكن حجز العتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكابها، وحسب ما نصت عليه المادة40 هناك نوعان من الحجز:

- حجز عيني وهو كل حجز مادي للسلع.
- حجز اعتباري و هو كل حجز يتعلق بسلع لا يمكن لمرتكب المخالفة أن يقدمها لسبب ما.

وفي حالة الحجز العيني يكلف مرتكب العمل غير المشروع بحراسة المواد المحجوزة في حالة إذا امتلك محلات التخزين، حيث تشمع المواد المحجوزة بالشمع الأحمر من طرف الأعوان المؤهلين وتوضع تحت حراسة مرتكب العمل غير المشروع، وإذا كان مرتكب المخالفة لا يمتلك محلات للتخزين يخول الموظفين المؤهلين حراسة الحجز إلى إدارة أملاك الدولة التي تقوم بتخزين المواد المحجوزة في أي مكان تختار[3]، وتكون التكاليف المرتبطة بالحجز على عاتق مرتكب المخالفة.

وفي الحالة الثانية وهي الحجز الاعتباري، فتحدد قيمة المواد المحجوزة سواء على أساس السعر الذي يبيع به مرتكب المخالفة، أو على أساس سعر السوق.

ويدفع المبلغ الناتج عن بيع السلعة موضوع الحجز الاعتباري إلى الخزينة العمومية[4] وفي حالة إذا كان الحجز مطبقا على مواد سريعة التلف أو تقتضي ذلك حالة السوق أو الظروف الطارئة، فقد نصت المادة 43 من نفس القانون على أنه يمكن للوالي المختص إقليميا بناء على اقتراح المدير الولائي المكلف بالتجارة، أن يقرر البيع الفوري من طرف محافظ البيع بالمزايدة للمواد المحجوزة، أو تحويلها مجانا إلى الهيئات والمؤسسات ذات الطابع الاجتماعي والإنساني، دون المرور بالإجراءات القضائية وعند الاقتضاء يتم إتلافها من قبل مرتكب المخالفة بحضور المصالح المؤهلة.

---

[1] سائح سنقوقة، الدليل العملي في إجراءات الدعوى المدنية، دار الهدى للطباعة والنشر، الجزائر، دون سنة نشر، ص 147.

[2] انظر المادة39 من القانون 02/04، سبق ذكره.

[3] انظر المادة41 من القانون 02/04، سبق ذكره.

[4] انظر المادة 42من القانون 02/04، سبق ذكره.

وفي حالة بيع السلع المحجوزة يودع المبلغ الناتج عن بيع هذه السلع لدى أمين خزينة الولاية إلى غاية صدور قرار من العدالة.

ج- **المصادرة:** نعني بالمصادرة نقل ملكية المال المصادر قهرا و بدون مقابل، من ملكية صاحبه إلى ملكية الدولة[1]، و تعتبر عقوبة تكميلية لعقوبة أخرى أصلية مقررة لفعل غير مشروع، إذ يمكن للقاضي أن يحكم بمصادرة السلع المحجوزة فإذا كانت المصادرة تتعلق بسلع كانت موضوع حجز عيني ، تسلم هذه المواد إلى إدارة أملاك الدولة التي تقوم ببيعها وفقا للشروط المنصوص عليها في التشريع والتنظيم المعمول به، أما إذا كان الحجز اعتباريا فتكون المصادرة على قيمة الأملاك المحجوزة بكاملها أو على جزء منها، وعندما يحكم القاضي بالمصادرة ،فإن مبلغ السلع المجوزة تؤول للخزينة العامة[2].

د- **الغلق الإداري:** نصت المادة 46 من القانون02/04 ، أنه يمكن للوالي المختص إقليميا بناء على اقتراح من المدير الولائي المكلف بالتجارة بأن يتخذ بواسطة قرار إجراءات غلق إدارية للمحلات التجارية لمدة لا تتجاوز 30 ثلاثين يوما.

يتخذ إجراء الغلق الإداري كذلك في حالة العود لأي مخالفة لأحكام هذا القانون، ومفهوم العود: وفقا للقانون 04/02 هو أن يقوم عون اقتصادي بمخالفة أخرى رغم صدور عقوبة بشأنه منذ أقل من سنة.و تضاعف العقوبة في حالة العود، ويمكن للقاضي أن يمنع العون الاقتصادي المحكوم عليه من ممارسة نشاطه التجاري مؤقتا، أو قد يأمر بشطب سجله التجاري[3] .

هـ-**نشر الحكم:** وقد نصت عليه المادة 48 من نفس القانون، بحيث يمكن للوالي المختص إقليميا وكذا القاضي، أن يأمرا على نفقة مرتكب الفعل غير المشروع أو المحكوم عليه نهائيا بنشر قراراتها كاملة أو خلاصة منها في الصحافة الوطنية، أو لصقها بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها. ومن خلال كل ما سبق نلاحظ أن المشرع الجزائري قد أدرك مدى خطورة المنافسة غير المشروعة سواء على الأعوان الاقتصاديين و جمهور المستهلكين أو على الاقتصاد الوطني، و يتبين لنا ذلك من خلال منعه للممارسات المنافية للمنافسة المشروعة منعا باتا، سواء في الأمر03/03 المتعلق بالمنافسة، أو القانون02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وحماية لكل متضرر من هذه الممارسات، أعطى له حق رفع دعوى منافسة غير مشروعة كنوع من الدعاوى الوقائية في حالة ارتكاب الفعل قبل وقوع الضرر، و هذا بوقف الفعل الضار و إعادة الحال إلى ما كانت عليه سابقا، وعلاجه في حالة وقوع الضرر، وهذا بتعويض المتضرر عن كل الخسائر التي لحقته جراء الفعل غير المشروع.

ونظرا لأن التأثيرات السلبية للمنافسة غير المشروعة لا يقتصر نطاقها على العون الاقتصادي المنافس أو المستهلك، بل تمس كذلك الاقتصاد الوطني وتعرقل نموه و تطوره، فقد سن المشرع في الأمر 06/95المتعلق بالمنافسة عقوبات جزائية، تتمثل في الحبس و الغرامة المالية كعقوبة أصلية، و الحجز و المصادرة و الغلق

---

[1] عبد الله سليمان، شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم العام، الجزء الأول، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر1998، ص 483.

[2] انظر المادة 44 من القانون 02/04، سبق ذكره.

[3] انظر المادة 47 من القانون 02/04، سبق ذكره.

الإداري ثم نشر الحكم كعقوبات تكميلية، إلا أنه بصدور الأمر03/03المتعلق بالمنافسة والذي ألغى الأمر السابق، تم حذف عقوبة الحبس و رفع قيمة الغرامة، و هذا لا يعني استخفاف المشرع بهذه الأعمال، بل لنظرته بعدم فعالية عقوبة الحبس لردع الممارسات غير المشروعة بقدر فعالية الغرامة، خاصة إذا كانت قيمتها مرتفعة، مما يسبب خسائر مادية كبيرة لمرتكب الفعل غير المشروع.

ثانيا: الجزاءات المترتبة عن دعوى التعويض

لكل شخص وقع اعتداء على حقه أن يطلب وقف هذا الاعتداء، وله أن يطلب أيضا التعويض عما يكون قد لحقه من ضرر.

1- **البطلان:** تكون حماية الحقوق في بعض الحالات عن طريق البطلان، وهو نوعان، بطلان نسبي تقرره قاعدة مفسرة لصالح أحد طرفي الحق، فيكون له أن يتمسك به صاحبه وله أن يتنازل عن حقه باختياره، ويعبر عنه المشرع الجزائري بالإبطال .و هو عكس البطلان المطلق الذي تنص عليه قاعدة آمرة، فلا يجوز الاتفاق على عكسها[1] وبالرجوع إلى نص المادة 30 من الأمر06/03المتعلق بالعلامات السابق الذكر، نجد بأن المشرع الجزائري مكن المدعي من أن يطلب إبطال أو إلغاء تسجيل العلامة، تطبيقا لأحكام المادتين20 و 21 من هذا الأمر.

2- **التعويض المدني:** يتحمل المعتدي على حق من حقوق صاحب العلامة المحمية قانونا، عن كل عمل من شأنه المساس بحق من الحقوق المعترف بها قانونا لصاحب العلامة، تعويضا كافيا لجبر الضرر الذي يلحق صاحب الحق في العلامة من جراء الاعتداء الواقع على حقوقه، وذلك بالرجوع إلى القواعد العامة، وبالتحديد المادة 124 من القانون المدني[2] التي تنص على أن" : **كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه، ويسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض.**"

وبالرجوع إلى الأمر 06/03المتعلق بالعلامات السابق الذكر، نجده يقر لصاحب العلامة الذي يثبت وقوع اعتداء على علامته، بالمطالبة بالتعويضات المدنية، وذلك أمام الجهة القضائية المختصة[3]، حيث يتم تقديره من طرف قاضي الموضوع بالشكل الذي وضحناه أعلاه.

ومن كل ما تقدم، يمكن أن نقول بأن مالك العلامة حتى يتمكن من إثبات مسؤولية المعتدي على حقه في العلامة، منحه المشرع الحق في اتخاذ إجراءات تحفظية من أجل الحفاظ على حقوقه، وذلك حتى **قبل رفع دعوى مدنية أو جزائية**، من أجل تسهيل عملية إثبات ارتكاب فعل الاعتداء والوقوف على الأدلة الكافية لذلك.

---

[1] اسحق إبراهيم منصور، نظريتا القانون والحق، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر1992، ص275 .

[2] الأمر 58/75المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 . المتضمن القانون المدني المعدل و المتمم بموجب القانون05/07 المؤرخ في 2007/05/13 . الجريدة الرسمية الصادرة في 13ماي2007، عدد31.

[3] المادة 29 من الأمر06/03، سبق ذكره.

الفرع الثاني: في القانون المغربي

نتناول في هذا الفرع الجزاءات المترتبة عن دعوى التزييف المدنية، والجزاءات المترتبة عن دعوى المنافسة غير المشروعة.

أولا: الجزاءات المترتبة عن دعوى التزييف المدنية

تتمثل الجزاءات المترتبة عن دعوى التزييف المدنية المتعلقة بالاعتداء على العلامات، في المنع من مواصلة أعمال التزييف ، ومصادرة الأشياء المزيفة والوسائل المعدة خصيصا لإنجاز التزييف ، والتعويض ، ثم الحرمان من حق العضوية في الغرف المهنية[1] .

1- **المنع من مواصلة أعمال التزييف**:حسب المادة 203 من القانون رقم 97-17، يجوز لرئيس المحكمة التجارية المرفوعة إليها دعوى التزييف المدنية، أن يأمر بصفته قاضيا للأمور المستعجلة، إما بالمنع المؤقت من مواصلة الأعمال المدعى أنها تزييف، وذلك تحت طائلة غرامة تهديديه، أو يوقف مواصلتها على وضع ضمانات ترصد لتأمين منح التعويض لمالك العلامة أو المرخص له.

في حين أنه لا يقبل طلب المنع، أو وضع الضمانات، إلا إذا تبين أن الدعوى جدية في موضوعها وأقيمت داخل أجل 30 يوما من اليوم الذي علم فيه المالك الأفعال التي أسس الطلب بناء عليها[2].

كما يجوز للقاضي أن يوقف المنع إلى غاية وضع المدعي لضمانات ترصد لتأمين منح التعويض المحتمل عن الضرر اللاحق بالمدعى عليه، إذا صدر فيما بعد حكم يقضي بعدم ارتكاز دعوى التزييف على أساس[3]، إلا أنه قد يتحول المنع المؤقت من مواصلة الأعمال المدعى أنها تزييف للعلامة، إلى منع نهائي من مواصلة هذه الأعمال، وذلك في الحالة التي يصدر فيها حكم يصبح حائز لقوة الأمر المقضي به[4].

2- **مصادرة الأشياء المزيفة والوسائل المعدة خصيصا لإنجاز التزييف**: لقد اعتبر المشرع في القانون رقم 97 -17 المتعلق بحماية الملكية الصناعية، عقوبة المصادرة ذات طابع مدني[5]، بحيث نصت الفقرة الأولى من المادة 224 على أنه يجوز للمحكمة بناء على طلب من الطرف المتضرر، وبقدر ما هو ضروري لضمان المنع من مواصلة التزييف، أن تأمر لفائدة المدعي بإتلاف الأشياء التي ثبت أنها مزيفة، والتي هي ملك للمزيف في تاريخ دخول المنع حيز التنفيذ، ما عدا في حالات استثنائية، وإن اقتضى الحال بإتلاف الأجهزة أو الوسائل المعدة خصيصا لإنجاز التزييف.

---

[1] محمد لفروجي، الملكية الصناعية والتجارية – تطبيقاتها ودعاواها المدنية والجنائية– الطبعة الأولى، مطبعة النجاح الجديدة، أكتوبر 2002، ص 350.

[2] الفقرة الثانية من المادة 203 من القانون رقم 97–17 سبق ذكره.

[3] الفقرة الأخيرة من المادة 203 من نفس القانون.

[4] بمعنى أن الحكم الصادر في هذا الإطار يصبح نهائيا وغير قابل لأي طريقة من طرق الطعن.

[5] وللإشارة، فإن المشرع الجنائي المغربي قد عرف عقوبة المصادرة من خلال الفصل 42 من القانون الجنائي بأنها" تمليك الدولة جزءا من أملاك المحكوم عليه أو بعض أملاك معينة". وفي ظل ظهير 23 يونيو 1916 وكذا قانون منطقة طنجة الصادر بتاريخ 4 أكتوبر 1928 عقوبة المصادرة، عقوبة أصلية.

من خلال هذه المادة يتبين أن هناك قواعد يجب مراعاتها أثناء النطق بالإتلاف[1] وهي:

*ضرورة تقديم طلب من طرف المتضرر إلى المحكمة التجارية بخصوص الأمر بإتلاف الأشياء المزيفة وكذا الوسائل والأجهزة المعدة خصيصا لذلك.

* أن يتم الأمر بإتلاف الأشياء المزيفة وكذا الوسائل أو الأجهزة المعدة خصيصا لإنجاز التزييف، بقدر ما هو ضروري لضمان المنع من مواصلة الأعمال المدعى أنها تزييف.

3- **التعويض:** يعد التعويض عن الأضرار التي لحقت صاحب العلامة التجارية أو المستفيد من ترخيص باستغلالها من جراء التزييف، من بين الجزاءات ذات الطبيعة المدنية التي يمكن بواسطتها حماية الحقوق المرتبطة بالعلامة التجارية.

ولا يقتصر هذا التعويض على المبالغ التي من شأنها جبر الضرر اللاحق بضحية التزييف، وإنما يشمل أيضا المبالغ التي من شأنها ردع المزيف عما قام به من أفعال في هذا الإطار[2]. وبالعودة إلى مقتضيات القانون رقم 97-17، نلاحظ أن المشرع لم يحدد المعايير التي يمكن اعتمادها أثناء تحديد مبلغ التعويض، مما يؤدي بنا إلى الرجوع إلى القواعد العامة للقانون المدني الواردة في باب المسؤولية والتعويض عن الخطأ والعمل غير المشروع[3]. وعلى العموم، فتحديد مبلغ التعويض عن التزييف الوارد على العلامة، يتم بمراعاة بعض العناصر الخاصة. وذلك أنه يتعين على المحكمة التي تحكم بهذا التعويض، أن تأخذ بعين الاعتبار ما تسبب فيه التزييف، من خسارة لمالك العلامة أو المرخص له باستغلالها، وما فوته عليه من ربح بفعل المساس بالحقوق التي تخولها العلامة، والتي من أهمها الحق الاستئثاري في الاستغلال.

4- **الحرمان من حق العضوية في الغرف المهنية:** تنص المادة 208 من القانون رقم 97-17 على أنه:

"يمكن علاوة على ما ذكر أن يحرم الأشخاص المحكوم عليهم تطبيقا لأحكام هذا الباب من حق العضوية في الغرف المهنية طوال مدة لا تزيد عن خمس سنوات." وهكذا، فتطبيقا لمقتضيات المادة أعلاه، يجوز للمحكمة التجارية المرفوع إليها دعوى التزييف المدنية، أن تقضي بحرمان المزيف للعلامة من أن يكون عضوا في الغرف المهنية، وذلك خلال مدة لا يمكن أن تفوق خمس سنوات. كان هذا أهم ما يميز دعوى التزييف التي منحها المشرع لكل شخص لحقه ضرر من جراء الاعتداء على علامته عن طريق تزييفها، وتبقى هذه الدعوى مهمة لصاحب العلامة حتى يستغل حقه بدون تشويش، ولتقوية حظوظ مالك العلامة لتطوير نشاطه خول له المشرع أيضا حماية أخرى عن طريق **دعوى المنافسة غير المشروعة**. ماذا يترتب عن هذه الدعوى؟

---

[1] محمد محبوبي، مرجع سابق، ص 163.

[2] طارق البختي، مرجع سابق، ص 105.

[3] ونفس الأمر ينطبق كذلك على معظم التشريعات المقارنة، كما هو الشأن مثلا بالنسبة لفرنسا، حيث يجمع كل من الفقه والقضاء على كون التعويض عن تزييف العلامة التجارية يخضع في تحديد مبلغه لقواعد القانون المدني طارق البختي، مقال سابق، ص105 .

ثانيا: الجزاءات المترتبة عن دعوى المنافسة غير المشروعة

تنص المادة 185 من قانون 97-17 على أنه "لا يمكن أن تقام على أعمال المنافسة غير المشروعة إلا دعوى مدنية لوقف الأعمال التي تقوم عليها ودعوى المطالبة بالتعويض." يتضح من خلال مقتضيات المادة أعلاه بأن أهم الجزاءات المترتبة عن دعوى المنافسة غير المشروعة هي وقف الأعمال والتعويض عن الأضرار.

1- **وقف الأعمال**: يترتب عن دعوى المنافسة غير المشروعة وقف الأعمال التي تقوم عليها، وهو جزاء يمكن اعتباره بمثابة تدبير وقائي يمكن إيقاعه ولو انعدم الضرر فيحكم به حتى في حالة الضرر الاحتمالي Préjudice Eventuel.وتتخذه المحكمة لمنع استمرار الوضع غير القانوني. وبالرجوع إلى العمل القضائي المغربي، نلاحظ أن هناك عدة أحكام قضت بوقف الأعمال ونذكر منها على سبيل المثال لا الحصر القرار الصادر عن محكمة الاستئناف التجارية بالبيضاء الذي جاء فيه: " معا يتعين ... الحكم من جديد بأن الأفعال التي قامت بها المستأنف عليها تكون أعمال المنافسة غير المشروعة ويتعين منعها من بيع أو عرض أو تسويق منتوج أقلام... تحت طائلة غرامة تهديدية قدرها 1000 درهم عن كل مخالفة سيتم ضبطها ابتداء من تاريخ تبليغها بهذا القرار"[1] . وفي نفس الصدد هناك حكم عدد 2001/26 الصادر عن المحكمة التجارية بالبيضاء بتاريخ 2001/01/08 وذلك بملف عدد 2000/2675 والذي جاء فيه: " حيث إن الطلب يرمي إلى التصريح بان التسجيل الذي قامت به المدعى عليها يشكل منافسة غير مشروعة والأمر بالتشطيب .... بالمكتب المغربي للملكية الصناعية والحكم على المدعى عليها بالتوقف حالا عن استعمال العلامات المذكورة تحت طائلة غرامة تهديدية مع حجز ومصادرة جميع المنتوجات ونشر الحكم المنتظر صدوره مع حفظه حق العارضة في المطالبة بالتعويض وشموله الحكم بالنفاذ المعجل وتحميل المدعى عليها الصائر"[2] .

والغاية الأساسية التي قصدها المشرع من إقرار هذا الجزاء – وقف الأعمال- هو ضمان حق المتضرر في الاحتفاظ بزبنائه وإعادة تصحيح الوضع المختل نتيجة هذه الأعمال غير المشروعة[3] .

2- **التعويض عن الأضرار:** إضافة إلى وقف الأعمال، تقضي المحكمة بتعويض يتناسب ودرجة الضرر الذي لحق المدعي إذا ما تحقق هذا الضرر، فإذا وقع عمل غير مشروع، كان للمتضرر الحق في التعويض عن العمل غير المشروع الذي ألحق به الضرر[4] .

والتساؤل المطروح في هذا الصدد هو أنه متى ينشأ الحق في التعويض؟

هناك خلاف فقهي وقضائي حول هذا الإشكال، فرأي يقول أن هذا الحق يوجد من وقت وقوع الضرر، ورأي ثان يعتبر أنه لا ينشأ إلا من تاريخ المطالبة القضائية و رأي ثالث يعتبر بأنه يتحقق من وقت صدور الحكم، إلا أن الرأي المستقر عليه هو أن حق المتضرر ينشأ من "وقت وقوع الضرر" ذلك أن "العمل غير

---

[1] قرار مشار إليه عند محمد محبوبي، "النظام القانوني للعلامات"، مرجع سابق، ص 185.

[2] قرار مشار إليه عند كمال محرر، مقال سابق، ص 257–258.

[3] محمد محبوبي، " النظام القانوني للعلامات"، مرجع سابق ص 185.

[4] لأنه قد نصادف حالات لا يكون فيها الضرر قد تحقق بصفة نهائية كما هو الحال في صور الضرر الاحتمالي.

المشروع" هو "مصدر الحق في التعويض" وبالتالي فالضرر يتحقق من وقت صدور العمل غير المشروع وبالتالي وجب التعويض عنه من ذلك الوقت[1].

الفرع الثالث: المقارنة

سنتناول في هذا الفرع أوجه التشابه وأوجه الاختلاف بين القانونين الجزائري والمغربي، فيما يخص الجرائم المتعلقة بالعلامات التجارية، والجزاءات المقررة عن الدعوى المدنية المقررة على الجاني.

أولا: أوجه التشابه

- المشرع الجزائري حذف الحبس كعقوبة ردعية لأعمال المنافسة غير المشروعة، إلا أنه رفع قيمة الغرامة، و ربما هذا راجع لنظرة المشرع الجزائري بعدم فاعلية عقوبة الحبس و قدرتها على قمع هذه الأعمال بقدر الغرامة المرتفعة، فخمسمائة ألف دينار جزائري يعتبر مبلغا زهيدا كغرامة يمكن لأي عون اقتصادي دفعها، دون أن تتضرر ميزانيته المالية، كما أنها لا تساوي شيئا مقابل ما جناه من أرباح من وراء الفعل غير المشروع، أما الغرامة المقدرة بخمسة ملايين دينار جزائري فتضر بالعون الاقتصادي مما تجعله يفكر قبل قيامه بأي عمل، هذا من جهة، و من جهة أخرى فإن فكرة فرض الغرامات المالية أكثر فائدة بالنسبة للاقتصاد الوطني من توقيع عقوبة الحبس على المخالفين، كما نجد أن المشرع المغربي لم يقر أصلا عقوبة الحبس كعقوبة ردعية لأعمال المنافسة غير المشروعة وذلك واضح من خلال نص المادة 185 من قانون 17/97 إذ تنص على أنه " لا يمكن أن تقام على أعمال المنافسة غير المشروعة إلا دعوى مدنية لوقف الأعمال التي تقوم عليها ودعوى المطالبة بالتعويض ".
- رغم أهمية موضوع المنافسة غير المشروعة، إلا أن المشرعين الجزائري والمغربي لم ينظما هذه الدعوى بنصوص قانونية صريحة و محددة، وهذا رغم صدور الأمر06/03 المتعلق بالمنافسة، والقانون02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية هذا فيما يخص القانون الجزائري ، وتعريف المنافسة غير المشروعة في المادة 184 من خلال القانون رقم 97-17 المتعلق بحماية الملكية الصناعية بالنسبة للقانون المغربي ، بحيث نجد أن كلا منهما اقتصر على ذكر الممارسات المنافية للمنافسة المشروعة، دون التطرق إلى القواعد التي تحكم دعوى المنافسة غير المشروعة، بحيث ترك أمرها للقضاء والفقه.
- بالنسبة للمشرعين الجزائري والمغربي لم يضعا قواعد خاصة تنظم المسؤولية الناتجة عن أعمال المنافسة غير المشروعة، إلا أن القانونيين الجزائريين والمغربيين اعتمدوا على الأساس التقليدي بحيث بنوا المنافسة غير المشروعة على أساس المسؤولية التقصيرية، و هذا وفقا للقواعد العامة للقانون الجزائري حسب نص المادة124من القانون المدني التي تنص على أن: "كل عمل أيا كان يرتكبه المرء ويسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه التعويض"، ووفقا كذلك لمقتضيات الفصل 77 من ظهير الالتزامات والعقود في القانون المغربي .

[1] كمال محرر، مرجع سابق، ص 259.

- كما نلاحظ أن المشرعين الجزائري والمغربي لم يحددا المعايير التي يمكن اعتمادها أثناء تحديد مبلغ التعويض مما يؤدي بنا إلى الرجوع إلى القواعد العامة للقانون المدني الواردة في باب المسؤولية والتعويض عن الخطأ والعمل غير المشروع.
- وبالنسبة للقانون الجزائري، فلم يفرق بين تأسيس دعوى المنافسة غير المشروعة على الخطأ العمدي أو على مجرد الإهمال، إذ نجد أساسها في المادة124 من القانون المدني الجزائري، والتي ترى بأن حدوث الخطأ يلزم مرتكبه التعويض مهما كانت طبيعة هذا الخطأ، عمدي أو غير عمدي، أي تم ارتكابه عن إهمال أو قلة احتراز، فلم يشترط سوء النية لتحقق المنافسة غير المشروعة، ويرجع تقدير الخطأ للسلطة التقديرية للقاضي وهذا ما اعتمد عليه المشرع المغربي بتعريفه للخطأ في الفقرة الأخيرة من الفصل 78 من ظهير الالتزامات والعقود بأنه: " ترك ما كان يجب فعله أو فعل ما كان يجب الإمساك عنه، وذلك من **غير قصد لإحداث ضرر".**

ثانيا: أوجه الاختلاف

فيما يخص الجزاءات المدنية المقررة على الجاني على العلامات التجارية، في إطار دعوى التزييف المدنية التي من ضمنها المنافسة غير المشروعة كما يسميها المشرع المغربي، وفي إطار المنافسة غير المشروعة بالنسبة للمشرع الجزائري، نجد أن الاختلاف ضئيل جدا بل يكاد ينعدم، إلا ما نلحظه في عنصرين اثنين فيما يخص:

النشر نجد أن المشرع الجزائري أقره في الجزاءات المدنية، بينما نجد المشرع المغربي أقره في العقوبات الجزائية، **والغلق الإداري** الذي أقره المشرع الجزائري حيث تغلق المحلات التجارية لمدة لا تتجاوز 30يوما، وقد تضاعف هذه العقوبة في حالة العود بمنع العون الاقتصادي المحكوم عليه من ممارسة نشاطه التجاري مؤقتا، بل قد تصل إلى شطب سجله التجاري، ويقابل هذه العقوبة الحرمان من حق العضوية في الغرف المهنية الذي أقرها المشرع المغربي ولكنه قيد هذه العقوبة بزمان معين عكس المشرع الجزائري، حيث قال يحرم الأشخاص المحكوم عليهم من حق العضوية في الغرف المهنية طوال مدة لا تزيد عن خمس سنوات.

خاتمة

خاتمة

لقد كرست النصوص القانونية الوطنية إرادة كل من المشرع الجزائري والمغربي في تبني القواعد الدولية بالموازاة مع تطلع الجزائر إلى الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة، ودخول المغرب للمنظمة العالمية للتجارة 01 جانفي 1955 خاصة منذ دخول اتفاقية تربس حيز التطبيق، بحيث تحقق ذلك من خلال سلسلة من الأوامر تم اتخاذها من طرف المشرعين الجزائري والمغربي تنظيما لمختلف حقوق الملكية الفكرية خاصة فيما يخص تنظيم العلامات التجارية و كذا بالنسبة للترسانة القانونية المتعلقة بتدخل المؤسسات في مواجهة جرائم العلامات التجارية.

و في دراسة استقرائية لتطور المنظومة القانونية الجزائرية والمغربية فيما يتعلق بالانشغال الدائم بحماية العلامات التجارية من جرائم العلامات، فالجزائر والمغرب قد كانتا، و منذ استقلالهما، سباقتان لتبني المساعي الدولية المتكاثفة لحماية العلامات من جرائم التعدي بمختلف فروعه و أشكاله.

حيث سارعت كل من الجزائر والمغرب للانضمام إلى مختلف الاتفاقيات الدولية و كذا للانخراط ضمن أعرق المؤسسات الدولية التي ما فتئت تأخذ على عاتقها مهمة إرساء قواعد دولية متناسقة في هذا الإطار.

وفي نهاية هذه الدراسة، يمكن أن نخلص القول بأن موضوع جرائم الاعتداء في مجال العلامات، لا يزال غير مألوف لدى القانونين الجزائري والمغربي، بالرغم من الانفتاح الاقتصادي الذي تشهده الدولتان، وتطور المنظومة القانونية المنظمة لحقوق الملكية الصناعية عموما، والنظام القانوني للعلامة خصوصا.

وكتقييم عام لما تم التطرق إليه، يمكن القول أن المشرعين الجزائري والمغربي تمكنا من وضع نظام قانوني خاص بالعلامة التجارية، مبرزين أهميتها وضرورة المحافظة عليها، كما بينا الحقوق المترتبة عن هذا الاعتراف، وكيفية التصرف في ذلك الحق.

ان حماية الحق المكتسب لصاحب العلامة التجارية المعترف بها قانونا يشوبه بعض الغموض، من حيث أن المشرعين الجزائري والمغربي بقدر حرصهما على الإلمام بجميع جوانب الحماية المفروضة للعلامة التجارية، بقدر ما غاب عن تلك الأحكام الدقة والتفصيل في ما يتعلق بمسألة التجريم والقصد الجنائي، بالإضافة إلى ضبط شروط قيام المسؤولية المدنية والجزائية للمتعدي على العلامة التجارية، حتى يسهل متابعة كل من يرتكب فعل من أفعال التعدي على الحق في العلامة التجارية.

فقد يجد صاحب العلامة التجارية نفسه في مواجهة جملة من الأفعال أو الأعمال التي تضر بعلامته، أو تعد على حقوقه الاستئثارية المخولة له قانونا، لكنه في كثير من الأحيان لا يستطيع أن يميز بين ما يشكل اعتداء على علامته وما يدخل في نطاق المنافسة غير المشروعة، كما لا يمكنه حتى أن يكيف تلك الأفعال أصلا، فقد يقوم أحدهم بتقليد علامة، والآخر يقوم بوضعها على السلع، ويقوم آخر بترويجها على أساس أنها العلامة الأصلية، ويقوم الآخر ببيعها للمستهلك، فيجد أصحاب تلك الحقوق أنفسهم في حيرة من أمرهم، غير قادرين على تحديد المسؤول عن تبعة هذا التقليد، هل هم شركاء فيه، أم أن فعل كل واحد منهم مستقل عن الآخر، هل هي جريمة، أم خطأ موجب للتعويض فقط.

اعترافا من المشرعين الجزائري والمغربي بأهمية العلامة التجارية، وإدراكا منهما لخطورة الاعتداء عليها، سواء بالنسبة لمالكها، أو بالنسبة للمستهلك الذي يتم التلاعب بإرادته وتهديد صحته وسلامته، ناهيك عن الأخطار والخسائر التي بتكبدها الاقتصاد الوطني، سعى كل من المشرعين الجزائري والمغربي إلى تجريم كل فعل من شأنه أن يمس بالعلامة، وألزم كل شخص قامت مسؤوليته عن ذلك بالتعويض عما ألحقه من أضرار.

وعليه يمكن أن نوصي بالاقتراحات التالية:

- ضرورة تحيين قانون العلامات بما يتوافق مع التطور الحاصل في أشكالها من خلال إدراج علامات الصوت والرائحة والعلامات المجسمة ثلاثية الأبعاد لحمايتهم من جرائم الاعتداء.
- على المشرعين الجزائري والمغربي تنظيم الحماية المدنية للعلامات التجارية في إطار مدونة أكثر تفصيل من خلال إدماج أحكام جديدة أكثر دقة في قانون العلامات تخص عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية لإضفاء حماية أكثر فعالية من خلال بيان التزامات المرخص له، و التي ترتب المسؤولية العقدية له في حال مخالفتها، و كذا توضيح صور الخطأ والتعدي على العلامة التجارية سواء في إطار تعاقدي أو في إطار أحكام المنافسة غير المشروعة وكذا عناصر التعويض .
- وجوب تنصيب الأقطاب القضائية المتخصصة و وجود قضاة ذو كفاءات عالية في مجال الملكية الصناعية عامة والعلامات التجارية خاصة للفصل في النزاعات المتعلقة بالعلامات.
- يجب على المشرعين الجزائري والمغربي أن يجمعا مختلف التقنينات المتعلقة بالعلامات التجارية عموما، والخاصة بجرائم العلامة التجارية خصوصا في تشريع موحد، يشمل مختلف الأحكام التي تطبق على العلامة التجارية، دون أن يترك مجالا للشك أو التردد في اللجوء إلى الأحكام العامة المنصوص عليها في قانون الإجراءات المدنية، والقانون المدني والقانون التجاري.
- بالرغم من أن المشرعين الجزائري والمغربي ألما بأهم الجوانب التنظيمية للعلامة، إلا أن تلك الأحكام تبقى موصوفة بالتوسع والشمولية، خاصة ما تعلق منها بالتجريم والعقاب وإجراءات المتابعة، لذا يجب على المشرعين الجزائري والمغربي أن يضعا تشريعات أكثر دقة من أجل تكييف المنظومة القانونية للسماح بالانضمام إلى أهم الاتفاقيات الدولية وخاصة اتفاقية "تريبس".
- ندعو إلى الاهتمام بجانب إعلام وتوعية المستهلك حول خطورة انتشار واستعمال تلك السلع أو الخدمات التي تحمل علامات مقلدة، فالمستهلك بحاجة إلى "العناية" و"التوعية" و"التثقيف" -بخطورة وحساسية أعمال التقليد- قبل الحماية منها، سواء كان ذلك على مستوى الأفراد أو على مستوى المؤسسات، وذلك بزيادة وتنسيق الجهود والأعمال التكاملية بين جميع الجهات، سواء كانت أجهزة حكومية، أو جمعيات حماية المستهلك، في إطار مواجهة تلك الأعمال، مع أهمية إشراك أفراد المجتمع في تلك الجهود من خلال المؤتمرات والندوات ووضع الجوائز القيمة والتحفيزية لكل من يساهم في كشف وفضح تلك العمليات الإجرامية الخفية.

- كان يتعين على المشرعين الجزائري والغربي أن يفصلا في الجرائم الماسة بالحق في العلامة التجارية، حتى يتبين لأصحاب العلامات التجارية مجال الحماية القانونية، ويأخذ جميع الأعوان الاقتصاديين احتياطاتهم من أجل تجنب المساس بالحقوق المخولة لأصحاب العلامات التجارية المسجلة.
- يتعين على الدولة الجزائرية والمغربية أن توليا اهتماما كبيرا بالقضاة وتكوينهم تكوينا كافيا للفصل في المنازعات الناشئة عن العلامات، إذ تختلف حقوق الملكية الصناعية عن الحقوق التقليدية.
- على المشرعين الجزائري والمغربي أن يدرجا ضمن قانونهما المتعلق بالعلامات الأجهزة المتخصصة بحماية العلامات من الاعتداء ، وأن يدرجا آليات تدخل إدارة الجمارك للحد من ظاهرة جرائم العلامات.
- وكتحصيل حاصل، يتعين على المشرعين الجزائري والمغربي أن يميزا كل فعل من أفعال الاعتداء بالعقوبة المتناسبة مع درجة خطورة ذلك الاعتداء، وقيمة جبر ذلك الضرر.
- و يضاف إلى جملة هذه المطالب والتوصيات، مثلا فكرة وضع لجنة وطنية لمكافحة جرائم التقليد مثلما هو الحال في فرنسا تكون بمثابة مساحة حوار مهمتها التحسيس بمخاطر تقليد العلامات التجارية، و التنسيق بين مختلف الفاعلين في ظل مخطط وطني لمكافحة الظاهرة يجسد إرادة السلطات العمومية و التزامها في قمع جنح التقليد، وكذا ضرورة اشتراك المجتمع المدني في حماية العلامات التجارية من التعدي على العلامات وتطوير الحركة الجمعوية من خلال تحسيس المستهلك بمخاطر جرائم العلامات و تجريمه القانوني مع تدعيم وظيفة الاتصال.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

أولا: النصوص القانونية .

I. القوانين :

1- القانون رقم 02/04 المؤرخ في 23يونيو2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

2- القانون رقم 15/04 المؤرخ في10نوفمبر 2004 المعدل والمتمم للأمر رقم 156/66 المؤرخ في 08جوان1966 والمتضمن قانون العقوبات، الجريدة الرسمية الصادرة بتاريخ 10نوفمبر2004 عدد71.

3- القانون رقم 17/97 المتعلق بحماية الملكية الصناعية (الصادر بموجب الظهير رقم1-00-91 المؤرخ في 09ذي القعدة 1420 الموافق لـ15 فبراير 2000).

4- القانون رقم 07/79 المؤرخ في 21 جويلية 1979المتضمن قانون الجمارك المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 10/98 المؤرخ في أوت 1998.

II. الأوامر:

1- الأمر رقم 06/03 المؤرخ في 19جمادى الأولى عام 1424 الموافق لـ19يوليوسنة2003 المتعلق بالعلامات التجارية، **الجريدة الرسمية** الصادرة في23يوليو2003، عدد44.

2- الأمر رقم 03/03 المؤرخ في 19يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة، **الجريدة الرسمية** الصادرة في 20يوليو2003، عدد43.

3- الأمر رقم65/76 المؤرخ في16يوليو1976 المتعلق بتسميات المنشأ، الجريدة الرسمية الصادرة في25رجب1396.

4- الأمر58/75المؤرخ في 26 سبتمبر 1975،المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم بموجب القانون 05/07 المؤرخ في13ماي2007، **الجريدة الرسمية** الصادرة في 13ماي2007، عدد31.

5- الأمر رقم 57/66المؤرخ في 19 مارس 1966 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، **الجريدة الرسمية** الصادرة بتاريخ 22مارس1969، عدد23 الملغى بموجب الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية.

6- الأمر 86/66 المؤرخ في 1966/04/28 المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية، **الجريدة الرسمية** الصادرة في 1966/05/03، عدد35.

III. المراسيم والقرارات.

1- المرسوم التنفيذي 277/05 المؤرخ في 02أوت2005الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، **الجريدة الرسمية** الصادرة في07أوت2005، عدد54.

2- المرسوم التنفيذي رقم68/98 المؤرخ في 21 فيفري1998 المتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويحدد قانونه الأساسي، **الجريدة الرسمية** الصادرةفي01مارس1998، عدد11.

3- المرسوم التنفيذي رقم257/98المؤرخ في25أوت1998 **المتعلق** بشروط وكيفيات إقامة خدمات الأنترنت واستغلالها، والمعدل بموجب المرسوم التنفيذي 307/2000 المؤرخ في 14أكتوبر2000، **الجريدة الرسمية** الصادرة في 19 أكتوبر 2000، عدد60.

ثانيا: الكتب والمؤلفات:

ا. الكتب :

1- العلامة أبي الفضل جمال الدين ابن منظور، **لسان العرب**، المجلد العاشر، الطبعة الأولى، دار صادر بيروت،2005.

2- أحمد محمد محرز ، **الحق في المنافسة المشروعة**، منشورات النسر الذهبي، القاهرة، السنة 1994.

3- اسحق إبراهيم منصور، **نظريتا القانون والحق**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر1992.

4- جوزيف نخلة سماحة، **المزاحمة غير المشروعة**، الطبعة الأولى، مؤسسة عزالدين للطباعة والنشر، عمان1991.

5- ولد قادة مختار، **الحماية القانونية للعلامة التجارية في الجزائر، دراسة مقارنة مع تربيس**، المكتبة المصرية للنشر والتوزيع، الجيزة2011.

6- حمادي زوبير، **الحماية القانونية للعلامات التجارية**، الطبعة الأولى، منشو ارت الحلبي الحقوقية للنشر والتوزيع، لبنان، 2012.

7- حمدي غالب الجغبير، **العلامات التجارية: الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها**، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت2012.

8- يونس بنونة، **العلامة التجارية بين التشريع والاجتهاد القضائي**، مطبعة النجاح الجديدة، الدار البيضاء 2006.

9- لويس معلوف، **المنجد في اللغة**، الطبعة السابعة عشر، بدون مكان طبع ولا سنة طبع.

10- محمد مصطفى عبد الصادق، **الحماية القانونية للعلامات التجارية إقليميا ودوليا**، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، مصر 2011.

11- محمد بن أبي بكر الرازي، **مختار الصحاح**، دار الكتاب العربي، بدون مكان طبع ولا سنة نشر.

12- محمد حسني عباس، **التشريع الصناعي**، دار النهضة العربية، القاهرة1967.

13- محمد محبوبي، **النظام القانوني للعلامات في ضوء التشريع المغربي المتعلق بحقوق الملكية الصناعية والاتفاقيات الدولية**، الطبعة الأولى، دار أبي رقراق للطباعة والنشر2000.

14- محمد لفروجي، **الملكية الصناعية والتجارية – تطبيقاتها ودعاواها المدنية والجنائية- الطبعة الأولى**، مطبعة النجاح الجديدة، أكتوبر 2002.

15- مصطفى موسى العطيات، **حماية العلامة التجارية إلكترونيا**، الطبعة الأولى، دار وائل. للنشر والتوزيع، الأردن، سنة، 2011.

16- منير محمد الجنبيهي، **العلامات والأسماء التجارية**، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية2000.

17- سائح سنقوقة. **الدليل العملي في إجراءات الدعوى المدنية**. دار الهدى للطباعة و النشر، الجزائر دون سنة نشر.

18- سميحة القليوبي، **الوجيز في التشريعات الصناعية**، مكتبة القاهرة الحديثة، مصر1976.

19- ـــــــــــــ، **الملكية الصناعية**، دار النهضة العربية للنشر، الطبعة الرابعة، القاهرة2003.

20- سمير فرنان بالي ونوري جمو، **الموسوعة العلمية في العلامات التجارية الفارقة والمؤشرات الجغرافية والرسوم والنماذج الصناعية دراسة مقارنة**، الطبعة الأولى منشورات الحلبي القانونية، بيروت، لبنان2007.

21- سمير جميل حسن الفتلاوي، **الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1988.

22- عبد الفتاح بيومي حجازي، **الملكية الصناعية في القانون المقارن**، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2008.

23- عبد الله حسين الخشروم، **الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية**، دار وائل للنشر، عمان2008.

24- عبد الله سليمان، **شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم العام، ج 1**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر1998.

25- عبد الواحد العلمي، **المبادئ العامة للقانون الجنائي المغربي**، الجزء الأول، مطبعة النجاح الجديدة، طبعة1998.

26- عماد الدين محمود سويدات، **الحماية المدنية للعلامات التجارية**، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان 2012.

27- علي نديم الحمصي، **الملكية التجارية والصناعية** ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2010.

28- علي حسن يونس، **المحل التجاري**، دار الفكر العربي، القاهرة1977.

29- عامر محمود الكسواني، **التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان 2010.

30- عباس محمد حسنين، **الملكية الصناعية والمحل التجاري**، الجزء الثاني، دار النهضة العربية، القاهرة1969.

31- عجة الجيلالي، **أزمات حقوق الملكية الفكرية**، دار الخلدونية، الجزائر2012.

32- عدنان غسان برانبو، **التنظيم القانوني للعلامة التجارية**، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت2013.

33- فاضلي إدريس، **الملكية الصناعية في القانون الجزائري**، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2013.

34- فاضلي إدريس، **المدخل إلى الملكية الفكرية، الملكية الأدبية والفنية والصناعية**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر2004.

35- فرحة زراوي صالح، **الكامل في القانون التجاري الجزائري**، الحقوق الفكرية، ابن خلدون للنشر والتوزيع، عمان2010.

36- فؤاد معلال، **شرح القانون التجاري المغربي الجديد**، مطبعة النجاح الجديدة للدار البيضاء، الطبعة الثانية، الدار البيضاء2001.

37- ـــــــــــ، **الملكية الصناعية والتجارية**، دراسة في القانون المغربي والاتفاقيات الدولية، الطبعة الأولى، دار الآفاق المغربية للنشر والتوزيع، الدار البيضاء2009.

38- صلاح زين الدين، **الملكية الصناعية والتجارية**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.

39- ـــــــــــ، **العلامات التجارية وطنيا ودوليا**، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2006.

40- رجائي الدقي، مختار سعد، **العلامات التجارية ودورها في حماية المنتج والمستهلك**، مطبعة الاعتماد، الاسكندرية 2000.

41- ناصر محمد عبد الله سلطان، **حقوق الملكية الفكرية**، الطبعة الأولى، إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.

42- ناصر عبد الحليم السلامات، **الحماية الجزائية للعلامات التجارية**، دار النهضة العربية للنشر، القاهرة2008.

43- نصار سيد أحمد و مصطفى محمد، **المعجم الوسيط**، الجزء الأول والثاني، الطبعة الأولى، دار إحياء التراث العربي للطباعة والنشر،2008.

44- نوارة حسين، **الملكية الصناعية في القانون الجزائري**، الأمل للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر2015.

II. المذكرات والرسائل الجامعية:

1- إلهام زعموم حماية المحل التجاري -دعوى المنافسة غير المشروعة، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2004/2003.

2- وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون أعمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015.2014.

3- محمد عبد الرحمان الشمري، حماية العلامة التجارية وفقا لاتفاقية تريبس، رسالة لنيل درجة دكتوراه في القانون، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، مصر 2004.

4- راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، رسالة دكتوراه، جامعة مولود معمري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، تيزي وزو2014.

III. المقالات :

1- طارق البختي، حماية العلامة التجارية من التزييف، مقال منشور بالمجلة المغربية لقانون الأعمال والمقاولات، عدد 16، ماي 2009.

2- كمال محرر، الحماية القانونية لحقوق الملكية الصناعية بالمغرب – العلامة التجارية نموذج- مقال منشور بمجلة القضاء والقانون، عدد 151، السنة 2005.

3- قرموش عبد اللطيف، تقليد العلامات التجارية في ضوء القانون والاجتهاد القضائي، مجلة المحكمة العليا، عدد خاص بالتقليد في ضوء القانون والاجتهاد القضائي، قسم الوثائق 2012 .

4- رياض فخري، تزييف العلامة التجارية وعلامات الصنع والخدمات، مقال منشور بمجلة رحاب المحاكم، عدد 2، السنة 2009.

IV. مواقع إلكترونية :

1- http://www.ompic.org.ma/ar/content/yd-llm-ltjry-fy-lmgrb

V. قرارات المحكمة العليا:

1- قرار بتاريخ 2007/02/07 ملف رقم 261209 عن الغرفة التجارية والبحرية، **مجلة المحكمة العليا**، عدد01، 2003.

2- قرار بتاريخ 2007/04/04 ملف رقم 399796 عدد خاص بالتقليد في ضوء القانون والاجتهاد القضائي، **مجلة المحكمة العليا**، 2012.

الفهرس

الفهـــــــــــــرس

مقدمة 01
الفصل الأول: العلامة التجارية محل الحماية 05
المبحث الأول : مفهوم العلامة التجارية 06
المطلب الأول : تعريف العلامة التجارية وتمييزها عن ما يشابهها 06
الفرع الأول : تعريف العلامة التجارية 06
أولا : التعريف اللغوي للعلامة 08
ثانيا: التعريف التشريعي للعلامات التجارية 07
ثالثا : التعريف الفقهي للعلامات التجارية 07
الفرع الثاني: تمييز العلامات التجارية عن ما يشابهها 08
أولا : تمييز العلامة التجارية عن الاسم التجاري 08
ثانيا : تمييز العلامة التجارية عن تسمية المنشأ 08
ثالثا : تمييز العلامة التجارية عن النموذج والرسم الصناعي 09
رابعا: تمييز العلامة التجارية عن الوسم التجاري 09
المطلب الثاني : شروط صحة العلامة التجارية 10
الفرع الأول : الشروط الموضوعية لصحة العلامة التجارية 10
أولا : شرط الصفة المميزة 10
ثانيا: شرط الجدة 11
ثالثا: شرط المشروعية 13
الفرع الثاني : الشروط الشكلية لصحة العلامة التجارية 13
أولا: الهيئة المتخصصة بالفحص والتسجيل 14
ثانيا: الإجراءات 14
المبحث الثاني: تصنيف العلامات التجارية 19
المطلب الأول : أنواع العلامات التجارية 19
الفرع الأول: أنواع العلامات التجارية حسب محلها والهدف من استعمالها 20
أولا: أنواع العلامات التجارية حسب محلها 20
ثانيا: أنواع العلامات التجارية حسب الهدف من استعمالها 21
الفرع الثاني: أنواع العلامات التجارية من حيث طريقة استخدامها ومعرفة الجمهور لها 22
أولا: أنواع العلامات التجارية من حيث طريقة استخدامها 22
ثانيا: أنواع العلامات التجارية من حيث معرفة الجمهور لها 24
المطلب الثاني: أشكال العلامات التجارية 25
الفرع الأول: العلامات الاسمية 25

أولا: أسماء الأشخاص 25
ثانيا: التسميات المبتكرة 26
ثالثا: الاسم الجغرافي 27
رابعا : الحروف والأرقام والمختصرات 27
الفرع الثاني: العلامات التصويرية (الشكلية) والعلامات غير المرئية 28
أولا: العلامات التصويرية(الشكلية) 28
ثانيا: العلامات غير المرئية 31
الفصل الثاني: الحماية الجزائية للعلامات التجارية في التشريعين الجزائري والمغربي 33
المبحث الأول: صور جرائم العلامات التجارية في التشريعين الجزائري و المغربي 34
المطلب الأول: جرائم العلامات التجارية في التشريع الجزائري 34
الفرع الأول: الركن المادي لجريمة تقليد العلامة التجارية 34
أولا: أفعال التقليد الواقعة على ذاتية العلامة التجارية 34
ثانيا: صور التقليد 37
الفرع الثاني: الركن المعنوي لجريمة تقليد العلامة التجارية 38
أولا: الركن المعنوي لجريمتي النسخ والتشبيه 38
ثانيا: الركن المعنوي في جريمتي استعمال علامة مقلدة وبيع علامة مقلدة أو عرضها للبيع 39
الفرع الثالث: الإجراءات التحفظية وشروطها 39
أولا: الإجراءات التحفظية 39
ثانيا: شروط الإجراءات التحفظية 40
المطلب الثاني: جرائم العلامات التجارية في التشريع المغربي 41
الفرع الأول: جنحتي التزييف والتقليد 41
أولا: عناصر جنحة التزييف 41
ثانيا: عناصر جنحة التقليد 42
الفرع الثاني: إجراءات الدعوى الجنائية والإجراءات التحفظية 43
أولا: المسطرة المتبعة 44
ثانيا: الإجراءات التحفظية 47
المبحث الثاني: الجزاءات المقررة في التشريعين الجزائري والمغربي فيما يخص الجرائم الخاصة بالعلاما... 48
المطلب الأول: العقوبات الجزائية 48
الفرع الأول: في القانون الجزائري 48
أولا: العقوبات الأصلية 49
ثانيا: العقوبات الإضافية(التكميلية) 50

الفرع الثاني: في القانون المغربي..... 51
أولا: العقوبات الأصلية..... 51
ثانيا: العقوبات الإضافية(التكميلية)..... 52
الفرع الثالث: المقارنة..... 52
أولا: أوجه التشابه..... 52
ثانيا: أوجه الاختلاف..... 54
المطلب الثاني: الجزاءات المقررة عن الدعوى المدنية..... 55
الفرع الأول: في القانون الجزائري..... 55
أولا: الجزاءات المقررة في المنافسة غير المشروعة..... 55
ثانيا: الجزاءات المترتبة عن دعوى التعويض..... 61
الفرع الثاني: في القانون المغربي..... 62
أولا: الجزاءات المترتبة عن دعوى التزييف المدنية..... 62
ثانيا: الجزاءات المترتبة عن دعوى المنافسة غير المشروعة..... 64
الفرع الثالث: المقارنة..... 65
أولا: أوجه التشابه..... 65
ثانيا: أوجه الاختلاف..... 66
الخاتمة..... 67
قائمة المصادر والمراجع..... 70
الفهرس..... 75