جامعة زيان عاشور – الجلفة

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق

استغلال العلامة التجارية الأجنبية في الجزائر في ظل قانون الإستثمار دراسة حالة رونو

مذكرة ضمن متطلبات

نيل شهادة الماستر حقوق تخصص ملكية فكرية

إعداد الطالبين:

شاوي أمحمد

بوهلة عبد القادر

السنة الجامعية: 2017 / 2018

جامعة زيان عاشور – الجلفة

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق

استغلال العلامة التجارية الأجنبية في الجزائر في ظل قانون الإستثمار دراسة حالة رونو

مذكرة ضمن متطلبات

نيل شهادة الماستر حقوق تخصص ملكية فكرية

إعداد الطالبين:

شاوي أمحمد

بوهلة عبد القادر

إشراف الأستاذ:

ضيفي النعاس

السنة الجامعية: 2017 / 2018

جامعة زيان عاشور – الجلفة

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق

استغلال العلامة التجارية الأجنبية في الجزائر في ظل قانون الإستثمار دراسة حالة رونو

مذكرة ضمن متطلبات

نيل شهادة الماستر حقوق تخصص ملكية فكرية

إعداد الطالبين: إشراف الأستاذ:

شاوي أمحمد ضيفي النعاس

بوهلة عبد القادر

لجنة المناقشة:

أ. .....رئيسا

أ. .....مشرفا ومقررا

أ. .....مناقشا

السنة الجامعية: 2017 / 2018

بسم الله الرحمن الرحيم

الإهداء

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين

نهدي هذا العمل إلى:

من ربتانا وأنارتا دربينا وأعانتانا بالصلوات والدعوات،

إلى أغلى إنسان في هذا الوجود أمهاتنا الحبيبتان،

إلى من عملا بكد في سبيلنا وعلمنا معنى الكفاح،

وأوصلانا إلى ما نحن عليه أبوينا الكريمين أدامهما الله لنا،

إلى زوجتينا وأولادنا،

إلى إخوتنا، إلى أخواتنا،

إلى كامل عائلة شاوي وبوصلة،

إلى أصدقائنا وزملائنا،

إلى جميع أساتذة معهد الحقوق والعلوم السياسية،

خاصة الأستاذ ضيفي النعاس،

إلى من عمل معنا بكد بغية إتمام هذا العمل،

مقدمة

مقدمة:

إن الابتكار والمنافسة المشروعة قرينان للتقدم الاقتصادي، لاريب أن من عوامل الازدهار والنمو الاقتصادي للدولة وجود نظام قانوني قوي و متكامل يكفل الحماية للمبتكرين على اختراعهم وحماية المشروعات المتنافسة من خطر التقليد.

واعتبار أن الجزائر تعتمد على المنافسة الحرة في أسواقها الخاصة بالإنتاج و الخدمات فان الدعاية التجارية عن طريق العلامات التجارية هي التي تخلق السوق لما لها من تأثير في عقيدة الجمهور.

فالعلامة التجارية هي التي يتخذها الصانع أو التاجر شعار لمنتجاته أو بضاعته تمييزا لها عن غيرها من المنتجات و البضائع المتماثلة وهي من أهم الوسائل التي يلجا إليها التاجر والصانع لتمكين المستهلك من التعرف على سلعته اينما وجدت، وضمان عدم تضليل الجمهور.

فاستخدام العلامة التجارية ليس حديث النشأة، فالرومانيون هم أول من استعملها ثم تلاهم الايطاليون في الفرن الخامس عشر ,حيث كان استخدام علامات الصناعة إلزامي، أين كان يسود نظام الطوائف لتمييز منتجات كل طائفة عن الأخرى، وبعد ثورة 1789 في فرنسا ثم إلغاء النظام واختفاء بالتبعية نظام العلامات الإلزامية وأصبح وضع العلامة على المنتوج اختياري واستمر الوضع على هذا الحال إلى غاية اندلاع الحرب العالمية الأولى وظهور أنواع مختلفة للملكية" الملكية الصناعية، المكية التجارية، الملكية الاقتصادية.

إن العلامة كحق من الحقوق الملكية الصناعية أصبحت مال معنوي من الممكن تملكه وأضحت تحتل مكانة هامة بالنظر لما تشكله من قيمة مادية كبيرة ,إذ تشكل في الأحيان القيمة الأعلى من عناصر المشروع التجاري الذي يقوم على استغلالها، هذه القيمة تحتاج إلى وسيلة فعالة لحمايتها من الاعتداء عليها و استغلال شهرتها بصورة غير مشروعة.

فقد قررت لها التشريعات العالمية تلك الحماية بالنظر لأهمية التي تحتلها، فهي تحدد المصدر الشخصي للمنتجات أو البضائع أي للمنتج لها، كما أنها تحدد المصدر الافليمي، أي جهة الانتاج التي تدل على مصدر المنتجات ,فيكفي ان يذكر المشتري اسم العلامة التي تحملها السلعة التي يود شرائها دون الحاجة لبيان اوصاف وسمات الشيء المراد شراؤه، وهي وسيلة ضمان

لجمهور المستهلكين، لضمانها لهم المنتجات و البضائع المقصودة لديهم، ووسيلة ضمان للصناع والتجار ومقدمي الخدمات، اذبها يتميزون عن الآخرين في ميدان التعامل لأنها تعطي ذاتيتها في المنتجات والبضائع والخدمات.

وتعتبر العلامة التجارية إحدى وسائل الإعلام المهمة سواء من حيث النوع المرتب للضمان أو طريقة التحضير، مما يؤدي إلى رفع الثقة بالمنتجات و البضائع فتحل محل ثقة الجمهور، إذ تحدد مركز المنتج أو الصانع أو مقدم الخدمة بين المنافسين الآخرين، وتعتبر وسيلة هامة من وسائل المنافسة المشروعة، إذ أنها تلعب دورا هاما في تحقيق العدالة بينهم لينال كل منهم ثقة المستهلكين بقدر حرصه على تحسين منتجاته أو بضائعه أو خدماته و المحافظة على جودتها من اجل كسب الشهرة المأمولة، فهي تلعب دورا فعالا في ضمان حقوق المستهلكين من ضروب الغش و الاحتيال حول مواصفات الصناعات أو البضائع أو الخدمات التي يتلقونها من يد هؤلاء، وذالك من خلال الرجوع عليهم رجوعا قانونيا مناسبا لتحديد مسؤولياتهم عن آثار تضليلهم.

لأجل هذا كله لجأت الكثير من الدول إلى التفكير و بجدية في حماية قانونية فعلية للعلامة التجارية، الأمر الذي حثت عليه الكثير من من المعاهدات الدولية و التي كانت أخرها معاهدة تريبس المتعلقة بالجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية لسنة 1994 فقد نوهت انه لايكفي لحماية تلك الحقوق ومنها حقوق العلامة التجارية بسن نصوص تشريعية فحسب، وإنما أن تتضمن تلك النصوص كيفية المعالجة و الحماية الجزائية لظاهرة الاعتداء و الاحتيال، واذاكانت تلك القوانين أو النصوص غير موجودة، فعلى الدول تعديل قوانينها الداخلية لمسايرتها للتطورات العصرية.

لاشك أن اتجاه الاستثمار إلى بلد معين يتوقف على تمكن تلك الدولة من توفير العديد من الحواجز التي تغري بها المستثمر الأجنبي، لكن في المقابل توجد عقبات تقف في وجهه ينبغي التخفيف منها أو إزالتها إذا أمكن، وتختلف من بلد لآخر حسب الإجراءات والسياسات الاستثمارية المتبعة.

فالدولة الجزائرية من بين الدول التي أولت اهتماما بمجال معاملة وتنظيم الاستثمار وطنياً كان أم أجنياً إلى جانب الإصلاحات الاقتصادية التي قامت بها، حيث نجدها أبرمت اتفاق الشراكة مع دول الاتحاد الأوروبي التي تعتبر خطوة أساسية وهامة في مسار انضمامها إلى

المنظمة العالمية للتجارة، وكذلك إبرامها للعديد من الاتفاقيات الثنائية والمتعددة الأطراف، كما قامت بوضع الركائز القانونية والتشريعية لتحفيز المستثمرين في مختلف القوانين الوطنية، فقرار الاستثمار لا يأتي إلا بعد الدراسة الدقيقة للمناخ الاستثماري للدولة المضيفة.

وللحصول على مناخ مشَجع للاستثمار يجب الجمع بين الهيئات المكلفة بمختلف العوامل المشكلة له في جهاز واحد، ينصب اختصاصه في أعلى تركيز على اتخاذ كل التدابير الضرورية للحصول على المناخ الاستثماري المناسب والذي يتماشى مع المتغيرات الإقليمية والدولية، ويكون في مستوى التنافس مع الدول الأخرى لجلب واستقطاب الاستثمارات الأجنبية، وهذا ما يظهر من خلال اعتراف المشرع الجزائري بمبدأ حرية الاستثمار في كل من الدستور والأمر رقم 03-01 المتعلق بتطوير الاستثمار كمظهر للانفتاح على الاستثمارات الأجنبية.

أهمية الموضوع

لموضوع العلامات التجارية أهمية بالغة لما تلعبه من دور أساسي في المجال الاقتصادي والتجاري الذي يعتبر ركيزة اقتصاد كل دولة فلا غنى عنها لأي مشروع اقتصادي إذ تلعب العلامة التجارية دورا رئيسيا في نجاحه وتعد وسيلة فعالة في المنافسة والتعريف بالمنتجات والخدمات المقدمة من طرف التجار عن باقي الخدمات المماثلة، لذلك عمدت الدول الحديثة إلى تنظيم أحكام خاصة بالعلامات التجارية كما كرست لها حماية خاصة في تشريعاتها الداخلية.

أسباب اختيار الموضوع

من أسباب دراستنا لهذا الموضوع تزايد الغش والتقليد والتزوير للعلامات التجارية سواءا على المستوى الداخلي أو الخارجي وأصبح انتهاك العلامة التجارية يشكل ظاهرة خطيرة وهامة بالنسبة لمالكي العلامة أو مستهلكيها كما تؤدي إلى حدوث اضطرابات وعراقيل في التجارة وبالتالي نقص الثقة والائتمان.

أهداف الدراسة

إن الهدف الرئيسي من هذه الدراسة هو معرفة مدى اهتمام المشرع الجزائري بالعلامة التجارية وكذا إبراز وتوضيح أهميتها وذلك من خلال التطرق إلى الجرائم الواقعة عليها والعقوبات والجزاءات المقررة لها.

صعوبات الدراسة

قد يعتقد البعض أن موضوع الجرائم الواقعة على العلامة التجارية هو بحث سهل وميسور الدراسة على اعتبار انه موضوع تناولته العديد من الدراسات في مختلف جوانبه غير أن الواقع غير ذلك، فالباحث فيه وحده هو من يستطيع أن يدرك صعوبة وأهمية الموضوع ومن بين هذه الصعوبات ما يلي:

- ندرة المراجع الجزائرية الخاصة بالموضوع.
- صعوبة الحصول على الأحكام القضائية الجزائرية فهي قليلة ومحدودة.
- ارتباط الموضوع بموضوعات أخرى خاصة ما بين الملكية الصناعية والفكرية.

إشكالية الدراسة

انطلاقا مما سبق فالسؤال الذي يطرح نفسه هو: كيف يقوم قانون الاستثمار الجزائري بحماية العلامة التجارية الأجنبية، وضمان حقوقها ؟

للإجابة عن هذه الإشكالية نتناول مجموعة من التساؤلات الفرعية كما يلي:

- ماهي العلامة التجارية ؟
- ماهي العلامة التجارية وماهي أنواعها وأشكالها وفيما يتمثل دورها ؟
- ماهي الضمانات والامتيازات المقدمة للعلامة التجارية الأجنبية في الجزائر ؟

المناهج المتبعة في الدراسة

بهدف الدراسة المعمقة والتحليل الشامل لمختلف العناصر والمتغيرات والاجابة على اشكالية البحث المتعلقة حماية قانون الاستثمار الجزائري للعلامة التجارية عامة والأجنبية خاصة تم الاعتماد على المناهج التالية:

- المنيج الوصفي: وذلك من خلال التطرق إلى أهم الجرائم الواقعة على العلامة التجارية وبيان اهم أنواعها والعقوبات المقررة لها.
- المنهج التحليلي: وذلك من خلال ذكر النصوص القانونية التي تعالج موضوع الدراسة.
- المنهج الاستقرائي: وذلك من خلال قراءة النصوص القانونية التي تعالج موضوع الدراسة.

تقسيم الدراسة

من أجل العمل بمنهج الدراسة وتجسيد أهدافها وتحليل الاشكالية الواردة مع الأخذ بعين الاعتبار الفرضيات، تم تقسيم البحث إلى فصلان:

- الفصل الأول: ماهية العلامة التجارية في التشريع الجزائري

وقسمنا هذا الفصل إلى ثلاث مباحث نتناول في المبحث الأول ماهية العلامة التجارية، وفي المبحث الثاني أشكال وأنواع العلامة التجارية، وفي المبحث الثالث تراخيص العلامة التجارية.

- الفصل الثاني: العلامة التجارية الأجنبية في الجزائر

لقد قسمنا هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث نتناول في المبحث الأول استثمار رونو في الجزائر في إطار الأمر 03-01، وفي المبحث الثاني المنافسة غير المشروعة، والمبحث الثالث ضمانات قانون الاستثمار الجزائري للمستثمر الأجنبي في إطار القانون 03/01.

الفصل الأول

ماهية العلامة التجارية في التشريع الجزائري

المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية

من خلال هذا المبحث سوف نتطريق الى تعريف العلامة التجارية في المطلب الأول ومن الناحية اللغوية في الفرع الأول ومن الناحية الاصطلاحية الفرع الثاني أما المطلب الثاني سوف نتناول فيه أنواع وأشكال العلامة التجارية والمطلب الثالث والأخير: شروط العلامة التجارية وخصائصها.

المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية

نتطرق في هذا المطلب إلى تعريف العلامة التجارية من الناحية اللغوية الفرع الأول ومن الناحية الاصطلاحية الفرع الثاني.

الفرع الأول: التعريف اللغوي للعلامة التجارية

معنى علامة في معجم اللغة العربية المعاصرة علامة (مفرد) : جمع علامات.

سمة أو أمارة أو شعار تعرف به الأشياء: علامة تجارية، مميزة، علامات الجهل، علامة على الكتاب[1].

الفرع الثاني: التعريف الاصطلاحي للعلامة التجارية

تعرف العلامة التجارية اصطلاحا من الناحية التشريعية والناحية الفقهية وعليه سنتطرق لذلك كما يلي:

التعريف التشريعي للعلامة التجارية: اختلفت التشريعات في تعريف العلامة التجارية وذلك نظرا لأهميتها التجارية كما يلي:

تعريف التشريع الجزائري: لقد جاء المشرع الجزائري في المادة 02 من الامر 06/03 بتعريف العلامة التجارية حيث جاء فيها ما يلي:

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

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

مركبة، التي تستعمل كليا لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره".

ويفهم من هذا التعريف أن العلامة التجارية لابد أن تكون رموزا يمكن أن تُمثل خطيا، وأهم تلك الرموز هي الكلمات، أسماء الأشخاص وكذلك الرسومات أو الصور والأشكال والألوان مركبة أو بمفردها.

تُستخدم كل تلك الرموز في تمييز سلعة أو خدمة شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات الغير.

تعريف التشريع المصري: "لقد جاء المشرع المصري في المادة الاولى من القانون رقم 57 لسنة 1939 :"تعتبر علامات تجارية الأسماء المتخذة شكلا مميزا والإمضاءات والكلمات والحروف والأرقام والرسوم والرموز وعناوين المحلات والدمغات والأختام والتصاوير والنقوش البارزة وأية علامة أخرى، أو مجموع منها إذا كانت تستخدم أو يراد أن تستخدم في تمييز منتجات عمل صناعي أو استغلال زراعي أو استغلال للغابات أو لمستخرجات الأرض أو أية بضاعة أو للدلالة على مصدر المنتجات أو البضائع أو نوعها أو مرتبتها أو ضمانها أو طريقة تحضيرها أو للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات"[1].

ويفهم من هذا التعريف أن العلامة التجارية لابد أن تكون أسماء متخذة لشكلا مميزا وامضاءات وحروف وأرقام وغيرها، يراد استخدامها واستعمالها في تمييز عمل صناعي أو للدلالة على تأدية خدمة. وما يمكن استخلاصه من تعريف التشريع المصري والتشريع الجزائري أنهما يتفقان في نفس التعريف للعلامة التجارية.

الفرع الثالث: التعريف الفقهي للعلامة التجارية

عرفتها الدكتورة نادية فضيل بأنها:

[1] محمود إبراهيم الوالي، حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، سنة 1983، ص 102.

"العلامات التجارية أو الصناعية هي التي يتخذها التاجر شعارا لمنتجاته أو بضاعته تمييزا لها عن غيرها من المنتجات والبضائع المماثلة، وذلك حتى يتسنى للمستهلك أن يعرف حقيقة السلعة دون لبس أو غموض"[1].

ما نلاحظ ونستنتج من هذا التعريف أن الدكتور نادية فضيل تعطي مفهوم محدد للعلامة التجارية وذلك لوجود نقائص أهمها: حصر وتقييد استعمال العلامة التجارية على فئة من التجار فقط.

عرفها الأستاذ مصطفى كمال طه كما يلي: "العلامة التجارية هي التي يتخذها الصانع أو التاجر شعارا لمنتجاته أو بضائعه أو خدماته تمييزا لها عن غيرها من المنتجات والبضائع والخدمات المماثلة، وهي من أهم الوسائل التي يلجأ إليها الصانع والتاجر لتمكين المستهلك من التعرف على سمعته أينما وجدت، وضمان عدم تضليل الجمهور وخديعته في أمرها مما يدفعه إلى بذل اقصى جهده في تحسين منتجاته وتخفيض تكاليف الإنتاج ليضمن تفوقها ورواجها على مثيلاتها في ميدان المنافسة "[2].

يلاحظ ويستنتج أن الدكتور مصطفى كمال طه من خلال تعريفه للعلامة التجارية أتى بإضافات من شأنها تطوير وتحسين المنتجات وكذلك رواجها في مختلف الميادين وذلك من خلال المجهودات التي يقوم بها التجار أو الصانع.

عرفتها الأستاذة فرحة زراوي صالح بأنها: "يقصد بالعلامة التجارية السمة المميزة التي يضعها التاجر على منتجات محله التجاري، فهي علامة تجارية أو الصانع على المنتجات التي يقوم بصنعها وهي علامة مصنع قصد تمييزها عن المنتجات الأخرى المشابهة لها والمعروضة في السوق"[3].

[1] نادية فضيل، القانون التجاري الجزائري (الأعمال التجارية والتاجر والمحل التجاري)، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة التاسعة، ص 216.

[2] مصطفى كمال طه، القانون التجاري والملكية الصناعية، دار الجامعة الجديدة للنشر، 1992، ص 249.

[3] فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، المحل التجاري والحقوق الفكرية القسم الثاني، الحقوق الفكرية، حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2001، ص 208.

ما يلاحظ ويُستنتج من خلال هذا التعريف أن "الأستاذة فرحة زراوي صالح" لم تعطِي تعريف دقيق أي أعطت تعريف واسع بشكل عام من خلال قولها السمة التجارية" وذلك من خلال إهمالها لضوابط وجوانب محددة لهذا التعريف.

ومن خلال هذه التعريفات يتضح لنا أن أغلب ومعظم الفقهاء القانونيين اتفقوا على أن العلامة التجارية يتم استخدامها من طرف أشخاص طبيعيين أو معنويين وفي شكل بيان أو دلالة تساعد على تسويق المنتوج.

المطلب الثاني: أنواع وأشكال العلامة التجارية

سوف نتطرق في هذا المطلب إلى أنواع وأشكال العلامة التجارية من خلال تقسيم هذا المطلب إلى فرعين أساسيين:

الفرع الأول: أنواع العلامة التجارية

الأصل أن يستعمل مالك العلامة علامته التجارية فعلا وقد يستعملها قبل تسجيلها غير أن صاحب المشروع قد يستعمل علامة تجارية أو أكثر بأحد الهدفين: إما بصفة احتياطية أو بهدف منع الغير من التعدي على علامته وقد يطلب أكثر من مشروع علامة موحدة، وعليه فإن العلامة التجارية تضم عدة أنواع أهمها[1]:

العلامة التجارية الإحتياطية: وهي العلامة التي يسجلها صاحب المشروع لادخارها للمستقبل حسب تطور إنتاجه فيضع العلامة المدخرة على نوع آخر للإنتاج بهدف تمييزه على الإنتاج السابق وبعض الدول تأخذ بهذا النوع من العلامة التجارية، لكن المشرع الجزائري فقد اتخذ موقفا وسطا باشتراط استخدام صاحب المشروع للعلامة خلال عام من تسجيلها و إلا فإن هذا التسجيل لا يُنتج أثره.

العلامة التجارية المانعة:قد يُسجل صاحب المشروع العلامة لا بقصد استعمالها ولكن لمجرد منع الغير من هذا الاستعمال وذلك تخوفا من أن يقوم الغير بتسجيل علامة مشابهة فتختلط لدى المستهلك بعلامته وبهذه الدول تحرم مثل هذه العلامة مثل " USA " أما المشرع الجزائري فقد منح صاحب العلامة إمكانية إلغاء هذه العلامة المشابهة "المادة 6" كما حرم تسجيلها ابتداء.

[1] محمود إبراهيم الوالي، المرجع السابق، ص 108.

العلامة التجارية الجماعية: وهي العلامة التي تتخذها إحدى المنظمات أو الجماعات المنشأة طبقا للقانون والتي تضم أكثر من مشروع متضامن بالمصالح أو الأعمال المشتركة والهدف منها بالإضافة إلى تمييزه للمنتجات هو تنظيم الإنتاج ورقابة جودته أو طبيعته أو مصدره وللحصول على هذه العلامة يتعين على المنظمة أن تحصل على إذن لها من السلطة المختصة[1].

العلامة التجارية الدفاعية: هي العلامة التي تهدف إلى حماية علامة تجارية ضعيفة بحيث تكون مرتبطة بعلامة مستغلة بالفعل، مما يجعل عملية التقليد أو المنافسة غير المشروعة صعبة[2].

الفرع الثاني: أشكال العلامات التجارية

للعلامة التجارية أشكال عديدة ومتنوعة لا يمكن حصرها وعليه سوف نذكر البعض منها والأهم واعطاء لكل شكل منها توضيح معين من خلال ما يأتي:

***الأسماء:** يمكن اتخاذ اسم أو أكثر كعلامة تجارية فارقة شريطة أن تتخذ مثل هذه العلامة شكلا يميز هذا الاسم المألوف قبل اتخاذه كإطار أو لون أو ترتيب أو تخطيط خاص مثال ذلك امس (الكوثر) أو (غدير) أو (Cannon) أو (Philips). واذا كان الاسم لغير التاجر فلابد من إذن صاحب الاسم أو ورثته، والأصل أنه لاتعد أسماء الأماكن كعلامة تجارية فارقة إذ أبرزت الكلمات في شكل خاص مثال ذلك (القدس) و(البتراء).

***الحروف والارقام:** قد تستخد الحروف والأرقام كعلامة تجارية كاستخدام الحروف (T,W,A) للدلالة على شركة الطيران الإسكندنافية أو (B,M,W) كنوع من السيارات.

كما تستعمل الأرقام كعلامات تجارية مثل ذلك استخدام أرقام (000) لتمييز بعض منتجات العطور، وقد تستخدم بعض الكلمات كعلامة تجارية بشرط أن تكون مميزة ومبتكرة كاستخدام كلمة (Mariage) لتمييز بعض أنواع مساحيق التجميل[3].

***الرموز والرسوم والتصاوير:** كذلك أعطى المشرع الحق للتاجر استخدام الرسوم والرموز كعلامات تجارية للسلع المختلفة طالما توفرت فيها الشروط التي ستوجبها المشرع ومثال ذلك استخدام رسو ورموز كالأسد أو الأهرام أو السفينة.

---

[1] محمود إبراهيم الوالي، المرجع السابق، ص 109.

[2] عبد الله حسين الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية ، دار وائل للنشر، ط 1، 2005، ص 138.

[3] المرجع نفسه، ص 147.

***الدمغات والاختام والنقوش البارزة:** ويذكر القانون في عدد العلامات، الدمغات والأختام والنقوش البارزة والواقع أن هذه الكلمات لا تعني العلامات في ذاتها بل طرق وضع العلامات على المنتجات، فالعلامات توضع على المنتجات إما بطريق الدمغ أو النقش أو الختم، واما بلصق بطاقات عليها[1].

***الأشرطة:** والمقصود بها الخيوط المثبتة على المنتجات أو البضائع، وقد تكون مصنوعة من الورق أو الكرتون أو ما شابه ذلك، وهذه الأشرطة لا تعتبر بحد ذاتها علامة، إلا أنه يمكن اعتبارها علامة متى كانت مميزة بأن اتخذت الصفة الفارقة والجدة، فعلى سبيل المثال، فإن الشريط المكون من ثلاث خيوط مطبوعة على ورق السجائر يمكن أن تكون علامة قابلة للتسجيل متى كان لتكوينها صفة مميزة وملفتة للنظر[2].

***الاشكال والألوان:** من الجائز اعتبار الأشكال والألوان علامة إذ كانت من غير مقتضيات الصناعة مادام إن تلك الأشكال والألوان تستدعي انتباه جمهور المستهلكين، فيجوز اعتبار شكل قطع الشكولاتة علامة إذا ما كان ذلك الشكل مبتكرا، كما يجوز اقتصار العلامة على لون واحد أو أكثر أو اعتباره جزءا منها، ويكون محل نظر لدى الفصل في الصفة الفارقة لتلك العلامة، إلا أن مجرد تسجيل لون معين كعلامة أو جزء منها لا يمنع الغير من استعماله على علامة أخرى لنفس الصنف أو غيره مادام ذلك الاستعمال لا يؤدي إلى تشابه العلامتين في مجموعها تشابها قد يؤدي إلى غش الجمهور وتضليله.

ومن حق طالب تسجيل العلامة أن يحدد اللون أو الألوان التي يريد أن يضعها على علامته، وعندئذ يصبح ذلك اللون أو تلك الألوان جزءا من العلامة، إما إذا ما سجلت علامة دون حصرها في ألوان خاصة، فتعتبر كأنها مسجلة لجميع الألوان والأشكال صفة العلامة أو تصبح عنصرا فيها، فلابد أن يتوافر فيها الصفة المميزة (الفارقة) وعنصر الجدة[3].

---

[1] مصطفى كمال طه، المرجع السابق، ص 252.

[2] صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية براءات الاختراع، الرسوم الصناعية، النماذج الصناعية، العلامات التجارية، البيانات التجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، ص 266.

[3] المرجع نفسه، ص 266-267.

أو النحل كعلامات تجارية[1]، يجوز أن تتكون العلامة من الرسوم والرموز والتصاوير كسفينة أو أهرام أو نجم أو أسد، أو غزال أو نسر أو صور بحار، ويجوز للتاجر أن يتخذ صورته كرمز لتمييز منتجاته كما يجوز له أن يتخذ صورة أحد مشاهير الرجال في الماضي أو الحاضر علامة تجارية بشرط رضاء هذا الشخص أو رضاء ورثته[2].

***الامضاءات والكلمات:** أجاز المشرع للتاجر استخدام الإمضاءات كعلامة تجارية ولكن بشرط أن يتخذ هذا الإمضاء شكلا مميزا، كذلك يمكن استخدام الكلمات أو التسميات المبتكرة كعلامة تجارية، كاستخدام كلمة "كوكاكولا" كعلامة تجارية لأحد المشروبات الغازية، أو كلمة "لوكس" كعلامة تجارية لنوع من أنواع الصابون وغير ذلك من الكلمات والتسميات التي تقابلنا في حياتنا اليومية[3].

***الغلافات:** قد يستخدم غلاف أو وعاء خاص لتعبئة المنتجات وتمييزها عن غيرها كما هو الشأن في زجاجات "الكوكاكولا" وقنينات العطور وصناديق الحلوى، وتنحصر العلامة هنا في الشكل الخاص المميز الذي يعطى للغلاف أو الوعاء، وقد يكوف الغلاف محلا للحماية من جهة أخرى بوصفه نموذجا صناعيا[4].

المبحث الثاني: خصائص العلامة التجارية وشروط صحتها

في هذا المبحث سنتطرق فيه إلى خصائص العلامة التجارية كمطلب أول وشروط صحتها كمطلب ثاني.

المطلب الأول: خصائص العلامة التجارية

ينبغي على كل من يرغب في امتلاك علامة تجارية أن يتحرى الدقة في اختيار علامته بما يتناسب مع نشاطه الاقتصادي حتى تكون عونا له في تحقيق طموحا أيا كان النشاط الذي يزاوله لذلك ينبغي أن تتصف العلامة التجارية بالسمات التالية:

- أن تكون سهلة النطق.

[1] منير محمد الجنبيهي، العلامات والأسماء التجارية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2000، ص 18.

[2] مصطفى كمال طه، المرجع السابق، ص 251.

[3] منير محمد الجنبيهي، المرجع السابق، ص 17.

[4] مصطفى كمال طه، المرجع السابق، ص 251.

- أن تكون سهلة الكتابة.
- أن تكون بسيطة التصميم.
- أن تكون بسيطة الشكل.
- أن تكون صغيرة الحجم.
- أن تكون جذابة المنظر.
- أن تكون قابلة للتثبيت على المنتجات.
- أن تكون مبتكرة خالية من المعنى اللغوي.
- أن تكون مختلفة عن علامات الآخرين في مجملها وفي اجزائها.
- أن تكون قابلة للتسجيل قانونا خالية من العناصر المحظور تسجيلها.

لاشك أن اجتماع هذه السمات في العلامة المختارة وبجعلها علامة تجارية نموذجية كاملة الأوصاف وتحقيق النجاح المأمول كونها تحظى بالقبول من قبل الجمهور المستهلكين وتُسهم في ترويج المنتجات[1].

كما يمكن إضافة خصائص أخرى للعلامة التجارية باعتبارها حقا من الحقوق المعنوية وتتمثل في:

الفرع الأول: النسبية

فالحق في العلامة التجارية هو حق نسبي وليس مطلق، إذ أنه لا يجوز لصاحبها الاحتجاج بحقه فيها في مواجهة الكافة، و انما له الاحتجاج فقط في مواجهة الناس الذين يزاولون نفس النوع من الصناعة أو التجارة أو الخدمات التي يزاولها هو.

ويترتب عن ذلك جواز استخدام العلامة من قبل أكثر من شخص مادام موضوع نشاط أحدهم مختلف عن نشاط الآخر[2]، فلقد استقر الاجتهاد القضائي على تكريس هذه الخاصية في الكثير من قراراته، وأكد على أن حماية العلامات التجارية لا تتعدى المنتوجات التي نصت عليها شهادات

[1] صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2006، ط 1، الإصدار الأول، ص 69-70.

[2] القرار رقم 87/39 الصادر بتاريخ 87/06/11، عن محكمة العدل العليا الاردنية والمنشور في مجلة نقابة المحامين، السنة السادسة والثلاثين.

تسجيل تلك العلامة، ذلك أن الغرض منها هو تمييز المنتجات ومنع الخلط بينها وبين منتجات مماثلة لها[1].

الفرع الثاني: التأقيت

فالحق في العلامة التجارية هو حق مؤقت وليس دائم، فيه متجدد قانونا بمدة زمنية، وقد حددها القانون الجزائري[2]، ومع ذلك فإنه يحق لصاحب العلامة الاحتفاظ بها إذا ما رغب، الأمر الذي قد يوحي بأن الحق في العلامة التجارية هو حق دائم غير مؤقت، إلا أنه وبالرغم من إمكانية تحديد الحق فيها من حين لآخر فإن الحق يبقى دائما مؤقتا، لكون عدم التحديد وعدم دفع الرسوم يؤدي إلى شطب العلامة من السجل.

وكذلك الحال عند عدم استعمالها دون مبرر شرعي الذي يستتبع بزوال حقه فيها، فهي بذلك حق مؤقت وليس حق دائم[3].

الفرع الثالث: الحماية القانونية المزدوجة

فالحق في العلامة التجارية يتمتع بازدواجية قانونية للحماية كأصل عام، حيث تتوفر له حماية مدنية وأخرى جزائية ، فالحماية المدنية تتمتع بها العلامة المسجلة وغير المسجلة على حد سواء، إذ يكون التأسيس في دعواها من طرف مالكها على المنافسة غير المشروعة وفقا للقواعد العامة للمسؤولية المدنية عن الفعل الضار، حماية جزائية لا تتمتع بها إلا العلامة المسجلة، إذ يصبح التعدي عليها جريمة يعاقب عليها القانون، مما يعطي الحق في العلامة تحصينا ضد اعتداءات الغير التي تتخذ صورا متنوعة منها جريمة تقليد العلامة التجارية[4].

المطلب الثاني: شروط صحة العلامة التجارية

لكي يصبغ على العلامة التجارية الحماية التي قررها القانون فلابد وأن لا تخالف الشروط التي تطلبها القانون وهي عبارة عن أربع شروط نذكرها بالشرح وهي كالآتي:

---

[1] صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص 338-339.

[2] المادة 2/5 من قانون العلامات الحالي "06/03"، مدة تسجيل العلامة بـ 10 سنوات تسري بأثر رجعي من تاريخ إيداع الطلب.

[3] صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص 341.

[4] المرجع نفسه، ص 342.

الفرع الأول: تميزها (الصفة المميزة)

فالعلامة التجارية لابد وأن تكون مميزة أيا كانت المكونات التي تتكون منها تلك العلامة سواء كانت أشكال هندسية أو طبيعية أو حروف مكتوبة بطرق مميزة ومنفردة فالعلامة التجارية إن كانت متكونة من مكونات عادية غير مميزة لا تسري الحماية التي قررها القانون بالنسبة للعلامات التجارية.

وكذلك فإن العلامات التجارية لا تعد كذلك لو كانت تتكون عناصرها من أشكال مألوفة كصورة الأهرامات أو النيل أو ما شابه من الأشكال المألوفة لدى المواطنين والتي لا تعد تميزا إذا تكونت منها العلامة التجارية.

بناءا على ما سبق يتضح أن العلامة التجارية لا بد وأن تتكون من عناصر مميزة غير مألوفة لدى جمهور المواطنين حتى يمكن أن تضلل بالحماية التي قررها القانون[1].

الفرع الثاني: جدة العلامة التجارية (حداته العلامة)

يعتبر شرط جدة العلامة التجارية من أهم الشروط اللازم توافرها في العلامة التجارية ويقصد به أن تكون العلامة جديدة بمعنى أنه لم يسبق استعمالها أو تسجيلها من قبل أحد، ولكي تعتبر العلامة جديدة يجب أن يتوافر فيها عنصرا مميزا لها على الأقل وتقدير جدة العلامة التجارية يكون بالنظر إلى مجموع عناصرها كوحدة واحدة، فلا يوجد ما يمنع إشتراك بعض العناصر المكونة لعلامة ما مع عناصر مكونة لعلامة تجارية أخرى، حتى لو كانتا مستعملتين في صناعة واحدة مادام عناصرها في مجموعها مختلفة التركيب والمظهر[2].

الفرع الثالث: عدم مخالفة العلامة التجارية للآداب العامة والنظام العام

من ضمن الشروط المطلوبة والتي قررها القانون في العلامة التجارية ألا تكون مخالفة للآداب العامة أو النظام العام والعلامة التجارية بما أنها يمكن أن تتكون من عدة عناصر فأيضا لابد وأن تكون تلك العناصر غير مخالفة للآداب العامة والنظام العام[3].

[1] منير محمد الجنبيهي، المرجع السابق، ص 20-21.

[2] صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص 279.

[3] منير محمد الجنبيهي، المرجع السابق، ص 22.

المبحث الثالث: عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

تلعب العلامة التجارية دورا هاما في الدولة التي تعتمد على مجال تجاري وصناعي حيوي لاقتصادياتها، خاصة فيما يتعلق بوسائل التوزيع، ووسائل الاشهار، وقد تطور الامر إلى أن أصبح للعلامة التجارية دورا هاما في نقل التكنولوجيا الحديثة[1].

ويعد عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، أهم الوسائل القانونية المطروحة في هذا المجال، إذ أصبح ممارسة شائعة ومنتشرة في جميع دول العالم.

وقد نص المشرع الجزائري على هذا العقد بمقتض المادة 16 من الأمر 03-06 المؤرخ 2003/07/19 المتضمن العلامات التجارية، بنصها "يمكن أن تكون الحقوق المرتبطة بالعلامة التجارية موضوع رخصة استغلال واحدة أو استئثارية أو غير استئثارية، لكل أو لجزء من السلع أو الخدمات التي تم ايداع أو تشجيل العلامة بشأنها".

وفد أجازت اتفاقية تربيس في مادتها 21 التراخيص العقدية للعلامات التجارية، والتي تبرم بين مالك العلامة التجارية، والمرخص لهم[2]، وقد نصت المادة صراحة على ما يلي: "يجوز للبلدان الأعضاء تحديد شروط الترخيص بإستخدام العلامات التجارية أو التنازل عنها..."[3].

غير أن الممارسة التجارية الحديثة، أظهرت صورا أخرى لاستعمال العلامة التجارية غير عقد الترخيص، ومن هذا المنطلق ظهر عقد جديد في الميدان التجاري، أطلق عليه في فرنسا اسم "CONTRAT DE FRANCHISE" أو كذلك "FRANCHISING"[4]، كما ظهر عقد التوزيع للسلع والمنتجات عن طريق العلامة التجارية الأصلية.

غير أن المادة 21من اتفاقية تربيس، والمادة 16 من الأمر 03-06 المتضمن العلامات التجارية الجزائري لم تبينا مفهوم عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية، وإجراءات إبرامه،

[1] كنعان الأحمر، الانتفاع بالمعلومات المتعلقة بالعلامات التجارية لأغراض عقود الترخيص والامتياز، محاضرة ألقيت في إطار ندوة عن الملكية الفكرية، دمشق بتاريخ 11-2004/05/12، ص 3.

[2] جلال وفاء محمدين، الحماية القانونية للملكية الصناعية، دار الجامعة الجديدة للنشر، القاهرة، 2000، ص 118.

[3] عبد الفتاح بيومي حجازي، مقدمة في الحقوق الملكية الفكرية و حماية المستهلك في عقود النجارة الاليكترونية، دار الفكر الجامعي، القاهرة، 2004، ص 54.

[4] فرحة زراوي صالح، ص 106.

والآثار المترتبة عنه، ما خلق شيئا من اللبس بين هذا العقد، والأشكال الأخرى لاستعمال العلامة التجارية لاسيما عقود بيع العلامة وعقد التوزيع، وعقد الامتياز.

المطلب الأول: عقد الترخيص باستعمال العلامة والعقود المشابهة له

ظهرت عدة كراء فقهية لتعريف عقد الترخيص ومن ذلك التمييز بينه وبين ما شابهه من العقود، يتعين التطرق إليها بشيء من التفصيل.

الفرع الأول: مفهوم عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

الملكية الصناعية، باعتبارها جزء من الملكية الفكرية، أموال معنوية منقولة، على اختلاف بين القوانين حول طبيعتها القانونية[1]، وبالرغم من ذلك، تمنح العلامة التجارية لصاحبها، حق ملكية بما في ذلك من حق الحصرية على نفسه، وحق احتكار الاستعمال.

وحق احتكار الاستعمال يمنح صاحبه الحق في منع الغير أن يستغل العلامة من دون إذنه، وقد جعل القانون تحت تصرفه إجراءات ودعاوي قضائية لحماية هذا الحق، سيأتي توضيحها، وعندما يأذن مالك العلامة لشخص آخر لاستعمال علامته التجارية، على منتجاته أو خدماته، يكون قد رخص له في استعمال هذه العلامة، وتنازل عن حقه في مقاضاته، وهذا هو عقد الترخيص في ابسط اشكاله[2].

ويرى جانب من الفقه أيضا، أن "عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية، هو العقد الذي بواسطته يوافق صاحب العلامة على منح الغير حق استعمالها كليا أو جزئيا، مقابل دفع رسوم مناسبة للاستغلال، تسمى بالإتاوات، وتعتبر هذه العملية بالنسبة لصاحب العلامة التجارية وسيلة لاستثمارها خارج موطنه، فهي تشبه إلى حد بعيد عقد الإيجار"[3].

ونرى أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بعيد كل البعد عن عقد الايجار، على أساس أن عقد الإيجار يقتضي أن يمكن المؤجر المستجار من استعمال العين المؤجرة، دون أن يزاحمه في استعمالها، أما عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، فهو عقد يسمح للمرخص

[1] كنعان الأحمر، المرجع السابق، ص 03.

[2] المرجع نفسه، ص 03.

[3] فرحة زراوي صالح، ص 254.

(مالك العلامة) أن يستثمرها عن طريق الرمرخص له، وأن يواصل هو أيضا استعمال نفس العلامة شخصيا، ما لم يتم الاتفاق على خلاف ذلك[1].

ومن ذلك إذن، نرجح الرأي الأول، ونعرف عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية أنه إذن من مالكها، يسمح به للغير باستعمالها إلى جانبه، للدلالة على منتجات أو خدمات من نفس النوع، وبنفس الجودة التي عرفت بها لدى المالك الأصلي، مقابل إتاوات يدفعها إليه.

إن تعريف عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية أنه إذن من مالكها، يؤدي إلى ضرورة التنبيه إلى عدم الخلط بين هذا المفهوم، وبعض المفاهيم المشابهة له في استغلال العلامة التجارية، لاسيما عقد بيع العلامة التجارية، وعقد التوزيع، وعقد الامتياز.

الفرع الثاني: التمييز بين عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية والعقود المشابهة له

أولا: عقد الترخيص بالاستعمال وعقد بيع العلامة التجارية

أهم ميزة لعقد بيع العلامة التجارية، أنه عقد ناقل للملكية، وأن البائع يمنع عليه مزاحمة المشتري في استعمالها، فلا يعود للمالك القديم استعمال الحق إلا إذا حصل هو نفسه على ترخيص بذلك[2]، في حين أن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، تظل بمقتضاه العلامة ملكا لصاحبها، بل يجوز له استعمالها إلى جانب المرخص له.

ثانيا: عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية وعقد التوزيع

بعد الانتشار الواسع للعمليات التجارية، وتوسع الأسواق العالمية، وانتشارها، أصبح من الضروري على كل منتج أن يجد لبضاعته أسواق جديدة، ومن هذا المنطلق، تم ابتكار طريقة جديدة للترويج للبضاعة، أنها طريقة التعاقد مع الموزعين، شواء داخل نفس البلد، أو إلى بلدان أخرى، فهي "عقود يكتفي بمقتضاها الموزع بتوزيع البضاعة التي صنعها صاحب العلامة، ولا يكون له (الموزع) الحق في إنتاج البضاعة، أو استعمال العلامة بشكل منفصل عن المنتجات التي يوزعها"[3].

[1] أنور طلبة، حماية حقوق الملكية الفكرية، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 2010، ص 118.

[2] كنعان الأحمر، المرجع السابق، ص 04.

[3] المرجع نفسه، ص 05.

فالموزع لا يجوز له أن ينتج منتجات بنفسه، أو أن يضع عليها العلامة، ومن أجل أن يحق له ذلك، يتعين عليه الحصول على الترخيص، على خلاف المرخص له الذي يمكنه أن ينتج البضاعة وأن يضع عليها العلامة، متى احترم بنود العقد، لاسيما ما يتعلق بالجودة المعروفة في العلامة الأصلية.

ثالثا: عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية وعقد الامتياز

يراد بعقد الفرنشيز، أنه "عقد يرد على مجموعة من عناصر الملكية الصناعية، وليس على العلامة التجارية وحدها"[1]، على خلاف عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، فهو عقد قائم على ثلاثة عناصر أساسية هي:

1. الحق في استعمال العلامة التجارية واسم المحل وشعاره.
2. حق المستفيد منه في الحصول على تقنية المعرفة من المانح.
3. مساعدة تقنية من المانح، تسمح للمستفيد من تطوير تقنية المعرفة.

ومن الأمثلة الواضحة على هذه العقود، عقود الامتياز الممنوحة لبعض انواع الأطعمة الجاهزة (ماكدونالد).

وهنا نلاحظ أن ما يتم ترخيصه لا يقتصر فقط على العلامة التجارية، بل يتجاوز ذلك إلى اسم المحل وشعاره، بحيث يصبح المحل المستفيد من الامتياز يظهر بالشكل الذي يظهر به المحل الأصلي المالك للعلامة التجارية، والهوية العامة الموحدة له، بما في ذلك ديكور المحل، زطريقة البيع وخطط التوزيع والتسويق، بالرغم من بقاء التاجرين منفصلين[2].

فالفرنشيز إذن، أوسع من عقد الترخيص باستعمال العلامة، وله أحكام تختلف تماما عنه، إذ يتضمن علاقات مركبة من الرقابة والاشراف، تؤمن استغلالا متوازيا لعلامة وما ارتبط بها من عناصر أخرى، إذ هو قائم على مبدأ توسيع مجال استثمار المؤسسة التجارية أو الصناعية، على

[1] Yves Guyon, Droit des affaires, tome 1, 12° édition, 2003, p 900.

[2] كنعان الأحمر، المرجع السابق، ص 05.

خلاف عقد ترخيص استعمال العلامة التجارية القائم على فكرة استثمار العلامة التجارية بحد ذاتها[1].

المطلب الثاني: أركان عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

تحكم عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية قاعدتين، فمن جهة يخضع للأركان العامة للعقد، من حيث رضا الطرفين، وأهليتهما، ومن حيث المحل والسبب.

ومن جهة ثانية، يخضع هذا العقد لأحكام خاصة نص عليها المشرع باحكام المواد 16-17-18 من الأمر 03-06 المتضمن العلامات التجارية.

وإذا كنا نحيل إلى القواعد العامة حول الرضا والأهلية، فاننا نحيل إلى احكام عقد بيع العلامة التجارية، فيما يخص المحل والسبب.

ومن الأحكام الخاصة، التي نظم بها المشرع هذا العقد أنه، يجب تحت طائلة البطلان، أن يتضمن عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، العلامة التجارية محل العقد، فترة الرخصة، السلع والخدمات التي منحت من أجلها الرخصة، والاقليم الذي يمكن استعمال العلامة في مجاله، ونوعية السلع أو الخدمات المقدمة من قبل حامل الرخصة، فهي بنود أساسية للانعقاد يقع العقد باطلا لغيابها، في ظل القانون الجزائري.

كما يجب قيد الرخصة في سجل العلامات لدى المركز الوطني للعلامات التجارية، مع الترقيم.

المطلب الثالث: آثار عقد الترخيص باسنعمال العلامة التجارية

تختلف آثار عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية بالنظر إلى أطراف العقد، وبالنظر إلى الغير.

الفرع الأول: آثار عقد ترخيص العلامة التجارية في مواجهة مالكها (المرخص)

وهي التزاكات تقع على عاتقه، وتشمل بالخصوص ما يلي:

[1] محمد محسن إبراهيم النجار، التنظيم القانوني لعناصر الملكية التجارية والصناعية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، 2005، ص 139.

1. تمكين المرخص له من الانتفاع من العلامة، ويكون ذلك بأن يلتزم المرخص بالمحافظة على تسجيل العلامة، وتجديد التسجيل، حتى يمكن المرخص له من الانتفاع بها طيلة مدة العقد[1].
2. يتعهد المرخص، أنه وفي حال أن قام في أية مرحلة بتطوير العلامة التجارية، خلال المدة التي يسرى فيها عقد الترخيص، أن يخطر المرخص له بهذا التطوير، حتى يمكنه من ادخال التغييرات الجديدة لموائمة طريقة استعمال العلامة مع التغيير الجديد الذي أحدثه المالك[2].
3. لا يحول الترخيص دون تمكين المرخص (مالك العلامة) من استعمال العلامة على منتجاته، ما لم يتم الاتفاق على خلاف ذلك[3].
4. تكون دعاوي حماية العلامة التجارية على عاتق المرخص، ويكون المرخص له مدخلا أو متدخلا في الخصام حسب الحالات[4].
5. إذا تم الاتفاق على أن يمنع المرخص من استعمال العلامة على منتجاته، يتعين أن يكون عقد الترخيص محدد المدة، حتى لا يتعارض مع مبدأ ملكية المرخص للعلامة التجارية، ويبقى للمالك عنصر استغلال العلامة[5].
6. إذا كان الترخيص حصريا، بمتنع على المرخص أن يبرم أي عقد ترخيص آخر مع الغير، ينصب على نفس المنتجات أو الخدمات[6].
7. للمالك المرخص الحق في مراقبة جودة المنتجات أو الخدمات التي تلحقها العلالمة محل الترخيص، والتي ينتجها أو يقدمها المرخص له، حفاظا على سمعة وقيمة علامته، بما لا يتعارض مع حرية المرخص له في إدارة مؤسسته[7].

[1] كنعان الأحمر، المرجع السابق، ص 08.
[2] المرجع نفسه، ص 08.
[3] أنور طلبة، المرجع السابق، ص 118.
[4] كنعان الأحمر، المرجع السابق، ص 09.
[5] أنور طلبة، المرجع السابق، ص 118.
[6] كنعان الأحمر، المرجع السابق، ص 09.
[7] أنور طلبة، المرجع السابق، ص 119.

الفرع الثاني: آثار عقد ترخيص العلامة التجارية في مواجهة المرخص له

1. يلتزم المرخص له باستعمال العلامة، بحسب عقد الترخيص، فلا يغير فيها ولا في شكلها[1].
2. يلتزم المرخص له بعدم استعمال العلامة كجزء من اسمه التجاري أو اسم شركته، أو شعار لمحله التجاري[2].
3. يلتزم المرخص له أيضا أن يضيف على المنتجات عبارة دالة على أنه يجوز العلامة عن طريق الترخيص[3].
4. يلتزم المرخص له أن يقر بأن كل ما زاد في قيمة العلامة التجارية بسببه أو بسبب عقد الترخيص يعود إلى مالكها، وأنه لن يحتفظ بأي فائدة من ذلك[4].
5. لا يجوز للمرخص له التنازل عن العلامة للغير ما لم يتفق على خلاف ذلك[5].

الفرع الثالث: آثار عقد ترخيص العلامة التجارية في مواجهة الغير

1. لا يسري أثر عقد الترخيص في مواجهة الغير، إلا من تاريخ قيده في السجلات الخاصة بالمعهد الوطني للملكية الصناعية، طبقا لأحكام المادة 17 من الأمر 03-06 المتضمن العلامات التجارية.
2. إذا تم فسخ العقد قبل إنتهاء الأجل، لا يسري هذا الفسخ في مواجهة الغير إلا من تاريخ تسجيله.

[1] عبد الوهاب عرفة، الوسيط في حماية حقوق الملكية الفكرية، دار المطبوعات الجامعية، 2004، ص 114.

[2] كنعان الأحمر، المرجع السابق، ص 09.

[3] المرجع نفسه، ص 10.

[4] المرجع نفسه، ص 10.

[5] عبد الوهاب عرفة، المرجع السابق، ص 115.

الفصل الثاني

العلامة التجارية الأجنبية في الجزائر

المبحث الأول: استثمار رونو في الجزائر في إطار الأمر 03-01

شهدت الجزائر خلال سنة 2014 تطورات كثيرة مسّت اقتصادها بشكل خاص فتوالت عدّة أحداث كانت تارة إيجابية و تارة سلبية لكنها أحدثت تغييرات في مجالات أخرى و خاصة في الجانب الاجتماعي و أهم حدث هو إعادة بعث القاعدة الصناعية لبلادنا من خلال فتح مصنع رونو الجزائر للسيارات الذي يعتبر أولى الخطوات التي تخطوها بلادنا في مجال صناعة السيارات وهو أيضا بمثابة الانطلاقة في تحريك الصناعة خارج المحروقات و بفضل هذا المشروع استطعنا استعادة شيء اسمه صنع في الجزائر، فتم بفضل ذلك تدشين سيارة سامبول[1].

ومن الأحداث ما كان له انعكاسات وخيمة على الميزانية حيث دفع الانخفاض الكبير في سعر النفط بالأسواق العالمية بالحكومة الجزائرية إلى إعادة النظر في ميزان المدفوعات بفرض إجراءات خاصة لترشيد النفقات لمواجهة صدمة 2014 التي يتوقع الكثيرون أن تمتد إلى غاية السنة القادمة ،لذلك أصبح من الضروري على الجزائر البحث عن ثروات أخرى خارج المحروقات ومن هذا المنطلق جاء التفكير في تشجيع المنتوجات المحلية و خاصة الصناعات الغذائية للتقليص من فاتورة الواردات كونها بلغت مستويات كبيرة حيث قدّرت هذه السنة بحوالي 65 مليار دولار.

وفي الجانب الاجتماعي حقّق العمال مكسبا تاريخيا من خلال إلغاء المادة 87 مكّرر إذ سيترتب عنها زيادات معتبرة في الأجور مع مطلع السنة الجديدة و ستستفيد منها الطبقات العمالية الهشّة كمرحلة أولى.

سامبول الجزائر أوّل الخطو في صناعة السيارات تميّزت سنة 2014 بعودة الصناعة المحلّية من خلال فتح العديد من المصانع عبر الوطن ويعتبر مصنع رونو الجزائر الكائن بالمنطقة الصناعية لوادي تليلات بوهران الأهم فقد سمح بتجسيد طموح يعود إلى حوالي 40 سنة خلت لكن هذا الطموح لم ير النّور إلاّ بعد شراكة جزائرية فرنسية مبنية على قاعدة رابح رابح وإرادة كبيرة من حكومتنا لإعادة بعث القاعدة الصناعية خارج المحروقات و التي تعتبر عنصرا محوريا في البرنامج الاقتصادي للخماسي الجاري.

[1] مقال نشر في جريدة الجمهورية يوم 31 - 12 - 2014.

واستطاعت الجزائر في ظرف سنتين فتح أوّل مصنع لسيارات رونو سامبول بلغت فيه نسبة اندماج اليد العاملة الجزائرية 17 بالمائة وهذا بفضل المشاريع التي تدخل في إطار المناولة وهي توفّر عددا من القطع التي يحتاجها المصنع في تركيب السيارات علما أن أغلب القطع الأخرى تستورد من الخارج.

لكن من الأهداف المسطّرة حسبما أعلن عنه وزير الصناعة هو رفع نسبة الاندماج الوطني في هذا المصنع إلى حوالي 25 بالمائة العام المقبل و 42 بالمائة في سنة 2019 أي مع رفع الإنتاج إلى 75 ألف سيارة في السنة ورفع مبلغ الاستثمار كذلك إلى 800 مليون أورو[1].

وحتى الآن لم تكشف شركة رونو الجزائر عن حجم المبيعات بالرغم من بداية تسويق سيارة سامبول الجزائرية في 11 نوفمبر المنقضي أي في اليوم الموالي للتدشين وحضورها الممّيز أيضا في صالون السيارات ،لكن حسب الوكلاء المعتمدون لرونو بالجزائر فإنّه لا يمكن تقييم المشروع وهو في بدايته كما أن السيارة الجزائرية الصنع اقترنت منذ البداية بقروض الاستهلاك التي أطلقتها الحكومة لتشجيع الانتاج المحلي بداية من العام الجديد.

وهذه القروض ستمكّن من مضاعفة الطاقة الإنتاجية للمصنع لأنها ستسمح للشركة بتحقيق مبيعات معتبرة تحصل من خلالها على حصّة أكبر من السوق الجزائري للسيارات مع العلم أنها لا تزال تحتل المرتبة الأولى فيه.

قروض الاستهلاك لتحقيق مبيعات و حتى الحكومة الجزائرية تتطلّع إلى تحقيق أكبر نسبة من المبيعات باستهدافها فئة الجزائريين من ذوي الدخل الشهري و هو الأمر الذي لن يطرح أي مخاوف من العزوف عنها لأن قروض الاستهلاك ستسمح لهذه الفئة بشكل خاص من اقتناء سيارة بعلامة تجارية مسجّلة و بمزايا و خصائص هامّة.

وحتّى يكون لمصنع وادي تليلات نجاعة أكبر طلب من الشريك الفرنسي تنويع منتوجاته بتصنيع نماذج أخرى لسيارات رونو بدل الاكتفاء بنوع واحد ،فسامبول حسب رأي سلال هي رمز لبداية علاقات اقتصادية بين البلدين و مهم تنويع منتجات مصنع وادي تليلات لتلبية كل الأذواق.

[1] مقال نشر في جريدة الجمهورية يوم 31 – 12 – 2014.

وقد لقي المشروع عند تدشينه من قبل وفد من الحكومتين الجزائرية والفرنسية انتقادات كثيرة خاصة من الجانب الفرنسي فقد أعابت وجوه سياسية هذه الشراكة كونها لا تخدم فرنسا وشعبها بالقدر الذي تخدم الاقتصادي الجزائري لأنها جاءت في ظرف غير مناسب حسب رأيهم فالأزمة الاقتصادية التي مسّت هذا البلد على غرار بلدان أوروبية كثيرة ألحقت أضرارا وخيمة باقتصادها وتسّيت في غلق الكثير من المصانع و تسريح الملايين من العمال.

كما انتقد إعلاميون فرنسيون هذه الشراكة أيضا لأن الجزائر ليست بالبلد الآمن و جريمة مقتل الّرعية الفرنسي "غوردل" كانت وراء هذا الطرح ،لكن وزير الخارجية الفرنسي "لوران فابيس" ردّ على ذلك من مصنع رونو بأن هذا البلد يشهد استقرارا أمنيا و يوفّر المناخ الملائم لتطوير علاقات الشراكة في المجال الاقتصادي ،حيث يسعى الطرفان إلى مدّ التعاون إلى مجالات أخرى غير الصناعة الميكانيكية، وأضاف بأن فرنسا تشارك في القفزة النوعية التي يعرفها قطاع الصناعة الجزائري[1].

المبحث الثاني: المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية

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

المطلب الأول: نطاق دعوى المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية

منح المشرع الجزائري لمالك العلامة التجارية المسجلة وحده الحق في رفع دعوى مدنية للفصل في موضوع المساس بحقوقه عليها و ذلك بمجرد إثباته أن مساسا بحقوقه أصبح وشيكا[2]، أي أنه لا يشترط لقبول الدعوى أن يكون الضرر فعليا ويكفي الضرر الاحتمالي كأن تكون العلامة قيد التقليد الوشيك حتى و لو لم تقلد و توزع بعد، و لكن في إطار دعوى المنافسة غير المشروعة هل يقتصر رفعها على مالك العلامة التجارية وحده ؟ أم يمتد ليشمل كل شخص أصابه ضرر

[1] مقال نشر في جريدة الجمهورية يوم 31 – 12 – 2014.

[2] المادة 29 فقرة 2 من الأمر 06/03.

جراء المنافسة غير المشروعة ؟ وهل هذه الدعوى يمكن أن يرفعها صاحب العلامة التجارية غير المسجلة أم تقتصر على مالك العلامة المسجلة ؟

إن الأصل أن رافع دعوى المنافسة غير المشروعة لا يقتصر على مالك العلامة التجارية المسجلة طالما وأن القانون منح له حق حماية علامته عن طريق اللجوء إلى الدعوى المدنية التي تستند إلى أحكام الأمر 06/03 وأن المشرع يكتفي في ذلك بمجرد احتمال وقوع ضرر لمالك العلامة، ومن ثم فإن دعوى المنافسة غير المشروعة يمكن أن يرفعها من أصابه ضرر جراء المنافسة غير المشروعة سواء أكان المنتج للعلامة أو الموزع لها كما يمكن للمستهلكين رفع هذه الدعوى للتعويض عن الأضرار اللاحقة بهم[1] حيث أوجب المشرع الجزائري في القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش أن لا تمس الخدمة المقدمة للمستهلك بمصلحته المادية، وأن لا تسبب له ضررا معنويا[2]. ومنع المشرع الجزائري استعمال أي علامة لسلع أو خدمات عبر الإقليم الوطني إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها[3].

ويثير هذا الموقف من المشرع الجزائري الانتقاد كونه لا يسمح بالتعويض عن التعدي على العلامة إلا لمالك العلامة المسجلة وإذا كان مالك العلامة التجارية المسجلة له الحق في حماية علامته مدنيا وفق احكام الأمر 06/03 المستندة على مجرد احتمال وقوع التعدي على العلامة، فكان من الأولى منح الحق على الأقل لصاحب العلامة التجارية غير المسجلة في حماية علامته عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة.

ويعد هذا النص مخالفا لأحكام حماية العلامة التجارية الواردة في اتفاقية الأودبيك لعام 1994 والتي تسعى الجزائر جاهدة للإنظمام إليها ,حيث لم تشترط هذه الاتفاقية ضرورة تسجيل العلامة التجارية حتى يمكن المطالبة بالتعويض عن التعدي الواقع عليها ومن ثم فإن اتفاقية الأودبيك لم تشترط تسجيل العلامة المسبق لأغراض المطالبة بالتعويض جراء التعدي عليها خاصة وأن المشرع الجزائري قام في العشرية السابقة بتعديل عديد القوانين خاصة منها المتعلقة بالملكية

[1] علي جمال الدين عوفي، القانون التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة، ص 302.

[2] المادة 19 من القانون رقم 03/09 المؤرخ في 2009/02/25 والمتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، الجريدة الرسمية عدد 15، السنة 46.

[3] المادة 4 من الأمر 06/03.

الفكرية و المنافسة قصد الانضمام لمنظمة التجارة العالمية ومنه لاتفاقية الأودبيك والتي تعد أهم الاتفاقيات الملحقة باتفاقية إنشاء المنظمة.

ومن ثم لا نرى مبررا لاشتراط المشرع ضرورة تسجيل العلامة التجارية حتى تتمتع بالحماية القانونية على الأقل وفقا لدعوى المنافسة غير المشروعة[1].

المطلب الثاني: وجود أفعال المنافسة غير المشروعة

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

1- تشويه سمعة عون اقتصادي منافس بنشر معلومات سيئة تمس شخصه أو بمنتجاته أو خدماته.
2- تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك و أوهام في ذهن المستهلك.
3- استغلال مهارة تقنية أو تجارية مميزة دون ترخيص من صاحبها.
4- إغراء مستخدمين متعاقدين مع عون اقتصادي منافس خلافا للتشريع المتعلق بالعمل.
5- الاستفادة من الأسرار المهنية بصفة أجير قديم أو شريك للتصرف فيها قصد الإضرار بصاحب العمل أو الشريك القديم.
6- إحداث خلل في تنظيم عون اقتصادي منافس و تحويل زبائنه باستعمال طرق غير نزيهة كتبديد أو تخريب وسائله الإشهارية و اختلاس البطاقيات أو الطلبيات و السمسرة غير القانونية و إحداث اضطراب بشبكته للبيع.
7- الإخلال بتنظيم السوق و إحداث اضطرابات فيه بمخالفة القوانين و/أو المحظورات الشرعية وعلى وجه الخصوص التهرب من الالتزامات و الشروط الضرورية لتكوين نشاط أو ممارسته أو إقامته.

[1] زينة غانم عبد الجبار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية دراسة مقارنة، دارالحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 16.

8- إقامة محل تجاري في الجوار القريب لمحل منافس بهدف استغلا ل شهرته خارج الأعرا ف والممارسات التنافسية المعمول بها.

والملاحظ من خلال هذا النص أن الصورة الوحيدة التي أوردها المشرع و المتعلقة بالعلاما ت التجارية جاءت بها الفقرة[1] و المتمثلة في تقليد العلامات المميزة لعون اقتصاد ي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به، قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك.

إلا أن الملاحظ من خلال هذه الفقرة أنها لم توضح فيما إذا كان الأمر يتعلق بالعلامة المسجلة فقط أو أن الأمر يمكن أن ينطبق على العلامة غير المسجلة بمعنى هل يمكن لصاحب العلامة غير المسجلة أن يتمسك بدعوى المنافسة غير المشروعة لحماية علاماته و منتجاته ؟ أضف إلى ذلك فإن مصطلح التقليد في قانون العلامات رقم 06/03 يقصد به جميع الاعتداءات التي يقوم بها الغير خرقا للحقوق الإستئثارية المعترف بها لمالك العلامة المسجلة فقط ، و التقليد وفق هذا المعنى يكتسي أشكالا مختلفة وكلها لها مدلول جزائي أي تشكل جنحة في نظر الأمر 06/03 ومن صور الاعتداء جنحة تقليد العلامة أو تشبيهها، وجنحة استعمال علامة مقلدة أو مشبهة، وجنحة اغتصاب العلامة المملوكة للغير وجنحة بيع منتجات عليها علامة مقلدة أو مشبهة ... الخ.

و من ثم فإن القانون 02/04 يطرح إشكالا فيما يتعلق بحالة المنافسة غير المشروعة الواقعة على العلامة التجارية و ذكره لعبارة تقليد العلامات أو المنتجات وهل يتسع ذلك ليشم لصاحب العلامة غير المسجلة أي بعبارة أدق هل يتيح القانون 02/04 لصاحب العلامة غير المسجلة التمسك بدعوى المنافسة غير المشروعة لحماية علامته ؟ خاصة و أن هناك رأي[2] يرى أن الدعوى المؤسسة على تقليد العلامة ضد من قام بالتقليد لا يجوز رفعها إلا من صاحب العلامة أو المرخص له باستعمالها ضد من قام بالتقليد، بينما إذا كان الأمر يتعلق بدعوى مؤسسة على المنافسة غير المشروعة فيجوز لكل من لحقه ضرر من جراء هذا التصرف أن يرفع هذه الدعوى، إلا أن هذا الرأي وإذ كان صائبا وهو المفترض أن يأخذ به المشرع الجزائري إلا أنه يصطدم بالفقرة

[1] فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 256.

[2] عبد الله الخشروم، المرجع السابق، ص 703.

2 من القانون 02/04 التي تعتبر من قبيل أعمال المنافسة غير المشروعة تقليد العلامات ؟ فلا يمكن أن يكون لمفهوم التقليد في قانون العلامات 06/03 مفهوم مغاير للمفهوم الوارد في القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ومن ثم كان ينبغي على المشرع أن يتجنب مصطلح تقليد العلامات و تكتفي بعبارة الاعتداء على العلامات المميزة لعون اقتصاد ي منافس أو الاعتداء على منتجاته أو خدماته .... الخ.

المطلب الثالث: وجود ضرر جراء أعمال المنافسة غير المشروعة

لا يمكن المطالبة بأي تعويض وفق دعوى المنافسة غير المشروعة إلا إذا أدت أفعال المنافسة غير المشروعة إلى إحداث ضرر للتاجر المنافس الذي وقع الاعتداء على علامته التجارية[1].

والضرر الحاصل جراء أعمال المنافسة غير المشروعة قد يكون ضررا ماديا يصيب التاجر في علاماته التجارية المتعلقة بالتجارة سواء أكانت علامات تجارية أو علامات صنع أو خدمات متعلقة بالخدمات، كما قد يكون الضرر معنوي يصيب التاجر في سمعته التجارية وسمعة علاماته المتعلقة بتجارته.

وسواء أكان الضرر ماديا أو معنويا فإنه لا يقع على المتضرر إثباته بل أن محكمة الموضوع تستخلصه من قيام أفعال المنافسة غير المشروعة و التي من شأنها إلحاق ضرر، وهذا خلافا للقواعد العامة في المسؤولية المدنية التي تشترط على المتضرر إثبات الضرر الذي أصابه.

إلا أنه في مجال المنافسة غير المشروعة فإنه لا يمكنه إطلاقا إثبات الضرر وإنما يكفي إثبات وقوع أفعال المنافسة غير المشروعة لذلك يلجأ قاضي الموضوع إلى تقدير التعويض تقديرا جزافيا مستخلصا ذلك من طبيعة أعمال المنافسة غير المشروعة، وهناك بعض الحالات من أفعال المنافسة غير المشروعة لا يترتب عليها أي ضرر وإنما تهدف الدعوى في هذه الحالة إلى إزالة الوضع غير المشروع بالنسبة للمستقبل[2]، وهو ما يسمى بوقف الاعتداء وهو أحد صور الحماية المدنية للعلامة التجارية فقد أجاز الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات لصاحب تسجيل العلامة إذا

[1] ماهر فوزي حمدان، حماية العلامات التجارية، منشورات الجامعة الأردنية، 1999، ص 83.

[2] المادة 29 فقرة 3 من الأمر 06/03.

أثبت أن مساس بحقوقه أصبح وشيكا أن يلجأ للمحكمة المختصة للفصل في المساس بالحقوق (التعويض) والأمر بمصادرة الأشياء و الوسائل التي استعملت في التقليد وإتلافها[1].

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

المطلب الرابع: علاقة السببية بين أفعال المنافسة غير المشروعة و الضرر

إن المطالبة بالتعويض من طرف المتضرر جراء الاعتداء الواقع على علامته التجارية من جراء المنافسة غير المشروعة يتطلب وجود علاقة السببية بين أفعال المنافسة غير المشروعة التي قام بها المعتدي على العلامة التجارية وبين الضرر الحاصل لمالك العلامة التجارية المعتدى عليها، فإذا لم يستطع مالك العلامة التجارية إثبات هذه العلاقة بين فعل الاعتداء والضرر الواقع فلا يمكنه الاستفادة من التعويض عن الضرر.

والملاحظ أن الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات يتيح لمالك العلامة التجارية المطالبة بالتعويض وبوقف أعمال الاعتداء حتى قبل وقوعها[2]، والهدف من ذلك هو منع وقوع الضرر جراء المساس بحقوقه على العلامة مستقبلا ، إلا أنه في دعوى المنافسة غير المشروعة وفقا للقانون 02/04 فلا يمكن المطالبة بالتعويض إلا بعد وقوع الضرر و إثبات المضرور علاقة السببية بين أفعال المنافسة والضرر الواقع له، كما أن الملاحظ أن الأمر 06/03 يكتفي بالضرر أي يكفي إثبات الأفعال التي توحي بأن تقليدا سيرتكب في حين أن القانون 02/04 يشترط إثبات الضرر الواقع فعلا دون الضرر الاحتمالي، كما أن الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات يتيح لمالك العلامة المسجلة المطالبة بالتعويض وفقا للدعوى المدنية بالتبعية للدعوى الجزائية ، كما يمكن المطالبة بالتعويض بدعوى مدنية مستقلة أمام القضاء المدني.

[1] المادة 28 من الأمر 06/03.

[2] المادة 29 من الأمر 06/03.

إلا أن الملاحظ أن الدعوى المدنية المطالبة بالتعويض عن التعدي على العلامة سواء استندت إلى الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات أو استندت إلى دعوى المنافسة غير المشروعة وفقا للقانون 02/04 فإنها تشتركان في ضرورة أن تكون العلامة التجارية المعتدى عليها مسجلة فلا يمكن المطالبة بالحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة ،في حين أنه كان على المشرع أن يبسط الحماية القانونية المدنية والجزائية على العلامة المسجلة وفقا للأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، أما العلامة غير المسجلة فيمكن حمايتها وفقا لدعوى المنافسة غير المشروعة طالما وأنها تستند في العموم إلى أحكام المسؤولية المدنية.

المبحث الثالث: الضمانات الممنوحة للاستثمارات الأجنبية في إطار القانون الاستثمار الجزائري 03-01

حاولت ولازالت تحاول الجزائر جاهدة في جذب رؤوس أموال أجنبية إليها، وهذا ما دفعها إلى إصدار العديد من القوانين في مجال الاستثمار، كما ساهمت في تفعيل سياستها المالية والإدارية قصد جذب أكبر عدد من المستثمرين الأجانب مقارنة بالدول الأخرى، وهذا ما سندرسه من خلال آليات تحفيز الاستثمارات الأجنبية.

المطلب الأول: المزايا الجبائية و الجمركية و الإعفاءات الممنوحة للمستثمرين بمقتضى الأمر 03-01

إن المزايا والمنافع الجبائية و الجمركية التي يرغب المستثمر في الحصول عليها منصوص عليها ضمن المادة السادسة من الأمر المذكور أعلاه وذلك بإنشاء الوكالة الوطنية، لدى رئيس الحكومة –تشتغل تحت وصايته– وأن الاختصاصات المخولة لهذه الوكالة تكون نفس الاختصاصات التي كانت مخولة لوكالة ترقية و دعم و متابعة الاستثمار.

فالفقرة الثالثة من المادة الرابعة تنص على اختصاص الوكالة وذلك بمنحها المزايا الإضافية شريطة أن يكون التصريح بالاستثمار لدى هذه الأخيرة ، فالمشرع لا يفرض على المستثمر وجوب الحصول على موافقة مسبقة من أية جهة كانت بل يشترط عليه فقط التصريح الشكلي بنيته في الشروع في إنجاز استثماره، و تبقى مهمة هذه الوكالة تتمثل في تلقي طلبات المستثمرين للحصول على مزايا أخرى زيادة عما يتمتعون به بمقتضى النظامين العام والاستثنائي المنصوص عليهما

لاحقا في هذا الأمر، و المادة السابقة من الأمر 03-01 المؤرخ في 20 أوت 2001[1]، تنص على أن للوكالة أجل أقصاه ثلاثون يوما إبتداءا من تاريخ إيداع طلب المزايا للرد على المستثمرين، و قد كان هذا الأجل محددا ب 60 يوما في النص القديم أي ضمن المرسوم التشريعي 12-93 المؤرخ في 5 أكتوبر 1993.

فالفقرة الرابعة من المادة السابعة تنص على أنه في حالة عدم تلقي المستثمر الرّد من الوكالة يحق له أن يرفع تظلما أمام السلطة الوصية أي رئيس الحكومة، و لهذه السلطة مهلة خمسة عشر يوما للإجابة عليه، كما يمكن للمستثمر أن يطعن في قرار الوكالة أمام القضاء ،لكنه ووفقا لنص الفقرة الخامسة من المادة السابقة ،لا يمكن أن يطعن في قرار السلطة الوصية أمام القضاء، والاختلاف في هذه المسألة بين النص القديم و النص الجديد هو أن النص القديم لم يكن يسمح بتاتا أن تكون قرارات السلطة الوصية موضوع طعن قضائي حيث نصت المادة التاسعة في فقرتها الثالثة على أن "قرار السلطة الوصية غير قابل للطعن القضائي" و هذا الموقف من المشرع قد انتقد و اعتبر انتهاكا للمادة 134 من الدستور التي تنص على أن " العدالة تنظر في الطعون المقدمة ضد أعمال السلطات العمومية "، و في النص الجديد حاول المشرع استدراك موقفه وتصحيح الاختلال القانوني فنص في الفقرة الخامسة من المادة السابعة على أنه "يمكن أن يكون قرار الوكالة موضوع طعن القضاء" و مع ذلك فإن الالتباس لم يرفع؛ إذ أن عيوب الاختلال والتناقض و نقص الانسجام القانوني التي شابت هذه المادة لم تمحو ولم تعالج ،لأن نص الفقرة الأخيرة من المادة السالفة الذكر يقر جواز الطعن في قرارات الوكالة دون أية إشارة إلى قرارات السلطة الوصية.

أما فيما يخص الحوافز الجبائية و الإعفاءات بالمعنى المتعارف عليه، فيمكننا القول أن أي بلد آخذ في النمو و يكون بحاجة إلى رؤوس الأموال الأجنبية و في جلب التكنولوجيا ويرغب في الاستعانة بها لتنميته الاقتصادية و الصناعية فإنه يميل إلى اعتماد التشريعات الجبائية و المالية والجمركية الأكثر تحفيزا و اجتذابا للاستثمارات الأجنبية، سعيا وراء ترسيخ كليات اقتصاد السوق وخلق مناخ ملائم للاستثمار والمنافسة الحرة فرأت الجزائر ضرورة منح المزيد من التسهيلات المالية و الإعفاءات الجبائية للمستثمرين الأجانب، والأمر رقم 03-01 يتماشى مع هذا المبدأ

[1] المادة 28 من الأمر 06/03.

فمنح للمستثمرين الوطنيين و الأجانب صنفين من المزايا أدرجهما ضمن نظامين هما النظام العام والنظام الاستثنائي و ذلك في المادتين 9 و10 من الأمر المذكور[1]، ذلك أنه إلى جانب استفادة المستثمر من الحوافز الجبائية و الجمركية المنصوص عليها في إطار النظام العام فإنه يستفيد في إطار النظام الخاص من مزايا و إعفاءات خاصة ،لاسيما إذا قام باستثمارات تساهم في تحقيق التنمية الاقتصادية للبلاد و لاسيما عندما يستعمل تكنولوجيات خاصة من شأنها المحافظة على البيئة و حماية الموارد الطبيعية و ادخار الطاقة و المساعدة على تحقيق تنمية شاملة.

فالمادة التاسعة تنص على أنه زيادة على الحوافز الضريبية و شبه الضريبة و الجمركية المنصوص عليها في القانون العام يمكن أن تستفيد الاستثمارات المقصودة في المادتين 1 و 2 بالمزايا التالية:

1. تطبيق النسبة المخفضة في مجال الحقوق الجمركية فيما يخص التجهيزات المستوردة والتي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار.
2. الإعفاء من الضريبة على القيمة المضافة فيما يخص السلع و الخدمات التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار.
3. الإعفاء من دفع رسم نقل الملكية بعوض فيما يخص كل المقتنيات العقارية التي تمت في إطار الاستثمار المعني[2].

أما فيما يخص النظام الاستثنائي فإن المادة العاشرة تنص على أنه تستفيد من مزايا خاصة:

أولا: الاستثمارات التي تنجز في المناطق التي تتطلب تنميتها مساهمة خاصة من الدولة.

ثانيا: الاستثمارات ذات الأهمية الخاصة بالنسبة للاقتصاد الوطني، لاسيما عندما تستعمل تكنولوجيا خاصة من شأنها أن تحافظ على البيئة و تحمي الموارد الطبيعية و تدخر الطاقة وتقضي إلى تنمية مستديمة.

فتنص المادة 11 على أنه تستفيد الاستثمارات المنجزة في المناطق المذكورة في الفقرة الأولى من المادة العاشرة أعلاه من المزايا الآتية:

[1] الأمر رقم 03-01 المؤرخ في 20 أوت 2001 المتعلق بتطوير الاستثمار، الجريدة الرسمية، العدد 47.

[2] مصطفى كمال طه، المرجع السابق، ص 264.

الفرع الأول: عند البدء في إنجازها

1. الإعفاء من دفع حقوق نقل الملكية بعوض فيما يخص كل المقتنيات العقارية التي تتم في إطار الاستثمار.
2. تطبيق حق ثابت في مجال التسجيل بنسبة مخفضة قدرها اثنان بالألف 02 % فيما يخص العقود التأسيسية و الزيادات في رأس المال[1].
3. تتكفل الدولة جزئيا أو كليا بالمصاريف بعد تقييمها من الوكالة، فيما يخص الأشغال المتعلقة بالمنشآت الأساسية الضرورية لإنجاز الاستثمار.
4. الإعفاء من الضريبة على القيمة المضافة فيما يخص السلع و الخدمات التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار سواء كانت مستوردة أو مقتناة من السوق المحلية و ذلك عندما تكون هذه السلع و الخدمات موجهة لإنجاز عمليات تخضع للضريبة على القيمة المضافة.
5. تطبيق النسبة المخفضة في مجال الحقوق الجمركية فيما يخص السلع المستوردة و التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار.

الفرع الثاني: بعد معاينة انطلاق الاستغلال

1. الإعفاء لمدة عشر سنوات من النشاط الفعلي من الضريبة على أرباح الشركات و من الضريبة على الدخل الإجمالي على الأرباح الموزعة و من الدفع الجزافي و من الرسم على النشاط المهني.
2. الإعفاء لمدة عشر سنوات إبتداءا من تاريخ الاقتناء من الرسم العقاري ،على الملكيات العقارية التي تدخل في إطار الاستثمار.
3. منح مزايا إضافية من شأنها أن تحسن و تسهل الاستثمار مثل تأجيل العجز و آجال الاستهلاك[2].

[1] يقدر هذا الإعفاء في المرسوم التشريعي 12-93 الصادر في 5 أكتوبر 1993 و المتعلق بترقية و دعم الاستثمار بـ 5%.

[2] المواد 9، 10، 11 من الأمر 03-01 المؤرخ في 20 أوت 2001 المتعلق بتطوير الاستثمار، الجريدة الرسمية، العدد 47.

فبصورة إجمالية يمكننا أن نخلص بخصوص المزايا والتسهيلات و الإعفاءات المقدمة، أن قانون الاستثمارات الجزائري عرف في العشرية الأخيرة تطورا مس الضمانات القانونية والمزايا الجمركية الممنوحة للمستثمرين الأجانب، والأمر رقم 03-01 الخاص بترقية و دعم الاستثمار قد منح للمستثمرين الوطنيين والأجانب مزايا جبائية وتسهيلات مالية لم يمنحها لهم المرسوم السالف الذكر، فمن تلك التسهيلات تقليص الآجال الممنوحة لوكالة تطوير الاستثمار للرد على المستثمر في حالة طلبه مزايا إضافية من الوكالة فبعدما كان الأجل شهرين قلصه المشرع إلى شهر واحد تسهيلا و تمكينا للمستثمر من مباشرة استثماره في أقرب الأوقات و تخفيضا للإجراءات الإدارية الواجب استيفاؤها.

كما أن الأمر 03-01 قد كرس مبدأ عدم التفرقة بين المستثمر الوطني و المستثمر الأجنبي وبين المستثمر العمومي والمستثمر الخاص وبين الأشخاص الطبيعية والأشخاص المعنوية بحيث يحظى كلاهما بنفس المعاملة أي بمعاملة عادلة ومنصفة، فبالإضافة إلى هذه المجموعة من المزايا الجبائية والجمركية والإعفاءات والتخفيضات في إطار قانون تطوير الاستثمار الممنوحة للمستثمرين الذين يقومون بالإنتاج و يصرفون منتوجاتهم في السوق المحلية ، فإن المشرع قد منح إلى المستثمرين المنتجين الذين يصدرون إلى الخارج سلعا وخدمات، إعفاءات معتبرة وهذا لترقية عمليات التصدير خارج المحروقات وذلك مقتضى المادة 138 من قانون الضرائب المباشرة وفق قانون المالية لسنة 1996 وهي تتمثل في الآتي:

1. إعفاء الشركات القائمة بعمليات بيع السلع و الخدمات للتصدير من دفع الضريبة المفروضة على أرباحها المحققة بصورة مؤقتة لمدة خمس سنوات و ذلك بمقتضى المادة 12 من قانون المالية لسنة 1992
2. إعفاء الشركات من أداء الدفع الجزافي بصورة مؤقتة لمدة خمس سنوات طبقا للمادة 19 من قانون المالية لسنة 1996[1].

فقد أنشأت الدولة سنة 1996 صندوق خاص بترقية الصادرات بقصد مساعدة المصدرين الجزائريين على تحسين نوعية منتوجاتهم المصدرة نحو الخارج و إكساب تلك المنتجات قدرة تنافسية وجعلها تتلاءم مع معايير وقواعد التجارة الدولية، وكذلك تمكينهم من ترويج منتوجاتهم في

[1] محمد يوسفي، المرجع السابق، ص 57.

الأسواق الخارجية، كما يتولى هذا الصندوق تمويل الدراسات والاستطلاعات المنصبة على الأسواق الخارجية وتزويد المصدرين بالمعلومات اللازمة التي تساعدهم على اكتشاف المناطق في العالم التي تبدو ملائمة لاستقبال منتوجاتهم وهذا عن طريق المشاركة في الأسواق والمعارض الدولية التي تنظم في مختلف بلدان العالم و التي يدعى هؤلاء المصدرون للمشاركة فيها[1].

وأيا كانت أهمية المزايا الجبائية و أيا كان حجم الحوافز المقدمة للمستثمر فإنه يظل يبدي ترددا كلما فكر في نقل رأس ماله وأصوله الإنتاجية خارج وطنه وأن تردده و مخاوفه تزداد كلما تذكر بأنه يجهل حقيقة الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية للدولة التي يرغب الاستثمار فيها، وأنه بكونه يهدف إلى تحقيق أكبر قدر ممكن من الأرباح يدرك تمام الإدراك أن فعالية وقيمة التشريعات الداخلية للدولة المضيفة لا تكمنان في حجم الضمانات القانونية والمزايا الجبائية والمنافع الجمركية والمالية التي تمنحها هذه التشريعات بقدر ما تكمنان في قيمتها القانونية وقوتها الإلزامية واستقرار النظام القانوني الذي يحكمها، كما تكمن أهميتها في قدرتها على خلق المناخ الاستثماري المناسب والإطار المؤسساتي الملائم فقد يكون التشريع سخيا ليبراليا إلى أبعد الحدود في معالجته للاستثمارات و قد يكون مغريا في حوافزه، جذابا في مظهره لكنه قد يبقى حبرا على ورق إذا انعدمت لدى المستثمرين الثقة وغاب الائتمان والاطمئنان تجاه الإجراءات القانونية والتنظيمية التي تتخذها الدولة المضيفة للاستثمارات، فتنفيذ وتطبيق القوانين يبقى مهما في عملية الاستثمار.

المطلب الثاني: الضمانات والمبادئ الواردة في قانون الاستثمار 03-01

الفرع الأول: عناصر القدرة الإجتذابية لقانون الاستثمار ومبدأ المساواة في المعاملة

ما يمكن ملاحظته فيما يخص الحوافز الجبائية والإعفاءات التي يمنحها قانون الاستثمارات الجزائري للمستثمرين الوطنيين و الأجانب ،أنها تضاهي نظريا في أهمية حجمها و درجة انفتاحها أكثر القوانين الليبرالية و تفتحا على الرأس المال الخارجي، إلا أن التركيز على الجبائية التحفيزية ليس كافيا في حد ذاته لاجتذاب الاستثمارات فمدى نجاح أي قانون و فعاليته كذا قدرته الإجتذابية متوقف في مجال الاستثمارات على عوامل المحيط المؤسساتي والاقتصادي و آذلك على الظروف و الأوضاع السياسية والاجتماعية السائدة في أي بلد، كذلك يتوقف على النصوص التطبيقية التي

[1] A.BENHAMOU- Le cadre juridique, du commerce extérieur de l'Algérie. Revue Idara N°2. 1999. Revue de l'école nationale d'administration P 19.

تأتي بتوضيحات وتفاصيل هامة وعديدة كفيلة بضمان انسجام واتساع النظام القانوني بأكمله الذي يحكم الاستثمارات[1].

إن العوامل والدوافع التي تحفز في نظرنا على القيام بالاستثمار عوامل جبائية بحته، لأن المستثمر يسعى إلى تحقيق أكبر قدر من الربح، فالاستقرار السياسي الذي يسود في البلد والذي ينبثق عنه استقرار التشريعات المالية والجبائية والنقدية و بعبارة شاملة الاستقرار القانوني، والذي يتوقف آذلك على تمتع البلد بسوق محلية واسعة وعن المر دودية المتوقعة للمشروعات الاستثمارية ونتائج التحليل الاقتصادي الاستراتيجي الذي يقوم به المستثمرون قبل شروعهم في الاستثمار، كذلك عن سهولة المواصلات ودرجة التطور التقني لشبكة المواصلات السلكية واللاسلكية ووفرة الموارد الطبيعية والطاقوية والإمكانيات البشرية المؤهلة التي يتمتع بها البلد، كذلك على أهمية هياكله الإرتكازية ومرافق الإسناد فيه ودرجة نموه الاقتصادي ومستوى تطوره وتقدمه الاجتماعي والثقافي، هذه العوامل كلها تلعب أدوارا متفاوتة الأهمية في جلب و بقاء و استمرار الاستثمارات الخاصة لاسيما الأجنبية.

إذن فالتحفيزات الجبائية المتخذة لصالح الاستثمار الخاص الأجنبي ليست العامل الوحيد، فقد لوحظ أن بعض البلدان تغالي في منح المنافع المالية و المزايا الجبائية و الجمركية اعتقادا منها أن ذلك كافي لجلب الكثير من المستثمرين إنما الشيء الأهم بالنسبة للمستثمر الأجنبي هو استقرار النظام القانوني للاستثمارات و الضمانات المؤسساتية المتمثلة في المحيط المؤسساتي المتطور والنظام المصرفي الملائم والمرن والتوجهات السياسية الكبرى وبالتالي الاقتصادية التي تتبناها السلطات العامة للبلاد والتي تدرجها في نصوص قانونية كفيلة بإدخال البلاد في اقتصاد السوق والعمل بآلياته و ذلك برفع الصعوبات التي تعرقل العمل الحر والتلقائي لقانون السوق.

فمن الضمانات القانونية المعتبرة الممنوحة للمستثمرين الأجانب كون الأمر الحالي يكفل لهم المساواة في المعاملة مع المستثمرين الوطنيين، فالمادة 14 منه[2]، في فقرتها الأولى تنص على أن "يعامل الأشخاص الطبيعيون و المعنويون الأجانب بمثل ما يعامل به الأشخاص الطبيعيون والمعنويون الجزائريون في مجال الحقوق والواجبات ذات الصلة بالاستثمار" و الفقرة الثانية تضيف

[1] عبد الله حسين الخشروم، المرجع السابق، ص 705.

[2] يقصد به الأمر 03-01 المؤرخ في 20 أوت 2001 ، والمتعلق بتطوير الإستثمار، الجريدة الرسمية العدد 47.

بأنه "يعامل جميع الأشخاص الطبيعيون و المعنويون الأجانب نفس المعاملة مع مراعاة أحكام الاتفاقيات التي أبرمتها الدولة الجزائرية مع دولهم الأصلية"، فنفس معنى هذه المادة كانت تنص عليه المادة 38 من المرسوم التشريعي رقم 12-93 التي تنص على: " تحظى الأشخاص الطبيعية الأجنبية بنفس المعاملة التي تحظى بها الأشخاص الطبيعية والمعنوية الجزائرية من حيث الحقوق والالتزامات فيما يتصل بالاستثمار".

و تضيف " تحظى جميع الأشخاص الطبيعية والمعنوية الأجنبية بنفس المعاملة مع التقيد بأحكام الاتفاقيات المبرمة بين الدولة الجزائرية والدول التي يكون هؤلاء الأشخاص من رعاياها"، فما يمكن ملاحظته من الفقرة الأخيرة من المادة 14، هو النص على وجوب مراعاة أحكام الاتفاقيات مع الدول الأصلية للمستثمرين و هذا ما قد يفسر من طرف البعض بأن القانون يمنح لهؤلاء حماية أكبر وضمانات أوسع من تلك الممنوحة للمستثمرين الوطنيين، حماية قد تفوق في مضمونها و نوعيتها تلك الممنوحة للمستثمرين الوطنيين و هذا ما يضاعف من المخاطر السياسية التي قد يتعرض لها المستثمر الأجنبي وحتى الوطني فإن المادة 17 من الأمر رقم 03-01 تنص على "يخضع كل خلاف بين المستثمر الأجنبي و الدولة الجزائرية يكون بسبب المستثمر أو بسبب إجراء اتخذته الدولة الجزائرية ضده، للجهات القضائية المختصة، إلا في حالة وجود اتفاقيات ثنائية أو متعددة الأطراف أبرمتها الدولة الجزائرية تتعلق بالمصالحة أو التحكيم أو في حالة وجود اتفاق خاص ينص على بند تسوية أو بند يسمح للطرفين بالتوصل إلى اتفاق بناءا على تحكيم خاص".

والمادة 41 من المرسوم التشريعي 12-93 كانت تفيد نفس المعنى ،فالمادة الجديدة تكاد تكون تمديدا و اقتباسا حرفيا للمادة 41 المذكورة[1]، إذ سار الأمر رقم 03-01 على نفس المنوال الذي سار عليه المرسوم التشريعي مع اختلافات طفيفة في الصياغة.

أما المادة 16 من الأمر الحالي تنص على أنه "لا يمكن أن تكون الاستثمارات المنجزة موضوع مصادرة إدارية إلا في الحالات المنصوص عليها في التشريع المعمول به" فالمشرع الجزائري في التشريع الحالي قد تعمد عدم ذكر أغلب الأخطار السياسية التي كان يتعرض لها المستثمر في الماضي واقتصر في المادة 16 على ذكر المصادرة الإدارية مع التذكير بأنه يترتب

[1] المادة 41 من المرسوم التشريعي رقم 12-93 الصادر في 05 أكتوبر 1993 والمتعلق بترقية و دعم الاستثمار، الجريدة الرسمية العدد 64.

عليها تعويض عادل ومنصف، فيستبعد النص الجديد التجاء الدولة الجزائرية للتأميم تكريسا للضمانات التي منحت للمستثمرين، لأن ذكر التأميم و نزع الملكية و لو كانت للمنفعة العمومية ينفر المستثمرين الوطنيين و الأجانب على حد سواء ويجعلهم يترددون كثيرا قبل الإقدام على استثمار أموالهم.

الفرع الثاني: ضمان حرية الاستثمار وقيد التنظيمات المتعلقة بالنشاطات المقننة

إن الأمر 03-01[1]، ينص صراحة في مادته الرابعة على مبدأ حرية الاستثمار والتي جاءت متماشية مع ما كان منصوصا عليه في المادة الرابعة من المرسوم التشريعي 12-93 كما جاءت متوافقة ومكرسة للمادة 183 من قانون النقد والقرض الصادر في 14 أفريل 1990[2]، والتي نصت على مبدأ حرية القيام بالاستثمارات.

كما أن صياغة أحكام نص الأمر السالف ذكره جاءت عامة فيما يتعلق بمسألة حرية الاستثمار مما يفيد احتوائه للاستثمار الوطني العمومي والخاص و كذا الاستثمار الذي ينجز في إطار نظام الامتياز والرخص، فالمادة الأولى منه تنص على ما يلي: "يحدد هذا الأمر النظام الذي يطبق على الاستثمارات الوطنية و الأجنبية المنجزة في النشاطات الاقتصادية المنتجة للسلع والخدمات كذلك الاستثمارات التي تنتج في إطار منح الامتياز أو الرخص" فهذه الصياغة تعتبر جديدة مقارنة بما كان واردا في المادة الأولى من المرسوم التشريعي 12-93 و التي كانت تنص صراحة على أن المرسوم التشريعي يحدد النظام الذي يطبق على الاستثمارات الوطنية الخاصة وعلى الاستثمارات الأجنبية و التي كانت تضيف بأن الأمر يجب أن يتعلق "بالاستثمارات الخاصة والأجنبية التي تنجز ضمن الأنشطة الاقتصادية الخاصة بإنتاج السلع و الخدمات غير المخصصة صراحة للدولة أو لفروعها أو لأي شخص معنوي معين صراحة بموجب نص تشريعي".

فالمادة الأولى من المرسوم التشريعي 12-93 تنص صراحة على عدم إمكانية استفادة الاستثمارات العمومية من أحكامه و إذا أرادت الاستفادة من هاته الأحكام عليها أن تتقدم بطلب إلى الجهات المختصة.

[1] الأمر 03-01 المؤرخ في 20 أوت 2001، والمتعلق بتطوير الإستثمار، الجريدة الرسمية العدد 47.

[2] قانون النقد و القرض رقم 10-90 الصادر بتاريخ 1990/04/14، الجريدة الرسمية، العدد 16.

أما المادة الأولى من الأمر الحالي لا تنص بصريح العبارة على إدخال الاستثمارات العمومية ضمن نطاق هذا القانون إلا أنها لم تستبعدها صراحة كما فعل التشريع السابق و الذي حدد نطاق تطبيقه على الاستثمار العمومي، حتى و إن كانت بعض النصوص القانونية التي صدرت في السنوات الماضية والمتعلقة بالاستثمار قد أقرت وكرست مبدأ عدم التفرقة بين الخاص والعام و بين الوطني والأجنبي.

كما أن نص المادة الأولى من الأمر الجديد 03-01 قد مددت العمل بحكم المادة الأولى من المرسوم التشريعي 12-93 فيما يتعلق بنوع النشاطات الاقتصادية فأكدت على النشاطات المنتجة للسلع والخدمات، لكنها لم تذكر التخصيص الذي كان مكرسا في المادة الأولى: "لبعض النشاطات لصالح الدولة أو لأي شخص معنوي معين صراحة بموجب نص تشريعي"[1]، وموقف المشرع في هذه المسألة يمكن تفسيره على أنه اتجاه يمنح حرية أكبر للمستثمر كذا توسيع نطاق تدخله في مختلف فروع الاقتصاد الوطني و تعبيرا عن اقتناعه بعدم جدوى التحديد التحكمي لبعض القطاعات الاقتصادية التي كانت تعتبر في الماضي قطاعات إستراتيجية حيوية يمنع على المؤسسات الخاصة الاستثمار فيها، ولعل أبرز مثال عن هذا قطاع المواصلات السلكية واللاسلكية.

فالملاحظ أن هذا الاتجاه في معاملة الاستثمارات الخاصة سواء أكانت وطنية أم أجنبية ،غالبا ما كان ينطبق على قوانين الدول التي تبنت أساليب التسيير الإداري الاشتراكي لمؤسساتها والتخطيط المركزي للنشاطات الاقتصادية الجارية بها، و هذا ما أقره القانون رقم 25-88 الخاص بتوجيه الاستثمارات الخاصة الوطنية المؤرخ في 12 جويلية 1988[2]، الذي أقام تفرقة بين ثلاثة أنواع من المجالات الاقتصادية، المجالات الاقتصادية الإستراتيجية، المجالات الاقتصادية ذات الأولوية ثم المجالات الاقتصادية العادية وهي ليست إستراتيجية ولا ذات أولوية، فالاستثمار الخاص محظور في النوع الأول أي المجالات الإستراتيجية و مسرح به في النوعين الآخرين، ففيما يتعلق بمسألة التمييز بين المجالات ذات الأولوية و العادية لا تترتب عليها آثار معتبرة سوى تلك

[1] المرسوم التشريعي رقم 12-93 المؤرخ في 5 أكتوبر 1993 المتعلق بترقية ودعم الاستثمار، الجريدة الرسمية العدد 64.

[2] القانون رقم 25-88 المؤرخ في 12 جويلية 1988 ،الخاص بتوجيه الاستثمارات الخاصة الوطنية، العدد 27 ص 1026.

المتعلقة بالمزايا والامتيازات التي يمكن أن يستفيد منها المستثمر في القطاع ذي الأولية، كما أن القانون السالف الذكر قد ألغى تقنية الاعتماد الإداري أو ما آان يسمى بالموافقة الإدارية.

فما يميز حقيقة الأمر 03-01 عن المرسوم التشريعي 12-93 وأيضا عن قانون النقد والقرض رقم 10-90، أنه لم يجعل الاستثمار محصورا في بعض القطاعات دون الأخرى، فلم يقصر على الدولة إمكانية التدخل في بعض القطاعات الحيوية وذات الأولوية ويمنعها على المؤسسات الخاصة الوطنية والأجنبية، فالمادة 183 من قانون النقد والقرض كذلك المادة الأولى من المرسوم التشريعي تنصان على "أنه ليس للمستثمر الحق في التدخل في نشاطات اقتصادية غير مخصصة صراحة للدولة وللمؤسسات المتفرعة عنها أو لأي شخص معنوي مشار إليه صراحة بموجب نص قانوني".

هذا التطور يتماشى مع اتجاه عالمي يتمثل في الانسحاب التدريجي للدولة من الدائرة الاقتصادية وتركها للمبادرة الحرة، و هذا ما يعبر عنه محتوى المادة الأولى من الأمر 03-01، والتي لم يرد فيها بصريح العبارة على أن هناك قطاعات اقتصادية "مخصصة صراحة للدولة أو لفروعها أو لأي شخص معنوي معين صراحة بموجب نص قانوني" خلافا للمادة الأولى من المرسوم التشريعي رقم 12-93، والملاحظ أن هذا الاتجاه الذي ذهب إليه المشرع فيما يتعلق بالنشاطات التي كان يمكن تخصيصها صراحة للدولة أو لأحد فروعها من شأنه إثارة اهتمام كبير لدى المستثمرين الخواص الوطنيين في داخل البلاد و خارجها والأجانب لكونه يستجيب لضرورة تكييف و ملائمة التشريعات المتعلقة بالاستثمار وتلك المتعلقة بالعلاقات التجارية و المالية مع مقتضيات التعامل مع السوق العالمية، كما أن هذا الاتجاه يلبي رغبة الجزائر في امتلاك وسيلة قانونية فعالة قادرة على اجتذاب عناصر الإنتاج المتوفرة في البلدان الأجنبية[1] و دائما فيما يخص المادة الأولى يتعين لفت الانتباه إلى أنها و لو لم تذكر فكرة النشاطات المخصصة إلا أنها نصت على أن أحكام الأمر الحالي تنطبق على "الاستثمارات التي تنجز في إطار منح الامتياز أو الرخصة" و هذا شيء جديد لم ينص عليه المرسوم التشريعي رقم 12-93، فالنص الجديد قد وسع من نطاق النشاطات الاقتصادية التي تعتبر استثمارا فأصبحت تشمل العمليات المتصلة بالخوصصة، فقد نصت المادة 2 في فقرتها الثالثة على أنه يقصد بالاستثمار أيضا "استعادة

[1] يوسفي محمد، مضمون وأهداف الأحكام الجديدة في المرسوم التشريعي 12-93 المتعلق بترقية الاستثمارات، مجلة إدارة العدد 2، 1999، مجلة المدرسة الوطنية للإدارة، الجزائر.

النشاطات في إطار خوصصة جزئية أو كلية"، لكن ما يمكن ملاحظته بخصوص هذه المادة التي حدد فيها المشرع مفهومه للاستثمار هو أن فقرتها الأولى جاءت مطابقة لما كان منصوصا عليه في المادة 2 من المرسوم التشريعي 12-93 و التي كانت تنص على : "...هذا المرسوم تستفيد من أحكامه الاستثمارات المنشئة والمنمية للقدرات والمعيدة للتأهيل أو الهيكلة"، فهذه الفقرة تكاد تماثل تماما في صياغتها نص الفقرة الأولى من المادة الثانية حيث جاء فيها :" ...اقتناء أصول تندرج في إطار استحداث نشاطات جديدة أو توسيع قدرات الإنتاج أو إعادة التأهيل أو إعادة الهيكلة"[1].

فنفس المادة في فقرتها الثانية تنص على أن الاستثمار يمكن أن يتخذ شكل مساهمة في رأسمال مؤسسة وذلك بمساهمات نقدية أو عينية من جهة، وأغفل ذكر طبيعة الشخص الذي يقدم تلك المساهمات من جهة أخرى ،خلافا لما نصت عليه الفقرة الأولى من المادة الثانية في المرسوم التشريعي رقم 12-93 حيث تنص على " الاستثمارات تنجز في شكل حصص من رأس مال أو حصص عينية يقدمها أي شخص طبيعي أو معنوي"، فما يمكن ملاحظته بهذا الصدد انه قد استبدلت عبارة "حصص من رأس المال" بعبارة حصص نقدية، كما أن النص لم يولي اهتماما لطبيعة الشخص المساهم، والمادة 4 من الأمر الحالي أي الأمر 03-01 تنص على أنه " تنجز الاستثمارات في حرية تامة مع مراعاة التشريع والتنظيمات المتعلقة بالنشاطات المقننة و حماية البيئة".

فما يمكن التنبيه إليه بهذا الصدد هو أن ربط المشرع لحرية الاستثمار الذي لا يقتضي الشروع في انجازه وفقا لنص المادة الرابعة إلا بعد التصريح به لدى وكالة تطوير الاستثمار المستخدمة و التي حلت محل وكالة ترقية و دعم الاستثمار التي تغيرت تسميتها في ظل القانون الجديد والذي يقضي بوجوب مراعاة التشريع والتنظيمات المتعلقة بالنشاطات المقننة وبمقتضيات حماية البيئة، فهذا الربط يقلص من مجال الحرية الممنوحة للمستثمر ويضفي على النص غموضا و التباسا يوحيان باحتوائه على فكرتين متناقضتين و متنافرتين الأولى تكمن في إقرار المشرع الصريح لمبدأ حرية المستثمر في مباشرة النشاطات الاقتصادية التي يعتزم القيام بها و الثانية في ضرورة تقيده بأحكام التنظيمات المتعلقة بالنشاطات المقننة، فهذا الربط يعتبره البعض قيدا على

[1] المادة الثانية من الأمر رقم 03-01 المؤرخ في 20 أوت 2001 والمتعلق بتطوير الإستثمار، جريدة رسمية، العدد 47.

حرية الاستثمار التي نصت عليها القوانين الجزائرية المتعلقة بالاستثمار منذ سنة 1990، و يدل على محدودية مبدأ حرية الاستثمار.

وبخصوص النشاطات والمهن المقننة ينص المرسوم التنفيذي رقم 40-97 المؤرخ في 18 جانفي 1997 المتعلق بمعايير تحديد وتأطير النشاطات و المهن المقننة الخاضعة للقيد في السجل التجاري[1]، على أنه وحسب مفهوم المرسوم الحالي فإن كل نشاط أو مهنة خاضعة للقيد في السجل التجاري تتطلب بطبيعتها أو مضمونها و محلها ووسائل تفعيلها، توفر شروط خاصة حتى يتم الترخيص بممارستها كمهنة مقننة أو نشاطا مقننا.

وما يمكن ملاحظته في هذا الصدد أن قوانين الاستثمارات التي سنتها الجزائر في السنوات الأخيرة لم تذكر إلا عبارة النشاطات المقننة و التساؤل يثور عما إذا كان من الضروري الاقتصار في ميدان الاستثمارات على مفهوم النشاطات المقننة و استبعاد فكرة المهن المقننة[2]، آذلك أن الإطار القانوني الذي يحكم العديد من مجالات النشاط الاقتصادي مثل الاستثمارات في الميدان الرياضي أو الصيدلاني يتكون أساسا من نصوص تنظيمية بالرغم من أن الدستور في صيغته المراجعة قد منح اختصاص تنظيم هذه النشاطات إلى البرلمان أي إلى السلطة التشريعية.

إن مبدأ حرية الاستثمار كما هو مكرس في المادة الرابعة من الأمر المذكور و الذي كرسته المادة 3 من المرسوم التشريعي السالف الذكر مشتق من مبدأ آخر مكرس دستوريا، و ذلك في المادة 37 من دستور سنة 1996 و التي تنص "على أن حرية التجارة و الصناعة مضمونة وتمارس في إطار القانون"[3]، فإن تأطير و تنظيم هذه الحرية يجب أن يتم بنصوص تشريعية أي قوانين، فأي قيد يأتي به نص تنظيمي يجب أن يستند إلى نص تشريعي.

الفرع الثالث: ضمان مبدأ تثبيت النظام القانوني الخاص بالاستثمارات

أما فيما يتعلق بمبدأ استقرار النظام القانوني الخاص بالاستثمارات فإن ضمان تفعيل هذا المبدأ مرتبط بالاستقرار التشريعي الذي يتوقف بدرجة كبيرة على الاستقرار السياسي في البلاد،

[1] المرسوم التنفيذي رقم 40-97 المؤرخ في 18 جانفي 1997 والمتعلق بمعايير تحديد و تأطير النشاطات و المهن المقننة الخاضعة للقيد في السجل التجاري،الجريدة الرسمية العدد 5.

[2] Chérif. Bennadji- La notion d'activité réglementées-Idara-Revue de l'école nationale d'administration. N°2.2000 Alger.

[3] المادة 37 من دستور 22 نوفمبر 1996 للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

والمقصود بهذا المبدأ هو أن تتعهد الدولة بعدم تغيير الإطار التشريعي الذي يحكم الاستثمارات والذي قد يتم في ظله إبرام عقود أو اتفاقيات استثمار[1]، فالأمر يتمثل في تعطيل مؤقت متعمد لحق الدولة ككيان ذي سيادة في ممارسة اختصاصاتها التشريعية وحتى الدستورية في بعض الأحيان، فالهدف من إدخال هذا البند هو تفادي المساس بسلامة العقود المبرمة و ضمان استمرار سريان الإطار القانوني الذي اتخذت وفقا له الالتزامات التعاقدية. فهذا البند القاضي بتجميد التشريع الساري المفعول قد يمس بصورة خاصة الأحكام الجبائية الواردة في القوانين المطبقة على المؤسسات الاقتصادية و كذلك تلك المنصوص عليها في بعض العقود و الاتفاقيات الثنائية المبرمة بين الدولة المستقبلة للاستثمارات و الدولة التي ينتمي إليها المستثمر بحيث لا تكون لها آثار سلبية على الاستثمارات التي شرع في إنجازها. و ما تجدر ملاحظته بهذا الصدد أن جانبا كبيرا من الفقه و كذلك القضاء التحكيمي الدولي لا يعترضان على هذا النوع من الممارسات القانونية و يريان أن أي دولة في ممارسة سيادتها الوطنية لها الحق في أن ترتبط بالتزامات تمنح بمقتضاها حقوق امتيازية لبعض المستثمرين مقابل أدائهم لمهام إلتزاموا الوفاء بها، فهذا التجميد للتشريع الخاص بالاستثمارات يعتبر ضمانا إضافيا يتيح للمستثمر العمل وفق أرضية قانونية معروفة مسبقا، لأن التغييرات الفجائية في التشريع الخاص بالاستثمارات غالبا ما تضيع على المستثمرين فرص تحقيق الربح. فهو التزام بعدم تغيير التشريع الساري المفعول إلا إذا اعتبر المستثمرون أن الأحكام الجديدة التي تبنتها الدولة أكثر تلاؤما مع سياستهم الاستثمارية التي تخدم مصالحهم.

فمن ضمن الضمانات التي منحها المشرع الجزائري للمستثمرين في الأمر رقم 03-01 المؤرخ في 20 أوت 2001 ما تنص عليه المادة 15 التي تقضي "بألا تطبق المراجعات أو الإلغاءات التي قد تطرأ في المستقبل على الاستثمارات المنجزة في إطار هذا الأمر إلا إذا طلب المستثمر ذلك صراحة"[2]، ويعتبر نص هذه المادة بمثابة تعهد من جانب الدولة الجزائرية بعدم تطبيقها لقوانين جديدة على الاستثمارات التي شرع في انجازها.

[1] M A. Bekhechi- L'investissement et le droit- Réflexion sur le nouveau « code » algérien. Décret législatif 93-12 D.P.C.I TOME 20 N1.

[2] المادة 15 من الأمر رقم 03-01 المؤرخ في 20 أوت 2001 والمتعلق بتطوير الإستثمار ، جريدة رسمية،العدد 47.

هذه التدابير التشريعية تعتبر في نظرنا كفيلة بجذب و إغراء المستثمرين خاصة الأجانب منهم الذين يتطلعون إلى الاستقرار القانوني بكل جوانبه و الذي يعد شرطا جوهريا في نظرنا لإقدام المستثمرين على توظيف أموالهم، وعلى نقيض ذلك فهو يمثل خطر أيضا بالنسبة للدولة المستقبلة للاستثمارات إذ لا يحق لها بعد ذلك فرض تطبيق أي تشريع جديد على المستثمر حتى و إن كان يخدم المصلحة الوطنية، والتساؤل الذي يطرح في هذا الصدد حول غاية المشرع من وراء هذه البند و هل يعتبر مجرد سهو في تحديد شروط هذا الأخير؟

الفرع الرابع: ضمان التحويل الحر للرأسمال وعائداته

إن الحق المخول للمستثمر الأجنبي في النص الجديد لتحويل رأسماله و عائدات استثماره إلى الخارج حق تخوله للمستثمر جل تشريعات الاستثمار ذات الطابع التحفيزي و الانفتاحي في أغلب الدول النامية، و أن النص قانونيا على منحه للمستثمر يلعب دورا حاسما في جلب المستثمرين الأجانب الذين يولون أهمية خاصة و جوهرية لاعتراف البلد المضيف لهم بهذا الحق لتحقيق مصالحهم المالية و السعي للتمتع به يشكل اهتماما مركزيا لدى المستثمرين.

فما الفائدة التي يجنيها المستثمر إذا كان محروما من تحويل المبالغ المالية التي يستثمرها في البلد المضيف و كذلك تحويل أرباحه و عائدات استثماره و ناتج التنازل عن مشروعه الاستثماري أو تصفيته؟ والبلدان النامية الجادة أي التي تنتهج سياسة اقتصادية منفتحة على اقتصاد السوق، تحرص على منح هذا الحق للمستثمرين الأجانب إدراكا منها أنه يلعب دورا فعالا في استجلاب رؤوس الأموال الأجنبية.

وعملا بهذا الاقتناع فإن المشرع الجزائري قد منح في الأمر 03-01 المؤرخ في 20 أوت 2001 للمستثمر الأجنبي حق تحويل رأسماله و العائدات الناتجة عنه، فنصت المادة 31 على أنه "تستفيد الاستثمارات المنجزة انطلاقا من مساهمة في رأس المال بواسطة عملة صعبة حرة التحويل يسعرها بنك الجزائر بانتظام و يتحقق من استيرادها قانونا من ضمان تحويل الرأسمال المستثمر و العائدات الناتجة عنه، آما يشمل هذا الضمان المداخيل الحقيقية الصافية الناتجة عن التنازل أو التصفية حتى و إن كان هذا المبلغ أكبر من الرأسمال المستثمر في البداية"[1].

[1] الأمر رقم 03-01 المؤرخ في 20 أوت 2001 والمتعلق بتطوير الإستثمار ، جريدة رسمية،العدد 47.

لكن الغريب في الأمر أن المشرع قد أدرج هذه المادة أي المادة 31 في باب الأحكام الختامية من الأمر 03-01 بينما كانت المادة 12 التي تكرس هذا الحق للمستثمر في المرسوم التشريعي 12-93، مدرجة في صلب النص القانوني و الملاحظ أن المشرع قد مدد العمل بهذه المادة و أن الصياغة الجديدة لها لا تكاد تختلف كثيرا عن صياغة المادة 12 كما وردت في المرسوم التشريعي 12-93، والتي كانت تنص على أن "تستفيد الاستثمارات التي تنجز بتقديم حصص من رأس المال بعملة قابلة للتحويل الحر ومسعرة رسميا من طرف البنك المركزي الجزائري الذي يتأكد قانونا من استيرادها من ضمان تحويل رأس المال المستثمر و العائدات الناتجة عنه يخص هذا الضمان أيضا الناتج الصافي للتنازل أو التصفية حتى و لو كان هذا المبلغ يفوق الرأس المال الأصلي للمستثمر" ففي نظرنا إن المشرع بنصه على هذا الحق في المادة 31 المدرجة في باب الأحكام الختامية أظهر تلاشيا و فتورا في حرصه على التأكيد على هذا الحق الممنوح للمستثمر و كأن هذا الحق لم يعد جوهريا بالنسبة للمستثمر و أن استفادة هذا الأخير به أصبح شيئا مفروغا منه لا يستحق الاهتمام الذي كان يحظى به، و التحمس الذي كان يبديه المشرع في الإعلان عنه و بعبارة أخرى أصبح تمتع المستثمر الأجنبي بهذا الحق أمرا بديهيا.

والملاحظ أيضا أن هذه الإجراءات اتخذتها الدولة في إطار تحريرها للتجارة الخارجية و تمهيدا للانتقال إلى اقتصاد السوق رغبة في زيادة حجم الصادرات خارج المحروقات و ترشيد الاستثمارات، فهذا لن يتأتى إلى بإعادة هيكلة مجال التجارة الخارجية و إقامة آليات جديدة لتنظيمها و تمويلها بكيفية تتلاءم مع التغيرات و التحولات المستجدة على الساحة الوطنية والدولية وتتماشى مع أعراف و قوانين التجارة الدولية لاسيما أن الجزائر تسعى إلى الالتحاق بالمنظمة العالمية للتجارة[1].

ففي ما يخص تنازل المستثمر عن مشروعه لشخص آخر، فإن الأمر 03-01 ينص في مادته 30 على التزام المالك الجديد الذي تنقل إليه ملكية المشروع بتنفيذ كل الالتزامات التي تعهد بها المالك القديم و التي استفاد بمقتضاها بالمزايا، و في حالة إخلاله بهذا الالتزام فأن للوكالة الحق في إلغاء تلك الالتزامات.

[1] لعريبي نسيمة، تطور دور الدولة في تنظيم التجارة الخارجية 1987-1996، مذكرة ماجستير فرع قانون المؤسسات، كلية الحقوق، الجزائر، 2001، ص 143.

لمتابعة من قبل الوكالة التي تقوم بمتابعة هذه الاستثمارات بالاتصال مع الإدارات و الهيئات المكلفة بالسهر على احترام الالتزامات التي تترتب على الاستفادة من المزايا الممنوحة"[1].

الفرع الخامس: ضمان تسوية النزاعات

إن مسألة تسوية المنازعات التي قد تثور بين الدولة الجزائرية و المستثمرين الأجانب فإن المادة 17 تنص على أن كل خلاف يطرأ بين الطرفين يعرض أولا على الجهات القضائية المختصة، وهذا تماشيا مع مبدأ ثابت في القانون الدولي و هو مبدأ استنفاذ وسائل التقاضي الداخلية و لا يمكن الالتجاء إلى وسائل أخرى إلا بعد استنفاذ هذه الوسائل، لهذا السبب يعتقد البعض أن ما تنص عليه المادة 17 وما نصت عليه المادة 41 قبلها في المرسوم التشريعي الصادر في 5 أكتوبر 1993 تعد تراجعا عما نصت عليه المادة 184 من قانون القرض و النقد التي تحيل مباشرة في حالة قيام نزاع بين الطرفين على الاتفاقيات الدولية التي صادقت عليها الجزائر.

فالأمر الحالي أقر مبدأ التحكيم الدولي مثلما فعل المرسوم التشريعي 12-93 واعترف به كوسيلة فعالة في حل النزاعات المحتمل نشوبها بين الدولة الجزائرية و المستثمرين الأجانب بعدما أبدى في الماضي تحفظا شديدا إزاءه[2]، فلقد اتخذت الجزائر مدة طويلة موقفا مناهضا تجاه التحكيم الدولي وهذا التحول في موقف المشرع الجزائري يعتبر تطورا و انفتاحا كبيرا لأن الجزائر بلد حديث العهد بالاستقلال وحريص على ممارسة سيادته الوطنية، حيث كانت تعتقد أن التحكيم الدولي معناه إحلال الهيئات القضائية و التحكيمية الدولية محل القضاء الوطني و من ضمن الاتفاقيات الدولية التي وقعت عليها الجزائر أو انضمت إليها هناك اتفاقية نيويورك لعام 1958 الخاصة بالاعتراف بتنفيذ الأحكام التحكيمية التي انضمت إليها الجزائر في 5 نوفمبر 1988[3]، اتفاقية عمان لعام

[1] المادة 32 من الأمر رقم 03-01 المؤرخ في 20 أوت 2001 والمتعلق بتطوير الإستثمار ، جريدة رسمية،العدد 47.

[2] Mohamed. BEDJAOUI – L'évolution des conceptions et de la pratique algérienne en matière d'arbitrage international – Séminaire sur l'arbitrage commercial. CNC Alger décembre 1992.

[3] راجع المرسوم رقم 233-88 المؤرخ في 05 نوفمبر سنة 1988 والمتضمن الانضمام بتحفظ إلى الاتفاقية التي صادق عليها مؤتمر الأمم المتحدة في نيويورك بتاريخ 10 يونيو سنة 1958 . ج ر عدد 48 المؤرخ في 23 نوفمبر 1988.

1987 الخاصة بالتحكيم التجاري العربي واتفاقية المركز الدولي لتسوية المنازعات حول الاستثمار بين الدولة المضيفة ومواطني الدول الأخرى.

ولقد صادقت الجزائر على العديد من الاتفاقيات المتعددة الأطراف ذات البعد الإقليمي من ذلك الاتفاقية المتضمنة إنشاء الشركة العربية لضمان الاستثمار التي تم التوقيع عليها في 28 ماي 1971 من طرف 15 دولة عربية بمدينة الكويت[1]، وكذلك الاتفاقية الموحدة العربية ، لاستثمار رؤوس الأموال العربية في البلدان العربية الموقع عليها بتاريخ 27 جويلية 1980 وأيضا اتفاقية ترقية ضمان الاستثمارات المبرمة في 23 جويلية 1990 بين بلدان إتحاد المغرب العربي.

[1] أنظر الأمر رقم 16-72 المؤرخ في 07 يونيو سنة 1972 المتضمن المصادقة على الاتفاقية المتعلقة بإنشاء الوكالة العربية لضمان الإستثمار، ج ر عدد 53 سنة 1972 ، ص 812.

خاتمة

خـاتمة:

للعلامة أهمية عملية بالغة، إذ تعتبر إحدى الوسائل الهامة في نجاح المشروع الاقتصادي، ولا شك أن من عوامل الازدهار والنمو الاقتصادي للدولة وجود نظام قانوني فعال ومتكامل يكفل حماية المشروعات المتنافسة من خطر التقليد، هذه الظاهرة أصبحت ذات أهمية قصوى، بحيث أصبح لا يمكن الحديث عن العلامة دون ذكر خطر التقليد والأضرار التي تنجم عنه والتي تمس بمصالح مالكي العلامات وبأمن وصحة وسلامة المستهلكين وبالاقتصاد الوطني على حد سواء، إذ تعرف هذه الظاهرة تطورا كبيرا يمس بالقاعات الصناعية والتجارية، تظل الإجراءات المتخذة من قبل المعهد الوطني للملكية الصناعية وغيرها من الهيئات محدودة جدا، وغير كافية أمام زحف الظاهرة التي تضاعف من اختلالات النسيج الصناعي ككل.

فقد عبرت العديد من المجموعات النشطة على غرار "مايكروسوفت الأمريكية " و " أوسرام الأوروبية"فضلا عن العديد من الشركات المنتجة للمواد الصناعية عن مخاوفها من تزايد عملية تقليد العلامات، في وقت لا تزال الجزائر لم تنضم إلى المنظمة العالمية للتجارة، ولم تطبق التدابير المنصوص عليها في الاتفاق حول حماية الملكية الفكرية "أدبيك" و قد أعلن مؤخرا، تدابير جديدة تخص تنظيم مجال التجارة الخارجية في الذي يرتقب تحديد قوائم جديدة لآفة المواد المقلدة على مستوى مصالح وزارة التجارة ،فظاهرة التقليد لها بعد عالمي ، فالجزائر التي تسجل في قائمة المواد المقلدة قطع الغيار و مواد التجميل تتراوح ما بين 50 و 60 % من المواد التي تدخل السوق الجزائري ، تغذيها قناتان الأولى محلية من خلال الإنتاج المحلي لاسيما الموازي ، و الثانية من خلال الاستيراد و شبكات التهريب ، و قد التزمت السلطات الأمريكية خاصة بعد المنتدى المنظم في الجزائر في أفريل 2005، بدعم الطرف الجزائري من خلال تكوين القضاة و أعوان الجمارك في إطار برنامج يعرف ب "برنامج الدعم لمنطقة الشرق الأوسط" واستفاد 38 قاضيا جزائريا من التكوين في إطار هذا البرنامج لحد الآن.

أوضحت مصادر من المعهد الوطني للملكية الصناعية أن المعهد اخطر خلال هذه السنة إلى غاية أوت 2005 بـ 20 حالة تقليد علامة لمنتجات، حيث تم مراقبة العلامات التابعة لهذه المنتجات من طرف الفرق الاقتصادية و مصالح الجمارك و يسجل المعهد حاليا حوالي 80 ألف علامة صناعية و تجارية على مستواه.

ونظرا لخطورة هذه الظاهرة فقد حظي قانون العلامات القديم أمر 57-66 بالتغيير الجذري والذي ترجم في قانون العلامات 03-06.

إضافة إلى إقرار قانون الاستثمار بنص صريح حق المستثمر الأجنبي في اللجوء إلى التحكيم، كما نجحت الدولة الجزائرية في رسم سياسة مالية مشجعة للاستثمارات الأجنبية من خلال منح مزايا وإعفاءات ضريبية، وكذا تقديم إعانات وتمويلات لضمان إستمراريتها، ومما زاد من قدرتها في استقطاب الاستثمارات الأجنبية هو ضمان حق المستثمر الأجنبي في تحويل رؤوس أمواله وكل العوائد الناتجة عنها، كما حاول المشرع الجزائري إزالة أهم عائق أمام المستثمر الأجنبي المتمثل في البيروقراطية، فاهتم بإحداث أجهزة الاستثمار عن طريق إنشاء الوكالة الوطنية للاستثمار، والمجلس الوطني للاستثمار، زيادة إلي إحداث الشباك اللامركزي الوحيد لاختصار الجهد والوقت، إضافة إلي عدم إلزام المستثمر الأجنبي من الحصول على الاعتماد من أية جهة إدارية ، كما وفرت الدولة الج ا زئرية الحماية المرجوة للمستثمرين الأجانب لاستبعاد مخاوفهم، من خلال تكريس مبادئ معترف بها دوليا، من شأنها تحقيق ثقة المستثمر الأجنبي تجاه الحرية التامة للاستثمار، وكذا معاملته بنفس معاملة المستثمر المحلي، إلى جانب عدم تغيير التشريع ودعم تطبيقه بأثر رجعي، زيادة إلى ضمان المستثمر الأجنبي لعدم تعرضه لأي إجراء يهدف إلى حرمانه من ملكيته وإقرار هذه الإجراءات تكون بصفة استثنائية ومقترنة بالتعويض العادل والمنصف، بهذا نجد الجزائر قد سعت إلى منافسة الدول الأخرى لاستقطاب رؤوس الأموال الأجنبية، وذلك بترسيخ الركائز الأساسية ذو أهمية وذو قدرة على إغراء المستثمرين الأجانب.

رغم الجهود المبذولة من طرف المشرع الجزائري لتوفير عوامل جذب أكثر تحفيزاً للاستثمارات الأجنبية وتسبيق الدول في ذلك،إلاَ أن هناك بعض المعوقات التي تنقص من قدرتها على منافسة الدول خاصة الكبرى منها.

فالتغيير المستمر للقوانين ينقص من ثقة المستثمر الأجنبي تجاه التشريعات الجزائرية، إضافة إلى الوضع الكارثي على مستوى الإدارة، وكثرة الإجراءات المفروضة على المستثمر وانتشار الرشوة والفساد في البلاد، كما أن عدم توفير الحماية الكافية لملكية المستثمر الأجنبي سواء بطرق مباشرة أو غير مباشرة يعد من الأسباب التي تأخر الجزائر مقارنة بدول العالم، فمشكلة القروض البنكية وصعوبة الحصول على العقار الصناعي وضعف الإعانات أو غيابها في الدولة

تقلل من تدفق الاستثمارات نحوها، دون نسيان القيود الواردة على الصرف حيث لا يتأكد المستثمر الأجنبي من تحويل كل رؤوس أمواله وعائداته.

وبإجراء مقاربة نقض للإطار القانوني المتعلق بالاستثمار الأجنبي في الجزائر، من خلال دراسة استثمار أحد أهم الشركات الأجنبية في مجال المواصلات السلكية واللاسلكية فنخص بالذكر شركة أوراسكوم تيليكوم الجزائر محاولين من خلال هذه المقاربة الإلمام بأهم نتائج هذا الإستثمار لكلا الطرفان، أي بالنسبة لشركة أوراسكوم تيليكوم الجزائر والدولة الجزائرية باعتبارها البلد المضيف للمستثمر الأجنبي.

فمقارنة الامتيازات و الضمانات المنصوص عليها في قوانين الإستثمار من جهة، والامتيازات والضمانات الممنوحة للمستثمر اوراسكوم في معاهدة الإستثمار الموقعة بين الدولة الجزائرية وشركة أوراسكوم تيليكوم الجزائر من جهة أخرى ، قد أوضحت لنا أن هذا الأخير – أي المستثمر أوراسكوم – هو مستثمر ذو خبرة عالية في مجال المواصلات السلكية واللاسلكية، فقد نجح بأن يندمج مع سياسة الإستثمار الوطنية باستغلاله الأقصى لجملة الامتيازات والضمانات الممنوحة له، ويتجلى هذا النجاح في رقم أعمال يفوق الاثنين مليار دولار، أرباح صافية لسنة 2008 تقدر بـ 580 مليون دولار، ممثلة بـ 56% من نسب حصص السوق، فاعتمادا على الدراسة التقنية الاقتصادية للسوق الجزائرية نجد أن أوراسكوم كانت ترتقب الاثنين مليون مشترك في شبكتها، لتجد نفسها عام 2008 قد فاقت الأربعة عشر مليون مشترك.

ومن هذا المنظور يعتبر استثمار أوراسكوم تيليكوم الجزائر استثمارا ناجحا والدليل على ذلك أن المحلّلون الاقتصاديون قد قدروا قيمتها بـ 10 مليار دولار، وذلك بغض النظر عن استثمارها الإجمالي في الجزائر الذي بلغ 2.9 مليار دولار، حيث قدمت جيزي خدمات متنوعة غيّرت بها خارطة الهاتف النقال في الجزائر، حيث أصبح هدا الأخير في متناول الجميع، كما ساهمت هذه الشركة إلى حد بعيد في خلق منافسة فعلية داخل قطاع المواصلات السلكية واللاسلكية.

النتائج:

- إن الجرائم الواقعة على العلامة التجارية موضوع بحث ودراسة لأنها من الموضوعات الحالية البالغة في الإهتمام.
- لقد أخذ المشرع الجزائري والتشريعات المقارنة بالمفهوم الواسع للعلامات التجارية.

- المصلحة التي تهدف إليها هذه التشريعات هي بيان أهم الجرائم والإعتداءات على العلامة التجارية من أجل توفير الحماية المدنية والجزائية.

التوصيات:

نرى في الأخير أن يتم الأخذ بالمقترحات الآتية:

- فسح المجال للحصول على التعويضات بالنسبة للمتضررين وتوقيع عقوبات صارمة على المعتدين دون أن يتم ربط ذلك بشروط تسجيل أو أية شروط أخرى تمس بحقوق صاحب العلامة التجارية.
- نوصي المشرع الجزائري بضبط كل جريمة بعقوبتها وذلك بتفادي حصر الأفعال الماسة بالعلامة التجارية بجريمة جنحة التقليد فقط بل يقوم بتوسيع كل جريمة قد تطرقنا إليها بعقوبتها.
- نوصي القيام بجولات ميدانية من قبل أعضاء هيئات ضبط الغش التجاري بالوزارة وفروعها صباحية ومسائية في الأسواق والمحلات التجارية والمستودعات للتحقق من عدم عرض سلع مقلدة للعلامات التجارية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية

أ. الكتب:

1. أحسن بوسقيعة، **الوجيز في القانون الجزائي العام**، الطبعة الخامسة، دار هومة، 2008.
2. آمنة صامت، **الحماية الجنائية للعلامة التجارية دراسة مقارنة**، طبعة 9، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2011.
3. أنور طلبة، **حماية حقوق الملكية الفكرية**، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 2010
4. جلال وفاء محمدين، **الحماية القانونية للملكية الصناعية**، دار الجامعة الجديدة للنشر، القاهرة، 2000.
5. جوزيف نخلة سماحة، **المزاحمة الغير مشروعة**، مؤسسة عز الدين للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، بيروت، 1991.
6. حسام لطفي، **حقوق الملكية الفكرية المفاهيم الأساسية**، في ضوء أراء الفقه وأحكام القضاء، المقرن دار النهضة العربية للنشر، 2002.
7. خلاصي رضا، **النظام الجبائي الجزائري الحديث**، دار هومه، 2005.
8. ربا طاهر القليوبي، **حقوق الملكية الفكرية**، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 1998.
9. زينة غانم عبد الجبار، **المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية دراسة مقارنة**، دارالحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
10. سليمان عبد المنعم، **احالة الدعوى الجنائية**، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 1999.
11. سميحة القليوبي، **الملكية الصناعية**، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، لبنان، 2016.
12. سمير حسن جميل الفتلاوي، **الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية**، ديوان المطبوعات الجامعية، 1988.
13. صلاح الدين الناهي، **الوجيز في الحقوق الملكية الصناعية**، دار الفرقان للنشر والتوزيع، الأردن، 1983.
14. صلاح زين الدين، **العلامات التجارية وطنيا ودوليا**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط 1، الإصدار الأول، 2006.
15. صلاح زين الدين، **العلامات التجارية وطنيا ودوليا**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط 1، الإصدار الأول، 2006.
16. صلاح زين الدين، **الملكية الصناعية والتجارية براءات الاختراع**، الرسوم الصناعية، النماذج الصناعية، العلامات التجارية، البيانات التجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
17. عبد الحميد الشواربي، **الدفوع الجنائية**، دار منشاة المعارف بالإسكندرية، مصر، 1995.

18. عبد الحميد زروال، **المسائل الفرعية أمام المحاكم الجزائية**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994.

19. عبد الفتاح بيومي حجازي، **مقدمة في الحقوق الملكية الفكرية وحماية المستهلك** ، دار الفكر الجامعي، القاهرة، 2004.

20. عبد الله حسين الخشروم، **الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية**، دار وائل للنشر، ط 1، 2005.

21. عبد الله سليمان، **شرح قانون العقوبات**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.

22. عبد الوهاب عرفة، **الوسيط في حماية حقوق الملكية الفكرية**، دار المطبوعات الجامعية، 2004.

23. عجة الجيلالي، **العلامة التجارية خصائصها وحمايتها دراسة مقارنة**، منشورات زين الحقوقية، ط 1، بيروت، 2015.

24. علي جمال الدين عوفي، **القانون التجاري**، دار النهضة العربية، القاهرة.

25. علي سليمان، **الوجيز في الحقوق الملكية الصناعية**، الطبعة الأولى، دار الفرقان، عمان، 1982.

26. فاضلي إدريس، **المدخل إلى الملكية الفكرية الملكية الأدبية والفنية والصناعية**، دار هومة، الجزائر، 2003.

27. فتحي سرور، **شرح القانون الجنائي**، دار النهضة العربية، مصر، 2016.

28. فرحة زراوي صالح، **الكامل في القانون التجاري الجزائري**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2001.

29. كنعان الأحمر، **الانتفاع بالمعلومات المتعلقة بالعلامات التجارية لأغراض عقود الترخيص والامتياز**، محاضرة ألقيت في إطار ندوة عن الملكية الفكرية، دمشق بتاريخ 11-2004/05/12.

30. لعريبي نسيمة، **تطور دور الدولة في تنظيم التجارة الخارجية 1987-1996**، مذكرة ماجستير فرع قانون المؤسسات، كلية الحقوق، الجزائر، 2001.

31. ماهر فوزي حمدان، **حماية العلامات التجارية**، منشورات الجامعة الأردنية، 1999.

32. محمد عباس حسني، **الملكية الصناعية والمحل التجاري**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.

33. محمد محسن إبراهيم النجار، **التنظيم القانوني لعناصر الملكية التجارية والصناعية**، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، 2005.

34. محمود إبراهيم الوالي، **حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، سنة 1983.

35. مصطفى كمال طه، **القانون التجاري والملكية الصناعية**، دار الجامعة الجديدة للنشر، 1992.
36. منير محمد الجنبيهي، **العلامات والأسماء التجارية**، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2000.
37. مولاي ملياني البغدادي، **الاجراءات الجزائية في التشريع الجزائري**، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1992.
38. نادية فضيل، **القانون التجاري الجزائري (الأعمال التجارية والتاجر والمحل التجاري)**، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة التاسعة، الجزائر، 2006.
39. وهيبة لعوارم بن أحمد، **جريمة تقليد العالمة التجارية في ظل التشريع الجزائري**، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، ط 1، 2015.

ب. المقالات

1. عجة الجيلالي، **منازعات العلامات**، مقال منشور بالمجلة الجزائرية للعلوم القانونية ق.ج جزائر، 2009.
2. لطفي محمد حسام محمود، **مبادئ الملكية الفكرية**، لسلة شباب 13 القاهرة، شركة الأمل للطباعة و النشر، 2002.
3. يوسفي محمد، **مضمون وأهداف الأحكام الجديدة في المرسوم التشريعي 12-93 المتعلق بترقية الاستثمار**، مجلة الإدارة العدد 02 لسنة 1999.
4. مقال نشر في جريدة الجمهورية يوم 31 - 12 - 2014.

أ. النصوص القانونية والتنظيمية

1. القانون رقم 25-88 المؤرخ في 12 جويلية 1988 ،الخاص بتوجيه الاستثمارات الخاصة الوطنية، العدد 27 ص 1026.
2. المرسوم التنفيذي رقم 40-97 المؤرخ في 18 جانفي 1997.
3. القرار رقم 39-87 الصادر بتاريخ 87/06/11، عن محكمة العدل العليا الاردنية والمنشور في مجلة نقابة المحامين، السنة السادسة والثلاثين.
4. المادة 15 من المرسوم التشريعي 12-93.
5. المادة 37 من دستور 22 نوفمبر 1996 للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.
6. القانون 10-98 المؤرخ في 22 أوت 1998 المعدل والمتمم للقانون رقم 07/79 المؤرخ في 1979/07/21.

7. المرسوم الرئاسي رقم 320-98 المؤرخ في 11 أكتوبر 1998، جريدة رسمية، العدد 76.

8. الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالعلامات، الجريد الرسمية الصادرة في 23 يوليو 2003، عدد 44.

9. المادة 19 من القانون رقم 03/09 المؤرخ في 2009/02/25، الجريدة الرسمية عدد 15، السنة 46.

10. لأمر 03-01 المؤرخ في 20 أوت 2001 المتعلق بتطوير الاستثمار.

11. المادة 14 من قانون 03-01 المؤرخ في 20 أوت 2001، جريدة رسمية، العدد 47.

12. قانون الاستثمار 03-01 الصادر في 20 أوت 2001، الجريدة الرسمية العدد 47.

13. المادة 15 من الأمر رقم 03-01 المؤرخ في 20 أوت 2001 والمتعلق بتطوير الإستثمار، جريدة رسمية،العدد 47.

14. المادة 32 من الأمر رقم 03-01 المؤرخ في 20 أوت 2001 والمتعلق بتطوير الإستثمار، جريدة رسمية،العدد 47.

15. المادة 5-2 من قانون العلامات الحالي "06/03"، مدة تسجيل العلامة بـ 10 سنوات تسري بأثر رجعي من تاريخ إيداع الطلب.

16. المادة 29 فقرة 2 من الأمر 06/03.

17. المادة 4 من الأمر 06/03.

18. المادة 29 فقرة 3 من الأمر 06/03.

19. المادة 28 من الأمر 06/03.

20. الأمر رقم 16-72 المؤرخ في 07 يونيو سنة 1972.

21. المرسوم الرئاسي رقم 346-95 مؤرخ في 30 أكتوبر سنة 1995.

22. المرسوم رقم 233-88 المؤرخ في 05 نوفمبر سنة 1988.

المراجع باللغة الأجنبية

A- Livres :

1. A.BENHAMOU- **Le cadre juridique, du commerce extérieur de l'Algérie**, Revue de l'école nationale d'administration, Revue Idara N°2. 1999.

2. Chérif. Bennadji, **La notion d'activité réglementées**, Idara, Revue de l'école nationale d'administration, N°2, Alger, 2000.
3. J.CHAPENTIER, **La non discrimination dans les investissements**, IN AFI, 1963, p35-63. La vie protection et promotion des investissements une étude de droit économique P.U.F, 1985.
4. M A. Bekhechi, **L'investissement et le droit- Réflexion sur le nouveau « code » algérien**, Décret législatif 93-12 D.P.C.I TOME 20.
5. Mohamed. BEDJAOUI, **L'évolution des conceptions et de la pratique algérienne en matière d'arbitrage international**, Séminaire sur l'arbitrage commercial. CNC Alger décembre 1992.
6. Weil, P, **Problème relatifs aux contrats passés entre un état et un particulier**, In recueil des cours de l'académie de droit international de l'arbitrage, 1969.
7. Yves Guyon, **Droit des affaires**, tome 1, 12° édition, 2003.

الفهرس

الفهرس

مقدمة..... أ
الفصل الأول ماهية العلامة التجارية في التشريع الجزائري 6
المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية 7
المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية 7
الفرع الأول: التعريف اللغوي للعلامة التجارية..... 7
الفرع الثاني: التعريف الاصطلاحي للعلامة التجارية..... 7
الفرع الثالث: التعريف الفقهي للعلامة التجارية 8
المطلب الثاني: أنواع وأشكال العلامة التجارية.....10
الفرع الأول: أنواع العلامة التجارية.....10
الفرع الثاني: أشكال العلامات التجارية 11
المبحث الثاني: خصائص العلامة التجارية وشروط صحتها 13
المطلب الأول: خصائص العلامة التجارية 13
الفرع الأول: النسبية.....14
الفرع الثاني: التأقيت 15
الفرع الثالث: الحماية القانونية المزدوجة 15
المطلب الثاني: شروط صحة العلامة التجارية.....15
الفرع الأول: تميزها (الصفة المميزة).....16
الفرع الثاني: جدة العلامة التجارية (حداته العلامة).....16
الفرع الثالث: عدم مخالفة العلامة التجارية للآداب العامة والنظام العام.....16
المبحث الثالث: عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية 17
المطلب الأول: عقد الترخيص باستعمال العلامة والعقود المشابهة له.....18

الفرع الأول: مفهوم عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية 18
الفرع الثاني: التمييز بين عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية والعقود المشابهة له.....19
المطلب الثاني: أركان عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية 21
المطلب الثالث: آثار عقد الترخيص باسنعمال العلامة التجارية 21
الفرع الأول: آثار عقد ترخيص العلامة التجارية في مواجهة مالكها (المرخص) 21
الفرع الثاني: آثار عقد ترخيص العلامة التجارية في مواجهة المرخص له 23
الفرع الثالث: آثار عقد ترخيص العلامة التجارية في مواجهة الغير 23
الفصل الثاني العلامة التجارية الأجنبية في الجزائر 24
المبحث الأول: استثمار رونو في الجزائر في إطار الأمر 03-01 25
المبحث الثاني: المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية 27
المطلب الأول: نطاق دعوى المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية 27
المطلب الثاني: وجود أفعال المنافسة غير المشروعة 29
المطلب الثالث: وجود ضرر جراء أعمال المنافسة غير المشروعة 31
المطلب الرابع: علاقة السببية بين أفعال المنافسة غير المشروعة و الضرر 32
المبحث الثالث: الضمانات الممنوحة للاستثمارات الأجنبية في ظل الأمر 03-01.....33
المطلب الأول: المزايا الجبائية والجمركية والإعفاءات الممنوحة للمستثمرين في الأمر 03-01.33
الفرع الأول: عند البدء في إنجازها 36
الفرع الثاني: بعد معاينة انطلاق الاستغلال.....36
المطلب الثاني: الضمانات والمبادئ الواردة في قانون الاستثمار 03-01 38
الفرع الأول: عناصر القدرة الإجتذابية لقانون الاستثمار ومبدأ المساواة في المعاملة.....38
الفرع الثاني: ضمان حرية الاستثمار وقيد التنظيمات المتعلقة بالنشاطات المقننة 41
الفرع الثالث: ضمان مبدأ تثبيت النظام القانوني الخاص بالاستثمارات.....45

الفرع الرابع: ضمان التحويل الحر للرأسمال وعائداته.....47

الفرع الخامس: ضمان تسوية النزاعات 49

خـاتمة.....51

قائمـة المراجـع 56

الفهرس 62