

جامعة زيان عاشور الجلفة
كلية الحقوق و العلوم السياسية قسم الحقوق
قسم الحقوق

الحماية المدنية للعلامة التجارية من المنافسة
غير المشروعة

مذكرة نهاية الدراسة لاستكمال متطلبات الماستر
تخصص ملكية فكرية

تحت إشراف الأستاذ

- درماش بن عزوز

من إعداد الطالبة

- درماش سامية

لجنة المناقشة

- د أوأ رئيسا.

- أ مقرا.

- د أوأ مناقشا.

الموسم الجامعي: 2014/2013

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

"وقل اعملوا فسيري الله عملكم ورسوله والمؤمنون"

الآية 105 سورة التوبة

" إن أريد إلا الإصلاح ما استطعت وما توفيقي إلا

بالله عليه توكلت وإليه أنيب "

الآية 88 . سورة هود

صدق الله العظيم

كلمة شكر

الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله ، أحمد ربي وأشكر فضله ونعمه والذي لولاه ما كان ليتم شيء ، فله الحمد قبل الرضا وله الحمد عند الرضا وله الحمد بعد الرضا

وأشكر وأسلم على سيدنا محمد (صلى الله عليه وسلم) معلم البشرية والمادي إلى النور

يسرني وبشر فني في نهاية إتمام هذا العمل المتواضع أن أتقدم بالفكر الجزيل إلى الأستاذ المشرف على عملي هذا " درماش بن عزوز " الذي لم يبخل عليّ بنصائحه وإرشاداته القيمة ، جزاه الله خيرا

كما أتقدم بالشكر والإمتنان إلى أعضاء لجنة المناقشة لتفضلوا بمناقشة

هذا العمل وسيكون لملاحظاتهم القيمة الأثر الطيب في إخراجها بالصورة المثلى إلى من علمونا حروفا من ذهب وكلمات من درر ومباراة من أسنى وأجلى مبارات في العلم إلى من حانقوا لنا علمهم حروفا ومن فكرهم منارة تنير لنا سيرة العلم والنجاح إلى كل أساتذتي عبر كل الأطوار

إلى كل من ساهم من قريب أو بعيد ولو بكلمة زائدة همتي وعطائي أو مد لي يد المساعدة

إلى كل طلبة قسم الدفعة الأولى ماستر حقوق اختصاص ملكية فكرية وإلى كل طلبة كلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة زبان عاشور بالجلفة.

الإهداء

أهدي ثمرة عملي وعملي المتواضع

إلى والدي الغالي الذي كافح كثيرا من أجلنا..... أطال الله في عمره

والى والدتي العزيزة التي ضحيت في سبيل ربنا..... أطال الله في عمرها

إليكما يا أقرب الناس إلي محبة ووفاء وتقدير جزاكم الله خيرا

والى جميع أفراد أسرتي، وبالأخص أخي الوحيد (مصطفى)

وأخواتي العزيزات علي (ليلي، خديجة، أميمة)

كما أهدى هذا العمل الى كل عائلتي من أعمامي وأخوالي.

لا يفوتني أيضا أن أهدى هذا العمل المتواضع إلى كل صديقة عرفتكم بالإقامة الجامعية أو

التي جمعتني، وهو عشرة الإقامة الجامعية

دون أن أنسى أن أهدى عملي هذا الى جميع الزملاء و الزميلات الذين رافقوني في

المشوار الدراسي و بالأخص الجامعة

المقدمة

المقدمة:

إن العلامة التجارية موضوع يحتل أهمية كبيرة من ضمن حقوق الملكية الصناعية، وهذه تتمتع بأهمية فائقة لا تخفى على أحد، نظرا للدور الفعال الذي تلعبه في التقدم الاقتصادي لأي بلد.

والعلامات كعنصر من عناصر الملكية الصناعية تحظى بأهمية لا يستهان بها و يشهد على ذلك ظهور علامات عالمية التي أصبحت تغزوا أسواق العالم.

فالعلامات اليوم لم تعد مجرد وسيلة للتمييز، تتخذ لتمييز المنتجات أو الخدمات عن غيرها، بل تعد وسيلة قانونية في خدمة إستراتيجية المؤسسات، لتوسيع أسواقها في كل مناطق العالم، فالعلامة لا تعد فقط وسيلة لتعريف بالمنتجات أو الخدمات التي تحملها عبر العالم، وإنما أيضا صورة المؤسسة مالكة هذه العلامة و تكون بذلك شهرة للمنتج أو الموزع و تعكس صورية في أذهان عملائه من المستهلكين، كما تظهر أهمية العلامة باعتبارها قيمة مالية في ذمة مالكة مستقلة عن المؤسسة التي تستغلها ودون أن ننسى دور العلامات في الحياة الاقتصادية باعتبارها عاملا من عوامل التطور لدورها التحفيزي في الإنتاج و السعي نحو تقديم الأفضل و الأحسن لجمهور المستهلكين سواء من حيث الجودة أو النوعية.

و نظرا لأهمية هذه العلامة على الصعيد التجاري الداخلي والخارجي فقد تلقت إهتمام مختلف التشريعات في تنظيم هذه الحقوق لحمايتها من مختلف أشكال التعدي¹ و حتمت عليها توفير كافة الوسائل المتاحة لحمايتها التي قد يستعملها المتنافس و التي تكون مخالفة للنزاهة و الشرف و الأمانة التي تقوم عليها التجارة و التصدي لكل من تسول له نفسه الإعتداء عليها و ارتكاب الجرائم بحقها² و تهتم دراستنا في هذا المجال بموضوع المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية إذ أن العلامة التجارية تشتمل الحقوق الواردة على أموال معنوية فهي ترد على منقول معنوي و

¹-راشدي سعيدة، النظام القانوني للعلامات، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، جامعة الجزائر، السنة 2002-2003، ص1.
²-نعيمة علوش، العلامات في مجال المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الجزائر، السنة 2001-2002، ص3.

تدخل غالبا في بعض العناصر الأساسية للمحل التجاري و عليه أجمع الفقه على تصنيف العلامة التجارية ضمن نطاق الحق المعنوي التي تتوسط بين الحق العيني والحق الشخصي و لا تختلط بهما، و لها استقلالية خاصة تميزها عن باقي أنواع الحقوق، كما أن لها قيمة مالية يخول مالكةا الإستثمار بعلامة مميزة فضلا عن حقه في منح ترخيص بالإستعمال و البيع و التنازل.

و لا بد التنويه، أن الغاية الأساسية لتقرير حقوق الملكية الصناعية وهي تنظيم المنافسة المشروعة بين أصحاب تلك الحقوق و عليه إذا كانت هذه الحقوق واردة على علامة تجارية فيستعمل مالك العلامة التجارية علامته لتمييز سلعته و خدماته فلا ينافسها الغير في ذلك و هذا حتما سوف يعزز الثقة لدى أرباب الأعمال و الصناعات فتزداد الاستثمارات في المشاريع الصناعية و التجارية و بذلك تتوفر ضمنا مهما لقيام المنافسة المشروعة لأنها تستند الى فكرة العدالة و نظرا لأهمية العلامة و التي تعتبر من أهم العناصر المعنوية للمحل التجاري، إذ يحضى هذا الموضوع ما هو حديث من العلوم و التكنولوجيا و هما يشكلان حجر الزاوية في تطور مختلف مجالات الحياة، فضلا عن ذلك، يلاحظ أن العلامة التجارية لم تلقى الإهتمام الكافي من قبل الباحثين إلا القليل بالمقارنة مع إهتمامهم بدراسة أنواع الحقوق الأخرى رغم القيمة الكبيرة للعلامة التجارية فعلى سبيل المثال بلغت قيمة العلامة التجارية (كوكاكولا) 36 بليون دولار ونظرا لأهمية تلك الحقوق و إعترافا بها فضلا عن ضرورة إحاطتها بما يضمن لأصحابها إقتصار الإستغلال عليهم وللمدة التي حددها القانون و منع الغير من الإعتداء عليها، لذلك وقع إختيارنا على جزئية مهمة فيما يتعلق بالعلامة التجارية ألا وهي المنافسة غير المشروعة للعلامة.

و بالرغم من توفر العديد من المصادر التي بحثت في موضوع العلامة التجارية، إلا أنها لم تكن كافية و لم تشرح بشكل مباشر المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية، بل أنها إهتمت بل أسهمت في الشرح المتعلق بتعريفها و شروطها سواء الموضوعية و الشكلية للتسجيل و الإيداع و الإشهار و إلتزامات مالك العلامة

وحقوقه من قبل الغير و إنقضائها و الحماية القانونية لها من خلال شرح النصوص القانونية التي تتضمن عقوبات معينة في حالة الإعتداء عليها، الأمر الذي إضطرنا الى القياس على المنافسة غير المشروعة للمحل التجاري عموما و إتباع ما يتناسب مع العلامة التجارية.¹

كما أننا اعتمدنا في هذه الدراسة المنهج المقارن من خلال المقارنة بين النظام القانوني الجزائري و أنظمة القوانين العربية الأخرى، فضلا عن القانون الفرنسي و قد تطرقنا الى الحماية الدولية للعلامة التجارية من خلال الاتفاقيات الدولية المنعقدة بهذا الشأن كما إعتدت الدراسة على المنهج التحليلي الوصفي من خلال تحليل الآراء الفقهية والنصوص القانونية ووصف النظام القانوني للمنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية.

و من خلال كل هذا فإنه من الضروري معالجة موضوع المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية و ذلك من خلال البحث في النظام القانوني للمنافسة غير المشروعة والتساؤل عن حكم المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية و ما هي المسؤولية الناجمة عن تلك المنافسة؟ للإجابة على هذه الإشكالية قسمنا البحث الى فصلين فالفصل الأول تضمن النظام القانوني للمنافسة غير المشروعة و ذلك من خلال تعريف المنافسة غير المشروعة و صورها بالنسبة للعلامة التجارية و تنظيمها من خلال التشريعات الداخلية و الخارجية أما الفصل الثاني فقد تضمن دعوى المنافسة غير المشروعة و شروط مباشرتها و المطالبة بالتعويض كجزاء لدعوى المنافسة غير المشروعة.

¹-زينة غانم عبد الجبار الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، دار الحامد للنشر، الطبعة الثانية 2007، ص7، 10.

الفصل الأول

النظام القانوني للمنافسة غير المشروعة

تقتضي دراسة المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية التطرق في بادئ الأمر إلى ماهيتها من خلال فيما يقصد بالمنافسة غير المشروعة بالنسبة للعلامة ومعرفة صورها، أو مظاهر المنافسة غير المشروعة بالنسبة للعلامة.

كما تقتضي دراسة المنافسة غير المشروعة من خلال نطاق حماية العلامة التجارية من الأعمال غير المشروعة سواء على المستوى الداخلي أو الداخلي.

وبناء على ذلك سوف نقسم هذا الفصل إلى مبحثين نتناول في المبحث الأول المقصود بالمنافسة غير المشروعة يتم التطرق إليه من خلال التعريف و الصور للمنافسة غير المشروعة و من ثم معيار التمييز بين أعمال المنافسة المشروعة وأعمال المنافسة غير المشروعة أما المبحث الثاني فسوف نركز دراستنا على نطاق حماية العلامة التجارية من المنافسة غير المشروعة على المستوى الداخلي والدولي.

المبحث الأول

مفهوم المنافسة غير المشروعة

المنافسة الحرة أمر مرغوب فيه في الحياة الاقتصادية و التجارية، لأن صاحب المشروع وصاحب المتجر يحاول في ظل نظام المنافسة الحرة أن يقدم أحسن السلع و الخدمات بأرخص الأسعار لاجتذاب العمل.¹

إن المنافسة لا تمارس بحرية مطلقة دون أي قيد أو ضابط تفرضه الضرورة العملية و المصلحة العامة لكي تحد من التجاوز في استعمالها²، غير أن هذه المنافسة يجب أن تقوم على وسائل مشروعة أعني الاجتهاد و النزاهة و الأمانة، و هذه هي المنافسة المشروعة التي يسمح بها القانون و يحميها، بل إن الأساس القانوني لحقوق الملكية الصناعية هو بوجه عام تنظيم المنافسة المشروعة.

أما إذا دخلت وسائل غير مشروعة كإتيان أعمال من شأنها إحداث اللبس أو الخلط بين المنشآت أو المنتجات أو أعمال تستهدف بث دعايات غير مطابقة للحقيقة أو تستهدف إثارة الاضطراب في مشروع آخر ينافس أو في السوق العامة فإننا نكون إزاء منافسة غير مشروعة يحرمها القانون.³

فتعد المنافسة غير المشروعة كلما انحرفت عن الطريق السليم، بحيث تعد وسيلة للإيذاء و الابتكار و إنما تهدف إلى اقتناص الأرباح عن طريق الاعتداء على حقوق الآخرين، ويكون للمتضرر الحق في إلزام المتعدي بالكف عن هذا العمل، فضلا عن حقه في التعويض عن طريق دعوى لمنافسة غير المشروعة.⁴

¹-محمد حسنين، الوجيز في الملكية الفكرية، طبع المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، وحدة رعاية 1985، ص 263.

²-زينة غانم عبد الجبار الصفار، ص 19.

³-محمد حسنين، مرجع سابق، ص 263.

⁴-زينة غانم الجبار الصفار، مرجع سابق، ص 22.

من خلال هذا التقديم سوف نقسم هذا المبحث إلى ثلاث مطالب نتناول في
المطلب الأول تعريف المنافسة غير المشروعة بينما المطلب الثاني نتناول معيار
التمييز بين أعمال المنافسة المشروعة و أعمال المنافسة غير المشروعة و المطلب
الثالث صور المنافسة غير المشروعة.

المطلب الأول:

تعريف المنافسة غير المشروعة

المنافسة غير المشروعة لغة: يقال (نفس) الشيء صار مرغوبا و (نافس) في
الشيء (منافسة) إذا رغب فيه على وجه المباراة و (النفيس) المال الكثير، و (نفس
عليه الشيء) (نفاسه) لم يره أصلا له، فالمنافسة في التجارة تبني على المباراة نحو
المال الكثير (الربح) الذي يراه التاجر المنافس من حقه، ولا يرى سواه أهلا له¹ و
في قوله سبحانه و تعالى { وفي ذلك فليتنافس المتنافسون } صدق الله العظيم.²

أي فليرغب الراغبون إلى طاعة الله تعالى، ومن معنى الآية عرف المجمع
العلمي للغة العربية التنافس بحصره في الأمور المشروعة، من غير إلحاق الأذى
بالآخرين (تنافس) القول في كذا تسابقوا فيه وتباروا دون أن يلحق بعضهم الضرر
ببعض و (التنافس) نزعة فطرية تدعوا الى بذل الجهد في سبيل التشبه بالعظماء و
اللحوق بهم.

أما تعريف المنافسة غير المشروعة في التشريعات، فلم نعثر على قانون ينص
صراحة على تعريف هذا المصطلح، وهذا الموقف جدير بالتأييد، إذ أن إعطاء
تعريف للمنافسة غير المشروعة سوف يجعل هذا المصطلح أكثر جمودا بحيث لا
ينسجم تعريفه في مجتمع يسوده التطور العلمي و الفني في مجال ابتكار الحيل و
أساليب الغش، كما أن تشريع القانون في فترة معينة قد لا يتناسب تطبيقه بعد مرور

¹ نفس المرجع، ص 32.
² -سورة المطففين، الآية 26.

عشرات السنين فقد يتخللها حصول التطور و التغيير و إتباع وسائل غير مشروعة
قد لا تكون معروفة لدى المشرع عند سن القانون.¹

لقد تعددت التعاريف الفقهية للمنافسة غير المشروعة، و هي تصب كلها في قيام
العون الاقتصادي بأفعال مخالفة القانون و أخلاقيات المهنة.

و قد عرفها روبيير بقوله "إن المنافسة غير المشروعة كما يدل عليها اسمها
بالذات هي تلك التي تقوم على وسائل ملتوية و خادعة و دسائس ينبذها الشرف و
الاستقامة، و رغم تعدد هذه الوسائل التي مالا نهاية فان الغاية منها تبقى دائما هي
تحويل زبائن الغير و استقطابهم، و هذا ما يسهل التعرف عليها مهما كان الأسلوب
الذي يتخذ".²

و قد اعتمد الار تعريفها مشابها حيث اعتبر أن المنافسة غير المشروعة "هي كل
تصرف و كل مشاوررة هدفها تحويل زبائن مؤسسة صناعية أو محل تجاري مركزا
بذلك على غاية المنافسة غير المشروعة"³ فيما اقترح داراس التعريف التالي:

"العمل المقترف عن سوء نية، لإيقاع الالتباس بين منتجات صناعية أو تجاريين أو
الذي يسيء إلى سمعة مؤسسة منافسة بمعزل عن أي التباس".

و استحسن مورو التعريف الذي اعتمده قانون الملكية الصناعية الاسباني
الصادر في 16ماي 1902، و الذي حدد المنافسة غير المشروعة بأنها "كل محاولة
غايتها الاستفادة دون حق من فوائد شهرة صناعية أو تجارية ناتجة عن مجهود
الغير، نص هذا على حقوقه".

كما اقترح الأستاذ لوتارنك تعريف كالأتي: بصورة عامة تهدف دعوى المنافسة
غير المشروعة إلى معاقبة التجار أو الصناعيين بسبب أخطاء ارتكبوها أثناء
ممارسة نشاطهم المهني، سعيا وراء فوائد غير شرعية على حساب منافسيهم بشكل

¹ - زينة غانم عبد الجبار الصفار، مرجع سابق، ص 23

² - صالحة العمري، ضبط مصطلح دعوى المنافسة غير المشروعة في التشريع الجزائري، كلية الحقوق، جامعة قلمة، ص 264.

³ - الهام زعموم، حماية المحل التجاري دعوى المنافسة غير مشروعة، جامعة الجزائر بن عكنون، السنة 2003-2004 ص 24.

يضر هؤلاء، وعلى القاضي في هذا المجال الاعتراف بالاعتداد بالأعراف المهنية لأن انتهاكها قد يؤلف أساساً لدعوى المذكورة".

و عرف الأستاذ Jacques Azéma المنافسة غير المشروعة بأنها "مجموعة من الأعمال المنافسة المخالفة للقانون و العادات التجارية، سواء قامت على خطأ عمدي أم لا، و التي من شأنها إحداث ضرر بالمتنافس".

كما عرف الدكتور **طعمه صغفك أشمري** المنافسة غير المشروعة بأنها "كل عمل في مجال التجارة أو الصناعة أو المال أو الخدمات أو غيرها من المجالات يقوم به شخص و من شأنه إلحاق ضرر بشخص منافس أو تحقيق مكاسب على حسابه بإتباع وسائل يمنعها القانون".

نظم المشرع الجزائري في الأمر 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، قواعد متعلقة بشفافية الممارسات التجارية و نزاهتها الأمر الذي يسمح لنا بالقول – بمفهوم المخالفة – أن العاملين بالوسط التجاري، قد يلجأون في إطار تعاملهم اليومي إلى استعمال ممارسات غير نزيهة يطلق على هذه الأساليب منافسة غير مشروعة.

تنص المادة الأولى من الأمر السالف الذكر على أنه "يهدف هذا القانون إلى تحديد قواعد و مبادئ شفافية و نزاهة الممارسات التجارية التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديين و بين هؤلاء و المستهلكين و كذا حماية المستهلك و إعلامه " و قد أتى المشرع الجزائري في العديد من المرات على ذكر هذا المصطلح في نصوص قانونية متفرقة نذكر منها :

1- المادة 172 من قانون العقوبات الجزائري الواردة من ضمن قسم الرابع الخاص بالجرائم المتعلقة بالصناعة و التجارة و المزايدات العمومية و المتعلقة بدعوى المضاربة غير المشروعة.

2- الفقرة السابعة من المادة السابعة المتعلقة بالواجبات الأساسية التي يخضع لها العمال من قانون رقم 90-11 المؤرخ في 21 أبريل 1990 يتعلق بعلاقات العمل.

رغم ذلك فإن هذا الموضوع لم يحض بتنظيم في تقنين خاص كما خلت النصوص القانونية الجزائرية من تعريف للمنافسة غير المشروعة لعل هذا يعود إلى نية المشرع الجزائري لترك المجال للفقهاء والقضاء لإعطاء تعريف لها.

إلا أنه بالرجوع إلى الفقه والقضاء الجزائري لا نجدهما يقدمان تعريفا للمنافسة غير المشروعة، ولعل السبب في ذلك يعود إلى حداثة الأمر المتعلق بالمنافسة وقلّة النزاعات القضائية المتعلقة بالموضوع الأمر الذي يؤدي بنا إلى البحث في الأنظمة المقارنة عن تعريف للمنافسة غير المشروعة، وبالأخص النظام الفرنسي باعتباره المرجع الذي يستوحي منه المشرع الجزائري أغلب نصوصه القانونية ضف إلى ذلك أن المفهوم القانوني للمنافسة غير المشروعة ظهر لأول مرة في فرنسا حوالي سنة 1850.

إن اتفاقية باريس المتعلقة بحماية الملكية الصناعية والتي صادقت عليها الجزائر، عرفت في الفقرة الثالثة من المادة العاشرة المنافسة غير المشروعة "تعتبر من أعمال المنافسة غير المشروعة كل منافسة تتعارض مع العادات الشريفة في الشؤون الصناعية أو التجارية"¹.

و القانون العراقي شأنه شأن القانون الجزائري لم يضع تعريفا شاملا يحدد فيه تعريف للمنافسة غير المشروعة، إذ أن قانون التجارة الحالي رقم (30) لسنة 1984 لم ينص على تنظيم المنافسة بل ترك الأمر للقوانين الخاصة كتلك التي تنظم حقوق الملكية الصناعية من خلال توفير الحماية القانونية لها، إذ يتعين على القضاء أن يستند في دعوى المنافسة غير المشروعة إلى القواعد العامة في المسؤولية التقصيرية وذلك استنادا للمادة 204 من القانون المدني العراقي.

¹-نعيمية علواش، مرجع سابق، ص 34-35-36.

و في مصر نلاحظ أن موقف المشرع المصري من المنافسة غير المشروعة لا يختلف عن موقف المشرع العراقي فلم يعرف المنافسة غير المشروعة و لم يتضمن القانون التجاري قواعد تنظم ذلك واكتفى بمعالجتها بطريق غير مباشر بوضع قواعد فردية لحماية بعض عناصر المحل التجاري.

و لذلك كان مرجع الأمر إلى القضاء الذي استقر أيضا على الاستناد إلى القواعد العامة فضلا عن اتفاقات ذوي الشأن.

وفي هذا الخصوص لا يختلف موقف المشرع الأردني عن موقف التشريعات الأخرى فان قانون التجارة الأردني لم يتطرق إلى تعريف المنافسة غير المشروعة إلا أنه صدر مؤخرا في الأردن قانون المنافسة غير المشروعة و الأسرار التجارية رقم 15 لسنة 2000 حيث قضت المادة 2 منه على أنه يعتبر عملا من أعمال المنافسة غير المشروعة كل منافسة تتعارض مع الممارسات الشريفة في الشؤون الصناعية و التجارية.

كما وضعت اللجنة العامة لتنظيم التجارة في فرنسا تعريفا للمنافسة غير المشروعة في مجموعتها التي وضعتها لتنظيم المنافسة "إذ تتمثل المنافسة غير المشروعة في العمل الذي يقع من تاجر سيء النية و يكون من شأنه صرف عملاء تاجر آخر عنه أو محاولة صرفهم عنه أو الإضرار بمصالح التاجر المنافس أو محاولة الإضرار به بوسائل مخالفة للقوانين و العادات أو بوسائل تتنافى مع شرف المهنة" وقد انتقد هذا التعريف لأنه ليس له قيمة قانونية أمام المحاكم لأن اللجنة التي وضعت له لم تتمتع بسلطة التشريع فضلا عن ذلك فانه يشترط لاعتبار العمل منافسة غير مشروعة أن يكون مرتكبه سيء النية ،بينما لا يشترط لقبول دعوى المنافسة غير المشروعة ذلك إذ يكفي أن يكون الفاعل قد ارتكب العمل عن إهمال أو رعونة أو عدم اكتراث بإحداث الضرر.

و بعد استعراض الآراء الفقهية التي بحثت في تعريف المنافسة غير المشروعة و التشريعات المقارنة و كذلك التنظيم الدولي للمنافسة غير المشروعة.

و في ضوء ما تقدم نجد أن هناك صعوبة عملية في إعطاء تعريف جامع مانع للمنافسة غير المشروعة خاصة ما إذا علمنا أن أساليب الاحتيال و الغش في تغير مستمر و يتبع ذلك اختلاف واضح في الوسائل المستخدمة من قبل التجار بهدف تحقيق أرباح طائلة مبنية على أساس غير مشروع مقتضاها استعمال اسم تجاري يملكه شخص آخر أو تقليد علامة تجارية مشهورة و مسجلة باسم تاجر آخر ومع ذلك ومن خلال التعاريف الفقهية السالفة الذكر نرى أن هناك خصائص عامة يتميز بها التعريف بالمنافسة غير المشروعة و هي:

1-القيام بأفعال لا تتفق مع قواعد الأمانة و الشرف و النزاهة المتعارف عليها في الوسط التجاري سواء أكانت هذه الأعمال قد وقعت بسوء نية أم بحسن نية، و بعبارة أخرى أن المنافسة بحد ذاتها لا تكفي لتكون سببا تترتب عليه المسؤولية بل يجب أن يتحد الخطأ مع المنافسة بمعنى أن تكون هناك منافسة غير مشروعة تركز على خطأ من قام بها.

2-أن تكون هذه المنافسة بين مرتكب العمل و المتضرر و هذا يفترض حتما أنهما يزاويان نشاط تجاري مشابه أو قريب إلى حد ما، إذ أن المنافسة غير المشروعة لا تكون إلا بين شخصين يمارسان نشاطا متماثلا أو على الأقل متشابهها و يعود تقدير ذلك لمحكمة الموضوع، فمثلا أن التشابه بين اسمين تجاريين يعد من أعمال المنافسة غير المشروعة، إذا كان هذا التشابه من شأنه أن يحدث اللبس و الخلط لدى الجمهور.

3-إلحاق ضرر بالتاجر من جراء هذه الوسائل المنافية للقوانين و الأعراف التجارية.

4-إن الهدف من المنافسة غير المشروعة قد لا يتجه في بعض الأحيان إلى تحقيق مردود مادي (أرباح) تعود على التاجر المنافس، بل قد يبتغي تاجر معين الإضرار

بالغير دون أن يحقق أرباحا له بل وقد تؤدي المنافسة غير المشروعة ذاتها إلى إلحاق الخسارة بالتاجر نفسه.¹

المطلب الثاني

تمييز المنافسة الممنوعة عن المنافسة غير المشروعة

إن المنافسة الممنوعة تختلف عن المنافسة غير المشروعة، إذ تعرف المنافسة الممنوعة بأنها تلك المنافسة التي تهدف إلى منع القيام بنشاط معين، و هذا المنع إما أن يكون بموجب نص تشريعي في قانون أو لائحة كحضر مزاولة التجارة على الموظفين العموميين و حظر مزاولة الصيدلة على غير الحائزين على شهادة الصيدلة، و إما أن يكون ناشئا عن التزام تعاقدى كالتزام بائع المحل التجاري بالامتناع عن منافسة المشتري.

و إذا كان المنع بموجب التزام تعاقدى فإنه يترتب على الإخلال به إقامة دعوى الضمان أو دعوى المسؤولية العقدية.²

و على اعتبار أن نطاق العمل بالمنافسة غير المشروعة لا يمنع فحواه من ممارسة نشاط تجاري معين بل أنها تدل على استخدام أعمال و أساليب غير سليمة تهدف إلى التأثير على العملاء واجتذابهم.

بينما نلاحظ أن المنافسة الممنوعة تفترض وجود حظر قانوني، أي (نص قانوني) يمنع القيام بنشاط تجاري معين.

و عليه فإن هناك فرق جوهري غالبا ما يتم إغفاله بين المنافسة الممنوعة هي التي تحددها قيود صريحة يقرها قانون أو عقد، فعلى سبيل المثال تشكل الشروط التي تحددها القوانين أو الضوابط من أجل ممارسة مهنة ما عقبات كبيرة أمام حرية

¹ -زينة غانم عبد الجبار الصفار، مرجع سابق، ص 22 الى ص 30.

² -محمد حسنين، مرجع سابق، ص 265.

المنافسة، وبالمقابل فيما يتعلق بالمنافسة غير المشروعة نجد أنفسنا إزاء عدد من الأساليب التي يمكن انتقادها في مجال التنافس التجاري و البحث عن الزبائن .

و أمام عدم وجود نص قانوني يضع حدا فاصلا بين الاثنيين، ووجب استعراض آراء الفقيه روبيير أن المنافسة الممنوعة تختلف عن النظام القانوني للمنافسة غير المشروعة، لأننا في الحالة الأولى نكون أمام منافسة غير مسموح بها، أما في الحالة الثانية فنكون بصدد منافسة مباحة لكن الوسائل التي استخدمها التاجر في ممارسة هذه المنافسة تعد في عرف المنافسة التجارية غير مشروعة.

وبعبارة أخرى فان معيار الفصل ما بين المنافستين يكمن في أن المنافسة غير المشروعة أو غير الشريفة، تكون الأساليب فيها مشروعة في الأصل، إلا أن التاجر قد تجاوز الحدود المسموح بها، بينما المنافسة الممنوعة تقيم المسؤولية على المخالف من خلال منع التنافس، أي بمجرد وقوع الأعمال بغض النظر عن مشروعيتها أو عدمها و بعبارة أخرى فان المنافسة الممنوعة يقوم بمقتضاها الشخص بعمل تنافسي على شكل تصرف بدون حق، أما في المنافسة غير المشروعة فان الشخص يفرط في استخدام حريته، و يضيف الفقه فرقا آخر مقتضاه أن الاختلاف في المنافسة لا يكمن بالمصدر الذي ينبعث منه المنع بل في محل ذلك المنع، ففي حالة المنافسة الممنوعة تعاقديا يكون الممنوع هو (النشاط التنافسي) في حد ذاته، أما في حالة المنافسة غير المشروعة يكون الممنوع هي الوسائل المستخدمة في ذلك.

و يمكن القول بإيجاز، أن دعوى المنافسة الممنوعة تختلف عن دعوى المنافسة غير المشروعة، إذ أن القاضي في دعوى المنافسة غير المشروعة لا يحكم لصالح المدعي (المتضرر)، إلا متى تحقق من وقوع الوسائل غير المشروعة التي سببت الضرر، أما في دعوى المنافسة الممنوعة فانه سوف يحكم لصالح المدعي بمجرد إصابته بالضرر من هذه المنافسة سواء أكانت مشروعة أم غير المشروعة وعلى الرغم من الآراء المستعرضة بشأن اختلاف المنافسة الممنوعة عن المنافسة غير

المشروعة، فإن هناك ثمة اتفاق بين كلا الدعوتين، إذ أنهما يتصلان بالحياة التجارية و لا علاقة لهما بحماية الحياة المدنية، و إن الشخص الذي يباشر نشاطا مدنيا كاطبيب و المهندس، لا يجوز له حماية نشاطه المهني بدعوى المنافسة الممنوعة أو غير المشروعة، لأن المنافسة في النطاق الذي يعنينا لا تكون إلا في مجال التجارة أما المجال المدني فبالإمكان حمايته بدعوى المسؤولية المدنية وبالإجراءات المحددة في القوانين النقابية لتنظيم النشاط المهني.

و إزاء الصعوبات التي تعترى الباحث في تمييز المنافسة الممنوعة عن المنافسة غير المشروعة يبدو لنا أنه لا توجد أهمية عملية في التمييز بين الاثنين خاصة إذا ما علمنا أن كلا منهما يرتب الآثار ذاتها، إلا و هي حق المتضرر في مطالبته في التعويض من الشخص الذي سبب له ضررا.¹

المطلب الثالث:

صور المنافسة غير المشروعة

تعد العلامة التجارية من أهم العناصر المعنوية التي يتكون منها المحل التجاري، لأنها وسيلة مهمة لاجتذاب الجمهور، إذ يرى جانب من الفقه، أن للعلامة التجارية أهمية وقيمة مادية تفوق أهمية الاسم التجاري، لأن الكثير من الجمهور يبحث عن العلامة التجارية أكثر من بحثهم عن المنتج في ذاته، و عليه يمكن القول أن للعلامة هدف مزدوج، فهي تحمي مالکها من المنافسين له، و في نفس الوقت تضمن للمستهلك منشأ المنتجات و الخدمات و لهذا السبب كانت حماية العلامات التجارية، فرضا محتوما على المشرع، لأن بغياب تلك الحماية سوف تصبح التجارة و الصناعة هدفا لعوامل الهدم و الإفساد بإطلاق العنان لأساليب المنافسة غير

¹-زينة غانم عبد الجبار الصفار، مرجع سابق، ص 38 الى ص 41.

المشروعة،¹ و إن الاعتداء على العلامة التجارية يأخذ صوراً متعددة نذكر البعض منها على سبيل المثال.

الفرع الأول: تزوير العلامة التجارية و تقليدها

يقصد بتزوير العلامة النقل الحرفي للعلامة التجارية، لذلك لا يعد تزويراً للعلامة إلا النسخ الكامل أو على الأقل نسخ الجزء الأساسي المميز للعلامة، بطريقة تضلل الجمهور عند شراء البضاعة، خاصة عند عدم وجود العلامتين تحت أنظار المستهلك.

و يرى البعض أن التزوير هو "النقل العلامة نقلاً كاملاً مطابقاً أو نقل الأجزاء الرئيسية منها بحيث تكون العلامة المزورة مطابقة للعلامة الأصلية".

و وفقاً لهذا الرأي لا يهم أن يكون تزوير العلامة شاملاً لكل العلامة أو نقلاً طبق الأصل لها، بل يمكن نقل أجزاء رئيسية منها.

في حين يرى البعض الآخر أن المقصود بتزوير العلامة أنه "اصطناع علامة مطابقة تطابقاً تاماً للعلامة الأصلية".

و قد اعتبر المشرع في القوانين المقارنة الخاصة بالعلامة التجارية على تزوير العلامة التجارية جريمة يعاقب عليها القانون متى قام المزور بنقل العلامة المسجلة ووضعها على المنتجات بغرض غش وتضليل المستهلك، وهدف المشرع من توفير تلك الحماية هو درء المخاطر الناجمة عن التزوير أو التقليد يقصد حماية مالك العلامة الأصلية و بالتالي مكافحة المنافسة غير المشروعة بين التجار العاملين في نشاط تجاري مماثل.

و لكي يتحقق الفعل المكون للمنافسة غير المشروعة فيما يتعلق بتزوير أو تقليد العلامة التجارية لا بد من توفر شرطين:

¹ نفس المرجع، ص 64.

الشرط الأول ويتمثل في أنه يتم التزوير بشكل يؤدي إلى تضليل الجمهور، تضليلاً لا يمكنه من التمييز بين البضائع و الشرط الثاني و هو أن يتم بدون موافقة من مالك العلامة الأصلية.

كما تظهر المنافسة غير المشروعة في نطاق العلامات التجارية بتقليد تلك العلامة، أي نقل العلامة يقتصر فقط على العناصر الأساسية، أو نقل بعضها نقلاً حرفياً مع إضافة شيء عليها، أو يعتمد إزالة جزء منها أو بتغيير لونها أو حروفها، فيظهر التقليد عند وضع مشابهة أو قريبة الشبه في مجموعها لعلامة أخرى، فيوهم الغير عند ضبطها بأنه قد أضاف بعض التعديلات على العلامة الحقيقية.

إذاً التقليد هو عبارة عن تقريب الشبه بين العلامة المقلدة و العلامة الحقيقية، من شأنه إحداث اللبس بينهما.

بحيث يصعب على جمهور المستهلكين التفرقة بين كل منهما و على الرغم من اختلاف الوسائل المستخدمة للوصول إلى عملية تقليد العلامة، إذ يستوي الأمر عندما يتم ذلك باقتباس رسم مشابه أو مجموعة ألوان أو أغلفة مشابهة، و يمكن أن يظهر التشابه أيضاً من ناحية (الأمر الذهني) المؤدي إلى التضليل على الرغم من اختلاف الألفاظ.¹

الفرع الثاني: استعمال علامة مزورة أو مقلدة

و يقصد به وضع العلامة المزورة أو المقلدة على السلع أو على واجهة المحل التجاري أو الأوراق والمطبوعات الخاصة لمرتكب فعل الاستعمال، وقد عاقب القانون على الفعل وعده جريمة مستقلة عن تزوير العلامة وتقليدها من أجل الحد من تهرب المتهم، إذ قد يضبط الفاعل قبل عرض السلع للبيع و أنه لم يقم بتزوير العلامة فيفلت من العقاب، و بذلك فالمشرع لم يقصر وضع عقوبة على تزوير العلامة أو تقليدها وعقوبة على من يبيع السلع التي تحمل علامة مزورة، بل

¹ نفس المرجع، ص 66-67.

أنه قرر للفعل ألا وهو استعمال المزورة أو المقلدة ، وعادة ما يقوم المزور أو المقلد باستعمال علامة تجارية ومع ذلك فقد يكون استعمالها من شخص لم يسهم في عملية التزوير أو التقليد، كما في حالة انتقال ملكية المحل التجاري الذي يحتوي على بضائع تحمل علامات مزورة أو مقلدة، ورغم علم المشتري بذلك فإنه يستمر في استعمال هذه البضاعة وبيعها أو عرضها للبيع، وهي تحمل علامة مزورة أو مقلدة ولا يشترط في الاعتداء على العلامة الأصلية مجرد وضع العلامة المزورة على السلع أو الخدمات، بل إن هناك فروضا أخرى تشكل هذه الجريمة، فمجرد عرض البضائع على التجار لشرائها وهي تحمل علامة مزورة يعد استعمالا لها، وكذلك استعمال العلامة بوضعها على واجهة المحل التجاري إلى جوار الاسم التجاري و كذلك الحال عند الإعلان عن العلامة في نشرات توزع على الجمهور بقصد ترويج السلع التي تحمل العلامة المزورة و في الحالة بالعمولة أيضا، فإنه يعد مرتكبا لهذا الفعل عند قيامه بتوزيع المنتجات التي تحمل العلامة المزورة أو المقلدة.¹

الفرع الثالث: استعمال علامة مملوكة للغير

قد يقع الاعتداء على العلامة التجارية بصورة أخرى، بالإضافة إلى الصور الأنفة الذكر، إذ يتم اغتصاب العلامة التجارية المملوكة للغير و يعاقب القانون على هذا النوع من الأفعال، ويتمثل الفعل بأن يقوم الشخص بوضع علامة حقيقية مملوكة للغير، بمعنى أن تكون باسمه على المنتجات من صنعه لم تخصص لها العلامة الحقيقية.

و الفرض هنا على خلاف الحالات السابقة، بالرغم من اتحاد الهدف، إلا وهو تصريف المنتجات من صنع مغتصب العلامة، و إيهام الجمهور بالشكل الذي يؤدي إلى الخلط و اللبس بين المنتجات و حقيقة مصدر السلعة، بينما نجد أن الوسيلة هنا هي علامة حقيقية مملوكة للغير و مسجلة باسمه و ليست علامة مزورة .

¹ نفس المرجع، ص75-76-77.

إن وضع علامة الغير على المنتجات يمكن أن يتخذ صوراً عديدة، كأن يقوم المغتصب بنزع العلامة الحقيقية أو المختوم بها، ويضعها على منتجات من صنعه ليقوم ببيعها، أو يقوم الفاعل بنزع البطاقة الملصقة على المنتجات و يضعها على منتجاته، إذ من المعلوم أن للعلامة التجارية أشكالاً متعددة بينها المشرع على سبيل المثال لا الحصر، كالحروف والأرقام والأختام، حتى لو كان ذلك الاستعمال الباطل يقصد الإعلان عن تلك المنتجات و ليس بقصد البيع.

و نجد أن أغلب صور اغتصاب العلامة التجارية يكون بطريق (ملئ الفوارغ) التي تحمل علامة حقيقية، إذ يتم اغتصاب العلامة التجارية التي تتخذ صور نماذج أو أشكال مميزة، كما هو الحال في نماذج الزجاجات المستخدمة لتعبئة المياه الغازية أو العطور بمختلف أشكالها أو الصناديق الفارغة، إذ يقوم الفاعل بجمع الزجاجات ثم تعبئتها بمواد منافسة للمواد التي يتم استعمالها بالأصل لتعبئة تلك الزجاجات، لذلك يطلق على هذه الجريمة عادة بجريمة الملئ أو التعبئة.

و لعل أكثر الصور وقوعاً في الحياة العملية، أن يلجأ تجار المشروبات الغازية إلى استعمال زجاجات (بيبي كولا) الفارغة وتعبئتها بمياه غازية من صنعهم، وهي لا تعود إلى الشركة الأصلية أو الشركة المرخصة، من أجل غش الجمهور و تضليلهم بحقيقة السلع، و في ذلك عدت محكمة استئناف باريس منافسة غير مشروعة باستعمال تاجر رغم أن العلامة لم تكن مسجلة قانوناً أيضاً تصور اغتصاب العلامة التجارية إذا كانت العلامة مما يندمج في السلعة، أي بنزع الجزء الذي عليه العلامة و لصقه بسلعة أخرى، كأن يصنع شخص جهازاً كهربائياً من حطام جهاز قديم و يلصق بما يصنعه الجزء الذي عليه العلامة الأصلية فتبدو السلعة الجديدة بأنها تحمل العلامة الأصلية.

و يعد ضرباً آخر من ضروب الغش التجاري، اغتصاب علامة مملوكة للغير، فيقوم التاجر المستورد من جهة معينة بمنتجات تحمل علامة أصلية، و يعتمد إلى استبدال جزء منها و خلطه بنتاج آخر من صنعه أقل جودة، ثم يبيع الخليط في

العبوات الأصلية، فيعطي السلعة طابع الجهة الأولى، و يسندها إليها ويصدرها أو يبيعها على هذه الصور لعملائه، مما يحرض المستهلك بل يحثه على الإقبال عليها نظرا لسمعتها الأصلية أو لميله إليها، مما يلحق الغبن بهم، فضلا عن بوار تجارة المنافسين له.

وقد لا يكون القصد من الإستيلاء غير المشروع على علامة مملوكة للغير منافس لتاجر مالك العلامة الحقيقية، بل قد يكون ذلك بباعث (التباهي و المفاخرة) فإن الجريمة تقع لأن هذه البواعث لا تلغي مخاطر تضليل الجمهور.

و مما تقدم يتضح لنا أن اغتصاب العلامة المملوكة للغير يجب أن يرد على منتجات توضع عليها العلامة الأصلية من نفس منتجات مالك العلامة.¹

الفرع الرابع: بيع البضائع التي تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو مملوكة للغير أو عرضها للبيع أو التداول أو حيازتها بقصد البيع

هناك صور أخرى للاعتداء على ملكية العلامة التجارية نص عليها القانون ألا وهي بيع البضائع التي تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو أن هذه العلامة حقيقية، ألا أنها مملوكة للغير، بدون إذن مالكتها أو عرضها للبيع أو للتداول أو حيازتها بقصد البيع.

وإستنادا إلى ما تقدم، فإن وجود بضائع تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو مغتصبة، ثم يقوم الفاعل ببيع تلك البضائع، على الرغم من (علمه) بذلك فيعد مرتكبا لهذه الجريمة، سواء حقق ربحا أو لم يحقق، أو إن الفعل قد تم مرة واحدة أو عدة مرات، فيعد الفعل صادرا من البائع ولا علاقة لمشتري البضاعة بذلك إلا إذا قام الأخير ببيع هذه السلعة مع علمه بحقيقتها.

¹ نفس المرجع، ص 80-81-82.

و المقصود هنا بالبيع، المعنى العام، أي التزام البائع بنقل ملكية شيء أو حق مالي آخر للمشتري في مقابل ثمن معين، وعليه فإنه يشمل كل أنواع البيوع، سواء ما تم منها اختياريا أم جبريا.

ولا يختلف الأمر إذا تم بيع المنتجات المذكورة بسعر أقل من المبيعة قد تم صنعها داخل البلد أو خارجه، و سواء أتم البيع داخل الإقليم أم تم تصدير السلع، كما أن وقوع الفعل بهذا الشكل لا ينفي الجريمة، حتى لو كانت السلع المبيعة بنفس الجودة التي تمتاز بها السلع الأصلية أو حتى لو كانت أفضل منها.

ويعد أيضا، عرض و تداول السلع و التي تحمل علامة مقلدة أو مغتصبة اعتداء على ملكية العلامة الحقيقية، كما لو قام الفاعل بعرض السلع في واجهة المحل التجاري أو في أحد الفروع التابعة لها، أو تداولها عن طريق نشرات تصف السلعة و تبين مزاياها، و يستوي أيضا العرض من قبل مالك البضاعة أو من غيره، و لا يختلف الأمر إذا كان عرض السلع لتداول لغرض بيعها بمقابل نقدي أو عن طريق المقايضة أو بدون مقابل، على سبيل ترويج السلع.¹

خلاصة المبحث الأول

بينما مقدما، أن الوسائل غير المشروعة التي يقوم بها التاجر المنافس من أجل حصوله على زبائن الغير بشكل لا يتفق مع قواعد الأمانة و الصدق المتعارف عليها في الوسط التجاري، فإنها تعد حتما من قبيل الأعمال غير المشروعة.

أما صور المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية فإنها متعددة و لا يمكن بأية حال من الأحوال حصرها لان مقتضيات العمل التجاري و مبدأ حرية التجارة و التغييرات التي تطرأ على الحياة التجارية تؤدي بالضرورة الى ظهور حالات

¹ نفس المرجع، ص 84-85.

جديدة من صور الاعتداء لا يمكن استيعابها جميعا، كما يتعذر على المشرع تنظيمها وبشكل دقيق ليحيط بكل هذه الأفعال التي تتمثل بالمنافسة غير المشروعة.¹

المبحث الثاني:

نطاق حماية العلامة التجارية من المنافسة غير المشروعة

إن العلامة التجارية هي الأكثر انتشارا و اتصالا بالتجارة و الاقتصاد مما جعلها تحتل مكانة هامة و مميزة بين حقوق الملكية الصناعية و التجارية بحيث أصبح لها قيمة إضافية تضاف للمحل التجاري ذاته، الأمر الذي استدعى توفير الحماية المدنية الملائمة لها محليا و دوليا جراء التعدي على العلامة التجارية² فهي تتمتع بحماية مزدوجة وطنية و دولية، و من ثم تحمي حقوق صاحب العلامة داخل التراب الوطني و خارجه، حيث تجاوز استغلال العلامة في بعض الأحيان حدود إقليم البلاد.³

و من خلال ما تقدم سوف نقسم هذا المبحث إلى مطلبين فالمطلب الأول سنتناول نطاق حماية العلامة التجارية من المنافسة غير المشروعة في القوانين الداخلية، و المبحث الثاني نتناول حماية العلامة من المنافسة غير المشروعة من خلال الاتفاقيات و المنظمات الدولية.

المطلب الأول:

حماية العلامة التجارية من المنافسة غير المشروعة في النطاق الداخلي

نتطرق في هذا المطلب الى دراسة موضوع الحماية المدنية للعلامة التجارية عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة في التشريعات الجزائرية التي تنظم

¹ - نفس المرجع، ص 63.

² - عبد الله حسين الخشروم، الوجيز في الحقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل لنشر، الطبعة الاولى 2005، ص 168.

³ - فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري الحقوق الفكرية، ابن خلدون للنشر والتوزيع، الطبعة 2001، ص 255.

العلامة التجارية ، كما أننا سنتناول دراسة هذا المطلب من خلال التشريعات المقارنة للحماية المدنية للعلامة التجارية.

كما سنتناول أيضا في هذا المطلب البحث في نطاق الحماية المدنية التي تشمل العلامة التجارية غير المسجلة أم أنها تقتصر فقط على العلامة التجارية المسجلة¹؟

الفرع الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري

نص المشرع الجزائري في الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية على حماية العلامة التجارية مدنيا لمالك العلامة المسجلة عن طريق المطالبة بالتعويضات المدنية الناجمة عن ارتكاب أو محاولة ارتكاب تقليد العلامة و هذا ما نصت عليه المادة 28 من الأمر السالف الذكر قد حوى على مخالفة واضحة لقواعد المسؤولية المدنية و خروجاً صارخاً عليها كما أنه لا يخلو تحكم ذلك أنه قد حرم ملكية العلامة التجارية غير المسجلة من الوسيلة الوحيدة التي يمكن أن تستظل بها ألا وهي الدعوى الحقوقية، إذ الأصل أن كل إضرار بالغير يلزم فاعله بضمان الضرر، فيحق لكل من أصابه ضرر أن يطالب مرتكبه بالتعويض إلا أن النص موضوع الحديث قد خالف ذلك و منع المطالبة بالتعويض عن أي تعدي على العلامة التجارية غير مسجلة.

و ذلك يدفعنا للتساؤل عن الحكمة أو الغاية التي ابتغى المشرع الجزائري تحقيقها إيراد نص المادة 28 المشار إليها رغم ما فيها من مخالفة صريحة للقواعد العامة في المسؤولية المدنية يبدو أن الحكمة من هذا النص، هي تشجيع مالك العلامة على تسجيل علامته، إذ أن حرمان صاحب العلامة التجارية غير المسجلة من الحماية يدفعه إلى المبادرة لتسجيل علامته لحمايتها من اعتداء الغير و حفظا لحقه في طلب التعويض عن أي تعد في حالة وقوعه².

¹دفاتر السياسة والقانون، دعوى المنافسة غير المشروعة، جامعة باتنة، العدد 6 جانفي 2012 ص 176.
²صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا و دوليا، دار الثقافة لنشر والتوزيع عمان، الطبعة الثانية 2009 ص 244.

كما أن المشرع الجزائري في قانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية من الفصل الرابع نص على الممارسات التجارية غير نزيهة (ممارسة غير مشروعة) من خلال نص المادة 26 "تتمتع كل الممارسات التجارية غير النزيهة المخالفة للأعراف التجارية النظيفة و النزيهة و التي من خلالها يتعدى عون اقتصادي على مصالح عون أو عدة أعوان اقتصاديين آخرين".

كما نصت المادة 27 "تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في مفهوم أحكام هذا القانون، لاسيما منها الممارسات التي يقوم من خلالها العون الاقتصادي بما يأتي:

1-تشويه سمعة عون اقتصادي منافس بنشر معلومات سيئة تمس بشخصه 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 أو أوهام في ذهن المستهلك....."¹.

كما تنص المادة 7 من الأمر 03-06 من قانون العلامات التجارية في الفقرة 6،7،8 و 9 على صور المنافسة غير المشروعة و الملاحظ من خلال المادة 27 من الأمر 04-02 في الفقرة 2 التي تنص على تقليد العلامة 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 علامته ومنتجاته؟.

و من ثم فإن الأمر 04-02 يطرح إشكالا فيما يتعلق بحالة المنافسة غير المشروعة الواقعة على العلامة التجارية بذكره لعبارة تقليد العلامات أو المنتجات و هل يتسع ذلك ليشمل صاحب العلامة غير المسجلة أي بعبارة أدق هل يتيح القانون

¹-قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 يونيو 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ص 6.

02-04 لصاحب العلامة غير المسجلة التمسك بدعوى المنافسة غير المشروعة لحماية علامته؟.

خاصة وأن هناك رأي 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 و إذا كان صائبا و هو المفترض أن يأخذ به المشرع الجزائري إلا أنه يصطدم بالفقرة 2 من القانون 02-04 التي تعتبر من قبيل أعمال المنافسة غير المشروعة تقليد العلامات فلا يمكن أن يكون لمفهوم التقليد في قانون العلامات 03-06 مفهوم مغاير للمفهوم الوارد في الأمر 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 اقتصادي منافس أو الاعتداء على منتجاته أو خدماته... الخ.

إن فالحماية المدنية للعلامة التجارية سواء استندت الى الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية أو استندت الى الامر 02-04 فإنهما يشتركان 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 و الجزائرية) على العلامة المسجلة وفقا للأمر 03-06 المتعلق بالعلامات أما العلامة غير المسجلة فيمكن حمايتها وفقا لدعوى المنافسة غير المشروعة طالما أنها تستند الى أحكام المسؤولية المدنية.

كما أن الملاحظ أن المشرع الجزائري استعمل عبارة تقليد العلامة المميزة في الأمر 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في حين أن التقليد وفقا للمادة 26 من الأمر 03-06 هو جريمة يعاقب عليها بقانون العقوبات و كان

من الأولى استعمال عبارة المساس بالعلامات المميزة لذا فإنه لا بد من تعديل المادة 27 فقرة 2 من القانون 04-02 واستعمال عبارة المساس بالعلامات المميزة لعون اقتصادي منافس..... بدل تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس و ذلك حتى تشمل الحماية وفق دعوى المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية غير المسجلة.¹

أما بالنسبة للعلامات المشهورة في القانون الجزائري، فلم يحدد القانون الجزائري تعريفا للعلامة التجارية وإنما اكتفى بالإشارة في المادة 7 من قانون العلامات في الفقرة 8 الى أن العلامة التجارية المشهورة تستثنى من التسجيل إذا استخدمت على سلع مماثلة و مشابهة لمؤسسة أخرى الى درجة إحداث تضليل بينهما ، و أشار في المادة 9 في الفقرة 4 أنه لصاحب العلامة المشهورة في الجزائر الحق في منع الغير من استعمال علامته دون رضاه.

نلاحظ من هاذين النصين أن القانون الجزائري لازال متمسك بالتعريف التقليدي للعلامة المشهورة و لا يبسط عليها الحماية إلا إذا تعلق الأمر بعلامات موضوعة على سلع أو خدمات مماثلة للعلامة المشهورة.

حيث ربط حمايتها بوضعها على منتجات أو خدمات مماثلة ومشابهة لها و هو ما يعد تمسكا بمبدأ وحدة المنتجات أو الخدمات أو ما يعرف بمبدأ التخصيص في حين أن هذا المبدأ لم تأخذ به كافة القوانين و التشريعات الدولية و العربية، نظرا لتمتع بعض العلامات بشهرة و سمعة لدى المستهلكين تتجاوز نوع المنتجات أو الخدمات المرتبطة بها ، و أن استعمالها على منتجات أو خدمات حتى و لو كانت غير مماثلة أو مشابهة من شأنه إحداث لبس و خلط لدى المستهلك مما يجعله يعتقد أن مصدرها هو صاحب العلامة المشهورة ، كما أن من شأن ذلك الإساءة و الإضرار بصاحب العلامة المشهورة و يحط من قيمة العلامة في قدرتها على تمييز المنتجات و الخدمات.

¹-دفاتر السياسة والقانون، مرجع سابق،ص 181-182-185.

ونلاحظ أن المبدأ الذي عليه القانون الجزائري مكرس هو الآخر من طرف الاجتهاد القضائي الجزائري، و كان المأمول من إصدار القانون الجزائري للعلامات رقم 06-03 أن يكون مساهرا للتطور الذي عرفته المبادئ القانونية في مجال حماية العلامة التجارية المشهورة.¹

الفرع الثاني: الحماية المدنية للعلامة التجارية في القوانين المقارنة

نريد التساؤل عن المشرع الأردني بخصوص الحماية المدنية، فهل أبقى على الحماية المدنية (الحقوقية) للحق في العلامة التجارية غير المسجلة عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة وفقا للقواعد العامة في المسؤولية؟.

الجواب على ذلك نجده في المادة 34 من قانون العلامات التجارية الأردني التي نصت على أنه " لا يحق لأحد أن يقيم دعوى بطلب تعويضات عن أي تعد على علامة تجارية غير مسجلة في المملكة الأردنية".

يتضح من هذا النص أن المشرع الأردني قد منع إقامة دعوى مدنية بطلب تعويضات عن تعد - مهما كانت صورته - على العلامة التجارية ما دامت هذه الأخيرة غير مسجلة في المملكة الأردنية ، و لا يخفى أن هذا المنع جاء مطلقا من ناحيتين ، فمن ناحية فإنه قد منع طلب التعويض أيا كان طالبه سواء تم ذلك من قبل مالك العلامة أم من غيره كالتاجر أو حتى المستهلك العادي ، ومن ناحية أخرى فقد منع طلب التعويض أيا كانت صورة التعدي على العلامة التجارية حتى لو اتخذ تزوير العلامة أو تقليدها ، و ذلك كله مقيد بقيد واحد هو كون العلامة التجارية التي وقع عليها التعدي غير مسجلة في المملكة و المشرع الأردني شأنه شأن المشرع الجزائري بالنسبة لقانون العلامات.²

و قد حاول البعض تبرير اشتراط المشرع الأردني تسجيل العلامة التجارية في المملكة لإمكانية المطالبة بالتعويض في حالة التعدي عليها الى رغبة المشرع على

¹دفاتر السياسة والقانون، العلامة التجارية المشهورة في القانون الجزائري، العدد الرابع جانفي 2011، ص 164-171.

²صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص 243-244.

تشجيع أصحاب العلامات التجارية للقيام بتسجيلها لدى وزارة الصناعة و التجارة بهدف حصرها ومعرفة أصحابها إلا أن هذا التبرير ،كما نرى لا يصلح سببا كافيا لمخالفة أحكام و المبادئ العامة في المسؤولية المدنية و التي تعطي لكل متضرر الحق في المطالبة بالتعويض فكان الأجدر بالمشروع الأردني عدم تطلب شرط تسجيل العلامة التجارية في المملكة لاستحقاقها التعويض جراء التعدي عليها.

و قد كان يؤمل من المشروع الأردني تعديل هذا النص خاصة بعد قيامه بتعديل تشريعات الملكية الفكرية لأغراض انضمام الأردن لمنظمة التجارة العالمية لكي تتوافق مع أحكام اتفاقية تربس المنظمة لحقوق الملكية الفكرية و التي تشكل أهم محاور منظمة التجارة العالمية.¹

غير أن المشروع الأردني في وضعه لقانون المنافسة غير المشروعة و الأسرار التجارية رقم 15 لسنة 2000 فقد أعطى الحق لكل ذي مصلحة المطالبة بالتعويض عما لحقه من ضرر نتيجة أي منافسة غير مشروعة، كما عد من أعمال المنافسة غير المشروعة (كل منافسة تتعارض مع الممارسات الشريفة في الشؤون الصناعية و التجارية) وجعل من صور المنافسة غير المشروعة أي ممارسة غير شريفة متعلقة بعلامة تجارية مستعملة في المملكة سواء أكانت مسجلة أم غير مسجلة و تؤدي الى تضليل الجمهور، و بالتالي يمكن المطالبة بالتعويض في حالة التعدي على علامة تجارية مستعملة في المملكة بصرف النظر عما إذا كانت مسجلة أم غير مسجلة متى كان ذلك الاستعمال يؤدي الى تضليل الجمهور استنادا الى قانون المنافسة غير المشروعة و الأسرار التجارية رقم 5 لسنة 2000.

و عليه فان دعوى المنافسة غير المشروعة وفقا للقواعد العامة في المسؤولية ينبغي أن تعد الأساس في حماية الحق في العلامة التجارية غير المسجلة ، وذلك ما أخذت به بعض التشريعات الأخرى كالتشريع المصري و المغربي.²

¹عبد الله الحسين الخشروم ، مرجع سابق،ص 172.
²صلاح زين الدين، مرجع سابق،ص 245-246.

أما فيما يخص الحماية المدنية للعلامة التجارية المشهورة فإن العلامة المشهورة تتميز بأن حمايتها قانونا بشكل استثناء من مبدأين أساسيين في قانون العلامات التجارية وهما مبدأ الإقليمية (الوطنية) ومبدأ التخصيص و يقصد بمبدأ الإقليمية هو أن حماية العلامة التجارية ينحصر فقط في إقليم الدولة التي سجلت فيها أو أستعملت فيها، لذلك يجوز لأي شخص تسجيل استعمال العلامة التجارية في دولة لم تسجل استعمال العلامة في دولة لم تسجل أو تستعمل فيها.

بالنسبة للمنتجات المماثلة و المشابهة فإن العلامة التجارية المشهورة تتمتع بالحماية المدنية عند استعمالها من قبل الغير على سلع أو خدمات مشابهة لتلك التي وضعت عليها العلامة المشهورة حتى و لو لم تسجل أو تستعمل داخل الدولة المطلوب منها الحماية، و هذا ما أشار إليه قانون العلامات العراقي رقم 23 لسنة 1957 المعدل بقانون رقم 80 لسنة 2004 في المادة 4 الفقرة 2 و التي نصت على أنه "يتمتع مالك العلامة المشهورة بالحماية الممنوحة بموجب هذا القانون ولو لم تسجل العلامة في العراق"، و كذلك قانون الملكية الفكرية المصري في المادة 68 الفقرة 1 و التي نصت على أنه "يكون لصاحب العلامة التجارية المشهورة عالميا و في جمهورية مصر العربية حتى التمتع بالحماية المقررة في هذا القانون و لو لم تسجل في جمهورية مصر العربية"، يتضح لنا من ذلك أن المشرع المصري يشترط لمتع العلامة التجارية المشهورة بالحماية المدنية في مصر أن تكون مشهورة عالميا بالإضافة الى شهرتها داخل مص، أي لا تكفي شهرة العلامة خارج مصر أيا كانت درجة هذه الشهرة بل يجب أيضا أن تكون مشهورة داخل مصر، أما المشرع العراقي فقط إشتراط أن تكون العلامة مشهورة و لم يحدد مكان شهرة العلامة، ونحن نعتقد أن المشرع قصد شهرة العلامة داخل العراق حتى تتمتع بالحماية و لو كان يقصد خلاف ذلك لنص عليه صراحة و إن شهرة العلامة داخل الدولة المطلوب منها الحماية يعد شرطا منطقيًا لأنه لا يتصور أن نطلب من دولة حماية علامة غير معروفة لديها لأن إستعمالها من قبل الغير لا يؤدي الى اللبس أو الخلط لدى المستهلكين حول مصدر المنتجات التي تحمل العلامة لعدم معرفتهم

أصلا بالعلامة المدعي بشهرتها ، لذا فان العلامة التجارية المشهورة تتمتع بالحماية دون اشتراط التسجيل فالحماية هنا ترتبط بالشهرة، و مع ذلك فإن صاحب العلامة المشهورة يتمتع بجميع الحقوق المترتبة على ملكية العلامة المسجلة ولو لم تسجل، منها حق إحتكار إستغلال العلامة بواسطة مالكها دون غيره و حقه في تقرير حق إنتفاع عليها أو التصرف بها بعوض أو بدون عوض شأنه شأن صاحب العلامة المسجلة.

فضلا عن ذلك نجد أن قانون العلامات التجارية العراقي قد أشار الى أن مسجل العلامات التجارية عليها أن يتمتع من تسجيل علامات مطابقة أو مشابهة لعلامة مشهورة إذا كان التسجيل قدم من صاحب العلامة المشهورة، وكان يتعلق باستخدام العلامة لتميز منتجات أو خدمات مماثلة لتلك التي تحمل العلامة المشهورة وذلك في المادة 2 الفقرة 8 و التي نصت على انه "لا تسجل علامة لغرض هذا القانون العلامات المطابقة أو المشابهة لعلامة مشهورةإذا كان تسجيل تلك العلامة سيؤدي الى إحداث إرتباك لدى الجمهور المستهلكين بالبضاعة التي تميزها العلامة أو البضائع المشابهة " و هذا ما يطابق نص المادة 8 فقرة 12 من قانون العلامات التجارية الأردني، كما أشار الى ذلك أيضا قانون الملكية الفكرية المصري في المادة 68 الفقرة 2 و التي نصت على أنه "و يجب على المصلحة أن ترفض من تلقاء نفسها أي طلب لتسجيل علامة مطابقة لعلامة مشهورة بقصد استخدام العلامة لتميز منتجات تماثل المنتجات التي تستخدم العلامة المشهورة في تمييزها ما لم يكن الطلب مقدا من صاحب العلامة المشهورة"، كما نص المشرع الفرنسي في قانون الملكية الفكرية في المادة 714 الفقرة 4على أنه "تتمتع العلامة المشهورة بحماية قانونية في فرنسا ولو لم تكن مسجلة"، فالمشرع الفرنسي لا يشترط لحماية العلامة المشهورة أن تكون مسجلة و إنما يشترط أن تكون مستعملة حتى يمكن الإحتجاج بها.

إذن الحماية المدنية للعلامة المشهورة تقوم على أساس الشهرة و السمعة التي وصلت إليها العلامة لذا فان استعمالها من قبل الغير قد يوحى للمستهلك بوجود صلة تجارية بين بضائع هذا الغير و بضائع مالك العلامة المشهورة، الأمر الذي قد يؤدي الى منافسة مالك العلامة منافسة غير مشروعة و قد كان القضاء الأردني مستقرا على انه يحق لصاحب العلامة المسجلة في الخارج و مستعملة في الأردن و معروفة فيه أن يعترض على تسجيل أي علامة مطابقة لعلامته في الأردن إذا كان من شأنه أن يؤدي الى غش الجمهور أو يشجع المنافسة غير المشروعة و انه لا يشترط الاعتراض على العلامة تسجيلها في الأردن.

كما أن استعمال العلامة التجارية المشهورة على منتجات أو خدمات غير مماثلة للمنتجات أو الخدمات الأساسية المرتبطة بها من شأنه أن يخلف لبس لدى المستهلكين بين هذه المنتجات غير المماثلة وبين صاحب العلامة المشهورة و يعتقدون أنها صادرة منه، لا سيما و أن العلامة المشهورة اكتسبت سمعة جيدة لجودة المنتجات المرتبطة بها ، لذا فان استعمالها من قبل الغير على سلع أو خدمات غير مماثلة و من نوعية رديئة من شأنه الإساءة الى سمعتها و بالتالي يؤدي الى أضعاف قدرتها على التميز، هذا كله أدى الى ظهور الحاجة الى حماية العلامة التجارية المشهورة عند استعمالها على منتجات أو خدمات غير مماثلة ومن أمثلة ذلك استخدام العلامة التجارية المشهورة مرسيدس والخاصة بتميز نوع من السيارات الألمانية لتمييز نوع من الدراجات التجارية أو سفن بحرية و هذا ما يستدعي حمايتها و تطبيقا لذلك نجد المادة 68 الفقرة 3 من قانون الملكية الفكرية المصري على أنه "يسري الحكم المتقدم على طلبات التسجيل التي تنصب على منتجات لا تماثل المنتجات التي تستخدم العلامة المشهورة في تمييزها إذا كانت العلامة المشهورة مسجلة في إحدى الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية و في جمهورية مصر العربية و كان استخدام العلامة على منتجات غير مماثلة من شأنه أن يحمل الغير على الاعتقاد بوجود صلة بين صاحب العلامة المشهورة و تلك المنتجات و أن يؤدي هذا الاستخدام الى إلحاق ضرر بصاحب العلامة المشهورة".

و يتضح لنا من نص هذه المادة أن على مصلحة التسجيل التجاري أن تمتنع عن قبول تسجيل علامة مشابهة لعلامة مشهورة إذا تعلق طلب التسجيل بمنتجات أو خدمات غير مماثلة لتلك التي تميزها العلامة المشهورة ، و لكن توفير الحماية للعلامة المشهورة في هذه الحالة يشترط فيه ثلاث شروط طبقا لنص المادة وهي :

1- أن تكون العلامة المشهورة مسجلة في إحدى دول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية و مسجلة أيضا في جمهورية مصر العربية

2- أن يؤدي استخدام العلامة المشهورة على سلع أو خدمات غير المماثلة

3- أن يكون استخدام الغير للعلامة المشهورة على سلع غير مماثلة من شأنه إلحاق الضرر بصاحب العلامة المشهورة.

و كذلك نص المادة 8 الفقرة 12 من قانون العلامات التجارية الأردني اشترط أن تكون العلامة المشهورة مسجلة في الأردن لكي تتمتع بالحماية المدنية وهذا ما نص عليه المشرع الفرنسي من خلال المادة 713 الفقرة 5 من قانون الملكية الفكرية على أنه "استعمال العلامة المشهورة لتمييز منتجات أو خدمات غير مماثلة لتلك المذكورة في السجل يترتب عليه المسؤولية المدنية للمستعمل إذا كان من شأن هذا الاستعمال أن يلحق الضرر بمالك العلامة أو إذا كان هذا الاستعمال يمثل استغلالا بدون مبرر لهذه الأخيرة"¹.

المطلب الثاني:

حماية العلامة التجارية من المنافسة غير المشروعة في النطاق الخارجي

لقد أبرمت في مجال حماية العلامة التجارية من المنافسة غير المشروعة العديد من الاتفاقيات الدولية ، كان أهمها اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لعام 1883 و التي تقوم على أهم المبادئ الرئيسية التي احتوتها تلك الاتفاقية، وهي مبدأ

¹ - مجلة جامعة بابل، العلامة التجارية المشهورة، العلوم الإنسانية، المجلد 21، العدد 1، ص 49 الى ص 54.

المعاملة الوطنية أي المساواة بين الوطنيين و الأجانب من رعايا الدول الأعضاء ،حيث يخضعون لنفس الإجراءات التي يقوم بها الوطني ، و يتمتعون بنفس المزايا التي يتمتع بها الوطني ،¹ فضلا عن مبادئ أخرى للاتفاقية وهو مبدأ الأسبقية في التسجيل و مبدأ استقلال العلامات² كما نصت المادة 6 الفقرة 2 من الاتفاقية على مايلي "تتعهد دول الاتحاد سواء من تلقاء نفسها إذا أجاز تشريعها ذلك أم بناء على طلب صاحب الشأن برفض أو إبطال التسجيل و بمنع استعمال العلامة الصناعية أو التجارية التي تشكل نسخا أو تقليد أو ترجمة يكون من شأنها إيجاد لبس بعلامة ترى السلطة المختصة في الدولة التي تم التسجيل أو الاستعمال أنها مشهورة باعتبارها فعلا العلامة الخاصة بشخص يتمتع بمزايا هذه الاتفاقية و مستعملة على منتجات مماثلة أو مشابهة". كما تضمنت المادة 9 من هذه الاتفاقية مصادرة المنتجات عند الاستيراد التي تحمل علامة تجارية وضعت بطريق غير مشروع إلا أنه يلاحظ على اتفاقية باريس، أنها لم تقرر العقوبات محددة في حالة تزوير أو تقليد أو اغتصاب العلامات التجارية و نعتقد أنها قد تركت الأمر المشرع الوطني ،بينما اكتفت بمصادرة السلع التي تحمل علامة مقلدة".³

كما ألزمت الاتفاقية من خلال المادة 10 في فقرتها الثانية دول الاتحاد بكفالة رعايا دول الاتحاد حماية من المنافسة غير المشروعة ، و أقرت خطر الأعمال التالية بوصفها منافسة غير مشروعة لتعارضها مع المبادرات الشريفة في مجال الملكية الصناعية والتجارية وهي كافة الأعمال التي من شأنها إيجاد لبس مع منشأ أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري بأية وسيلة كانت الى جانب الادعاءات المخالفة للحقيقة والتي من شأنها نزع الثقة من منشأ أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري و الادعاءات التي من شأنها تضليل

¹ -زينة غانم عبد الجبار الصفار ،مرجع سابق ،ص179.

² -ندوة الويبو الوطنية عن إنفاذ حقوق الملكية الفكرية ،الإطار القانوني الدولي لحماية الملكية الصناعية ،2004،ص6.

³ -زينة غانم عبد الجبار الصفار ،مرجع سابق،182.

الجمهور فيما يخص طبيعة السلع أو طريقة صنعها أو صلاحيتها للاستعمال أو كميتها.¹

وعقدت اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي في عام 1891 والانضمام للاتفاقية مفتوح لكل الدول الأطراف في اتفاقية باريس للملكية الصناعية ، ويهدف الاتفاق الى تأسيس حماية مواطني الدولة العضو فيما يتعلق بعلامتهم السلعية و الخدمية المسجلة في دولة المنشأ وذلك عن طريق تسجيل تلك العلامة في المكتب الدولي من خلال مكتب العلامات الكائن في دولة المنشأ،² فيستطيع التاجر أن يتخلص من الشكليات الإجرائية المتبعة في المكاتب الوطنية لتسجيل العلامة التجارية في كل دولة على حدى و تقديم الطلب بلغات مختلفة.

و مما تجدر الإشارة إليه ، أن اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تربس) قد اشتملت على التزامات إضافية بشأن العلامات التجارية فقد نظمت الاتفاقية أنواع العلامات القابلة للحماية ، و الحقوق الممنوحة لمالك العلامة ومدة الحماية التي لا تقل عن سبع سنوات ويكون تسجيل العلامات قابلا للتجديد لمرات غير محددة و تنص الاتفاقية أيضا ،على التزامات بشأن الوسائل الكفيلة بصون الحقوق الفكرية ، ومنها العلامات التجارية و حمايتها من الغش والتقليد ،حيث تشمل على جزاءات قانونية إدارية و قضائية تتمثل بالمصادرة و التدابير المؤقتة من أجل مكافحة صور التعدي العمدية على حقوق الملكية الصناعية فضلا عن ذلك توجد اتفاقيات دولية أخرى بشأن العلامة التجارية تضمنت أحكاما لا تختلف عن ما سبق بيانه في اتفاقية باريس و تربس ، في اتفاق نيس بشأن التصنيف الدولي للسلع و الخدمات لأغراض تسجيل العلامات لسنة 1957 ، و بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1989 و معاهدة قانون العلامات لسنة 1994.³

¹-اتفاقية باريس ،حماية الملكية الصناعية،السنة 1883،ص 160.

²-ندوة الويبو الوطنية التدريبية حول الملكية الفكرية للدبلوماسيين ،الاطار القانوني الدولي لحماية الملكية الصناعية،سنة 2005،ص 7.

³-زينة غانم عبد الجبار الصفار،مرجع سابق،ص 183-184.

خلاصة المبحث الثاني:

إن تنظيم الحماية القانونية للعلامة التجارية والقضاء على المنافسة غير المشروعة المتمثلة لأعمال التعدي لم تتوقف عند الحدود الإقليمية للدولة بمعنى أنها لم تبقى حكرا على القوانين الوطنية ، و نظرا للتوسع الكبير في انتقال السلع و الخدمات عبر الحدود فقد أصبحت القوانين الوطنية ذات أثر غير فعال لحماية العلامات التجارية عند انتقالها بين الدول التي سجلت فيها كل هذا أدى الى ضرورة البحث عن وسيلة تكفل حماية دولية للعلامات التجارية وذلك من خلال ما رأيناه سابقا من خلال الاتفاقيات الدولية.¹

¹ نفس المرجع ، ص 179 .

خلاصة الفصل الأول:

يتضح مما سبق أن المنافسة غير المشروعة هي قيام المنافس بممارسات غير نزيهة مخالفة للقانون و لمبادئ الشرف و الأمانة و النزاهة التي تقوم عليها الحياة التجارية والتي من شأنها إلحاق ضرر لمنافس آخر بسبب تحويل عملائه و إستقطابهم.¹

وبالتالي يمكن القول أنه يعد من قبيل المنافسة غير المشروعة في مجال العلامات من شأنها إحداث خلط مع غيرها باعتبار أن هذه الأخيرة وسيلة لتمييز المنتجات وكذا الادعاءات التي من شأنها نزع الثقة في علامة منافسة وكذا استعمال علامة مضللة²، وهذا ما جعل التشريعات الوطنية والدولية اتخاذ حماية فعالة للعلامة التجارية ضد المنافسة غير المشروعة وذلك عن طريق بما يسمى دعوى المنافسة غير المشروعة التي سنتطرق إليها في الفصل الثاني.

¹-نعيمة علواش،مرجع سابق،ص36.

²-راشدي سعيدة،مرجع سابق، ص119.

الفصل الثاني

دعوى المنافسة غير المشروعة كآلية

لحماية العلامة التجارية

تتميز دعوى المنافسة غير المشروعة، بأنها دعوى ذات طابع مدني فالدعوى المدنية تختلف شروطها عن الدعوى الجزائية، لأن دعوى المنافسة غير المشروعة توفر الحماية القانونية لجميع المراكز القانونية سواء ارتفعت على مستوى الحق الكامل بجميع عناصره أم لا.

فبإمكان مالك الحق في العلامة رفع الدعوى على من اعتدى على حقه متى توافرت أركان الدعوى، وفق الإجراءات القانونية المتبعة في القوانين الخاصة بحقوق الملكية الصناعية لذا تعد دعوى المنافسة غير المشروعة السبيل الوحيد أمام مالك الحق .

فضلا عما تقدم، فإن دعوى المنافسة غير المشروعة لها (وظيفة وقائية)، إلى جانب دورها في التعويض عن الضرر، إذ يرى البعض أنه لا محل للخلط بين دعوى المسؤولية المدنية و دعوى المنافسة غير المشروعة، لأن دعوى المسؤولية المدنية تهدف إلى التعويض عن الضرر فقط ، أما دعوى المنافسة غير المشروعة فلها نطاق أوسع ، فتمتد لتشمل التعويض عن الضرر، فضلا عن حماية حقوق العلامة التجارية من أفعال المنافسة غير المشروعة بالنسبة للمستقبل، فيمكن أن ترفع الدعوى وإن لم يكن هناك ضرر متحقق أصاب التاجر إلا أنه يوجد احتمال لوقوعه بالمستقبل فضلا فإنه بإمكان محكمة الموضوع أن تحكم بإتخاذ الإجراءات الكفيلة لمنع الإستمرار بهذه الأعمال غير المشروعة¹.

وعلى ضوء ما تقدم سوف نقسم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث ، فالمبحث الأول نتناول الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة و المبحث الثاني خصص لتناول أركان أو شروط المنافسة غير المشروعة والمبحث الثالث والأخير فسنتناول

¹ زينة غانم عبد الجبار الصفار، مرجع سابق، ص 121- 122

فيه موضوع حق المطالبة بالتعويض عن الضرر و الإجراءات التحفظية التي تتخذها المحكمة.

المبحث الأول:

أساس دعوى المنافسة غير المشروعة

رغم أهمية موضوع المنافسة غير المشروعة إلا أن غالبية التشريعات لم تنظم هذه الدعوى بنصوص صريحة محددة، ولكن تركت أمرها لاجتهاد القضاء و التدخل في كل مرة يراها ضرورية¹.

فقد ثار خلاف بين الفقهاء في الأساس أو الضابط الذي على أساس يتعين القول أننا أمام منافسة غير مشروعة ، فأسندوا الدعوى بداية على أساس نظرية التعسف في استعمال الحق و فريق آخر من الفقهاء أسندوها إلى قواعد خاصة بها فهي دعوى من نوع خاص ، بينما ذهب فريق آخر من الفقه إلى إسنادها إلى القواعد العامة للمسؤولية التقصيرية وهو الرأي الراجح².

المطلب الأول:

التعسف في استعمال الحق

متفق عليه أن لكل شخص الحق في مباشرة نشاط ما سواء كان تجاريا أو صناعيا أو فنيا ، و مادام أنه قد انضم إلى هذا المجال فمن الطبيعي أنه سيدخل في معترك المنافسة ، و تبعا لهذا فان هذا الحق قابل لأن ينشأ عنه ضرر ما من جراء هاته المنافسة بغض النظر عن الوسائل المستخدمة سواء كانت مشروعة أو غير

¹ - صالحة العمري ،مرجع سابق ، ص167.

² - الهام زعموم ،مرجع سابق ،ص 47.

مشروعة ، و هكذا فقد وجد بعض الفقهاء في نظرية التعسف في استعمال الحق تطبيقاً للمنافسة غير المشروعة بحيث لا نكون أمام منافسة غير مشروعة إلا إذا كان هناك تعسفاً في استعمال الحق من قبل المدعي عليه ويؤكد هذه الفكرة الفقيه جوزران بقوله: [بجانب الأعمال التي لا تستند على حق مثل أعمال التقليد يجب أن ندرك و نميز الأعمال التي تمت بوجه تعسفي في استعمال الحق في حرية منافسة تلك الأعمال التي جاءت عن الطريق العادي و سلكت طريقاً غير عادي من خلال فكرة الغش و الروح غير المشروعة و هذه الأعمال كونت المنافسة غير المشروعة]¹.

لكن نظرية التعسف في استعمال الحق لقيت انتقادات شديدة من طرف الفقيهين روبر و بلانيول وهذه الانتقادات تتمثل في مايلي:

-لا يمكن تطبيق المعايير العادية لنظرية التعسف في استعمال الحق على المنافسة غير المشروعة، لأن هدف المنافس مشروع وهو أن يؤمن بها مصلحته الخاصة، وقد يستخدم في ذلك وسائل غير مشروعة ولو لم يتعسف في استعمال حقه في حرية المنافسة

-إضافة إلى أن المنافسة غير المشروعة تبنى على نية سيئة، بحيث يقصد الإضرار بالغير، في حين إساءة استعمال الحق لا تتوفر فيها عنصر النية أو القصد.

-التمييز بين المنافسة المشروعة والمنافسة المباحة أمر غير مقبول لأن كلاهما واحد.

-يمكن قبول الضرر الناتج عن المنافسة العادية مع أنه قد ينتج عن تعسف استعمال الحق²

¹- نفس المرجع ،ص 41.
²-صالحه العمري، مرجع سابق، ص 267.

المطلب الثاني:

دعوى المسؤولية التقصيرية

يتفق غالبية الفقه والقضاء على أن أساس دعوى المنافسة غير المشروعة ما هو إلا تطبيق لفكرة الخطأ المرتكب من المدعي عليه ، فقيامه بتصرفات غير سلمية و مخالفة للقيم و الأخلاق التجارية وخروجه المألوف عن العادات و الشرف هو الذي يؤدي إلى مساءلته عن تلك التصرفات.¹

و يتفق هذا مع تفسير المادة 124 من القانون المدني الجزائري و التي تنص على " أن كل خطأ يرتكبه المرء و سبب ضررا للغير يلزم مرتكبه بالتعويض"² فحق وحرية في مزاوله التجارة ، تقف عند حد ارتكابه للخطأ – يعني الوسيلة غير المشروعة التي اعتمدها – مصيبا غيره بإضرار ، إذن وجب عليه آنذاك التعويض حسب القواعد العامة فلا يمكن أبدا أن تكون أمام دعوى منافسة غير المشروعة إذا لم يكن فيها عنصر الخطأ أو على الأقل عنصر الإهمال أو عدم الحيطة وهو ما قد يسبب ضرر للمدعي ، فبديهي أن فكرة الخطأ و إلزامية حدوثه قد استوجبها نص المادة 124 سالفه الذكر ، و أكد عليها القضاء في العديد من أحكامه بحيث ترى محكمة النقض الفرنسية بأنه "دعوى المنافسة غير المشروعة أو غير الشريفة لا تستطيع أن تؤسس إلا من خلال النصوص التشريعية للمواد 1382 من القانون المدني الفرنسي و ما بعدها والذي يستلزم خاصة وجود خطأ باشره المدعي عليه"³.

ومن خلال هذا يتبين أن المشرع الفرنسي يستلزم وجود الخطأ الى جانب الضرر لترتيب المسؤولية وذلك في نص المادة 1382 من القانون المدني الفرنسي و التي جاء فيها أن "كل عمل أيا كان يوقع ضررا بالغير ، يلزم من وقع بخطئه هذا

¹-الهام زعموم ،مرجع سابق ،ص 42

²-القانون المدني الجزائري،قانون رقم 07-05المؤرخ في 13ماي سنة 2007،دار بلقيس لنشر ،الجزائر ،ص 26

³-الهام زعموم ،مرجع سابق ،ص 43

الضرر أن يقوم بالتعويض"، كما تنص المادة 1383 من نفس القانون على أن "كل امرئ يعد مسؤولاً عما سببه من ضرر بفعله أو إهمال أو عدم تبصره¹.

و كذلك الحال بالنسبة للقوانين الأخرى ، فلم ينظم القانون المصري قواعد تتعلق بدعوى المنافسة غير المشروعة ، و بالتالي يتم اللجوء إلى تطبيق القواعد العامة في المسؤولية عن الفعل الضار في المادة 163 من القانون المدني المصري التي تنص على أنه "كل خطأ سبب ضرراً للغير يلزم من ارتكبه بالتعويض".

كما يخلو قانون التجارة الأردني من تنظيم خاص للمنافسة غير المشروعة ، فتعد هذه الأفعال من قبيل الأعمال الضارة التي تلزم الفاعل التعويض استناداً إلى نص المادة 256 من القانون المدني التي تنظم أحكام المسؤولية التقصيرية ، و التي جاء فيها "كل إضرار بالغير يلزم فاعله و لو غير مميز بضمان الضرر".

يلاحظ على هذا النص أنه يختلف بعض الشيء عن النصوص الواردة في القانون المدني المصري إذ استخدم المشرع الأردني عبارة (كل إضرار) دون إسناد الضرر إلى خطأ يقود إلى ترتب المسؤولية بمجرد حدوث الضرر ، سواء أكان الفعل مشروعاً أم غير مشروع ، و قد تعرض هذا النص للانتقاد من قبل رأي فقهي مفاده ، إن معظم التشريعات تشترط الخطأ إلى جانب الضرر ، لتحقق المسؤولية التقصيرية ، و بالرغم من الانتقاد الموجه للنص السابق على اعتبار أنه معيب و يحتاج إلى إعادة في الصياغة ، إلا أن المشرع الأردني لم يقصر إقامة المسؤولية عن الضرر دون تمييز بين ضرر سببه فعل مشروع لا مسؤولية عليه².

¹code civil 108edition dalloz edition2009 page1548-1549

²-زينة غانم عبد الجبار الصفار، مرجع سابق، ص 124-125.

المطلب الثالث:

دعوى مسؤولية من نوع خاص

استندت هذه النظرية إلى أن دعوى المنافسة غير المشروعة تحمي حق ملكية الزبائن الذي يعتبر حق معنوي، فالعملاء هم هدف المنافسة، وعليه فالحماية إذن تنصب على حق ملكية المحل التجاري أو بتعبير أدق على الحق في المحافظة على العملاء ، وذلك لأن الزبائن مال قابل للتملك حسب هذه النظرية مثل باقي العناصر المادية يشبهها بدعوى الحيازة أو دعوى الاستحقاق فهي عينية الى حد ما ولا تستلزم أي خطأ أو ضرر فهدفها وقائي¹.

كما قد ترد دعوى المنافسة غير المشروعة دون أن يكون هناك اعتداء حال على عنصر العملاء، مثلا التحريض على ترك العمل لدى المستخدم، فهذا يعد عملا من أعمال المنافسة غير المشروعة.

لهذا يرى الأستاذ ريبير أن القضاء عند تأسيسه الدعوى على أحكام المسؤولية المدنية كان مضطرا لذلك لعدم وجود نص آخر يكون أكثر ملائمة لطبيعة الدعوى، غير أنه بعد أن تطورت فكرة المحل التجاري و توضحت عناصره أصبحت هذه الدعوى وسيلة لدفاع عن المحل ككل أي حق الملكية المعنوية كما يؤكد هذه الفكرة الأستاذ أكثم الخولي [إن دعوى المنافسة غير المشروعة هي في طبيعتها دعوى مسؤولية من نوع خاص حيث يتجه الرأي الحديث إلى إقرار هذا المبدأ الذي جرى عليه القضاء وهو تأسيس دعوى على مبادئ المسؤولية ولكن مع تحفظ مقتضاه أن هذه الدعوى بحكم طبيعتها تمثل نوعا خاصا من دعاوى المسؤولية ذلك أن إثبات الضرر يكاد لا يعد شرطا ضروريا لقيام مسؤولية المنافس ، ثم أن هناك اختلافا في الأساس من جهة و هذه الدعوى من جهة أخرى ، فنظرية المسؤولية المدنية تقوم

¹-صالحة العمري، مرجع سابق، ص 268.

كلها على منع إلحاق ضرر بالغير ، و لما كانت أعمال المنافسة في الأصل مشروعة رغم طابعها الضار بالغير ، فان الإسراف في استعمال هذه الحرية هو وحده الذي يجرمه القانون و تنشأ عنه مسؤولية المنافس] كما يقول "أن هذا التكيف له ميزة البساطة و المرونة لأنه يمكن المحاكم في مواجهة كافة الصور العملية مواجهة سليمة و كافية رغم شدة اختلاف هذه الصور فيما بينها". كما يرى أن هذا هو موقف غالبية الفقهاء، لكن تعرض هذا الرأي لمجموعة من الانتقادات منها :

- أن تتعارض أفكار هذا المذهب وطبيعة الأشياء، حيث يجعل الزبائن مال يتنازع عليه ويتم امتلاكه، في حين لا يستطيع إجبارهم على ديمومة التعامل مع منافس واحد دون الآخرين، لأن هذا الأمر راجع إلى القناعة الذاتية لكل شخص

- كما أن هدف دعوى المنافسة غير المشروعة التصدي لبعض الأساليب غير المقبولة في السوق و ليس لحماية حق الملكية.

والمسؤولية الناجمة عن أعمال المنافسة غير المشروعة قد تترتب خارج نطاق الاستيلاء على الزبائن ، فيمكن أن تكون لسبب آخر مستقل عنه.

و الجدير بالذكر أن هذه النظرية تتعارض والهدف من حرية التجارة ، المتمثل في جذب العملاء و استقطابهم من طرف المنافس على المنافسين الآخرين دون ترتيب أية مسؤولية على ذلك ، فتدني حجم الزبائن قد يعود إلى أسباب عديدة ، كما أنه لا يحول صاحبه الحق في إقامة أي دعوى لملاحقة منافسيه ، فالزبون حر في اختيار مصدر حاجاته¹ فبعد استقراء هذه الأسس الثلاث يرى غالبية الفقه أن المسؤولية التقصيرية هي الأساس الأقرب لدعوى المنافسة غير المشروعة.

¹ -صالحه العامري، مرجع سابق ، ص 268.

خلاصة المبحث الأول

دعوى المنافسة غير المشروعة تقوم على أساس النظرة القانونية القائلة بأن كل إضرار بالغير يلزم من كان سبب في حدوثه بالتعويض، ذلك أن قواعد القانون تنهى عن الإضرار بالآخرين.

إذ ثمة التزام تفرضه القواعد القانونية على الكافة، مقتضى ذلك الالتزام عدم الإضرار بالغير، فعلى الأشخاص القانونيين واجب العناية اللازمة و التبصر عند ممارسة أعمالهم¹. و عليه فدعوى المنافسة غير المشروعة نجد في أساسها تستند إلى أحكام المسؤولية التقصيرية كما هو مقرر في القواعد العامة².

المبحث الثاني:

شروط دعوى المنافسة غير المشروعة

يتعين لتقرير الحماية استنادا إلى دعوى المنافسة غير المشروعة ضرورة توافر شروط معينة³، و إذا كانت هذه الشروط تستند باعتبارها إلى قواعد المسؤولية التقصيرية، فيجب لتوافرها نفس الشروط المسؤولية التقصيرية⁴ والتي تتمثل في الخطأ والضرر والعلاقة السببية.

وقبل ذلك يجب أولا توافر حالة منافسة بين أطراف النزاع⁵ إذ يجمع الفقه والاجتهاد على أن الشرط الأول و البديهي لإقامة دعوى المنافسة غير المشروعة

¹-راشدي سعيدة، مرجع سابق، ص121.

²-نعيمة علواش، مرجع سابق، ص44.

³-بوقمجة نجية، المنافسة غير المشروعة في ميدان الملكية الفكرية، جامعة الجزائر، السنة 2013-2014، ص215.

⁴-الهام زعموم، مرجع سابق، ص47.

⁵-راشدي سعيدة، مرجع سابق، ص122.

هو قيام حالة منافسة بين أطراف النزاع ، ويفترض ذلك أن يمارسون المتنافسون نشاطا مهنيا مماثلا سواء لجهة البضاعة أو لجهة الخدمات المعروضة على فئة واحدة من الزبائن، أما إذا انتفت أية علاقة منافسة بين المتنافسين أو إذا كان الفعل المشكو منه ليس من شأنه استقطاب الزبائن فلا مجال مبدئيا للحديث عن دعوى المنافسة غير المنافسة غير المشروعة¹.

المطلب الأول:

الخطأ أو فعل التعدي

لم تعرف القوانين الخطأ عند تنظيمها للمسؤولية عن العمل غير المشروع² كما لم يعرف المشرع الجزائري تعريفا للخطأ وقد أسند هذه المهمة للفقهاء والقضاء فبالرغم من أن المادة 124 من القانون المدني الجزائري تعتبر كأساس للمسؤولية التقصيرية إلا أنها تشير للخطأ فالتقنين المدني ، وان كان لا يعرف الخطأ إلا أنه لا يستبعده كشرط و ينشر لنا ذلك من خلال المواد 127 و 132 من التقنين المدني الجزائري³.

والخطأ كما استقر الفقه والقضاء على تعريفه "هو إخلال بواجب قانوني مقترن بادراك المخل إياه".

و يستفاد من هذا التعريف أن للخطأ عنصرين أولهما موضوعي ويتمثل في إخلال المخطئ مدركا أنه بفعله قد أخل بالواجب القانوني⁴ والثاني شخصي يتمثل في توافر التمييز لدى المخل بهذا التمييز. على أن للخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة معنى خاص يختلف عن معناه في دعوى المسؤولية عن العمل غير المشروع .

¹-نعيمة علواش ،مرجع سابق ،ص 45.

²-صلاح زين الدين، الملكية الصناعية و التجارية، دار الثقافة لنشر والتوزيع 2010، ص 386.

³-بوقمبجة نجية ،مرجع سابق،ص 216.

⁴-نعيمة علواش ،مرجع سابق ،ص 45.

فالتعرف على معنى الخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة يتطلب أن تكون هناك منافسة بين شخصين و أن يرتكب احدهما خطأ في هذه المنافسة، ويتحقق الخطأ في عمل المنافس سواء حدث ذلك عن عمد أو عن مجرد إهمال و عدم تبصر، أي سواء توافر لدى المنافس قصد الإضرار بالغير و سوء النية، أو كان الخطأ غير عمدي مبعثه الإهمال بحقيقة المنافس.

والمعيار الذي استقر عليه الرأي فقها وقضاء في تحديد معنى الخطأ هو القيام بأفعال لا تتفق وقواعد الأمن والشرف والنزاهة في التجارة¹.

وعليه، يقتضي لتوفر عنصر الخطأ، أن تكون هناك منافسة، وأن تكون هذه المنافسة غير المشروعة، والواقع أنه لا يوجد معيار محدد لاعتبار المنافسة غير المشروعة تكون عادة باستخدام وسائل منافية للعادات والتقاليد و الآداب المتبعة في مهنة التجارة، فالعمل الذي يقوم به التاجر أو الصانع الذي يتنافى مع مبادئ الاستقامة و تقاليد الأمانة المفروضة في التجارة وفي العلاقات التجارية يمكن اعتباره من أعمال المنافسة غير المشروعة².

ولا يخفى أن مسألة اعتبار المنافسة فيما إذا كانت مشروعة أو غير ذلك، أمر متروك للقاضي، و يمكن إثبات الأعمال غير المشروعة بجميع وسائل الإثبات بما فيها شهادة الشهود والقرائن³.

المطلب الثاني:

الضرر

لا مجال لإقامة دعوى المنافسة غير المشروعة ما لم ينجم عن فعل التعدي على العلامة ضرر يصيب التاجر المنافس الذي وقع الاعتداء على علامته التجارية إذ أن إقامة دعوى المنافسة غير المشروعة بدون تحقق الضرر يؤدي إلى عدم قبولها إذ

¹-راشدي سعيدة، مرجع سابق، ص 122

²-صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص 387.

³-راشدي سعيدة، مرجع سابق، ص 122.

لا دعوى بلا مصلحة كما أشارت إلى ذلك المادة 3 من القانون أصول المحاكمات المدنية الأردني¹.

فيشترط في دعوى المنافسة غير المشروعة أن يثبت المدعي الضرر الذي لحقه و الرأي مستقر على أن شرط الضرر أمر لازم لأن أساس الدعوى هو قواعد المسؤولية التقصيرية². و ينقسم الضرر إلى ضرر مادي قد يصيب التاجر في أمواله وينقسم إلى معنوي يتمثل في السمعة والشهرة التجارية³.

فالضرر المادي هو ذلك الضرر الذي يصيب المضرور في ماله أي هو الضرر أو التلف الذي يصيب الأشياء والأموال المتعلقة بالمضرور وهذا الضرر المتعلق بالأشياء قد يؤدي إلى انعدام الفائدة و القيمة الاقتصادية التي تمثلها هذه الأشياء وإما مجرد إنقاص هذه القيمة و يشترط في الضرر المادي أن يكون ناشئا عن مصلحة مشروعة كتملك علامة تجارية أو حتى استعمالها لفترة من الزمن .

كما يمكن أن يكون الضرر معنويا لا يمس مصلحة مالية مباشرة للمتضرر وإنما يصيبه في معنوياته كالاعتداء على السمعة و خدش الشرف والحط من الكرامة⁴.

و يقع عبئ إثبات الضرر على المدعي ،سواء أكان ضرا ماديا أم أدبيا،صغيرا أو كبيرا ،حالا أو مستقبلا .إلا أنه قد يعترى القضاء بعض الصعوبات في تحديد مقدار التعويض ،إذ أن الضرر الذي ينتج عن أفعال المنافسة غير المشروعة،متمثلا بالتقليد أو الاغتصاب ،إنما يؤثر بصورة مباشرة أو غير مباشرة على عنصر الاتصال بالمستهلك ، إذ لا يمكن تقدير وبشكل دقيق عدد المستهلكين الذين انصرفوا عن التعامل مع التاجر ،و هذا حتما سيؤدي إلى التأثير على مبيعات التاجر إذ تقتضي مصلحة التاجر تقرير بعض الاستثناءات و الخروج عن قواعد

¹-عبد الله الخشروم ،مرجع سابق ، ص 182.

²-محمد حسنين، مرجع سابق ، ص267، ص268.

³-سمير جميل الفتلاوي ،الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية ،ديوان المطبوعات الجامعية ،ص 435.

⁴-عبد الله الخشروم ،مرجع سابق ،ص 182-183-184.

المسؤولية عن العمل غير المشروع التي تتطلب أن يكون الضرر قد وقع فعلا ، و هذا يعني أنه بالإمكان رفع الدعوى، و إن لم يكن الضرر متحققا، بل يتوقع حدوثه في المستقبل، فتمتد صلاحية القاضي للحد من تماذي أفعال المنافسة غير المشروعة التي تحدث مستقبلا ، و في سبيل إجبار المنافس على الكف عن تلك الأعمال دون تكليف المدعي بإثبات الضرر.

و يؤكد هذا المسلك لجوء القضاء الفرنسي إلى فكرة الضرر المحتمل و هذا ما نجده بوضوح في قرار لمحكمة التمييز الفرنسية، تتلخص وقائع الدعوى بأن شخصا يملك معملا للألبان ، و أنه صاحب حق امتياز طبقا للعقد الموثق في هذا الشأن ، لصناعة الزبدة ، و حيث يستخدم الاسم التجاري (I.lescure)، وأنه استمر في استعمال الاسم من أجل تمييز وبيع منتجاته في الجزائر ، وبعد ذلك تم إنشاء معمل آخر قريب منه يقوم بإنتاج نفس السلعة و يعرض البضاعة بنفس شكل المعمل الأول من حيث (التغليف و المسافات المراعاة فيه) كما أن أصحاب المعمل الثاني، يعتمدون إلى اقتناص المستهلكين ، و هذا ساعد على إحداث نوع من الالتباس بين منتجات كلا المصنعين ، إذ تمت الاستفادة من المزايا الائتمانية و السمعة المكتسبة لمنتجات المعمل الأول، و لهذه الأسباب أقام مالك المعمل الأول دعوى ضد المعمل الثاني ، فتمت إدانة المعمل (المدعي عليه) من قبل القاضي ولعدم قناعة المدعي عليه بالحكم ، فقد طعن به مستندا إلى أن حكم الإدانة لم يذكر أن المدعي ، قد قدم ما يثبت إلحاقه ضرر فعلي ، إلا أن محكمة النقض الفرنسية رفضت الطعن و صادقت على قرار محكمة الموضوع ، لأن من الطبيعي أن التصرفات التي قام بها المدعي عليه قد أفقدت المدعي عددا من المستهلكين ، فلا يشترط أن يكون هناك ضرر فعلي، بل إن مجرد ذكر مقدار التعويض في الدعوى ، يكفي لإثبات بأن هناك ضرر يجب أن يجبر.

الملاحظ على موقف القضاء الفرنسي، أنه ابتعد بلا شك عن التطبيق المجرد لنص المادة 1382 من القانون المدني الفرنسي، التي تنص (أن كل عمل أيا كان

يوقع بخطئه هذا الضرر أن يقوم بالتعويض)، ليعلم في نفس الوقت عن الاستقلال الحاصل في دعوى المنافسة غير المشروعة، و بعبارة أخرى نجد أن القضاء قد استبعد الإطار الاعتيادي لدعوى المسؤولية المدنية مستندا إلى فكرة الضرر الاحتمالي ، وإمكانية حصول الالتباس أو الخلط ، و هو اتجاه سليم ، لأنه يؤكد إمكانية حصول التباين أو الخلط إذ لا يشترط وقوع اختلاط فعلا ، بل أخذ أيضا بفكرة الضرر الاحتمالي ، و بهدف حماية العلامة من المنافسة غير المشروعة ، فقد أصدرت محكمة العدل التابعة للمجموعة الأوربية قرارا يقضي بالسماح لأصحاب العلامة التجارية بالاعتراض على استيراد منتجات لأنها سوف تؤدي إلى حدوث الالتباس بين العلامتين (تيرابان) و (تيرانوفا) المسجلتين في دول أعضاء مختلفة لوجود تشابه في كتابة وشكل كلا من العلامتين، فضلا عن احتمال حصول ضرر نتيجة ذلك التشابه.

و عليه يكون الهدف من دعوى المنافسة غير المشروعة ،التعويض عن الضرر، سواء كان ضررا محققا، وهو الضرر الذي وقع بالفعل، و كذلك الضرر المستقبل،و هو ضرر لم يقع بعد ،لكنه سوف يقع حتما و وقوعه حتما في فترة لاحقة في المستقبل ، أي أنه ضرر محقق مضاف إلى المستقبل ،كما يكفي مجرد احتمال وقوع الضرر، أي أن الضرر لم يقع بعد، و ليس هناك ما يقطع في وقوعه بالمستقبل، فهو محتمل الوقوع ، قد يقع وقد لا يقع¹.

المطلب الثالث:

الرابطة السببية بين الخطأ والضرر

يشترط حسب القواعد العامة أن تقوم هناك رابطة سببية بين الخطأ و الضرر حتى تتمكن من مسائلة المتسبب بهذا الفعل و نطالبه بالتالي بالتعويض² لقيام

¹-زينة غانم عبد الجبار الصفار، مرجع سابق، ص 140-141-142-143.
²-الهام زعموم، مرجع سابق، ص 62.

المسؤولية عن العمل غير المشروع . كذلك الأمر بالنسبة لدعوى المنافسة غير المشروعة¹.

لا بد من وجود رابطة سببية بين أفعال المنافسة غير المشروعة والأضرار التي لحقت بالتاجر المنافسة².

ولذلك من الصعوبة إثبات العلاقة بين الخطأ والضرر الذي أصاب صاحب شهادة التسجيل، كإحداث فوضى في السوق أو فقدان العملاء أو تشويه السمعة، و إذا تمكن من إثبات هذه الرابطة يكون له حق إقامة دعوى المنافسة غير المشروعة³.

ويقصد بالرابطة السببية أن الضرر الحاصل كان نتيجة للخطأ، وقد يحدث في بعض الأحيان أن الخطأ والضرر، إلا أنه مع ذلك لا يكون الضرر ناتجا عن الخطأ، بل إلى سبب آخر كفعل الذي لا يسأل عنه التاجر المنافس، أو أن الضرر كان نتيجة لبس أجنبي أو خطأ المتضرر، ولن يعد هناك مجال لتعويض، كما لو ثبت للقضاء أن الخسائر الناجمة لم تكن بسبب المنافسة التجارية، بل نتيجة كساد السوق عام في السوق أو خطأ المدعي نفسه .

وبالرغم مما تقدم فإن إثبات توفر العلاقة السببية بين الخطأ والضرر، لم يكن أمرا سهلا، صحيح أنه بالإمكان إثبات وجود هذه العلاقة عندما يتحقق الضرر فعلا، إلا أن الحال يختلف في حالة الضرر المحتمل، لأنه يعطي خاصية بدعوى المنافسة غير المشروعة لا تتمتع بها دعوى المسؤولية التقصيرية، لأن الدعوى الأخيرة يشترط فيها إثبات العلاقة السببية بين الخطأ والضرر الذي يكون محقق الوقوع، وليس احتماليا وهذا ما يميز هذه الدعوى عن دعوى المسؤولية التقصيرية

¹ -نعيمة علواش، مرجع سابق، ص 46.

² -زينة غانم عبد الجبار الصفار، مرجع سابق، ص 144.

³ -جميل سمير الفتلاوي، مرجع سابق، ص 346.

فعلى التاجر المتضرر أن يقيم الدليل على ارتكاب فعل المنافسة ثم على الضرر الذي لحق به و عليه أيضا أن يثبت أن هذا الضرر كان نتيجة مباشرة للفعل المرتكب ،و يكون ذلك بكافة طرق الإثبات ،بما فيها القرائن القضائية¹.

وعليه يمكن القول بأن رابطة السببية تقتضي في الأساس أن يكون هناك تشابه أو تماثل بين نشاط كل من مرتكب الفعل غير المشروع و الشخص المتضرر منه، أي يستلزم أن يباشر كل من الدعي و المدعي عليه نفس النشاط المنافس ،ويقدم للزبائن منتجات أو خدمات ذات نماذج متماثلة أو علامات متشابهة ،ولذلك فان الاستغلال المماثل أو على الأقل المشابه هو الذي يؤدي إلى أن تجد دعوى المنافسة غير المشروعة طريقها إلى الوجود.

و في هذا الشأن نستعرض قرارا لمحكمة استئناف نينوى بصفتها التمييزية ،بخصوص رد دعوى المدعي (المتضرر) لعدم وجود تشابه بين النشاطين و من ثم انتفاء الرابطة السببية ،وتتلخص وقائع القضية ،بأن المتضرر قد قام بتسجيل الاسم التجاري للشركة العائدة له بموجب عقد تأسيس الشركة المثبت لدى مسجل الشركات باسم (شركة أربيل لإنتاج الكاشي المحدودة) و قام المدعي عليه بإنشاء مكتب يحمل الاسم (مكتب كاشي اربيل) لبيع الكاشي و الموزائيك الملمع و البولستر و المرمر العراقي الصلد، و رغم قيام المدعي بإنذار المدعي عليه عن طريق الكاتب العدل و لامتناعه من إزالة هذه المخالفة ،أقام دعوى المطالبة بالتعويض قدره خمسة ملايين دينار ،إضافة إلى منع المدعي عليه من استخدام الاسم التجاري ،وقد أصدرت محكمة بداءة الموصل في 1996/04/06 قرارا يقضي برد دعوى المدعي ،و تحميله مصاريف الدعوى، لعدم وجود تطابق بين الاسم التجاري و المستخدم من قبل المدعي عليه و الاسم التجاري المتخذ من قبل المدعي ، و لعدم قناعة المدعي ، بادر الى استئناف القرار طالبا فسخه وفقا لإحكام المادة (24) من قانون التجارة النافذ ، نتيجة الأضرار التي لحقت به لاختلاف نوعية و جودة الإنتاج ،لأن المدعي

¹ -زينة غانم عبد الجبار الصفار، مرجع سابق، ص144-145.

عليه يستخدم مواده المباعة من جهات حرفية متعددة وغير مسجلة لدى جهاز المركزي للتقييس و السيطرة النوعية ، كما أن المدعي يتمتع بخبرة واسعة و سمعة طيبة في مجال عمله إلا أن المحكمة صادقت على القرار ، و قررت رد الطعن لعدم وجود تشابه أو تطبيق بين الاسمين ، و لا في نشاط ذاته ، حيث أن الشركة المستأنفة لإنتاج الكاشي ، بينما المكتب المستأنف عليه هو لبيع الكاشي.

نعتقد أن موقف القضاء في هذه الدعوى يعتريه نوع من الخطأ، إذ أنه يوجد تشابه بين نشاط كلا المحلين ، إلا و هو التجارة بالكاشي ، فضلا عن أن المستهلك العادي ، لم يتمكن بالتأكد من اكتشاف الفرق بين (شركة اربيل لإنتاج الكاشي المحدودة) و بين (مكتب كاشي اربيل) و هذا أدى إلى إلحاق الإضرار البالغة بالشركة المدعية ، وصلت إلى ملايين الدنانير، حيث أقدمت الشركة في عدة صفقات على تزويد المستهلك بالكاشي ، إلا أن دفع ثمن هذا الكاشي قد تم للمكتب الذي لا تربطه أية صلة بالشركة الأصلية.

و مما تقدم يتضح لنا أن تقرير توافر الرابطة السببية يعود إلى محكمة الموضوع التي تستخلص وقوع الضرر من قيام وقائع من شأنها أن تلحق الضرر بالمدعي.

و في هذا الخصوص .قضت محكمة باريس، بعدم توفر الرابطة السببية و بالتالي انتفاء المنافسة غير المشروعة بين نشاط كل من الشركتين ، إذ قررت المحكمة رفض طلب شركة (ساندوز) السويسرية لصناعة الأدوية بمنع إحدى الشركات الفرنسية لبيع آلات الهواء من استعمال اسمها التجاري الذي يدخل في تكوينه كلمة (ساندوز) و هو اسم أحد الشركاء على اعتبار أن نشاط كل من الشركتين ليس مجالا للتنافس بينهما.¹

¹ - نفس المرجع ، ص 145-146-147.

خلاصة المبحث الثاني

يملك كل متضرر من الاعتداء على علامة تجارية إقامة دعوى المنافسة غير المشروعة وان تعدد المتضررين كان لكل منهم الدعوى مستقلا عن الآخرين يشترط إثبات الضرر في حقه كما أن دعوى المنافسة غير المشروعة يمكن إقامتها في مواجهة من قام بواقعة الاعتداء على علامة تجارية وكل من اشترك معه في فعل التعدي شريطة أن يثبت علمه بعدم شرعية العمل أو كان بإمكانه العلم¹.

المبحث الثالث:

أثار دعوى المنافسة غير المشروعة

بالرجوع للنصوص المقررة للمسؤولية التقصيرية والتي اعتمدت أساسا لدعوى المنافسة غير المشروعة نجد في محتواها أن تتفق على أن كل شخص بسبب ضررا للغير بخطئه يلتزم بتعويض هذا الضرر حسب نص المادة 124 مكرر من القانون المدني الجزائري التي تنص على مايلي "يشكل الاستعمال التعسفي للحق خطأ لاسيما في الحالات الآتية :

-إذا وقع بقصد الأضرار بالغير.

-إذا كان يرمي للحصول على فائدة قليلة بالنسبة إلى الضرر الناشئ للغير.

-إذا كان الغرض منه الحصول على فائدة غير مشروعة.²

¹-صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص 390.

²-القانون المدني الجزائري، مرجع سابق، ص 26.

إن الجزاء في دعوى المنافسة غير المشروعة قد يتخذ صوراً متعددة، فقد يحكم بالتعويض النقدي وهو الغالب كما قد يكون تعويضاً عينياً، كما قد تقضي المحكمة بنشر الحكم على نفقة المحكوم عليه¹.

فالمحكمة بطبيعة الحال هي التي تحدد شكل وطريقة التعويض، وأيضاً التدابير والإجراءات التحفظية.

ونستعرض لدراسة هاته الجزاءات أو أثر دعوى أو كآثار دعوى المنافسة غير المشروعة بشيء من التفصيل في هذا المبحث.

المطلب الأول:

حق المطالبة بالتعويض

يجوز لتاجر المتضرر من مستعمل التزوير أو التقليد أو المستهلك من رفع الدعوى المدنية على أساس المادة 124 من القانون المدني الجزائري و سواء كان الخطأ عمدياً أو غير عمدي و سواء كان الضرر مادياً أو أدبياً يكون التعويض ، وقد تحكم المحكمة بالتعويض العيني بإزالة أسباب الضرر كإتلاف العلامات غير القانونية و قد تقتضي بالنشر على نفقة المحكوم عليه كتعويض².

تنص المادة 256 من القانون المدني الأردني على أنه "كل إضرار بالغير يلزم فاعله و لو كان غير مميز بضمان لضرر". و بموجب هذه المادة فإنه يحق لكل من وقع عليه اعتداء المطالبة بالتعويض عن الضرر المادي و المعنوي الذي لحق به. وبالتالي يحق لكل من وقع عليه اعتداء في علامته التجارية أن يطالب بالتعويض استناداً للمادة السابقة الذكر³.

¹-الهام زعموم، مرجع سابق، ص 115.

²- فاضل ادريس، المدخل إلى الملكية الفكرية، ديوان المطبوعات الجامعية بالجزائر، ص 298.

³- عبد الله الخشروم، مرجع سابق، ص 170.

كما تنص المادة 227 من القانون المدني الكويتي "كل من أحدث بفعله الخاطئ ضررا بغيره يلتزم بتعويضه سواء أكان في إحداثه الضرر مباشرا أم متسببا".
ويلتزم المسؤول عن العمل غير المشروع بتعويض المضرور عن الخسارة التي لحقت به وما فاته من كسب ، طالما كان ذلك نتيجة طبيعة للعمل غير المشروع وهذا ما قررتة المادة 230 من القانون المدني الكويتي .

ويشمل التعويض الذي يلتزم به المتعدي الضرر المادي و الضرر الأدبي ، فقد نصت المادة 231 من القانون السابق الذكر على مايلي "يتناول التعويض عن العمل غير المشروع الضرر ولو كان أدبيا...."¹.

الفرع الأول: التعويض العيني أو ما يسمى بالأوامر و النواهي

لا بد من إيقاف الاستمرار المناقسة غير المشروعة إضافة للحكم بالتعويض المادي و المعنوي الكي لا يستمر الضرر².

يجوز للمحكمة عندما ترى أنه لا داعي من الحكم بالتعويض أن تحكم على المدعي عليه بتنفيذ أمر أو تنهائه عن الاستمرار فيه، كما قد تحكم المحكمة بهذا إضافة إلى حكمها عليه بالتعويض الضرر الذي سببه للمدعي

فالأوامر و النواهي يقصد منها إلزام المحكمة المدعي عليه بإيقاف الاستمرار المناقسة غير المشروعة ، وهذا بهدف تجنب أو تفادي وقوع ضرر محتمل لو استمر فيه المدعي عليه لألحق بالمدعي ضررا أكيدا³.

و للمحكمة سلطة في اتخاذ إجراءات معينة أو الأمر بسلوك ما معترف لها به في مختلف النصوص القانونية، لقد نصت المادة 132 من القانون المدني الجزائري

¹-كتب حمد العلوان ،جريدة الشاهد الأسبوعية ،2007-2014، العدد 490 بدون تصفح.

²-سمير جميل القتلاوي مرجع سابق ،ص 438.

³-الهام زعموم ، مرجع سابق ،ص 119.

على أنه "يعين القاضي طريقة التعويض تبعا لظروف، و يصح أن يكون التعويض مقسطا، كما يصح أن يكون إيرادا مرتبا، و يجوز في هاتين الحالتين إلزام المدين بأن يقدر تأمين و يقدر التعويض بالنقد، على أنه يجوز للقاضي، تبعا لظروف و بناءا على طلب المضرور أن يأمر بإعادة الحالة إلى ما كانت عليه أو أن يحكم و وذلك على سبيل التعويض، بأداء بعض الإعانات تتصل بالفعل غير المشروع"¹.

و هكذا فلا يمكن لمن كان مهيدا بتصرف غير مشروع أن ينتظر حدوث الضرر للمطالبة بوقفه أو التعويض عنه، و لكن يعود للمحكمة أن تأمر بوقف هاته الأعمال حتى لا يتحقق الضرر.

و حتى تأمر المحكمة بالتوقف عن تلك الأعمال المنافسة و غير المشروعة أو تلزم مرتكبها باتخاذ إجراءات أو احتياطات أخرى ينبغي أولا أن يكون الشخص الذي وقعت ضده هذه الأعمال قد رفع دعوى المنافسة غير المشروعة و يطالب فيها المحكمة بالتعويض أو بإلزام المدعي عليه بالتوقف عند حدوده لأنه أصبح يهدد بتصرفاته الغير أو ألحق بهم فعلا ضررا و من الأمثلة على ذلك :

في مجال حماية العلامات المميزة:

تلزم المحكمة المدعي عليه بعدم استعمال اسم معين أو علامة ظاهرة و بارزة أو بشكل معين للواجهة لأن كل هذه التصرفات يمكن أن تحدث خلطا لدى العامة بين منتجاته و منتجات أخرى مشابهة في الشكل و الصورة، و تتدخل إذن المحكمة بإلزام المدعي عليه بإحداث تغيير أو تعديلات تمنع الغير من وقوعه في هذا الخلط أو اللبس.

كما قد يمتد تدخل المحكمة – متى رأت في ذلك ضرورة – حتى يصل إلى حد إلزام المدعي عليه بمنع كل ماله صلة بالمنافسة غير المشروعة، و هذا من خلال

¹-القانون المدني الجزائري، مرجع سابق، ص27.

إتلاف المنتجات الأغلفة و الصور أو الإعلانات، بمعنى كل ما له صلة بتلك العلامة المنافسة، و لكن بطريقة غير مشروعة .

و يلاحظ أن بعض الفقهاء يعترض على فكرة إتلاف المنتجات التي تحمل العلامة المقلدة لأن هذا يتجاوز التعويض ليصبح عقوبة مفروضة على المدعي عليه و لا يعد تعويضا عما أصاب المدعي من جراء الاعتداء على علامته التجارية يستحسن لو بيعت هذه المنتجات و تحصل المدعي على تعويضه منها، بشرط أن تنزع عنها العلامة المميزة أي المقلدة، و هو ما يعرف بالمصادرة¹.

الفرع الثاني: التعويض النقدي

التعويض النقدي هو الشكل الأكثر شيوعا من أشكال التعويض فتقضي به المحكمة لكل من أصابه ضرر من جراء عمل من أعمال المنافسة غير المشروعة ،وبديهى أن الحق في التعويض ينشا من تاريخ من حدوث الفعل الضار ،غير أنه لا يقوم إلا بحكم قضائي يحدد مقداره وطريقة تأديته ،علما أن تقدير قيمة التعويض تكون على أساس الضرر الفعلي الذي أصاب المدعي وعبئ إثبات وقوع الضرر ومقداره يقع على عاتق المدعي ، بأن يقدم أدلته للمحكمة موضحا أنه بسبب هاته الأفعال غير المشروعة والمنافسة فاته الكثير من الكسب ، وهو ما ألحق به ضررا حقيقيا.

غير أن الإشكالية تثور في البحث عما يمكن أن يشملها التعويض، لأن ذلك يشكل صعوبة كبيرة للقاضي فما هي العناصر التي على المحكمة أن تأخذها بعين الاعتبار عند تقديرها للتعويض الواجب الحكم به.

و استقر الرأي فيما بعد على أن تشمل التعويض النقدي الذي تقضي به المحكمة

للمدعي مصاريف الدعاية والإعلان التي قام بها المدعي ولكنها لم تنتج أثارها نظرا للأفعال غير المشروعة التي تسبب بها المدعي عليه ،ومقابل التعدي على ما

¹-الهام زعموم مرجع سابق،ص 119-120.

يتمتع به المدعي من سمعة طيبة و حسنة لدى العامة ، و على نشاطه التجاري أيضا و على علامته المميزة ،و مقابل الضرر المعنوي الذي لحقه .

إضافة إلى كل ما يكون قد دفعه من مصاريف حتى يتأكد و يتحصل على أدلة تثبت قيام المدعي عليه بأفعال غير مشروعة.

و ما يجب التأكيد عليه و منعا لكل التباس هو أن التعويض النقدي لا يمكن أن يشمل إلا الضرر الواقع فعلا.

فلا يمكن الكلام هنا عن الضرر المستقبلي، غير أن هذا لا يختلط مع الضرر المحقق الوقوع في المستقبل و هو ما يمكن التعويض عنه.

و بالرغم من اجتهاد الفقهاء في وضع بعض العناصر التي على أساسها يمكن و يسهل على المحكمة تقدير التعويض .

إلا أنه رغم ذلك فلا تزال المحكمة تجد نفسها في وضعية حرجة عند محاولتها تقدير التعويض ،فالضرر موجود بكل تأكيد و لكن ما هو مقداره لتحدد على أساسه قيمة التعويض ،و لذا نجدها في حالات كثيرة قد تلجأ للخبير لدراسة القضية و له في ذلك أن يفحص الدفاتر التجارية و كل المستندات التي يراها ضرورية ليجمع المعلومات التي تساعده في تكوين فكرة عن مقدار الضرر ،و بالتالي تقديره للضرر ثم يضع تقريره بيد المحكمة لتحكم بما تراه مناسبا حسب قناعتها وبديهي أنه إذا تعدد المسؤولون عن العمل الضار كانوا مسؤولون بالتضامن عن تعويض الضرر و تكون مسؤوليتهم بالتساوي إلا إذا عين للقاضي نصيب كل منهم¹.

وهو ما تؤكد المادة 126 من القانون المدني الجزائري التي تنص على أنه "إذا تعدد المسؤولون عن فعل ضار كانوا متضامنين في التزامهم بتعويض الضرر ، و

¹-الهام زعموم،مرجع سابق،ص 116-117.

تكون المسؤولية فيما بينهم بالتساوي إلا إذا عين القاضي نصيب كل منهم في الالتزام بالتعويض " 1.

وقد نفهم من هاته الصلاحية التي منحها المشرع للقاضي في تقدير نسبة التعويض لكل واحد من هؤلاء هو مدى جسامه الأفعال المرتكبة من قبل أي

منهم، فليس من المنطقي أن يحدد نصيب كل واحد منهم بالتساوي و خطأ

أحدهم وتعمده الأضرار خلافا للآخرين الذين كان خطأهم يسيرا، وهذه سلطة تقديرية تبقى بيد القاضي.

قد يحدث أن تقتنع المحكمة بوجود الضرر، و لكن ليست بيدها عناصر ومستندات كافية لتقديره، فإنها و بمقتضى سلطتها التقديرية تحده استنادا إلى ما هو بيدها من أدلة فلا يمكنها متى تأكدت من وقوع الضرر إلا أن تحكم بالتعويض،

كما لا يجوز لها أن ترفض الطلب بحجة أن نطاق الضرر وحدوده غير معلومة.

فالمحكمة إذن تستعمل سلطتها التقديرية في تقدير قيمة التعويض تبعا لما استنبطته من ظروف القضية و من أدلتها ، و إذا توصلت المحكمة إلى هاته القناعة فهذا يغنيها عن اللجوء إلى الخبير ، بل وقد ترفض حتى الاستعانة به من طلب منها نذب خبير، و يسمى هذا التعويض بالتعويض الجزافي أو التعويض المبدئي، و يلاحظ أنه حتى هذا النوع من التعويض يشترط للحكم به أن يكون الضرر قد وقع فعلا.

و إن كان الفقه و القضاء قد توسعا كثيرا في مفهوم الضرر الموجب للمسؤولية في دعوى المنافسة غير المشروعة ، فيمنح الحق للمدعي للمطالبة بالتعويض حتى ولو لم يصبه يقدرنا نقدا وقت صدور الحكم .

¹-القانون المدني الجزائري، مرجع سابق، ص 26.

فإنه يمكن منح ذلك الحكم على المدعي بدفع تعويض رمزي مقداره فرنك أو دينار، و طلب التعويض هو الذي يتضمن هذا المقدار الرمزي فيكون بالتالي التعويض هنا عن الضرر المعنوي .

ونتساءل أيضا عما إذا كان يجوز للمحكمة أن تحكم مرة أخرى بالتعويض متى طلب منها المدعي ذلك، تكون الإجابة نعم و ذلك في حالة ما إذا استمر المدعي عليه في أعمال المنافسة غير المشروعة ملحقا بذلك ملحقا بذلك أضرار أخرى بالمدعي¹.

كما يمنح للمحكمة سلطة الأمر نشر الحكم القضائي المتعلق بدعوى المنافسة غير المشروعة، ويتم نشر الحكم بكامله أو يكتفي بنشر ملخص عنه ، و ذلك في جريدة أو عدة جرائد يومية و لمدة معينة كما يتم نشره عن طريق لصقه أو إعلانه في أماكن معينة ساحة المحكمة مثلا و تقع مصاريف هاته الإعلانات على عاتق المحكوم عليه بطبيعة الحال.

فقد يجد القاضي أن في نشر الحكم الصادر في دعوى المنافسة غير المشروعة، رد اعتبار معنوي للمدعي، فيأمر به حتى يطلع الغير "التجار و العملاء" على أن هذا التاجر كان ضحية منافسة غير مشروعة ارتكبها ضده المدعي عليه. لكن، يلاحظ أنه لا ينبغي أن تتعدى مدة هذه الإعلانات 15 يوما، و هي المدة القصوى التي ترى فيها المحكمة أن هذا الإعلان قد وجد صداه الجمهور خاصة العملاء المتعودين التعامل مع التاجر المدعي عليه، غير أنه تبقى للمحكمة سلطة أو صلاحية الأمر بإعادة لصق الإعلانات متى كانت تتعرض لتمزيق والإتلاف، و يعاقب مرتكبها بغرامة وحبس قد يصل إلى شهر، أما إذا كان مرتكب هذه الأفعال

¹-الهام زعموم، مرجع سابق، ص 117-118.

أو المحرض عليها هو المدعي عليه فقد يحكم القاضي بإعادة نشر الحكم مرة ثانية و دائما على نفقة المحكوم عليه.

و يعتبر نشر الحكم بمثابة التعويض العيني الذي يمكن أن يجتمع مع التعويض النقدي.

و السؤال الذي يطرح نفسه هو: هل يجوز أن ينشر المحكوم لصالحه الحكم القضائي إذا لم تأمر المحكمة بشرط، أو متى طلب منها ذلك و لكنها لم تستجيب للطلب؟

للإجابة على هذا السؤال من يملك حق نشر الحكم القضائي من عدمه هي المحكمة ومتى أحجمت عن هذا الحق، فيعني أنها لم تر داعيا لذلك، فإذا قام المحكوم لصالحه نشر الحكم بمحض إرادته، فيعني هذا أنه قد تحصل على حقه مرتين أي كتعويض إضافي لا يوجد ما يبرره.

و تنص المادة 1036 من قانون الإجراءات المدنية الفرنسي على منح المحكمة وحدها حق تقرير نشر الحكم القضائي من عدمه، و من صدر الحكم لصالحه لا يستطيع نشر الحكم في حالة غياب هذا الأمر من المحكمة.

كما تنص المادة 34 من الأمر المتعلق بعلامات المصنع وعلامات التجارية على أنه "يجوز للمحكمة أن تأمر بالصاق نص الحكم في الأماكن التي تحددها، و بنشره بتمامه، أو بتلخيصه في الجرائد التي تعينها، و ذلك على نفقة المحكوم عليه".¹

و اتفق هذا الرأي في تقييد حق نشر الحكم القضائي للمحكمة سواء لأننا سلمنا بالسماح لكل من له مصلحة (المحكوم لصالحهم) بنشر الحكم دون إذن أو موافقة

¹-الأمر رقم 57-66، مؤرخ في 19 مارس 1966 يتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية .

المحكمة فهذا قد يؤدي إلى كثرة الإعلانات، و كثير منها يكون تعسفيا فنشر الحكم القضائي و بصفة متكررة يعد وكأنه جزاء يتجدد باستمرار .

كما ينبغي نشر الحكم القضائي بمجرد صدوره، أما إذا انتظرنا فترة طويلة بعد صدوره و قمنا بنشره فهذا يعد تعسفا في استعمال الحق، فقد تكون تلك الممارسات المنافسة قد توقفت، و مع ذلك يصر المحكوم لصالحه بالنشر إضرار بالمحكوم ضد، و الأمر نفسه بالنسبة لمن يقوم بنشر حكم لم يصبح نهائيا بعد، فالنية هنا تبين تعسف المنافس في استعمال حقه.

و يلاحظ أن الأمر بنشر الحكم يعتبر و كأنه تعويض معنوي يسمح لمن صدر الحكم لصالحه باسترجاع مكانته في السوق عن طريق إعلام الغير عملائه بأنه قد تعرض لمنافسة غير مشروعة و ينبه عملاءه بأنهم كانوا ضحية سلوك غير سوي استهدفهم و أثر عليهم¹.

و قد حان الوقت لمعرفة حقيقة تلك المؤامرة ،و لو لا هاته الطريقة أي النشر و الإعلان لما كان لهم أن يدركوا ذلك² لكن الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات التجارية ألغى المادة 34 المنصوص عليها في الأمر السالف الذكر و لم ينص صراحة على نشر الحكم القضائي وترك ذلك للقواعد العامة

المطلب الثاني:

الإجراءات التحفظية

يجوز لصاحب العلامة التجارية أن يطلب بمقتضى أمر من رئيس المحكمة إجراء وصف المفصل لسلع بمساعدة خبير عند الاقتضاء مع الحجز أو بدونه للمنتجات التي يدعى أنها تحمل علامة تسبب له ضررا و يمكن الحجز في إجراء

¹-الهام زعموم،مرجع سابق ، ص 123-124-125.

²-سمير جميل الفتلاوي،مرجع سابق،ص 437.

وصف مفصل للألات أو المنتجات التي ينطبق عليها التقليد ،غير أنه لا يمكن اتخاذ هذا الإجراء إلا إذا أثبت الطالب نشر تسجيل العلامة أو قام بتبليغ نسخة من التسجيل العلامة للمقلد، وفيما يخص حجز الأشياء المقلدة فإنه يجوز للمحكمة

أن تأمر به بناء على طلب المدعي و يجوز لها في هذه الحالة أن تلزمه بدفع كفالة و يجب تحت طائلة البطلان أن تسلم لأصحاب الأشياء الموصوفة في حالة الحجز الوصفي أو التي تم حجزها في حالة الحجز العيني نسخة من أمر رئيس المحكمة مرفوعة عند الاقتضاء بنسخة من العقد المثبت لإيداع الكفالة .

و يتوجب على صاحب الالتماس الالتجاء إلى السلطة القضائية بالطريق المدني

أو بالطريق الجزائي في أجل شهر و إلا أصبح الوصف أو الحجز باطلا بقوة القانون و ذلك بصرف النظر عن التعويضات التي يمكن طلبها بسبب الأضرار الناجمة عن عميلة التقليد.

وينبغي الإشارة إلى أن بطلان حجز التقليد لا يمس صحة الدعوى في الموضوع أي لا يؤثر على حق المدعي في رفع دعوى أمام قاضي الموضوع لأن الحجز لا يعد إلا وسيلة من وسائل الإثبات لكنه يترتب على هذا البطلان واجب استبعاد الحجز من المنافسة كما يقضي المنطق بعدم السماح لصاحب العلامة بطلب إجراء حجز ثاني إذا أهمل رفع دعوى في الأجل القانوني .

كما أن المشرع الجزائري أجاز لصاحب العلامة المسجلة أن يقدم طلبا خطيا للمديرية العامة للجمارك يلتمس فيه تدخل إدارة الجمارك إذا اعتبر أن سلع موضوع عملية استيراد تحمل علامة مقلدة ولذا وجب حجزها و حتى يتسنى لها اتخاذ القرار عن دراية يجب أن تحتوي الطلب على عدة معلومات كإثبات ملكية العلامة وتاريخ وصول السلع و هوية المستورد أو الحائز.

و في حالة قبول الطلب يمكن لإدارة الجمارك أن تفرض على صاحب الحق تقديم ضمانات من أجل تغطية مسؤولية المحتملة تجاه المستوردين المعنيين بالعملية

إذا كان غير متبوع بسبب فعل أو نسيان من مالك الحق أو إذا تبين أن السلع لا تحمل علامة مقلدة، كما ترمي هذه الضمانات إلى تسديد النفقات التابعة لوضع السلع تحت رقابة جمركية و على مالك الحق المتضرر إخطار الجهة القضائية المؤهلة للبت في الموضوع و كذا إعلام مكتب الجمارك المختص فوراً بالإجراءات التحفظية المتخذة .

فإذا لو يقيم صاحب الطلب في أجل عشر أيام مفتوحة قابلة للتمديد مرة واحدة بإعلام مكتب الجمارك بعملية إخطار السلطة القضائية أو إشعاره باتخاذ الإجراءات التحفظية يحق للمكتبة أن يقرر رفع اليد عن السلع موضوع الحجز و ينبغي الإشارة إلى أن هذه الأحكام مأخوذة حرفياً و بمجملها عن التشريع الفرنسي الذي يهدف إلى مراقبة الحدود الفرنسية مراقبة فعالة¹.

لقد أجاز قانون العلامات التجارية الأردني لمالك العلامة التجارية أن يطلب من المحكمة الإجراءات التحفظية التالية:

1- وقف التعدي على العلامة التجارية.

2- الحجز التحفظي على البضائع التي ارتكبت التعدي بشأنها أينما وجدت.

3- المحافظة على الأدلة ذات الصلة بالتعدي.

و تكون هذه الطلبات لدى إقامة مالك العلامة التجارية دعوى مدنية أو جزائية ضد المعتدي على علامته، كما يجوز أن تقدم تلك الطلبات أثناء الدعوى، و في كل الأحوال يجب أن تكون مشفوعة بكفالة مصرفية أو نقدية حسب الأصول.

¹ -فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص 276-277-278.

كما أجاز قانون العلامات التجارية الأردني لمالك العلامة التجارية أن يطلب من المحكمة اتخاذ أي من المسائل المشار إليه، إذا كانت حقوقه قد تم التعدي عليها أو أن التعدي عليها قد أصبح وشيكا و من المحتمل أن يلحق به ضررا يتعدر تداركه في حال وقوعه، أو يخشى من اختفاء دليل أو إتلافه، و في هذه الحالة تقدم هذه الطلبات قبل إقامة الدعوى و دون تبليغ الخصم شريطة أن تكون مشفوعة بكفالة مصرفية أو نقدية تقبلها المحكمة، و إذا لم يقدم مالك العلامة التجارية دعواه خلال ثمانية أيام من تاريخ إجابة المحكمة لطلبه فتعتبر جميع الإجراءات المتخذة بهذا الشأن ملغاة و غير ذي أثر¹.

تنص المادة 34 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات على أنه "يمكن مالك العلامة، بموجب أمر من رئيس المحكمة، الاستعانة، عند الاقتضاء، بخبير للقيام بوصف دقيق للسلع التي يزعم أن وضع العلامة عليها قد ألحق به ضررا وذلك بالحجز أو بدونه.

يتم إصدار الأمر على ذيل عريضة بناء على إثبات تسجيل العلامة .

عندما يتأكد الحجز، يمكن أن يأمر القاضي المدعي بدفع كفالة"².

أجازت المادة إجراءات تعيين و مواصفات مفصلة للأشياء المقلدة و حجزها حيث يقوم الخبير بوضعها تحت يد العدالة بقصد حفظها.

و يقدم طلب إجراء الوصف المفصل أو المصادرة من مالك العلامة الذي يثبت أن العلامة مسجلة، إلى رئيس المحكمة و ما نلاحظه أن المادة 34 لم تحدد المحكمة المختصة بالنظر في الطلب، فهل هي المحكمة الموجود في دائرتها مركز الشرطة

¹-صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، مرجع سابق، ص 267-268.

²-قانون الملكية الفكرية، أمر 06-03 المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003 المتعلق بالعلامات، ص 106.

أو مسكن صاحب العلامة أو وكيله في حالة إبطال إيداع العلامة المشار إليها في المادة 23 أم هي المحكمة التي تقع في دائرتها البضائع محل الوصف المفصل أو المصادرة ؟

بالرجوع إلى قانون الإجراءات المدنية في مجال المصادرة فإن المحكمة المختصة هي المحكمة التي تقع في دائرتها البضائع محل المصادرة وفق المادة 346 من قانون الإجراءات المدنية و يجوز للمحكمة أن تأمر المدعي بتقديم كفالة تناسب و قيمة البضاعة المقلدة أو المعلمة بعلامات تسبب له ضرر مع الإشارة على أن هذه الكفالة مفروضة دائما على الأجنب .

وفي حالة عدم التجاء صاحب الالتماس لإجراء الوصف المفصل إلى السلطة المختصة في أجل شهر يبطل الوصف بحكم القانون¹.

وهذا ما نصت عليه المادة 35 من قانون العلامات السالف الذكر و ذلك دون المساس بالتعويضات التي يمكن المطالبة بها لمنع أو الحد من التعسف في استعمال الحق في اتخاذ مثل هذه الإجراءات.

و إلى جانب هذه الإجراءات التي تعد وسيلة لإثبات أفعال التقليد ،فقد تضمن قانون العلامات الفرنسي لسنة 1994 على خلاف نظيره الجزائري على ما يعرف بالحجز الجمر وكي و يتمثل هذا النوع من الحجز في توقيع حجز المنتجات التي تحمل علامات مقلدة (المادة 716 من تقنين الملكية الفكرية الفرنسي) و الذي يتم من طرف الجمارك وذلك بناء على طلب من مالك العلامة، وممن له يحق عليها و نظرا لأهمية هذا الحجز فقد نص المشرع الفرنسي على شروط هذا الحجز من طرف الجمارك لمنتجات الحاملة لعلامة يزعم صاحبها على أنها مقلدة، و على المشرع الجزائري الأخذ بعين الاعتبار لهذا النوع من الحجز و النص عليه نظرا

¹ -نعيمه علواش ،مرجع سابق ،ص 62-63.

لأهميته خاصة مع تحرير التجارة الخارجية و ازدياد عمليات الاستيراد لمنتجات مقلدة حاملة علامات مقلدة خاصة تلك المنبثقة من الشرق.¹

خلاصة المبحث الثالث:

يترتب على هذه الدعوى إيقاف استمرار المنافسة غير المشروعة إضافة إلى الحكم بالتعويض لكي لا يستمر الضرر وهذا ما نصت المادة 35 من قانون العلامات، و هكذا يجوز للمحكمة اتخاذ التدابير الملائمة لإزالة الضرر ومن ذلك منع استخدام العلامة المقلدة و إتلاف كل الوثائق و المستندات و الإعلانات و اللافتات التي تحملها أو تحريم استعمال لون معين في تغليب البضاعة أو إلزام المنافس اسم أبيه أو اسمه الخاص إلى جانب اسم عائلته تلاقيا لخطر الالتباس، و عليه فان دعوى المنافسة غير المشروعة هي دعوى وقائية و علاجية في أن واحد فهي لا تقتصر على تعويض الضرر فحسب و إنما تهدف أيضا إلى منع وقوعه و الاستمرار فيه.²

¹-راشدي سعيدة،مرجع سابق،ص 111-112.
²-نعيمة علواش،مرجع سابق،ص 47-48.

خلاصة الفصل الثاني

دعوى المنافسة غير المشروعة فهي مفتوحة لكل شخص متى توافرت شروطها السابقة الذكر (الخطأ، الضرر، العلاقة السببية)، بالتالي دعوى المنافسة غير المشروعة هي أوسع مجالاً عن دعوى التقليد لكون هذه الأخيرة مقيدة بالحالات المنصوص عليها قانوناً.

فالعلامة التجارية تتمتع بحماية مدنية عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة و ذلك للحصول على تعويض مناسب عن الأضرار اللاحقة به و إيقاف أو تجنب الأفعال التي تعدمن قبيل المنافسة غير المشروعة.

ويلاحظ أن أعمال المنافسة غير المشروعة تعد الأكثر انتشاراً في الأوساط التجارية و ذلك بغية استحواد العملاء بالتالي كسب أكبر قدر من الربح¹.

¹-راشدي سعيدة، مرجع سابق، ص 126.

الخاتمة

الخاتمة:

لقد أصبح لقضايا المنافسة غير المشروعة موقعا متميزا وسط اهتمامات الدول و المجتمع الدولي بأسره، نظرا لما يشهده العصر من تطور تكنولوجي في صناعة المعلومات و عملية ممارسة النشاطات التجارية، و لذلك أصبحت هذه الأخيرة شريكا رئيسيا في مسيرة التنمية، فاستدعى هذا التطور مدً نطاق هذه الدعوى الى جميع المنتجات و القطاعات لاعتمادها على المعلومات و المعرفة، إضافة الى وجوب التعامل بحزم مع المتعاملين مع المنتجات و البضائع المستوردة من الأسواق العالمية، والسعي الى تطبيق هذه المشاريع المطورة في الأسواق المحلية، و نتيجة لما لهذه الدعوى من أثر في تطوير المجتمعات، خاصة وأن الأفكار التجارية و الصناعية تتزايد يوميا، والحقيقة أن اهتمام الجهات التشريعية قد انصب في العشرة الأخيرة على هذه الجزئية التي تتمحور حول الأطر المعنوية هذا ما أدى الى المطالبة بضرورة إيجاد تنظيم قانوني متطور لتنظيم المنافسة غير المشروعة، وذلك لمحاولة مواكبة الموضوع بكل تطوراته وذلك كان لزاما على المشرع الجزائري أن يفكر في سن قانون ينظم فكرة المنافسة غير المشروعة في الجزائر مثله¹ في ذلك مثل بقية المشرعين في معظم دول العالم كذلك اهتموا بسن النظام خاص لحماية العلامة التجارية من المنافسة غير المشروعة²، فقد أسس دعوى المنافسة غير المشروعة على قواعد المسؤولية التقصيرية و ذلك بناء على المادة 124 من القانون المدني مع بعض الخصوصية فيما يتعلق بالمنافسة غير المشروعة، وأخذت بهذا الأساس أغلب تشريعات الأخرى.

و أهم نتيجة يمكن التوصل إليها من خلال هذه الدراسة أن الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون الجزائري تستند الى أحكام الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات كما تستند الى أحكام القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية إلا أنه لا فرق في اشتراط المشرع في كل من الدعوى المدنية

¹-صالحة العمري، مرجع سابق، ص 271.

²-طلعت زايد، أساسيات الملكية الفكرية، الاتحاد العربي لحماية حقوق الملكية الفكرية، الطبعة الخامسة 2010، ص 15.

الأصلية أو دعوى المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية ضرورة أن تكون العلامة التجارية مسجلة، كما أنه لا يمكن رفع كلا الدعويين إلا لمالك العلامة التجارية المسجلة في حين أن أغلب التشريعات تجيز حماية العلامة التجارية غير المسجلة وفقا لدعوى المنافسة غير المشروعة لاستنادها في العموم الى قواعد المسؤولية كما أنها تجيز رفع هذه الدعوى من قبل كل متضرر من أفعال المنافسة غير المشروعة.

كما أن الملاحظ أن المشرع الجزائري استعمل عبارة تقليد العلامة المميزة في القانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في حين أن التقليد وفقا للمادة 26 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات هو جريمة يعاقب عليها بقانون العقوبات و كان الأولى استعمال عبارة المساس بالعلامات المميزة لذا فإنه لا بد من تعديل المادة 27 فقرة 2 من قانون 02-04 واستعمال عبارة المساس بالعلامات المميزة لعون اقتصادي منافس....بديل تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس و ذلك حتى تشمل الحماية وفق دعوى المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية غير المسجلة.¹

¹-دفاتر السياسة والقانون، مرجع سابق، ص 185.

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً- المراجع العربية:

1- الكتب المقدسة:

1 . القرآن الكريم

2 – الكتب

2 . الخشروم حسين عبد الله، الوجيز في الحقوق الملكية الصناعية و التجارية، دار وائل لنشر، الطبعة الأولى 2005.

3 . ادريس فاضل، المدخل الى الملكية الفكرية ، ديوان المطبوعات الجامعية.

4 . الصفار غانم عبد الجبار زينة، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، دار الحامد لنشر الطبعة الثانية 2007.

5 . الفتلاوي جميل سمير، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية.

6 . حسنين محمد، الوجيز في الملكية الفكرية، طبع المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، وحدة رعاية 1985.

7 . زايد طلعت، أساسيات الملكية الفكرية، الاتحاد العربي لحماية حقوق الملكية الفكرية، الطبعة الخامسة 2010.

8 . زراوي صالح فرحة، الكامل في القانون التجاري الجزائري (الحقوق الفكرية)، ابن خلدون لنشر و التوزيع ، طبعة 2001.

9 . زين الدين صلاح، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، دار الثقافة لنشر والتوزيع عمان، الطبعة الثانية 2009.

10 . زين الدين صلاح، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة لنشر والتوزيع 2010.

3-الرسائل الجامعية:

11 . بوقميحة نجية، المنافسة غير المشروعة في ميدان الملكية الفكرية، جامعة الجزائر، السنة 2013-2013 .

12 . راشدي سعيدة، النظام القانوني للعلامات التجارية لنيل شهادة الماجستير في القانون، جامعة الجزائر، السنة 2002-2003.

13 . زعموم الهام حماية المحل التجاري، دعوى المنافسة غير المشروعة، جامعة الجزائر بن عكنون، السنة 2003-2004.

14 . علواش نعيمة، العلامات في مجال المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، السنة 2001-2002.

4-المجلات و المقالات:

15 . صالحة العمري، ضبط مصطلح دعوى المنافسة غير المشروعة في التشريع الجزائري، كلية الحقوق جامعة قالمة.

16 . اتفاقية باريس، حماية الملكية الصناعية، السنة 1883.

17 . ندوة الويبو الوطنية عن إنفاذ الملكية الفكرية، الإطار القانوني الدولي لحماية الملكية الصناعية 2004.

18 . ندوة الويبو الوطنية التدريبية حول الملكية الدبلوماسية، الاطار القانوني الدولي لحماية الملكية الصناعية سنة 2005.

19 . مجلة جامعة بابل، العلامة التجارية المشهورة، العلوم السياسية، المجلة 21 العدد 1.

20 . دفاتر السياسة والقانون،العلامة التجارية المشهورة في القانون الجزائري ، العدد الرابع جانفي 2011.

21 . دفاتر السياسة والقانون ،دعوى المنافسة غير المشروعة ،جامعة باتنة ،العدد 6 جانفي 2012.

22 . قراءة في كتب محمد علوان ،منشورة بجريدة الشاهد الأسبوعية ،العدد 490.

4- النصوص التشريعية:

23 . الأمر رقم 66-57،المؤرخ في 19مارس1966،المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية.

24 . الأمر 03-06 المؤرخ في 19يونيو 2003 المتعلق بالعلامات التجارية.

25 . الأمر رقم 04-02 مؤرخ في 23يونيو2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

26 . القانون المدني الجزائري،قانون رقم 07-05 المؤرخ في 13ماي 2007.

ثانيا- المراجع الفرنسية:

27. le code civil français, édition dalloz, edition2009.

الفهرس

- 1..... المقدمة :
- 5..... الفصل الأول:النظام القانوني للمنافسة غير المشروعة
- 7..... المبحث الأول:مفهوم المنافسة غير المشروعة
- 8..... المطلب الأول:تعريف المنافسة غير المشروعة
- 14..... المطلب الثاني: تمييز المنافسة الممنوعة عن المنافسة غير المشروعة
- 16..... المطلب الثالث:صور المنافسة غير المشروعة
- 17..... الفرع الأول: تزوير العلامة التجارية و تقليدها
- 18..... الفرع الثاني: استعمال علامة مزورة أو مقلدة
- 19..... الفرع الثالث: استعمال علامة مملوكة للغير
- الفرع الرابع:بيع البضائع التي تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو مملوكة للغير أو عرضها للبيع أو التداول.....21
- 23..... المبحث الثاني: نطاق حماية العلامة التجارية من المنافسة غير المشروعة
- 23..... المطلب الأول:حماية العلامة التجارية من المنافسة غير المشروعة داخليا
- 24..... الفرع الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري
- 28..... الفرع الثاني: الحماية المدنية للعلامة التجارية في القوانين المقارنة
- المطلب الثاني: نطاق حماية العلامة التجارية من المنافسة غير المشروعة دوليا 33

37.....	خاتمة الفصل الأول:
36.....	الفصل الثاني: دعوى المنافسة غير المشروعة كآلية لحماية العلامة التجارية.....
38.....	المبحث الأول: أساس دعوى المنافسة غير المشروعة.....
40.....	المطلب الأول: التعسف في استعمال الحق.....
42.....	المطلب الثاني: المسؤولية التقصيرية.....
44.....	المطلب الثالث: مسؤولية من نوع خاص.....
46.....	المبحث الثاني: شروط دعوى المنافسة غير المشروعة.....
47.....	المطلب الأول: الخطأ (فعل التعدي).....
48.....	المطلب الثاني: الضرر.....
51.....	المطلب الثالث: الرابطة السببية بين الخطأ والضرر.....
55.....	المبحث الثالث: آثار دعوى المنافسة غير المشروعة.....
56.....	المطلب الأول: حق المطالبة بالتعويض.....
57.....	الفرع الأول: التعويض العيني أو ما يسمى بالأوامر والنواهي.....
59.....	الفرع الثاني: التعويض النقدي.....
64.....	المطلب الثاني: الإجراءات التحفظية.....
70.....	خاتمة الفصل الثاني:
71.....	الخاتمة :
74.....	المصادر والمراجع:
77.....	الفهرس: