

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة الجبالي بونعامة خميس مليانة



كلية الحقوق والعلوم السياسية.
قسم الحقوق.

مذكرة لنيل شهادة الماستر

جرائم التقليد و الترييف في العلامات التجارية

تخصص: قانون اعمال

اعداد :الطالب محمود ماجد محمود ابو سمرة

إشراف: فيصل بن عبد المطلب

لجنة المناقشة:

رئيسا.

1) الأستاذ: محمودي رشيد

مشرفا و مقرا.

2) الأستاذ: فيصل بن عبد المطلب

عضوا مناقشا.

3) الأستاذ: حميس معمر

الموسم الجامعي 2020/ 2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

إلى...من لا يمكن للكلمات أن توفي حقهما.

إلى ... من لا يمكن للأرقام أن تحصي فضائلهما.

إلى ... الوالدين الكريمين (أطال الله في عمرهما).

إلى ... إخوتي وأخواتي (حفظهم الله وأعانهم).

إلى ... كافة الأهل وجميع الأصدقاء.

إلى ... وطني الجريح (فلسطين).

أهدي هذا العمل.

محمود أبو سمرة

شكر وعرفان

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات.
والحمد لله الذي أعانني على إكمال هذا البحث.
الصلاة والسلام على نبي الأمم، سيدنا محمد الأجل والأكرم
أتقدم بجزيل الشكر والعرفان.

إلى

أستاذي الفاضل الدكتور " فيصل بن عبد المطلب "
التي منحني شرف إنجاز هذه المذكرة تحت إشرافه ومتابعته.

إلى

أعضاء اللجنة التقييم
الذين تفضلوا بقبول تقييم هذه المذكرة.

إلى

كافة الأساتذة وعمال إدارة الكلية.

محمود أبو سمرة

مقدمة

بعد ما تبنت العديد من الدول نظام الاقتصاد الرأسمالي الذي يقوم على مبدأ الحرية الاقتصادية في امتلاك وسائل الإنتاج، وأصبح بإمكان الشركات الترويج لمنتجاتها وتوزيعه في مختلف أنحاء العالم، بالإضافة إلى ازدياد حدة المنافسة وخوف الشركات من عمليات التقليد لمنتجاتها التي تكبدها خسائر كبيرة، اضطرت إلى ابتكار علامات تضعها على منتجاتها لترويجها وتمييزه عن باقي المنتجات وبالتالي مساعدة المستهلكين على عدم الخلط بين المنتجات.

وبعد أيضا انخراط المشاريع التجارية ضمن الفضاء الافتراضي من خلال إمكانية إنشاء التجار والشركات التجارية لمواقع إلكترونية على الشبكة العنكبوتية من أجل التعبير عن نشاطهم، وتسويق منتجاتهم وبضائعهم، بات موضع جدل في الوقت الحالي. ولهذا كان لا بد أن يعتمدوا على العلامة التجارية ويهتموا بها من أجل تمييز منتجاتهم المتشابهة من أجل السير الحسن لنشاطاتهم ومشاريعهم التجارية المختلفة.

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

من هذا المنطلق، تظهر أهمية العلامة التجارية في تمييز منتجات الصانع أو التاجر عن المنتجات المشابهة لها لصانع أو تاجر آخرين، حيث أصبحت العلامة التجارية وسيلة دعائية لزيادة الطلب على سلعة معينة، فيعتبر تزايد استهلاك تلك السلعة دليلاً على زيادة شهرة العلامة التجارية، مما يرتب عليه اعتبار العلامة التجارية حقاً لصاحبها ذات قيمة مالية طائلة في بعض الأحيان، وغني عن القول أن هذا الحق يحتاج إلى حماية في مواجهة التقليد والتزوير وشتى

صور الاعتداء التي تقع على العلامة التجارية، ومن هنا نشطت الدول في وضع تشريعات محلية تكفل حماية العلامات التجارية وتنظيمها.¹

إن الهدف من العلامة التجارية هو تمكين المستهلك من التعرف على منتجات الشركات وتمييز تلك المنتجات عن ما قد يشابهها من منتجات شركات أخرى، حيث يقوم المستهلك بتحديد البضائع التي يرغب في شرائها أو تكرار استعمالها في المستقبل، لهذا فهو بحاجة إلى آلية سهلة لتمييز المنتجات المتشابهة.

لم يتوقف انتهاك العلامة التجارية على الأساليب التقليدية فقط، ولكن امتد بفعل ثورة الاتصالات مع العولمة الاقتصادية وما نتج عنه من بروز التجارة الإلكترونية ليطال العلامات التجارية وانتهاكها عبر شبكات الإنترنت وهو ما يعرف بالقرصنة الإلكترونية وما صاحبه من تقليد للعلامات التجارية عبر الإنترنت.²

أولاً: أهمية الدراسة

نظراً للأهمية المتزايدة للعلامة التجارية على المستويين المحلي والدولي، أضحت العلامة محل اعتداء من قبل العديد من التجار والمنافسين سواء كانت تلك الاعتداءات على أرض الواقع في شكل المنافسة غير المشروعة وفي تقليد مختلف العلامات التجارية أو تلك الواقعة في المواقع

1- محمود أحمد عبد الحميد مبارك، العلامة التجارية وطرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين، مذكرة ماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2006، ص 1.

2- صامت أمنة، الحماية الجزائية للعلامة التجارية من جريمة التقليد، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 13، جانفي 2015، ص 88 .

الإلكترونية المرافقة للتجارة الإلكترونية. هذا الوضع دفع العديد من المشرعين لوضع حماية لمكافحة تلك الاعتداءات سواء كانت تلك الحماية مدنية أو جنائية.

وعليه، تكمن أهمية الدراسة في معرفة الحماية القانونية المدنية والجنائية التي تقع على العلامة التجارية، ذلك أن موقع العلامات التجارية الإلكترونية في مظلة الحماية القانونية مختلف عن الواردة على العلامات التجارية التقليدية، مما يشكل نقطة يمكن الارتكاز عليها لصانعي القرار سواء بالتشريع أو الجهات التي تنظم عمل العلامات التجارية الإلكترونية.

ثانيا: أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح الإطار المفاهيمي والقانوني المتعلق بالعلامات التجارية، خصوصا ما يتعلق بشروط تسجيل العلامة التجارية، كما تهدف الدراسة إلى توضيح الحماية القانونية للعلامة التجارية التي كفلها المشرع الجزائري في إطار مكافحة مختلف الجرائم الماسة بها.

ثالثا: إشكالية الدراسة

لم تكن العلامة التجارية بأمن في ظل المجتمع الإلكتروني، فقد تتعرض للاعتداء الإلكتروني بصور عديدة قد تضر بالمستهلك والمنتج وبالاقتصاد الوطني، مما استدعى الوقوف على صور الاعتداءات الإلكترونية التي قد تواجه العلامة التجارية في البيئة الرقمية، وهو ما يقودنا لطرح إشكالية الدراسة على النحو التالي: ما هي أهم الجرائم الواقعة على العلامة التجارية وما هي قوانين الحماية التي كفلها المشرع الجزائري وضمنها في قانون العقوبات؟

إن هذه الإشكالية تقودنا لطرح بعض التساؤلات الفرعية من أجل الإمام بالموضوع كما يلي:

1- ما المقصود بالعلامة التجارية وما هي مختلف أشكالها؟

2- فيما تتمثل الجرائم الواقعة على العلامة التجارية؟

3- ما هي آليات الحماية التي كفلها المشرع الجزائري في مواجهة تلك الجرائم؟

رابعاً: منهج الدراسة

كأي دراسة قانونية، وقصد الاستفاضة في الموضوع وتحليله، اعتمدنا المنهج الوصفي الذي يقوم على وصف المفاهيم محل الدراسة وكذا للنصوص القانونية الواردة في هذا البحث، ثم القيام بتحليلها.

خامساً: تقسيم الدراسة

من خلال استقراء مختلف الدراسات السابقة التي ألفت بالموضوع من مختلف الزوايا، قمت بوضع منهجية للدراسة تعتمد على التقسيم التالي:

فصل الأول موسوم ب: الإطار المفاهيمي والقانوني للعلامة التجارية، يتضمن المبادئ

الأساسية للموضوع وفق المبحثين التاليين:

مبحث لأول: الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية

مبحث الثاني: الإطار القانوني للعلامة التجارية

فصل الثاني موسوم ب: الجرائم الواقعة على العلامة التجارية وطرق الحماية، يتضمن

هذا الفصل أيضاً مبحثين يعالجان الأساس القانوني للموضوع المتعلق بالجرائم والعقوبات كما يلي:

مبحث الأول: الجرائم الواقعة على العلامة التجارية

مبحث الثاني: طرق حماية العلامة التجارية

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي والقانوني للعلامة التجارية

الفصل الاول : الاطار المفاهيمي و القانوني للعلامة التجارية

لم يكن العلامة التجارية تشريع خاص ينظمها كحق من حقوق الملكية التجارية، فقد كانت في بداية ظهورها وقبل تطور استعمالها واستقلالها عبارة عن منظومة من القواعد العرفية والمكتوبة تنظم في القانون التجاري باعتبارها أحد العناصر المعنوية المكونة للمتجر مع غيرها من العناصر المعنوية الأخرى.

مع التطور الاقتصادي وبعد الثورة الصناعية التي اجتاحت معظم بلدان العالم في القرن السابع عشر ألفت هذه الثورة الاقتصادية والصناعية والتجارية تأثيراتها على كافة النواحي التجارية، مما دفع معظم دول العالم الاهتمام بالعلامة التجارية من خلال إصدار قوانين تنظمها باعتبارها جزءاً معنوياً من المحل التجاري.

في العصر الحديث، أصبحت العلامة التجارية جزءاً هاماً في التجارة ويسعى جميع التجار إلى التميز في اختيار علامتهم التجارية لتمييز خدماتهم أو منتجاتهم عن باقي الخدمات أو المنتجات لحماية حقوقهم ومصالحهم.

من هذا المسعى، كانت بداية الاهتمام الملحوظ بتنظيم موضوع العلامات التجارية من الناحية القانونية في الدول ذات الاقتصاد المتطور والتي تعتمد أساساً على التجارة والصناعة، باعتبار أن العلامة التجارية تمثل نوعاً من المنافسة المشروعة بين التجار و تساعد على ازدهار الناحية الاقتصادية في الدولة.

وعليه، سيتم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين كما يلي:

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية

المبحث الثاني: الإطار القانوني للعلامة التجارية

الفصل الاول : الاطار المفاهيمي و القانوني للعلامة التجارية

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية

احتل ولا يزال موضوع العلامة التجارية أهمية كبيرة في مضمون حقوق الملكية الصناعية، نظرا للدور الفعال الذي تلعبه في التقدم الاقتصادي والصناعي لأي بلد.

من هذا المنطلق، سوف نتطرق في هذا المبحث لمفهوم العلامة التجارية (مطلب الأول) وكذا أنواع وأشكال العلامة التجارية (مطلب الثاني).

المطلب الأول: مفهوم العلامة التجارية

لا بد لنا أن نعرف ضمن هذا المطلب تعريف العلامة التجارية ثم بيان مميزاتها عن باقي المفاهيم المشابهة.

الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية

العديد من الدراسات والبحوث الفقهية عرفت العلامة التجارية، ويمكن ذكر بعضها:

العلامة التجارية هي كل أثر في الشيء للدلالة عليه ومعرفته وتمييزه عن غيره، فهي مشتقة من العلم بمعنى المعرفة. تشير إلى ظاهرة يستعملها أو يرد استعمالها أي شخص لتميز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره.¹

عرف البعض العلامة التجارية بأنها "إشارة توسم بها البضائع والسلع والمنتجات أو تُعلم بها تمييزاً لها عن ما يماثلها من سلع تاجر عن آخر أو منتجات أرباب الصناعات الأخرى".²

1- بن جديد فتحي، الحماية الجنائية للعلامة التجارية كوجه من أوجه الحماية القانونية في القانون الجزائري، مجلة القانون،

العدد 09، ديسمبر 2017، ص 38

2- محمود أحمد عبد الحميد مبارك، المرجع السابق، ص 7.

الفصل الاول : الاطار المفاهيمي و القانوني للعلامة التجارية

الفرع الثاني: تمييز العلامة التجارية عن المفاهيم المشابهة

هناك العديد من مفاهيم حقوق الملكية التجارية والصناعية التي تتشابه مع مفهوم العلامة التجارية، وذلك من أجل إزالة اللبس والاختلاط والقدرة على التمييز بين العلامة التجارية وما يشبهها من تسميات.

أولاً: تمييز العلامة التجارية عن الاسم التجاري

خلافًا لمفهوم العلامة التجارية، يقصد بالاسم التجاري اللقب أو الكنية المستخدمة للدلالة على المحل التجاري، وعليه فإن العلامة التجارية تستعمل لتمييز منتج أو سلعة أو خدمة عن مثيلاتها، أما الأسماء التجارية فتستخدم لتمييز المحل التجاري الذي تمارس فيه الأعمال التجارية، بمعنى أن العلامة التجارية توضع على المنتجات لتمييزها بينما يوضع الاسم التجاري على واجهة المحل التجاري.

كما أن العلامة التجارية يمكن أن تتخذ عدة أشكال وصور أو رسوم مكونة لها، أما الاسم التجاري فهو مقصور على شكل معين ألا وهو الاسم أو اللقب أو الكنية.¹

ثانياً: تمييز العلامة التجارية عن العنوان التجاري

العنوان التجاري يقصد به إعلام الجمهور بشخصية من هم على رأس المؤسسة ومن لهم حق التعامل مع الجمهور، فهم أمر إجباري، خلافاً للعلامة التجارية التي هي أمر جوازي.² وبالتالي، يحمي المشرع حق التاجر في عنوانه التجاري ولو لم يكن مسجلاً بخلاف العلامة التجارية التي لا تحمي إلا إذا كانت مسجلة.

1- محمود أحمد عبد الحميد مبارك، المرجع السابق، ص 17-18.

2- المرجع نفسه، ص 18.

الفصل الاول : الاطار المفاهيمي و القانوني للعلامة التجارية

ثانيا: تمييز العلامة التجارية عن البيانات التجارية

تختلف العلامة التجارية عن البيانات التجارية، فهذه الأخيرة يقصد بها إيضاح أو بيان يوضع على البضائع أو السلع وذلك لغاية معرفة تفاصيل عن هذه البضائع من حيث العدد أو النوع أو الحجم وغيرها من المعلومات، مما يترتب على ذلك أن العلامة التجارية تتمتع بالحماية ولا يحق لأحد الاعتداء أو تقليد علامة تجارية مسجلة، أما البيانات التجارية فلا تتمتع بالحماية القانونية ويحق لأي شخص أن يستعمل بيانات تجارية أستعملها تاجر آخر.¹

المطلب الثاني: أشكال العلامة التجارية

لا بد أن ننوه أن عند تسجيل أي علامة تجارية، يجب أن تكون مؤلفة من حروف أو رسوم أو علامات أو خليط من هذه الأشياء ذي صفة فارقة. وهو ما يؤدي إلى أن تأخذ تلك العلامة عدة أشكال يمكن ذكرها كما يلي:

الفرع الأول: العلامة التجارية التي تتخذ أسماء علم أو أماكن

يجوز للتاجر أن يتخذ اسمه أو لقبه كعلامة تجارية بشرط أن يوضع هذا الاسم أو اللقب في شكل مميز عن غيره من الأسماء، ومثال ذلك أن يتخذ شخص اسمه (عمار) علامة تجارية لكن لا بد أن يضع هذا الاسم في دائرة أو مربع مثلاً أو يكتبه بخط معين ملون لتمييزه عن أي اسم آخر مشابه أو مطابق لاسمه.²

1- المرجع نفسه، ص 19.

2- محمود أحمد عبد الحميد مبارك، المرجع السابق، ص 15.

الفصل الاول : الاطار المفاهيمي و القانوني للعلامة التجارية

كما يجوز للشخص أن يتخذ اسم الغير كعلامة تجارية شرط موافقة هذا الغير، وإذا كان الغير متوفى فعليه أخذ موافقة ورثته.

أما عن أسماء الأماكن فإنه يشترط أن تُبرز أسماء الأماكن في شكل خاص، مثل "جريدة القدس".

الفرع الثاني: العلامة التجارية التي تتخذ حروفاً أو أرقاماً

قد تكون العلامة التجارية مكونة من حروف أو أرقام أو كلاهما، ومثال ذلك اتخاذ تاجر أرقاماً كعلامة تجارية لتمييز نوع من العطور (501). إلا أنه لا يجوز تسجيل الرقم كعلامة تجارية إذا كان هذا الرقم يؤلف بمفرده العلامة التجارية، أما إذا كان هو جزء من العلامة أو أنه أُبرز في شكل خاص فلا يوجد في القانون ما يمنع تسجيله.¹

قد تكون العلامة التجارية على شكل حروف معينة يختارها صاحب العلامة التجارية مثل (B.M.W) للدلالة عن نوع سيارات، أو على شكل علامة مكونة من حروف وأرقام مثل: (O₂) للدلالة على شركة اتصالات خلوية على سبيل المثال. ويشترط لاعتبار الحروف والأرقام علامة تجارية أن لا تؤدي إلى غش الجمهور.

الفرع الثالث: العلامة التجارية التي تتخذ الرموز والصور والنقوش والرسوم

يقصد أولاً بالرموز، تلك الرسوم المرئية المجسمة كصورة نجمة أو وجه إنسان أو حيوان أو شجرة أو غيرها.

1- المرجع نفسه، ص 15.

الفصل الاول : الاطار المفاهيمي و القانوني للعلامة التجارية

يجب التنبيه هنا إلى أن كثيراً من الرموز لها ما يقابلها من الأسماء، فقد يُستعمل تاجر شكل حمامة كعلامة تجارية، وقد يقوم آخر باتخاذ اسم الحمامة كعلامة تجارية، ويرى البعض أن الرمز يستتبع ملكية التسمية الدالة عليه، فإذا اتخذت صورة النجمة كعلامة تجارية فإنه يتمتع على منافس أن يستخدم لفظ نجمة لتمييز منتجاته، وبالعكس فإن ملكية التسمية تتضمن ملكية الرمز المقابل لها.¹

أما الصورة المقصودة اتخاذها كشكل من أشكال العلامة التجارية هي الصورة الفوتوغرافية للإنسان كأن يستعمل أحد الأشخاص صورته الشخصية كعلامة تجارية أو صورة الغير بشرط الحصول على الإذن من ذلك الغير.

أما فيما يتعلق بالنقوش فهي لا تعتبر علامة تجارية بحد ذاتها وإنما تشمل الطريقة التي يمكن أن توضع بها العلامة التجارية على المنتجات. فالرسوم يقصد بها أي تصميم معين كمنظر طبيعي أو مناظر مشتقة من الخيال توضع في إطار محدد لإظهار شكل ما، وذلك كله متى أخذت هذه الرسوم صفة الابتكار والتمييز والجدة.

الفرع الرابع: العلامة التجارية التي تتخذ الألوان والكلمات

يجوز أن تقتصر العلامة التجارية كلياً أو جزئياً على لون واحد أو أكثر من الألوان الخاصة وفي مثل هذه الحالة يأخذ المسجل أو المحكمة بعين الاعتبار لدى الفصل في الصفة الفارقة لتلك العلامة التجارية كون العلامة التجارية مقتصرة على تلك الألوان أما إذا سجلت علامة تجارية دون حصرها في ألوان خاصة فتعتبر مسجلة لجميع الألوان.

أما بخصوص الكلمات التي قد يستخدمها الصانع أو التاجر أو مقدمة الخدمة لتمييز منتجاتهم أو بضائعهم أو خدماتهم، وقد تكون التسمية (الكلمة) جديدة ومبتكرة، وقد تكون مقتبسة

1- محمود أحمد عبد الحميد مبارك، المرجع السابق، ص 16.

الفصل الاول : الاطار المفاهيمي و القانوني للعلامة التجارية

من تركيب وجودة المنتجات أو البضائع، ولا تكون الكلمات بحد ذاتها علامة تجارية بل يجب لاعتبارها كذلك أن تكون جديدة ومبتكرة وغير شائعة الاستعمال.¹

المبحث الثاني: الإطار القانوني للعلامة التجارية

عند حديثنا عن الحق المخول لصاحب العلامة التي يخولها له القانون صراحة للاستئثار والانتفاع بعلامته، وجب عليه إتباع الإجراءات والشروط التي من أجلها يمكن أن يحصل على هذا الحق من جهة، وحماية علامته التجارية من جهة أخرى.

قد تكون هذه الإجراءات على مستوى داخلي من خلال إتباع القانون الداخلي للدولة الموجود فيها مالك العلامة، وبالتالي يحصل على حماية وطنية لحقه، وقد تكون هذه الإجراءات على مستوى دولي من خلال إتباع قانون دولة أخرى غير دولة مالك العلامة، وبالتالي يحصل على حماية دولية لحقه.²

المطلب الأول: شروط اكتساب العلامة التجارية

تتخذ العلامة التجارية شكلا مميزا حتى تتمتع بالحماية القانونية، بل يجب أن تتوافر عدة شروط نصت عليها كل من المادة (04) والمادة (22) من الأمر 06/03 وهي:

الفرع الأول: الشروط الموضوعية لاكتساب العلامة التجارية

1- محمود أحمد عبد الحميد مبارك، المرجع السابق، ص 16-17.

2- بن فضة عصام، الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر في الحقوق، تخصص: قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015-2016، ص 30.

الفصل الاول : الاطار المفاهيمي و القانوني للعلامة التجارية

يشترط في العلامة التجارية لكي تسجل وتحظى بالحماية القانونية توافر شروط موضوعية فيها حتى تعتبر موجودة قانوناً، وهذه الشروط يمكن إجمالها في:

أولاً: أن تكون العلامة مميزة

يجب أن تؤدي العلامة دورها في تمييز المنتجات والسلع، باعتبار وظيفة العلامة تتمثل بصفة أساسية في تمييز المنتجات لجمهور المستهلكين وتمكينهم من التعرف على السلع التي يفضلونها بما تحمله من علامة مميزة من جهة، ومن حماية صاحبها من منافسة الذين ينتجون سلعا مماثلة من جهة أخرى.¹

فالعلامات المجردة من أية صفة مميزة لا تعد علامة صحيحة كالعلامات التي تتكون من شكل شائع مألوف، أو إذا كانت العلامة مجرد علامة وصفية كأن تدل على مصدر المنتجات فحسب، وقد جاء في قرارات المحاكم حول هذا الأمر، أن القاعدة الأساسية لجواز تسجيل علامة تجارية أو عدم تسجيلها يجب أن تكون تلك العلامة ذات صفة فارقة، وأن لا تكون مشابهة أو مطابقة لعلامة تجارية تخص شخصاً آخر.²

ولهذا أوجبت المادة (02) من الأمر 06/03 أن تكون للعلامة السمات المادية التي تصلح لتمييز المنتجات أو الأشياء أو الخدمات لكل مؤسسة³.

كما صرحت المادة (2/07) من نفس الأمر أنه يستثنى من التسجيل الرموز الخاصة بالملك العام أو المجردة من صفة التمييز.

ثانياً: أن تكون العلامة جديدة

1- داوي وثام، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم

السايسية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2015-2016، ص 12.

2- بن فضة عصام، المرجع السابق، ص 31.

3- الأمر 06/03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالعلامات التجارية (ج.ر.ج. رقم 44).

الفصل الاول : الاطار المفاهيمي و القانوني للعلامة التجارية

لم يرد ذكر شرط الجودة في العلامة التجارية بصريح النص، بل هو شرط مستنتج من أحكام التشريع. حيث يقصد بها عدم سبق استعمال العلامة من منتج أو تاجر آخر على سلع مماثلة، وإن كان يجوز استعمالها ووضعها وصنفها على سلع أخرى مختلفة ليست من نوعها أو لتمييزها و لا تفقد في هذه الحالة الأخيرة شرط الجودة.¹

تفقد العلامة شرط الجودة إذا سبق استعمالها وتركها صاحبها بدون استعمال مدة طويلة، أو لم يتم بتجديد تسجيلها.

والجدة هنا لا يقصد بها الجودة المطلقة تماما أي لم يسبق استعمالها نهائيا، بل يقصد بشرط الجودة، الجودة النسبية التي تمنع اللبس أو التضليل في مصدر المنتجات أو البضائع.²

في هذا الصدد، نص المشرع الجزائري بخصوص شرط الجودة والأسبقية في نص المادة (9/07) منها «تستثنى من التسجيل... الرموز المطابقة أو المشابهة لعلامة كانت محل طلب تسجيل أو تسجيل يشمل سلعا أو خدمات مطابقة أو مشابهة لتلك التي سجلت من أجلها علامة الصنع أو العلامة التجارية إذا كان هذا الاستعمال يحدث لبسا».³

ثالثا: أن تكون العلامة مشروعة

يقصد بالعلامة المشروعة ألا تكون مخالفة للنظام العام والآداب العامة والأخلاق الحسنة، وإلا كانت باطلة. حيث تعتبر العلامة غير مشروعة إذا خالفت نص المادة (4/07) من الأمر 06/03، التي نصت على ما يلي: "يستثنى من التسجيل الرموز المخالفة للنظام العام والآداب

1- داوي وثام، المرجع السابق، ص 13.

2- بن فضة عصام، المرجع السابق، ص 33.

3- الأمر 06/03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالعلامات التجارية (ج.ر.ج. رقم 44).

الفصل الاول : الاطار المفاهيمي و القانوني للعلامة التجارية

العامه والرموز التي يحظر استعمالها بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها".¹

من حيث المبدأ، فإن للشخص مطلق الحرية في اختيار علامته أو العناصر التي تتركب منها تلك العلامة انسجاما مع الحرية الشخصية للتجارة والصناعة، واختلفت التشريعات في هذا المبدأ، فمنهم من ضيق ووضع قيود واستثناءات مثل ما فعل المشرع الفرنسي والمشرع الجزائري اللذان حظرا استعمال دمغة الحكومة وشعارها، وكذلك العلامات التي تؤدي إلى خداع المستهلكين باحتوائها على علامات كاذبة، ومن التشريعات من وسع في تلك القيود والاستثناءات على المبدأ، كالتشريع الألماني الذي حظر استعمال الحروف والأعداد وكذلك الشعارات والرموز.²

الفرع الثاني: الشروط الشكلية لاكتساب العلامة التجارية

الشروط الشكلية هي التي نص عليها المشرع الجزائري والمتمثلة في إجراءات دقيقة في مجال إيداع العلامة، تسجيلها ونشرها.

أولاً: إيداع طلب التسجيل

يقصد بالإيداع عملية تسليم أو إرسال ملف يتضمن نموذج العلامة المطلوب حمايتها، مرفوقا بتعداد لكافة المنتجات أو الخدمات التي تنطبق عليها العلامة.

ولقد أخذ المشرع الجزائري بنظام الإيداع البسيط المتمثل في أن يقوم صاحب العلامة بعملية الإيداع بتقديم الطلب إلى المصلحة المختصة، أو بإرساله عن طريق البريد الموصى عليه مع علم بالوصول، مع وجوب أن يشتمل الطلب على بيانات إجبارية. كما يجب أن يكون الطلب

1- الأمر 06/03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالعلامات التجارية (ج.ر.ج. رقم 44).

2- بن فضة عصام، المرجع السابق، ص 34-35.

الفصل الاول : الاطار المفاهيمي و القانوني للعلامة التجارية

مرفوقا منها: الوكالة المسلمة إلى الوكيل المفوض، المستندات المتعلقة بالأولوية، السند الذي يثبت دفع الرسوم... إ.خ.¹

ينتج إيداع العلامة آثاره لمدة عشر سنوات لكن يجوز أن تستمر الحماية القانونية إذا قام المعني بالأمر بتجديد إيداعه وعلى ذلك يلاحظ أنه يمكن تجديد الإيداع كلما انتهت المدة المحددة قانونا.²

ثانيا: فحص الإيداع

أوجب المشرع بعد إيداع العلامة بغرض تسجيلها ضرورة فحصها من حيث الشكل والمضمون.

ويقصد بفحص العلامة من حيث الشكل تأكد المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية من أن طلب الإيداع مستوفي للشروط القانونية، وإذا ما تبين أن الملف مقبول تقوم المصلحة المختصة بتحرير محضر يثبت تاريخ الإيداع، وساعته ومكانه، ورقم التسجيل. وتعد هذه الوثيقة ذات أهمية بالغة لفض النزاعات المحتملة التي يمكن أن تقع بين عدة مودعين نظرا للبيانات المدرجة فيه.³

في حالة عدم استيفاء الشروط يطلب من المودع أو موكله تسوية الطلب في أجل شهرين، ويمكن تمديده لنفس المدة بناء على طلب معلل من صاحب طلب الإيداع وعند عدم التسوية في الآجال المحددة ترفض المصلحة المختصة طلب التسجيل.

1- داوي وثام، المرجع السابق، ص 13.

2- إن عدد التجديدات غير محدد و يجب القيام بعملية التجديد ابتداء من اليوم الذي يلي تاريخ انقضاء التسجيل حسب المادة (05) من الأمر 06/03.

3- داوي وثام، المرجع السابق، ص 13.

الفصل الاول : الاطار المفاهيمي و القانوني للعلامة التجارية

ثالثا: تسجيل العلامة ونشرها

يقصد بالتسجيل القرار الذي يتخذه مدير المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية والذي يؤدي إلى قيد العلامة في فهرس خاص، أو في الدفتر العمومي الذي يمسكه المعهد والذي يذكر فيه كافة العلامات التجارية أو الصناعية أو الخدمة والرسوم والنماذج الصناعية والاختراعات وتسميات المنشأ التي تم تسجيلها حسب الأصول¹.

إذا قرر مدير المعهد أن ملف الإيداع صحيحا وأن العلامة المطلوب حمايتها جاءت محترمة للأحكام القانونية، يجري تسجيلها، ويثبت الإيداع بواسطة محضر يذكر فيه يوم وساعة تسليم الطلب والمستندات الإثباتية أو استلام الظرف البريدي الذي يتضمن الملف، ويترتب على تسجيل العلامة تسليم أو إرسال نسخة من المحضر إلى المعني بالأمر، وتعتبر هذه الوثيقة بمثابة سند ملكية العلامة.

فيما يخص النشر يتكلف به المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويقصد به عملية نشر إيداع العلامة في النشرة الرسمية للإعلانات القانونية.²

المطب الثاني: آثار اكتساب العلامة التجارية وانقضاؤها

إن الحق في ملكية العلامة التجارية يكتسب بالتسجيل وتمنح طبقا للأمر 06/03 لأول شخص استوفى الشروط اللازمة لصحة الإيداع أو الشخص الذي أثبت أقدم أولوية لإيداعه حسب مفهوم اتفاقية باريس. وعليه يكتسب ملك العلامة حقوق شرعية يمكن أن ترد عليها عدة تصرفات

1- في هذا الصدد، خول المشرع الجزائري للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية المكلف بالخدمة العمومية وممارسة صلاحية الدولة في مجال الملكية الصناعية وتنفيذ سياساتها الوطنية في هذا المجال وحماية الحقوق المعنوية للمبدعين طبقا لنص المادة (06) من المرسوم التنفيذي 68/98.

2- داوي وثام، المرجع السابق، ص 15-16.

الفصل الاول : الاطار المفاهيمي و القانوني للعلامة التجارية

قانونية كالبيع والشراء والتنازل والترخيص والرهن والحجز، أو قد تنتهي هذه الحقوق بسبب أو بآخر.

الفرع الأول: آثار اكتساب العلامة التجارية

يرتب المشرع الآثار القانونية على أي تصرف أو واقعة قانونية بعد استيفاء الشروط التي يحددها، وهكذا الحال بالنسبة لطلب تسجيل علامة تجارية، فبعد استيفاء العلامة التجارية الشروط الشكلية والشروط الموضوعية السابق وتام تسجيلها يترتب آثاره قانونية، وجوهرها يكمن في تمتع العلامة التجارية بالحماية القانونية المنصوص عليها في القانون، وكذلك ثبوت ملكية العلامة التجارية لمن قام بتسجيلها.

بعد تسجيل العلامة حسب نص المادة (05) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات لدى المصلحة المختصة وهي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، يثبت لصاحبها الحقوق التالية:¹

أولاً: حق احتكار استعمال العلامة من خلال حق الاستثناء واحتكار استعمال واستغلال العلامة على منتجاته أو خدماته.

ثانياً: حق التصرف الذي يخول لصاحب العلامة سلطة إما التنازل عنها أو بيعها أو رهنها، وذلك بالترخيص للغير في استغلالها.

1- بسكري رفيقة، الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد 06، العدد 02، ماي 2019، ص 407.

الفصل الاول : الاطار المفاهيمي و القانوني للعلامة التجارية

ثالثا: حق التنازل عن العلامة التجارية وفق ما قرره المشرع في المادة (09) من الأمر 06/03 على: "...فإن الحق في ملكية العلامة يخول لصاحبه حق التنازل ومنح رخص استغلال".
والتصرف في العلامة يعني بيعها (التنازل بمقابل)، ويجوز بيعها كليا أو جزئيا بجميع السلع التي سجلت من أجلها أو جزء منها فقط.
كما يمكنه رهنها أثناء رهن المحل لكونها من عناصره المعنوية، أو يمكن رهن العلامة بصورة منفصلة عنه. وهذا الرهن يخضع لقواعد رهن المحل التجاري سواء من حيث شروط الانعقاد أو من حيث الآثار.

الفرع الثاني: انقضاء العلامة التجارية

ينقضي حق مالك العلامة التجارية في علامته في الحالات التالية:¹

أولا: عدم التجديد كحق لمالك العلامة الذي يستطيع أن يتخلى عن حقوقه لأسباب تجارية أو شخصية، بالرغم من أن القانون يجيز له تجديد مدة الحماية القانونية المقررة للعلامة بـ: 10 سنوات قابلة للتجديد لمرات متتالية.

ثانيا: التخلي عن العلامة من طرف صاحبها حتى لو كان ذلك بطريقة غير صريحة، أي ضمنا يفهم بعدم اعتراضه على استعمال الغير لعلامته دون ترخيص منه أو عدم متابعته قضائيا.

1 - بسكري رفيقة، المرجع السابق، ص 410.

الفصل الاول : الاطار المفاهيمي و القانوني للعلامة التجارية

ثالثا: إبطال العلامة يكون من طرف الجهات القضائية المختصة بأثر رجعي من تاريخ الإيداع، وذلك بطلب من المصلحة المختصة أو من الغير عندما يتبين بأنه كان لا ينبغي تسجيل العلامة لسبب من الأسباب المذكورة في الفقرات 1 إلى 9 من المادة (7) من الأمر 06/03.

رابعا: إلغاء العلامة بطلب إما من المصلحة المختصة أو الغير الذي له مصلحة في ذلك.

الفصل الثاني
الجرائم الواقعة على العلامة التجارية
وطرق الحماية

الفصل الثاني : الجرائم الواقعة على العلامة التجارية و طرق الحماية

مع التقدم التقني والتكنولوجي، وغزو التجارة الإلكترونية والاعتماد عليها يكون المثير للجدل مدى ملائمة وكفاية القوانين الوطنية في توفير الحماية القانونية اللازمة والمعتادة للعلامات التجارية، فالاعتداء على العلامة التجارية لم يعد قاصراً على العالم المادي الملوس بل تعداه إلى العالم الافتراضي فالعديد من العلامات التجارية تسجل كأسماء نطاق لمواقع إلكترونية على ممن ليس لهم حق في تلك العلامات فظهر هناك العديد من الاعتداءات على العلامات التجارية تقف الحدود الإقليمية للدول مانعاً من ملاحقتها ومكافحتها.

لذلك، تقوم المسؤولية الجزائية على المعتدي على العلامة التجارية متى كانت مسجلة تسجيلًا صحيحًا مع توافر أحد صور الاعتداء التي جرمها المشرع جزائياً وإن كانت في البيئة الإلكترونية، كالتعدي الحاصل بتقليد العلامة أو تزويرها واستخدامها بشكل يضر بحقوق صاحب العلامة التجارية .

بالرجوع للمواد (31،33) من الأمر 06/03، والمادة (38) من قانون 02/04 نجدها كلها تنص على الجرائم الماسة بالعلامات التجارية.

ويعتمد المشرع الجزائري على معيار تسجيل العلامة التجارية لدى المصلحة المختصة كأساس لنيل العلامة التجارية للحماية الجزائية، وهذا طبقاً لنص المادة 27 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، وذلك بقولها "لا تعد الأفعال السابقة لنشر تسجيل العلامة مخلة للحقوق المرتبطة بها، غير أنه يمكن متابعة الأعمال اللاحقة بتبليغ نسخة من تسجيل العلامة للمقلد المشتبه فيه".

وعليه، سيتم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين كما يلي:

المبحث الأول: الجرائم الواقعة على العلامة التجارية

المبحث الثاني: طرق حماية العلامة التجاري

الفصل الثاني : الجرائم الواقعة على العلامة التجارية و طرق الحماية

المبحث الأول: الجرائم الواقعة على العلامة التجارية

قد يكون الاعتداء على العلامة التجارية بطريقة مباشرة من خلال تقليدها أو تزويرها، كما يمكن أن يقع بطريقة غير مباشرة على ذاتية العلامة التجارية، وقد يكون هناك تعدي على ملكية العلامة التجارية والذي يعد من جانبنا أخطر أنواع التعدي، كونه قد يؤول إلى نزع الملكية عن العلامة التجارية، وهذا ما سوف نوضحه في هذا المبحث.

المطلب الأول: الاعتداء المباشر على ذاتية العلامة التجارية

تعد حالة تزوير العلامة التجارية أو تقليدها من جرائم الاعتداء على العلامة التجارية المسجلة، والفرق بين تقليد العلامة وتزويرها أن الأول يكون باتخاذ علامة تشبه في مجموعها العلامة الأصلية، أما الثاني يكون بالنسخ الكامل للعلامة التجارية، أو على الأقل نسخ الجزء الأساسي المميز للعلامة التجارية، ويكون بقصد الخداع والتضليل.¹ وقد عالج المشرع الجزائري ذلك في نصوص القانون.

الفرع الأول: جريمة تزوير العلامة التجارية

هذه الجريمة تعتبر الأساس في الجرائم التي تقع على الحق في العلامة التجارية. ويقصد بتزوير العلامة النقل الحرفي للعلامة التجارية، لذلك لا يعد تزويرا للعلامة إلا النسخ الكامل أو

1- امجد مفلح غانم الحمد، صور الاعتداء على العلامة التجارية في البيئة التقليدية والرقمية في التشريع الأردني: دراسة مقارنة، كتاب المؤتمر الدولي للملكية الفكرية على المؤلفات، المنعقد يومي 27-28 مارس 2020، مركز جيل البحث العلمي، لبنان، ص 92.

الفصل الثاني : الجرائم الواقعة على العلامة التجارية و طرق الحماية

على الأقل نسخ الجزء الأساسي المميز للعلامة، بطريقة تضلل الجمهور عند شراء البضاعة، خاصة عند عدم وجود العلامتين تحت أنظار المستهلك.¹

يرى البعض أن التزوير هو "النقل العلامة نقلا كاملا مطابقا أو نقل الأجزاء الرئيسية منها بحيث تكون العلامة المزورة مطابقة للعلامة الأصلية". فوفقا لهذا الرأي لا يهم أن يكون تزوير العلامة شاملا لكل العلامة أو نقلا طبق الأصل لها، بل يمكن نقل أجزاء رئيسية منها.

فالتزوير إذن هو نقل حرفي لعلامة تجارية بحيث يقوم المعتدي (المزور) باستخدامها لخلق أو اصطناع علامة تجارية له دون وجه حق، أو قيامه بنقل وأخذ العلامة الأصلية بالكامل واستخدامه دون وجه حق على المنتجات و سلع أخرى غير تلك السلع أو المنتجات التي سجلت أو استعملت بالأساس للدلالة عليهما، من خلال المادة طبعها أو نقشها أو حفرها أو رسمها على المنتجات.²

ويتطلب لقيام جريمة تزوير العلامة توافر الركن المادي المتمثل في فعل التزوير، الذي يتم إما بصورة تؤدي إلى خداع غيره وتضليله وبالتالي عدم استطاعته التمييز بين البضائع التي تحمل علامة مزورة وتلك التي تحمل العلامة الأصلية؛ وثانيهما أن يتم ذلك بدون موافقه صاحب العلامة.

وتطبيقا لذلك قضي بأن جريمة تزوير العلامة التجارية تكون إذا أضاف المزور إلى علامة الغير اسمه الشخصي أو أية علامة إضافية، وأنه لا يلزم استعمال العلامة المزورة.

1- درماش سامية، الحماية المدنية للعلامة التجارية من المنافسة غير المشروعة، مذكرة ماستر في الحقوق، تخصص: ملكية فكرية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2013-2014، ص 16.

2- بولحية نبيل، حماية العلامة التجارية في القانون الجزائري، مذكرة ماستر في الحقوق، تخصص: قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حمه اخضر، الوادي، 2016-2017، ص 38.

الفصل الثاني : الجرائم الواقعة على العلامة التجارية و طرق الحماية

أما الركن المعنوي، فيقوم على عنصرين وهما: اتجاه إرادة الجاني نحو إحداث النشاط الإجرامي (تغيير الحقيقة)، والعلم بكافة عناصر الركن المادي لجريمة التزوير والسابق بيانها.

الفرع الثاني: جريمة تقليد العلامة التجارية

يعتبر تقليد العلامة ماسا بمصالح صاحب العلامة، ومضرا بحقوقه الاستثنائية، وماسا كذلك بمصالح وصحة المستهلك، باعتبار أن العلامة هي وسيلة لتعرف على المنتجات، ورمز للثقة والجودة. فتقليد العلامة التجارية لم يعد مقتصرًا على المنتجات عالية الجودة والمشهورة، وإنما امتد ليشمل كل المنتجات ومهما كانت طبيعتها.¹

المشرع الجزائري لم يقدم تعريفًا للتقليد، ولم يحدد الأشكال التي يتخذها المساس بالحقوق الاستثنائية لصاحب العلامة رغم تجريمه للفعل. ويمكن تقديم تعريفًا فقهيًا للتقليد.

التقليد في مفهومه هو اصطناع علامة مطابقة تمامًا للعلامة الأصلية، فهو الاقتصار على مجرد نقل العناصر الأساسية للعلامة أو نقل بعضها نقلًا حرفيًا مع إجراء بعض الإضافات والتغييرات، فيصعب التفريق بين الأصلي والمقلد.²

بالنسبة للتقليد الإلكتروني للعلامة التجارية، فهو يعني كل محاكاة لعلامة تجارية تماثل في مجموعها العلامة الأصلية باستعمال الحاسوب الإلكتروني ومن خلال الاتصال بالانترنت، بحيث يترتب على ذلك إحداث الخلط واللبس لدى الجمهور من مستخدمي الانترنت في العالم.³

1- بن جديد فتحي، المرجع السابق، ص 37.

2- المرجع نفسه، ص 40.

3- حمادي محمد رضا ويوسفات على هاشم، الحماية الجزائرية للعلامة التجارية من التقليد عبر الانترنت في القانون الجزائري، مجلة الحقيقة، المجلد 17، العدد 04، ديسمبر 2018، ص 26.

الفصل الثاني : الجرائم الواقعة على العلامة التجارية و طرق الحماية

تنص المادة (27) من قانون 02/04 على أنه "تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في مفهوم أحكام هذا القانون تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته ..."¹.

إن التقليد الذي ينتج أثره في دعوى التقليد، هو الذي من شأنه تضليل المستهلكين، وإحداث الخلل واللبس بين المنتجات، والمعيار المعتمد في تقدير ذلك هو ما يندفع به المستهلك العادي المتوسط الحرص والانتباه، وليس المستهلك الغافل المهمل الذي يقتني السلعة دون فحص عادي، أو المستهلك شديد الحرص اليقظ الذي يكثر الفحص والتدقيق قبل الاقتناء.²

التقليد إما أن يكون اصطناع لعلامة مطابقة تظابقاً تاماً للعلامة الأصلية، أو ص نع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية، بحيث أنه يمكن للعلامة الجديدة أن تضلل المستهلك وتجذبه إليها ظناً من أنها العلامة الأصلية، لأن المظهر العام يوحي أنهما متشابهان رغم اختلافهما في الجزئيات، وهذه الصورة الأخيرة هي الأكثر شيوعاً في الواقع العملي.³

المطب الثاني: الاعتداء غير المباشر على ذاتية العلامة التجارية

يعد الاعتداء على ملكية العلامة التجارية من أخطر أنواع الاعتداءات التي تواجه العلامات التجارية، ويكون ذلك باغتصاب العلامة التجارية غير المسجلة بغير تقليد أو تزوير، وإنما الاعتداء على مادية العلامة التجارية بقصد تملكها، واستعمالها على ذات المنتجات، الأمر هنا

1- القانون 02/04 المؤرخ في 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية. (ج.رج.ز: 41).

2- حمادي محمد رضا ويوسفات على هاشم، المرجع السابق، ص 27.

3- المرجع نفسه، ص 29.

الفصل الثاني : الجرائم الواقعة على العلامة التجارية و طرق الحماية

لا يتعلق بواقعة تقليد العلامة أو تزويرها وإنما ينصب على واقعة تملك علامة تجارية مملوكة للغير من أجل الاستيلاء على ملكيتها.¹

ويأخذ الاعتداء غير المباشر على العلامة التجارية عدة صور نوردتها بالاتي:

الفرع الأول: جريمة بيع بضائع تحمل علامة تجارية مزورة أو مقلده

تمثل هذه الجريمة في بيع بضائع استعملت لها علامة تجارية مزورة أو مقلدة أو عرضها للبيع أو إحرازها بقصد البيع، أو لأي غاية أخرى من غايات التجارة والصناعة. وهذا هو الركن المادي في هذه الجريمة.

فالركن المادي تفترض هذه الصورة أنه توجد بضائع تحمل علامة مزورة أو مقلدة ثم يقوم المتهم ببيع تلك البضائع، ويعتبر من قام بفعل البيع مرتكباً لهذه الجريمة سواء حقق ربحاً أم لحقته خسارة، حتى ولو حدث البيع مرة واحدة فقط. ويقع الجرم على البائع وحده دون المشتري إلا إذا قام هذا الأخير بإعادة بيع تلك البضائع وهو يعلم بحقيقتها، أي يعلم أنها تحمل علامة مزورة أو مقلدة.²

يتمثل هذا الركن المعنوي في توافر قصد الاحتيال، بحيث يعلم الفاعل أن هذه البضائع المعروضة من قبله بقصد البيع تحمل علامة تجارية مزورة أو مقلدة ويقوم ببيعها بقصد خداع الجمهور وغشهم والتحايل عليهم، وعلى من يدعي عرض بضائع تحمل علامة مسجلة باسمه وحيازتها دون وجه حق بقصد بيعها إثبات ذلك بكافة طرق الإثبات كونها من الوقائع المادية.

1- امجد مفلح غانم الحمد، المرجع السابق، ص 93.

2 - محمود أحمد عبد الحميد مبارك، المرجع السابق، ص 85.

الفصل الثاني : الجرائم الواقعة على العلامة التجارية و طرق الحماية

يمكن استخلاص نية الاحتيال من شواهد وظروف الحال التي قد تبعث على الشك والريبة، كما تمنع المتهم عن تقديم الدفاتر التجارية أو وجود الكشط فيها بكثرة أو قيود صورية، أو امتناعه عن ذكر مصدر تلك البضائع، أو بيع البضائع التي تحمل علامة مزورة أو مقلدة بأثمان جد منخفضة عن أثمان البضائع التي تحمل العلامة الأصلية.¹

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

تأخذ هذه الصورة من صور التعدي حكم جريمة بيع بضاعة استعملت لها علامة تجارية مقلدة أو مزورة، سواء تم بيع البضاعة أو مازالت في طور العرض، ويعد من هذا القبيل استعمال العلامة المقلدة على الأوراق الخاصة بالتجارة أو الإعلانات أو بوضعها في عنوان المحل التجاري، بقصد تصريف منتجات منافسة لا تحمل العلامة المقلدة.²

غالباً ما تقع هذه الجريمة على العلامات التجارية التي تتخذ صورة أو نموذج أو أشكال مميزة، كما هو الحال استعمال زجاجات تحمل العلامة الحقيقية وتعبئتها بمشروبات أخرى، ومثال ذلك ما يحدث بالنسبة لزجاجات العطور ذات الماركة العالمية عندما يتم تعبئتها بمواد أقل جودة من المادة المعبئة فيها أصلاً.

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

1- المرجع نفسه، ص 86.

2- امجد مفلح غانم الحمد، المرجع السابق، ص 93.

الفصل الثاني : الجرائم الواقعة على العلامة التجارية و طرق الحماية

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 البيع¹.

نجد أيضاً 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 التعبئة².

المبحث الثاني: طرق حماية العلامة التجارية

المشرع الجزائري حاول تنظيم الحماية المدنية والحماية الجزائية للعلامات التجارية في إطار قوانين أكثر تفصيلاً من خلال إدماج أحكام جديدة أكثر دقة في قانون العلامات تخص عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية لإضفاء حماية أكثر فعالية من خلال بيان التزامات المرخص له والتي ترتب المسؤولية العقدية له في حال مخالفتها، وكذا توضيح صور الخطأ والتعدي على العلامة التجارية سواء في إطار تعاقدية أو في إطار أحكام المنافسة غير المشروعة وكذا عناصر التعويض تطبيقاً لنص المادة (124) من القانون المدني الجزائري.

كما نظم المشرع الجزائري الحماية الحدودية للملكية الفكرية واعترف بأهمية دور الجمارك في منع التعدي على الملكية الفكرية وذلك بموجب قانون المالية لسنة 2008، إذ تم

1- درماش سامية، المرجع السابق، ص 19.

2- المرجع نفسه، ص 19.

الفصل الثاني : الجرائم الواقعة على العلامة التجارية و طرق الحماية

استحداث المادة (15) مكرر 2 بموجب المادة 41 من هذا القانون لتتضمن نفس أحكام المادة (22) مكرر 1 من قانون الجمارك.¹

المطلب الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

اشترط المشرع لقيام الحماية المدنية أن تكون العلامة التجارية مسجلة وفق الأصول الواردة في القانون. وأن إتمام عملية التسجيل للعلامة التجارية بالشكل المنصوص عليه في القانون ينتج عنه اعتراف قانوني بهذه العلامة، ويتجسد هذا الاعتراف في الاستفادة من الحماية القانونية التي يربتها القانون لتلك العلامة المسجلة وتتجلى هذه الحماية في أن صاحب العلامة التجارية قرر له القانون دعوى قضائية من خلالها يطلب حماية القضاء لحقه في العلامة التجارية ويمكن أن يقاضي كل من يعتدي على هذا الحق.

وصور الحماية المدنية للعلامات التجارية تنحصر في: دعوى المنافسة غير مشروعة، إجراءات الحذف والتحفظ.

الفرع الأول: دعوى المنافسة غير المشروعة

الحق في المنافسة المشروعة متاح لكل تاجر، ويتمثل هذا الحق في مجموعة من السلطات والصلاحيات التي تمكنه من استخدام كافة الوسائل العادلة التي لا تتعارض مع الأعراف والعادات التجارية، ومن باب أولى أن لا تتعارض مع الضوابط التي يحددها القانون.

1- القانون 98-10 المؤرخ في 22 أوت 1998 المعدل والمتمم للقانون 79-07 المتضمن قانون الجمارك. (ج، ر عدد 61 الصادرة في 23 أوت 1989) ..

الفصل الثاني : الجرائم الواقعة على العلامة التجارية و طرق الحماية

من أجل تحقيق أفضل النتائج. وإذا خرج التاجر عن هذه الصلاحيات والسلطات وضوابطها القانونية عندئذ توصف أفعاله بأنها غير مشروعة بحيث يترتب عليه مسؤولية¹.

نظم المشرع الجزائري في الأمر 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، قواعد متعلقة بشفافية الممارسات التجارية ونزاهتها 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 مشروعة².

وعرفت اتفاقية باريس المتعلقة بحماية الملكية الصناعية "المنافسة غير المشروعة" في المادة (3/10) منها: "تعتبر من أعمال المنافسة غير المشروعة كل منافسة تتعارض مع العادات الشريفة في الشؤون الصناعية أو التجارية"³.

تعد دعوى المنافسة غير المشروعة من أهم الصور التي ترد على حماية العلامة التجارية. والهدف من رفع دعوى المنافسة غير المشروعة هو التعويض عن الضرر الواقع فعلاً فإنه يستلزم توافر أركان المسؤولية التقصيرية من ضرر وخطأ وعلاقة سببية بينهما.

المشرع الجزائري لم ينظم دعوى المنافسة غير المشروعة ولم يبين شروطها ولا أساسها القانوني واكتفى بذكر بعض الممارسات التي اعتبرها ممارسات غير مشروعة، ففي إطار العلامات التجارية ذكر المشرع أن تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به، قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك، يشكل منافسة غير مشروعة.

1- محمود أحمد عبد الحميد مبارك، المرجع السابق، ص 39.

2- درماش سامية، المرجع السابق، ص 9.

3- المرجع نفسه، ص 10.

الفصل الثاني : الجرائم الواقعة على العلامة التجارية و طرق الحماية

لقد حاول الفقه والقضاء إعطاء أساس قانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة مستمدان من الأحكام العامة في المسؤولية المدنية فقد حاول البعض إسناد هذه الدعوى إلى أحكام المسؤولية التقصيرية والبعض الآخر إلى نظرية التعسف في استعمال الحق، إلا أن الاتجاه الحديث حاول إعطاء أساس جديد تقوم عليه دعوى المنافسة غير المشروعة بعيدا عن القواعد العامة في المسؤولية القائمة على المسؤولية التقصيرية وبعيدا كذلك على نظرية التعسف في استعمال الحق.

حيث يذهب هذا الاتجاه إلى أن الحق في المنافسة هو حق ذو طبيعة مركبة يجمع بين سمات الحق الشخصي والحق العيني، ومن بين عناصره أيضا حقوق ملازمة لشخصية الإنسان فحق المنافسة ذو طابع مالي وأدبي معا، وإذا كانت طبيعة الحق هي التي تحدد نوع الدعوى من حيث كونها شخصية أو عينية أو عقارية أو منقولة، إلا أن ذلك لا ينطبق إلا على الحقوق المالية، ونظرا لكون الحق في المنافسة هو حق مركب يشمل مزيج بين العنصر البشري المتمثل في شخصية المنافس ومعاونيه وبين العناصر المالية التي يضارب بها المنافس ويقوم بنشاطه، ومن ثم فإن الدعوى التي تحمي المنافسة لا تدخل في نطاق التقسيم التقليدي للدعوى.¹

من المشرع الجزائري لمالك العلامة التجارية المسجلة وحده الحق في رفع دعوى مدنية للفصل في موضوع المساس بحقوقه عليها وذلك بمجرد إثباته أن مساسا بحقوقه أصبح وشيكا، أي أنه لا يشترط لقبول الدعوى أن يكون الضرر فعليا ويكفي الضرر الاحتمالي كأن تكون العلامة قيد التقليد الوشيك حتى ولو لم تقلد وتوزع بعد.²

1- ميلود سلامي، دعوى المنافسة غير المشروعة كوجه من أوجه الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون الجزائري، دفاتر السياسية والقانون، العدد 06، جانفي 2012، ص 180.

2- المادة (29 / 2) من الأمر 06/03.

الفصل الثاني : الجرائم الواقعة على العلامة التجارية و طرق الحماية

إن الأصل أن رافع دعوى المنافسة غير المشروعة لا يقتصر على مالك العلامة التجارية المسجلة طالما وأن القانون منح له حق حماية علامته عن طريق اللجوء إلى الدعوى المدنية التي تستند إلى أحكام الأمر 06/03، وأن المشرع يكتفي في ذلك بمجرد احتمال وقوع ضرر لمالك العلامة، ومن ثم فإن دعوى المنافسة غير المشروعة يمكن أن يرفعها من أصابه ضرر جراء المنافسة غير المشروعة سواء أكان المنتج للعلامة أو الموزع لها كما يمكن للمستهلكين رفع هذه الدعوى للتعويض.¹

إذا توافرت شروط قيام المنافسة غير المشروعة، يجوز للشخص المتضرر رفع دعوى قضائية للمطالبة بالتعويض ووقف أعمال الاعتداء. ذلك أن دعوى المنافسة غير المشروعة هي دعوى علاجية ووقائية في آن واحد فهي لا تقتصر على الحكم بالتعويض عن الضرر المالي والأدبي فحسب، إنما تهدف أيضا إلى منع وقوعه وإيقاف الاستمرار فيه.

يجوز للمحكمة أن تأمر بمصادرة المنتجات والأدوات، كما يجوز لها أن تأمر بإتلاف الأختام ونماذج العلامة المعنية، وقد منح المشرع الجزائري سلطات واسعة للقضاء في اتخاذ التدابير اللازمة لإيقاف الاستمرار في المنافسة غير المشروعة، أما إذا استمرت هذه المنافسة غير المشروعة بعد صدور الحكم فيمكن للمضرور رفع دعوى جديدة يطالب فيها بالتعويض عن الأضرار اللاحقة لصدور الحكم، وفي هذه الحالة يصدر الحكم بالتعويض إضافة إلى الغرامة التهديدية.²

1- ميلود سلامي، المرجع نفسه، ص 181.

2- بوبشطولة نسمة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة ماجستير في الحقوق، تخصص: قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، محمد لمين دباغين، سطيف 2، 2014-2015، ص 31.

الفصل الثاني : الجرائم الواقعة على العلامة التجارية و طرق الحماية

ما ينبغي قوله أنه في مجال المنافسة غير المشروعة فإنه لا يمكنه إطلاقاً إثبات الضرر وإنما يكفي إثبات وقوع أفعال المنافسة غير المشروعة لذلك يلجأ قاضي الموضوع إلى تقدير التعويض تقديراً جزافياً مستخلصاً ذلك من طبيعة أعمال المنافسة غير المشروعة، وهناك بعض الحالات من أفعال المنافسة غير المشروعة لا يترتب عليها أي ضرر وإنما تهدف الدعوى في هذه الحالة إلى إزالة الوضع غير المشروع بالنسبة للمستقبل، وهو ما يسمى بوقف الاعتداء وهو أحد صور الحماية المدنية للعلامة التجارية،¹ فقد أجاز الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات لصاحب تسجيل العلامة إذا أثبت أن مساس بحقوقه أصبح وشيكاً أن يلجأ للمحكمة المختصة للفصل في المساس بالحقوق (التعويض)، والأمر بمصادرة الأشياء والوسائل التي استعملت في التقليد وإتلافها.²

الفرع الثاني: إجراءات الحذف والتحفظ

تعد عناية المشرع بشأن حماية حق مال العلامة عناية خاصة، حيث لم يقتصر على منح المعني بالأمر حق رفع دعوى مدنية أو جزائية، بل نص كذلك على إجراءات تحفظية تدخل في إطار الحماية المدنية، حيث يجوز له اتخاذها قبل رفع دعوى التقليد، حتى يتمكن من إثبات فعل الاعتداء، ورغبة منه في تحقيق أقصى حماية ممكنة للعلامات التجارية.

يجوز لمالك العلامة التجارية المسجلة طلب توقيع الحجز التحفظي على الأدوات والأشياء التي استعملت في ارتكاب الجريمة، والحجز هنا إجراء تحفظي مقدر لمصلحة مالك العلامة. ويقصد بهذا الإجراء تحرير محضر حصر ووصف تفصيلي عن الآلات والأدوات التي تستخدم أو تكون قد استخدمت في ارتكاب الجريمة، وعن المنتجات أو البضائع وغيرها من

1- ماهر فوزي حمدان، حماية العلامات التجارية، منشورات الجامعة الأردنية، الأردن، طبعة 1999، ص 83.

2- المادة (3/29) من الأمر 06/03.

الفصل الثاني : الجرائم الواقعة على العلامة التجارية و طرق الحماية

الأشياء التي وضعت عليها العلامة، أما الحجز فيتم بوضع هذه المنتجات والآلات تحت تصرف قانوني، ويجوز الاستعانة بخبير أو أكثر لمساعدة المحضر في عمله.¹

يجوز لمالك العلامة التجارية أن يستصدر بناء على عريضة أمرا باتخاذ الإجراءات التحفظية اللازمة، وعلى الأخص إجراء الوصف المفصل وذلك مع إرفاق الطلب بشهادة تثبت تسجيل العلامة. والهدف من الحجز هو إثبات وقائع يمكن أن تزول أدلتها، ويجوز لصاحب العلامة المبادرة بهذا الإجراء وذلك خلال مهلة شهر وإلا بطل.

بعد تحديد نطاق ضبط المعدات عندئذ تقرر المحكمة إن من اللازم الحجز أم لا؟ حيث يلاحظ أن الأمر جوازي للمحكمة في توقيع الحجز من عدمه كما لها سلطة توقيعه كلية أو على جزء فقط، ويجب أن يتبع برفع دعوى مدنية أو جزائية خلال المدة القانونية.²

المطلب الثاني: الحماية الجنائية للعلامة التجارية

يقصد بالحماية الجزائية تلك الحماية الخاصة عن طريق فرض جزاء جنائي والمتضمنة تدخل المشرع صراحة بالنص على صور الاعتداء على العلامة التي تدخل في نطاق التجريم، حيث يقوم المشرع بتحديد الأفعال التي يعتبر القيام بها من قبيل الاعتداء المجرم ويحدد الجزاءات الواجبة بشأنها.

والحماية الجزائية لا تقوم إلا إذا اعتدى على علامة تجارية طوال فترة تسجيلها فالتسجيل هو شرط جوهري وليس شكلي ثانوي، وبالتالي عدم تسجيل العلامة التجارية يمنع من إقامة الدعوى الجزائية على الغير بحجة التقليد أو استعمال العلامة على منتجات، أو خدمات مماثلة

1- بويشطولة نسمة، المرجع السابق، ص 67.

2- بويشطولة نسمة، المرجع السابق، ص 68.

الفصل الثاني : الجرائم الواقعة على العلامة التجارية و طرق الحماية

طبقا لمبدأ التخصيص، حيث إن التسجيل يمكّن الغير من الاطلاع على التفاصيل المتعلقة بالعلامة المسجلة، وبذلك في حالة استغلال هذه العلامة بغير وجه حق وتقليدها فإنه يرتب العقاب¹.

على العموم، تتدرج الحماية الجزائية المقررة للعلامة التجارية ضمن صورة التجريم والعقاب وقد نظم التشريع الجزائري الحماية الجنائية للعلامات في المواد من 18 إلى 68 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية، وقد جاءت هذه المواد ضمن الباب الرابع الذي يحمل عنوان المساس بالحقوق والعقوبات، حيث تناولت هذه المواد الأفعال التي تشكل اعتداء على ملكية العلامة المسجلة، كما نظمت إجراءات رفع الدعوى الجزائية ضد الاعتداءات الواقعة على ملكية العلامة أو تقليدها، كما قررت جزاءات خاصة لدرء تلك الأفعال، وهذا ما زاد تحسينا للحق في ملكيتها².

الفرع الأول: العقوبات الأصلية

بالنسبة لجريمة التزوير، فقد 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 الأصلية³.
أما مسألة تقدير تقليد العلامة التجارية من عدمه من الأمور الواقعية التي يترك أمر تقديرها لمحكمة الموضوع، حيث يكون لها مطلق السلطة في هذا الصدد دون رقابة عليها من المحكمة

1- امجد مفلح غانم الحمد، المرجع السابق، ص 93.

2- بوبشطولة نسمة، المرجع السابق، ص 34

3- درماش سامية، المرجع السابق، ص 9.

الفصل الثاني : الجرائم الواقعة على العلامة التجارية و طرق الحماية

العليا، وعلى هذا الأساس توصل القضاء إلى وضع بعض المعايير لتقدير التقليد والتشبيه كالعبارة بأوجه التشابه بين العلامتين لا بأوجه الاختلاف، والعبارة بالمظهر العام أو الصورة العامة لا بالعناصر الجزئية، والعبارة كذلك بالمستهلك العادي أي المستهلك المتوسط الحرص والانتباه، فلا يؤخذ بتقدير المستهلك الشديد الحرص الذي يقوم بالفحص والتدقيق والتحري عند الشراء.¹

إن ظاهرة التقليد انتشرت ولا يمكن مكافحتها بصورة فعالة، إلا بالنص على عقوبات أكثر شدة ومنح هيئات المراقبة الوسائل المادية والبشرية الملائمة، ويلاحظ أن المشرع الفرنسي تدخل مؤخرًا من أجل رفع العقوبات المطبقة على مرتكبي جنحة التقليد،² (وجعل العقوبة مختلفة حسب فعل التقليد.²

خلافًا لذلك، نص المشرع الجزائري في قانون العقوبات على الحماية القانونية المقررة للعلامات التجارية من التقليد وذلك بصفة غير مباشرة وحمى المستهلك من الأفعال المؤدية إلى المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات والتي يمكن إدراج تحتها جريمة تقليد العلامة التجارية عبر الإنترنت.

نصت المادة (32) من الأمر 06/03 على أنه: "إن كل شخص ارتكب جنحة تقليد يعاقب بالحبس من سنة أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار إلى عشرة ملايين دينار أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط مع الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة، ومصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة، وإتلاف الأشياء محل المخالفة".³

1- صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، الطبعة الثانية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 11.

2- فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، ابن خلدون للنشر والتوزيع، وهران، الجزائر، طبعة 2006، ص 158.

3- الأمر 06/03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالعلامات التجارية (ج.ج.ج.ج رقم 44).

الفصل الثاني : الجرائم الواقعة على العلامة التجارية و طرق الحماية

نصت المادة (394) مكرر من قانون العقوبات: "يعاقب بالحبس من ثلاثة أشهر إلى سنة وبغرامة من 50.000 دج إلى 100.000 دج كل من يدخل أو يبقى عن طريق الغش في كل أو جزء من منظومة للمعالجة الآلية للمعطيات أو يحاول ذلك.

وتضاعف العقوبة إذا ترتب على ذلك حذف أو تغيير لمعطيات المنظومة".

وإذا كان التعديل أو لتغيير بالإضافة عن طريق الغش فإن العقوبة تشدد حسب نص المادة (394) مكرر 01 إلى الحبس من ستة أشهر إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 500.000 دج إلى 2.000.000 دج.

الفرع الثاني: العقوبات التكميلية

تتمثل مجمل العقوبات التكميلية التي نص عليها التشريع الجزائري في:

أولاً: إتلاف السلع المقلدة

تأمر المحكمة بإتلاف السلع والمنتجات المقلدة وإتلاف الآلات والأدوات التي استعملت في تقليدها وذلك أمر جوازي، فلا ينبغي إتلاف المنتجات إلا في حالة الضرورة أي مثلا الحالات الخاصة بالدواء أو الغذاء الذي لم تتوفر فيهما المواصفات الصحية المطلوبة وعدم الصلاحية والاستفادة منهما.¹

ولا يخفى أن في إعطاء المحكمة سلطة التصرف بتلك البضائع والأشياء بالطريقة التي تراها مناسبة، مراعاة للمصلحة العامة التي يحرص المشرع على تحقيقها. ويحكم القاضي بالإتلاف في جميع الحالات سواء وقع التقليد أم كان وشي الوقوع، أما إذا ثبت للمحكمة أن حالة تلك المواد

1- بولحية نبيل، المرجع السابق، ص 44-45.

الفصل الثاني : الجرائم الواقعة على العلامة التجارية و طرق الحماية

على قدر كبير من الجودة، فينبغي أن يكون الحكم غير إتلافها كالأمر ببيعها وتوزيع ثمنها على المحتاجين أو الاستفادة منها كهبتها إلى إحدى جهات الإحسان.¹

ثانيا: المصادرة

المصادرة جزاء مالي، مضمونه نقل ملكية مال له علاقة بجريمة وقعت أو يخشى وقوعها إلى الدولة، التي تحل محل المحكوم عليه في ملكية المال من دون مقابل. حيث عرفت المادة 25 من قانون العقوبات الجزائري، المصادرة على أنها "أيلولة الدولة النهائية لمال أو مجموعة أموال معينة أو ما يعادل قيمتها عند الاقتضاء".²

يجوز للقاضي ولو في حالة التبرئة أن يحكم بمصادرة الأشياء المقلدة وعند الضرورة الأدوات التي استعملت خصيصا لصناعتها، ويجوز تسليم الأشياء المصادرة إلى صاحب العلامة وذلك بعدك الإخلال بما قد يستحق من تعويض، فالمصادرة ترمي إلى منع المقلد من مواصلة استغلال العلامة، أو منعه من إعادة صنع هذه الأشياء، كما قد تقوم المحكمة ببيعها و دفع الغرامات والتعويضات من ثمنها، كما قد تقوم بالتصرف فيها بأي طريقة تراها مناسبة.³

ثالثا: نشر الحكم القضائي

النشر دليل على ارتكاب جريمة التقليد، وحدث إدانة بارتكابه من قبل الجهة المختصة، ويجوز النشر في جريدة واحدة أو أكثر على نفقة المحكوم عليه، وذلك بهدف تعويض المتضرر وإعلام الغير المتعامل مع المقلد بوجود جنحة التقليد العلامة حيث نصر المشرع الجزائري على جواز نشر الحكم القضائي بقوله "... ومن نشر الحكم عند الاقتضاء".⁴

1- بويشطولة نسمة، المرجع السابق، ص 65.

2- المرجع نفسه، ص 63.

3- بولحية نبيل، المرجع السابق، ص 44-45.

4- بولحية نبيل، المرجع السابق، ص 45.

الفصل الثاني : الجرائم الواقعة على العلامة التجارية و طرق الحماية

رابعاً: الغلق النهائي أو المؤقت للمؤسسة

ينص المشرع على عقوبة تكميلية أخرى ملزمة للشخص الاعتباري تتمثل في الغلق النهائي أو المؤقت للمؤسسة، إضافة إلى العقوبات الأصلية.

ففي حالة الحكم على المتهم بعقوبة جزائية، يقرر القاضي المطروح أمامه الدعوى غلق المؤسسة التي استعملت لتنفيذ الجريمة، ويترتب على غلق المؤسسة منع المحكوم عليه من ممارسة النشاط (الصناعي أو التجاري) في المحل ذاته الذي ارتكبت الجريمة بمناسبةه، ويكون غلق المؤسسة إما بصفة دائمة أو مؤقتة لمدة لا تزيد عن 5 سنوات في حالة الإدانة لارتكاب جنحة التقليد.¹

ويلاحظ أن المشرع لم يبين في الأمر المتعلق بالعلامات على غرار نظيره الفرنسي مصير عمال المؤسسة بعد قرار الغلق مؤقتاً كان أو نهائياً، كما لم يحدد المدة القصوى التي لا يمكن تجاوزها في حالة الغلق المؤقت.

ولكن تأسيساً على قانون العقوبات الجزائري وحسب نص المادة 28 مكرر 2 منه، يترتب على عقوبة غلق المؤسسة منع المحكوم عليه من ممارسة النشاط التي ارتكبت الجريمة بمناسبةه، ويحكم القاضي بخمس سنوات في حالة الإدانة لارتكاب جنحة.²

1- بوبشطولة نسمة، المرجع السابق، ص 65.

2- المرجع نفسه، ص 65.

خاتمة

توصلنا بعد دراسة موضوع (الجرائم الواقعة على العلامة التجارية) أن العلامة التجارية دليل مهم للمستهلك يمكنه من خلالها التعرف على مصدر المنتجات والخدمات وتميزها، وبالتالي تسهيل العملية التسويقية عليه، إلا أنها معرضة لمخاطر التزوير والتقليد، مما جعل الدول تسعى جاهدة إلى تبني نظام حمائي يكفل لها حماية العلامات التجارية، وذلك بإصدار نصوص قانونية وطنية وإبرام معاهدات دولية للبحث في أحكام العقوبات المقرر على مختلف الجنح الناتجة عن تزوير وتقليد العلامات التجارية.

الحماية المدنية لا تكفي وحدها لمنع الاعتداء على العلامة التجارية بل توسع المشرع في الحماية القانونية ليشمل عنصر العقاب على المعتدي وذلك من خلال دعوى جزائية يرفعها صاحب العلامة التجارية على المعتدي.

من ناحية أخرى، الجرائم التي ترتكب في حق أسماء النطاق، أو المواقع الإلكترونية تتطلب وجود حماية خاصة لها، إلا أن التشريعات الوطنية قاصرة عن ذلك ويعزى السبب إلى النمو البطيء للتجارة الإلكترونية في الوطن العربي، والتخوف من الانخراط به لأسباب قد تكون تقنية، أو خدمتية، وعدم توافر الكوادر المتخصصة بالإضافة إلى عامل مهم يتمثل بالفجوة التشريعية النازمة لهذه المسألة، مما يؤثر سلبا على جذب الاستثمارات الخارجية من جهة، وعرقلة التجارة الإلكترونية من جهة أخرى.

على العموم، يمكن تقديم بعض النتائج المستخلصة من هذا الموضوع، وتقديمك أيضا بعض التوصيات المهمة:

أولا: نتائج الدراسة

- الأصل أن تكون العلامة التجارية علامة سليمة تحتوي على كافة الشروط الشكلية والموضوعية للعلامة التجارية، بالإضافة إلى أن تكون هذه العلامة مقيدة في سجل العلامات

التجارية، من أجل قيام الحماية القانونية لها بشقيها المدنية والجزائية شريطة تحقق الأركان العامة للجريمة.

- إن تقليد العلامة التجارية وتزويرها، والذي يقصد به في مجال العلامات التجارية بأنه نقل العناصر الأساسية للعلامة الأصلية، أو نقل بعضها بعضا نقلا حرفيا مع إضافة شيء ضمن علامة أخرى لتصبح قريب الشبه في مجموعها من تلك العلامة، مما يوقع المستهلك المتوسط الحرص في لبس.

- الفرق بين تقليد العلامة وتزويرها أن الأول يكون باتخاذ علامة تشبه في مجموعها العلامة الأصلية، أما الثاني يكون بالنسخ الكامل للعلامة التجارية، أو على الأقل نسخ الجزء الأساسي المميز للعلامة التجارية، ويكون بقصد الخداع والتضليل، ويقوم ذلك حتى لو لم تستعمل العلامة فعلا، يكون التزوير بنقل العلامة ذاتها دون تعديل أو تحويل، أما التقليد هو صنع علامة مشابهة للعلامة الأصلية.

- الحماية الجزائية لا تقوم إلا إذا اعتدى على علامة تجارية طوال فترة تسجيلها فالتسجيل هو شرط جوهري وليس شكلي ثانوي، وبالتالي عدم تسجيل العلامة التجارية يمنع من إقامة الدعوى الجزائية على الغير بحجة التقليد أو استعمال العلامة على منتجات، أو خدمات مماثلة طبقا لمبدأ التخصيص، حيث إن التسجيل يمكّن الغير من الاطلاع على التفاصيل المتعلقة بالعلامة المسجلة، وبذلك في حالة استغلال هذه العلامة بغير وجه حق وتقليدها فإنه يرتب العقاب.

ثانيا: توصيات الدراسة

- ضرورة تنظيم أحكام العلامات التجارية الإلكترونية في نظام قانوني يجمع بينها وبين العلامات التجارية التقليدية.

- النص على صورة منافسة العلامة التجارية الكترونيا في صور المنافسة غير المشروعة، كونها ستكون في رأينا الصورة الأبرز في المستقبل القريب.

- توحيد الجهود الدولية في محاولة القضاء والحد من القرصنة الإلكترونية، ولتأمين التجارة الإلكترونية بأدنى متطلبات الحماية خصوصا فيما يتعلق بالعلامة التجارية كونها سبيل التمايز بين السلع والخدمات عن غيرها من مثيلاتها .

قائمة المراجع

1. الكتب

- فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، ابن خلدون للنشر والتوزيع، وهران، الجزائر، طبعة 2006.
- صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، الطبعة الثانية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن (عمان)، 2010.
- ماهر فوزي حمدان، حماية العلامات التجارية، منشورات الجامعة الأردنية، الأردن، طبعة 1999.

2. الرسائل والمذكرات الجامعية

- بوبشطولة نسمة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة ماجستير في الحقوق، تخصص: قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، محمد لمين دباغين، سطيف 2، 2014-2015.
- محمود أحمد عبد الحميد مبارك، العلامة التجارية وطرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين، مذكرة ماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2006.
- بن فضة عصام، الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر في الحقوق، تخصص: قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015-2016.
- بولحية نبيل، حماية العلامة التجارية في القانون الجزائري، مذكرة ماستر في الحقوق، تخصص: قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حمه اخضر، الوادي، 2016-2017.

- درماش سامية، الحماية المدنية للعلامة التجارية من المنافسة غير المشروعة، مذكرة ماستر في الحقوق، تخصص: ملكية فكرية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2013-2014.

3. المقالات العلمية

- بن جديد فتحي، الحماية الجنائية للعلامة التجارية كوجه من أوجه الحماية القانونية في القانون الجزائري، مجلة القانون، العدد 09، ديسمبر 2017.
- حمادي محمد رضا ويوسفات على هاشم، الحماية الجزائرية للعلامة التجارية من التقليد عبر الانترنت في القانون الجزائري، مجلة الحقيقة، المجلد 17، العدد 04، ديسمبر 2018.
- صامت أمنة، الحماية الجزائرية للعلامة التجارية من جريمة التقليد، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 13، جانفي 2015.
- ميلود سلامي، دعوى المنافسة غير المشروعة كوجه من أوجه الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون الجزائري، دفا تر السياسية والقانون، العدد 06، جانفي 2012.

4. الملتقيات العلمية

- امجد مفلح غانم الحمد، صور الاعتداء على العلامة التجارية في البيئة التقليدية والرقمية في التشريع الأردني: دراسة مقارنة، كتاب المؤتمر الدولي للملكية الفكرية على المؤلفات، المنعقد يومي 27-28 مارس 2020، مركز جيل البحث العلمي، لبنان.

5. القوانين الدولية والوطنية

- إتفاقية تريبس المنعقدة في باريس، والموقعة في 20/03/1883، المتعلقة بحماية الملكية الصناعية، المعدلة في إتفاقية بروكسل 1990.

- القانون 02/04 المؤرخ في 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية. (ج. ر.ج. ج: 41).
- القانون 10-98 المؤرخ في 22 أوت 1998 المعدل والمتمم للقانون 07-79 المتضمن قانون الجمارك. (ج، ر عدد 61 الصادرة في 23 أوت 1989).
- الأمر 06/03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالعلامات التجارية (ج.ر.ج.ج رقم 44).

فهرس الموضوعات

إهداء

شكر و عرفان

مقدمة

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والقانوني للعلامة التجارية

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية

المطلب الأول: مفهوم العلامة التجارية

الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية

الفرع الثاني: تمييز العلامة التجارية عن المفاهيم المشابهة

المطلب الثاني: أشكال العلامة التجارية

الفرع الأول: العلامة التجارية التي تتخذ أسماء علم أو أماكن

الفرع الثاني: العلامة التجارية التي تتخذ حروفا أو أرقاما

الفرع الثالث: العلامة التجارية التي تتخذ الرموز والصور والنقوش والرسوم

الفرع الرابع: العلامة التجارية التي تتخذ الألوان والكلمات

المبحث الثاني: الإطار القانوني للعلامة التجارية

المطلب الأول: شروط اكتساب العلامة التجارية

الفرع الأول: الشروط الموضوعية لاكتساب العلامة التجارية

الفرع الثاني: الشروط الشكلية لاكتساب العلامة التجارية

المطلب الثاني: آثار اكتساب العلامة التجارية وانقضاءها

الفرع الأول: آثار اكتساب العلامة التجارية

الفرع الثاني: انقضاء العلامة التجارية

الفصل الثاني: الجرائم الواقعة على العلامة التجارية وطرق الحماية

المبحث الأول: الجرائم الواقعة على العلامة التجارية

المطلب الأول: الاعتداء المباشر على ذاتية العلامة التجارية

الفرع الأول: جريمة تزوير العلامة التجارية

الفرع الثاني: جريمة تقليد العلامة التجارية

المطلب الثاني: الاعتداء غير المباشر على ذاتية العلامة التجارية

الفرع الأول: جريمة بيع بضائع تحمل علامة تجارية مزورة أو مقلده

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

المبحث الثاني: طرق حماية العلامة التجارية

المطلب الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

الفرع الأول: دعوى المنافسة غير المشروعة

الفرع الثاني: إجراءات الحذف والتحفظ

المطلب الثاني: الحماية الجنائية للعلامة التجارية

الفرع الأول: العقوبات الأصلية

الفرع الثاني: العقوبات التكميلية

خاتمة

قائمة المراجع

فهرس الموضوعات

ملخص الدراسة

الاقتصاد هو العمود الفقري لتقدم الدول إلى الريادة نتيجة الاتفاقيات والمعاملات التجارية التي تتنافس عليها، ويرجع ذلك إلى كسب ثقة التجار والمستهلكين، وكذا إلى العلامات التجارية والجودة العالية للمنتجات والخدمات. لذلك أولت الدول اهتماما كبيرا للعلامات التجارية وسنت قوانين ولوائح دولية وتشريعات محلية لحماية حقوقها من الاعتداءات التي تهدد حقوق الشركات والمؤسسات خاصة في ظل التطور التكنولوجي الرهيب.

من هذا المنطلق، سعى المشرع الجزائري إلى اعتماد نظام حماية يضمن الحماية القانونية للعلامات التجارية فيما يتعلق بأشكال التقليد سواء من خلال المنافسة غير المشروعة أو التقليد، بالإضافة إلى الهجمات الإلكترونية وخاصة في مجال المنتجات الاستهلاكية.

حاول المشرع الجزائري تنظيم الحماية المدنية والحماية الجنائية للعلامات التجارية في إطار قوانين أكثر تفصيلاً من خلال دمج أحكام جديدة أكثر دقة في قانون العلامات التجارية المتعلقة بعقد الترخيص لاستخدام العلامة التجارية لمنح حماية أكثر فاعلية من خلال تحديد التزامات المرخص له والتي يترتب عليها مسؤولية تعاقدية في حالة المخالفة، وكذلك توضيح صور الخطأ والتعدي على العلامة، سواء في سياق تعاقدية أو في سياق أحكام المنافسة غير المشروعة، وكذلك عناصر التعويض تطبيقاً لنص المادة 124 من القانون المدني الجزائري.

The economy is the backbone of the advancement of countries to leadership as a result of agreements and business transactions that compete for them, and this is due to the gain in trust of dealers and consumers, mainly due to the brands and the high quality of products and services. Therefore, countries have paid great attention to trademarks and enacted international laws and regulations and domestic legislation to protect their rights against attacks that threaten the rights of companies and institutions, especially in light of the terrible technological development. .

From this point of view, the Algerian legislator has endeavored to adopt a protection system guaranteeing legal protection of trademarks with regard to forms of counterfeiting, whether through unfair competition or counterfeiting in addition to electronic attacks, in particular in the field of consumer products.

The Algerian legislator tried to organize civil protection and criminal protection of trademarks within the framework of more detailed laws by incorporating new more precise provisions in trademark law relating to the license contract for the use of the trademark to confer a more effective protection by setting out the obligations of the licensee, which entail for him a contractual liability in the event of violation, As well as clarifying the images of error and infringement of the mark, whether in a contractual context or in the context of provisions of unfair competition, as well as the elements of compensation in application of the text of article 124 of the Algerian Civil Code.