Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم: الحقوق

الحماية القانونية للعلامة التجارية بين التشريع الوطني والدولي

مذكرة نيل شهادة الماستر

تخصص : قانون أعمال

إعداد: الطالبة : كواش خيرة

والطالبة : طيبي فايزة

إشراف : خنوسي كريمة

لجنة المناقسة :

1) الأستاذ: . أ. نوي عبد النور ..... رئيسا .

2) الأستاذ: أ. خنوسي كريمة ..... مشرفا ومقررا.

3) الأستاذ: أ.بعلوج أسماء..... عضوا مناقشا.

الموسم الجامعي 2021/2020

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى من قال في حقهما عز وجل

"بسم الله الرحمن الرحيم"

﴿فَلَا تَقُل لَهُما أُفٍّ وَلا تَنهَرهُما وَقُل لَهُما قَولًا كَريمًا ﴾

إلى من حملتني وهنا على وهن .

إلى التي لملمت روح الحياة و أنا في أحشائها .

إلى النبع الذي من فيض الحنان سقاني .

"أمي العزيزة"

إلى من هون الصعاب أمامي و كان السبب في حياتي .

إلى من تحمل أعباء الحياة حتى يراني على ما أنا عليه اليوم .

إلى أجمل و أروع أب .

"أبي العزيز"

و إلى كل أفراد عائلتي الكريمة .

إلى كل من مد لي يد العون من قريب أو بعيد .

كواش خيرة -

-

Supprimer filigrane
Wondershare PDFelement

الإهـــــداء

باسم الخالق الذي أضاء الكون بنوره البهي وحده أعبد وله وحده أسجد

خاشعا شاكرا لإتمام هذا العمل .

أهدي هذا العمل المتواضع إلى والدي ووالدتي وإلى كل أفراد عائلتي .

و إلى كل من ساهم في العمل من قريب أو بعيد .

- طيبي فايزة -

Wondershare PDFelement

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

مقـدمـــه :

نتيجة لقيام الثورة الصناعية خلال القرن السابع عشر، أدى ذلك إلى ظهور عدة إختراعات حديثة في مجالات متعددة، حيث إستمرت جهود المخترعين في تطوير هذه الإختراعاتوالإبتكارات إلى غاية يومنا هذا وهذا ما أدى إلى تحقيق تغيرات وتطورات إقتصادية كبيرة من خلال إزدياد حجم الإنتاج وتنوعه، وهذا ما أثر إيجابا على عمليات المبادلات التجارية بين دول العالم مما أدى إلى ضرورة إيجاد نظام الملكية الفكرية من أجل حماية حقوق الملكية الفكرية وذلك من خلال إرساء توازن سليم بين مصالح المبتكرين ومصالح الجمهور العام، وهذا ما يساعد على خلق بيئة مناسبة لإزدهار الإبداعات والإختراعات .

ونظرا إلى أن الحقوق جميعا تحتاج إلى الحماية، فهذه الحماية هي التي تعطي للحق معناه من خلال الممارسة بشكل هادئ وطبيعي، ومنها العلامة التجارية كحق من حقوق الملكية الصناعية فهي تحتاج إلى الحماية على غرار كافة حقوق الملكية الفكرية بشقيها الملكية الصناعية والملكية الأدبية والفنية، فهي تندرج تحت مظلة هذه الحماية نتيجة لطبيعتها الإستثنائية .

وقد سعت الدول إلى إصدار القوانين وإبرام الإتفاقيات المتعلقة بالملكية الفكرية بصفة عامة، وكذا القوانين والإتفاقيات المتعلقة بالعلامات التجارية خاصة، نظرا لما أصبح للعلامة التجارية من أهمية في إنجاح المشروع التجاري فهي تشكل عنصرا مهما من عناصر الملكية الصناعية، لذلك من الواجب إدارتها بحرص وفعالية من أجل ضمان نجاح المشروع، فعملية الحفاظ على مركز وجودة العلامة وشهرتها في الوسط التجاري ولدى المستهلكين هي مهمة أصعب بكثير من مهمة إنشائها، فهي جسر الثقة بين مالك العلامة والمستهلكين وبين المتعاملين الإقتصاديين الآخرين .

فللعلامة التجارية أهمية كبيرة لتمييز المنتجات أو السلع أو الخدمة عن مثيلاتها وما يشابهها ،كما تلعب العلامة التجارية دورا هاما في عمليات التسويق والإعلانات التي تعتمد عليها

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

الشركات والمنتجين ومقدمي الخدمات للترويج لها، من أجل الحفاظ على شهرتها وسمعتها، وحماية المستهلكين من الغش والتضليل عند إقتناءه لحاجاته من سلع ومنتجات وخدمات .

أسباب إختيار الموضوع :

هناك أسباب عامة وأخرى خاصة لإختيار موضوع الحماية القانونية للعلامة التجارية بين التشريع الوطني والدولي، ففي ما يخص الأسباب العامة التي تتمثل في حداثة القانون المتعلق بالعلامة التجارية وما تضمنه من مفاهيم حول العلامة، كيفيات تنظيمها، حمايتها وما يترتب على مخالفة أحكامه وكذا تزايد الإهتمام الدولي والوطني بالعلامة التجارية وحمايتها .

أما بالنسبة للأسباب الخاصة، فتتمثل في ميولي الشخصية للإطلاع على النظام القانوني للعلامة التجارية وطرق حمايتها خاصة في ظل التسارع والتطور التكنولوجي في مختلف الميادين المرتبطة بالتجارة والتسويق والسعي لضمان حماية العلامة من مختلف الإعتداءات التي تتعرض لها من تقليد وغيره في الأفعال المنافية للمنافسة النزيهة، مما يشكل تهديدا لصحة المستهلك بالإضافة إلى رغبتي في إثراء المعرفة الشخصية في هذا المجال من خلال الإلمام بجانب من البحوث النظرية والدراسات الميدانية المجراه في هذا المجال .

أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى الإحاطة بمختلف الجوانب القانونية الخاصة بالعلامة التجارية، كما تهدف إلى محاولة منا الإلمام والوقوف على الوسائل القانونية وطرق حمايتها مدنية كانت أم جزائية وتبيان نطاق حماية العلامة التجارية وطنيا ودوليا عن طريق التشريعات والإتفاقيات الدولية المبرمة في هذا المجال .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

إشكالية الموضوع :

إن دراسة موضوع حماية العلامة التجارية في التشريع الوطني والدولي يثير إشكال رئيسي هو :

ما مدى فعالية آليات الحماية القانونية التي تم تكريسها للعلامة التجارية في التشريع الجزائري وما هي الأحكام التي أقرتها الإتفاقيات الدولية لحماية العلامة التجارية ؟

ويتفرع عن هذه الإشكالية عدة تساؤلات فرعية حول :

- ماهية وطبيعة العلامة التجارية ؟
- آليات تسجيل العلامة التجارية وما يترتب عن ذلك ؟
- آلية تسجيل العلامة التي تترتب لها الحماية الدولية ؟
- مدى توافق القواعد القانونية التي سنها المشرع الجزائري مع الإتفاقيات والأنظمة الدولية في إطار حماية العلامة التجارية .

المنهجية المتبعة في الدراسة :

للإجابة على الإشكالية المطروحة، إتبعناواعتمدنا عدة مناهج للإحاطة بكل عناصر الموضوع، حسب الحاجة في كل جزء من هذه المذكرة :

1- **المنهج الوصفي:** للتعريف بالعلامات التجارية وأنواعها وعرض مختلف الجوانب النظرية للموضوع، إضافة إلى تحديد مختلف الحالات للإعتداءات الواقعة على العلامة التجارية .

2- **المنهج التحليلي:** وذلك لتحليل مختلف نصوص الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات وغيره من القوانين المتصلة بالموضوع وكذا عند دراسة الآثار المترتبة على تسجيل العلامة التجارية.

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

3- **المنهج التاريخي** : وقد إعتمدنا عليه عند التطرق للتطور التاريخي لقوانين الملكية الصناعية في الجزائر، إضافة إلى الظروف التاريخية التي أدت إلى إبرام الإتفاقيات الدولية المتعلقة بموضوع العلامة التجارية وحمايتها .

4- أما بالنسبة للمنهج المقارن فكان الإعتماد عليه عند التطرق للقانون الجزائري المتعلق بالعلامات وبعض قوانين العلامات الأخرى كالقانون الفرنسي والمصري والأردني، وكذا أهم الإتفاقيات الدولية المتعلقة بحماية العلامة التجارية وتسجيلها .

خطة الدراسة :

لغرض الإجابة على إشكالية الدراسة وسعيا منا للإلمام بكافة عناصر الموضوع، تم تقسيم هذه الدراسة إلى مبحث تمهيدي و فصلين يشتمل كل منهما على مباحث ، فتطرقنا ضمن مبحث تمهيدي إلى الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية، حيث تناولنا في المطلب الأول ماهية العلامة التجارية ثم في المطلب الثاني لكيفية تسجيل العلامة التجارية وما يترتب عنه من آثار والمتمثلة في ملكية العلامة التي تتيح حق التصرف فيها وحمايتها من كافة أفعال الإعتداء التي تقع عليها .

أما بالنسبة للفصل الأول فخصصناه للحماية الدولية للعلامة التجارية من خلال إبراز أهم الإتفاقيات والمعاهدات الدولية التي تعنى بحماية العلامة التجارية دوليا، وفي الفصل الثاني تطرقنا إلى دراسة الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري بشقيها المدني والجزائي .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

مبحث تمهيدي:

نظرا لإزدياد عدد المنتجين والتجار والذي يرجع للتطور الإقتصادي بكل قطاعاته الفلاحية، الصناعية والتجارية وكثرة الأسواق وإزدهارها بسبب تنامي العرض نتيجة تنوع المنتجات ووفرتها بما يتيح للزبائن خيارات أوسع جعلتهم يبحثون عن إقتناء أحسن السلع بأفضل الأسعار .

مما أدى إلى خلق جو من المنافسة بين هؤلاء وهذا دفعهم إلى إستعمالعلامات وأسماء معينة لتمييز سلعهم ومنتوجاتهم عن غيرها في الأسواق .

وأصبح للعلامة التجارية أهمية كبيرة في الوقت الحاضر بالنسبة للنشاط الإقتصادي والتجاري على حد سواء كونها تعد وسيلة لتميز المنتجات عن متيلاتها ، ونظرا لهذه الأهمية نتطرق في المبحث الأول لتحديد ماهية العلامة التجارية وفي المبحث الثاني لتسجيل العلامة التجارية وما ينتج عنه آثار .

Wondershare PDFelement

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

مبحث تمهيدي:

المطلب الأول: ماهية العلامة التجارية

تعد العلامة التجارية في كثير من الأحيان من أهم عناصر المحل التجاري، فمن خلالها يستطيع الزبون معرفة أصل المنتج الذي أو السلعة التي سيقتنيها أو الخدمة التي يطلبها، وهذا ما يحميه من أي نوع من الغش أو الإستغلال، وعليه سنتناول في هذا المبحث من خلال تجزئته إلى ثلاث مطالب : في المطلب الأول نتكلم عن مفهوم العلامة التجارية وفي المطلب الثاني إلى أنواع وأشكال العلامات التجارية وفي الثالث نتطرق إلى تمييز العلامة التجارية عن ما يشابهها .

الفرع الأول: مفهوم العلامة التجارية

بهدف التعرف على العلامة التجارية لابد من التعريف بها لغة وتشريعا وفقها وقضاءا حتى يمكن تميزها عن باقي عناصر الملكية الصناعية الأخرى كالإسمالتجاري والعنوان التجاري وغيرها بسبب إختلاف نظامها القانوني ومجال حماية كل منها .

ولهذا سنتطرق إلى تعريف العلامة التجارية (أولا) وأهم خصائصها (ثانيا).

أولا : تعريف العلامة التجارية

سنتعرض في هذا الفرع للتعريف اللغوي، الفقهي والقانوني كالآتي :

1- **تعريف العلامة لغة** : وهي مشتقة من العلم بمعنى المعرفة وهي السمة والأمارة ما ينصب فيهتدى به وجمعها علامات .

وهي كل أثر في الشيء للدلالة عليه ومعرفته وتمييزه عن غيره. [1]

2-**العلامة فقها:**

وردت عدة تعريفات فقهية للعلامة التجارية نذكر منها :

1- فؤاد إفرام البستاني، منجد الطلاب، الطبعة 25، دار المشرق بيروت لبنان، ص 476 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

مبحث تمهيدي:

عرفت بأنها السمة المميزة التي يضعها التاجر على منتجات محله التجاري، وهي علامة تجارية أو الصانع على المنتجات التي يقوم بصنعها، وهي علامة مصنع قصدت بتميزها عن المنتجات الأخرى المشابهة لها والمعروضة في السوق وكذلك السمة التي تستعملها مؤسسة تقديم خدمات.[1]

وهناك من عرفها بأنها "كل إشارة توسم بها البضائع والسلع والمنتجات أو تعلم بها تمييزا لها عن ما يماثلها من سلع تاجر عن آخر أو منتجات أرباب الصناعات الأخرى. [2]

كما عرفها جانب آخر بأنها "الشعار الذي يتخذه الصانع أو التاجر أو الزارع لمنتجاته أو بضائعه أو خدماته وهو الذي يميزه عن المنتجات أو البضائع أو الخدمات الأخرى" . [3]

وتعرفها الدكتورة "سميحة القليوبي" على أنها "إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو وضعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة" .[4]

من خلال هذه التعريفات يمكن القول بأن العلامة هي عبارة عن إشارة أو رمز يمكن تمثيله بحيث يكون قادرا على تمييز سلع أو خدمات تاجرأومؤسسة ما عن غيرها المماثلة لها .

3- تعريف العلامة في التشريع القانوني

تطرقت مختلف التشريعات إلى مسألة تعريف العلامة وتحديد مميزاتها والشروط الواجب توافرها فيها لتحضى بالحماية القانونية اللازمة ومنها التشريع الجزائري .

1- صالح، فرحة زراوي، الكامل في القانون التجاري، المحل التجحاري والحقوق الفكرية، القسم الثقافي، إبن خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر سنة 2001، ص 208 .

2- محمود عبد الحميد مبارك، العلامة التجارية وطرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين، أطروحة ماجستير في القانون الخاص، جامعة النجاح الوطنية، نابلس فلسطين، 2006، ص 7 .

3 - ناهي صلاح الدين، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، دار الفرقان، عمان 1983، ص 233 .

4 - رمزي حوحو، كاهنة زواوي، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى القانوني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة الجزائر، العدد 5، ص 31 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

مبحث تمهيدي:

عرفها المشرع الجزائري في المادة الثانية من الأمر 06/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالعلامات على أنها "العلامات كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام، والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبها، والألوان بمفردها أو مركبة ،التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص ما، طبيعي كان أو معنوي".[1]

كما عرفها المشرع المصري في المادة 63 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002 على أنها "العلامة التجارية هي كل ما يميز منتجًا، سلعة كان أو خدمة عن غيره، وتشمل على وجه الخصوص الأسماء المتخذة شكلا مميزا، والإمضاءات والكلمات والحرف والأرقام والرسوم والرموز، وعناوين المحال والدمغات، والأختام والتصاوير، والنقوش البارزة، ومجموعة الألوان التي تتخذ شكلا خاصا ومميزا، وكذلك أي خليط من هذه العناصر إذا كانت تستخدم أو يراد أن تستخدم إما في تمييز منتجات عمل صناعي، أو إستغلال زراعي، أو إستغلال للغابات، أو لمستخرجات الأرض أو أية بضاعة، وإما للدلالة على مصدر المنتجات أو البضائع، أو نوعها أو مرتبتها أو ضمانها.أو طريقة تحضيرها وإما للدلالة على تأدية الخدمة من الخدمات وفي جميع الأحوال يتعين أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالصبر".[2]

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

2 – مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، أصول القانون التجاري (الأعمال التجارية –التجار - الشركات التجارية- المحل التجاري- الملكية الصناعية) ، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006، ص 732 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

وعرفها المشرع الأردني في المادة 02 من قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952 والمعدل بالقانون رقم 34 لسنة 1999 بأنها "أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يرد إستعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره . [1]

كذلك أورد المشرع الفرنسي في المادة الأولى من قانون الملكية الفرنسي الصادر في: 1991/01/04 المتعلق بالعلامات تعريفا لها على أنها "علامة للصنع أو التجارة أو الخدمة، هي رمز قابل للتمثيل الخطي، تستخدم لتمييز سلع أو خدمات شخص ما، طبيعي كان أو معنوي" . [2]

La marque de falisque, de commerce ou de sericeent un sique susceptible de représentation graphique seueant à distiquer les produits ou servios d'une physique ou morale .

4- تعريف العلامة التجارية في الإتفاقيات الدولية :

لم تعرف إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1983 العلامة التجارية، بينما نصت إتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تربس Trips) سنة 1994 في المادة 15 منها في فقرتها الأولى وحددت مفهوم العلامة التجارية بأنها: "تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة لأن تكون علامة تجارية، وتكون هذه العلامات لاسيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية وحروفا وأرقاما وأشكالا ومجموعات ألوان وأي مزيج من هذه العلامات، مؤهلة للتسجيل كعلامات تجارية، وحين لا يكون في هذه العلامات ما يسمح بتمييز السلع والخدمات ذات الصلة، يجوز للبلدان الأعضاء أن تجعل الصلاحية للتسجيل مشروطة بالتميز المكتسب من خلال الإستخدام، كما يجوز لها إشتراط أن تكون العلامات المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر، كشرط لتسجيلها" . [3]

---

1 – حمدي غالب الجغبير، العلامات التجارية، الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت لبنان، 2012، ص 42 ، 43 .

2 – رمزي حوحو، زواوي كاهنة، مرجع سابق، ص 30 .

3 – المادة 15 الفقرة 1 من إتفاقية الجوانب المحصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تربس TRIPS) لسنة 1994.

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

ثانيا : خصائص العلامة التجارية

تتميز العلامة التجارية بعدة خصائص نوردها كالآتي :

1- الطابع الإلزامي للعلامة التجارية :

نصت المادة الثالثة من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على إلزامية العلامة التجارية حيث جاء فيها "تعتبر علامة السلعة أو الخدمة إلزامية لكل سلعة أو خدمة مقدمة، بيعت أو عرضت للبيع عبر أنحاء التراب الوطني". [1]

2-إستقلالية العلامة التجارية عن المنتوج أو الخدمة المطلقة عليها

تنص المادة الثامنة من الأمر 06/03 المتعلقة بالعلامات على أن "لا تكون طبيعة السلع أو الخدمات التي تشملها العلامة باي حال من الأحوال عائقا أمام تسجيل تلك العلامة" . [2]

3- العلامة التجارية من الحقوق المعنوية المؤقتة

العلامة التجارية من الحقوق المعنوية، وقد عرف القانون المدني الأردني في المادة 71 فقرة 1 الحقوق المعنوية بأنها "حقوق ترد على أشياء غير مادية" [3] وهي من الأموال التجارية لصلتها الوثيقة بالنشاط التجاري، كما أنها حقوق مؤقتة تسقط بعدم الإستعمال على خلاف الحقوق العينة والتي تتصف بصفة الدوام .

4- الطابع الفردي للعلامة التجارية :

ينص الأمر 06/03 على الطابع الفردي للعلامة التجارية إلاّ أنه نتيجة التطور التجاري والتعاون بين المؤسسات المختلفة ظهرت العلامة الجماعية والتي نصت عليها المادة 2 من

---

1 – الفقرة الأولى، المادة الثالثة من الامر 06/03 المتعلق بالعلامات .

2 – المادة 8 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

3 – حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص 33 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات[1] وعلى صاحب العلامة الجماعية السهر على حسن إستعمال علامته .

5-خصائص خاصة للعلامة التجارية

من أجل نجاح العلامة التجارية وكي تحضى بقبول الزبائن والمستهلكين ولكي تساهم في الترويج للمنتج أو الخدمة التي تحملها، هناك عدة خصائص يجب على العلامة أن تتصف بها منها، بساطة الحجم، سهلة النطق والتذكر كما يجب أن يكون تصميمها بسيطا إضافة إلى أن يكون شكلها بسيطا ومبتكرا وتكون قابلة للتسجيل وتحمل عناصر محظورة لتسجيلها.[2]

الفرع الثاني : انواع وأشكال العلامة التجارية

تتعدد أنواع وأشكال العلامات التجارية وفقا لإختلاف السلع أو البضائع والمنتوجات ومجالاتها .

لذا سنتطرق إلى أنواع العلامة التجارية (أولا) وأشكال العلامة التجارية (ثانيا) .

أولا : أنواع العلامة التجارية

نتناول في هذا الفرع مختلف أنواع العلامات والتي تتنوع بحسب النشاط الذي يمارسه الأشخاص،ملكيتها وكذا إنتشارها .

1– المادة 2 ف 2 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات "2 العلامة الجماعية" كل علامة تستعمل لإثبات المصدر والمكونات والإنتاج أو كل ميزة مشتركة لسلع أو خدمات مؤسسات مختلفة، عندما تستعمل هذه المؤسسات العلامة تحت رقابة مالكها .

2– محمد حسين، الوجيز في الملكية الفكرية، جزء 1، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985، ص 540 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

مبحث تمهيدي:

1 - العلامات التجارية وعلامات الصنع وعلامة الخدمة :

نص المشرع الجزائري في المادة الثانية من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على جملة من الرموز القابلة لتكوين علامة على سبيل المثال، كما أورد تعريفا للسلعة على أنها "كل منتوج طبيعي أو زراعي أو تقليدي أو صناعي خاما كان أو مصنعا" وكذا عرف الخدمة على أنها "كل أداء له قيمة إقتصادية".[1]

إلا أنه ومن خلال عبارة "وبصفة عامة جميع السمات المادية ..." فإن المشرع الجزائري حصر العلامة في الطابع المادي دون الإعتراف بالطابع المعنوي كعلامة الشم أو الصوت، هذا الموقف الذي لم يتداركه المشرع الجزائري ضمن الأمر 06/03 الذي الغى الأمر 57/66 المؤرخ في 1966/03/19 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية وذلك رغم الإنتقادات الموجهة له نظرا للصعوبات التي ينطوي عليها تحديد وحماية مثل هذا النوع من العلامات. [2]

أ - العلامة التجارية : Marque de commerce

وهي تلك العلامة التي يستخدمها التاجر في تمييز المنتجات التي يقوم ببيعها بعد شرائها سواء من تاجر الجملة أو المنتج مباشرة بصرف النظر عن مصدر البيع، لذلك نجد أن بعض الفقه يطابق عليها علامة التوزيع.[3]

ب - علامة الصنع أو علامة السلعة: M. de fabrique ou M. de produit

فهي كما يدل عليها إسمها، العلامة التي تستخدم من طرف المنتج أو الصانع والتي من خلالها يميز سلعه ومنتجاته عن غيرها المماثلة لها . [4]

---

1 – المادة 02 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

2 – حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى،لبنان ،2012، ص 26 .

3 – سلامي ميلود، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والإتفاقيات الدولية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012/2011، ص 44 .

4 - رمزي حوحو، كاهنة زواوي، المرجع السابق، ص 34 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

جـ- علامة الخدمة : Marque de service

يمكن تعريف علامة الخدمة على أنها "إشارة تستعملها مؤسسات تعرض، الخدمات كالفنادق والمطاعم والخطوط الجوية ووكالات السياحة ووكالات تأجير السيارات ومكاتب التوظيف والمصانع وما إلى ذلك لتمييز خدماتها عن خدمات سائر المؤسسات فوظيفة علامات الخدمة هي إذن نفسها وظيفة العلامات التجارية بفارق بسيط هو أنها تطبق على الخدمات وليس على المنتجات أو السلع .[1]

2- العلامات الفردية والعلامات الجماعية

العلامة الفردية هي العلامة التي يمتلكها شخص معين سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا، وقد تكون علامة تجارية أو علامة سلعة أو علامة خدمة، أما العلامة الجماعية فيقصد بها المشرع العلامة التي تستعمل لإثبات المصدر والمكونات والإنتاج أو كل ميزة مشتركة لسلع أو خدمات مؤسسات مختلفة، عندما تستعمل هذه المؤسسات العلامة تحت رقابة مالكها.[2]

حيث أنه وبالرجوع للمادة 23 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات فإن المشرع الجزائري ألزم صاحب العلامة الجماعية بالسهر على حسن إستعمال علامته وفقا للأحكام التشريعية والتنظيم المعمول بها في هذا المجال .

ولهذا العرض، فإن نظام إستعمال العلامة الجماعية المتضمن القانون الاساسي لهذه العلامة يتضمن ما يلي:

- تحديد شروط خاصة، بإستعمال العلامة الجماعية .
- النص على ممارسة رقابة فعلية عند استعمال هذه العلامة .[3]

1- حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص 97 .

2– رمزي حوحو وكاهنة زواوي، المرجع السابق، ص 35 .

3 – المادة 23 من الأمر 06/03 المتعلقة بالعلامات .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

وفي حال مخالفته لما سبق فإن صاحب العلامة الجماعية يعرض بذلك العلامة للإلغاء طبقا لأحكام المادة 25 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

3-العلامات المحلية والعلامات المشهورة

أ/ العلامة المحلية: تعد علامة محلية أو وطنية، التي تم تسجيلها في بلادها وأصبحت معروفة فيه، سواء كانت هذه العلامة علامة تجارية أو علامة سلعة أو علامة خدمة وسواء كانت ملك لشخص طبيعي أو معنوي .[1]

ب/ العلامة المشهورة :

ماهي هي الأمل سوى علامة عادية، ثم أخذت تنتشر في الأسواق، بصورة أصبحت معروفة لدى أغلب الناس، ومرتبطة بسلع ذات جودة مميزة، لذا فالمستهلك بمجرد يرى تلك العلامة المشهورة على أية سلعة أخرى (يستعملها الغير) يتبادر إلى ذهنه أن هناك صلة بين سلعة الغير وسلع مالك العلامة، وخاصة فيما يتعلق بالجودة والنوعية التي ألفها المستهلك .[2]

4-العلامات المحجوزة

وهي علامات تم إيداعها وذلك ليس من أجل إستعمالها مباشرة ولكن من أجل إستعمالها في المستقبل، فهي تلبي رغبة إقتصادية مشروعة لصاحبها، ونلاحظ أن المشرع الجزائري إعتبر عدم إستعمال العلامة لمدة 3 سنوات يؤدي إلى إلغائها .[3]

ثانيا: أشكال العلامات التجارية

تتخذ العلامة التجارية عدة أشكال ومن خلال نص المادة 2 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات "العلامات كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء

1 – نعيمة علواش، العلامات في مجال المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير فرع قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2001،2002، ص07 .

2 - ونوغي نبيل، يوسفي علاء الدين، شروط منح العلامة التجارية وفق التشريع الجزائري، مجلة آفاق للعلوم، جامعة زيان عاشور،الجلفة،العدد الخامس عشر، مارس 2019، المجلد 04، ص 140 .

3 – نفس المرجع، ص 140 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

الأشخاص والأحرف والأرقام، والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبها والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره" .[1]

1- العلامات الإسمية

العلامة الإسمية هي العلامة التي تتكون من إسم(الكلمة أو لفظ) يختاره التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة لتمييز سلعه أو خدماته، بحيث يكون قادرا على إثارة إنتباه من يراه أو من يتردد على سمعه، ويمكن أن يكون هذا الإسمإسما عائليا أو إسما شخصيا، أو إسما مستعارا، أو إسما جغرافيا، أو حتى أن تكون حروفا أو أرقاما.[2]

وعليه يجب أن يكون شكل الإسم أو اللفظ المستخدم مميزا، من خلال الحروف والألوان وكذا الإطار الموضوع فيه .

2-العلامة التصويرية (الشكلية)

يمكن أن تتكون العلامة من الرسومات والصور والأشكال وتسمى كذلك بالعلامة الرمزية أو الشعارية(Marque emblématique) لأنها عبارة عن رموز تخاطب العين (الرؤية) .

فالرسوم عبارة عن تكوين فني يتضمن مناظر محددة وقد تكون من وحي الخيال، توضع في إطار محدد لإخطار شكل ما، وذلك كله متى إتخذت هذه الرسوم صفة التمييز للسلع أو الخدمات التي تستعمل فيها.[3]

وبالتالي فيمكن أن تتكون العلامة من رسوم وأشكال فتكون لدينا علامة مركبة ولا يشترط أن تكون رسما فقط .

---

1 – المادة 2 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

2 – رمزي حوحو ، كاهنة زواوي، المرجع السابق، ص 36 .

3 – رمزي حوحو ، كاهنة زواوي، مرجع سابق، ص 36 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

فالعلامة يمكن أن تتخذ شكلا برسم معين تتخللها صور وألوان وغيرها من الرموز التي يمكن أن تدخل في تشكيل العلامة .

الفرع الثالث: تمييز العلامة التجارية عن ما يشابهها

قد يحدث أحيانا ويقع إلتباس وخلط بين العلامة التجارية وبعض المصطلحات الأخرى كالإسم التجاري، العنوان التجاري أو البيانات التجارية وبعض عناصر الملكية الصناعية الأخرى .

أولا: تمييز العلامة التجارية عن الإسم التجاري

الإسم التجاري هو الإسم الذي يختاره الشخص لتمييز محله التجاري عن غيره من المحلات والذي يتكون من تسمية مبتكرة أو من إسم الشخص أو لقبه أو منهما مع إضافة تتعلق بنوع التجارة أو النشاط الذي يمارسه.[1]

أما بالنسبة للعلامة فكما ذكرنا سابقا أنها كل رمز قابل للتمثيل الخطي يستعمل من أجل تمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن غيرها من السلع والخدمات الأخرى وعليه فإن :

* يعتبر الإسم التجاري أحد عناصر المحل التجاري ويجب على التاجر إتخاذه، أما العلامة التجارية فهي أحد عناصر الملكية الصناعية فتعود ملكية العلامة إلى الأسبقية في التسجيل أما بالنسبة للإسم التجاري فملكية تعود للأسبقية في استعماله .

* الإسم التجاري يستعمل لتمييز المحل التجاري الذي تمارس فيه الأعمال التجارية بينما العلامة التجارية توضع على المنتجات والسلع لتمييزها .

[1] - صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2000، ص 256.

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

* الإسم التجاري يتكون من الإسم، اللقب يعني كلمات وألفاظ بينما العلامة التجارية قد يدخل في تكوينها أسماء وأشكال، صور ورسومات وغيرها من الرموز المنصوص عليها قانونا .

* العلامة التجارية أكثر تعقيدا من ناحية تنظيمها فهي تخضع لشروط لتسجيلها وإستخدامها بينما الإسم التجاري فيستطيع صاحبه إجراء توقيع معاملاته الرسمية به متى كان هذا الإسم هو الإسم المدني له وهذا ما ينعكس على الحماية المقررة لكل منهما .

ثانيا: تمييز العلامة التجارية من العنوان التجاري

العنوان التجاري هو الإسم الذي يتخذه التاجر عند ممارسة الأعمال التجارية وبالإسم المذكور يوقع التاجر جميع العقود والتصرفات القانونية التي يباشرها مع من يتعامل معهم بشأن نشاطه التجاري. [1]

فالعنوان التجاري هو التسمية أو العلامة المميزة التي يضعها التاجر على واجهة محله التجاري ليميزه عن غيره من المحلات التجارية التي تنشط في المجال نفسه، بينما كما سبق وذكرناه أن العلامة التجارية توضع على السلع والمنتجات لتميزها عن غيرها من السلع والمنتجات المماثلة .

كما أن ملكية العلامة التجارية تعود إلى الأسبق في تسجيلها، وتعود ملكية العنوان التجاري لمن إستعمله أولا. [2]

ثالثا: تمييز العلامة التجارية عن البيان التجاري

1– عاشوري وهيبة، تقديم المحل التجاري كحصة في شركة المساهمة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين سطيف2، السنة الجامعية 2016/2015، ص 21 .

2– سمير فرنان بالي، قضايا القرصنة التجارية والصناعية والفكرية، الجزء الأول، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2001، ص 19 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

مبحث تمهيدي:

عرفت الدكتورة سميحة القليوبي البيانات التجارية بأنها "كل إيضاح يتعلق بصفة مباشرة أو غير مباشرة بالبضائع لغرض بيان عددها أو كميتها أو وزنها أو مصدر إنتاجها أو مواد تركيبها أو خصائصها".[1]

من خلال هذا التعريف يتضح لنا أن غرض البيان التجاري أوسع وأشمل من الغرض الذي تهدف إليه العلامة التجارية فهي تهدف إلى تمييز البضائع أو السلع والمنتوجات عن باقي مثيلاتها أم البيان التجاري فهو يمتد ليشمل خصائص البضاعة أو المنتج وكميتها ووزنها وعددها ومواد تركيبها .

كما أن البيان التجاري لا يعد من قبل حقوق الملكية الصناعية والتجارية إلا أنه وفرت القوانين فضلا عن الإتفاقيات الدولية حماية كافية للبيانات التجارية الحقيقية غير الزائفة التي تعتمد المنتج أو التاجر أو تقدم الخدمة عليها لبيان خصائص ومميزات منتجاته أو سلعه وبضائعه أو خدماته .

وهذا من أجل حماية المستهلك من الغش الصناعي والتجاري.[2]

تنص المادة 9 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على أنه لصاحب العلامة ذات شهرة في الجزائر حق منع الغير من إستعمال علامته دون رضاه وفقا للشروط المنصوص عليها في المادة 7 (الفقرة 8) أعلاه"[3]، ومن جهة أخرى، تتشابه العلامة التجارية مع البيانات التجارية من حيث بعض الأماكن التي قد توضع فيها أو عليها، كوضعها على المنتجات أو أغلفة تلك المنتجات، وبغض النظر عن الطريقة التي توضع بها عليها.[4]

رابعا: تمييز العلامة التجارية عن باقي عناصر الملكية الصناعية

1– صدام سعد الله محمد البياتي، البيانات التجارية- دراسة قانونية مقارنة- مجلة الرافدين للحقوق، العراق،المجلد 13، العدد 49، السنة 16، ص 86 .

2– نفس المرجع، ص 110 .

3– المادة 9 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

4–حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص 64 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

إلى جانب العلامة كعنصر من عناصر الملكية الصناعية هناك عناصر أخرىمنها تسميات المنشأ، النماذج والرسوم الصناعية وبراءات الإختراع والتي سنتطرق إلى التمييز بينها كالآتي:

1- تمييز العلامة التجارية عن تسميات المنشأ

عرفت المادة الأولى من الأمر 63/76 المتعلق بتسميات المنشأ تسمية المنشأ على أنها "الإسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو جزء من منطقة أو ناحية أو مكان مسمى من شأنه أن يعين منتوجا ناشئا فيه، وتكون جودة هذا المنتوج أو مميزاته منسوبة حصرا أو أساسا لبيئة جغرافية تشتمل على العوامل الطبيعية والبشرية".[1]

من خلال المادة أعلاه فإن تسمية المنشأ ترتكز على منطقة الإنتاج وعلى خصائص المنتج ومميزاته المنسوبة حصرا لهذه المنطقة .

بينما كما وسبق وذكرنا سابقا أن العلامة التجارية هدفها تمييز السلع والمنتجات عن باقي المنتجات والسلع الأخرى المشابهة لها .

2- تمييز العلامة التجارية عن النماذج والرسوم الصناعية

عرف المشرع الجزائري الرسم والنموذج الصناعي في المادة الأولى من الأمر 86/66 "المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية بنصه" يعتبر رسما كل تركيب خطوط أو ألوان يقصد به إعطاء مظهر خاص لشيء صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية، ويعتبر نموذجا كل شكل قابل للتشكيل ومركب بألوان أو بدونها أو كل شيء صناعي أو خاص بالصناعة

1–الأمر 63/76 المؤرخ في 16 يوليو 1976 المتعلق بتسميات المنشأ، الجريدة الرسمية الصادرة في 23 يوليو 1976، العدد 59 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

التقليدية يمكن إستعماله كصورة أصلية لصنع وحدات أخرى ويمتاز عن النماذج المشابهة له بشكله الخارجي. [1]

تشترك العلامات مع الرسوم والنماذج الصناعية في وظيفة تمييز المنتجات الصناعية عن بعضها، فالشكل الخارجي للمنتجات الصناعية يؤدي ذات الوظيفة التي تؤديها العلامة في تمييز السلعة أو الخدمة عن غيرها. [2]

كما يمكن أن تأخذ العلامة التجارية شكل الرسومات والأشكال المميزة للسلع وتوضيبها بحسب المادة 02 في فقرتها الأولى من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، وذلك لأن المنافسة التجارية تقتضي إتخاذ نموذج أو رسم صناعي معين، وفي هذه الحالة يتعين على مالكه أن يسجله كعلامة تجارية فضلا عن حمايته بقانون الرسوم والنماذج الصناعية، كون مدة حماية الرسم أو النموذج أقل من مدة حماية العلامة التجارية وذلك حتى يحافظ النموذج والرسم الصناعيين على إقبال العملاء قبل سقوط الحق فيهما. [3]

وتختلف الرسوم والنماذج الصناعية عن العلامة التجارية من حيث نطاق الحق بحيث يخول الرسم والنموذج الصناعي لصاحبه حقا مطلقا في الإستغلال إذ يمتنع الكافة بصفة مطلقة في إستغلال الرسم والنموذج الصناعي، في حين تخول العلامة لصاحبها حقا نسبيا بمعنى أنه يجوز لأي منتج لسلعة غير محلية أو غير مشابهة أن يستغل تلك العلامة. [4]

3- تمييز العلامة التجارية عن براءة الإختراع

عرف الدكتور صلاح زين الدين براءة الإختراع تعريف شاملا يظهر ماهيتها بشكل واضح بأنها: "شهادة رسمية (صك) تصدرها جهة إدارية مختصة في الدولة إلى صاحب الإختراع

1 – المادة الأولى فقرة 02 من الأمر 86/66 المؤرخ في 28 أفريل 1966، المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية، الجريدة الرسمية، العدد 35 .

2 - رمزي حوحو، كاهنة زواوي، المرجع السابق، ص 33 .

3 – سلامي ميلود، المرجع السابق، ص 36 .

4 – زوبير حمادي، المرجع السابق، ص 343 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

أو الإكتشاف يستطيع هذا الأخير بمقتضى هذه الشهادة إحتكارإستغلالإختراعه أو إكتشافه زراعيا أو تجاريا، أو صناعيا لمدة محددة وبقيود معنية. [1]

أما المشرع الجزائري فقد عرف الإختراع في المادة 02 من الأمر 07/03 المتعلق ببراءة الإختراع والتي جاء فيها "الإختراع هو فكرة لمخترع تسمح عمليا بإيجاد حل لمشكلة محددة في مجال التقنية". [2]

من خلال نص المادة أعلاه فإن الإختراع هو فكرة ناتجة عن العقل بينما العلامة كما سبق وذكرنا فهي رمز يتخذه التاجر أو المصنع أو مقدم الخدمة من أجل تمييز السلع، المنتوجات أو الخدمة المقدمة عن مثيلاتها.

كما عرفت المادة الثانية من الأمر 07/03 المتعلق ببراءة الإختراع، براءة الإختراع بأنها "وثيقة تسلم لحماية الإختراع" .

وعليه فإن براءة الإختراع هي الوثيقة التي يسلمها المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية للمخترع من أجل ضمان التمتع بحقه في الإختراع وحمايته من الإعتداء طبقا للقانون .

وإذا كان الحق في البراءة حق مطلق، يخول لصاحبه إستئثاروإحتكارالإختراع في مواجهة الكافة إحتكارا كاملا، فإن الحق في العلامة حق نسبي يخول لصاحبه إستئثاروإحتكار العلامة في مواجهة من يزاولون نشاطا مماثلا لنشاطه في حين أن كلا من الحق في العلامة والحق في البراءة يعتبران حقان مؤقتان، وذلك بالمدة القانونية المحددة . [3]

1 – أحمد الخولى سائد، الملكية الصناعية في الفقه والقانون المعاصر، طبعة1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2012، ص 87 ، 88 .

2 – المادة الثانية من الأمر 07/03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق لـ: 19 يوليو سنة 2003 ، يتعلق ببراءة الإختراع، الجريدة الرسمية، العدد44، الصادر بتاريخ 23 يوليو سنة 2003 .

3– صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان 2006، ص 56 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

المطلب الثاني : تسجيل العلامة التجارية

سنتناول في هذا المبحث الشروط الموضوعية والشكلية لتسجيل العلامة التجارية في المطلبين الأول والثانيثم آثار تسجيل العلامة التجارية في المطلب الثالث .

الفرع الأول: الشروط الموضوعية للعلامة التجارية

تتعلق الشروط الموضوعية للعلامة التجارية بموضوع العلامة في حد ذاتها، فيجب أن تكون العلامة جديدة (أولا) وأن تكون العلامة مميزة (ثانيا) كما يجب ألا تكون مخالفة للنظام العام والأداب العامة (ثالثا) .

أولا: أن تكون العلامة جديدة

لكي تعتبر العلامة التجارية أنها جديدة يكفي أن يتوافر فيها عنصرا مميزا على الأقل، فإذا أثبت شخص ما أنه قام بإستعمالها أو تسجيلها لتمييز منتجه أو سلعة أو خدمة يقدمها فهنا تفقد العلامة شرط الجدة .

كما أن الجدة المطلوبة هي ليست الجدة المطلقة بل الجدة النسبية، التي تمنع اللبس أو التضليل في مصدر المنتجات أو البضاعة،[1] ويترتب على ذلك أن العلامة التجارية تعتبر جديدة حتى ولو سبق إستعمالها على نوع آخر من السلع، أو حتى على ذات النوع، إذ يجوز إستعمال علامة متروكة أو مهجورة وتعتبر في هذه الحالة علامة جديدة وصالحة لتمييز المنتجات، سواء كانت تلك المنتجات التي كانت تستعمل لتمييزها سابقا أو منتجات أخرى جديدة.[2]

1– نفس المرجع ، ص 99 .

2– نفس المرجع ، ص 103.

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

ثانيا: أن تكون العلامة مميزة:

لا تكون العلامة محلا للحماية القانونية إلاّ إذا كانت ذات صفة مميزة، فلا تعد علامة صحيحة العلامة المجردة من أية صفة مميزة والتي تتألف من أشكال شائعة أو نوعية . [1]

وهذا وفقا لما جاء في أحكام المادة السابعة الفقرة الثانية من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات "تستثنى من التسجيل : 1/ الرموز التي لا تعد علامة في مفهوم المادة 2 الفقرة الأولى.

2/ الرموز الخاصة بالملك العام أو المحددة من صفة التمييز ..." . [2]

وإذا لم تكن العلامة مميزة فإنها تفقد الشرط الأساسي للحق في العلامة التجارية، وبالتالي تفقد إستحقاقها للحماية القانونية، ولا يقصد من إشتراط تمييز العلامة التجارية أن تتخذ شكلا مبتكرا أو عملا فنيا جديدا، وإنما المقصود تمييز العلامة عن غيرها من العلامات التي توضع على السلع نفسها لمنع حصول لبس لدى المستهلك العادي. [3]

ويجدر الإشارة إلى أن محكمة الموضوع هي التي تختص بتقدير ما إذا كانت العلامة مميزة ولها ذاتيتها الخاصة أم لا، وهذا يكون بالنظر إلى العلامة التجارية في مجموعها، لا إلى العناصر التي تتكون منها، ففي كثير من الأحيان نجد أن العلامات التجارية تشترك في الألوان مثلا أو أحد العناصر الأخرى المكونة للعلامة إلاّ أنه يكون لكل منها أوضاع ذاتية تميزها عن العلامة الأخرى .

1- مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق،المرجع السابق ، ص 734 .

2–المادة 7 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية .

3–حمدى غالب الجغبير، المرجع السابق، ص 70 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

ثالثا : شرط المشروعية وعدم مخالفة النظام العام والآداب العامة

لا يكفي أن تكون العلامة التجارية مميزة وجديدة، وإنما يشترط أيضا أن تكون العلامة مشروعة، وتعتبر العلامة التجارية غير مشروعة إذا ما خالفت نصا قانونيا أو جاءت مخالفة للنظام العام وحسن الآداب وبالتالي لا يجوز تسجيلها ولا تتمتع بالحماية القانونية .[1]

وهذا ما ذهب إليه المشرع الجزائري من خلال نص المادة 7 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، أو غيره من القوانين والأنظمة السارية المفعول أو الإتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها.

فلا يجوز أن تتضمن العلامة تسميات أو صوراً فاضحة، كما لا يجوز إتخاذ الشعارات العامة كالعلم الوطني والدمغات الرسمية والرموز ذات الصبغة الدينية البحتة، ورموز الصليب الأحمر أو الهلال الأحمر كعلامات تجارية[2] يجب كذلك ألاّ تضمن العلامة ما من شأنه تضليل الجمهور، فلا يجوز أن تتضمن بيانات كاذبة عن درجات الشرف أو عن مصدر المنتجات أو عن صفاتها الأخرى.[3]

كما نصت المادة الثانية من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على أن العلامات :كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي ...." .

وعليه فإن العناصر المكونة للعلامة التجارية يجب أن تكون مكتوبة وظاهرة بصورة مادية ملموسة يمكن رؤيتها بالعين المجردة .

الفرع الثاني : الشروط الشكلية للعلامة للتجارية

يقصد بالشروط الشكلية للعلامة التجارية إجراءات تسجيلها، والتي ينتج عنها الوجود القانوني للعلامة التجارية وإكتسابها الحق في الحماية القانونية .

1– حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص 76 .

2– مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق ، المرجع السابق، ص 735 ، 736 .

3– مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، نفس المرجع، ص 736 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

مبحث تمهيدي:

أولا : الإيداع

يتمثل الإيداع في عملية تسليم الملف إلى المصلحة المختصة بالتسجيل وهي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية (I.N.A.P.I).[1]

حيث تم إنشاءه بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98-68 المتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية المؤرخ في 21 فبراير 1998 .[2]

ويتم إيداع طلب التسجيل مباشرة لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية، أو يرسل إليه عن طريق البريد أو بأية طريقة أخرى مناسبة تثبت الإستلام، وتسلم أو ترسل إلى المودع أو وكيله نسخة من طلب التسجيل تحمل تأشيرة المصلحة المختصة وتتضمن تاريخ وساعة الإيداع.[3]

ويتضمن طلب تسجيل العلامة ما يلي :

1/ طلب تسجيل يقدم في الإستمارة الرسمية يتضمن إسم المودع وعنوانه الكامل .

2/ صورة من العلامة على أن لا يتعدى مقاسها الإطار المحدد لهذا الغرض في الإستمارة الرسمية وإذا كان اللون عنصرا مميزا للعلامة ويشكل ميزة لها على المودع أن يرفق الطلب بصورة ملونة للعلامة .

3/ قائمة واضحة وكاملة للسلع والخدمات التي تخصها العلامة .

4/ وصل يثبت دفع رسوم الإيداع والنشر المستحقة .

1– المادة 2 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

2 – المرسوم التنفيذي رقم 98-68 المتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، المؤرخ في 21 فبراير 1998، ج.ر عدد 11، الصادر في 1 مارس 1998 .

3 - المادة 04 من المرسوم التنفيذي 277/05 المؤرخ في 02 أوت 2005 الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، ج.ر عدد 54 الصادرة في 07 أوت 2005 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

وفي حالة تمثيل المودع من قبل وكيل يجب أن يرفق طلب التسجيل بوكالة ويجب أن تكون هذه الأخيرة مؤرخة وممضاة وتحمل إسم الوكيل وعنوانه .

كما يجب تحرير طلب تسجيل العلامة على النموذج الذي يجب تسليمه من المعهد الوطني للملكية الصناعية، ويمكن للمودع وقبل تسجيل العلامة طلب إستدراك الأخطاء المادية الواردة في الوثائق المودعة .

ثانيا : فحص الإيداع

يتولى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية مهمة فحص ملف الإيداع من ناحية الشكل ومن ناحية المضمون، فإذا كان الفحص إيجابيا من الناحيتين، يعد الإيداع مقبولا .

1-فحص العلامة من حيث الشكل:

بعد إيداع العلامة من طرف المودع أو وكيله تقوم المصلحة المختصة بدراسة الملف من حيث الشكل وذلك بفحص ما إذا كان الإيداع يستوفي الشروط المحددة في المواد من 4 إلى 7 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المحدد لكيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، وفي حالة وجود خطأ تطلب من المودع تسوية طلبه في أجل شهرين، ويمكن تمديد هذا الأجل نفس المدة عند الإقتضاءبناءا على طلب معلل من طرف صاحب الطلب، وفي حالة عدم التسوية في الآجال المحددة يرفض الطلب شكلا دون الحق في إسترداد الرسوم المدفوعة. [1]

2-فحص العلامة من حيث المضمون (الموضوع):

بعد قبول الإيداع شكلا تتم دراسة الطلب من حيث الموضوع، فيتم البحث فيما إذا لم تكن العلامة المودع الطلب بشأنها مستثناة من التسجيل لسبب أو أكثر من أسباب الرفض التي وردت في المادة 7 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .[2]

1– المادة 10 من المرسوم التنفيذي 05-277 .

2- المادة 11 من المرسوم التنفيذي 05-277 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

في حالة تبين من خلال الفحص توفر أحد أسباب الرفض فإن المصلحة المختصة تقوم بإبلاغ المودع بذلك وتطلب منه تقديم ملاحظاته في أجل أقصاه شهرين إبتداءا من تاريخ التبليغ ويمكن تمديده لنفس المدة بطلب معلل من صاحب الطلب .

إذا جاء الفحص من حيث المضمون مطابقا لجزء فقط من السلع والخدمات من ضمن القائمة المبينة في الطلب، لا تسجل العلامة إلاّ لهذه السلع والخدمات .[1]

ثالثا : تسجيل العلامة التجارية

يقصد بالتسجيل القرار الذي يتخذه مدير المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية والذي يتم على إثره قيد العلامة في سجل خاص بالمعهد.

حيث تقيد فيه العلامات وكافة العقود الأخرى التي نص عليها الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات ويتم نشر ذلك دوريا في النشرة الرسمية للعلامات. [2]

وكنتيجة لتسجيل العلامة لدى المصلحة المختصة يكتسب الحق في العلامة لمدة عشر (10) سنوات تسري بأثر رجعي إبتداءا من تاريخ إيداع الطلب . [3]

وبالتالي فإن تسجيل العلامة ينتج آثاره طيلة 10 سنوات من تاريخ إيداع الطلب وحتى تبقى الحماية القانونية في السريان أجاز المشرع تجديد التسجيل لنفس المدة ودون تحديد عدد التجديدات، ويسري التجديد إبداءا من اليوم الذي يلي تاريخ إنقضاء التسجيل وفقا لما جاء في المادة 5 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

وقد إشترط المشرع الجزائري أن لا يتضمن تجديد تسجيل العلامة أي تعديل جذري في نموذج العلامة أو إضافة في قائمة السلع أو الخدمات المعنية، وأن يقدم طلب التجديد مع

1 - المادة 12 من المرسوم التنفيذي 05-277 .

2 - المادة 14 من المرسوم التنفيذي 05-277 .

3 – المادة 5 فقرة 2 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

دفع رسوم التجديد في مهلة 6 أشهر التي تسبق إنقضاء التسجيل أو ستة (6) أشهر على الأكثر التي تلي إنقضاء التسجيل على أن يرفق الطلب بما يثبت أن العلامة قد إستعملت خلال السنة التي تسبق إنقضاء التسجيل .[1]

إذا تضمن تجديد تسجيل العلامة تعديل أو في حالة طلب تعديل في نموذج العلامة أو إضافة في قائمة السلع والخدمات، فإن ذلك يتطلب إيداعا جديدا .[2]

يتم فحص هذا الإيداع من طرف المصلحة المختصة والتي تتطلب من صاحب التسجيل في حالة عدم توفر شروط مطابقة طلب التجديد مع أحكام المواد 17 إلى 20 من المرسوم التنفيذي 05-277 أن يقوم بالتصحيحات أو الإستكمالات اللازمة في الأجل الذي تحدده، وفي حالة عدم الإستفتاء يرفض طلب التجديد .[3]

الفرع الثالث : آثار تسجيل العلامة التجارية

يترتب على إستيفاء العلامة التجارية الشروط الشكلية والشروط الموضوعية وتمام تسجيلها وفقا للإجراءات المعمول بها آثارا قانونية، فيكتسب المودع ملكية العلامة إضافة إلى تمتع العلامة التجارية بالحماية القانونية المنصوص عليها قانونا .

أولا : إكتساب ملكية العلامة التجارية

نص المشرع الجزائري في المادة 4 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على أن إستعمال العلامة وحده لا يكفي للقول بأن من إستعملها قد إلتزم بما إشترطه عليه القانون، بل لابد أن تكون العلامة المستعملة عبر الإقليم الوطني مسجلة، أو تم إيداع طلب تسجيل بشأنها لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية .[4]

---

1 - المادة 18 من المرسوم التنفيذي 05-277 .

2 - المادة 20 من المرسوم التنفيذي 05-277 .

3 - المادة 21 من المرسوم التنفيذي 05-277 .

4 – بن قوية المختار، ملكية العلامة في التشريع الجزائري بين التسجيل والإستعمال، مجلة معارف، جامعة أكلي محند أو لحاج، البويرة، الجزائر العدد 21 ديسمبر 2016، ص 133 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

وعليه فالمشرع الجزائري ربط الحق في ملكية العلامة التجارية بوجوب تسجيلها لدى المصلحة المختصة أو إيداع طلب تسجيل بشأنها، على أنه يتوجب كذلك على صاحب العلامة المسجلة الإستعمال الجدي لها على السلع والخدمات المعنية وفقا لما جاء في المادة 11 الفقرة 1 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

فيترتب على عدم إستعمال العلامة إبطالها ما عدا الحالات المنصوص عليها في المادة 11 الفقرة 2 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

1/ إذا لم يستغرق عدم الإستعمال أكثر من ثلاث (3) سنوات دون إنقطاع .

2/ إذا لم يقم مالك العلامة قبل إنتهاء هذا الأجل بتقديم الحجة بأن ظروفا عسيرة حالت دون إستعمالها، ففي هذه الحالة يسمح بتمديد الأجل إلى سنتين على الأكثر . [1]

وبناءا على هذا يعتبر تسجيل العلامة في التشريع الجزائري منشئ لحق ملكية العلامة وليس كاشفا أو مقررا له[2]، فصاحب العلامة هو من قام بتسجيلها أولا بغض النظر عن أي إستعمال سابق، فملكية العلامة تكون للأسبق في تسجيلها وليس للأسبق في إستعمالها وهذا وفقا لما جاء في المادة 6 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات [3]، فلا يجوز إستعمال أي علامة عبر الإقليم الوطني إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها .

والحالة الوحيدة التي يسمح فيها التشريع الجزائري لصاحب علامة مستعملة وغير مسجلة أن يطلب تسجيل هذه العلامة ويطالب بحق الأولوية فيها هي حالة القيام بعرض سلع أو خدمات تحت العلامة المطلوبة أثناء معرض دولي رسمي أو معترف به رسميا، وهذا خلال ثلاثة (3) أشهر إبتداءا من إنتهاء العرض. [4]

---

1 - المادة 11 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

2– فاضلي إدريس، المدخل إلى ملكية الفكرية، ديوان المطبوعات الجامعية، لجزائر، 2007 ، ص 291 .

3- المادة 6 الفقرة 1 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

4- المادة 6 الفقرة 2 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

مبحث تمهيدي:

بعد تسجيل العلامة وإكتساب حق الملكية على العلامة مما يخول لصاحبها جميع حقوق الملكية، فله حق التصرف فيها بجميع أنواع التصرف، سواء بالإستغلالوالإستعمال أو البيع أو الرهن أو بالترخيص للغير بإستعمالها .

1/ لقد نصت المادة 14 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على أنه "بمعزل عن التحويل الكلي أو الجزئي للمؤسسة، يمكن نقل الحقوق المخولة عن طلب التسجيل أو تسجيل العلامة كليا أو جزئيا أو رهنها"، أي يمكن التصرف في العلامة عن طريق البيع، ويجوز بيعها كليا أو جزئيا، بجميع السلع والخدمات التي سجلت من أجلها أو جزء منها فقط. [1]

اشترط المشرع الجزائري تحت طائلة البطلان الكتابة وإمضاء الأطراف في عقود نقل الحق في العلامة المودعة أو المسجلة [2]، كما أوجب قيد نقل تلك الحقوق في سجل العلامات على مستوى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، ولا يكون النقل نافذا في مواجهة الغير إلا من تاريخ التسجيل في سجل العلامات . [3]

2/ العلامة يمكن أن تكون محل رهن عن طريق رهن المحل التجاري بإعتبارها عنصر من عناصره وفي هذه الحالة يجب على الأطراف المتعاقدة أن تنص على العلامة محل الرهن في قائمة العناصر المرهونة، وهذا ما تنص عليه المادة 119 من القانون التجاري الجزائري، وإما أن تكون محل رهن بصورة مستقلة عن المحل التجاري. [4]

1– رمزي حوحو وكاهنة زواوي، المرجع السابق، ص 40 .

2– المادة 15 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

3- المادة 22 من المرسوم التنفيذي 277/05 المحدد لكيفيات إيداع العلامات وتسجيلها .

4 - رمزي حوحو، كاهنة زواوي، المرجع السابق، ص41 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

3/ نصت المادة 16 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على أنه يمكن أن تكون الحقوق المرتبطة بالعلامة موضوع رخصة إستغلال واحدة أو إستثارية أو غير إستئثارية، لكل جزء من السلع أو الخدمات التي تم إيداع أو تسجيل العلامة بشأنها" . [1]

وعليه ما يفهم من نص المادة 16 أنه يجوز الترخيص بإستعمال العلامة أي يمنح صاحب العلامة للغير الحق في إستغلال علامته كليا أو جزئيا بصورة إستئثارية أو غير إستئثارية مع مراعاة أحكام المواد 17 و 18 وما إتفق عليه الطرفان في عقد الترخيص . [2]

4/ ينقضي الحق في العلامة إما بناءا على إرادة صاحبها ويتعلق الأمر :

أ) بعدم تجديد التسجيل أي بعد إنقضاء عشر (10) سنوات من تاريخ إيداع طلب التسجيل وفقا لما جاء في المادة 5 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

ب) أو في حالة التخلي عن العلامة، فيجوز لصاحب العلامة أن يطلب من المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية التخلي أو العدول عن تسجيل العلامة لكل أو جزء من السلع أو الخدمات التي سجلت من أجلها.[3]

وينقضي أيضا الحق في العلامة بغير إرادة صاحبها، ويكون هذا في حالة :

أ/ بطلان وعدم صحة إجراءات الإيداع أو التسجيل ويمكن للجهة القضائية المختصة أن تبطل تسجيل العلامة بأثر رجعي من تاريخ الإيداع وذلك بطلب من المصلحة المختصة أو من الغير [4]، وهذا يكون في حال تبين لها بأن التسجيل جاء مخالفا لأحكام المادة 07 من الأمر 06/03 السالف الذكر .

1 – المادة 16 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .
2 - المادة 17 ، 18 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .
3 - المادة 19 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .
4 - المادة 20 فقرة 01 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

ب/ إذا لم يقم مالك العلامة المسجلة بإستعمال العلامة إستعمالا جديا لمدة تزيد عن ثلاث (03) سنوات متتالية دون إنقطاع فإنه تترتب على ذلك إبطالها، وبالتالي سقوط حقه في العلامة إلاّ إذا قدم المالك مبررا لظروف عسيرة حالت دون إستعمالها قبل إنتهاء الأجل. [1]

ثانيا: إكتساب الحماية القانونية للعلامة التجارية

يتمثل الأثر المهم لتسجيل العلامة لدى الجهة المختصة وفقا للإجراءات المعمول بها هو إكتسابها للحماية القانونية، إذ يشكل الإعتداء على الحق في العلامة التجارية جريمة يعاقب عليها القانون من كانت تلك العلامة مسجلة، فالتسجيل شرط أساسي لابد من توافره حتى تقوم الحماية الجزائية للحق في العلامة في حالة الإعتداء عليه . [2]

كما أن لمالك العلامة أن يطالب بالتعويض عن الأضرار التي لحقت به من جراء ذلك الإعتداء، فالحماية التي يوفرها القانون للعلامة التجارية تنقسم إلى نوعين من الحماية جزائية ومدنية هذا بالنسبة للتشريع الوطني، وتجمع التشريعات المختلفة على تعليق الحماية الجزائية للعلامة على شرط تسجيلها وفقا للإجراءات الشكلية المتبعة في كل تشريع . [3]

أما على المستوى الدولي فتستمد الحماية القانونية للعلامات التجارية من الإتفاقيات والمعاهدات الدولية ذات الصلة .

وسنتطرق إلى الحماية القانونية للعلامة التجارية على المستويين الدولي والوطني بصفة مفصلة في الفصل الثاني من هذه المذكرة .

1- المادة 11 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

2– حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص 203 .

3– نفس المرجع، ص 204 .

Supprimer filigrane
Wondershare PDFelement

الفصل الأول : الحماية الدولية للعلامة التجارية

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

نتيجة للتطور الذي شهده العالم في مختلف المجالات وزيادة المبادلات التجارية خارج حدود الدول، حيث ساعد انتشار وسائل الإتصال المختلفة في نقل التكنولوجيا والمنتجات والخدمات عبر مختلف العالم بشكل واسع، وأمام تباين وتخوف المستثمرين وأصحاب الشركات والمتنجين من عجز هذه التشريعات على توفير الحماية للعلامات التجارية في حال وقع الإعتداء عليها خارج حدود إقليمها لإقتصار حمايتها لحقوق الملكية الصناعية على إقليم الدولة وفقا لمبدأ إقليمية القوانين .

ولهذا كان من الضروري البحث عن وسائل وسبل فعالة لتوفير الحماية للعلامات خارج النطاق الإقليمي للدول، وكنتيجة لذلك سعت الدول في إطار المنظمات الدولية إلى إبرام إتفاقيات دولية لتضمن لرعاياها حماية دولية لعلاماتهم، حيث أصبحت تلك الإتفاقيات الدولية بعد إبراهمها والمصادقة عليها ونشرها تسمو على التشريعات الوطنية للدول.

ومن أبرز الإتفاقيات التي تم إبرامها في هذا المجال، إتفاقية باريس بشأن الملكية الصناعية المبرمة سنة 1883 والتي عدلت عدة مرات كان آخرها عام 1967 وإتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية تربس (تربس TRIPS) سنة 1994 بالإضافة إلى إتفاق مدريد الخاص بالتسجيل الدولي للعلامات التجارية لسنة 1891 وغيرها من الإتفاقيات الأخرى في نفس المجال وسنتعرض لها في هذا الفصل في مباحث كالتالي :

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

المبحث الأول : الحماية القانونية للعلامة التجارية في إتفاقية باريس لسنة 1883

تشكل إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883 الدعامة الرئيسية التي يرتكز عليها نظام حماية حقوق الملكية الصناعية بصفة عامة والعلامات التجارية خاصة .

وقد عهد بإدارة الإتفاقية إلى المنظمة الدولية للملكية الفكرية (WIPO) .[1] والتي يقع مقرها بجنيف، وتم إنظمام الجزائر إلى إتفاقية باريس بمقتضى الأمر 66-48 المؤرخ في 25 فيفري 1966 والمتضمن إنضمام الجزائر إلى إتفاقية باريس المؤرخة في 20 مارس 1883 المعدلة .

حيث قامت الإتفاقية على توفير وتسهيل حماية حقوق الملكية الصناعية على المستوى الدولي لغرض رئيسي وهو أن يتمتع كل شخص تابع أو مقيم في إحدى الدول الأطراف في الإتفاقية بالحماية اللازمة لإختراعه أو علامته التجارية أو باقي صور الملكية الصناعية الأخرى المذكورة في نص المادة الأولى من هذه الإتفاقية .

وسنتطرق في هذا المطلب إلى المبادئ الأساسية لإتفاقية باريس (مطلب أول) ثم إلى الأحكام الموضوعية الخاصة بحماية العلامات التجارية في اتفاقية باريس (مطلب ثاني) وإجراءات حماية العلامة التجارية في اتفاقية باريس (مطلب ثالث) .

المطلب الأول : المبادئ الأساسية لإتفاقية باريس

تقرت إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883 عدة مبادئ وألزمت كافة دول الإتحاد بتطبيقها، وهي تنقسم إلى مبادئ عامة (فرع أول) تنطبق على جميع عناصر الملكية الصناعية ومبادئ خاصة تنطبق على عنصر أو عناصر محددة من عناصر الملكية

1-WIPO: المنظمة الدولية للملكية الفكرية هي إحدى الوكالات التابعة للأمم المتحدة، تم التوقيع على الإتفاقية المؤسسة لها في إستوكهولم سنة 1967 ودخلت حيز التنفيذ سنة 1970 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

الصناعية دون الأخرى ونظرا إلى أن العلامة التجارية هي ما يهمنا ضمن دراستنا سنركز على المبادئ التي تخصها (فرع ثاني) .

الفرع الأول: المبادئ العامة لإتفاقية باريس :

الهدف من إبرام إتفاقية باريس هو حماية رعايا كل دولة من الدول الأعضاء في إتحاد باريس هو حماية رعايا كل دولة من الدول الأعضاء في إتحاد باريس في كافة البلدان الأخرى الأعضاء في الإتحاد، عن طريق المبادئ التي أقرتها الإتفاقية وأهمها مبدأي المعاملة الوطنية والأسبقية . [1] ونتطرق إليهما فيما يلي :

أولا: مبدأ المعاملة الوطنية :

نصت الفقرة الأولى من المادة الثانية من إتفاقية باريس على أن : "يتمتع رعايا كل دولة من دول الإتحاد في جميع دول الإتحاد الأخرى، بالنسبة لحماية الملكية الصناعية بالمزايا التي تمنحها حاليا أو قد تمنحها مستقبلا قوانين تلك الدول لمواطنيها، وذلك دون الإخلال بالحقوق المنصوص عليها بصفة خاصة في هذه الإتفاقية، وأن يكون لهم الحماية نفسها التي للمواطنين ووسائل الطعن القانونية نفسها ضد أي إخلال بحقوقهم، بشرط إتباع الشروط والإجراءات المفروضة على المواطنين" . [2]

وعليه و وفقا لمبدأ المعاملة الوطنية فإنه على الدول الأعضاء الإلتزام بعدم التمييز في المعاملة بين رعاياها و رعايا جميع الدول الأعضاء في إتحاد باريس، فيجب عليها توفير الحماية والحقوق والمزايا نفسها التي توفرها لمواطنيها .

1- حسام الدين عبد الغني الصغير، مرجع سابق، ص 16 .

2- الفقرة (1) من المادة الثانية من إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المؤرخة في 20 مارس 1883 والمعدلة ببروكسل في 14 ديسمبر 1900 وواشنطن في 2 يونيو 1911 ولاهاي في 6 نوفمبر 1925 ولندن في 2 يونيو 1934 ولشبونة في 31 أكتوبر 1958 وإستكهولم في 14 يوليو 1967 والمنقحة في 28 سبتمبر 1979 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

وتبعا لمبدأ المعاملة الوطنية يكون للأجنبي الذي ينتمي إلى دولة من دول إتحاد باريس إكتساب الحقوق المتعلقة بمختلف صور الملكية الصناعية التي اشارت المادة الأولى من الإتفاقية إليها في كل دول إتحاد باريس ويعامل نفس معاملة مواطنيها . [1]

كما نصت المادة الثالثة من إتفاقية باريس على أن "يعامل نفس معاملة رعايا دول الإتحاد رعايا الدول غير الأعضاء في الإتحاد المقيمين في إقليم إحدى دول الإتحاد، أو الذين لهم عليها منشآت صناعية أو تجارية حقيقية وفعالة" . [2]

وعليه وبالرجوع إلى نص المادة الثالثة من إتفاقية باريس ، يستفيد من الحماية المقررة وفقا لهذا المبدأ الأشخاص كالتالي :

* الأشخاص حاملي جنسية إحدى الدول الأعضاء في الإتفاقية .

* الاشخاص المقيمين في دولة عضو في هذه الإتفاقية (رعايا الدول غير الأعضاء في إتحاد باريس) .

* الأشخاص الذين يملكون منشآت صناعية أو تجارية حقيقية وفعالة في دولة عضو في هذه الإتفاقية .

وبالتالي فجميع المنتمين إلى دولة من دول الإتحاد يتمتعون في كل دولة من هذه الدول بالمعاملة المقررة فيها لمواطنيها [3]، أي بالمساواة .

ولا شك أن مبدأ المعاملة الوطنية له دور كبير في تدعيم حماية حقوق الملكية الفكرية على المستوى الدولي لأن الأصل ان لكل دولة الحق في أن تقصر التمتع بحقوق الملكية الفكرية على مواطنيها ولا تعترف بهذه الحقوق للأجانب غير أن الدول الأعضاء في إتحاد

1- حسام الدين عبد الغني الصغير، مرجع سابق، ص 16 ، 17 .

2 - المادة 3 من إتفاقية باريس .

3 - حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص 432 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

باريس تلتزم بقتضى مبدأ المعاملة الوطنية المنصوص عليه في المادة 2 من الإتفاقية بأن تمنح رعايا كل دول الإتحاد ومن في حكمهم المزايا التي تمنحها قوانينها لمواطنيها فيما يتعلق بحقوق الملكية الصناعية. [1]

كما نصت الفقرة الثانية من المادة الثانية من إتفاقية باريس على أن : "ومع ذلك لا يجوز أن يفرض على رعايا دول الإتحاد أي شرط خاص بالإقامة أو بوجود منشأة في الدول التي تطلب فيها الحماية للتمتع بأي حق من حقوق الملكية الصناعية" . [2]

أوردت المادة الثانية في فقرتها الثالثة من إتفاقية باريس إستثناءا على مبدأ المعاملة الوطنية بأنه يجوز للدول الأعضاء في إتحاد باريس التمييز بين مواطنيها والأجانب فيما يتعلق بالإجراءات القضائية والإدارية وقواعد الإختصاص المنصوص عليها في تشريعها الوطني، وكذلك يجوز الإشتراط على الأجانب تحديد محل مختار داخل الدولة أو تعيين وكيل بحسب ما تقتضيه قوانين الملكية الصناعية . [3]

ثانيا: مبدأ الأسبقية (الأولوية) :

نصت على هذا المبدأ المادة الرابعة من إتفاقية باريس حيث جاء فيها يتمتع كل من أودع في إحدى دول الإتحاد طلبا قانونيا للحصول على براءة اختراع أو لتسجيل نموذج منفعة أو رسم أو نموذج صناعي أو علامة تجارية أو صناعية هو أو خلفه فيما يختص بالإيداع في الدول الأخرى بحق الأسبقية (الأولية) خلال المواعيد المحددة في الإتفاقية". وعليه يتمتع كل من يقدم طلبا لتسجيل علامة تجارية في إحدى دول الإتحاد هو و خلفه فيما يختص بالتسجيل في الدول الأخرى بحق الأسبقية خلال ستة (6) أشهر من إيداع

1 – حسام الدين عبد الغني الصغير، مرجع سابق، ص 17 .

2 – الفقرة الثانية من المادة الثانية من إتفاقية باريس .

3 – حسام الدين عبد الغني الصغير، المرجع السابق، ص 18 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

الطلب الأول، فإذا قدم طالب التسجيل خلال هذه المدة طلبا آخر في إحدى دول الإتحاد فإن تاريخ تقديم الطلب الأول يعتبر هو تاريخ تقديم الطلب في البلد الآخر . [1]

الفرع الثاني: المبادئ الخاصة لحماية العلامة التجارية في إطار إتفاقية باريس :

بالإضافة إلى المبادئ التي تطرقنا غليها والمتمثلة في المبادئ العامة هناك مبدأين آخرين ويعتبران مبدأين خاصين لحماية العلامة التجارية والذين قررتهما إتفاقية باريس وهما: مبدأ قبول تسجيل جميع العلامات الأجنبية المسجلة في بلدها الأصلي ومبدأ إستقلال العلامات التجارية .

أولا: مبدأ قبول تسجيل جميع العلامات الأجنبية المسجلة في بلدها الأصلي :

من أجل تسهيل العلامات التجارية في جميع دول الإتحاد، أوجبت إتفاقية باريس ،على كل دول الإتحاد، أن تقبل إيداع كل علامة تجارية أو صناعية سجلت في بلدها الأصلي، وأن تمنحها الحماية بالحالة التي هي عليها، ويجوز لتلك الدول أن تطلب قبل إجراء التسجيل تقديم شهادة صادرة من جهة الإختصاص تثبت حصول تسجيل العلامة الأصلي، ولا يشترط أي تصديق لهذه الشهادة. [2]

لذا فإن جميع دول الإتحاد ملزمة بقبول تسجيل العلامات التجارية التي سبق تسجيلها في إحدى دول الإتحاد وذلك بالحالة التي تكون عليها، كما سجلت في بلدها الأصلي، كما تلتزم بتوفير الحماية القانونية لها في إقليم تلك الدول. [3]

1 - حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص 433 .

2 – المادة السادسة (خامسا) من إتفاقية باريس .

3 – صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، مرجع سابق، ص 286 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

وإذا كانت دول الإتحاد جميعا تعتبر ملزمة بقبول تسجيل أية علامة سبق تسجيلها في البلد الأصلي كمبدأ عام، فإن هناك إستثناءات محددة، وعلى سبيل الحصر، يمكن بمقتضاها رفض تسجيل العلامة التجارية في دول الإتحاد رغم تسجيلها في البلد الأصلي. [1]

حصرت إتفاقية باريس الحالات التي يجوز للدولة فيها رفض تسجيل العلامة التجارية كالتالي:

أ/ العلامات التي من شأنها المساس بالحقوق المكتسبة للغير في الدول التي تطلب فيها الحماية .

ب/ العلامات المجردة من أية صفة مميزة والتي تتكون فقط من إشارات أو بيانات قد تستعمل في التجارة للدلالة على نوع المنتجات أو صفتها، أو لبيان الغرض منها وقيمتها، أو مصدرها أو زمن إنتاجها، مع مراعاة ظروف الواقع، وعلى الأخص مدة إستعمال العلامة عند تقدير الصفة المميزة لهذه العلامة .

جـ/ العلامات المخالفة للآداب أو النظام العام وخاصة العلامات التي من شأنها تضليل الجمهور، مع وجوب الأخذ بعين الإعتبار أنه لا يجوز إعتبار العلامة مخالفة للنظام العام بسبب عدم مطابقتها لبعض أحكام القانون الخاص بالعلامات التجارية في البلد المطلوب التسجيل فيه، إلاّ إذا كانت هذه الأحكام تتعلق بالنظام العام .

وإضافة إلى هذا نصت المادة السادسة من إتفاقية باريس على أنه لا يجوز رفض تسجيل العلامات التجارية في الدول الأخرى للإتحاد لمجرد إختلافها عن العلامات التي تتمتع بالحماية في بلدها الأصلي بعناصر لا تغير في الصفة المميزة لها، ولا تمس ذاتية العلامة بالشكل الذي سجلت فيه في البلد الأصلي . [2]

---

1 - حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص 434 .

2– المادة السادسة /خامسا / ب ، من إتفاقية باريس .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

ثانيا: مبدأ إستقلال العلامة التجارية :

نصت إتفاقية باريس في المادة السادسة الفقرة الثالثة منها على أنه: "تعتبر العلامة التي سجلت طبقا للأوضاع القانونية في إحدى دول الإتحاد مستقلة عن العلامات التي سجلت في دول الإتحاد الأخرى بما في ذلك دولة المنشأ [1]، وبناء على ذلك، فإذا تم تسجيل العلامة التجارية وفقا للتشريع المعمول به في البلد الأصلي، ومن ثم تسجيل العلامة في دولة أو أكثر، تعتبر كل علامة مسجلة في أكثر من دولة مستقلة تمام الإستقلال عن الأخرى، [2] فإذا ما إنتهت مدة التسجيل للعلامة في إحدى الدول، فإن هذا لا يؤدي إلى إنتهاء مدة التسجيل في بقية الدول، كما أن تجديد التسجيل في إحدى الدول لا يؤدي إلى تجديد التسجيل في جميع البلاد المسجلة فيها العلامة التجارية، وإن إلغاء تسجيل العلامة في إحدى دول الإتحاد، أو شطبها لا يؤثر في صلاحية تسجيلها في الدول الأخرى. [3]

وهذا الوضع هو ما يطلق عليه "إستقلال العلامات التجارية في حمايتها وتجديدها وزوالها في بلدها الأصلي وبلدان الإتحاد الأخرى المسجلة فيها" . [4]

المطلب الثاني : الأحكام الموضوعية الخاصة بحماية العلامات التجارية في إتفاقية باريس

نتطرق في هذا المطلب إلى القانون الواجب التطبيق على شروط تسجيل العلامة التجارية (فرع أول) ثم نتناول الأحكام القانونية الخاصة بحماية العلامات المشهورة وعلامات الخدمة (فرع ثاني) .

1– المادة السادسة / ثالثا من إتفاقية باريس .

2 – حمدي غالب الجغفير، مرجع سابق، ص 436 .

3 – صلاح زين الدين العلامات التجارية وطنيا ودوليا، مرجع سابق، ص 287 .

4 – حمدي غالب الجغفير، مرجع سابق، ص 436 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

الفرع الأول: القانون الواجب التطبيق على شروط تسجيل العلامة :

تضمنت إتفاقية باريس عدة قواعد تتعلق بشروط تسجيل العلامة التجارية وإستغلالها، أوردتها في المادة السادسة منها، ووفقا للفقرة الأولى منها فإن شروط إيداع وتسجيل العلامة التجارية تخضع للتشريع الوطني في كل دولة من دول الإتحاد، فالتشريع الوطني للدولة التي يراد تسجيل العلامة فيها هو الذي يحدد شروط إيداع العلامة وإجراءات تسجيلها. [1]

ومع ذلك لا يجوز لأي دولة من دول الإتحاد أن تفرض تسجيل علامة مودعة في أي دولة من دول الإتحاد بمعرفة أحد رعايا دول الإتحاد أو تبطل تسجيلها إستنادا إلى عدم إيداع العلامة أو تسجيلها أو تجديدها في بلد المنشأ. [2]

وكمثال على ذلك فلو أودعت شركة إيطالية طلبا لتسجيل علامة تجارية في فرنسا، ثم تقدمت بطلب لاحق لتسجيل نفس العلامة التجارية في الجزائر، فلا يجوز رفض طلب تسجيل العلامة في الجزائر إستنادا إلى أن الشركة الإيطالية لم تقم بإيداع طلب لتسجيل العلامة أو لم تسجلها في إيطاليا .

وكما سبق وتطرقنا إلى مبدأ إستقلالية العلامة التجارية وهذا وفقا للمادة السادسة في فقرتها الثالثة من إتفاقية باريس حيث تعتبر العلامة التي سجلت وفقا للقانون في إحدى دول الإتحاد مستقلة عن العلامات التي سجلت في دول الإتحاد الأخرى بما في ذلك دولة المنشأ.

الفرع الثاني: الأحكام القانونية الخاصة بحماية العلامات المشهورة وعلامات الخدمة

أولا: الأحكام القانونية الخاصة بحماية العلامات المشهورة :

يقصد بالعلامة المشهورة : تلك العلامة التي إكتسبت سمعة وشهرة ملحوظة في النشاط الإقتصادي وعادة ما تقرر شهرة العلامة، من خلال إنتشار سمعتها محليا أو خارجيا، ومع

1 – حسام الدين عبد الغني الصغير، مرجع سابق، ص 20 .

2 - نفس المرجع ، ص 20 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

ذلك لابد من شهادة، تفيد شهرة العلامة، من الجهة المختصة في الدولة المسجلة فيها تلك العلامة .[1]

وضعت إتفاقية باريس في المادة 6 (ثالثا) أحكاما خاصة لحماية العلامة المشهورة، حيث تقرر إعطاء العلامة المشهورة حماية في البلدان التي لم تسجل فيها بعد وذلك إستثناء من مبدأ وطنية قانون العلامات التجارية، فأوجبت على الدول الأعضاء في إتحاد باريس أن ترفض طلب تسجيل أو تبطل تسجيل أو تمنع إستعمال أي علامة تشكل نسخا أو تقليدا لعلامة ترى السلطة المختصة في الدول أنها علامة مشهورة إذا كان إستعمال تلك العلامة بصدد منتجات مماثلة أو مشابهة يؤدي إلى وقوع لبس أو تضليل.[2]

وهذا الحكم يقرر حماية من نوع خاص للعلامة المشهورة ولو لم تكن مسجلة .

وكذلك تسري هذه الأحكام، إذا كان الجزء الجوهري من العلامة يشكل نسخا لتلك العلامة المشهورة أو تقليدا لها من شأنه إيجاد ليس بها.[3]

ويقصد بالنسخ أن تكون العلامة المراد تسجيلها أو المستعملة أو المسجلة هي علامة طبق الأصل للعلامة المشهورة بحيث تتطابق العلامتين بكافة العناصر الأساسية والثانوية المكونة لهما دون وجود أي خلافات، أو قد تكون هناك إختلافات طفيفة جدا من الصعب إكتشافها بسهولة ولو دققت[4] مثال ذلك إختلاف بسيط في درجة لون العلامة أو درجة استدارة بشكل طفيف في شكل العلامة .

1 – صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، المرجع السابق، ص 288 .

2 – المادة 6 (ثانيا) من إتفاقية باريس .

3 - المادة 6 (سادسا) من إتفاقية باريس .

4 - حمدي غالب الجغفير، مرجع سابق، ص 469 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

وتجدر الإشارة إلى أن المادة 6 (ثانيا) في نصها لا تتحدث عن العلامة المشهورة إلاّ بصدد علامات السلع وعليه فالحماية المقررة للعلامة المشهورة تقتصر على علامة السلعة دون علامة الخدمة .

ثانيا: الأحكام القانونية الخاصة بحماية علامة الخدمة :

يقصد بعلامة الخدمة – تلك العلامة التي تستخدم من الجهة التي تقدم خدمة معينة مثل البنوك، المطاعم، الفنادق، وكلاء السياحة والتأجير وغيرها، وذلك لتمييز خدمة هذه الجهة عن الخدمات المماثلة التي تقدمها جهات أخرى. [1]

ولم تكن الحماية المقررة في إتفاقية باريس للعلامة التجارية تشمل علامة الخدمة، بل كانت قاصرة على علامة السلعة .

وفي المؤتمر الذي عقد بلشبونة في شهر أكتوبر من سنة 1958 لتعديل إتفاقية باريس تمت مناقشة إقتراح يتضمن التوسع في الحماية المقررة في الإتفاقية للعلامة التجارية لتشمل علامة الخدمة من جميع الأوجه، إلاّ أنه لم تتم الموافقة على هذا الإقتراح، وإقتصر التعديل الذي جاءت به المادة 6 (سادسا) والذي نص على إلزام دول الإتحاد بحماية علامة الخدمة دون إلزامها بتسجيل تلك العلامة وجاء فيه "تتعهد دول الإتحاد بحماية علامات الخدمة، ولا تلتزم هذه الدول بأن تكفل التسجيل لتلك العلامات" . [2]

وعليه وفقا لما جاء في المادة 6 (سادسا) فإن إتفاقية باريس لا تلزم الدول أعضاء الإتحاد بتسجيل علامة الخدمة كعلامة تجارية، بل يكفيها توفير الحماية لها عن طريق قواعد المنافسة غير المشروعة وغيرها من آليات الحماية الأخرى. وهذا لا يمنع الدول الأعضاء في الإتحاد من حماية علامة الخدمة كعلامة تجارية إذا شاءت.[3]

---

1 – صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، مرجع سابق، ص 288 .

2– المادة السادسة (سادسا) من إتفاقية باريس .

3– حسام الدين عبد الغني الصغير، مرجع سابق، ص 28 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

المطلب الثالث: إجراءات حماية العلامات التجارية في إتفاقية باريس

لغرض حماية العلامة التجارية، أقرت إتفاقية باريس عدد من الإجراءات التي من شأنها ضمان ذلك في موادها من 9 إلى 11 والتي سنتطرق إليها كالآتي :

الفرع الأول: مصادرة المنتجات غير المشروعة :

نصت إتفاقية باريس في المادة التاسعة (9) منها على أنه :

1- كل منتج يحمل بطريق غير مشروع علامة صناعية أو تجارية أو إسما تجاريا يصادر عند الإستراد في دول الإتحاد التي يكون فيها لهذه العلامة أو لهذا الإسم حق الحماية القانونية .

2- توقع المصادرة أيضا في الدولة التي وضعت فيها العلامة بطريق غير مشروع أو في الدول التي تم إستيراد المنتج إليها .

3- تقع المصادرة بناءا على طلب النيابة العامة أو أية سلطة مختصة أخرى أو من صاحب مصلحة سواء أكان شخصا طبيعيا أو معنويا وذلك للتشريع الداخلي لكل دولة .

4- لا تلتزم السلطات بتوقيع المصادرة على المنتجات التي تمر بالدولة في تجارة عابرة .

5- إذا كان تشريع الدولة لا يجيز المصادرة عند الإستراد فيم حظر الإستراد أو المصادرة داخل الدولة بدلا عن ذلك .

6/ إذا كان تشريع الدولة لا يجيز المصادرة عند الإستراد ولا حظر الإستراد ولا المصادرة داخل الدولة يستعاض عن هذه الإجراءات بالدعاوى والوسائل التي يكفلها قانون تلك الدولة لرعاياها في الحالات المماثلة، وذلك حتى يتم التعديل اللازم في التشريع". [1]

1– المادة 9 من إتفاقية باريس .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

كما ألزمت إتفاقية باريس الدول الأعضاء بأن تصادر كل منتج يحمل بطريق غير مشروع علامة تجارية إكتسبت الحق في الحماية القانونية وقد نصت المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي إستعملت في المخالفة (جنحة التقليد) [1].

وتتم المصادرة :

1/ عند الإستيراد في دول الإتحاد التي يكون فيها لهذه العلامة حق الحماية القانونية .

2/ عند مصادرة هذه المنتجات في الدولة التي وضعت فيها العلامة بطريقة غير مشروعة .

3/ في الدولة التي تم إستيراد المنتجات إليها .

إلا أننا نلاحظ ان الإتفاقية رغم تحديدها للإجراءات والتدابير المتخذة لحماية العلامة التجارية، فهي لم تنص على العقوبات المحددة لمختلف الجرائم المرتكبة ضدها ولم تلزم الدول الأعضاء بفرض أي نوع من العقوبات عليها وإنما تركت ذلك للتشريعات الوطنية للدول الأعضاء.

الفرع الثاني: حماية العلامة ضد المنافسة غير المشروعة :

نصت إتفاقية باريس في المادة 10 ثانيا منها على أنه: "

1- تلتزم دول الإتحاد بأن تكفل لرعايا دول الإتحاد الأخرى حماية فعالة ضد المنافسة غير المشروعة .

2- يعتبر من أعمال المنافسة غير المشروعة كل منافسة تتعارض مع العادات الشريفة في الشؤون الصناعية أو التجارية .

3- ويكون محضورا بصفة خاصة ما يلي :

1– المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

- كافة الأعمال التي من طبيعتها أن توجد بأية وسيلة كانت لبسا مع منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري.
- الإدعاءات المخالفة للحقيقة في مزاولة التجارة والتي من طبيعتها نزع الثقة عن منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري .
- البيانات أو الإدعاءات التي يكون إستعمالها في التجارة من شأنه تضليل الجمهور بالنسبة لطبيعة السلع أو طريقة تصنيعها أو خصائصها أو صلاحيتها للإستعمال أو كميتها .[1]

كما تجدر الإشارة إلى أن التشريعات الوطنية إعتمدت على هذه المادة كأساس ومصدر للنصوص القانونية المنظمة للحماية من المنافسة غير المشروعة .

الفرع الثالث: اللجوء إلى القضاء لحماية العلامة :

نصت المادة 10 ثالثا من إتفاقية باريس على أنه: "تتعهد دول الإتحاد بأن تكفل لرعايا دول الإتحاد الأخرى وسائل الطعن القانونية الملائمة لقمع جميع الأعمال المشار إليها في المواد (09، 10، 10 ثانيا) بطريقة فعالة .

علاوة على ذلك تتعهد دول الإتحاد بتوفير الإجراءات التي تسمح للنقابات والإتحادات التي تمثل ذوي الشأن من رجال الصناعة والإنتاج أو التجارة والتي لا يتعارض وجودها مع قوانين الدول التي تتبعها بالإلتجاء إلى القضاء أو السلطات الإدارية لقمع الأعمال المنصوص عليها في المواد (09، 10، 10 ثانيا) في الحدود التي يجيزها قانون الدولة التي تطلب فيها الحماية للنقابات والإتحادات التابعة للدولة".[2]

1– المادة 10 ثانيا من إتفاقية باريس .

2 – المادة 10 ثالثا من إتفاقية باريس .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

وعليه فقد أوجبت إتفاقية باريس على الدول أعضاء الإتحاد أن تكفل جميع وسائل الطعن القانونية ضد مختلف الجرائم التي قد تقع على العلامة التجارية والتي أوردتها في المواد (09، 10، 10 ثانيا) من الإتفاقية .

الفرع الرابع: الحماية المؤقتة في المعارض الدولية :

نصت إتفاقية باريس في المادة 11 منها على أنه: "تمنح دول الإتحاد طبقا لتشريعها الداخلي حماية مؤقتة للإختراعات التي يمكن أن تكون موضوعا لبراءات وكذلك لنماذج المنفعة والرسوم أو النماذج الصناعية والعلامات التجارية والصناعية وذلك بالنسبة للمنتجات التي تعرض في المعارض الدولية الرسمية أو المعترف بها رسميا والتي تقام على إقليم أية دولة منها .

لا يترتب على تلك الحماية المؤقتة امتداد المواعيد المنصوص عليها في المادة (4) ويجوز لسلطات كل دولة في حالة المطالبة فيما بعد بحق الأولوية أن تجعل سريان الميعاد يبدأ من تاريخ إدخال المنتج في المعرض".[1]

الفرع الخامس: التنازل عن العلامة :

نصت العديد من التشريعات الوطنية على عدم جواز التنازل عن العلامة منفصلة عن المشروع الذي يستخدم هذه العلامة منفصلة عن المشروع الذي يستخدم هذه العلامة لتمييز منتجاته أو سلعه أو خدماته وقد وضعت إتفاقية باريس أحكاما تخص هذه المسألة حيث جـاء في نـص المادة السادسة / رابعا منها ما يلي :

1/ إذا كان التنازل عن العلامة لا يعتبر صحيحا طبقا لتشريع إحدى دول الإتحاد إلاّ إذا كان مقترنا بإنتقال ملكية المشروع أو المحل التجاري الذي تخصه العلامة، فإنه يكفي لصحة هذا التنازل أن تنتقل ملكية جزء من المشروع أو المحل التجاري القائم في تلك

1 - المادة 11 من إتفاقية باريس .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

الدولة إلى المتنازل إليه مع منحه حقا إستئثاريا في أن يصنع أو يبيع في الدولة المشار إليها المنتجات التي تحمل العلامة المتنازل عنها .

2/ لا يترتب على الحكم السابق إلزام دول الإتحاد بأن تعتبر صحيحا التنازل عن أية علامة يكون إستعمالها بمعرفة المتنازل إليه من شأنه في الواقع تضليل الجمهور لا سيما فيما يتعلق بمصدر المنتجات المخصصة لها العلامة أو بطبيعتها أو صفاتها الجوهرية".[1]

وهذا يعني أنه يجوز للدول الأعضاء في إتحاد باريس أن تشترط لصحة التنازل عن العلامة أن يقترن التنازل بنقل ملكية المشروع الذي تستخدمه العلامة في تمييز منتجاته بكامل فروعه إلى المتنازل إليه.[2]

Wondershare PDFelement

1- المادة 6 رابعا من إتفاقية باريس .

2– حسام الدين عبد الغني الصغير، المرجع السابق، ص 24 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

المبحث الثاني: إتفاقية مدريد الخاصة بالتسجيل الدولي للعلامات التجارية لسنة 1891

تم التوقيع على إتفاق مدريد الخاص بالتسجيل الدولي في 1891/04/14 ولم يصبح ساري النفاذ إلاّ في 15 تموز 1892 وجرى تعديلها عدة مرات في لاهاي سنة 1925، لندن سنة 1934، وفي نيس سنة 1957 وفي إستكهولم سنة 1967 وجرى تعديله في سنة 1979.[1]

وقد إنضمت له الجزائر بموجب الأمر رقم 10/72 المؤرخ في: 1972/03/22، وتعد إتفاقية مدريد أول إتفاقية تنظم التسجيل الدولي للعلامات التجارية والتي يستند إليها نظام مدريد للتسجيل الدولي للعلامات إضافة إلى بروتوكول إتفاق مدريد الذي أبرم لسنة 1989 بهدف جعل هذا النظام أكثر مرونة مع التشريعات الوطنية لبعض البلدان أو المنظمات الدولية الحكومية التي لم يكن بإمكانها الإنضمام إلى الإتفاق.[2]

وسنتعرض في هذا المطلب للغرض من إتفاقية مدريد (المطلب الأول)، التسجيل الدولي للعلامة التجارية وفق إتفاق مدريد (المطلب الثاني) ثم إلى آثار التسجيل الدولي للعلامات وفق إتفاق مدريد (المطلب الثالث).

المطلب الأول: الغرض من إتفاقية مدريد :

عند رغبة صاحب العلامة التي تميز سلعة ما أو منتج أو خدمة معينة في دول متعددة، ونظرا لإختلاف الإجراءات المعتمدة على مستوى المكاتب الوطنية لتسجيل العلامات التجارية وتباين اللغات المستعملة في كل دولة، فإن هذا يضع صاحب العلامة في مواقف

1 – صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، المرجع السابق، ص 290 .

2 – www. Wipo. Int تاريخ التصفح 2021/03/18 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

صعبة من أجل إتمام عملية التسجيل في كل دولة، إضافة إلى تحمل تكاليف مرتفعة لدفع مختلف الرسوم المفروضة لهذه الإجراءات في كل دولة .

وقد أرسى إتفاق مدريد المبرم في 14 ابريل 1891 نظاما للتسجيل الدولي للعلامات يسمح لصاحب العلامة المسجلة في بلده الأصلي أن يكفل حمايتها في باقي دول الإتحاد عن طريق إيداع تلك العلامة بالمكتب الدولي للملكية الصناعية بجنيف التابع للمنظمة العالمية للملكية الفكرية، الذي يمسك السجل الدولي للعلامات وينشر نشرة العلامات الدولية وذلك بواسطة المكتب الوطني الذي حصل فيه الإيداع الأصلي. [1]

وعليه يتضح أن الغرض من إتفاقية مدريد، يتمثل في :

1/ تسهيل تسجيل العلامات التجارية على المستوى الدولي .

2/ التخلص من صعوبات التسجيل الفردي (المتعدد) .

3/ التوفير في الرسوم والنفقات والمصاريف .

4/ المحافظة على الوقت .

5/ توفير حماية للعلامة على نطاق واسع. [2]

المطلب الثاني: التسجيل الدولي للعلامات التجارية وفق إتفاق مدريد :

وضع إتفاق مدريد شروط وإجراءات محددة من أجل تسجيل العلامة التجارية على مستوى المكتب الدولي للملكية الصناعية بجنيف، والذي يتولى الإجراءات الإدارية للتسجيل تحت إشراف المنظمة العالمية للملكية الفكرية .

1 - سماح محمدي، الحماية القانونية للعلامة التجارية (دراسة مقارنة)، أطروحة دكتوراه في القانون تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة، الجزائر، سنة 2016/2015، ص 196 .

2 - صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، مرجع سابق، ص 291 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

الفرع الأول: شروط التسجيل الدولي للعلامات وفق إتفاق مدريد :

وضعت إتفاقية مدريد نظاما للتسجيل الدولي للعلامات التجارية، بمقتضاه، يكون لكل شخص تابع لإحدى الدول المتعاقدة، أن يكفل حماية علامته التجارية المسجلة في بلده الأصلي في جميع دول الإتحاد. [1]

وعليه فإن التسجيل الدولي متاح فقط للمستفيدين من تسجيل وطني للعلامة التجارية ثم إجراؤه في إحدى الدول المتعاقدة أي طرف في إتفاق مدريد ووفقا لما نصت عليه المادة 2 في فقرتها الأولى منه، ومن أجل الإستفادة من هذا النظام يجب أن يكون المستفيد إما من رعايا إحدى الدول المتعاقدة أو مقيما فيها أو يملك فيها منشأة صناعية أو تجارية حقيقية وفعلية .

كما تجدر الإشارة إلى أن مجرد إيداع العلامة لا يمنحه الحق في التسجيل الدولي وإنما يجب أن يتم التسجيل بشكل فعلي للعلامة في البلد الأصلي، كما أنه إذا فقد صاحب العلامة الحق عليها في البلد الأصلي فإنه يفقد الحق في طلب التسجيل الدولي لها . [2]

الفرع الثاني: إجراءات التسجيل الدولي للعلامات التجارية وفقا لإتفاق مدريد :

يعتبر التسجيل الوطني للعلامة في بلد المنشأ أو البلد الأصلي مدخلا للتسجيل الدولي للعلامات، فيجب تسجيل العلامة التجارية محليا لدى الجهة المختصة قبل أن يتم تسجيلها دوليا .

كما يجب على المستفيد، أن يذكر في طلب التسجيل الأول الذي أجراه في البلد المنشأ (الأصلي)، ويسمى "التسجيل الأساسي" أنه يرغب في الإستفادة من التسجيل الدولي. [3]

1 – صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، المرجع السابق، ص 292 .

2 – سماح محمدي، المرجع السابق، ص 197 .

3 – المادة 2 فقرة 1 من إتفاق مدريد .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

كما عليه تعيين الدول التي يرغب في مد الحماية إليها، حيث أن إتفاق مدريد يعطي للدول المتعاقدة حق وقف منح الحماية للعلامة على إقليمها إذا لم يتم تعيينها صراحة من قبل المستفيد في طلبه الأول .[1]

ويتم التسجيل الدولي للعلامة التجارية عن طريق :

أولا: تقديم طلب التسجيل الدولي :

ويتم الإيداع عن طريق قيام صاحب العلامة بتقديم طلب تسجيل دولي من نسختين على نموذج خاص لدى المكتب الدولي للملكية الصناعية بجنيف، وموجود لدى الجهة المسؤولة عن العلامات التجارية، في البلد الذي سبق لمقدم الطلب تسجيل علامته فيه.[2]

وعلى مكتب المنشأ أن يشهد أن البيانات الواردة في الطلب الدولي تطابق بصفة تامة البيانات الواردة في التسجيل الأساسي، وأن يبين في الطلب تاريخ التسجيل ورقمه والتاريخ والرقم الخاص بالطلب الذي تم به التسجيل الأساسي.[3]

كما أنه على كل من يقوم بالإيداع أن يبين في الطلب أيضا :

أ/ نوعية السلع والخدمات التي تنطبق عليها العلامة المطلوب حمايتها، وكذلك الصنف أو الأصناف التي تندرج تحتها تبعا للتصنيف الموضوع بموجب إتفاق نيس بشأن التصنيف الدولي للسلع والخدمات المبرم بتاريخ: 1957/06/15.[4]

---

1 – المادة 3 مكرر من إتفاق مدريد .

2 – عبد الفتاح بيومي حجازي، الملكية الصناعية في القانون المقارن، دار الفكر الجامعي الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2007، ص 221 .

3 – المادة 1/3 من إتفاقية مدريد .

4– بدأ سريانه في 1961/04/08 ويعتبر إتفاق نيس متاحا لكافة الدول الأعضاء في إتفاقية باريس بشرط إيداع وثائق التصديق على مستوى المنظمة العالمية للملكية الفكرية WIPO .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

وإلاّ فإن المكتب الدولي هو الذي يقوم بتصنيفها وفق التصنيف المذكور تبعا للمادة الثالثة فقرة 2 من إتفاق مدريد .

ب/ في حال كان اللون يشكل عنصرا مميزا للعلامة المطالب بحمايتها، فيجب عليه إلاعلان عن ذلك في طلبه وأن يقدم طلبه الدولي مصحوبا بإشعار يحدد فيه اللون أو مزيج الألوان (درجة اللون وغيرها) وأن يرفق الطلب بنسخ أو صورة عن العلامة تكون ملونة . [1]

كما أنه على مودع الطلب تسديد الرسوم المفروضة عند التسجيل.

ثانيا: فحص الطلب من قبل المكتب الدولي للملكية الصناعية:

يقوم المكتب الدولي للملكية الصناعية (جنيف) التابعة للمنظمة العالمية للملكية الفكرية (OMPI) بتدقيق طلبات التسجيل الدولي الواردة له، من حيث إستيفاؤها لشروط إتفاقية مدريد وأنظمتها، فإذا كانت طلبات التسجيل كذلك يسير بالإجراءات لتسجيل العلامة التجارية. [2]

وعلى المكتب الدولي أن يبلغ التسجيل الدولي لمكاتب الدول المعنية المطلوب الحصول على الحماية فيها دون تأخير، ويقيد العلامات المسجلة في السجل الدولي للعلامات، كما ينشرها في نشرة دورية يصدرها مرة في الأسبوع تحت عنوان "العلامات الدولية". [3]

أما في حالة رفض المكتب الدولي للطلب لعدم إكتمال الوثائق أو البيانات أو أداء الرسوم حسب الشروط المطلوبة، يتم إرجاع التسجيل لحين تدارك النواقص في الطلب في غضون ثلاثة أشهر من تاريخ إشعار المكتب الوطني (المحلي) بذلك، قابلة للتمديد لمدة ثلاثة أشهر أخرى من قبل المكتب الدولي، وتتم إشعار طالب التسجيل أو وكيله إضافة للمكتب الوطني بذلك وإذا مضت مدة الإشعار أو مدة التمديد عندئذ، فإن الطلب يعتبر لاغيا. [4]

1- المادة 3/3 من إتفاق مدريد .

2– صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، المرجع السابق، ص 292 .

3– سماح محمدي، المرجع السابق، ص 198، 199 .

4– صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، المرجع السابق، ص 293 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

المطلب الثالث: آثار التسجيل للعلامات وفقا لإتفاق مدريد

ليس للتسجيل الدولي أي أثر في بلد العلامة الأصلي، وهذا راجع إلى أنها ستتمتع بالحماية فيه بموجب التسجيل الوطني (المحلي) الذي يشكل الأساس للتسجيل الدولي.

إلاّ أنه بالنسبة لباقي الدول الأعضاء في إتفاقية مدريد فإن للتسجيل أثر صريح يتمثل في تمتع العلامة بالحماية نفسها التي كان من الممكن أن تتمتع بها في حال تقديم طلب مباشر لتلك الدولة. [1]

الفرع الأول: إستفادة العلامة من الحماية :

تنص المادة الرابعة من إتفاق مدريد على أنه: "تتمتع العلامة بالحماية في كل بلد من البلدان المتعاقدة المعنية كما لو كانت قد أودعت فيها مباشرة، إبتداءا من تاريخ تسجيلها لدى المكتب الدولي طبقا لأحكام المادتين 3 و 3 (ثالثا). [2]

وعليه و إعتبارا من تاريخ التسجيل الدولي تكون حماية العلامة في أراضي كل دولة متعاقدة هي ذاتها كما لو كانت تلك العلامة قد أودعت مباشرة فيها.

ووفقا لما جاء في نفس المادة المذكورة أعلاه في فقرتها الثانية فإنه تتمتع كل علامة كانت محل التسجيل الدولي بحق الأولوية المنصوص عليه في المادة 4 من إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، دون أن يستلزم الأمر إتخاذ الإجراءات المنصوص عليها في الفقرة 5 من المادة المذكورة. [3]

أي أن العلامة الخاضعة لإجراءات التسجيل الدولي تستفيد من حق الأولوية من تاريخ إيداعها في بلد المنشأ، هذا إذا تم التسجيل الدولي خلال أجل ستة أشهر من تاريخ الإيداع الأساسي .

1– حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص 198 ، 199 .

2– المادة 1/4 من إتفاق مردريد .

3 - المادة 2/4 من إتفاق مردريد .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

وتقدر مدة الحماية الناتجة عن التسجيل الدولي للعلامة بعشرين (20) سنة قابلة لتجديد مرارا وتكرارا، فيستطيع مالك العلامة الإحتفاظ بالتسجيل الدولي لعلامة المدة التي يشاء عن طريق مجرد أداء رسوم التجديد إلى المكتب الدولي .[1]

الفرع الثاني: قيد أثر الناتج عن التسجيل الدولي لدى الدول المتعاقدة :

يعطي إتفاق مدريد للدول المتعاقدة، بعد أن يتم تبليغها بالتسجيل الدولي من قبل المكتب الدولي، القيام بدراسة هذا التسجيل وفقا لما يقرره التشريع الوطني فيما يتعلق بدراسة الطلب وقبول التسجيل أو رفضه، بمعنى أنها تخضعه لنفس الشروط والإجراءات التي تسلكها بالنسبة للإيداعات الوطنية.[2]

وحسب المادة الخامسة من إتفاقية مدريد فإنه يحق لمكاتب التسجيل الوطنية التي يخطرها المكتب الدولي بتسجيل علامة تسجيلا دوليا، التصريح بأنه لا يجوز منح الحماية لهذه العلامة على أراضيها متى كانت تسمح تشريعاتها بذلك، وعليها إرسال إشعار إلى المكتب الدولي برفض الحماية مع بيان جميع الأسباب، خلال سنة من تاريخ التسجيل الدولي للعلامة. ويتعين على المكتب الدولي إخطار المكتب الوطني أو الإدارة المختصة في بلد المنشأ وكذا صاحب العلامة أو وكيله وبأسباب الرفض في حال طلبهم .[3]

ومن قبيل الأسباب التي يمكن أن يستند إليها المكتب الوطني في رفضه للتسجيل الدولي للعلامة ما يلي :

1/ العلامات التي من شأنها المساس بالحقوق المكتسبة للغير في الدول التي تطلب فيها الحماية.

---

1 - المادة 7 من إتفاقية مدريد .

2 - حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص 196 .

3 - المادة 5 من إتفاقية مدريد .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

2/ العلامات المجردة من أية صفة مميزة .

3/ العلامات المخالفة للآداب أو النظام العام وعلى الأخص العلامات التي من شأنها تضليل الجمهور.

كما تجدر الإشارة إلى أن سبب العزوف عن الإنضمام لإتفاقية مدريد يعود إلى المهلة القصيرة نسبيا (سنة واحدة) التي يمكن خلالها للمكتب المعين أن يفحص العلامة ويصدر قراره بقبول أو رفض الإيداع مبينا به جميع الأسباب المستند إليها في الرفض. [1]

Wondershare PDFelement

1 – سماح محمدي، المرجع السابق، ص 202 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

المبحث الثالث: حماية العلامة التجارية في إتفاقية -تربس-

إتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية تربس (TRIPS) [1]، هي الملحق رقم (ج) لإتفاقيات منظمة التجارة العالمية (WTO) [2]، والتي تم توقيعها في المغرب (مراكش) بتـــــاريخ 15 أفريل 1994، والتي تضم أحكاما مستحدثة، موضوعية وشكلية تخص مختلف جوانب الملكية الفكرية تتوزع في 73 مادة، خصت 7 مواد منها للعلامات التجارية إبتداءا من المادة 15 إلى المادة 21 منها .

المطلب الأول : إقرار إتفاقية تربس وعلاقتها بالمعاهدات الدولية النافذة في مجال حقوق الملكية الفكرية

بعد توقيع إتفاق الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفركية (تربس/ TRIPS) وإنضمام دول العالم إليه دون تحفظ، حيث يخطر هذا الإتفاق إبداء أي تحفظات عليه إلاّ بموافقة البلدان الأعضاء الأخرى.[3]

وقد عالجت إتفاقية تربس حقوق الملكية الفكرية في 73 مادة موزعة على سبعة أجزاء هي: أحكام عامة ومبادئ أساسية، المعايير الخاصة بتوفير الحقوق الفكرية ونطاقها وإستخدامها، وسائل إتخاذ حقوق الملكية الفكرية، إكتساب حقوق الملكية الفكرية وإستمرارها وما يتصل بها من الإجراءات فيما بين أطراف العلاقة، طرق منع المنازعات وتسويتها، الترتيبات الإنتقالية (مراحل بدء تطبيق إتفاق التربس)، الترتيبات الخاصة بمجلس التربس والأحكام النهائية.

1 – Agrement on trade –Related Aspects on Intellectual Property Rights, (TRIPS) .

2 – World Trade Organization .

3- صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، المرجع السابق، ص 318، 319 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

لم تنسخ إتفاقية (تربس) أحكام الإتفاقيات الدولية الرئيسية التي سبق إبرامها في مختلف مجالات الملكية الفكرية، ومنها إتفاقيات حماية الملكية الصناعية، بما فيها حماية العلامة التجارية، بل شملت واستغرقت وطورت أحكام هذه الإتفاقيات. [1]

وقد أحالت إتفاقية التربس إلى القواعد الموضوعية التي قررتها الإتفاقيات الدولية الرئيسية المبرمة من قبل في مجال حقوق الملكية الفكرية، حيث ألزمت الدول الأعضاء بمراعاة أحكام المواد التالية :

* المواد من 1 إلى 12 والمادة 19 من إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية وفقا لتعديل استوكهولم سنة 1967 . [2]

* المواد من 1 إلى 21 من إتفاقية برن لحماية المصنفات الأدبية والفنية وفقا لتعديل باريس سنة 1971 باستثناء المادة 6 مكرر منها أو الحقوق النابعة عنها . [3]

* المواد من 2 إلى 7 (باستثناء الفقرة 3 من المادة 6)، إضافة إلى المادة 12 والفقرة 3 من المادة 16 من إتفاقية واشنطن الخاصة بالدوائر المتكاملة . [4]

* كما أحالت إتفاقية تربس إلى بعض المواد التي تضمنها إتفاقية روما لحماية فناني الأداء ومنتجي التسجيلات الصوتية وهيئات الإذاعة (إتفاقية روما) لسنة 1961، و أوجبت على الدول الأعضاء مراعاة أحكام هذه المواد . [5]

ونخلص مما سبق إلى نتيجة هامة وهي أن إتفاقية –التربس- قد جمعت أحكام الإتفاقيات الدولية الرئيسية في مجال الملكية الفكرية في وثيقة واحدة وحققت الترابط فيما بينها، بعد أن كانت هذه الأحكام متفرقة ومبعثرة في الإتفاقيات الدولية المختلفة، وألزمت

1– عبد الفتاح بيومي حجازي، المرجع السابق، ص 226 .

2– المادة 1/2 من إتفاقية تربس (TRIPS) .

3- المادة 9 من إتفاقية تربس .

4- المادة 35 من إتفاقية تربس .

5– حسام الدين عبد الغني الصغير، المرجع السابق، ص 36 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

جميع الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية بتطبيق أحكامها بغض النظر عن إنضمامها إلى هذه الإتفاقيات الدولية أو عدم الإنضمام إليها . [1]

المطلب الثاني : مبادئ إتفاقية – تربس-

أقرت إتفاقية –تربس- مجموعة من المبادئ تسعى من خلالها لتوفير الحماية اللازمة للعلامة المسجلة في إطارها ومن أهم هذه المبادئ:

الفرع الأول: مبدأ المعاملة الوطنية :

نصت المادة الثالثة من إتفاقية –تربس على مبدأ المعاملة الوطنية وبمقتضى هذا المبدأ تلتزم البلدان الأعضاء في منظمة التجارة العالمية بأن تعامل مواطني البلدان الأخرى ومن في حكمهم فيما يتعلق بحقوق الملكية الفكرية معاملة لا تقل عن المعاملة المقررة لمواطنيها، فتمنحهم على الأقل نفس المزايا التي يتمتع بها رعاياها وتخضعهم لنفس الإلتزامات. [2]

وبناءا على هذا فمبدأ المعاملة الوطنية يرسي نوعا من المساواة بين مواطني الدول الأعضاء في الإتفاقية وبين مواطني دولة معينة أخرى عضو في الإتفاقية، حيث تتجلى من خلال الإستفادة من الحماية وكيفية التمتع بها وكذلك نطاق هذه الحماية والمدة المقررة لها، وكذا نفاذ هذه الإتفاقية. [3]

وهذا المبدأ يتوافق مع حكم المادة الثانية من إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية التي سبقت إتفاقية –تربس- في إرسائه. [4]

1– عبد الفتاح بيومي حجازي، المرجع السابق، ص 227 .

2– حسام الدين عبد الغني الصغير، المرجع السابق، ص 37 .

3– عبد الفتاح بيومي حجازي، المرجع السابق، ص 231 .

4– حسام الدين عبد الغني الصغير، المرجع السابق، ص 37 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

الفرع الثاني: مبدأ الدولة الأولى بالرعاية :

نصت المادة الرابعة في فقرتها الأولى من إتفاقية –تربس- على مبدأ المعاملة الخاصة بحق الدولة الأولى بالرعاية، وبمقتضاه تلتزم الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية بأن لا تميز في المعاملة بين رعايا الدول الأعضاء الأخرى ومن في حكمهم. [1]

وبالتالي على الدول الأعضاء منح المنتمين إلى جميع الدول الأعضاء نفس المعاملة عن طريق منحهم نفس الميزة أو الإمتياز أو الحصانة .

ووفقا للمادة الخامسة من الإتفاقية فإنه يستبعد تطبيق مبدأ المعاملة الوطنية وكذلك مبدأ الدولة الأولى بالرعاية من التطبيق على الإتفاقيات متعددة الأطراف التي أبرمت تحت مظلة –الويبو- وتتعلق بالجوانب الإجرائية الخاصة بإكتساب حقوق الملكية الفكرية أو إستمرارها ومن هذه الإتفاقيات، إتفاقية مدريد في شأن التسجيل الدولي للعلامات التجارية المبرمة في سنة 1891 ، وتعديلاتها وآخرها تعديل استوكهولم 1967 المعدل عام 1979 وبروتوكول مدريد في شأن التسجيل الدولي للعلامات عام 1989 . [2]

الفرع الثالث: مبدأ الشفافية وآلية فض المنازعات بين الدول المنتمية للإتفاقية :

تقضي – كقاعدة – أن تقوم الدولة العضو بنشر قوانينها المتعلقة بالملكية، وكذلك نشر الأحكام الصادرة عن محاكمها بذات الخصوص، كما يلزم أن تقوم الدولة العضو بتزويد الدول الأخرى –بناءا على طلبها- بتلك القوانين والقرارات بالإضافة إلى لزوم قيام الدولة العضو بإخطار مجلس تربس TRIPS Council بقوانين الدول الأعضاء وقرارات المحاكم لغايات الإشراف والمتابعة. [3]

1– المادة 4 من إتفاقية –تربس- .

2 – حسام الدين عبد الغني الصغير، المرجع السابق، ص 38 .

3 – صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، المرجع السابق، ص 321، 322 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

وتم فرض مبدأ الشفافية تسهيلا لفض المنازعات التي قد تنشأ بين الدول الأعضاء في إتفاقية تربس في مجال التجارة الدولية، والتي كانت تستغرق وقتا طويلا لحلها نظرا لتباين مواقف الدول حول تكوين الهيئة المنوط بها حل النزاع وصلاحياتها، لذلك أرست منظمة التجارة العالمية مبدأ تسوية النزاعات بالطرق الودية. [1]

وعلى الدول الأعضاء أن تلجأ لفض المنازعات بينها من خلال تسوية وفقا للقواعد والإجراءات التي جاء بها إتفاق تربس، على وجه الإلزام لا الإختيار، وذلك لمنع الأطراف من المماطلة والتهرب من تنفيذ القرارات الصادرة بحق الطرف الخاسر من نتيجة التسوية. [2]

الفرع الرابع: مبدأ الحماية :

مقتضى مبدأ الحماية هو أن تدرج الدول الأعضاء ضمن قانونها الوطني القواعد والضوابط المنصوص عليها في الإتفاقية لضمان حقوق أصحاب العلامات التجارية، كالإجراءات التحفظية والوقائية والجزاءات المقررة ضد أي تعدي على الحقوق المشمولة بالحماية، دون أن يؤدي ذلك إلى المساس بمبدأ المنافسة المشروعة وحرية التجارة. [3]

ووفقا للمادة 18 من إتفاقية –تربس- فإن أقل مدة لحماية العلامة التجارية هي سبع سنوات[4]، وللدولة العضو الحرية في إسباغ مدة حماية للعلامة التجارية أعلى من تلك المدة التي توفرها الإتفاقية .

1 – سماح محمدي، المرجع السابق، ص 234 .

2 - صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، المرجع السابق، ص 322 .

3– سماح محمدي، المرجع السابق، ص 234 ، 235 .

4– المادة 18 من إتفاقية –تربس- .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

الفرع الخامس: مواعيد نفاذ الإتفاقية :

القاعدة العامة حسب المادة 65 الفقرة الأولى من إتفاقية –تربس- أنه يتمتع جميع الدول الأعضاء بمهلة قدرها عام لتوفيق أوضاعها التشريعية بما يتفق وأحكامها، وقد بدأت هذه المدة من أول يناير عام 1995. [1]

إلاّ أنه وإستثناءا يمنح للبلدان للبلدان الأعضاء في إتفاق تربس الحق في إرجاء تنفيذ أحكامه وذلك لمدة زمنية، إذ تم تصنيف الدول بهذا الخصوص إلى الأصناف التالية : [2]

أولا: البلدان الأعضاء النامية: [3]

أجازت إتفاقية –تربس- لهذه البلدان تأخير تطبيق أحكامها وذلك لفترة أربع سنوات بالإضافة إلى فترة إضافية مدتها خمس سنوات إذا كان البلد النامي سيوسع نطاق منح الحماية ليشمل براءات الإختراع في مجالات التكنولوجيا التي لا تتمتع بمثل هذه الحماية على مستوى إقليم هذا البلد[4]، ليكون المجموع عشر سنوات كاملة، على أن :يراجع مجلس الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية تنفيذ الإتفاق الحالي عقب إنقضاء هذه الفترة الإنتقالية بناءا على الخبرة العملية المكتسبة في تنفيذه". [5]

ثانيا: البلدان الأعضاء الأقل نموا : [6]

أجازت إتفاقية –تربس- لهذه البلدان الأعضاء في الإتفاقية والتي تم تصنيفها على أنها الأقل نموا ألاّ تلتزم بتطبيق أحكامها، فيما عدا المواد 3، 4، 5 منها لفترة زمنية الممتدة لعشر (10) سنوات إعتبارا من تاريخ تطبيق هذه الإتفاقية. [7]

1– عبد الفتاح بيومي حجازي، المرجع السابق، ص 339 .

2- صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، المرجع السابق، ص 322، 323 .

3– البلدان النامية، نشير إلى أن الإتفاقية صنفت الدول العربية فيها إلى دول نامية .

4 – المادة 65 من إتفاقية تربس .

5 – صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، المرجع السابق، ص 323 .

6 – مجموعة الدول الأقل نموا هي: جيبوتي، السودان قبل التقسيم، الصومال، موريتانيا، اليمن .

7 – المادة 66 من إتفاقية تربس .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

ويمكن لمجلس الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية، تمديد هذه الفترة بناء على طلب وجيه من البلد العضو. [1]

ثالثا: البلدان الأعضاء الأخرى :

أجازت إتفاقية –تربس- للدول الأعضاء الأخرى السائرة في طريق التحول إلى نظام إقتصاد السوق الحر، والتي تقوم بإصلاحات هيكلية في مجال حقوق الملكية الفكرية وما يخص إعداد وتنفيذ قوانين الملكية الفكرية ولوائحها التنظيمية، أن تستفيد من مهلة تأخير تكون مساوية لتلك المنصوص عليها لفائدة البلدان النامية. [2]

المطلب الثالث: معايير حماية العلامة التجارية في إتفاقية تربس

تناولت إتفاقية التربس المعايير المتعلقة بحماية الحقوق الناشئة عن العلامات التجارية في القسم الثاني من الجزء الثاني من الإتفاقية في المواد من 15 إلى 21 منها والتي سنتطرق إليها كالآتي :

الفرع الأول: العلامات التجارية محل الحماية :

أوردت المادة 15 في فقرتها الأولى من إتفاقية –تربس- تعريفا واسعا للعلامة التجارية، فتعد علامة تجارية كل علامة تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى، ويدخل في عداد العلامات التجارية، الكلمات التي تشمل أسماء شخصية وحروفا وأرقاما وأشكالا ومجموعات الألوان أو أي مزيج منها فتكون مؤهلة لتسجيلها كعلامة تجارية. [3]

1 – المادة 1/71 من إتفاقية تربس .

2 – المادة 65 من إتفاقية تربس .

3 – المادة 1/15 من إتفاقية تربس .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

من خلال التعريف الوارد أعلاه فإنه يتضح أن التعداد المذكور في المادة 15 فقرة 1 الخاص بالعلامة التجارية على سبيل المثال لا الحصر، بالإضافة إلى أن إتفاقية –تربس- وسعت من مفهوم العلامة التجارية ليشمل علامة الخدمة، ومن ثم تسري عليها كافة المواد التي تعالج العلامة التجارية شأنها في ذلك شأن علامة السلعة ،كما أبرزت الإتفاقية خاصية العلامة التجارية في تمييز السلع والخدمات، وإتخذت خاصية التمييز كأساس تقوم عليه العلامة التجارية. [1]

بالنسبة للعلامات التي لا تصلح لتمييز السلع والخدمات، فإنه يجوز للدول الأعضاء في منظمة التجارة الدولية إشتراط –الإستعمال- حتى تسجل هذه العلامة، كذلك أجازت الإتفاقية لهذه البلدان إمكانية إشتراط أن تكون العلامة قابلة للإدراك بالنظر. [2]

نصت المادة 15 فقرة 4 على أنه لا يجوز أن تكون طبيعة السلع أو الخدمات التي يراد إستخدام العلامة التجارية بشأنها عقبة في طريق تسجيل العلامة بأي حال من الأحوال. [3]

كما تلتزم البلدان الأعضاء بنشر كل علامة تجارية إما قبل تسجيلها أو بعده فورا، وبإعطاء فرصة معقولة لتقديم الإلتماسات بإلغاء التسجيل، كما يجوز للبلدان الأعضاء إتاحة فرصة الإعتراض على تسجيل علامة تجارية. [4]

الفرع الثاني: حقوق أصحاب العلامة التجارية :

وفقا للفقرة الأولى من المادة 16 من إتفاقية –تربس- يتمتع صاحب العلامة التجارية المسجلة بالحق المطلق في منع الغير من إستعمال علامته التجارية أو علامة مشابهة لها لتمييز السلع والخدمات ذاتها أو المماثلة والتي يؤدي إستعمالها إلى إحتمال حدوث لبس. [5]

1 – حسام الدين عبد الغني الصغير، المرجع السابق، ص 43 .

2 – عبد الفتاح بيومي حجازي، المرجع السابق، ص 248، نص المادة 3/15 من إتفاقية تربس.

3 – المادة 15 فقرة 4 من إتفاقية تربس.

4 - المادة 15 فقرة 5 من إتفاقية تربس.

5 – المادة 16 فقرة 1 من إتفاقية تربس.

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

وهذا الحكم يضمن لصاحب العلامة التجارية حدا أدنى من الحقوق، ولم يكن لهذا الحكم مقابل في إتفاقية باريس للملكية الصناعية التي لم تحدد مضمون حق صاحب العلامة التجارية. [1]

أولا: العلامة المشهورة :

تضمنت المادة 6 مكرر من إتفاقية باريس للملكية الصناعية أحكاما تعلق بالعلامة المشهورة، وأسبغت عليها الحماية ولو كانت غير مسجلة .

غير أن إتفاقية باريس لم تضع أي ضابط لتحديد المقصود بالعلامة المشهورة مما اثار جدلا كبيرا وإختلافا حادا في وجهات نظر الدول الأعضاء في إتحاد باريس، كما أن إتفاقية باريس تحدثت عن العلامة المشهورة بصدد علامة المنتجات دون علامة الخدمات. [2]

وحسب إتفاقية –تربس- يتمتع مالكو العلامات المشهورة بحماية إضافية ضد الإستعمالات غير المشروعة لتلك العلامات ليس فقط عند إستعمالها بالنسبة للسلع والخدمات المماثلة، وكذلك عند إستعمالها بالنسبة للسلع والخدمات غير المتماثلة أو غير المشابهة. [3]

وبالتالي فإتفاقية –تربس- توسعت في مفهوم العلامة المشهورة فلم تقصرها على علامة السلعة، بل شملت أيضا علامة الخدمة. [4]

كما نصت المادة 16 فقرة 2 على أنه: "... وعند تقرير ما إذا كانت العلامة التجارية مشهورة تراعي البلدان الأعضاء مدى معرفة العلامة التجارية في قطاع الجمهور المعنى بما في ذلك معرفتها في البلد العضو المعني نتيجة ترويج العلامة التجارية .

1 – حسام الدين عبد الغني الصغير، المرجع السابق، ص 45 .

2 – حسام الدين عبد الغني الصغير، المرجع السابق، ص 45 .

3 – عبد الفتاح بيومي حجازي، المرجع السابق، ص 250 .

4 – المادة 16 فقرة 2 من إتفاقية تربس .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

توسعت إتفاقية –تربس- في نطاق الحماية المقررة للعلامة المشهورة فحظرت إستخدام العلامة المشهورة التي سجلت على سلع أو خدمات غير مماثلة للسلع أو الخدمات التي تستخدم العلامة في تمييزها إذا توافر شرطين:

أ/ أن يؤدي إستخدام العلامة المشهورة على السلع أو الخدمات غير المماثلة إلى الإعتقاد بوجود صلة بين تلك السلع والخدمات غير المماثلة وصاحب العلامة المشهورة .

ب/ أن يؤدي إستخدام العلامة على سلع غير مماثلة إلى إحتمال المساس بمصلحة صاحب العلامة وتعريضه للضرر. [1]

ثانيا: الإستثناءات:

وفقا لنص المادة 17 من إتفاقية –تربس- يجوز للبلدان الأعضاء منح إستثناءات محدودة من الحقوق الناشئة عن العلامات التجارية، مع مراعاة المصالح المشروعة لصاحب العلامة التجارية الإضرار به. [2]

ومن أمثلة هذه الإستثناءات جواز الإستخدام العادل للعبارات الوصفية للسلعة أو الخدمة بمعرفة الغير، وكذلك إستخدام الأسماء الشخصية والأسماء الجغرافية بحسن نية ومنشأ السلعة. [3]

الفرع الثالث: مدة الحماية ووجوب إستعمال العلامة :

أولا: مدة الحماية:

حسب نص المادة 18 من إتفاقية –تربس- فإن مدة الحماية المقررة للعلامة التجارية هي سبع سنوات على الأقل، ويجوز لمالك العلامة طلب تجديدها لعدة مرات إلى أجل غير مسمى [4] .

1 – حسام الدين عبد الغني الصغير، المرجع السابق، ص 46 .

2– المادة 17 من إتفاقية تربس .

3– حسام الدين عبد الغني الصغير، المرجع السابق، ص 46 .

4- المادة 18 من إتفاقية تربس .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

ثانيا: وجوب إستعمال العلامة:

وفقا لنص المادة 19 فقرة 1 من إتفاقية تربس: "إذا كان إستعمال العلامة التجارية شرطا لازما لإستمرار تسجيلها، فلا يجوز شطب تسجيل العلامة إلاّ بعد مضي 3 سنوات متواصلة دون إستعمالها، مالم يثبت صاحب العلامة وجود مبررات وجيهة تستند إلى وجود عقبات تحول دون الإستخدام، مثل القيود التي تفرضها الحكومة على إستيراد المواد الأولية التي تدخل في صناعة السلعة التي تستخدم العلامة في تمييزها، أو تضع قيودا على إستعمالها. [1]

ويعد إستعمال العلامة التجارية بمعرفة شخص آخر برضاء صاحبها، كما هو الحال في عقود الترخيص، بمثابة إستخدام للعلامة للغرض الذي سجلت من أجله. [2]

ثالثا: تقييد إستخدام العلامة بشروط أخرى :

وفقا لنص المادة 20 من إتفاقية تربس فإنه يخطر على الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية بدون مبرر تقييد إستخدام العلامة التجارية في التجارة بشروط خاصة:

* كإستخدامها إلى جانب علامة تجارية أخرى مثل إشتراط إستخدام العلامة الأجنبية إلى جانب علامة المنتج المحلي مع الربط بين العلامتين .

* أو إستخدامها بشكل خاص أو بأسلوب ينتقص من قدرتها على التمييز بين السلع والخدمات التي تنتجها منشأة معينة وتلك التي تنتجها منشآت أخرى. [3]

الفرع الرابع: الترخيص والتنازل عن العلامة التجارية :

أجازت المادة 21 من إتفاقية تربس للدول الاعضاء في منظمة التجارة العالمية وضع شروط للترخيص بإستخدام العلامات التجارية أو التنازل عنها، مع حظر الترخيص الإلزامي (الإجباري) بإستخدام العلامة التجارية .

1- المادة 19 فقرة من إتفاقية تربس .

2- المادة 19 فقرة 2 من إتفاقية تربس .

3– صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، المرجع السابق، 336 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

كما أنها أجازت لصاحب العلامة أن يتنازل عن العلامة التجارية للغير بصفة مستقلة دون ربط التنازل عنها بالتنازل عن المنشأة التي تستخدم العلامة في تمييز منتجاتها. [1]

وبينما يتفق هذا الحكم مع الوضع الذي كان معمولا به في التشريع الفرنسي قبل التربس وبعض التشريعات الأخرى، إلاّ أنه يخالف تشريعات كثير من الدول الأخرى التي تجيز التنازل عن العلامة إلاّ بالإرتباط بالمتجر أو المشروع الذي تستخدم العلامة في تمييز منتجاته أو خدماته. [2]

المطلب الرابع: إجراءات حماية العلامة التجارية في إتفاقية –تربس-

ألزمت إتفاقية تربس الدول الأعضاء فيها بأن تضمن قوانينها الوطنية الإجراءات والقواعد التي نصت عليها في الإتفاقية، لتسهيل إتخاذ التدابير والإجراءات الفعالة ضد أي تعدي يقع على حقوق الملكية الصناعية بما فيها العلامة التجارية المشمولة بالحماية، على أن تأخذ بعين الإعتبار مجموعة من الضوابط الواردة في المادة 41. [3]

حيث وضعت إتفاقية تربس نظام شبه متكامل ذو طبيعة قضائية لتسوية المنازعات المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية، تضمن إجراءات نفاذ سريعة، مصنفة وبسيطة، إضافة إلى تمكين الأطراف من إجراءات التقاضي العادلة وأحكام قضائية مكتوبة ومسببة وإمكانية الأطراف للإطلاع عليها وكذا إنشاء درجة ثانية للتقاضي، دون إلزام الدول بإنشاء نظام قضائي خاص منفصل عن النظم القضائية المعمول بها في في مجال منازعات الملكية الصناعية. [4]

1- المادة 21 فقرة من إتفاقية تربس .

2– حسام الدين عبد الغني الصغير، المرجع السابق، ص 48 .

3– سماح محمدي، المرجع السابق، ص 236 .

4– المادة 61 من إتفاقية تربس .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

ولقد سعت إتفاقية تربس إلى توفير جميع أشكال الحماية للعلامة التجارية سواء مدنية أو جزائية وحتى على مستوى الحدود عن طريق مراقبة عملية تداول السلع عبرها .

الفرع الأول: الحماية المدنية :

ساهمت إتفاقية –تربس- في حماية الملكية الفكرية بصفة عامة والعلامة التجارية بصفة خاصة وهذا من خلال تقرير إجراءات سير الدعوى وتحديد القواعد العامة التي تحكم أداة الإثبات وكذا إستحقاق التعويضات.

فبالنسبة لإجراءات سير الدعوى فقد ألزمت إتفاقية تربس الدول الاعضاء فيها إتاحة إجراءات التقاضي المدنية فيما يتعلق بالنزاعات المتعلقة بالعلامة التجارية وغيرها من حقوق الملكية الفكرية وتمكين الأطراف من إجراءات التقاضي العادلة، عن طريق إحترام المبادئ العامة للتقاضي كمبدأ الوجاهية وإحترام حقوق الدفاع وعدم إلزام الأطراف شخصيا. [1]

أما بالنسبة للأدلة فقد عالجت المادة 1/43 من إتفاقية –تربس- مشكلة صعوبة إثبات صاحب حق من حقوق الملكية الفكرية واقعة الإعتداء على حقه بسبب وجود الأدلة التي تثبت الإعتداء في حيازة المعتدي على الحق وهذا عن طريق إلزام الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية بتخويل السلطات القضائية صلاحية إلزام أيا من أطراف الدعوى بتقديم الدليل الموجود بحوزته مع مراعاة حماية سرية المعلومات عند الحاجة . [2]

وتناولت الإتفاقية في المادتين 44 و 45 نوعين من الجزاءات المدنية على وجه الخصوص وهما: الأوامر القضائية بالإمتناع عن التعدي والتعويضات إضافة إلى جزاءات أخرى نصت عليها المادة 46 منها .

1– المادة 42 من إتفاقية تربس .

2- المادة 43 من إتفاقية تربس .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

أولا: الأوامر القضائية بالإمتناع عن التعدي: فقد أوجبت المادة 1/44 على الدول الأعضاء أن تخول السلطات القضائية صلاحية إصدار أوامر قضائية مضمونها الإمتناع عن التعدي على حقوق الملكية الفكرية وتتعلق بحالة إستراد سلع تنطوي على تعد على حق من حقوق الملكية الفكرية وهذا من أجل منع إستمرار التعدي الواقع بالفعل وهو لا يشمل التدابير المؤقتة التي عالجتها المادة 50 من إتفاقية تربس .[1]

ثانيا: التعويضات:

أعطت الإتفاقية للسلطة القضائية صلاحية أن تقضي بتعويضات كافية لصاحب الحق مقابل الضرر الذي لحقه بسبب الإعتداء العمدي على حقه في الملكية الفكرية، إضافة إلى إمكانية إلزام المعتدي بدفع المصاريف التي تكبدها صاحب الحق وكذا رد ما تم تحصيله من أرباح كذلك إلى صاحب الحق الملكية الفكرية.[2]

ثالثا: الجزاءات الآخرى :

إلى جانب الأوامر القضائية بالإمتناع عن التعدي، والتعويضات المختلفة نصت الإتفاقية في المادة 46 منها على جزاءات أخرى من أجل إقامة نظام فعال لمواجهة التعدي على حق الملكية الفكرية .

حيث يكون للسلطات المختصة صلاحية التصرف أو الأمر بإتلاف السلع، المقلدة، أو التخلص منها وكذا إتلاف الآلات والمعدات المستخدمة في صنع هذه السلع، وفيما يتعلق بالسلع التي تحمل علامات تجارية مقلدة أو مزيفة فلا يكفي إتخاذ قرار بالإفراج عنها من

1 – WIPO/ IP/ JOURN/ MCT /04/ DOC .6. P 8.

2- المادة 45 من إتفاقية تربس .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

طرف السلطات المختصة وتداولها بمجرد إزالة العلامات التجارية الملصقة عليها، إلاّ في حالات إستثنائية. [1]

وقد تأمر السلطة القضائية المختصة في الدولة وفقا لما جاء في نص المادة 50 من إتفاقية تربس، بإتخاذ تدابير مؤقتة في حالة الإستعجال بناء على طلب المدعي، وذلك لمنع حدوث التعدي على حق من حقوق الملكية الفكرية والحفاظ على الأدلة مثل منع دخول سلع مستوردة أو التحفظ على سلع مقلدة. [2]

الفرع الثاني: الحماية الحدودية :

تناولت إتفاقية –تربس- القواعد الخاصة بالتدابير الحدودية في القسم الرابع من الجزء الثالث منها في المواد من 51 إلى 60 حيث نظمت إجراءات وكيفيات التعامل مع السلع المستوردة، التي تنطوي على إعتداء على العلامات التجارية أو حق من حقوق الملكية الفكرية بصفة عامة .

وقد أعطيت من خلالها صلاحيات واسعة لإدارة الجمارك تتضمن مصادرة السلع ووقف الإفراج عنها مؤقتا وسنتطرق إليها كالآتي:

أولا: طلب إيقاف الإفراج الجمركي عن السلع :

تلزم المادة 51 من إتفاقية تربس الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية بأن توفر في تشريعاتها الوطنية قواعد قواعد إجرائية تتيح لأصحاب العلامات التجارية المسجلة وأصحاب حقوق المؤلف والحقوق المجاورة الذين يوجد لديهم أسباب مشروعة تدعو للإرتياب والشك في أن السلع المزمع إستيرادها تحمل علامات تجارية مزورة أو تنطوي على إنتحال

1- المادة 46 من إتفاقية تربس .

2- المادة 50 من إتفاقية تربس .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

لحقوق المؤلفين والحقوق المجاورة، أن يتقدموا بطلب كتابي إلى السلطة المختصة لكي توقف السلطات الجمركية إجراءات الإفراج عن تلك السلع وتداولها. [1]

وعلى الشخص الذي يقدم إلتماس لمثل هذه الإجراءات أن يقدم أدلة ملائمة تفيد بحصول التعدي، وأن يقدم وصفا مفصلا بما فيه الكفاية للسلع، من أجل تمكين السلطات من التعرف عليها، وفي حالة قبول الطلب تخطر إدارة الجمارك المستورد وصاحب الطلب بقرار وقف الإفراج عن السلع فور صدوره. [2]

وتجنبا لإساءة إستخدام الحق في طلب إيقاف الإفراج عن السلع المزمع إستيرادها، أوجبت المادة 53 من إتفاقية تربس على الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية، تخويل الصلاحية للسلطات القضائية أن تطلب من المدعي (مقدم الطلب) تقديم كفالة أو تأمين وهذا لحماية المدعي عليه (المستورد) وكذا السلطات المختصة من الأضرار الناتجة عن إساءة إستعمال الحق في تقديم طلب إيقاف الإفراج عن السلع، مع عدم المغالاة في قيمة الكفالة حتى لا تكون عائقا يحول دون اللجوء والإستفادة من هذا الإجراء. [3]

وتطبيقا لأحكام المادة 55 من إتفاقية تربس والتي تقضي بأنه في حال صدور قرار إدارة الجمارك بوقف الإفارج على السلع، يتعين على صاحب الطلب تقديم ما يثبت قيامه برفع دعوى في الموضوع من خلال 10 أيام ويجوز تمديدها لنفس المدة وفقا لما يبديه الطالب من أسباب، وفي حالة ما إذا لم يبادر صاحب الحق القيام بالإجراءات المناسبة، أو في حالة صدور حكم يقضي بعدم تشكيل السلع المطلوب إيقاف الإفراج عنها إعتداءا على صاحب العلامة. [4]

1– المادة 51 من إتفاقية تربس .

2- المادة 54 من إتفاقية تربس .

3- المادة 53 من إتفاقية تربس .

4– سماح محمدي، المرجع السابق، ص 240 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

وفي حالة ما إذا تقرر إلغاء القرار الذي صدر خطأ بالإيقاف، أو إذا تم الإفراج عن السلع بعد إنقضاء الفترة التي كان يجب على المدعي أن يرفع فيها دعواه الموضوعية وفقا لحكم المادة 55 من إتفاقية تربس ولم يفعل ذلك فإن المادة 56 تلزم الدول الأعضاء بأن تخول للسلطات المختصة صلاحية إلزام مقدم طلب إيقاف الإفراج بدفع تعويضات مناسبة عن الأضرار التي لحقت بالمستورد وللمرسل إليه ولصاحب السلع نتيجة إيقاف الإفراج. [1]

ثانيا: إيقاف الإفارج الجمركي عن السلع بدون تقديم طلب (التلقائي):

أجازت المادة 58 من إتفاقية –تربس- للدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية، أن تمنح للسلطة المختصة (إدارة الجمارك) صلاحية التصرف من تلقاء نفسها ووقف الإفراج عن السلع التي تملك بشأنها أدلة ظاهرة على أنها تنطوي على تعد على حق من حقوق الملكية، ويجوز للسلطات المختصة أن تطلب من صاحب الحق تقديم أية معلومات يمكن أن تساعدها في ممارسة عملها .

كما يجب إخطار المستورد وصاحب الحق بقرار وقف الإفراج عن السلع، وفي حالة إذا ما قدم المستورد طعنا في هذا الوقف للشروط المنصوص عليها في المادة 55 من إتفاقية تربس السابق ذكرها مع ما يلزم من تعديل.[2]

وفي حال إثبات أن السلع المستوردة تحمل علامة مزورة أو مقلدة فإنه يجوز للسلطة المختصة إستصدار أمر بالتخلص من هذه السلع بإتلافها وهذا وفقا لنفس المبادئ التي ذكرتها المادة 46 من نفس الإتفاقية .

1- المادة 56 من إتفاقية تربس .

2- المادة 58 من إتفاقية تربس .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

وقد قررت المادة 59 شأنها في ذلك شأن المادة 46، أنه بالنسبة للسلع التي تنطوي على تزوير للعلامات التجارية، فإن إزالة العلامات التجارية المزورة من عليها لا يكفي لكي تسمح السلطات بإعادة تصديرها، إلاّ في الأحوال الإستثنائية. [1]

الفرع الثالث : الحماية الجزائية :

ألزمت إتفاقية تربس البلدان الأعضاء في منظمة التجارة العالمية بفرض تطبيق الإجراءات والعقوبات الجنائية على الأقل في حالات التقليد المعتمد للعلامات التجارية المسجلة أو إنتحال حقوق المؤلف على نطاق تجاري.

وتشمل الجزاءات التي يمكن فرضها الحبس والغرامة أو إحداهما على مرتكبيها، فضلا عن حجز ومصادرة السلع المخالفة أو أية معدات أو مواد تستخدم في إرتكاب الجريمة أو إتلافها .

كما أجازت المادة 61 من إتفاقية تربس التوسع في تطبيق الإجراءات والعقوبات المتقدمة على حالات التعدي على حقوق الملكية الفكرية الأخرى وخاصة التعديات التي تقع عمدا وعلى نطاق تجاري. [2]

وما يستخلص من نص المادة 61 من إتفاقية تربس أنها أعطت إهتماما بالغا لحماية العلامة التجارية من خلال توضيح الإجراءات الجنائية الواجب إتباعها في حال وقوع تعدي وتقليد للعلامات المسجلة، إضافة إلى مختلف الجزاءات الجنائية التي يمكن فرضها ونلخصها فيما يلي:

- الحبس .
- الغرامات المالية بالقدر الذي يكفي للردع، بحيث يتناسب مقدار العقوبة مع مستوى العقوبات المقررة لإرتكاب جرائم مماثلة لها من حيث الخطورة .

1- المادة 59 من إتفاقية تربس .

2- المادة 61 من إتفاقية تربس .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

- حجز أو مصادرة السلع المخالفة أو أية معدات ومواد تستخدم بصورة رئيسية في إرتكاب الجرائم وإتلافها .

Wondershare PDFelement

Supprimer filigrane
Wondershare PDFelement

الفصل الثاني: الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري

Wondershare PDFelement

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

أورد القانون الجزائري حماية قانونية للعلامة التجارية وتشمل الحماية الجزائية والحماية المدنية، بسبب تزايد أطماع المقلدين لها بغية تحقيق مكاسب مادية دون مراعاة قواعد المنافسة النزيهة ، وهذا من خلال الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية وغيره من القوانين الأخرى والتي سنتطرق إليها في هذا الفصل في مبحثين الأول نخصصه لدراسة الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري والمبحث الثاني للحماية الجزائية .

Wondershare PDFelement

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

المبحث الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري

تتمتع العلامة التجارية بالحماية العامة المقررة لجميع الحقوق أيا كان نوعها على أساس نص المادة 124 من القانون المدني الجزائري والتي تقضي بأنه "كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه ، ويسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض". [1]

وعليه فإنه في حالة حدوث أضرار لصاحب العلامة التجارية بسبب خطأ إرتكبه شخص ما و في الغالب يكون عون إقتصادي منافس فإنه له الحق في اللجوء إلى المحاكم المدنية للمطالبة بالتعويض عن ما لحقه من ضرر.

كما أنها تستند إلى جرم التقليد المنصوص عليه في أحكام المواد 28 و29 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات وهذا ما يتيح لمالك العلامة المطالبة بحمايتها عن طريق الدعوى المدنية بالتبعية .

إضافة إلى هذا أجاز المشرع لصاحب العلامة المطالبة بحمايتها عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة والتي تستند إلى القانون رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

وسنقسم هذا المطلب إلى ثلاثة مطالبكالأتي :

المطلب الأول: حماية العلامة التجارية غير المسجلة في القانون الجزائري

لقد أكد المشرع الجزائري على عدم إمكانية إستعمال أي علامة تجارية إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها ولكن التساؤل الذي يطرح هل يجب تسجيل العلامة التجارية أو إيداع طلب بشأنها من أجل تمتعها بالحماية القانونية ؟ ألا يمكن أن تتمتع العلامة التجارية غير المسجلة بأية حماية قانونية ؟

1– المادة 124 من القانون المدني الجزائري .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

الفرع الأول : حماية العلامة غير المسجلة وفقا للأمر 06/03 المتعلق بالعلامات

نص المشرع الجزائري في المادة 3 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات والتي تنص على أنه: "تعتبر علامة السلعة أو الخدمة إلزامية لكل سلعة أو خدمة مقدمة بيعت أو عرضت للبيع عبر أنحاء التراب الوطني". [1]

كما تنص المادة 4 من الأمر نفسه على أنه: "لا يمكن إستعمال أي علامة لسلع أو خدمات عبر الإقليم الوطني إلاّ بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها عند المصلحة المختصة". [2]

ما نستخلصه من النصين أعلاه فإن المشرع الجزائري لا يربط بين تسجيل العلامة وتمتعها بالحماية القانونية فقط، وإنما يمنع إستعمال العلامة غير المسجلة، ولا يضفي عليها أية حماية قانونية، فشرط تسجيل العلامة التجارية في القانون الجزائري هو شرط لحماية العلامة فضلا على أنه شرط أساسي لإستعمال العلامة في المجال التجاري على السلع والخدمات. [3]

كما نصت المادة 33 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على أنه: "يعاقب بالحبس من شهر إلى سنة وبغرامة من خمسمائة ألف دينار جزائري إلى مليوني دينار جزائري أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط الأشخاص "الذين وضعوا على سلعهم أو خدماتهم علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها وفقا للمادة 4 من هذا الأمر". [4]

---

1 – المادة 3 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

2 - المادة 4 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

3– سلامي ميلود، والي عبد اللطيف، الحماية الجزائية للعلامة التجارية في القانون الجزائري، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، جامعة عمار ثليجي الأغواط الجزائر، عدد7، جانفي 2018، ص 86 .

4 - المادة 33 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

وبناءا على هذا فإن المشرع الجزائري إعتبر أن إستعمال علامة غير مسجلة جريمة يعاقب عليها القانون، فالمشرع الجزائري يعتبر التسجيل منشئا لملكية العلامة التجارية وليس كاشفا لها فحسب. [1]

يتجلى الهدف أو الحكمة التي إبتغى المشرع تحقيقها من خلال حرمان صاحب العلامة التجارية غير المسجلة من الحماية، وهي دفعه إلى المبادرة لتسجيل علامته لحمايتها من إعتداء الغير .

الفرع الثاني:حماية العلامة غير المسجلة وفقا لقانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية

إضافة إلى ذلك، نصت المادة 26 من القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية والمؤرخ في 2004/06/23، المعدل والمتمم على أنه: "تمنع كل الممارسات التجارية غير النزيهة المخالفة للأعراف التجارية النظيفة والنزيهة والتي من خلالها يتعدى عون إقتصادي على مصالح عون أو عدة أعوان إقتصاديين آخرين" وعليه فهو نص صريح على منع المنافسة غير المشروعة. [2]

كما سعى المشرع من خلال المادة 27 إلى تعداد أهم صور المنافسة غير النزيهة وأكثرها شيوعا، لاسيما الممارسات التي يقوم من خلالها العون الإقتصادي بتشويه سمعة عون إقتصادي منافس، أو تقليد العلامات المميزة له أو تقليد منتجاته وغيرها من الأعمال المنافية للممارسات النزيهة .

وقد إعتبر المشرع في المادة 27 ف2 من القانون 02/04 تقليد العلامات المميزة لعون إقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به قصد كسب زبائن هذا

1 – حمادي زوبير، المرجع السابق، ص 163 .

2 – المادة 26 من القانون 02/04، المؤرخ في 2004/06/23، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية عدد 41، الصادرة في 2004/06/27.

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

العون إليه بزرع الشكوك والأوهام في أذهان المستهلكين مظهر من مظاهر الممارسات التجارية غير النزيهة.

ونظرا إلى كون هذه الأعمال تشكل مخالفة يعاقب عليها بحسب نص المواد 38، 39 و40 من القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية بغرامة من 50.000 دج إلى 5.000.000 دج مع إمكانية الحجز والمصادرة للسلع المقلدة والعتاد والتجهيزات المستعملة في عملية التقليد.

ويبقى السؤال المطروح: هل يمكن إضفاء الحماية القانونية على العلامة التجارية غير المسجلة تأسيسا على دعوى المنافسة غير المشروعة بناءا على أحكام المادة 27 من القانون 02/04 المذكورة أعلاه، أم يبقى الأمر مقصورا على العلامة المسجلة فقط؟ .

لقد خلى الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات من أي نص يدل على إمكانية إستفادة العلامة التجارية غير المسجلة من الحماية المسندة إلى دعوى المنافسة غير المشروعة، كما يمكننا القول أن الممارسات التي إعتبرتها المادة 27 من القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية من قبل أعمال المنافسة غير المشروعة لا يمكن تطبيقها إلاّ على العلامات المسجلة وبذلك يمكن القول أن نية المشرع الجزائري قد إتجهت إلى عدم إضفاء أي نوع من الحماية المدنية على العلامة غير المسجلة. [1]

وهذا راجع لإعتباره أن عدم لجوء مالك العلامة إلى تسجيلها وفقا لما ينص عليه القانون تقصيرا منه، ولا يمكنه الإستفادة من ذلك .

أما بالنسبة للفقه الجزائري، فهناك من يرى إمكانية لجوء مالك العلامة التجارية غير المسجلة إلى القضاء، للمطالبة بالتعويض وإزالة الأضرار عن طريق دعوى المنافسة غير

1– سماح محمدي، المرجع السابق، ص 76 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

المشروعة [1]، في حين إتجه الرأي الغالب إلى تفسير موقف المشرع الجزائري على أنه إتجاه نحو عدم إضفاء أي نوع من الحماية على العلامة غير المسجلة [2]، لكون تفسير المادة 27 من القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية لا يتوافق مع نص المادة 4 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، ومن ثم فإن العلامة غير المسجلة لا يمكن حمايتها حتى وفقا لدعوى المنافسة غير المشروعة طالما لا يمكن إستعمالها، وبما أن قانون العلامات هو القانون واجب التطبيق في حال التعدي على العلامة التجارية فإنه لا مجال في هذه الحالة لتطبيق نص المادة 27 من قانون الممارسات التجارية .[3]

المطلب الثاني: حماية العلامة التجارية عن طريق دعوى التعويض ووقف الإعتداء

يقصد بدعوى التعويض ووقف الإعتداء على العلامة، الدعوى المدنية المرتبطة بالدعوى الجزائية التي يمارسها مالك العلامة للمطالبة بالتعويض جراء الإعتداء على علامته التجارية بإرتكاب جنحة التقليد أو إحدى صورها.[4]

وذلك بأن يرفع مالك العلامة (المضرور) دعواه أمام القضاء التجاري للمطالبة بوقف التعدي على علامته ويطالب بالتعويض عن ما لحقه من ضرر ، إستنادا إلى دعوى جزائية صدر فيها الحكم بالإدانة (يمكن المطالبة بالتعويض إما أمام القاضي الجزائي أثناء نظره في الدعوى الجزائية، أو بدعوى مستقلة ترفع أمام القاضي المدني) .

الفرع الأول: الأساس القانوني لدعوى التعويض :

تنص المادة 28 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على أنه "لصاحب تسجيل العلامة الحق في رفع دعوى قضائية ضد كل شخص إرتكب أو يرتكب أعمالا توحي بأن تقليدا سيرتكب" .

1– سماح محمدي، المرجع السابق ، ص 77 .

2- حمادي زوبير، المرجع السابق، ص 163 .

3- سماح محمدي، المرجع السابق، ص 77 .

4–نفس المرجع ، ص 78 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

كما تنص المادة 29 من الأمر نفسه على أنه "إذا أثبت صاحب العلامة أن تقليدا قد ارتكب أو يرتكب، فإن الجهة القضائية المختصة تقضي بالتعويضات المدنية..." .[1]

فلصاحب العلامة التجارية المسجلة الحق في اللجوء إلى القضاء عن طريق رفع دعوى مدنية للمطالبة بوقف أعمال التعدي على العلامة، وكذا التعويض عن الضرر الذي لحقه من جراء هذا التعدي ويكون ذلك إستنادا إلى الدعوى الجزائية (دعوى التقليد) ، وأساس المطالبة بالتعويض هو فعل التقليد الذي تم إرتكابه أو يرتكب وهذا بناء على حكم جزائي صادر بشأن دعوى التقليد يتضمن إدانة .

وكما سبق وتطرقنا إليه فإن صاحب العلامة غير المسجلة لا يملك الحق في اللجوء إلى هذه الدعوى، في حالة إمتناع مالك العلامة عن رفع دعوى للمطالبة بالتعويض ووقف أعمال التعدي (التقليد)، يمكن للمستفيد من إستغلال العلامة رفع دعوى التقليد، ما لم ينص عقد الترخيص على خلاف ذلك صراحة .[2]

الفرع الثاني: المطالبة بوقف أفعال الإعتداء على العلامة التجارية والتعويض عن الضرر:

تتخذ أفعال التعدي على العلامة التجارية صورا مختلفة، فمنها الإعتداء على الحق في العلامة كإستعمال رموز أو صور مطابقة أو مشابهة للعلامة المسجلة، ومنها ما يعد مساسا بقيمة العلامة وهو إعتداء غير مباشر لأنه لا يؤدي إلى لبس لدى الجمهور لكنه يعتبر تعديا على العلامة كإستخدام علامة مشهورة هي ملك للغير على منتج آخر.[3]

تهدف الدعوى المدنية المستندة إلى الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات إلى وقف جميع أفعال التعدي الواقعة على العلامة التجارية .

1- المادتين 28، 29 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

2- المادة 31 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

3– نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية –الملكية الصناعية- دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى 2005، 335 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

فيحق لكل من يملك علامة تجارية مسجلة المطالبة بوقف جميع أفعال الإعتداء الواقعة أو المرتكبة أو التي يرتكبها الغير، وتستند الجهة القضائية الفاصلة في طلب وقف الإعتداء إلى وجود الخطأ الجزائي المتعلق بالتقليد، ففي حالة إنتفائه تنتفي معه المطالبة المدنية، فالدعوى المدنية ترتبط وجودا وعدما بالدعوى الجزائية. [1]

وفقا للمادتين 28، 29 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات فإن العلامة التجارية المسجلة تتمتع بالحماية القانونية، ويحق لصاحبها منع الآخرين من الإعتداء عليها بغض النظر عن كون الضرر محقق أولا، ويتم الحكم بالتعويض المناسب وفقا لتقدير القاضي، ويشمل التعويض الذي تقضي به المحكمة ما فات مالك العلامة من كسب وما لحقه من ضرر، كما يمكنها أن تقضي إلى جانب التعويض بحضر إستعمال العلامة من طرف المعتدي إلى جانب مصادرة وإتلاف البضائع والأدوات المستخدمة في التقليد. [2]

المطلب الثالث: حماية العلامة التجارية عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة

خلال ممارسة التجار لأعمالهم يستخدمون وسائل مختلفة من أجل منافسة التجار الآخرين للحصول على أكبر قدر من العملاء وتحقيق أرباح أكثر، وهذه الممارسات قد تكون منافية للعادات والأعراف والقوانين المعمول بها وتسمى المنافسة غير المشروعة.

وقد وردت عدة مفاهيم فقهية توضح معنى المنافسة غير المشروعة منها: " المنافسة غير المشروعة هي التي تتحقق بإستخدام التاجر لوسائل منافية للعادات والأعراف والقوانين التجارية والمضرة بمصالح المنافسين والتي من شأنها التشويش على السمعة التجارية وإثارة الشك حول جودة منتجاته لنزع الثقة من منشأته أو وضع بيانات غير صحيحة على السلع بهدف تضليل الجمهور" .

1– سلامي ميلود، المرجع السابق، ص 190 .

2- سماح محمدي، المرجع السابق، ص 81 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

أو هي "إستخدام التاجر الطرق منافية للقانون أو العادات أو مبادئ الشرف والأمانة في المعاملات" .[1]

الفرع الأول: الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة :

هناك آراء فقهية مختلفة حول تحديد الأساس القانوني الذي تقوم عليه دعوى المنافسة غير المشروعة، فهناك من الفقهاء من يرى أن دعوى المنافسة غير المشروعة يمكن أن تستند إلى نظرية التعسف في إستعمال الحق، في حين يرى رأي آخر أن قيام دعوى المنافسة غير المشروعة يكون بناءا على أساس قواعد المسؤولية التقصيرية، في حين برز إتجاه جديد حاول إعطاء أساس جديد تقوم عليه دعوى المنافسة غير المشروعة فإعتبر الحق في المنافسة هو حق ذو طبيعة مركبة يجمع بين سمات الحق الشخصي والحق العيني ومن بين عناصره أيضا حقوق ملازمة لشخص الإنسان، فهو حق ذو طابع مالي وذو طابع أدبي معا، إلاّ أن الرأي الغالب هو أن دعوى المنافسة غير المشروعة تقوم على أساس المسؤولية التقصيرية.[2]

تقوم المسؤولية التقصيرية في هذه الحالة إذا قام المنافس (العون الإقتصادي) بأفعال من شأنها الإضرار بصاحب العلامة، فهنا يكون قد أخّل بإلتزام عدم الإضرار بالغير وعليه يتوجب التعويض من الطرف المخطئ لفائدة مالك العلامة (الطرف المتضرر) وهذا نظرا لإعتداءه على العلامة وذلك إستنادا إلى نص المادة 124 من القانون المدني السالف ذكرها، وكذا المواد 26 و 27 ف2 من القانون 02/04 المحدد للقواعد المطابقة على الممارسات التجارية السالف ذكرهما.

الفرع الثاني: القضاء المختص بالنظر في دعوى المنافسة :

1– طارق بوبترة، الحماية القانونية الداخلية للعلامة التجارية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة1، الجزائر، المجلد 31، عدد1، جوان2020، ص 354 .

2– طارق بوبترة، المرجع السابق، ص 355 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

يتم اللجوء إلى القضاء عن طريق رفع دعوى المنافسة غير المشروعة لحماية العلامة التجارية المسجلة مباشرة أمام القضاء المدني من طرف كل من لحقه ضرر جزاء أفعال الإعتداء، غير أنه يحق لمالك العلامة دون غيره اللجوء إلى القضاء لحماية العلامة في حال كان الضرر محتملا. [1]

وقد نص القانون رقم 09/08 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية على تشكيل أقطاب متخصصة تنعقد في بعض المحاكم تختص بالنظر في بعض المنازعات منها منازعات الملكية الفكرية. [2]

ورغم صدور هذا القانون منذ سنوات إلاّ أن هذه الأقطاب لم يتم تفعيلها إلى غاية يومنا هذا، ولم تحدد الجهات القضائية والمقرات الخاصة بهذه الأقطاب وبذلك يبقى الإختصاص منعقدا للأقسام المدنية الموجودة على مستوى المحاكم العادية. [3]

الفرع الثالث: شروط دعوى المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية :

بإعتبار أن المشرع الجزائري لم ينص على شروط دعوى المنافسة غير المشروعة في الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات وعليه وبالعودة إلى القواعد العامة المتعلقة بالمسؤولية المدنية وبالتحديد لنص المادة 124 من القانون المدني الجزائري والتي تنص على أنه: "كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه، ويسبب ضررًا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض" .

وبما أن دعوى المنافسة غير المشروعة تقوم على أساس المسؤولية التقصيرية (سبق التطرق إليها) فإن شروط دعوى المنافسة غير المشروعة هي نفسها شروط قيام المسؤولية وهي الفعل، الضرر والعلاقة السببية بين الفعل والضرر.

أولا: وجود أفعال المنافسة غير المشروعة:

1– المادة 29 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

2– المادة 32 من القانون 09/08 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية .

3– سماح محمدي، المرجع السابق، ص 85، 86 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

الفعل الضار في دعوى المنافسة غير المشروعة يفترض وجود منافسة بين تاجرين يقوم أحدهما بفعل منافسة غير مشروعة سواء عن قصد أو إهمال وعدم تبصر، وقد إستخدم الفقه لتحديد المقصود بالفعل الضار معيار مدى مخالفة ذلك الفعل لقواعد الأمانة والشرف والنزاهة في التجارة. [1]

وقد ذكرت المادة 27 من القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية عدة صور وحالات للمنافسة غير المشروعة، وخصت واحدة من هذه الصور للعلامات التجارية في الفقرة الثانية من هذه المادة حيث إعتبر المشرع تقليد العلامات المميزة لعون إقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار يقوم به قد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع الشكوك وأوهام في ذهن المستهلك مظهر من مظاهر الممارسات التجارية غير النزيهة.

والملاحظ أن المشرع إستعمل عبارة "تقليد العلامات..." في المادة 27 من القانون 02/04 السالف الذكر في حين التقليد وفقا للمادة 26 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات هو جريمة معاقب عليها، والأولى الإكتفاء بعبارة الإعتداء على العلامات المميزة بدل تقليد العلامات المميزة، وهو الإتجاه المستقر عليه في الفقه الفرنسي وأغلب الفقه العربي الذي يرى أن دعوى المنافسة تقوم على الخطأ بينما دعوى التقليد تمس الحقوق الإستئثارية لصاحب العلامة فكلا الدعويين تقوم على سببين مختلفين، وترتب أثرين مختلفين. [2]

ثانيا:الضرر:

1- عبد الله حسين الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، عمان (الأردن)، 2005، ص183 .

2- سماح محمدي، المرجع السابق، ص 88 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

لا مجال لإقامة دعوى المنافسة غير المشروعة ما لم ينجم عن فعل التعدي على العلامة ضرر يصيب التاجر المنافس الذي وقع الإعتداء على علامته التجارية .[1]

ويعرف الضرر بأنه المساس بحق من حقوق الشخص أو بمصلحة مشروعة له. [2]

وهذا الضرر قد يكون ماديا يصيب التاجر في أمواله أو معنويا يصيبه في سمعته وسمعة منتجاته، [3] ولا يشترط في الضرر أن يكون جسميا أو بسيطا، أو أن يكون محققا بل يكفي أن يكون محتمل الوقوع مستقبلا،[4] فدعوى المنافسة غير المشروعة هي دعوى وقائية إلى جانب كونها دعوى علاجية إذ لا يشترط في حالة وقوع الخطأ أن يرتب الضرر خسارة فعلية بل يجوز أن يكون فرصة ربح ضائعة غير أن القاضي لا يحكم بالتعويض إلاّ إذا كان الضرر حالاّ أما إذا كان إحتماليا فإن المحكمة تقضي بإتخاذ الإجراءات الإحتزازية الكفيلة بمنع وقوع الضرر.

ويقع عبء إثبات الضرر على عاتق المدعي طالب التعويض جراء التعدي على علامته التجارية، ويتم إثباته بكافة الوسائل بما فيها البينة والقرائن لأن دعوى المنافسة غير المشروعة تقوم على وقائع مادية. [5]

ويمكن إثبات الضرر في دعوى المنافسة غير المشروعة جراء التعدي على علامة تجارية من خلال تحول العملاء عن منتجات المدعي إلى منتجات أخرى نتيجة للوسائل غير المشروعة التي قام بها المدعى عليه. [6]

ثالثا: العلاقة السببية بين أفعال المنافسة غير المشروعة و الضرر:

1- عبد الله حسين الخشوم، المرجع السابق، ص 187 .

2– حمادي زوبير، المرجع السابق، ص 175 .

3- عبد الله حسين الخشوم، المرجع السابق، ص 187 .

4- المادة 28 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

5- سماح محمدي، المرجع السابق، ص 90 .

6- عبد الله حسين الخشوم، المرجع السابق، ص 190 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

علاقة السببية أو رابطة السببية هي عنصر لازم لإنعقاد المسؤولية المدنية وتحديد مداها أي لتحديد مدى التعويض الناجم عن هذه المسؤولية .

أي أن يكون الضرر ناتج عن فعل المنافسة غير المشروعة الذي إرتكبه المعتدي، فلإقامة دعوى المنافسة غير المشروعة جراء التعدي على علامة تجارية ، لابد من توافر علاقة سببية بين فعل التعدي الذي إرتكبه أو تسبب به المعتدي على العلامة التجارية وبين الضرر الذي لحق بمالك العلامة التجارية المعتدى عليها. [1]

تتطلب المطالبة بالتعويض عن الضرر، وجود علاقة سببية بين فعل التعدي وبين الضرر الذي لحق بمالك العلامة، وفي حالة عدم إثبات هذه الرابطة لا يمكنه الإستفادة من التعويض .

ويملك كل متضرر من الإعتداء على علامة تجارية إقامة دعوى منافسة غير مشروعة، وإن تعدد المتضررين كان لكل منهم إقامة الدعوى مستقبلا عن الآخرين بشرط إثبات الضرر في حقه. [2]

تقدر محكمة الموضوع وجود الرابطة السببية، وتستخلصها من خلال قيام الوقائع التي من شأنها إلحاق الضرر بالمدعي، وقد قضت محكمة باريس بعدم توافر الرابطة السببية في نزاع بين شركتين (Sandoz) السويسرية لصناعة الأدوية وشركة فرنسية لبيع مكيفات الهواء لإستعمالها علامة تجارية يدخل في تكوينها إسم(Sandoz.....)بإعتبارإختلاف مجال التنافس وتباين نشاطهما، وبالتالي إنتفاء المنافسة غير المشروعة بين نشاط الشركتين. [3]

الفرع الرابع: آثار دعوى المنافسة غير المشروعة :

1– نفس المرجع، ص 190.

2 - عبد الله حسين الخشوم، المرجع السابق، ص 192 .

3- سماح محمدي، المرجع السابق، ص 90، 91 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

بعد رفع دعوى المنافسة غير المشروعة وإثبات صاحب العلامة وقوع أفعال التعدي على علامته التجارية، فإن الجهة القضائية صاحبة الإختصاص تقدر التعويض وفقا للضرر الذي لحق بمالك العلامة وإلى جانب التعويضات يمكن أن تحكم بإيقاف أعمال المنافسة غير المشروعة .

أولا: التعويض :

وفقا لنص المادة 29 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، فإنه في حال أثبت صاحب العلامة بأن تقليدا قد إرتكب أو يرتكب، فإن الجهة القضائية المختصة تقضي بالتعويضات المدنية، وتقدر المحكمة التعويض المستحق للطرف المتضرر من جراء الإعتداء على العلامة أو بالإستعانة بأهل الخبرة، كما نصت على وضع كفالة لضمان تعويض مالك العلامة أو صاحب حق الإستئثاربالإستغلال. [1]

كما يمكن للمحكمة أن تحكم بالتعويض الأدبي إلى جانب هذا التعويض المالي الذي يتمثل في نشر الحكم على نفقة المحكوم إذ تنص المادة 34 من الأمر رقم 57/66 المتعلق بالعلامات المصنع والعلامات التجارية ملغى على أنه " يجوز للمحكمة أن تأمر تعليق نص الحكم في الأماكن التي تحددها ونشره بتمامه أو بتخليصه في الجرائد التي تعينها وذلك كله على نفقة المحكوم.

وهذا ما أخذ به القضاء الجزئري في شأن بعض القضايا فأمر بنشر الأحكام في الجرائد الوطنية وذلك على نفقة التاجر المحكوم عليه . [2]

ثانيا: إيقاف إستمرار أعمال المنافسة غير المشروعة :

1– المادة 29 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

2- طارق بوبترة، المرجع السابق، ص 357 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

إذا تأكد القاضي من وجود أعمال منافسة غير مشروعة مست بالعلامة التجارية، فبإمكانه إلى جانب الحكم بالتعويضات المدنية أن يأمر بوقف أعمال التقليد، مع تحديد كفالة لضمان تعويض مالك العلامة أو صاحب حق الإستغلال .

كما يمكن للمحكمة أن تأمر بمصادرة الأشياء والوسائل التي إستغلت في التقليد وإتلافها عند الإقتضاء وهذا في حال أثبت صاحب تسجيل العلامة أن المساس بحقوقه أصبح وشيكا. [1]

إضافة إلى هذا يمكن للجهة القضائية المختصة أن تحكم بناءا على طلب المدعى عليه بإبطال أو إلغاء تسجيل العلامة المقلدة إعمالا لنص 30 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات. [2]

أما فيما يتعلق بالإجراءات التي تضمن وقف أعمال المنافسة غير المشروعة المنصوص عليها ضمن القانون 02/04 المتعلق بالممارسات التجارية، فقد نصت المادة 39 منه على إمكانية حجز البضائع المنصوص عليها ضمن هذا القانون، كما يمكن حجز العتاد والتجهيزات التي إستعملت في إرتكابها. [3]

إضافة إلى العقوبات المالية يمكن للقاضي أن يحكم بمصادرة السلع المحجوزة ويصبح مبلغ بيع السلع المحجوزة مكتسبا للخزينة العمومية. [4]

كما خص المشرع الجزائري الإعتداء على العلامة التجارية ببعض الإجراءات التحفظية الخاصة حماية لحقوق صاحب العلامة، وجعل الفصل فيها لرئيس المحكمة.

1 - المادة 29 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

2 - المادة 30 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

3– المادة 39 من القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية .

4– المادة 44 من القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

فوفقا للمادة 34 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات لصاحب العلامة المتضرر من التقليد أن يلجأ مباشرة إلى رئيس المحكمة للحجز على البضائع التي تحمل العلامة المقلدة وذلك للحد من نطاق الجريمة بأسرع وقت ممكن. [1]

Wondershare PDFelement

المبحثالثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري

1– المادة 34 فقرة 1 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

تقتصر الحماية الجزائية على العلامة التجارية المسجلة فقط دون العلامة التجارية غير المسجلة و التي تطرقنا إليها.

وتشمل الحماية الجزائية المقررة للعلامة التجارية مختلف صور التعدي عليها كجريمة تقليد العلامة التجارية، جريمة عدم وضع العلامة على السلعة أو الخدمة، جريمة وضع علامة تجارية غير مسجلة وغيرها.

المطلب الأول: نطاق الحماية الجزائية

لكي تتمتع العلامة التجارية بالحماية القانونية المقررة لها، لابد من تسجيلها لدى الجهات المختصة، وهذا ما تتفق عليه أغلب القوانين خاصة فيما يخص الحماية الجزائية للعلامة التجارية المسجلة.

الفرع الأول: إقتصار الحماية الجزائية على العلامة التجارية المسجلة دون غيرها:

من أجل توفير الحماية الجزائية للعلامة التجارية يشترط المشرع تسجيل العلامة التجارية على مستوى المعهد الوطني للملكية الصناعية الذي يقوم بتسليم شهادة لمالك العلامة، فالعبرة بالأسبقية في تسجيل العلامة .

والملاحظ من خلال نصي المادتين 3، 4 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات فإن المشرع الجزائري لا يربط بين تسجيل العلامة و تمتعها بالحماية القانونية فقط، وإنما لا يجيز إطلاقا إستعمال العلامة غير المسجلة ولا يضفي عليها أي حماية قانونية بل وأكثر من هذا فهو يمنع إستعمال أي علامة تجارية إلاّ بعد تسجيلها وإستيفاء الإجراءات القانونية التي نظمها(تطرقنا إليها سابقا) .

الفرع الثاني: الحماية الجزائية مقيدة من حيث الزمان و المكان:

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

إن الحماية القانونية المقررة للعلامة التجارية مرتبطة بالزمان و المكان.

أولا: نطاق الحماية من حيث الزمان :

فالحماية القانونية المقررة للعلامة تبدأ من وقت تسجيلها لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية، وتستمر هذه الحماية طيلة فترة تسجيلها البالغة 10 سنوات، مع قابلية التجديد ولفترات غير محدودة .

ففي حال وقع إعتداء على العلامة خلال فترة سريان التسجيل القانوني للعلامة فإنها تتمتع بالحماية القانونية كاملة سواء مدنية أو جزائية .

ثانيا: نطاق الحماية من حيث المكان :

الأصل أن الحماية الجزائية للعلامة التجارية المسجلة محصور في إقليم الدولة التي تم تسجيل العلامة فيها، وذلك مع عدم الإخلال بالإتفاقيات والمعاهدات الدولية الخاصة بحماية العلامة التجارية على المستوى الدولي، إذ تلزم الدول بتطبيق أحكام وبنود تلك الإتفاقيات متى إنضمت إليها. [1]

مثال ذلك إتفاق باريس لسنة 1883 وإتفاق مدريد لسنة 1981 وسبق أن إنضمت إليهما الجزائر .

الفرع الثالث: الحماية الجزائية تنصب على ذات الحق في العلامة التجارية :

1- صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، مرجع سابق، ص248 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

الحماية الجزائية المقررة لحماية الحق في العلامة التجارية ذاته، وذلك بصرف النظر عن قيمة السلع أو البضائع أو الخدمات التي تستخدم في تمييزها عن مثيلاتها، فيعاقب مرتكب الإعتداء على العلامة التجارية سواء حقق ربحا أو تكبد خسارة .

الفرع الرابع: أصحاب الحق في رفع الدعوى الجزائية:

تتم مباشرة الدعوى سواء من طرف صاحب العلامة التجارية أو المستفيد من حق الإستئثاربالإستغلال، أو من طرف النيابة العامة .

وفقا للمادة 28 لصاحب تسجيل العلامة الحق في رفع دعوى قضائية ضد كل من إرتكب أو يرتكب تقليدا للعلامة المسجلة،[1] كما تقضي الجهة القضائية المختصة بالتعويضات المدنية وتأمر بوقف أعمال التقليد إضافة إلى كل تدبير آخر منصوص عليه في المادة 30 من نفس الأمر بعد إثبات التقليد.[2]

إضافة إلى هذا يمكن للمستفيد من حق إستئثار في إستغلال علامة أن يرفع ، بعد الإعذار ، دعوى التقليد في حال لم يمارس المالك هذا الحق بنفسه.[3]

كما منح القانون للنيابة العامة سلطة تحريك ومباشرة الدعوى العمومية وذلك بصفتها ممثلة الحق العام والأمينة على الدعوى العمومية. ومن الناحية العملية لا تقوم النيابة العامة بتولي تحريك الدعوى العمومية مباشرة لأنه لا يتصور علمها بقيام الجريمة، لذلك فغالبا ما يتولى إجراءات تحريك الدعوى العمومية مصالح قمع الغش التابعة لمديرية التجارة .[4]

المطلب الثاني: الجرائم التي تقع على العلامة التجارية

1- المادة 28 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .
2- المادة 29 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .
3- المادة 31 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .
4- سماح محمدي، المرجع السابق، ص 157 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

نص المشرع الجزائري في المادة 26 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على أنه "... يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الإستئثارية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة ...".[1]

من خلال التعريف الذي أورده المشرع في نص المادة أعلاه فإنه أدرج أغلب صور التجريم التي تطرق إليها في المادة 28 من الأمر 66-57 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية الملغى. [2]

لقد وسع المشرع من دائرة الأفعال المجرمة والتي تمس بالعلامة وهذا من أجل ضمان حماية أكبر للعلامة نظرا للدور الهام الذي أصبحت تلعبه في الأسواق الوطنية وكذا الإقتصاد الوطني ككل، ومن بين الأفعال التي تشكل تقليدا للعلامات نذكر منها: تزوير العلامة، إستعمال علامة مشابهة، إستعمال ووضع علامة مملوكة للغير، بيع أو عرض للبيع بضائع ومنتجات تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو مشابهة .

الفرع الأول: جريمة تزوير العلامة التجارية أو تقليدها :

إختلف الفقهاء حول تعريف التزوير فهناك من يرى أن التزوير هو نقل العلامة نقلا حرفيا وتاما بحيث تصبح العلامة المزورة صورة طبق الأصل من العلامة الحقيقية ولا يمكن تفرقتها عنها. [3]

ويرى جانب آخر من الفقه بأنه قد يكون نقلا تاما وكاملا للعلامة التجارية، وقد يكون بنقل الأجزاء الرئيسية منها بحيث تكاد تكون العلامة المزورة مطابقة للعلامة الأصلية، فلا

1- المادة 26 فقرة 1من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

2 – الأمر 66-57 المتعلق بالعلامات المصنع والعلامات التجارية، بتاريخ 1966/03/19، ج ر، عدد 23 المؤرخة في 1966/03/22 .

3 - سماح محمدي، المرجع السابق، ص 125 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

يشترط أن يكون التزوير شاملا لجميع العلامة، [1] وبالنسبة لهذا الرأي فإنه يرى أنه لا أهمية في التفرقة بين التقليد والتزوير وأن كل منهما يشمل الآخر على خلاف الرأي الأول.

ولجريمة تزوير العلامة أركان تتحقق بها وهما ركن مادي يتمثل في فعل التزوير وآخر معنوي يتمثل في القصد وسوء النية (الغش والتضليل).

أولا: الركن المادي في جريمة التزوير :

يتحقق فعل التزوير بإصطناع علامة مطابقة تماما للعلامة الأصلية أو نقل الأجزاء الرئيسية منها بحيث تقترب العلامة المزورة من العلامة الأصلية. [2]

وقد إستقر القضاء على أن جريمة تزوير العلامة تقوم حتى ولو لم يتم الإستعمال الفعلي لها، ولا يشترط لتوافر أركان جريمة التزوير أن يقع الخلط أو اللبس فعلا بين جمهور المستهلكين بل يكفي إمكانية حدوثه. [3]

وعملية التزوير الواقعة على العلامة الأصلية يجب أن تتعلق بمنتجات أو خدمات مشابهة، أما إستخدام العلامة على منتجات أو خدمات غير مشابهة فلا يشكل جرم تزوير العلامة ولكنه قد يرتب ضررا يستوجب التعويض وفقا لقواعد المسؤولية المدنية. [4]

كما أن مسألة تقدير مدى وجود التطابق بين العلامتين والتزوير هي ذات طابع موضوعي من إختصاص قاضي الموضوع مع إمكانية الإسعانة بذوي الإختصاص في المجال .

1 - عبد الله حسين الخشروم، المرجع السابق، ص 209 .

2- صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، مرجع سابق، ص 251 .

3 - سماح محمدي، المرجع السابق، ص 126 .

4 – سلامي ميلود، والي عبد اللطيف، المرجع السابق، ص 95 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

إن العبرة عند تقدير وجود التزوير في العلامة لا يتعلق بأوجه الإختلاف بين العلامة الأصلية والمزورة وإنما بأوجه التشابه بينهما، كما يجب ألا تتم المقارنة بدراسة أوجه التشابه لكل جزئية من جزئيات العلامة بل ينظر إلى التشابه العام في مجموعها مع العلامة الأصلية المحمية وهو ما استقر عليه القضاء الجزائري. [1]

إضافة إلى ذلك فالعبرة في تقدير التزوير بالمستهلك العادي وليس بالمستهلك شديد الحرص من حيث القدرة على تحديد الفروق بين العلامتين الأصلية المحمية والمزورة، فالمستهلك العادي متوسط الحرص هو معيار التقدير وليس المستهلك شديد الحرص أوالمستهلك المهمل الذي يقتني السلعة أو المنتج دون فحص أيضا .

وقد إعتمدت المحاكم الجزائرية في تقدير التزوير على التشابه الإجمالي، أي على العناصر الجوهرية والمميزة للعلامة الأصلية المحمية، وليس على الفروق الجزئية أو الطفيفة التي لا يستطيع المستهلك تحديدها وعليه فإن القضاء الجزائري قدر أن علامة "BANITA"تعد تقليدا لتسمية "HABANITA" فالقاضي هنا أسس حكمه بالنظر إلى وجود تشابه كبير بين العلامتين فيما يخص صورة الغلاف من حيث الألوان والرسوم وطريقة النطق، مما يوقع المستهلك العادي في الخلط بين المنتجين وذلك لكونهما من نفس النوع (عطور). [2]

ثانيا: الركن المعنوي في جريمة التزوير:

لم تتضمن أحكام الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات أي إشارة إلى إشتراط المشرع الجزائري العنصر المعنوي في جريمة تزوير العلامة التجارية، ولم يورد أي عبارة تدل على ضرورة توافر القصد الجنائي في جنحة التقليد بصفة عامة .

1 – سلامي ميلود، والي عبد اللطيف، المرجع السابق ، ص 95.

2 – صامت أمنة، الحماية الجزائية للعلامة التجارية من جريمة التقليد، الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإقتصادية والقانونية، العدد 13، جانفي 2015، ص 90 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

فقد نص المشرع الجزائري في المادة 26 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على أنه "... يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الإستئثارية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق أصحاب العلامة".[1]

وعليه فالمشرع إعتبر هذه الجريمة من الجرائم المادية التي لا تحتاج للبحث في ركنها المعنوي وإنما يكفي فيها قيام الركن المادي.

ولتلافي تسجيل علامتين متطابقتين وبالتالي وقوع فعل التزوير، ألزم المشرع الجزائري المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية أخذ الموافقة الكتابية لمالك العلامة المسجلة المحمية إذا تم تقديم طلب تسجيل علامة مماثلة أو مشابهة لها [2]، حيث نصت المادة 12 فقرة 4 من المرسوم 05-277 المتعلق بكيفيات إيداع العلامات وتسجيلها على أنه "لتقدير التشابه المنصوص عليه في المادة 7 (فقرة 8، 9) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، تأخذ المصلحة المختصة بعين الإعتبار الموافقة الكتابية لصاحب الحق الأسبق. [3]

إذن فالركن المعنوي في جريمة التزوير هو ركن مفترض، إذ يعد تسجيل العلامة قرينة على علم الغير بها [4]، وبالعودة إلى إجراءات تسجيل العلامة التجارية ونشرها التي يقوم بها المعهد الوطني للملكية الصناعية فإنه يفترض في الراغب في تسجيل علامة معنية الإطلاع على السجل الخاص بالعلامات المتعلق بالنشاط الذي يريد ممارسته، وفي حالة عدم تسجيل العلامة وقام بإنتاج السلع والمنتجات الحاملة للعلامة وتسويقها فهنا يتابع بجنحة تزوير العلامة التجارية .

الفرع الثاني: جريمة إستعمال علامة مزورة أو مقلدة :

1 – المادة 26 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

2 – سماح محمدي، المرجع السابق، ص 130 .

3 – العلامة 12 فقرة 4 من المرسوم 05-277 المتعلق بكيفيات إيداع العلامات وتسجيلها .

4 – صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، مرجع سابق، ص 253 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

إستعمال علامة مزورة أو مقلدة يعني تحريف علامة الغير ووضعها بصورة غير مشروعة على غير البضاعة الحقيقية لتضليل الجمهور بشأن مصدر المنتجات. [1]

لم ينص الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات صراحة على هذه الجريمة، إلاّ أنه وبالرجوع لنص المادة 26 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات فإنه يعتبر إستعمال علامة مزورة أو مقلدة فعلا معاقب عليه قانونا بما أنه يؤدي إلى الإضرار بحقوق صاحب العلامة أو مالكها.

على خلاف الأمر 66-57 الملغى الذي نص في المادة 28 منه في فقرتها الأولى على أن إستعمال علامة مقلدة أو مزورة يشكل جريمة يعاقب عليها القانون.

ويشترط لقيام جريمة إستعمال علامة مقلدة أو مزورة، توفر الركنين المادي والمعنوي .

أولا:الركن المادي:

تقوم هذه الجريمة على إستعمال علامة تجارية مزورة أو مقلدة، أي أنه تم تزوير أو تقليد سابق لهذه العلامة التجارية، ولا تهم صفة الشخص الذي إرتكب هذا الفعل المجرم فقد يكون هو نفسه مستعمل العلامة أو الغير. [2]

وفقا لنص المادة 9 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات فإن تسجيل العلامة يخول صاحبها الحق في منع الغير من إستعمال علامته إستعمالا تجاريا دون ترخيص مسبق منه على سلع وخدمات مماثلة أو مشابهة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها .

كما يحق له منع الغير من إستعمال علامة أو رمز أو إسما تجاريا مشابها تحدث أو تكاد تحدث لبسا بين سلع وخدمات مماثلة أو مشابهة دون ترخيص المالك. [3]

1 - سماح محمدي، المرجع السابق، ص 143 .

2 - حماديزوبير، المرجع السابق، ص 193 .

3 - المادة 9 فقرة 2 ، 3 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

ولتوافر الركن المادي لجريمة الإستعمال لايهم أن توضع العلامة على السلع والمنتجات، بل يكفي القيام بالسلوك الذي يدل على إستعمالها، كأن توضع العلامة على واجهة المحل أو على الأغلفة أو الفواتير، أو في الإعلانات أو النشرات التي توزع على العملاء للإعلان عن السلع التي تحمل العلامة المزورة أو المقلدة [1]، وهذا ما ذهبت إليه محكمة النقض الفرنسية في حكمها الصادر بتاريخ 1909/02/15 [2]، ومفاده أن الفعل يكون جريمة إستعمال علامة مزورة أو مقلدة في حال وضع التاجر في واجهة المحل إعلانات عن منتجات تحمل علامة مزورة .

ثانيا:الركن المعنوي:

إشترط المشرع المصري صراحة في جريمة إستعمال العلامة المزورة أو المقلدة، أن يكون مستعمل العلامة سيء النية : بمعنى علمه المسبق أنه يستعمل علامة مزورة أو مقلدة ويهدف إلى تضليل الجمهور بشأن مصدر المنتجات. [3]

وهذا يعني أنه يلزم توفر "القصد الجرمي لدى المتهم في هذه الجريمة ويستخلص ذلك من شواهد وظروف الحال، ويحق للمتهم إقامة الدليل على عدم توفر القصد الجرمي لديه وذلك عن طريق إثبات حسن نيته. [4]

الفرع الثالث: جريمة وضع علامة مملوكة للغير:

لم يرد النص صراحة على هذه الصورة من جرائم تقليد العلامة في الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، على خلاف لأمر 66-57 الملغى حيث نصت المادة 28 منه على أنه

1 - سماح محمدي، المرجع السابق، ص 144، 145 .

2 - حكم محكمة النقض الفرنسية بتاريخ: 1909/02/15، مشار إليه ضمن مؤلف عبد الفتاح بيومي حجازي، المرجع السابق، ص 292 .

3 - سماح محمدي، المرجع السابق، ص 145 .

4 - عبد الله حسين الخشوم، المرجع السابق، ص 216 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

"يعاقب بغرامة من 1000 إلى 20000 دج وبالسجن من 3 أشهر إلى 3 سنوات أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط الذين يضعون عن طريق التدليس، على منتجاتهم أو على الأشياء التابعة لتجارتهم، علامة هي ملك لغيرهم". [1]

وعليه فإن هذه الجريمة تختلف عن جريمة تزوير أو تقليد العلامة، فهي وضع علامة أصلية على منتجات غير صادرة عن صاحب تلك العلامة الأصلية. [2]

كما تختلف أيضا عن جريمة إستعمال علامة مزورة أو مقلدة في أنها تمثل إستعمال علامة حقيقية ومسجلة ولكن مملوكة للغير لأجل تمييز منتجات مماثلة خلاف المخصص لها العلامة الحقيقية. [3]

يعد مرتكبا لهذه الجريمة، الأشخاص الذين يضعون على منتجاتهم وسلعهم التي يتاجرون بها علامة مملوكة لغيرهم بنية الغش وخداع المستهلك.

ولقيام هذه الجريمة يجب توفر عنصريها المادي والمعنوي .

أولا:العنصر المادي:

يقوم الركن المادي في هذه الحالة بوضع التاجر لعلامة على منتجات وسلع لغرض تجاري دون ترخيص .

إن جريمة وضع علامة مملوكة للغير أو جريمة إغتصاب العلامة تقع في الغالب في حالة ملأ الفوارغ التي تحمل العلامة الأصلية، مثل ملأ الزجاجات والآليات والصناديق الفارغة، التي تحمل علامات مميزة مملوكة للغير بسوائل ومواد أو منتوجات أخرى غير المخصصة لتمييز العلامات الأصلية. [4]

---

1 - المادة 28 من الأمر 66-57 ملغي .

2- فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 268 .

3- عبد الفتاح بيومي حجازي، المرجع السابق، ص 296 .

4– سلامي ميلود، والي عبد الطيف، المرجع السابق، ص 107 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

ثانيا: الركن المعنوي:

المشرع الجزائري لم ينص على القصد الجنائي ضمن الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، وجاءت المادة 26 منه خالية من الإشارة أو النص صراحة على ذلك وعلا خلاف تشريعات أخرى يشترط ذلك مثل التشريع المصري .

أما بالنسبة للفقه فلا يشترط في هذه الجنحة توافر عنصر القصد، فيكفي أن يتم وضع العلامة الأصلية على منتجات ليست تحت حمايتها كوضع المنتجات في زجاجات أو علب تحمل تلك العلامة الأصلية عليها.[1]

وبالتالي لا يشترط إثبات سوء نية الفاعل ويكفي إذن لقيام هذا الركن أن يتم وضع العلامة الأصلية على منتجات أو خدمات ليست تحت حمايتها.

الفرع الرابع: جريمة بيع منتجات عليها علامة مزورة أو مقلدة أو عرضها للبيع:

لم ينص المشرع الجزائري صراحة على هذه الجريمة في الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، وعليه فهي تخضع لنص المادة 26 منه وذلك بإعتبار بيع منتجات عليها مزورة أو مقلدة أو عرضها للبيع يمس بالحقوق الإستئثارية لصاحب العلامة .

على خلاف تشريع العلامات الملغى حيث نص عليها صراحة في المادة 28 منه بمعاقبة كل من يبيع أو يعرض للبيع عن قصد منتجا واحدا أو عدة منتجات ملبسة بعلامات مقلدة أو موضوعة بطريق التدليس.[2]

وتقوم هذه الجريمة على الركنين المادي والمعنوي .

أولا: الركن المادي :

1- سماح محمدي، المرجع السابق، ص 149 .

2– المادة 28 من الأمر رقم 66-57 الملغى المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

الركن المادي لهذه الجريمة يتمثل في بيع منتجات تحمل علامة مقلدة أو مزورة أو عرض هذه المنتجات للبيع.

ويقصد بالعرض وضع البضائع التي تحمل العلامة المزورة أو المقلدة أو المغتصبة بالمتجر أو بالمخازن بغرض بيعها، وتقوم هذه الجريمة سواء كان البائع أو العارض أو الحائز، قام بتزوير أو تقليد أو إغتصاب العلامة أم لا.[1]

ويشترط في البيع أو العرض حتى يعتبر تقليدا، أن يكون من دون ترخيص من صاحب العلامة، وأن يكون تجاريا وليس لغايات أخرى. [2]

ثانيا: الركن المعنوي :

إستنادا إلى نص المادتين 26 و 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، فإن المشرع الجزائري لم يشترط القصد الجنائي والمتمثل في علم المتهم أنه يحوز أو يبيع أو يعرض للبيع سلع أو خدمات تحمل علامات مقلدة أو مزورة أو مغتصبة، إذ يكفي قيام التاجر بعرض أو ببيع سلع أو تقديم خدمات تحمل علامات مقلدة أو مزورة أو مغتصبة حتى تتم متابعته بالجريمة وهذا على خلاف ما كان في القانون الخاص بالعلامات الملغى الأمر 66-57 الذي إشترط القصد الجنائي الخاص .

الفرع الخامس: عدم وضع العلامة التجارية :

ألزم المشرع الجزائري المتعاملين الإقتصاديين بوضع العلامة التجارية لكل سلعة أو منتج أو خدمة تباع أو تعرض للبيع أو تقدم عبر إقليم الدولة .

فيجب وضع العلامة على الغلاف، أو على الحاوية عند إستحالة ذلك، إذا لم تسمح طبيعة أو خصائص السلع من وضع العلامة عليها مباشرة.

---

1 - سماح محمدي، المرجع السابق، ص 150 .

2 – المادة 09 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

ولا يطبق هذا الإلزام على السلع أو الخدمات التي لا تسمح طبيعتها وخصائصها من وضع العلامة عليها وكذلك السلع التي تحمل تسمية المنشأ. [1]

وعليه فإن عدم وضع العلامة التجارية على السلع والمنتجات أو الخدمات المقدمة يعرض أصحابها، أو الأشخاص الذين وضعوا على سلعهم علامة لم تسجل أو لم يقدم طلب لتسجيلها لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية وفقا للأشكال المنصوص عليها قانونا، للحبس والغرامة أو بإحدى هاتين العقوبتين. [2]

المطلب الثالث: عقوبات الإعتداء على العلامة التجارية في القانون الجزائري

نص المشرع الجزائري على أن العقوبات الجزائية تتمثل في الحبس والغرامة المالية أو بإحدى هاتين العقوبتين كما يجوز للقاضي أن يأمر بوقف التقليد ووضع حد لإستعمال العلامة بدون وجه حق .

وتنقسم هذه العقوبات إلى عقوبات أصلية لجرائم العلامات تتمثل في الحبس والغرامة، وعقوبات تكميلية تتمثل في الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة ومصادرة الوسائل المستعملة في الجريمة وكذا إتلاف الأشياء محل المخالفة.

1- المادة 03 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

2- المادة 33 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

الفرع الأول: العقوبات الأصلية للإعتداء على العلامة التجارية :

نص المشرع الجزائري في المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على أنه "..... كل شخص إرتكب جنحة تقليد، يعاقب بالحبس من ستة (6) أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار (2500.000دج) إلى عشرة ملايين دينار جزائري (10.000.00دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين ...".[1]

وهذا على خلاف ما نص عليه الأمر 66-57 المتضمن قانون علامات الصنع والعلامات التجارية، والذي حدد مدة العقوبة بالسجن من 3 أشهر إلى ثلاث (3) سنوات والغرامة من 10000 دج إلى 20.000 دج.[2]

وبناءا على هذا فإن المشرع الجزائري قام بتخفيض مدة الحبس من ثلاث سنوات إلى سنتين (كحد أقصى للعقوبة) فيما رفع قيمة الغرامات المالية لتصل إلى 10.000.000 دج عشرة ملايين دينار جزائري كحد أقصى .

المشرع الجزائري برفعه للقيمة الغرامية المالية إلى هذا الحد كان يهدف إلى ردع المعتدين على العلامة التجارية نظرا لإنتشار جرائم العلامات، إلاّ أنه ورغم قيمة العقوبات المالية التي تعتبر مرتفعة إلى حد كبير فإنها لم ترقى إلى العقوبات الصارمة والكبيرة التي أدرجها المشرع الفرنسي ضمن قانون الملكية بحيث تصل عقوبة الحبس إلى غاية ثلاث سنوات، والغرامة تصل إلى 300.000 آورو، وفي حالة إرتكاب الجريمة من طرف عصابة منظمة قرر رفع عقوبة الحبس لخمس سنوات والغرامة المالية إلى 500.000 أورو.[3]

1– المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

2- المادة 28 من الأمر 66-57 السالف الذكر .

3 – سماح محمدي، المرجع السابق، ص 159، المواد: 716-9، 716-10 من قانون الملكية الفكرية الفرنسي المؤرخ في 1992/07/01 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

ففي إطار سعي الجزائر للإنضمام إلى منظمة التجارة العالمية، والتي تشترط على الدول الأعضاء فيها أن تتضمن تشريعاتها وقوانينها جزاءات وعقوبات رادعة وفعالة ضد أي تعد على حقوق الملكية الفكرية .

والواقع أن الضمانات القانونية المتعلقة بالعقوبات المقررة لجنح التقليد موجودة وكافية لقمع جريمة التقليد، فالعقوبة التي تصل مدتها إلى سنتين، والغرامة التي تصل قيمتها إلى عشرة ملايين دينار، كافية لردع مرتكبي مختلف صور الإعتداء على العلامة التجارية إلاّ أن النقص يبقى في آليات الرقابة من طرف الهيئات المختصة التابعة لوزارتي التجارة والمالية وكذا إدارة الجمارك التي تبقى عاجزة وغير فعالة في محاربة التقليد وإتخاذ التدابير الوقائية ضد إغراق الأسواق الجزائرية بالسلع المقلدة .[1]

لذا فإنه من الضروري الإهتمام أكثر بهذه الأجهزة وتمكينها من الوسائل المادية والبشرية اللازمة لضمان أداء أحسن وأكثر فعالية في إطار مكافحة هذه الجرائم نظرا لما تتكبده الدولة من خسائر نتيجة لظاهرة المنتوجات المقلدة وتداولها في الأسواق .

الفرع الثاني: العقوبات التكميلية للإعتداء على العلامة التجارية :

إضافة إلى العقوبات الأصلية للإعتداء على العلامة التجارية التي نصت عليها المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات فإنها أوردت إلى جانب الحبس والغرامة عقوبات تكميلية تتمثل في الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة، مصادرة الأشياء والوسائل المستعملة وإتلاف الأشياء محل المخالفة، وما نستشفه من نص المادة أعلاه أن هذه العقوبات التكميلية لها طابع إلزامي في حالة الإدانة والحكم بالعقوبة الجزائية (الحبس والغرامة أو إحداهما مع العقوبة التكميلية) .

1– سلامي ميلود، والي عبد اللطيف، المرجع السابق، ص 110 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

أولا: الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة:

من خلال نص المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، فإنه في حالة حكم القاضي بإدانة المتهم بالإعتداء على العلامة التجارية وإيقاعه لعقوبة الحبس و/أو الغرامة، فإنه ملزم بتطبيق قرار غلق المؤسسة بصفة مؤقتة أو نهائية وفقا للسلطة التقديرية الممنوحة له قانونا .

المشرع الجزائري لم يحدد المدة الدنيا أو القصوى للغلق في حالة الغلق المؤقت، في حين أن المشرع المصري حددها بستة (6) أشهر على الأكثر ولا يكون وجوبيا إلاّ في حالة العود.[1]

ثانيا: مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات المستعملة :

إلى جانب الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة كعقوبة تكميلية ألزمت المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات القاضي عند حكمه بإدانة المتهم بإرتكابالإعتداء على العلامة التجارية سواء بالحبس و/أو بالغرامة أن يأمر بمصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي إستعملها في إرتكابالإعتداء على العلامة التجارية، في حين أن المصادرة في الأمر 66-57 الملغي كانت أمر جوازي، ومتروك لسلطة القاضي الذي ينظر في النزاع. [2]

وما نلاحظه من خلال نص المشرع الجزائري على المصادرة كعقوبة تكميلية إلى جانب الحبس والغرامة ما هو إلاّ حرص منه ورغبته في حماية العلامة التجارية نظرا إلى أن قيمة العلامة التجارية في سمعتها.

ثالثا: إتلاف الأشياء محل المخالفة :

أوجبت المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات في حالة الحكم بالإدانة وتطبيق عقوبة الحبس و/أو الغرامة على المتهم بإرتكاب أفعال التعدي على العلامة التجارية، أن يقضي القاضي بعقوبة إتلاف الأشياء المستعملة في المخالفة .

1 - المادة 113 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري .

2– المادة 36 من الأمر رقم 66-57 المتعلق بعلامات الصنع والعلامات التجارية .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

فالمشرع الجزائري هدفه من فرض هذه العقوبة هو حماية المستهلكين من التعامل مع هذه السلع سواء كانت موجهة للأكل مما يشكل خطورة على صحتهم وحياتهم أو لأي إستعمال آخر في حالة إحتواءها على مواد خطرة .

إن اتجاه المشرع الجزائري في المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات واضح في ضرورة إتلاف الأشياء المستعملة في أعمال التقليد بما في ذلك البضائع والمنتوجات محل التقليد، على عكس القانون الفرنسي لا يجيز إتلاف البضائع أو المنتوجات إلاّ إذا كانت ملحقة بالعلامة ولا يمكن فصلها عليها. [1]

كما أجازت تشريعات أخرى للمحكمة التصرف في تلك المنتجات والبضائع لأغراض غير تجارية أو بما تراه مناسبا مثل التشريع الأردني.

الفرع الثالث: الإجراءات التحفظية :

لقد أولى المشرع الجزائري عناية خاصة لحماية حق مالك العلامة التجارية، فبالإضافة إلى تمتعه بحق رفع دعوى مدنية أو جزائية لحماية حقوقه الإستئثارية من أفعال التعدي التي يمكن أن تقع عليها، فإنه نص على مجموعة من الإجراءات التحفظية التي يجوز إتخاذها قبل رفع الدعوى لإثبات أفعال التعدي .

تنص المادة 34 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على أنه "يمكن مالك العلامة، بموجب أمر من رئيس المحكمة، الإستعانة، عند الإقتضاء، بخبير للقيام بوصف دقيق للسلع التي يزعم أن وضع العلامة عليها قد ألحق به ضررا وذلك بالحجز أو بدونه" . [2]

1– سلامي ميلود، والي عبد اللطيف، المرجع السابق، ص 113 .

2– المادة 1/34 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

ويشترط أن تكون العريضة مرفقة بما يثبت تسجيل العلامة، ويدفع مالك العلامة مبلغ الكفالة إذا طلب توقيع الحجز.[1]

وعليه يتم تحرير محضر وصف مفصل لمختلف الوسائل والأدوات المستعملة في أفعال التعدي، إضافة لمختلف المنتجات أو السلع التي تحمل العلامة التي تم الإعتداء عليها، ويتم اللجوء إلى الحجز التحفظي للحفاظ على الأدلة التي يخشى إتلافها أو إخفائها .

ويعد الوصف أو الحجز باطلا بقوة القانون إذا لم يلتمس المدعي الطريق المدني أو الجزائي خلال أجل شهر وذلك بصرف النظر عن تعويضات الأضرار التي يمكن طلبها .[2]

Wondershare PDFelement

1– المادة 2/34 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

2– المادة 35 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات .

Supprimer filigrane
Wondershare PDFelement

الخاتمة

Wondershare PDFelement

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

الخاتمة :

من خلال دراستنا للعلامة التجارية وما تتمتع به من حماية قانونية على المستوى الدولي والوطني، ويرجع ذلك إلى الدور الإقتصادي الذي تلعبه العلامة التجارية في قيام المؤسسات والشركات في مختلف المجالات وتحصيلها للمداخيل والأرباح التي تضمن إستمراريتها، خاصة في ظل زيادة المنافسة وإتباع المنافسين مختلف الطرق والوسائل من أجل البقاء في السوق والترويج لمنتجاتهم لضمان أكبر حصة منه، وأحيانا تتعدى في ذلك الضوابط القانونية والأخلاقية .

وتعتبر العلامة التجارية من أهم عناصر الملكية الصناعية، خاصة بعد إتجاه الدول إلى فتح الأسواق وإعتماد مبدأ الحرية الإقتصادية في إمتلاك وسائل الإنتاج، حيث أصبحت معظم الشركات والمؤسسات تسعى إلى الترويج لمنتجاتها وسلعها وخدماتها في مختلف دول العالم معتمدة في ذلك على العلامة التجارية كوسيلة لتمييزها عن باقي مثيلاتها .

ونظرا إلى أن العلامة التجارية هي وسيلة الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة في تمييز منتجاتهم وسلعهم وخدماتهم، فهي أيضا وسيلة المستهلكين للتعرف على ما يريدونه ويفضلونه من سلع وخدمات من جهة، ومن جهة أخرى هي وسيلة لحمايتهم من الغش والتضليل حيث أصبحت العلامة التجارية محل إعتداءات وجرائم من طرف المنافسين والطامعين في تحقيق الأرباح بطرق سهلة وملتوية.

وهذا ما دفع بالدول للسعي إلى توفير الحماية القانونية اللازمة للعلامة التجارية ضمن تشريعاتها الداخلية، وتوحيد الجهود فيما بينها من أجل حماية العلامة التجارية على المستوى الدولي إضافة إلى مختلف عناصر الملكية الصناعية بصفة عامة، حيث تمت المصادقة على العديد من الإتفاقيات والمعاهدات الدولية من أجل ذلك، والتي تناولت القواعد الموضوعية لحماية العلامة التجارية ومن أبرزها، إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883 وإتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية تربس (TRIPS) لسنة 1994 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

الخاتـمـه :

وقد إنضمت العديد من دول العالم إلى هذه الإتفاقيات والمعاهدات، من أجل ضمان حماية أكبر للعلامة التجارية، وسعت إلى مواكبة التطورات الحاصلة على المستوى الدولي من خلال سن القوانين الخاصة بالعلامة التجارية وحمايتها وتعديلها لضمان توافقها مع ما تقرره هذه المعاهدات والإتفاقيات ومنها الجزائر، حيث كان الأمر 66-57 الصادر في 1966/03/19 أول النصوص القانونية الخاصة بالعلامة التجارية والذي ألغي وتم تعويضه بصدور الأمر 06/03 الصادر في 2003/07/19 والمتعلق بالعلامات .

النتائج المتوصل إليها :

خلال دراستنا هذه، حول الحماية القانونية للعلامة التجارية على المستوى الدولي والوطني، فإننا توصلنا إلى جملة من النتائج.

1/إشترط المشرع الجزائري أن تكون العلامة التجارية المراد تسجيلها لدى المصلحة المختصة قابلة للتمثيل الخطي، أي أنه إستبعد من نطاق الحماية كل علامة غير قابلة للإدراك بالبصر أو الشم أو السمع، كعلامة الرائحة أو الصوت مثل النغمات الموسيقية على عكس بعض التشريعات الأخرى التي تقبل بتسجيلها وتوفر لها الحماية كباقي العلامات .

2/إكتساب الحق في العلامة أو ملكيتها في التشريع الجزائري المتعلق بالعلامات يكون عن طريق التسجيل لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية، قسم العلامات وهو شرط لإضفاء الحماية القانونية عليها، كما أن التسجيل هو منشئ للحق في العلامة وليس كاشفا له .

3/ منع المشرع الجزائري إستعمال العلامة التجارية عبر الإقليم الوطني إلاّ بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها لدى المصلحة المختصة بل ذهب إلى حد تجريم ذلك وفرض عقوبة الحبس و/أو الغرامة في حال إستعمال علامة ووضعها على سلع وخدمات لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

4/ أوجّب المشرع الجزائري التسجيل المسبق للعلامة التجارية من أجل الإستفادة من الحماية المدنية والجزائية على خلاف تشريعات أخرى إشترطت التسجيل لتستفيد العلامة بالحماية الجزائية، مع إضفاء الحماية المدنية عليها عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة دون شرط التسجيل .

5/ تطبيقا لما أقرته المعاهدات والإتفاقيات الدولية التي إنضمت إليها الجزائر، فإن العلامات الأجنبية المسجلة في الجزائر والتي إستوفت جميع الشروط والإجراءات المقررة قانونا تستفيد من نفس الحماية المقررة للعلامات الوطنية.

6/ نص المشرع الجزائري على جريمة التقليد العلامة التجارية مع تعدد صورها التي تشكل إعتداء على العلامة التجارية كتزويرها، تقليدها وضع علامة مملوكة للغير، إستعمال علامة غير مشروعة وغيرها، وحدد لها عقوبة ضمن نص المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، غير أنه لم يشر إلى العقوبة في حالة العود.

7/ إضافة إلى العقوبات الأصلية والتكميلية التي فرضها المشرع الجزائري على مرتكب جريمة تقليد العلامة التجارية، فإنه نص على الإجراءات التحفظية التي من شأنها منع وقوع الإعتداء على العلامة التجارية إذا كان وشيكا أو وقفه في حالة حدوثه إلى حين اللجوء إلى الطريق المدني أو الجزائي وفقا للآجال المحددة .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

قائمة المصادر والمراجع :

Wondershare PDFelement

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

أولا: المصادر :

1-الإتفاقيات الدولية :

1/ إتفاقية باريس المبرمة بتاريخ: 1883/03/20 المتعلقة بحماية حقوق الملكية الصناعية.

2/ إتفاق مدريد المبرم بتاريخ: 1891/04/14 بشأن التسجيل الدولي للعلامات .

3/ إتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من الحقوق الملكية الفكرية (تربس) المبرمة بتاريخ: 1994/04/15 .

2-القوانين والأوامر والمراسيم الجزائرية :

1/ قانون رقم 04-02 ، المؤرخفي: 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، ج ر عدد 41، الصادرة بتاريخ: 27 جوان 2004 .

2/ قانون رقم 09/08 المؤرخ في 2008/02/25 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية.

3/ الأمر رقم 66-57 المؤرخ في: 1966/03/19، المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، الجريدة الرسمية عدد 23، الصادرة في: 1966/03/22 .

4/ الأمر رقم 75-58 المؤرخ في: 20 رمضان عام 1395 الموافق لـ 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم .

5/ الأمر 66-86 المؤرخ في: 28 أفريل 1966 المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية، الجريدة الرسمية، العدد 35 الصادرة في 1966/05/03.

6/ الأمر رقم 76-63 المؤرخ في 16 يوليو 1976 المتعلق بتسميات المنشأ، الجريدة الرسمية الصادرة في 23 يوليو 1976، عدد 59 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

7/ الأمر رقم 06/03 المؤرخ في: 2003/07/19 المتعلق بالعلامات ، الجريدة الرسمية عدد 44، الصادرة في 2003/07/23 .

8/ الأمر رقم: 07/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق ببراءة الإختراع، الجريدة الرسمية العدد 44، الصادرة في 23 يوليو سنة 2003 .

9/المرسوم التنفيذي رقم: 98-68 المؤرخ في: 1998/02/21، المتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، الجريدة الرسمية عدد 11 الصادرة في: 1998/03/01

10/ المرسوم التنفيذي رقم: 05-277 المؤرخ في 2005/08/02 الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، الجريدة الرسمية عدد 54، الصادرة في: 2005/08/07 .

3- القوانين الأجنبية:

1/ القانون 82 لسنة 2002 المتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية المصري ،ج ر عدد 22 مكرر، لسنة 2002 .

ثانيا: المراجع :

1-المعجمات :

1/ فؤاد إفراح البستاني، منجد الطلاب، الطبعة 25، دار المشرق بيروت، لبنان .

2-الكتب :

1- حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية 2008 .

2- حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى 2012 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

3- حمدي غالب الجغبير، العلامات التجارية، الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2012 .

4- سائد أحمد الخولي، الملكية الصناعية في الفقه والقانون المعاصر، الطبعة الأولى، دار الفكر للنشر والتوزيع، مصر، 2012 .

5- سمير فرنان بالي، قضايا القرصنة التجارية والصناعية والفكرية، الجزء الأول، منشورات الحلبي، بيروت، 2001 .

6- صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2000.

7- صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006 .

8- عبد الفتاح بيومي حجازي، الملكية الصناعية في القانون المقارن، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2007 .

9- عبد الله حسين الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2005 .

10- فاضلي إدريس، المدخل إلى الملكية الفكرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.

11- فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري، المحل التجاري والحقوق الفكرية، القسم الثقافي، ابن خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر سنة 2001 .

12- محمد حسين، الوجيز في الملكية الفكرية ،الجزء الأول، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

13- مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، أصول القانون التجاري، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006.

14- ناهي صلاح الدين، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، دار الفرقان، عمان،1983.

15- نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية –الملكية الصناعية– دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2005 .

3-الأطروحات والبحوث الأكاديمية :

1- سلامي ميلود النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والإتفاقيات الدولية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012/2011 .

2- سماح محمدي، الحماية القانونية للعلامة التجارية (دراسة مقارنة) أطروحة دكتوراة في القانون تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة، الجزائر، 2016/2015 .

3- عاشوري وهيبة، تقديم المحل التجاري كحصة في شركة المساهمة، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف2، 2016/2015.

4- محمود أحمد عبد الحميد مبارك، العلامة التجارية وطرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين، أطروحة ماجستير في القانون الخاص، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2006 .

5- نعيمة علواش، العلامات في مجال المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2002/2001 .

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

4-المجلات القانونية :

1- بن قوية المختار، ملكية العلامة في التشريع الجزائري بين التسجيل والإستعمال، مجلة معارف، جامعة آكلي محند أو لحاج، البويرة، الجزائر، العدد 21 ، ديسمبر 2016.

2- رمزي حوحو، كاهنة زواوي، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى القانوني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، العدد05.

3- سلامي ميلود، والي عبد اللطيف، الحماية الجزائية للعلامة التجارية في القانون الجزائري، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، جامعة عمار ثليجي الأغواط، الجزائر، عدد 07، جانفي 2018 .

4- صدام سعد الله محمد البيائي، البيانات التجارية –دراسة قانونية مقارنة، مجلة الرافدين للحقوق، المجلد 13، العدد 49 السنة 16، العراق.

5- صامت آمنة، الحماية الجزائية للعلامة التجارية من جريمة التقليد، الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإقتصادية والقانونية، العدد 13، جانفي 2015 .

6- طارق بوبترة، الحماية القانونية الداخلية للعلامة التجارية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة 1، الجزائر، المجلد31، العدد 1، جوان 2020 .

7-ونوغي نبيل، يوسف علاء الدين، شروط منح العلامة التجارية وفقا التشريع الجزائري، مجلة آفاق للعلوم، جامعة زيان عاشور، الجلفة، العدد 15، مارس 2019 .

8-WIPO/ IP/ JOURN/ MCT /04/ DOC .6.

5-مواقع الإنترنت :

1-WWW. WIPO .INT. 2021/03/18

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

فـــهـــــــرس

مقدمة 01

مبحث تمهيدي : الاطار المفاهيمي للعلامة 05

المطلب الأول: ماهية العلامة التجارية..... 06

الفرع الأول: مفهوم العلامة التجارية..... 06

الفرع الثاني : انواع وأشكال العلامة التجارية..... 11

الفرع الثالث: تمييز العلامة التجارية عن ما يشابهها..... 16

المطلب الثاني : تسجيل العلامة التجارية..... 22

الفرع الأول: الشروط الموضوعية للعلامة التجارية..... 22

الفرع الثاني : الشروط الشكلية للعلامة للتجارية..... 24

الفرع الثالث : آثار تسجيل العلامة التجارية..... 28

الفصل الأول : الحماية الدولية للعلامة التجارية 33

المبحث الأول : الحماية القانونية للعلامة التجارية في إتفاقية باريس لسنة 1883.... 35

المطلب الأول : المبادئ الأساسية لإتفاقية باريس..... 35

الفرع الأول : المبادئ العامة لإتفاقية باريس 36

الفرع الثاني : المبادئ الخاصة لحماية العلامة التجارية في إطار إتفاقية باريس 39

المطلب الثاني:الأحكام الموضوعية الخاصة بحماية العلامات التجارية في الإتفاقية..41

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

الفرع الأول : القانون الواجب التطبيق على شروط تسجيل العلامة 42

الفرع الثاني: الأحكام القانونية الخاصة بحماية العلامات المشهورة وعلامات الخدمة..42

المطلب الثالث: إجراءات حماية العلامات التجارية في إتفاقية باريس.....45

الفرع الأول : مصادرة المنتجات غير المشروعة 45

الفرع الثاني: حماية العلامة ضد المنافسة غير المشروعة.....46

الفرع الثالث : اللجوء إلى القضاء لحماية العلامة.....47

الفرع الرابع : الحماية المؤقتة في المعارض الدولية.....48

الفرع الخامس : التنازل عن العلامة.....48

المبحث الثاني: إتفاقية مدريد الخاصة بالتسجيل الدولي للعلامات التجارية.....50

المطلب الأول: الغرض من إتفاقية مدريد.....51

المطلب الثاني: التسجيل الدولي للعلامات التجارية وفق إتفاق مدريد.....52

الفرع الأول : شروط التسجيل الدولي للعلامات وفق إتفاق مدريد.....52

الفرع الثاني : إجراءات التسجيل الدولي للعلامات التجارية وفقا لإتفاق مدريد.....52

المطلب الثالث: أثار التسجيل للعلامات وفقا لإتفاق مدريد.....55

الفرع الأول : إستفادة العلامة من الحماية.....55

الفرع الثاني : قيد أثر الناتج عن التسجيل الدولي لدى الدول المتعاقدة.....56

المبحث الثالث: حماية العلامة التجارية في إتفاقية -تربس-.....58

المطلب الأول: إقرار إتفاقية تربس وعلاقتها بالمعاهدات الدولية النافذة في مجال حقوق الملكية الفكرية.....58

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

المطلب الثاني : مبادئ إتفاقية – تربس-.....60
الفرع الأول : مبدأ المعاملة الوطنية.....60
الفرع الثاني : مبدأ الدولة الأولى بالرعاية.....61
الفرع الثالث : مبدأ الشفافية وآلية فض المنازعات بين الدول المنتمية للإتفاقية.....61
الفرع الرابع : مبدأ الحماية.....62
الفرع الخامس : مواعيد نفاذ الإتفاقية.....63
المطلب الثالث: معايير حماية العلامة التجارية في إتفاقية تربس.....64
الفرع الأول : العلامات التجارية محل الحماية.....64
الفرع الثاني : حقوق أصحاب العلامة التجارية.....65
الفرع الثالث : مدة الحماية ووجوب إستعمال العلامة.....67
الفرع الرابع : الترخيص والتنازل عن العلامة التجارية.....68
المطلب الرابع: إجراءات حماية العلامة التجارية في إتفاقية –تربس-.....69
الفرع الأول : الحماية المدنية.....70
الفرع الثاني : الحماية الحدودية.....72
الفرع الثالث : الحماية الجزائية.....75
الفصل الثاني: الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري.....77
المبحث الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري.....77
المطلب الأول: حماية العلامة التجارية غير المسجلة في القانون الجزائري.....77

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

الفرع الأول : حماية العلامة غير المسجلة وفقا للأمر 06/03 المتعلق بالعلامات.....78

الفرع الثاني:حماية العلامة غير المسجلة وفقا لقانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية 79

المطلب الثاني:حماية العلامة التجارية عن طريق دعوى التعويض ووقف الاعتداء 81

الفرع الأول: الأساس القانوني لدعوى التعويض.....81

الفرع الثاني : المطالبة بوقف أفعال الإعتداء على العلامة التجارية والتعويض.....82

المطلب الثالث: حماية العلامة التجارية عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة.....83

الفرع الأول : الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة.....84

الفرع الثاني : القضاء المختص بالنظر في دعوى المنافسة.....84

الفرع الثالث : شروط دعوى المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية.....85

الفرع الرابع : آثار دعوى المنافسة غير المشروعة.....88

المبحث الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري.....92

المطلب الأول: نطاق الحماية الجزائية.....92

الفرع الأول : إقتصار الحماية الجزائية على العلامة التجارية المسجلة دون غيرها.....92

الفرع الثاني: الحماية الجزائية مقيدة من حيث الزمان و المكان.....93

الفرع الثالث : الحماية الجزائية تنصب على ذات الحق في العلامة التجارية.....94

الفرع الرابع : أصحاب الحق في رفع الدعوى الجزائية.....94

المطلب الثاني : الجرائم التي تقع على العلامة التجارية.....95

Supprimer filigrane Wondershare PDFelement

الفرع الأول : جريمة تزوير العلامة التجارية أو تقليدها.....95

الفرع الثاني: جريمة إستعمال علامة مزورة أو مقلدة.....99

الفرع الثالث : جريمة وضع علامة مملوكة للغير.....100

الفرع الرابع : جريمة بيع منتجات عليها علامة مزورة أو مقلدة أو عرضها للبيع.....102

الفرع الخامس : عدم وضع العلامة التجارية.....103

المطلب الثالث: عقوبات الإعتداء على العلامة التجارية في القانون الجزائري.....104

الفرع الأول : العقوبات الأصلية للإعتداء على العلامة التجارية.....105

الفرع الثاني : العقوبات التكميلية للإعتداء على العلامة التجارية.....106

الفرع الثالث : الإجراءات التحفظية.....108

الخاتمة :.....110

قائمة المصادر والمراجع :.....114

فهرس :.....120

Wondershare PDFelement

Supprimer filigrane
Wondershare PDFelement

Wondershare PDFelement