

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة الجيلالي بونعامة - خميس مليانة-

كلية الحقوق والعلوم السياسية

تخصص إدارة أعمال

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر تخصص إدارة أعمال

الموسومة بـ :

المسؤولية المترتبة على انتهاك أحكام وقواعد العلامة التجارية

تحت إشراف الأستاذ:

فلاح حميد

إعداد الطلبة:

يوسف نوره

بركاني خديجة

السنة الجامعية : 2016/2015

نشكر و عرفان

نشكر الله عز و جل على إتمام هذا العمل

لا يسعنا ونحن نضع اللمسات الأخيرة لهذه المذكرة أن نتقدم بكامل شكرنا و خالص عرفاننا إلى كل الذين قدموا لنا يد العون و المساعدة و لو بكلمة تشجيع كانت لنا حافزا لمواصلة مسيرة هذا العمل و نخص بالذكر و في المقام الأول الأستاذ فلاح حميد و الذي تكرم بإشرافه على إنجاز هذه المذكرة و في نفس المقام نشكر الأستاذ خليل بن يوسف الذي منحنا الكثير من وقته الثمين في سبيل التوجيه و الإرشاد و وجدنا لديه كل التشجيع و التفهم و المساعدة

كما نتوجه بالشكر إلى جميع أساتذة قسم الحقوق

إهداء

إنما الحياة للذي يتفائل بها ، و إنما المبيت الجاهل فيها فلا تحسبن نفسك بناجح طالما
توسع العلم

و لا تحسبن نفسك بجاهل طالما حركت القلم ، و دونت لوالدك شكرا
فكانت أولي صفحات التخرج تحية إخلاص إلي من علمتني أن التواضع كرامة و حب
الناس إحسان أمي الغالية

إلى من أعطى بإيثار ، و أدب ، و إخبار ، و وهن العمر بلا من و لا ضر ، و لا ضرار ، و علمنا
أن قيمة الإنسان ما يحمله من القيم ، و أن أرقى القيم تقوى الله أبي العزيز
إلى كل من فارقنا بجسده دون روحه

إلى من تقاسمت معي أعباء هذا العمل الغالية خديجة
إلى كل من في قلبي ، و لم ينطق بهم لساني ، و لم يكتبهم قلبي

إلى كل خريجي دفعة 2016

إهداء

إلى من جرع الكأس فارغا ليستقيني فطرة حب

إلى من كللت أنامله ليقدّم لنا لحظة سعادة

إلى القلب الكبير والدي العزيز

إلى من أرضعتني الحب و الحنان

إلى رمز الحب و بلسم الشفاء

إلى القلب الناصع بالبياض والدي الحبيبة

إلى القلب الطاهرة

إلى من عرفت معها معنى الحياة

إلى من تقاسمت معي أعباء هذا العمل

صديقتي نورة

خديجة

مقدمة

منذ القرن التاسع عشر برزت ضرورة توفير الحماية الدولية لحقوق الملكية الفكرية فأبرمت اتفاقية باريس لسنة 1883، واتفاقية برن لسنة 1886 كبادرة أولى نحو عولمة هذه الحماية، بحيث تهدف الملكية الفكرية إلى حماية الابتكارات الأدبية، والفنية والصناعية، وليس من الغريب أن يسعى هذا المجال إلى العالمية، فكل ابتكار أدبي، أو فني، أو صناعي مدعو للانتقال الحر، والاستغلال الذي يجاوز الحدود، وهو أمر لن يتحقق دون قيام الحماية ضد خطر التقليد.

وتتسم الملكية الفكرية إلى ثلاث مجموعات: الأولى ملكية صناعية و تشمل براءات الاختراع، والنماذج والرسوم الصناعية، والثانية ملكية أدبية تشمل الحقوق المجاورة له، و المجموعة الأخيرة هي الملكية التجارية التي تشمل الاسماء التجارية، و العنوان التجاري، و العلامة التجارية هذه الأخيرة هي المجال الخصب لدراستنا، بحيث تعد العلامة التجارية من أبرز عناصر الملكية التجارية، و أكثرها أهمية كونها تلعب دورا هاما في نجاح المشروع التجاري، و ينظر لها على أنها أحد العناصر المعنوية.

ومسألة العلامة التجارية تعد موضوعا حيويا لا يمس المستهلك وحده، بل يتعلق بالتطور الاقتصادي سيما أننا نخوض تجربة التحول نحو اقتصاد السوق، الأمر الذي يزيد من حرية المنافسة الداخلية والخارجية، الذي كثيرا ما تكون ضد مصلحة المستهلك بسبب التعدد، و التنوع في السلع، و الخدمات المعروضة عليه و الاهتمام بجانب الربح على حساب صحة و سلامة المستهلك عن طريق عمليات الغش، و الاحتياال الممارس، بحيث يتطلب هذا الأمر حماية قانونية من الانتهاكات المرتكبة لقواعد العلامة التجارية.

وفي هذا الصدد تضمن قانون العقوبات جزاءات توقع على كل شخص يستغل المستهلك بصفة غير شرعية عن طريق الغش، أو التحايل، أو المنافسة غير المشروعة... إلا أن

قواعد قانون العقوبات لم تكن كافية لتوفير الحماية اللازمة للعلامة التجارية، فقد كانت العلامات منظمة إبان الفترة الاستعمارية بموجب قانون 23 جوان 1957 و هذا إلى غاية صدور الأمر 57/66 المؤرخ في 19 مارس 1966 المتضمن علامات المصنع، و العلامات التجارية المعدل بالأمر 223/67 المؤرخ في 19 أكتوبر 1967، وقد بقى هذا القانون ساري المفعول إلى غاية صدور الأمر 06/03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات .

أهمية الموضوع:

تبرز أهمية هذا الموضوع في بيان المسؤولية الجزائية والمدنية المترتبة عن خرق قواعد العلامات التجارية قانونيا، و إقتصاديا، و اجتماعيا، و حتى سياسيا فمن الناحية القانونية تأثر على المنظومة القانونية بإيجاد الثغرات، و التناقضات المختلفة بين النصوص القانونية، و من الناحية الاقتصادية تؤثر على قيمة العملة بالانخفاض، و تساعد على التضخم و تعرض سوق المال لأزمات قد تؤدي به، و من الناحية السياسية فأثرها مدمر حيث يتسلل أصحاب رؤوس الأموال الى المجالس التشريعية، و يؤثرون على سن القوانين و اللوائح التي تتناسب مع مصالحهم فيعم الفساد، و من الناحية الاجتماعية تأثر مسألة الانتهاك سلبا على المستهلك و تتزايد الهوة بين طبقات المجتمع و يزداد العدا بين أبناء المجتمع الواحد.

يستمد هذا الموضوع أهميته كونه يسلط الضوء مسألة انتهاك قواعد العلامة التجارية باعتبار هذه الأخيرة تلعب دورا في سرعة تنفيذ المعاملات التجارية، و زيادة التنافس على تسويق المنتجات و الخدمات في السوق حيث أصبح الاهتمام بالحملات الترويجية للعلامة عن الإشهار التجاري، أو التجارة الإلكترونية عن طريق الإنترنت أمر لا بد من استغلاله ليتمكن كل منافس من فرض نفسه أمام المشروعات المنافسة و هذا ما يحتم توفير حماية قانونية و التصدي لكل الاعتداءات الموقعة عليه.

إشكالية الدراسة:

في ظل الانتهاكات الموجودة في مجال العلامة التجارية و في إطار فهم هذه المسألة فهما علميا شاملا، و متكاملًا استدعت ضرورة الإسهام في تحديد الإطار العام، و كشف الإشكاليات التي تعترض إجراءات التحقيق فيها للتوصل إلى مواجهتها و التصدي لها بما

مدى فعالية ،و ملائمة النصوص القانونية في حماية العلامة التجارية ،وكيف يتم تكييفها قانونا ،و ما هي المسؤولية المترتبة عن خرق قواعد العلامة التجارية،وكيف يمكن معالجتها .

منهج الدراسة:

تقتضي طبيعة البحث و خصوصية الموضوع من مسائل قانونية التعامل مع عدة مناهج بطريقة متكاملة و متناسقة من أجل الالمام بمحاور الدراسة و في هذا الاطار اعتمدنا على المنهج الوصفي الذي يعتبر الأنسب من خلال التأصيل للحماية المدنية و الجزائية للعلامة التجارية مع استعمال المنهج التحليلي و ذلك من خلال ذكر و تحليل النصوص القانونية التي تعالج موضوع الدراسة ،و مدى استطاعة التشريع الجزائري توفير الحماية الكافية لصاحب العلامة التجارية .

تقسيم الدراسة:

تعد ترجمة للهدف المرجوة حيث تتم دراستنا لموضوع الحماية القانونية أو المسؤولية المترتبة على انتهاك أحكام و قواعد العلامة التجارية بتقسيمها إلى فصلين نتحدث في الفصل الأول عن القواعد المنظمة للعلامة التجارية ومن خلاله سنتطرق لمفاهيم عامة للعلامة التجارية ،و سنتعرض في الفصل الثاني لطبيعة المسؤولية المترتبة على انتهاك قواعد العلامة التجارية و الخاتمة التي تتضمن النتائج و التوصيات و لهذا ارتأينا تقسيم الخطة كالتالي :

مقدمة كفاتحة القواعد المنظمة للعلامة التجارية كفصل أول بحيث تناولنا في المبحث الأول مفهوم العلامة التجارية و الطبيعة القانونية لها أما المبحث الثاني تطرقنا إلى أحكام تسجيل العلامة التجارية و الآثار المترتبة عنها ثم الفصل الثاني الذي يحمل عنوان طبيعة المسؤولية المترتبة عن إنتهاك قواعد العلامة التجارية والذي قسم إلى مبحثين الأول يندرج حول

المسؤولية المدنية للعلامة التجارية و المبحث الثاني يخص المسؤولية الجزائية للعلامة التجارية و خلصنا في الأخير إلى الخاتمة .

الفصل الأول

القواعد المنظمة للعلامة التجارية

تمهيد:

تعد عناصر الملكية الصناعية بصفة عامة ، و العلامة التجارية بصفة خاصة و ليدة التطور العلمي ، والفني و الاقتصادي ، و التجاري علي حد سواء حيث أصبحت من أبرز مميزات هذا العصر ، و معيار التقدم فيه إذ تعد إحدى العناصر الأساسية في المجال التجاري الذي يعتبر ركيزة اقتصاد كل دولة فلا غنى عنها لأي مشروع اقتصادي .

كما تعد العلامة التجارية وسيلة فعالة في المنافسة والتعريف بالمنتجات ، و الخدمات المقدمة من طرف التجار أو مقدمو الخدمات عن باقي المنتجات ، والخدمات المماثلة⁽¹⁾ ، وفي محاولة منا للتعرف على العلامة التجارية و تمييزها عن غيرها من المفاهيم بحيث سنقوم بدراسة مفهوم العلامة التجارية ، والآثار المترتبة عنها في مبحث ثاني .

المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية

العلامة التي نراها اليوم على السلع، أو التي تستعمل في عروض الخدمات يرجع أصلها إلى زمن بعيد ، و أصبحت اليوم مفتاحا للنجاح ، أو فشل المعاملات في السوق⁽²⁾ ، و بناء على الأهمية البالغة للعلامة التجارية ، والدور الذي تؤديه في تحقيق التطور الاقتصادي يقتضي بنا الأمر لتحديد مفهومها ، و طبيعتها القانونية وهذا ما سنتطرق إليه كمطلب أول ، إضافة إلي تمييزها عما يشابهها في مطلب ثاني

(1)- حمادي زبير ، الحماية القانونية للعلامة التجارية ، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى. 2012. ص 19.
أ. رمزي حوجو ، و أ. كاهنة زواوي ، التنظيم القانوني للعلامة في التشريع الجزائري ، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة

(2)- محمد خيضر ، بسكرة

،مجلة المنتدى القانوني ،جامعة بسكرة، العدد الخامس ،ص 03.

المطلب الأول: الطبيعة القانونية للعلامة التجارية

سنحاول في هذا المطلب أن نبين تعريفا للعلامة التجارية، وموقف المشرع منها كفرع أول ثم تحديد طبيعتها القانونية كفرع ثاني.

الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية:

أصبحت العلامة المميزة وسيلة لجذب العملاء و جمهور المستهلكين ،بما تؤديه لهم من تسهيل في التعرف على ما يفضلونه من سلع ،و خدمات. فما هي هذه العلامة؟

أولاً: تعريف العلامة:

1/ العلامة لغة :هي كل أثر في الشيء للدلالة عليه ،و معرفته ،و تمييزه عن غيره ،وهي مشتقة من العلم بمعنى المعرفة ومثال ذلك علم الدولة للدلالة عليها و تمييزها ،و يقال المعلم من العلامة أي الأثر الذي يستدل به على الطريق ،وما يعلم به الشيء و ما ينصب في الطريق فيستهدى به⁽¹⁾.

ثانياً : تعريف العلامة اصطلاحاً :

1/- تعريف العلامة في التشريع:

تطرقت العديد من التشريعات الى تعريف العلامة التجارية في القوانين الخاصة بها فقد عرفها:

أ/- **المشروع المصري :** في المادة **63** من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم **82** لسنة **2002**

علي أنها :« العلامة التجارية هي كل ما يميز منتجا سلعة كان ،أو خدمة عن غيره و تشمل على وجه الخصوص الأسماء المتخذة شكلا مميزا ،و الامضاءات ،و الكلمات ،و الحروف ،و الارقام ،و الرسوم عناوين المجال الدمغات ،و الاختام ،و الصور ،و النقوش البارزة ،و مجموعة الألوان التي تتخذ شكلا خاصا ومميزا ،وكذلك أي خليط من هذه

1- أمنة صامت،الحماية الجنائية الموضوعية للعلامة التجارية ،دراسة مقارنة الطبعة الأولى ،ريم للنشر و التوزيع .2011. ص.23.

العناصر إذا كانت تستخدم أو يراد أن تستخدم إما في تمييز منتجات عمل صناعي ،أو استغلال زراعي ،أو استغلال للغابات أو مستخرجات الأرض أو أية بضاعة وأما طريقة تحضيرها دلالة على تأدية خدمة من الخدمات ،و في جميع الأحوال يتعين أن تكون العلامات التجارية مما يدرك بالبصر «(1) .

و عرفها المشرع الأردني في المادة 02 من قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952 والمعدل القانون رقم 34 لسنة 1999 إلى تعريف العلامة التجارية أنها : « أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يود استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه ،أو منتجاته،أو خدماته عن بضائع،أو منتجات ،أو خدمات غيره «(2) .

و عرفها المشرع الفرنسي في المادة (1- 711) من قانون الملكية الفرنسية للعلامة التجارية بأنها: «أي إشارة يمكنها عن طريق التبرير بالرسم ،أو تميز السلع ،أو الخدمات التي ينتجها الأشخاص سواء كانوا أشخاص طبيعيين ،أو معنويين «(3) .

المشرع الجزائري : عرف العلامات التجارية بأنها : " إشارة يستخدمها التجار ، شعارا لبضائعهم التي يقومون ببيعها بعد الشراء سواء من

تاجر الجملة ،أو من المنتج مباشرة " فالعلامة التجارية تشير الى مصدر البيع(4)

وقد نصت المادة 03 من الفقرة 01 من الامر 06/03 المتعلق بالعلامات على أنه : « تعتبر علامة السلعة ،أو الخدمة إلزامية لكل سلعة ،أو خدمة مقدمة بيعت ،أو عرضت للبيع عبر أنحاء التراب الوطني «(1) .

1- أمنة صامت ،المرجع نفسه ،ص 30-31.

2-حمدي غالب الجعبري ،العلامات العقارية الواقعة عليها و ضمانات حمايتها ،الطبعة الأولى،منشورات الحلبي الحقوقية.ص 42-43 .

3- أمنة صامت ،مرجع السابق ،ص 28 ،1.

4- إدريس فاضلي،الملكية الصناعية في القانون الجزائري ،الطبعة الثانية ،ديوان المطبوعات الجامعية.2013. ص 163

كما جاء في نص المادة 02 من الأمر 06/03 حيث أنه: " كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص ،والأحرف ،والأرقام ،والرسومات أو الصور ،والأشكال المميزة للسلع أو توضيحها و الألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع ،أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع و خدمات غيره "(2).

_اتفاقية ترس حاولت في المادة 11/15 منها أن تقدم تعريفا جاء فيه أن : " العلامة التجارية هي كل إشارة يمكن أن تشكل علامة بشرط أن تكون قادرة على تمييز السلع ،و الخدمات التي تنتجها منشأة عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى "(3).

_التعريف الفقهي و القضائي للعلامة التجارية :

يعتبر الفقه و القضاء في القانون الجزائري مصدرين تفسيريين يؤخذ بهما على سبيل الاستدلال في حالة غياب تفسير أو في حالة ما إذا شاب نصا قانونيا عيبا أو نقص(4).

1- التعريف الفقهي:

-عرف غالبية فقهاء القانون التجاري العلامة التجارية ومن بين ذلك مايلي :

-أحمد طه السنوسي يعرف العلامة التجارية بأنها : " تتخذ شكلا لتمييز السلع المادية كما تتخذ لتمييز الخدمة المعنوية ،و لذلك فإنها أي صورة أو اشارة تستخدم للتعريف بالمادة

(1)-الأمر 06/03 المؤرخ ،في 19 جمادى الأولى ،عام 1424هـ ،الموافق 19 يوليو سنة 2003 ،يتعلق بالعلامات ،الجريدة الرسمية 2003،44،ص 23 .

(2)- أمنة صامت ،مرجع سابق،ص 08 .

(3)- د.جلال وفاء محمدين الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس)،دار الجامعة الجديدة للنشر ،الإسكندرية، 2000 .ص 100 .

(4)- أنظر المادة الأولى من ق .م .ج.

(Article) ،أو الخدمة (Servic) ،وهي من القوة بحيث تتخذ لفصل إنتاج شخص ،أو خدمة عن إنتاج ،أو خدمة الأشخاص الآخرين " (1) .

- **تعريف سميحة القليوبي** : جاء فيه أن " العلامة التجارية ،أو الصناعية هي كل إشارة ،أو دلالة يضعها التاجر على المنتجات التي يقوم ببيعها ،أو صنعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة " (2) .

- **تعريف آيف قبون** : العلامة هي : "كل إشارة ،أو لفظ يضعه التاجر علي بضائعه للسماح للمشتري بمعرفة أصل البضاعة كما أنها تعتبر وسيلة لجلب العملاء ،و تمنح لصاحبها حق احتكار الاستعمال وكل استعمال لها بغير رضا من مالكيها يعد تقليد لتلك العلامة " (3)

- **أما الفقه الجزائري** (4) يعرف العلامة بأنها : " كل رمز قابل للتمثيل الخطي يتميز عن غيره بصفات خاصة به و جديدة و مبتكرة و غير مخالفة للنظام العام ،و الآداب العامة أيا كان تمثيل الرمز سواء كان ممثلا كلمات ،أو أسماء أشخاص ،أو أحرف ،أو أرقام ،أو رسومات ،أو صور ،أو توضيب للسلع أو الألوان المفردة ،أو المركبة ،أو الأصوات المميزة ،أو الرائحة التي تتميز بها السلعة " .

التعريف القضائي:

(1)-أحمد طه سنوسي ،الحماية القانونية لعلامات الخدمة التجارية ،و التطور الاقتصادي للملكية الصناعية في التشريع المقارن ،مجلة مصر المعاصرة ،العدد 282 ،أكتوبر 1955 ،ص 33 .

(2)-د.قليوبي سميحة ،الوجيز في التشريعات الصناعية (حقوق الملكية الصناعية)،الجزء الثاني،مكتبة القاهرة الحديثة 1976، ص 220.

وأنظر نفس التعريف بالنسبة لسمير جميل حسن الفتلاوي ،الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية .د.م.ج. الجزائر 1988. ص 252 .

(3) - Guyon (Y) .des Droit Affaires.T1.8^{eme} .Ed. aeconomic .paris . 1994 .P 714 .

(4)- أمنة صامت،مرجع سابق،ص 30.

1/ محكمة الاستئناف المصرية⁽¹⁾ : عرفت العلامة التجارية بأنها : " العلامات ، و الشارات ، والبطاقات عبارة عن رموز تستخدم لبيان مصدر ، و طبيعة الصفات الخاصة للبضائع ، و أنها تسمح للمستهلكين بالتمييز بينها ، و التعرف بسهولة بين بعضها ، والبعض الآخر ، و علي مختلف الصناعات ، والتجار".

2/ محكمة العدل العليا الاردنية⁽²⁾ : عرفت العلامة التجارية حيث جاء بقرارها : " يستفاد من المادتين 02 و 07 من قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952 أنها تحدد العلامة التجارية التي يحميها القانون من التعدي بأنها الإشارة التي يريد شخص استعمالها لتمييز بضائعه ، أو منتجاته ، أو خدماته عن بضائع ، أو منتجات ، أو صفة فارقة موضوعة على شكل يكفل تمييز بضائع صاحبها عن بضائع غيره من الناس ، والغاية التي يهدف المشرع لها من ذلك هي منع وقوع جمهور المستهلكين في الغش و عدم تشجيع المنافسة غير المحقة و وفقا لأحكام المادة الثامنة 08 منه " .

3/ القضاء الفرنسي⁽³⁾ : يعرف العلامة التجارية المحمية بأنها : " تمنح العلامة و كما هو معروف للأسماء المتخذة شكلا متميزا ، و الإمضاءات ، والكلمات ، والحروف ، والأرقام ، والرسوم ، و عنوانات المحل ، و الدمغات ، و الأختام ، و التصاوير ، والنقوش البارزة ، أو أية علامة أخرى ، أو أي مجموع منها سواء كانت مستخدمة لتمييز تاجر «علامته التجارية» ، أو صانع «علامة صناعية» ، أو مقدم خدمة «علامة خدمة»".

(1)- حكم محكمة الاستئناف المختلطة المصرية، الصادر بتاريخ 12/01/1898 ، وثائق دائرة المحفوظات الوطنية .

(2)- حكم محكمة العدل الأردنية ، رقم 2003/324 ، تاريخ 03/11/2003 ، منشورات مركز عدالة القانوني .

مشار إليه في بحث الدكتور محمد حسام لطفي، بحث مقدم لدورة الويبو الوطنية ، المنظمة العالمية للملكية الفكرية

(3)-، (wipo)، المنعقدة في

الجامعة الأردنية في الفترة ما بين 20_21/02/2000 ، عمان، ص 12 .

- لعل الأهمية التي تبرز من خلالها العلامة التجارية تتبع من طبيعة الوظائف التي تؤديها علي أرض الواقع لجميع المعنيين بها من صانعين ، و تجار ،ومستهلكين ، و مقدمي الخدمات لذلك لابد من التعرض ،أو الإشارة للوظائف التي تؤديها العلامة كالاتي :

1/ العلامة التجارية وسيلة للإعلان عن المنتجات والبضائع والخدمات:

- تلعب العلامة التجارية دورا كبيرا من الصعب تجاهله ،و تجاهل الأثر المترتب عليه ،يجذب العملاء إلي منتجات ،أو بضائع ،أو خدمات مشروع معين ،فهي وسيلة التاجر ،أو الصانع للإعلان عن بضائعه بهدف ترويجها لضمان نجاح مشروعه مستخدما بذلك وسائل الإعلان المتاحة بهدف إيصال العلامة إلى أذهان الناس بما قد يؤدي إلى تثبيت العلامة في ذاكرتهم لذا يحرص مالك المشروع أن يؤكد للناس ،و المستهلكين من خلال الدعاية ،والإعلان أن منتجاته هذه أفضل ،وأجود المنتجات الموجودة⁽¹⁾.

2/ العلامة التجارية وسيلة من وسائل المنافسة المشروعة :

- تعتبر العلامة التجارية وسيلة هامة من وسائل المنافسة المشروعة في مجال التعامل إذ أنها تلعب دورا كبيرا في تحقيق العدالة بين المشتغلين في قطاع التجارة ،و الصناعة ،والخدمات لنيل كل منهم ثقة جمهور المستهلكين بقدر حرصه على تحسين منتجاته ،و بضائعه ،أو خدماته ،والمحافظة على صورتها من أجل كسب الشهرة المأمولة⁽²⁾

3/ العلامة التجارية ضمان لحماية جمهور المستهلكين:

- للعلامة التجارية دور هام في حماية المستهلكين من ضروب الغش ،و الاحتيال حول مواصفات الصناعات ،والبضائع ،والمنتجات التي يتلقونها من خلال المصنعين ،والمنتجين

1- عماد الدين محمد السويدي ،الحماية المدنية للعلامة التجارية ،دار حامد للنشر و التوزيع ،الطبعة الأولى، 2012 ، 1433 هـ، ص 20 .

2- صلاح زين الدين ،الملكية الصناعية ،و التجارية ،دار الثقافة ،عمان ،2000 ،ص 258 .

وذلك بتحديد المسؤولية القانونية علي هؤلاء في حال قيامهم بتضليل الجمهور كون التجارة من أكثر الأنشطة إدارا للمال، والفائدة الأمر الذي يدفع ضعاف النفوس إلي إتباع ضروب الاحتيال والغش بهدف ترويج بضائعهم بإخفاء عيوبها وإظهارها علي غير حقيقتها فيقدموا تلك البضائع علي أنها تحمل مزايا خاصة و مميزة في حين أنها في حقيقة الأمر بعيدة عن ذلك كل البعد⁽¹⁾.

4/ العلامة التجارية وسيلة لتحديد مصدر المنتجات :

- تتمتع العلامة التجارية بدور أساسي في تحديد مصدر المنتجات، أو البضائع، أو السلع إذ تعد هذه الوظيفة تاريخية للعلامة التجارية حيث أن الصانع أو الحرفي اعتاد علي أن يبرز شخصيته للمستهلك من خلال وضع علامته علي المنتجات ومثل ذلك الحروف الأولى لأسم الصانع على الأحذية⁽²⁾.

5/ العلامة التجارية رمز الثقة بصفات المنتجات والبضائع والخدمات:

- تمتاز العلامة التجارية بدور هام في تحديد مركز المنتج، أو الصانع، أو مقدم الخدمة بين المنافسين الآخرين له وقد تستمد العلامة التجارية قوتها من جودة المنتجات التي يرمز إليها، و تعبر العلامة التجارية عن صفات المنتجات، أو البضائع التي تميزها سواء من حيث النوع، أو المرتبة، أو الضمان، أو طريقة التحضير، و يقصد بالنوع مجموعة خصائص المنتجات، أو البضائع التي تمتاز بها عن خصائص البضائع المماثلة لها أما المرتبة فيقصد بها درجة الجودة، و الإتقان للمنتج أما المقصود بالضمان فهو تعهد الصانع، أو التاجر بصلاحية المنتجات، أو بيان العناصر الداخلة في تركيبها مما يؤدي إلي رفع الثقة

(1)- نائل صالح، حماية المستهلك في التشريع الأردني، زهران للنشر، عمان 1991، ص 96 .

(2)- محمد حسني عباس، الملكية الصناعية و المحل التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة 1971، ص 279 .

بالمنتجات مما يدفع المالك إلي مضاعفة حرصه علي سمعة علامته ،و يحرص علي إبقاء هذه السمعة الحسنة بذهن العملاء⁽¹⁾.

الفرع الثاني: الطبيعة القانونية للعلامة التجارية

تعتبر علامة القانون المقارن منقولا ،عملا بالقاعدة القانونية "ما ليس عقارا فهو منقول " غير أن العلامة تعد منقولا خاصا لأنها تشكل أحد العناصر غير المادية للمحل التجاري الذي ترتبط به ،فصاحب الحق في العلامة يستأثر و ينفرد بإستعمال إشارة تمكنه من جمع الزبائن حول خدمة ،أو منتج معين و بناءا على ذلك إقترح العميد "روبي" تسمية هذا النوع من الحقوق بحقوق الزبائن " criantele de droit " فهذا الحق يخول صاحبه إختيار الإشارة المميزة التي قام بإيداعها خلال المدة المحددة قانونا في كامل أنحاء التراب الوطني .

. الطابع الانفرادي للعلامة : تتميز العلامة بطابعها الإفرادي كمبدأ عام فالعلامة هي ملك لشخص طبيعي ،أو معنوي واحد غير أن ضرورات الحياة القانونية قد تدفع بإتجاه ملكية مشتركة للعلامة فالمادة 18 . ف 12 من تقنين الملكية الفكرية الفرنسي تجيز للنقابات إمتلاك العلامات كما يسمح القانون الفرنسي لشركة "بولينغ" أن تملك علامة مشتركة ،وقد تبنى هذا الموقف المشرع الجزائري حيث نصت المادة 02 ف 02 على إمكانية إمتلاك علامة جماعية من طرف مؤسسات مختلفة "فالعلامة الجماعية هي كل علامة تستعمل لإثبات المصدر ،و المكونات ،و الإنتاج ،أو كل ميزة مشتركة لسلع أو خدمات مؤسسات مختلفة عندما تستعمل هذه المؤسسات العلامة تحت رقابة مالكيها" ،وقد تضمن الباب السادس من الأمر رقم (06/03) أحكام خاصة بالعلامات التجارية من المواد 22 إلى 25 .

1- صلاح زين الدين ،الملكية الصناعية ،و التجارية ،دار الثقافة ،عمان ،2000 ،ص 256

. **إلزامية العلامة في القانون الجزائري** : تعتبر العلامة إلزامية في القانون الجزائري بالنسبة للبضائع ، و الخدمات تعتبر علامة السلعة أو الخدمة إلزامية لكل سلعة ، أو خدمة مقدمة بيعت ، أو عرضت للبيع في جميع أنحاء التراب الوطني إذ يجب وضع العلامة على السلع ، و إذا لم تسمح طبيعة السلع بوضعها مباشرة توضع العلامة على الغلاف ، أو على الحاوية طبقاً لنص المادة (06/03) ، و قد استثنت هذه المادة من إلزام وضع العلامة على السلع ، و الخدمات التي لا تسمح طبيعتها و خصائصها بذلك ، أو السلع التي تحمل تسمية المنشأ .

و الجدير بالملاحظة أن قوانين بعض الدول ، و منها القانون الفرنسي تعتبر العلامة إختيارية غير ملزمة ، فالصانع ، أو التاجر ، أو مقدم الخدمة له الخيار بين وضع العلامة على منتوجه أو عدم وضعها .

. **إستقلالية العلامة** : و يقصد بها إستقلالية العلامة عن المنتج محل العلامة ، فالمبدأ العام أن صحة العلامة من الناحية القانونية مسألة منفصلة و مستقلة عن مشروعية البضاعة أو الخدمة التي توضع عليها العلامة ، و في هذا الصدد نصت المادة 07 من اتفاقية باريس للملكية الصناعية بأنه " لا يجوز لأي حال من الأحوال أن تكون طبيعة المنتج الذي يتعين أن توضع العلامة التجارية أو الصناعية حائلاً دون تسجيل العلامة " ، و قد تبنى مبدأ إستقلالية العلامة على المنتج و المشرع الجزائري حيث نصت المادة 08 من الأمر (06/03) بأن "طبيعة السلع أو الخدمات التي تشملها العلامة لن تكون بأي حال من الأحوال عائق أمام تسجيل العلامة" .

يستنتج من نص هذه المادة أن منع أي منتج من الصنع ، أو البيع خلال مدة معينة في بلد معين لا يؤثر على صحة العلامة ، و إمكانية تسجيلها (هذا دليل على إستقلاليتها) .

مبدأ إقليمية العلامة: تتجسد نسبة العلامة على مستوى إقليم الدولة، إيداع علامة معينة يترتب عنها حمايتها على مستوى كامل التراب الوطني و تطبيقاً لمبدأ إقليمية العلامة، فإن إيداع علامة في بلد أجنبي لا يمنع شخصاً آخر غير مالكها من إيداعها في الجزائر شريطة ألا تكون هذه العلامة علامة مشهورة و ألا يتم الإيداع بطرق إحتيالية غير مشروعة بالإضافة إلى ذلك يجب أن لا يتعارض الإيداع مع بنود بعض الاتفاقيات الدولية بشأن العلامات

. حقوق الملكية الفكرية لها طبيعة مزدوجة أي لها جانب مادي، وجانب معنوي

• **الجانب المادي:** يقصد به أن للمبتكر حق استثنائي على نتاجه العلمي، فله أن يستعمل اختراعه أو مصنفه الأدبي، بعوض أو بدون عوض وأن يفيد به بكافة سبل الاستفادة منه، وهذا الجانب يدخل في ذمته المالية ف يجوز التعامل فيه والحجز عليه إن كان في ذلك مقتضى وتنتقل للورثة، وتسقط بالتقادم

والجدير بالذكر أنها تختلف عن الحقوق الشخصية لاسيما أن هنالك وجه الشبه بينها، حيث أن الأولى يعتد بها في مواجهة كافة بخلاف الحقوق الشخصية التي يعتد بها فقط على المدين .

• **الجانب المعنوي:** حقوق الملكية الفكرية تتصل بالصميم بالشخص المبتكر، فهي تشبع رغباته وتحقق ذاته لأنها نتاج فكره وقريحة ذهنه وعصفه الذهني ولذلك فهي لصيقة بشخصية هذا الإنسان، وتتصف بالدوام، ولا تسقط بعدم الإستعمال ولا بالتقادم، والأهم من ذلك لا يجوز التعامل فيها والجدير بالذكر أن التفرقة بينها وما يشابهها من الحقوق المالية التقليديه وهو الحق العيني هو أن الأخير يرد على الأشياء المادية المحسوسة أما الحق الفكري فتزد على أشياء فكرية ولاشك في أنها لا تكون محسوسة وتسقط بعد إنتهاء مدة الحماية القانونية في الدومين العام بخلاف الحق العيني الذي يتصف بالدوام

المطلب الثاني: تمييز العلامة عن غيرها من المفاهيم

تعتبر العلامة التجارية أحد عناصر الملكية الصناعية، و التجارية لهذا قد يقع الخلط بينها، و بين باقي العناصر الأخرى، ومن أجل إزالة اللبس، و الاختلاط و القدرة علي التمييز بينها لابد من التطرق إلى تمييز العلامة عن كل باقي عناصر الملكية الصناعية في فرع أول، و تمييزها عن المفاهيم الخاصة بحماية المستهلك كفرع ثاني .

الفرع الأول: تمييز العلامة التجارية عن باقي عناصر الملكية الصناعية

تتقسم عناصر الملكية الصناعية إلى عنصرين أساسيين حقوق ترد علي ابتكارات جديدة، و حقوق ترد علي علامات مميزة «**Des Signes Distinctif**»⁽¹⁾.

أولاً: تمييز العلامة عن الحقوق التي ترد علي ابتكارات جديدة:

تعتبر براءة الاختراع، والرسوم، و النماذج الصناعية حقوق ترد علي ابتكارات جديدة حيث تعتبر العلامة التجارية ميزة تميز المنتج، أو الخدمة .

1/ العلامة و تسميات المنشأة :

- عرفت المادة الأولى من الأمر 65/76 المتعلق بتسميات المنشأة⁽²⁾ بأنها "الاسم الجغرافي لبلد، أو منطقة، أو جزء من المنطقة، أو ناحية، أو مكان مسمى من شأنه أن يعين منتجا ناشئا فيه، و تكون جودة هذا المنتج، أو مميزاته منسوبة حصرا، أو أساسا لبيئة جغرافية تشتمل علي العوامل الطبيعية، و البشرية"⁽³⁾

1- عباس حسني المنزلاوي، الملكية الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983، ص 13 .

2- الأمر 65 /76 المؤرخ في 16 يوليو 1976 المتعلق بتسمية المنشأ، الجريدة الرسمية الصادر في 23 يوليو 1976، عدد 59 .

3- الأمر 65 /76 المؤرخ في 16 يوليو 1976 المتعلق بتسمية المنشأ، المرجع نفسه.

كما هو الحال بالنسبة للمياه المعدنية، فتسمية المنشأة إذن تركز علي منطقة الإنتاج خاصة إذا كانت لهذه المنطقة شهرة أو خصائص معينة تعود علي نوعية المنتج بينما العلامة هدفها تمييز تلك السلع عن مثيلاتها، والظهور في شكل مميز يجذب المستهلكين⁽¹⁾.

2/ العلامة التجارية و النموذج و الرسم الصناعي :

نظم المشرع الجزائري أحكام الرسوم ، و النماذج الصناعية بمقتضي الأمر 86/66 المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية .

يعرف الرسم علي أنه « كل تركيب خطوط أو ألوان يقصد به إعطاء مظهر خاص لشيء صناعي أو خاص بالصناعات التقليدية⁽²⁾ فقيمة الرسم يستمد من مدى تجانسه مع البضاعة ، و الذوق العام للجمهور وإعطاء البضاعة شكلا جذابا يميزها عن غيرها⁽³⁾ .

أما النماذج الصناعية فيقصد بها : « كل شكل قابل للتشكيل ، و مركب بألوان ، أو بدونها ، أو كل شيء صناعي ، أو خاص بالصناعة التقليدية يمكن استعماله كصورة أصلية لصنع وحدات أخرى و يمتاز عن النماذج المشابهة له و بشكله الخارجي⁽⁴⁾ » ، كما هو الحال في صناعة قوالب الأحذية وهياكل السيارات و زجاجات العطور و ما إلي ذلك⁽⁵⁾ .

1- رمزي حوجو و الأستاذة كاهنة زاووي ،مرجع سابق ،ص 33 .

2- المادة الأولى الفقرة 01 من الأمر 86/66 المؤرخ في 28 أبريل 1966 المتعلق بالرسوم و النماذج الصناعية ،الجريدة الرسمية الصادر في 03 مايو 1966 ،عدد 35.

3- سمير جميل حسين الفتلاوي ،الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية ،ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر دون سنة النشر ،ص 350 .

(4)- المادة الأولى فقرة 02 من الأمر 86/66 المؤرخ في 28 أبريل 1966 المتعلق بالرسوم و النماذج الصناعية ،مرجع سابق.

(5)- رمزي حوجو ،و الأستاذة كاهنة زاووي ،مرجع سابق ،ص 33 .

ويمكننا القول كذلك بأن العلامات تشترك مع الرسوم ، و النماذج الصناعية في وظيفة تمييز المنتجات الصناعية عن بعضها البعض فالشكل الخارجي للمنتجات الصناعية يؤدي ذات الوظيفة التي تؤديها العلامة في تمييز السلعة ، أو الخدمة عن غيرها⁽¹⁾ .

3/ العلامة التجارية و براءة الاختراع :

براءة الاختراع هي الوثيقة التي يسلمها المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية للمخترع حتى يتمكن من التمتع بإنجازه بصفة قانونية⁽²⁾ ، و المتمثل اختراع (ابتكار) جديد قابل للتطبيق الصناعي سواء تضمن منتجا صناعيا جديدا ، أو طريقة صناعية مستحدثة ، وهي بذلك تختلف عن العلامة التي تعتبر رمز يتخذه التاجر ، أو الصانع ، أو مقدم الخدمة لتمييز سلعته ، أو خدماته عن ما يماثلها .

- وإذا كان الحق في البراءة حق مطلق يخول لصاحبه إستثناء ، وإحتكار الإختراع في مواجهة الكافة إحتكارا كاملا فإن الحق في العلامة حق نسبي يخول لصاحبه حق إحتكارها فقط في مواجهة من يزاولون نشاطا مماثلا لنشاطه ، في حين أن كلا من الحق في العلامة ، و الحق في البراءة يعتبران حقان مؤقتان و ذلك بالمدة القانونية المحددة⁽³⁾ .

ثانيا : تمييز العلامة عن الإشارات المميزة:

يقصد بالإشارات المميزة كل شكل ، أو تسمية الغرض منها التعريف بالبضائع ، أو الخدمات ، أو المؤسسة التجارية بالنسبة للمستهلك وتعرف الناحية العملية إشارتين للتمييز إلي جانب العلامات التجارية تتمثل في التسميات التجارية⁽⁴⁾ .

1- نوري حمد خاطر ، شرح قواعد الملكية الفكرية ، الملكية الصناعية ، الطبعة الأولى ، دار وائل للنشر و التوزيع ، عمان 2005 ، ص 157 .

2- فرحة زراوي صالح ، الكامل في القانون التجاري الجزائري ، الحقوق الفكرية ، ابن خلدون للنشر ، وهران 2003 ، ص 17 .

3- زين الدين ، العلامات التجارية ، وطنيا و دوليا ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، عمان 2006 ، ص 56 .

4 -SCHMIDT- SZALEWSKI(J) et PIERRE (J .L), Droit de la propriété industrielle, litec 1996, P 183.

1/ تمييز العلامة عن الاسم التجاري: كما قلنا سابقا بأن العلامة هي كل رمز قابل للتمثيل الخطي يستعمل من أجل تمييز سلع، وخدمات شخص طبيعي، أو معنوي عن سلع وخدمات غيره أما الاسم التجاري فهو العبارة التي يستخدمها التاجر لتمييز محله التجاري (*Commerce de Fonds*) عن غيره من المحلات المماثلة له (1) .

. والاسم التجاري أحد عناصر المحل التجاري (2) ، و يعتبر و جوبي (3) ، و تعود ملكية الاسم التجاري للأسبقيّة في استعماله بينما تعود ملكية العلامة إلي الأسبقيّة في التسجيل ، و تقتصر حماية الاسم التجاري علي النطاق المكاني الذي يتسع له نشاطه عن طريق دعوي المنافسة غير المشروعة فيحق للتاجر أن يستقل باستعماله (4) بحيث يتم استغلال الاسم التجاري في إقليم معين فلا تتعدي حمايته القانونية نطاق ذلك الإقليم في حين تتمتع العلامة التجارية بحماية وطنية لمجرد إيداعها بينما تتمتع العلامة التجارية بحماية قانونية مدنية ، و جزائية علي كافة التراب الوطني (5) .

- من حيث محل التمييز: يميز الاسم التجاري المحل التجاري، أو المؤسسة عن المحلات، أو المؤسسات المشابهة في حين تعد العلامة التجارية رمزا لتمييز المنتجات ، و الخدمات التي يقدمها المحل التجاري ، أو المؤسسة ، أو الشخص التاجر ، أو الصانع عن باقي المنتجات المشابهة و المقدمة من منشآت أخرى .

1 - Albert Chavannes, Jean Jacques burst, droit de la propriété industrielle, Edition cinq Dalloz ,paris ,1998 ,P 450 .

2- أنظر المادة 78 فقرة 03 من الأمر 59/75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المعدل و المتمم ،المتضمن القانون التجاري ،الجريدة الرسمية الصادر في 30 سبتمبر 1975 ،عدد 78 .

- أنظر المادة 08 فقرة 02 من المرسوم رقم 15/79 المؤرخ في 25 يناير 1979 المتضمن تنظيم السجل التجاري 3 ،الجريدة الرسمية الصادر في 30 يناير 1979 ،عدد 05 .

2^{eme} -Jean- Bernard Blaise, Droit des affaires ,commerçants ,concurrence ,distribution , édition , L.G ,DJ, paris ,2000, P 373

5- رمزي حوحو ، و الأستاذة كاهنة زواوي ،مرجع سابق ،ص 32 .

- **من حيث الكم:** يمكن أن تستغل العلامة التجارية أكثر من شخص واحد إما عن طريق الترخيص، أو تستغل من قبل تاجر آخر في صنف آخر من المنتجات كما يمكن لشخص واحد أن يستغل عدة علامات تجارية لتمييز منتجاته في حين الاسم التجاري يميز المحل التجاري، و التاجر فمن غير الطبيعي أن يتخذ التاجر، أو المحل التجاري عدة أسماء تجارية⁽¹⁾.

2/ تمييز العلامة عن العنوان التجاري :

العنوان التجاري، أو عنوان المحل هو تسمية، أو إشارة، أو رمز، أو عبارة مبتكرة تسمح بتمييز المتجر

(*L'établissement Commercial*) عن غيره و الاسم التجاري لا يمكن أن يكون إلا اسما بعكس العنوان التجاري الذي يمكن أن يكون اسما، أو رمزا، أو رسما كما أن العنوان يعتبر اختياريا ، و ليس وجوبيا كما هو الحال بالنسبة للاسم التجاري⁽²⁾ .

و شروط العنوان التجاري بوصفه تسمية مبتكرة هي شروط العلامة لكنه يختلف من حيث الغرض مع العلامة فالغرض من العلامة هو تمييز السلع، والخدمات عن مثيلاتها بينما الغرض من العنوان التجاري هو تمييز المحل التجاري (*Commercial L'établissement*) عن غيره أمام جمهور من العملاء⁽³⁾ و تعود ملكية العنوان لمن استعمله أولا⁽⁴⁾ بينما تعود ملكية العلامة إلي الأسبق في تسجيلها⁽⁵⁾ .

1 - Reboul (Y) «le nom commercial et la marque ».Mélanges offerts à Albert .CHAVANNE . op. Cite . p 259

(2) -Albert Chavannes. Jean Jacques burst. Op. cit .p 478

3- إلياس ناصيف، الكامل في قانون التجارة، الجزء الأول، عويدات للطباعة و النشر، بيروت، ص284 .

4- سمير فرنان بالي، قضايا القرصنة التجارية و الصناعية و الفكرية، الجزء الأول، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2001، ص19.

5- أ.رمزي حوحو و أ. الأستاذة كاهنة زاوي، مرجع سابق، ص 32 .

3/ تمييز العلامة عن البيان التجاري: البيان التجاري هو الإيضاح الذي يضعه التاجر، أو الصانع علي منتجاته، أو بضائعه لبيانها كما، و كيفا ونوعا، ومصدرا⁽¹⁾.

لا يتمتع التاجر الذي يضع بيانا تجاريا معيننا علي منتجاته تحت احتكار استغلاله في حين أن العلامة تخول لصاحبها الحق في احتكارها، و استعمالها، والالتزام بوضع البيان التجاري يجد مصدره في المراسيم التنظيمية التي جاءت تطبيقا لأحكام القانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك⁽²⁾ و هذا يقابل إلزامية استخدام العلامة علي كل سلعة، أو خدمة مقدمة⁽³⁾.

الفرع الثاني: تمييز العلامة عن المفاهيم الخاصة بحماية المستهلك

من بين الوظائف الأساسية للعلامة التجارية ضمان أصل، أو مصدر المنتجات، و هي بذلك تمكن المستهلك من معرفته للمنتج معرفة دقيقة⁽⁴⁾، غير أن المشرع الجزائري نص علي ضرورة مطابقة المنتجات لمقاييس وطنية تختص بها هيئة معينة تمنح علامات تسمى بعلامات المطابقة كما نص المشرع الجزائري علي ضرورة وضع التاجر، أو الصانع بيانات تبين كيفية صنع، أو تحضير منتجوه عن طريق ما يعرف بالوسم لهذا يجب تمييز العلامة التجارية عن العلامات المطابقة، وعن الوسم.

1- منير محمد الجنيبي، ممدوح محمد الجنيبي، العلامات و الأسماء التجارية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ص 36.
2- القانون 02/89 المؤرخ في 07 فبراير 1989، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الجريدة الرسمية صادر في 08 فبراير 1989، عدد 09.

3- المادة الثالثة من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق

4 - NVSS pierre ,« Le consommateur et la marque à la veille de l'an 2000 ,Gozette du palais ,N° 143 à

147 ,1999 ,op ,cite ,p 30.

أولاً : تمييز العلامة عن علامة المطابقة :

يرى الفقه الحديث أن هناك نوعين من العلامات الجماعية علامات جماعية بالمعنى الدقيق للعلامات التجارية ، و علامات جماعية تسمى علامات المطابقة ، وهما نفس الطبيعة القانونية إذ أن كل منهما قادرة علي تمييز المنتجات ، و الخدمات التي يعرضها التاجر⁽¹⁾ ، إلا أنهما لا تخضعان لنفس النظام القانوني مما يجعلهما مختلفين من عدة جوانب .

• **من حيث المضمون:** توضع علامة المطابقة عادة علي منتج ما لإشهاره علي أنه مطابق لمواصفات معينة و تهدف لإثبات جودة المواد المنتجة محليا ، أو المستوردة و مطابقتها للمقاييس المعتمدة و المواصفات القانونية ، و التنظيمية الوطنية ، و الدولية ، أو نفي ذلك .

وتبعاً لذلك تتضمن علامة المطابقة علي وجه الخصوص المواصفات ووحدات القياس و شكل المنتجات و تركيبها ، أو أبعادها ، وخصائصها الطبيعية ، و الكيماوية ، و نوعيتها ، و تمثيلها الرمزي .

أما العلامة التجارية فلا تتضمن أي شيء من هذا القبيل و إنما يكفي أن تكون مميزة و جديدة و غير مخالفة للأداب العامة ، و النظام العام ليضعها التاجر علي منتجاته⁽²⁾ .

• **من حيث الهدف :** ترمي علامة المطابقة أساساً إلي حماية المستهلك و المصلحة العامة إلي جانب تحسب نوعية المنتجات ، و الخدمات فهي تلعب دور الضمان ليس لمصلحة صاحبها و لكن للمصلحة العامة⁽³⁾ ، فهي حين تعتبر العلامة التجارية ضماناً

1 - Méthyle (p) Marques ,collective et de certification ,mélanges , offerts à ALBERT Chavannes , op , cite , p 243 .

2- حمادي زبير مرجع سابق ص 40-41

3 - MATHE LY (P).OP.CITE.P243.

لصاحبها بالدرجة الأولى من المنافسة غير المشروعة و تمييز منتجاته لتفادي الاختلاط بمنتجات مشابهة لذا يمكن أن تتضمن المنتجات علامتين :

الأولى يختارها التاجر، أو الصانع لتمييز بضاعته ، و الثانية تضعها الهيئة المختصة لمراقبة المطابقة لكن يجب أن تكون علامة المطابقة منفصلة و مميزة عن العلامة التجارية .

• **من حيث الشرط :** يشترط في العلامة التجارية القدرة علي التمييز ، و الجودة ، و عدم مخالفتها للنظام العام و الاداب العامة إلي جانب مباشرة التاجر إجراءات إيداعها لدي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية في حين تندرج علامة المطابقة في نظام التقييس وتخضع لشروط خاصة بها(1) .

و بتوفر الشروط السابقة تصبح العلامة التجارية ملكا لصاحبها و له مطلق التصرف فيها في حين تعد علامة المطابقة ملكا للجهاز المكلف بالتقييس وهي غير قابلة للتنازل ،ولا للحجز(2) .

لكن يمكن للمعهد الجزائري للتقييس المكلف بمنح اعتماد علامات المطابقة للمواصفات الجزائرية ،والذي حل محل المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي ، و الملكية الصناعية في أنشطته المتعلقة بالتقييس و الأنشطة ذات العلاقة به إذ يأذن باستعمال علامة المطابقة إذا توفرت الشروط المحددة قانونا.

- غير أن بالرجوع إلي الأحكام المتعلقة بالتقييس تبين بوضوح أن علامات المطابقة هي علامات جماعية فإستثناء الشروط الخاصة بها تخضع لذات الاحكام التشريعية ،والتنظيمية المطبقة علي العلامات التجارية إذ تنص المادة 09 من القرار المؤرخ في 23 يوليو 1996 والمتعلق بشروط منح علامات المطابقة علي أنه :« ترجع الملكية المطلقة لعلامة المطابقة

1 - حمادي زبير مرجع سابق ص 41

2 - حمادي زبير نفس المرجع ص 41-42

للموصفات الجزائرية إلى الجهاز المكلف بالتقييس بموجب تسجيل بصفة علامة جماعية تمت باسمه لدي الهيئة الوطنية المختصة في الجزائر و إيداع دولي لدي المنظمة العالمية للملكية الفكرية و يمكن أن تكون محل إيداع وطني في أي مكان تتبين فيه ضرورة ضمان حمايتها في العالم «

- يتضح من خلال هذا النص أن المعهد الجزائري للتقييس بصفته صاحب علامات المطابقة يلتزم بتسجيلها لدي الهيئة المختصة بتسجيل العلامات علي غرار العلامات التجارية وعلامات المصنع كما يمكن أن تكون محل إيداع دولي لدي المكتب الدولي للعلامات التجارية .

ثانيا : العلامات التجارية و الوسم

يعرف المشرع الجزائري الوسم بأنه « جميع العلامات ، و البيانات ، و عناوين المصنع ، و التجارية و الصور ، و الشواهد ، و الرموز التي تتعلق بمنتج ما والتي توجد في أي تغليف ، أو وثيقة ، أو كتابة ، أو رسمه ، أو خاتم ، أو طوق يرافق منتجات ما ، أو خدمة ، أو يرتبط بهما «(1) .

أما المشرع المصري فنظم أحكام الوسم ضمن الاحكام المتعلقة بالعلامات التجارية و أطلق عليها تسمية البيانات التجارية و يعرفه على أنه « كل إيضاح يتعلق بصفة مباشرة ، أو غير مباشرة بالمنتجات ، و السلع بغرض بيان عددها ، أو كميتها ، أو وزنها ، أو مصدر إنتاجها و خصائصها «(2) .

أما المشرع الاردني فاستعمل تسمية مغايرة تماما للدلالة عن الوسم فسامها بعلامات البضائع وهي تسمية غير موفقة إذ قد تؤدي إلي الخلط واللبس بينها و بين العلامة التجارية التي

1- حمادي زوبير ،مرجع سابق ،ص 43 - 44 .

2- القليوبي سميحة ،مرجع سابق ،ص 303 .

تعتبر في جوهرها علامات بضائع⁽¹⁾. غير أن العلامة التجارية تختلف عن الوسم من عدة جوانب تتمثل فيما يلي:

• **من حيث الطبيعة القانونية:** تعد العلامة التجارية عنصرا من عناصر الملكية الصناعية تمنح صاحبها حقا استثنائي و تلعب دورا مزدوجا في حماية صاحبها من المنافسة غير المشروعة و حماية المستهلك من اختلاط المنتجات التي يفتتها، أو يشتريها.

في حين لا يعد الوسم عنصرا من عناصر الملكية الصناعية، ولا يمنح لصاحبه حق الاستثناء به باستثناء العلامة التجارية إذ كانت من بين البيانات التي يحتويها كما أنه يلعب دورا أساسيا في الإشهار بالسلعة و توجيه المستهلك⁽²⁾.

• **من حيث المضمون:** لا تتضمن العلامة التجارية أي بيان يخصها بل يكفي أن تكون جديدة و مميزة ومشروعة في حين يتضمن الوسم بعض البيانات كاسم المنتج و العلامة التجارية، و كيفية صنعه، أو تحضيره، و المواد المستعملة و الممزوجة، و كمياته ووزنه، و تاريخ صنعه و مدة صلاحيته، و اسم و عنوان المنتج، أو المصنع، والشواهد، والرموز التي تتعلق بالمنتج، أو الخدمة⁽³⁾.

يتضح أن العلامة التجارية مستقلة بحد ذاتها في حين تعد بيانات الوسم الزامية كما يمكن أن يتضمن العلامة التجارية من بين تلك البيانات. والعكس صحيح⁽⁴⁾.

1- صلاح سلمان الأسمر، مرجع سابق، ص 22 .

2- بولحية بن بوخميس علي، القواعد العامة لحماية المستهلك و المسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر 2000

3 - KAHLLOULA (M) et MEKANCHA(G) « la protection de consommateur » .IDARA .N°02. 1995 .P 26.

4- حمادي زويير، مرجع سابق، ص 45 .

المبحث الثاني: أحكام تسجيل العلامة التجارية و الآثار المترتبة عنها

لكي يتمكن كل صاحب علامة تجارية من تمييز بضائعه، أو خدماته التي هي من صنعه، أو إنتاجه و تمييز البضائع التي يتاجر بها، أو التي ينوي الاتجار بها يجب عليه أن يقوم بتسجيل العلامة التجارية إذ أن له مزايا لا يتمتع بها ما لم يتم تسجيلها، فالعلامة المسجلة محمية بمعنى أن لمالكها الحق في أن يطلب معاقبة المعتدي عليها فضلا عن إلزامه بدفع تعويض مقابل الأضرار الناتجة عن تقليد العلامة، و لذلك يتطلب لتسجيل العلامة شروط شكلية، و أخرى موضوعية يجب توافرها ليتم بشكل صحيح و يرتب آثاره القانونية، وهذا ما سنتناوله في مطلبين أساسيين .

نتطرق في المطلب الأول إلى تسجيل العلامة التجارية، و في المطلب الثاني إلى آثار تسجيل العلامة التجارية .

المطلب الأول: تسجيل العلامة التجارية

يتم تسجيل العلامة التجارية كمايلي:

• يجب علي طالب التسجيل أن يكون له مشروع اقتصادي يقوم بتقديم طلب إلى السلطات المختصة بخطاب مسجل بعلم الوصول، يكون الطلب مرفقا بالعلامة إضافة إلى تحديد البضائع والمنتجات التي سيتم وضع العلامة عليها.

و إن كان طالب التسجيل من خارج الدولة يتوجب عليه تعيين وكيل جزائري لتقديم الطلب؛ بعد تقديم الطلب يتم تحديد يوم و ساعة إيداع المستندات و يتم نشر العلامة المودعة من طرف الإدارة المختصة بالتسجيل.

تقدر الحماية الناتجة عن تسجيل العلامة بـ 10 سنوات ، و لمالك العلامة الحق وحده في إيداع طلب تسجيل العلامة مرة أخرى خلال ستة أشهر من انتهاء حمايتها ويعتبر تاركا للعلامة بعد انقضاء هذه الستة 06 أشهر و له الحق في تكرار التسجيل إلي ما لا نهاية⁽¹⁾ . و لتسجيل العلامة التجارية لابد من توافر شروط معينة لاكتساب العلامة، و هذا ما سنتناوله كفرع أول يتضمن الشروط الموضوعية ، و كفرع ثاني يتضمن الشروط الشكلية.

الفرع الأول: الشروط الموضوعية لتسجيل العلامة التجارية

هذه الشروط الموضوعية تتعلق بموضوع العلامة في حد ذاتها و هي:

أولاً: أن تكون العلامة مميزة:

لكي تستفيد العلامة من الحماية القانونية يجب أن تكون مميزة عن غيرها، و الأحكام القانونية في هذا الصدد صريحة ، إذ تنص المادة 02 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات علي : " العلامات كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي ... التي تستعمل كلها لتميز السلع، أو خدمات شخص طبيعي ، أو معنوي عن سلع ، و خدمات غيره " ⁽²⁾ ، فهي تشترط أن تكون جميع تلك السمات قادرة علي تمييز السلع أو الخدمات عن غيرها المماثلة لها⁽³⁾ .

و القانون الجزائري لما اشترط أن تكون العلامة مميزة لم يقصد بهذا الشرط أن تتضمن العلامة شيئاً أصيلاً مبتكراً لم يكن موجوداً من قبل و إنما أن تكون مميزة بما يجعلها قابلة للتمييز عن غيرها من العلامات⁽⁴⁾ لمنع حصول اللبس لدى المستهلكين ، بحيث يجب أن تكون العلامات التجارية التي يمكن تسجيلها مؤلفة من حروف ، أو رسوم ، أو أرقام ، أو صور

1- صلاح زين الدين ، المدخل الي الملكية الصناعية و التجارية ، العلامات التجارية ، البيانات التجارية ، الطبعة الأولى ، مكتبة دار الثقافة للنشر و التوزيع ، عمان 2000 ، ص 217 .

2- المادة 02 ، من الأمر 06/03 ، المتعلق بالعلامات ، مرجع سابق ، ص 23 .

3- رمزي حوجو و الأستاذ كاهنة زواوي ، مرجع سابق ، ص 37 .

4- سمير حسين جميل الفتلاوي ، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية ، مرجع سابق ، ص 270 .

هو الإشكال التي لها صفة مميزة قادرة علي تمييز بضائع صاحبها عن بضائع غيره من الناس بمعنى آخر أن تكون لها صفة ذاتية تميزها عن غيرها و ألا تكون مشابهة، أو مطابقة لغيرها⁽¹⁾.

وعليه فإن العلامة المجردة من أي صفة لا تعد علامة صحيحة، فالعلامة التي تركز علي شكل شائع، أو علي بيانات مستعملة بصورة عادية لبيان مميزات المنتج كالصفة، أو الكمية، أو المكان الجغرافي و كذلك التسميات المكونة أساسا من شكل السلع، أو غلافها الذي تفرضه طبيعة المنتج، أو وظيفته⁽²⁾، و من ثمة لا تقبل كعلامة تجارية العلامات الوصفية التي تتكون من بيانات، أو إشارات تدل علي جودة المنتجات، أو تفوقها مثل حليب ممتاز و جيد، و لكن إذا اتحدت هذه التسميات اللازمة، أو النوعية، أو العادية شكلا مميذا كأن تكتب بطريقة خاصة، أو بشكل هندسي معين فتصبح عندئذ علامة قابلة للحماية القانونية، فصفة التمييز شرط أساسي للحماية القانونية⁽³⁾.

ثانيا : أن تكون العلامة جديدة :

لا يكفي أن تكون العلامة مميزة بل يجب أن تكون جديدة أيضا، صحيح أن المشرع لم يشترط ذلك صراحة في الأمر المتعلق بالعلامات، و لكن يمكن استخلاص ذلك من خلال المادة السابعة 7 الفقرة 9 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، و التي تنص علي أنه : " تستثني من التسجيل الرموز المطابقة، أو المشابهة لعلامة كانت محل طلب التسجيل " أي أنه بمفهوم المخالفة يتم تسجيل الرموز المطابقة أو المشابهة لعلامة كانت محل طلب

1- المادة 02 من الأمر 06/03، مرجع سابق، ص 23 .

2- المادة 07 فقرة 03 من الأمر 06/03، نفس المرجع، ص 23 .

3- عائشة شابي، مروة بن سديرة، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في القانون جامعة 08 مايو 1945 قالمة، كلية الحقوق و العلوم السياسية، قسم العلوم القانونية و الإدارية، تخصص قانون أعمال 2013 - 2014، ص 26 .

التسجيل بمعنى أنه لا يقبل بعلامة ليست جديدة عن تلك التي تم ايداع طلب تسجيلها ،و من باب أولى تلك التي تم تسجيلها ،و تتمتع بحماية قانونية .

فالجدة نسبية في مجال العلامات و المقصود هنا ليس الجدة في إنشاء ،أو خلق العلامة ،و ابتكارها كما هو الشأن في مجال براءة الاختراع ،و كذلك الرسوم ،و النماذج الصناعية ،لكن الجدة مطلوبة هنا هي الجدة في الاستعمال ،و التي يجب أن تمنع اللبس ،و التضليل بالنسبة للمستهلكين⁽¹⁾ المهم أنه عن وضع طلب تسجيل العلامة ألا يكون عليها أي حق من أي منافس في نفس مجال ،أو ميدان النشاط حتى تعتبر علامة جديدة⁽²⁾ ،و نستثني العلامات المشهورة لأنها تخص بحماية دولية ،ووطنية دون أن تكون مسجلة أو مودعة⁽³⁾ .

و نعني بالجدة النسبية هنا تكون نسبية من النواحي التالية:

• **من حيث نوع المنتج:** يشترط في العلامة المؤهلة للحماية القانونية أن تكون جديدة بالنسبة لنوع المنتجات التي يصنعها أو يتاجر بها صاحب هذه العلامة.

• **من حيث الزمان :** ألا يكون قد حصل استعمالها في السابق ،بل يجوز أن تعتبر جديدة إذا كان قد استعملها آخر ثم ترك هذا الاستعمال فترة طويلة من الزمن أو إذا انتهت مدة الحماية القانونية لها دون أن يتقدم صاحب العلامة بطلب تجديد هذه المدة ،و من ثمة يجوز استعمال العلامة المهجورة ،أو المتروكة.

• **من حيث المكان :** استعمال العلامة التجارية لا يقتصر علي منطقة ،أو جزء من الدولة المسجلة بها العلامة ،وإنما يشمل الدولة بكامل إقليمها و بالتالي لا يستطيع التاجر المنافس استعمال ذات العلامة في جزء آخر من الإقليم بينما استعمالها في الاقليم الأجنبي لا يفقد عنصر الجدة في العلامة التجارية عند استعمالها في الاقليم الوطني إلا إذا كانت

1 - Ali Haroun .la marque au Maghreb .Algérie .office des publications universitaires .N.D. p 72 .

2 - Albert Chavanne .Jean Jacques burst .op .cite .p 270 .

3- رمزي حوحو و الأستاذة كاهنة زاوي ،مرجع سابق ،ص 38 .

هذه العلامة مسجلة في الجزائر حيث أن الحماية لا تمتد إليها وفقا للتشريع الجزائري إلا إذا تم تسجيلها داخل الجزائر (1).

ثالثا : أن تكون العلامة مشروعة :

لقد كان المشرع الجزائري صريحا حينما نص في المادة 07 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات علي وضع قيود ،و استثناءات علي العلامات التي يتم إيداع طلب تسجيلها ،و من بين الرموز التي استثناها من التسجيل الرموز المخالفة للنظام العام ،و الاداب العامة ،و الرموز التي يحظر استعمالها بموجب القانون الوطني ،أو الاتفاقيات الثنائية ،أو المتعددة الاطراف التي تكون الجزائر طرفا فيه .

إذن لا يكفي المظهر المميز للعلامة ،بالإضافة إلي كونها جديدة حتى تتوفر لها الحماية القانونية ،إذ يجب أن تكون مشروعة أي لا يجوز أن تخالف النظام العام ،و الاداب العامة و لا تؤدي إلي خداع الجمهور (2) وقد اعتبر قانون العلامات الجزائري في نفس المادة السابقة 07 الفقرة 04 و 05 من الأمر 06/03 من قبيل العلامات الغير المشروعة ما يلي :« كل تغيير ،أو رسم ،أو جزء منها مخلا ،أو مخالف للآداب العامة .

_الشعارات العامة ،و الأعلام ... و غيرها من الرموز الخاصة بالدولة و كذلك أي تقليد للشعارات(3).

_العلامات و الدمغات الرسمية و أعلام الشرف ،و كذلك الصليب الأحمر ،أو الهلال الأحمر ،و الدمغات الرسمية التي تستخدم للرقابة ،و الضمان من طرف دولة ،أو منظمة

1- عائشة شابي ،مروة بن سديرة ، مرجع سابق ،ص 27 - 28 .

2 - Y- de l'Ecosais .la marque. www.sos-net.eu.org.

3- المادة 07 من الأمر 06/03 ،مرجع سابق ،ص 23 .

مشتركة بين الحكومات....الأسماء الجغرافية إذا كان استعمالها من شأنه أن يحدث لبسا أيا كان فيما يتعلق بمصدر المنتجات ،أو أصلها «(1).

الفرع الثاني: الشروط الشكلية لتسجيل العلامة التجارية

إضافة إلى الشروط الموضوعية يجب توافر الشروط الشكلية حتى تصبح العلامة متمتعة بالحق في الحماية القانونية و تتمثل في:

أولاً: إيداع طلب التسجيل:

يعتبر الإيداع أولى مراحل تسجيل العلامة ،و يتم إيداع طلب التسجيل مباشرة لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية⁽²⁾ من طرف صاحب العلامة ،أو من يمثله سواء كان شخص معنوي ،أو شخص طبيعي جزائري ،أو أجنبي مقيم في الجزائر ،أو في الخارج ،إلا أنه إذا كان طالب العلامة يقيم في الخارج لا بد من وكيل يمثله أمام المصلحة المختصة و يوجه الطلب بواسطة راسله موسى عليها مع العلم بالوصول ،أو أية وسيلة تثبت الاستلام⁽³⁾ .

يجب أن يحزر الطلب علي النموذج الذي تسلمه المصلحة المختصة و يشترط أن يحتوي علي بيانات إجبارية منها :

- إسم المودع ،و عنوانه بيان السلع ،أو الخدمات التي تنطبق عليها العلامة⁽⁴⁾ .
- صورة من العلامة لا تتجاوز مقياسها الإطار المحدد في الاستمارة.

1- المادة 07 من الأمر 06/03 ،مرجع سابق ،ص 23 .

2- المادة 04 من المرسوم التنفيذي 275/05 المؤرخ في 02 أوت 2005 ،الذي يحدد كيفية إيداع العلامات و تسجيلها ،الجريدة الرسمية الصادرة في 07 أوت 2005 .

3- عائشة شابي ،مرورة بن سديرة ،مرجع سابق ،ص 29 .

4- فرحة زراوي صالح ،مرجع سابق ،ص 243 .

• وصل يثبت دفع الرسوم في حالة تمثيل المودع من قبل و كيل

يجب أن يرفق طلب التسجيل بنسخة من الوكالة عند تقديم طلب الإيداع أمام المصلحة المختصة يتم فحصه من الناحية الشكلية أي مستوفي للشروط الشكلية (1).

و عند عدم إستفاء الإيداع لهذه الشروط تطلب المصلحة المختصة من صاحب الإيداع تسوية طلبه في أجل شهرين ،أو رفض طلبه أما في حالة قبول الطلب من الناحية الشكلية تنتقل المصلحة المختصة إلي فحص الإيداع من الناحية الموضوعية حول مدي تطابق العلامة مع القانون ،وأنها غير مستثنية من التسجيل للأسباب المنصوص عليها في المادة 07 من الأمر 06/03 المؤرخ في 2003/10/19 أي فحص مدي توافر الشروط الموضوعية للعلامة التجارية فإذا تبين للمصلحة المختصة عدم توافر أحد الشروط الموضوعية فإنها ترفض الطلب و تبلغ هذا الرفض للمعني بالأمر تطلب منه تقديم ملاحظاته في أجل شهرين ابتداء من تاريخ التبليغ ،و يمكن تمديد هذا الأجل عند الضرورة لنفس المدة بناء علي طلب معطل من صاحب المصلحة ،و لكن لا يعتبر رفض المصلحة المختصة قرار نهائي إلا بعد سماع المعني و إيداع ملاحظاته ،أما إذا أصدرت الإدارة الرفض ،أو أصدرت قرار نهائي بالرفض فإنه يحق للمعني بالأمر أن يطعن في قررها أمام القضاء الاداري (2).

ثانيا: فحص الإيداع :

يلعب الإيداع دورا مهما في اكتساب ملكية العلامة لهذا يقوم المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بفحص الطلب المودع من ناحية الشكل ،و من ناحية المضمون فإذا كان الفحص إيجابيا من الناحيتين يعد الإيداع مقبولا ،وعلى إثر ذلك تقوم الهيئة المختصة بتحرير محضر يثبت تاريخ الإيداع ساعته و مكانه و كذا رقم التسجيل و دفع الرسوم و نظرا

1- عائشة شابي ،مرورة بن سديرة ،مرجع سابق ،ص 29 .

2- عائشة شابي ،مرورة بن سديرة ،مرجع سابق ،ص 30 .

للبيانات المدرجة فيها تعد هذه الوثيقة ذا أهمية بالغة لفض النزاعات المحتملة التي يمكن أن تقع بين عدة مودعين⁽¹⁾.

ثالثا: التسجيل:

يقصد به القرار التي تتخذه المصلحة المختصة بعد عملية فحص طلب الإيداع عندها يتم قيد العلامة في السجل التجاري لدي المصلحة المختصة الذي يذكر فيه البيانات، و العمليات المتعلقة بالعلامة حتى يستطيع صاحبها الإحتجاج بها في مواجهة الغير بعدما تسلم للمودع، أو وكيله شهادة تسجيل عن كل علامة مسجلة كما يمكن للغير بعد تسديد الرسوم المستحقة الحصول علي شهادة تعريف تضم كل البيانات المقيدة .

كما يمكن تجديد تسجيل العلامة التجارية علي إعتبار أن المشرع الجزائري حدد ملكية حقوق العلامة التجارية بعشرة 10 سنوات من تاريخ إيداع الطلب إلا أنه أجاز تحديد تسجيل العلامة التجارية من حين إلى آخر كلما إنتهت مدة الحماية، و ذلك في مهلة ستة 06 أشهر التي تلي إنقضاء التسجيل، و يرفق طلب التجديد بكل الوسائل التي تثبت بأن العلامة إستعملت استعمالا جديا خلال السنة التي سبقت انقضاء التسجيل مع مراعاة أحكام المادة 11 من الأمر 06/03 المؤرخ في 2003/07/19، و كذلك يمكن لصاحب العلامة الاحتفاظ بعلامته لمدة أخري متلاحقة قد تصل إلي ما لا نهاية إذا ما رغب في ذلك، و لا يمكن تجديد العلامة التجارية إلا إذا توافرت الشروط التالية :

• ألا يتضمن طلب التجديد تغيير جذري في نموذج العلامة، أو إضافة في قائمة السلع، أو الخدمات .

• دفع رسوم التجديد في مهلة ستة 06 أشهر التي تسبق انقضاء التسجيل.

• تقديم إثبات بأن العلامة استعملت خلال السنة التي تسبق انقضاء التسجيل⁽¹⁾.

1- فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص 235 .

رابعاً: النشر :

توجد على مستوى المعهد الوطني للملكية الصناعية النشرة الرسمية للعلامات تدون فيه كل ما يتعلق بالعلامات من تسجيلات ،أو تجديدات للعلامة كما تسجل كل إلغاء ،أو إبطال للعلامة التجارية فهو يعد بذلك بمثابة شهر إيداع العلامة في النشرة الرسمية للإعلانات من أجل إعلام الجمهور عن العلامات المسجلة⁽²⁾، ولكي يتسنى له تقديم الاعتراض على طلب التسجيل أمام المصلحة المختصة إلا أن النشر لا ينشئ حقاً وإنما هو مجرد وسيلة لإثبات حق الموجود من قبل عن طريق الإيداع السابق ،ومن ثمة فتاريخ الاعتراض عن العلامة التجارية من تاريخ التسجيل وليس من تاريخ النشر ،أما عن تاريخ التسجيل ،و إيداع العلامات الدولية في الجزائر فإنها تخضع لنفس الشروط الموضوعية ،و الشكلية اللازم توافرها في العلامة الوطنية مع وجود شرط هو أن يكون مقدم الطلب التسجيل من رعايا إحدى الدول المرتبطة باتفاقية دولية تمنح الحماية المتبادلة للعلامة التجارية المسجلة⁽³⁾.

بمعنى إذا كانت العلامة التجارية تتوافر علي جميع الشروط الموضوعية ،و كان الإيداع صحيحاً و تم تسجيلها بعد فحص الملف من طرف المعهد الوطني للملكية الصناعية ،فإنه توضع علي كل نسخة من طلب التسجيل رقم التسجيل ،و طابع المصلحة و تأشير المدير ،أو ممثله و توجه إلى المودع ،أو وكيله نسخة تكون بمثابة شهادة تسجيل⁽⁴⁾ ،ويتم نشرها في النشرة الرسمية للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ،و ذلك علي نفقة صاحب

1- المادة 11 من الأمر 06/03 ،مرجع سابق ،ص 24 .

2- المرسوم التنفيذي 05 / 277 المؤرخ في 2005/08/02 ،المتعلق بالعلامات التجارية ،الجريدة الرسمية ،رقم 54 ،المادتين 29 و 30 .

3- المادة 13 من المرسوم التنفيذي 05 - 277 ،مرجع سابق .

4- حمادي زويير ،مرجع سابق ،ص 88 .

العلامة⁽¹⁾، و يعد نشر العلامة بمثابة تقرير لاحق موجود سابقا عن طريق الايداع أي كاشفا للحق، و ليس منشأ له⁽²⁾.

و للنشر أهمية كبيرة في إعلام الجمهور بالعلامة المسجلة إذ يرسل في الجزائر و الخارج كذلك⁽³⁾.

كما يتم قيد العلامات التجارية في دفتر خاص يسمى دفتر العلامات، و تقيد فيه كل التصريحات والعقود، والأحكام القضائية التي لها علاقة بالعلامات التجارية و خلاصة القول أن كل شكل يستوفي جميع الشروط الموضوعية و باشر صاحبه إجراءات تسجيله أمام المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، فإنه يجوز استغلاله كعلامة تجارية لتمييز منتجاته، و خدماته إذ يعد تسجيله اجراء منتجا لأثار تملك العلامة⁽⁴⁾.

المطلب الثاني: أثار تسجيل العلامة التجارية

يترتب علي تسجيل العلامة التجارية لدي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية عدة اثار قانونية بحيث يؤدي التسجيل الي منح حقوق شرعية علي العلامة لمالكها الذي استوفي كافة الاجراءات القانونية لتسجيلها و هذا ما سنتناوله في فرعين رئيسيين الفرع الأول، اكتساب الحق في العلامة اما الفرع الثاني، سندرس فيه الحالات التي ينقضي فيها الحق المكتسب عن التسجيل.

1- أنظر على سبيل المثال: المنشور الرسمي للملكية الصناعية، علامات المصنع و العلامات التجارية و علامات الخدمات المسجلة الصادرة عن المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، العدد 261 لسنة 2001، و كذلك المنشور عدد 264 لسنة 2002 .

2- سمير جميل حسن الفتلاوي، الملكية الفكرية وفق القوانين الجزائرية، مرجع سابق، ص 298 .

3- بوزيد فريدة، الملكية الصناعية و التجارية و تسييرها في المركز الوطني للسجل التجاري، عن وزارة العدل و المركز الوطني للسجل التجاري، الأوراسي، يومي 7 و 8 ديسمبر 1994 .

4- حمادي زويير، مرجع سابق، ص 88 .

الفرع الأول: اكتساب الحق في العلامة

باستيفاء جميع الشروط الموضوعية ،و الشكلية للتسجيل يصبح صاحب العلامة متمتعاً بحماية قانونية لحقه في العلامة ،وهو ما يخوله جملة من الحقوق عليها كاحتكار استغلالها ،والتصرف فيها بكافة التصرفات الجائزة قانوناً بيعة ،و رهنا ،و ترخيصاً .

أولاً: احتكار استغلال العلامة

يعتبر من قام بتسجيل العلامة لدي المصلحة المختصة مالكا لها ،و له وحده دون سواه أن يستعملها علي السلع ،و الخدمات التي يعينها لها طيلة المدة القانونية المحددة بـ عشرة 10 سنوات قابلة لتجديد لفترات متتالية ،و هذا بنص المادة 05 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات ،ولذلك فإن حق احتكار العلامة يعتبر حقا مؤقتا ،و ليس دائما .

صحيح أن صاحب العلامة يستطيع الاحتفاظ بحقه في علامته إلي ما لا نهاية عن طريق تجديد التسجيل والاستمرار في استعمالها لكن ذلك يبقى حقه فيها مؤقتا ،و ليس دائما ما دام توقفه عن الاستعمال غير مبرر ،أو عدم قيامه بالتجديد يؤدي إلى زوال حقه في العلامة ،إذن فعليه أن يحرص علي الاستعمال الجدي ،و التجديد المستمر حتى يضمن لنفسه دوام استعمال العلامة⁽¹⁾ .

يختص بملكية العلامة في التشريع الجزائري من كانت له الأسبقية في إيداعها وهذا ما تؤكدته المادة 06 من الأمر 06/03 بقولها على أنه ما عدا في حالة انتهاك الحق ،فإن العلامة ملك للشخص الأول الذي إستوفي الشروط المحددة لصحة الإيداع ،أو الشخص الذي أثبت أقدم أولوية لإيداعه في مفهوم إتفاقية باريس ،وتأسيس على ذلك صدر قرار مجلس قضاء الجزائر بتاريخ 17/03/1997 في القضية رقم 4083/96 بتأكيد الحكم المستأنف القاضي بتحميل الخطأ للمودع الثاني للعلامة ،و عليه بإبطال العلامة التجارية

1- أ.رمزي حوجو ،أ.كاهنة زاوي ،مرجع سابق ،ص 40 .

«تريزور» و الحكم عليه بالدفع للمستعمل ،أو المودع الأول مبلغ 200.000 دج تعويضا عن الضرر في قضية ح.عطا الله شركة لنكو فان و يوتي⁽¹⁾ .

ثانيا : حق التصرف في العلامة :

بعد تسجيل العلامة يترتب لصاحبها الحق في استغلالها كما يخول له ذلك الحق في التصرف فيها ،و ترد على العلامة عدة تصرفات ،فيمكن التنازل عن العلامة ،أو رهنها كما يمكن أن تكون موضوع رخصة .

1/ عقد الترخيص :

تنص المادة 16 من الأمر 06/03 على أنه: " يمكن أن تكون الحقوق المرتبطة بالعلامة موضوع رخصة استغلال واحدة ،أو استثنائي ،أو غير استثنائي لكل ،أو جزء من السلع ،أو الخدمات التي تم إيداع و تسجيل العلامة بشأنها" .

ولا يعتبر تصرفا ناقلا للملكية إنما هو ترخيص للغير باستغلال العلامة ،وعقد الترخيص هو عقد يلتزم بمقتضاه صاحب البراءة بإعطاء المرخص له حق استعمال العلامة مقابل مبلغ من النقود ،و أن هذا العقد يجب أن لا يكون غرضه تضليل الجمهور ،أو الأوساط التجارية فيما يتعلق علي وجه الخصوص بطبيعة أو بمصدر ،أو طريقة صنع ،أو خصائص ،أو قابلية استخدام السلع ،أو الخدمات التي تشملها العلامة و هذا ما تقضي به المادة 14 من الأمر 06/03 ،و عقد الترخيص قد يكون استثنائي أي يمتنع صاحب العلامة أن يمنح ترخيصا آخر لغير المرخص له ،و قد يكون واحدا فيمتنع بموجبه على صاحب العلامة أن يمنح ترخيصا آخر لغير المرخص له لكنه يحتفظ لنفسه بحق استغلال العلامة⁽²⁾ .

1- محمد حسين ،الوجيز في الملكية الفكرية ،المؤسسة الوطنية للكتاب ،دون طبعة ،الجزائر 1985، ص 204 .

2- أ.رمزي حوجو ،أ.كاهنة زاوي ،مرجع سابق ،ص 40 .

و الترخيص هو عقد يجب أن تتوفر فيه أركان العقد العامة المتعارف عليها في القانون المدني و أما الأمر 06/03 فيشترط تحت طائلة البطلان الكتابة ،و إمضاء الأطراف في العقود المتعلقة بالعلامات إضافة إلي ذلك يجب تحت طائلة البطلان أن يتضمن عقد الترخيص العلامة و فترة الرخصة ،و السلع ،والخدمات التي منحت من أجلها الرخصة ،و الإقليم الذي يمكن استعمالها فيه ،و مجال ،و نوعية السلع المصنعة ،أو الخدمات المقدمة من قبل حامل الرخصة ،و يجب قيد الرخصة في سجل العلامات الذي تمسكه المصلحة المختصة ،و هذا ما تقضي به المادة 17 من الأمر 06/03⁽¹⁾ .

و ترتيب البطلان علي تخلف الكتابة ،أو القيد لدي المصلحة المختصة يجعل من التصرف عقدا شكليا ،و هذا بخلاف التشريع المصري أين يعتبر التصرف في العلامة من العقود الرضائية⁽²⁾ .

2/ التنازل عن العلامة أو التخلي عنها و تركها:

فالتنازل عن العلامة هو حق يترتب على حق الإعتراف بحق الملكية علي العلامة المسجلة فعلمية التنازل هي نقل ملكية العلامة التجارية دون سائر العناصر⁽³⁾ بما لها ،و عليها من حقوق و إلتزامات من مالكةا إلي شخص آخر و طبقا لأحكام المادة 117 من القانون التجاري ،و المادة 14 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات التي تنص علي: « بمعزل عن التحويل الكلي ،أو الجزئي للمؤسسة يمكن نقل الحقوق المخولة عن طلب التسجيل ،أو تسجيل العلامة كليا ،أو جزئيا ،أو رهنا »

1- محمد حسين ،الوجيز في الملكية الفكرية ،مرجع سابق ،ص 272 .

2- محمد إبراهيم الوالي ،حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري ،د.م.ج. الجزائر 1983 ،ص 114 .

3- تقضي المادة 21 من اتفاقية تريس ،بأنه يحق لصاحب العلامة التجارية التنازل عنها للغير مع أو دون نقل المنشأة ،الطيب زروني القانون الدولي للملكية الفكرية ،تحاليل ووثائق ،ط 1 ،مطبعة الكاهنة ،الجزائر 2004 .

يمكن التنازل عن العلامة التجارية كعنصر معنوي من عناصر المحل التجاري، أو المؤسسة التجارية، و هذا التنازل إما أن يكون علي سبيل الملكية، أو علي سبيل الانتفاع⁽¹⁾ تنص المادة 02 - 05 من الأمر 06/03 بأن مدة تسجيل العلامة هي عشر سنوات 10 سنوي بأثر رجعي ابتداء من تاريخ إيداع الطلب ،فإن أراد صاحب العلامة أن تستمر حماية علامته فيمكن تجديد تسجيلها لفترات متتالية تقدر بعشر سنوات 10 فصاحب العلامة حتى و لو لم يجددها فهو لا يفقد حقوقه نهائيا إلا إذا لم يقم بتجديدها في ميعادها و بعد هذه المدة يحق لأي شخص أن يمتلكها بالتسجيل .

و يجوز لصاحب العلامة العدول عن تسجيلها لكل، أو لجزء من السلع ،و الخدمات التي سجلت من أجلها و هذا ما تقضي به المادة 19 من الأمر 06/03 .

و قد تنقضي ملكية العلامة بتركها ،و هذا الترك قد يكون صريحا كأن يتنازل مالك العلامة عن التمسك بها بمقتضي إقرار ،أو إتفاق ؛بيد أن الغالب أن يكون الترك ضمنيا يستفاد من وقائع لا تدع مجالاً للشك في تنازل صاحب العلامة عنها كأن يقوم منافس باستعمال العلامة مدة معقولة دون اعتراض من جانب المالك ،أو أن يقوم الغير بتقليد العلامة دون أن ينهض لمالك للدفاع عن حقه فترة طويلة من الزمن ،أو أن يعتزل مالك العلامة التجارة أو الصناعة التي يستخدم العلامة لتمييز منتجاتها ،و يترتب علي الترك صريحا كان أو ضمنيا أن توّول العلامة إلى المالك العام فيجوز لكل ذي مصلحة استعمالها⁽²⁾.

3/ عقد الرهن :

يجيز الأمر 06/03 أن تكون العلامة التجارية محل رهن كلي ،أو جزئي لدين عليه ،أو على غيره و العلامة التجارية قد يتم رهنها أثناء رهن المحل التجاري ،لكن يشترط النص

1- نعيم مغيب ،الماركات التجارية ،دراسة في القانون المقارن ،ط 1 ،لبنان ، 2005 ،ص 140- 143 .

2- قد يحصل التنازل على العلامة بصورة إلزامية كما هو الحال في حالة الحجز التنفيذي ،أو كما في حالة المصادرة

محليا ،أو على الموائئ ،نعيم مغيب ،مرجع نفسه ،ص 148 .

علي ذلك في العقد بمعنى نص المشرع الجزائري علي أن الحقوق المخولة عن طلب التسجيل تكون قابلة، أو محل رهن أي أن العلامة يمكن أن تكون محل رهن عن طريق رهن المحل التجاري بإعتباره عنصرا من عناصره، و في هذه الحالة يجب علي الأطراف المتعاقدة تنص علي العلامة محل الرهن في قائمة العناصر المرهونة، و هذا ما تنص عليه المادة 119 من القانون التجاري الأمر 75/59⁽¹⁾، و في هذه الحالة لا يتخلى التاجر الراهن عن حيازته لمتجره مع عناصره المعنوية المرهونة، و يشترط تحت طائلة البطلان الكتابة، و إمضاء الأطراف فيها يتعلق برهن العلامة، و هذا ما تقضي به المادة 15 من الأمر 06/03، و يجب قيد الرهن لدى المصلحة المختصة⁽²⁾.

الفرع الثاني: إنقضاء الحق في العلامة

لقد خصص المشرع الجزائري عناية كبيرة لعملية الإيداع كون أن التسجيل يعد الركن الأساسي لإكتساب ملكية العلامة التجارية فقد بين الحالات التي ينقضي فيها هذا الحق، و التي تكاد تجد مصدرها في إرادة صاحبها، إذ يمكن أن يتخلى عنها أو يترك استعمالها كما يمكن أن تدخل أسباب أخرى لا دخل فيها لإرادة صاحب العلامة التجارية، و التي ينبغي ذكرها في النقاط التالية⁽³⁾ :

أولا : إنقضاء الحق في العلامة بناء علي إرادة صاحبها :

قد يفقد صاحب العلامة التجارية حقه في علامته بناء علي إرادته سواء يكون ذلك بصفة صريحة، أو ضمنية يفهم من خلالها أن تذهب إلي عدم استغلالها، و يظهر ذلك عادة في عدم تجديد إيداع العلامة، أو التخلي عن إستغلالها، أو تركها .

1- فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص 253 .

2- محمد حسين، مرجع سابق، ص 169 .

3- رمزي حوحو، كاهنة زواوي، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 41 .

1/ عدم تجديد التسجيل :

قرر المشرع الجزائري حماية ملكية العلامة التجارية لمدة عشر 10 سنوات قابلة للتجديد لمدة متتالية⁽¹⁾ أي يجوز لصاحب العلامة تجديد التسجيل لدي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية حتى يضمن بقاء حقه في العلامة⁽²⁾ ، كما أن المشرع لم يضع حدا لعملية التجديد ، و لهذا يمكن لملكية العلامة أن تتصف بالدوام شرط استغلالها ، و تجديد إيداعها من طرف صاحبها و بالتالي تمتعها بالحماية القانونية .

إن المشرع قيد أجل تجديد العلامة بمدة معينة في المادة 20 فقرة 02 من الأمر رقم 57/66 التي جاء فيها أنه : " لا يمكن لأحد أن يودع بصفة مشروعة علامة في السنة أشهر الموالية لتاريخ إنقضاء آثار العلامة بإستثناء صاحبها السابق أو ذوي حقوقه "⁽³⁾.

يفهم من هذا النص أن صاحب العلامة التجارية لا يفقد حقوقه نهائيا إلا إذا لم يتم بتجديد إيداع علامته بعد إنقضاء مدة الستة أشهر الموالية لإنقضاء الحق في العلامة التجارية ، فإذا فات ميعاد التجديد يحق لأي شخص أن يمتلكها إذا طلب تسجيلها⁽⁴⁾ .

كما أنه لا يجوز عند تجديد تسجيل العلامة إدخال أي تغيير علي العلامة ، أو شطب ، أو اضافة سلع ، أو خدمات غير التي سجلت من أجلها العلامة مسبقا⁽⁵⁾ ، و هذا ما ذهب إليه المشرع الجزائري عندما اعتبر أن كل تعديل في نموذج العلامة ، أو إضافة في قائمة السلع ، و الخدمات يتطلب إيداعا جديدا⁽⁶⁾ .

1- المادة 05 فقرة 02 من الأمر 06/03 ، مرجع سابق .

2- نوري محمد خاطر ، مرجع سابق ، ص 313 .

3- حمادي زويبير ، الحماية القانونية للعلامة التجارية ، مرجع سابق ، ص 117 .

4- عباس محمد حسني ، الملكية الصناعية و المحل التجاري ، الجزء الثاني ، دار النهضة العربية 1996 ، ص 329 .

5- نوري محمد خاطر ، مرجع سابق ، ص 313 .

6- مادتين 17 و 20 من المرسوم التنفيذي 277/05 ، مرجع سابق .

2/ التخلي عن العلامة :

حسب نص المادة 19 من الأمر 06/03 بأنه: " لا يمكن العدول عن تسجيل العلامة لكل ،أو جزء من السلع ،أو الخدمات التي سجلت من أجلها "(1)

كما تنص المادة 21 من الأمر رقم 57/66 المتعلق بعلامات المصنع ،و العلامات التجارية علي أنه " يجوز لصاحب علامة أن يتخلى عنها بالنسبة لكل المنتجات التي تنطبق عليها ،أو جزء منها ،و ذلك بأن يوجه تصريحاً إلي المصالح المختصة ضمن ظرف بريدي مضمون مع طلب إشعار بالتسليم يسجل هذا التخلي في دفتر العلامات ثم ينشر ،و يسري مفعوله إبتداءاً من يوم استلامه "(2) .

تبعا لهذه النصوص يجوز 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) .

فإذا كان التخلي عن تسجيل العلامة لكل السلع ،أو الخدمات التي تشملها تترتب عليها إنقضاء ملكية العلامة كلها أما في حين تم التخلي عن جزء من هذه المنتجات ،و تبقي ملكية العلامة في الجزء الأخر ،و تنقضي الملكية بالنسبة للمنتجات التي تخلي عنها فقط .

1- المادة 19 من الأمر 06/03 ،مرجع سابق .

2- حمادي زويبير ،مرجع سابق ،ص 118 .

3- المادة 19 من الأمر 06/03 ،مرجع سابق .

غير أن المشرع في هذه الحالة إشتراط علي مالك العلامة التجارية بأن يوجه تصريحاً بذلك إلي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ضمن ظرف بريدي مضمون مع طلب الإشعار بالتسليم الذي يتولى تسجيله في دفتر العلامات، و نشره لإعلام الجمهور عن هذا التخلي، و كذا نجد أن ملكية العلامة قد تفقد بالتخلي عنها من طرف صاحبها إلا أنه يجب أن تعلم بذلك الإدارة المختصة، و إلا أعتبر تركا للعلامة، و ليس تخلياً عنها⁽¹⁾.

و يلجا صاحب العلامة إلي التخلي عن علامته إذا رأي عدم فائدة من وجود تسجيلها، و إنها أصبحت غير فعالة في تمييز سلعة، أو خدمات، أو عند تغيير لنشاطه فتصبح لا معني لها⁽²⁾.

ثانياً: إنقضاء الحق في العلامة بغير إرادة صاحبها

كما يجوز أن يتم فقدان العلامة التجارية بناء علي إرادة صاحبها يمكن أيضاً أن ينقضي الحق لسبب خارج عن إرادة صاحبها عندما يحتج ضده بعدم صحة إجراءات الإيداع أو التسجيل فيؤدي ذلك إلي فقدان حقوقه التي كان يتمتع بها إذا ما صدر قرار بطلان التسجيل من الجهة القضائية كما يمكن أن تسقط حقوقه كذلك في حالة عدم استغلاله لعلامته⁽³⁾.

1/ بطلان التسجيل:

حتى يتمتع صاحب العلامة بحقوق شرعية علي الرمز الذي يختاره كعلامة لتمييز سلعة، أو خدماته يجب أن يكون تسجيله صحيحاً

وعليه تنص المادة 20 من الأمر 06/03 السالف الذكر بأنه: « يمكن الجهة القضائية المختصة إبطال تسجيل العلامة بأثر رجعي من تاريخ الإيداع و ذلك بطلب من المصلحة

1- حمادي زويير، مرجع سابق، ص 119.

2 - Albert chavanne et Jean Jaques Burst .op. cit .P321.

3- أ.رمزي حوجو، أ.كاهنة زاوي، مرجع سابق، ص 42.

المختصة، أو من الغير عندما يتبين بأنه كان لا ينبغي تسجيل العلامة لسبب من الأسباب المذكورة في الفقرات 01 إلى 09 من المادة 07 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات⁽¹⁾، بمعنى يمكن للجهة القضائية المختصة أن تبطل تسجيل العلامة بأثر رجعي من تاريخ الإيداع، و ذلك بطلب من المصلحة المختصة، أو من الغير⁽²⁾ عند ما يتبين لها بأن التسجيل جاء مخالفا للأحكام القانونية المقررة في المادة سالفه الذكر إذن يمكن للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية أن يقوم من تلقاء نفسه بإبطال علامة مسجلة إلا بموجب حكم قضائي⁽³⁾.

لا يمكن إقامة دعوي الإبطال اكتسبت العلامة صفة التمييز بعد تسجيلها و تتقدم هذه الدعوي بخمس 5 سنوات ابتداء من تاريخ تسجيل العلامة، و يستثنى من هذا الإجراء طلب التسجيل الذي تم بسوء نية.

بمعني في حالة ما إذا كانت هناك علامة فاقدة لشرط التمييز قبل تسجيلها ثم اكتسبت هذه الصفة بعد قيد تسجيلها في سجل العلامات لدي المعهد فإنه لا يمكن إقامة دعوي الإبطال تسجيل هذه العلامة علي أساس أنها لم تكن تتمتع بصفة التمييز⁽⁴⁾.

2/ الإلغاء:

تنص المادة 21 من الأمر 06/03 بأنه تلغي الجهة القضائية المختصة تسجيل العلامة بناء علي ما يلي:

1- المادة 07 من الأمر 06/03، مرجع سابق .

2- المادة 20 ،ف 1 من الأمر 06/03 .

3- سمير جميل حسين الفتلاوي، مرجع سابق، ص 313 .

4- المادة 20 فقرة 02 من الأمر 06/03، مرجع سابق .

• طلب من المصلحة المختصة، و من الغير الذي يعنيه الأمر إذا نشأ سبب من الأسباب المذكورة في المادة 07 (الفقرات 03 و 05 إلى 07) من هذا الأمر بعد تسجيل العلامة، و ظل قائما بعد قرار الإلغاء غير أنه إذا كان سبب الإلغاء ناتج عن المادة 07 (الفقرة 02) فإن التسجيل لا يلغى إذا اكتسبت العلامة صفة التمييز بعد تسجيلها .

• طلب من الغير الذي يعنيه الأمر إذا لم تستعمل العلامة و فقا للمادة 11 التي تنص على : " أن ممارسة الحق المخول عن تسجيل العلامة مرتبط بالاستعمال الجدي للعلامة علي السلع، أو توضيبيها، أو علي صلة مع الخدمات المعرفة بالعلامة" .

يترتب على عدم إستعمال العلامة إبطالها ما عدا في الحالات الآتية :

أ/ إذا لم يستغرق عدم الاستعمال أكثر من سنوات دون إنقطاع

ب/ إذا لم يقم مالك العلامة قبل إنتهاء هذا الأجل بتقديم الحجة بأن ظروف عسيرة حالت دون استعمالها ففي هذه الحالة يسمح بتمديد الأجل إلي سنتين على الأكثر» .

خاتمة الفصل الأول:

ختاما لما سبق قد وفق المشرع الجزائري في رسم إطار قانوني واضح من خلال وضعه للمعايير، و المراحل التي تكون متبعة في تصميم العلامة، و التي نقصد بها الشروط الموضوعية إلي جانب الشروط الشكلية التي فرضها في تسجيل العلامة و ما يترتب علي التسجيل من نشوء الحق و استثنائه من طرف مالك هذه العلامة

و بما أننا تطرقنا لهذه العناصر إضافة إلي تحديد المفاهيم القانونية للعلامة التجارية تجدر بنا الإشارة لاحقا إلي حماية هذه العلامة من الاعتداءات التي تقع عليها .

الفصل الثاني

طبيعة المسؤولية المترتبة عن انتهاك
قواعد العلامة التجارية

تمهيد

تتمتع العلامة التجارية بالحماية القانونية المدنية و الجزائية إلا أن ذلك مرتبط بضرورة تسجيل العلامة تسجيلًا قانونيًا لدى المصلحة المختصة، فالتعدي على العلامة التجارية المسجلة يشكل جريمة تتعدد صورها وعقوبتها. كما يتيح لصاحبها المطالبة بالتعويض على الأضرار التي أصابته نتيجة ذلك التعدي.

والحماية القانونية المقررة للعلامة التجارية في الأصل تقف عند الحدود الإقليمية للدولة، وطبقًا للمشرع الجزائري فقد أورد حماية جزائية وحماية مدنية للعلامة، تقتصر الأولى على العلامات التجارية المسجلة فقط والتي تشمل على مختلف صور التعدي عليها والعقوبات المقررة لها في حين الحماية المدنية تشمل على دعوى المنافسة غير المشروعة، وهذا ما سنتناوله في دراستنا هذه من خلال مبحثين رئيسيين: نتطرق في المبحث الأول للمسؤولية المدنية، وكذا في المبحث الثاني للمسؤولية الجزائية

المبحث الأول: المسؤولية المدنية للعلامة التجارية.

تستند الحماية المدنية المقررة للعلامة التجارية إلى القواعد العامة في القانون المدني وهي تخول لصاحبها الحق في المطالبة بالتعويض إذا ما وقع اعتداء على علامته بأي صورة كانت عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة، وهذه الدعوى هي دعوى مسؤولية يجوز أن يرفعها كل من أصابه ضرر من جراء الاعتداء على العلامة، أي لا يشترط رفعها من مالك العلامة فقط، تتم هذه الحماية لجميع الحقوق أيًا كان نوعها⁽¹⁾. فمالك العلامة التجارية يعتبر ذا حق استثنائي عليها، فهو وحده المخول باستعمالها في تمييز المنتجات أو الخدمات المقررة لها، بحيث إذا عمد أحد الأشخاص إلى تقليدها أو استعمالها في تمييز

1- سميحة القليوبي، مرجع سابق، ص. 561.

منتجات أو خدمات مماثلة لها فإن ذلك يشكل إعتداء على حق صاحب العلامة يؤدي للإضرار به من جراء ضعف الثقة في البضاعة أو الخدمة التي تميزها العلامة⁽¹⁾.

وعلى هذا الأساس سنقوم بدراسة دعوى المنافسة غير المشروعة في مطلب أول وقيامها والآثار المترتبة عنها في مطلب ثاني.

المطلب الأول: دعوى المنافسة غير المشروعة.

نظرا للأهمية التي تحظى بها دعوى المنافسة غير المشروعة باعتبارها الوسيلة التي تحد من جموح بعض اللذين يتجاوزون الحدود لطبيعية في ممارستهم حقوقهم بحيث لا يراعون أية اعتبارات للممارسات الشريفة للنشاط التجاري و الاقتصادي حيث يلجأون للتعدي على حقوق الغير قصد إشباع رغباتهم، هذا ما يقتضي بنا التطرق لدعوى المنافسة غير المشروعة والإلمام بها من خلال فرعين رئيسيين.

وعليه نقوم بدراسة تعريف دعوى المنافسة غير المشروعة في فرع أول، و شروط دعوى المنافسة غير المشروعة في فرع ثاني.

الفرع الأول: تعريف دعوى المنافسة غير المشروعة.

يقصد بالمنافسة، التنافس بين المؤسسات التجارية⁽²⁾ التي تمارس نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات وذلك من أجل اجتذاب الزبائن وترويج المنتجات والخدمات، وهي بهذا

1- حسين يوسف غنایم، حماية العلامات التجارية، كلية الشريعة و القانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، بدون دار النشر، بدون سنة النشر، ص 18.

2- يقصد بالمؤسسة التجارية في مفهوم الأمر 03/03 المؤرخ في 2003/06/19 و المتعلق بالمنافسة: " كل شخص طبيعي أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات".

المفهوم تحقق التوازن داخل الأسواق⁽¹⁾ من حيث وفرة السلع والخدمات وإشباع رغبة المستهلكين و زيادة الفعالية الاقتصادية. فلكل تاجر أكان شخصا طبيعيا أو اعتباريا الحق في القيام بأعمال المنافسة المشروعة التي لا تتعارض مع الأعراف التجارية النزيهة و التي من شأنها التعدي على مصالح التجار الآخرين⁽²⁾ لذلك وجب أن تكون المنافسة مبنية على أساس وطيبة من الشرف والصدق⁽³⁾، إلا أن ذلك لا يتحقق إلا بتدخل الدولة لتنظيم المنافسة⁽⁴⁾ عن طريق تحديد الأعمال لتي تعد من قبيل المنافسة المشروعة ومنع الأعمال التي من شأنها إحداث المنافسة غير المشروعة⁽⁵⁾.

أولاً: المقصود بالمنافسة غير المشروعة.

1. لغة: المنافسة غير المشروعة معناها نزعة فطرية تدعو إلى بذل الجهد في سبيل التفوق، وفي القرآن الكريم وبعد التصوير القرآني للنعم التي يلقاها المؤمنون حثهم الله سبحانه وتعالى على التنافس في عمل الخير حتى ينالوها وفي ذلك تقول الآية الكريمة لقوله تعالى: «ختامه مسك وفي ذلك فليتنافس المتنافسون»⁽⁶⁾.

1- يقصد بالأسواق في مفهوم الأمر 03/03 المؤرخ في 19/07/2003 والمتعلق بالمنافسة: "كل أسواق السلع أو

الخدمات المعنية بممارسة مقيدة للمنافسة وكذا تلك التي يعتبرها المستهلك مماثلة أو تعويضية".

2- ماهر فوزي حمدان، حماية العلامة التجارية، منشورات الجامعة الأردنية، 1999، ص 69 .

3- مصطفى كمال طه، القانون التجاري، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 1996، ص 180 .

4- سنها المشرع الجزائري في الأمر 03/03 المؤرخ في 19/07/2003 والمتعلق بالمنافسة، المعدل بالقانون 12/08

المؤرخ في 25/06/2008.

5- زينة غانم عبد الجبار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، دراسة مقارنة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان،

2007، ص 16.

6- الآية 26 من سورة المطففين.

و لذا كان مفهوم المنافسة في بداية شيوعه يعني حالة خصومة وتنافس ونزاع وصراع
وحالة عدااء مستمر⁽¹⁾.

2. اصطلاحا:

أ- التعريف الفقهي:

- يرى الفقيه الفرنسي "*Roubier GADINOL*" بأن: " إخلال البائع بالتزامه بعد إقامة
محل تجاري مماثل و منافس يعد من أفعال المنافسة غير المشروعة"⁽²⁾.

- وعرفت أيضا: " كل تصرف أو وسيلة مستعملة لتحقيق غرض معين أو اغتصاب
العملاء من منشأة صناعية أو محل تجاري"⁽³⁾ .

- وكذلك عرفت على أنها: " المنافسة غير المشروعة تدل على استخدام أساليب غير
سليمة بقصد التأثير على العلماء واجتبابهم"⁽⁴⁾.

ب- التعريف التشريعي:

- بالرجوع إلى قانون رقم 02/04 المتعلق بالممارسات التجارية نجد أن المشرع الجزائري
قد اعتبر أن من أعمال المنافسات غير المشروعة في مجال العلامات تقليدا وقد ردد
ذلك في نص المادة 27 فقرة 02 من القانون 02/04 بقولها: " تعتبر ممارسات
تجارية غير نزيهة في مفهوم أحكام هذا القانون لا سيما منها الممارسات التي يقوم من

1- محرز أحمد ،القانون التجاري الجزائري ،الجزء الأول ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر ، 1998 ،ص07.

2- طعمة صفعك الشمري ،أحكام المنافسة غير المشروعة في القانون الكويتي، بدون نار النشر، الكويت، 1990،ص20.

3- سامر محمود عبد دلالة، مشكلات الحماية المدنية للعلامة التجارية الأجنبية غير المسجلة في القانون الأردني،

جامعة البيت المرفق، الأردن، بدون سنة نشر، ص28.

4- نادية فوضيل ،القانون التجاري الجزائري ،الأعمال التجارية ،التاجر ،المحل التجاري ،الطبعة التاسعة ،ديوان

المطبوعات الجامعية ،الجزائر ، 2007 ،ص193.

خلالها العون الاقتصادي بما يلي: تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته" (1) .

- عرفت اتفاقية باريس المتعلقة بحماية الملكية الصناعية والتي صادقت عليها الجزائر في الفقرة 03 من المادة 10 المنافسة غير المشروعة وذكرت مظاهرها واعتبارها محظورة على النحو الآتي:

تعتبر من أعمال المنافسة غير المشروعة كل منافسة تتعارض مع العادات الشريفة في الشؤون الصناعية أو التجارية، وتكون محفوظة بصفة خاصة ما يلي:

* كافة الأعمال التي من طبيعتها أن توجد بأية وسيلة كانت ليس مع منشأة أحد المنافسين أو نشاطه الصناعي أو التجاري.

* -البيانات أو الإدعاءات التي يكون استعمالها في التجارة من شأنها تضليل الجمهور بالنسبة لطبيعة السلع أو طريقة تصنيعها أو خصائصها أو صلاحيتها للاستعمال أو كميتها" (2).

ج - التعريف القضائي:

1- القانون 02/04، المؤرخ في 2004/06/23 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، رقم

41، المؤرخة في 2004./06/27

2- نعيمة علوش، لعلامات في مجال المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، بن عكنون، 2001، 2002، ص34-35.

قرر القضاء الفرنسي في هذا الصدد أن: "يعتبر منافسة غير مشروعة ومستوجبة للتعويض كل فعل مستخدم لدى محل تجاري يدخل دون إخبار رب العمل، كعضو في شركة تقوم بنفس تجارة المحل بالرغم من بقائه في المحل"⁽¹⁾.

ثانياً: خصائص لمنافسة غير المشروعة.

- مفهوم المنافسة غير المشروعة لين و مرن، فلا يمكن حصر أعمالها، كما أنه واسع وغير دقيق ومتغير باستمرار.

- إن مبادئ وقوانين المنافسة غير المشروعة وليدة ممارسات الاجتهاد وتجاربه والتي تم تكريسها من طرف القضاء.

- إن المنافسة غير المشروعة تنصب على جذب عنصر الزبائن.

- غير مشروعة بمعنى تنطوي أساساً على طرق منافية للقوانين واللوائح والعادات و الأمانة و الشرف⁽²⁾.

ويتحدد خصائص المنافسة غير المشروعة تقضي طبيعة الأمر إلى تمييزها عن غيرها من المفاهيم كون أن الأفعال التي تعد من قبل المنافسة غير المشروعة مختلفة ومتعددة بحيث أنها تصطدم بعدة مفاهيم مشابهة لها والتي من شأنها إحداث اللبس و الخلط⁽³⁾.

تمييز المنافسة غير المشروعة عن المنافسة المشروعة:

1- حكم مذكور في كتاب « pichot Oliver » ومشار إليه في موقع: WWW .TASHREAT.COM

2- حلمي عباس، القانون التجاري الأعمال التجارية، التاجر، المحل التجاري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1989، ص72.

(3)- عائشة شابي، مروة بن سدر، مرجع سابق، ص.43.

إن المنافسة في الأصل هي أساس تقدم التجارة وتطورها، وتعد أمراً مباحاً و مرغوباً فيه وهي تعتمد على اكتساب أكبر عدد ممكن من العملاء ولكن إذا انحرفت هذه المنافسة عن الطريق السليم بحيث أصبحت تعتمد على اقتناص الزبائن من المحلات التجارية الأخرى فإن هذا يعد من قبل المنافسة غير المشروعة، وفي الأخير يمكننا القول أن المنافسة في الأصل تعد مشروعة مادامت الوسائل المتبعة فيها قانونية وغير قانونية للعرف و العادة التجارية وإلا فهي منافسة غير مشروعة⁽¹⁾.

تمييز المنافسة غير المشروعة عن المنافسة الممنوعة:

فالمنافسة الممنوعة تعني خطر القيام بنشاط معين إما بمقتضى نص كاشتغال الشخص بأعمال الصيدلة دون الحصول على مؤهلات علمية أو بمقتضى اتفاق بين المتعاقدين، مثل التزام مؤجر لعقار بعدم منافسة المستأجر أو التزام بائع المحل التجاري بعدم إنشاء تجارة مماثلة.

أما المنافسة غير المشروعة فلا ينصب المنع فيها على ممارسة النشاط التجاري، ولكنها تدل على استخدام أساليب غير سليمة بقصد التأثير على العملاء واجتذابهم لتخفيض ثمن السلع بشكل كبير⁽²⁾.

تمييز المنافسة غير المشروعة عن المنافسة الشفافة:

لقد كرس مبدأ الشفافية في العديد من النصوص منها الأمر الصادر في 1986/12/01 الفرنسي والذي أكد بوضوح هذا المبدأ، و المعدل بالقانون الصادر في

1- نعيمة علواش، مرجع سابق، ص 35.

2- د نادية فوضيل، مرجع سابق، ص 192-193.

1993/01/29⁽¹⁾ ، وهذا ما أشار إليه الأمر 02/04 المتعلق بالممارسات التجارية و ذلك في الباب الثاني من الأمر نفسه في المواد من 04 إلى 13.

إن مبدأ الشفافية مهم جدا أثناء التفاوض في العقد فكل شريك يجب عليه إعلان كل شروطه العامة لكل شخص قدم طلبا، وهذا ما نصت عليه المادة 33 من القانون الصادر في 1986/12/01 والتي تحدد كيفية تطبيق هذه القاعدة⁽²⁾.

ومنه فإن المنافسة غير المشروعة تختلف تماما عن المنافسة الشفافة، إذ أن في هذه الأخيرة يكون الكل منافسين و مستفيدين مطلعين تماما عن الأسعار و النماذج و الكميات⁽³⁾.

ثالثا: الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة:

لم ينظم المشرع الجزائري دعوى المنافسة غير المشروعة ولم يبين شروطها ولا أساسها القانوني، واكتفى بذكر بعض الممارسات التي اعتبرها غير مشروعة، ففي إطار العلامات التجارية ذكر المشرع أن تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتوجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك يشكل منافسة غير مشروعة⁽⁴⁾.

وفي محاولة للفقهاء و القضاء في إعطاء أساس قانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة، رجع القضاء الفرنسي إلى القواعد العامة و المطبقة في نطاق المسؤولية التقصيرية استنادا

1- نعيمة علوش، مرجع سابق، ص 44.

2- نعيمة علوش، المرجع نفسه، ص 44-45.

3- عائشة شابي، مروة بن سدر، مرجع سابق، ص 45.

4- المادة 27-02، من القانون رقم 04 \ 02، المؤرخ في 23\06\2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات

التجارية، مرجع سابق.

إلى نص المادة **1382** من القانون المدني الفرنسي، والتي تقابل المادة 124 من التقنين المدني الجزائري التي تقتضي بقولها: "كل عمل أيا كان يرتكبه المرء ويسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض"⁽¹⁾، فضلا عن أن المشرع ربط بين المنافسة غير المشروعة وحماية المحل التجاري بالنظر إلى عناصره كل عنصر على حدى.

كما يمكن تأسيسها على المادة **10** فقرة **02** من اتفاقية باريس المتعلقة بحماية الملكية الصناعية التي نصت على أن تلتزم دول الإتحاد بأن تكفل لرعايا دول الإتحاد الأخرى حماية فعالة ضد المنافسة غير المشروعة⁽²⁾.

وباختلاف الفقه والقضاء حول هذه النقطة فقد أسند بعض الفقه هذه الدعوى إلى القواعد العامة من باب المسؤولية التقصيرية، و البعض الآخر إلى نظرية التعسف في استعمال الحق، إلا أن الاتجاه الحديث حاول إعطاء أساس جديد تقوم عليه دعوى المنافسة غير المشروعة بعيدا عن القواعد العامة في المسؤولية القائمة على المسؤولية التقصيرية وبعيدا كذلك على نظرية التعسف في استعمال الحق⁽³⁾. حيث يذهب هذا الاتجاه إلى أن الحق في المنافسة هو حق ذو طبيعة مركبة يجمع بين سمات الحق الشخصي و الحق العيني، ومن بين عناصره أيضا حقوق ملازمة لشخصية الإنسان، فحق المنافسة ذو طابع مالي و أدبي معا، وإذا كانت طبيعة الحق هي التي تحدد نوع الدعوى من حيث كونها شخصية أو عينية أو عقارية أو منقولة، إلا أن ذلك لا ينطبق إلا على الحقوق المالية. ونظرا لكون الحق في المنافسة حق مركب يشمل مزيج بين العنصر البشري المتمثل في شخصية المنافس

1- نادية فوضيل، مرجع سابق، ص 193.

2- نعيمة علوش، مرجع سابق، ص 45.

3- أحمد محرز، الحق في المنافسة المشروعة، بدون دار نشر، القاهرة، 1994، ص 172 وما بعدها.

ومعاونيه وبين العناصر المالية التي يضارب بها المنافس ويقوم بنشاطه ومن ثم فإن الدعوى التي تحمي المنافسة لا تدخل في نطاق التقسيم التقليدي للدعاوي⁽¹⁾.

ولكن يتجه الرأي الراجح في الفقه ويكاد يجمع القضاء على أن دعوى المنافسة غير المشروعة تستند إلى أحكام المسؤولية التقصيرية كما هو مقرر في القواعد العامة⁽²⁾ باعتبار أن المنافسة غير المشروعة ما هي إلا عمل غير مشروع ومن ثمة فهي تعد خطأ يستوجب التزام مرتكبيه بتعويض المضرور⁽³⁾.

إذن رفع دعوى المنافسة غير المشروعة معناه رفع دعوى المسؤولية التقصيرية، ويحق لكل تاجر أصيب بضرر ناجم على فعل المنافسة غير المشروعة أن يرفع دعوى أمام القضاء يطالب فيها بالتعويض عما أصابه من ضرر جراء تلك الأعمال كلما توافرت شروط المسؤولية وهي الخطأ و الضرر و العلاقة السببية⁽⁴⁾.

الفرع الثاني: شروط دعوى المنافسة غير المشروعة.

يشترط لقيام دعوى المنافسة غير المشروعة من جراء الاعتداء على العلامة التجارية العناصر التي يتطلبها القانون لقيام المسؤولية وهي وجود أفعال المنافسة غير المشروعة أو ما يسمى بالفعل، ووجود ضرر جراء أعمال المنافسة غير المشروعة أو ما يسمى بالضرر، وأخيرا علاقة السببية بين أفعال المنافسة غير المشروعة وإلحاق الضرر بالغير⁽⁵⁾.

1- أحمد محرز، نفس المرجع، ص. 312.

2- نعيمة علوش، مرجع سابق، ص. 44.

3- طعمة صفحك الشمري، مرجع سابق، ص. 55.

4- نادية فوضيل، مرجع سابق، ص. 193.

1- ميلودي سلامي، دعوى المنافسة غير المشروعة كوجه من أوجه الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون الجزائري،

دفاثر السياسة والقانون، جامعة باتنة، الجزائر، العدد 2012/01/6، ص. 181.

أولاً: وجود أفعال المنافسة غير المشروعة.

لم يحدد قانون العلامات رقم 06/03 صور أو حالات المنافسة غير المشروعة، وإنما أوردها القانون 02/04 والمتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، إذ تنص المادة 27⁽¹⁾ منه على أنه: "تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في مفهوم أحكام هذا القانون لا سيما منها الممارسات التي يقوم من خلالها العون الاقتصادي بما يأتي:

1- تشويه سمعة عون اقتصادي منافس بنشر معلومات سيئة تمس شخصه أو بمنتجاته أو خدماته.

2- تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك.

3- استغلال مهارة تقنية أو تجارية دون ترخيص من صاحبها.

4- إغراء مستخدمين متعاقدين مع عون اقتصادي منافس خلافا للتشريع المتعلق بالعمل.

5- الاستفادة من الأسرار المهنية بصفة أجير قديم أو شريك للتصرف فيها قصد الإضرار بصاحب العمل أو الشريك القديم⁽²⁾.

6- إحداث خلل في تنظيم عون اقتصادي منافس وتحويل زبائنه باستعمال طرق غير نزيهة كتبديد أو تخريب وسائله الإشهارية واختلاس البطاقات أو الطلبات والسمسرة غير القانونية و إحداث اضطراب بشبكتة للبيع.

2- المادة 27، من القانون رقم 02/04، المؤرخ في 23/06/2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

1- ميلودي سلامي، مرجع سابق، ص 181-182.

7- الإخلال بتنظيم السوق وإحداث اضطرابات فيه بمخالفة القوانين أو المحظورات الشرعية وعلى وجه الخصوص التهرب من الالتزامات والشروط الضرورية لتكوين نشاط أو ممارسته أو إقامته.

8- إقامة محل تجاري في الجوار القريب لمحل منافس بهدف استغلال شهرته خارج الأعراف والممارسات التنافسية المعمول بها.

ومن خلال هذا النص يتضح أن الصورة الوحيدة التي أوردها المشرع والمتعلقة بالعلامات التجارية جاءت بها الفقرة 2 و المتمثلة في تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك.

وهذه الفقرة لم توضح فيما إذا كان الأمر يتعلق بالعلامة المسجلة فقط أو أن الأمر يمكن أن ينطبق على العلامة غير المسجلة بمعنى هل يمكن لصاحب العلامة غير المسجلة أن يتمسك بدعوى المنافسة غير المشروعة لحماية علامته ومنتجاته؟ أضف إلى ذلك فإن مصطلح التقليد في قانون العلامات رقم 06/03⁽¹⁾ يقصد به جميع الاعتداءات التي يقوم بها الغير خرقاً للحقوق الإستثنائية المعترف بها لمالك العلامة المسجلة فقط، والتقليد وفق هذا المعنى يكتسي أشكالاً مختلفة وكلها لها محلول جزائي أي تشكل جنحة في نظر الأمر 06/03 ومن صور الاعتداء جنحة تقليد العلامة أو تشبيهاها، وجنحة استعمال علامة مقلدة أو مشبهة، وجنحة اغتصاب العلامة المملوكة للغير وجنحة بيع منتجات عليها علامة مقلدة أو مشبهة... الخ⁽²⁾.

2- الأمر 06/03، المؤرخ في 19/07/2003، المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

1- ميلودي سلامي، مرجع سابق، ص 182.

ومن ثمة فإن القانون 02/04⁽¹⁾ يطرح إشكالا فيما إذا كان يتيح لصاحب العلامة غير المسجلة التمسك بدعوى المنافسة غير المشروعة لحماية علامته؟ خاصة و أن هناك رأي⁽²⁾ يرى أن الدعوى المؤسسة على تقليد العلامة ضد من قام بالتقليد لا يجوز رفعها إلا من صاحب العلامة أو المرخص له باستعمال ضد من قام بالتقليد، بينما إذا كان الأمر يتعلق بدعوى مؤسسة على المنافسة غير المشروعة فيجوز لكل من لحقه ضرر من جراء هذا التصرف أن يرفع هذه الدعوى، أن هذا الرأي وإذا كان صائبا وهو المفترض أن يأخذ به المشرع الجزائري إلا أن يصطدم بالفقرة 02 من القانون 02/04 التي تعتبر من قبيل أعمال المنافسة غير المشروعة تقليد العلامات؟ فلا يمكن أن يكون لمفهوم التقليد في قانون العلامات 06/03⁽³⁾ مفهوم مغاير للمفهوم الوارد في القانون 02\04⁽⁴⁾ المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ومن ثمة كان ينبغي على المشرع أن يجتنب مصطلح تقليد العلامات و الاكتفاء بعبارة الاعتداء على العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو الاعتداء على منتجاته أو خدماته... الخ⁽⁵⁾.

وعليه إن أعمال المنافسة غير المشروعة متعددة ولا يمكن حصرها إلا أنه قام الفقه بتصنيف هذه الأفعال ضمن أربع صور أو مجموعات من حيث تشابه الأفعال وهي:

أ - أعمال التشويه أو الإساءة إلى سمعة التاجر: كإذاعة معلومات غير صحيحة أو إشاعات كاذبة مثل تشويه الحقائق بالحط من جودة البضائع حتى ينصرف العملاء من المحل التجاري أو محاولة تقليدها حتى يصعب على المرء تمييزها عن إنتاج المنافس

2- القانون رقم 02/04، المؤرخ في 06/23/2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

3- فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص. 256.

4- الأمر 06/03، المؤرخ في 19/07/2003، المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

5- القانون رقم 02/04، المؤرخ في 06/23/2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

6- ميلودي سلامي، مرجع سابق، ص. 183.

...الخ، كذلك تعد من ضمن أعمال المنافسة غير المشروعة الإجراءات القضائية الكيدية مثل: دعاوي الإفلاس الكيدية.

ب- الاعتداء على الاسم التجاري أو التسمية المبتكرة: وتتمثل في اتخاذ المحل المنافس اسما تجاريا مشابها لإسم محل آخر أو اعتدائه على التسمية المبتكرة.

ج- تحريض العمال: وذلك عن طريق تحريضهم على ترك المحل أو بت الاضطراب و الفوضى في المحل المنافس أو إغرائهم على الالتحاق بالعمل لدى التاجر المنافس حتى يجذب أكبر عدد ممكن من العملاء أو للوقوف على أسرار المهنة.

هـ- تخفيض أسعار السلع: الأصل هو أن بيع السلع بثمن أقل من الثمن الذي يبيع به المشروعات المنافسة يعتبر عملا مشروعاً طالما كان الفرق في السعر يمكن اعتباره في حدود المنافسة المشروعة، و المثال على ذلك : البيع عن طريق التصفية بأسعار تقل عن التكلفة في المواسم والأعياد و نهاية السنة المالية للمحل، أما إذا استمرت أسعار التصفية طوال السنة مع تدعيمها بحملات إعلانية موضحاً بها الأسعار التي يبيع بها وأسعار منافسة، يتضح جلياً أن المقصود بذلك تحطيم تجارة الغير بطرق غير مشروعة⁽¹⁾. ويمكن أن نضيف إليها حالة التعدي على براءات الاختراع و الرسوم و النماذج الصناعية أو ما يسمى بحقوق الملكية الصناعية⁽²⁾.

ولا تتحقق المسؤولية إلا إذا كان هناك خطأ ارتكب، و الخطأ هو انحراف الشخص عن سلوك الرجل العادي، ويتمثل الخطأ في استعمال وسائل غير قانونية أو منافية للعرف التجاري أو العادة التجارية، مثلا تعتبر منافسة غير مشروعة من صاحب مصنع لإنتاج الجلود و صناعة الأحذية ضد مصنع لصناعة الجلود، وتعود للقاضي السلطة في تقدير

1- نادية فوضيل، مرجع سابق، ص 196-197.

2- طعمة صفعك الشمري، مرجع سابق، ص 23.

الفعل المكون للمنافسة غير المشروعة⁽¹⁾، ولكن لا يشترط أن يكون النشاطان متطابقان بل يكفي أن يكون متقاربين بحيث يكون لأحدهما تأثير على عملاء الآخر، كما لو وجد تاجر يملك مصنع لإنتاج سلعة معينة وتاجر آخر يملك محلا للإتجار بها⁽²⁾.

وتجدر الإشارة إلى أن الأعمال غير المشروعة التي تتبع في المنافسة تنطوي بصفة عامة على أعمال تنتافي مع القوانين أو العادات أو الشرف أو الأمانة أو الأعراف و مقتضيات التعامل التجاري⁽³⁾.

ويكفي لتحقيق ركن الخطأ في المنافسة غير المشروعة أن يصدر الفعل عن إهمال أو عدم أخذ الاحتياط، إذ لا يشترط لترتب المسؤولية توافر سوء نية المعتدي على العلامة التجارية غير المسجلة عن ممارسة فعل الاعتداء⁽⁴⁾.

ثانيا: وجود ضرر جراء أعمال المنافسة غير المشروعة.

لا يمكن المطالبة بأي تعويض وفق دعوى المنافسة غير المشروعة إلا إذا أدت أفعال المنافسة غير المشروعة إلى إحداث ضرر للتاجر المنافس الذي وقع الاعتداء على علامته التجارية⁽⁵⁾.

و الضرر الحاصل جراء المنافسة غير المشروعة قد يكون ضررا ماديا يصيب التاجر في علامته التجارية المتعلقة بالتجارة سواء أكانت علامات تجارية أو علامات صنع أو

1- نادية فوضيل، مرجع سابق، ص 193-194.

2- حسين يوسف غنايم، مرجع سابق، ص 27.

3- ناصر عبد الحليم السلامة، الحماية الجزائية للعلامات التجارية، دراسة مقارنة، وفقا لأحدث التشريعات العربية والأجنبية، دار النهضة العربية، القاهرة، بدون سنة نشر، ص 59.

4- ناصر عبد الحليم السلامة، مرجع سابق، ص 60.

5- عبد الله الخشروم، الحق في التعويض الناشئ عن التعدي كوجه من وجوه الحماية المدنية للعلامة التجارية، دراسة في

التشريع الأردني، مقال منشور في مجلة أبحاث اليرموك، جامعة اليرموك، سنة 2004، ص 688.

خدمات متعلقة بالخدمات كما قد يكون الضرر معنوي يصيب التاجر في سمعته التجارية وسمعة علاماته المتعلقة بتجارته⁽¹⁾.

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

إلا أنه في مجال المنافسة غير المشروعة فإنه لا يمكنه إطلاقا إثبات الضرر، و إنما يكفي إثبات وقوع أفعال المنافسة غير المشروعة لذلك يلجأ قاضي الموضوع إلى تقدير التعويض تقديرا جزافي مستخلصا ذلك من طبيعة أعمال المنافسة غير المشروعة، وهناك بعض الحالات من أفعال المنافسة غير المشروعة لا يترتب عليها أي ضرر، و إنما تهدف الدعوى في هذه الحالة إلى إزالة الوضع غير المشروع بالنسبة للمستقبل⁽²⁾، وهو ما يسمى بوقف الاعتداء وهو أحد صور الحماية المدنية للعلامة التجارية، فقد أجاز الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات لصاحب تسجيل العلامة إذا أثبت أن مساس بحقوقه أصبح وشيكا أن يلجأ للمحكمة المختصة للفصل في المساس بالحقوق (التعويض) و الأمر بمصادرة الأشياء و الوسائل التي استعملت في التقليد و إتلافها⁽³⁾. وأي اعتداء على العلامة التجارية يسبب ضررا ماديا ومعنويا لمالك العلامة ففضلا على كون الاعتداء على العلامة وإن لم يلحق ضررا ماديا بمالك العلامة، إلا أنه يمس سمعة مالك العلامة ويشوه سمعة منتجاته أو خدماته، فإن الحق في العلامة هو حق مزدوج فمن جهة هو حق مالي يتمثل في الفائدة التي

1- ميلودي سلامي، مرجع سابق، ص 183.

2- ماهر فوزي حمدان، حماية العلامة التجارية، منشورات الجامعة الأردنية، 1999، ص 83.

3- المادة 29 من الأمر 06/03، المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

يجنبها مالك العلامة من استغلال علامته، وهو حق معنوي لصيق بشخص التاجر ومن ثمة فإن المساس بالعلامة التجارية يسبب ضررا ماديا ومعنويا لمالك العلامة في الوقت نفسه⁽¹⁾.

ثالثا: علاقة السببية بين أفعال المنافسة غير المشروعة و الضرر.

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

يتيح الأمر **06/03** المتعلق بالعلامات لمالك العلامة التجارية المطالبة بالتعويض بوقف أعمال الاعتداء حتى قبل وقوعها⁽²⁾، و الهدف من ذلك هو منع وقوع الضرر جراء المساس بحقوقه على العلامة مستقبلا، إلا أنه في دعوى المنافسة غير المشروعة وفقا للقانون **02/04** فلا يمكن المطالبة بالتعويض إلا بعد وقوع الضرر و إثبات الضرور علاقة السببية بين أفعال المنافسة و الضرر الواقع له، كما أن الملاحظ أن الأمر **06/03** يكفي بالضرر⁽³⁾، أي يكفي إثبات الأفعال التي توحى بأن تقليدا سيرتكب في حين أن القانون **02/04** يشترط إثبات الضرر الواقع فعلا دون الضرر الاحتمالي⁽⁴⁾، كما أن الأمر **06/03** المتعلق بالعلامات يتيح لمالك العلامة المسجلة المطالبة بالتعويض وفقا للدعوى المدنية بالتبعية للدعوى الجزائية، كما يمكن المطالبة بالتعويض بدعوى مدنية مستقلة أمام القضاء المدني.

1- ميلودي سلامة، مرجع سابق، ص 183.

2- المادة 29 من الأمر 06/03، مرجع سابق.

3- المادة 28 من الأمر 06/03، المرجع نفسه.

4- القانون رقم 02/04، المؤرخ في 06/23/ 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

وعليه فالدعوى المدنية المطالبة بالتعويض عن التعدي على العلامة سواء استندت إلى الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات أو استندت إلى دعوى المنافسة غير المشروعة وفقاً للقانون 02/04 فإنها تشتركان في ضرورة أن تكون العلامة التجارية المعتمد عليها مسجلة فلا يمكن المطالبة بالحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة، في حين أنه كان على المشرع أن يبسط الحماية القانونية المدنية على العلامة المسجلة وفقاً للأمر 06/03 المتعلق بالعلامات⁽¹⁾.

المطلب الثاني: قيام دعوى المنافسة غير المشروعة.

مادامت دعوى المنافسة غير المشروعة مؤسسة على المسؤولية التقصيرية فهي تخضع للقواعد العامة بمعنى الإجراءات المتبعة في رفعها نفسها المتبعة لرفع أي دعوى ما وعليه سنقوم بالتطرق لدعوى المنافسة غير المشروعة في فرع أول من خلال تبيان المحكمة المختصة و أطراف دعوى المنافسة غير المشروعة، وسنتطرق في الفرع الثاني للإثبات في دعوى المنافسة غير المشروعة وكذا الآثار المترتبة على رفعها.

الفرع الأول: تحريك دعوى المنافسة غير المشروعة.

أجمع الفقهاء، والقضاء على اعتبار المسؤولية التقصيرية كأساس لدعوى المنافسة غير المشروعة مع مراعات الطبيعة القانونية لهذه الدعوى فبالإضافة إلى التعويض عن الضرر تكون هذه الدعوى علاجية، وذلك بوقف أعمال المنافسة غير المشروعة، وبما أن دعوى المنافسة غير المشروعة لم تخرج في أساسها عن القواعد العامة للالتزام، فإنه إذا تحققت شروط المسؤولية التقصيرية السابق بيانها، تنشأ عن تحققها علاقة قانونية جديدة بين المضرور، والمسؤول عن الفعل الضار أي مرتكب الخطأ، تتمثل هذه العلاقة بالالتزام

1- ميلودي سلامة، مرجع سابق، ص 184.

المسؤول بتعويض المضرور عما لحقه من ضرر ،فالالتزام الجديد مصدره الفعل الضار والقاعدة العامة أنّ المسؤولية التقصيرية تجد أساسها في الفعل الضار الناتج عن فعل الخطأ وغالبا ما لا يقر المسؤول بمسؤوليته ويحاول التهرب من دفع التعويض فيضطر بذلك المضرور أن يرفع دعوى مطالبا بحقه ،فالضرر كما نرى هو سبب الدعوى والأصل في الدعوى القضائية عموما أن يرفعها كل ذي مصلحة وبخصوص دعوى المنافسة غير المشروعة فلا يتصور أن يتضرر من المنافسة غير المشروعة إلاّ العون الاقتصادي المتضرر ،والذي يهدف قانون المنافسة لحمايته ،فيدخل في هذا الإطار ممارسو المهن الحرة متى ثبت ارتباطهم بالسوق وكل من تضرر ،من منافسة غير مشروعة ولذا سنبين من خلال هذا المطلب الجهة المختصة في نظر هذه الدعوى و كذا نطاق دعوى المنافسة غير المشروعة ومن له الحق في رفع هذه الدعوى.

أولاً: المحكمة المختصة للنظر في دعوى المنافسة غير المشروعة.

ينقسم الاختصاص إلى نوعين أو على شكلين اختصاص نوعي و اختصاص محلي و طبقا للقواعد العامة، يمكن القول أن المحكمة المختصة هي المحكمة التي يجوز لها الفصل في دعاوي المنافسة غير المشروعة⁽¹⁾.

1- الاختصاص النوعي: إن فيما يتعلق بتحديد الجهة القضائية المختصة للفصل في الدعوى المدنية فيبقى الأمر يخضع للقواعد العامة للاختصاص المنصوص عليها في قانون الإجراءات المدنية و الإدارية، و المتمثلة كأصل عام في المادة 32 منه، و التي تنص على: " المحكمة هي الجهة القضائية ذات الاختصاص العام و تتشكل من أقسام يمكن أن تتشكل من أقطاب متخصصة.

1- عائشة شابي ،مرورة بن سدره ،مرجع سابق ،ص 55.

تفصل المحكمة في جميع القضايا لا سيما المدنية و التجارية و البحرية و الاجتماعية و العقارية و قضايا شؤون الأسرة و التي تختص بها إقليميا ...⁽¹⁾. و من خلال هذه المادة يتضح أن الجهة المختصة نوعيا للفصل في الدعوى هي المحكمة غير أن العمل جرى على تخصيص أقسام في المحاكم و كل قسم مختص بمنازعات محددة فمثلا: القسم التجاري يختص بالمنازعات التجارية.

و نرى من عموم النص أنه تعتبر أعمالا تجارية بالتبعية الالتزامات الناشئة عن المسؤولية التقصيرية التي تحدث بسبب ممارسة النشاط التجاري، و على ذلك يعتبر عملا تجاريا الالتزام الناشئ عن مسؤولية التاجر من جراء منافسة غير مشروعة خاصة في مجال الملكية الصناعية⁽²⁾.

2- الاختصاص المحلي:

بالنظر لما سبق قوله فيما يتعلق بالاختصاص النوعي يطبق القول أيضا على الاختصاص الإقليمي فيطبق القواعد العامة للاختصاص المنصوص عليها في قانون الإجراءات المدنية و الإدارية ذلك لعدم وجود نصوص خاصة تحدد ما يمكن أن يعتبر من إجراءات لرفع الدعاوي في مجال حقوق الملكية الصناعية و خاصة دعوى المنافسة غير المشروعة، و قد نصت المادة 37 من قانون الإجراءات المدنية و الإدارية على:

" يؤول الاختصاص الإقليمي للجهة القضائية التي يقع في دائرة اختصاصها موطن المدعي عليه و إن لم يكن له موطن معروف، فيعود الاختصاص للجهة القضائية التي يقع فيها آخر موطن له، و في حالة اختيار موطن، يؤول الاختصاص الإقليمي للجهة القضائية

1- المادة 32 من قانون الإجراءات المدنية و الإدارية.

2- نادية فوضيل، مرجع سابق، ص 415.

التي يقع فيها الموطن المختار، مالم ينص القانون على خلاف ذلك⁽¹⁾. و باعتبار دعوى المنافسة غير المشروعة تقام من أجل تعويض الضرر الحاصل لمالك العلامة فإنها مؤسسة على المسؤولية التقصيرية، أما فيما يخص التقادم ففي جميع الأحوال يرجع إلى القواعد العامة و ذلك بانقضاء 15 سنة من يوم وقوع الفعل الضار⁽²⁾.

و يعد سن تشريع وطني للمنافسة خطوة متقدمة في تطوير المنظومة القانونية لسير آليات السوق بصفة عادية، لكن ذلك يتطلب بدوره التفكير في الجهة أو الجهات التي ستتولى متابعة تنفيذ هذا القانون و السهر على احترام قواعده و الوسائل اللازمة لمواجهة الممارسات المخلة للمنافسة ، و بالنظر للقانون 03/03⁽³⁾ الذي منح الحق لكل شخص طبيعي أو معنوي تضرر من ممارسة مقيدة أن يرفع دعوى أمام الجهة القضائية المختصة⁽⁴⁾. هنا يتبين لنا أن النص جاء بصيغة العموم بمعنى و بالنظر للطبيعة الخاصة لدعوى المنافسة غير المشروعة و كونها لا تخرج عن قواعد المسؤولية المدنية فإنه يمكن للمتضرر إقامة دعواه للحصول على حقه في التعويض عن الضرر الذي لحقه ، أو ردع أعمال المنافسة غير المشروعة، و في هذا الصدد نصت المادة 03 من قانون الإجراءات المدنية و الإدارية على

1- في حالة تعدد المدعى عليهم يؤول الاختصاص الإقليمي للجهة القضائية التي يقع في دائرة اختصاصها موطن أحدهم.

2- أنظر المادة 133 من القانون المدني الجزائري رقم 05 / 10 المؤرخ في 20 / 06 / 2005، الجريدة الرسمية رقم 44.

3- الأمر 03/03 ، المؤرخ في 19 / 07 / 2003 ، المتعلق بالمنافسة و المعدل بالقانون 12/08 ، المؤرخ في 25/07/2008، مرجع سابق.

4- المادة 32 من قانون الإجراءات المدنية و الإدارية " المحكمة هي الجهة القضائية ذات الاختصاص العام و تتشكل من أقسام و يمكن أيضا من أقطاب متخصصة، تف(صل المحكمة في جميع القضايا لا سيما المدنية و التجارية و البحرية و الاجتماعية و العقارية و قضايا شؤون الأسرة و التي تختص بها إقليميا، تتم جدولة القضايا أمام الأقسام حسب طبيعة النزاع ".

أنه: " يجوز لكل شخص يدعي حقا رفع دعوة أمام القضاء للحصول على ذلك الحق أو حمايته "(1).

ثانيا: أطراف دعوى المنافسة غير المشروعة:

يتضح مما سبق أن لكل شخص له مصلحة شخصية بمباشرة الحق في المطالبة بالتعويض الناجم عن المنافسة غير المشروعة و يجب إقامة الدعوى ممن له صفة بذلك، و تقام هذه الدعوى على مرتكب الفعل⁽²⁾ و القاعدة العامة أن للدعوى طرفان هما المدعي و المدعى عليه:

1- المدعي: هو كل شخص لحقه ضرر من عمل المنافسة غير المشروعة، وفي حالة تعدد المتضررين أمكن رفع هذه الدعوى من طرف مجموع هؤلاء إذا كانت تجمع بينهم مصلحة مشتركة، ومن هنا يحق للمضرور من هذا العمل إقامة دعوى ضد منافسه و شريكه⁽³⁾، ويكون ذلك بإتباع طرق رفع الدعوى المنصوص عليها في قانون الإجراءات المدنية والإدارية.

وكقاعدة عامة لا تقبل الدعوى المدنية إلا من المتضرر ماديا أو شخصيا سواء كان معنويا أو طبيعيا، كما يحق أيضا للشخص الاعتباري رفع دعوى المنافسة غير المشروعة ويجوز أن ينتقل هذا الحق إلى من أضرت بهم الجريمة كالورثة بواسطة ممثليهم القانونيين. ويشترط الأهلية والصفة في المدعي، وإذا كان الشخص قاصرا (المتضرر) فينوبه وليه و إذا كان الشخص معنوي فيرفع هذه الدعوى الممثل القانوني للشركة ولا يشترط أن تستند

1- المادة 32 ،قانون الإجراءات المدنية و الإدارية،مرجع سابق.

2- إيناس مازن فتحي الجبارين، الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقا للقوانين الأردنية، رسالة لنيل شهادة

ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2010، ص 76.

3- حلمي عباس ،مرجع سابق ،ص 74.

دعوى المنافسة غير المشروعة إلى حق لإقامتها، بل يكفي لإقامتها أن يستند إلى مركز موضوعي أو مصلحة اقتصادية⁽¹⁾.

2- المدعى عليه: هو كل شخص مرتكب للفعل الضار أو مسؤول عنه وقد يكون شخصا ذاتيا أو معنويا، وفي حالة التعدد يمكن توجيه دعوى المنافسة غير المشروعة ضدهم جميعا بصفة تضامنية⁽²⁾.

والمدعى عليه قد يكون متهم أصلي أو شريك (كالشريك في الشركات التجارية) وبالتالي فإن دعوى المنافسة غير المشروعة ترفع ضد المنافس الذي ارتكب فعل المنافسة غير المشروعة. وكذلك ضد كل من اشترك معه في الفعل شريطة علم الأخير بعدم مشروعية الفعل أو أنه كان بإمكانه أن يعلم، كما يسأل المنافس عن الضرر الذي يسببه تابعيه الذين يستعين بهم في ممارسة نشاطه الصناعي أو التجاري طالما وقع فعلهم غير المشروع حال تأديتهم وظيفتهم أو بسببها⁽³⁾. ويعد هذا الفعل للمنافسة غير المشروعة فعلا تقصيريا يستوجب مسؤولية فعله عن تعويض الضرر المترتب عليه، ويعد تجاوز حدود المنافسة المشروعة ارتكاب أعمال مخالفة للقانون أو العادات أو استخدام وسائل منافية لمبادئ الشرف و الأمانة في المعاملات و يشترط لتقوم مسؤولية المدعى عليه أن ينجز ضررا عن الفعل الخطأ الذي أتاه من خلال التعسف في استعمال الحق في المنافسة⁽⁴⁾.

1- عماد حمد محمود الإبراهيم، الحماية المدنية لبراءة الاختراع و الأسرار التجارية، دراسة مقارنة، رسالة لنيل شهادة

الماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية نابلس، فلسطين، 2012، ص 442.

2- القليوبي سميحة، مرجع سابق، ص 564.

3- عماد حمد محمود الإبراهيم، مرجع سابق، ص 142.

4- هناء قماري، دليلة هدايية، دعوى المنافسة غير المشروعة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في القانون، قسم العلوم

القانونية و الإدارية، تخصص قانون أعمال (النظام القانوني للاستثمار)، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة 08

ماي 1945، 2013-2014، ص 57.58.

وبالرجوع إلى قانون الإجراءات المدنية و الإدارية 09/08 فإنه يجب أن تكلف المدعي عليه بالحضور⁽¹⁾.

الفرع الثاني: الإثبات في دعوى المنافسة غير المشروعة.

طبقا لنص المادة 58 فقرة 2 من الأمر 07/03⁽²⁾ و المادة 29 من الأمر 06/03⁽³⁾، و المادة 25 فقرة 2 من الأمر 86/66⁽⁴⁾ تحتاج دعوى المنافسة غير المشروعة المرفوعة لحماية العلامة إلى الدعاوي التي ترفع عليه أمام القضاء إلى تأكيدها

من طرف المدعى عليه بأدلة و أسانيد تثبتها ليقوي مركزه القانوني ولكي تنتج الدعوى آثارها العملية⁽⁵⁾.

أولا: طرق الإثبات في دعوى المنافسة غير المشروعة.

بما أن العلامة من المواضيع التجارية فإنها تخضع لقاعدة حرية الإثبات لهذا أوردت فيها قوانين حقوق الملكية الصناعية بعض طرق الإثبات نذكر منها:

1- انتقال المحكمة للمعاينة: هو إجراء تقوم به المحكمة كخطوة لاستجلاء معالم القضية

من الواقع و إحالتها على الطبيعة ومحاولة فهمها بعيدا عما يمكن أن يحدث من تعارض أقوال الخصوم و شهودهم لأن هذا الأمر قد يؤدي للتشويش على المحكمة وذلك ليتسنى

1- عائشة شابي، مروة بن سدر، مرجع سابق، ص 57.

2- المادة 58 من الأمر 07/03، المؤرخ في 07/19/2003، المتعلق ببراءة الاختراع، الجريدة الرسمية عدد 44، سنة 2003، المؤرخة في 23/07/2003.

3- المادة 29 من الأمر 06/03، المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

4- المادة 25 من الأمر 86/66، المؤرخ في 28/04/1966، المتعلق بالرسوم و النماذج.

5- عائشة شابي، مروة بن سدر، مرجع سابق، ص 58.

لها موازنة الأدلة بنفسها⁽¹⁾، وهو إجراء تقوم به المحكمة من تلقاء نفسها إذ رأت عموماً في القضية، كما قد يطلبه المدعي الذي وقعت عليه التصرفات و الأعمال غير المشروعة، بحيث يقدم طلباً بالانتقال إلى مكان حدوثها لمشاهدتها على طبيعتها، وهو أمر جوازي وقبوله أو رفضه يخضع لتقدير قاضي الموضوع فهو إجراء تحقيقي إضافي نصت عليه المادة 59 من الأمر 07/03، و المادة 27 فقرة 2 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات⁽²⁾.

2- محاسن إثبات الحالة: هو إجراء يطلبه المدعي إذا كانت الأعمال غير المشروعة التي قام بها المدعى عليه غير واضحة للعيان أو يخشى زوالها بمرور الزمن، فيتدارك ذلك بتحرير محضر إثبات الحالة وهذه المحاضر ليس لها قوة قاطعة في الإثبات بل تخضع لتقدير القاضي، فقد يعتمدها أو يستعبدتها حسب مدى اقتناعه بها.

3- ندب الخبراء: هو استيضاح رأي أهل الخبرة لاستظهار جوانب من الوقائع المادية لا يمكن لقاضي الموضوع إدراكها بنفسه بمجرد الإطلاع على أوراق القضية، أو في شأن الجوانب الفنية⁽³⁾، ولهذا الإجراء أهمية كبيرة في مجال حقوق الملكية الصناعية نظراً لماله من صبغة فنية قد يتعذر على القاضي الوصول إلى تحديد جوانبها لاستخلاص قناعته،

1- همام محمود محمد زهران، أصول الإثبات في المواد المدنية و التجارية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2000، ص 503.

2- عائشة شابي، مروة بن سدر، مرجع سابق، ص 58.

3- همام محمود محمد زهران، مرجع سابق، ص 516، نقلاً عن العمري صالحة، الحماية القانونية لحقوق الملكية الصناعية في الجزائر، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2007. 2008، ص 154.

فيعتمد في ذلك على رأي أهل الخبرة في هذا المجال لما لهم من إلمام و دراية أكثر منه، وقد نص عليه المشرع في المادة 26 من الأمر 06/03⁽¹⁾.

وقد يشترط على الطالب دفع كفالة، وترك نسخة لحائزي الأشياء الموصوفة مع وجوب التقدم للسلطة القضائية في أجل شهر بهذا الوصف و إلا بطل مفعوله كما نصت المادة 34 من الأمر 06/03 على ذلك⁽²⁾. وهو أمر جوازي لا يقيد المحكمة أو يلزمها بإتباعه والأخذ به، إلا أن له تأثير كبير على اقتناء القاضي.

و في جميع الأحوال لا يشترط إثبات سوء نية المدعى عليه عند قيامه بهذه الأعمال غير المشروعة، و إذا استلزم حل النزاع تقديم مستند أو شيء مودع فإنه يجوز لرئيس المحكمة المرفوعة أمامها الدعوى إلزام طرفي الدعوى بتقديمها⁽³⁾.

ثانياً: آثار رفع دعوى المنافسة غير المشروعة:

يقر القضاء لمن يتعرض لأحد أعمال المنافسة غير المشروعة أن يلجأ لحمايته برفع دعوى أمام القضاء كما وضعنا سابقاً، وفي حالة تحقق واقتناع القضاء من الأدلة المقدمة ومتى توفرت شروط دعوى عدم المشروعية في المنافسة فله أن يقضي على المرتكب للفعل غير المشروع بالكف عن الاستثمار فيه والقضاء بالتعويض لمن أصابه الضرر⁽⁴⁾.

1- إزالة الفعل الضار: (وقف الأعمال):

1- أنظر المادة 26 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

2- أنظر المادة 34 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، نفس المرجع.

3- العمري صالحة، مرجع سابق، ص 154.

4- عائشة شابي، مروة بن سدر، مرجع سابق، ص 60.

الجزاء الطبيعي للمنافسة غير المشروعة هو عادة وضع حد للأعمال التي تشكل منافسة غير مشروعة، وأن المنطلق يفترض أن تحكم المحكمة بإزالة العمل غير المشروع تأكيدا للقاعدة الفقهية (الضرر يزال).

فقد منح المشرع الجزائري سلطات واسعة للقضاء في اتخاذ التدابير اللازمة إيقاف استمرار المنافسة غير المشروعة وإتلاف تلك المواد التي تعد مواد جرمية بالنسبة لجريمة التقليد، ومواد معدة للتحضير لأجل القيام بالمنافسة غير المشروعة⁽¹⁾.

يجوز للمحكمة أن تأمر بوقف أعمال المنافسة غير المشروعة ومنع وقوع الضرر في المستقبل بإلزام المدعى عليه باتخاذ التدابير اللازمة لإزالة آثار عمل المنافسة غير المشروعة، ومثال ذلك: منع استعمال علامة أو إتلافها أو إجراء تعديل ومنع كل ما من شأنه خلق الالتباس، وهذا الجزاء يمكن إيقافه حتى ولو انعدم الضرر فهو جزاء ذو طابع وقائي أكثر منه جزائي يحكم به حتى في حالة الضرر الاحتمالي⁽²⁾.

2- الحكم بالتعويض:

تقضي المحكمة في دعوى المنافسة غير المشروعة بالتعويض لجبر الضرر الذي وقع فعلا، إذ تستجيب المحكمة للمدعي بطلب التعويض عما لحقه من أضرار ويتم تقدير التعويض وفقا للضرر الذي لحق بالمدعي. فإن هناك من الفقه من اعتبر أن تقدير التعويض يكون على أساس فوات فرصة الكسب بحيث يأخذ القاضي هنا بتقديرين يوضح

1- سمير جميل حسين الفتلاوي، مرجع سابق، ص 437 .

2- نادية فوضيل، مرجع سابق، ص 196.

في أولهما ما كان سيؤول إليه مركز المضرور إذا ما تحققت الفرصة التي كانت لديه، ويحدد في التقدير الثاني قيمة الفرصة ذاتها أي درجة احتمال تحقيقها للكسب المأمول⁽¹⁾.

يأتي هذا الجزاء في المرتبة التابعة بعد جزاء وقف الأعمال غير المشروعة نتيجة تحقق الضرر، وطبقا للقواعد العامة وبالرجوع لأحكام القانون المدني فإن تقدير التعويض يعود لسلطة القاضي ذلك وفقا لنص المادة 131 منه، حيث يقوم القاضي بتعيين طريقة التعويض تبعا لظروف القضية حسب المادة 132⁽²⁾ من القانون المدني، ويكون التعويض عادة بالنقد أي مبلغ نقدي فله أن يحكم بمبلغ جزافي لتعويض الضرر، غير أنه يمكن أن يتمثل التعويض في إزالة الوضع القائم كأن يطلق التاجر على محله اسما تجاريا خاصا بمحل آخر، فيعتبر ذلك عملا غير مشروع وتلتزم المحكمة بإزالة الاسم الذي ترتب عن استعماله ضررا للمدعي التاجر، وفي هذا المجال تكون للمحكمة سلطة كبيرة في التقدير.

إذ يمكن أن تقوم بتعديل الاسم عن طريق إضافة اسم آخر يميزه عن المحل المنافس حتى تزيل اللبس من الاسمين أو تزيل الاسم تماما، أما إذا استمرت أعمال المنافسة غير المشروعة بعد الحكم بالتعويض ففي هذه الحالة يعتبر ذلك خطأ جديد ينشأ عنه ضرر مستقل يجوز التعويض عنه بدعوى مستقلة⁽³⁾. أما فيما يخص أساس تقدير التعويض فيكون على أساس فوات فرصة الكسب وكذا على أساس الخسارة التي تلحق بالمضرور وفقا للمادة 182 من القانون المدني⁽⁴⁾.

و التعويض يمكن أن يكون ماديا كما يمكن أن يكون معنويا:

1- خير عبد الرحمن الصمادي، المنافسة غير المشروعة ووسائل الحماية منها، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير في القانون،

كلية الدراسات الفقهية والقانونية، قسم الدراسات القانونية، جامعة آل البيت، بيروت، 2004/11/10، ص 402.

2- أنظر المادة 131 و 132 من القانون المدني الجزائري.

3- نادية فوضيل، مرجع سابق، ص 197.

4- أنظر المادة 182 من القانون المدني الجزائري.

أ - **التعويض عن الضرر المادي:** تقدر المحكمة هذا التعويض بسبب ما أصاب التاجر المضرور من ضرر جراء الخسارة التي لحقته أو الفرص التي ضاعت منه، فالسلطة التقديرية في تقدير الضرر تعود لقاضي الموضوع و أهل الخبرة، وعلى هذا الأساس قضى قضاة مجلس قضاء الجزائر في قضية "Rêve D'or" على أن صاحب العلامة "Rêve D'or" ينافس صاحب العلامة "Rêve Désire" منافسة غير مشروعة ومن ثمة حكمت بالتعويض للمضرور⁽¹⁾. كما تمت الاستعانة بخبراء لتحديد الأضرار اللاحقة بالمنافس وتقديم التعويض⁽²⁾.

ب- **التعويض عن الضرر المعنوي:** يمكن أو قد يتضرر صاحب العلامة التجارية أو أي تاجر يستغل تلك العلامة بصفة مشروعة وذلك في سمعته أو شهرته أو شرفه، وهذا ما يسمى بالضرر المعنوي، الذي يمكن تعويضه من قبل المحكمة بمبلغ مالي تقدره حسب السلطة التقديرية للقاضي أو الاستعانة بذوي الخبرة حسب ما هو منصوص عليه في قانون الإجراءات المدنية⁽³⁾.

بالإضافة إلى ذلك فإن الدعوى المدنية المتمثلة في دعوى التعويض عن الضرر في المنافسة غير المشروعة تؤدي دورا هاما في حماية براءة الاختراع والعلامة التجارية، فالبراءة تحمل لصاحبها حق احتكارها و استغلالها والتصرف فيها و ترتب التزاما قبل الكافة باحترامها وعدم الاعتداء عليها أو التعرض لصاحب الحق فيها، وفي حال حدوث ذلك وتحقق ضرر يشكل أحد صور التي نصت عليها قوانين البراءات و العلامات من خلال

1 - HAROUN (A), Op, cit, Annesce, p.413.

2- حكم محكمة الجزائر، المؤرخ في 1969/05/09، بشأن قضية "سيليكنتو" سيليكنترا".

3- المادتان 47 . 48 من قانون الإجراءات المدنية، مرجع سابق.

تقليد الاختراع أو بيع منتجات مقلدة أو عرضها للبيع... الخ، هنا يكون للمتضرر أن يسلك دعوى المطالبة بالتعويض⁽¹⁾.

فوجد المشرع الجزائري قد نص في المادة 29 من الأمر 06/03⁽²⁾ المتعلق بالعلامات على وجوب التعويض في حال ثبوت تقليد العلامات كما يمكن إجراء المتابعة بوضع كفالة لضمان تعويض مالك العلامة أو صاحب حق الاستئثار و الاستغلال⁽³⁾.

المبحث الثاني: المسؤولية الجزائرية للعلامة التجارية

تقتصر الحماية الجزائرية للعلامة التجارية المسجلة أو التي تم إيداع طلب تسجيلها لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية دون العلامة غير المسجلة التي لا تتمتع بأي حماية، والحماية الجزائرية المقررة للعلامة التجارية ترد على العلامة في حد ذاتها بغض النظر عن القيمة الاقتصادية للسلعة أو الخدمة المرتبطة بها فإذا لم يقم الموزع بتوزيع المنتج أو الخدمة كما اتفق عليها، فلا يعد ذلك مساسا بالعلامة بل مساسا بقيمتها في السوق ومن ثمة لا يسأل عن التقليد وقد يسأل طبقا لقواعد المسؤولية التقصيرية⁽⁴⁾.

ومع ازدياد أهمية العلامة في المجال التجاري وارتفاع قيمتها، ارتفعت حصيلة الاعتداءات عليها ومحاولات تقليدها و تزيفها واستعمالها على سلع و خدمات منافسة لها من أجل الوصول إلى ترويج سريع للسلع والخدمات المقلدة، وهذا ما يؤثر سلبا على حقوق

1- عماد حمد محمود الإبراهيم، مرجع سابق، ص 140.

2- أنظر المادة 29 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

3- خير عبد الرحمن الصمادي، مرجع سابق، ص 404.

4- نوري حمدي خاطر، مرجع سابق، ص 335.

مالكي العلامات الأصلية من خلال هدم الثقة في جودة ونوعية العلامات الأصلية، ومن ثمة نفور المستهلكين عنها⁽¹⁾.

وأمام هذا التنوع في صور وأشكال الاعتداء على الحق في العلامة اقتضى بنا الأمر لمحاولة تبيان ما قصده المشرع الجزائري بجنحة التقليد التي نص عليها في المادة 26 من الأمر 06/03⁽²⁾ المتعلق بالعلامات، والإحاطة بكل الأفعال التي تدرج تحت هذه الجنحة في مطلب أول، بالإضافة إلى تحديد العقوبات الأصلية و التكميلية لهذه الجنحة في مطلب ثاني.

1- كحول وليد، جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة قسنطينة 1، مجلة

الفكر، العدد 11، ص. 476.

2- أنظر المادة 26 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

المطلب الأول: صور الاعتداءات على العلامة التجارية:

تعددت صور الاعتداءات على العلامة التجارية منها ما يمكن أن تكون اعتداء على الحق في العلامة ومنها ما يكون اعتداء على قيمة العلامة التجارية، وهذا ما سنتطرق إليه في فرعين رئيسيين، ولكن قبل هذا يقتضي بنا الأمر إلى تعريف جنحة تقليد العلامات كالآتي:

من خلال الأمر **06/03** المتعلق بالعلامات نجد أن المشرع الجزائري لم يعرف التقليد ولم يضع له معيارا محددا يقتدي به للخوض في مجال العلامات، غير أنه وبالرجوع لنص المادة **26** من نفس الأمر السالف الذكر والتي تنص على: "يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الإستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة" نجد أن المشرع الجزائري لم يحصر جنحة التقليد في عملية صنع علامة مشابهة أو مماثلة لعلامة مسجلة⁽¹⁾، بل أدخل ضمن جنحة التقليد كل عمل يمس بالحقوق الإستثنائية التي خولها المشرع الجزائري لصاحب العلامة المسجلة، فكل استعمال غير مشروع من الغير يشكل جرم التقليد⁽²⁾.

ويتيح جرم التقليد لمالك العلامة التجارية أو المرخص له باستعمالها تحريك دعوى التقليد، وهناك من يرى أن هذه الدعوى يمكن تحريكها من طرف الجميع كونها تمس المجتمع بأسره⁽³⁾.

1- كحول وليد، مرجع سابق، ص 479 . 480 .

2 – Albert Chavanne la contrefaçon de marque et le danger de confusion en droit français études, Roblet, 1984,p 132.

3- نادر عبد الحليم السلامة، عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في التشريع الأردني، دراسة مقارنة، الجامعة الأردنية، 2010، ص 8.

الفرع الأول: الاعتداء على الحق في العلامة التجارية بالتقليد

تشمل جنحة التقليد كل من التقليد بالنقل " *La contrefaçon par reproduction* " ، و

التقليد بالتشبيه " *La contrefaçon par imitation* "

أولاً: تقليد العلامة بالنقل:

يقصد بتقليد العلامة بمعناه الضيق نقل العلامة نقلاً مطابقاً، أو نقل الأجزاء الرئيسية منها بحيث تكاد تكون العلامة المقلدة مطابقة للعلامة الأصلية⁽¹⁾. فالتقليد بالنقل هو اصطناع علامة مطابقة تطابقاً تاماً للعلامة الأصلية، أو صنع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية، بحيث أنه يمكن للعلامة الجديدة أن تضلل المستهلك وتجذبه إليها ضناً منه أنها العلامة الأصلية⁽²⁾. وإذا لم يكن النقل كلياً لعناصر العلامة فيمكن أن يكون نقلاً لأهم العناصر الأساسية المميزة لها⁽³⁾.

ويقوم الاصطناع كإحدى صور جنحة تقليد العلامة في القانون الجزائري على الأركان التالية:

1- الركن المادي: تقوم جريمة مطابقة العلامة بمجرد القيام بعملية التزوير فعلا حتى ولو لم تستخدم أو توضع على المنتجات أو الخدمات لتميزها، فعملية نقل العلامة التجارية تشكل عنصراً كافياً لبيان وجود تزوير، ولا يهم إذا كانت هذه العلامة قد استعملت فعلاً أم

1 – Albert Chavanne et Claudine Salomon, (marques de commerce ou de service), Encyclopédie juridique, Dalloz, Paris, Année 2003, p 68 .

2 –Sylviane Durrande, Droit des marque, Recueil DALLOZ, N°03,06 novembre, 2003, p 2685.

3- نعيم مغيب، الماركات التجارية والصناعية، دراسة في القانون المقارن، بدون مكان النشر، السنة 2005، ص 160.

لا، ويمكن اكتشاف هذا النقل الواقع على العلامة عند إيداعها لدى المصلحة المختصة قصد تسجيلها وذلك لسبق وجود علامة مسجلة مطابقة لها تطابقا تاما⁽¹⁾.

والواقع أن مزوري العلامات يعمدون إلى استعمالها على العلامات دون القيام بعملية تسجيلها وذلك لتهربهم من المسؤولية. وعملية التزوير الواقعة على العلامة الأصلية يجب أن تتعلق بمنتجات أو خدمات مشابهة، أما استخدام العلامة على المنتجات أو الخدمات غير المشابهة فلا يشكل جرم، ولكنه قد يرتب ضررا يستوجب التعويض وفقا لقواعد المسؤولية المدنية⁽²⁾، ولكن مسألة تقدير وجود تزوير مسألة موضوعية تقتضي البحث في الأسس و المعايير التي يمكن أن يعتمد عليها قاضي الموضوع في تقدير عملية التزوير⁽³⁾.

والعبرة عند التقدير لا تتعلق بأوجه الاختلاف بين العلامة المزورة والعلامة الأصلية المحمية و إنما بأوجه التشابه بينهما، وهنا يجب أن تتم المقارنة بدراسة أوجه التشابه العام، أي تشابه العلامة في مجموعها مع العلامة الأصلية المحمية⁽⁴⁾، وهو الأمر المستقر عليه في القضاء الجزائري بمعنى العبرة بالتقدير تتعلق بالعناصر الجوهرية والمميزة للعلامة التجارية المحمية أكثر من الفروق الطفيفة.

وعليه ذهب القضاء الجزائري⁽⁵⁾، إلى أن تسمية "BANITA" تشكل تقليدا لنوع من العطور يدعى "HABANITA". حيث جاء في حيثيات القرار " وأنه يستخلص من مجرد المقارنة بين بطاقات المتهم و بطاقات الطرف المدني وجود تشابه صارخ بينهما من حيث الرسوم و

1- سميحة القليوبي، مرجع سابق، ص. 535.

2- نوري حمدي خاطر، مرجع سابق، ص. 535.

3- ميلودي سلامي، مرجع سابق، ص. 166.

4- قرموش عبد اللطيف، تقليد العلامات التجارية في ضوء القانون و الاجتهاد، بحث مقدم في مؤتمر التقليد في ضوء

القانون و الاجتهاد القضائي المنعقد في 2011/04/21، المحكمة العليا، الجزائر، ص.4.

5- قرار مجلس قضاء الجزائر، في 1969/01/30، مشار إليه في مقال لبيوت نذير، ترجمة أمقران عبد العزيز، مساهمة

القضاء في حماية العلامة التجارية، المجلة القضائية، عدد 02، سنة 2002، ص. 62.

الألوان و من حيث السمع، و أن الاجتهاد القضائي يعتبر جنحة التقليد قائمة عندما يتم تقديم منتج في تغليف يحمل أوجه التشابه وتطابق كبيرة مع تغليف المنتج محل المنافسة حتى ولو كان يحمل اسما مغايرا ولكنه يوحي باسم العلامة التي تم تقليدها".

يستنتج من القرار أعلاه أن القضاء الجزائي يعتمد في اعتبار الجريمة القائمة على تقليد العناصر الأساسية والجوهرية المميزة للعلامة، وجريمة تزوير العلامة والتي هي إحدى صور تقليد العلامة تقوم عند نقل عناصر العلامة نقلا حرفيا، وطالما أن المسألة هنا تقديرية للقاضي إلا أنه يتعين الاستعانة بأهل الخبرة المختصين للبحث في مسألة التزوير.

والركن المادي في جريمة التزوير أو نقل العلامة يقوم بمجرد نقل العلامة حتى ولو لم يتم استعمالها فعلا على المنتجات و الخدمات، كما لا يشترط أن يقع الخلط أو اللبس فعلا عند المستهلك إذ يكفي مجرد وضع العلامة المزورة أو المنقولة⁽¹⁾.

2- الركن المعنوي: يكفي لقيام الجنحة إثبات أن الفعل يتمثل في اصطناع علامة متطابقة تطابقا تاما للعلامة الأصلية، ولا يشترط هنا ضرورة توافر القصد الجنائي الخاص⁽²⁾، أو نية الاحتمال أو البحث في مدى توافر حسن نية مرتكب الفعل، فالعنصر المادي لوحده كافي لقيام الجريمة⁽³⁾.

وقد اعتبرت المادة 26 من الأمر 06/03 القيام بأي عمل يمس بحقوق صاحب العلامة جنحة معاقب عليها قانونا ولم تشترط لقيام ذلك ضرورة توافر العمد أو سوء النية⁽⁴⁾.

1- فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص. 261.

2 - Ali HAROUN, la protection de la marque au Maghreb op , Alger, 1979 op, cit, p 156 .

3 - Ali Haroun, المرجع نفسه، ص. 261.

4- سميحة القليوبي، مرجع سابق، ص. 542.

ثانيا: تقليد العلامة بالتشبيه:

تعد جريمة التقليد بالتشبيه الجريمة الأكثر حضورا إن لم نقل الجريمة الوحيدة المتداولة في الاجتهاد القضائي الجزائري⁽¹⁾. وبما أن الأصل في العلامة كونها وسيلة لتمييز السلع أو الخدمات عن غيرها المماثلة لها، لذا يجب أن تكون مختلفة ومتباينة فيما بينها حتى ترفع اللبس ولا يقع جمهور المستهلكين في الخلط و التضليل، فالعبرة هنا بالصورة العامة التي تتطبع في ذهن نتيجة لتكوين الصور و الحروف والرموز مع بعضها و الشكل الذي تبرز به في علامة أخرى، بغض النظر عن العناصر التي تركبت منها، و عما إذا كانت الواحدة تشترك في جزء أو أكثر مما تحويه الأخرى⁽²⁾.

وعلى هذا الأساس فإن هذه الجنحة تختلف عن جنحة التقليد بالنقل كونها تفترض وجود عنصرين:

1- العنصر المادي: لقيام الركن المادي في جريمة استعمال علامة مشابهة أو مماثلة للعلامة الأصلية المسجلة يشترط المشرع أن يكون استعمال العلامة المشابهة يحدث لبسا لدى جمهور المستهلكين، فقد نصت المادة **07** فقرة **09** من الأمر **06/03**⁽³⁾ على أنه: " تستثنى من التسجيل الرموز المطابقة أو المشابهة لعلامة كانت محل تسجيل تشمل سلعا أو خدمات مطابقة أو مشابهة لتلك التي سجلت من أجلها علامة الصنع أو العلامة التجارية إذا كان هذا الاستعمال يحدث لبسا ". فالعبرة في استعمال العلامة المشابهة هو إحداث اللبس بين العلامتين في ذهن المستهلك.

1- كحول وليد، مرجع سابق، ص 481.

2- معوض عبد التواب، الوسيط في شرح جرائم الغش والتدليس، تقليد العلامات التجارية من الناحيتين الجنائية و المدنية، الطبعة الخامسة، الإسكندرية، مطبعة الانتصار، سنة 2000، ص 157.

3- أنظر المادة **07** فقرة **09** من الأمر **06/03** المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

فقد ذهب القضاء الجزائري⁽¹⁾ في إحدى القضايا المشهورة بين شركة حمود "بوعلام" لصنع المشروبات و شركة "زرقة" لمشروبات الملكة لعلامة "سيلكتو" *Selecto* ، حيث رفعت شركة "حمود بوعلام" دعوى ضد شركة زرقة لاستعمالها غير الشرعي لعلامة "سيلكترا" *Sélectera* " وصرحت المدعية بأنها سبق و أن أودعت علامة " *Selecto* " بتاريخ 13\05\1956 لدى المصلحة المختصة وجددت الإيداع بصفة منتظمة و بالتالي فإن استعمال علامة " *Sélectera* " من قبل المدعى عليها يشكل تقليدا لعلامتها " *Selecto* " التي لا تختلف عنها سوى بإضافة الأحرف " R" و " A " وشطب حرف " O " وأن التقليد غير شرعي و احتياطي في نظر القانون.

وخلصت المحكمة في إحدى حيثياتها إلى أن : " طلب إيداع علامة " *Selecto* " كان أسبق من طلب إيداع " *Selectra* " ، و أن لشركة "بوعلام" أسبقية في امتلاك العلامة و أن علامة " *Selecto* " معروفة وتتمتع بسمعة وذات استعمال أطول فإن طريقة تقديم و تسمية المنتجين تشكل تشابه في الطبيعة و الاستعمال الذي وضع لأجلهما المنتج، وعليه فإن عرض العلامتين المتشابهتين في السوق من شأنه أن يخلق خلط في أذهان المستهلكين (لبسا)، وفي قضية الحال هناك تشابه و بالتالي احتمال وقوع خلط بين العلامتين، وخلاصة لما سبق فإن تسمية " *Sélectera* " تشكل تقليدا غير شرعي لعلامة " *Selecto* " «(2).

وعليه انطلاقا من الحكم السابق فإنه المعايير التي اعتمدها القضاء الجزائري في تحديد مدى التشابه بين العلامة المقلدة والعلامة الأصلية تتعلق أساسا بوقوع المستهلك في الخلط بين العلامتين لوجود تشابه أو مماثلة لحد ما بينهما، كما لا يشترط القضاء الجزائري أن يكون الخلط واقعا بل يكفي مجرد احتمال وقوعه، كما أن العبرة فيه بأوجه التشابه لا أوجه

1- حكم محكمة الجزائر في 09/05/1969، مشار إليه في مقال لبيوت نذير، مرجع سابق، ص 71.

2- حكم محكمة الجزائر في 09/05/1969، نفس المرجع.

الاختلاف، بحيث من شأن ذلك انخداع الجمهور المستهلكين و التأثير على ذهنيتهم وهو موقف القضاء الفرنسي⁽¹⁾.

2- الركن المعنوي: يجب أن يكون مرتكب الفعل قد قام بالتشبيه عن قصد لخداع المستهلك، وعليه ف الجريمة التقليد في صورتها المتمثلة في استعمال علامة مشابهة تعد من الجرائم العمدية، لذلك يتطلب الأمر توافر قصد الغش فلا يكفي مجرد القيام بالأفعال المكونة للركن المادي من مشابهة و مماثلة العلامة الأصلية بل لابد أن يكون للفاعل سوء نية في تقليد العلامة الأصلية، وعليه يقع عبء إثبات حسن النية كعدم علمه بأن العلامة مملوكة للغير، أو الموافقة المكتوبة لمالك العلامة في استعمالها⁽²⁾.

فقد ذهب القضاء الجزائري في أحد قراراته⁽³⁾ و ذلك في النزاع القائم بين شركة " كوسميساف" لمواد التجميل وشركة بارفان " في لا روش"، حيث جاء في إحدى حيثياته أنه: " يتبين من القرار المطعون فيه الصادر بتاريخ 2003/03/02 عن مجلس قضاء الجزائر وأنه قضى بإبطال علامة " داکار نوار" و إتلاف كل نماذجها وشبهاتها وعلى أساس المادة 06 مكرر من اتفاقية باريس التي انضمت إليها الجزائر و الخاصة بحماية الملكية الصناعية التي تنص بأن البلدان المنظمة تلتزم بإبطال علامة تشكا استنتاجا أو تقليدا من شأنه إنشاء لبس مع علامة معروفة، وطبقا للفقرة 03 منها لا يجوز تحديد أية مهلة للمطالبة بشطب أو منع استعمال العلامات التي سجلت أو استعملت بسوء نية، والذي يتجلى من خلال التشابه الكبير في العلامتين اللتان تخصان نفس النوع من المستحضرات تجعل المشتري واقعا في لبس أكيد". وخلص القرار إلى أن: "قضاة الموضوع لم يبرزوا

1 - T .G.I, paris, 29/06/1984, B, c, de la P .I, 1985, p 65.

2- ميلودي سلامي، مرجع سابق، ص 174.

3- قرار المحكمة العليا رقم 350164، في 2005/10/05، الغرفة التجارية و البحرية، مجلة المحكمة العليا، العدد 1،

2006، ص 341.337

العناصر التقنية التي اعتمدها لتقرير التشابه الكبير في العلامتين و إقرار سوء نية الطاعنة لإيقاع المشتري في لبس أكيد".

وعليه في هذا القرار يشترط الاجتهاد القضائي الجزائري ضرورة توافر القصد الخاص لدى الفاعل وهو سوء النية الذي من شأنه إيقاع المستهلك في لبس أكيد، إلا أن هذا الموقف يخالف موقف المشرع في المادة 32 من الأمر 06/03⁽¹⁾ والتي لا تشترط سوى القصد العام لقيام جنحة التقليد هذا ما يستوجب مراجعة النص المذكور و أفراد لكل صورة من صور التقليد نسا خاصا يوضح أركان الجريمة كون جنحة التقليد في صورتها المتمثلة في مطابقة العلامة تختلف في صورتها المتمثلة في مشابهة العلامة.

وكون هذه الصورة الأخيرة هي الشائعة في تقليد العلامات في الجزائر يتعين البحث في مدى توفر سوء نية الفاعل ومدى توافر صورة الغش لقيام جريمة التقليد إلا أنه لا يشترط توفر قصد الغش للمطالبة بالتعويضات المدنية أمام القضاء المدني⁽²⁾.

كما أن هناك رأي من الفقه يرى أن الركن المعنوي في جنحة التقليد يتسم بنظام خاص وكثيرا ما تكتفي المحاكم بمادية التقليد، إما باعتبار التقليد مجرد جريمة مادية أو أن العلم مفترض من جانب الفاعل وذلك توصلا للقول بالجزاء المناسب⁽³⁾، بل أن هناك من يرى أن إعفاء المشتكي أو النيابة من إثبات القصد الجنائي لدى المشتكي منه في جنح التقليد كون

1- المادة 32 من الأمر 06/03: "مع مراعاة الأحكام الانتقالية لهذا الأمر و دون الإخلال بأحكام الأمر رقم 156/66 المؤرخ في 08 يونيو سنة 1966 و المتضمن قانون العقوبات المعدل و المتمم، فإن كل شخص ارتكب جنحة تقليد، يعاقب بالحبس من ستة (06) أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار (2.500.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط مع: . الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة، . مصادرة الأشياء و الوسائل و الأدوات التي استعملت في المخالفة، . إتلاف الأشياء محل المخالفة.

2- بيوت نذير، مرجع سابق، ص 68.

3- علي كحلون، الملكية الصناعية وجريمة في التشريع التونسي، محاضرة ملقاة في مؤتمر التقليد في ضوء القانون و

الاجتهاد القضائي، في 21\05\2011، المحكمة العليا، الجزائر العاصمة، ص 42.

الفعل المادي المرتكب كاف لوحده للدلالة على كون الفاعل كان وقت ارتكابه لأفعال التقليد مدركا الخطأ الذي ارتكبه، فالفعل المادي المكون للتقليد يدل في ذاته على سوء نية الفاعل مما يعني حتمية قيام العنصر المعنوي، ولا يهم البحث في مدى قيامه من عدمه⁽¹⁾.

الفرع الثاني: الاعتداء على قيمة العلامة (الاعتداء على الحق في الاستعمال):

يعاقب المشرع الجزائري على الأعمال التي من شأنها أن تمس بالحقوق الاستثنائية المخولة لمالك العلامة، وذلك مهما كانت طبيعة العمل. فكما يعاقب على التقليد بصورة فإنه يعاقب أيضا على الاستعمال للعلامة، ولهذا العمل عدة صور فقد يكون استعمالا لعلامة مقلدة أو استعمالا لعلامة الغير، أو حتى استعمال صوري فقط لعلامة الغير وهذا ما سنتناوله تباعا كالاتي:

أولا: استعمال علامة مقلدة أو مشابهة:

بينت المادة 26 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات بأن: "يعاقب كل من قام بعمل من شأنه أن يمس بالحقوق الإستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة"، وتشمل هذه الأعمال الماسة بحقوق صاحب العلامة استعمال علامة مقلدة سواء بالنقل أو بالتشبيه، أي استعمال علامة مماثلة أو مشابهة.

ولقد بين المشرع بوضوح أن تسجيل العلامة يخول لصاحبها الحق في منع الغير من استعمال علامته استعمالا تجاريا دون ترخيص مسبق منه على سلع أو خدمات مماثلة أو مشابهة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها، بل و أعطاه المشرع أكثر من ذلك، حق متابعة كل من استعمل لغرض تجاري علامة مشابهة إلى درجة إحداث لبس بين سلع أو خدمات

1 – Clarrise Girot, la presumption de mauvaise foi du contrefacteur, mémoire DEA, paris, 2, 1994, p 14.

مطابقة أو مشابهة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها⁽¹⁾، غير أن استعمال علامة على سلع أو خدمات مختلفة عن تلك التي تم تسجيل العلامة من أجلها لا يجرمها القانون باستثناء الحالة التي يتعلق فيها الأمر بالعلامات المشهورة⁽²⁾.

ومن ثمة يمكن القول بأن جنحة استعمال علامة مقلدة يجب أن تتوفر على عنصر مادي وهو ضرورة وجود تقليد مسبق سواء كان تقليد بالنقل أو تقليد بالتشبيه، ولا يهم إذا كان القائم بتقليد العلامة يختلف عن القائم باستعمالها، إذ يشكل كل عمل منهما جنحة مستقلة عن الأخرى، إلا أنه في الغالب يكون مرتكب جنحة الاستعمال هو مرتكب جنحة التقليد، و جنحة الاستعمال لا تقع بمجرد وضع العلامة على السلع لأن مجرد الوضع يشكل بدوره جنحة مستقلة عن جنحة الاستعمال، ولا شك أن الاستعمال يعاقب عليه مهما كان ومثال ذلك استعمال علامة مقلدة كعنوان للمتجر أو كاسم تجاري⁽³⁾.

ثانيا: التقليد باستعمال علامة الغير:

لا تقتصر جريمة استعمال علامة مقلدة بالنقل أو بالتشبيه فقط، بل يعاقب القانون أيضا على استعمال العلامة الأصلية المملوكة للغير لأن ذلك من شأنه أن يمس بحقوق صاحب العلامة ألا وهي الحق الإستثنائي و الاحتكاري في استعمال العلامة على كل السلع أو الخدمات المسجلة من أجلها. وذلك ما إذا قام شخص ما باستعمالها على سلع أو خدمات مماثلة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها أو المشابهة و التي من شأنها أن تحدث لبسا في

1- أنظر المادة: 09 فقرة 02 و فقرة 03 من الأمر 06/03، المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

2- أنظر المادة: 07 فقرة 08 من الأمر 06/03، المتعلق بالعلامات، نفس المرجع.

3- فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص 270.

ذهن المستهلك⁽¹⁾. ولكن لم ينص المشرع الجزائري صراحة على هذه الجريمة في الأمر 06/03⁽²⁾.

يمكن أن تقوم هذه الجريمة ليس على أساس استعمال هذه العلامة في حد ذاتها، وإنما بسبب استعمال هذه العلامة الأصلية على سلع مماثلة أو مشابهة لتلك التي سجلت من أجلها العلامة، فمن ينظر للعلامة ظاهرا لا يرى فيها أي غش فهي علامة صحيحة لكن السع التي تحمل هذه العلامة لا تتوافق مع السلع الصحيحة التي كانت تلتصق عليها أصلا⁽³⁾، فقد يقوم مرتكب هذه الجريمة بوضع العلامة الأصلية على سلع مماثلة أو مشابهة لتلك التي تستعملها العلامة الأصلية، أو أن يقوم باستبدال تلك السلع الأصلية بسلع أخرى وإبقاء العلامة الأصلية من أجل خداع المستهلك⁽⁴⁾.

وتقوم الجريمة على الركنين التاليين:

1- الركن المادي: يتمثل الركن المادي في هذه الجريمة في وضع علامة حقيقية على البضائع والمنتجات التي تتمتع بحق استخدام تلك العلامة بشرط أن تكون البضائع و المنتجات من نفس الصنف، لذا يعد مرتكبا لهذه الجريمة من قام بنزع العلامة الحقيقية أو البضاعة الملصقة على المنتجات و وضعها على منتجاته أو بضائعه المماثلة⁽⁵⁾.

قد يأخذ الركن المادي لهذه الجريمة أكثر من صورة، صورة الاستعمال إذا توفر هذا العنصر بحق كل من يستعمل علامة تجارية مسجلة أو علامة مقلدة لها على ذات الصنف من البضاعة التي سجلت من أجلها حتى لو كان هذا الاستعمال لمجرد قصد الإعلان عن تلك

1- أنظر المادة: 07 فقرة 09 من الأمر 06/03، المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

2- نوري حمدي خاطر، مرجع سابق، ص 342.

3- نعيم مغيب، مرجع سابق، ص 190.

4- كحول وليد، مرجع سابق، ص 483.

5- أمينة صامت، مرجع سابق، ص 170.

البضائع وتقع هذه الجريمة غالبا على العلامات التجارية التي تتخذ صورة نماذج أو أشكال مميزة كما هو الحال في نموذج الزجاجات المستخدمة لتعبئة المشروبات الروحية أو المياه الغازية أو العطور⁽¹⁾.

2- الركن المعنوي: لم يشترط المشرع الجزائري في الأمر 06/03 القصد الجنائي الخاص في هذه الصورة و إنما يكفي أن يتم اغتصاب العلامة أو وضع العلامة الأصلية على منتجات أو خدمات ليست تحت حمايتها، كوضع المنتجات في زجاجات أو علب تحمل العلامة الأصلية المحمية، فلا يستوجب على المدعي المدني أو على النيابة العامة إثبات سوء النية أي أن مرتكب الفعل كان يهدف إلى الاستفادة من المزايا المتعلقة بالعلامة الأصلية⁽²⁾، إلا أن القوانين المقارنة تشترط لقيام هذه الجنحة أن ترتكب بقصد الغش⁽³⁾.

تدخل ضمن هذه الصورة جريمة بيع منتجات تحمل علامة موضوعة بغير حق أو عرضها للبيع أو حيازتها بقصد البيع مع علمه بذلك.

ويقوم الركن المادي لهذه الجريمة في حالة بيع منتجات تحمل علامة تجارية مملوكة للغير بدون حق أو سبب مشروع، ويشمل جميع صور البيع، ولا فرق في ذلك إذا كان البيع بمقابل نقدي أم لا وبين ما إذا نتج عن البيع ربح أو خسارة أو كان لمرة واحدة أو متكررة، وكذلك تقع عن طريق وضعها في مواجهة المحل التجاري أو إحدى الفروع التابعة له وكذلك في حالة حيازة المنتجات بقصد بيعها كأن يضعها داخل مخازن التاجر أو في مسكنه الخاص إذا وجدت قرائن تدل على أنها تستخدم كمخازن أو مستودعات توضع فيها المنتجات التي تحمل علامة مملوكة للغير دون وجه حق⁽⁴⁾ تعاقب المادة 38 فقرة 01 من

1- عبد الله حسين الخرشوم، مرجع سابق، ص 214.

2- فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص 271.

3- المادة 38، قانون العلامات الأردني، و المادة 113 فقرة 02، قانون الملكية الفكرية المصري.

4- آمنة صامت، مرجع سابق، ص 172.

قانون العلامات التجارية: " كل من باع أو اقتنى بقصد البيع أو عرض للبيع بضاعة تحمل علامة يعتبر استعمالها جرماً بمقتضى البندين (أ) و (ب) من هذه الفقرة وكان لديه علم مسبق بذلك"⁽¹⁾.

أما القصد الجنائي: فيلزم لقيام هذه الجريمة توافر القصد الجنائي العام إذ تعتبر من الجرائم العمدية و بذلك يجب أن تتصرف إرادة الجاني إلى ارتكاب الفعل المحقق للجريمة مع علمه أنه يبيع أو يعرض للبيع أو للتداول أو يجوز بقصد بيع منتجات تحمل بدون حق علامة مملوكة للغير⁽²⁾.

المطلب الثاني: الإجراءات و العقوبات الجزائية:

نصت المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على أنه: " مع مراعاة الأحكام الانتقالية لهذا الأمر و دون الإخلال بأحكام الأمر 156/66 المؤرخ في 08/06/1966 و المتضمن قانون العقوبات، المعدل و المتمم فإن كل شخص ارتكب جنحة التقليد يعاقب بالحبس من ستة (06) أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين و خمسمائة ألف دينار (2.500.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط مع:

- الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة

- مصادرة الأشياء والوسائل و الأدوات التي استعملت في المخالفة.

1- عبد الله حسين الخرشوم، مرجع سابق، ص 216.

2- المادة 113 من قانون حماية الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002.

- إتلاف الأشياء محل المخالفة. ⁽¹⁾ مثال ذلك طبقا للقانون 03/09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك ، و قمع الغش تم عام الفين و أربعة عشر ، و في يوم الرابع و العشرين من شهر جوان ، قام أعوام قمع الغش لولاية عين الدفلى بحيازة منتج مقلد المتمثل في مأكلة الهلال ، و هذا حسب الإرسالية المرفقة رقم 2069 بتاريخ 2014/07/16 حيث تم سحب هذا المنتج نهائيا ، و إتلافه طبقا للمادتين 62 و 64 من القانون 03/09 حسب محضر سحب المنتج من عملية الإستهلاك المرفق تحت رقم : 2014/189 (غش في الرغبات المشروعة للمستهلك) ⁽²⁾.

وعليه تشمل العقوبات بحق مرتكبي جرائم الاعتداء على العلامة التجارية نوعين من العقوبات هما العقوبات الأصلية و التكميلية⁽³⁾. لذا سيتم تناول العقوبات الأصلية المقررة لجرائم التعدي على العلامة التجارية في فرع أول، وكذا الإجراءات التحفظية و التنفيذية المقررة لجرائم التعدي على العلامة في فرع ثاني و ذلك للوقوف على مدى توفير الحماية الجنائية للعلامة التجارية من خلال العقوبات على النحو التالي:

الفرع الأول: العقوبات الأصلية

العقوبة هي الجزاء الذي يقرره القانون لمصلحة المجتمع على كل من ارتكب فعلا أو امتناعا يعده القانون جريمة.

ونقصد بالعقوبة الأصلية: الجزاء الأساسي الذي نص عليه المشرع الجزائري وقدر للجريمة، ولا يمكن تنفيذها إلا إذا نص عليها القاضي صراحة في حكمه و حدد نوعها و مقدارها. إذا المعيار في اعتبار العقوبة أصلية هو أن تكون كجزاء أصيل للجريمة من دون

1- المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

2- المادة 62 و 64 من القانون 03/09 .

3- آمنة صامت ،مرجع سابق ،ص 91.

أن يكون توقيعها معلقا على الحكم بعقوبة أخرى⁽¹⁾. وقد نص المشرع الجزائري كغيره من التشريعات المقارنة على أن العقوبات الجزائية تتمثل في الحبس و الغرامة المالية، أو بإحدى هاتين العقوبتين، حيث أن المشرع تعرض لموضوع الحماية القانونية للعلامات التجارية من التقليد بصفة غير مباشرة في قانون العقوبات و بصفة مباشرة في قانون العلامات وذلك على النحو التالي:

أولا: الحبس

الحبس هو عقوبة مؤقتة سالية للحرية تلزم المحكوم عليه أحيانا بالعمل(الحبس مع الشغل) خلال المدة المحكوم بها عليه أو تعفيه من الالتزام (الحبس البسيط)⁽²⁾.

1- قانون العقوبات الجزائري⁽³⁾:

وفقا لنص المادة 68 يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات ،كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة... و جاءت المادة 429⁽⁴⁾ من قانون العقوبات الجزائري تحت عنوان الباب الرابع الغش في بيع السلع و التدليس في المواد الغذائية و الطبية، حيث تنص على ما يلي: " يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاثة سنوات و بغرامة من 2000 إلى 20.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد:

1- أنظر المادة 04 من قانون العقوبات الجزائري، رقم 23./06

2- أمنة صامت ،مرجع سابق ،ص 247.

3- الأمر 156/66 ، المؤرخ في 08 يونيو 1966 و المتضمن قانون العقوبات المعدل و المتمم بموجب القانون 03/06

المؤرخ في 20/12/2006، الجريدة الرسمية الصادرة في 11 يوليو 1966، عدد 49.

4- أنظر المادة: 429 من قانون العقوبات الجزائري.

-سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع.

- سواء في نوعها أو في مصدرها.

- سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها.

- في جميع الحالات فإن على مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي يحصل عليها بدون حق".

و الملاحظ أن هذه المادة جاءت بألفاظ عامة مثلاً: "يخدع المتعاقد... الصفات الجوهرية..."، فخداع المتعاقد بواسطة تغيير قد يلحق السلعة في مواصفاتها الجوهرية قد يكون جريمة تقليد للعلامات، أو جريمة عدم مطابقة السلعة للمواصفات المقررة أو إخفاء البضاعة تحت مظهر خداع من شأنه غش المشتري⁽¹⁾.

2- قانون العلامات⁽²⁾

إذا كان قانون العقوبات هو القانون الأساسي الذي يدرس مجموعة الجرائم ويحدد لها عقوبات خاصة عادلة تتلائم مع طبيعة فعل المجرم، فإنه وفي كثير من الأحيان يصبح عاجزاً عن تجريم كل الأفعال غير المشروعة بصورة دقيقة، مما يعود العمل في ذلك إلى النصوص الخاصة و منها قانون العلامات 06/03.

و بالرجوع لنص المادة 32 من نفس القانون نجدها تنص على: "مع مراعاة الأحكام الانتقالية لهذا الأمر، و دون الإخلال بأحكام الأمر رقم 156/66 المؤرخ في 08/03/1966، و المتضمن قانون العقوبات المعدل و المتمم، فإن كل شخص ارتكب

1- كحول وليد، مرجع سابق، ص 485.

2- الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

جحة التقليد يعاقب بالحبس من ستة أشهر إلى سنتين، وبغرامة من مليونين و خمسمائة ألف دينار (2.500.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط مع:

- الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة.

- مصادرة الأشياء و الوسائل و الأدوات التي استعملت في المخالفة.

- إتلاف الأشياء محل المخالفة⁽¹⁾.

-السحب النهائي من طرف الأعوان المذكورين في نص المادة 25 من القانون 03/09 دون رخصة مسبقة من السلطة القضائية المختصة

فمن خلال هذه المادة يتضح أن المشرع الجزائري تصدى من خلال هذا القانون إلى إضافة الشرعية على جريمة التقليد، بالنص على تجنيح فعل التقليد بنص صريح لا يدع مجالاً للتشكيك⁽²⁾.

ونلاحظ أيضا حسب المادة 32 من الأمر 06/03 التي نصت على : يعاقب بالحبس من ستة أشهر إلى سنتين كل شخص ارتكب جحة تقليد" و هذا على خلاف ما نص عليه الأمر السابق للعلامات بحيث كانت مدة العقوبة فيه السجن من ثلاثة أشهر إلى ثلاثة سنوات⁽³⁾. و أيضا تشدد العقوبة حسب المادة 69 من القانون رقم 03/09⁽⁴⁾ المؤرخ في

1- المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق

2- كحول وليد، مرجع سابق، ص. 486.

3- سعيد راشدي، حماية العلامات التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، ص. 232.

4- القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الجزائري، الجريدة الرسمية عدد 15 لسنة 2009.

2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الجزائري لترفع إلى (05) خمس سنوات حسباً⁽¹⁾.

ثانياً: الغرامة

الغرامة هي عقوبة من العقوبات المالية التي يراد بها إلزام المحكوم عليه بأن يدفع إلى الخزينة العامة المبلغ المعين في الحكم، و قد قرر المشرع الجزائري الغرامة بوصفها عقوبة أصلية في الجرح و المخالفات وقد يقررها في الجنايات استثناءاً.

وتناولت تشريعات العلامة التجارية في غالبيتها عقوبة الغرامة كعقوبة أصلية في جرائم التعدي على العلامة التجارية وتختلف قيمة الغرامة التي أوردتها تلك التشريعات باختلاف الدول⁽²⁾. وقد ذهب المشرع الجزائري في المادة 32 السالفة الذكر إلى اعتبار الغرامة من جرائم التعدي على العلامة التجارية عقوبة تخييرية، وهذا يتضح من خلال استخدامه لعبارة "... أو بإحدى هاتين العقوبتين..."، بمعنى منح المشرع للقاضي سلطة تقديرية في اختيار العقوبة التي يرى أنها تتلائم مع الجرم المسند للمشتكي عليه، بحيث تتراوح قيمة الغرامة من مليونين و خمسمائة ألف دينار جزائري (2.500.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار جزائري (10.000.000 دج). وهنا أيضاً نلاحظ أن المشرع الجزائري في التشريع الحالي قد رفع من العقوبات المالية التي كانت جد ضئيلة في التشريع السابق للعلامات التي كانت تتراوح ما بين عشرة آلاف دينار جزائري (10.000.00 دج) إلى عشرون ألف دينار جزائري (20.000.00 دج)⁽³⁾.

1- أمانة صامت، مرجع سابق، ص. 91

2- عائشة شابي، مروة بن سدر، مرجع سابق، ص. 80.

3- سعيدة راشدي، مرجع سابق، ص. 232.

وبالرجوع إلى نص المادة 69 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الجزائري بأن الغرامة تشدد لتقدر بخمسمائة ألف دينار جزائري (500.000 دج)⁽¹⁾.

الفرع الثاني: الإجراءات التحفظية و التنفيذية

لم يقرر المشرع الجزائري عقوبة الحبس و الغرامة فقط بمعاقبة المتعدي على العلامة التجارية، وإنما أوردت المادة 32 من الأمر 06/03 السالفة الذكر عقوبات تكميلية يجب أن تسلط على المعتدي على العلامة التجارية من طرف القاضي المعروضة أمامه دعوى التقليد وتمثل هذه العقوبات في الإجراءات التحفظية و التنفيذية.

أولاً: الإجراءات التحفظية: *Les mesures préventives*

منح المشرع لمالك العلامة المعتدى عليها وسيلة أخرى لحماية حقه إلى جانب دعوى التقليد وذلك بتمكينه من اتخاذ إجراءات تسمح له بإثبات مختلف أفعال التعدي على العلامة قبل رفع دعوى التقليد. وعليه يستطيع مالك العلامة أن يطلب الحجز من المحكمة المختصة على السلع التي تحمل علامة مقلدة أو مشبهة و على الوسائل و الأدوات المستخدمة في إنتاجها إذا أثبت أن هناك اعتداء على حقه و انه يخشى من اختفاء الأدلة⁽²⁾، و قد نصت المادة 34 من الأمر 06/03 السالف الذكر على أنه: " يمكن لمالك العلامة بموجب أمر من المحكمة الاستعانة عند الاقتضاء بخبير للقيام بوصف دقيق للسلع التي يزعم أن وضع العلامة عليها قد ألحقت به ضررا و ذلك بالحجز أو بدونه و يتم إصدار الأمر على ذيل عارضة بناء على إثبات تسجيل العلامة و عندما يتأكد الحجز يمكن أن يأمر القاضي المدعى عليه بدفع كفالة"⁽³⁾.

1- أمانة صامت، مرجع سابق، ص. 91.

2- سعيدة راشدي، مرجع سابق، ص. 228.

3- الأمر 06/03، مرجع سابق.

و قد ألزم المشرع طالب الحجز التحفظي من اللجوء إلى الجهة القضائية بالطريق المدني أو بالطريق الجزائي في أجل شهر و إلا أصبح الوصف أو الحجز باطلا مع إمكانيات المطالبة بالتعويض⁽¹⁾ مع الإشارة في هذا الصدد أنه في حالة بطلان حجز التقليد فإن ذلك لا يؤثر على حق المدعي في رفع الدعوة أمام قاضي الموضوع.

ثانيا: الإجراءات التنفيذية:

اختلفت مواقع التشريعات الخاصة بالعلامة التجارية فيما يخص العقوبات التكميلية أو التبعية أو الإجراءات التنفيذية المقررة لجرائم التعدي على العلامة التجارية حيث تتمثل هذه العقوبات في المصادرة و الإتلاف و الإغلاق⁽²⁾.

1- المصادرة و الحجز : LA CONFISCATION

أوجبت المادة 32 من الأمر 06/03 عند تضييق عقوبة الحبس أو الغرامة على مرتكب جنحة التقليد أن تأمر بمصادرة جميع الأشياء و الوسائل و الأدوات المستعملة في أفعال التعدي على العلامة التجارية. و الملاحظة أن صبغة الوجوب التي جاء به نص المادة 32 من الأمر 06/03 في تطبيق عقوبة المصادرة بعد ثبوت جريمة التقليد ضد مرتكب الفعل و بعد الحكم عليه بعقوبة الحبس و الغرامة، يعد تشددا من المشرع، إلا أنه تشدد يبرره ما للعلامة التجارية من حساسية تتطلب سرعة التصرف⁽³⁾. إذ أن قيمة العلامة التجارية في سمعتها، فمن المعقول أن تأمر المحكمة بمصادرة كافة الأشياء و الوسائل و

1- المادة 35 من الأمر 06/03، المرجع نفسه.

2- أمانة صامت، مرجع سابق ص 91.

3- صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص 268.

الأدوات المستعملة في ارتكاب أفعال التعدي على العلامة التجارية إذ أن ذلك من شأنه أن يساعد على إنقاذ سرعة العلامة من التدهور⁽¹⁾.

أجهزت المادة 36 من قانون العلامة و المادة 24 من قانون الرسم و النماذج الصناعية حجز المنتجات المقلدة أو المعلمة بعلامات تسبب ضرر بصاحب العلامة أو الأشياء التي تمس بصاحب الحق و مصادرتها و أن يقوم بإتلافها و حتى مصادرة و إتلاف الأدوات المستعملة في التقليد، كما يجوز بيع الأشياء المحجوزة لصاحب العلامة الأصلية و ذلك مع عدم الإخلال، لما يستحق من تعويض⁽²⁾.

كما نصت المادة 82 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش الجزائري على مصادرة المنتجات و الأدوات و كل وسيلة أخرى استعملت لارتكاب المخالفة المنصوص عليها في المادة 69⁽³⁾. و الجدير بالذكر أن عقوبة المصادرة كعقوبة تكميلية هي عقوبة جوازيه في العديد من القوانين كالقانون الفرنسي و المصري و الأردني⁽⁴⁾.

2- الإلتلاف: *La destruction*

أوجبت المادة 32 من الأمر 06/03 عند ثبوت جنحة تقليد العلامة و الحكم بعقوبة الحبس و الغرامة، أن تقضي بعقوبة الأشياء المستعملة محل أفعال التقليد و الأمر هنا كذلك وجوبي و غير متروك لسلطة المحكمة التقديرية. و للمحكمة أن تأمر بإتلاف جميع الأختام، و نماذج العلامات، و الإعلانات و مواد التغليف و اللوحات المستعملة لارتكاب الجنحة، أي جميع الأشياء المستعملة في أفعال التعدي على العلامة و الأمر هنا وجوبي و ليس جوازي

1- عبد الله حسين الخرشوم، مرجع سابق، ص 217.

2- ناريمان العقون، أمانة براغثنة، النظام القانوني للعلامة التجارية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الليسانس في القانون، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة 08 مايو 1945، قالمة، 2011. 2012 ص 120.

3- أمانة صامت، مرجع سابق، ص 91.

4- ميلودي سلامي، مرجع سابق، ص 185.

و تبرره الاعتبارات السابق ذكرها في المصادرة و هي قيمة العلامة التجارية و ضرورة حمايتها و إنقاذ سمعتها. كما يعتبر الحكم بالإتلاف يعد في التشريع الجزائري و على خلاف التشريع الفرنسي⁽¹⁾ أمرا إلزاميا نظرا لصياغة النص القانوني و الحكمة من وراء هذه العقوبة حماية الصحة العمومية للمستهلكين من تناول سلع حاملة لعلامات مقلدة قد تكون مضرة بصحتهم أو تحتوي على مواد خطيرة⁽²⁾.

3- الغلق : *le fermateur d'établissement*

يتمثل غلق المنشأة في المنع من استمرار استغلال تلك المنشأة (محل تجاري، مصنع، مكتب...) عندما تكون محلا أو أداة لأفعال تشكل خطرا على النظام العام⁽³⁾. و قد نص المشرع الجزائري على هذه العقوبة كعقوبة تكميلية أخرى تتمثل في الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة⁽⁴⁾.

نصت عليها المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات و الملاحظ من نص هذه المادة أن المحكمة المعروضة أمامها الدعوى ملزمة بتطبيق عقوبة الغلق، و ذلك بعد تطبيق عقوبة الحبس أو الغرامة، و الخيار المتروك لها فقط في تقدير الغلق المؤقت أو الغلق النهائي، كما أن المشرع لم يحدد المدة القصوى للغلق المؤقت للمؤسسة، و من ثمة فإن الأمر متروك لسلطة المحكمة التقديرية⁽⁵⁾ ، كما لم يبين المشرع الجزائري على خلاف نظيره الفرنسي مصير عمال المؤسسة بعد قرار الغلق مؤقتا كان أو نهائيا⁽⁶⁾.

1- ميلودي سلامي، نفس المرجع، ص 186.

2- سليمان بارش، شرح قانون الإجراءات الجزائية، الجزائر، دار الهدى، ص 82.

3- آمنة صامت، مرجع سابق، ص 257.

4- المادة 32 من الأمر 06/03، مرجع سابق.

(5)- ميلودي سلامي، مرجع سابق، ص 184.

(6)- آمنة صامت، مرجع سابق، ص 92.

خلاصة الفصل الثاني :

خاتمة

إن التحولات العميقة التي فرضتها مرحلة الدخول إلى اقتصاد السوق بوتيرة متسعة وما صاحبها من عقد اتفاقيات دولية متعددة تمس على الخصوص بمختلف جوانب حركة رؤوس الأموال وتداول السلع والخدمات، أدت إلى بروز العديد من الثغرات القانونية في العديد من التشريعات المتعلقة بالملكية الصناعية ومنها على الخصوص تلك المتعلقة بموضوع النظام القانوني للعلامات التجارية مما جعلها غير قادرة على مواكبة المستجدات على الساحة الاقتصادية والمالية.

فالدول المتقدمة صناعيا تنبعت منذ ما يربو عن قرنين لأهمية الحماية القانونية للعلامة بمختلف أنواعها وأشكالها وأثرها في تنشيط القدرات الابتكارية لدى أبنائها و من ثم ضمان تطبيق ما يتم ابتكاره في مجال الصناعة، و الأكثر من ذلك أنهم وسعوا من نطاق استعمال العلامة التجارية من خلال إعطاء أهمية للعمليات القانونية الواردة عليها إذ تلعب العلامة دورا بالغا في ترويج السلع الملصقة عليها. فالزبائن يهتمون بماركة السلع أكثر من المؤسسة التي تصنعها أو توزعها. إذ أصبحت تشكل عنصرا أساسيا في المؤسسة التجارية، فهي تفتح المجال للمؤسسة للاستثمار مما يجعلها منطلقا للمنافسة لوحدها وتصبح موضوعا يمكن الاتجار به ضمن المؤسسة، أو بالاستقلال عنها فيجوز بذلك نقل ملكية العلامة بمختلف الطرق كبيعها أو التنازل عنها في رأس مال الشركات كما يمكن نقلها بطريق الإرث أو الوصية أو الهبة... ولكن ربط المشرع الجزائري كل ذلك بشرط الإيداع و التسجيل للعلامة التجارية بالمركز الوطني للملكية الصناعية حتى يتسنى له مراقبة مدى احترام الجوانب الشكلية والموضوعية لعملية الإيداع والتسجيل

وكتقييم عام لما تم التطرق إليه، يمكن القول أن المشرع الجزائري قد عيب عليه التأخر في هذا المجال، فالدراسة في ميدان العلامة التجارية دلت أنه منذ الاستقلال كان الأمر 57/66 لسنة 1966 إلى غاية 19 يوليو 2003 هو الذي ينظمها، وكان الاعتماد على قواعده القانونية التي وضعت في عصر قلت فيه التقنيات غير كاف ليحمله صالحا للتطبيق في عصر العولمة، لهذا منذ بداية التسعينات إلى غاية اليوم شهدت الجزائر موجة تشريعية في

ميدان الملكية الفكرية عامة والعلامة التجارية على الخصوص و مرد ذلك هو تلبية متطلبات العضوية في المنظمة العالمية للتجارة OMC ،وما يوجبه ذلك بالضرورة من تلبية متطلبات اتفاقية ترينس فيما جاءت به من جديد ،وما أحالت إليه من الموجود فالأمر 06/03 المتعلق بالعلامات الصادر في 19 يوليو 2003 هو تنويع وانعكاس للجهود التشريعية ورغبة في مسايرة الاتفاقية الدولية

فالمشروع الجزائري بإصداره الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات يهدف إلى تكييف منظومته التشريعية لتغطية مختلف موضوعات الملكية الفكرية بالتركيز على مضمون الاتفاقيات الدولية ،فغالبية الدول العربية هي أعضاء في ثلاث اتفاقيات هامة وهي اتفاقية إنشاء المنظمة العالمية للملكية الفكرية ،واتفاقية برن للملكية الأدبية واتفاقية باريس للملكية الصناعية

أما بالنسبة لاتفاقية ترينس فإن عضوية أي من الدول العربية في المنظمة العالمية للتجارة OMC يجعلها عضوا ملزما بدون تحفظ بأحكام هذه الاتفاقية .

فالمشروع الجزائري تمكن من وضع نظام قانوني خاص بالعلامة ،مبرزاً أهميتها وضرورة المحافظة عليها ،وإن كان قد فصل في تعريف العلامة وبين الشروط الموضوعية والشكلية الواجب توافرها للاعتراف بالعلامة ،كما بين الحقوق المترتبة عن هذا الاعتراف ،وكيفية التصرف في ذلك الحق ،إلا أن الشق الثاني المتعلق بحماية الحق المكتسب لصاحب العلامة المعترف بها قانوناً يشوبه بعض الغموض ،من حيث أن المشروع الجزائري بقدر حرصه على الإلمام بجميع جوانب الحماية المفروضة للعلامة، بقدر ما غاب عن تلك الأحكام الدقة والتفصيل في ما يتعلق بمسألة التجريم والقصد الجنائي، بالإضافة إلى ضبط شروط قيام المسؤولية المدنية والجزائية للمتعدي على العلامة، حتى يسهل متابعة كل من يرتكب فعل من أفعال التعدي على الحق في العلامة

- وعليه يمكن أن نقف عند النتائج التالية:

عند تطرقنا للتعريف الذي اتخذته المشرع الجزائري للعلامة، نجد أنه حرص على:

● إعطاء تعريف شامل، حيث اعتبر العلامة كل شارة قابلة للتمثيل الخطي مع تمتعها بخاصية تمييز السلع أو الخدمات المشابهة، غير أنه بالرجوع إلى العلامات المسجلة لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية، نجد أنها تقتصر على العلامات التقليدية فقط، أي أنه لا يقبل تسجيل أي علامة تشكل رمز صوتي بالرغم من قابلية تمثيل تلك العلامة خطياً على المدرج الموسيقي، في حين أن قوانين أجنبية تعترف بذلك، بل وتسمح بتسجيل حتى العلامات الخاصة بحاسة الشم .

● توفر في العلامة جملة من الشروط الموضوعية المتمثلة في التمييز والجدة والمشروعية، حتى تستطيع أن تؤدي وظيفتها في الارتقاء بالمنافسة المشروعة بين المتعاملين الاقتصاديين، وحتى يتم التحكم والرقابة على العلامات المستعملة، أوجب المشرع الجزائري تسجيل تلك العلامات المستوفية للشروط الموضوعية لدى الهيئة المختصة، وهي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، وفق إجراءات شكلية تسمح بالتأكد من صحة وسلامة الشروط الموضوعية والشكلية، إلى جانب القيام بفحص الإيداع، حتى يتم التأكد من عدم تسجيل العلامة من قبل، لأن المشرع الجزائري يأخذ بمبدأ الأسبقية في التسجيل وليس الأسبقية في الاستعمال .

● أكد المشرع الجزائري على إلزامية استعمال العلامات على كل السلع والخدمات المعروضة، إلا عند الاستحالة، عندما لا تسمح طبيعة السلع بذلك، كما أوجب تسجيل كل علامة يتم استعمالها مهما كان نوعها، وكل من يخالف ذلك يتعرض للعقاب.

● قرر المشرع الجزائري من خلال قانون العلامات، أن الحق في العلامة ينشأ بإتمام

إجراءات التسجيل لدى الهيئة المختصة، غير أنه يبقى حق غير مطلق، فحقه يبقى مؤقتا وليس دائما، ما دام توقفه عن الاستعمال غير المبرر .

● المشرع الجزائري لم يأخذ بالرأي الذي يعتبر أن قانون الدولة التي تنشأ الحق في العلامة على أراضيها هو القانون الواجب التطبيق، فهو لا ينظر إلى مكان نشوء الحق في العلامة، وإنما ينظر إلى مكان استغلالها، وهذا تطبيقا لمبدأ المعاملة الوطنية، أي أن يخضع صاحب العلامة الأجنبية وصاحب العلامة الوطنية لنفس القانون، وهو قانون مكان مزاولة الاستغلال اعترافا من المشرع الجزائري بأهمية العلامة، وإدراكا منه لخطورة الاعتداء عليها، سواء بالنسبة لمالكها، أو بالنسبة للمستهلك الذي يتم التلاعب بإرادته وتهديد صحته وسلامته، ناهيك عن الأخطار والخسائر التي يتكبدها الاقتصاد الوطني.

● سعى المشرع الجزائري إلى تجريم كل فعل من شأنه أن يمس بالعلامة، وألزم كل شخص قامت مسؤوليته عن ذلك بالتعويض عما ألحقه من أضرار نظرا لتزايد وتنوع أعمال التعدي على العلامات.

● تصدى المشرع الجزائري لإعطاء تعريف واسع لجنة التقليد، حسب ما جاء في نص المادة 26 من الامر 06/03 حيث اعتبر كل خرق لحقوق استثنائية مخولة لصاحب العلامة يعد تقليدا يرتب على عاتق صاحبه مسؤولية جزائية وحتى مدنية.

● لم يميز المشرع الجزائري بين مختلف أنواع الاعتداء على العلامة، سواء كانت مباشرة أو غير مباشرة، فلا يختلف الأمر إذا كنا أمام تقليد مطابق أو تقليد بالتشبيه، ولا يتغير الأمر إذا كنا أمام استعمال فقط لعلامة مقلدة، فالكل جعله المشرع الجزائري تحت تكييف قانوني موحد، وهي جنحة التقليد، ومن ثم فكل تلك الأفعال تخضع لنفس العقوبة المقررة .

● رغم أن المشرع الجزائري وسع من نطاق الركن المادي لجريمة التقليد، إلا أنه أغفل الركن المعنوي للجريمة، وقد تم تفسير سكوته على أنه إهمال للركن المعنوي للجريمة، ولكن من خلال ما تم تناوله بالدراسة، فالمشرع الجزائري لما أعطى للركن المادي لجنة التقليد المعنى الواسع، ولم يحدد الأفعال التي تشكل تقليدا بدقة، كان يريد من خلال ذلك أن يوسع من دائرة تجريم الأفعال التي من شأنها أن تمس بحقوق صاحب العلامة المحمية قانونا، وأراد من خلال السكوت عن الركن المعنوي للجريمة أن يسهل على المتضرر من التقليد عملية إثبات الخطأ الجزائي المرتكب من طرف المتهم بالتقليد، فنقل المشرع عبء إثبات سوء نية المتهم إلى عاتق هذا الأخير، وهذا يجعلنا نقول بأن المشرع الجزائري أضعف من قوة الركن المعنوي لجريمة التقليد، ولكنه لم يلغ هذا الركن كليا أما في ما يخص المسؤولية الجزائية على الأشخاص المعنوية :

● لم ينص المشرع الجزائري على المسؤولية الجزائية للغير في مجال تقليد العلامات .
 ● لا تقوم مسؤولية الشخص الذي يقلد علامة غير مسجلة، ولا يمكن لصاحب تلك العلامة أن يباشر إجراءات المتابعة الجزائية ضد المعتدي على علامته إلا إذا كانت علامته مسجلة وفق ما يتطلبه القانون، فلا حماية جزائية لعلامة غير مسجلة .

● لا مسؤولية جزائية للشخص الذي يستخدم علامة على سلع أو خدمات غير مماثلة ولا مشابهة لتلك التي سجلت من أجلها العلامة، فالحماية الجزائية لتلك العلامة لا تمتد على جميع أنواع السلع أو الخدمات الأخرى، حيث أن استعمالها على هذه الأخيرة لا يؤدي إلى تضليل المستهلك، ومن ثم لا يشكل خطرا على حقوق مالك العلامة .

حتى يتمكن مالك العلامة من إثبات مسؤولية المعتدي على حقه في العلامة، منحه المشرع الحق في اتخاذ إجراءات تحفظية من أجل الحفاظ على حقوقه، وذلك حتى قبل رفع دعوى مدنية أو جزائية، من أجل تسهيل عملية إثبات ارتكاب فعل الاعتداء والوقوف على الأدلة

الكافية لذلك يمكننا القول إذن بأن الشرط الأول لقيام المسؤولية الجزائية عن جرائم التعدي على العلامات ،هو ارتكاب فعل التقليد ،ويتحقق دون الحاجة إلى إثبات توافر سوء النية ،أو القصد الجنائي لدى الفاعل ،بل يرتكز على توافر الركن المادي بأي صورة من الصور التي وضحناها أعلاه ،ويبقى على المتابع بجرم التقليد أن يثبت عكس الإدعاء الموجه إليه .

في الأخير ما يمكن قوله في ظل التحولات الكبيرة للسوق الاقتصادي العالمي و للاقتصاد الوطني و انتعاشه في نظام اقتصاد السوق فإن المؤسسات اليوم ملزمة أن تأخذ بعين الاعتبار أنظمة الحماية المعروفة في العالم ،و المتعلقة بضمان أمانة المعاملات التجارية ،و حماية الملكية الصناعية بصفة خاصة التي تمثل أحد الجوانب التي لا يمكن إهمالها ،و التي تسمح بتشجيع مبادرة الإبداع مع قمع الأعمال التي تعتبر عامة ،أعمال منافسة غير مشروعة.

الملاحق

الملحق رقم 01: أمثلة عن بعض نتائج الفحص لأسباب رفض نسبية

علامات محمية في الجزائر	علامات غير شاعرة: رفض
(منتجات صيدلانية وأدوية) SYVITAL	(منتجات صيدلانية وأدوية) CELLVITAL
(العطور) Rêve D'or	(العطور) Rêve Désire
تبغ RYM	تبغ RYMA
(الأجهزة الإلكترونية) FMC	(الأجهزة الإلكترونية) MCF
(مشروبات) Selecto	(مشروبات) Selectra
(منتجات التزيين و العطور) COOL	(منتجات التزيين و العطور) KOOL ,KOUL,GOUL
(الألبسة) FERMAN	(الألبسة) FREEMAN
(العطور) HABANITA	(العطور) BANITA
(منتجات صيدلانية وأدوية) AGINAX	(منتجات صيدلانية وأدوية) AGENAX, AGINEX, AGYNEX, AGIMEX
(عطر) J'ADORE	(عطر) JAFOR
(منتجات البلاط) CYGNE	(منتجات البلاط) SYGNE , SIGNE

الملحق رقم 02: الأمر 06/03 المؤرخ في 2003/07/19، المتعلق بالعلامات.

- وبمقتضى الأمر رقم 66 - 155 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق 8 يونيو سنة 1966 والمتضمن قانون الإجراءات الجزائية، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى الأمر رقم 66 - 156 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق 8 يونيو سنة 1966 والمتضمن قانون العقوبات، المعدل و المتمم،

- وبمقتضى الأمر رقم 72 - 10 المؤرخ في 7 صفر عام 1392 الموافق 22 مارس سنة 1972 والمتضمن الانضمام إلى بعض الاتفاقات الدولية،

- وبمقتضى الأمر رقم 75 - 02 المؤرخ في 26 ذي الحجة عام 1394 الموافق 9 يناير سنة 1975 والمتضمن المصادقة على اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المبرمة في 20 مارس سنة 1883 والمعدلة ببروكسل في 14 ديسمبر سنة 1900 وواشنطن في 2 يونيو سنة 1911 ولاهاي في 6 نوفمبر سنة 1925 ولندن في 2 يونيو سنة 1934 ولشبونة في 31 أكتوبر سنة 1958 وأستوكهولم في 14 يوليو سنة 1967،

- وبمقتضى الأمر رقم 75 - 58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون المدني، المعدل و المتمم،

- وبمقتضى الأمر رقم 75 - 59 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون التجاري، المعدل و المتمم،

- وبمقتضى القانون رقم 79 - 07 المؤرخ في 26 شعبان عام 1399 الموافق 21 يوليو سنة 1979 والمتضمن قانون الجمارك، المعدل و المتمم،

- وبمقتضى القانون رقم 84 - 17 المؤرخ في 8 شوال عام 1404 الموافق 7 يوليو سنة 1984 والمتعلق بقوانين المالية، المعدل و المتمم،

- وبمقتضى القانون رقم 89 - 02 المؤرخ في أول رجب عام 1409 الموافق 7 فبراير سنة 1989 والمتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك،

- وبمقتضى الأمر رقم 03 - 03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 والمتعلق بالمنافسة،

- وبمقتضى المرسوم رقم 84 - 85 المؤرخ في 19 رجب عام 1404 الموافق 21 أبريل سنة 1984 والمتضمن انضمام الجزائر إلى معاهدة نيروبي بشأن حماية الرمز الأولمبي المعتمدة في نيروبي في 26 سبتمبر سنة 1981،

- و بعد الاستماع إلى مجلس الوزراء،

غير أن الأعمال والعقود المتعلقة بالمصنفات والأداء أو العزف والتسجيل السمعية والسمعية البصرية وخصص البث الإذاعي السمعي أو السمعي البصري التي تم عقدها أو إبرامها قبل تاريخ سريان مفعول أحكام هذا الأمر، تبقى خاضعة لنظام الحماية المطبق عليها بموجب التشريع السابقة إلى غاية انقضاء الآثار القانونية المتصلة بها.

الفصل الثاني أحكام ختامية

المادة 162: تطبق أحكام هذا الأمر على المصنفا والأداء المحمية بموجب الاتفاقية الدولية التي تكون الجزائر طرفا فيها.

المادة 163: تلغى جميع الأحكام المخالفة لهذا الأمر، لاسيما الأمر رقم 97-10 المؤرخ في 27 شوال عام 1417 الموافق 6 مارس سنة 1997 والمتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة.

المادة 164: ينشر هذا الأمر في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

حرر بالجزائر في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003.

عبد العزيز بوتفليقة



أمر رقم 03 - 06 مؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003، يتعلق بالعلاما .

إنّ رئيس الجمهورية،

- بناء على الدستور، لاسيما المواد 38 و 52 و 122 و 124 منه ؛

- وبمقتضى الأمر رقم 66 - 48 المؤرخ في 5 ذي القعدة عام 1385 الموافق 25 فبراير سنة 1966 والمتضمن انضمام الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية إلى اتفاقية باريس المؤرخة في 20 مارس سنة 1883 والمتعلقة بحماية الملكية الصناعية،

- وبمقتضى الأمر رقم 66 - 154 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق 8 يونيو سنة 1966 والمتضمن قانون الإجراءات المدنية، المعدل والمتمم،

- يصدر الأمر الآتي نصه :

الباب الاول

التعاريف والالتزام العامة

المادة الأولى : يهدف هذا الأمر إلى تحديد كيفية حماية العلامات.

المادة 2 : يقصد في مفهوم هذا الأمر بما يأتي :

(1) العلاما : كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلما بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام، و الرسوما 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،

(2) العلامة الجماعية : كل علامة تستعمل لإثبات المصدر والمكونا و الإنتاج أو كل ميزة مشتركة لسلع أو خدمات مؤسساً مختلفة، عندما تستعمل هذه المؤسسة العلامة تحت رقابة مالكيها،

(3) السلعة : كل منتج طبيعي أو زراعي أو تقليدي أو صناعي، خاما كان أو مصنعا،

(4) الخدمة : كل أداء له قيمة اقتصادية،

(5) الاسم التجاري : التسمية أو العنوان الذي يعرف المؤسسة ،

(6) المصلحة المختصة : المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية .

المادة 3 : تعتبر علامة السلعة أو الخدمة إلزامية لكل سلعة أو خدمة مقدمة ، بيعت أو عرضت للبيع عبر أنحاء التراب الوطني.

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

لا يطبق هذا الالتزام على السلع أو الخدمات التي لا تسمح طبيعتها و خصائصها من وضع العلامة عليها وكذلك السلع التي تحمل تسمية المنشأ.

توضح أحكام هذه المادة ، عند الحاجة ، عن طريق التنظيم.

المادة 4 : لا يمكن استعمال أي علامة لسلع أو خدمات عبر الإقليم الوطني إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها عند المصلحة المختصة.

الباب الثاني الحق في العلامة

القسم الأول

اكتساب الحق في العلامة

المادة 5 : يكتسب الحق في العلامة بتسجيلها لدى المصلحة المختصة.

دون المساس بحق الأولوية المكتسب في إطار تطبيق الاتفاقا الدولية المعمول بها في الجزائر، تحدد مدة تسجيل العلامة بعشر (10) سنا تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ إيداع الطلب.

يمكن تجديد التسجيل لفترة متتالية تقدر بعشر (10) سنا وفقا للأحكام المحددة في النصوص المتخذة لتطبيق هذا الأمر.

يسري التجديد ابتداء من اليوم الذي يلي تاريخ انقضاء التسجيل.

المادة 6 : ماعدا في حالة انتهاك الحق، فإن العلامة ملك للشخص الأول الذي استوفى الشروط المحددة لصحة الإيداع أو الشخص الذي أثبت أقدم أولوية لإيداعه في مفهوم اتفاقية باريس المذكورة أعلاه.

يحق لأي شخص قام بعرض سلع أو خدمات تحت العلامة المطلوبة أثناء معرض دولي رسمي أو معترف به رسميا، أن يطلب تسجيل هذه العلامة و يطالب بحق الأولوية فيها ابتداءً من تاريخ عرض السلع أو الخدمات تحت هذه العلامة وذلك في أجل ثلاثة (3) أشهر ابتداء من انتهاء العرض.

القسم الثاني

أسباب الرفض

المادة 7 : تستثنى من التسجيل :

(1) الرموز التي لا تعد علامة في مفهوم المادة 2 ، (الفقرة الأولى)،

(2) الرموز الخاصة بالملك العام أو المجردة من صفة التمييز،

(3) الرموز التي تمثل شكل السلع أو غلافها إذا كانت الطبيعة أو وظيفة السلع أو التغليف تفرضها،

(4) الرموز المخالفة للنظام العام أو الآداب العامة و الرموز التي يحظر استعمالها بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيا الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها،

القسم الثالث**الحقوق المخولة عن التسجيل**

المادة 9 : يخول تسجيل العلامة لصاحبها حق ملكيتها على السلع و الخدما التي يعينها لها.

مع مراعاة أحكام المادة 11 أدناه، فإن الحق في ملكية العلامة يخول صاحبه حق التنازل عنها ومنح رخص استغلال و منع الغير من استعمال علامته تجاريا دون ترخيص مسبق منه على سلع أو خدمات مماثلة أو مشابهة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها.

يمكن التمسك بالحق المخول بموجب تسجيل العلامة في مواجهة الغير الذي يستعمل تجاريا علامة أو رمزا أو اسما تجاريا مشابهها إلى اللبس بين سلع وخدمات مطابقة أو مشابهة، دون ترخيص المالك.

لصاحب علامة ذا شهرة في الجزائر حق منع الغير من استعمال علامته دون رضاه وفقا للشروط المنصوص عليها في المادة 7 (الفقرة 8) أعلاه.

القسم الرابع**تحديد الحقوق المخولة عن التسجيل**

المادة 10 : لا يخول تسجيل العلامة لصاحبها الحق في منع الغير من أن يستخدم تجاريا و عن حسن نية :

(1) اسمه وعنوانه و اسمه المستعار،

(2) البيانا الحقيقية المتصلة بالصنف أو الجودة أو الكمية أو الوجهة أو القيمة أو مكان المنشأ أو فترة إنتاج هذه السلع أو أداء هذه الخدمات، على أن يكون هذا الاستعمال محدودا و مقتصرًا لأغراض التعريف أو الإعلام فقط وفقا للممارسا النزوية في المجال الصناعي أو التجاري.

القسم الخامس**الالتزام باستعمال العلامة**

المادة 11 : إن ممارسة الحق المخول عن تسجيل العلامة مرتببب بالاستعمال الجدي للعلامة على السلع أو توضيببها أو على صلة مع الخدمات المعرفة بالعلامة.

يترتب على عدم استعمال العلامة إبطالها ماعدا في الحالا الآتية :

(1) إذا لم يستغرق عدم الاستعمال أكثر من ثلاث (3) سنوا دون انقطاع ،

(2) إذا لم يقم مالك العلامة قبل انتهاء هذا الأجل بتقديم الحجة بأن ظروفها عسيرة حالت دون استعمالها، ففي هذه الحالة يسمح بتمديد الأجل إلى سنتين على الأكثر.

(5) الرموز التي تحمل من بين عناصرها نقلا أو تقليدا لشعارا رسمية أو أعلام أو شعارا أخرى أو اسم، مختصر أو رمز أو إشارة أو دمغة رسمية تستخدم للرقابة و الضمان من طرف دولة أو منظمة مشتركة بين الحكوما أنشئت بموجب اتفاقية دولية إلا إذا رخصت لها السلطة المختصة لهذه الدولة أو المنظمة بذلك ،

(6) الرموز التي يمكن أن تضلل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يخص طبيعة أو جودة أو مصدر السلع و الخدما و الخصائص الأخرى المتصلة بها ،

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

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

تطبق أحكام هذه الفقرة ، مع ما يلزم من تغيير، على السلع أو الخدما التي لا تعد مطابقة أو مشابهة لتلك التي طلب تسجيل العلامة من أجلها، بشرط أن يكون استعمال هذه العلامة من أجل سلع و خدمات مطابقة يدل على صلة بين هذه السلع و الخدمات و مالك العلامة المسجلة ، في هذه الحالة و بشرط أن يكون من شأن هذا الاستعمال الحاق ضرر بمصالح صاحب العلامة المسجلة.

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

تطبق أحكام هذه الفقرة أيضا على العلامات التي انتهت فترة حمايتها منذ سنة أو أكثر قبل تاريخ إيداع طلب تسجيلها أو على العلاما الجماعية التي انتهت فترة حمايتها منذ ثلاث (3) سنوا أو أكثر قبل هذا التاريخ.

تؤخذ بعين الاعتبار، في مفهوم هذه الفقرة ، كل الأولويا المطالب بها.

المادة 8 : لا تكون طبيعة السلع أو الخدما التي تشملها العلامة بأي حال من الأحوال ، عائقا أمام تسجيل تلك العلامة.

يجب قيد الرخصة في سجل العلاما الذي تمسكه المصلحة المختصة. تحدد كيفية مسك السجل عن طريق التنظيم. وتمسك المصلحة المختصة مستخرجا لسجل مرقم ومؤشراً عليه .

المادة 18 : يمكن صاحب العلامة التمسك بالحقوق المكتسبة تجاه حامل الرخصة الذي يخل بأحد الشروط المذكورة في المادة 17 أعلاه .

الباب الخامس سقوط الحقوق

القسم الأول العدول

المادة 19 : يمكن العدول عن تسجيل العلامة لكل أو جزء من السلع أو الخدما التي سجلت من أجلها. تحدد كيفية العدول عن طريق التنظيم .

القسم الثاني الإبطال

المادة 20 : يمكن الجهة القضائية المختصة إبطال تسجيل العلامة بأثر رجعي من تاريخ الإيداع وذلك بطلب من المصلحة المختصة أو من الغير عندما يتبين بأنه كان لا ينبغي تسجيل العلامة لسبب من الأسباب المذكورة في الفقرات 1 إلى 9 من المادة 7 من هذا الأمر.

لا يمكن إقامة دعوى الإبطال إذا اكتسبت العلامة صفة التمييز بعد تسجيلها، و تتقادم هذه الدعوى بخمس (5) سنوا ابتداء من تاريخ تسجيل العلامة ويستثنى من هذا الإجراء طلب التسجيل الذي تم بسوء النية.

القسم الثالث الإلغاء

المادة 21 : تلغي الجهة القضائية المختصة تسجيل العلامة بناء على ما يأتي :

(1) طلب من المصلحة المختصة أو من الغير الذي يعنيه الأمر إذا نشأ سبب من الأسباب المذكورة في المادة 7 (الفقرات 3 و 5 إلى 7) من هذا الأمر بعد تسجيل العلامة و ظل قائماً بعد قرار الإلغاء. غير أنه إذا كان سبب الإلغاء ناتجا من المادة 7 (الفقرة 2) فإن التسجيل لا يلغى إذا اكتسبت العلامة صفة التمييز بعد تسجيلها.

(2) طلب من الغير الذي يعنيه الأمر إذا لم تستعمل العلامة وفقا للمادة 11 أعلاه.

المادة 12 : يعتبر استعمال العلامة من قبل حامل الرخصة بمثابة استعمال من قبل المودع أو مالك العلامة نفسه.

الباب الثالث

إيداع العلامة وفحصها وتسجيلها ونشرها

المادة 13 : تحدد شكليا إيداع العلامة وكيفية وإجراء فحصها وتسجيلها ونشرها لدى المصلحة المختصة، عن طريق التنظيم .

عدا حالة اتفاق متبادل ، يجب أن يمثل طالبو الإيداع المقيمون في الخارج أمام المصلحة المختصة بممثل يتم تعيينه وفقا للتنظيم الجاري به العمل .

الباب الرابع انتقال الحقوق

المادة 14 : بمعزل عن التحويل الكلي أو الجزئي للمؤسسة، يمكن نقل الحقوق المخولة عن طلب التسجيل أو تسجيل العلامة كليا أو جزئيا أو رهنا.

يعد انتقال الحق باطلا إذا كان الغرض منه تضليل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يتعلق على وجه الخصوص بطبيعة أو بمصدر أو بطريقة صنع أو خصائص أو قابلية استخدام السلع أو الخدما التي تشملها العلامة.

المادة 15 : تشترط ، تحت طائلة البطلان، الكتابة و إمضاء الأطراف في عقود النقل أو رهن العلامة المودعة أو المسجلة في مفهوم المادة 14 أعلاه، وفقا للقانون الذي ينظم هذه العقود.

يثبت الانتقال بدمج المؤسسة أو بأي شكل آخر لحلول المؤسسة بأي وثيقة تثبت هذا الانتقال وفقا للتشريع الذي ينظم الانتقال.

المادة 16 : يمكن أن تكون الحقوق المرتبطة بالعلامة موضوع رخصة استغلال واحدة أو استثنائية أو غير استثنائية، لكل أو لجزء من السلع أو الخدما التي تم إيداع أو تسجيل العلامة بشأنها.

المادة 17 : يجب، تحت طائلة البطلان، أن يتضمن عقد الترخيص في مفهوم المادة 16 أعلاه، المبرم وفقا للقانون المنظم للعقد، العلامة، فترة الرخصة، السلع و الخدما التي منحت من أجلها الرخصة والإقليم الذي يمكن استعمال العلامة في مجاله أو نوعية السلع المصنعة أو الخدما المقدمة من قبل حامل الرخصة.

الباب السادس

أحكام خاصة بالعلاما الجماعية

القسم الأول

ملكية العلامة الجماعية و استعمالها

المادة 22 : يحق لأي شخص معنوي خاضع للقانون العام أو الخاص أن يملك علامة جماعية طبقا لما تم تحديده في المادة 2 (الفقرة 2).

المادة 23 : يتعين على صاحب العلامة الجماعية أن يسهر على حسن استعمال علامته وفقا للأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها في هذا المجال.

ولهذا الغرض ، فإن نظام استعمال العلامة الجماعية المتضمن القانون الأساسي لهذه العلامة يتضمن ما يأتي :

- تحديد شروط خاصة باستعمال العلامة الجماعية ،
- النص على ممارسة رقابة فعلية عند استعمال هذه العلامة.

القسم الثاني

الانتقال والرهن والتنفيذ

الجبري للعلامة الجماعية

المادة 24 : لا يمكن أن تكون العلامة الجماعية محل انتقال أو تنازل أو رهن و لا يمكن أن تكون تحت طائلة أي حكم تنفيذ جبري.

القسم الثالث

إلغاء العلامة الجماعية

المادة 25 : دون المساس بأحكام المادتين 21 و 24 أعلاه ، تلغي الجهة القضائية المختصة تسجيل العلامة الجماعية بناء على طلب تقدمه لها المصلحة المختصة أو من الغير الذي يعينه الآخر في الحالات الآتية :

- (1) عند زوال الشخص المعنوي صاحب العلامة ،
- (2) عندما يستعمل مالك العلامة الجماعية أو يسمح أو يفوض باستعمال هذه العلامة بشروط أخرى غير تلك المحددة في نظام الاستعمال ،
- (3) عندما يستعمل مالك العلامة الجماعية أو يسمح أو يجيز استعمال هذه العلامة استعمالا من شأنه تضليل الجمهور حول أي خاصية مشتركة للسلع أو الخدما التي سجلت العلامة بشأنها.

الباب السابع

المساس بالحقوق والعقوبات

المادة 26 : مع مراعاة أحكام المادة 10 أعلاه ، يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة.

يعد التقليد جريمة يعاقب عليها بالعقوبات المحددة في المواد 27 إلى 33 أدناه.

المادة 27 : لا تعد الأفعال السابقة لنشر تسجيل العلامة مخلة بالحقوق المرتبطة بها.

غير أنه ، يمكن معاينة و متابعة الأعمال اللاحقة بتبليغ نسخة من تسجيل العلامة للمقلد المشتبه فيه.

المادة 28 : لصاحب تسجيل العلامة الحق في رفع دعوى قضائية ضد كل شخص ارتكب أو يرتكب تقليدا للعلامة المسجلة . و يستعمل نفس الحق تجاه كل شخص ارتكب أو يرتكب أعمالا توحى بأن تقليدا سيرتكب.

المادة 29 : إذا أثبت صاحب العلامة أن تقليدا قد ارتكب أو يرتكب، فإن الجهة القضائية المختصة تقضي بالتعويض المدني، و تأمر بوقف أعمال التقليد وترتبط إجراء المتابعة بوضع كفالة لضمان تعويض مالك العلامة أو صاحب حق الاستئثار بالاستغلال . ويمكن أن تتخذ الجهة القضائية المختصة ، عند الاقتضاء ، كل تدبير آخر منصوص عليه في المادة 30 أدناه .

إذا أثبت صاحب تسجيل العلامة بأن مساسا بحقوقه أصبح وشيكا، فإن الجهة القضائية المختصة تفصل في موضوع المساس بالحقوق وتأمر بمصادرة الأشياء و الوسائل التي استعملت في التقليد و إتلافها ، عند الاقتضاء .

المادة 30 : يمكن المدعى عليه في كل دعوى من الدعاوى المنصوص عليها في هذا الباب، أن يطلب ضمن نفس الإجراء، إبطال أو إلغاء تسجيل العلامة، و تطبيق في هذه الحالة أحكام المادتين 20 و 21 من هذا الأمر.

المادة 31 : عدا في حالة النص بالعكس في عقد الترخيص، يمكن المستفيد من حق استئثار في استغلال علامة أن يرفع، بعد الإعدار، دعوى التقليد إذا لم يمارس المالك هذا الحق بنفسه.

الباب التاسع**أحكام انتقالية**

المادة 36 : كل شخص لم يقيم بالتزاما وضع العلامة و التسجيل المنصوص عليهما في المادتين 3 و 4 من هذا الأمر، عليه أن يمثل ذلك خلال أجل سنة (1) ابتداء من سريان هذا الأمر.

المادة 37 : تطبق أحكام هذا الأمر على طلبا التسجيل المودعة قبل سريان هذا الأمر .

المادة 38 : تبقى التسجيلات التي تمت بموجب الأمر رقم 66 - 57 المؤرخ في 19 مارس سنة 1966 خاضعة لهذا الأمر إلى غاية تجديدها.

الباب العاشر**أحكام ختامية**

المادة 39 : تلغى أحكام الأمر رقم 66 - 57 المؤرخ في 19 مارس سنة 1966 والمتعلق بعلاما الصنع والعلاما التجارية.

المادة 40 : ينشر هذا الأمر في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

حرر بالجزائر في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003.

عبد العزيز بوتفليقة



أمر رقم 03 - 07 مؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003، يتعلق ببراء الاختراع.

إن رئيس الجمهورية،

- بناء على الدستور ، لاسيما المواد 38 و 52 و 122 و 124 منه،

- وبمقتضى الأمر رقم 66-48 المؤرخ في 5 ذي القعدة عام 1385 الموافق 25 فبراير سنة 1966 والمتضمن انضمام الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية إلى اتفاقية باريس المؤرخة في 20 مارس سنة 1883 والمتعلقة بحماية الملكية الصناعية،

- وبمقتضى الأمر رقم 66-154 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق 8 يونيو سنة 1966 والمتضمن قانون الإجراءات المدنية، المعدل و المتمم،

المادة 32 : مع مراعاة الأحكام الإنتقالية لهذا الأمر ودون الإخلال بأحكام الأمر رقم 66 - 156 المؤرخ في 8 يونيو سنة 1966 والمتضمن قانون العقوبا ، المعدل والمتمم، فإن كل شخص ارتكب جنحة تقليد ، يعاقب بالحبس من ستة (6) أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين و خمسمائة ألف دينار (2.500.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط مع :

- الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة ،

- مصادرة الأشياء والوسائل والأدوا التي استعملت في المخالفة،

- إتلاف الأشياء محل المخالفة.

المادة 33 : يعاقب بالحبس من شهر إلى سنة وبغرامة من خمسمائة ألف دينار (500.000 دج) إلى مليوني دينار (2.000.000 دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط، الأشخاص :

(1) الذين خالفوا أحكام المادة 3 من هذا الأمر بعدم وضع علامة على سلعهم أو خدماتهم أو الذين تعمدوا بيع أو عرضوا للبيع سلعة أو أكثر أو قدموا خدما لا تحمل علامة.

(2) الذين وضعوا على سلعهم أو خدماتهم علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها وفقا للمادة 4 من هذا الأمر، وذلك مع مراعاة الأحكام الانتقالية المنصوص عليها في هذا الأمر .

الباب الثامن**أحكام خاصة**

المادة 34 : يمكن مالك العلامة، بموجب أمر من رئيس المحكمة، الاستعانة، عند الاقتضاء ، بخبير للقيام بوصف دقيق للسلع التي يزعم أن وضع العلامة عليها قد ألحق به ضررا وذلك بالحجز أو بدونه.

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

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

المادة 35 : يعد الوصف أو الحجز باطلا بقوة القانون إذا لم يلتمس المدعي الطريق المدني أو الجزائي خلال أجل شهر و ذلك بصرف النظر عن تعويض الأضرار التي يمكن طلبها.

قائمة المراجع

أولاً: الكتب

- أمنة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامة التجارية، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، ريم للنشر و التوزيع، 2011.
- أحمد محرز، الحق في المنافسة المشروعة، بدون دار نشر، القاهرة، 1994.
- إدريس فاضلي، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، 2013.
- الطيب زروني، القانون الدولي للملكية الفكرية، تحاليل ووثائق، الطبعة الأولى، مطبعة الكاهنة، الجزائر 2004.
- إلياس ناصيف، الكامل في قانون التجارة، الجزء الأول، عويدات للطباعة و النشر، بيروت.
- بولحية بن بوخميس علي، القواعد العامة لحماية المستهلك و المسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2000.
- جلال وفاء محمدين، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقا لإتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس)، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2000.
- حمادي زبير، الحماية القانونية للعلامة التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، 2012.
- حمدي غالب الجغبيري، العلامات العقارية الواقعة عليها و ضمانات حمايتها، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي المتوقية، 2012.

- حسين يوسف غنايم، حماية العلامات التجارية، كلية الشريعة و القانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، بدون دار النشر، بدون سنة النشر.
- حلمي عباس، القانون التجاري الأعمال التجارية، التاجر، المحل التجاري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1989.
- زينة غانم عبد الجبار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، دراسة مقارنة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
- زين الدين، العلامات التجارية وطنيا و دوليا، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، 2006.
- سامر محمود عبد دلالة، مشكلات الحماية المدنية للعلامة التجارية الأجنبية غير المسجلة في القانون الأردني، جامعة البيت المفرق، الأردن، بدون سنة نشر.
- سعيد راشدي، حماية العلامات التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية.
- سليمان بارش، شرح قانون الإجراءات الجزائية، الجزائر، دار الهدى.
- سمير جميل حسن الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، د م ج، الجزائر، 1988.
- سمير فرنالي بالي، قضايا القرصنة التجارية و الصناعية و الفكرية، الجزء الأول، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2001.
- صلاح زين الدين، المدخل إلى الملكية الصناعية و التجارية، العلامات التجارية، البيانات التجارية، الطبعة الأولى، مكتبة دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، 2000.
- صلاح زين الدين، الملكية الصناعية و التجارية، دار الثقافة، عمان، 2000.

- طعمة صفعك الشمري، أحكام المنافسة غير المشروعة في القانون الكويتي، بدون نار النشر، الكويت، 1990.
- عباس حسني المنزلاوي، الملكية الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983.
- عباس محمد حسني، الملكية الصناعية و المحل التجاري، الجزء الثاني، دار النهضة العربية، 1996، ص 329.
- عماد الدين محمد السويدات، الحماية المدنية للعلامة التجارية، دار حامد للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، 2012.
- فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الحقوق الفكرية، ابن خلدون للنشر، وهران، 2003.
- قليبوي سميحة، الوجيز في التشريعات الصناعية (حقوق الملكية الصناعية)، الجزء الثاني، مكتبة القاهرة الحديثة، 1976.
- ماهر فوزي حمدان، حماية العلامة التجارية، منشورات الجامعة الأردنية، 1999.
- محرز أحمد، القانون التجاري الجزائري، الجزء الأول، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998.
- محمد إبراهيم الوالي، حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري، دم.ج، الجزائر، 1983، ص 114.
- محمد حسين، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب، دون طبعة، الجزائر، 1985، ص 204.

- محمد حسني عباس، الملكية الصناعية و المحل التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة، 1871.

- مصطفى كمال طه، القانون التجاري، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 1996.
- معوض عبد التواب، الوسيط في شرح جرائم الغش والتدليس، تقليد العلامات التجارية من الناحيتين الجنائية و المدنية، الطبعة الخامسة، الإسكندرية، مطبعة الإنتصار، سنة 2000.
- منير محمد الجنيهي، ممدوح محمد الجنيهي، العلامات و الأسماء التجارية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية.

- نائل صالح، حماية المستهلك في التشريع الأردني، زهران للنشر، عمان، 1991,
- نادية فوضيل، القانون التجاري الجزائري، الأعمال التجارية، التاجر، المحل التجاري، الطبعة التاسعة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
- ناصر عبد الحليم السلامة، الحماية الجزائئية للعلامات التجارية، دراسة مقارنة، وفقا لأحدث التشريعات العربية والأجنبية، دار النهضة العربية، القاهرة، بدون سنة نشر.
- نعيم مغيب، الماركات التجارية والصناعية، دراسة في القانون المقارن، دون مكان النشر، السنة 2005.

- نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية، الملكية الصناعية، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، 2005.
- همام محمود محمد زهران، أصول الإثبات في المواد المدنية و التجارية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2000.

ثانيا: الأطروحات و البحوث الأكاديمية

- العمري صالحة، الحماية القانونية لحقوق الملكية الصناعية في الجزائر، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2007.2008.
- إيناس مازن فتحي الجبارين، الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقا للقوانين الأردنية، رسالة لنيل شهادة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2010.
- خير عبد الرحمن الصمادي، المنافسة غير المشروعة ووسائل الحماية منها، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير في القانون، كلية الدراسات الفقهية والقانونية، قسم الدراسات القانونية، جامعة آل البيت، بيروت، 2004\11\10.
- عائشة شابي، مروة بن سدر، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في القانون، جامعة 08 مايو 1945، كلية الحقوق و العلوم السياسية، قسم العلوم القانونية و الإدارية، تخصص قانون أعمال، 2013.
- عماد حمد محمود الإبراهيم، الحماية المدنية لبراءة الاختراع و الأسرار التجارية، دراسة مقارنة، رسالة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية نابلس، فلسطين، 2012.
- ناريمان العقون، آمنة براغثنة، النظام القانوني للعلامة التجارية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الليسانس في القانون، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2011، 2012.
- نعيمة علواش، لعلامات في مجال المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، بن عكنون، 2001، 2002.
- هناء قماري، دليلة هدايدية، دعوى المنافسة غير المشروعة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في القانون، قسم العلوم القانونية و الإدارية، تخصص قانون أعمال (النظام القانوني للاستثمار)، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945، 2013.2014.

ثالثا: المعاهدات و الإتفاقيات

- اتفاقية ترينس المؤرخة في 15 أبريل 1994، المتعلقة بالجوانب المتصلة بالتجارة ADPIC.

رابعا: الدوريات المتخصصة

- أحمد طه سنوسي، الحماية القانونية للعلامة التجارية و التطور الإقتصادي للملكية الصناعية في التشريع المقارن، مجلة مصر المعاصرة، العدد 282، أكتوبر، 1955.

- المنشور الرسمي للملكية الصناعية، علامات المصنع و العلامات التجارية و علامات الخدمات المسجلة، الصادرة عن المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، العدد 261 لسنة 2001، و كذلك المنشور عدد 264، لسنة 2002.

- رمزي حوحو، كاهنة زاوي، التنظيم القانوني للعلامة في التشريع الجزائري، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، مجلة المنتدى القانوني، العدد الخامس، عبد الله الخشروم، الحق في التعويض الناشئ عن التعدي كوجه من وجوه الحماية المدنية للعلامة التجارية، دراسة في التشريع الأردني، مقال منشور في مجلة أبحاث اليرموك، جامعة اليرموك، سنة 2004.

- قرار مجلس قضاء الجزائر، في 30\01\1969، مشار إليه في مقال لبيوت نذير، ترجمة أمقران عبد العزيز، مساهمة القضاء في حماية العلامة التجارية، المجلة القضائية، عدد 02، سنة 2002.

- كحول وليد، جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة قسنطينة 1، مجلة الفكر، العدد 11

- ميلودي سلامي، دعوى المنافسة غير المشروعة كوجه من أوجه الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون الجزائري، دفاتر السياسة والقانون، جامعة باتنة، الجزائر، العدد 2012\01\6.

خامسا: المنتقيات و المؤتمرات

- بوزيد فريدة، الملكية الصناعية و التجارية و تسييرها في المركز الوطني للسجل التجاري، عن وزارة العدل و المركز الوطني للسجل التجاري، الأوراسي، يومي 7 و 8 ديسمبر 1994.

- علي كحلون، الملكية الصناعية وجريمة في التشريع التونسي، محاضرة ملقاة في مؤتمر التقليد في ضوء القانون و الاجتهاد القضائي، في 21\05\2011، المحكمة العليا، الجزائر العاصمة.

سادسا: القوانين و المراسيم:

- الأمر 86/66 المؤرخ في 28 أبريل 1966، المتعلق بالرسوم و النماذج الصناعية، الجريدة الرسمية الصادرة في 03 مايو 1966، عدد 35.

- الأمر 59/75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المعدل و المتمم، و المتضمن القانون التجاري، الجريدة الرسمية الصادرة في 30 سبتمبر 1975، عدد 78.

- الأمر 65/76 المؤرخ في 16 يوليو 1976، المتعلق بتسمية المنشأة، الجريدة الرسمية الصادرة في 23 يوليو 1976، عدد 59.

- المرسوم رقم 15/79 المؤرخ في 25 يناير 1979، المتضمن تنظيم السجل التجاري، الجريدة الرسمية، الصادر في 30 يناير 1979، عدد 05.

- القانون 02/89 المؤرخ في 07 فبراير 1989، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الجريدة الرسمية، الصادر في 07 فبراير 1989، عدد 09.

- الأمر 06/03 المؤرخ في 19/07/2003، المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية عدد 44 المؤرخة في 23/07/2003.
 - الأمر 07/03، المؤرخ في 19/07/2003، المتعلق ببراءة الاختراع، الجريدة الرسمية عدد 44، سنة 2003، المؤرخة في 23/07/2003.
 - القانون 02/04، المؤرخ في 23/06/2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، رقم 41، المؤرخة في 27/06/2004.
 - المرسوم التنفيذي 275/05 المؤرخ في 02 أوت 2005، الذي يحدد كيفية إيداع العلامات و تسجيلها، الجريدة الرسمية الصادرة في 07 أوت 2005 .
 - القانون المدني الجزائري رقم 05/ 10 المؤرخ في 20 /06/2005، الجريدة الرسمية رقم 44.
 - قانون العقوبات الجزائري رقم 156/66 لسنة 1966 والمعدل والمتمم بالقانون رقم 23/06 المؤرخ في 20/12/2006.
 - الأمر 03/03 المؤرخ في 19/07/2003 والمتعلق بالمنافسة ، المعدل بالقانون 12/08 المؤرخ في 25/07/2008، الجريدة الرسمية، العدد 43 في 20/07/2003.
 - قانون الإجراءات المدنية و الإدارية 09/08، المؤرخ في 25/فبراير 2008، الجريدة الرسمية المؤرخة في 23 أبريل 2008، العدد 21.
 - القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الجزائري، الجريدة الرسمية عدد 15 لسنة 2009.
 - قانون العلامة التجارية الأردني المعدل، رقم 34 لسنة 1999.
 - قانون حماية الملكية الفكرية المصري، رقم 82 لسنة 2002.
- سابعا: الإجتهااد القضائي**

- قرموش عبد اللطيف، تقليد العلامات التجارية في ضوء القانون و الاجتهاد، بحث مقدم في مؤتمر التقليد في ضوء القانون و الاجتهاد القضائي المنعقد في 21\04\2011، المحكمة العليا، الجزائر.

- مجموعة أحكام النقض الصادرة عن المكتب الفني لمحكمة النقض المصرية.

- المجلة القضائية، المحكمة العليا، قسم الوثائق، سنة 2000، العدد 1 .

- المجلة القضائية، المحكمة العليا، قسم الوثائق، سنة 2002، العدد 2 .

- المجلة القضائية، المحكمة العليا، قسم الحقوق، سنة 2003، العدد 1 .

- المجلة القضائية، المحكمة العليا، قسم الحقوق، سنة 2003، العدد 2 .

- مجلة المحكمة العليا، قسم الوثائق، سنة 2008، العدد 1 .

- مجلة المحكمة العليا، قسم الوثائق، سنة 2006، العدد 1 .

- مجلة المحكمة العليا، قسم الوثائق، سنة 2009، العدد 2 .

ثامنا: المراجع باللغة الفرنسية

- Albert Chavanne la conterfacon de marque et le danger de confusion en droit français études, Roblet, 1984.

- Albert Chavanne et Claudine Salomon,(marques de commerce ou de service), Encyclopédie juridique, Dalloz, Paris, Année 2003.

- Sylviane Durrande, Droit des marque, Recueil DALLOZ, N°03,06 novembre, 2003,

- Clarrise Girot, la presumption de mauvaise foi du conterfacteur, mémoire DEA, paris, 2, 1994.

- Ali HAROUN, la protection de la marque au Maghreb opu , Alger, 1979 op, cit.
- Guyon(Y) , Droit des Affaires , T1, Ed, economic, paris, 1994.
- SCHMIDT_SZALEWSKI(J) et PIERRE(J.L), Droit de la propriété industrielle, litec 1996.
- Albert Chavannes, Jean Jacques burst, droit de la propriété industrielle, Edition cinq Dalloz, paris, 1998.
- Jean Bernard Blaise, Droit des affaires, commerçants, concurrence, distribution, 2ème édition, L.G.DJ, paris, 2000.
- Reboul (Y) « le nom commercial et la marque ». mélanges offerts a Albert. Chavanne, op, Cite.
- NVSS pierre, « Le consommateur et la marque à la veille de l'an 2000, Gozette du palais, N° 143 à 147, 1999.
- Méthyle (p) Marques, collective et de certificateur, mélanges, offerts à ALBERT Chavannes.
- KAHLOULA (M) et MEKANCHA(G) « la protection de consommateur » .IDARA , N°02, 1995.
- Ali Haroun, la marque au Maghreb, Algérie, office des publications universitaires .N.D.

تاسعا: المواقع الإلكترونية

- حكم مذکور في كتاب "oliver pichot" ومشار إليه في موقع:
WWW.TASHREAT.COM

- Y- de l'Ecosais, la marque, www.sos-net.eu.org.

-

فهرس

العنوان	رقم الصفحة
دعاء	
تشكر و عرفان	
إهداء	
مقدمة.....أ	
الفصل الأول: القواعد المنظمة للعلامة التجارية	
تمهيد.....8	8
المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية.....8	8
المطلب الأول: الطبيعة القانونية للعلامة التجارية.....9	9
الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية.....10	10
الفرع الثاني: الوظائف التي تؤديها العلامة التجارية17	17
المطلب الثاني: تمييز العلامة عن غيرها من المفاهيم.....20	20
الفرع الأول: تمييز العلامة التجارية عن باقي عناصر الملكية الصناعية.....20	20
الفرع الثاني: تمييز العلامة عن المفاهيم الخاصة بحماية المستهلك.....25	25
المبحث الثاني: أحكام تسجيل العلامة التجارية و الآثار المترتبة عنها.....30	30
المطلب الأول: شروط تسجيل العلامة التجارية.....30	30

- 31..... الفرع الأول: الشروط الموضوعية لتسجيل العلامة التجارية.
- 35..... الفرع الثاني: الشروط الشكلية لتسجيل العلامة التجارية.
- 39..... المطلب الثاني: آثار تسجيل العلامة التجارية.
- 40..... الفرع الأول: إكتساب الحق في العلامة.
- 44..... الفرع الثاني: إنقضاء الحق في العلامة.

الفصل الثاني: طبيعة المسؤولية المترتبة عن إنتهاك قواعد العلامة التجارية

تمهيد

- 51..... المبحث الأول: المسؤولية المدنية للعلامة التجارية.
- 52..... المطلب الأول: دعوى المنافسة غير المشروعة.
- 52..... الفرع الأول: تعريف دعوى المنافسة غير المشروعة.
- 60..... الفرع الثاني: شروط دعوى المنافسة غير المشروعة.
- 68..... المطلب الثاني: قيام دعوى المنافسة غير المشروعة.
- 68..... الفرع الأول: تحريك دعوى المنافسة غير المشروعة.
- 74..... الفرع الثاني: الإثبات في دعوى المنافسى غير المشروعة.
- 80..... المبحث الثاني: المسؤولية الجزائية للعلامة التجارية.
- 82..... المطلب الأول: صور الاعتداءات على العلامة التجارية.
- 83..... الفرع الأول : الاعتداءات على الحق في العلامة التجارية بالتقليد.

90.....	الفرع الثاني: الاعتداء على قيمة العلامة (الاعتداء على الحق في الاستعمال)
94.....	المطلب الثاني: الإجراءات و العقوبات الجزائية
95.....	الفرع الأول: العقوبات الأصلية
100.....	الفرع الثاني: الإجراءات التحفظية و التنفيذية
106.....	الخاتمة
112.....	الملاحق
120.....	قائمة المصادر و المراجع

فهرس