

جامعة غرداية
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق



جريمة تقليد العلامة التجارية في القانون الجزائري

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي حقوق
تخصص قانون جنائي

إشراف :
د. سيد أعمر محمد.

إعداد الطالبين:
- الحاج يوسف حاته.
- عاشور كوي.

لجنة المناقشة :

الرتبة	الجامعة	الصفة	إسم ولقب الأستاذ
رئيسا	جامعة غرداية	أستاذ محاضر "ب"	حاج أحمد بابا عمي
مشرفا مقرر	جامعة غرداية	أستاذ محاضر "ب"	محمد سيد اعمر
مناقشا	جامعة غرداية	أستاذ مساعد "أ"	مبروك لشقر

السنة الجامعية: 1439هـ - 1440هـ / 2018 م - 2019 م

قال الله تعالى:

قل هل يستوي الذين يعلمون والذين لا يعلمون

سورة الزمر الآية 09

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله الذي علم بالقلم، علم الإنسان ما لم يعلم،

الحمد لله الذي وفقنا لإنجاز هذا العمل،

والصلاة والسلام على سيدنا محمد سيد المرسلين وخاتم النبيين وبعد:

أهدي عملي هذا:

إلى من لا أحصي نعمهما عليا عددا، ولا أملك برهما علي مددا، والدي الكريمين:

أمي وأبي، أدام الله عزهما

إلى رفيقة دربي زوجتي الكريمة وأولادي

إلى إخواني وأخواتي إلى جميع الأقارب

إلى أساتذتي الأفاضل وكل من أنار دربنا بنصائحه وتوجيهاته

وإلى من تحلو بالإخاء وتحلو بالوفاء والعطاء...

إلى ينابيع الصدق الصافي... إلى من كانوا معي في طريق النجاح...

إلى من كانوا سندي وإلى كل الأصدقاء

إلى كل من وسعهم قلبي ولم يسعهم قلبي

شكر وعرفان

الحمد لله ذي المن والفضل والإحسان، حمدا يليق بجلاله وعظمته. وصل اللهم على خاتم الرسل من لا نبي بعده، ولله الشكر أولا وأخيرا، على حسن توفيقه، وكريم عونه، وعلى ما منّ وفتح به علينا من إنجاز لهذه المذاكرة، بعد أن يسر العسير، وفلّل الصعب. وأنار لنا ورب العلم والمعرفة وأعاننا على أداء هذا الواجب ووفقنا إلى إنجاز هذا العمل.

نتوجه بجزيل الشكر والامتنان إلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد على إنجاز هذا العمل وكما نخص

بالذكر أساترتنا الذين تكرموا بقبول الإشراف على هذه المذاكرة ولتوجيهاتهم القيمة.

ونتقدم بالشكر للأساتذة الأفاضل ونخص بالذكر جناب الدكتور سدير (عمر محمدر

واللجنة التي سننال شرف مناقشتهم لهذه المذاكرة، فلهم منا جزيل الشكر والعرفان على جميل نصائحهم

وتوجيهاتهم التي ستنير دربنا.

كما نشكر كل من كان لنا عوناً وسنداً في مشوارنا الدراسي وإلى

كل من ساهم من قريب أو بعيد في إخراج هذا العمل.

"سائلين من الله أن يوفق الجميع لما يحب ويرضى

ملخص:

باستطاعة المنتج أو التاجر أو مقدم العلامة ممارسة سلطاته على العلامة التي يتخذها لتمييز انتاجه ، لا بد من أن يحصل على مركز قانوني سليم يمكنه من ذلك ، و يكون باكتساب ملكية العلامة التجارية و بالكيفية التي حددها القانون .

حيث يعتبر الاستعمال أساس ملكية العلامة التجارية ، و ما تسجيلها في سجل العلامات التجارية الا قرينة للملكية ، يترتب عليه نتائج قانونية أهمها الحماية الجزائية المتضمنة مجازاة من يعتدي على العلامة التجارية .
مادام أن هناك جريمة تقع على العلامة التجارية و تنال منها ، فقد رتب القانون مسؤولية جزائية على مرتكب هذه الجريمة ، فكان لابد من الوقوف على أساس المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية و العقوبات المتوجب وقوعها على مرتكبي جرائم العلامات التجارية.

حيث يشترط لنشوء المسؤولية الجزائية ان تكون هناك علامة بالمعنى القانوني و أن تستخدم هذه العلامة أو يراد استخدامها لهذه الغاية ، حيث لم يكتف المشرع بالعقوبات الاصلية المتمثلة بالحبس و الغرامة بل أعطى للمحكمة سلطة تقديرية لفرض عقوبات تكميلية ان لزم الامر كالمصادرة و الاتلاف ، وذلك رغبة منه في تحقيق أقصى حماية ممكنة للعلامات التجارية .

الكلمات المفتاحية :

العلامة التجارية، صاحب العلامة التجارية، تقليد العلامة التجارية، الحماية الجزائية للعلامة التجارية، الحماية المدنية للعلامة التجارية، جريمة تقليد العلامة التجارية، حقوق الملكية الصناعية.

Research Summary :

The producer, merchant or service provider may exercise his authority over the mark he makes to distinguish his production. He must first obtain a proper legal status from which he can acquire the ownership of the trademark and in the manner prescribed by law.

Where the use is the basis of the ownership of the trademark and its registration in the trademark register is not a presumption of ownership. The consequences of the legal consequences of the importance of the protection of the penalties included those who attack the trademark.

As long as there is a crime that falls on the brand and suffers from it, the law has established a criminal responsibility for the perpetrator of the crime. It was necessary to stand on the basis of criminal liability in the crimes of trademarks.

Where criminal liability is required to have a mark within the meaning of the law and to be used or intended to be used for this purpose Where the legislator not only the original penalties of imprisonment and fine, but gave the court discretion to impose supplementary sanctions, if necessary, such as confiscation and destruction In order to achieve the maximum possible protection of trademarks

key words:

trade mark . Brand imitation .

The owner of the brand .Brand imitation crime .

Penal protection of the trademark .

.Civil protection of the trademark . Industrial Property Rights.

مقدمة

إن موضوع العلامة التجارية والجرائم الواقعة عليها، ضارب في القدم، ومع ذلك فإن قدمه لا يقلل من أهمية البحث فيه، طالما أن الحياة تتطور بدون انقطاع وعالم التجارة دائم الحركة والتقدم، وعقل الإنسان لا يعرف الركود والاستقرار. لاسيما بعد انطلاق العام الإلكتروني واجتيازه المسافات بلمح البصر إلى درجة أصبح العالم معها قرية كونية، تحول التجارة في أرجائها بدون عوائق بقدر ما تحقق العلامة التجارية رواج تجارة صاحبها وتساعد على تحقيق الثقة في أعماله وبالتالي تقدم هذه الأعمال وازدهارها، فهي في الوقت نفسه، تغري الخارجين عن القانون بالاستفادة منها بطريقة غير مشروعة، وقطف ثمارها من دون تعب وكد وسهر بذل من أجل الوصول إلى النجاح. فيعمدون إلى تقليدها وتزويدها للاستفادة منها بغير وجه حق، وهذا ما يتضرر منه صاحب العلامة الأساسي، لذلك تدخل المشرع ليضع أحكاما وقواعد محافظة على الحقوق والحد من الاعتداء عليها.

وقد حظيت العلامات التجارية بأهمية تجارية واقتصادية ودعائية متزايدة، وأصبحت هذه الأهمية تتحكم في سلوك الشركات الكبرى مالكة العلامات التجارية ولما كان هناك تنافس بين المنتجين والتجار في المجال التجاري، وأصبح هناك من يقلد أو يزور علامة تجارية، عمل المشرع على إصدار القوانين التي تحمي هذه العلامات وذلك حتى يسود الاستقرار في النشاط التجاري ويحفز المشتغلين بالنشاط الصناعي والتجاري على التحسين من جودة منتجاتهم والارتقاء بمستواها هذا إلى جانب الحفاظ على جمهور المستهلكين من غش وتلاعب بعض الصناع والتجار في العلامات التجارية.

حيث تكمن إشكالية موضوع العلامات التجارية في بيان مدى كفاية الحماية القانونية المقررة، للعلامة التجارية وعدم كفاية الوسائل المتبعة لمنع التعدي على العلامة التجارية والمنافسة غير المشروعة وذلك لمنع الخلط واللبس في أذهان العملاء، وفي أن فكرة إنشاء مجموعة من الالتزامات الدولية لإنقاذ حقوق الملكية الفكرية قد نبعت بصورة أساسية من اعتبارات أهمها الإجراءات المطولة للمحاكمة والتعويضات والعقوبات الجنائية غير الملائمة بالإضافة إلى عدم توفر الإنفاذ في الحدود لمنع استيراد السلع المتعدية.

ولعظم الدور الذي تلعبه العلامة التجارية منذ زمن طويل، وازدياد أهميتها في عالم التجارة الدولية - الاقتصاد الموجه - نحو السوق الحرة، ولظهور الحاجة للعلامات التجارية للتعريف بالبضائع والمنتجات، فقد قمنا بهذه الدراسة وذلك على الصعيد الداخلي بالاستناد إلى النصوص القانونية والاتفاقيات الدولية المبرمة في هذا الشأن.

العوامل الذاتية و الموضوعية لاختيار الموضوع:

حماية العلامة التجارية أضحت من المواضيع التي تنبأها المشرع العربي و بالخصوص المشرع الجزائري وجاء تدريسها في الجامعات متأخرا نوعا ما ، لذا وجب الاهتمام بصفة عامة على حقوق الملكية الفكرية و الصناعية بشتى أنواعها.

-تطور طرق الاعتداء على العلامة التجارية خاصة بتقليدها رغم الترسنة القانونية التي تسعى الى الحد من الظاهرة.

-نقص مدكرات التخرج التي تناولت هذا الموضوع على مستوى جامعة غرداية.

-من العوامل الذاتية و نزولا عند رغبة الاستاد الفاضل في مقياس الملكية الفكرية حيث كنت في الطور ما قبل التدرج حيث اقترح علينا و رغبتنا الاستاد في الاهتمام بمواضيع ذات صلة بحقوق الملكية الفكرية والحرص على دراستها و تحليل مكنوناتها بدليل أن الحقل المعرفي جديد لدى المشرع الجزائري مما يعني نقص في المادة العلمية فيما يخص المشرع الجزائري عكس التشريعات العربية و الأجنبية.

-بصفتنا أو أي أحد منا مستهلكين كثيرا ما وقعنا ضحية لعلامات تجارية مقلدة .

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية دراسة العلامة التجارية في الانتشار المتزايد لظاهرة الاعتداء عليها مما ينتج عنه اثار سلبية لا تظهر فقط على صاحب العلامة بل تتعدى الى فئة المستهلكين و الاقتصاد الوطني بدرجة اولى، مما دفع بالدول الى سن تشريعات خاصة تكفل الحماية القانونية للعلامة التجارية بما فيها الحماية الجزائية.

فالأهمية هذا الموضوع سوف نبين مدى توفير المشرع الجزائري الحماية الكافية للعلامة التجارية من عدمها.

أهداف الدراسة:

تكمن أهداف الدراسة في حماية أصحاب العلامة التجارية من التطرق الى مختلف الطرق القانونية التي تقوم بحماية هذا الحق و كيفية فض الخصومات المنبثقة من التعدي على العلامة التجارية.

محاوله نشر ثقافة قانونية حول الملكية الصناعية تساهم في الاستعمال المشروع للعلامة التجارية.

اخبار الغير بمختلف الاتفاقيات الدولية و التشريعات الوطنية بالمستجدات التي طرأت على مواضيع حقوق الملكية الفكرية و الصناعية.

الدراسات السابقة:

من خلال اطلاعنا على الدراسات السابقة و التي تتعلق بموضوع البحث لاحظنا أنها تختلف حسب نظرة الباحث و الزاوية التي يريد دراستها طبعاً هذا من خلال توجهاته و اختصاصه ، لعل من أبرز الدراسات السابقة و المتخصصة و المقارنة في مجال تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري نجد:

أول من قام بدراسة موضوع العلامة الأستاذ علي هارون باللغة الفرنسية وهذا مطلع الستينات من القرن الماضي .
فتيحة لعلام، حماية العلامة التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر ، تخصص قانون جنائي للأعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2013-2014.

خاروني نسرين، دور القضاء في حماية العلامات التجارية-دراسة مقارنة- مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص القانون الخاص الشامل، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2014-2015.

صعوبات الدراسة:

- واجهتنا عدة صعوبات منها:
-نقص المراجع المتخصصة في التشريع الجزائري ذات الصلة بالموضوع.
-جدة موضوع حقوق الملكية الفكرية و الصناعية و بالخصوص العلامة التجارية مما يحتاج الى جهد أكبر ووقت أوفر.

اشكالية الدراسة:

-الى أي مدى وفق المشرع الجزائري في تنظيم قواعد قانونية تنظم و تحمي العلامة التجارية في القانون الجزائري؟.
تتفرع عن هذه الاشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية تتمثل في:

-ماهي العلامة التجارية؟

-ما المقصود بجريمة تقليد العلامة التجارية؟

-فيما تتمثل اليات حماية العلامة التجارية؟ هل تفي بالغرض المرجو منها؟

المنهج المتبع:

اعتمد الباحثان منهج الدراسات الوصفية و التحليلية من خلال عرض مفهوم العلامة التجارية

و صور تقليد العلامة التجارية، كما أشرنا الى مختلف وسائل حماية العلامة التجارية.

تقسيم الدراسة:

وفي ضوء كل ما تقدم، جاء هذا البحث في فصلين، يتعلق أولهما بالنظام القانوني للعلامة التجارية في القانون الجزائري وثانيهما باليات حماية العلامة التجارية في القانون الجزائري.

أما الفصل الأول فقد تضمن مبحثين:

- المبحث الأول: المقصود بالعلامة التجارية

وذلك في مطلبين، حيث اشتمل المطلب الأول على تعريف العلامة التجارية وتمييزها عن المصطلحات المشابهة لها،

أما المطلب الثاني فيضم أشكال العلامات التجارية

- المبحث الثاني: أنواع العلامات التجارية وشروطها

وذلك في مطلبين، حيث اشتمل المطلب الأول أنواع العلامات التجارية أما المطلب الثاني تناولنا فيه شروط العلامة التجارية.

وأما الفصل الثاني المتعلق باليات حماية العلامة التجارية في القانون الجزائري فقد تضمن ثلاثة مباحث:

- المبحث الأول: المقصود بتقليد العلامة التجارية وأركانها

وذلك في مطلبين، حيث يحتوي المطلب الأول على مفهوم تقليد العلامة التجارية، أما المطلب الثاني فيضم أركان جريمة تقليد العلامة التجارية.

- المبحث الثاني: تمييز جريمة تقليد العلامة عما يشابهها

وذلك في مطلبين: المطلب الأول جرائم الاعتداء على العلامة التجارية، أما المطلب الثاني فيشمل جرائم الاعتداء على الملكية المادية للعلامة التجارية

- المبحث الثالث: آليات حماية العلامة التجارية من التقليد.

وذلك في مطلبين: حيث شمل المطلب الأول: الحماية الإدارية، أما المطلب الثاني فقد ضم الحماية القضائية.

ثم نصل في الأخير الى خاتمة نذكر فيها أهم النتائج و التوصيات التي استخلصناها من خلال دراستنا لموضوع جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري.

مما سبق ذكره، فإننا نرجو أن تحمل هذه الدراسة التي تضمنتها هذه المذكرة نفعا علميا للباحثين العاملين على إشاعة العلم والثقافة ولطلبة الحقوق وبصفة عامة الطلاب الطامحين إلى مزيد من نهل المعرفة.

الفصل الأول

النظام القانوني للعلامة التجارية في القانون

الجزائري

فكرة استخدام العلامات التجارية ليست جديدة لكنها اكتسبت أهمية كبيرة في الحياة التجارية الحديثة بسبب انتشار المنتجات وتطور وسائل الإعلام المرئية والصحف والمسموعة، فالعلامة التجارية مال منقول، كما لعبت العلامات التجارية والصناعية دورا متقدما في اقتصاد العولمة وفي التجارة الداخلية والدولية باعتبار أنها تمثل أحد أهم عناصر الملكية الصناعية خاصة وهي تمثل حقوقا استثنائية واحتكارية لمالكها القانونيين وعليه سنتطرق لماهية العلامة التجارية من خلال المباحث التالية:

المبحث الأول: المقصود بالعلامة التجارية .

المبحث الثاني: أنواع العلامات التجارية وشروطه.

المبحث الأول: المقصود بالعلامة التجارية

إن تحديد المقصود بالعلامة التجارية يقتضي أن يتم ذلك من خلال اللغة والتشريع والفقه والقضاء حتى يتمكن تحديد المقصود بالعلامة التجارية المشمولة بالحماية الجزائية وكذلك لابد من معرفة الوظائف التي تؤديها هذه العلامة سواء في الحياة الاقتصادية أو التجارية أو حتى على مستوى المستهلك.

المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية

من خلال هذا المطلب تم تقسيمه إلى فرعين حيث يتضمن الفرع الأول التعريف اللغوي أما الفرع الثاني تم ضبط عنوانه بالتعريف الاصطلاحي للعلامة التجارية

الفرع الأول: التعريف اللغوي

المقصود بالعلامة لغة هي كل أثر في الشيء للدلالة عليه ومعرفته وتميزه عن غيره ومثال ذلك علم الدولة للدلالة عليها وتمييزها.

ويقال المعلم من العلامة أي الأثر الذي يستدل به على الطريق، وما يعلم به الشيء وما ينصب في الطريق فيستهدى به¹.

الفرع الثاني: التعريف الاصطلاحي

هي الأسماء المتخذة شكلا مميزا والإمضاءات والكلمات والحروف والأرقام والرسوم والرموز والعناوين المحال والدمغات والأختام والتصاوير والنقوش البارزة وأي علامة أخرى أو أي مجموع منها نستخلص من مفهوم عبارة "أي علامة أخرى أو أي مجموع منها" أن الشارات أو الأشكال التي تضمنتها القائمة قد وردت على سبيل المثال وليس على سبيل الحصر.

أولا: تعريف العلامة التجارية فقها

تناول غالبية فقهاء القانون التجاري التعريف بالعلامة التجارية، لاسيما الذين تناولوا بالمبحث الملكية الفكرية والصناعية.

¹- ناصر عبد الحليم السلامة، الحماية الجزائية للعلامات التجارية، ط 1 المنشورات الحلبي الحقوقية لبنان 2012، ص 14.

- 1- يعرفها الدكتور محمد حسنين إسماعيل بأنها "أداة مميزة تخص تاجرا أو صانعا لتمييز سلعته أو خدمته عما يشابهها، وقد تكون رمزا، رسما، حرفا... تستهدف التدليل على أصل السلعة وضمنان مزايا معينة فيها فتقيم بذلك علاقة بين مالك العلامة وعمالائه وتمكنه من الاستئثار بثقتهم".
 - 2- أما الدكتورة سميحة القليوبي فتعرفها بأنها "كل إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة".
 - 3- تعريف الدكتور جمال الدين عوض بأنها "إشارة مادية يضعها التاجر أو الصانع على سلعته ليسهل تمييزها عن السلع الأخرى من ذات الصفة".
 - 4- تعريف الدكتور مصطفى كمال طه بأنها "العلامة التي يستخدمها الصانع أو التاجر شعارا لمنتجاته أو بضائعه أو خدماته تمييزا لها عن غيرها من المنتجات والبضائع والخدمات المماثلة".
 - 5- تعريف الدكتور صلاح الدين الناهي بأنها "إشارة توسم بها البضائع والسلع والمنتجات أو تعلم تمييزا لها عما يماثلها من سلع أو منتجات أرباب الصناعات الأخرى".
- من خلال التعريفات السابقة للعلامة التجارية يلاحظ أن هناك تشابه بينها، حيث تضمنت جميعها العناصر الأساسية للعلامة التجارية والتي تكمن في أنها شكل أو إشارة أو سمّة، وأنها تستخدم من قبل الصانع أو التاجر أو المنتج أو مقدم الخدمة وأن الغاية من استخدامها هو تمييز هذه المنتجات عن غيرها.¹

ثانيا: تعريف العلامة التجارية قانونا

1- في الاتفاقيات الدولية:

عرفتها اتفاقية تريبس في المادة 15 منها بـ "تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها المنشأة عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة لأن تكون علامة تجارية، وتكون هذه العلامات لاسيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية وحروفا وأرقاما وأشكالا ومجموعة ألوان وأي مزيج من هذه العلامات مؤهلة للتسجيل كعلامات تجارية وحين لا يكون في هذه العلامات ما يسمح بتمييز السلع والخدمات ذات الصلة يجوز للبلدان الأعضاء أن تجعل الصلاحية للتسجيل مشروطة بالتمييز المكتسب من خلال الاستخدام، كما يجوز لها اشتراط أن تكون العلامات المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر كشرط لتسجيلها".

- أوردت اتفاقية التريبس أحكاما مهمة تتعلق بحماية العلامة المشهورة عن طريق الإحالة للمادة 06 من معاهدة باريس مع توسيع نطاقها لتشمل علامة الخدمة.

¹ - ناصر عبد الحليم السلامات، مرجع سابق، ص ص 17.18 .

- لتلافي القصور في قواعد معاهدة باريس أوردت اتفاقية الترس أحكاما تتعلق بالعلامة، خاصة توسيع نطاق المادة 06 من معاهدة باريس من حيث نوع العلامة التجارية المشمولة بالحماية لتشمل علامة الخدمة على جانب علامة المنتجات وأن تكون العلامة المشهورة مسجلة في البلد المطلوب إليه الحماية.

- لم تورد معاهدة باريس للملكية الصناعية تعريفا للعلامة التجارية كذلك الأمر بالنسبة لاتفاقية الترس حيث لا يزال عدم اليقين في الظروف التي يخول صاحب العلامة الاعتماد عليها حسب ما ورد في المادة 06 من اتفاقية باريس على الرغم من التحسينات التي أدخلتها عليها المادة 16 من اتفاقية الترس.¹

2- تعريفها في القوانين الداخلية:

اختلفت التشريعات الوطنية حول حماية العلامة التجارية فمنها من أخذ بمعيار الشهرة وحده لتقرير الحماية ومنها من تمسك بأسبقية التسجيل أو الاستعمال في إقليم الدولة المطلوب إليها الحماية على الأقل للسلع إلا أن هناك بعض من هذه المعايير تغيرت بحكم نظام العولمة وتعدد وسائل الترويج والدعاية غير ما كانت عليه سابقا فمن الصعب إذن الاتفاق على معايير معينة لتحديد العلامة.²

تناولت اغلب التشريعات تعريف العلامة التجارية في القوانين الخاصة بها، حيث:

1- عرفها المشرع الأردني في المادة الثانية من قانون العلامات التجارية رقم 34 لسنة 1999 على أنها: "أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن البضائع أو المنتجات أو خدمات غيره".

2- عرفها المشرع المصري في المادة 63 من قانون حماية الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002 بقوله "فيما يتعلق بتطبيق هذا القانون تعتبر العلامات التجارية الأسماء المتخذة شكلا مميزا وامضاءات والحروف والأرقام والرسوم والرموز وعناوين المحال والدمغات والأختام والتصاوير والنقوش البارزة ومجموعة الألوان التي تتخذ شكلا خاصا ومميزا...".

3- عرفها المشرع السوري بالمرسوم التشريعي رقم 47 الصادر بتاريخ 1946/10/9 المتضمن تنظيم حماية الملكية التجارية والصناعية والذي عدل بالقانون رقم 08 بتاريخ 1980/04/03 بقوله "تعتبر علامات فارقة صناعية أو تجارية الأسماء المميزة والتسميات والرموز والأختام والطوابع والحروف والسمات والنقوش البارزة والرسومات الصغيرة

¹ - ناصر عبد الحليم السلامات، مرجع سابق، ص 16، 17.

² - حمدي غالب الجعبر، العلامات التجارية، الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، ص 46.

والأرقام وبصورة عامة كل شارة تستعمل لتمييز طبيعة ومنشأ بضاعة أو منتج صناعي أو تجاري أو زراعي أو معدني".

4- في حين يلاحظ أن المشرع القطري قد اختصر في القانون رقم 03 لسنة 1978 في شأن العلامات والبيانات التجارية تعريف العلامة التجارية وذلك في المادة الأولى بقوله "يقصد بها كل إشارة ظاهرة تستخدم أو يراد أن تستخدم لتمييز منتجات مشروعات أخرى".

5- وفي القانون اللبناني الذي لم يعطها تعريفا واضحا ومفصلا، نص في إطار المواد 68 وما يليها "تعتبر ماركات المصانع أو التجارة الأسماء المكتوبة على شكل يفرقها عن غيرها" وذكرت هذه المادة عدد من الإشارات الصالحة لأن تكون ماركة ولم تشر لماركة الخدمات.

6- عرفها المشرع الجزائري من خلال المادة 1/2 من الأمر 06/03 المؤرخ في 19 يوليو 2013 المتعلق بالعلامات بأنها كل رمز يمنح للسلعة أو المنتج أو الخدمة لتمييزها عن غيرها إذ تنص على أن "العلامات كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيحيها والألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره"، وهو تقريبا نفس تعريف المشرع الفرنسي للعلامة إذ تنص المادة 711 من القانون الملكية الفكرية الفرنسي² على:

La marque de fabrique, de commerce ou de services est un signe visible permettant de distinguer les produits offerts à la vente ou les services rendus par une personne physique ou morale.

من خلال هذه التعاريف الواردة بخصوص العلامة التجارية يتضح ما يلي:

1- أن التعداد الذي أوردته بعض التشريعات بشأن العناصر والصور والأشكال التي يمكن أن تتكون منها العلامة التجارية جاء في سبيل المثال لا الحصر وهذا يتضح من خلال العبارات التي استخدمها المشرع في النصوص التي تتناول صور وأشكال العلامات التجارية فمثلا أورد المشرع المصري عبارة "وتشمل على وجه الخصوص" في المادة 63 السالف ذكرها التي يستفاد منها بأن هناك صور وأشكال أخرى من العلامات التجارية غير الواردة في النص، ولقاضي الموضوع استخلاص وجودها بسلطته التقديرية الواسعة.³

2- في حين أن بعض التشريعات الأردني والقطري لم يقم بتعداد أو ذكر لأشكال أو صور العلامات التجارية.

1 الأمر رقم 06/03 المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003، المتعلق بالعلامات، ج ر دد 44، ص 12.

2 -ناصر عبد الحليم السلامات، مرجع سابق، ص ص19، 18.

3 -فتيحة لعلام، حماية العلامة التجارية من جريمة التقليد من القانون الجزائري، مذكرة تكميلية لنيل شهادة ماستر ص 08.

3- المشرع المصري والسوري والجزائري لم يقتصروا استخدام العلامة التجارية على نوع واحد من المنتجات بل أجازوا استعمالها لتمييز كافة المنتجات سواء أكانت صناعية أو تجارية أو زراعية أو خدماتية أو استخراجية وبذلك قد أخذوا بالمفهوم الواسع للعلامة التجارية، فالمشرع الجزائري من خلال الفقرة الثالثة من المادة الثانية بقوله "السلعة: كل منتج طبيعي أو زراعي أو تقليدي أو صناعي، خاما كان أو مصنعا"، حيث اشتمل عن المنتجات المماثلة كذلك على العلامات الزراعية والخدمات والصناعية الاستخراجية.

4- أن المشرع الأردني لم يقيم بتعداد أو ذكر أشكال أو صور العلامات التجارية، إضافة إلى أنه لم يتطرق إلى العلامات المميزة للمنتجات الزراعية والاستخراجية كصناعة الفحم، وكذلك لم يتناول العلامات الصناعية على غرار بعض التشريعات وبالتالي فإن المشرع الأردني لم يأخذ بالمفهوم الواسع للعلامات التجارية.

ثالثا: تعريف العلامة التجارية قضاء

عرفت محكمة الاستئناف المصرية العلامة التجارية بأنها: "العلامات والشارات والبطاقات عبارة عن رموز تستخدم لبيان مصدر وطبيعة الصفات الخاصة للبضائع، وأنها تسمح المستهلكين للتمييز بينها والتعرف بسهولة بين بعضها والبعض الآخر وعلى مختلف الصناعات والتجار".¹

عرفت محكمة العدل العليا الأردنية العلامة التجارية حيث جاء بقرارها "يستفيد من مادتين (2-7) من قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952 أنها تحدد العلامة التجارية التي يحميها القانون من التعدي بأنها الإشارة التي يريد شخص 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 هدف المشرع لها من ذلك هي منع وقوع جمهور المستهلكين في الغش وعدم تشجيع المنافسة غير المحقة وفقا لأحكام المادة 08 منه"، كما عرف القضاء الفرنسي العلامة التجارية المحمية بأنها "تمنح العلامة وكما هو معروف للأسماء المتخذة شكلا مميزا والإمضاءات والكلمات والحروف والأرقام والرسوم وعناوين المحال والدمغات والأختام والتصاوير والنقوش البارزة أو أية علامات أخرى أو أي مجموع منها سواء كانت مستخدمة لتمييز تاجر -علامته التجارية- أو صانع -علامة صناعية- أو مقدم خدمة -علامة خدمة-".

جاء في مضمون قرار المحكمة العليا الصادر بتاريخ 1999/07/13 ملف رقم 190797 ما يلي:

"العلامة التجارية للطاعن هي -افري موكاح- والعلامة التجارية للمطعون ضده هي -افري إبراهيم- وإن الاسم

¹ - محمد حسام محمود لطفي، ندوة الويبو الوطنية عن الملكية الفكرية للقضاء بالتعاون مع المعهد القضائي الاردني، تأثير اتفاقية تريبس على تشريعات البلدان العربية، ص37.

العائلي لكل علامة يميزها عن الأخرى وإن سبق في إيداع أي تسمية لا يكفي وحده لإبطال أي علامة تجارية بل يجب مراعاة مدى توافرها على الخصائص والمميزات الواردة في المادة 2 من الأمر السابق وقضاة المجلس عندما أغفلوا ذلك فإنهم يكونون قد أساءوا تطبيق القانون وعرضوا قرارهم للنقض" ليكون بذلك القضاء قد انطلق من خاصية التمييز في تعريف العلامة التجارية.¹

الفرع الثالث: تمييزها عن المصطلحات المشابهة لها.

إن تمييز العلامة التجارية عن المصطلحات المشابهة لها يجعلنا نقف أكثر على تعريف العلامة التجارية وتحديد خصوصياتها التي تمكننا من فصل المفاهيم وتجنب الخلط بينها وبين ما قد يشابهها لاسيما من حيث الطبيعة القانونية وهو ما نتعرض له في النقاط التالية بمقارنتها ب: تسميات المنشأ - براءة الاختراع - الرسوم والنماذج الصناعية - الاسم التجاري - العنوان التجاري.²

أولا: تمييزها عن تسميات المنشأ.

نصت المادة 01 من الأمر 65/76 المتعلق بتسميات المنشأ على "تعني تسمية المنشأ الاسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو جزء من منطقة أو ناحية أو مكان مسمى ومن شأنه أن يعين منتجا ناشئا فيه فتكون جودة هذا المنتج أو مميزاته منسوبة حصرا أو أساسا لبيئة جغرافية تشتمل على العوامل الطبيعية والبشرية". ومن جهة أخرى نصت المادة 02/3 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03/09 أنه "....ويجب في جميع الحالات أن يستجيب المنتج أو الخدمة للطلبات المشروعة للاستهلاك لاسيما فيها يتعلق بطبيعته وصفته ومنشأه....".³

وفي اتفاقية تريبس تعرف تسمية المنشأ بالمؤشرات الجغرافية وهي التي تحدد منشأ سلعة ما في أراضي إحدى دول الأعضاء في الاتفاقية أو في موقع ما فيها، وذلك حين تكون نوعية أو السمعة أو السمات الأخرى لهذه السلعة راجعة بصورة أساسية إلى منشأها الجغرافي كاستخدام VIDALIA لنوع من البصل.⁴

ومنه فإن العلامة التجارية لا ترتبط بالمنطقة الجغرافية كما هو الحال في تسمية المنشأ وإن كانت العلامة تخص إنتاج أو تجارة أو خدمة، فإن تسمية المنشأ تخص منطقة معينة بما لها من خصوصيات في عواملها الطبيعية أو البشرية على خلاف غيرها من المناطق كالمياه المعدنية **سعيدة** وعصير **نقاوس**، ضف إلى ذلك أن العلامة سواء

¹ -ناصر عبد الحليم السلامات، مرجع سابق، ص20.

² -جلال وفاء محمد، الحماية القانونية للملكية الصناعية، دار الجامعة الجديدة للنشر الإسكندرية، 2004، ص123.

³ قانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر عدد 15، ص 4.

⁴ اتفاقية تريبس: اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية، أبريل 1994.

كانت تجارية، صناعية، علامة خدمة تتخذ شكلا أو رسما أو صورة أو تسمية عامة أو خاصة في حين أن تسمية المنشأ تخص إنتاج معين ويتعلق هذا الأخير بمنطقة معينة انفرادا دون منطق أخرى، وتجدر الإشارة أن القضاء الفرنسي توصل في قرار له في: 19/09/1984 إلى إلزام شركة YVES SAINT TAURENT ألا تستعمل كلمة PARIS دون إرفاقها بمختصر الكلمات Y.S.L وتكون متعامل كان إلا إذا ظهر فيه ما يدل على وجود ابتكار خاص.¹

ثانيا: تمييزها عن براءة الاختراع

تعد كل من العلامة التجارية وبراءة الاختراع من عناصر الملكية الصناعية ولعلها من أهمها، وإن كنا قد وقفنا من قبل على تعريف العلامة التجارية فإن براءة الاختراع هي السند أو الوثيقة التي تبين وتحدد الاختراع بأوصافه وتمنح له الحماية القانونية، ويشترط لمنح براءة الاختراع الجدة، الحداثة، القابلية، التطبيق الصناعي وعدم مخالفة النظام العام.

وفي هذا نصت المادة 02 بفقرتيها 01-02 من قانون براءات الاختراع الصادر بموجب الأمر رقم: 07/03 المؤرخ في: 19/07/2003 على أن "الاختراع فكرة لمخترع تسمح عمليا بإيجاد حل لمشكل محدد في مجال التقنية. براءة الاختراع وسيلة تسلم لحماية الاختراع".²

وبالرجوع لاتفاقية تريس تنص في المادة 27 منها على: "تتاح إمكانية الحصول على براءة الاختراع لأي اختراعات سواء كانت منتجات أو عمليات صناعية في كافة ميادين التكنولوجيا شريطة كونها جديدة وتنطوي على خطوة إبداعية وقابلة للاستخدام في الصناعة...".³

وإجمالا يمكننا تعداد بعض نقاط التمييز بين المصطلحين فيما يلي:

إن العلامة تتعلق خاصة بالناحية الجمالية للمنتجات، وليس بتصنيفها وذلك بوضع رمز على السلعة أو الخدمة للفت نظر الزبائن وترويجها، وعليه وظيفة العلامة تختلف عن وظيفة البراءة التي تؤدي وظيفة أولية في عملية الإنتاج في حين أن الأولى تؤدي وظيفة لاحقة تخص عمليات التسويق والترويج.

براءة الاختراع ليست محل الاحتكار وقد جعلتها جل القوانين للكافة ليستفيدوا منها لذلك نجد أن المشرع في كل الدول يؤقت حق البراءة، أما العلامات فهي رموز تشكل شارات لتمييز السلع والخدمات يمكن احتكارها على نحو مستمر من خلال ما يقضي به القانون في حق التجديد وهي بذلك تعد حقا دائما ومستمرا.

¹ جلال وفاء محمد، الحماية القانونية للملكية الصناعية، المرجع السابق، ص 124.

² الأمر 07/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق ببراءة الاختراع، ج ر عدد 44، ص 15.

³ محمد إبراهيم الوالي، حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري، ديوان مطبوعات الجامعة، الجزائر / سنة 1983، ص 105.106

ثالثا: تمييزها عن الرسوم والنماذج الصناعية

إن الرسوم حسب المادة 01 من الأمر 86/66¹ المتعلقة بالرسوم والنماذج الصناعية "...كل تركيب للخطوط أو ألوان أو يقصد به إعطاء مظهر خاص لشيء صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية..." يتضح من هذا التعريف أن مفهوم العلامة أوسع وأشمل من مفهوم الرسم ذلك أن هذا الأخير قد يستعمل ليكون علامة. ونصت الفقرة الثانية من نفس المادة أنه: "يعتبر نموذجا كل شكل قابل للتشكيل أو مركب بألوان أو بدونها، أو كل شيء صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية يمكن استعماله كصورة أصلية لصنع وحدات أخرى ويمتاز عن نماذج مشابهة له بشكله الخارجي".²

وعليه يتضح أن لكل من العلامة والرسوم والنماذج الصناعية وظيفة واحدة هي ترويج السلع والخدمات إلا أنها تختلف عنهما من ناحية مدة الحماية، فبالنسبة للرسوم حددها الأمر في المادة 13 منه بـ 10 أعوام تسري ابتداء من تاريخ الإيداع، في حين أن مدة حماية العلامة تستمر لأطول من ذلك إذا حرص صاحبها على تجديد في المواعيد المحددة قانونا هذا من جهة، ومن جهة أخرى لا يترتب على الرسم أو النموذج حق في الملكية إلا إذا كان موجودا وجل الفقهاء يرون أن مصدر الحق ليس الإيداع إنما وجود الرسم أو النموذج بغض النظر عن إيداعه لذلك اشترط المشرع إيداع نسخة من الرسم أو النموذج حتى يتسنى للمصلحة المختصة التأكد من وجوده بشكله المادي المنفصل عن البضاعة المصنوعة.

ونشير في الأخير أنه يجوز استخدام العلامة المسجلة من غير مالكيها إن كان سيتم وضعها على منتجات مختلفة عن السلع التي سبق تسجيل العلامة عليها، في حين أن الرسم أو النموذج لا يقبل الحماية إذا كان قد سبق تسجيله حتى ولو كان الاستعمال السابق يتعلق بمنتجات مغايرة.

رابعا: تمييزها عن الاسم التجاري:

لقد حظي الاسم التجاري بالحماية ابتداء من اتفاقية باريس حيث نصت المادة 8 منها على: "يحمي الاسم التجاري في جميع دول الاتحاد دون الالتزام بإيداعه أو تسجيله سواء كان جزء من علامة صناعية أو تجارية أو لم يكن" وقضت المادة 3/78 من القانون التجاري في الفصل المتعلق بعناصر المحل التجاري على أنه: "...يشمل أيضا سائر الأموال الأخرى اللازمة لاستغلال المحل التجاري كعنوان المحل والاسم التجاري..."³.

¹ الأمر رقم 86/66 المتعلقة بالرسوم و النماذج الصناعية المؤرخ في 1966/04/28، ج ر عدد 35، ص 20.

² فتيحة لعالم، مرجع سابق، ص 09.

³ اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المؤرخة في 20 مارس 1983.

وإن كانت العلامة التجارية والاسم التجاري يتفقان في كونهما أحد العناصر المعنوية للمحل التجاري إلا أنهما يختلفان من حيث:

- أن العلامة تستعمل لتمييز البضائع أو الخدمات أو المنتجات، أما الاسم التجاري فيميز المنشأة التجارية عن غيرها من المنشآت فهو تسمية تطلق على المنشأة التجارية من التاجر الفرد أو الشركة حتى يميز محله التجاري عما شابهه.

- تتمتع العلامة المسجلة بالحماية في كافة الإقليم الوطني على عكس الاسم التجاري الذي تكون حمايته مقصورة على المنطقة الكائن فيها المحل التجاري.

- يمكن أن تشترك عدة محلات تجارية في اسم تجاري واحد وهذا بخلاف العلامة التجارية.

- تحظى العلامة بحماية قانونية مزدوجة مدنية وجنائية، أما الاسم التجاري فيتمتع بحماية مدنية فقط تنحصر في دعوى المنافسة غير المشروعة.

لكن رغم كل الفروقات فقد تنصهر العلامة التجارية في الاسم التجاري كما في الحالة التي يكتسب فيها الاسم التجاري مكانة متميزة لدى العملاء مما يحمل صاحبه إلى تسجيله كعلامة تجارية، ففي هذه الحالة تنسحب حماية الاسم التجاري إلى جميع أنحاء البلاد بعدما كانت مقصورة على دائرة تواجد المحل التجاري.¹

خامسا: تمييزها عن العنوان التجاري:

يعد العنوان التجاري عنصرا من عناصر المحل التجاري ويتضمن رمزا أو إشارة أو عبارة خارجية مهمتها إفراد المحل التجاري عن غيره والحفاظ على العملاء، والأصل أن للعنوان التجاري حماية ما لم تكن أصلا مستحيلة كأن يتضمن عبارات عامة "بيتزا"، ويخضع العنوان التجاري لنفس شروط العلامة من حيث الجدة والابتكار والمشروعية.

المطلب الثاني: أشكال العلامات التجارية

إن العلامة التجارية لا تتمتع بالحماية القانونية إلا إذا اتخذت شكلا معينا وتوافرت فيها شروط معينة، ولمعرفة ماهية أشكال العلامات التجارية يتعين الرجوع إلى نص المادة 1/2 من الأمر 206/03² المتعلق بالعلامات حيث جاء فيها "العلامات: كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها والألوان بمفردها أو مركبة التي

1 جلال وفاء محمددين، مرجع سابق، ص 125.

2 الأمر 06/03، سبق ذكره، ص 12.

تستعمل كلها لتمييز السلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره"، وانطلاقاً من هذا النص فلصاحب السلعة أو الخدمات الاختيار بين عدة أنواع من الصور والأشكال والرموز القابلة لتشكيل العلامة التجارية وهو ما نفضله في الفروع التالية:

الفرع الأول: العلامات الاسمية (الأسماء)

إن الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً للعلامة التجارية تتمثل في الألقاب والأسماء المستعارة والتسميات الخاصة أو التحكيمية أو الخيالية، ومنه فإن العلامات الاسمية هي العلامات التي يتم لفظها وتتألف من حروف يكون لها معنى والتي يمكن رؤيتها وسماعها بواسطة اللفظ، وتشمل تبعاً لذلك: أسماء العائلات أو الأسماء الشخصية أو الأسماء المستعارة أو المواقع الجغرافية أو المراسلات أو الأحرف والسمات العشوائية أو الصورية ويجوز أن تتكون العلامة التجارية من اسم التاجر أو الصانع بشرط أن يتخذ هذا الاسم شكلاً مميزاً كإطلاق اسم (فوردي) على نوع من السيارات.¹

1- الاسم العائلي:

وهو الأكثر انتشاراً ففي القانون الجزائري يمكن استعمال أسماء الأشخاص كعلامة وهو ما يستشف من نص المادة 1/2 من الأمر 06/03² المتعلق بالعلامات، هذا ويمكن للشخص أن يتخذ الاسم العائلي لغيره كعلامة كاسم زعيم مشهور أو فنان معين أو فيلسوف ويشترط في هذه الحالة استئذان صاحبه متى كان حياً أو ورثته إن كان ميتاً، كما يشترط في الاسم العائلي المعتمد كعلامة أن يتخذ شكلاً مميزاً كأن يكتب في شكل دائري أو مربع أو مثلث أو أن يكتب بالخط الكوفي أو الفارسي أو الديواني.

وفي حالة ما إن اتخذ اسم مشابه يتم إزالة التشابه بإضافة تسمية أخرى للاسم الأول أو تغييره ويمكن أن تودع العلامة بمجموعة من الأسماء باللغة العربية أو غيرها من اللغات هذا في بعض الدول كلبنان أما في دول أخرى كفرنسا فلا يتم الإيداع إلا باللغة الفرنسية.

وقد يعود الاسم المختار كعلامة لشخص طبيعي أو معنوي ولا يجوز استعمال أسماء مترادفة في نشاطات متماثلة تجنباً للالتباس وحسب القانون الفرنسي فإنه لا يمكن لأي شخص أن يودع اسمه العائلي كعلامة لكن

¹ القاضي أطون الناشف، الإعلانات و العلامات التجارية بين القانون و الإجتهد دراسة تحليلية شاملة، منشورات الحلبي بيروت لبنان، 1999، ص134.

² الأمر 06/03، سبق ذكره، ص 12.

يمكن فقط استعماله كاسم شركة أو اسم تجاري أو شعار، شريطة ألا يكون هذا الاستعمال مبنيا على خداع أو تدليس.

والاسم العائلي هو سمة وحق ملازم للشخصية وفق ما قرره المادة 47 من القانون المدني تكون له بالتبعية حقوق وتترتب عنه التزامات فلا يمكن التنازل عنه تبعا لهذا المفهوم، إلا أن هذا لا يمنع من التنازل عن مثل هذا الاسم لشخص آخر في صورة تعاقد، وعندها يتحول الاسم من ميزة شخصية جاء لتعريف الفرد إلى عنصر مادي موظف لجلب الزبائن كالتنازل عن اسم ملكة جمال كعلامة لبيع المنتجات والأدوية التجميلية.

ونشير أن المادة 48 من القانون المدني قضت أنه في حالة حصول منازعة من الغير في استعمال اسمه دون مبرر، يجوز له المطالبة بوقف هذا الاعتداء مع التعويض عما لحقه من ضرر، كما جاء في هذا الصدد أنها من الأسباب التي يرفض على أساسها تسجيل العلامات حسب المادة 7 من الأمر 06/03¹ المتعلق بالعلامات.

2- التسمية المبتكرة:

هي تسميات يتم ابتكارها للفت نظر المستهلك بجعل لها اسم يميزها عن المنتجات المماثلة لها في السوق وقد يكون هذا الاسم لا علاقة له بالسلعة أو الخدمة المقدمة كعلامة BRIGHT SUN لتمييز مستحضرات التجميل لكسب البشرة اللون البرنزي فهو اسم لا علاقة له بما يؤديه، كما قد يكون في شكل لفظ أو مجموعة من الألفاظ لا معنى لها غير أن لها دور في التأثير على ذوق المستهلك مثل: تسمية NIDO للحليب، COCA COLA للمشروبات الغازية، MARLBORO للسجائر، وعنصر الابتكار هام لاعتبار التسمية علامة تجارية وإلا كانت باطلة.²

وقد يستعان في ابتكار الاسم المستعمل كعلامة تجارية المادة المكونة منها السلعة أو خصائصها ولكن الابتكار يعتبر وحده كافيا دون حاجة أن يتخذ شكلا معينا بأن يتخذ الاسم شكلا مميزا يصح اعتماده كعلامة تجارية، وتجدر الإشارة إلى أن المادة 07 من الأمر المتعلق بالعلامة في فقرتها 08 تجعل من العلامات التي تعد بمثابة ترجمة العلامات أخرى وتحدث خلطا وتضليلا بينهما من الأسباب التي يمكن على أساسها رفض تسجيل العلامات وهذا في حالة السلع والخدمات المماثلة ما لم يجر أصحاب السلع والخدمات المشابهة تغييرات على العلامة محل الخلط والتضليل.

¹ الأمر 06/03 ، سبق ذكره ، ص 12.

² حمدي غالب الجعفي ، مرجع سابق، ص 84.

3- التسمية الجغرافية:

الأسماء الجغرافية هي الأسماء التي تشير إلى مصدر البضاعة أو المحصولات على أن يكون صالحا ولا يبدى التباس ويجب التفريق هنا بين بلد المنشأ، المصدر، مركز المؤسسة. فبلد المنشأ هو اسم المنطقة التي يصنع فيها المنتج وتسجيله كعلامة لا يمنع الغير من استعمال نفس اسم المنطقة إذ لا يمكن احتكاره، في حين أن المصدر هو المكان الذي أتت منه السلعة والذي يعطي الوصف الدقيق للموقع الذي أتت منه البضاعة، أما مركز المؤسسة فيكون فيه الاسم الجغرافي هو اسم موقع المنشأة أو الشركة ولكنه يفتقد للسمات المتميزة كالجودة والنوعية فهو مجرد "اسم جغرافي عادي".

في حين أن الإشارة إلى مكان إصدار البضاعة هو تأكيد عن النوعية والجودة والتفرد بما فيها من إشارة إلى نوعية تلك المواد، ولا يمكن منع الغير من استعمال الاسم الجغرافي ولكن حتى يكون إيداع العلامة على هذا النحو صحيحا فإنه يجب إضافة إلى تعيين بلد المنشأ أن يتضمن إشارة أخرى تخلق التمييز، مع ضرورة وجود توافق بين البضائع وما يعنيه اسم بلد المنشأ، وفي حالة وجود عدة علامات تجارية تعتمد على نفس اسم بلد المنشأ ونفس النشاط فإن القضاء هو الذي يتولى مسألة تنظيم هذه العلامات أو إبطالها.

4- علامات الحروف والأرقام:

يجوز استخدام الحروف والأرقام كعلامة تجارية كأن تتضمن هذه الأخيرة الحروف الأولى من اسم التاجر أو الشركة أو كأن تتضمن حروف وأرقام كما في علامة CHICHI 82 للعطر المسمى بذلك، وفي هذا الإطار نصت المادة 01/02 من الأمر 06/03¹ المتعلق بالعلامات "تتخذ العلامة شكل أحرف أو أرقام لتمييز السلع والخدمات عما يشابهها...".

ويعتبر الفقه العلامة القائمة على أحرف بمثابة علامات صورية سواء كانت تشكل كما قلنا الأحرف الأولى للاسم الشخصي لحائز العلامة أو الأحرف الأولى من اسم الشركة أو غير ذلك.

وفي فرنسا لا يهم أن تكون الأحرف المستعملة كعلامة مقدمة بطريقة مميزة كما أنه لا فرق سواء قدمت بمفردها أو من خلال مجموعة أحرف، في حين أنه في لبنان لا يجوز أن تقدم الأحرف أو أول كلمة إلا بشكل يمكن من تفريقها عن غيرها، وبعض الدول كألمانيا ترفض العلامات المؤلفة من حرف واحد وقد بررت ذلك بأنه يجب أن يتعد بصورة كاملة عن أي مظهر عادي.²

¹ الأمر 06/03 ، سبق ذكره ، ص 12.

² سبتي عبد القادر، تقليد العلامات التجارية في القانون الجزائري، والقانون المقارن، سنة 2016/2017 ص ص 25 26 .

وعلى غرار علامات الاسم العائلي فإنه يعترف لعلامات الأحرف والأرقام بحق الأولوية المكتسب وطنيا أو دوليا وفق ما ينص عليه قانون العلامات، ومن العلامات المؤسسة على حروف: "UAA أو UAA أو USA" التي ترمز لبعض شركة الطيران، وتعد الأرقام الأكثر استعمالا في المجال الصناعي والتجاري لسهولة استخدامها كاستخدام رقم: 333، 55 لتمييز منتجات من العطور أو السيارات أو السجائر، وفي كل الأحوال يجب ألا تتعارض علامات الأحرف والأرقام مع أحكام المادة 7 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات.

الفرع الثاني: العلامات التصويرية.

تتمثل العلامات التصويرية في الصور والرسومات والأشكال التي تعتمد كعلامة لتمييز السلع والخدمات عما شابهها، وقد أجاز المشرع الجزائري في الأمر 57/66¹ استعمال شكل مميز للمنتجات وصورها الظاهرة كعلامة.

1- العلامات المشكلة من الرسوم والرموز والصور:

أجاز المشرع الجزائري في المادة 01/02 من الأمر 06/03² المتعلق بالعلامات اعتماد الصور وما قاربها محلا لعلامات تجارية وقد درج الكثير من المتعاملين على اعتماد صور الحيوانات كعلامة تجارية وهناك علاقة وثيقة بين العلامات الاسمية والعلامات الصورية المتعلقة بها، فإذا أخذت العلامة اسم فيل فذلك يمنع للمنافس من استعمال صورة الفيل لنفس المحصولات.

وقد تكون العلامة مكونة من صور الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة أو للغير بشرط الحصول مسبقا على موافقته على ذلك ما لم تكن الصورة لشخصيات تاريخية ككتابليون كما قد تستمد الصور من الطبيعة كالنجوم والأزهار والأهرام أو أحد العمارات أو السفن أو السيارات.³

يمكن أن تكون العلامة من الرسومات والصور والرموز، وتسمى كذلك بالعلامة الرمزية أو الشعارية، لأنها عبار عن رمز يخاطب العين "الرؤية"، كما أن الرسوم عبارة عن تكوين فني يتضمن مناظر محددة، وقد تكون من وحي الخيال، توضع في إطار محدد لإظهار شكل ما، وذلك كله متى اتخذت هذه الرسوم والصور صفة مميزة للسلع أو الخدمات التي تستعمل فيها.

ومن أمثلة هذه الرسوم والرمز والصور الأسد والنخلة والغزال والنسر... إلخ، كما يجوز للتاجر أيضا أن يتخذ صورته كرمز مميز لبضاعته أو صورة رجل مشهور، شرط موافقة هذا الرجل أو موافقة ورثته.

¹ الأمر 57/66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، المؤرخ في 19 مارس 1966، ص 15.

² الأمر 06/03، سبق ذكره، ص 12.

³ جلال وفاء محمددين، مرجع سابق، ص 125.

2- العلامات المشككة من الأصوات والروائح:

مثل هذه الأشكال من العلامات لم ينص عليها المشرع الجزائري لا في الأمر رقم 57/66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، ولا في القانون الجديد 06/03¹ المتعلق بالعلامات رغم التطورات الحاصلة في المجال الصناعي والتجاري.

وإذا أشرنا إلى تعداد الأشكال والعناصر التي يمكن أن تتكون منها العلامة التجارية فإن قوانين العلامات المقارنة أوردت ذلك على سبيل المثال لا الحصر، لذا فإنه لا يوجد في القانون ما يمنع من أن تتكون العلامة التجارية من مجموع أو خليط من العناصر التي أشار إليها أو أن تتخذ أي شكل آخر، بشرط أن تتوافر فيها الشروط التي يتطلبها القانون في العلامة التجارية.

ومن الأمثلة التي لم يرد بشأنها النص في القوانين نجد الأشرطة والأغلفة وكذلك الإشارات والعلامات الصوتية.

هذا ويمكن تسجيل الصوت والرائحة كعلامة تجارية إذا كان الصوت أو الرائحة هو الذي يضفي الطابع المميز على العلامة، على أن المعاهدات الدولية لا تلزم بالنص على إمكانية تسجيل علامات الصوت أو الرائحة، وتبت القوانين الوطنية عادة في مسألة تسجيل تلك العلامات من عدم تسجيلها.

وإذا كان من الممكن تسجيل الصوت وتقديم شريط إلى مكتب التسجيل تمهيدا لحمايته، فإن تسجيل العلامات الصوتية ممكن كذلك، ويصدق القول كذلك على العلامات الخاصة بحاسة الشم، حيث سمحت الولايات المتحدة الأمريكية بتسجيل العلامات الصوتية والخاصة بحاسة الشم، بتسجيل عطر الأزهار الذي لا يذكر بتفتح زهر بلومريا.

كما أن القانون الإماراتي رقم (37) لسنة 1992 والمعدل بالقانون رقم (19) لسنة 2000 والقانون رقم (08) لسنة 2002 قد اعتبر في المادة الثانية (02) منه وفي تعريف للعلامة التجارية، أن الصوت يعتبر جزءا من العلامة التجارية إذا كان مصاحبا لها.

وإذا كان لمختلف الأشكال التي يمكن أن تتكون منها العلامات التجارية قد جاء على سبيل المثال لا الحصر فإنه يكون للمحاكم الدرجة الأولى (الابتدائية) سلطة تقديرية واسعة في تحديد الأشكال المختلفة التي يمكن اعتبارها

¹ الأمر 06/03 ، سبق ذكره ، ص 12.

علامات تجارية دون أن تخضع في ذلك لرقابة المحكمة العليا، كل ذلك يتوقف على توافر جميع الشروط التي يتطلبها القانون في العلامة التجارية.¹

3- علامات الألوان:

تنص المادة 02 من الأمر 06/03² المتعلق بالعلامات أن "العلامات: كل الرموز ... والألوان بمفردها أو مركبة..." ولا يقصد بالألوان في العلامة اللون في حد ذاته بل المقصود هو طريقة تنسيقها على نحو يخلق تمييزها، فالألوان تستعمل في كل صور وأشكال العلامات ولا يندرج في هذا المفهوم لون الصورة أو الاسم كونهما محميان كعلامة صورة أو رسم أو اسم، وإذا كانت السلعة لا تنتج إلا اعتمادا على لون معين فلا يجوز احتكاره كعلامة.

وما يمكن استخلاصه في الأخير بخصوص أشكال العلامة التجارية أن المشرع الجزائري قد أورد بنص المادة 02 بعض صور وأشكال العلامة التجارية وذلك في سبيل المثال لا الحصر منتهجا في ذلك نفس الحكم الذي أورده اتفاقية ترييس التي تضمنت هي الأخرى أمثلة فقط للشروط التي تصلح أن تكون محلا للحماية كعلامة تجارية، لذلك فإنه لا مانع من إضفاء الحماية على علامات أخرى طالما كان لها القدرة على تمييز السلع والخدمات. واتفاقية ترييس أجازت بصفة ضمنية تسجيل العلامات التجارية غير البصرية التي لا يمكن إدراكها بالبصر كالأصوات والروائح وهو ما اعتمدته قانون LANHAM الأمريكي، والقانون الفرنسي للملكية الأدبية والفنية لسنة 1991 اعترف بالعلامات الصوتية والمستعملة بصورة عادية في الإعلانات ونص على أنه لكي يتم الاعتراف بالعلامات الصوتية يجب أن تكون قابلة للرسم بموجب خط كعبارات النوتة الموسيقية غير أن مواء القط أو زئير الأسد لا يمكن قبولهما بأي حال من الأحوال كعلامة.³

ولقد كانت الولايات المتحدة الأمريكية السباقة في ذلك بتسجيل الصوت في شريط وتقديمه إلى مكتب التسجيل لحمايته، ونفس الأمر كان ساري بخصوص العلامات الخاصة بحاسة الشم حيث تم تسجيل عطر الأزهار، وفي الحقيقة تبقى مسألة استخدام العلامات غير القابلة للإدراك بالبصر كعلامات تجارية مسألة شائكة نظرا للصعوبات الشديدة التي تواجهها مكاتب العلامات التجارية في قبول تسجيلها لذلك بقيت أغلبية العلامات التجارية تتكون من الكلمات والصور والألوان أو مزيج منها.

4- الدمغات والأختام والنقوش البارزة:

¹ - سبيتي عبد القادر، مرجع سابق، ص 27.

² الأمر 06/03، سبق ذكره، ص 12.

³ سبيتي عبد القادر، مرجع سابق، ص 27 . 28

يمكن أن تستخدم دمغة أو ختم أو نقش بارز كعلامة تجارية، إلا أن ذلك لا يعني العلامة التجارية بحد ذاتها بقدر ما ينبغي طريقة وضعها على البضائع والمنتجات والخدمات التي تميزها، إذ تعد هذه الأخيرة بمثابة طرق أو وسائل لوضع العلامات على المنتجات لأن العلامات توضع بطريقة الختم أو الدمغ أو النقش البارز وضع العلامات على المنتجات.

المبحث الثاني: أنواع العلامات التجارية وشروطها

في هذا المبحث سنتناول أنواع العلامات والشروط التي يجب التقيد بها من اجل الحصول على حماية قانونية

المطلب الأول: أنواع العلامات التجارية

لقد حددت اتفاقية تريبس ثلاث أنواع من العلامات التجارية بنصها على أن الملكية الصناعية تشمل العلامات الصناعية أو التجارية وعلامات الخدمة ومن جهتها فإن اتفاقية باريس اكتفت بذكر نوعين فقط من العلامات هما الصناعية و التجارية في حين أشارت إلى علامة الخدمة في المادة 6 منها، وبالرجوع للأمر 06/03 المتعلق بالعلامات لاسيما المادة 02/02 منه فإن المشرع عدد الأنواع الثلاثة كما ذكر أيضا نوع آخر هو العلامات الجماعية والتي خصها بأحكام محددة.¹

وعليه يتضح من النصوص السابقة أن العلامات تنوع إلى علامات تجارية، علامات صناعية، علامات خدمة، علامات جماعية والتي سنعالجها في الفروع التالية:

الفرع الأول: العلامات التجارية.

غالبا ما تقترن كما هو واضح من تسميتها بالتاجر الذي يستخدمها لتمييز المنتجات التي يريد إعادة بيعها بعد شرائها وذلك بغض النظر عن مصدر شرائها (تاجر الجملة، المنتج) وهذه العلامة هي الوسيلة كذلك للمستهلك لتمييزها عن غيرها وللمداومة عليها والاطمئنان لها إن لم نقل الثقة فيها، بواسطة هذه العلامة لا تختلط البضائع مع غيرها ويستطيع طالب هذه البضاعة بالذات أن يطمئن إذ ما وجد العلامة موضوعة على البضاعة أو المنتجات التي يتعامل بها.

ونشير أنه قد يكون التاجر المسوق للبضاعة هو نفسه مصنعها وله في ذلك أحد الخيارين:

– أن يتخذ علامة الصنع كعلامة تجارية.

¹ نعيم مغيب، المركبات الصناعية و التجارية، ط 1 ، سنة 2005 ص52.

- أن يجعل لكل من عملية الصنع وعملية الترويج علامة مستقلة وهو الغالب في الحياة التجارية حيث يفضل التجار أن يضعوا على مبيعاتهم علامة تجارية مميزة تخص التاجر البائع لا المنتج. وحاليا يتجه المشرع الجزائري من خلال الأمر 06/03 السالف الذكر إلى تقرير إلزامية وضع العلامة التجارية على كل سلعة عرضت للبيع أو بيعت في التراب الوطني.

الفرع الثاني: العلامات الصناعية.

هي العلامة التي يضعها الصانع أو المنتج على سلعة ما لتمييزها عن سلع مماثلة مثل "مرسيدس" إشارة لمصنع صناعة السيارات و **IBM** بالنسبة لأجهزة الحاسوب وبرامجها، وقد تكون هذه العلامة ذات علاقة وثيقة بمادة أولية مكونة لها بالرغم من أن هذه الأخيرة قد يستخدمها منتج آخر.

وبالرجوع إلى النصوص القانونية نجد أن المشرع الجزائري قد ذكر هذا النوع من العلامات صراحة في ظل الأمر 57/66 إلا أنه في الأمر 06/03 لم يرد صراحة بل اكتفى بالإشارة إليها ضمينا من خلال المادة 02 منه التي نصت على "...كل منتج طبيعي أو زراعي أو تقليدي أو صناعي خاصا كان أو مصنعا..."، وهذه العلامة تساعد على استقطاب المستهلكين لذلك نجدها أكثر شيوعا في الأسواق الوطنية والدولية وهو ما يفسر أن المشرع الجزائري أبقى على إلزاميتها وإن المشرع بتقريره إلزامية وضع العلامة على كل سلعة أو خدمة أراد الإشراف على عملية المنافسة وتداول السلع والخدمات وفق الأسس القانونية والتحكم فيها بما يخدم مصلحة الدولة والمستهلكين.

والجدير بالذكر أن بعض التشريعات تميز بين العلامات التجارية **LES MARQUE DE COMMERCE** وهي تلك التي يضعها التاجر على البضائع التي يقوم ببيعها والعلامات الصناعية **LES MARQUES DE FABRIQUES** التي يضعها الصانع أو المنتج على السلعة لتمييزها عن سلع مماثلة، إلا أن هذا التمييز لا يترتب عليه أية نتائج قانونية لأن كلا العلامتين التجارية والصناعية تخضعان لذات الأحكام والقواعد القانونية، كما قد تتحد العلامتان في علامة واحدة ويكون ذلك في حالة إن كان منتج السلعة هو الذي يتولى أمر تصريفها فتستعمل العلامة التجارية للدلالة على النوعين معا.¹

الفرع الثالث: علامات الخدمة.

على خلاف النوع الأول والثاني المتعلقان بالسلعة فإن هذا النوع من العلامات يخص الخدمة، ولقد عرفت المادة 04/03 الخدمة كما يلي: "...الخدمة هي كل أداء له قيمة اقتصادية..." وعلامة الخدمة بذلك هي ما

¹ جلال وفاء محمددين، مرجع سابق، ص 106.

يشكل رمزا للخدمات وتوضع على الأشياء التي يستخدمها المشروع ولا تكون على المنتجات، لذلك نجدها مستعملة لدى مؤسسات الدعاية والفنادق والنقل والهاتف النقال، ومنه تمثل الخدمة كشيء معنوي المجهود المقدم من طرف شخص طبيعي أو معنوي لفائدة الأفراد، فتكون العلامة رمزا لهذه الخدمة تميزها عن باقي الخدمات، لذلك جعلها المشرع إلزامية على النحو الوارد في ظل الأمر 06/03 السالف الذكر وتنقسم الخدمات إلى نوعين:

- خدمات تقدم للعملاء بالنسبة لسلعة مادية معينة كخدمة الصباغة على إنتاج مادي، وهنا تحمل علامتين: علامة تجارية وهي علامة المنتج للسلعة وعلامة الخدمة.

- الخدمات يقدمها الأفراد أو الشركات ليس لها علاقة بمنتجات مادية كخدمة البنوك، خدمة التأمين، حيث توضع العلامة في هذه الحالة على مطبوعاتها.¹

الفرع الرابع: العلامات الجماعية.

جاءت العلامات الجماعية تحت عنوان مستقل قائم بذاته في المواد 08 إلى 12 في ظل الأمر 57/66 المتعلق بعلامات المصنع و العلامات التجارية وربما يعود ذلك لأهميتها، ويبدو من الوهلة الأولى أن تعريفها مقترن بتسميتها بارتباطها بالجماعة التي تكون في صورة هيئة أو جماعة مكونة وفقا للقانون يربط أعضاؤها مصالح وأعمال مشتركة، ويكون لهم وضع على منتجاتهم أو على الخدمات التي يؤدونها علامة من العلامات الجماعية، وإن الهيئة المالكة لهذه الأخيرة لا تنتج السلعة بنفسها بل تعمل على مراقبة صفات المنتجات التي تحمل هذه العلامة الجماعية، بمعنى أن وجود هذا النوع من العلامة هو دليل على توفر الصفات اللازمة للمنتجات ومنه نخلص إلى أنها علامة رقابة وتنظيم إنتاج أكثر منها علامة تجارية ومن ذلك العلامة التي تشير إلى موافقة المنتج للمواصفات للمقاييس الجزائرية.

ولابد لهذه الجماعة أن تحصل على إذن مسبق من السلطة المختصة حسب المادة 02 من الأمر 06/03 المتمثلة في المعهد الجزائري للتقييس.

والمشرع الجزائري في ظل الأمر 06/03 الملغي للأمر 57/66² السالف الذكر لم يخصص للعلامة الجماعية مادة مستقلة لتعريفها وإنما أورد ذلك في الفقرة الثانية من المادة 02 حيث نصت على أن "العلامة الجماعية: كل علامة تستعمل لإثبات المصدر والمكونات والإنتاج أو كل ميزة مشتركة لسلع أو خدمات مؤسسات مختلفة، عندما تستعمل هذه المؤسسات العلامة تحت رقابة مالكيها"، وبذلك تكون العلامة جماعية كل ما

¹ جلال وفاء محمد، مرجع سابق، ص 106.

² الأمر 57/66، سبق ذكره، ص 15.

استعملت من طرف مؤسسة أو عدة مؤسسات باعتبارها شخص معنوي سواء كانت تخضع للقانون العام أو الخاص حسب المادة 22 من هذا الأمر، ولقد خصص هذا الأخير الباب السادس منه للأحكام الخاصة بالعلامة الجماعية بتحديد الأحكام المتعلقة بملكيته واستعمالها وانتقالها وإغائها.¹

المطلب الثاني: شروط العلامة التجارية.

إن العلامة التجارية أيا كان نوعها وأيا كان الشكل الذي تتخذه لا تحضى بالحماية القانونية ولا تترتب آثارها إلا إذا استوفت هذه الأخيرة الشروط المنصوص عليها قانونا وهو ما سوف نتطرق إليه بالتفصيل كالاتي:

الفرع الأول: الشروط الموضوعية.

لا يكفي أن تتخذ العلامة شكلا معينا بل يجب أيضا أن تتوفر على شروط خاصة نوردتها فيما يلي:

أولا: أن تكون العلامة التجارية مميزة.

يقصد بالطابع المميز للعلامة أن يتخذ صاحب العلامة التجارية منها شكلا مميزا يمكن الجمهور من التعرف على منتجه أو خدمته وسط المنتجات أو الخدمات الغير من نفس الطبيعة التي يعرضها التجار المنافسون ولتحقيق ذلك يلزم ألا تكون العلامة من ألفاظ أو أشكال يكون استخدامها من الناحية العملية ضروريا بالنسبة للمنافسين لتقديم منتجاتهم أو خدماتهم للجمهور وذلك حتى لا يترتب على احتكار هذا الاستخدام إعاقه نشاط هؤلاء المنافسين تماما، وتطبيقا لذلك يخرج عن مفهوم العلامات الخاضعة للحماية القانونية الشارات الشائعة أو المألوفة كأسماء الأشخاص العادية وأي رمز أو رسم أو نقش أو صورة جرى العرف على استخدامها، كذلك العلامات التي تتضمن فقط بيانات أو معلومات تشير إلى نوع الخدمة أو المنتج أو وزنه أو الغرض منه أو موقعه الجغرافي.²

مما سبق، أنه يجب أن تنطوي العلامة التجارية على شكل مميز يجعل لها ذاتية خاصة وخصائص معينة تفترق بها عن غيره من العلامات الأخرى المماثلة.

التمييز هو أساس الحماية والحكمة من استلزامه هو تحقيق الغاية الأساسية من العلامة التجارية بتمييز المنتجات والسلع والخدمات، والصفة المميزة لا نعني بها صفة الإبداع بل يقصد بها التمييز بمفهومه البسيط، الذي يمنع من الوقوع في الغلط والالتباس، وفي هذا الإطار يقول الفقيه ROUBIERE في كتابه: "le droit de la propriété industrielle":

¹ القاضي أنطوان الناشف، مرجع سابق، ص 132.

² صلاح زين الدين، الملكية الصناعية و التجارية، ط1 سنة 2005 ص 277.

le signe choisi comme marque doit permettre au titulaire de la marque de "distinguer ces produits de ceux des tiers. Il doit être distinctif".

وعلى هذا الأساس فإن العلامة التجارية التي لا تتضمن ما يميزها عن العلامة المشابهة تفقد شرط أساسي، فلا تعد موجودة ولا يمكن استغلالها وهو ما نصت عليه المادة 01/07 من الأمر السالف الذكر رقم 06/03 "تستثني من التسجيل الرموز التي لا تعد علامة بمفهوم المادة 01/02 من نفس الأمر".

وتبعاً لذلك فلا تعد علامة قابلة للحماية العلامة العادية التي تتكون من شكل شائع كصورة رأس امرأة أو صورة رجل يركب حصاناً، أو رسم مثلث، كما لا تتمتع بالحماية العلامات التي تتكون من إشارات أو بيانات تستعمل في التجارة لدلالة على صفة المنتجات أو الغرض منها أو مصدرها، حيث قضى في مصر أن كلمة "نباتين" لتمييز نوع من السمن النباتي غير صالحة لأن تكون علامة مستقلة قائمة بذاتها لأنها لا تعدو أن تكون وصفاً لمنتجات معينة لأنها مشتقة من النبات، كما لا تصلح علامات التسميات التي تدل على مصدر المنتجات فحسب، كما في "البن اليمني" و"الجبن الهولندي".

إن تقدير ما إذا كانت العلامة مميزة من عدمها تختص به محكمة موضوع، فهو يخضع للسلطة التقديرية للقاضي، وينظر للعلامة في مجموعها إلى العناصر التي تتكون منها أي أن العبرة هنا بالصورة العامة التي تنطبق في ذهن المستهلك نتيجة تركيب هذه الصور أو الرموز التي تبرز علامة أخرى، وفي هذا الإطار نجد أن مجلس القضاء الجزائري قضى في قراره الصادر بتاريخ 1981/01/30 أن تسمية BANITA تشكل تقليداً للعطر HABANITA وجاء في حثباته "إنه يستخلص من مجرد مقارنة بين بطاقات المتهم وبطاقات الطرف المدني وجود تشابه صارخ بينهما من حيث الرسوم والألوان ومن حيث السمع، وإن المادة 02 من الأمر 66/57 المتعلق بعلامات المصنع و العلامات التجارية تعتبر الشكل المميز للمنتوج أو شكله الظاهر صفة كفيلاً لتشكيل علامة".¹

ثانياً: أن تكون العلامة التجارية جديدة.

لأن تكتسب العلامة التجارية حقوقاً وجب أن تكون جديدة بمعنى لم يسبق للغير أن اكتسب حقوقاً عليها ويشترط لصحتها ألا تمس أو تضر بحقوق سابقة كعلامة مسجلة سابقاً، المقصود بالجدة هنا في الواقع ليس الجدة المطلقة كما هو الحال في براءات الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية أي ابتكار العلامة وإنما فقط الجدة النسبية في التطبيق على ذات السلع فيكفي ألا تكون العلامة لحظة تسجيلها محلاً لحق منافس في نفس مجال

¹ سميحة القليوبي، الموجز في القانون الإداري، ص 292.

نشاط المعني، وترتبا على ذلك فإن العلامة التجارية تعتبر جديدة على الرغم من سبق استخدامها لتمييز خدمة معينة أو منبع معين طالما أن الاستخدام الجديد يتعلق بخدمة أخرى أو بمنتج آخر يختلف عن نوع الخدمة الأولى أو المنتج الأول.

يجب أن تكون العلامة التجارية جديدة أي لم يسبق استعمالها بمعرفة شخص آخر والجدة تفتح المجال للمطالبة بالأسبقية والتي تتحدد من نواح ثلاث:

1- من ناحية نوع المنتجات:

يشترط أن لا تكون العلامة قد سبق استعمالها للدلالة على منتجات مماثلة أو شبيهة لها، أو حتى من صنفها، غير أن استخدام علامة لتمييز منتجات معينة لا يمنع الغير من استخدامها لتمييز منتجات أخرى متى كانت مختلفة عنها لأنه لا ينشأ عن هذا الاستعمال أي خلط أو التباس في ذهن الجمهور.

2- من ناحية الزمان:

إن العلامة وإن استعملت من شخص آخر حتى ولو على نفس المنتج تعد جديدة وتتمتع بالحماية متى تخلى صاحبها الأول عن استعمالها فترة من الزمن أو لم يتم بتجديد تسجيلها وفقا للشروط القانونية الخاصة بتسجيل العلامات.

3- من ناحية المكان:

من الضروري ألا تكون العلامة قد سبق استعمالها في نفس الإقليم، فالجدة تقدر بالنظر إلى إقليم الدولة بكامله، وليس بالنظر إلى مكان إنتاجها، لأن تصريف المنتجات لا يقتصر على مكان إنتاجها بل يشمل إقليم الدولة بأسره، والعلامة المودعة ببلد ما لا تحول دون استخدامها في بلد آخر إلا في حالة وجود اتفاقية دولية تقضي بغير ذلك وتقرر اتفاقية باريس في هذا الصدد حماية العلامات التجارية لرعايا كل دولة من دول الاتحاد وفي سائر الدول المنظمة إليه.¹

ويفهم من كل ما سبق أن لصفة الجدة علاقة وطيدة بتسجيل العلامة والأسبقية في ذلك، ومتى كانت إحدى العلامتين تتميز بالشهرة فإن المادة 7فقرة 8 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات نصت أنه استثنى من التسجيل الرموز المماثلة أو المشابهة لعلامة أو لاسم تجاري يتميز بالشهرة في الجزائر، وتم استخدامه لسلع مماثلة

¹ سبيتي عبد القادر، مرجع سابق، ص 29. 30. 31.

تنتمي لمؤسسة أخرى إلى درجة إحداث تضليل فيمكن ممارسة دعوى إبطالها أو إلغائها من له مصلحة في ذلك وفقا للمادتين 20، 21 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات.¹

وفي حالة إن كان اللبس بين علامة تجارية ومؤشر جغرافي فقد بينت المادة 7فقرة 7 أن الرموز التي تشكل حصريا أو جزئيا بيانا قد يحدث لبسا مع المصدر الجغرافي لسلع أو خدمات معينة، فإن تم تسجيل هذه الرموز كعلامة دون حق بحيث يعرقل استعمال البيان الجغرافي من الغير الذين لهم حق استعماله كانت هناك إمكانية لطلب إبطالها أو إلغائها.

ثالثا: أن تكون العلامة التجارية مشروعة.

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

تتوقف العلامة التجارية على الشروط التالية:

1- أن تكون غير مخالفة للنظام العام والآداب العامة:

فيجب أن لا تكون العلامة منافية للآداب العامة أو النظام العام بألا تتضمن تسميات أو صور فاضحة، ولقد نصت المادة 4/7 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات أنه "يستثنى من التسجيل الرموز المخالفة للنظام العام أو الآداب العامة والتي يحظر استعمالها سواء بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الدولية والتي تكون الجزائر طرفا فيها" وهذا أمر بديهي لأن للمجتمع حرمة ولا يجوز التعرض له باستعمال كلمات نبذة أو شعارات تمس الأخلاق، وفي نفس السياق اعتبرت المادة 6 من اتفاقية باريس أن "...العلامة تعد غير صحيحة إذا كانت مخالفة للأخلاق السليمة والنظام العام...".

ولقد سار القانون المصري على نفس هذا المنهج في قانون 1939 المعدل في 1956 بنصه: "...كل تعبير أو رسم أو علامة مخلة بالآداب أو مخالفة للنظام العام والعلامات المطابقة أو المشابهة للرموز ذات الصفة الدينية البحتة".²

¹ الأمر 06/03 ، سبق ذكره ، ص 14.

² جلال وفاء محمددين، مرجع سابق، ص 129.

2- عدم استعمال الوسامات الوطنية والأجنبية أو الرموز الثورية أو الدمغات الرسمية:

ولقد نصت على ذلك المادة 5/7 من الأمر السالف الذكر رقم 06/03 بحيث يستثنى من التسجيل "الرموز التي تحمل من بين عناصرها نقلا أو تقليدا لشعارات رسمية أو أعلام أو شعارات أخرى أو اسم مختصر أو رمز أو إشارة أو دمغة رسمية تستخدم للرقابة أو الضمان من طرف دولة أو منظمة حكومية أنشأت بموجب اتفاقية دولية إلا إذا رخصت لها السلطة المختصة لهذه الدولة أو المنظمة بذلك" وتبعاً لذلك لا يمكن لأحد أن يستخدم شعار الاتحاد الإفريقي أو هيئة الأمم المتحدة أو الهلال الأحمر الدولي أو رموز الفضاءات الأوروبية أو رموز الألعاب الأولمبية كرمز لمنتجاته إلا بمقتضى ترخيص من الدولة أو المنظمة المعنية وبدونه تعد العلامة باطلة.

وقد يصل الأمر إلى الملاحقة بموجب قانون العقوبات كما هو الحال في لبنان والولايات المتحدة الأمريكية إذا كانت الرموز محل الاستخدام تعود للجيش، هذا ونشير إلى أنه وبموجب المادة 6 من اتفاقية باريس فلقد تعهدت الدول الموقعة بعدم تسجيل الماركات الممثلة للرسومات أو الرموز أو الشعارات العائدة لهذه الدول.

3- ألا تكون مغشوشة:

بحيث لا يجوز أن تحتوي العلامة على بيانات كاذبة عن مصدر السلعة، صفتها... إلخ لأن ذلك يؤدي إلى تضليل الجمهور، وقد نصت المادة 6/7 "أنه يستثنى من التسجيل الرموز التي يمكن أن تضلل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يخص طبيعة أو جودة أو مصدر السلع أو الخدمات والخصائص الأخرى المتصلة بها" وعلى هذا الأساس تعتبر علامة مغشوشة إذا أقدم صاحبها على تأكيد عملية الإيداع بينما لم يحدث، أو إذا أقدم على لصق علامة على محصولاته باعتبارها له، في حين تكون ملكيتها للغير.

كما تعد علامة مغشوشة إذا أقدم صاحبها على بيع محصولات أو عرضها للبيع ملصقا عليها علامة مقلدة أو علامة تشبه بصورة كبيرة العلامة الأصلية.

ونشير أنه في فرنسا وضع قانون الملكية الفكرية تعداد جزئي للحالات التي لا تعتبر فيها العلامة شرعية فكل ما من شأنه أن يوقع الجمهور في الغلط ويتطابق مع هذه الحالات يؤدي إلى إبطال العلامة.¹

رابعا: شرط كتابة العلامة التجارية باللغة الوطنية والرسمية.

لم يشترط المشرع الجزائري كتابة العلامة التجارية باللغة العربية وذلك لتعارض هذا الشرط مع الاتفاقيات الدولية كاتفاقية باريس ومديرد، كما لا يتصور تسجيل علامة تجارية واحدة بلغة كل بلد.

¹ جلال وفاء محمددين، مرجع سابق، ص 129.

أما القوانين المقارنة فنذكر مثلاً القانون المصري رقم (115) لسنة 1958 المعدل بالقانون رقم (102) لسنة 1976 والذي أوجب في المادة (3) منه، أن تكتب العلامات التجارية المملوكة للمصريين باللغة العربية، ولا يحول ذلك دون تسجيل علامة مكتوبة بلغة أجنبية إلى جانب اللغة العربية بشرط أن تكون اللغة العربية أكبر حجم وأبرز مكاناً منها.

ولا تسري أحكام هذا القانون على العلامات التي توضع على المنتجات المعدة للتصدير، إذ يمكن كتابتها بلغة أجنبية، كما أن أحكام قانون التعريب لا تنطبق على العلامات الأجنبية التي توضع على المنتجات المستوردة والعلامات المسجلة دولياً.¹

أما في فرنسا، فقد صدر القانون رقم (315) لسنة 1994 بشأن استعمال اللغة الفرنسية، والذي أشارت المادة (14) منه والخاصة بالعلامات التجارية إلى أنه لا يجوز أن تتضمن كتابة أية علامة تجارية أو علامة خدمة لغة أجنبية إذا كانت خاصة بشخص معنوي من أشخاص القانون العام أو الخاص، ومع ذلك يجوز استخدام المصطلحات الأجنبية إذا لم يوجد ما يقابلها باللغة الفرنسية.

وإذا كانت التشريعات المقارنة قد ركزت على اشتراط أن تكون العلامة المطلوب تسجيلها مكتوبة باللغة الرسمية السائدة في الدولة المراد تسجيلها فيها، فإنه يقع على عاتق المشرع الجزائري النص على هذا الشرط الهام، والذي يعبر عن رمز من رموز السيادة الوطنية وكذلك عمق الثقافة العربية وارتباطها الوثيق بالحياة التجارية والصناعية، وإعطاء مكانة بارزة للأموال المعنوية الصناعية والتجارية.

وبناء على ما سبق يتضح لنا أن الشروط الموضوعية الواجب توافرها في العلامة التجارية أيا كان شكلها أو صورتها هي أن تكون مميزة وجديدة ومشروعة، بالإضافة إلى كتابتها باللغة الوطنية والرسمية، فإنه يمكن إضفاء صفة العلامة التجارية عليها وبالتالي شمولها بالحماية القانونية التي يكفلها قانون العلامات التجارية والقوانين المقارنة، أما إذا انتفت هذه الشروط أو انتفى أحدها فإنها لا تعد علامة تجارية قابلة للتملك والحماية، وبالتالي تفقد استحقاقها للحماية القانونية المقررة للعلامات التجارية ومن ضمنها حماية العلامة من التقليد والقرصنة، ومتى اكتملت هذه الشروط، فلا تكتسب الحماية الجزائية مباشرة وإنما يجب تسجيلها، وبالتسجيل تكتسب العلامة التجارية الحماية القانونية الجزائية.²

¹ سبتي عبد القادر، مرجع سابق، ص39.

² سبتي عبد القادر، مرجع سابق، ص43.

الفرع الثاني: الشروط الشكلية.

ويقصد بها الإجراءات التي يجب إتباعها لكي يتم تسجيل العلامة، بحيث تصبح صحيحة للاستغلال التجاري والحماية من قبل الدولة.

ولقد نصت المادة 13 من الأمر 06/03¹ المتعلق بالعلامات على ما يلي: "تحدد شكلية إيداع العلامة وكيفية وإجراءات فحصها وتسجيلها ونشرها لدى المصلحة المختصة عن طريق التنظيم" ولهذا الغرض صدر المرسوم التنفيذي رقم 277/05 المؤرخ في 2005/08/02 وحدد كيفية إيداع العلامات وتسجيلها، والذي لا يختلف في مضمونه عن القوانين المقارنة التي تبنت نفس الإجراءات، وبناء عليه نتطرق إلى المراحل التالية:

أولاً: الشخص الذي يحق له إيداع العلامة التجارية.

إن لعملية الإيداع أهمية بالغة في حماية حقوق صاحب العلامة، إذ يعتبر هذا الأخير قرينة على ملكيتها، ويقدم طلب الحصول على تسجيل العلامة إلى المصلحة المختصة من طرف كل شخص طبيعي أو معنوي يتمتع بالصفة القانونية، وذلك عن طريق الإيداع المباشر على مستواها أو عن طريق البريد أو بأية وسيلة أخرى مناسبة تثبت الاستلام، ولقد حددت هذه المصلحة المختصة بموجب المرسوم التنفيذي 68/98 المؤرخ في 1998/02/21 والذي أنشأ المركز الوطني للملكية الصناعية، بحيث يتولى هذا الأخير دراسة طلبات إيداع العلامات والرسوم والنماذج الصناعية وتسميات المنشأ ثم نشرها.²

1- شروط الإيداع:

يقدم طلب التسجيل في شكل استمارة رسمية تتضمن اسم المودع، عنوانه الكامل مع إرفاقها بصورة من العلامة تكون بمقاس الإطار المحدد في الاستمارة الرسمية، وإن كان اللون عنصر مميز فيها فيجب إرفاق صورة ملونة للعلامة، مع إرفاق أيضا قائمة واضحة وكاملة للسلع والخدمات المراد تمييزها بالعلامة.

ويعتد بتاريخ استلام المعهد للطلب كتاريخ للإيداع، وبالنسبة للمقيمين في الخارج فيجوز أن يثبت لهم الإيداع إن كان ممن يوكّلونه لذلك بموجب وكالة خاصة ترفق وجوبا بطلب التسجيل، وفي هذه المرحلة وما لم يحصل التسجيل فإنه يجوز تصحيح الأخطاء المادية التي ترد في الوثائق المودعة كما يجوز سحب طلب التسجيل في أي وقت، على ألا يكون له الحق في استرداد الرسوم المدفوعة وعلى أن يحدد في طلبه للسحب ما إن حصل تنازل أو رهن لحق الاستغلال، إذ في حالة حصول ذلك يجب موافقة جميع المستفيدين من هذا الحق بشكل مكتوب.

¹ الأمر 06/03 ، سبق ذكره ، ص 14.

² فتيةحة لعلام، مرجع سابق، ص 10.

2- فحص الإيداع:

يتولى المعهد بعد تلقيه الطلب فحص الإيداع من حيث الشكل ومن حيث المضمون، فينظر ما إذا كان استوفى الشروط الشكلية السابقة الذكر، ففي حالة عدم استيفاء إجراء الإيداع لها يخول لهذه المصلحة أن تطلب من المودع تسوية طلبه وذلك في أجل شهرين والذي قد يمدد بناء على طلب مسبب، وفي حالة انقضاء الأجل دون جدوى يرفض طلب التسجيل دون الحق في استرداد الرسوم المدفوعة.

أما الفحص الموضوعي لطلب الإيداع فيتعلق بالتحقق فيما إذا لم تكن العلامة المودعة حسب المادة 11 من المرسوم مستثناة من التسجيل لسبب أو لأكثر من أسباب الرضا الواردة في المادة 7 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات.

وإن حصل رفض الإيداع لعدم توفر شروطه الشكلية أو الموضوعية يبلغ المودع بذلك على أن يكون له تقديم ملاحظاته في أجل أقصاه شهران يسري ابتداء من تاريخ التبليغ، ويمدد هذا الأجل بناء على طلب مسبب من صاحب الشأن.

وإن تعلق الأمر بوجود تشابه بين علامة مسجلة وعلامة - قدم طلب بإيداع تسجيلها- فإن المصلحة المختصة تأخذ الموافقة الكتابية لصاحب الحق الأسبق، أما إن تبين أن الفحص الموضوعي مطابق لجزء فقط من السلع والخدمات المبينة في الطلب فلا تسجل العلامة إلا لهذه السلع والخدمات.

إذا استوفى صاحب العلامة جميع الشروط الشكلية والموضوعية السابق الإشارة إليها، فإنه يصبح مالكا للعلامة وذلك ابتداء من تاريخ التسجيل، وهو ما نصت عليه المادة 05 من الأمر 06/03 السالف الذكر حيث جاء فيها أنه "يكتسب الحق في العلامة بتسجيلها لدى المصلحة المختصة..."، ونشير إلى أن المشرع الجزائري قد أخذ بنظام الأسبقية الشكلية أو الإيداع المطلق بحيث تقرر الحماية القانونية الخاصة بالعلامة لمن له الأسبقية في التسجيل ليكون بذلك قد انتهج نفس المبدأ الذي جاءت به اتفاقية ترييس.

ثانيا: إجراءات تسجيل العلامة التجارية.

لأن العلامة هي رمز لمنتجات أو خدمات مشروع اقتصادي، فيشترط تسجيلها بعد حصول الإيداع الصحيح، ويقصد بالتسجيل أنه تمت الموافقة على إعطاء العلامة المطلوبة بقيدها في سجل مخصص لهذا الغرض، ويكون لصاحبها بعد تسديد الرسوم المستحقة الحصول على شهادة تعريف تضم كل البيانات المقيدة في السجل كما تسلم شهادة تسجيل لكل علامة مسجلة لصاحب الشأن أو وكيله.

وتكون مدة الحماية المترتبة على تسجيل العلامة هي 10 سنوات، تستمر لنفس المدة في حالة أن قام المعني بتجديد تلك المدة، ويسري ذلك ابتداء من اليوم الموالي لتاريخ انقضاء التسجيل الأول مع ضرورة دفع رسوم التجديد في مهلة 6 أشهر التي تسبق انقضاء التسجيل أو التالية على أكبر تقدير.

أما في حالة رغبة صاحب العلامة في التعديل في نموذج العلامة أو إحداث إضافة في قائمة السلع أو الخدمات فيستوجب القيام بإيداع جديد.¹

كما أن كل عملية نقل للحقوق بخصوص العلامة تخضع للقيد في سجل العلامات بناء على طلب أحد الأطراف المعنية شريطة تقديم الوثيقة أو العقد المثبت لهذا النقل، كما قضى المرسوم التنفيذي على ضرورة قيد العدول عن التسجيل سواء كان جزئي أو كلي في سجل العلامات، هذا ويقيد الحكم القضائي النهائي القاضي بإبطال العلامة بنفس الأشكال.

ثالثا: الآثار التي تترتب على تسجيل العلامة التجارية.

تعد العلامة من حقوق الذمة المالية، ويترب على تسجيلها الحق في تملكها ويحول هذا الحق لصاحبه القيام بمختلف التصرفات القانونية عليها، كنقلها للغير عن طريق التنازل أو التحويل الكلي أو الجزئي بعوض أو بدون عوض أو منح ترخيص باستغلالها والإفادة منها في إطار ما يشترطه القانون المنظم لها أو رهنا تيسيرا للائتمان والنشاط التجاري.

ينشأ الحق في العلامة بمجرد تسجيلها وقيدها في سجل العلامات، ويترب تبعا لذلك لصاحب العلامة المسجلة حقوقا والتزامات نوردتها فيما يلي:

1- حق ملكية العلامة التجارية:

تكتسب ملكية العلامة التجارية نتيجة إتمام الإجراءات الإدارية الخاصة بالإيداع والتسجيل وتبعا لذلك لا يمكن لأي شخص التمسك بحقوق على علامة ما إذا قام باستعمالها دون إيداعها للتسجيل كما هو مشترط قانونا، لهذا تؤدي عملية الإيداع والتسجيل إلى منح المودع حقوقا شرعية من الناحية القانونية، وهذا ما تؤكد المادة 09 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات بنصها "يحول تسجيل العلامة لصاحبها حق ملكيتها على السلع والخدمات التي يعينها لها".²

¹ سمير جميل حسين الفتلاوي ، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، ط 1 ، سنة 1988 ص 287 .

² سمير جميل حسين الفتلاوي مرجع سابق ، ص 288 .

ويختص بملكية العلامة في القانون الجزائري من كانت له الأسبقية في إيداعها، وتأسيسا على ذلك صدر قرار عن مجلس قضاء الجزائر بتاريخ 1997/03/17 في القضية المنشورة بين ح.عطاء الله، شركة لنكونان وبيرتي تحت رقم 96/4083 قضى بتأييد الحكم المستأنف القاضي بتحميل الخطأ للمودع الثاني للعلامة وعليه بإبطال العلامة التجارية "تريزور" والحكم عليه بالدفع للمستعمل أو المودع الأول مبلغ 200.000 دينار جزائري تعويضا عن الضرر، كما قضى حكم محكمة الحراش لمجلس قضاء الجزائر بتاريخ: 2000/11/26 "...أن ملكية العلامة يختص بها من كانت له الأسبقية في إيداعها وبالتالي فإنه بالنظر للتاريخ يستخلص من الملف أن المدعية نازعت المدعى عليها بأنها مالكة للعلامة التجارية (لحظة) المسجلة من قبلها وتتمتع بحماية مطلقة لا يمكن استعمالها وأن إيداع واستعمال مؤسسة أنابال للعلامة التجارية لحظة يمثل اعتداء على ملكية تجارية مهمة...".

إن ملكية العلامة تخول لصاحبها حق احتكار استعمالها رمزا لمنتجاته أو الخدمات التي يؤديها، وهو حق دائم طالما راعى صاحب العلامة تجديده، ويخضع هذا الحق كذلك لمبدأ التخصيص أي أنه يخص منتج معين بذاته دون غيره.

كما تعتبر العلامة نسبية من حيث المكان بحيث يكون لصاحبها حق منع الآخرين من استغلالها داخل إقليم دولته ولا يمتد لخارجها إلا إذا سعى صاحب العلامة إلى تسجيلها دوليا في ظل الاتفاقيات الدولية السارية والتي تكون دولته طرفا فيها.

2- حق التصرف في العلامة التجارية:

إن حق التصرف في العلامة يعد كأثر من آثار الاعتراف للمودع بحق الملكية على العلامة التجارية، وهذا الحق يخول لصاحبه حق التنازل أو البيع أو الرهن أو الهبة أو الوصية....إلخ.

وسنخصص بالدراسة في هذا المجال التصرفات التي نظمها الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات بصفة موجزة والمتمثلة في:

أ- عقد الترخيص:

تنص المادة 9 من الأمر 06/03¹ السالف الذكر على "...مراعاة أحكام المادة 11 فإن الحق في العلامة يخول لصاحبه حق التنازل عنها ومنح رخص استغلال ومنع الغير من استعمال علامته تجاريا دون ترخيص مسبق منه على سلع أو خدمات مماثلة أو مشابهة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها" كما نصت المادة 06

¹ الأمر 06/03 ، سبق ذكره ، ص 14.

من نفس الأمر على أنه "يمكن أن تكون الحقوق المرتبطة بالعلامة موضوع رخصة استغلال واحدة استثنائية أو غير استثنائية لكل أو لجزء من السلع أو الخدمات التي تم إيداع وتسجيل العلامة بشأنها".
والترخيص لا ينقل الملكية إنما هو عقد يلتزم بمقتضاه صاحب العلامة بإعطاء المرخص له حق استعمال العلامة مقابل مبلغ من النقود، وعقد الترخيص قد يكون استثنائي بحيث يمتنع على صاحب العلامة أن يمنح نفس الترخيص لنفس العلامة لغير المرخص له، أو في شكل غير استثنائي أي لمصلحة المرخص له فقط دون غيره ما عدا المرخص.¹

ويشترط في الترخيص تحت طائلة البطلان الكتابة وإمضاء الأطراف، إضافة إلى ذلك يجب تحت طائلة البطلان أن يتضمن عقد الترخيص على ذكر: العلامة، فترة الرخصة، السلع والخدمات التي منحت من أجلها الرخصة، الإقليم الذي يمكن استعمالها فيه، مجال أو نوعية السلع المصنعة أو الخدمات المقدمة من طرف حامل الرخصة، هذا وتشترط المادة 17 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات ضرورة قيد الرخصة في سجل العلامات الذي تمسكه المصلحة المختصة.

ب- التنازل عن العلامة:

تنص المادة 9فقرة 2 من الأمر السالف الذكر على أن الحق في العلامة يخول لصاحبه حق التنازل عنها وقد يحدث التنازل بالترك والذي يكون صريحا كأن يتنازل مالك العلامة عن التمسك بها بمقتضى إقرار أو اتفاق، إلا أن الغالب أن يكون الترك ضمنيا والذي يستفاد من وقائع لا تدع مجالا للشك في تنازل صاحب العلامة عنها، كأن يقوم منافس باستعمال العلامة مدة معقولة دون اعتراض من جانب المالك".

كما يحدث التنازل عن العلامة بالتخلي عنها بعدم تجديدها حيث تنص المادة 5فقرة 2 من الأمر المتعلق بالعلامات على أن "مدة تسجيل العلامة هي 10 سنوات تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ إيداع الطلب"، فإن أراد صاحب العلامة أن تستمر حماية علامته فيمكنه تجديد تسجيلها لفترات متتالية ولمد 10 سنوات، وإن لم يتم بتجديدها في ميعادها لدى انقضاء هذه المدة يحق لأي شخص أن يمتلكها بالتسجيل.²

كما يمكن أن تكون العلامة محلا لعقد بيع بحيث يتنازل بمقتضاه صاحب العلامة عن حقوق ملكيته المقيدة على تلك العلامة - بما لها وعليها من حقوق والتزامات - مقابل ثمن يتم الاتفاق عليه، ويتم التنازل عن العلامة مع الحل التجاري الذي تستعمل لتمييز منتجاته، وعلى خلاف القانون التجاري الجزائري والألماني

¹ سبتي عبد القادر، مرجع سابق، ص 50

² قاضي انطوان الناشف، مرجع سابق، ص 135.

والسويسري والأمريكي فإن قانون الملكية الفكرية لفرنسا نص على إمكانية التنازل عن العلامة بمعزل عن المحل التجاري أو المؤسسة التي تملكها حيث جاء فيها.

Les droits attaches a une marque, sont transmissibles en totalité ou en parties indépendamment de l'entreprise qui les exploite ou les faits exploiter.

وطالما أن للعلامة قيمة اقتصادية ويمكن تقييمها ماليا فقد يتم التنازل عنها كحصة في رأس مال شركة سواء بالتنازل عن ملكيتها كاملة أو بالتنازل فقط عن حق الانتفاع بها وذلك مقابل الحصول على نسبة من الأرباح.

ج- رهن العلامة: يجيز الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات أن تكون العلامة التجارية محل رهن كلي أو جزئي ضمانا للوفاء بالديون، وقد يحصل رهن العلامة التجارية ضمن رهن المحل التجاري أو بصفة مستقلة عنه، ويشترط في الحالة الأولى النص على ذلك في العقد.

ويشترط في رهن العلامة وتحت طائلة البطلان الكتابة وإمضاء الأطراف، وإذا كان رهن العلامة ضمن رهن المحل التجاري فإنه في هذه الحالة يتوجب قيدها في السجل الخاص بالعلامات حيث تقضي المادة 99 من القانون التجاري الجزائري على أنه "إذا اشتمل بيع المحل التجاري أو التنازل عنه على علامات تجارية أو رهون حيازية متعلقة بالمحل التجاري فيجب إجراء القيد بالمعهد الوطني للملكية الصناعية لكي يسري التصرف اتجاه الغير".

3- الالتزامات المترتبة عن نشوء الحق في العلامة التجارية:

إن نشوء الحق في العلامة لا يخول لصاحبه حقوقا فقط، بل يفرض عليه في المواجهة التزامات قانونية إن لم نقل أن المشرع جعل الحقوق الناشئة لفائدته لا تقرر له إلا بعد الوفاء بالتزاماته والتي تتناولها فيما يلي:

أ- استعمال العلامة:

يقع على صاحب العلامة التزام استعمالها واستغلالها استغلالا حرا ولقد جاء هذا الالتزام في الباب الثاني من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات بحيث خصص له المشرع الجزائري قسما تحت عنوان "الالتزام باستعمال العلامة" وقد نصت المادة 11 منه على أن ممارسة الحق المخول عن تسجيل العلامة مرتبط بالاستعمال الجدي للعلامة...، وأضافت في الفقرة الثانية: يترتب على عدم استعمال العلامة إبطالها أو إلغائها من الغير لا يترتب

إبطالها، وفي ذلك نصت المادة 12 من نفس الأمر أنه "يعتبر استعمال العلامة من قبل حامل الرخصة بمثابة استعمال من قبل المودع أو مالك العلامة نفسه".¹

هذا ويخضع استعمال العلامة لمجموعة من الشروط أو القيود نوردتها فيما يلي:

- الجدية: بأن يكون الاستعمال فعالا وكافيا لإشباع حاجات السوق الوطني.

- أن يتعلق الاستعمال بعلامة مسجلة.

- أن يستمر الاستعمال خلال المهلة المحددة.

وقد حددها المشرع الجزائري بأكثر من 3 سنوات دون انقطاع ما لم يقدم الدليل على استحالة الاستعمال المتواصل بوجود ظروف عسيرة، وفي هذه الحالة يمدد الأجل لسنتين ونشير أن المشرع الجزائري لم يحدد ما هي هذه الظروف تاركا بذلك تقديرها لقضاة الموضوع.

في حين نجد أن المشرع المصري قرر في المادة 22 من قانون العلامات أنه "يحصل سقوط العلامة التجارية إذا لم تستعمل من صاحبها لتمييز المنتجات أو البضائع المخصصة لها بصفة جدية لمدة 5 سنوات متتالية إلا إذا قدم مالك العلامة ما يبرر عدم استعمالها".

ويذهب جانب من الفقه إلى القول بأنه من المنطق زوال ملكية العلامة التجارية بعدم استعمالها إذ أن ملكيتها لا تكتسب طبقا للقانون في حين يرى جانب آخر أن الحق على العلامة يجب أن لا يزول لمجرد عدم الاستعمال، إذ أن ملكية العلامة متى ثبتت لشخص فإنها تظل له دائما حتى ولو لم يقوم باستعمالها فعلا وحتى وإن لم يقوم بتسجيلها.

وتجدر الإشارة إلى أنه يترتب على تخلف الشروط السالفة الذكر بطلان العلامة مثلما تقضي به المادة 11 من الأمر 06/03² المتعلق بالعلامات، ثم تأتي المادة 21 السالف الذكر من نفس الأمر وترتب أثرا آخر وهو الإلغاء والذي يتم من الجهات القضائية المختصة بناء على طلب الغير الذي له مصلحة.

ب- دفع رسوم التسجيل:

يخضع تسجيل العلامة إلى دفع رسوم تم تحديدها بموجب قانون المالية لسنة 2002 وبناء عليه فعلى كل طالب لتسجيل علامة لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية الالتزام بدفع الرسوم المستحقة لذلك، وقد حددت حقوق التسجيل بـ 8000 دينار جزائري وذلك إذا تعلق الأمر بإيداع واحد يشمل صنفا واحدا من السلع

¹ صلاح زين الدين ، شرح التشريعات الصناعية والتجارية ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان 2005 ، ص 105.

² الأمر 06/03 ، سبق ذكره ، ص 14.

والخدمات، وفي حالة ما إذا كان الإيداع يشمل عددا من الأصناف فإن رسما بقيمة 1000 دينار جزائري يدفع على كل منهما، وفي حالة ما إذا رغب الطالب في إجراء بحث في الأسبقية حول العلامات المحمية للتمكن من معرفة شغور العلامة وتجنب أي رفض محتمل فإنه يقع عليه دفع رسم إضافي يقدر بـ 1500 دينار جزائري.

خلاصة الفصل الأول:

وخلصنا في الفصل الأول أنه من خلال تناولنا مفهوم و مضمون العلامة التجارية، حيث قدمنا التعريف اللغوي و الاصطلاحي للعلامة التجارية كما بيننا اختلاف التشريعات و الفقهاء حول تعريفها، كذلك بيننا التعريف الخاص بالقانون الجزائري الذي أضاف علامات الخدمة التي لم يتطرق لها من خلال القانون القديم ، كما لم يتطرق للعلامات غير البصرية مثل الرائحة و الصوت. أعطى الفقه معايير اختيار العلامة بأن تكون جديدة و متميزة و مشروعة، هذا عن الشروط الموضوعية أما عن الشكلية فيقصد بها كيفية ايداع العلامة و تسجيلها الذي يعتبر من الشروط الجوهرية نظرا لكونه دليلا للملكية و منه ينشأ الحق.

الفصل الثاني

آليات حماية العلامة التجارية في القانون

الجزائري

إن تقليد العلامات التجارية التي يشار إليها بأنها تقليد للملكية الفكرية ليست بالشيء الجديد، لكن الجديد هنا هو كثرة البضائع المقلدة بكميات كبيرة في وقتنا الحاضر فهذه الظاهرة تعود إلى تراجع دور المستهلك في استعمال سلع ذات أسماء تجارية غير معروفة. مما أدى إلى كثرة الدعاوى في تقليد العلامة التجارية أمام القضاء الوطني عن طريق المنافسة غير المشروعة وتظليل المستهلك بشتى الطرق التدليسية . فالمتعدي على العلامة التجارية المسجلة يخول صاحب الحق في رفع الدعوى الجزائية يطالب فيها بعقاب المعتدي ودعوى قضائية مدنية التي يطالب فيها بالتعويض عن الضرر.

المبحث الأول: المقصود بتقليد العلامة التجارية وأركانها.

ان تحديد المقصود بالعلامة التجارية يتطلب منا التطرق الى تعريف التقليد و تبيان كل الجوانب المحيطة به و التي من شأنها أن تؤدي في النهاية الى التعرف على هذا الموضوع، ولهذا فان محاولة الوصول الى تعريف تقليد العلامة التجارية يستدعي التطرق لمختلف العناصر و الزوايا التي تؤدي بنا الى فهم تقليد العلامات و اعطاء معناه الحقيقي.

اذا كان موضوع تقليد العلامة التجارية له من الأهمية الكبيرة سواء بالنسبة لمالك العلامة أو جمهور المستهلكين و هو أمر محل اجماع، فان الوصول الى تعريف جامع له يبقى محل خلاف، حيث تنوعت و اختلفت التعاريف التي جاءت في هذا الصدد و ذلك باختلاف الزاوية التي ينطلق منها كل باحث، فقد ساهمت التطورات التكنولوجية الهائلة لاسيما ما تعلق منها بوسائل الاتصال الحديثة و الاشهار على تطور أعمال التقليد و تطور مفهومها فظهرت مصطلحات مشابهة لذلك كالقرصنة و التزوير ثم المنافسة غير المشروعة.

و لما كان موضوع تقليد العلامات التجارية يكتنفه الكثير من الغموض، فإنه يتعين علينا من خلال هذا المبحث محاولة تعريف تقليد العلامة التجارية و متطلبات العلامة المقلدة ثم بيان أركان جريمة تقليد العلامة التجارية.

المطلب الأول: مفهوم تقليد العلامة التجارية.

من أجل تحديد المقصود من تقليد العلامة لتجارية يجدر بنا التطرق الى تعريف تقليد العلامة التجارية ثم تبيان أركانها.

الفرع الأول: تعريف تقليد العلامة.

من أجل الحصول على تعريف وافي لتقليد العلامة التجارية نتطرق للتعريف اللغوية والتعاريف التي جاء بها الفقه وأخيرا التعريف الذي وضعه المشرع الجزائري.

أولا: التقليد لغة.

إن التقليد لغة هو اسم مشتق انطلاقا من طريقة " Façon " من الفعل " contrfaice " عن اللاتينية " contrefacer " زيف، قلد، ويحتمل معنيان:¹

1- معنى عام وهو تقليد عن طريق الغش أو صنع شيء للإضرار بمن له وحده حق صنعه أو تقليده (مثلا: تزوير العملة أو اختتام الدولة، أو الأوراق النقدية)

2- على وجه أخص في شأن الملكية الأدبية:

أ- الاعتداء على حق الملكية الأدبية والفنية والصناعية (نسخ، تقليد، بيع، عرض للبيع).

ب- في معنى أضيق نسخ مماثل للشيء المحمي

¹ جبار كورنو ، معجم المصطلحات القانونية ، ترجمة منصور القاضي، الطبعة الأولى، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع، لبنان، 1998، ص539 .

كما يعرفه بأنه: لي الحديدية الدقيقة على مثلها، وقلد فلان فلانا، علمه تقليدا وقلد الأمر أي ألزمه إياه. وقلد الشيء نسخه أو أوجده ثانية بطريقة احتيالية قصد التحريف أو نقل الشيء بطريقة الخداع والمكر قصد الغش بصورة تدليسية للتبديل بعيدا عن معنى الاجتهاد والابتكار والمقلد تابع للمبتكر وحتى يكون التقليد جريمة يجب أن يكون بصورة غير شرعية، خلافا لما هو محدد قانونا، كما يلزم في التقليد أن يرد تشابه بين سلع صاحب الحق والسلع المقلدة¹.

ثانيا: التقليد اصطلاحا.

التقليد هو انشاء كتابة شبيهة بأخرى، ولا يلزم أن يكون بالغاً حد الإتقان، بل يكفي أن يكون بحيث يحمل على الاعتقاد بأن المحرر صادر عن من قلدت كتابته. كما يعني التقليد صنع شيء جديد أخف قيمة من الشيء القديم، ومشابه له، وذلك بقصد المنفعة الناتجة عن الفرق الحاصل ما بين الشئين المشار إليهما وهذا ما يصح بقضايا النقود المعدنية، حيث يكون تقليد النقود بضرب نقود مشابهة لها، لكن أدنى منها قيمة . ويمكن أن يكون موضوع التقليد صنع أختام الدولة أو الهياكل الرسمية، أو صنع إشارات رسمية غيرها لاستعمالها موضع الأختام والإشارات الرسمية وبالتالي الحصول على نفع من وراء ذلك.

وعليه فإن التقليد هو اصطناع شيء كاذب على نسق شيء صحيح، ولا يشترط في الشيء المقلد أن يكون مشابه تماما للشيء الصحيح بحيث ينخدع به الفاحص المدقق وإنما يكفي أن يصل التشابه إلى درجة يكون من شأنها، خداع الجمهور والعبرة في تقدير توافر تقليد هي أوجه الشبه بين الشئين المقلد والصحيح.

ثالثا: تقليد العلامة التجارية فقها.

يعرف فقها بأنه اصطناع العلامة التجارية نفسها أي النقل الحرفي للعلامة التجارية نقلا كاملا أو للأجزاء الرئيسية منها إلى درجة أنه يصعب التفرقة بين كل منهما. وهذا الاصطناع هو الاصطناع الشرس والكامل والحرفي للعلامة، إذ تكون الجريمة مرتكبة من خلال التصنيع المادي للعلامة.²

وعرف كذلك على أنه محاكاة العلامة التجارية المسجلة أو المستعملة من خلال إنشاء علامة تجارية تشابهها ولكن لا تطابقها تماما، أو تحاكي العناصر الرئيسية للعلامة دون أن تستغل هذه العناصر لتكوين علامة جديدة.

كما يعرف الأستاذ علي هارون التقليد بأنه:

« L'imitation est reproduction approximative et déguisé »

أي هو " اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الأصلية".

¹ جمال الدين ابن منصور ، لسان العرب، باب (قلد) ، دون طبعة ، دار الفكر ، لبنان ، سنة 1992 ، ص 367 .

² مصطفى كمال طه ، القانون التجاري (الأعمال التجارية ، تجار الشركات التجارية الملكية التجارية والصناعية) دون طبعة دار الجامعي للنشر ، لبنان 1994 ، ص 754.

وتعد جريمة التقليد مرتكبة اعتباراً من تاريخ نقل العلامة الأصلية، فعملية الإيداع تكفي في حد ذاتها لإثبات وجود التقليد كونه إيداع لعلامة نقلاً عن علامة أخرى، فالنقل هو دليل على وجود تقليد حتى ولو لم تستعمل العلامة بعد، كون الجريمة تكتشف عادة بسبب استعمالها.

فالتقليد للعلامة التجارية هو نقل العناصر الأساسية للعلامة الأصلية لتصبح قريبة الشبه من العلامة الأخرى، وهذا ما يجعل المستهلك متوسط الحرص محل خطأ وعدم القدرة على التمييز لوجود الخلط واللبس بينهما، مما يجعل المقلد يضيف أشياء طفيفة أو إزالة بعضها أو تغيير لونها أو حروفها حتى يوهم عند اكتشافه ومواجهته أنه أدخل تعديلات عليها وبديل في العلامة الحقيقية ، حتى وإن كانت تغيرات تافهة لا يمكن ملاحظتها من المستهلك المتوسط الحرص إلا بالتدقيق والتمحيص في العلامة المقلدة والعلامة الأصلية.

الفرع الثاني: متطلبات العلامة التجارية المقلدة

لم يبين المشرع الجزائري المتطلبات الواجبة في العلامة التجارية المقلدة على خلاف ما ذهبت إليه التشريعات المقارنة في هذا المجال. حيث نصت على وجوب توفر في العلامة التجارية المقلدة مجموعة من المتطلبات، كأن تكون العلامة التجارية مسجلة قانوناً هذا من جهة، ومن جهة أخرى أن يقوم المقلد بأخذ عنصر أساسي من العلامة التجارية ويضيفه إلى علامة تجارية أخرى، والأهم هو تقليد العناصر المحمية والتي تم إيداعها حسب التشريع المعمول به، أما إذا وقع التقليد على عناصر غير مهمة فلا سبيل للقول بقيام جريمة، وعليه فإن جريمة تقليد العلامة التجارية تتحقق بمجرد أن يأخذ المقلد عنصراً أساسياً من علامة ما مسجلة ويضيفه في علامة أخرى دون توفر سوء النية، وغذا كان هناك تقليد بقصد التدليس والغش فإن تقدير ذلك يعود إلى القاضي الذي يأخذ بعين الاعتبار مدى قدرة المستهلك على التمييز بين المنتجات.

وعلى ضوء ما سبق يمكننا القول بأن الاعتداء على الحق في العلامة التجارية لا يعتبر تقليداً ما لم تتوافر في العلامة التجارية المقلدة جملة من الشروط وهي كالآتي:

أولاً: أن لا تكون العلامة التجارية فارقة.

يشترط في جريمة التقليد أن لا تكون العلامة تحمل أي إشارات أو رموز فارقة تميزها عن العلامة المراد تقليدها، فالتشابه وحده كاف لقيام جريمة التقليد سواء حصل التشابه بالعلامة ذاتها أو بالألوان أو بالأحرف، التي من شأنها إحداث خداع للجمهور.¹

ويرجع للقضاء مطلق الحرية للتأكد من التماثل والتشابه القائم بين العلامتين، سواء من الناحية السمعية أو البصرية أو الشكل، وفي حالة وجود اختلاف بسيط فلا يعتد به، بحيث يجب النظر إلى كامل الشيء لا إلى الجزئيات، وفي هذا المجال قرر القضاء اللبناني من خلال القرار رقم 924/2385: "أن المحاكم تقدر أهمية التقليد

¹ حمدي غالب الجعبر ، العلامة التجارية ، ط1 منشورات الحلبي الحقوقية ، لبنان ، 2012 ، ص 244 .

والاحتذاء بقصد الغش بنظرها إلى الشيء المقلد أو المحتذى به من وجهة المستهلك، واعتبر المشابهة الإجمالية أكثر من اعتبار الفروق في الجزئيات الموجودة بين العلامة الحقيقية والعلامة الجارية عليها الدعوى".

حيث يتبين من القرار اللباني قرر أن لا يشترط أن يكون التقليد كلياً بل يمكن أن يكون جزئياً، وأن يتنازل جزء أساسياً من العلامة الفارقة، ولا عبء عند الأخذ بتقليد العلامة التجارية بنوع المنتجات أو بصفاتها، بل المهم أن يتوفر عنصر الالتباس الذي يقع فيه الرجل العادي.

ثانياً: أن يقوم التقليد بتضليل الجمهور.

توجب القوانين المقارنة توفر نية الغش في عملية التقليد، وهو شرط إلزامي مما يترتب عليه التضليل، وهذا الأخير إما أن يكون في المصدر الشخصي للمنتجات، أو في المظهر الخارجي للعلامة التجارية، حيث أنه لا يكفي في التقليد أن تكون العلامة مضللة لعلامة بل يجب أن يكون الغرض من التقليد، هو التضليل في المنتجات، وهو لا يتوافر إلا عند تشابه المنتجات التي ستوضع عليها العلامة المقلدة.

أما التضليل في المظهر الخارجي، يصعب تقديره، ومسألة التماثل والتشابه في المظهر الخارجي للعلامتين، من مسائل الواقع والموضوع يستنبطها القاضي من ظروف ووقائع كل دعوى على حدى ولا رقابة للمحكمة العليا على ذلك، أما قاضي الموضوع فهو الذي يقدر الحالة المعروضة عليه بأنها مضللة أم لا، فالعبء بالمظهر العام للعلامتين، لا بالجزئيات، وعليه يجب تقدير ظروف كل حالة على انفراد.¹

المطلب الثاني: أركان جريمة تقليد العلامة التجارية.

تعتبر جريمة تقليد العلامة التجارية من بين أخطر الجرائم وهي الأساس في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية المسجلة، كما يطلق عليها بعض الفقه بصورها المختلفة (جرائم التقليد).

هذا ولم يعرف المشرع الجزائري التقليد، وإنما عرفته بعض التشريعات المقارنة بأنه صنع شيء كاذب يشبه شيئاً صحيحاً. بينما يعرف التقليد عند الفقه بأنه صنع شيء على مثال شيء آخر.

هذا ولم تبين قوانين العلامات المقارنة ومنها قانون العلامات الجزائري مفهوم التقليد المتصور في نطاق جرائم الاعتداء على العلامة التجارية -جريمة التقليد، التزوير واستعمال علامة مقلدة-، لذا فقد عرفه غالبية الفقه، بأنه اصطناع علامة تماثل في مجموعها العلامة الأصلية تماثلاً من شأنه أن يؤدي إلى تضليل الجمهور بسبب الوقوع في الخلط بين العلامتين. كما عرفته محكمة النقض المصرية بأنه: (صنع علامة تشبه في مجموعها العلامة المقلدة بحيث يصعب على المستهلك المتوسط الحرص والانتباه التمييز بينها).²

وعليه فإنه لقيام جريمة تقليد العلامة التجارية لا بد من توافر عدة أركان، هي:

¹ عرار نجيب محمد خريس ، جرائم الإعتداء على العلامة التجارية في القانون الأردني والقوانين العربية ، رسالة ماجستير ، الجامعة الأردنية ، سنة 1991 ، ص 56.

² نعيم مغيب ، مرجع سابق ، ص 178 .

الفرع الأول: الركن المفترض.

لقيام جريمة تقليد العلامة التجارية لا بد أن تكون العلامة التجارية مسجلة في سجل العلامات التجارية، هو ركن مفترض في هذه الجريمة لتمييز منتجات أو بضائع معينة تعرضت للاعتداء عليها تمثل في تقليدها، ولا توجد حماية جزائية للعلامات غير المسجلة لدى الجهات المختصة، إذ أن تسجيل العلامة هو مناط الحماية الجزائية التي أضفى عليها المشرع ملكيتها المعنوية و بذلك لا يستفيد مالك العلامة من تلك الحماية إلا إذا كانت علامته مسجلة.

سار المشرع الجزائري على نحو المشرع الفرنسي بالنص على هذا الشرط حيث جاءت المادة 26 من الأمر المتعلق بالعلامات كما يلي: "... يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام بها الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة.... بذلك يكون المشرع قد اعتبر التقليد جريمة يعاقب عليها بالعقوبات المبينة في هذا الأمر".¹

الفرع الثاني: الركن الشرعي.

تطبيقا لمبدأ شرعية الجرائم والعقوبات، فإنه لا يمكن معاقبة الأشخاص إلا بوجود نص قانوني يحدد عقوبة للفعل المجرم، حيث أن قانون العقوبات الجزائري اعتبر أنه: لا جريمة ولا عقوبة أو تدابير أمن بغير نص. وعليه نبين أن شرعية جريمة تقليد العلامة التجارية منصوص عليه في المادة 26 من قانون 06/03 المتعلق بالعلامات حيث جاءت كما يلي: يعد جنحة التقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة.

كما يعد التقليد جريمة يعاقب عليها بالعقوبات المحددة في المواد من 27 الى 33 من نفس القانون المتعلق بالعلامات، فتسلط العقوبة على كل من يعتدي على العلامة التجارية بالتقليد.

الفرع الثالث: الركن المادي.

يتمثل الركن المادي في جريمة تقليد العلامة بفعل التقليد الواقع على علامة تجارية، إذ لا بد لكل جريمة أن يصدر من الجاني سلوك إجرامي معين، فإذا تخلف هذا السلوك فلا وجود للركن المادي، و يلاحظ أنه حتى يشكل فعل التقليد ركنا ماديا في جريمة تقليد العلامة فلا بد من توفر أمرين:²

- أن يتم بطريقة تؤدي إلى الخداع الجمهور و تضليله، و بالتالي عدم استطاعته التمييز بين البضائع التي تحمل العلامة المقلدة و البضائع التي تحمل العلامة الأصلية.

¹ رمسيس بنجام ، الجرائم المضرة بالمصلحة العمومية ، منشأة المعارف الإسكندرية ، 1986 ، ص 560 .

² زينة غانم عبد الجبار الصفار ، المنافسة غير مشروعة للملكية الصناعية ، ط 1 ، دار حامد للنشر والتوزيع ، عمان الأردن ، 2002 ، ص 7

- أن يتم هذا من دون موافقة صاحب العلامة، أما اذا كان الفعل لا يؤدي الى اخذ الجمهور أو تضليله أو تم بموافقة صاحب العلامة، فلا يشكل ذلك تقليدا .

لم يضع التشريع الجزائري معايير لتحديد درجة التشابه بين العلامتين التي تؤدي الى تضليل الجمهور، غير أن القضاء وضع مجموعة من الضوابط للاستعانة بها في تحديد مدى قيام جريمة التقليد، من بينها:

1 - العبرة بأوجه الشبه بين العلامتين لا بأوجه الخلاف:

في حالة المقارنة بين العلامتين الأصلية والمقلدة ينبغي الاعتداد بأوجه التشابه بينهم لا بأوجه الاختلاف، فإذا تبين وجود تشابه بين العلامتين في عناصرهما الجوهرية من شأنه غش الجمهور وإيقاعه في الخلط واللبس بينهما أصبح التقليد واقعا بغض النظر عما يوجد بينهما من فروق جزئية وأوجه اختلاف ثانوية.

وقد استقر القضاء على أن واقعة تقليد العلامة التجارية من عدمه هي من اختصاص قاضي الموضوع دون رقابة لمحكمة النقض في ذلك، وقد أكدت محكمة النقض ذلك حين قضت بأن تقرير وجود تشابه بين علامتين تجاريتين من شأنه أن يخدع جمهور المستهلكين هو من المسائل الموضوعية التي تدخل في سلطة قاضي الموضوع، دون رقابة عليه من محكمة النقض متى كانت الاسباب التي أقيم عليها تبرر النتيجة التي انتهى إليها. وعليه يقع على عاتق القاضي وهو يقارن بين علامتين متجاورتين للحكم بوجود التقليد الناتج على الغش من عدمه، أن يوجه نظره الى أوجه التشابه أكثر مما يوجهه الى أوجه الخلاف بينهما، ذلك لأن المستهلك يطمئن الى السلعة متى تشابهت الصورة الحقيقية مع الصورة الراسخة في ذهنه، و لا يفحص الفروق الفرعية فحص الخبير المختص و المدقق، و لأنه لا يشترط لتقليد العلامة التجارية أن يقع التضليل فعلا، بل يكفي أن يكون محتملا.¹

ثانيا: العبرة بالمظهر العام في العلامتين لا بالعناصر الجزئية:

يرتكز هذا المبدأ على النظر الى الشكل العام في مجموعها والذي تدل عليه السمات البارزة فيها دون تفاصيلها الجزئية، حيث عند المقارنة بين العلامتين ينبغي أن لا تتم المقارنة بدراسة أوجه الشبه لكل عنصر من عناصر العلامة. بل ينظر الى التشابه العام، أي تشابه العلامة في مجموعها مع العلامة الأصلية، أو بالصورة العامة التي تنطبع في الذهن بصرف النظر عن العناصر التي تركبت منها، فالعبرة في قيام التقليد هي بالتشابه في المظهر العام للعلامتين لا بالتفصيل الجزئية التي تقوم بكل منهما.

¹ سميحة القليوبي، مرجع سابق، ص 363، 365.

وقد أكد الفقه على هذا المبدأ على أساس أن المستهلك لا يعقد مقارنة بين علامتين متجاورتين، ولا يقوم بالفحص الفني الدقيق، ولكن يشتري السلعة التي تحمل العلامة المشوبة بالتقليد بمجرد النظرة العامة أو السمع مع الاستعانة بالذاكرة التي تمده بصورة غير دقيقة للعلامة التجارية الأصلية، وحيث كان الخلط محتملا في هذه الظروف الواقعية كانت العلامة مقلدة.

هذا وقضت المحاكم الجزائرية أن التقليد يكون بالنظر الى التشابه الاجمالي، أي العناصر الجوهرية والمميزة للعلامة المحمية، أكثر من الفروق الجزئية أو الطفيفة التي لا يستطيع المستهلك تحديدها حيث مثلا تسمية "BANITA" الممنوحة لبعض العطر اعتبرت تقليدا لتسمية "HABANIT". وفي هذا السياق قضى بأن العلامة "DOLLY" تعد تقليدا للعلامة "DEBBY".

ومادامت العبرة بالمظهر العام أو بالصورة التي تنطبع في الذهن، فانه يجب لتقدير امكان الوقوع في الخلط ألا ينظر القاضي الى العلامتين متجاورتين للمقارنة بينهما، بل ينظر أولا الى العلامة الأصلية ويبيدها، ثم ينظر بعد ذلك الى العلامة الأخرى التي يدعي أنها مقلدة ليقدر ما اذا كان الأثر الذي يتركه كل منها لديه واحدا او متقاربا.

ثالثا: العبرة بتقدير متوسط الانتباه لا المستهلك الفطن.

ان العبرة في أوجه التشابه التي تعد تقليدا مجرما قانونا، هو بما ينخدع به المستهلك العادي أي المستهلك المتوسط الحرص و الانتباه و ليس المستهلك شديد الحرص الذي يبالغ في اجراء الفحص و التدقيق ولا بالمستهلك الغافل المهمل الذي يشتري البضاعة دون أن يجري أي فحص او تدقيق عليها، لذا يعد الفعل تقليدا للعلامة و لو كان من السهل على تاجر الجملة أو الوكيل بالعمولة اكتشاف التقليد لأن هؤلاء يعدون من ذوي الخبرة و الاختصاص، وعليه فان المعيار المعتمد هو المستهلك المتوسط الانتباه و اليقظة و الذي يقع في الالتباس بسهولة عندما يريد الحصول على بضاعة أخرى ولا يعتد بالمستهلك اليقظ و الذي يحرص على اجراء فحص دقيق للسلعة قبل شرائها¹

رابعا: عدم النظر الى العلامتين متجاورتين بل النظر اليهما على انفراد.

يتطلب تقدير حالة التقليد المضلل، عدم وضع العلامتين الأصلية و المقلدة الواحدة الى جانب الأخرى للمقارنة بينهما، و انما ينبغي استعراض العلامتين تبعا و على انفراد، مع الأخذ بعين الاعتبار المظهر العام و

¹ سميحة القليوبي ، نفس المرجع ، ص 365 .

الانطباع الذي تخلفه كل منها في الذهن، اذا كانت الصورة التي تتركها العلامة الثانية في الذهن تذكر بالعلامة الأولى توافر التقليد، اذ أن وضع المنتجات التي تحمل العلامة المقلدة الى جانب المنتجات التي تحمل العلامة الأصلية من الأمور المستبعدة في الواقع العملي، كما أن المستهلك لا يعقد مقارنة بين علامتين في ان واحد وتجدد الاشارة الى أن أيا من المعايير و الأسس السابقة لا يمكن اعتماده بصورة مستقلة للقول بتوافر التشابه المؤدي للخلط بين العلامتين، لأن معيار التشابه لا يعد امرا قانونيا بقدر ما هو أمر موضوعي، و بالتالي يمكن استخلاصه من ظروف كل حالة على حدة، لذا لا بد من الاخذ بعين الاعتبار جميع المعايير و الاسس السابقة مجتمعة عند تقدير قيام التقليد من عدمه، كما يمكن لقاضي الموضوع بهذا الصدد الاستعانة بأهل الخبرة و الاختصاص.

الفرع الرابع: الركن المعنوي.

جريمة تقليد العلامة من الجرائم العمدية التي يجب أن يتحقق فيها القصد الجنائي بعنصره العلم و الارادة، ولا يكفي لقيامها توافر القصد العام، بل لا بد من أن يتوافر القصد الخاص، و الذي يتمثل في نية الغش او الاضرار، وهو يكون كذلك اذا كان الهدف من التقليد الاعتداء على حق مالك العلامة المتمثل في الاستئثار باستعمالها في تمييز منتجاته أو بضائعه، و بعبارة أخرى أن تتجه نية الجاني الى استعمال العلامة المقلدة في تمييز منتجاته المشابهة لمنتجات مالك العلامة لغرض غش جمهور المستهلكين وتضليلهم حول مصدر المنتجات، ومن المسلم به أن القانون في الجرائم العمدية يكتفي بالقصد العام، ولكنه في بعض الجرائم يتطلب اضافة الى ذلك قصدا خاصا يترتب على تخلفه عدم قيام القصد الجنائي¹.

بالرجوع الى المادة 26 من قانون العلامات الجزائري نجدها خالية من اشتراط سوء النية أو القصد الجنائي الخاص في حالة تقليد العلامة التجارية، ويبدو أن المشرع الجزائري هنا تعمد اسقاط سوء النية في جريمة التقليد، لأن حسن النية غير متصور فيها، فمتى كانت العلامة مسجلة أن هناك قرينة لا تقبل العكس على علم الكافة بها و بأوصافها وأشكالها، فلا يقبل بعد ذلك ممن يقلدها الادعاء بحسن نيته وبجهله بوجود العلامة المسجلة، ومن الواجب أن يبحث عن وجود علامة مشابهة لعلامته قبل أن يستعملها، وذلك بالرجوع الى الجهات المختصة بتسجيل العلامات التجارية على النحو الذي بيناه سابقا.

¹ محمد حسين عباس ، الملكية الصناعية والمحل التجاري ، ص 262 .

المبحث الثاني: تمييز جريمة تقليد العلامة عما يشابهها.

لم يفصل المشرع الجزائري في الجرائم المتعلقة بالعلامات التجارية مخالفا بذلك الكثير من القوانين حيث ترك الباب مفتوحا للتأويل و تفسير مختلف الجرائم و ذلك باستعماله مصطلحات عامة وواسعة المدلول، في حين كان عليه تبيان الاختلاف بين الجرائم الواقعة على العلامة التجارية باعتبارها متشابهة و متنوعة، لذلك يجدر بنا توضيح مجموعة من الجرائم فيما يأتي:

المطلب الأول: جرائم الاعتداء على العلامة التجارية ذاتها.

يراد بهذه الجرائم أنها تعتبر اعتداء على الحق المقرر على العلامة التجارية، و هي الجرائم التي تكون موجهة للعلامة التجارية مباشرة.

الفرع الأول: جريمة تزوير العلامة.

في نطاق جرائم الاعتداء على العلامة التجارية، فلم يتضمن قانون العلامات الجزائري تعريفا يبين ماهية التزوير المتصور وقوعه في نطاق هذه الجرائم، حيث أن التزوير في الاصطلاح القانوني يراد به تغيير الحقيقة، كما نلاحظ أن اكتفاء المشرع الجزائري بمصطلح التقليد من خلال القانون المتعلق بالعلامات 06/03 المتعلق بالعلامات حيث بذلك قد اغفل باقي الجرائم التي تقع على العلامة التجارية.¹

أولاً: الركن المفترض.

يتعين لقيام جريمة تزوير العلامة التجارية أن يكون محل الجريمة علامة تجارية و أن تكون هذه العلامة قد تم تسجيلها طبقا للإجراءات القانونية المقررة بهذا الخصوص، لأن فقدان العلامة التجارية لأحدى هذه الشروط يترتب عليه بطلان العلامة و عدم قابليتها للتملك و الحماية.

ثانياً: الركن المادي.

تزوير العلامة هو اصطناع للعلامة الأصلية فهو فعل مادي ينصب على عملية صنع العلامة فقط، لذا فعملية التزوير تتم بمجرد فعل التزوير .
فطالما أن العبرة بالفعل المادي فان العقوبة تفرض على كل من قام بصنع العلامة المزورة.

¹ سميحة القليوبي ، الموجز في القانون ، ص 313 .

ثالثا: تضليل الجمهور أو الغش.

تعتبر جريمة التزوير من الجرائم التي ينتج عنها أمرين، الأول يتمثل في الاعتداء على الحق في ملكية العلامة، أما الثاني فيتمثل في غش المستهلك و تضليله، لذلك لما يخلفه التزوير من خطر عدم التمييز من جانب المستهلك بين المنتجات التي تحمل العلامة الأصلية و تلك التي تحمل العلامة المزورة.

فالغرض من العلامة هو أن تكون وسيلة لتمييز المنتجات المتماثلة أو المتشابهة بحيث يمتنع وقوع جمهور المستهلكين في اللبس و الخلط بينها، لذلك يتطلب في التزوير المعاقب عليه أن يكون الغرض منه غش المستهلك و تضليله في مصدر المنتجات التي تميزها العلامة.

رابعا: الركن المعنوي.

جريمة تزوير العلامة من الجرائم العمدية، لذا يلزم لقيامها توافر القصد الجنائي العام الذي يعني انصراف ارادة الجاني الى ارتكابها مع العلم بأركانها المحددة قانونا.

لا يكفي هنا توفر القصد العام، بل يلزم فضلا عن ذلك توافر القصد الجنائي الخاص، و هو ما يعبر عنه بسوء النية بمعنى أن يكون لدى مرتكب الجريمة نية الغش أو الاضرار وهي نية استعمال العلامة المزورة في الغرض الذي تم التزوير من أجله.

للمحكمة أن تستخلص توافر هذا القصد ووسائل نفيه من ظروف كل حالة أم هي مسألة موضوعية متروكة تقديرها لقاضي الموضوع.¹

الفرع الثاني: جريمة استعمال علامة مقلدة.

ذهبت بعض القوانين الى اعتبار استعمال العلامة التجارية المقلدة جريمة مستقلة عن جرمي تزوير العلامة أو تقليدها، فقد سار المشرع الجزائري على هذا النهج، فعاقب كل من استعمال علامة مقلدة أو مشبهة، فشكل العقاب كل التصرفات التي تلحق أضرارا بحقوق صاحب العلامة. كما بين أن تسجيل العلامة يخول لصاحب الحق منع الغير استعمالا تجاريا دون ترخيص مسبق منه على بضائع أو خدمات مماثلة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها. تقوم علامة استعمال علامة مقلدة من ثلاثة أركان هي:

¹ فخري عبد الرزاق الحديثي ، قانون العقوبات الجرائم الاقتصادية ، ط2 مطبعة التعليم العالي ، بغداد ، 1987 ، ص149

أولاً: الركن المادي.

يتمثل الركن المادي لهذه الجريمة في الاستعمال و الذي يعني وضع العلامة المقلدة على المنتجات أو البضائع، لذا يعد مرتكباً لهذه الجريمة من اشترى علامات مقلدة ووضعه على منتجاته او بضائعه أو من حصل على أغلفة أو أوعية تحمل علامة مقلدة و استخدمها لتصريف منتجاته او بضائعه.

و لا يشترط لقيام هذه الجريمة أن تكون المنتجات او البضائع التي وضعت عليها العلامة المقلدة اقل أو أكثر جودة من المنتجات التي تحمل العلامة الأصلية، و انما يشترط أن تكون هذه المنتجات من النوع ذاته أو الصنف الذي تميزه العلامة الأصلية.¹

كما لا يلزم لوقوعها تكرار الاستعمال ، بل يكفي أن يقع الاستعمال و لو مرة واحدة .

ثانياً: أن يكون محل استعمال علامة مقلدة.

يتطلب لقيام هذا الركن من أركان جريمة استعمال علامة مقلدة أن يكون محل الاستعمال علامة مقلدة لعلامة مسجلة طبقاً لأحكام القانون، لذا يجب البحث أولاً عما اذا كانت جريمة تقليد العلامة قد توافرت بجميع أركانها.

ثالثاً: الركن المعنوي.

جريمة استعمال علامة مقلدة من الجرائم العمدية التي يلزم لقيامها توافر القصد الجنائي، و القصد المتطلب هنا هو القصد الجنائي الخاص أيضاً و المتمثل في سوء النية بمعنى أن يكون الغرض من استعمال العلامة أن يختلط الأمر على المستهلك حول مصدر المنتجات .

الاصل أن لا يعد مستعمل العلامة المقلدة سيء النية بل يفترض أنه حسن النية الى أن يقوم الدليل على خلاف ذلك، وهذا عكس الحال بالنسبة لجرمي التزوير و التقليد اد يفترض سوء النية لدى المزور أو المقلد .

المطلب الثاني: جرائم الاعتداء على الملكية المادية للعلامة التجارية.

تختلف الجرائم الواردة في هذا المطلب عن الجرائم السابقة الذكر على سبيل المثال في ان هناك جرائم الاعتداء المباشر و غير المباشر، في أن الاعتداء على العلامة لا يكون بواسطة الاعتداء على داتية العلامة، و انما هو عبارة عن اغتصاب لعلامة الغير بغير تزوير أو تقليد لها، أي بواسطة الاعتداء على مادية العلامة و ذلك باستعمالها على منتجات مماثلة بدون وحه حق أو سبب مشروع.²

تشمل جرائم الاعتداء على الملكية المادية للعلامة التجارية على جريمتين هما:

¹ صلاح زين الدين ، مرجع سابق ، ص ص 416 . 917 . 919 .

² ناصر عبد الحليم ، مرجع سابق ، ص 335 .

الفرع الأول: جريمة استعمال علامة مملوكة للغير.

تفترض هذه الجريمة أن العلامة التجارية محل الاستعمال ليست مزورة أو مقلدة بل علامة حقيقية يملكها شخص و يستخدمها اخر على منتجات مماثلة بدون وجه حق.

ورد في النص على هذه الجريمة في المادة 26 و 32 من قانون العلامات الجزائري، حيث عاقب المشرع جزائيا الأشخاص الذين يضعون على منتجاتهم علامة هي ملك للغير.

أولاً: الركن المادي.

يتمثل الركن المادي في وضع العلامة على المنتجات هو الفعل الأساس المكون لهذه الجريمة، ويقصد به وضع مادي يتحقق بقيام شخص بوضع علامة تجارية حقيقية مملوكة للغير على منتجاته أو بضائع مالك العلامة الأصلية بغية تضليل المستهلك، لذا يعد مرتكباً لهذه الجريمة من قام بنزع العلامة الحقيقية على منتجات ووضعها على منتجاته.¹

ثانياً: محل الجريمة.

من أركان هذه الجريمة أن يكون محل الجريمة علامة مملوكة للغير، فضلاً عن ذلك يجب أن تكون هذه العلامة مسجلة طبقاً لأحكام القانون.

ثالثاً: الركن المعنوي.

تعتبر جريمة استعمال علامة تجارية مملوكة للغير من الجرائم العمدية التي يفترض فيها أن الجاني يعلم بأنه يقوم باستعمال علامة تجارية مملوكة للغير، و يلزم لقيامها أن ترتكب بسوء نية أو سوء قصد بمعنى القصد الجنائي الخاص، حيث تتوجه نية الجاني الى استعمال العلامة على منتجاته لتضليل المستهلكين حول مصدر المنتجات بحيث يتعذر عليهم التمييز بين المنتجات التي تحمل العلامة بطريقة مشروعة و بين التي تحمل العلامة بدون وجه حق.

فالمشرع الجزائري لم يشترط سوء النية في هذه الجريمة مخالفاً بذلك الكثير من القوانين الأخرى، حيث جاء النص عام، فبمجرد وضع العلامة التجارية لا يعد قرينة على سوء نية لذلك وجب اثبات هذا القصد، و بالتالي يحق للجاني نفي سوء النية عن طريق اثبات حسن نيته كعدم علمه بملكية العلامة للغير أو موافقة صاحبها على الاستعمال، و يعود تقدير توافر سوء النية أو حسن النية الى اختصاص محكمة الموضوع التي تستخلصه من ظروف ووقائع الدعوى المعروضة أمامها.

¹ عرار نجيب محمد خريس ، مرجع سابق ، ص 87 .

الفرع الثاني: جريمة بيع منتجات تحمل علامة مملوكة للغير أو عرضها للبيع أو للتداول أو حيازتها.

تتكون هذه الجريمة من أركان ثلاثة، منها الركن المادي الذي يتحقق بفعل من أفعال البيع أو العرض للبيع أو للتداول أو الحيازة بقصد البيع، أما الركن الثاني فيشمل محل الفعل و هو منتجات تحمل علامة مملوكة للغير، وفي الركن الأخير فهو القصد الجنائي.

أولاً: الركن المادي.

ترتكب هذه الجريمة في حال بيع منتجات تحمل علامة تجارية مملوكة للغير بدون وجه حق أو سبب مشروع و يشمل جميع صور البيع لا فرق بين ما اذا كان المقابل نقدياً أو عينياً و بين ما اذا نتج عن البيع ربح أو خسارة.

كذلك تقع الجريمة بحيازة المنتجات بقصد بيعها، كأن يضعها داخل مخازن التاجر أو في مسكنه الخاص اذا وجدت قرائن تدل على أنها تستخدم كمخازن لوضع المنتجات التي تحمل علامة مملوكة للغير دون وجه حق.

ثانياً: أن يكون موضوع الفعل منتجات تحمل علامة مملوكة للغير.

لقيام هذا الركن يكفي أن يكون موضوع البيع أو العرض للبيع أو للتداول أو الحيازة منتجات تحمل علامة مملوكة للغير بدون وجه حق، و أن تكون تلك المنتجات من النوع ذاته أو الصنف الذي تميزه العلامة الأصلية

ثالثاً: الركن المعنوي.¹

لقيام هذه الجريمة يلزم توفر القصد الجنائي العام، حيث تعتبر هذه الجريمة من الجرائم العمدية، اي انصراف ارادة الجاني الى ارتكاب الفعل المحقق للجريمة مع علمه بأنه يبيع أو يعرض للبيع أو للتداول منتجات تحمل بدون وجه حق علامة مملوكة للغير، بمعنى أنه يعلم أن هذه العلامة لا تخص صاحب المنتجات التي يبيعها بل تخص شخصاً آخر.

المشرع الجزائري لم ينص على القصد الجنائي بالنسبة لهذه الجريمة مثلما فعل بسابقتها، كما نلاحظ أن المشرع الجزائري لما أعطى للركن المادي لجنحة التقليد المعنى الواسع كان يريد من خلال ذلك ان يوسع من دائرة تجريم الأفعال التي من شأنها أن تمس بالحقوق الاستثنائية لمالك العلامة، كما يسهل على المتضرر من التقليد مسألة اثبات الخطأ المرتكب من طرف المتهم بجنحة التقليد.

¹ علي محمد جعفرور ، قانون العقوبات الخاص ، المؤسسة الجامعية للدراسات للنشر والتوزيع ، بيروت لبنان ، ط 1 ، ص ص 295. 296 .

المبحث الثالث: آليات حماية العلامة التجارية من التقليد.

من المسلم به أنه لا يكفي تقرير الحقوق إذا لم يكن ثمة نظام يمكن صاحب الحق من إرغام من ينتهك هذا الحق على احترامه، وإذا كان ذلك صحيحا بالنسبة لجميع المعاملات الإنسانية فإنه يصدق بصفه خاصة على العلاقات التجارية الدولية، ولا ريب أن من عوامل الازدهار والنمو الاقتصادي للدولة وجود نظام قانوني قوي ومتكامل يكفل حماية المشروعات المتنافسة من خطر التقليد، تلك المشروعات التي بذل في إنجازها وخلقها الكثير من الوقت والجهد ومن الأمثلة على ذلك ما يتعرض له أصحاب العلامات التجارية من قرصنة، الأمر الذي أدى إلى إبرام اتفاقيات دولية لحماية الملكية الصناعية، وبالفعل تم تأسيس اتفاقية باريس من أجل تكريس حمايتها من المنافسة غير المشروعة وذلك بالتعاون مع المنظمة العالمية للملكية الفكرية (OMPI)، وبالموازاة مع ذلك سنت تشريعات وطنية لتنظيم وتحقيق حماية العلامات على المستوى الداخلي للدول بما في ذلك الجزائر.

وتبعا لذلك سوف نتطرق بالدراسة في هذا المبحث إلى الحماية الإدارية في المطلب الأول، أما المطلب الثاني فسنتناول فيه الحماية القضائية

المطلب الأول: الحماية الإدارية.

تحدد العلامة التجارية مصدر المنتجات والبضائع والخدمات وهي بذلك رمز للثقة الأمر الذي يجعل مالكيها حريصا على سمعة علامته وثقة عملائه بما للمحافظة عليها كوسيلة منافسة مشروعة في مجال التعامل الاقتصادي ولقد سعى المشرع الجزائري من خلال مختلف النصوص القانونية السارية المفعول إلى حماية هذه العلامة ذلك لأن الأصل فيها هو حماية للمستهلك أكثر منها لمالك العلامة أو مستغلا مستحضرا لأجل ذلك مجموعة من السلطات والأجهزة الإدارية المختصة كل في مجالها، مستهدفة تشجيع النشاطات الإبداعية والاستثمارات، ولقد حدد المشرع الإطار القانوني لتدخل كل جهاز من تلك الأجهزة على النحو التالي:

الفرع الأول: تدخل إدارة الجمارك.¹

لقد تضمن قانون الجمارك مجموعة من الأحكام تتعلق بحقوق الملكية الفكرية يعاقب فيها المشرع على جميع المخالفات والاختلالات التي تمس بحقوق مالكي الاختراعات والعلامات على الخصوص و التي تشهد انتهاكات خطيرة تلحق أضرارا معتبرة بمالكي هذه العلامات نتيجة لأفعال التقليد التي تتعرض لها هذه الأخيرة والتي نتج عنها خسارة الملايين من الدولارات خصوصا لأصحاب العلامات ذات الصيت العالمي، لذلك فإن وجود مصالح الجمارك على الحدود من شأنه أن يمنع تدفق البضاعة المقلدة إلى الأسواق الوطنية وقد نصت المادة

¹ مصطفى كمال طه ، مرجع سابق ، ص 685 .

22 من قانون الجمارك على أنه " تحظر عند الاستيراد مهما كان النظام الجمركي التي وضعت فيه وتخضع إلى المصادرة البضائع الجزائرية أو الأجنبية المزيفة..." إلا أن هذه المادة قد أوقفت تطبيقها على صدور قرار من الوزير المكلف بالمالية وهذا الأخير لم يصدر إلا مؤخرا في 15 جويلية 2002 وذلك بتأثير من المدافعين عن حقوق العلامة، ولقد حدد هذا القرار طرق تدخل إدارة الجمارك في محاربة جرائم التقليد والتي لا تخرج عن الحالتين التاليتين:

أولا: تدخل بناء على طلب مالك الحق.

ومالك الحق وفقا للمادة 2 من القرار المشار إليه أعلاه هو كل مالك لعلامة المصنع أو للعلامة التجارية أو أي شخص آخر مرخص له باستعمال تلك العلامة أو ممثله.

أجاز القرار لمالك الحق بأن يتقدم إلى المديرية العامة للجمارك بطلب مكتوب لأجل المطالبة بتدخلها وذلك إذا كانت البضاعة أو السلعة العائدة إليه محل تقليد أو تزيف. ويتضمن هذا الطلب وصفا دقيقا للسلع للتمكن من التعرف عليها وبيانا يثبت بأنه هو مالك الحق بالنسبة للسلع المعنية، كما يتعين عليه تقديم كافة المعلومات اللازمة حتى يتسنى لمديرية الجمارك اتخاذ قرارها عن دراية، لا سيما ما يتعلق منها بوجود السلع أو وجهتها، وتاريخ وصول السلع أو خروجها، وهوية المستورد أو الممون أو الحائز...الخ.

ويتعين على السلطة الجمركية المختصة أن تعلم صاحب الطلب وفي أجل معقول إن كان طلبه مقبولا أو مرفوضا، في حالة الرفض يتعين على إدارة الجمارك أن تصدر قرارا مسببا بذلك، أما في حالة قبول الطلب فتقوم إدارة الجمارك بإعلام المعني بذلك، كما تسعى كذلك إلى تبليغ مصالح الجمارك حتى تبدأ بالرقابة، والتي تستمر عموما طيلة المدة التي حددها صاحب الشأن في طلبه.

هذا ونشير إلى أنه يمكن لإدارة الجمارك أن تفرض على مالك الحق عندما يكون طلبه مقبولا، تقديم ضمان لتغطية مسؤوليتها المحتملة تجاه الأشخاص المعنيين بالتقليد عندما يتبين فيما بعد أن السلع موضوع الخلاف ليست مزيفة. وكذلك لضمان تسديد النفقات الملتزم بها طبقا لهذا القرار بسبب مسك السلع تحت الرقابة الجمركية.¹

وبمجرد تلقيها قرار قبول التدخل تبدأ مصالح الجمارك باتخاذ كافة الإجراءات اللازمة للبحث عن البضاعة المزيفة وذلك في إطار أو أثناء الرقابة العادية التي يقومون بها، فإن تمت معاينة وضبط هذه البضاعة يقوم مكتب الجمارك بإعلام المديرية العامة وصاحب طلب بالتدخل على الفور حتى يؤكد قرينة التقليد. وقد أجاز القرار لمكتب الجمارك حجز هذه السلع ووقف منح امتياز رفع اليد عليها على أنه يتعين على صاحب الحق في

¹ مصطفى كمال طه ، مرجع سابق ، ص 686 .

هذه الحالة اتخاذ كافة الإجراءات القضائية اللازمة خلال 10 أيام ابتداء من وقف امتياز رفع اليد أو الحجز وأن يعلم مكتب الجمارك بهذه الإجراءات وفي حالة ما إذا لم يتخذ المعني الإجراءات اللازمة خلال المدة المحددة أو لم يقدم ما يثبت قيامه بها تقوم إدارة الجمارك بمنح امتياز رفع اليد إذا تم استكمال جميع الإجراءات الجمركية ويرفع حينئذ إجراء الحجز.

هذا ونشير في الأخير أنه ووفقا لهذا الإجراء تم خلال سنة 2004 تسجيل 39 تدخل فيما يخص الاعتداء على العلامات وتم قبول 15 فقط وكانت معظم السلع المقلدة ذات مصدر ياباني وإماراتي.

ثانيا: التدخل التلقائي.

يكون ذلك عندما يظهر لإدارة الجمارك وبشكل واضح خلال قيامها بعملية الرقابة في إطار مهامها العادية وقبل أن يودع طلب مالك الحق أو يعتمد أن السلعة أو البضاعة مزيفة، خصوصا إذا تعلق الأمر بعلامات مشهورة فيمكنها إعلام مالك الحق - إذا تبين من هو - بخطورة المخالفة، و في هذه الحالة يرخص لإدارة الجمارك بوقف رفع اليد أو مباشرة حجز السلع موضوع الخلاف خلال مدة 3 أيام لتمكين مالك الحق من إيداع طلب التدخل.

الفرع الثاني: تدخل إدارة التجارة.

لقد صدر القانون 02/04 المؤرخ في 23 جوان 2004¹ المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في سبيل تحديد قواعد ومبادئ شفافية ونزاهة الممارسات التجارية التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم وبين هؤلاء والمستهلكين، وفي إطار ذلك منعت المادة 26 منه كل الممارسات التجارية المخالفة للأعراف التجارية النزيهة واعتبر هذا الأمر صراحة أن تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته قصد كسب زبائن هذا العون من قبيل المنافسة غير النزيهة وأخضع مرتكب هذه المخالفة إلى عقوبات جزائية إضافة إلى إمكانية حجز السلع، كما يمكن حجز العتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكاب المخالفة مع مراعاة حقوق الغير حسن النية، ويتم الحجز بناء على محضر سواء كان حجزا عينيا أو اعتباريا إذا كان لا يمكن لمرتكب المخالفة تقديم هاته السلع لسبب ما، ليفصل فيه القاضي المختص بالمصادرة أو رفع اليد، كما للوالي المختص إقليميا وبناء على اقتراح من المدير الولائي المكلف بالتجارة أن يتخذ بموجب قرار إجراءات الغلق الإداري للمحلات التجارية لمدة لا تتجاوز 30 يوما ويكون هذا القرار قابلا للطعن أمام العدالة².

¹ قانون رقم 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المؤرخ في 23 يونيو 2004، ج ر عدد 41، ص 13.

² زير جوامع، حماية الامة التجارية من التقليد، التشريع الجزائري، مذكرة لنيل درجة ماستر، ص 82

أما معاناة هذه الممارسات والمخالفات فيتولاها الأعوان المذكورين في نص المادة 49 من هذا القانون ويتعلق الأمر بـ:

- ضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية.
 - المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة.
 - والأعوان المعينون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية.
 - أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة المرتبون في الصنف 14 على الأقل المعينون لهذا الغرض.
- ولا يباشر هؤلاء الأعوان مهامهم في هذا الصدد إلا بعد أدائهم اليمين القانونية طبقا للإجراءات التشريعية والتنظيمية الجاري بها العمل في هذا المجال.

ويخول لهم إجراء التحقيقات اللازمة وحجز البضائع والسلع وطبقا لنص المادة 52 يكون هؤلاء الأعوان حرية الدخول إلى المحلات التجارية والمكاتب والملحقات وأماكن الشحن والتخزين وإلى أي مكان باستثناء المحلات السكنية التي يتم دخولها طبقا لأحكام قانون الإجراءات الجزائية ويتعرض كل شخص منع الموظفين المذكورين أعلاه من تأدية مهام التحقيق إلى عقوبات جزائية.

وتختتم التحقيقات المنجزة من الأعوان بتقارير تحقيق، وتثبت المخالفات في محاضر تبلغ إلى المدير الولائي المكلف بالتجارة الذي يرسلها إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا، وتكون لهذه المحاضر والتقارير حجية قانونية حتى يطعن فيها بالتزوير.

الفرع الثالث: تدخل مصالح الأمن

إن دور الشرطة في محاربة التقليد يتمحور أساسا في إعداد وتطوير استراتيجيات وبرامج تطبيقية للحد من هذه الظاهرة خصوصا في مجال المنتوجات التي تؤثر على صحة وأمن المستهلك، وتمارس الشرطة مهامها في هذا الإطار إما تلقائيا أو بناء على الشكاوى والبلاغات الواردة من المعنيين.

وبالنظر لخطورة ظاهرة التقليد والانتشار المقلق للمواد المقلدة فإن المديرية العامة للأمن الوطني أنشأت مؤخرا فرقة مركزية على مستوى ولاية أمن الجزائر مكلفة بمحاربة التقليد الصناعي في انتظار تعميم هذا النوع من الهيئات البوليسية على مستوى باقي الولايات.¹

لقد أدت تدخلات الشرطة في محاربة التقليد الصناعي خلال سنوات 2003، 2004 و 2005 إلى معالجة 4، 6، 9 حالات على التوالي والتي كانت موضوع شكاوى من قبل مالكي العلامات، إن هذا العدد

¹ عبد الله أوهابيه، شرح قانون الإجراءات الجزائية التحري والتحقيق، دون طبعة، دار هومة الجزائر، 2008، ص 58

المتواضع من القضايا المسجلة على مستوى مصالح الشرطة لا يعكس على الإطلاق ضخامة هذه الظاهرة، ذلك أن دور الشرطة في هذا المجال يبقى عموما مرتبطا بتدخل ذوي الشأن لإيداع الشكاوى. يبقى لنا في الأخير أن نشير إلى المخبر المركزي للشرطة العلمية الذي كان له الدور الفعال في اكتشاف التقليد وذلك بالتعاون مع الشرطة، الدرك والجهات القضائية ويتجلى هذا الدور في مختلف الخبرات التي قام بإجرائها على السلع والمنتجات المشكوك بأنها مقلدة.

المطلب الثاني الحماية القضائية

إن حق اللجوء إلى القضاء هو من الحقوق الدستورية المخولة لكل فرد وقع اعتداء على مراكزه القانونية، والسلطة القضائية هي الجهة المخولة قانونا لحماية هذه الحقوق وإعادة مطابقة المراكز الواقعية مع المراكز القانونية، وطالما أن الحق في العلامة يخول لصاحبه الحق في الحماية فإن السلطة القضائية قد لعبت دورا هاما في صيانة هذا الحق وحمايته، وذلك بمواجهة كل صور التعدي سواء على الصعيد الجزائي بالردع العقابي لمرتكبي جرائم التعدي عليها، أو على الصعيد المدني بتقرير التعويض على من ينتهكها، فضلا عن كفالة قدر من الإجراءات التحفظية الفعالة وذلك صونا للأدلة.

وتبعا لذلك سوف نتعرض في هذا المطلب إلى مختلف صور الحماية الداخلية للعلامة التجارية نتطرق فيها في الفرع الأول إلى الدعوى الجزائية وفي الفرع الثاني إلى الدعوى المدنية.¹

الفرع الأول: الدعوى الجزائية

لقد حرص المشرع الجزائري من خلال قانون العلامات على ارساء الية هامة لحماية الحقوق التي يتمتع بها مالك العلامة التجارية تتمثل في اقامة دعوى التقليد.

أولا: إجراءات رفع الدعوى الجزائية

سنقوم بالبحث عن اجراءات رفع هذه الدعوى و ذلك بالتطرق الى اختصاص القضاء و أصحاب الصفة و المصلحة في رفع الدعوى.

1-الاختصاص القضائي:

يقصد بالاختصاص القضائي بالنسبة لرفع دعوى التقليد تحديد المحكمة المختصة التي تتمتع بصلاحيه التحقيق و الفصل وفق القانون في قضايا التقليد، عاقب المشرع الجزائري بموجب المواد من 27 الى 33 من قانون

¹ سميحة القليوبي، التشريع الصناعي، ص 595

العلامات رقم 06/03 دون الاخلال بقواعد قانون العقوبات في ذلك و عليه سوف نقوم بتحديد الجهة القضائية المختصة في دعوى التقليد.

أ- الاختصاص النوعي:

المقصود بالاختصاص النوعي ولاية المحاكم في النظر و الفصل في دعوى التقليد، ففي قانون العلامات الجزائري نجد أن المشرع من خلال المادة 28 منح لصاحب العلامة الحق في رفع دعوى قضائية ضد كل شخص ارتكب تقليدا للعلامة المسجلة و يستعمل نفس الحق اتجاه كل شخص ارتكب أو يرتكب اعمالا توحي بأن تقليدا سيرتكب، أي ترفع الدعوى حسب قواعد قانون الاجراءات الجزائية.

ب- الاختصاص المحلي:

يراد بالاختصاص المحلي المحاكم من حيث المكان وما هي المحكمة المختصة اقليميا، لأن الاختصاص المحلي في المواد المدنية التي لا تعد من النظام العام عكس المواد الجزائية.

قرر المشرع الجزائري قاعدة عامة تتمثل في اختصاص المحكمة التي يقع في دائرتها ارتكاب الجريمة الذي لا يثير أي اشكال بالنسبة للتحقيق و المتابعة و انما الاشكال يطرح في حالة ارتكاب جريمة في مناطق مختلفة، فمثلا تم تقليد علامة تجارية في مكان ما، بينما تم حيازة بيع و عرض السلع التي تحمل العلامة المقلدة في أماكن أخرى، فأبي المحاكم يعود اليها الاختصاص المحلي في هذه الحالة.¹

نصت المادة 329 من قانون الاجراءات الجزائية بقولها: تختص محليا بالنظر في الجنحة محكمة محل الجريمة أو محل اقامة أحد المتهمين أو شركائهم أو محل القبض عليهم و لو كان القبض قد وقع لسبب اخر. كما أن المحكمة مختصة حتى بالنسبة للمكان الذي تم فيه التحضير لابتكار العلامة المقلدة.

2- صاحب الحق في رفع دعوى التقليد:

إن الأصل في تحريك الدعوى العمومية، يتم من قبل النيابة العامة حسب مقتضيات المادة الأولى من قانون الإجراءات الجزائية والتي جاء فيها أن " الدعوى العمومية لتطبيق العقوبات يحركها ويباشرها رجال القضاء أو الموظفون المعهود إليهم بمقتضى القانون " فالاختصاص الأصيل في تحريك الدعوى العمومية يعود إلى النيابة العامة. وجاء في الفقرة الثانية من نفس المادة أنه: "...يجوز أيضا للطرف المضرور أن يحرك هذه الدعوى طبقا للشروط المحددة في هذا القانون..."

¹ سمير جميل فتلاوي ، مرجع سابق ، ص 305.

وباعتبار أن المضور في جريمة تقليد العلامة هو صاحب العلامة المسجلة أو ما يعرف بمالك العلامة إذ يمكن سلوك طريق آخر وهو طريق التكليف بالحضور المباشر أمام محكمة الجنيح ولكن هذا المبدأ مستبعد من دارستنا لأن المادة 337 المقررة من قانون الإجراءات الجزائية حددت خمس حالات وهي ترك الأسرة وعدم تسليم الطفل، وانتهاك حرمة المنزل، القذف وإصدار صك بدون رصيد، ولم يرد ذكر الرصيد، غير أن الفقرة الثانية من المادة السابقة الذكر تجوز له سلوك هذا الطريق في حالة تحصل على ترخيص من النيابة بذلك.

كما يجوز للشخص المتضرر ذاته أن يقوم برفع شكواه أمام قاضي التحقيق عن طريق الادعاء المدني، وذلك تفاديا لتراخي النيابة العامة في تحريك الدعوى في بعض الاحيان.

1- النيابة العامة:

إن النيابة العامة هي جهاز قضائي جنائي، أنيط به تحريك الدعوى العمومية ومباشرتها أمام القضاء الجنائي حيث تنص المادة 69 إجراءات جزائية على: "مباشرة النيابة العامة الدعوى العمومية باسم المجتمع وتطالب بتطبيق القانون..."

وكذلك نص المادة الاولى من نفس القانون، فالنيابة العامة مختصة لمباشرة الدعوى العمومية باسم المجتمع وتطالب بتطبيق القانون، باعتبارها الأمانة على الدعوى العمومية.

فلوكيل الجمهورية طبقا للقواعد العامة في قانون العقوبات تحريك الدعوى العمومية اذا يرى بأن الجريمة قد اكتملت أركانها وأوصافها برفعها الى المحكمة المختصة لمحكمة المعتدي والذي جاء في نص المادة 26 من قانون العلامات التجارية أنه: "يعد تقليد جريمة يعاقب عليها القانون "... فاذا تبين لوكيل الجمهورية بأن الجريمة قد اكتملت أركانها وأوصافها يقوم برفعها الى المحكمة المختصة لمحكمة المعتدي.

كما للنيابة العامة أن تأخذ المبادرة في تحريك الدعوى بما أن التقليد يكون جريمة فالمتابعة الجزائية لا تستدعي شكوى من قبل الضحية لكن عمليا لا تستطيع التصرف بذلك من تلقاء نفسها إذا كانت العلامة مخالفة للنظام العام والآداب العامة وبالتالي تحقق وصف الجريمة¹.

2- مالك العلامة التجارية.

يمكن للمجني عليه صاحب العلامة أيضا الحق في تحريك الدعوى العمومية ويتمتع بصفة المالك الشخص الذي قام بتسجيل هذه العلامة، وذلك كون تسجيل العلامة بمثابة قرينة قاطعة على ملكية

¹ فتيحة لعلام مرجع سابق، ص 42 43 .

العلامة او مستعمل العلامة بالنسبة للدول التي تعتمد على من يستعمل أول مرة العلامة كقرنية على ملكيتها، وفي الجزائر يعتد بالتسجيل كقرنية على الملكية، أما سبق تسجيل العلامة فلا يعد محلا بحقوق صاحبها وهذا ما يؤكد نص المادة 27 من قانون العلامات التجارية والتي جاء فيها أنه " : لاتعد الأفعال السابقة لنشر تسجيل العلامة مخلة بالحقوق المرتبطة بها."

فالدعوى الجزائية إذ تتحرك غالبا من صاحب الحق المعتدى عليه الذي هو مالك العلامة المسجلة أو من آلت إليه الملكية وفقا للقانون.

وفي القانون الفرنسي فإن المالك على الشيوخ يستطيع إقامة دعوى التقليد، فإذا كان هناك سبب مخالف لذلك، فتلك الدعوى يستفيد منها كل الملاك.

كما أنه و بمجرد ايداع محضر تسجيل العلامات لدى المعهد الجزائري للملكية الصناعية، يسلم هذا الأخير للمالك بعد التأكد من توفر الشروط الضرورية، فمن حق مالك العلامة متابعة كل من قام بالتعدي على علامته التجارية، و هذا يعد بمثابة وقاية و حماية للحق .

3- مستغل العلامة التجارية:

لم يقتصر حق رفع دعوى التقليد على المالك الأصلي فقط، انما منح هذا الحق لمستغل العلامة التجارية اذا كان مأذونا له بموجب عقد ترخيص باستغلال العلامة التجارية، حيث بإمكان المستفيد من استغلال العلامة أن يرفع بعد توجيه اعدار للمخالف، دعوى تقليد اذا لم يمارس المالك الأصلي هذا الحق بنفسه، وقد طلب المشرع في ذلك شروطا معينة منها:

- أن لا ينص عقد الترخيص باستغلال العلامة على خلاف ذلك.
- أن يباشر المستغل اعدارا قبل رفع دعوى التقليد.
- أن لا يكون المالك الأصلي قد مارس هذا الحق بنفسه.

و بذلك يكون المشرع الجزائري قد وسع من أصحاب رفع دعوى التقليد استجابة لواقع التجارة و الصناعة في حركية دائمة.

ثانيا: الإجراءات التحفظية المترتبة على تقليد العلامة

لقد أحاط المشرع الجزائري حق التقاضي بضمانات عبر مختلف مراحل سير الدعوى القضائية و في أي درجة من درجات التقاضي .

قرر المشرع الجزائري تمكين المتقاضين من اللجوء الى أساليب في التقاضي لا تتقيد بالإجراءات العادية لحماية حقوقهم مؤقتا دون المساس بأصل الحق فنقصد بذلك القضاء الاستعجالي.

ان قاضي الاستعجال له صلاحية النظر في الحالات التي تقتضي فيها المحافظة على حقوق الملكية الصناعية و الفكرية في حال التعدي الصارخ عليها، حيث نصت المادة 29 فقرة 03 من قانون العلامات الجزائري: اذا أثبت صاحب تسجيل العلامة بأن مساسا بحقوقه أصبح وشيكا، فان الجهة القضائية المختصة تفصل في موضوع المساس بالحقوق

نشير في هذا المطلب الى التدابير المؤقتة و الاحتياطية التي يتخذها القاضي الاستعجالي بناء على طلب ذي مصلحة بهدف حماية الحقوق.

1- الإجراءات التحفظية:

يقتضي اعمال الحماية الجزائية المقررة لصالح مالك العلامة التجارية الى اتخاذ بعض الاجراءات التحفظية لمنع تداول السلع التي تحمل العلامة المقلدة، حيث أنه لكل ذي مصلحة طلب اتخاذ اجراء تحفظي يقدم للمحكمة المختصة بموضوع النزاع فيصدر القاضي قرارا أو أكثر من الاجراءات التحفظية، كما تتضمن الى جانب كونها اثباتا للاعتداء، مانعا من الاستمرار في الاعتداء على العلامة فمن هذه الاجراءات نذكر:

أ- إثبات واقعة التعدي:

يجوز اثبات جريمة تقليد العلامة بكافة طرق الاثبات في المسائل المدنية. كما أجاز المشرع اتخاذ اجراءات الحجز التحفظي حتى يمكن المحافظة على الادوات و البضائع التي تحمل العلامة المقلدة، ورغم مزايا الحجز التحفظي كوسيلة لجمع ادلة الاثبات، الا أنه لا يعد لازما لرفع الدعوى ، فهو اجراء عملي يسهل على مالك العلامة اثبات التقليد، وفي حالة ثبوت العكس يتعرض المدعي الى المطالبة بالتعويض عن الاضرار التي ترتبت على الحجز، و اذا حكم ببطلان اجراءات الحجز التحفظي لسبب ما فلا يؤدي ذلك الى رفض الدعوى الجزائية ، لأن الأصل هو جواز اثبات جريمة تقليد العلامة بكافة طرق الاثبات.¹

ب- تحرير محضر وصفي تفصيلي:

الغرض من هذا الاجراء هو تحرير محضر لحصر ووصف تفصيلي عن الآلات و الأدوات التي استخدمت في ارتكاب الجريمة، وعن المنتجات أو البضائع وكل ما وضعت عليه العلامة التجارية.

¹ سبتي عبد القادر ، مرجع سابق ، ص ص 144 . 146 . 147 .

ج- الحجز التحفظي:

جاء في نص المادة 646 من قانون الاجراءات المدنية و الادارية رقم 08/09 أن الحجز التحفظي : "هو وضع أموال المدين المنقولة المادية و العقارية تحت يد القضاء و منعه من التصرف فيها، و يقع الحجز على مسؤولية الدائن." اذن هو اجراء خاص و فعال يسمح بتسهيل أدلة أعمال التقليد لحقوق الملكية الفكرية في مجال العلامة، و هو مقدر لمصلحة مالك العلامة في حالة رفع دعوى مدنية أو جزائية، حكمة المشرع من هذا الاجراء هو منح الفرصة لمالك العلامة تتبع الجريمة من وقت ارتكابها حين ضبطها، حيث يشترط لتوقيع الحجز أن يكون طالب الحجز هو صاحب العلامة أو وكيله ثم تكون العلامة مسجلة وفقا للقانون، و أن يرفق طلب الحجز بشهادة رسمية تدل على حصول تسجيل العلامة. كما يشترط أن ترفع دعوى لتثبيت الحجز أمام قاضي الموضوع في أجل أقصاه 15 يوما خمسة عشر يوما من تاريخ صدور امر الحجز، و الا كان الحجز و الاجراءات اللاحقة باطلة.

كما يجوز للمحكمة ان تأمر بناء على طلب المدعي و قبل الفصل في الدعوى بحجز الأشياء المقلدة كلها أو جزء منها ¹.

بموجب نص المادة 34 من قانون 06/03 المتعلق بالعلامات نجد أن اللجوء الى اجراء الحجز أمر اختياري.

ثالثا: الآثار المترتبة على رفع دعوى التقليد

نظرا لتنامي الأهمية المتزايدة للعلامة التجارية وانتشار ظاهرة الاعتداء عليها بشكل كبير في الوقت الحاضر، ولما لهذه الظاهرة من مخاطر سلبية لا تقتصر آثارها على الإضرار بمالك العلامة فحسب، وإنما تتعداه إلى جمهور المستهلكين والاقتصاد الوطني، لذلك فقد سعت الدول ومن بينها الجزائر منذ عهد ليس ببعيد إلى سن التشريعات الخاصة التي تكفل الحماية القانونية للعلامة التجارية بما فيها الحماية الجزائية.

والحماية الجزائية للعلامة التجارية تعتبر الحماية الفعالة والناجعة التي تكفل لمالك العلامة منع الاعتداءات، التي تقع على علامته والتي يتركبها منافسوه في إطار المنافسة غير المشروعة.

فالأحكام التي تنظم حماية العلامات التجارية تكون عديمة الأثر إذا لم يقرها المشرع بالعقوبات الزاجرة التي تقع على كل من تحدث له نفسه اغتصاب علامات الغير واستعمال علامات لا يجيزها القانون بهدف تضليل الجمهور.

¹ قانون 09 /08 المؤرخ في 18 صفر 1429 الموافق 25 فبراير سنة 2008 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية . جريدة الرسمية عدد 21 ، بتاريخ 2008/04/23 .

وبناء على ذلك سوف يتم التطرق إلى كل من عقوبات الشخص الطبيعي والشخص المعنوي، ثم التطرق إلى العقوبات الأصلية والتكميلية لكل منهما.

1- عقوبة الشخص الطبيعي:

تعد العقوبة هي الأكثر قدما وشيوعا، إذ أن الأصل فيها أنها الوسيلة المثلى التي اعتمدها المجتمع لمخاطبة مرتكبي الجرائم، فتنزل بهم قصاصا وزجرا وردعا مقابل الجريمة والمصلحة التي وصل إليها المجرم لخطأ إجرامه، وكون جريمة التقليد كيفت على أنها جنحة فقد ارتأينا تقسيم الدراسة إلى عقوبات أصلية وأخرى تكميلية.

أ- عقوبات أصلية:

ويقصد بالعقوبات الأصلية، كل عقوبة لا توقع إلا إذا نطق بها القانون وحدد نوعها ومقدارها وهي السجن أو الحبس أو الغرامة المالية، وكون جريمة التقليد تعد جنحة، فقد نصت المادة 5 من قانون العقوبات على أن: "العقوبات في مادة الجناح هي:

1- الحبس مدة تتجاوز شهرين إلى خمس سنوات ما عدا الحالات التي يقرر القانون حدود أخرى.

2- الغرامة التي تتجاوز 20000 دج.¹

وتعتمد جنحة التقليد على عقوبتين أصليتين هما: الحبس والغرامة وسيتم دراسة كل واحدة على التوالي:

- الحبس:

تنص المادة 36 من قانون العلامات على أن: "كل شخص ارتكب جنحة تقليد يعاقب بالحبس من ستة أشهر إلى سنتين"، حيث قام المشرع برفع الحد الأدنى وخفض الحد الأقصى لعقوبة الحبس، فقرر المشرع الجزائري تسليط عقوبة الحبس على كل شخص قام بارتكاب جنحة التقليد.

كما جاء المشرع بعقوبة خاصة في ارتكاب جناح التقليد، الذي يتضمن تقليد أختام الدولة والدمغات والطوابع والعلامات، وهي تدخل ضمن الجرائم المضرة بالمصلحة العامة المتعلقة بالعلامات الرسمية الوطنية المملوكة للأشخاص الاعتبارية العامة، وهذا ما نص عليه قانون العقوبات في المادة 209 على أنه:

"يعاقب بالحبس من سنة إلى خمس سنوات... كل من قلد العلامات المعدة لوضعها باسم الحكومة أو أي مرفق عام على مختلف أنواع السلع أو البضائع أو استعمال هذه العلامات المزورة..."²

¹ قانون العقوبات رقم 156/66 المؤرخ في 8 يونيو 1966 المعدل والمتمم بالقانون رقم 02/16، ص 6.

² قانون العقوبات رقم 156/66 ، نفس المرجع، ص 101.

بالإضافة إلى هذه العقوبات فقد جاءت المادة 394 مكرر من قانون العقوبات والتي جاء فيها أنه: "يعاقب بالحبس من ثلاثة أشهر إلى سنة ... كل من يدخل أو يبقى عن طريق الغش في كل أو جزء من منظومة للمعالجة الآلية للمعطيات أو يحاول ذلك".

كما أن العقوبة تضاعف إذا ترتب على ذلك حذف أو تغيير لمعطيات المنظومة وإذا ترتب على الأفعال المذكورة أعلاه أي تخريب نظام إشغال المنظومة تكون العقوبة الحبس من ستة 6 أشهر إلى سنتين" وذلك كون العلامة التجارية التي تستعمل الأنترنت كما سبق ذكر ذلك يعتبر الغش فيها تقليدا في كل عملية إدخال أو إبقاء من أجل الاستفادة من المواقع الموضوعة على شبكة الأنترنت. لهذا جاء المشرع وجرم هذه الأفعال، وقام بتوقيع عقوبة مضاعفة إذا ترتب عن عملية الدخول أو البقاء حذف المعطيات.

ولغياب نص تشريعي في قانون العلامات فيما يخص المساهمة الجنائية والاشتراك في مجال العلامات، فإننا نرجع إلى القانون الجنائي العام والقواعد المتعلقة بالمساهمة الجنائية، والتي تعاقب الشريك أو المساهم في الجريمة بذات عقوبة الفاعل الأصلي القائم بفعل التقليد. والذي جاء في نص المادة 44 من قانون العقوبات أنه: "يعاقب الشريك في جناية أو جنحة بالعقوبة المقررة للجناية أو الجنحة".

فكل شخص شارك في مجموعة أو اتفق بغرض الإعداد لجريمة التقليد، وكان هذا التحضير مجسدا في صورة مادية، بفعل أو عدة أفعال مادية يعاقب بنفس عقوبات الجريمة الأصلية والفاعل الأصلي.

- الغرامة:

إن الغرامة: هي ذلك الجزاء المالي الذي يلزم المحكوم عليه بدفعه إلى الخزينة العمومية.

وقد وقع قانون العلامات هذه العقوبة على كل من يرتكب جنحة التقليد، والذي نص على ذلك في المادة 35 منه والتي جاء فيها: "كل شخص ارتكب جنحة التقليد يعاقب بغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار (2.500.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج)..."، فالمشرع مثلما فعل في عقوبة الحبس فقد رفع من حدي الغرامة الأدنى والأقصى¹.

ويلاحظ في هذا المجال أن القانون 02/04 المؤرخ في 27/07/2004 الخاص بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، أدرج بدوره جريمة التقليد للعلامات التجارية في مجال الممارسات التجارية غير النزيهة، والذي

¹ عبد اللطيف قرموش ، مجلة المحكمة العليا ، عدد خاص ، التقليد في ضوء القانون و الاجتهاد القضائي ، الجزائر ، 2012 ، قسم الوثائق

نجد أنه قام بتخفيض الغرامة وعاقب عليها بغرامة من خمسين ألف دينار جزائري إلى خمسة ملايين دينار جزائري، والذي تنص عليه المادة 35 من نفس القانون.

بينما الغرامة في الجرائم المعلوماتية فهي تتراوح بين 50000 دج إلى 100000 دج وتضاعف في حالة الحذف أو تغيير المعطيات فتكون الغرامة من 50000 دج إلى 300000 دج والتي قد تصل إلى 5000000 دج.

وكل من العقوبات السالفتين الذكر أي الحبس أو الغرامة يحق للقاضي أن يختار أحدهما والتخلي بالمقابل عن الأخرى، فيطبق إحدى العقوبات أو يطبقها معا بحسب الأحوال، والذي جاء في نص المادة 34 من قانون العلامات التجارية أنه: "كل شخص ارتكب جنحة التقليد يعاقب بالحبس ... أو بغرامة أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط..."

بينما يلزم المشرع القاضي بالحكم بكل من الحبس والغرامة فيما يتعلق بالتقليد في مجال المعالجة الآلية للمعطيات أو جريمة تقليد عبر الأنترنت وهذا ما جاء في المواد 394 مكرر، مكرر 1، مكرر 2، مكرر 3. ومن كل ما تم التطرق إليه يمكن القول أن المشرع الجزائري، عجز في إصلاحه لنظام العلامات، حيث أنه لم ينص على العقوبات المناسبة لحماية حقوق أصحاب العلامات.¹

ب- عقوبات تكميلية:

ويقصد بالعقوبات التكميلية هي تلك التي لا يجوز الحكم بها مستقلة عن عقوبة أصلية، فيما عدا الحالات التي ينص عليها القانون صراحة وهي إما إجبارية أو اختيارية، ولا يمكن أن نتصور القاضي يحكم بها وحدها.

وقد تكون هذه العقوبات جوازية أو وجوبية، وهذا للسلطة التقديرية للقاضي، حيث نصت على هذا المادة 32 من قانون العلامات التجارية والتي جاء فيها: "الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة، مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة، إتلاف الأشياء محل المخالفة."

وكذلك نصت المادة 9 من قانون العقوبات: على أن العقوبات التكميلية هي: الحجز القانوني، الحرمان من ممارسة الحقوق الوطنية والمدنية والعائلية، تحديد الإقامة، المصادرة الجزئية للأموال ونشر الحكم.²

¹ قانون العقوبات رقم 156/66 ، سبق ذكره ، ص 220.

² قانون العقوبات رقم 156/66 ، نفس المرجع ، ص 8.

- الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة:

نص على هذه العقوبة قانون العلامات الجزائري من خلال المادة 32 وقرر المشرع الحكم بها مع عقوبتي الحبس و الغرامة أو مع أحدهما، كما أجاز للمحكمة أن تستعمل سلطتها التقديرية في أن تقضي بالغلق مؤقتا أو نهائيا، خاصة اذا كان المتهم في حالة العود، حسنا فعل المشرع الجزائري بالنص على هذه العقوبة بحيث لها اثرها الفعال في الحد من تكرار وقوع هذه الجرائم، كما نلاحظ أن المشرع الجزائري لم يحدد مصير العمال في حالة الغلق أو الغلق النهائي فكان من الأفضل أن ينص على الأقل بتعيين مسير مؤقت للمؤسسة أو بتعيين مصفي في حالة الغلق النهائي .

فلا يمكن أن يسجل في السجل التجاري أو ممارسة نشاط تجاري المحكوم عليهم الذين لم يرد اعتبارهم عند ارتكابهم جنحة تقليد علامة تجارية.

- المصادرة:

إن المصادرة هي نقل ملكية المال المصادر قهرا وبدون مقابل وبموجب حكم القضائي من ملكية صاحبه إلى ملكية الدولة، إذن فإن عقوبة المصادرة هي عقوبة مالية ترد على مال محدد مملوك للجاني تضيفه الى ملكية الدولة بلا مقابل.

وعرفت بالمقابل المادة 15 من قانون العقوبات، المصادرة بأنها: "المصادرة هي الأيلولة النهائية إلى الدولة لمال أو مجموعة أموال معينة، أو ما يعادل قيمتها عند الاقتضاء"، فهي بذلك تقترب إلى حد كبير من الاستيلاء إلا أن ما يفرقها عن بعضهما، هو أن الدولة في الاستيلاء تلتزم بتعويض من استولت على أمواله تعويضا عادلا أما في المصادرة فلا تلتزم بأي تعويض.

والمصادرة القضائية، تأخذ منحى آخر فهي تتخذ كعقوبة تبعية لعقوبة أخرى أصلية مقررة لجريمة معينة، وتقوم بتقريرها المحكمة المقررة للعقوبة الأصلية.

فالمصادرة إذن في جريمة التقليد تنصب على الشيء المقلد لإخراجه من دائرة العمل، لأن المشرع ألحق به طابعا جنائيا كونه محل خطر يجب درئه بالمصادرة¹.

وتنص المصادرة على الأشياء التي استعملت في الجريمة، كما تم النص على عقوبة المصادرة في قانون العلامات، المادة 36 منه الفقرة الثالثة، والتي جاء فيها: "...مع مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة وهذا كجزاء إضافي أو تكميلي للحبس والغرامة المالية الموقعة على جنحة التقليد".

¹ عبد الله سليمان ، شرح قانون العقوبات الجزائري ، قسم العام الجزء الأول ، دون طبعة ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائري 1998 ، ص 580

- الإلتلاف:

وهو إعدام نسخ أو صور المصنف محل الاعتداء، ووضع حد للمنتجات والأشياء المقلدة وجعلها غير صالحة للاستعمال والاستهلاك وهو إجراء جوازي للمحكمة.

حيث نص عليها المشرع في المادة 32 الفقرة الرابعة من قانون العلامات بقوله: "إلتلاف الأشياء محل المخالفة"، والذي كان منصوص عليه سابقا في المادة 35 من قانون العلامات القديم.

كما يظهر دور إدارة الجمارك في أن تتخذ التدابير اللازمة للسماح بإتلاف السلع التي اتضح أنها مزيفة، ويبقى أمر الإلتلاف متروك للسلطة التقديرية لقاضي الموضوع فهو جوازي وغير إلزامي.

- الحرمان من بعض الحقوق:

تتمثل هذه العقوبة في حرمان المحكوم عليه من بعض الحقوق بصورة تؤدي الى تضيق دائرة نشاطه في المجتمع و كذلك الحيلولة بينه و بين استغلال امكانياته فيقل تبعاً لذلك ما قد يحققه من كسب مادي أو معنوي، كما يحقق هذا الحرمان الايلاام المقصود من العقوبة لأنه يعني عدم ثقة المجتمع بالمحكوم عليه.

عقوبة الحرمان كعقوبة تكميلية لم يرد عليها النص في قانون العلامات الجزائري بل ورد النص عليها في المادة 09 فقرة 03 من قانون العقوبات الجزائري التي أجازت للمحكمة عند قضائها في جنحة. و في الحالات التي يحددها القانون، أن تحظر على المحكوم عليه ممارسة حق أو أكثر من الحقوق الوطنية و المدنية و العائلية المذكورة في المادة 09 فقرة 01 و ذلك لمدة لا تزيد عن خمس سنوات و تسري هذه العقوبة من يوم انقضاء العقوبة السالبة للحرية أو الافراج عن المحكوم عليه.

و بناء على ما تقدم فانه يجوز للمحكمة في حالة الحكم على مرتكب جريمة تقليد العلامة التجارية أو جرائم الاعتداء الاخرى على العلامة، الحكم عليه بعقوبة الحرمان من بعض الحقوق.

نشير أن عقوبة الحرمان من الحقوق المنصوص عليها بموجب المادة 09 أعلاه يشترط أن لا تزيد مدتها على خمس سنوات، كما يجب على المحكمة المختصة أن تبين في منطوق الحكم ماهية الوظيفة أو الخدمة العامة التي يحظر المحكوم عليه من مزاولتها بعد انتهاء عقوبته الأصلية أو انقضائها لأي سبب كان.¹

¹ عامر محمود الكسواني ، تزوير المعلومات للعلامة التجارية ، ط1 دار الثقافة الإردن ، 2010 ، ص 98.

- نشر الحكم:

لم ينص المشرع في قانون العلامات على النشر، في حين قانون العلامات التجارية القديم قد نص عليه، وتوجد طريقتين لإعلان الحكم وهما¹: الإلصاق، ويقصد به الحكم في أماكن يحددها القاضي، أو النشر في جرائد يحددها كذلك القاضي إما بتعليقه على الجدران في الأماكن التي يحددها الحكم ذاته أو بنشره في الجريدة الرسمية أو في صحيفة أو عدد من الصحف المكتوبة أو عن طريق محطات الإذاعة أو التلفزيون، ويجب على الجهة التي عهد إليها النشر أن تقوم بذلك دون أي معارضة، وهذا ما كان في القانون القديم.

وأمام غياب النص في قانون العلامات، نرجع إلى القواعد العامة وهي المادة 9 من قانون العقوبات، حيث ينصب نشر الحكم إما على الحكم ذاته أو جزء منه أو منطوقه أو أسبابه، ويستمر النشر في حالة التعليق على الجدران لفترة لا تزيد على شهرين، وتنصب على عاتق المحكوم عليه تكاليف النشر.

وبالتالي نشر الحكم له فائدة لإعلام المستهلكين وإرشادهم إلى التجار المقلدين، ويقوم هذا النشر بتشويه سمعة المقلد، وما يحدث له من خسائر مالية بدفع مبلغ النشر بالإضافة إلى امتناع جمهور المستهلكين عن التعامل معه ومعاملته.

ونشر الحكم على هذا النحو يدخل في نطاق العقوبات التكميلية الجوازية، أي التي يجوز أن تأمر بها المحكمة من عدمه ووفقا لظروف كل واقعة، وغني عن الذكر أن عقوبة النشر لا تطبق بمفردها وإنما إلى جانب العقوبة الأصلية المقررة للجريمة كما أنه يجوز للوالي المختص إقليميا نشر قراراتهما كاملة أو خلاصة منها إلى الصحافة الوطنية، أو لصقها بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها على نفقة مرتكبي المخالفة أو المحكوم عليهم نهائيا وهذا في نص المادة 38 من الأمر 06/03² المتعلق بالعلامات.

فبالرغم من أن قانون العلامات الجديد لم ينص على النشر إلا أنه بالرجوع إلى القوانين التي تطرقت إلى موضوع العلامات نجد أنها نصت على النشر وكذلك بالنسبة للقانون القديم.

2- عقوبة الشخص المعنوي:

يحتمل وقوع فعل التقليد من الشخص المعنوي مثله مثل الشخص الطبيعي، وهذا مثل قيام شركة بارتكاب جريمة التقليد للعلامة التجارية وهو الشخص المعنوي بدلا من الشخص الطبيعي.

حيث اعتبر المشرع الشخص المعنوي مسؤولا عن الأفعال التي يقوم بها وهذا في قانون العلامات

¹ رؤوف عبيد ، شرح قانون العقوبات التكميلي ، ط5 ، دار الفكر العربي ، مصر ، 1979 ، ص298 .

² الأمر 06/03 ، سبق ذكره ، ص 16.

الحالي وكذلك بموجب قانون العقوبات بعد تعديلها بموجب القانون رقم 15/04 عكس ما كان عليه قبل التعديل والذي لم يكن ينص على عقابه صراحة.

بينما خصص في قانون العقوبات بعد تعديله عقوبات مطبقة على الأشخاص المعنوية وللشخص المعنوي هو الآخر عقوبات أصلية وأخرى تكميلية.

أ- العقوبات الأصلية:

كون الشخص المعنوي لا يتعرض للعقوبات السالبة للحرية، وهذا بحكم طبيعته لهذا فإن العقوبة الأصلية الوحيدة هي الغرامة، وقد نص عليها قانون العقوبات في الباب الأول مكرر حيث جاء في نص المادة 18 مكرر أنه: " العقوبات التي تطبق على الشخص المعنوي في مواد الجنايات والجنح هي: 1- الغرامة التي تساوي من مرة (1) إلى (5) الحد الأقصى للغرامة المقررة للشخص الطبيعي"، فالمشرع يشدد في قيمة الغرامة بالنسبة للشخص المعنوي، وهذا راجع لكمية الربح التي تحققها الشركة لإمكاناتها الكبيرة مقارنة بالشخص الطبيعي وإمكاناته المحدودة¹.

ف نجد أن نص المادة يحدد الحد الأدنى والأقصى من مرة إلى خمس مرات الحد الأقصى للغرامة المقررة للشخص الطبيعي في القانون الذي يعاقب على الجريمة وهي نفس العقوبة المنصوص عليها في التشريع الفرنسي. كما حددت المادة 177 مكرر 1 من قانون العقوبات، عقوبة الشخص المعنوي في حالة ارتكابه للجرائم المعلوماتية ومنها جريمة التقليد عبر الانترنت بغرامة تساوي خمس مرات الحد الأقصى لعقوبة الشخص الطبيعي وهذا وفقا للمادة 394 مكرر 4 من قانون العقوبات بأنه:

"يعاقب الشخص المعنوي الذي يرتكب إحدى الجرائم المنصوص عليها في هذا القسم بغرامة تعادل خمس مرات الحد الأقصى للغرامة المقررة للشخص الطبيعي".

ويكون القاضي مجبر على الأخذ بالغرامة أو إحدى العقوبات التكميلية وهذا ما تؤكدته المادة 18

مكرر من قانون العقوبات التي تطبق على الشخص المعنوي وهي:

* " الغرامة التي تساوي من مرة إلى خمس مرات الحد الأقصى للغرامة المقررة للشخص الطبيعي في القانون الذي يعاقب على الجريمة.

* واحدة أو أكثر من العقوبات التكميلية الآتية:

- حل الشخص المعنوي.

¹ زبير جوامع ، مرجع سابق ، ص 101 .

- غلق المؤسسة أو فرع من فروعها لمدة لا تتجاوز خمس سنوات.
 - الإقصاء من الصفقات العمومية لمدة لا تتجاوز خمس سنوات.
 - المنع من مزاولة نشاط أو عدة أنشطة مهنية أو اجتماعية بشكل مباشر أو غير مباشر نهائيا لمدة لا تتجاوز خمس سنوات.
 - مصادرة الشيء الذي استعمل في ارتكاب الجريمة أو نتج عنها.
 - نشر وتعليق حكم الإدانة.
 - الوضع تحت الحراسة القضائية لمدة لا تتجاوز خمس سنوات، وتنصب الحراسة على ممارسة النشاط الذي أدى إلى الجريمة أو الذي ارتكب الجريمة بمناسبةه.
- ومن نص المادة نجد أن المشرع جعل أمر الأخذ بالغرامة إحدى العقوبات التكميلية السابقة، أمر إجباري ولم يترك له الاختيار بين عقوبة الغرامة وهذه العقوبات الأخرى، وأجبره بالحكم على الأقل بعقوبة تكميلية واحدة أو أكثر حسب ظروف وملابسات القضية ذاتها، ومدى ضرورة الحكم بهذه العقوبة التكميلية، على خلاف الشخص الطبيعي التي تعتبر هذه العقوبات تكميلية وجوازية بالنسبة له.

ب- عقوبات تكميلية:

لقد أورد المشرع العقوبات التكميلية وهذا بالنص عليها في المادة 18 مكرر التي سبق ذكرها حيث أوردت هذه العقوبات وقامت بحصرها وهي على التوالي تتمثل في : الحل، الغلق، الإقصاء من الصفقات العمومية، المنع من مزاولة نشاط أو عدة أنشطة مهنية أو اجتماعية، المصادرة، النشر والتعليق والوضع تحت الحراسة القضائية، وفيما يلي دراسة كل واحدة بالتفصيل:

- حل الشخص المعنوي:

الحل هو إنهاء هذا الشخص المعنوي من الحياة السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية، وبالتالي لا يبقى له وجود قانوني، وهذا ما يقابل الإعدام بالنسبة للشخص الطبيعي.

ولخطورة هذه العقوبة مقارنة بغيرها، لم يجبر القاضي على النطق بها وإنما ترك له السلطة التقديرية في الحكم أو عدم الحكم بها.

وقد نصت عليه المادة 18 مكرر الفقرة الثانية من قانون العقوبات والتي جاء فيها " حل الشخص المعنوي "...، وكذلك نص المادة 177 مكرر 1 الفقرة الخامسة من نفس القانون وذلك عندما نصت على تكوين جمعيات الأشرار ومساعدة المجرمين¹.

- الغلق:

ويقصد به منع المؤسسة من ممارسة النشاط الذي كان يمارس فيه قبل حكم الإغلاق والذي قد يكون غلق مؤقت أو نهائي للمؤسسة، نصت عليه المادة 36 الفقرة 3 من قانون العلامات والتي جاء فيها: "...الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة..."، والذي يتم حسب ظروف وملابسات جريمة التقليد ذاتها.

وقد نصت عليه كذلك المادة 18 مكرر من قانون العقوبات والتي جاء فيها: "...غلق المؤسسة أو فرع من فروعها لمدة لا تتجاوز خمس سنوات..."، والتي لا تشترط أن لا تتجاوز مدة الغلق 5 سنوات ويمكن أن يقتصر على أحد فروعها حسب الخطورة.

وقد نصت المادة 177 مكرر 1 في فقرتها الرابعة على "...غلق المؤسسة أو فرع من فروعها لمدة لا تتجاوز خمس سنوات..."، وهو نفس ما ورد في المادة السابقة².

- الإقصاء من الصفقات العمومية:

نصت عليه المادة 18 مكرر من قانون العقوبات والتي جاء فيها: "الإقصاء من الصفقات العمومية لمدة لا تتجاوز خمس سنوات..."، فالمشرع يشترط أن لا تتجاوز مدة الإقصاء 5 سنوات ابتداء من تاريخ الإقصاء. وكذلك جاء في نص المادة 177 مكرر 1 الفقرة الثالثة من قانون العقوبات على نفس مدة الإقصاء والتي لا تتجاوز 5 سنوات وتكون عند النص على عقوبة تكوين جمعية الأشرار.

- المنع من ممارسة نشاط مهني:

جاء هذا المنع في نص المادة 18 مكرر من قانون العقوبات المعدل في الفقرة الرابعة " المنع من مزاوله نشاط أو عدة أنشطة مهنية أو اجتماعية بشكل مباشر أو غير مباشر نهائيا أو لمدة لا تتجاوز خمس سنوات." حيث نلاحظ في عقوبة المنع من ممارسة نشاط مهني أو اجتماعي، أن المشرع على خلاف عقوبتي الغلق والإقصاء من الصفقات فقد ترك للقاضي السلطة التقديرية في الحكم إما نهائيا أو لمدة لا تتجاوز 5 سنوات، كما يمنع بشكل إما مباشر أو غير مباشر.

¹ قانون العقوبات رقم 156/66 ، سبق ذكره، ص 16.

² عبد اللطيف قرموش ، مرجع سابق ، ص 65 .

كما نص المشرع على ذات العقوبة وبنفس الشروط، عندما نكون بصدد جريمة تكوين جمعية أشرار، لجنة أو أكثر إذا كان الشخص المعنوي طرفا فيها، فبالرغم أنه لم يرق بالتسوية في مقدار الغرامة في الجريمتين وهما جريمة تقليد العلامة وجريمة تكوين جمعية الأشرار لتقليد العلامة، إلا أنه قام بالتسوية بين مدة المنع فيهما بأقل من 5 سنوات فكان من المنطق تمديد مدة المنع مقارنة مع جسامة وخطورة هذه الجريمة.

- المصادرة:

إن المصادرة هي الأيلولة النهائية إلى الدولة لمال أو لمجموعة أموال معينة، أو ما يعادل قيمتها عند الاقتضاء وهذا ما نصت عليه المادة 15 من قانون العقوبات، وتعد من العقوبات الفعالة إذ يترتب عليها من ناحية خسارة لا سيما للشخص المعنوي للمال المصادر، ومن ناحية أخرى لا يترتب على نزع ملكية هذا المال أي خصم في مقدار الضرائب المستحقة على الشخص المعنوي والمصادرة عادة من عقوبات الجنايات والجرح، ونصت عليها المادة 36 الفقرة الثالثة من قانون العقوبات بقولها: "...مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة".

ونصت كذلك المادة 18 مكرر في فقرتها الثانية من قانون العقوبات بقولها: "مصادرة الشيء الذي استعمل في ارتكاب الجريمة أو نتج عنها"، وجاء في المادة 177 مكرر الفقرة الأولى من قانون العقوبات والذي يتعلق بعقوبة جريمة تكوين جمعية الأشرار ونص عليها كذلك القانون 02/04 المتعلق بالممارسات التجارية في المادة 44 منه أنه، يمكن للقاضي أن يأمر بمصادرة السلع المحجوزة التي عليها علامات مقلدة ويصبح مبلغ بيعها مكتسبا للخزينة العمومية للدولة.

- النشر والتعليق:

نص على هذه العقوبة المادة 11 مكرر الفقرة الثانية من قانون العقوبات والتي جاء فيها: "العقوبات التي تطبق على الشخص المعنوي في مواد الجرح هي: ...نشر وتعليق حكم الإدانة...". وتعتبر هذه العقوبة ماسة بسمعة الشركة المقلدة، ويعني نشر الحكم إذاعته بحيث يصل إلى علم عدد كاف من الناس، وتمثل هذه العقوبة تهديدا فعليا للشخص المعنوي باهتزاز ثقته أمام جمهور المستهلكين ومكانته مما قد يؤثر على نشاطه مستقبلا.

وقد جعل المشرع الفرنسي عقوبة لكل شخص يقوم بإلغاء هذا الإعلان أو إخفاءه أو تمزيقه بالحبس لمدة ستة أشهر وغرامة قدرها خمسين ألف فرنك فرنسي والزامه بإعادة تعليق الحكم على الجدران على نفقة القائم بهذا الفعل.

- الحراسة القضائية:

إن الحراسة القضائية والتي تتمثل في وضع الشخص المعنوي تحت إشراف القضاء، فيعتبر هذا الجزاء بمثابة رقابة قضائية، بل أنه يعد في نظر البعض أحد صور الرقابة القضائية، وهو يشبه نظام وقف التنفيذ مع الوضع في الاعتبار ويطبق على كثير من جرائم المرتكبة من الشخص المعنوي ضد الأشخاص أو الأموال بالإضافة إلى الجرائم في مجال الملكية الفكرية كجريمة تقليد العلامة التجارية¹.

وقد نصت عليه المادة 18 مكرر من قانون العقوبات والتي جاء فيها:

"...الوضع تحت الحراسة القضائية لمدة لا تتجاوز خمس سنوات وتنصب الحراسة القضائية على ممارسة النشاط الذي أدى إلى الجريمة أو الذي ارتكب الجريمة بمناسبة"، فالمدة المحددة للإقصاء لا يجب أن تتجاوز 5 سنوات. كما أن موضوع الحراسة القضائية يجب أن يكون منصبا على ممارسة النشاط الذي أدى إلى ارتكاب الجريمة، أو الذي ارتكبت الجريمة بسبه.

وما يمكن الوصول إليه من كل ما سبق ذكره أن ظاهرة التقليد انتشرت بصورة كبيرة، ولا يمكن مكافحتها بصورة فعالة، إلا بالنص على عقوبات أكثر شدة ومنح الهيئة المكلفة بالرقابة للوسائل المادية والبشرية بالملاءمة كما يلاحظ من العقوبات المنصوص عليها، أنه وبالمقارنة لهذه الأحكام مع ما كان منصوص عليه في التشريع السابق، فإنه يلاحظ أن المشرع لم ينص على الشروع في هذه الحالة لا يعتبر جنحة مستمرة.

وكون المادة 31 من قانون العلامات تنص على إمكانية الجمع بين العقوبات المقررة بموجب هذا الأمر ويحكم بالعقوبة القصوى دون غيرها بخصوص الأعمال السابقة لأول عمل من أعمال الملاحقة، أما بالنسبة لحالة العود فنصت عليها المادة 36 من قانون العلامات.

الفرع الثاني: الدعوى المدنية

بعد تطرقنا للدعوى الجزائية في الفرع الأول، يتم بعدها عرض الدعوى المدنية بحيث تتمحور في دعوى الإلغاء والإبطال بعدها دعوى المنافسة غير المشروعة .

أولا: دعوى الإلغاء والإبطال

وتتمثل في دعوى الإبطال و دعوى الإلغاء و تفصل في كل نهما فيما يلي:²

¹ زبير جوامع ، مرجع سابق ، ص 102 .

² سبيتي عبد القادر ، مرجع سابق ، ص ص 168، 169.

1-دعوى الإبطال:

تجد هذه الدعوى أساسها في نص المادة(20) والمادة(30)من القانون المتعلق بالعلامات، ودعوى الإبطال ككل الدعوى يشترط لقبولها قانونا مجموعة من الشروط الأولى(شكلية) والثانية(موضوعية).

أ- الشروط الشكلية لدعوى الإبطال:

حتى تقبل دعوى الإبطال لابد للمدعي أن يثبت أن علامته مسجلة طبقا للقانون، أي أنه يكون حاصل على شهادة تسجيل من المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، ولا يعتد بمجرد شهادة الإيداع لأن هذا لا يعني على الإطلاق أن العلامة مسجلة أو أن صاحب شهادة الإيداع مالك لهذه العلامة . ويشترط أن تكون شهادة التسجيل سارية المفعول أي لازالت في الآجال القانونية المحددة للحماية مدة عشر(10) سنوات قابلة للتجديد طبقا لنص المادة(05) من الأمر المتعلق بالعلامات التجارية، كما يجب أن يكون حاصل على شهادة تسجيل سابقة التاريخ على شهادة تسجيل المدعى عليه وهو أمر منطقي، باستثناء العلامات المشهورة التي تكون معفية من الشروط الشكلية المطلوبة قانونا حسبما نصت عليه المادة(06) من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، رغم أن المشرع الجزائري لم يتطرق لذلك .

ولالإشارة فإن دعوى بطلان تسجيل علامة مشهورة لا تسقط بمرور الزمن عملا بأحكام الفقرة الثانية من الفصل السادس من معاهدة باريس، وهذا في حالة ما إذا ثبت سوء نية مقلد العلامة أما في حالة حسن النية وهو أمر يصعب اثباته خاصة إذا كانت العلامة ذات شهرة عالية، فإن القيام برفع دعوى البطلان يعود تقديرها إلى القوانين الداخلية لكل دولة عضو في اتفاقية باريس.¹

ونشير هنا أن المشرع الجزائري نص على العلامات المشهورة من خلال المادة(09)فقرة(04) من قانون العلامات، حيث منح لصاحب العلامة ذات الشهرة في الجزائر منع الغير من استعمال العلامة دون رضا المالك وفقا للشروط المتطلبة قانونا. ويقصد بالعلامة المشهورة في الفقه بأنها " تلك العلامات المعروفة لدى عدد كبير من الجمهور، إلا أنها تحدد من قبل المحاكم الفرنسية بالنظر لأقدمية الاستعمال ومدته، وبالنظر إلى الدعاية وكثرة توزيع المنتج وعلى هذا الأساس اعتبرت مشهورة على سبيل المثال "chanel"

¹ اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية ، سبق ذكره .

ب- الشروط الموضوعية لدعوى الإبطال:

- لكي تقبل دعوى الإبطال من حيث الموضوع لابد ان تؤسس بناء على المادة (20) من قانون العلامات والتي تحيل إلى الأسباب الموضوعية التي ينبغي من خلالها تسجيل العلامة التجارية وهي كالاتي:¹
01. الرموز التي لاتعد علامة حسب مفهوم قانون العلامات.
 02. الرموز الخاصة بالملك العام أو المجردة من صفة التمييز.
 03. الرموز التي تماثل شكل السلع أو غلافها أو وظيفة السلع أو التغليف تفرضها.
 04. الرموز المخالفة للنظام العام أو الآداب العامة والتي يحظر استعمالها بموجب اتفاقيات ثنائية بين الجزائر ودولة أجنبية أخرى أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها.
 05. الرموز التي تحمل من بين عناصرها نقلا أو تقليدا لشعارات رسمية أو أعلام أو شعارات أخرى.
 06. الرموز التي يمكن أن تضلل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يخص طبيعة أو جودة أو مصدر السلع و الخدمات والخصائص الأخرى المتصلة بها.
 07. الرموز التي تشكل حصريا بيانا قد يحدث لبسا مع المصدر الجغرافي لسلع أو خدمات معينة، وفي حالة ما إذا تم تسجيل هذه الرموز كعلامة بغير حق تعرقل استعمال ذلك البيان الجغرافي من قبل أشخاص آخرين لهم الحق في استعماله.
 08. الرموز المماثلة أو المشابهة لعلامة أو اسم تجاري يتميز بالشهرة في الجزائر وتم استخدامه لسلع مماثلة ومشابهة تنتمي لمؤسسة أخرى إلى درجة إحداث تضليل بينها أو الرموز التي هي بمثابة ترجمة للعلامة أو الاسم التجاري.
 09. الرموز المطابقة أو المشابهة لعلامة كانت محل طلب تسجيل أو تسجيل يشمل سلعاً أو خدمات مطابقة أو مشابهة لتلك التي سجلت من أجلها علامة الصنع أو العلامة التجارية إذا كان هذا الاستعمال يحدث لبسا.

ج- آثار دعوى الإبطال

يؤدي إبطال العلامة التجارية إلى شطب تسجيلها من سجل العلامات ويمتد أثر الإبطال بأثر رجعي من تاريخ الإيداع، وتجدر الإشارة إلى أنه لا يمكن إقامة دعوى الإبطال إذا اكتسبت العلامة صفة التمييز بعد تسجيلها حسب المادة 02/20، أي لا يوجد سبب من الأسباب المذكورة في المادة 7 يمكن من طلب إبطالها،

¹ سبتي عبد القادر ، مرجع سابق ، ص ص. 170. 173. 174

وللقاضي في غير الحالات المخالفة للنظام العام والآداب العامة السلطة التقديرية في استنتاج صفة التمييز من عدمها.

ونشير في الأخير إلى أنه هناك حالة أخرى للإبطال أشارت إليها المادة 02/11 من الأمر 06/03¹ المتعلق بالعلامات وهي الناجمة عن عدم استعمال العلامة في حالات محددة وفق شروط معينة.

2-دعوى الإلغاء:

لقبول دعوى الإلغاء يشترط القانون توافر شروط شكلية وأخرى موضوعية، وتحدد هذه الدعوى أساسها في نص المادة (21) من قانون العلامات التجارية الجزائري، والتي بموجبها تم منح المحاكم المختصة صلاحية إلغاء تسجيل العلامة التجارية، حيث سوف نورد هذه الشروط كما يلي:²

د- الشروط الشكلية لدعوى الإلغاء:

وتتمثل هذه الشروط وفق قانون الإجراءات المدنية والإدارية لاسيما المادة (459) في الصفة المصلحة والأهلية، ولم يقرر المشرع شروط خاصة تتعلق بدعوى إلغاء العلامة التجارية من خلال قانون العلامات.

- **الصفة:** أجاز قانون العلامات الجزائري صفة التقاضي مباشرة دعوى إلغاء العلامة لكل من المصلحة المختصة بتسجيل العلامة (المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية)، وللغير الذي نص عليه قانون العلامات (مالك العلامة أو وكيله)

1المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية:

لم يجز قانون العلامات الجزائري صلاحية إلغاء العلامة التجارية إلى المصلحة المختصة بالتسجيل. أي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، وإنما اعتبر هذا المعهد صاحب الصفة في رفع دعوى الإلغاء أمام القضاء، وقد تم إنشاء المعهد الوطني للجزائر للملكية الصناعية **INAPI** بموجب المرسوم التنفيذي رقم 68/98 المؤرخ بتاريخ 1998/02/21، حيث تم تحديد قانونه الأساسي واعتبر المعهد هيئة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي وتخضع لرقابة القضاء العادي، كما منح لها صفة التقاضي طبقا لنص المواد 6، 5، 4، 3، 2 و 7 من المرسوم التنفيذي المذكور أعلاه، هذا وتختص مصلحة العلامات الموجودة على مستوى هذه الهيئة باستقبال الملفات الخاصة بالعلامات وفحصها شكلا وموضوعا، وتسجيلها في حالة توفرها على الشروط القانونية المطلوبة قانونا. ونلاحظ بأن المشرع الجزائري من خلال المرسوم السابق الذكر أنه لم يخول

¹ الأمر 06/03، سبق ذكره، ص 14.

² سبتي عبد القادر، مرجع سابق، ص 168

للمعهد الوطني الجزائري أي سلطة لحل النزاعات المتعلقة بملكية العلامات التجارية سوى إثبات التسجيل، فهو بذلك جهة رقابة فقط.¹

2. مالك العلامة التجاري أو وكيله:

تثبت صفة التقاضي لكل شخص طبيعي أو معنوي مالك لعلامة تجارية مسجلة أو لوكيله متى قدم شهادة تسجيل العلامة الصادرة عن المعهد الوطني للملكية الصناعية حيث لا يعتد بشهادة الإيداع كما سبق تبيانها، وبالتالي شهادة التسجيل هي التي تمنح الشخص الصفة لرفع دعوى الإلغاء.

كما يجب أن تكون شهادة التسجيل سارية المفعول أي لم تنته مدة الحماية المحددة بعشر (10) سنوات، مع الأخذ بعين الاعتبار العلامات المشهورة في الجزائر بحيث هي معفاة من هذه الشروط حيث تتمتع بالصفة تلقائيا دون الحاجة إلى إثبات التسجيل، وذلك بموجب المادة (06) من اتفاقية باريس التي صادقت عليها الجزائر.²

- المصلحة: يقع على عتق المدعي إثبات دعواه بوجود مصلحة جدية ومشروعة في طلب إلغاء علامة المدعى عليه وذلك عن طريق إثبات الضرر المادي والمعنوي. الذي لحقه من خصمه أن ذلك يعتبر مساس بالحقوق المخولة قانونا للمدعي.

هـ- الشروط الموضوعية لدعوى الإلغاء:

حتى تكون دعوى الإلغاء مقبولة ومؤسسة قانونا لا بد أن تستجيب للأسباب المذكورة في نص المادة (07) الفقرة 3، 5، 7 من قانون العلامات الجزائري وهي كالاتي:

1. الرموز التي تمثل شكل السلع أو غلافها إذا كانت طبيعة أو وظيفة السلع تفرضها.
2. الرموز التي تحمل من بين عناصرها نقلا أو تقليدا لشعارات رسمية أو أعلام أو اسم مختصر أو رمز أو إشارة أو دمغة رسمية تستخدم للرقابة والضمان من طرف دولة أو منظمة مشتركة بين الحكومات انشئت بموجب اتفاقية دولية إلا إذا رخصت لها السلطة المختصة لهذه الدولة أو المنظمة بذلك.
3. الرموز التي تشكل بيانا قد يحدث لبسا مع المصدر الجغرافي لسلع أو خدمات معينة.
- 4- حالة عدم استعمال العلامة المسجلة حيث يمكن لمن له الصفة والمصلحة طلب إلغائها غير أن هذا الحق لا يسري في الحالات التالية:³

¹ سبتي عبد القادر ، مرجع سابق ، ص 173

² اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية ، سبق ذكره .

³ سبتي عبد القادر ، مرجع سابق ، ص 174

- أ- إذا لم يستغرق عد الاستعمال أكثر من ثلاث سنوات دون انقطاع،
- ب- إذا لم يقم مالك العلامة قبل انتهاء هذا الأجل بتقديم الحجة بأن ظروفًا عسيرة حالة دون استعمالها، ففي هذه الحالة يسمح بتمديد الأجل إلى سنتين على الأكثر.
- ج- إذا كانت العلامة مستعملة من قبل حامل الرخصة حتى وإن لم تكن مستعملة من المالك الأصلي للعلامة.
- و- آثار دعوى الإلغاء.

بخلاف الحكم بإبطال تسجيل العلامة والذي يمتد بأثر رجعي من تاريخ الإيداع إن الحكم بإلغاء تسجيل العلامة لا ينشئ أثره إلا من يوم صدوره، هذا ولم ينص المشرع الجزائري على المدة التي يمكن أن تتقدم فيها دعوى الإلغاء مما يبقى المجال مفتوحاً لكل ذي مصلحة وصفة أن يرفع هذه الدعوى وفقاً للأسباب والحالات السالفة الذكر في أي وقت.

ولقد خص المشرع الجزائري إلغاء العلامة الجماعية بأحكام خاصة أوردها في القسم الثالث من الباب الخامس من الأمر 06/03¹ المتعلق بالعلامات حيث نص في مادته 25 على ما يلي: "دون المساس بأحكام المادتين 21، 24 أعلاه تلغي الجهة القضائية المختصة تسجيل العلامة الجماعية بناء على طلب تقدمه لها المصلحة المختصة أو من الغير الذي يعنيه الأمر في الحالات التالية:

- 1- عند زوال الشخص المعنوي صاحب العلامة.
 - 2- عندما يستعمل صاحب العلامة الجماعية أو يسمح أو يفوض باستعمال هذه العلامة بشروط أخرى غير تلك المحددة في نظام الاستعمال.
 - 3- عندما يستعمل مالك العلامة التجارية أو يسمح أو يجيز استعمال هذه العلامة استعمالاً من شأنه تضليل الجمهور حول أي خاصية مشتركة للسلع أو الخدمات التي سجلت العلامة بشأنها.
- ز- المتطلبات الخاصة بتدابير الحدودية.

تتمثل هذه المتطلبات في إيقاف الإفراج عن السلع من جانب السلطات الجمركية و ذلك بغرض منع استيراد و تصدير السلع التي تنطوي على وجه للتعدي على العلامة التجارية، حيث يعتبر هذا الاجراء فعال في حالة تعدد مصادر السلع المتعدية خارج حدود الدولة، التدابير الحدودية يعتبر كقاعدة دولية دنيا ضد السلع التي تحمل علامات تجارية مزيفة ، يجب على مالك العلامة اذا وصل الى علمه أن سلع مقلدة محل عملية استيراد أن يتقدم

¹ الأمر 06/03 ، سبق ذكره ، ص 16.

بطلب خطي الى المديرية العامة للجمارك يلتمس من خلالها تدخل الجمارك لحجز السلع المقلدة ومنع دخولها الى السوق ويشمل هذا الطلب بيانات الزامية تتمثل في:

- اثبات ملكية العلامة عن طريق احضار شهادة تسجيل العلامة التجارية صادرة من الجهة المختصة.
- تاريخ وصول السلع الى الاقليم الجمركي
- هوية المستورد.
- قائمة السلع المقلدة.

ثانيا: دعوى المنافسة غير المشروعة.

تنص المادة 28 من الأمر 06/03¹ المتعلق بالعلامات على أنه " لصاحب تسجيل العلامة الحق في رفع دعوى قضائية ضد كل شخص ارتكب أو يرتكب تقليدا للعلامة المسجلة ويستعمل نفس الحق اتجاه كل شخص ارتكب أو يرتكب أعمالا توهي بأن تقليدا سيرتكب " يفهم من هذه المادة بأن دعوى المنافسة غير المشروعة تتبع دائما الفعل الذي يكيف أنه تقليد أو محاولة تقليد، والأمر نفسه جاري به العمل في فرنسا حيث نجد أن المادة 1/716 من قانون الملكية الفكرية اعتبرت بأن تقليد العلامة يشكل مساسا بحق ملكية العلامة وتترتب عنه المسؤولية المدنية للفاعل، سواء كان هذا المساس صادرا بحسن نية أو بسوء نية.²

1- إجراءات رفع دعوى المنافسة غير المشروعة.

سبق وأن بينا أنه يجوز لكل من تضرر من جراء الاعتداء على العلامة التجارية أن يلجأ إلى الجهة القضائية المختصة للمطالبة بالتعويض، وعليه سوف نبين ماهي الإجراءات القضائية الواجب إتباعها لرفع دعوى المنافسة غير المشروعة، ومن هم أصحاب الحق برفع هذه الدعوى؟

أ- الاختصاص القضائي لرفع دعوى المنافسة غير المشروعة:

يقتضي البحث في مسألة الاختصاص القضائي لهذه الدعوى التطرق إلى كل من الاختصاص النوعي للمحاكم والاختصاص المحلي.

¹ الأمر 06/03 ، سبق ذكره ، ص 16.

² سبتي عبد القادر ، مرجع سابق ، ص 178

- الاختصاص النوعي:

اعتبر قانون الإجراءات المدنية والإدارية أن المحاكم هي الجهة القضائية الخاصة بالقانون العام، وهي تفصل في جميع القضايا المدنية والتجارية أو دعاوى الشركات التي تختص بها محليا.¹

نص القانون الجديد المعدل والمتمم لقانون الإجراءات المدنية والإدارية لسنة 2008، بأن قضايا الملكية الفكرية من اختصاص الأقطاب المتخصصة. أي أن المشرع أراد التخصص أكثر في هذا المجال سواء من حيث المحكمة المختصة كجهاز أو من حيث قضاء الحكم، باعتبار أن قواعد الملكية الفكرية (الملكية الصناعية والتجارية) تختلف عن قواعد القانون المدني.

ونشير هنا إلى أن بعض منازعات المنافسة تخرج عن اختصاص المحاكم نص عليها قانون 03/03 المتعلق بالمنافسة، حيث اسندت لهذا الأخير صلاحية التدخل في كل النزاعات المتعلقة بالمنافسة، ليتخذ بشأنها المجلس قرارات في حالة ما إذا كانت الممارسات التجارية مخالفة للمنافسة المشروعة، ويتم الطعن في قرارات مجلس المنافسة أمام مجلس قضاء الجزائر الذي يفصل في الموارد التجارية بين الأطراف المعنية.²

هذا ويترتب على الاختصاص النوعي للمحكمة فيما يتعلق بالعلامة التجارية ما يلي:

- يجوز لمن له الصفة والمصلحة أن يدفع بعدم الاختصاص النوعي.
- يجوز للنياحة العامة حتى وإن كانت طرف غير أصلي في النزاع أن تدفع بما تراه لازما من الناحية القانونية.
- يجوز للمتدخل في الخصام أن يقدم دفعا بعدم الاختصاص النوعي.
- لا يجوز لأطراف الدعوى أن يتفقوا على مخالفة قواعد الاختصاص النوعي لأنه من النظام العام، مع مراعاة اتفاق الأطراف في حالة الاتفاق على اللجوء إلى التحكيم بشأن العقود التي تكون العلامة التجارية محلا لها كعقد الترخيص استغلال العلامة التجارية مثلا.
- يمكن تقديم الدفع المتعلق بالاختصاص النوعي في أي مرحلة تكون عليها الدعوى هذا وإن كان المشرع الجزائري بالنص على اختصاص الأقطاب المتخصصة بقضايا الملكية الفكرية (العلامة التجارية)، فإنه يقع على عاتق الدولة الجزائرية تفعيل ذلك في الميدان.

¹ سبتي عبد القادر ، مرجع سابق ، ص 188

² قانون رقم 03/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بقانون المنافسة ، جـر عدد 43، ص 17.

2- شروط رفع دعوى المنافسة غير المشروعة

تعتبر دعوى المنافسة غير المشروعة وسيلة مهمة لحماية الحق في العلامة التجارية و تقرير التعويض عن الضرر الذي يلحق مالك العلامة من جراء تقليد العلامة كما يعتبرها البعض الوسيلة الوحيدة لحماية مالك العلامة التجارية غير المسجلة، اذ تنتفي الحماية الجزائية في هذه الحالة وفي حالة رفع دعوى جزائية و قضت المحكمة ببراءة المتهم لعدم وجود القصد الجنائي، فانه لا يبقى أمام المدعي الا اقامة الدعوى المدنية التي تؤسس على الخطأ و لو كان غير عمدي.

كما يجوز للمدعي أن يرفع الدعوى المدنية التي تقوم على أساس المنافسة غير المشروعة من مالك العلامة أو من أي شخص آخر أصابه ضرر من جراء المنافسة غير المشروعة كالتاجر أو الوكيل للمطالبة بالتعويض عن الضرر اللاحق به من صاحب الفعل الضار.¹

3- آثار رفع دعوى المنافسة غير المشروعة

يترتب على رفع دعوى المنافسة غير المشروعة تعويض المضرور على ما أصابه من ضرر اضافة الى وقف الاعمال التي يمكن أن تؤدي الى منافسة غير مشروعة مستقبلا باعتبار أن هذه الدعوى تعتبر وقائية كما سنرى:

- التعويض

تقوم المحكمة في هذا المجال بالحكم على المضرور عما أصابه من أضرار مادية و معنوية.

*** التعويض عن الضرر المعنوي:**

يمكن أن يصاب صاحب العلامة بأضرار معنوية من جراء الاعتداء على علامته بأعمال المنافسة غير المشروعة لاسيما اذا تعلق الامر بسمعة التاجر او شهرته حيث يقدر القاضي ذلك التعويض بالاستعانة بأهل الخبرة في ميدان العلامات التجارية .

لم ينص المشرع الجزائري في قانون العلامات عن التعويض على الضرر المعنوي في هذه الحالة، حيث اكتفى بالنص على أن المحكمة المختصة عند الاقتضاء يمكنها أن تتخذ كل تدبير تراه مناسبا لذلك.

التعويض عن الضرر المادي:

يرجع امر التعويض المادي الى المحكمة حيث تمنح تعويضا كافيا للمضرور يناسب ما أصاب التاجر او مقدم الخدمات من خسارة وما فاتته من كسب .

¹ سبتي عبد القادر ، مرجع سابق ، ص ص 194 203

- الغرامة:

بالاطلاع على قانون المنافسة رقم 03/03 نجده قد قرر عقوبة الغرامة لمن ساهم في ارتكاب الممارسات المقيدة للمنافسة قدرها مليوني دينار جزائري سواء ساهم في تنظيمها أو في تنفيذها.

أما بالنسبة للقانون 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية فانه ينص على غرامة تسلط ضد الممارسات التي تعتبر من أعمال المنافسة غير المشروعة سواء الممارسات التي تؤدي الى اللبس و الخلط او الممارسات التي تمس بالمنافس سمعته او بمؤسسته قدرها مائة ألف دينار الى خمسة ملايين دينار جزائري.¹

- الحجز

لقد نص القانون رقم 02/04 على امكانية حجز البضائع عند مخالفة أحكام هذا القانون لاسيما تقليد علامة مميزة لعون اقتصادي كعمل من أعمال المنافسة غير المشروعة ومهما كان مكان وجود هذه البضائع ، كما يمكن حجز العتاد و التجهيزات التي استعملت في ارتكابها مع مراعاة حقوق الغير حسن النية ، هذا ويجب أن تكون المواد المحجوزة موضوع جرد وفق الاجراءات المطلوبة قانونا.

- المصادرة:

سبق التطرق إلى المصادرة عند تبيان العقوبات الجزائية المقررة لجرمة التقليد و قد تم تقريرها كعقوبة ناتجة عن ارتكاب أعمال المنافسة غير المشروعة بموجب القانون 02/04 المعدل و المتمم بالقانون رقم 06/10 لسنة 2010 حيث نصت المادة 44 منه على أنه يمكن القاضي ان يحكم بمصادرة السلع المحجوزة و اذا كانت المصادرة تتعلق بسلع كانت موضوع حجز عيني تسلم هذه المواد الى ادارة أملاك الدولة التي تقوم ببيعها وفقا للقانون.

و في حالة الحجز الاعتباري تكون المصادرة على قيمة المواد المحجوزة بكاملها او على جزء منها و عندما يحكم القاضي بالمصادرة يصبح مبلغ السلع المحجوزة مكتسبا للخزينة العمومية.

- الغلق الإداري:

يتخذ الغلق الاداري للمحلات التجارية بموجب قرار من الوالي المختص اقليميا بناء على اقتراح المدير الولائي المكلف بالتجارة و ذلك لمدة أقصاها ستون يوما في حالة ارتكاب مخالفات معتبرة ممارسات غير نزيهة و يكون قرار الغلق قابلا للطعن امام القضاء.

¹ سبتي عبد القادر ، مرجع سابق ، ص 204

و في حالة العود تضاعف العقوبة و يمكن للقاضي ان يمنع العون الاقتصادي المحكوم عليه من ممارسة أي نشاط مذكور في المادة 02 من هذا القانون بصفة مؤقتة و هذا لمدة لا تزيد عن سنوات

اضافة الى كل هذه العقوبات التكميلية يمكن للمحكوم عليه بارتكاب أعمال المنافسة غير المشروع أن يتعرض الى عقوبة نشر الحكم تطبيقا لنص المادة 46 من القانون 02/04 ، نظرا لخطورة هذه الأفعال على عدة مستويات لاسيما على المستهلكين ، الأمن التجاري ، المصلحة العامة .¹

¹ قانون رقم 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، سبق ذكره، ص 25.

خلاصة الفصل الثاني:

ويستخلص من الفصل الثاني حماية العلامة التجارية من التقليد تطلبت منا دراسة محل حماية العلامة التجارية من التقليد أو المصلحة التي يسعى المشرع الى حمايتها بتجريم الاعتداء على العلامات التجارية بتقليدها، و ان كانت تتمثل أساسا في حماية حق ملكية العلامة التجارية، الا أنها تتمثل في حماية المستهلك من الغش و التضليل في مجال التعامل التجاري بالمنتجات أو البضائع المختلفة.

ان المشرع الجزائري قد مكن صاحب العلامة التجارية المعتدي عليها بالتقليد من اقامة دعوى جزائية في حالة ما اذا كانت علامته التجارية مسجلة طبقا للقانون، حيث اكتفى المشرع هنا بالنص على جنحة التقليد باعتبارها الجريمة الأساس من الجرائم الاخرى السابق ذكرها، بالإضافة الى امكانية رفع دعوى الابطال و الالغاء اذا توفرت شروطهما و دون النص على اقامة دعوى المنافسة غير المشروعة التي هي مطروحة بمحدة انما اكتفى بالنص على اللجوء الى الطرق المدنية كلما أمكن ذلك.

خاتمة

خاتمة:

لم تكن الحقوق الفكرية وليدة الصدفة بل كانت وليدة تطور الانسان في شتى مجالات الحياة وتراكم معرفي وخبرات المجتمعات والشعوب.

ان الحقوق الفكرية أصبحت من مفردات العصر الحديث فبرزت بصورة ملموسة في أعقاب الثورة الصناعية, فقد جاء اهتمام دول أوروبا بهذا النوع من الحقوق مبكرا جدا فسنّت القوانين لحمايتها وجعلت منها مادة تدرس في معاهد العلم والبحث ثم فعلت معظم الدول العربية وان جاء هذا متأخرا فلظروف وعوامل تسببت في ذلك.

تزايد أهمية العلامة التجارية في الوجه الاقتصادي على وجه العموم في القطاع التجاري على وجه الخصوص الى تنامي صور التعدي عليها مما دفع الدول الى سن قوانين خاصة بالعلامة التجارية تحرم الاعتداء عليها والعقاب على تزويرها أو تقليدها.

بعد عرض أوجه الاعتداء على العلامة التجارية ان الشرع اراد حماية حقوق التجار من التعدي المقصود الذي يمكن أن يلحق بأموالهم جراء استغلال العلامة المميزة لبضائعهم التي يقبل الجمهور على استهلاكها بسبب تلك العلامة أو باللجوء الى المنافسة غير المشروعة.

ومن كل تمت دراسته نصل إلى النتائج التالية:

- مقارنة بالقانون العلامات القديمة نجد أن المشرع الجزائري قام بتكييف فعل التقليد على أساس أنه جنحة في قانون العلامات الجديد، كما أورد تعريفا له بأنه كل مساس في الحقوق الاستثنائية لصاحب العلامات التجارية اعتبار المشرع كل مساس بالحقوق الاستثنائية لصاحب العلامة التجارية تقليدا، وقد ترك المجال مفتوح في حالة ظهور نوع آخر على العلامة حتى نعطيه الوصف التقليدي.

- يكمن الهدف الأساسي لقانون العلامات في حفظ حقوق صاحب العلامة التجارية ، وفي ذلك الصياغ أيضا يعمل على حماية المستهلك بعدم غشه أو التحايل عليه.

- تحمل العلامة التجارة أهمية بالغة في الميدان التجاري، وذلك من خلال ما تحققه من فوائد لكل من الصانع أو التاجر ، وكذلك المستهلك على حد سواء، وهذا لكون العلامة وسيلة للدعاية والإعلان. ورمز لمصدر نوعية وجودة العلامة.

- الأساس القانوني لتمتع العلامة التجارية للحماية الجزائية هو نص المادة 05 من قانون العلامات والذي حسم هذه المسألة بضرورة تسجيل هذه العلامة لدى المصلحة المختصة.

و كنتيجة للبحث توصلنا إلى:

- العلامة التجارية من الأموال المعنوية و عبارة عن منقول غير مادي فهي صنف من أصناف حقوق الملكية الفكرية، لمالكها حرية التصرف المشروع، كما أنها تخضع للحماية القانونية المقررة في حماية الحقوق.
- وجود علامة تجارية بالمعنى القانوني كالجدة و المشروعية، أما الثاني فتسجيلها لدى الجهة المختصة المتمثلة في المعهد الوطني للملكية الصناعية.
- المصلحة المباشرة التي يهدف المشرع الى حمايتها من خلال تجريم تقليد العلامات التجارية تتمثل في حماية حق ملكية العلامة من التقليد، أما غير المباشرة فتتمثل في حماية المستهلك من الغش و التضليل.
- كلما تم تحديد مدة حماية العلامة التجارية كلما قام القانون بحمايتها، فهي اذاً حماية دائمة و مستمرة للعلامات المسجلة فقط أما غير المسجلة فلا تتمتع بالحماية.
- يترتب عن تقليد العلامة التجارية دعوى جزائية و مدنية.
- انشاء جمعيات من مختلف شرائح المجتمع مهنيين و صناعيين، مستوردين و مستهلكين بصفة دائمة و بالتنسيق مع مختلف الجهات الرسمية لمحاربة ظاهرة تقليد العلامة التجارية.
- تكوين أعوان رقابة الجهات المختصة و تزويدهم بالطرق الحديثة التي قد تستعمل في التقليد.
- تحسيس فئة الصناعيين و التجار بالفوائد و الاثار السلبية المترتبة في عدم تسجيل علاماتهم لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية و اجراءات الحصول على حق العلامة في حالة تعرضها للتقليد من طرف الغير.
- تقنين الأسواق الفوضوية و الحد من انتشارها حيث يعد الفضاء المناسب لبيع المنتوجات المقلدة لاسيما في غياب نضام الفوترة.

المصادر والمراجع

المصادر الرسمية:

1-المصادر القانونية:

- اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المؤرخة في 20 مارس 1883 .
- اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية - تريبس أبريل 1994 .
- قانون رقم 09/08 المؤرخ في 25 فبراير 2008 المتضمن قانون الاجراءات المدنية و الإدارية، ج ر عدد 21 الصادرة بتاريخ 23 أبريل 2008.
- قانون العقوبات الجزائري رقم 156/66 المؤرخ في 8 يونيو 1966 المعدل و المتمم بالقانون رقم 02/16 المؤرخ في 19 يونيو 2016.
- قانون المنافسة رقم 03/03 مؤرخ في 19 يوليو 2003 المعدل و المتمم بالقانون رقم 05/10 ج ر عدد 46 الصادرة بتاريخ 08 أوت 2010.
- قانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 ، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر عدد 15 الصادرة بتاريخ 8 مارس 2009.
- قانون رقم 02/04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم بالقانون 06/10 لسنة 2010 ، ج ر العدد 41 الصادرة بتاريخ 27 يونيو 2004.
- الأمر 86/66 المؤرخ في 1966/04/28 المتعلق بالرسوم و النماذج الصناعية ، ج ر عدد 35.
- الأمر 57/66 المؤرخ في 19 مارس 1966 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية .
- الأمر 07/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق ببراءة الاختراع، ج ر عدد 44 ، الصادرة بتاريخ 23 يوليو 2003.
- الأمر 06/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بعلامات ج ر عدد 44 ، الصادرة في 23 يوليو 2003.

2-كتب

- جلال وفاء محمد، الحماية القانونية للملكية الصناعية ، دار الجامعة الجديدة للنشر الاسكندرية، 2004
- حمدي غالب الجعبر، العلامات التجارية، الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها
- رمسيس بهنام الجرائم المضرة بالمصلحة العمومية منشأة المعارف الاسكندرية 1986
- رؤوف عبيد ، شرح قانون العقوبات التكميلي ، ط5 ، دار الفكر العربي ، مصر ، 1979
- زينة غانم عبد الجبار الصفار المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية ط1 دارحامد للنشر و التوزيع عمان الاردن 2002

- سميحة القليوبي الملكية الصناعية ط2 1996 دار النهضة العربية
 - سمير جميل حسين الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر ط1 1988
 - شحاته غريب شلقامي الملكية الفكرية في القوانين العربية دار الجامعة الجديدة الازرطة مصر 2008
 - صلاح زين الدين ، الملكية الصناعية و التجارية ، دراسة في القانون المقارن ط1 2005
 - صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية و التجارية ، دار الثقافة للنشر و التوزيع عمان 2000
 - عامر محمود الكسواني ، تزوير المعلوماتي للعلامة التجارية ، ط1 دار الثقافة الإردن، 2010
 - عبد الله الخرشوم ، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية و التجارية ، ط1 دار وائل للنشر و التوزيع، الاردن، 2005
 - عبد الله سليمان ، شرح قانون العقوبات الجزائري ، قسم العام الجزء الأول ، دون طبعة ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائري 1998
 - علي محمد جعفر قانون العقوبات الخاص ط1 المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع بيروت لبنان 1987
 - فخري عبد الرزاق الحديثي قانون العقوبات الجرائم الاقتصادية ط2 مطبعة التعليم العالي بغداد 1987
 - القاضي انطوان الناشف الاعلانات و العلامات التجارية بين القانون و الاجتهاد ، دراسة تحليلية شاملة ، منشورات الحلبي ، بيروت لبنان 1999
 - محمد إبراهيم الوالي، حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري ، ديوان مطبوعات الجامعية ، الجزائر / سنة 1983
 - مصطفى كمال طه ، القانون التجاري (الأعمال التجارية ، تجار الشركات التجارية الملكية التجارية والصناعية) دون طبعة دار الجامعي للنشر ، لبنان 1994
 - نعيم مغبغب، الماركات الصناعية و التجارية ، دراسة في القانون المقارن، ط1 2005
- 3- معاجم وقواميس**
- جمال الدين ابن منظور لسان العرب باب قلد دون طبعة ، دار الفكر لبنان 1992
 - جيرار كورنو ، معجم المصطلحات القانونية ، ترجمة منصور القاضي، الطبعة الأولى، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع، لبنان، 1998.

4- الأطروحات

- سبتي عبد القادر، تقليد العلامات التجارية في القانون الجزائري والقانون المقارن ، أطروحة لنيل دكتوراه علوم في القانون الخاص ، قسم الحقوق، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة الجزائر 1 ،السنة الجامعية 2016/ 2017 .
- عرار نجيب محمد خريس جرائم الاعتداء على العلامة التجارية في القانون الاردني و القوانين العربية ، رسالة ماجستير الجامعة الاردنية 1991
- فتيحة لعلام ،حماية العلامة التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر ، حقوق تخصص قانون جنائي للأعمال ، قسم الحقوق ، كلية الحقوق والعلوم سياسية جامع العربي بن مهيدي أم البواقي ،سنة الجامعية 2013/ 2014 .
- زبير جوامع ، حماية العلامة التجارية من التقليد ، التشريع الجزائري ، مذكرة لنيل درجة ماستر

5-المجلات :

- عبد اللطيف قرموش ، مجلة المحكمة العليا ، عدد خاص ،التقليد في ضوء القانون والإجتهاد القضائي ، الجزائر ، 2012 . قسم الوثائق
- عبد الحفيظ بلمهيدي، التقليد في العلامة ،اشكاله وطرق الحماية مجلة المحكمة العليا عدد خاص 2012 قسم الوثائق

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

رقم الصفحة	العنوان
	الإهداء
	شكر وعرفان
	ملخص بالعربية
	ملخص باللغة الأجنبية
أ-د	مقدمة
	الفصل الأول لنظام القانوني للعلامة التجارية في القانون الجزائري
6	تمهيد:
7	المبحث الأول: المقصود بالعلامة التجارية
7	المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية
7	الفرع الأول: التعريف اللغوي
7	الفرع الثاني: التعريف الاصطلاحي
12	الفرع الثالث: تمييزها عن المصطلحات المشابهة لها
15	المطلب الثاني: أشكال العلامات التجارية
16	الفرع الأول: العلامات الاسمية (الأسماء)
19	الفرع الثاني: العلامات التصويرية
22	المبحث الثاني: أنواع العلامات التجارية وشروطها
22	المطلب الأول: أنواع العلامات التجارية
22	الفرع الأول: العلامات التجارية
23	الفرع الثاني: العلامات الصناعية
23	الفرع الثالث: علامات الخدمة
24	. الفرع الرابع: العلامات الجماعية
25	المطلب الثاني: شروط العلامة التجارية
25	الفرع الأول: الشروط الموضوعية.
30	الفرع الثاني: الشروط الشكلية
38	خلاصة الفصل

الفصل الثاني اليات حماية العلامة التجارية في القانون الجزائري	
40	تمهيد
41	المبحث الأول: المقصود بتقليد العلامة التجارية وأركانها
41	المطلب الأول: مفهوم تقليد العلامة التجارية
41	الفرع الأول: تعريف تقليد العلامة
43	الفرع الثاني: متطلبات العلامة التجارية المقلدة
44	المطلب الثاني: أركان جريمة تقليد العلامة التجارية
45	الفرع الأول: الركن المفترض
45	الفرع الثاني: الركن الشرعي
45	الفرع الثالث: الركن المادي.
48	الفرع الرابع: الركن المعنوي.
49	المبحث الثاني: تمييز جريمة تقليد العلامة عما يشابهها.
49	المطلب الأول: جرائم الاعتداء على العلامة التجارية ذاتها
49	الفرع الأول: جريمة تزوير العلامة
50	الفرع الثاني: جريمة استعمال علامة مقلدة
51	المطلب الثاني: جرائم الاعتداء على الملكية المادية للعلامة التجارية
52	الفرع الأول: جريمة استعمال علامة مملوكة للغير
53	الفرع الثاني: جريمة بيع منتجات تحمل علامة مملوكة للغير أو عرضها للبيع أو للتداول أو حيازتها.
54	المبحث الثالث: آليات حماية العلامة التجارية من التقليد
54	المطلب الأول: الحماية الإدارية
54	الفرع الأول: تدخل إدارة الجمارك
56	الفرع الثاني: تدخل إدارة التجارة
57	الفرع الثالث: تدخل مصالح الأمن
58	المطلب الثاني الحماية القضائية
58	الفرع الأول: الدعوى الجزائية

74	الفرع الثاني: الدعوى المدنية
84	خلاصة الفصل
86	خاتمة
89	المصادر والمراجع
	فهرس المحتويات