

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
المركز الجامعي صالحى أحمد - النعامة -  
معهد الحقوق  
قسم القانون الخاص



مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر - ل.م.د -  
الشعبة : حقوق  
التخصص : قانون أعمال  
تحت عنوان :

## الحماية القانونية للعلامة التجارية من التقليد

تحت إشراف :  
د. بن حبية إيمان

من إعداد الطالبين :  
حجاج عبد الوهاب  
عمارة عماد الدين

المناقشة من طرف اللجنة المكونة من :

الصفة	الرتبة العلمية	اسم ولقب الأستاذ
رئيسا	أستاذ محاضر - ب -	د. مولاي بلقاسم
مشرفا ومقررا	أستاذة مساعد - ب -	د. بن حبيبة إيمان
مناقشا	أستاذ محاضر - أ -	د. لعلوي محمد

السنة الجامعية : 2023/2022

## إهداء

مرت قاطرة البحث بكثير من العوائق ومع ذلك حاولت أن أتخطاها بثبات بفضل  
من الله ومنه.

أهدي عملي إلى من أفضلها على نفسي ولم لا فلقد ضحت من أجلي ولم تدخر  
جهدا في سبيل إسعادي على الدوام أمي الحبيبة.

ونسير في دروب الحياة ويبقى من يسيطر على أذهاننا في كل مسلك نسلكه  
صاحب الوجه الطيب والأفعال الحسنة فلم يبخل علي طيلة حياته والدي العزيز.  
وإلى أخي وأختي فقد كانوا بمثابة السند في سبيل استكمال البحث.

وأهدي مذكرة التخرج هذه إلى أستاذتي الموقرة التي ألهمتني وشجعتني على  
تحقيق أقصى إمكاناتي بفضلك استطعت تجاوز تحديات الدراسة والتطور في  
مذكرتي أنا مدين لكي بكل المعرفة والثقة التي منحتني إياها.

ح. عبد الوهاب

## إهداء

أهدي هذه الشهادة إلى والدي لأنهما أولى الناس بالشكر لما لهما من فضل ما بلغ عنان السماء فوجودهما سببا في نجاح والفلاح في الدنيا والآخرة إن شاء الله وأشكر الله العلي القدير الذي أنعم عليّ بنعمة العقل والدين. القائل في محكم التنزيل "وَفَوْقَ كُلِّ ذِي عِلْمٍ عَلِيمٌ" سورة يوسف آية 76.... صدق الله العظيم . وقال رسول الله (صلي الله عليه وسلم): "من صنع إليكم معروفا فكافئوه، فإن لم تجدوا ما تكافئونه به فادعوا له حتى تروا أنكم كافأتموه"..... (رواه أبو داود) . أتقدم بجزيل الشكر لأولئك المخلصين الذين لم يألوا جهدا في مساعدتنا في مجال البحث العلمي، وأخص بالذكر الأستاذة الفاضلة د.بن حبيبة إيمان على هذه الدراسة وصاحبة الفضل في توجيهي ومساعدتي في تجميع المادة البحثية، فجزاها الله كل خير

ع.عماد الدين

## شكر و عرفان

وصلت رحلتنا الجامعية إلى نهايتها بعد تعب ومشقة وها نحن نختم بحث  
تخرجنا بكل همة ونشاط فنحمد الله عز وجل الذي وفقنا في إتمام هذا البحث  
العلمي والذي ألهمنا الصحة والعافية والعزيمة،

فالحمد لله حمدا كثيرا، نتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى الأستاذة الدكتورة  
المشرفة " بن حبيبة إيمان " على كل ما قدمته لنا من توجيهات ومعلومات  
قيمة ساهمت في إطراء موضوع دراستنا في جوانبها المختلفة.

كما نتقدم بجزيل الشكر إلى أعضاء لجنة مناقشة الموقرة فردا فردا  
ولا ننسى تقديم الشكر الجزيل لكل الأساتذة المحترمين والأستاذات بالمركز  
الجامعي صالحى أحمد عامة وكلية الحقوق خاصة نقول لكم شكرا جزيلا على  
كل مجهوداتكم .

## قائمة المختصرات :

### باللغة العربية :

- المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية.
- الجريدة الرسمية للملكية الصناعية.
- تريس إتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة.
- الويبو المنظمة العالمية للملكية الفكرية.
- ص الصفحة.
- ط الطبعة.
- د.ط دون طبعة.
- د.س.ن دون سنة النشر.
- د.د.ن دون دار النشر.
- ج.ر الجريدة الرسمية.

### باللغة الأجنبية :

- I.N.A.P.I Algerian National Institute of Industrial Property.
- B.O.P.I The Official Bulletin of Industrial Property.
- Trips traide of intellectuel property rights.
- Wipo world intellectual property organization.

# مقدمة

يعود تطور العلامات التجارية إلى العصور الوسطى في أوروبا، حيث كانت العلامات تستخدم للتمييز بين الحرفيين الماهرين في صنع المنتجات، وإظهار منتجاتهم من بين منتجات الجميع، وفي القرون الوسطى انتقلت هذه الممارسة إلى السوق المفتوحة حيث يمكن للحرفيين والتجار على حد سواء أن يدشنوا علاماتهم التجارية في الأماكن العامة.

أما في العصر الحديث أصبحت العلامات التجارية أكثر انتشاراً وأهمية بفضل انتشار العولمة وتوسع التجارة الدولية.

وتعتبر العلامات التجارية الآن أكثر من مجرد وسيلة للتمييز بين المنتجات، بل أصبحت رموزاً للهوية التجارية والتفرد والجودة والاستدامة والتميز في الأداء والخدمة، وأصبح للعملاء الآن القدرة على اختيار منتجاتهم المفضلة بناءً على العلامة التجارية وليس فقط بناءً على السعر أو الجودة.

إن حماية العلامة التجارية تعني الحفاظ على شعبية وسمعة العلامة الخاصة بك والتأكد من عدم استخدامها من قبل غيرك بطرق غير مشروعة أو غير مصرح بها عن طريق التزوير أو التقليد.

تشمل حماية العلامة التجارية إجراءات قانونية مثل تسجيل العلامة التجارية ومقاضاة أي شخص يستخدمها دون إذن صاحبها الأصلي، وحمايتها تحمي هوية وسمعة علامتك التجارية وتساعد في منع الخسائر المالية والأذى اللاحق بك من هذا الاستخدام الغير مصرح به للعلامة التجارية.

وترتبط الملكية الصناعية والعلامة التجارية علاقة وطيدة، حيث يمكن لحامل العلامة التجارية أن يحمي منتجاته وخدماته من الانتهاكات من خلال امتلاك حقوق الملكية الصناعية المناسبة مثل: براءات الاختراع و العلامات التجارية و غيرها.

يمكن اعتبار حماية حقوق الملكية الصناعية والعلامات التجارية كأدوات هامة لتحقيق النجاح التجاري والتنافسية في الأسواق المختلفة.

و أمام هذا التطور الاقتصادي و زيادة التنافس على تسويق المنتجات و الخدمات في السوق، نظم المشرع الجزائري موضوع العلامات التجارية و منحها حماية قانونية من كل أشكال التعدي بموجب الأمر 03-06 الصادر في 19 جويلية 2003 المتعلق بحماية حقوق الملكية الصناعية و التجارية<sup>1</sup>.

كما نجد أيضا المرسوم التنفيذي 05-277 الصادر في 22 أوت 2005 المتعلق بكيفيات إيداع العلامات<sup>2</sup>، أين تضمن مجموع الإجراءات المتعلقة بإيداع العلامات التجارية و تجديدها و تعديلها و إلغائها إلى جانب حماية حقوق العلامات التجارية المسجلة في الجزائر.

تتمتع العلامة التجارية بحماية على المستوى الدولي من خلال مجموع اتفاقيات دولية كإتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامة التجارية<sup>3</sup>، وإتفاقية باريس لحماية الملكية الفكرية<sup>4</sup>، و إتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة بتريس<sup>5</sup>.

ويمكن التقدم بطلب للحصول على تسجيل العلامة التجارية الدولي في بلدان مختلفة تحت هذه الاتفاقيات التي تهدف إلى توفير إطار قانوني دولي يحمي حقوق الملكية

---

<sup>1</sup> الأمر 03-06 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات ، الجريدة الرسمية عدد 44، المؤرخة في 23 جويلية 2003.

<sup>2</sup> المرسوم التنفيذي رقم 05-277 مؤرخ في 2 أوت 2005، يحدد كيفيات ايداع العلامات وتسجيلها، الجريدة الرسمية عدد 54، المؤرخة في 7 أوت 2005.

<sup>3</sup> إتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، لسنة 1891، المعدلة ببروكسل في 1900، ثم واشنطن 1911، ثم لاهاي 1925، ولندن 1934، ولشبونة 1958، وستوكهولم 1967، والتعديل الأخير في 28 سبتمبر 1979.

<sup>4</sup> إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المؤرخة في 20 مارس 1883، المعدلة ببروكسل في 1900 ثم واشنطن في 1911، ثم لاهاي في 1925، و لندن في 1934، ولشبونة في 1958، و ستوكهولم في 1967، و تم التنقيح الأخير في عام 1979.

<sup>5</sup> إتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية ( تريس ) ، المعتمدة في 15 أبريل 1994، بدء النفاذ في 1 يناير 1995.



الفكرية للعلامات التجارية في جميع أنحاء العالم، و حماية الحقوق التجارية لأصحاب العلامات التجارية وفرض العقوبات اللازمة على المخالفين و تعزيز المنافسة العادلة في السوق ومكافحة الخداع و والتزوير و التقليد.

ي طرح موضوع حماية العلامة التجارية إشكالية مهمة تدور حول مدى فعالية تكريس حماية قانونية للعلامة التجارية من أي تقليد؟ كما تتفرع عن الإشكالية مجموعة من الأسئلة والتي تتجلى في:

- ماهية العلامة التجارية التي تقتضي إلى حماية العلامة التجارية ؟
- ما هي الطبيعة القانونية للحقوق الواردة على العلامة التجارية ؟
- ما مدى فعالية التشريع الجزائري بحماية العلامة التجارية مدنيا و جزائيا ؟
- ما مدى نجاعة الآليات التي اعتمدها الإتفاقيات الدولية في حماية العلامة التجارية ؟

- كما تهدف هذه الدراسة إلى الوصول لمعرفة ما المقصود من العلامة التجارية وما هي أشكالها. و كيفية الحصول عليها كما تمكننا من معرفة مجموع من الشروط الموضوعية والشكلية، وإجراءات تسجيلها من جهة، ومن جهة أخرى تهدف إلى تبيان الحماية القانونية المقررة للعلامة التجارية على النطاقين الوطني والدولي.

- تتجلى أهمية هذا الموضوع في إلقاء الضوء على دور وأهمية العلامة التجارية التي تميز المنتج أو الخدمة عن غيرها، وتساعد في بناء هوية المنتج أو الخدمة والتفرد بها في السوق وجذب العملاء. كما تساعد في بناء الثقة والولاء لدى العملاء، حيث يصبح المستهلك أكثر ارتياحا عندما يتوفر منتج أو خدمة معروفة بالجودة والمصداقية والتميز.

بالإضافة إلى ذلك فإن العلامة التجارية تحمي الشركة من التقليد والتزييف، حيث يمكن للمستهلكين تحديد المنتج الأصلي من خلال العلامة التجارية المسجلة وبذلك يتجنبون الوقوع في شراء منتجات مضروبة أو غير أصلية. وبذلك فإن العلامة التجارية تعد أمرا هاما لنجاح أي شركة أو عمل وأسلوب لأنشاء تفوق تنافسي على المنافسين.

- صادفتنا مجموعة من الصعوبات عند إعداد هذه المذكرة هو تجلت في عدم تعمق أغلب الدراسات المتعلقة بموضوع العلامات في القانون الجزائري خصوصا في ما يتعلق بالإطار المفاهيمي للعلامة، ذلك أن معظم المراجع المتاحة تدور حول الحماية الدولية للعلامة.

- اعتمدنا على المنهج الإستقرائي التحليلي من خلال إستقراء وتحليل مختلف النصوص القانونية المنظمة لموضوعنا ، كما تبيننا المنهج المقارن من خلال مقارنة بين مجموع النصوص والتعريفات الجزائرية والمقارنة.

للإجابة عن الإشكال المطروح ارتأينا تقسيم خطة دراسة أين قسمنا إلى فصلين أساسيين، نتناول في الفصل الأول "الطبيعة المفاهيمية للعلامة التجارية هو الذي بدوره قسمناه إلى مبحثين: تطرقنا أولا للإطار المفاهيمي للعلامة التجارية لننتقل بعدها لدراسة الحق في العلامة التجارية.

أما في الفصل الثاني فنتناولنا "الحماية القانونية للعلامة التجارية" و الذي قسمناه إلى مبحثين: تطرقنا أولا للحماية الوطنية للعلامة التجارية لننتقل بعدها إلى الحماية الدولية للعلامة التجارية.

# الفصل الأول :

الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية

تكتسي العلامة التجارية دورا هاما في المجال الإقتصادي والتجاري، وهي من أهم عناصر الملكية الصناعية حيث تساهم بشكل كبير في نجاح المشروع التجاري كونها تعد وسيلة المنتج أو التاجر أو مقدم الخدمة لتمييز منتجاته أو بضائعه عما يمثلها أو يشابهها ويحاول بها ضمان عدم تضليل المستهلك، كما تعتبر من أهم مكونات المنتج فهي بمثابة بطاقة تعريف له، لذلك عمدت الدول الحديثة إلى تنظيم أحكام خاصة بها وكرست لها حماية خاصة في تشريعاتها الداخلية.

بالرجوع إلى التشريع الوطني نظم المشرع الجزائري العلامة التجارية بموجب الأمر 03-06 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات، وكذلك من جهته المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المؤرخ في 2 أوت 2005 المتعلق بكيفية إيداع العلامات وتسجيلها.

وهذا ما سنتناوله من خلال المبحثين التاليين، المبحث الأول نخصه لمفهوم العلامة التجارية و إبراز مختلف أنواعها وأشكالها، أما المبحث الثاني فنتناوله من خلال الحق في العلامة وما يترتب عنها.

## المبحث الأول : الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية

إن العلامة التجارية هي التي تسهل للمستهلك بمعرفة أصل المنتج الذي سيشتريه أو ما يطلبه من هذه الخدمة، وعليه تساعد الزبون في إجتباب أي خداع أو غش محتمل.

و هي عبارة عن هوية تجارية مميزة ترتبط بمنتج أو خدمة معينة حيث تهدف العلامة التجارية إلى خلق هوية مميزة تميز المنتج أو الخدمة عن المنافسين، وتزيد من وعي المستهلك وتعتبر العلامة التجارية عاملا مهما في قرارات المستهلكين عند شراء منتج أو الاختيار بين خدمتين مماثلتين.

فالعلامة التجارية هي الشخصية التجارية للشركة أو المنتج أو الخدمة وتساهم في بناء سمعتها وتميزها عن الآخرين في سوق المنافسة.

وتماشيا مع هذا سنتناول في مبحثنا هذا مفهوم العلامة التجارية و مميزاتها.

### المطلب الأول : مفهوم العلامة التجارية

قبل أن نعطي تصور عام لمفهوم العلامة التجارية نتطرق لبعض التعريفات التي تعالج موضوع العلامة وذلك لبناء إطار أشمل وأوسع للعلامة التجارية.

### الفرع الأول : تعريف العلامة التجارية

قبل التطرق لمجموعة من التعاريف للعلامة التجارية لابد التطرق لمعنى العلامة التجارية لغة و اصطلاحا.

تعرف العلامة لغة على أنها : " سمة أو إمارة أو شعار تعرف به الأشياء "علامة تجارية " ويذكر أيضا المعلم من العلامة، أي الأثر الذي يستدل به على الطريق وما يعلم به شيء وما ينصب في الطريق فيستهدي به " <sup>1</sup>.

<sup>1</sup> اطلع على الموقع الإلكتروني: [www.arabdict.com](http://www.arabdict.com) تاريخ التصفح 2023/04/05 على الساعة 10:26.

كما تعرف أيضا على أنها عبارة عن "خطين متقاطعين يستعان بهما عند الإمضاء أحيانا من لا يستطيع الإمضاء" <sup>1</sup>.

تعددت التعاريف المقدمة للعلامة التجارية فهناك بين القانون والقضاء والفقهاء وهو ما سنتطرق إليه من خلال تعريف العلامة التجارية وفقا للتعريف القانوني والقضائي (أولا) لننتقل بعدها للتعريف الفقهي (ثانيا)

### أولا : موقف القانون والقضاء

عرف المشرع الجزائري العلامات التجارية على أنها إشارة يستخدمها التجار شعارا لبضائعهم التي يقومون ببيعها بعد شراء سواء من تاجر الجملة أو من المنتج مباشرة فالعلامة التجارية تشير إلى مصدر البيع <sup>2</sup>.

فجاء في نص المادة 02 في فقرة 01 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات بأنها: " كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص و الأحرف و الأرقام و الرسومات أو الصور و الأشكال المميزة للسلع أو توضيحها و الألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع و خدمات غيره " <sup>3</sup>.

كما نصت المادة 03 من الفقرة 01 من الأمر 06-03 على أنه: " تعتبر علامة السلعة أو الخدمة <sup>4</sup> إلزامية لكل سلعة أو خدمة مقدمة، أو عرضت للبيع عبر أنحاء التراب الوطني " <sup>5</sup>.

<sup>1</sup> معجم اللغة العربية، معجم الوجيز، القاهرة، دار التحرير للطبع و النشر، د.ط، سنة 1989، ص432.

<sup>2</sup> أمنة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية دراسة مقارنة، ريم للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، سنة 2011، ص 23.

<sup>3</sup> المادة 03 ف 01 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، ص 23.

<sup>4</sup> السلعة: كل منتج طبيعي أو زراعي أو تقليدي أو صناعي، خاما كان أو مصنعا.  
- الخدمة: كل أداء له قيمة اقتصادية

- المادة 02 فقرة 3 و 4 من الأمر 06-03، مرجع سابق، ص23.

<sup>5</sup> المادة 03 ف 01 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، ص 23.

أما عن المشرع الفرنسي فيعرف العلامة التجارية في المادة 01 بمقتضى القانون رقم 91/07 المؤرخ في 4 جانفي 1991 المتعلق بعلامات الصنع و العلامات التجارية وعلامات الخدمة إذ تنص على أنه: " علامة المصنع أو العلامة التجارية أو علامة الخدمة هي كل إشارة قابلة للتمثيل البياني بتمييز المنتجات أو الخدمات والمقدمة من كل شخص طبيعي أو معنوي " <sup>1</sup>.

ورد أيضا تعريفا عن المشرع الأردني من خلال نص المادة 02 بمقتضى القانون رقم 34 لسنة 1999 بأنها: " هي أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد إستعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره " <sup>2</sup>.

ومن جهته المشرع المصري أعطى تعريفا من خلال نص المادة 01 من القانون 57 المؤرخ في 1939 كما يلي: " تعتبر العلامات التجارية الأسماء المتخذة شكلا مميزا : الإمضاءات، الكلمات، الرسوم والرموز " و هذا لتمييزها عن المنتجات الصناعية والاستغلال الزراعي للدلالة على تأدية خدمة <sup>3</sup>.

نستنتج من خلال مجموع التعريفات أن العناصر الأشكال و الصورة التي تأتي منها العلامة التجارية لم يكن محصورا بل كان على سبيل المثال، حيث أن المشرع الجزائري و المصري أجاز إستعمال العلامة التجارية لتمييز كافة المنتجات مهما كان نوعها حيث أخذها بالمفهوم الواسع .

أما المشرع الأردني لم يعدد صور وأشكال العلامة التجارية ولم يتناول العلامات الصناعية على غرار ما جاء في القوانين المقارنة، فالمشرع الأردني لم يأخذها بالمفهوم الواسع.

<sup>1</sup> Albert Chavanne et Claudine Salomon, (Marque de fabrique de commerce ou de service), Encyclopédie juridique, Dalloz, Paris, 2003, P02.

<sup>2</sup> المادة 02 من قانون العلامات التجارية الأردني، رقم 33 لسنة 1952، المعدل بالقانون رقم 34 لسنة 1999، ج.ر عدد 4299 المؤرخة في 1 نوفمبر 1999، ص03.

<sup>3</sup> ناصر عبد الحليم السلامة، الحماية الجزائية للعلامات التجارية، دراسة تحليلية مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة الأولى، سنة 2008، ص13.

أما عن القضاء فعرفت المحكمة العليا على أن "العلامة تمكن من معرفة مصدر المنتج وبالتالي تسمح بترسيخ مسؤولية المنتج تجاه المستهلك وهي وسيلة لترويج المنتج من كسب وفاء الزبون وحماية صاحبها من المنافسة غير النزيهة"<sup>1</sup>.

عرف القضاء الفرنسي العلامة التجارية بأنها: " تمنح العلامة وكما هو معروف للسمات المتخذة شكلا متميزا بالإمضاءات والكلمات والحروف والأرقام والرسوم و العناوين والصور والنقوش البارزة أو أي علامة أخرى سواء كانت مستخدمه لتمييز تاجر العلامة التجارية أو صانع علامة صناعية"<sup>2</sup>.

وعرفت محكمة الإستئناف المصرية العلامة التجارية بأنها: " العلامات والشارات والبطاقات عبارة عن رموز تستخدم لبيان مصدر وطبيعة الصفات الخاصة للبضائع، أنها تسمح للمستهلكين بالتمييز بينها والتعرف بسهولة بين بعضها البعض الصانع والتجار"<sup>3</sup>.

#### ثانيا: التعريف الفقهي

عرفها بعض الفقه الجزائري بأنها: " كل رمز قابل للتمثيل الخطي يتميز عن غيره بصفات خاصة به وجديدة ومبتكرة وغير مخالفة للنظام العام والآداب العامة أيا كان تمثيل الرمز سواء كان ممثلا كلمات أو أسماء أشخاص أو أحرف أو أرقام أو رسومات أو صور ألوان المفردة أو المركبة أو الأصوات المميزة أو الرائحة التي تتميز بها السلعة"<sup>4</sup>.

كما عرفت الدكتور فرحة زراوي: " السمة المميزة التي يضعها التاجر على منتجات محله التجاري، وهي علامة تجارية أو الصانع على المنتجات التي يقوم بصنعها، وهي علامة

<sup>1</sup> مجلة المحكمة العليا، عدد خاص، التقليد في ضوء القانون والاجتهاد القضائي على ضوء قرارات المحكمة العليا الغرفة التجارية والبحرية، قسم الوثائق، المحكمة العليا، سنة 2012، ص62.

<sup>2</sup> المادة 04 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، لسنة 1883، مرجع سابق، ص02.

<sup>3</sup> ناصر عبد الحليم السلامة، الحماية الجزائية للعلامات التجارية، مرجع سابق، ص 15.

<sup>4</sup> أمينة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية، مرجع سابق، ص 30.



مصنع قصدت بتمييزها عن المنتجات الأخرى المشابهة لها و المعروضة في السوق و كذلك السمة التي تستعملها مؤسسة في تقديم خدمات" <sup>1</sup>.

أما الفقيه سكوت ديفيد فيرى أن: " العلامة التجارية عبارة عن مجموعة من الوعود المشهورة، معنى الثقة والاستمرار ومجموعة محددة من الآمال كما أنها تساعد العملاء على الشعور بمزيد من الثقة تجاه قرارهم الشرائي" <sup>2</sup>.

و تعرفها الدكتورة سميحة القليوبي على أنها : " إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها لتمييز عن غيرها من السلع المماثلين لها" <sup>3</sup>.

من خلال هذه التعريفات نلاحظ أن هناك تشابه فيما بينها للعلامة التجارية، حيث أن جميع العناصر الأساسية لها والتي تتكون في أنها سمة أو إشارة أو شكل و تستخدم من قبل التاجر أو مقدم للخدمة تضمنتها هذه التعريفات و الغاية منها هو تمييز هذه المنتجات عن غيرها.

### الفرع الثاني : خصائص العلامة التجارية

سننتظر من خلال هذا الفرع إلى مجموع الخصائص التي تتميز بها العلامة التجارية كما سيأتي تبيانها :

#### أولاً: الخصائص العامة للعلامة التجارية

تستخدم العلامة التجارية لتمييز المنتجات فيما بعضها، فالصانع ومقدم الخدمة ملزم بإتخاذها وهو ما يجعلها تنتم بمجموعة من الخصائص والتي سننتظر إليها فيما يأتي :

<sup>1</sup> فرحة زراوي ، الكامل في القانون التجاري الجزائري، ابن خلدون للنشر و التوزيع، د.ط ، الجزائر، سنة 2001، الجزء الأول، ص208.

<sup>2</sup> نقلا عن: جاري صالح، تأثير العلامة التجارية على سلوك المستهلك، مذكرة الحصول على شهادة ماجستير، تخصص علوم تسيير جامعة المسيلة، سنة 2007/2008، ص3.

<sup>3</sup> سميحة القليوبي، الوجيز في التشريعات الصناعية، دار الإتحاد العربي للطباعة، القاهرة، د.ط ، د.س.ن ، ص220.

أ- **الطابع الإلزامي:** نصت المادة 03 فقرة 01 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات على أنه: "تعتبر علامة السلعة أو الخدمة إلزامية لكل سلعة أو خدمة مقدمة، بيعت أو عرضت للبيع عبر أنحاء التراب الوطني"<sup>1</sup>، حيث يقصد بالإلزام بتسجيل العلامة الإلزامي وعدم السماح بإستعمال أية علامة غير مسجلة للحد من أعمال التقليد والتزييف<sup>2</sup>.

ب- **العلامة التجارية مال منقول:** تعتبر العلامة مال منقول من نوع خاص، وهي أحد العناصر المعنوية غير المحسوبة للمحل التجاري حيث للعلامة التجارية مميزات عن حق الملكية في المنقول<sup>3</sup>.

ج- **إستقلالية العلامة التجارية عن المنتج أو الخدمة:** تتخذ العلامة طبيعة خاصة بحيث تتصف إستقلاليتها عن المنتج أو الخدمة المطلقة عليها، فحسب المادة 08 من الأمر 06-03 نصت على أنه: " لا تكون طبيعة السلع أو الخدمات التي تشملها العلامة في أي حال من الأحوال، عائقا أمام تسجيل تلك العلامة"<sup>4</sup>. ومن هنا فلمالك العلامة الواردة على المنتج الغير مشروع، يمكن أن يرفع دعوى تقليد ما دام حقه على العلامة مقبول.

### ثانيا: الخصائص الخاصة للعلامة التجارية

حتى تحظى العلامة التجارية بإهتمام من طرف المستهلك يجب أن تتسم بالنموذجية حتى تكون ناجحة وتساهم في ترويج المنتج أو الخدمة.

وحتى يكون تصميم العلامة مميزا فتناسب هذه الأخيرة مع المشروع أو النشاط المرغوب فيه لابد أن تتصف ب:

- **البساطة:** بحيث تكون بسيطة الحجم تتضمن أشكال واضحة، ولا تحتوي على أعلام الدول أو شعارات الدولية، ومبتكرة خالية من المعنى اللغوي.

<sup>1</sup> المادة 03 فقرة 01 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، ص 23.

<sup>2</sup> أوثن حنان، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مرجع سابق، ص 21.

<sup>3</sup> نقلا عن: شعنان نعيمة و سايع نبيلة، حماية العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، كلية

الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، سنة 2016/2015، ص 10.

<sup>4</sup> المادة 08 من الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، ص 24.

- **سهولة:** بحيث تكون سهلة التذكر والنطق أي لا تحتوي على كلمات غامضة أو محظورة، عند قراءتها من طرف المستهلك ترسخ في ذهنه.
- **قابلة للتسجيل:** بحيث تحمل عناصر غير محظورة لتسجيلها<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: أشكال و أنواع العلامات التجارية

تعتبر العلامة التجارية بمثابة البطاقة الشخصية للمنتجات والبضائع والخدمات وأضحت الحاجة إلى العلامات التجارية في نطاق الإقتصاد التي ساهمت فيها كثيرا خاصة في السنوات الأخيرة.

تتخذ العلامات التجارية أشكالا مختلفة إما في تمييز منتجات عمل صناعي أو زراعي أو بضاعة أو سلعة، و إما للدلالة على مصدر المنتجات أو السلع.

كما تتعدد أنواع العلامة التجارية للترقية بين العلامات الصناعية والتجارية من حيث الحماية القانونية، وهو ما سنتطرق إليه في مطلبنا أين سنتناول أشكال العلامات التجارية (الفرع الأول) لننتقل بعدها إلى أنواع العلامات التجارية (الفرع الثاني).

### الفرع الأول: أشكال العلامات التجارية

من خلال هذا الفرع سنتناول الأشكال التي قد تأخذها العلامة التجارية وهو ما سنبينه كآتي:

#### أولا: العلامات الإسمية

يقصد بها العلامة التجارية التي تتكون من إسم يختاره التاجر أو الصانع أو مقدم هذه الخدمة لسلعته أو خدماته وأن الإسم المتخذ للعلامة التجارية يكون مميزا بحيث يتمثل في أسماء عائلية وجغرافية وأسماء شخصية ومبتكرة خاصة بها وتتمثل فيما يلي:

<sup>1</sup> محمد حسين، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، د.ط، سنة 1985، الجزء 01، ص540.

أ- **الإسم العائلي**: يمكن إستعمال أسماء الأشخاص كعلامة وهو ما يستقرأ من نص المادة 1/02 من الأمر 06-03 على أنه: " كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص... " <sup>1</sup> ، حيث يجوز لأي شخص إستعمال إسمه العائلي في الميدان التجاري إسم تجاري أو علامة لصناعة أو خدمات مثل علامة ( بيجو - PEUGEOT ) <sup>2</sup> لعائلة فرنسية، و لكن لا يعتبر هذا الحق مطلقا حيث ينبغي أن لا يسبب إستخدامه ضررا للغير، كما لا يمكن منطقيا إستعمال الإسم العائلي لشخص متوفى مشهور إلا بعد الحصول على موافقة خلفه <sup>3</sup>.

ب- **الإسم الجغرافي**: يقصد بالإسم الجغرافي مجموع الأسماء التي تشير إلى مصدر المنتجات أو البضاعة أو المحصولات، وقد تكون من بلد المنشأ أي المنطقة التي صنع فيها المنتج، كما تكون إما من حيث المصدر والمكان الذي جاءت منه السلعة أو البضاعة، أو من مركز المؤسسة فتتخذ إسم موقع الشركة المنشأة، ولا يمكن للمنتمين إلى منطقة مشهورة إستخدام علامة واحدة تدل على كل منتجاتهم لأنها تكون غير مميزة للإشتراك أكثر من منتج واحد فيها ويستخدم شهادة منتج واحد فقط، مثل: العلامة التجارية (المياه المعدنية لالة خديجة) التي تأخذ مصدرها من جبال جرجرة (أعلى قمة لالة خديجة) <sup>4</sup>.

ج- **الإسم الشخصي**: هو الإسم الخاص لمالك العلامة التجارية قد يتميز صاحبها بالشهرة ويمكن إستخدام إسم أو أكثر للعلامة التجارية، حيث يكون هذا الإسم مثير للانتباه كل من يسمعه أو يراه دون المراعاة إلى اللغة، مثلا العلامة التجارية المشهورة للسيارات ( Ford ) نسبة لإسم صاحبها هنري فورد <sup>5</sup>.

<sup>1</sup> المادة 02 فقرة 01 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، ص 23.

<sup>2</sup> بيجو: هي علامة تجارية كبرى لشركة سيارات فرنسية، كان التأسيس الرسمي عام 1810 تعتبر ثاني أكبر شركة تصنع

السيارات في أوروبا. اطلع على: ar.wikipedia.org تاريخ التصفح 2023/04/08 على الساعة 16:45

<sup>3</sup> مصطفى كمال طه ، أصول القانون التجاري ، الدار الجامعية للطباعة و النشر ،الإسكندرية، د.ط ، سنة 1986 ، ص 666.

<sup>4</sup> فرحة زراوي صالح ، الكامل في القانون التجاري الجزائري، مرجع سابق، ص 217.

<sup>5</sup> شركة فورد: أسسها هنري فورد في عام 16 يونيو 1903 تختص في إنتاج السيارات. اطلع على: ar.wikipedia.org

تاريخ التصفح 2023/04/10 على الساعة 14:17.

د- **الأسماء المبتكرة:** يقصد بالأسماء المبتكرة مجموع الأسماء التي يتم إبتكارها وإيجاد لها إسم مميز يميزها عن المنتجات المماثلة لها في السوق، والهدف منها لفت نظر المستهلك من خلال إسمها المميز، مثل علامة ( Bright Sun ) وذلك لكسب البشرة اللون البرونزي فهو إسم لا علاقة بما يؤديه أي تمييزه عن مستحضرات التجميل<sup>1</sup>.

### ثانيا: العلامات الرمزية

تتمثل في العلامات التصويرية والأشكال والصور و الألوان لتمييز السلع والخدمات والتي تتجلى فيما يلي:

أ- **علامات الأشكال:** تنص المادة 02 ف 1 من الأمر 03-06 على أنه: "يمكن أن يكون الشكل محلا لعلامة تجارية يستعملها صاحب السلعة أو الخدمات لتمييز ما يعرضه أو يقدمه من سلع عن غيره"<sup>2</sup>.

ب- **علامات الصور:** كما جاء في المادة سالفه الذكر نستنتج أن المشرع الجزائري أجاز إعتداد الصور كعلامة تجارية لتمييز منتجات التاجر ويكون هذا الرمز مستمدا من الطبيعة كشكل شجرة أو زهرة أو شكل حيوان، وقد تكون أيضا صورة معينة مثل استخدام صورة لأحد الأشخاص كعلامة تجارية شرط إستئذان صاحب الصورة في حياته أو الورثة في حالة وفاته<sup>3</sup>.

ج- **علامات الألوان:** حسب ما جاء في المادة 2 من الأمر 03-06 أن: " كل الرموز.... والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي

<sup>1</sup> صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، د.ط، سنة 2000، ص 120.

<sup>2</sup> المادة 02 فقرة 1 من الأمر 03-06، مرجع سابق، ص 23

<sup>3</sup> فاضلي إدريس، المدخل إلى الملكية الفكرية، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون الجزائر، د.ط، سنة 2007، ص

عن سلع وخدمات غيره" <sup>1</sup>، حيث أن مقصود المشرع الجزائري من مصطلح الألوان هو كيفية تنسيقها لتمييز العلامة التجارية ولفت إنتباه المستهلك <sup>2</sup>.

**د- علامات الحروف والأرقام:** يجوز إستخدام الحروف و الأرقام كعلامة تجارية ويحق لصاحبها إحتكار إستخدامها ومنع الغير من إستخدام ذات الرقم أو الحرف <sup>3</sup>، مثل إستخدام الرقم ( 501 ) على أحد العطور، كما يمكن الجمع بين الأحرف والأرقام معا مثل (UP7) على نوع من المشروبات الغازية، ونجد أيضا الأحرف لوحدها مثل علامة (LG) المشهورة.

نستنتج في الأخير أنه في كل الأحوال يجب أن لا تتعارض علامات الأحرف والأرقام مع أحكام المادة 7 من الأمر 03-06، كما نستخلص في إطار أشكال العلامات التجارية أن المشرع الجزائري أورد من خلال المادة 02 بعض صور وأشكال العلامات التجارية متأثرا بما ورد بإتفاقيه ترس، وهو يضيفي الحماية للعلامات التي تميز السلع والخدمات.

كما أجازت إتفاقيه ترس تسجيل العلامات التجارية السمعية حيث يتم إدراكها عن طريق السمع وليس البصر من خلال الأصوات والروائح وهو ما إعتمده القانون الفرنسي للملكية الأدبية، مثل صوت هاتف ( NOKIA )، غير أن أصوات الحيوانات كمواء قطط أو زئير الأسد لا يمكن قبولهما كعلامة تجارية <sup>4</sup>.

### الفرع الثاني: أنواع العلامات التجارية

تتاول من خلال هذا الفرع أنواع العلامة التجارية والتي سننتظر إليها من خلال العناصر الموالية:

<sup>1</sup> المادة 02 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، نفس المرجع، ص23.

<sup>2</sup> أوثن حنان، الحماية القانونية للعلامة التجارية، نفس المرجع، ص30.

<sup>3</sup> فاضلي إدريس، المدخل إلى الملكية الفكرية، نفس المرجع، ص284.

<sup>4</sup> نعيم مغرب، الماركات التجارية و الصناعية، دراسة في القانون المقارن، لبنان، الطبعة الأولى، سنة 2005، ص52.

## أولاً: العلامة المشهورة والعلامة الجماعية

أ- العلامة المشهورة: وهي في الأصل علامة فعلية لا يشترط لحمايتها أن تكون مسجلة ولم يتطرق المشرع الجزائري إلى مفهوم العلامة المشهورة في الأمر 03-06 إلا أنه نص على رفض تسجيل العلامات المشابهة لها، حيث جاء في المادة 07 فقرة 8 على أنه:

" يستثنى من التسجيل، الرموز المماثلة أو المشابهة لعلامة أو لإسم تجاري يتميز بالمشهرة في الجزائر وتم إستخدامه لسلع مماثله ومشابهة تنتمي لمؤسسة أخرى على درجة إحداث تظليل بينهما... " <sup>1</sup>.

ونستنتج من نص المادة أعلاه أن المشرع الجزائري قيد شهرة العلامة بأن تكون مشهورة في الجزائر بمعنى ضمن النطاق الجغرافي للجزائر وهذا يعني أن العلامة المشهورة في بلد آخر والمجهولة في الجزائر لا تعد في نظر القانون الجزائري علامة مشهورة.

ب- العلامة الجماعية: نصت المادة 02 فقرة 2 من الأمر السالف الذكر على أنه: "العلامة الجماعية هي كل علامة تستعمل لإثبات المصدر والمكونات والأنتاج أو كل ميزة مشتركة لسلع أو خدمات مؤسسات مختلفة عندما تستعمل هذه المؤسسات العلامة تحت رقابة مالكيها" <sup>2</sup>، كما نصت المادة 23 من نفس الأمر أنه: " يتعين على صاحب العلامة الجماعية أن يسهر على سن إستعمال علامته وفقا للأحكام القانونية والتنظيمية المعمول بها في هذا المجال " <sup>3</sup>.

وعليه نستنتج من خلال المادتين يمكن أن تكون العلامة جماعية عندما تستعمل من طرف عدة مؤسسات مختلفة منتجة لسلع أو خدمات، بشرط يكون إستعمالها تحت رقابة مالكيها الأصلي.

<sup>1</sup> المادة 07 فقرة 8 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، ص 24.

<sup>2</sup> المادة 02 فقرة 2 من الأمر 03-06، نفس المرجع، ص 23.

<sup>3</sup> المادة 23 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، ص 26.

## ثانياً: علامة الخدمة و العلامة الملكية و الصناعية

تتقسم العلامة إلى علامة خدمة وعلامة ملكية صناعية وهو ما سنوضحه من خلال العناصر الآتية :

أ- **علامة الخدمة:** يستخدمها مالك أو صاحب الخدمة لتمييز خدماته المقدمة عن خدمات غيره وكثيراً ما تتجلى في علامات الخدمات السياحية والفندقية والمصرفية، وتعد عنصر أساسي في مؤسسة الخدمات والتي لها قيمة اقتصادية<sup>1</sup> كالعلامة الفندقية ( شيراتون - SHERATON)<sup>2</sup>.

ب- **علامة الملكية والعلامة الصناعية:** وهي العلامة الدالة على ملكية أموال منقولة معينة لشخص ما تدل على الملك وهي الأقدم بالظهور، أما العلامة الصناعية هي التي يستخدمها الصانع على المنتجات الصناعية الغاية منها لفت انتباه الجمهور إلى تلك المنتجات سواء كانت من صنعه أو صنع غيره<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> عجة جيلالي، العلامة التجارية خصائصها وحمايتها، مكتبة زين الحقوقية، لبنان، الطبعة الأولى، سنة 2015، الجزء الرابع، ص37.

<sup>2</sup> **فنادق شيراتون:** هي سلسلة فنادق دولية مملوكة لشركة ماريوت الدولية تأسست سنة 1937 على يد ارنست هندرسون و روبرت . اطلع على: ar.wikipedia.org تاريخ التصفح 2023/04/12 على الساعة 10:52.

<sup>3</sup> أوثن حنان، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مرجع سابق، ص18.



## المبحث الثاني: الحق في اكتساب العلامة

تعتبر العلامة التجارية من الحقوق المعنوية، ولا تترتب آثارها ولا تحظى بالحماية القانونية وطنيا أو دوليا إلا إذا استوفت عدة شروط، فإذا تحققت هذه الشروط أصبح لمالك العلامة حق إستثنائي وإحتكاري على العلامة، ولاكتساب هذا الحق في العلامة لا يكون إلا بعد التسجيل فهو شرط أساسي حتى تكون محمية ويكون له الحق في مطالبة العقاب على المتعدي عليها بدفع تعويض مقابل الأضرار الناتجة عن تقليد العلامة.

وعليه فقد قسمنا في مبحثنا هذا إلى مطلبين، تناولنا في المطلب الأول شروط حماية العلامة التجارية التي تتضمن مجموعة من الشروط والإجراءات لتسجيل العلامة، أما في المطلب الثاني آثار تسجيل العلامة التجارية.

### المطلب الأول: شروط حماية العلامة التجارية

إن العلامة التجارية مهما كان نوعها وشكلها الذي تتخذه لا تحظى بالحماية القانونية، حيث يشترط القانون لصحتها توفر مجموعة من الشروط الموضوعية التي تمنع الخلط والتضليل بين السلع أو الخدمات التي يستعملها صاحب العلامة، هذا من جهة ومن جهة أخرى يشترط القانون جملة من الشروط الشكلية لتستفيد من الحماية القانونية الكاملة وتعطيها طابعا رسميا ومعترف بها قانونا، وهذا ما سنتناوله من خلال الفرعين التاليين:

### الفرع الأول: الشروط الشكلية للعلامة التجارية

يجب توافر الشروط الشكلية حتى تتمتع العلامة التجارية بالحماية القانونية، وجاء ذلك واضحا بصريح المادة 05 من الأمر 03-06: " يكتسب الحق في العلامة بتسجيلها لدى المصلحة المختصة". كما جاءت المادة 04 من نفس الأمر على أنه: " إستعمال أي علامة لسلع أو خدمات عبر الإقليم الوطني إذا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها عند المصلحة المختصة"<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> المادة 4 و 5 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، ص 23.

كما حددت المادة 13 من الأمر 03-06 على ما يلي: "تحدد شكلية إيداع العلامة وكيفية إجراءات فحصها وتسجيلها ونشرها لدى المصلحة المختصة عن طريق التنظيم"<sup>1</sup>. و يقوم المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية (I.N.A.P.I)<sup>2</sup> بتسجيل العلامات التجارية، ويعتبر المعهد الوطني للملكية الصناعية مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري وتتمتع بالشخصية القانونية والاستقلال المالي، مهامه في قبول إيداع وفحص وتسجيل العلامة التجارية<sup>3</sup>.

### أولاً: عملية الإيداع والفحص للعلامة التجارية

فرق المشرع الجزائري بين الإيداع و التسجيل و ذلك في الباب الثاني من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المحدد لكيفية إيداع العلامات.

أ- **عملية الإيداع:** يقصد بالإيداع عملية تسليم أو إرسال ملف يتضمن نموذج العلامة المطلوب حمايتها مرفقا بتعداد لكافة المنتجات أو الخدمات التي تنطبق عليها العلامة<sup>4</sup>.

ويسلم الملف إلى المصلحة المختصة من طرف صاحب العلامة سواء كان شخص طبيعي أو معنوي أو جزائري، كما يجب أن يمثل أصحاب الطلب المقيمون في الخارج لدى المصلحة المختصة من قبل وكيل، و أن يرفق طلب تسجيل العلامة بوكالة وتكون هذه الوكالة مؤرخه وممضاة وتحميل اسم الوكيل وعنوانه<sup>5</sup>.

حسب المادة 04 من المرسوم سالف الذكر يتضمن طلب تسجيل العلامة ما يلي:

– طلب تسجيل يقدم في الاستمارة الرسمية يتضمن اسم المودع وعنوانه الكامل

<sup>1</sup> المادة 13 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، ص25.

<sup>2</sup> Institut National Algérien de la Propriété Industrielle.

<sup>3</sup> المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 68-98 المؤرخ في 21/02/1998 المتعلق بإنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، ج ر عدد 11، الصادرة بتاريخ 21/08/2005، ص22.

<sup>4</sup> فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، المحل التجاري والحقوق الفكرية، القسم الثاني، ابن خلدون للنشر والتوزيع، وهران الجزائر، د.ط، سنة 1998، ص 233.

<sup>5</sup> المادة 05 و 06 و 07 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المتعلق بكيفية إيداع العلامات وتسجيلها، ص12.

- صورة العلامة (صورة ملونة) ومقاسها لا يتعدى إطار محدد (9×9 سم)
- قائمه واضحة وكاملة للسلع والخدمات
- وصل يثبت دفع الرسوم الإيداع في حالة تمثيل المودع من قبل الوكيل يجب أن يرفق طلب التسجيل بنسخه من الوكالة<sup>1</sup>.

**ب- عملية الفحص:** يقصد بالفحص عملية يقوم بها المعهد الوطني الجزائري بفحص الطلب المودع إذا كان مستوفي للشروط و الإجراءات القانونية، حسب المواد 04 إلى 07 من المرسوم التنفيذي 05-277.

يفحص إيداع الطلب من ناحية الشكل حيث جاء في نص المادة 10 من المرسوم التنفيذي سالف الذكر على أنه في حالة عدم ذكر احد بيانات الإلجارية و عدم إدراج المستندات في الملف يحق للمعهد الوطني رفض الإيداع، ويجوز له في حالة مخالفة مادية أو عدم دفع الرسوم يمنح للمودع مهلة شهرين لتصحيح إيداعه ويمكن تمديد نفس المدة عند الاقتضاء بناء على طلب معلل من صاحب الطلب، وفي حال عدم قيام بالتسوية خلال هذه المدة المحددة قانونا يرفض طلبه لتسجيل العلامة ولا تسترد الرسوم المدفوعة<sup>2</sup>.

أما من ناحية المضمون نصت عليه المادة 11 من المرسوم التنفيذي 05-277 على أنه تقوم المصلحة المختصة بالبحث إذا كانت العلامة مطابقة للقانون أم لا أي بالنظر لأسباب الرفض المذكورة في المادة 7 الأمر 03-06 وعند النظر من عدم وجود أي سبب من أسباب الرفض فإن المصلحة تقوم بتسجيل العلامة<sup>3</sup>.

أما إذا تبين وجود تشابه بين العلامة المسجلة أو اسم تجاري يتميز بالشهرة في الجزائر وعلامة قدم طلب إيداع تسجيلها طبقا للفقرتين 08 و 09 من المادة 07 من الأمر 03-06 فإن المعهد الوطني يأخذ بعين الاعتبار الموافق الكتابية لصاحب الحق الأسبق<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، المتعلق بكيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، مرجع سابق، ص12.

<sup>2</sup> المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، نفس المرجع، ص12.

<sup>3</sup> المادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، نفس المرجع، ص12.

<sup>4</sup> المادة 4/12 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، نفس المرجع، ص12.

## ثانيا: عملية تسجيل ونشر و تجديد العلامة التجارية

نتطرق من خلال هذا الجزء إلى عملية تسجيل العلامة التجارية لنتقل بعدها لإجراء التجديد كما سيأتي:

أ- **عملية التسجيل:** التسجيل هو الإجراء الذي يقوم به مدير المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، قيد العلامة في السجل الخاص الذي يمسكه المعهد من تاريخ التسجيل، غير أن المشرع الجزائري بين للتسجيل اثر رجعي أي مدة التسجيل يبدأ حسابها من تاريخ الإيداع ويهدف ذلك إلى حماية المودع ضد الغير الذي قد يقوم بإيداع لاحق وقد يتم تسجيل علامته أولا<sup>1</sup>.

وتنص المادة 15 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 على أنه تمنح شهادة تسجيل من طرف المعهد لصاحب التسجيل أو وكيله، يمكن لكل من له مصلحة الحصول على شهادة تعريف تضم كل البيانات المقيدة في السجل، و كل هذا بعد دفع الرسوم المستحقة<sup>2</sup>.

ب- **عملية النشر:** عملية النشر يتكفل بها المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويقصد بها إيداع عناصر الملكية الصناعية، و إن صاحب المؤسسة أو صاحب عنصر الملكية الصناعية تقع على عاتقه مصاريف النشر<sup>3</sup>.

وبتوفر العلامة على الشرطين الشكلي والموضوعي يتم قبولهما من طرف المعهد الوطني للملكية الصناعية، ويتم نشر العلامة عن طريق نشر الإيداع ضمن المنشور الرسمي للملكية الصناعية<sup>4</sup> (B.O.P.I)<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> رمزي حوحو كاهنة الزواوي، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى القانوني، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد الخامس، ص39.

<sup>2</sup> المادة 15 من المرسوم التنفيذي 05-277، المتعلق بكيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، مرجع سابق، ص13.

<sup>3</sup> فرحة زراوي، الكامل في القانون التجاري، مرجع سابق، ص238.

<sup>4</sup> المادة 29 و 30، من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، المتعلق بكيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، مرجع سابق، ص14.

<sup>5</sup> Le Bulletin officiel de la propriété industrielle - الجريدة الرسمية للملكية الصناعية

**ج- عملية التجديد:** يقصد بتجديد العلامة إيداع جديد لها بعد إنتهاء فترة صلاحيتها ويقدم الطلب إلى المعهد الوطني للملكية الصناعية ، حيث منح المشرع الجزائري في المادة 17 من المرسوم التنفيذي 05-277 صاحب العلامة إمكانية طلب تجديد العلامة لفترات متتالية تقدر بـ 10 سنوات<sup>1</sup>.

كما جاء في المادة 18 من المرسوم التنفيذي سالف الذكر على أنه يقدم الطلب في مهلة 6 أشهر قبل إنقضاء التسجيل التي تسبق إنقضاء التسجيل أو 6 أشهر التي تلي إنقضاء التسجيل مع دفع رسوم التسجيل<sup>2</sup>.

وعليه نصت المادة 20 من المرسوم التنفيذي سالف الذكر على أنه يتطلب كل تعديل في نموذج العلامة أو إضافة في قائمه السلع أو الخدمات إيداعا جديدا، وتبقى أولوية التسجيل السابق سارية المفعول حتى في حالة شطب هذا التسجيل<sup>3</sup>.

#### الفرع الثاني: الشروط الموضوعية

حتى تصح العلامة التجارية يجب أن تتضمن جملة من الشروط من بينها التمييز والجدة والمشروعية.

#### أولا: الطابع المميز للعلامة التجارية

تنص المادة 02 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات على أن: "...العلامات: كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي.. التي تستعمل كلها لتمييز<sup>4</sup> سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره"<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> المادة 17، من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، المتعلق بكيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، مرجع سابق، ص13.

<sup>2</sup> المادة 18، من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، نفس المرجع، ص13.

<sup>3</sup> المادة 20، من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، نفس المرجع، ص13.

<sup>4</sup> التمييز: إن صفة التمييز لا تعني بها صفة الإبداع بل المقصود هو التمييز بمفهومه البسيط تمييز المنتجات والسلع والخدمات عن غيرها والمثابهة لها ومنع اختلاطها حتى لا يقع المستهلك في الغلط والالتباس. سمير جميل حسين الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، د.ط، سنة 1998، ص270.

<sup>5</sup> المادة 02 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية، مرجع سابق، ص23.

كما أوضحت نفس المادة في فقرة 7 حيث صرحت أنه يستثنى من التسجيل الرموز الخاصة بالملك العام أو المجردة من صفة التمييز<sup>1</sup>.

و نستنتج من المادتين أعلاه لتمييز السلع أو الخدمات عن غيرها والمماثلة لها يشترط أن تكون جميع تلك السمات متوفرة، إستبعد المشرع الجزائري الرموز الخاصة بالملك العام من صفة التمييز، ومؤخرا وجد المشرع الجزائري فراغا في هذا المجال من خلال الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، فقام بتحديد سمات التي يحظر استخدامها كعلامة وهنا نستخلص أنه إنتهج منهج المشرع الفرنسي.

### ثانيا: جدية العلامة التجارية ومشروعيتها

لابد أن تتسم العلامة التجارية بالجدة والمشروعية وهو ما سنتناوله من خلال هذا الجزء كالاتي:

أ- أن تكون العلامة جديدة: لم يشترط المشرع الجزائري بصراحة في الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات إلى شرط الجدة<sup>2</sup>، ولكن يستتبط ذلك من خلال المادة 07 فقرة من الأمر السالف الذكر على أنه: " تستثنى من التسجيل: ... الرموز المطابقة أو المشابهة لعلامة كانت محل طلب التسجيل"<sup>3</sup>، وبمعنى ذلك لا يقبل بعلامة ليست جديدة أي تلك التي تم تسجيلها و تتمتع بحماية قانونية.

فالأساس هو ألا يكون عليها أي حق من أي منافس في نفس المجال عند وضع طلب تسجيل العلامة يمكن تسجيلها من الناحية القانونية وتتخذ علامة لم يسبق للغير أن اكتسب حقوقا عليها<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> المادة 07 من الأمر رقم 03-06، نفس المرجع، ص23.

<sup>2</sup> الجدة: يقصد بالجدة هنا هو الجدة في الإستعمال وتمنع اللبس والتظليل بالنسبة للمستهلك، وليس المطلوب في إنشاء ابتكار علامة. فاضلي إدريس، مرجع سابق، ص269.

<sup>3</sup> المادة 07 فقرة 9 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، ص24.

<sup>4</sup> رمزي حوحو كاهنة الزواوي، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص38.

– إن شرط الجودة شرط غير مطلق إنما هو شرط مقيد من ثلاث نواحي، من حيث صنف المنتجات وصنف الزمان و المكان.

**1- من حيث صنف المنتجات:** الهدف الأساسي للعلامة هو تمييز المنتجات ومنع الخلط بينهما كما أنها لا تؤدي إلى اللبس أو تضليل المستهلك، ويمكن إستعمال نفس العلامة على منتجات مختلفة و متباينة أي من صنف آخر، و ذلك بشرط الجودة متوفر إذا ما تم إستعمال علامة تجارية، مثل: علامة التجارية ( سامسونج- SAMSUNG )<sup>1</sup> لتمييز الهواتف عن بعضها، و تستعمل نفس العلامة لتمييز منتجات أخرى غيرها<sup>2</sup>.

**2- من حيث الزمان:** أورد المشرع الجزائري بنص المادة 2/05 من الأمر 06-03 والتي تنص على أنه: " تحدد مدة تسجيل العلامة ب 10 سنوات تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ إيداع الطلب"<sup>3</sup>. حيث نستخلص أن المشرع الجزائري نص على مدة حماية العلامة التجارية هي 10 سنوات قابلة للتجديد كل 6 أشهر.

وإذا انقضت مدتها ولم يتقدم بطلب تجديد خلال المدة المقررة، يعتبر العلامة جديدة حتى وإذا إستعملت من طرف شخص آخر و لا يعتبر تعديا عليها ، وهنا يحق لشخص آخر أن يستعمل هذه العلامة بشرط ألا تفقد صفتها المميزة وأصبحت في الملك العام وأصبح إستعمالها مباحا للجمهور<sup>4</sup>.

**3- من حيث المكان:** إن إستعمال العلامة التجارية لا يقتصر على منطقة أو جزء من الدولة المسجل بها العلامة وإنما يشمل الدولة بكامل إقليمه، حيث لا يستطيع التاجر المنافس إستعمال ذات العلامة في جزء آخر من الإقليم، بينما إستعمال العلامة في الإقليم الأجنبي لا يفقد عنصر الجودة في العلامة التجارية عند إستعمالها في الإقليم الوطني إلا إذا كانت هذه

<sup>1</sup> شركة سامسونج: هي أكبر شركة تجارية كورية جنوبية تختص في صناعة الإلكترونيات تأسست في 1 مارس 1938.

اطلع على: ar.wikipedia.org تاريخ التصفح 2023/04/13 على الساعة 09:25 .

<sup>2</sup> سمير جميل حسين الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، مرجع سابق، ص282.

<sup>3</sup> المادة 05 فقرة 2، الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات التجارية، مرجع سابق، ص23.

<sup>4</sup> أمنة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية، مرجع سابق، ص81.

العلامة مسجلة في الجزائر وبالتالي فالحماية لا تمتد إليها وفقا لتشريع الجزائري إلا إذا تم تسجيلها داخل الجزائر<sup>1</sup>.

ب- **مشروعية العلامات التجارية:** يقصد بمشروعية العلامة التجارية هذا ألا يحضر إستعمالها بموجب القانون الوطني و الاتفاقيات الدولية أو العلامات المخالفة للنظام العام والآداب العامة<sup>2</sup>.

وتنص المادة 07/4 من الأمر 03-06 على أنه: "تستثنى من التسجيل: ... الرموز المخالفة للنظام العام أو الآداب العامة أو الرموز التي يحظر إستعمالها بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها"<sup>3</sup>، حيث كان المشرع الجزائري صريحا في التي يتم طلب تسجيلها بأن لا تخالف النظام العام والآداب العامة والأخلاق الحسنه حيث شرط المشروعية يوفر للعلامة التجارية الحماية القانونية، فلا يمكن للعلامة ماسة بالحياء العام أو تتضمن أو عبارات أو صور مخلة بالآداب العامة وكذا الصور والرسومات والأشكال الفاضحة، أو بمعنى آخر كل الرموز التي يحظرها القانون .

وهذا بالإضافة إلى أن المشرع الجزائري جعل من التاجر أو الصانع الأجنبي يتعرض لرفض إيداع علامته إذا إعتبرت غير مشروعه في الجزائر ولو كانت التسمية المختارة كعلامة غير مخالفة للنظام العام والآداب العامة في بلاده<sup>4</sup>.

كما يجب استبعاد الرموز التي تحمل من بين عناصرها نقلا أو تقليد شعارات رسمية أو أعلام أو شعارات أخرى، أو رسم مختصر أو رمز أو إشارة أو دمغة رمزية تستخدم للرقابة

<sup>1</sup> صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا و دوليا، دار الثقافة للنشر والتوزيع، د.ط، سنة 2015، ص142.  
<sup>2</sup> **النظام العام:** هو مجموعة القواعد والوسائل الأمنية التي توفر الحماية العامة للمواطنين وجميع الأفراد والمجتمع عامة -  
**الآداب العامة:** هي مجموعة القواعد والنظم والتقاليد السائدة التي تحكم السلوك السوي أخلاقيا في مجتمع معين وفي وقت معين. عزالدين مسعود، حقيقة النظام العام و الآداب العامة، متوفر على الموقع الإلكتروني [www.asjp.cerist.dz](http://www.asjp.cerist.dz) تاريخ التصفح 2023/04/15 على الساعة 10:36.

<sup>3</sup> المادة 07/4 الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق ص23.

<sup>4</sup> فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، مرجع سابق، ص201.



والضمان من طرف الدولة أو منظمة مشتركة بين الحكومات أنشئت بموجب اتفاقية دولية إلا إذا رخصت لها السلطة المختصة لهذه الدولة المنظمة بذلك<sup>1</sup>.

يختلف النظام العام والآداب العامة من مجتمع لآخر فهي ترتبط بالعادات والتقاليد، وترتبط بالدين، وعليه يمكن أن يرفض إيداع علامة تاجر أو الصانع الأجنبي إذا إعتبرت غير مشروعة في الجزائر ولو كان التسمية المختارة علامة غير مخالفة للنظام العام والآداب العامة في بلاده<sup>2</sup>.

ونستخلص في الأخير أنه في قانون العلامات الشروط اللازم توفرها في العلامة التجارية كونها مميزة وجديدة ومشروعة، فإذا فقدت إحدى هذه الشروط فإنها تعتبر باطلة سواء تم تسجيلها أو لم يتم للمصلحة المختصة، ولا تصبح علامة تجارية وفقا للقانون.

### المطلب الثاني: آثار تسجيل العلامة التجارية

من أهم الآثار التي تترتب على تسجيل العلامة الحق في الحماية، وهي الغاية التي يصبو إليها أي صانع أو تاجر، لأن حماية العلامة التجارية هي من الضروريات التي تبنى عليها عملية المنافسة، فتسجيل العلامة يخول لصاحبها أحقية منع الغير من استغلال علامته إلا بإذنه، وفي إطار تحقيق ذلك فقد زود الأمر 03-06 مالك العلامة بحماية متعددة جزائية ومدنية وإجراءات التحفظية ناهيك عن القواعد العامة في قانون العقوبات<sup>3</sup>.

كما يترتب على تسجيل العلامة تجارية آثار قانونية هامة كإكتساب الحق في العلامة والتصرف فيها بكافة التصرفات (الفرع الأول) و إنقضاء الحق في العلامة (الفرع الثاني).

<sup>1</sup> المادة 07 فقرة 5 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، ص24.

<sup>2</sup> فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، مرجع سابق، ص230.

<sup>3</sup> مريم شباح مريم عطوي، النظام القانوني للعلامة التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، مكتبة الوفاء القانونية للنشر، الإسكندرية مصر، الطبعة الأولى، سنة 2021، ص64.

## الفرع الأول: إكتساب الحق في العلامة

بعد إستفتاء الشروط الموضوعية والشكلية يترتب على تسجيل العلامة آثار قانونية هامة تتمثل في ثبوت الملكية لصاحب العلامة التجارية، وكما هو معروف في القانون أن حق ملكية تترتب عنه كل من حق الإستعمال والاستغلال وكل التصرفات الجائزة قانونا بيعا ورهن وترخيصا.

## أولا: إحتكار إستعمال العلامة

يقصد بإحتكار إستعمال العلامة كل من قام بتسجيل العلامة لدى المصلحة المختصة يعتبر ملكا لها ويتمتع بالحماية القانونية المحددة ب 10 سنوات قابلة للتجديد لفترات متتالية، وهذا بنص المادة 05 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات<sup>1</sup>.

لذلك فإن إحتكار العلامة يعتبر حقا مؤقتا وليس دائما، و تجديد التسجيل والاستمرار في إستعمالها ، لا يؤدي لزوال حقه في العلامة إستعمال الجدي والتجديد المستمر حتى يضمن لنفسه دوام إستعمال العلامة<sup>2</sup>.

وبالتالي فإن صاحب العلامة مهدد بفقد الحق في العلامة التي قام بتسجيلها خلال المدة التي حددها القانون 10 سنوات من تاريخ إيداع طلب التسجيل أو إعادة تسجيل وإذا انقطع عن إستعمالها ترتب إبطالها أي فقد حقه فيها باستثناء الحالات التي نص عليها المشرع الجزائري في المادة 11 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات وهي:

- إذا لم يستغرق عدم الإستعمال أكثر من 03 سنوات دون انقطاع
- إذا قام مالك العلامة قبل إنتهاء هذا الأجل بتقديم الحجة بأن ظروف عسيرة حالة دون إستعمالها، هذه الحالة يسمح بتمديد الأجل إلى سنتين على الأكثر<sup>3</sup>.

إلا أن الحق في إحتكار إستعمال العلامة هو حق نسبي وليس حق مطلق، أي إستعمال العلامة يقتصر فقط على السلع أو الخدمات التي سجلت من أجلها دون أن يتعدى

<sup>1</sup> المادة 05 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، ص23.

<sup>2</sup> رمزي حوحو كاهنة الزواوي، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص40.

<sup>3</sup> المادة 11 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، ص24.

إلى السلع أو الخدمات المختلفة، حيث لا يمكن لصاحب العلامة أن يطالب بحقه في العلامة في مواجهه الكافة، حيث يمكنه الاحتجاج بحقه في مواجهه الذين يزولون نفس النوع من النشاط الذي يزاوله هو، أي لا يمكن أن يحتج على كل من إستعمل نفس العلامة التي يملكها حتى على منتجات أو خدمات غير مشابهة أو مختلفة<sup>1</sup>.

### ثانيا: حق التصرف في العلامة

يقصد بحق التصرف في العلامة بعد تسجيلها يخول لمالك العلامة الحق في إستغلالها والتصرف فيها والذي يترتب عنه الإنتقال في الحق ورهنها وقد تكون موضوع رخصه، وهذا ما سنتطرق إليه كالتالي:

أ - الإنتقال الحق في العلامة: نصت المادة 14 من الأمر 03-06 على أنه " بمعزل عن التحويل الكلي أو الجزئي للمؤسسة، المخولة عن طلب التسجيل أو تسجيل العلامة كليا أو جزئيا أو رهنها ". أي يمكن التصرف في العلامة عن طريق البيع، ويجوز بيعها كليا أو جزئيا، بجميع السلع والخدمات التي سجلت من أجلها<sup>2</sup>.

يقصد بالإنتقال الحق في العلامة هو تحويل الكلي أو الجزئي للمؤسسة وإذا تم البيع بصورة كلية جاز للمشتري استغلاله على جميع تلك السلع والخدمات، أما إذا تم البيع على جزء منها فقط أي تم التنازل عن إحتكار إستغلالها بالنسبة لبعض السلع والخدمات المسجلة لأجلها العلامة دون البعض، فلا يحق للمشتري أن يستغلها في غير ما نص عليه العقد، وإلا اعتبر مقلدا ومنافسا للبائع منافسة غير مشروعة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، مرجع سابق، ص338.

<sup>2</sup> المادة 14 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، ص25.

<sup>3</sup> عجة الجبلاي، منازعات العلامات الصناعية والتجارية، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية و الاقتصادية والسياسية، جامعة الجزائر، عدد 01، سنة 2009، ص291.

وإشترط المشرع الجزائري في المادة 15 فقرة 1 من الأمر 03-06 طائفة البطلان لإنتقال الحق في العلامة الكتابة وإمضاء الأطراف في وقت النقل أو رهن العلامة المودعة المسجلة<sup>1</sup>.

وحسب المادة 22 من المرسوم التنفيذي 05-277 أوجب قيد نقل تلك الحقوق في سجل العلامات لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ، بناء على احد الأطراف معينة وافق طلب القيد بكل وثيقة وعقد يثبت النقل نافذا في مواجهه الغير منذ تسجيله في سجل العلامات<sup>2</sup>.

ب - رهن العلامة : يمكن أن تكون العلامة التجارية محل رهن وذلك إما عن طريق رهن المحل التجاري باعتبارها عنصرا من عناصره، وفي هذه الحالة يتم النص على العلامة محل الرهن في قائمه العناصر المرهونة<sup>3</sup>.

اشترط المشرع الجزائري الكتابة وإمضاء الأطراف المتعاقدة مهما كانت طريقه رهن العلامة، بالإضافة إلى الشروط الموضوعية والشكل هي الواجب توفرها في الرهن ، كما أوجب قيد الرهن في سجل العلامات الذي يمسكه المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية<sup>4</sup>.

ج - رخصة استغلال العلامة: نصت المادة 16 من الأمر 03-06 على أنه: " يمكن أن تكون الحقوق المرتبطة بالعلامة موضوع رخصه استغلال واحدة إستثنائية أو غير إستثنائية<sup>5</sup>، لكل أو لجزء من السلع أو الخدمات التي تم إيداعه تسجيل العلامة في شأنها"<sup>6</sup>.

<sup>1</sup> المادة 15 فقرة 1 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، ص25.

<sup>2</sup> المادة 22 من المرسوم التنفيذي 05-277 المتعلق بكيفيات إيداع العلامات، مرجع سابق، ص14.

<sup>3</sup> رمزي حوحو كاهنة الزواوي، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 41 .

<sup>4</sup> سمير جميل حسين الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، مرجع سابق، ص 310 .

<sup>5</sup> الترخيص الإستثنائي: بمقتضاه يكون للمرخص له وحده استعمال العلامة محل الترخيص - الترخيص غير الإستثنائي:

في هذه الحالة يكون للمرخص إمكانية منح ترخيص آخر للغير. سمير جميل حسين الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق

القوانين الجزائرية، مرجع سابق، ص309.

<sup>6</sup> المادة 16 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، ص25.

ويقصد برخصة استغلال العلامة، العقد الذي يمنح بواسطته صاحب العلامة للغير الحق باستغلال علامته كلياً أو جزئياً، و حسب المادتين 23 و 24 تنص على أنه يقيد عقد الترخيص وتجديده أو تعديله في سجل العلامات مقابل الدفع الرسوم المستحقة، يرفق طلب قيد الرخصة بعقد الترخيص أو مستخرج مطابق له ولا تكون الرخصة نافذة في مواجهه الغير إلا بعد تسجيلها في سجل العلامات<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: إنقضاء الحق في العلامة التجارية

نص المشرع الجزائري على جملة من الشروط التي يجب توفرها حتى يكتسب صاحب العلامة حقا قانونيا في علامته، وبين المشرع الحالات التي ينقضي فيها هذا الحق وقد يكون مصدرها في إرادة صاحبها (الفرع الأول) التي تعد احد أسباب إنقضاء الحق في العلامة، هذا لا يعني أنه لا توجد أسباب خارجه عن إرادته (الفرع الثاني) و التي نبينها في العناصر التالية:

#### أولاً: إنقضاء العلامة بناء على إرادة صاحبها

يمكن أن ينقضي الحق في العلامة لسبب راجع لإرادة صاحبها ويتعلق الأمر بعدم تجديد التسجيل أو بالتخلي عن العلامة.

أ- حالة عدم تجديد تسجيل العلامة التجارية: نصت المادة 05 فقرة 2 من الأمر 03-06 على أنه بعد تسجيل لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية تكتسي العلامة حماية قانونية<sup>2</sup>، وتسري هذه الحماية لمدة 10 سنوات قابلة للتجديد في أجل 6 أشهر التي تسبق إنقضاء التسجيل أو 6 أشهر التي تلي إنقضاء التسجيل<sup>3</sup>.

وعليه نستنتج أن المشرع الجزائري منح لصاحب العلامة مدة مقررة حتى يضمن بقاء حقه في العلامة، أما إذا لم يتم بطلب تجديد العلامة وانقضت المدة المقررة، فإن الحق في

<sup>1</sup> المادة 23 و 24 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المتعلق بكيفيات إيداع العلامات، مرجع سابق، ص14.

<sup>2</sup> المادة 05 فقرة 2 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، ص23.

<sup>3</sup> المادة 18 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المتعلق بكيفيات إيداع العلامات، مرجع سابق، ص13.

العلامة قد سقط ويكون من حق كل شخص أن يطلب تسجيلها باسمه<sup>1</sup>.

ب- حالة التخلي عن العلامة: ويقصد بالتخلي عن العلامة العدول عنها بطلب مكتوب من طرف مالك العلامة ويكون هذا العدول جزئي أو كلي، ويترتب عن التخلي على العلامة انقضاؤها فتصبح من المال العام و يجوز لأي شخص طلب تسجيلها وإستغلالها دون الحاجة لموافقة المتخلي<sup>2</sup>.

طبقا للمادة 19 من الأمر 03-06، حيث يمكن العدول عن تسجيل ولكل أو جزء من السلع أو الخدمات التي سجلت من أجلها<sup>3</sup>.

و حسب نص المادة 25 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 يتم العدول على طلب مالك العلامة سواء كان جزئي أو كلي عن التسجيل لدى المصلحة المختصة بناء على طلب المالك، وفي حالة ما إذا قدم طلب العدول من قبل وكيل فيجب أن يرفق الطلب بوكالة خاصة تكون مؤرخه و ممضاة، تتضمن اسم الوكيل وعنوانه، ويجب أن يقيد في سجل العلامات بحيث أنه لا يكون العدول نافذا في الغير إلا بعد تسجيله<sup>4</sup>.

#### ثانيا: إنقضاء العلامة بغير إرادة صاحبها

أ - حالة البطلان: يقصد ببطلان العلامة في التشريع الوطني هو بطلان التسجيل ويسري الإبطال بأثر رجعي أي من يوم تسجيل العلامة ، يكون من طرف الجهة القضائية وذلك بطلب من المصلحة المختصة أو من الغير عندما يتضح أن التسجيل تم بمخالفة الأحكام القانونية المذكورة في المادة 07 الفقرات 1 إلى 9 من الأمر 03-06 المذكور سابقا<sup>5</sup>.

كما تنص المادة 20 فقرة 2 من الأمر 03-06 على تقادم دعوى الإبطال بخمس سنوات ابتداء من تاريخ التسجيل العلامة، وفي حالة إذا كانت العلامة تفتقد لصفة التمييز

<sup>1</sup> عجة الجبالي، منازعات العلامات الصناعية والتجارية، مرجع سابق، ص 296.

<sup>2</sup> فاضلي إدريس المدخل إلى الملكية الفكرية، مرجع سابق، ص 293.

<sup>3</sup> المادة 19 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، ص 25.

<sup>4</sup> المادة 25 و 26 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، المتعلق بكيفيات إيداع العلامات، مرجع سابق، ص 14.

<sup>5</sup> رمزي حوحو كاهنة الزواوي، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 42.

قبل تسجيلها، ثم اكتسبت هذه الصفة بعد قيد تسجيلها في سجل العلامات لدى المعهد، فإنه لا يمكن إقامة دعوى لإبطال تسجيل هذه العلامة على أساس أنها لم تكن تتمتع بصفة تمييز<sup>1</sup>.

و نستنتج من فقرات المادة 07 من الأمر 06-03 يكمن الفرق بين الحالتين أنه في حالة البطلان المطلق يكون لكل ذي مصلحة أن يتمسك به وذلك في أي مرحلة كانت عليها الدعوى أمام القضاء لأنه يتعلق بالنظام العام، أما في حالة البطلان النسبي فلا يثبت حق التمسك به إلا لمن تقرر لمصلحته قانونا ولا يجوز للمحكمة أن تثيره من تلقاء نفسها<sup>2</sup>.

**ب- حالة عدم الإستعمال:** تنص المادة 11 في فقرة 2 من الأمر 06-03 على أنه: " يترتب على عدم إستعمال العلامة إبطالها ما عاد في الحالات التالية:

- إذا لم يستغرق عدم الإستعمال أكثر من ثلاث سنوات دون انقطاع.
- إذا لم يقم مالك العلامة قبل إنتهاء هذا الأجل بتقديم الحجة بأن ظروف عسيرة حالة دون إستعمالها، ففي هذه الحالة يسمح بتمديد الأجل إلى سنتين على الأكثر<sup>3</sup>.

وعليه نستخلص إذا لم يقم مالك العلامة بإستعمالها إستعمالا جديا لمدة ثلاث سنوات متتالية، فيترتب عن ذلك إبطالها، إلا إذا أثبت مالك العلامة أن ظروفها عسيرة فيمكن أن يمنح له أجلا إضافيا لإستعمالها ولا يتجاوز سنتين<sup>4</sup>.

ونلخص من كل ما تقدم أن المشرع الجزائري أعطى للعلامة التجارية أهميه بالغة من حيث تنظيمها القانوني، ووضع لها حماية قانونية لازمة وشروط دقيقة من أجل الاعتراف بعلامة تجارية معينة، وكل ذلك من خلال الإجراءات الشكلية والموضوعية في تسجيل العلامة وما يترتب من نشوء الحق عليها، كما بين طرق هذا الحق كيف ينشأ و متى ينقضي حتى يكون أصحاب العلامات على علم بحدود حقهم .

<sup>1</sup> المادة 20 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، ص20.

<sup>2</sup> سمير جميل حسين الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، مرجع سابق ص314 .

<sup>3</sup> المادة 11 فقرة 2 من الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، ص24.

<sup>4</sup> رمزي حوحو كاهنة الزواوي، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 43.

## الفصل الثاني :

الحماية القانونية للعلامة التجارية



تعد العلامة التجارية من أهم عناصر الملكية التجارية للمشروع التجاري، وتقوم بدور هام في إنجاح هذا المشروع وتمنحه صفة التمييز لمنتجاته وخدماته عن غيره من المشاريع التجارية المنافسة له.

وتعتبر العلامة التجارية أحد أهم العناصر المعنوية للمحل التجاري، التي تمنح مالكيها حقوق الملكية التامة كحق الإستعمال والإستغلال والتصرف الجائز قانونا، بإعتبارها مالا منقولا معنويا ذات قيمة اقتصادية عالية.

أحاط المشرع الجزائري العلامة بحماية من أجل الحفاظ عليها من أي تعدي يقع عليها من قبل المتنافسين في السوق التجاري.

وجاءت هذه الحماية استجابة للاتفاقيات الدولية المبرمة في هذا المجال مع تحرر التجارة الدولية و إنتقال الأموال مما أدى إلي زيادة المنتجات وتنوعها، وبذلك حتمية وضع نظام قانوني لحماية العلامات التجارية المشهورة من الإعتداءات.

ألقينا الضوء من خلال هذا الفصل على الحماية الوطنية للعلامة كأول مرحلة مبحث أول، لننتقل بعدها إلى التطرق للحماية الدولية مبحث ثاني.

## المبحث الأول: الحماية الوطنية للعلامة التجارية

تكتسي العلامة التجارية أهمية بالغة نظرا للدور الذي تؤديه في تحقيق النمو الاقتصادي، ما أدى إلى تعدد أشكال التعدي الواقع عليها سواء عن طريق التقليد الكلي أو الجزئي للعلامة و تزويرها وترجمتها كما نجد هناك العديد من العلامات التجارية التي امتدت شهرتها لتشمل كافة دول العالم وأصبحت راسخة في ذهن المستهلكين نظرا لتمتعها بالجودة و الضمان وهو ما جعلها عرضة للتعدي أكثر من غيرها من العلامات خاصة في مجال المنتجات الاستهلاكية الأمر الذي تطلب ضرورة مكافحة كافة أنواع التعدي على العلامة التجارية، و بسط الحماية القانونية اللازمة لها.

ولقد كان الأمر 66-57 المؤرخ في 19 مارس 1966 المتعلق بعلامات المصنع و العلامات التجارية<sup>1</sup> إلى غاية صدور الأمر 03-06 المتعلق بتنظيم العلامات المؤرخ في 19 جويلية 2003 الملغى له يتضمن عديد الأحكام التي تمهد إلى حماية العلامة التجارية جزائيا و مدنيا إلا أن تعدد أشكال التعدي على العلامة من جهة و تطور مفهوم العلامة التجارية التي أصبحت تشمل علامات الخدمة و العلامات المشهورة جعلت المشرع يتدخل من أجل إعادة إعطاء مفهوم للعلامة التجارية يتناسب مع التحولات الاقتصادية على المستويين الداخلي و الدولي<sup>2</sup>.

### المطلب الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

من المسلم به أن أي حق يتمتع بحماية مدنية وفقا للقواعد العامة في المسؤولية، التي تعتبر بمثابة المظلة التي تستظل بها كافة الحقوق أيا كانت نوعها و هي مقررّة لجميع الحقوق، وقد كفلتها كافة التشريعات المختلفة .

<sup>1</sup> الأمر رقم 66-57 مؤرخ في 19 مارس سنة 1966، يتعلق بعلامات المصنع و العلامات التجارية الجزائري، الجريدة الرسمية عدد 23، المؤرخة في 22 مارس 1962.

<sup>2</sup> ميلود سلامي، دعوى المنافسة غير المشروعة، مجلة دقاتر السياسة و القانون، العدد6، جانفي 2012، ص 177.

والحق في العلامة التجارية يندرج تحت مظلة الحماية المدنية إذ يحق لمن وقع تعد على حقه في العلامة التجارية أن يرفع دعوى مدنية على المتسبب في ذلك الإعتداء مطالباً إياه بالتعويض، تأسيساً على المنافسة غير المشروعة متى توافرت شروطها<sup>1</sup>.

### الفرع الأول: تعرض العلامة للمنافسة غير المشروعة

تعتبر الحماية المدنية الوسيلة الوحيدة لحماية العلامة التجارية سواء كانت مسجلة أو غير مسجلة، فيجوز لصاحب العلامة أن يرفع دعوى مدنية على من تعدى على حقه في العلامة للمطالبة بالتعويض، وتستمد هذه الحماية قواعد العامة في المسؤولية المدنية، ويمارس صاحب العلامة التجارية غير المسجلة الحماية المدنية للحق في علامته من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة<sup>2</sup>.

### أولاً: تعريف المنافسة غير المشروعة

لصياغة تعريف شامل وجامع لدعوى المنافسة غير المشروعة لابد التطرق إلى التعريف القانوني والقضائي ثم إلى التعريف الفقهي.

#### أ- التعريف القانوني

جاء في نص المادة 27 من قانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية نجد المشرع الجزائري قد عرف المنافسة غير المشروعة في مجال العلامات تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في مفهوم أحكام هذا القانون، لا سيما منها الممارسات التي يقوم من خلالها العون الاقتصادي بما يأتي:

<sup>1</sup> صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، سنة 2010، ص 385.

<sup>2</sup> مريم شباح مريم عطوي، النظام القانوني للعلامة التجارية في القانون الجزائري و الإتفاقيات الدولية، مرجع سابق، ص117.

- تشويه سمعة عون اقتصادي<sup>1</sup> منافس بنشر معلومات سيئة تمس بشخصه أو منتوجاته أو خدماته.
- علامات الميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتوجاته أو الإشهار<sup>2</sup> الذي يقوم به قصد كسب زبائن وتشكيك المستهلك.
- استغلال مهارات تقنيه أو تجارية مميزة دون ترخيص من صاحبها<sup>3</sup>.
- و في إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية نجد الفقرة الثانية من المادة 10 من الإتفاقية تنص على أنه تعتبر من أعمال المنافسة غير المشروعة كل منافسة تتعارض مع العادات الشريفة في الشؤون الصناعية والتجارية، ويكون محظورا بصفة خاصة ما يلي:
  - مجموعة الأعمال التي تتعارض لبسا مع منشأة أحد المنافسين.
  - بعض الإجراءات المخالفة في مزاوله النشاط التجاري التي هدفها تظليل المستهلكين ونزع الثقة من منشأة احد المنافسين.
  - البيانات المزيفة التي تستعمل على المنتجات أو طريقه تصنيعها أو خصائصها<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> عون اقتصادي: كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفة القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها. إطلع على المادة 03 من القانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 أوت 2010، المعدل و المتمم لقانون 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر عدد 46، المؤرخة في 18 أوت 2010، ص4.

<sup>2</sup> الإشهار: كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة. إطلع على: المادة 03 من القانون رقم 10-06، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، نفس المرجع، ص3.

<sup>3</sup> المادة 27 من القانون رقم 04-02، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، نفس المرجع، ص6.

<sup>4</sup> المادة 10 من إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص14.

**ب- التعريف القضائي:**

وقد اجتهدت المحكمة العليا الجزائرية في تعريف المنافسة غير المشروعة على أنها كل عمل يتعارض مع الممارسات الشريفة و النزيهة في الشؤون الصناعية والتجارية<sup>1</sup>.

**ج- التعريف الفقهي:**

عرفها جوزيف نخلة سماحة بأنها: "خطأ مهني يرتكبه تاجر أو صناعي رغبه في منافع غير مشروع، على حساب بقيه منافسيه، يخالف فيه المبادئ القانونية والأخلاقية السائدة في التعامل، والإستقامة والأمانة المفرودتين في العرف التجاري"<sup>2</sup>.

كما عرفتھا الأستاذة نادية فضيل على أنها: "استخدام التاجر لأساليب غير سليمة بقصد التأثير على العملاء واجتذابهم"<sup>3</sup>.

ومن جهته عرفها الدكتور مصطفى كمال طه بأنها: "اعتماد التاجر على طرق مخالفة للقانون أو مخالفة للمبادئ الشريفة و الأمانة و المعاملات"<sup>4</sup>.

ومن خلال التعريفات السابقة نستنتج أن المنافسة غير مشروعة هي قيام التاجر أو الصانع أو المنافس بممارسات غير نزيهة مخالفة للقانون التي يقوم عليها النشاط التجاري بقصد جذب الجمهور وتحويل عملاء واستقطابهم من المتنافسين.

**ثانيا: شروط قيام دعوى المنافسة غير المشروعة.**

يشترط لقيام دعوى المنافسة غير المشروعة من جراء الإعتداء على العلامة التجارية، العناصر التي يتطلبها القانون لقيام المسؤولية وهي وجود أفعال المنافسة غير المشروعة أو

<sup>1</sup> مجلة المحكمة العليا، عدد خاص، التقليد في ضوء القانون والاجتهاد القضائي على ضوء قرارات المحكمة العليا الغرفة التجارية والبحرية، قسم الوثائق، المحكمة العليا، سنة 2012، ص13.

<sup>2</sup> جوزيف نخلة سماحة، المزاحمة غير المشروعة، دراسة قانونية مقارنة، مؤسسة عز الدين للطباعة والنشر، لبنان، الطبعة الأولى، سنة 1991، ص30.

<sup>3</sup> نادية فوضيل، القانون التجاري الجزائري، الديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، د.ط، سنة 2001، ص183.

<sup>4</sup> مصطفى كمال طه، القانون التجاري، الدار الجامعية للنشر، القاهرة، الطبعة 3، سنة 1991، ص633.

ما يسمى بالفعل و وجود ضرر جراء أعمال المنافسة غير المشروعة، وأخيرا علاقة السببية بين أفعال المنافسة غير المشروعة وإلحاق الضرر بالغير.

#### أ- الخطأ:

يقصد بالخطأ هو الإخلال بالتزام سابق، أي الإنحراف عن السلوك الواجب الذي يفرضه القانون وهو ما يطلق عليه التعدي<sup>1</sup>.

و يجب أن تكون منافسة لقيام عنصر الخطأ، وأن تكون هذه المنافسة غير مشروعة. والواقع أنه لا يوجد معيار محدد لاعتبار المنافسة غير مشروعة إلا أن هذه الأخيرة تكون عادة بإستخدام وسائل منافية للعادات والتقاليد والآداب المتبعة في مهنة التجارة، فالفعل الذي يقوم به التاجر أو الصانع والذي يتنافى مع مبادئ الاستقامة وتقاليد الأمانة المفروضة في التجارة وفي العلاقات التجارية يمكن إعتباره من أعمال المنافسة غير المشروعة، ولا يخفى أن مسألة اعتبار المنافسة فيما إذا كانت مشروعة أو غير ذلك، فالأمر متروك للقاضي ويمكن إثبات الأعمال غير المشروعة بجميع وسائل الإثبات بما فيها شهادة الشهود والقرائن<sup>2</sup>.

و إستقر الرأي لاعتبارها أن تتطوي على وسائل غير مشروعة، أي مخالفة للقانون أو الأعراف التجارية أو القواعد ومبادئ الأمانة والشرف، ويعود للمحكمة تقديم طبيعة المنافسة ما إذا كانت مشروعة أو غير مشروعة ولا يلزم أن يتوافر لدى من صدرت عنه هذه الأفعال قصد الأضرار أو سوء النية، بل يكفي الإمكان رفع دعوى المنافسة غير المشروعة أن يكون الخطأ غير عمدي، صادرا عن إهمال فقط، أي تنتفي فيه نية الإضرار بالغير<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> بسكري رفيقة، الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، جامعة باتنة 1 الجزائر، المجلد 06، العدد 02، سنة 2019، ص 413.

<sup>2</sup> صلاح زين الدين، الملكية الصناعية و التجارية، مرجع سابق، ص 387.

<sup>3</sup> بلمختار سعاد، الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة وشروطها، مجلة نوميروس الأكاديمية، المجلد 01 العدد 01، يناير 2020، ص 136.

ونسنتج من نص المادة 27 من القانون 10-06 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسة التجارية المذكورة سابقا أورد المشرع الجزائري بعض الممارسات التجارية غير النزيهة على سبيل المثال لا الحصر، ليبين أن صور الخطأ في المنافسة غير المشروعة يصعب حصرها نظرا للقدرات التي يتمتع بها بعض التجار غير الشرفاء في خلق وابتكار الأساليب غير النزيهة.

### ب- الضرر:

الضرر هو ذلك الأثر المترتب على الفعل غير المشروع، وهو إخلال محقق بمصلحة للمضروب ذات قيمة مادية أو معنوية<sup>1</sup>، ومن هذا التعريف يتضح أن الضرر نوعان:

- قد يكون ماديا: وذلك من خلال عملية اختطاف الزبائن وتحويلهم من طرف العون الاقتصادي المنافس بالقيام بوسائل منافية للعادات التجارية وأخلاقيات المهنة، ويترتب على ذلك إلحاق خسارة مادية بالمنافس أو فوات كسب .
- كما يمكن أن يكون الضرر معنويا: عن طريق الإساءة إلى سمعة المنافس ونزع الثقة منه ومن منتجاته أو بتحريض عماله على ترك العمل عنده والإضراب أو نشر الأقاويل عنه وهو ما قد يؤثر حتى على حياته الخاصة<sup>2</sup>.

نصت عليه المادة 28 من الأمر 03-06 المتعلق بتنظيم العلامات: " لصاحب تسجيل العلامة الحق في رفع دعوى قضائية ضد كل شخص إرتكب أو يرتكب تقليدا للعلامة المسجلة ويستعمل نفس الحق تجاه كل شخص إرتكب أو يرتكب أعمالا توحى بأن تقليدا سيرتكب"<sup>3</sup>، و إستثناء من القواعد العامة في دعوى المسؤولية التقصيرية، فإنه لا يشترط أن يكون الضرر قد تحقق بالفعل، بل يكفي في دعوى المنافسة غير المشروعة بالضرر

<sup>1</sup> بسكري رفيقة، الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص414.

<sup>2</sup> العمري صالحه، دعوى المنافسة غير المشروعة لحماية حقوق الملكية الصناعية في التشريع الجزائري، نشر بتاريخ

2010/06/01، على الموقع [www.asjp.cerist.dz](http://www.asjp.cerist.dz) تاريخ التصفح 2023/05/19 على الساعة 15:43.

<sup>3</sup> المادة 28 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية، مرجع سابق، ص26.

الاحتمالي أي يكون محتمل الوقوع كما لا يشترط أن يكون حالاً، بل يكفي أن يكون مستقبلاً من ذلك مثال ما<sup>1</sup>.

### ج- العلاقة السببية بين الخطأ و الضرر:

يشترط بالإضافة لتوفر هذين الشرطين مجتمعين إقامة علاقة سببية بين العمل غير المشروع الخطأ والضرر الناجم عنه، بحيث يكون الخطأ هو المتسبب الرئيسي والمباشر فيه، وذلك لإقرار المسؤولية، فإذا رجع الضرر لسبب أجنبي انعدمت علاقة السببية بينهما، بحيث لا يكون الخطأ هو السبب المنتج للضرر<sup>2</sup>.

إن واقعة إثبات العلاقة بين فعل المنافسة والضرر الذي من شأنها لتأثير على حرية إختيار العملاء لا تستند إلى عوامل ثابتة وسهلة التقويم نظراً إلى طبيعة عنصر الزبائن، ولذلك فإن إثبات علاقة السببية يقتضي الاعتماد في الغالب من الأحيان إلى قرائن بسيطة، أما في حالة الضرر المحتمل أو المستقبلي فلا وجود لرابطة السببية بين فعل المنافسة غير المشروعة والضرر، باعتبار أن هذا الأخير لم يتحقق بعد، ويقتصر طلب المدعي من المحكمة وقف فعل المنافسة غير المشروعة ولا يمتد ذلك إلى طلبا لتعويض بما أن الضرر لم يتحقق، واستخلاص لرابطة السببية بين الفعل والضرر هي من مسائل الواقع التي تختص بها محكمة الموضوع<sup>3</sup>.

### الفرع الثاني: الإثبات في دعوى المنافسة غير المشروعة و آثارها

بما أن العلامة تتعلق بالمواضيع التجارية فإن قاعدة حرية الإثبات تجوز فيها، كما أن دعوى المنافسة غير المشروعة و المرفوعة لحماية العلامة التجارية تحتاج إلى إثبات.

<sup>1</sup> بلمختار سعاد، الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة وشروطها، مرجع سابق، ص 137.

<sup>2</sup> صالحه العمري، دعوى المنافسة غير المشروعة، مرجع سابق، ص 20.

<sup>3</sup> صلاح زين الدين، الملكية الصناعية و التجارية، مرجع سابق، ص 390.



## أولاً: الإثبات

ينقسم الإثبات إلى نوعين إثبات عن طريق محضر الحجز الوصفي يترتب عليه حجز البضائع المقلدة، و الآخر إثبات عن طريق محضر المعاينة، و هذا ما سنتطرق إليه في العنصرين التاليين:

## أ- الإثبات عن طريق محضر الحجز الوصفي :

تنص المادة 39 من القانون 06-10 المعدل للقانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية على ما يلي: "يمكن حجز البضائع عند مخالفة أحكام المواد 4... و 27 فقرة 7 و 2 من هذا القانون أيا كان وجودها، و يجب أن تكون المواد المحجوزة موضوع محضر جرى وفق الإجراءات التي تحدد عن طريق التنظيم"<sup>1</sup>، و هو وضع بضائع و سلع عون اقتصادي قام بتقليد علامة مميزة أو تقليد منتوجات، أو خدمات عون اقتصادي آخر تحت يد القضاء و منعه من التصرف فيها، وكذلك يمكن حجز العتاد و التجهيزات التي إستعملت في إرتكاب الجريمة، و يمكن أن يكون هذا الحجز عينيا أو اعتباريا<sup>2</sup>.

## ب- الإثبات عن طريق محاضر المعاينة :

بالرجوع إلى أحكام الأمر 03-06 المتضمن العلامات نجد مادة 27 فقرة 02 منه تنص على أنه: "...يمكن معاينة ومتابعة الأعمال اللاحقة بتبليغ نسخة من تسجيل العلامة للمقلد المشتبه فيه " <sup>3</sup>.

هي إجراء بمقتضاه ينقل الموظف المؤهل إلى مسرح الجريمة ليشاهد و يفحص بنفسه الأماكن أو الأشخاص أو الأشياء التي لها علاقة بالجريمة وذلك لإثبات حالة والتحفظ على كل ما قد يفيد من الآثار للكشف عن الحقيقة، ولها أهمية بارزة وكبيرة كونها تعتبر مصدر

<sup>1</sup> المادة 39 من القانون 06-10، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق، ص 7-8.

<sup>2</sup> الحجز العيني: هو كل حجز مادي للسلع. الحجز الاعتباري: هو كل حجز يتعلق بالسلع لا يمكن مرتكب المخالفة أن يقدمها لسبب ما. إطلع على المادة 40 من القانون 06-10، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ص 8.

<sup>3</sup> المادة 27 من الأمر 03-06، المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، ص 26.

أصيل من مصادر الأدلة المادية و الفنية الراسخة و الثابتة، والتي تكون دائما محل ثقة سلطات التحقيق و القضاء، فهي المرآة الصادقة التي تعكس بأمانة وقائع وملابسات الجريمة، وهي ناطقة بما أتاه الشاهد وعلى ما فعله الجاني دون إنحياز أو تعديل أو نقصان<sup>1</sup>.

و للمعاينة موظفون يقومون بها من ضباط و أعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية، و المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة، و أعوان الإدارة المكلفون بالتجارة المرتبون في الصنف 4، و يقومون بإجراءات المعاينة مع سرعة الإنتقال و المبادرة، و الدقة و التأنى و قوة الملاحظة بفحص كل شيء فحفا دقيقا وتفادي العشوائية، وبعدها تحرير محضر المعاينة بإنجاز تقارير تحقيق .

### ثانيا: آثارها

بما أن دعوى المنافسة غير المشروعة تتخذ شكل دعوى المسؤولية التقصيرية، فإنها كقاعدة عامة يترتب عليها الحكم على المخطئ بتعويض الأضرار الحاصلة للضحية، و نظرا لخصوصية هذه الدعوى فإنه يجوز للقاضي أن يحكم بوقف الممارسة أو بأي تدبير آخر.

### أ- التعويض:

يتمثل التعويض في دفع ما يستحق للمضرور مقابل الضرر الذي أصابه ما فاتته من ربح وما لحقه من خسارة، وقد يكون التعويض عيني أي إعادة الشيء إلى ما كان عليه قبل وقوع الإعتداء، و قد يكون التعويض مادي أي مبلغ مالي يقدره قاضي الموضوع<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> بسكري رفيقة، الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص417.

<sup>2</sup> بسكري رفيقة، نفس المرجع، ص418.

و حسب المادة 29 من الأمر 03-06 المتعلق بتنظيم العلامات أجاز المشرع حجز ومصادرة السلع والآلات وكل ما إستعمل في المنافسة غير المشروعة أو إرتكاب لفائدة المتضرر<sup>1</sup>.

و للقاضي أن يحكم بمنح تعويضات للمدعي إذا أصابه ضرر من جراء المنافسة الغير المشروعة وهذا ما تضمنه الأمر 03-06 إذ نص المشرع صراحة بأن الجهة المختصة تقضي بالتعويضات المدنية إذ أثبت صاحب العلامة أن تقليدا قد إرتكب أو يرتكب، و يعتمد الاجتهاد القضائي على العموم لتقييم الأضرار على العناصر الآتية:

- لضرر التجاري الناجم عن تخفيض قيمة العلامة بفعل المنتجات الأقل جودة .
- مصاريف مراقبة ومتابعة المقلدين<sup>2</sup>.

#### ب- وقف المنافسة غير المشروعة:

ويقصد بوقف العمل غير المشروع أنه لا يعني إزالة الحرفة بصفة نهائية لأن ذلك لا يكون إلا في حالة المنافسة الممنوعة وحدها، وإنما يقصد بذلك أن تقوم المحكمة بإتخاذ الإجراءات اللازمة لمنع إستمرار الوضع غير القانوني، لذلك فإن حكم المحكمة هنا يقتصر على وقف الأعمال غير المشروعة على من إرتكب تلك الأعمال، إذ يلزمه القيام بعمل أو الامتناع عن عمل من شأنه أن يؤدي في كلتا الحالتين إلى منع وقوع هذه الأعمال إذا كانت لا تزال في صورة أعمال تحضيرية أو منع إستمرارها إذا كانت قد اكتملت<sup>3</sup>.

وجاءت المادة 48 من الأمر 03-03 بما يلي: "يمكن كل شخص طبيعي أو معنوي يعتبر نفسه متضررا من ممارسة مقيدة للمنافسة، وفق مفهوم أحكام هذا الأمر، أن يرفع

<sup>1</sup> المادة 29 من الأمر 03-06، المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، ص 29.

<sup>2</sup> نقلا عن: راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، مذكرة لنيل درجة دكتوراه، تخصص قانون، جامعة مولود معمري تيزي وزو، سنة 2013/2014، ص 253.

<sup>3</sup> نادية فضيل، القانون التجاري الجزائري، مرجع سابق، ص 196.

دعوى أمام الجهة القضائية المختصة طبعاً للتشريع المعمول به<sup>1</sup>، حيث منح المشرع الجزائري سلطات واسعة للقضاء في إتخاذ التدابير اللازمة لإيقاف الإستمرار في المنافسة غير المشروعة.

ومن هنا نستنتج أن المنافسة أمر مرغوب في المجتمع التجاري شرعاً وقانوناً، إلا إذا تجاوز المنافس حدوده التي وضعها له القانون و ضفر باللجوء إلى الاحتيال واستخدام طرق ووسائل مضرّة بالمنافس المباشر أو القطاع التجاري بصفة عامة وهنا تكون أمام ما يسمى المنافسة غير المشروعة، و بما أنها مخافة للقانون لذا نجد أن المشرع الجزائري من الناحية النظرية سن قوانين لتجريم كل أفعال المنافسة غير المشروعة، ودعمها من الناحية التطبيقية بآليات قضائية و إدارية على حماية السوق الوطني.

<sup>1</sup> المادة 48 من الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية سنة 2003 المتعلق بالمنافسة، ج.ر، رقم 43، المؤرخة في 20 جويلية 2003، ص31.

**المطلب الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية**

ونظرا لما تؤديه العلامة التجارية من دور في تحقيق النمو الاقتصادي فقد أدى ذلك إلى تعدد أشكال التعدي عليها، ومن ذلك تقليد العلامة التجارية والذي أصبح منقش بكثرة في عصر التطور التجاري إذ هناك العديد من العلامات التجارية التي إمتدت شهرتها لتشمل كافة دول العالم وأصبحت راسخة في ذهن المستهلكين نظرا لتمتعها بالجودة والضمان، وهو ما جعلها عرضة للتعدي، خاصة في مجال المنتجات الاستهلاكية الأمر الذي تطلب ضرورة مكافحة كافة أنواع التعدي على العلامة التجارية وبسط الحماية القانونية اللازمة لها.

**الفرع الأول: الجرائم الماسة بالعلامة التجارية**

إن الركن المادي لجريمة تقليد العلامة التجارية لا يتوافر إلا بتحقق أمرين أساسيين هما أن يؤدي إلى تضليل الجمهور وخداعهم، وأن يتم دون موافقة صاحب العلامة، أما إذا لم يتحقق هذين الأمرين فلا يعد ذلك تقليد و تنتافي عنه صفة الإعتداء وتتوعدت صور الإعتداء على العلامة التجارية ما بين إعتداء مباشر و غير مباشر .

**أولاً: صور الإعتداء المباشر على العلامة التجارية**

تشمل عملية الإعتداء المباشر على العلامة التجارية، كل من تقليد العلامة التجارية و تزويرها و هذا ما سنبينه في التالي:

**أ- تقليد العلامة التجارية:**

يعد هذا الإعتداء فعلا من أفعال المنافسة غير المشروعة، إذ يلجأ العديد من التجار والمقاولين في مجال المال والأعمال، إلى طرق غير مشروعة في وضع علامات متشابهة للسلع، أو زيادة عنصر أو إنقاص عنصر من العلامة، والذي من شأنه أن يحدث خطأ في ذهن المستهلك، ليدفعه إلى الشراء بدافع الغلط، فبدلا أن يشتري منتوجا ذا علامة أصلية فإنه يشتري منتوجا آخر مقلد يحمل المواصفات ذاتها، ويمكن أن يكون بنفس السعر أو أعلى

منه، وفي هذا المجال فإن مصالح مراقبة الجودة وقمع الغش، تحجز مرارا بضائع تحمل علامات مزورة ومقلدة، وهذا العمل الذي يقوم به التاجر بتقليد العلامة، من شأنه المساس بمبادئ المنافسة الحرة، وكذا المساس بصورة غير مباشرة بالمستهلك الذي يقع ضحية التلاعب<sup>1</sup>.

وتنص المادة 26 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بتنظيم العلامات التجارية على أنه يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة، كل عمل يمس بالحقوق الإستثنائية لعلامة قام بها الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة<sup>2</sup>، حيث تقليد العلامة التجارية يعاقب عليه جزائيا في حد ذاته، أي يكفي لوجود جنحة لإثبات أن الفعل يتمثل في إتخاذ على ما تشبهه في مجموع العلامة الأصلية<sup>3</sup>.

#### ب- تزوير العلامة التجارية:

يقصد بتزوير العلامة اصطلاح علامة مطابقة تماما للعلامة الأصلية، أي اقتباسها بشكل تام وحرفي دون تغيير، ولهذا يرى بعض الفقه، أن التزوير يقصد به نقل العلامة بشكل حرفي وتاما، بحيث تصبح العلامة المزورة صورة طبق الأصل من العلامة الحقيقية، ويفرق هؤلاء بين التزوير و التقليد بأن التزوير هو عبارة عن نقل مطابق للعلامة كلها دون تعديل أو إضافة، أما التقليد فهو وضع علامة تشبهه في مجموعة العلامة الحقيقية<sup>4</sup>.

و هذا التزوير يجعل العلامة الجديدة قادرة على تضليل الجمهور وجذب المستهلك حيث يعتبر نقل العلامة عنصر كاف لوجود التقليد بغض النظر عن كل إستعمال لها لأن التقليد قائم بموجب التصنيع المادي للعلامة<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> أمانة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية، مرجع سابق، ص 136.

<sup>2</sup> المادة 26 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، ص 26.

<sup>3</sup> صالح فرحة زراوي، الكامل في القانون التجاري، مرجع سابق، ص 206.

<sup>4</sup> أمانة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية، مرجع سابق، ص 150.

<sup>5</sup> نواره حسين، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، الأمل للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، د.ط، سنة 2015

و من خلال ما تقدم نستنتج أن المشرع الجزائري إقتصر على جنحة التقليد في الأمر 06-03 المتعلق بتنظيم العلامات التجارية، مما يدعو إلى الاعتقاد بأنه أغفل ذكر باقي جرائم التعدي على العلامة التجارية.

### ثانيا: صور الإعتداء غير المباشر على العلامة التجارية

هناك أفعال أخرى إلى جانب التقليد و التزوير تمس بحقوق مالك العلامة و تتمثل في إستعمال علامة مقلدة أو مشبهة، و وضع علامة هي ملك للغير أو إغتصاب علامة مملوكة للغير.

#### أ- إستعمال علامة مقلدة أو مشبهة :

يقصد بها أن يكون تقليد سابق للعلامة حتى تقوم جنحة إستعمال علامة مقلدة لكي يتمكن التاجر من إستعمالها، فالفاعل هنا قد يضبط بعد تقليد العلامة أو قبل عرض السلع للبيع التي تحمل العلامة المقلدة، حيث يترتب فعل وجنحة بين التقليد العلامة وبيع السلع فهي جنحة إستعمال علامة مقلدة<sup>1</sup>.

كما نصت المادة 09 من الأمر 06-03 على أنه: " يمكن التمسك بالحق المخول بموجب تسجيل العلامة في مواجهه الغير إستعمل تجاريا علامة ... مشابها إلى اللبس بين سلع وخدمات مطابقة أو مشابهه دون ترخيص المالك " <sup>2</sup>. وعليه فإن المشرع الجزائري أعطى لصاحب العلامة حق في متابعة كل من إستعمل علامته، حتى وان لم يقم بجريمة تقليد العلامة.

<sup>1</sup> زينة غانم عبد الجبار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية دراسة مقارنة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، د.ط، سنة 2007، ص76.

<sup>2</sup> المادة 09 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، ص24.

## ب- التقليد بوضع علامة هي ملك للغير:

يقصد بهذه الصورة هي عندما يقوم شخص بوضع علامة حقيقية على المنتجات، وهذه العلامة مملوكة للغير، قد تكون بنزع البطاقات الملصقة على المنتجات العلامة الأصلية ويضعها على منتجاته ويقوم ببيعها، والهدف منها تظليل المستهلك والاستفادة من السمعة التي تنطوي عليها العلامة<sup>1</sup>.

ويستوي أن يكون الشخص الذي يبيع أو يعرض للبيع منتجا واحدا أو عدة منتجات مقلدة أو مصنوعة بطريقة التدليس قد ساهم في صنعها أم لم يساهم، ما دام أنه يقوم بالفعل بقصد خداع المشتري<sup>2</sup>.

ويجب أن تتم جريمة وضع علامة مملوكة للغير لغرض تجاري وفي إطار تخصيص العلامة، و على غرار التصرفات السابقة فلا يشترط في هذه الجنحة توافر عنصر القصد لذات السبب، كما أن طبيعة الوقائع كقبيلة سوء النية لدى الفاعل<sup>3</sup>.

و عليه نستنتج إذا كانت إستعمال العلامة مملوكة للغير أو إستبدال سلعة بأخرى مع المحافظة على العلامة الأصلية، فكيلا الجنحتين تندرج تحت جنحة التقليد والتي نص عليها المشرع الجزائري في المادة 26 من الأمر 03-06 المذكورة سابقا.

## الفرع الثاني: الإجراءات الجزائئية المتخذة لحماية العلامة التجارية

نص المشرع الجزائري على جملة من الآثار القانونية المترتبة عن رفع الدعوى الجزائئية وذلك متى توفرت أفعال تعدي على ملكية العلامة وتتمثل في الإجراءات التحفظية والإجراءات التنفيذية.

<sup>1</sup> نعيم مغيب، الماركات التجارية و الصناعية، مرجع سابق، ص 189.

<sup>2</sup> نواره حسين، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، مرجع سابق، ص 105.

<sup>3</sup> نعيم مغيب، الماركات التجارية و الصناعية، مرجع سابق، ص 190.



## أولاً : الإجراءات التحفظية

منح المشرع مالك العلامة عناية خاصة بشأن حماية العلامة في رفع دعوى جنائية، وقبل رفع هذه الدعوى يجوز له إتخاذ إجراءات تحفظية نص عليها المشرع تمكن من إثبات هذا الفعل، يستطيع أن يطلب الحجز من المحكمة المختصة على السلع التي تحمل علامة مقلدة أو مشبهة وعلى الوسائل والأدوات المستخدمة لإنتاجها إذا أثبت هناك إعتداء على حقه وأنه يخشى من إختفاء الأدلة<sup>1</sup>.

## أ- إجراء الوصف المفصل الحجز التحفظي:

يقصد بهذا الإجراء تحرير محضر حصر ووصف تفصيلي عن الآلات والأدوات التي تستخدم أو تكون قد استخدمت في إرتكاب الجريمة، وعن المنتجات أو البضائع وغيرها من الأشياء التي وضعت عليها العلامة، أما الحجز فيتم وضع هذه المنتجات والآلات تحت تصرف قانوني، ويجوز الإستعانة بخبير أكثر لمساعدة المحضر في عمله<sup>2</sup>.

نصت على هذا الإجراء المادة 34 من الأمر 03-06 المتعلق بتنظيم العلامات التجارية حيث جاء في مضمونها أن مالك العلامة له الحق في طلب إجراء الوصف المفصل بمساعدة خبير، وهذا الوصف يكون دقيق للسلع التي يزعم أنوضع العلامة عليها قد ألحق به ضرراً وذلك بالحجز أو بدونه<sup>3</sup>، وعليه نستنتج من نص هذه المادة أنه يجوز لصاحب العلامة أن يطلب بمقتضى أمر من رئيس المحكمة إجراء الوصف المفصل للسلع، وبيبين إسمه و مقداره وطبيعته و وصفه وما حرر عليه وحجمه ووزنه إذا كان منتجاً، ويتم إصدار الأمر على ذيل عريضة بناء على إثبات تسجيل العلامة وعندما يتأكد الحجز يمكن أن يأمر القاضي المدعي بدفع الكفالة<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> فرحة زراوي، الكامل في القانون التجاري، مرجع سابق، ص271.

<sup>2</sup> فاضلي إدريس، المدخل إلى الملكية الفكرية، مرجع سابق، ص269.

<sup>3</sup> المادة 34 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية، مرجع سابق.

<sup>4</sup> فاضلي إدريس، المدخل إلى الملكية الفكرية، مرجع سابق، ص279-283.

كما ألزم المشرع الجزائري طالب الحجز التحفظي اللجوء إلى الجهة القضائية بالطريق المدني أو جزائي في أجل شهر و إلا أصبح الوصف أو الحشد باطلا مع إمكانية المطالبة بالتعويض، على حق المدعي في رفع الدعوى أمام قاضي الموضوع إذا تم بطلان حجز التقليد<sup>1</sup>.

### ب- شروط الحجز التحفظي:

إذا توافرت الأسباب المعقولة ووجد الأساس القانوني السليم، يجوز لصاحب العلامة التجارية المسجلة أن يطلب إتخاذ إجراءات تحفظية، من أجل إثبات الإعتداء على حقه في العلامة التجارية لكن بشروط تتمثل فيما يلي:

- يعد هذا الإجراء أمر إختياري ويجوز التنازل عنه، كما يجب يكون هذا الإجراء دائما بطلب من صاحب العلامة.
- يجب على صاحب العلامة التجارية إثبات تسجيل علامته لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، وذلك عن طريق تقديم شهادة التسجيل ممنوحة من المعهد.
- رفع الطلب إلى رئيس المحكمة المختصة وفي الأجل المحددة.
- ترك نسخة من الأمر أو نسخة من العقد المثبت لإيداع الكفالة<sup>2</sup>.

### ثانيا: الإجراءات التنفيذية

بالإضافة إلى الإجراءات التحفظية تترتب عليها الجزاءات المقررة لكل من إرتكب جنحة التقليد و تتمثل في العقوبات الأصلية و العقوبات التكميلية.

<sup>1</sup> فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري، مرجع سابق، ص276.

<sup>2</sup> حمادي زبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان بيروت ، الطبعة الأولى، سنة 2012، ص212.

## أ- العقوبات الأصلية:

يقصد بالعقوبة الأصلية الجزاء الأساسي الذي نص عليه المشرع وقدر للجريمة، أي يكون في اعتبار العقوبة الأصلية هو أن تكون كجزء أصيل للجريمة<sup>1</sup>، حيث نصت المادة 32 من الأمر 06-03 على أنه كل من ارتكب جنحة التقليد يعاقب بالحبس من ستة 6 أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين و خمس مائة ألف دينار 2.500.000 دج إلى عشرة ملايين 10.000.000 دينار جزائري، فيعاقب كل من ارتكب جنحة التقليد سواء بإستعمال علامة مقلدة أو بتقليد العلامة الأصلية و بأي كيفية كانت<sup>2</sup>، كما أضافت المادة 33 من نفس الأمر على أنه يعاقب بالحبس من شهر إلى سنة وبغرامة من خمس مائة ألف دينار 500.000 دج إلى مليوني 2.000.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط الأشخاص:

– الذين خالفوا أحكام المادة 03 من هذا الأمر المذكورة سابقا بعدم وضع علامة على سلعتهم أو خدماتهم أو الذين تعمدوا بيع أو عرضوا للبيع سلعة أو أكثر أو قدموا خدمات لا تحمل علامة.

– الذين وضعوا على سلعتهم أو خدماتهم على ما لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها وفقا للمادة 04 من هذا الأمر المذكورة سابقا، وذلك مع مراعاة الأحكام الإنتقالية المنصوص عليها في هذا الأمر<sup>3</sup>.

وتعتبر جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري على أنها جنحة والجنح يكون الحبس فيها حسب نص المادة 05 من قانون العقوبات تكون من شهرين إلى خمس

<sup>1</sup> أمانة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية، مرجع سابق، ص246.

<sup>2</sup> المادة 32 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، ص27.

<sup>3</sup> المادة 33 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، ص27.

سنوات<sup>1</sup>، كما تتحمل الأشخاص المعنوية مسؤولية في التقليد بغرامة ويمكن إثبات أفعال التقليد بكافة طرق الإثبات و للقاضي إمكانية الإستعانة بالخبرة<sup>2</sup>.

### ب- العقوبات التكميلية:

إنطلاقاً من المادة 32 فقرة 2 من الأمر 06-03 التي تنص على أنه: " يعاقب كل شخص ارتكب جنحة التقليد ... أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط مع:

- مصادرة الأشياء و الوسائل و الأدوات التي إستعملت في المخالفة.
- إتلاف الأشياء محل المخالفة.
- الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة<sup>3</sup> "

حيث يمكن للقاضي أن يحكم بعقوبات تكميلية أو تبعية إلى جانب العقوبات الأصلية وتتمثل في مصادرة الأشياء و الوسائل المستعملة، و إتلاف الأشياء محل الجنحة، الغلق النهائي أو المؤقت للمؤسسة.

### 1- مصادرة الأشياء والوسائل و الأدوات المستعملة :

يقصد بالمصادرة نقل ملكية مال أو جزء مالي، يتعلق بجريمة وقعت أو يخشى وقوعها<sup>4</sup>، و بالإضافة إلى عقوبة الحبس والغرامة تنص المادة 32 في الأمر المتعلق بتنظيم العلامات على مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي إستعملت في المخالفة ويحكم القاضي إلزامياً بمصادرة هذه البضائع و الأدوات التي تكون موضوع ارتكاب جنحة و ارتكب فعل التعدي بها أو نشأ منها، ولا بد أن تكون المصادرة بناء على أمر المحكمة المختصة<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> المادة 05 من الأمر 66-156 المؤرخ في 8 جوان 1966، المتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم، ج.ر عدد 49، صادرة في 11 جوان 1966، ص702.

<sup>2</sup> صلاح زين الدين، العلامات التجارية و طنيا ودوليا، مرجع سابق، ص264.

<sup>3</sup> المادة 32 فقرة 2، من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، ص27.

<sup>4</sup> أمانة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية، مرجع سابق، ص253.

<sup>5</sup> فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، الكامل في القانون التجاري، ص281.

## 2- الإلتلاف:

ويقصد به إعدام نسخ أو صور العلامة التي محل الإعتداء مع وضع حد للسلع والأشياء المقلدة، بالإضافة إلى مصادرة الأشياء أوجببت المادة 32 من الأمر سالف الذكر بإتلاف الأشياء المستعملة محل أفعال التقليد ويحكم القاضي بالإتلاف في جميع الحالات سواء وقع التقليد أم كان وشيك الوقوع<sup>1</sup>، كما تعطى للمحكمة سلطة التصرف بالطريقة التي تراها مناسبة في تلك البضائع والأشياء، حيث يحرص المشرع إلى تحقيق مراعاة المصلحة العامة<sup>2</sup>.

## 3- الغلق النهائي أو المؤقت للمؤسسة :

يعد الغلق هنا إلزاميا كما هو الحال بالنسبة للمصادرة والإتلاف وهذا حسب صيغة النص القانوني من خلال المادة 32 المذكورة سابقا، حيث يتمثل في غلق المنشأة ومنع من إستمرار عندما تكون محلا أو أداة لأفعال التقليد<sup>3</sup>، ويقرر القاضي بغلق المؤسسة التي إستعملت لتتفيذ الجريمة ويترتب عليها منع المحكوم عليه من ممارسة النشاط التجاري أو الصناعي كون غلق المؤسسة إما بصفة دائمة أو مؤقتة في حالة الإدانة لإرتكاب جنحة التقليد<sup>4</sup>.

وعليه فإن الأثر المترتب في هذا الحكم أن المشرع لم يبين في الأمر المتعلق بتنظيم العلامات مصير عمال المؤسسة بعد قرار الغلق مؤقتا كان أو نهائيا، كما لم يحدد المدة القصوى التي لا يمكن تجاوزها في حالة الغلق المؤقت ومن ثم فإن الأمر متروك لسلطة المحكمة التقديرية.

<sup>1</sup> صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، مرجع سابق، ص 427 - 430. و آمنة صامت، مرجع سابق، ص 269.

<sup>2</sup> صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، مرجع سابق، ص 269.

<sup>3</sup> آمنة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية، مرجع سابق، ص 257.

<sup>4</sup> حمادي زبير، تقليد العلامات في القانون الجزائري، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، صادرة عن كلية الحقوق جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، مجلة سداسية، عدد 01، سنة 2010، ص 123.

ويتبين من حيثيات القرار أن المدعو ( ج.ب ) صاحب العلامة التجارية ( GOLD PALM ) مسجلة بالمعهد الوطني للملكية الصناعية وأن المدعو ( ب.س ) له علامة تحت اسم ( LA PLUME D'or ) مما دفع صاحب العلامة الأولى إلى رفع دعوى ضد الثاني طالبا تعيين خبير لتقرير التعويض اللاحق به.

أصدرت محكمة تلمسان بتاريخ 20 أبريل 2002 بتعيين خبير لتقويم الخسائر، وأصدر مجلس تلمسان قرارا بتاريخ 5 ديسمبر 2006 قضى بقبول الحكم المستأنف موضحا في حيثياته وجود تشابه بين العلامتين ووجود تقليد يرتب ضررا لا يمكن للمجلس تقريره إلا بواسطة خبير مما أدى إلى تأييد الحكم المستأنف الذي قضى بالخبرة الفنية لتحديد التعويض<sup>1</sup>.

- لقد أولى المشرع الجزائري أهمية معتبرة لمكافحة هذه الظاهرة وذلك من خلال النصوص القانونية التي تتعلق بالعلامات التجارية، إضافة إلى اعتماد المشرع في سنة للعقوبات المقررة على جنحة التقليد في الأمر 03-06 المتعلق بتنظيم العلامات و قانون العقوبات، و بالرغم من الجهود المبذولة إلا أننا نلاحظ أن ظاهرة التعدي بالتقليد على العلامات التجارية تبقى منتشرة، وقد يعود السبب في ذلك إلى المناهج المقررة في تطبيق العقوبات وتقرير الغرامات. غير أن الواقع العملي لهذه الأنظمة لازالت لا ترقى إلى المستوى المطلوب بسبب مواقف القضاء الوطني أحيانا، وعدم مواكبة التشريعات الداخلية للتطورات العالمية ومواكبتها أحيانا أخرى، مما تسبب في وجود تناقضات في الأحكام الوطنية.

<sup>1</sup> مجلة المحكمة العليا، عدد خاص، التقليد في ضوء القانون والاجتهاد القضائي، مرجع سابق، ص25.

## المبحث الثاني: الحماية الدولية للعلامة التجارية

إن ضرورة القيام بتسجيل العلامة التجارية يترتب على مالكيها أو صاحب الحقوق عليها من حماية في مواجهة المتعدي عليها وهذا ما تنفق عليه معظم التشريعات المنظمة للعلامة التجارية، ولا يسري أثر تسجيل العلامة التجارية إلا في حدود إقليم الدولة التي تم تسجيل العلامة فيها، ولا يمتد التسجيل إلى أي دولة أخرى، وتبعاً لمبدأ إقليمية القانون فالحماية تقتصر على النطاق الإقليمي، لذلك كانت كل دولة حرة في سن التشريع الذي تراه مناسباً لحماية العلامات التجارية ضمن حدود إقليمها، ولا تمتد الحماية خارج حدود الدولة إلا إذا قام مالك العلامة بتسجيل علامته في كل دولة يرغب في حماية علامته داخل نطاق إقليمها<sup>1</sup>.

وأمام التطور الصناعي والتجاري الذي يشهده العالم في وقتنا الحاضر وانتشار وسائل التواصل الاجتماعية والتي ساهمت في سهولة التجارة والسلع والخدمات من دولة إلى أخرى، والتنافس في مجال العلامات التجارية، ظهرت القوانين الوطنية عاجزة عن عناصر الملكية الصناعية الوطنية في الأسواق الخارجية ومنع تقليدها، ولا تبسط عليها حماية فعالة كالسلع والخدمات التي تعبر الحدود من دولة إلى دولة أخرى.

ولهذا الغرض لجأ المجتمع الدولي إلى تكريس مبادئ وحماية أكبر للعلامة التجارية من خلال إبرام مجموعة من الإتفاقيات والمعاهدات الدولية، التي تتضمن آليات حمايتها خارج الحدود الوطنية لذلك سوف نتعرض في هذا المبحث إلى إتفاقية باريس وإتفاقية ترين في حماية العلامة التجارية المطلوب الأول وفي المطلب الثاني سوف نتناول إتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي.

<sup>1</sup> أوثن حنان، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مرجع سابق، ص 45.

## المطلب الأول: حماية العلامة التجارية في إتفاقية باريس و إتفاقية تريرس

إن الحماية الوطنية للعلامة التجارية لم تعد فعالة في حماية العلامات الأجنبية كما أن القيام بتسجيل العلامة التجارية في البلدان الأجنبية التي تستعمل فيها هو أمر صعب وذلك باختلاف كل تشريع من دولة إلى دولة أخرى، وهو ما مهد لصدور أول و أبرز إتفاقية موحدة للعمل بها في جميع البلدان الموقعة عليها، باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883 الفرع الأول، و إتفاقية تريرس الفرع الثاني

## الفرع الأول: الحماية المقررة في إتفاقية باريس

أبرمت إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية في 20 مارس 1883 وبدأ سريانها في 7 جوان 1884 يبلغ عدد الدول الأعضاء فيها 177 دولة، و عدلت عدة مرات<sup>1</sup>، سميت بدستور الدولي للملكية الصناعية والعلامات التجارية و تعد من أهم الإتفاقيات الدولية في مجال الحقوق الفكرية<sup>2</sup>، حيث شكلت المظلة الدولية لحماية الحقوق الفكرية على وجه العموم و الصناعية على وجه الخصوص، وتعتبر أول إتفاقية حول الملكية الفكرية، و لقد انضمت الجزائر إلى إتفاقية باريس في 01 مارس 1966 وصادقت عليها في 20 ابريل 1975<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> كان أول تعديل بروكسل في 1900 ثم واشنطن في 1911، ثم لاهاي في 1925، و لندن في 1934، ولشبونة في 1958، و ستوكهولم في 1967، و تم التنقيح الأخير في عام 1979. إطلع على [www.wipo.int](http://www.wipo.int) تاريخ الزيارة 2023/06/20 على الساعة 10:23 .

<sup>2</sup> في عام 1878 عقد في باريس مؤتمر الدولي دبلوماسي لغاية تحديد قواعد الإطار التشريعي في حقل الملكية الصناعية على أثر ذلك قامت الحكومة الفرنسية في عام 1880، بتحضير مسوده نهائيه تقترح إتحادا عالميا لحماية الملكية الصناعية وأرسلت تلك المسودة لمختلف الدول، فتم تبني ما ورد فيها من قبل الدول التي لبثت الدعوى، تضمنت المسودة المواد الرئيسية التي ما زالت تشكل الخطوط العريضة لما يسمى اليوم بإتفاقية باريس، تم عقد مؤتمر دبلوماسي في باريس 1883/03/20 حضرته 11 دولة نتج عنه إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية والتي لا تزال سارية المفعول ليومنا هذا. إطلع على: [www.wipo.int](http://www.wipo.int) تاريخ الزيارة 2023/06/20 على الساعة 12:58 .

<sup>3</sup> الأمر 66-48 المؤرخ في 25 فبراير 1966 المتضمن انضمام الجزائر إلى إتفاقية باريس المبرمة في 20 مارس 1883 المتعلقة بحماية الملكية الصناعية، ج. ر عدد 16، الصادرة في 25 فبراير 1966.



## أولاً: مضمون إتفاقية باريس

تستهدف إتفاقية باريس الملكية الصناعية و خاصة حقوق العلامات التجارية التي تحتاج إلى تسجيل في دوائر الدولة<sup>1</sup>، و لخصت هذه الإتفاقية الصعوبات التي يواجهها صاحب العلامة والذي يريد الحصول على حماية علامته في أكثر من دولة، وتضمنت مجموعة من المبادئ و الأحكام التي نبينها في العناصر التالية:

## أ- مبادئ حماية العلامة في إتفاقية باريس:

من المبادئ التي تضمنتها إتفاقية باريس حتى توحد الاختلافات الرئيسية للتشريعات الداخلية للدول الأعضاء في الإتفاقية، مبدأ المعاملة الوطنية، مبدأ الأولوية، مبدأ استقلالية العلامات.

## 1- مبدأ المعاملة الوطنية:

نصت المادة 02 من الإتفاقية على أنه " يتمتع رعايا كل دولة من دول الإتحاد في جميع دول الإتحاد الأخرى، بالنسبة لحماية الملكية الصناعية، المزايا التي تمنحها حالياً أو قد تمنحها مستقبلاً القوانين تلك الدولة لمواطنيها"<sup>2</sup>.

حيث نستنتج أن مبدأ المعاملة الوطنية هي الحماية المقررة لرعايا دول الإتحاد باريس لا تقتصر على مواطنيها بل تشمل مواطن دولة ليست عضو في الإتفاقية، لكنه يقيم أو لديه مؤسسة تجارية أو صناعية في أية دولة عضو في إتفاقية باريس، ومن ثم تكون له نفس الحماية.

وعلى سبيل المثال يجوز لأي فرد تكون دولته عضو من أعضاء إتحاد باريس أن يطلب تسجيل علامته التجارية في الجزائر، مهما كانت جنسيته أو مكان إقامته كون الجزائر

<sup>1</sup> مريم شباح مريم عطوي، النظام القانوني للعلامة التجارية في القانون الجزائري والإتفاقيات الدولية، مرجع سابق، ص 87.

<sup>2</sup> المادة 1/2 من إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص 02.

عضو في هذه الإتفاقية، و بشأن الحماية القانونية فإذا تعارضت أحكام القانون الداخلي مع أحكام الإتفاقية الدولية

فيجب التمسك بأحكام هذه الإتفاقية، وذلك أن لها قوة القانون الداخلي بعد إبرامها والتصديق عليها ونشرها حيث تسمو هذه الأخيرة على القوانين الوطنية<sup>1</sup>.

## 2- مبدأ الأولوية الأسبقية :

يعني هذا المبدأ بأنه يكون لكل شخص تقدم بطلب كي يسجل علامته تجارية في إحدى دول الإتحاد، حق الأسبقية و الأفضلية في باقي دول الإتحاد بالنسبة لتسجيل علاماتهم في غضون 06 أشهر محسوبة، من تاريخ تقديمه طلب التسجيل الأول، ولذلك لا يمكن لشخص آخر أن يحتج قبله بالأسبقية في الإستعمال أو التسجيل لذات العلامة خلال هذه المدة في أي دولة من دول الإتحاد وهذا حسب المادة 04 من إتفاقية باريس الدولية<sup>2</sup>.

ونلاحظ أنه لا يمكن الحكم على نجاح العلامة ومنافاذها العالمية لمنتجاتها في مدة 06 أشهر، لذا يفضل رفع هذه المدة إلى سنتين على الأقل حتى يستطيع المنتجون ومقدموا الخدمات الحكم على مدى نجاح علاماتهم التجارية المسجلة.

## 3- مبدأ استقلال العلامات التجارية:

جاءت في المادة 06 فقره 03 من إتفاقية باريس على أنه: " تعتبر العلامة التي سجلت طبقا للقانون في إحدى دول الإتحاد مستقلة عن العلامات التي سجلت في دول الإتحاد الأخرى في ذلك بلد المنشأ " <sup>3</sup>.

حيث نستنتج أن حماية العلامة التجارية المسجلة في أي بلد من بلدان الإتحاد تسري تحت أحكام قوانينه وليس وفقا الذي تم فيه الإيداع الأول أي قوانين البلد الأصلي، ويعود

<sup>1</sup> صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، مرجع سابق، ص 260.

<sup>2</sup> سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة السادسة، سنة 2003، ص 564.

<sup>3</sup> المادة 06 فقرة 03، من إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص 8 .

سبب تسجيل العلامة في بلد غير بلدها الأصلي يعطيها آفاق جديدة ونظام جديد تخضع له من حيث الاستمرار والبقاء.

و يعتبر إلغاء أو شطب تسجيل أي علامة تجارية في دولة متعاقدة لا يؤثر على سلامة تسجيلها في الدول المتعاقدة الأخرى، و نصت على ذلك المادة 06 من الإتفاقية على أنه: " لا يجوز رفض تسجيل علامة مودعة من قبل رعايا دولة من دول الإتحاد أو إبطال صحتها إلى عدم إيداعها أو تسجيلها أو تجديدها في دولة المنشأ " <sup>1</sup>.

بعد تسجيل العلامة في بلدها الأصلي بصورة قانونية تتقبل كل دولة من دول الإتحاد إيداع هذه العلامة ومنحها الحماية بعد أن تتأكد من تسجيلها، وهذا إستنادا إلى أن يكون شكل العلامة يتفق مع التشريع الوطني، ولا يمكن إجباره أن يدخل تعديلات على شكل العلامة بصرف النظر عن القيود التي تفرضها التشريعات الوطنية على شكل العلامة <sup>2</sup>.

#### ب- الأحكام الموضوعية لحماية العلامة في إتفاقية باريس :

بالإضافة إلى هذه المبادئ تناولت إتفاقية باريس بعض الأحكام لحماية العلامة التجارية التي أوجبت على الدول الأعضاء احترامها.

#### 1-القانون الواجب بالتطبيق على شروط التسجيل:

جاءت المادة 06 فقرة 01 إتفاقية باريس على أنه: " تحدد شروط إيداع وتسجيل العلامات الصناعية أو التجارية في كل دولة من دول الإتحاد عن طريق تشريعها الوطني"<sup>3</sup> فيعتبر تسجيل العلامة في دولة من دول الإتحاد تخضع للقانون الوطني لتلك الدولة الذي يحدد شروط إيداع العلامة و إجراء تسجيلها.

<sup>1</sup> المادة 06، من إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص8.

<sup>2</sup> مريم شباح، مريم عطوي، النظام القانوني للعلامة التجارية في القانون الجزائري والإتفاقيات الدولية، مكتبه مرجع سابق، ص95.

<sup>3</sup> المادة 06 فقرة 01، من إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، مرجع السابق، ص8.

ومع ذلك إذا كانت العلامة غير مودعه أو مسجلة في بلد المنشأ<sup>1</sup>، فلا يجوز رفض طلب تسجيلها من أحد رعايا دولة من دول الإتحاد<sup>2</sup>، في أي دولة من دول الإتحاد أو إبطال صحتها، مثل فلو أودعت شركه جزائرية طلبا للتسجيل علامة تجارية في إيطاليا، ثم تقدمت بطلب لاحق لتسجيل ذات العلامة التجارية في مصر، فلا يجوز رفض طلب تسجيل العلامة في مصر استنادا إلى أن الشركة الجزائرية لم تودع طلبا لتسجيل العلامة أو لم تسجلها في الجزائر<sup>3</sup>.

## 2- وجوب قبول تسجيل جميع العلامات الأجنبية المسجلة في بلدها الأصلي:

وفقا للمادة 06 خامسا الفقرة الأولى من إتفاقية باريس نصت على أنه: " يقبل إيداع كل علامة تجارية أو صناعية مسجلة طبقا للقانون في دولة المنشأ كما يتم حمايتها بالحالة التي هي عليها في الدول الأخرى للإتحاد، وذلك مع مراعاة التحفظات الواردة في هذه المادة، ويجوز لتلك الدول أن تطلب قبل إجراءات التسجيل النهائي تقديم شهادة بتسجيل العلامة في دولة المنشأ صادرة من السلطة المختصة بها ولا يشترط أي تصديق بالنسبة لهذه الشهادة"<sup>4</sup>.

وعليه فإن جميع دول الإتحاد تلتزم بتسجيل العلامات التجارية والتي كانت مسجلة في إحدى الدول الإتحاد من قبل، كما تلتزم بتوفير الحماية القانونية لها، ويجوز لدول الإتحاد أن ترفض تسجيل العلامات التجارية في الحالات التالية والتي نصت عليها المادة 06 فقرة 2 وهي:

<sup>1</sup> المنشأ: تعني الاسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو جزء منطقة أو ناحية أو مكان مسمى ومن شأنه أن يعين منتجا ناشئا فيه، وتكون جودة هذا المنتج أو مميزاته منسوبة حصرا أو أساسا لبيئة جغرافية تشتمل على العوامل الطبيعية والبشرية. المادة 01 من الأمر رقم 76-65، المتعلق بتسميات المنشأ، المؤرخ في 16 جويلية 1976، ج.ر، عدد 59، المؤرخ في 23 جويلية 1976، ص866.

<sup>2</sup> عضو في إتفاقية باريس، وبالتالي إتحاد باريس بهذا الشأن، وتسمى أيضا الدول الأعضاء أو الدول المتعاهدة

<sup>3</sup> حسام الدين عبد الغني الصغير، الإطار الدولي للحماية في مجال العلامات التجارية، ندوة الويبو دون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، الدار البيضاء، جامعة المنوفية، سنة 2004، ص6-7.

<sup>4</sup> صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا و دوليا، مرجع سابق، ص285-286.

- العلامات التي من شأنها المساس بالحقوق المكتسبة للغير في الدول التي تطلب فيها الحماية.
- العلامات المجردة من أية صفة مميزة والتي تتكون فقط من إشارات أو بيانات قد تستعمل في التجارة للدلالة على نوع المنتجات أو صفتها أو لبيان الغرض منها أو قيمتها أو مصدرها أو زمن إنتاجها، على أن تراعي ظروف الواقع وعلى الأخص مدة استعمال علامة عند تقدير الصفة المميزة لهذه العلامة.
- إذا كانت مخالفة للأداب أو نظام العامة ولا سيما من طبيعة يترتب عليها تضليل الجمهور، حيث لا يمكن قبول علامة مخالفة للنظام العام وعدم مطابقتها للتشريع الداخلي لتلك الدولة<sup>1</sup>.

### 3- التنازل عن العلامة:

جاءت في هذا المبدأ المادة 06 رابعا في فقرة الأولى على أنه: " إذا كان التنازل عن العلامة لا يعتبر صحيحا طبقا لتشريع إحدى الدول الإتحاد إلا إذا كان مقترنا بانتقال ملكية المشروع أو المحل التجاري الذي تخصه العلامة، فإنه يكفي لصحة هذا التنازل أن تنتقل الجزء المشروع أو المحل التجاري القائم في تلك الدولة إلى المتنازل إليه مع منحه حقا إستثنائيا في أن يصنع أو يبيع في الدولة المشار إليها المنتجات العلامة المتنازل عنها"<sup>2</sup>.

و عليه نستنتج بأنه إذا أرادت الشركة التنازل عن علامتها في دولة أو أكثر وتريد الاحتفاظ بملكية العلامة في الدول الأخرى، ويكون التنازل عن ملكية جزء المشروع في دولة أو أكثر، دون الحاجة للتنازل عن ملكية أجزاء المشروع في دول أخرى حينها نكتفي وفقا لحكم المادة 06 رابعا من إتفاقية باريس لصحة هذا التنازل.

<sup>1</sup> المادة 06 خامسا فقرة 2/أ، من إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص 10-11

<sup>2</sup> المادة 06 رابعا فقرة 1، من إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص 10.

## 4- حماية علامة الخدمة و العلامات الجماعية:

تعد حماية علامة الخدمة و حماية العلامات الجماعية من ضمن الأحكام الموضوعية لإتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية و هو ما سنوضحها من خلال العناصر التالية:

## - علامة الخدمة:

نصت على هذا الحكم المادة 06 سادسا حيث تتعهد دول الإتحاد بحماية علامات الخدمة، ولا تلتزم هذه الدول بأن تكفل التسجيل لتلك العلامات<sup>1</sup>. و من أسباب تمييز الخدمات التي يقدمها المشروع أبرزها علامة الخدمة ووظيفتها مثل علامة السلعة غير أن هذه الأخيرة تستخدم في تمييز السلع أما علامة الخدمة تستخدم في تمييز الخدمات، و من أمثلة عن علامات الخدمة نجد علامة وكالات السياحة ووكالات تأجير السيارات، علامات الفنادق والمطاعم<sup>2</sup>.

## - علامات الجماعية:

عادة ما تكون مالك العلامة الجماعية جمعية أو مؤسسة، وتقوم دول الإتحاد بقبول إيداعها وحمايتها التي لا يتعارض قانون دولة المنشأ حتى وان كانت تلك الجمعيات التي تمتلك منشأة صناعية أو تجارية<sup>3</sup>.

## ثانيا: حماية العلامة التجارية في إتفاقية باريس

انطلاقا من المادة 09 من إتفاقية باريس التي حددت مجموعة من التدابير و الإجراءات تلزم الدول الأعضاء فيها بمصادرة المنتجات التي عليها علامات تجارية غير مشروعة وذلك أثناء استيراد المنتجات الحاملة لها<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> المادة 06 سادسا ، من إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص 12.

<sup>2</sup> حسام الدين عبد الغني الصغير، الإطار الدولي للحماية في مجال العلامات التجارية، مرجع سابق، ص 07.

<sup>3</sup> المادة 07 ثانيا ، من إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص 121.

<sup>4</sup> المادة 09، من إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص 13.

## أ- إجراءات مصادرة المنتجات غير مشروعة:

أوجبت إتفاقية باريس بضبط المنتجات الحاملة بطريقة غير مشروعة علامة تجارية داخل إقليم أحد الدول الأعضاء، و تختص السلطة المختصة بمصادرة هذه المنتجات ويتعلق بمالك العلامات التجارية بشرط أن تكون أفعال الغش الماسة بالعلامة قد ارتكبت فعلا، ولا تلتزم السلطات بتوقيع المصادرة على المنتجات التي تمر بالدولة في تجارة عابرة<sup>1</sup>.

والملاحظ أن أحكام المادة 09 تتفق مع أحكام المادة 32 من الأمر 03-06،<sup>2</sup> و التي أوجبت المصادرة ولم تجعلها أمرا اختياريا في حالة ارتكاب جنحة التقليد، وتختلف المادتين في وقوع الأفعال فعلا وهو الذي نصت عليه إتفاقية باريس، أما الأمر 03-06 المتعلق بتنظيم العلامات يجيز المصادرة بمجرد المساس الوشيك بحقوق مالك العلامة.

## ب- تسوية المنازعات:

حيث نصت المادة 28 من الإتفاقية بقولها: " كل نزاع بين اثنين أو أكثر من دول الإتحاد بشأن التفسير أو تطبيق هذه الإتفاقية والذي لا تتم تسويته بالمفاوضات يمكن لأي من الدول المعنية عرضه أمام المحكمة العدل الدولية، بعريضة تقدم وفقا لنظام المحكمة"<sup>3</sup> حيث نظمت إتفاقية باريس تسوية المنازعات أمام محكمة العدل الدولية وهذا إن لم يتم عن طريق المفاوضات والتي قد تنشأ بين أعضاء في إتحاد باريس، وكل ما تصدره محكمة العدل الدولية من قرارات وأحكام في المنازعات لم تخصص لها إتفاقية قواعد تكفل احترام الدول الأعضاء لإتحاد باريس<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> زينة غانم عبد الجبار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، مرجع سابق، ص 182.

<sup>2</sup> نصت عليها المادة 32 من الأمر 03-06 على أنه: "... فإن كل شخص ارتكب جنحة التقليد... يعاقب بالغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة- مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي إستعملت في المخالفة..." من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق، ص 27.

<sup>3</sup> المادة 28 من إتفاقية باريس لحماية ملكية الصناعية، مرجع سابق، ص 26.

<sup>4</sup> حسام الدين عبد الغني الصغير، الإطار الدولي للحماية في مجال العلامات التجارية، مرجع سابق، ص 28.

## الفرع الثاني: الحماية المقررة في إتفاقية ترينس

شملت إتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية المعروفة بإتفاقية ترينس ( TRIPS ) مبادئ وأحكام مستحدثة ضمن كافة الجوانب المتصلة بالملكية الفكرية، وبعد نهاية آخر وأطول مفاوضات تجارية لأول مرة في موضوع ملكية الفكرية عرفت بجولة الأوروغواي، إذ استمرت من عام 1986 إلى عام 1993 وكان آخر اجتماع لهذه الجولة بمدينة مراكش المغربية في عام 1994، وتم التوقيع عليها 15 أبريل 1994 وبدأ سريرانها في 1 جانفي 1995<sup>1</sup>.

ومن الأسباب التي دفعت إلى نشوء إتفاقية ترينس كثيرة أبرزها ما يلي:

- خلال السبعينيات والثمانينات ظهرت بكثرة صناعة التقليد والقرصنة بشكل واسع خاصة في دول جنوب شرق آسيا.
- ونجاح تلك الدول من فك أسرار براءات اختراع الدول المتقدمة، كما كانت الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية معدومة لدى العديد من الدول النامية مما شجعها على صناعة التقليد والقرصنة.
- عدم احتواء الإتفاقيات الدولية المنظمة لحقوق الفكرية على أسلوب موحد لتسوية النزاعات بين الدول الأعضاء مما أثروا على فاعلية هذه الإتفاقيات<sup>2</sup>.

## أولاً: مضمون إتفاقية ترينس

## أ- المبادئ الأساسية لإتفاقية ترينس

لقد أوردت إتفاقية ترينس مجموعة من المبادئ الأساسية والأحكام من شأنها أن تكفل فاعلية القواعد في منظمة التجارة العالمية عامة، وفي ما يتعلق في إتفاقية ترينس خاصة .

<sup>1</sup> حسام الدين عبد الغني الصغير، نفس المرجع، ص14.

<sup>2</sup> صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، مرجع سابق، 315 - 316.



**1- مبدأ المعاملة الوطنية:**

نص في هذا المبدأ المادة 03 فقرة 1 من إتفاقية ترس، مفاده بالتزام الدول الأعضاء في منظمه التجارة العالمية معاملة الأجانب المنتمين إلى أي دولة أخرى من الدول الأعضاء معاملة لا تقل عن تلك المقررة لمواطنيها، وتحملهم نفس الالتزامات التي تحملها رعاياها من حيث النطاق أو المدة أو كيفية الحصول عليها، وحتى من حيث تحديد المستفيدين من هذه الحماية<sup>1</sup>.

وعليه نستنتج أن مبدأ المعاملة الوطنية الوارد في إتفاقية باريس يتوجب على الدول الأعضاء معاملة رعاية الدول الأعضاء الأخرى بنفس المعاملة التي تمنحها حالياً أو مستقبلاً لمواطنيها، بينما في إتفاقية ترس يتوجب على الدول الأعضاء في منظمه تجاره العالمية، مواطن الدول الأخرى معاملة لا تقل عن معاملة مواطنيها، و عليه في إتفاقية ترس تجيز صراحة للدول الأعضاء منح الأجانب حقوقاً تجاوز تلك الحقوق الممنوحة لمواطنيها<sup>2</sup>.

**2- مبدأ الدولة الأكثر الرعاية:**

نصت على هذا المبدأ المادة 04 فقرة الأولى على أن أي ميزة أو أفضلية أو حصانة يمنحها عضو مواطني أي بلد آخر كان أو غير عضو فوراً و دون أي شرط لمواطني دول الأعضاء، ويطبق هذا المبدأ لأول مرة في مجال ملكية الفكرية حيث يتم المساواة بين مواطني و رعايا جميع الدول الأعضاء في الحقوق والالتزامات، أي تلتزم الدول الأعضاء في منظمه التجارة العالمية بأن لا تميز في المعاملة بين رعايا الدول الأعضاء الأخرى<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> جلال وفاء محمدين، الحماية القانونية للملكية الصناعية، وفقاً لإتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، د.ط، سنة 2004، ص 25.

<sup>2</sup> حسام الدين عبد الغني الصغير، الإطار الدولي للحماية في مجال العلامات التجارية، مرجع سابق، ص 15.

<sup>3</sup> جلال وفاء محمدين، الحماية القانونية للملكية الصناعية، نفس المرجع، ص 25.

## 3- مبدأ الحماية بين الحد الأدنى والأعلى:

تقضي هذه القاعدة على الدول الأعضاء في الإتفاقية أن تمنح رعايا الدول الأعضاء الأخرى، مدة حماية قانونيه لحقوق الفكرية لا تقل عن مدة الحماية التي توفرها إتفاقية ترس وهذا وفقا لمبدأ المعاملة الوطنية<sup>1</sup>.

و الجدير بالذكر أن مدة الحماية لبراءات الاختراع<sup>2</sup> في القانون الجزائري حسب المادة 09 من الأمر 03-07 هي عشرون عاما<sup>3</sup>، وهي نفس المدة في إتفاقية ترس، في حين أن مدة الحماية المقررة للعلامة التجارية في الإتفاقية هي سبع سنوات قابلة للتجديد حددتها المادة 18 من الإتفاقية<sup>4</sup>، إلا أن مدة الحماية في القانون الجزائري هي 10 سنوات من تاريخ إيداع طلب التسجيل قابلة للتجديد.

وعليه نستنتج أنه يتوجب على الدول التي ترغب في الإنضمام للإتفاقية بضرورة تعديل قانونها الوطني حتى تستجيب لمقتضيات حدود الدنيا للحماية ومثال ذلك أن لا تقل مدة الحماية في القوانين الوطنية عن مدة الحماية الممنوحة للإتفاقية ترس.

## 4- مبدأ فض المنازعات بين الدول الأعضاء:

ألزمت إتفاقية ترس الدول الأعضاء بأن تضمن قوانينها الوطنية والإجراءات التي نصت عليها الإتفاقية، وهذا لتسهيل اتخاذ تدابير ضد أي تعدي على حقوق الملكية الفكرية

<sup>1</sup> جلال وفاء محمدين، الحماية القانونية للملكية الصناعية، مرجع سابق، ص 27.

<sup>2</sup> الاختراع: فكره لمخترع، تسمح عمليا بإيجاد حل لمشكل محدد في مجال التقنية. - البراءة أو براءة الاختراع: وثيقة تسلّم لحماية اختراع. المادة 02 من الأمر 03-07، المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق ببراءات الاختراع، الجريدة الرسمية، عدد 44، المؤرخة في 23 جويلية 2003، ص 28.

<sup>3</sup> المادة 09، من الأمر 03-07، المتعلق ببراءات الاختراع، نفس المرجع، ص 09.

<sup>4</sup> المادة 18، من إتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية ( ترس ) ، المعتمدة في 15 أفريل 1994، بدء النفاذ في 1 يناير 1995، ص 10.

وتطبيق العقوبات الجنائية في حالة تقليد المعتمد للعلامات التجارية وهذا على وجه الإلزام لا الاختيار<sup>1</sup>.

### ثانيا: إجراءات الحماية في إتفاقية ترينس

تناولت إتفاقية ترينس المعايير المتعلقة بحماية الحقوق الناشئة عن العلامة التجارية وقد تضمنت ما يلي:

#### أ- المواد القابلة للحماية و الحقوق الممنوحة:

وفقا للمادة 15 من إتفاقية ترينس التي تنص على أنه: " تعتبر كل علامة تجارية تكون قادرة على تمييز السلع والخدمات التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة لأن تكون علامة تجارية. وتكون هذه العلامات مؤهلة للتسجيل كعلامة تجارية"<sup>2</sup>، حيث أبرزت إتفاقية ترينس خاصية العلامة التجارية في تمييز السلع والخدمات، و أضافت في مفهوم العلامة التجارية علامة الخدمة إلى جانب علامة السلعة، كما يتمتع مالك العلامة بالحقوق المطلق في منع الغير من إستعمال علامته تجارية<sup>3</sup>.

#### ب- مدة الحماية وإستعمال العلامة:

طبقا للمادة 18 من إتفاقية ترينس تنص على أنه: " يكون التسجيل العلامة التجارية قابلا لتجديد لمدة لا تقل عن سبع سنوات ويكون لمرات غير محددة "<sup>4</sup>، و بالتالي فإن المدة المقررة لحماية العلامة في إتفاقية ترينس هي 07 سنوات قابلة للتجديد مرة أو عدة مرات متلاحقة إلى أجل غير مسمى، و إذا كان إستعمال العلامة التجارية شرطا لازما لإستمرار

<sup>1</sup> أمينة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية، مرجع سابق، ص68.

<sup>2</sup> المادة 15، من إتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية ترينس ، ص09.

<sup>3</sup> حسام الدين عبد الغني الصغير، الإطار الدولي للحماية في مجال العلامات التجارية ، مرجع سابق، ص 19.

<sup>4</sup> المادة 18، من إتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية ترينس ، ص10.

تسجيلها، فلا يجوز شطب التسجيل العلامة إلا بعد مضي 3 سنوات دون إستعمال، ما لم يقدم صاحبها طلب تستند إلى ظروف عسيرة<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني: حماية العلامة التجارية في إطار التسجيل الدولي

ترجع بؤادر نظام التسجيل الدولي للعلامات إلى إتفاقية باريس لسنة 1883 لحماية عناصر الملكية الصناعية، ثم تم تكريس هذا النظام مع اتفاق مدريد المتعلق بالتسجيل الدولي للعلامات<sup>2</sup>، تعتبر إتفاقية مدريد أول إتفاقية تتعامل مع التسجيل الدولي للعلامة التجارية، أبرمت في 14 أبريل 1891 و دخلت حيز التنفيذ في 15 جويلية 1892 و عدلت عدة مرات<sup>3</sup>، ويبلغ الدول الأعضاء في إتفاقية مدريد 55 دولة، من بينها الجزائر والتي انضمت إليها الجزائر في عام 1972<sup>4</sup>.

### الفرع الأول: التسجيل الدولي للعلامة التجارية وفقا لاتفاقية مدريد

تهدف إتفاقية مدريد إلى تسهيل عملية تسجيل العلامة التجارية حيث تجنب التسجيل المتعدد فإن التسجيل الوطني للعلامة التجارية في بلد المنشأ يعد مدخل للتسجيل الدولي للعلامات، فيجب أن تكون العلامة مسجلة لدى المصلحة المختصة في البلد الأصلي قبل أن يتم تسجيلها دوليا.

<sup>1</sup> حسام الدين عبد الغني الصغير، الإطار الدولي للحماية في مجال العلامات التجارية ، مرجع سابق، ص20.

<sup>2</sup> بارة سعيدة، نظام مدريد كآلية للتسجيل الدولي للعلامات التجارية، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، المجلد 14، العدد 02، سنة 2016، ص421.

<sup>3</sup> عدلت في بروكسل سنة 1900، وفي واشنطن سنة 1911، وفي لاهاي سنة 1925، وفي لندن سنة 1934، وفي نيس سنة 1957، وفي ستوكهولم سنة 1967، وجرى تعديلها الأخير في 28 سبتمبر 1979، وكان تعديلها تماما في نفس تواريخ تعديل الإتفاقيات باريس. اطلع على الموقع [www.wipo.int](http://www.wipo.int) تاريخ الزيارة 2023/06/02 على الساعة 16:07.

<sup>4</sup> أمر رقم 72-10 مؤرخ في 22 مارس 1972، يتضمن الانضمام إلى بعض الإتفاقيات الدولية، منها إتفاقية مدريد المتعلقة بالتسجيل الدولي، ج.ر عدد 32، المؤرخة في 21 أبريل 1972.

## أولاً: مبادئ إتفاقية مدريد

لا يمكن إيداع طلب التسجيل الدولي إلا لشخص طبيعي أو معنوي يكون مكان إقامته أو جنسيته بأحد الأطراف المتعاقدة في الاتفاق، ولا يتم تسجيل العلامة التجارية في المكتب الدولي إلا إذا سبق تسجيلها لدى مكتب الوطني أو المصلحة المختصة و هذا ما نتناوله في الآتي:

## أ- المعاملة الوطنية لفئات معينة من الأشخاص:

بالرجوع إلى نص المادة 02 تنص على أنه يتمتع مواطني الدول الأعضاء بحماية علاماتهم في جميع الدول المتعاقدة، ويشترط ذلك أن يتم إيداع وتسجيل العلامة في السجل الدولي بالمكتب الدولي عن طريق مكتب بلد المنشأ، ويكون للمودع فيه مؤسسة صناعية أو تجارية وان لم توجد هذه المؤسسة في بلد المنشأ يتوجب أن يكون للمودع محل إقامة في أحد بلدان الإتحاد<sup>1</sup>، وعليه نستخلص أن للمودع يجب أن يكون له مؤسسة في بلد المنشأ، وإذا لم تتوفر أن يكون من رعايا دول الإتحاد أو يكون محل إقامة في أحد بلدان الإتحاد، حيث يتحدد البلد الأصلي بموطن المؤسسة أو محل إقامة المالك أو جنسيته<sup>2</sup>.

## ب- إحلال التسجيل الدولي محل التسجيلات الوطنية السابقة:

حسب المادة 04 ثانياً التي تنص على أنه إذا أودعت علامة في بلد واحد أو أكثر من بلدان إتحاد مدريد، وقام بتسجيلها المكتب الدولي باسم صاحبها أو من آلت إليه حقوقه، تسجيل الدولي يحل محل التسجيلات الوطنية السابقة<sup>3</sup>، وعليه فإن التسجيل الأولي في أحد بلدان الإتحاد، يغطي التسجيلات الأخرى في باقي دول الإتحاد وذلك بدون الإخلال بالحقوق المكتسبة نتيجة لهذه التسجيلات السابقة.

<sup>1</sup> المادة 02، من إتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، لسنة 1891، مرجع سابق، ص06.

<sup>2</sup> بارة سعيدة، نظام مدريد كآلية للتسجيل الدولي للعلامات التجارية، مرجع سابق، ص422.

<sup>3</sup> المادة 04 ثانياً، من إتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، نفس المرجع، ص09.

## ثانيا: إجراءات التسجيل الدولي للعلامات

يقبل تسجيل كل علامة تجارية أو صناعية سجلت في بلدها الأصلي وفقا للأوضاع القانونية في هذا الشأن، وأن تمنحها الحماية بالحالة التي هي عليها، ولذلك تلتزم دول الإتحاد بقبول تسجيل العلامة الأجنبية ما دامت تلك العلامة قد استوفت شروط تسجيلها بحسب قانون بلد الأصل<sup>1</sup>.

## أ- عملية تقديم طلب التسجيل الدولي :

طبقا للمادة 03 فقرة من الاتفاق التي تنص على: " يجب تقديم طلب التسجيل الدولي على الاستمارة المنصوص عليها في اللائحة التنفيذية وعلى الإدارة المختصة في بلد المنشأ أن تشهد البيانات الواردة في هذا الطلب تطابق البيانات الواردة في السجل الوطني"<sup>2</sup>، بعد تسجيل العلامة في السجل الوطني باسم الطالب ولنفس المنتجات والبضائع والخدمات، يرسل طلب التسجيل إلى المكتب الدولي مع دفع الرسوم المقررة<sup>3</sup>.

## ب- عملية فحص الطلب من قبل المكتب الدولي:

عملية الفحص هي أحد مهام التي يقوم بها المكتب الدولي الذي يفحص طلبات التسجيل، و إذا كانت مستوفية الشروط يتم إشعار الدول المعنية بذلك ونشرها في المجلة ذات العلاقة، أما إذا كانت غير مستوفية للشروط المطلوبة فيقوم بإرجاء التسجيل و إشعار المكتب الوطني المحلي ويمنح مدة ثلاثة أشهر وإذا انقضت يمنح المدة نفسها للمرة الثانية وإذا لم يكمل الطلب و تم إنقضاء المدة الثانية يلغى التسجيل وتسترجع الرسوم المدفوعة<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، مرجع سابق، ص442.

<sup>2</sup> المادة 03 أولا ، من إتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، نفس المرجع، ص07.

<sup>3</sup> صلاح زين الدين، العلامة التجارية ووطنيا ودوليا، مرجع سابق، ص292.

<sup>4</sup> بارة سعيدة، نظام مدريد كآلية للتسجيل الدولي للعلامات التجارية، مرجع سابق، ص431.

## ج- مدة التسجيل الدولي وتجديده:

حسب المادة 06 حددت إتفاقية مدريد مدة التسجيل الدولي للعلامة التجارية بعشرون سنة ويجوز تجديد الشروط، و ذلك بدفع الرسوم الإضافية والرسوم التكميلية<sup>1</sup>، ويرسل المكتب الدولي قبل ستة أشهر من تاريخ إنتهاء التسجيل الدولي إخطار صاحب العلامة أو ممثلة بذلك وإذا تأخر صاحب العلامة في التسجيل من تاريخ إنتهاء الفترة يعتبر متنازلا عن الحماية المطلوبة للعلامة<sup>2</sup>.

## الفرع الثاني: أثر التسجيل الدولي للعلامات التجارية وفقا لاتفاقية مدريد

يقوم المكتب الدولي بإشعار المكاتب الوطنية بتسجيل علامة تسجيلا دوليا، فتقوم المكاتب الوطنية بتسجيل هذه العلامة إذا استوفت الشروط القانونية، أما إذا تبين أحد أسباب الرفض التي تعود إلى القانون الوطني، فتعلن بأنها لا تستطيع منح الحماية للعلامة.

## أولاً: قبول الحماية

يترتب على التسجيل العلامة التجارية دوليا وجوب حمايتها في جميع الدول الأعضاء في إتحاد مدريد، وبالتالي لا يشترط تسجيلها في كل دولة من هذه الدول، حيث إذا طرأ أي تعديل على العلامة في البلد الأصلي يترتب نفس الأثر بالنسبة لباقي دول الإتحاد، وعلى المكتب الوطني إخطار المكتب الدولي حتى تخضع العلامة لقانون وأحد وهو قانون البلد الأصلي الذي سجلت فيه العلامة<sup>3</sup>.

## ثانياً: رفض الحماية

يمكن لمكتب التسجيل الوطني إعلان رفض منح الحماية للعلامة في دولته، بعد تبين أسباب تعود إلى القانون الوطني فنقوم بإرسال إشعارا برفض الحماية لهذه العلامة في

<sup>1</sup> المادة 06، من إتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، نفس المرجع، ص10.

<sup>2</sup> صلاح زين الدين، العلامة التجارية وطنيا ودوليا، مرجع سابق، ص297.

<sup>3</sup> مريم شباح، مريم عطوي، النظام القانوني للعلامة التجارية في القانون الجزائري و الإتفاقيات الدولية، مرجع سابق، ص108.

أراضيها إلى المكتب الدولي الذي هو بدوره يقوم بفحص عادي لأي إشعار رفض مرسل إليه و يقيد الرفض في السجل الدولي خلال سنة من تاريخ قيد العلامة مع إرسال نسخة من إشعار الرفض إلى الإدارة المختصة في بلد المنشأ وإلى مالك العلامة، أما إذا لم يستلم المكتب الدولي إشعارا بالرفض خلال الفترة المقرر والمحددة بسنة واحدة، أو لم يذكر في الإشعار أسباب الرفض في السجل الدولي فإن الرفض لن يقيد في السجل الدولي<sup>1</sup>.

و من الأسباب التي يمكن من خلالها رفض العلامة التجارية هي نفس الأسباب التي يستند إليها في رفض التسجيل الوطني وهي:

- العلامات التي تفتقد إلى صفة تمييز.
- العلامات المخالفة للنظام العام والآداب العامة، والتي من شأنها تظليل المستهلك.
- العلامات التي من شأنها المساس بالحقوق المكتسبة للغير في الدول التي تطلب فيها الحماية<sup>2</sup>.

من خلال معالجتنا لهذا المبحث نستخلص أن الهدف من هذه الإتفاقيات هو حماية العلامة التجارية في كل دولة من دول الإتحاد، كما نرى أن الجزائر انضمت إلى معظم الإتفاقيات الدولية كإتفاقية باريس و إتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي، وبذلك تصبح هذه الإتفاقيات جزء من القانون الوطني، و أثر التسجيل يختلف من إتفاقية إلى أخرى فحسب ما تطرقنا إليه في إتفاقية باريس وإتفاقية ترس تقتضي على كل صاحب علامة يقدم طلبات تسجيل متعددة في كل دولة يرغب فيها إستعمال وحماية علامته، إلا أن إتفاقية مدريد تتيح الحماية الدولية للعلامة في كافة الدول المتعاقدة في الاتفاق، بمجرد الحصول على تسجيل في إحدى دول الإتحاد، دون تقديم طلبات متعددة في كل دولة على حدى، وتهدف هذه الإتفاقية إلى تبسيط وتسهيل عملية تسجيل العلامات التجارية عبر الحدود الدولية، وتتيح لأصحاب العلامات الوصول إلى أسواق دول جديدة بسهولة، وتضمن حقوق الملكية الصناعية لمالك العلامة حتى وإن كانت في دولة أخرى.

<sup>1</sup> موقع المنظمة العالمية للملكية الفكرية [www.wipo.int](http://www.wipo.int) تاريخ التصفح 2023/06/05 على الساعة 10:46.

<sup>2</sup> صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، مرجع سابق، ص296.



خاتمة

## الخاتمة

ختاما لما سبق لنا التطرق له من خلال هذه المذكرة والتي عالجنا من خلالها مجموع المسائل والتي تجسدت من خلال فصول تتضمن مباحث والتي بدورها تتضمن مطالب.

تطرقنا من خلال الفصل الأول إلى مفهوم العلامة التجارية وخصائصها التي تميز المنتجات فيما بعضها ، إضافة إلى أشكال وأنواع العلامة التي تفرق بين العلامات الصناعية والتجارية ، ولقد سنّ المشرع الجزائري مجموعة من القوانين التي تكفل حماية العلامة التجارية الكاملة وتعطيها طابعا رسميا ومعترف بها قانونا.

و انتقنا بعدا إلى الفصل الثاني أين تناولنا جريمة التقليد والتي تعد من الجرائم الماسة بالعلامة التجارية إضافة إلى الحماية المدنية عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة وذلك بالحصول على تعويض مناسب عن الأضرار اللاحقة، ولقد انضمت الجزائر إلى معظم الاتفاقيات الدولية كاتفاقية باريس واتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات وأصبح انضمام الجزائر إلى منظمة التجارة أمر حتمي لما وصلت إليه من امتلاء الأسواق الوطنية بالعلامات المقلدة قصد تحرير التجارة و فتح باب المنافسة.

وخلاصة لما عالجنه نتوصل للقول أن المشرع الجزائري تمكن من وضع نظام يكفل به تنظيم وحماية العلامات التجارية من تحديد مجموع الأحكام المتعلقة بملكية العلامة وكيفية إكتساب الصفة القانونية للعلامة، كما بينا الحماية الجزائرية المخولة للشخص من التقليد.

توصلنا إلى مجموعة من النتائج والتي تتجلى في :

1. حرص المشرع الجزائري إلى إعطاء تعريف شامل للعلامة التجارية إلى مجموع الخصائص التي تتميز بها.
2. عدم وجود مؤسسات وجهات توفر الحماية اللازمة للعلامة التجارية في الجزائر.
3. إفتقاد آليات الرقابة التي تتخذ التدابير الوقائية ضد إدخال السلع المقلدة للأسواق الجزائرية.

## الخاتمة

4. التسجيل الدولي في إتفاقية باريس وإتفاقية ترينس يقتضي بتقديم طلبات متعددة في كل دولة إذا أراد صاحب العلامة تسجيل علامته في تلك الدول، إلا أن إتفاقية مدريد يسهل تسجيل بمجرد حصول على التسجيل في إحدى دول الإتحاد فيمنح الحماية الدولية للعلامة.
5. تبني المشرع الجزائري لنظام الإيداع البسيط للعلامة خاصة للأجانب حيث اشترط فقط تقديم وكيل للقيام بإجراءات الإيداع.

وتكملة لما سبق وبعد تعمقنا في الموضوع توصلنا إلى مجموعة من التوصيات والتي

تتجلى في:

1. ضرورة سن قوانين أخرى من شأنها توفير حماية أكبر من التي هي عليها حاليا.
2. وضع إطار قانوني ينظم قواعد المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية.
3. الأنضمام الدائم والمستمر للجزائر للمنظمات الدولية الهادفة لمعالجة وحماية العلامات التجارية.
4. تشجيع الإستثمار الأجنبي في الجزائر من خلال سن قوانين تنظمه وتحمي كل مستثمر أجنبي.
5. إنشاء آليات لفحص البضائع المستوردة من الخارج، و تزويديها بكافة الوسائل.
6. تحديث القانون الذي ينظم العلامات، وتشديد العقوبات على كل من يقوم بممارسة أي شكل من أشكال التعدي على حقوق الآخرين.
7. تعتبر حماية العلامة التجارية أمرا حاسما لكل شركة أو علامة تجارية تسعى للنجاح والازدهار في السوق المحلية أو العالمية.
8. يعتبر سن القوانين الدولية والوطنية لحماية العلامة التجارية أمرا مهما لأنه يساعد في حماية سمعة المنتج أو الخدمة ويمنع أي شخص من استخدام العلامة عن طريق التقليد أو التزوير.

# قائمة المصادر والمراجع

## قائمة المصادر والمراجع

أولاً : المصادر.

الاتفاقيات الدولية :

- إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المؤرخة في 20 مارس 1883، المعدلة ببروكسل في 1900 ثم واشنطن في 1911، ثم لاهاي في 1925، و لندن في 1934، ولشبونة في 1958، و ستوكهولم في 1967، و تم التنقيح الأخير في عام 1979.
- إتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية ( تريس ) ، المعتمدة في 15 أبريل 1994، بدء النفاذ في 1 يناير 1995
- إتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، لسنة 1891، المعدلة ببروكسل في 1900، ثم واشنطن 1911، ثم لاهاي 1925، ولندن 1934، ولشبونة 1958، وستوكهولم 1967، والتعديل الأخير في 28 سبتمبر 1979.

النصوص القانونية :

- القانون رقم 04-02، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المؤرخ في 23 جوان 2004، ج.ر، عدد 46، المؤرخة في 18 أوت 2010.
- القانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 أوت 2010، المعدل و المتمم لقانون 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر، عدد 46، المؤرخة في 18 أوت 2010.
- قانون العلامات التجارية الأردني، رقم 33 لسنة 1952، المعدل بالقانون رقم 34 لسنة 1999، ج.ر عدد 4299 المؤرخة في 1 نوفمبر 1999.

الأوامر :

- الأمر 03-06 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات ، الجريدة الرسمية عدد 44، المؤرخة في 23 جويلية 2003.
- الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية سنة 2003 المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية، العدد 43، المؤرخة في 20 جويلية 2003.

## قائمة المصادر والمراجع

- الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 جوان 1966، المتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية عدد 49، المؤرخة في 11 جوان 1966.
- الأمر رقم 66-57 مؤرخ في 19 مارس سنة 1966، يتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية الجزائري، الجريدة الرسمية عدد 23، المؤرخة في 22 مارس 1962.
- الأمر رقم 66-48 المؤرخ في 25 فبراير 1966 المتضمن انضمام الجزائر إلى إتفاقية باريس المبرمة في 20 مارس 1883 المتعلقة بحماية الملكية الصناعية، الجريدة الرسمية العدد 16، الصادرة في 25 فبراير 1966.
- الأمر رقم 03-07، المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق ببراءات الاختراع، الجريدة الرسمية، عدد 44، المؤرخة في 23 جويلية 2003
- الأمر رقم 72-10 مؤرخ في 22 مارس 1972، يتضمن الأنضمام إلى بعض الاتفاقيات الدولية، منها إتفاقية مدريد المتعلقة بالتسجيل الدولي، ج.ر عدد 32، المؤرخة في 21 أبريل 1972
- الأمر رقم 76-65، المتعلق بتسميات المنشأ، المؤرخ في 16 جويلية 1976، الجريدة الرسمية، عدد 59، المؤرخة في 23 جويلية 1976
- الأمر 66-156 المؤرخ في 8 جوان 1966، المتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية عدد 49، صادرة في 11 جوان 1966.

### المراسيم :

- المرسوم التنفيذي رقم 05-277 مؤرخ في 2 أوت 2005، يحدد كفاءات ايداع العلامات وتسجيلها، الجريدة الرسمية عدد 54، المؤرخة في 7 أوت 2005.
- المرسوم التنفيذي رقم 98-68 المؤرخ في 21/02/1998 المتعلق بأنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، الجريدة الرسمية عدد 11، الصادرة بتاريخ 2005/08/21.

## قائمة المصادر والمراجع

ثانيا : المراجع

الكتب القانونية

- أمينة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية دراسة مقارنة، ريم للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، سنة 2011.
- ناصر عبد الحليم السلامة، الحماية الجزائية للعلامات التجارية، دراسة تحليلية مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة الأولى، سنة 2008.
- فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، إبن خلدون للنشر و التوزيع، وهران، د.ط ، سنة 2001، الجزء الأول.
- فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، المحل التجاري و الحقوق الفكرية، القسم الثاني، ابن خلدون للنشر والتوزيع، وهران الجزائر، د.ط ، سنة 1998
- سميحة القليوبي، الوجيز في التشريعات الصناعية، دار الإتحاد العربي للطباعة، القاهرة، د.ط ، بدون سنة نشر.
- سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة السادسة، سنة 2006.
- أوشن حنان، الحماية القانونية للعلامة التجارية، دار اليازوري للنشر و التوزيع، عمان، د.ط ، سنة 2016.
- معجم اللغة العربية، معجم الوجيز، دار التحرير للطبع و النشر، القاهرة، د.ط، سنة 1989.
- محمد حسين، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، د.ط ، سنة 1985، الجزء 01.
- مصطفى كمال طه ، أصول القانون التجاري ، الدار الجامعية للطباعة و النشر ، الإسكندرية، د.ط ، سنة 1986.
- صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، د.ط، سنة 2000.

## قائمة المصادر والمراجع

- فاضلي إدريس، المدخل إلى الملكية الفكرية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، بن عكنون الجزائر، د.ط ، سنة 2007.
- نعيم مغرب ، الماركات التجارية و الصناعية ، دراسة في القانون المقارن، د.د.ن ، لبنان ، الطبعة الأولى، سنة 2005.
- مريم شباح مريم عطوي، النظام القانوني للعلامة التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، مكتبه الوفاء القانونية للنشر، الإسكندرية مصر، الطبعة الأولى، سنة 2021.
- جوزيف نخلة سماحة، المزاحمة غير المشروعة، دراسة قانونية مقارنة، مؤسسة عز الدين للطباعة والنشر، لبنان، الطبعة الأولى، سنة 1991.
- نادية فوضيل، القانون التجاري الجزائري، الديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، د.ط، سنة 2001.
- مصطفى كمال طه، القانون التجاري، الدار الجامعية للنشر، القاهرة، الطبعة 3، سنة 1991.
- نورة حسين، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، الأمل للطباعة و النشر والتوزيع، الجزائر، د.ط ، سنة 2015.
- زينة غانم عبد الجبار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية دراسة مقارنة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، د.ط، سنة 2007.
- جلال وفاء محمدين، الحماية القانونية للملكية الصناعية، وفقا لإتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، د.ط، سنة 2004.
- عجة جيلالي، العلامة التجارية خصائصها وحمايتها، مكتبة زين الحقوقية، لبنان، الطبعة الأولى، سنة 2015، الجزء الرابع.



## قائمة المصادر والمراجع

### المقالات :

– ميلود سلامي، دعوى المنافسة غير المشروعة، مجلة دفاتر السياسة و القانون، العدد 6 سنة 2012.

– بسكري رفيقه، الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، جامعة باتنة 1 الجزائر، المجلد 06، العدد 02، سنة 2019.

– بلمختار سعاد، الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة وشروطها، مجلة نوميروس الأكاديمية، المجلد 01، العدد 01، سنة 2020.

– حمادي زبير، تقليد العلامات في القانون الجزائري، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، صادر عن كلية الحقوق جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، مجلة سداسيه، عدد 01، سنة 2010.

– بارة سعيدة، نظام مدريد كآلية للتسجيل الدولي للعلامات التجارية، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، المجلد 14، العدد 02، سنة 2016.

### الرسائل والأطروحات العلمية :

– راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، مذكرة لنيل درجة دكتوراه، تخصص قانون، جامعة مولود معمري تيزي وزو، سنة 2014/2013.

– جاري صالح، تأثير العلامة التجارية على سلوك المستهلك، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، تخصص علوم تسيير، جامعة المسيلة، سنة 2008 /2007.

– شنعان نعيمة، سايج نبيلة، حماية العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، سنة 2016/2015.

## قائمة المصادر والمراجع

### المذكرات والمؤتمرات :

– حسام الدين عبد الغني الصغير، الإطار الدولي للحماية في مجال العلامات التجارية، ندوة الويبو دون الإقليمية عن العلامات التجارية ونظام مدريد، الدار البيضاء، جامعة المنوفية، سنة 2004.

### الاجتهاد القضائي :

– مجلة المحكمة العليا، عدد خاص، التقليد في ضوء القانون والاجتهاد القضائي على ضوء قرارات المحكمة العليا الغرفة التجارية والبحرية، قسم الوثائق، المحكمة العليا، سنة 2012.

### المراجع الأجنبية :

– Albert Chavanne et Claudine Salomon, (Marque de fabrique de commerce ou de service), Encyclopédie juridique, Dalloz, Paris, 2003.

### المواقع الالكترونية :

- [www.arabdict.com](http://www.arabdict.com)
- [www.wipo.int](http://www.wipo.int)
- [www.asjp.cerist.dz](http://www.asjp.cerist.dz)
- <https://ar.wikipedia.org/wiki/>

# الفهرس

أ - ب	الاهداءات
ج	شكر وعرفان
د	قائمة المختصرات
1	المقدمة
5	الفصل الأول: الطبيعة المفاهيمية للعلامة التجارية
7	المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية
7	المطلب الأول: مفهوم العلامة التجارية
7	الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية
11	الفرع الثاني: خصائص العلامة التجارية
13	المطلب الثاني: أشكال و أنواع العلامات التجارية
13	الفرع الأول: أشكال العلامات التجارية
17	الفرع الثاني: أنواع العلامات التجارية
19	المبحث الثاني: الحق في اكتساب العلامة التجارية
19	المطلب الأول: شروط العلامة التجارية
19	الفرع الأول: الشروط الشكلية
23	الفرع الثاني: الشروط الموضوعية
27	المطلب الثاني: آثار تسجيل العلامة التجارية
28	الفرع الأول: إكتساب الحق في العلامة
31	الفرع الثاني: إنقضاء الحق في العلامة التجارية

34	الفصل الثاني: الحماية القانونية للعلامة التجارية
36	المبحث الأول: الحماية الوطنية للعلامة التجارية
36	المطلب الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية
37	الفرع الأول: تعرض العلامة للمنافسة غير المشروعة.
42	الفرع الثاني: إثبات دعوى المنافسة غير المشروعة وآثارها
47	المطلب الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية
47	الفرع الأول: الجرائم الماسة بالعلامة التجارية
50	الفرع الثاني: الإجراءات الجزائية المتخذة لحماية العلامة
57	المبحث الثاني: الحماية الدولية للعلامة التجارية
58	المطلب الأول: حماية العلامة التجارية في إتفاقية باريس وتربس
58	الفرع الأول: الحماية المقررة في إتفاقية باريس
66	الفرع الثاني: الحماية المقررة في إتفاقية تربس
70	المطلب الثاني: حماية العلامة التجارية في إطار التسجيل الدولي
70	الفرع الأول: التسجيل الدولي للعلامة التجارية وفقا لإتفاقية مدريد
73	الفرع الثاني: أثر التسجيل الدولي للعلامة التجارية وفقا لإتفاقية مدريد
75	خاتمة
78	قائمة المصادر و المراجع
85	الفهرس

## الملخص:

يمكن الاستنتاج بأن حماية العلامات التجارية أمر ضروري للشركات والمنتجات لحفظ الهوية الفريدة للعلامة التجارية، وتحسين الثقة العامة في المنتجات والخدمات المتعلقة بها، والحفاظ على السمعة والمصداقية التي تمتلكها العلامة التجارية في الأسواق المحلية والدولية. تحظى العلامة التجارية بحماية قانونية دولية و وطنية تهدف إلى حمايتها من التقليد، وذلك بموجب قوانين حماية الملكية الفكرية و تشريعاتها الداخلية، وتشمل الإجراءات القانونية المتعلقة بحماية العلامات التجارية تسجيل العلامة التجارية لدى المصلحة المختصة، والمحافظة على حقوق الملكية الفكرية من خلال الإجراءات القضائية المناسبة في حالة الانتهاك و بشكل عام، فإن الإلتزام بالجوانب القانونية والترويج النشط للعلامة التجارية هو الطريقة الأكثر فعالية لحمايتها من التقليد، و يتضح أن حماية العلامة التجارية تشير إلى الحقوق القانونية التي يتمتع بها أصحاب العلامات التجارية للحماية من الإستخدام غير المصرح به لعلاماتهم التجارية، و يهدف ذلك إلى منع الأشخاص أو الشركات الأخرى من استخدام علامة تجارية مشابهة أو مطابقة للعلامة التجارية المحمية بشكل غير قانوني.

### Abstract :

It can be concluded that the protection of trademarks is necessary for companies and products to preserve the unique identity of the brand, improve public confidence in products and related services, and maintain the reputation and credibility that the brand possesses in the local and international markets.

The trademark enjoys legal protection internationally and nationally aimed at protecting it from imitation, according to intellectual property protection laws and its internal legislation. Legal procedures related to trademark protection include registering the trademark with the competent authority, and preserving intellectual property rights through appropriate judicial procedures in the event of Infringement In general, adhering to the legal aspects and actively promoting a trademark is the most effective way to protect it from imitation.

It is clear that trademark protection refers to the legal rights enjoyed by trademark owners to protect against unauthorized use of their trademarks, and this aims to prevent other persons or companies from illegally using a trademark similar or identical to the protected trademark.

