

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

المرجع:.....

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم: القانون عام

مذكرة نهاية الدراسة لنيل شهادة الماستر

## محاكمة تقليد العلامات التجارية

ميدان الحقوق والعلوم السياسية

الشعبة: الحقوق

التخصص: قانون جنائي وعلوم جنائية

تحت إشراف الأستاذ(ة):

من إعداد الطالب(ة):

فرحات حمو

لعصار نادية

أعضاء لجنة المناقشة

رئيسا

بلبنة محمد

الأستاذ(ة)

مشرفا مقرر

فرحات حمو

الأستاذ(ة)

مناقشا

زاوي عبد اللطيف

الأستاذ(ة)

السنة الجامعية: 2021/2020

تاريخ المناقشة 2021-07-07

## الإهداء

الحمد لله وكفى والصلاة على الحبيب المصطفى وأهله ومن وفي أما بعد:  
الحمد لله الذي وفقنا لتثمين هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية بمذكرتنا هذه ثمرة الجهد  
والنجاح بفضلته تعالى  
أهدي تخرجي الجامعي لأبي وأمي الغاليين اللذان كانوا لهم أعمق الجهود في تحقيق  
النجاح في هذه الرحلة العلمية، كما أهدي تخرجي هذا الكافة أفراد أسرتي كل بإسمه  
أهدي تخرجي إلى النور الذي أثار دربي والسراج الذي لا ينطفئ نوره وأبدا والذي بذل جهدا  
السنين من أجل أن...سلام النجاح والدي العزيز،  
وإلى من أخص الله الجنة تحت قدميها وغمرتني بالحب وأشعرتني بالسعادة والأمان هي  
حياتي وكل عمري والدتي العزيزة.  
ولا أنسى صديقة العمر ما أجمل في صداقتنا أنها بعيدة كل البعد عن المصلحة وأساسها  
الصدق والإخلاص والوفاء أهدي لما هذا العمل لوجود ما يجافي طيلة سنوات الدراسة والتي  
ساعدتني من أجل الوصول إلى هذا النجاح.

## الشكر والتقدير.

في البداية، الشكر والحمد لله، جل وعلاه، فالإيه ينسب الأمر كله والفضل في إكمال هذه الدراسة.

وبعد الحمد لله فإنني أتوجه إلى أستاذي فرحات حمو بالشكر والتقدير الذي لن تقيمه أي كلمات حقها، فلولا دعمها المستمر لي ما تم هذا العمل.

وبعدها فبالشكر موصول لكل أساتذتي الذي تتلمذت على أيديهم في قسم الحقوق خاصة وأساتذة كلية الحقوق والعلوم السياسية عامة، حتى أشرف بوقوفي أما حضرت لجنة المناقشة التي لها مني فائق التقدير، الشكر والإحترام، تحياتي الخالصة لكم.

لا يحظى علينا للعلامة التجارية أهمية كبيرة في الوقت الحاضر، سواء في النشاط الإقتصادي أو التجاري، كونها تعد وسيلة للمنتج أو التاجر أو مقدم الخدمة ليميز منتجاته أو بضائعه أو خدماته عما يماثلها أو يشابهها من منتجات أو بضائع، كما أنها وسيلة المستهلك للتعرف على المنتجات أو البضائع التي يفضلها على غيرها، أو التي تلقى عند قبولها أكثر من غيرها.

فإستخدام العلامة التجارية ليس حديث النشأة، فالرومانيون يعتبرون هم أول من استعمل العلامة التجارية، ثم جاء بعدهم الإيطاليون في القرن 15 حيث كان استخدام العلامة إلزامي، أين كان يسود نظام الطوائف لتمييز منتجات طائفة عن الأخرى، وبعد ثورة 1789 في فرنسا تم إلغاء نظام واختفاء بالتبعية نظام العلامات إلزامية وأصبح وضع العلامة على المنتج اختياري واستمر الوضع على هذا الحال إلى غاية اندلاع الحرب العالمية الأولى وظهر أنواع مختلفة للملكية، الملكية الصناعية، الملكية التجارية، الملكية الإقتصادية وتفرعت الملكية إلى صور جديد: الملكية المادية والملكية المعنوية وأصبحت العلامة تتمتع بطابع الملكية المعنوية.

أما في الجزائر فقد تم العمل بقانون العملات الفرنسي ذاته، لكن بعد الاستقلال صدر الأمر 57/66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية إلا أنه الغي الأمر 03-06 الذي حل محله.

والأهمية التي تحملها العلامة، ودورها الكبير في زيادة التنافس على تسويق المنتجات والسلع في السوق ، كان هذا الدافع الأكبر إلى انتشار ظاهرة الاعتداء عليها بشكل كبير في الوقت الحاضر إضافة إلى المخاطر السلبية التي لا تقتصر أثارها على المساس بمالك وإنما تتعداه إلى المستهلكين والإقتصاد الوطني ككل.

ولهذا قامت الدول إلى وضع إيطار كافي لحماية العلامات التجارية من الإعتداء عليها وخاصة فيما يتعلق بجريمة التقليد.

وعليه فإن أسباب اختيار هذا الموضوع تكمن في أن جريمة تتميز بأهمية كبيرة كونها تمس كل من المنتج والمستهلك والإقتصاد لوطني والعالمي ككل.

أما عن أسبابي الذاتية التي دفعتني إلى إختيار هذا الموضوع هو رغبتى الشخصية في معرفة القواعد الأساسية التي تحكم العلامة التجارية، وذلك من خلال التحليل والتعريف الموضوع، وخاصة وأن العلامة التجارية سابقا وحتى وقتنا الحالي لازالت تتعرض للإعتداءات وأنها كانت كثيرة مست مختلف العلامات في كل المجالات حتى وصلنا إلى مرحلة عدم تمييز بين العلامة الأصلية والمقلدة.

وتتجلى أهمية موضوع محاربة العلامات التجارية هو أن العلامة من أهم الأصول التي تمتلكها الشركة فهي بمثابة الهوية فمثلها يجب على كل شخص أن يكون لديه هوية خاص به أيضا يجب على الشركات أن يكون لديها هوية خاصة بها وهي العلامة التجارية وذلك اعتبارها مفتاح التمييز بين الشركات كما أنها تستخدم أيضا كأداة للتسويق وللترويج عن

المنتجات أو الخدمات في معظم الأحيان، بالإضافة إلى أنها تسهل على العملاء تمييز منتجات كل شركة عن الأخرى، ولا يقتصر أهميتها إلى هنا فحسب بل تساد على زيارة الثقة بمنتجات من قبل العملاء والمستهلكين بشكل كبير.

والتطور التكنولوجي وتزايد تنافس المنتجات كل الأسواق الدولية أدى إلى ذلك إلى اهتمام التشريع الجزائري بالعلامة التجارية باعتبارها وسيلة للمنافسة غير المشروعة ومنحها الحماية القانونية بنوعيتها المدنية والجزائية.

أما عن الأهداف هذا الموضوع تكمن في :

تبيان جريمة تقليد العلامة التجارية من خلال تعريف العلامة التجارية وتعريف التقليد وبيان صورها وشروطها الإجراءات المتبعة لتسجيلها وإيداعها مع إبراز دور المشرع في حماية هذه العلامة من خطر التقليد وحتى جهود الدولية للمكافحة جريمة التقليد عن طريق حمايتها للمكافحة جريمة التقليد عن طريق حمايتها ومن خلال الدراسات السابقة ومما سبق نطرح الإشكالية التالية:

ما هو النظام القانوني الموضوعي والإجرائي للحماية العلامة التجارية من خطر التقليد؟

وما هي أبرز الآليات التي اتبعتها المشرع الجزائري للمكافحة ومحاربة ما يعرف بتقليد

العلامة التجارية؟ وهل يا ترى النظام القانوني الجزائري المتبع كفيل بمسايرة هذا الانفتاح

وهل كفيل بحماية العلامة؟.

## الدراسات السابقة:

مما لا شك فيه أن الموضوع الذي تطرقت إليه قد تناوله الكثير من الباحثين والمؤلفين إلا أن الموضوع واحد وهو العلامة التجارية إلا أنه كل باحث قام بدراسته بعدة جوانب مختلفة هناك من تطرق إلى الحماية المدنية للعلامة التجارية وهناك من تطرق إلى الحماية الجزائية ونذكر منها الأستاذة وهيبة لعوارم بن أحمد تحت عنوان: " جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري "، وهي تختلف نوعا ما عن دراستي التي عنوانها " محاربة تقليد العلامات التجارية " وكذلك هناك دراسات أكاديمية في القانون الجزائري التي تناولت الموضوع من زوايا مختلفة ومنها:

مذكرة مكملة من مقتضيات نيل شهادة الماستر في الحقوق من إعداد الطالبة بن رقية رحيمة تحت عنوان " النظام القانوني للعلامات في التشريع الجزائري " التي ركزت في بحثها إلى تبيان ماهية العلامة التجارية خلال التعريف ووظائف العلامة وأنواعها وأشكالها وشروطها.

بالإضافة إلى تناولها الحماية القانونية للعلامة، الحماية الوطنية والدولية وهي قرية نوعا ما من دراستنا إلا من خلال نقاط اختلاف هو أنها ذكرت التطور التاريخي للعلامة ودراستنا لم نتطرق إليه كذلك تطرقنا في دراستنا إلى تبيان ماهية التقليد بينما هذه الدراسة لم تتناول التقليد وماهيته.

أما الدراسة الثانية فهي لـ **فتيحة لعلام** مذكرة شهادة ماستر تحت عنوان " **حماية العلامة التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري** " تطرقت هي الأخرى إلى ماهية العلامة التجارية من خلال تعريفها وتمييزها عن المصطلحات الأخرى تبيان أنواعها وأشكالها وشروطها وتطرقت كذلك إلى ماهية جريمة التقليد وأركانها في الفصل الأول أما الفصل الثاني تناولنا خصوصية دعوى تقليد العلامة التجارية من خلال خصائصها التي لم أتطرق إليها في دراستنا، لم نتكلم **فتيحة لعلام** عن الحماية المدنية للعلامة التجارية ودعوى المنافسة الغير مشروعة التي تكلمنا عنها في بحثنا هذا، وهناك الكثير من الدراسات السابقة حول هذا الموضوع التي لا نستطيع التكلم عنها لضيق الوقت.

أما عن **المنهج المتبع** والمعتمد في بحثنا هذا اعتمدت على ثلاثة مناهج :

1 **المنهج الوصفي** : وفيه يتم وصف العلامة التجارية وتقليدها، خلال تعريف وتبيان مفهوم العلامة وأنواعها وأشكالها وشروطها.

2 **المنهج التحليلي** : وذلك من خلال القيام بتحليل آراء الفقهاء والنصوص التشريعية والقانونية على غرار الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات الجزائري.

3 **المنهج المقارن** : وفيه استعملته للمقارنة بين أحكام ونصوص قانون العلامات الجزائري ومختلف التشريعات من بينها القانون المصري والأردني والفرنسي.



ومن أبرز الصعوبات التي وجهتني أثناء انجاز البحث هي قلة المراجع الخاصة بالبحث وخاصة المراجع في تشريع الجزائر وكذلك ضيق الوقت الذي لم يسمح لي بالإطلاع على مراجع أكثر.

ومن أجل الإجابة على التساؤلات المطروحة قمنا بتقسيم هذه الدراسة إلى فصلين الأول نتكلم فيه عن القواعد الموضوعية لحماية العلامة التجارية من خلال تقسيم الفصل الأول على مبحثين، الأول تبيان ماهية العلامة التجارية، والثاني شروط حماية العلامات. أما الفصل الثاني نتكلم فيه عن القواعد الإجرائية لحماية العلامات التجارية من التقليد. من خلال مبحثين الأول ماهية جريمة التقليد والثاني آليات حماية العلامات التجارية التقليد.

## تمهيد:

تكتسي حقوق الملكية الفكرية في عالم اليوم أهمية بالغة، الأمر الذي يفسر سعي الدول المستمر و عملها الدؤوب على حمايتها خلال توفير آليات قانونية فعالة لمنع وقوع أي اعتداء عليها.

لان الاعتداء سينعكس سلبا على الناتج المحلي و يؤثر في مستويات رفاهية الشعوب، و يعتبر تقليد العلامات التجارية من أخطر الجرائم التي تعرض اقتصاديات الدول للخطر، كما لها آثار سلبية على المنافسة المشروعة و المستهلكين و التاجر.<sup>1</sup>

لهذا لا بد من المشرع الجزائري أن يقوم بتكثيف الجهود من أجل محاربة مثل هذه الجرائم و السعي للحماية العلامة التجارية من أي تقليد.

لكن قبل هذا وجب علينا أولا تبيان ماهية العلامات التجارية، أنواعها، التطرق للأهم الشروط التي تميز بها العلامة التجارية، و عليه تم تقسيم الفصل كما يلي:

المبحث الأول نتطرق فيه الى ماهية العلامة التجارية و الذي سوف نتعرض فيه تعريف العلامة التجارية و أنواع العلامات التجارية، أما المبحث الثاني سوف نتطرق الى شروط العلامة التجارية.

<sup>1</sup> سميحة لعجال، جريمة تقليد العلامة التجاري في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر قانون أعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف -المسيلة، الجزائر، 2016/2017، ص 05.

## المبحث الأول: ماهية العلامات التجارية

أولاً ماهية العلامات التجارية ينبغي تبيان العلامة التجارية من ناحية تعريفها و تبيان أنواعها الشكلية و الموضوعية لذلك سوف نتناول في (المطلب الأول) تعريف العلامات التجارية و تمييزها عن غيرها من الحقوق الفكرية و في (المطلب الثاني) سوف نتناول أنواع العلامات التجارية.

**المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية و تمييزها عن غيرها من الحقوق الفكرية.**  
في الأول نقوم بتعريف العلامة التجارية و التفريق بينها و بين الحقوق الفكرية الأخرى لهذا نتطرق في (الفرع الأول) إلى تعريف العلامة التجارية لغة و فقها و تشريعاً، و (الفرع الثاني) تمييز العلامة عن غيرها من الحقوق.

### الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية

#### أولاً- تعريف العلامة التجارية

المقصود بالعلامة التجارية لغة هي كل أثر في الشيء للدلالة عليه و معرفته و تمييزه عن غيره، هي مشتقة من العلم بمعنى المعرفة، و م ثل ذلك علم الدولة للدلالة عليها و تمييزها.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> ناصر السلمات، الحماية الجزائرية للعلامات التجارية، الطبعة الأولى، اثناء النشر و التوزيع، الأردن، 2013، ص 12.

و ما يعلم به الشيء ما ينصب في الطريق فيستهدي به، كما يقال بمعنى

العلامة أنها عبارة عن خطان متقاطعان يستعويض بهما عن الإمضاء.

## 2. تعريف التجارية لغة:

أصل الكلمة من الفعل الثلاثي تجر، يتجر، تجراً و تجارة، أي مارس البيع و

الشراء و اشتغل التجارة، و التجارة حرفة التاجر الذي يمارس الاعمال التجارية على

وجه الاختراق.<sup>1</sup>

## ثانياً - التعريف الفقهي:

تناول غالبية الفقهاء القانون التجاري التعريف العلامة التجارية، فقد عرفتها

الدكتورة سميحة العليوي بأنها: ( كل اشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على

المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها لتميز هذه المنتجات عن غيرها من السلع

المماثلة<sup>2</sup>).

و عرفها الدكتور علي جمال الدين عوض بأنها (اشارة مادية يضعها التاجر

أو الصانع على سلعته ليسهل تمييزها عن السلع الأخرى من ذات الصنف<sup>3</sup>).

<sup>1</sup>مذكرة جريمة تقليد العلامات التجارية في التشريع الجزائري، سميحة العجال ، المرجع السابق، ص 06.

<sup>2</sup>ناصر سلامات مرجع سابق، ص 14.

<sup>3</sup> ناصر سلامات، المرجع نفسه، ص 262 .

و عرفها الدكتور صلاح زين الدين بأنها (الرمز الذي يتخذه الصانع او التاجر أو مقدم الخدمة لتمييز صناعته أو بضاعته أو خدماته عم مثيلاتها التي يصنعها أو يتاجر بها أو يقدمها آخرون).

### ثانيا- التعريف اللغوي:

تطرقت العديد من ال تشريعات إلى تعريف العلامة التجارية في القوانين الخاصة بها فقد عرفها المشرع المصري في المادة 63 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002 على إنها (العلامة التجارية هي كل ما يميز منتجا، سلعة كان أو خدمة عن غيره و تشمل على وجه الخصوص الأسماء المتخذة شكلا مميزا للإمضاءات و الكلمات و الحرف و الأرقام و الرسوم و عناوين المجال التي تتخذ شكلا خاصا و مميزا، و كذلك أي خليط من هذه العناصر إذا كانت تستخدم أو يراد أن تستخدم إما في تمييز منتجات عمل صناعي أو استغلال زراعي أو استغلال للغابات.<sup>1</sup>

كما عرفها المشرع الفرنسي في قانون 597-92 المؤرخ في 01 يوليو 1992 المتعلق بالمكية الفكرية العلامة التجارية بأنها: "أي إشارة يمكنها عن طريق

<sup>1</sup>شعنان نعيمة، سايف نبيلة، حماية العلامة التجارية في التشريع الجزائري، تخصص قانون العون الاقتصادي، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2016، ص 06 و 07.

التبرير بالرسم أن تميز الخدمات التي ينتجها الأشخاص سواء كانوا أشخاص طبيعيين أو معنويين<sup>1</sup>.

أما المشرع الجزائري فقد عرف العلامات التجارية من خلال نص المادة 02 من الأمر 06-03 الذي يتعلق بالعلامات، " كل الرموز قابلة للتمثيل الخطي، لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام و الرسومات أو الصور والأشكال، المميّزة السلع أو توضيبيها، و لا بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتميز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع و خدمات غيره<sup>2</sup>. و من خلال هذا التعريف يمكن القول أن المشرع الجزائري عرف العلامة بأنها كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي و التي تستخدم للتمييز السلع و الخدمات، كما نلاحظ أيضا أن المشرع توسع في تعريف العلامة التجارية حيث أضاف إليها علامة الخدمة<sup>3</sup>.

### الفرع الثاني: تمييز العلامة عن غيرها من الحقوق الفكرية

تعتبر العلامة التجارية إحدى عناصر الملكية الصناعية و التجارية و التي تشمل براءات الاختراع، الرسوم، و النماذج الصناعية، الاسم التجاري و العنوان

<sup>1</sup> شغنان نعيمة، ساينغ نبيلة، المرجع السابق، ص 07.

<sup>2</sup> الأمر رقم 06-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 هـ الموافق لـ 19 جويلية سنة 2003، يتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية، العدد 44 الصادر في 23 جويلية 2003، ص 23.

<sup>3</sup> سميحة العجال، المرجع السابق، ص 07.

التجاري و عناصر الملكية الصناعية التجارية الأخرى، و هذا يقتضي التفريق بينها جميعا ليس اختلاف تنظيم و مجال حماية كل منها<sup>1</sup>:

أولا: تمييز العلامة عن الحقوق التجارية.

1/ تمييزها عن الاسم التجاري:

الاسم التجاري هو الاسم الذي يستخدم للتمييز المنشأة أو المؤسسة عن غيرها، و التعريف الجمهور و جلب الزبائن، و قد يشتق الاسم التجاري من اسم التاجر المدني فيصبح عنصرا من العناصر المعنوية للمنشأة له قيمة اقتصادية تجارية، و قابلا للتداول لبيعه<sup>2</sup>.

و عليه فان العلامة التجارية تفرق عن الاسم التجاري ب النقاط التالية:

- أن العلامة عبارة عن رمز قابل للتمثيل الخطي بينما الاسم التجاري عبارة عن تسمية أو عنوان.
- أن العلامة حق صناعي بينما الاسم التجاري عنصر معنوي من العناصر المعنوية للمحل التجاري باعتباره مال منقول معنوي.
- أن العلامة يتم تسجيلها لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بينما الاسم التجاري يتم تسجيله لدى المركز الوطني للتسجيل التجاري.

<sup>1</sup> ناصر السلامة، المرجع السابق، ص 19.

<sup>2</sup> وهيبة لعوارم بن أحمد، جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، الطبعة الأولى، مكتبة الوفاء القانونية، الاسكندرية، 2015، ص 32.

• إن الحماية القانونية للعلامة التجارية وطنية و دولية فاذا كانت وطنية فإنها قد تكون جزائية عن طريق جنحة التقليد أو مدينة عن طريق دعوى التقليد، و إذا كانت دولية تتم حمايتها بموجب الاتفاقيات الدولية، في حين أن الحماية المقررة للاسم التجاري فهي وطنية فقط، و تتم عبر الطريق المدني فقط دون الطريق الجزائي.

• أن العلامة تنشر النشرة الرسمية للعلامات الصادرة عن المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بينما الاسم التجاري ينشر في النشرة الرسمية للإعلانات القانونية لدى المركز الوطني للسجل التجاري.<sup>1</sup>

## 2/ تمييزها عن الشعار التجاري:

العنوان أو الشعار التجاري هو الاسم الذي يتخذه التاجر، شخصا طبيعيا كان أو معنويا، ليزاول به معاملته التجارية، يكتبه في مدخل المنشأة لتمييزها عن غيرها من المنشآت.

فهو دالة الغير على شخص التاجر وسبيلهم في تحديد اتصافه و وضع ثقتهم به، و يختلف العنوان التجاري عن العلامة التجارية تميز المنتجات، في حين العنوان التجاري يستخدم في تمييز المنشأة او المحل التجاري، ينشأ الحق في العلامة من أول ايداع لها و تنشأ ملكية العنوان التجاري من أول استعمال له، و لن

<sup>1</sup> عجة الجبالي، العلامة التجارية خصائصها و حمايتها (دراسة مقارنة لتشريعات تونس، الجزائر، المغرب، مصر، الأردن، و التشريع الفرنسي، الأمريكي، و الاتفاقيات الدولية)، الطبعة الأولى، منشورات زين الحقوقية، بيروت، لبنان، 2015، الجزء الرابع، ص 27-28.



السمة المميزة لحماية العنوان أنها تتخذ حكم الاسم عند تطابقها معه، أو حكم حماية العلامة التجارية عند تطابقها معها، أو حكم حماية العلامة التجارية عند تطابقها معا، كما أنه يعد من حقوق الملكية الصناعية الفكرية.<sup>1</sup>

## ثانيا- تمييز العلامة عن الحقوق الصناعية:

### 1/ تمييز العلامة عن الرسوم و النماذج الصناعية:

لقد تناول الأمر رقم 66-86 المؤرخ في 28 أبريل 1966، المتعلق بالرسم و النماذج في مادته 01 مفهوم الرسم اذ يعتبر رسما كل تركيب أو خطوط أو ألوان يقصد به اعطاء مظهرا خاصا لشيء صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية، و يعتبر نموذجا كل شكل قابل للتشكيل و مركب بألوان أو بدونها أو كل شيء صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية يمكن استعماله كصورة أصلية لصنع وحدات أخرى و يمتاز عن النماذج المتشابهة له بشكله الخارجي.

فان الفرق الأساسي بين العلامة و الرسم يمثل في الغاية لكل منهما، اذ أن العلامة التجارية وسيلة للتمييز منتجات منشأة عصا يماثلها عن منتجات المنشآت الأخرى، بينما الغاية من الرسم الصناعي هو إعطاء السلعة و إبراز مظهرها العالمي.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> وهيبة لعوارم، المرجع السابق، ص 34-35.  
<sup>2</sup> يوربة سومية، الحماية القانونية للعلامة التجارية و الرسم و النموذج، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر في قانون أعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي، 2014، ص 19.

## 2/ تمييز العلامة عن الاختراعات:

تعد كل من العلامة التجارية و براءة الاختراع من عناصر الملكية الصناعية و لعلها من أهمها و كون تعريف العلامة التجارية سبق ايضاحه، فان براءة الاختراع هي السند أو الوثيقة التي يتبين و تحدد الاختراع و تمنح له الحماية القانونية.

و اجمالاً يمكننا تعداد بعض النقاط للتمييز بين المصلحين في ما يلي:

- أن العلاقة تتمثل خاصة بالناحية الاجمالية للمنتجات، و ليس بتصنيفها و ذلك بوضع رمز البراءة على السلعة أو الخدمة للفت نظر الزبائن و ترويجها فهي تختلف عن الوظيفة البراءة التي تؤدي وظيفة أولية في عملية الانتاج في حين العلامة تؤدي وظيفة لاحقة تخص عمليات التسويق و الترويج.
- كما أن البراءة الاختراع ليست محل احتكار فقد جعلت الاستفادة للكافة منها، أما العلامة فهي مستمر من خلال اشارات لتمييز السلع و الخدمات، يمكن احتكارها على نحو مستمر من خلال ما يقضي به القانون من حق التجديد فهي بذلك تعد حق دائماً و مستمراً<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> فتيحة لعلام، حماية العلامة التجارية من جريمة التقليد في قانون الجزائي، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر، قانون جم=ناني الأعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2014، ص 08.

## المطلب الثاني: أنواع العلامات التجارية

العلامة التجارية تصنف الى أنواع و ذلك على حسب كل نوع و من خلال هذا المطلب سوف يتم التطرق الى ذكر أنواع العلامات التجارية و ذلك من خلال الفرع الأول الذي نتناول فيه أنواع العلامات من حيث الشكل و الفرع الثاني نتناول فيه أنواع العلامات من حيث مجال استخدامها.

### الفرع الأول: أنواع العلامات من حيث الشكل.

من خلال التمعن في نص المادة 02 من الأمر 03-06 نجد أن المشرع الجزائري، قد تضمن عددا من أنواع العلامات التجارية المتمثلة في الرموز ، الأحرف، الأرقام و غيرها من الأنواع الاكثر رواجاً و شيوعاً.

### أولاً- العلامات الاسمية:

#### 1- الكلمات:

ان الكلمات التي قد يستخدمها الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة للتمييز منتجاته أو بضائعه، قد تكون جديدة و مبتكرة و قد تكون مقتبسة من تركيب و جودة و فائدة المنتجات أو البضائع، و تعتبر ضرورية، كما قد تكون شائعة "عامة"، و لا تعتبر الكلمات بحد ذاتها علامة، بل لاعتبارها كذلك لا بد أن تكون جديدة و مبتكرة و غير شائعة في الاستعمال و غير مشتقة من طبيعة المنتجات<sup>1</sup>. كعلامة

<sup>1</sup> وهيبة لعوارم، المرجع السابق، ص 76-77.

رونو " Renault " للسيارات أو علامة بلاط Bellat للمشتقات اللحوم، أو تتمثل في

اسماء حيوانات كعلامة البقرة الضاحكة « Vache qui rit »<sup>1</sup>

## 2- الاسماء:

يجوز اتخاذ أسماء الاشياء أو أسماء الأشخاص علامة تجارية توضع على المنتجات و لكن شريطة أن يتخذ الاسم شكلا مميزا و معيناً، كأن توضع في دائرة أو مربع أو مثلث، أو تكتب الحروف بألوان خاصة نميزها عن غيرها، لان الحماية تكون في هذه الحالة لهذا الشكل المميز و ليس للاسم ذاته و من أمثلة الأسماء الشخصية التي تعتبر علامة تجارية، إطلاق اسم فورد أو أوبل على المركبات أما من حيث الأبعاد الجغرافية في الأصل أن لا تستعمل كعلامة تجارية لأنها تكون من العناصر المميزة و بالإمكان استخدامها قبل التجار، إلا أنه يمكن استخدام الأسماء الجغرافية كعلامة تجارية إذا استخدم اسم الإقليم أو الاسم الجغرافي إلى جانب علامة تجارية مميزة<sup>2</sup>.

## 3- الحروف:

تكون هذه الحروف عربية و هذا هو الوضع العادي و الملائم، و قد تكون لاتينية مثل " LM " في السجائر أو ت مثل العلامات حروفا مختصرة لاسم الشركة

<sup>1</sup> عجة الجيلالي، المرجع السابق، ص 45.

<sup>2</sup> ناصر السلامة، المرجع السابق، ص 32-33.

معينة/ السونطراك أو الخطوط الجوية البرتغالية T.A.P قد تمثلت هذه الحر وف  
عنوانها التجاري في نفس الوقت.<sup>1</sup>

#### 4- الأرقام:

تستخدم الأرقام كعلامات مميزة لتجارة أو منتجات معينة فيحق لصاحبها  
احتكار استخدامها، و امتناع الغ ير استخدام ذات الأرقام كرقم " 405"، و رقم  
"33" الخ.<sup>2</sup>

#### ثانيا- العلامات الشكلية:

#### 1- الصور و الرسوم:

يجوز أن تكون العلامات رمزا معينة يتخذها التاجر لتمييز منتجاته سواء كان  
هذا الرمز مستمدا من الطبيعة، كالأزهار و الثمار، أو لجبل أو لحيوان، كالفرس أو  
الطائر كالصقر، أو لسيارة، أو سورة شخص على قيد الحياة بشرط الحصول على  
موافقته، أو من ورثته بعد وفا ته، و يكثر استغلال الرسوم في أدوات الزينة أو  
الإصباغ، بل تكون رسم غلاف هذه البضاعة إذا كان لها شكل مميزا أو للزجاجة  
التي توضع فيها العطور.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> فاضلي ادريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، بدون طبعة، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية، بن عكنون، الجزائر، 2013، ص 166.

<sup>2</sup> فاضلي ادريس، المرجع السابق ص 166

<sup>3</sup> فاضلي ادريس المرجع نفسه ص 166-167.

## 2- الرموز أو النماذج:

قد يستخدم الرمز كعلامة تجارية، شرط أن يتخذ شكلا خاصا و مميزا، و يقصد بالرمز الرسم المرئي المجسم، كصورة الشمس أو القمر، أو حيوان أو طائر<sup>1</sup>، كما يجب أن يتبع الاسم الرمز من أجل تجنب ال لبس في حالة ما اذا استعمل شخص الرمز و آخر الاسم و حتى يكتسب الرمز صفة العلامة يجب أن يكون مميزا<sup>2</sup>.

### ثالثا- العلامات الحسية:

1- العلامة السمعية: هي كل إشارة مكونة من لحن أو جمل موسيقية معينة تستخدم لتمييز بضائع أو سلع أو خدمات معينة.

2- العلامة الشمية: هي العلامة التي يعبر عنها بكتابة بيانية أو رقمية بشكل يكون قابلا للإدراك بالبصر و لا تعذر تسجيلها بصفة قانونية<sup>3</sup>.

فالمشرع الجزائري و على غرار الدول الأخرى فهو لم يعترف بوجود هذه العلامات و لم يتطرق لها، و عليه فان هاتين العلامتين لم يعترف بهما المشرع الجزائري، إلا أنها معترف بها في دول المنظمة العلمية للتجارة.

<sup>1</sup> وهيبة لعوارم، المرجع السابق، ص 77.

<sup>2</sup> سميحة العجال، المرجع السابق، ص 11.

<sup>3</sup>فاضلي ادريس ، المرجع السابق، ص 12.

## الفرع الثاني: أنواع العلامات التجارية من حيث مجال استخدامها

سوف يتم من خلال هذا الفرع التطرق إلى تبيان العلامات بـ حيث مجال استخدامها إلى علامات صناعية و تجارية و خدمية.

### أولاً- العلامات الصناعية (المجال الصناعة)

هي علامة تميز صانع معين مثل مرسيدس (بالنسبة للسيارات)، و ibm بالنسبة لأجهزة الحواسيب و برامجها، و قد تكون هذه العلامة مميزة لمادة أولية يستخدمها منتج آخر في إعداد منتج النهائي، مثل علامة مرسيدس التي توضع على محركات السيارات و التي تستخدم في صناعة سيارة أخرى، فيكون من حق متلق العلامة وضع علامة الصانع على هذه المحركات أو يوضح استخدامه لمادة أولية تحمل علامة تجارية بعينها <sup>1</sup>. إذن فالعلامة الصناعية تشير الى مصدر الإنتاج و تعتبر إلزامية و لو في الحالة التي لا يتولى المنتج تسويق منتجاته بنفسه<sup>2</sup>. و هذا ما نصت عليه المادة 03 من الأمر 0306، الفقرة الأولى أنه " تعتبر علامة السلعة أو الخدمة إلزامية لكل سلعة أو خدمة مقدمة، بيعت أو عرضت للبيع عبر أنحاء التراب الوطني<sup>3</sup>."

<sup>1</sup> وهيبية لعوارم، المرجع السابق، ص 65.

<sup>2</sup> فاضلي ادريس، المرجع السابق، ص 164.

<sup>3</sup> الأمر 06-03 مرجع السابق.

### ثانيا : العلامات التجارية (مجال التجارة)

و هي علامة تميز تاجر معين حريص على جذب العملاء بوضع علامة متميزة تدل على حسن اختياره و انتقائه لما يعرضه من منتجات لذا يطلق عليها أحيانا علامة التوزيع *marque de distribution*، أو هي التي يستخدمها التجار في التمييز المنتجات التي يقومون ببيعها بعد شرائها، سواء من تاجر الجملة أو المنتج مباشرة بغرض النظر عن مصدر الإنتاج<sup>1</sup> و هذا ما نصت عليه أحكام المادة 03 من الأمر المذكور أعلاه.

### ثالثا: العلامات الخدمية (مجال الخدمة)

تشكل علامة الخدمة وظيفة للعلامة إذا اتسع دورها ليشمل الخدمات و هي الإشارات التي تستخدم لتمييز خدمات معينة عن غيرها شبيهة لما في أدائها لنفس الخدمة، فهي علامات تهدف إلى حماية نشاطات مقدمي الخدمات كإشارات التي تضعها الفنادق، منشآت الرعاية و الإعلان و شركات السينما.

و لا توضع علامة الخدمة على المنتجات بغرض تمييزها و إنما توضع على شكل الأشياء و المنتجات المستخدمة في أداء الخدمة و من بين العلامات المشهورة على مستوى العالم نجد علامة *hilton* و علامة *sheraton* في مجال خدمات الفنادق، و في مجال خدمات المطاعم و هناك علامة *mc donald* و علامة *KFC* و هذا النوع من العلامات لم يتم تبنيها من قبل التشريعات كعلامة قابلة

<sup>1</sup> وهيبة لعوارم، المرجع السابق، ص 65-66.



للتسجيل كغيرها من العلامات، و هذا يعني أنها لم تعرف ممن قبل و أنها كانت  
 حمايتا مضمونة على أساس المنافسة غير المشروعة، مثل قانون العلامات التجارية  
 الأردني.

غير أنه مع إنشاء المنظمة العالمية للتجارة و إنشاء اتفاقية عالمية للتجارة في  
 الخدمات كملحق منظمة و هذا اتفاق الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية  
 الفكرية أدى بالدول تقرير حماية العلامة الخدمة إلى جانب حماية علامات  
 المنتجات<sup>1</sup>.

### المبحث الثاني: شروط حماية العلامات

لكي يصبغ على العلامة التجارية الحماية التي قررها لها القانون، لا بد من  
 أن تتوفر فيها شروط موضوعية و أخرى شكلية إجرائية، و لقد أجمع الفقه و القانون  
 و القضاء على اعتبار الشروط الموضوعية اللازمة توافرها في العلامة التجارية،  
 أنها لا تخرج عن ثلاث، الصفة المميزة و الجدة و الوجود ، و المشروعية، بينما  
 الشروط الإجرائية في أحكام تسجيلها لدى المصالح المختصة<sup>2</sup>، لهذا سوف نقوم  
 باستعراض هذه الشروط في المطلب الأول: الشروط الموضوعية و المطلب الثاني:  
 الشروط الشكلية.

<sup>1</sup>شعنان نعيمة، ساينغ نبيلة، حماية العلامة التجارية في التشريع الجزائري مرجع سابق ص 13.  
<sup>2</sup> وهيبه لعوارم، المرجع السابق، ص 38.

**المطلب الأول:** الشروط الموضوعية لحماية العلامات التجارية في هذا المطلب نقوم بتناول شروط الموضوعية للعلامات التجارية و المتمثلة في شرط التميز الفرع الأول، شرط الجودة و الوجود في الفرع الثاني، شرط المشروعية الفرع الثالث.

### الفرع الأول: شرط التميز

لا يصح أن تكون مج ردة، فلا تعتبر علامة تجارية تتمتع بالحماية القانونية تلك التي تتكون من شكل شائع بين الناس كصورة رأس كرة في صيغة شعر، فيجب أن يفوق الأشياء عن غيرها و تظهر ذاتية و مصدر البضاعة<sup>1</sup>.

و عليه فان المشرع الجزائري قد الى هذه الشروط و ذلك خلال المادة 02 في فقرتها رقم 01 و رقم 02، و كذلك نص المادة 07 من التشريع المتعلق بالعلامات تحدثت عن هذه الشروط و من بينها شرط التميز، الذي جاء في المادة 07 من الفقرة الثانية " الرموز الخاصة بالملك العام أو المجردة من صفة التمييز<sup>2</sup>."

و تطبيقا لذلك، لا تعتبر علامات تجارية واجبة الحماية القانونية، العلامات الخالية من اية صفات تميزها عن غيرها من العلامات الأخرى المماثلة، كالتسميات العادية للأشخاص، أو الدالة على نوع المنتجات أو صفتها أو الغرض منها. أو تلك المتكونة من مكونات عادية، كعلامة التي تتكون من شكل شائع مألوف، أو غلاف مستلزم ضروري، أو مجرد علامة وصفية دالة على مصدر المنتجات

<sup>1</sup> علي نديم الحصري، الملكية التجارية و الصناعية، الطبعة الأولى، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع، بيروت، لبنان، 1431هـ-2011م، ص 284-285.  
<sup>2</sup> الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، مرجع السابق.

فحسب، و تأخذ حكم العلامات الخالية من أية صفة مميزة ذكر المعلومات يوزن السلعة أو قيمتها أو أوجه استعمالها أو موقعها الجغرافي، طالما أنه لم يضاف إليها ما يميزها عن غيرها و يجعل لها ذاتيتها و صفاتها الخاصة، فإذا ما ثبت ذلك للعلامة التجارية، فإنها تكون مستثناة من نظام التسجيل لدى المصلحة المختصة<sup>1</sup>. خلاصة القول إذن، أنه يجب أن تتطوي العلامة التجارية على شكل مميز لما ذاتية خاصة و خصائص معينة تفترق بها عن غيرها من العلامات الأخرى<sup>2</sup>.

### الفرع الثاني: الجدة و الوجود

شرط الجدة في العلامة لم يرد ذكره بصريح النص بل هو شرط... من أحكام التشريع، و يقصد به عدم استعمال ذات العلامة من منتج أو تاجر آخر على سلعة مماثلة، و هذا لا يعني وجوب خلق و ابتكار العلامة بل المقصود هو الجدة في تطبيق على ذات السلع، و لو سبق استعمال ذاتها على نوع آخر من السلع، فالعلامة و الحالة هذه لا تصبح ملكا لصاحبها بالنسبة للمنتجات التي خصصت لتميزها، كاستعمال إشارة الأسد من القهوة بالشكولاتة أو إشارة البرتقال من العصير كمشروب إلى معجون<sup>3</sup>.

و عليه فيجب أن تكون العلامة التجارية جديدة لم يسبق استعمالها احد، و

يتحدد معيار الأسبقية من عدة نواحي.

<sup>1</sup> وهيبة لعوارم، المرجع السابق، ص 40-41.

<sup>2</sup> وهيبة لعوارم، المرجع السابق، ص 42.

<sup>3</sup> فاضلي ادريس، المرجع السابق، ص 170.

1- الأسبقية من ناحية المنتجات: فتهدف العلامة إلى تمييز المنتجات و منع

الخلط بينها و بين المنتجات المشابهة لها.

2- الأسبقية من حيث الزمان: فيجب أن تنتهي الحماية المترتبة على إيداع

العلامة التجارية دون أن يتقدم مالكاها بطلب تحديد مدة الحماية فيؤدي ذلك إلى

جواز استعمالها من قبل الغير.

-الأسبقية من حيث المكان: فإذا كانت العلامة تستخدم في الجزائر فلا يجوز

استخدامها من قبل شخص آخر في الجزائر مادامت أو دعت فيه<sup>1</sup>.

-فالجدة تفرض عدم سبق الاستعمال فوق نفس التراب الوطني كما سبق الذكر

أما بالنسبة لوضع العلامة خارج إقليم الدولة، في مثل هذه الحالة تتمتع بنفس

الحماية الواردة في المادة (5/6) من اتفاقية باريس بشرط تسجيلها داخل الجزائر

طبقا للأحكام الفقرة 02 من المادة 05 من التشريع بالنسبة للمالك الجزائري<sup>2</sup>.

### الفرع الثالث - المشروعية:

يقصد بالمشروعية العلامة التجارية الا يحضر استعمالها بموجب القانون

الوطني أو الاتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها أو

العلامات المختلفة للنظام العام أو الآداب العامة و قد اعتبر قانون العلامات

<sup>1</sup> علي نديم الحصري، المرجع السابق، ص 285.

<sup>2</sup> فاضلي ادريس، المرجع السابق، ص 170.

الجزائري المادة السابعة الفقرة الرابعة و الخامسة من الأمر 06/03 من قبل

العلامات الغير المشروعة ما يلي:

- كل تعبير أو رسم أو علامة أو جزء منها مخلا أو مخلف للآداب العامة.
- الشعارات العامة و الإعلام و غيرها من الرموز الخاصة بالدولة كذلك أي تقليد للشعارات.
- العلامات و الدمغات الرسمية و إعلام الشرف و كذلك الصليب الأحمر أو الهلال الأحمر و الدمغات الرسمية التي تستخدم للرقابة و الضمان من طرف دلة أو منظمة مشتركة بين الحكومات<sup>1</sup>.
- و تطبيقا لذلك، فالعلامة التجارية تكون ممنوعة إذا كانت مخالفة للآداب و الأخلاق سواء في مجموعها أو في أحد عناصرها. و تكون كذلك إذا تضمنت تسميات تمس الأخلاق كالعلامات الأخلاقية التي تستعمل فيها رسوم أو صور أو تسميات فاضحة و تكون العلامة التجارية مخالفة للنظام العام اذا احتوى على أعلام و إشارات و رموز ذات طابع ديني<sup>2</sup>.
- و إجمالا لا تعتبر العلامة التي سجلت و لم تحترم الشروط المنصوص فيها ذكر أعلاه باطلة، بل تقضي ببطالها المحكمة المختصة التي يقع فيها دائرة

<sup>1</sup> مزغيش عبد الرزاق، حماية العلامة التجارية، مذكرة تخرج لنيل اجازة المدرسة العليا للقضاء، المدرسة العليا للقضاء، الجزائر، 2006-2009، ص 11-12.

<sup>2</sup> وهبية لعوارم، المرجع السابق، ص 51.

اختصاصها مركز الشرطة، أو محل إقامة صاحب العلامة أو وكيله و ترفع الدعوى من صاحب المصلحة<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني: الشروط الشكلية لحماية العلامات التجارية

لقد قام المشرع الجزائري بتنظيم الشروط الشكلية لاكتساب الحق في العلامة بموجب الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات المادة 13 بقولها "تحدد شكلية إيداع العلامة و كفيات و إجراءات فحصها و تسجيلها و نشرها لدى الهصلحة المختصة عن طريق التنظيم"<sup>2</sup>

و عليه سوف يتم التطرق إلى هذا الأمر في فرعين، الفرع الأول إيداع العلامة التجارية أما الفرع الثاني نتناول فيه تسجيل العلامة التجارية.

### الفرع الأول: ايداع العلامة التجارية

نتحدث فيه عن الجهة المختصة بإيداع العلامة و كذلك عن الاجراءات الخاصة بالإيداع و الفحص.

### أولاً- الجهة المختصة بالإيداع

يتم ايداع طلب في القانون الجزائري مباشرة لدى مديرية العلامات المتواجدة بالمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية كما يجوز ارسال الطلب عبر البريد أو بأي وسيلة أخرى مناسبة تثبت للاستلام و من بينها البريد الالكتروني<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> فاضلي ادريس، المرجع السابق، ص 177.

<sup>2</sup> الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات ، المرجع السابق.

<sup>3</sup> عجة الجليلي، المرجع السابق، ص 68.

و هذا ما نصت عليه المادة 13 من الأمر 57-66 على أنه: "يجب على كل من أراد ايداع علامة أو يسلم أو يوجه الى المصالح المختصة بواسطة رسالة مضمونة مع طلب الاشعار بالتسليم"<sup>1</sup>.

ثانيا- اجراءات الایداع: و حتى يكون الطلب لا يجب أن يتضمن الاجراءات التالية:

- طلب التسجيل في الاستمارة الرسمية يتضمن اسم المودع و عنوانه الكامل.
  - صورة من العلامة على أن لا يتعدى مقاسها الإطار المحدد لهذا الغرض في الاستمارة الرسمية و اذا كان اللون عنصرا مميزا للعلامة يشكل ميزة للعلامة على المودع أن يرفق الطلب بصورة ملونة للعلامة.
  - قائمة واضحة و كاملة للسلع و الخدمات.
  - وصل يثبت دفع رسوم الإيداع و النشر المستحقة.
- و يقدم طالب التسجيل من صاحب العلامة اذا كان مقيم في الجزائر أو من طرف وكيله أما اذا كان طالب التسجيل مقيم في الخارج فيجب أن يمثل لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بوكيل من قائمة الوكلاء المعتمدين لدى وزارة الصناعة تحت طائلة رفض الطلب<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> المادة 13، الأمر رقم 57/66 المؤرخ في 27 ذو القعدة، عام 1385هـ الموافق لـ 19 مارس 1966، يتعلق بعلامات المصنع و العلامات التجارية، الجريدة الرسمية، عدد 23، بتاريخه 22 مارس 1966، ص 01.

<sup>2</sup> عجة الجبالي، المرجع السابق، ص 68.

و في حالة تمثيل المودع من قبل الوكيل يجب أن يرفض طلب التسجيل بوكالة مؤرخة و ممضاة من الموكل و حامله لاسم الوكيل و عنوانه و المهام الموكلة له حدود ما يسمح به قانون العلامات.

و يجوز لمودع أو وكيله قبل التسجيل العلامة طلب استدراك الأخطاء المادية التي قد ترد في الوثائق المودعة كما يجوز له كذلك سحب طلب التسجيل و اذا كان طلب السحب محرر من قبل الوكيل فيجب أن يرفق هذا الطلب بوكالة خاصة و يحدد الطلب ما اذا تم التنازل أم لا عن حقوق استغلال أو رهن، في حالة الايجاب يرفق طلب السحب بموافقة مكتوبة لجميع المستفيدين من هذا الحق، و في حالة السحب لا تسترد الرسوم المدفوعة<sup>1</sup>.

و لا يقبل أي طلب إيداع مالم يدفع الشخص المودع الرسم المنصوص عنه للمدة 15 سنة الأولى على الأقل، و إذا أراد المودع أن يضمن العلامة حمايته 30 أو 45 أو 60 سنة أو لأي مدة أخرى فيجب أن يصرح بذلك بصورة واضحة في طلبه و أن يدفع الرسو المتوجبة<sup>2</sup>.

## 2/ إجراءات الفحص:

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص 68-69.

<sup>2</sup> علي نديم الحمصي، المرجع السابق، ص 288.



حيث تقوم المصلحة المختصة القيام بفحص الإيداع و ذلك من خلال مرحلتين الفحص الشكلي و مرحلة الفحص الموضوعي.

#### أ- الفحص الشكلي للإيداع:

يقصد به قيام مصلحة العلامات بمراقبة مدى توفوالإيداع على الشروط الشكلية له و المتمثلة في بيانات طلب التسجيل، و النسخ المطلوبة من العلامة و القائمة الخاصة بالسلع أو الخدمات، و الوصل المثبت لدفع رسوم الإيداع<sup>1</sup>.

و قد أخذ بهذا الفحص المشرع الجزائري بمقتضى المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 بقولها "تفحص المصلحة المختصة ما إذا كان الإيداع يستوفي الشروط المحددة في المواد 04 إلى 07 أعلاه و عند عدم استقاء الإيداع لهذه الشروط، تطلب المصلحة المخ تضة من المودع تسوية طلبه في أجل شهرين، و يمكن تمديد هذا الأجل عند الاقتضاء، لنسف المدة بناء على طلب م علل من صاحب الطلب.

في حالة عدم التسوية في الآجال المحددة، ترفض المصلحة المختصة طلب التسجيل.

و في حالة رفض الطلب لا تسترد الرسوم المدفوعة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> عجة الجبلاي، المرجع السابق، ص 72.

<sup>2</sup> المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المؤرخ في 26 جمادى الثانية عام 1426 الموافق لـ 02 غشت سنة 2005، يحدد كيفية ايداع العلامات و تسجيلها =، الجريدة الرسمية، العدد 54 بتاريخ 07 غشت 2005، ص 12.

و من خلال هذا النص ميز المشرع في اطار الفحص الشكلي للإيداع بين

حالتين هما:

- حالة استيفاء الطلب للشروط الشكلية و هنا تدلي المصلحة بتقرير ايجابي بقبول الفحص من حيث الشكل و تبدأ المرحلة الثانية أي تفحص الطلب من حيث الموضوع.
- حالة عدم استيفاء الطلب للشروط الشكلية و تفوق في اطار هذه الحالة بين وضعيتين قانونيتين هما: اصدار قرار بالرفع المؤقت للتسجيل من جهة و اصدار قرار بالرفض النهائي من جهة أخرى<sup>1</sup>.

#### ب- الفحص الموضوعي للإيداع:

نظم المشرع الجزائري الفحص الموضوعي للإيداع بمقتضى المادتين 11 و 12 من المرسوم رقم 277/05 السالف الذكر على أنه المادة 11 " اذا تبين من الفحص التشكيلي أن الايداع استوفى الشروط المطلوبة في المواد من 04 الى 07 أعلاه، تبحث المصلحة المختصة عما اذا لم تكن العلامة الم ودعة مستثناه من التسجيل لسبب أو عدة أسباب من أسباب الرفض المنصوص عليها في المادة 07 من الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق لـ 19 يوليو سنة 2003 و المذكورة أعلاه<sup>2</sup>."

<sup>1</sup> عجة الجيلالي، المرجع السابق، ص 73.

<sup>2</sup> المادة 11-12 من المرسوم التنفيذي رقم 277/05 المؤرخ في 2005/08/02.

و تطبيق الفقرة الثانية من المادة 12 من نفس المرسوم على أنه " اذا تبين من الفحص أن العلامة المودعة مستثنى اه من التسجيل لسبب من أسباب الرفض تبليغ المصلحة المختصة بذلك المودع و تطلب منه تقديم ملاحظاته في أجل أقصاه شهران ابتداء من تاريخ تبليغ و يمكن تمديد هذا الأجل عند الضرورة لنفس المدة بناء على طلب معل من صاحب الطلب و لتقدير التشابه المنصوص عليه في المادة 07 الفقرة 08 و 09 من قانون العلامات تأخذ المصلحة المختصة بعين الاعتبار الموافقة الكتابية لصاحب الحق الأسبق و اذا تبين للمصلحة المختصة أن الفحص من حيث المضمون مطابق لجزء فقط من السلع و الخدمات المبنية في الطلب لا تسجل العلامة الا لهذه السلع و الخدمات<sup>1</sup>.

و بناء على هذا النص نستنتج أن الفحص الموضوعي يستهدف في الأساس موضوع الطلب و جدارته لان يكون علامة بالوصف القانوني لها و يقتضي مثل هذا العمل من المصلحة المختصة القيام بالبحث في قابل الطلب للتسجيل كعلامة و تقدير التشابه<sup>2</sup>.

### الفرع الثاني: تسجيل العلامة التجارية

إن التسجيل هو عبارة عن إجراءات متتالية، تبدأ بتقديم طلب إلى المصلحة المختصة و تنتهي بنشر العلامة في النشرة الخاصة بالعلامات التجارية، و عليه و

<sup>1</sup> عجة الجليلي، المرجع السابق، ص 75.

<sup>2</sup> المرجع نفسه.

من أجل أن تحض العلامة بالحماية القانونية فلا بد من إتباع الإجراءات الخاصة بالتسجيل و الشهر و الإصدار أولاً و كذلك الآثار تسجيل العلامة التجارية ثانياً.

## أولاً- إجراءات التسجيل و الشهر و الإصدار

### 1. إجراءات التسجيل:

يقصد به القرار التي تتخذه المصلحة المختصة (المركز الوطني للملكية الصناعية) بعد عملية الفحص طلب الإيداع<sup>1</sup>، يقدم صاحب العلامة أو وكيله طلب تسجيل إشارة معينة بغرض اتخاذها علامة تجارية مباشرة إلى المصلحة المختصة، و يحتوي الطلب على نموذج، تعداد للمنتجات و الخدمات المنطبقة على هذه العلامة، خاتم العلامة و ما يدل على إيداع الرسوم، و إذا كان الموعد يمثله وكيلاً عنه فعليه زيادة على ذلك إثبات الوكالة و محرر محضراً بإيداع مؤرخاً و مبيناً فيه تسليم المستندات، تسلم نسخة منه أو ترسل للمودع.<sup>2</sup>

و إذا ظهر أن العلامة قانونية يجري تسجيلها و يقيد المكلف بذلك في المعهد في سجل تسجيل العلامات البيانات الضرورية كرقم العلامة المتسلسل، و سنة و شهر و يوم و ساعة الإيداع و اسم و لقب و جنسية و محل إقامة المودع، و تعيين البضائع و المنتجات التي ستوضع عليها العلامة و كيفية استعمال العلامة، و بعد الانتهاء من هذه الإجراءات يكون التوقيع من طرف مدير المعهد و الشخص

<sup>1</sup>شعنان نعيمة، ساينغ نبيلة، المرجع السابق، ص 18.  
<sup>2</sup> وهيبة لعوارم، المرجع السابق، ص 54-55.

المودع على السجل و يسلم الى المودع محضر يثبت الإيداع تحوي البيانات المنوه عنها<sup>1</sup>.

بحيث أن التسجيل يختلف عن الإيداع تماما، كون أن الإيداع هو العملية التي تشمل تسليم الملف حضوريا لكل مصلحة المختصة من طرف صاحب العلامة أو وكيله، و المحضر الذي يثبت تاريخ الإيداع من جهة، بينما التسجيل، فتقوم به الهيئات المختصة بعد قيامها بالتحري بين العلامات التجارية المسجلة و طلبات التسجيل المودعة غير المفصول فيها للتثبيت ما أن كان في القيود علامات مسجلة تتعلق بالبضائع نفسها<sup>2</sup>.

و إذا تم القبول طلب التسجيل العلامة يستفي د المودع من شهادة تسجيل العلامة و التي تعد كسند ملكية يخول المالك العلامة حق الاستئثار بها و التمتع بالحماية القانونية لها و تصدر هذه الشهادة عن مصلحة العلامات و تقوم بتسجيلها في سجل العلامات<sup>3</sup> و هذا ما جاءت به المادة 14 من المرسوم رقم 277/05 على أنه تمسك المصلحة المختصة سجلا خاصا تقيد فيه العلامات التي تبين بعد الفحص أنها في حالة عدم توفر هذه الشروط، تطلب المصلحة المختصة من

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص 56-57.

<sup>2</sup> وهيبة لعوارم، المرجع السابق، ص 57.

<sup>3</sup> عجة الجبالي، المرجع السابق، ص 82.

صاحب التسجيل القيام بالتصحيح أو الاستكمال اللازمة في الأجل الذي تحدده، و في حالة عدم الاستيفاء، يرفض طلب التجديد<sup>1</sup>.

و يمكن لصاحبها أن يحصل على شهادة تعريف تضم كل البيانات المقيدة في السجل و يمكن له كذلك استنساخ ما هو مقيد في السجل من قيود أو شهادة تثبت عدم وجودها<sup>2</sup>.

و هذا التسجيل تحدد حمايته ل 10 سنوات، تحسب من تاريخ الايداع باثر رجعي حسب المادة 05 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات.

و هاذ بهدف حماية المودع من التصرفات الغير السية النية و للمعرفة من له الأسبقية في التسجيل في حالة وجود نزاعات حول ملكية العلامة<sup>3</sup>.

و يمكن دائما تجديد التسجيل لمرات جديدة موائية كل منها 10 سنوات بشرط دفع الرسوم المقررة، و هكذا تدوم الحماية الى ما لا نهاية و على التعاقب كل 10 سنوات مرة بعد أخرى، ويقدم الطلب التجديد وفقا للأوضاع و ال شروط المقررة في طلب التسجيل و يجب دفع رسم التجديد تحت طائلة الأبطال ، يقدم في خلال 06 اشهر من السنة الأخيرة، و هكذا في كل مرة يراد فيها التجديد، و تقدم لصاحب الطلب محضر أو شهادة التجديد و العلة من اشتراط التجديد، تسيير البحث، اذ

<sup>1</sup> أنظر المادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 277/05.

<sup>2</sup> عجة الجليلي، المرجع السابق، ص 82.

<sup>3</sup> سميحة العجال، جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر أكاديمي، ص 15.

يُفي لذلك الاطلاع على سجلات التسجيل الخاصة بـ 10 سنوات السابقة بدلا في سجلات سنوات متعددة مع في ذلك من عنت و إرهاب<sup>1</sup>.

## 2. إجراءات الشهر أو النشر:

توجد على مستوى المعهد الوطني للملكية الصناعية النشرة الرسمية للعلامات تدون فيه كل ما يتعلق بالعلامات من تسجولات أو تجديدات للعلامة، كما تسجل لكل الغاء أو ابطال للعلامة التجارية، فهو ي ع لذلك من مثابة شهر ايداع العلامة في النشرة الرسمية للإعلانات من أجل طلب التسجيل، أما المصلحة المكتسبة إلا أن النشر لا ينشأ حقا، إنما هو مجرد وسيلة لإثبات حق موجود من قبل عن طريق الإيداع السابق، و من ثمة فتاريخ الاعتراض على العلامة التجارية من تاريخ التسجيل و ليس من تاريخ النشر، أما عن تاريخ تسجيل و إيداع العلامات الدولية في الجزائر فإنها تخضع لنفس الشروط الموضوعية و الشكلية اللازمة توافرها في العلامة الوطنية مع وجود شرط هو أن يكون مقدم الطلب التسجيل من رعايا إحدى الدول المرتبطة باتفاقية دولية تمنع الحماية المتبادلة للعلامة التجارية المسجلة<sup>2</sup>، بحيث تنشر العلامة التي يتم إيداعها في الجريدة الرسمية وفقا لقياسات لا تتجاوز 10 سنتمترات طولا و 10 سنتمترات عرضا<sup>3</sup>.

## 3. إجراءات الإصدار:

<sup>1</sup> وهيبة لعوارم، المرجع السابق، ص 58.  
<sup>2</sup> شعنان نعيمة، ساينغ نبيلة، حماية العلامة التجارية في التشريع الجزائري، شهادة ماستر، ص 19.  
<sup>3</sup> علي نديم الحمصي، المرجع السابق، ص 290.

المشرع الجزائري لم يتناول بصريح العبارة إجراءات الإصدار، و لهذا سوف نتكلم عن الإصدار من خلال التشريع الأردني.

### 1. إصدار شهادة التسجيل:

يجب على المسجل بعد نهاية الإجراءات السابقة، العمل بالقرار المؤبد لطلب التسجيل و القيام بتسجيله و إصدار شهادة التسجيل بتسجيل العلامة حسب النموذج المقرر، و يجري قيد العلامة التجارية في السجل وفقا للأصول و الإجراءات المقررة في المادتين ( 87/47 ) من نظام العلامات التجارية، و يجب أن يقيد المسجل العلامة التجارية في السجل بالسرعة الم مكلفة بعد مضي ثلاثة أشهر من تاريخ نشر الطلب في الجريدة الرسمية و بعد دفع الرسوم المقررة و يجب أن يتضمن القيد إشارة إلى تاريخ التسجيل و البضاعة التي سجلت العلامة التجارية بشأنها و تفاصيل أخرى قد يراها المسجل ضرورية.

فالحماية القانونية المقررة للعلامة تبدأ من تاريخ تقديم الطلب إلى إتمام

### إجراءات التسجيل.<sup>1</sup>

أما إذا قدم طلب لتسجيل علامة تجارية في بلد أجنبي يرتبط هو و المملكة الأردنية باتفاق دولي لحماية العلامات التجارية بمقتضى المادة ( 41 ) من قانون

<sup>1</sup> عبد الله الخرشوم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية و التجارية، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر و التوزيع، الأردن، 2005، ص 161.



العلامات التجارية الأردنية، فالعبرة بتاريخ تقديم الطلب في بلد أجنبي العضو في ذلك الاتفاق الدولي<sup>1</sup>.

و في حالة تقدم عدة أشخاص بطلبات لتسجيل علامات تجارية متماثلة أو قريبة النسبة بعضها ببعض و متعلقة بنفس البضائع أو الصنف و لم يكن المسجل بعد قد اصدر قراره بالقبول أو الرفض فأعطى المشرع المسجل و لم يكن المسجل بعد قد أصدر قراره بالقبول أو الرفض.

فأعطى المشرع المسجل سلطته تقديرية لتسوية حقوق المتقدمين بالاتفاق فيما بينهم بموافقة المسجل أو بواسطة محكمة العدل العليا و في حالة عدم الدخول الى مثل هذا الاتفاق.

و عليه فان الملكية العلامة التجارية تكتسب بموجب القانون الاردني بالتسجيل (م.7)، و بالتالي يعد التسجيل منشأ للحق في العلامة التجارية و تعد شهادة التسجيل قريبة على ثبوت ملكية العلامة<sup>2</sup>.

### ثانيا- آثار تسجيل العلامة التجارية:

يترتب على تسجيل العلامة منح شهادة تسجيل تعتبر بمثابة سند لملكية العلامة و تكون هذه العلامة حجة على الغير بمجرد نشرها مع ما يترتب على ذلك من حق الحماية المقررة في الأمر 06/03.

<sup>1</sup> عبد الله حسين الخرشوم، المرجع السابق.

<sup>2</sup> عبد الله حسين الخرشوم، المرجع السابق، ص 162.

## 1. اكتساب الحق في العلامة التجارية:

طبقاً للمادة 09 من الأمر 06/03 فإن تسجيل العلامة يحول لصاحبها حق ملكيتها على السلع و الخدمات التي ي عنها لها، لكن متى يبدأ هذا الحق و ما مدته<sup>1</sup>.

و في هذا الصدد تنص المادة 05 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على أنه يكتسب الحق في العلامة التجارية بتسجيلها لدى المصلحة المختصة و يسري هذا الحق من تاريخ إيداع طلب التسجيل و ي حول لصاحب العلامة المسجلة حق ملكيتها على السلع أو الخدمات التي تم إدراجها ضمن طلب التسجيل و يترتب عن هذا الحق استثناء مالك العلامة باستغلالها و التصرف فيها تنازلاً أو ترخيصاً مع منع الغير من ذلك دون موافقته الصريحة و المكتوبة<sup>2</sup>.

أما بالنسبة لاتفاقية ترينس فقد حددت أقل مدة حماية بسبع سنوات و يحق لصاحب العلامة تجديدها في كل القوانين (أمر 06/03 و اتفاقية ترينس)، مرة أو عدة مرات متوالية الى أجل غير مسمى، و يجري التجديد ابتداء من اليوم الذي يلي تاريخ انقضاء التسجيل<sup>3</sup> و طبقاً للمادة 06 من الأمر 06/03 فإن العلامة و التي تنص على أنه "ما عدا في حالة انتهاك الحق فان العلامة ملك للشخص الأول

<sup>1</sup> مجناح عبد اللطيف، الحماية القانونية للعلامة التجارية و دوها في حماية المستهلك، مذكرة مقمة لنيل شهادة الماستر الأكاديمي في الحقوق، جامعة محمد بوضياف، كلية الحقوق و العلوم السياسية، مسيلة، 2015-2016، ص 26.

<sup>2</sup> عجة الجبالي، المرجع السابق، ص 84.

<sup>3</sup> مجناح عبد اللطيف، المرجع السابق.

الذي استوفى في الشروط المحددة لصحة الإيداع أو الشخص الذي أثبتت أقدم أولوية لإيداعه في مفهوم اتفاقية باريس المذكورة أعلاه<sup>1</sup>.

و تجدر الإشارة أن هذه لحقوق قد ترد عليها استثناءات سواء في الأم ر  
06/03 أو في اتفاقية ترينس، إذ ينص أمر 06/03 على أنه تسجيل العلامة لا  
يجوز لصاحبها الحق في منع الغير من أن يستخدم تجاريا و عن حسن نية اسمه  
و عنوانه و اسمه المستعار.

2. البيانات الحقيقية المتعلقة بالصنف أو الجودة أو الكمية أو الوجهة أو القيمة أو  
مكان المنشأ أو فقرة إنتاج هذه السلعة أو أداء هذه الخدمات على إن يكون هذا  
الاستعمال محدود أو مقتصر للأغراض التعريف أو الإعلام فقط<sup>2</sup>.

## 2. حق التصرف في العلامة:

ان حق التصرف في العلامة يترتب على الاعتراف للمودع أو مسجل العلامة  
بحق ملكيته للعلامة التجارية و حق التصرف يؤخذ بمفهومه الواسع المتعارف عليه  
في كونه يمنح لصاحبه التصرف في العلامة بكافة الأوجه سواء بالتنازل أو البيع أو  
رهن أو الهبة أو الوصية، مع مراعاة القيود الواردة على حق الملكية و من  
التصرفات التي تضمنها الأمر 03/06 نجد ما يلي:

### أ- عقد الترخيص:

<sup>1</sup> المادة 06 من الأمر 06-03، المرجع السابق.  
<sup>2</sup> مجناخ عبد اللطيف، الحماية القانونية للعلامة التجارية و دوها في حماية المستهلك، مذكرة مقمة لنيل شهادة الماستر الأكاديمي في الحقوق، مسيلة.

تنص المادة 16 من الأمر 06/03 على أنه يمكن أن تكون الحقوق المرتبطة بالعلامة موضوع رخصة استغلال واحدة أو استثنائية أو غير استثنائية لكل أو لجزء من السلع أو الخدمات التي تم إيداع و تسجيل العلامة بشأنها. و لا يعتبر تصرفا ناقلا للملكية، إنما هو ترخيص للغير باستغلال العلامة و عقد الترخيص يلتزم بمقتضاه صاحب البراءة بإعطاء المرخص له حق استعمال العلامة مقابل مبلغ من النقود، و أن هذا العقد يجب أن لا يكون الغرض منه تظليل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يتعلق على وجه الخصوص بطبيعة أو مصدر أو طريقة ضع أو خصائص أو قابلية استخدام السلع التي تشملها العلامة و هذا ما تقضي به المادة 14 من الأمر 03/06.

و عقد الترخيص قد يكون استثنائي أي يمتنع صاحب العلامة أن يمنح ترخيصا آخر غير المرخص له، و قد يكون واحدا فيمتنع بموجبه على صاحب العلامة أن يمنح ترخيصا آخر لغير المرخص له لكنه يحتفظ لنفسه بحق استغلال العلامة.

#### ب- التنازل عن العلامة أو التخلي عنها أو تركها:

فالتنازل عن العلامة هو حق يترتب عن هحق الاعتراف بحق الملكية على العلامة المسجلة، فعملية التنازل هي نقل الملكية العلامة التجارية دون سائر العناصر بمالها و عليها من حقوق و التزامات من مالكةا الى شخص آخر، و طبقا

للأحكام المادة 117 من القانون التجاري و المادة 14 من الأمر 03/06 يمكن التنازل عن العلامة التجارية كعنصر معنوي من عناصر المحل التجاري أو المؤسسة التجارية، و هذا التنازل إما أن يكون على سبيل الملكية أو على سبيل الانتفاع و قد تنقضي ملكية العلامة بتركها، و هاذ الترك قد يكون صريحاً ك أن يتنازل المالك العلامة عن التمسك بها بمقتضى إقرار أو اتفاق، بيد أن الغالب أن يكون الترك ضمناً يستفاد من وقائع لا تدع مجالاً للشك في تنازل صاحب العلامة عنها.

### ج- عقد رهن العلامة:

يجب الأمر 03/06 أن تكون العلامة التجارية محل رهن كلي أو جزئي لدين عليه أو على غيره، و العلامة التجارية قد يتم رهنها أثناء رهن المحل التجاري لكن يشترط النص على ذلك في العقد<sup>1</sup> و هذا ما تقتضي به نصوص القانون التجاري في المادة 119 من الأمر 75/59 المتضمن القانون التجاري و التي تقضي "لا يجوز أن يشمل الرهن الحيازي للمحل التجاري من الأجزاء التابعة له عنوان المحل و الاسم التجاري"<sup>2</sup>.

<sup>1</sup><https://www.mohamach.net>

تم الاطلاع عليه يوم 2021/04/24، على الساعة 12:15.  
<sup>2</sup> الأمر رقم 59-75 المؤرخ في رمضان عام 1395 الموافق لـ 26 سبتمبر سنة 1975 الذي يتضمن القانون التجاري المعدل و النظم، 2007، ص 28.

و تقتضي المادة 99 من الأمر 75/59 انه "اذا اشتمل بيع المحل التجاري أو التنازل عنه على علامات تجارة أو رهون حيازة متعلقة بالمحل التجاري فيجب اجراء القيد بالمعهد الوطني للملكية الصناعية لكي يسري التعرف اتجاه الغير<sup>1</sup>.

### 3. الحق في الحماية القانونية:

يتمتع صاحب شهادة التسجيل بالحق في الحماية القانونية و ذلك لمدة تقدر بعشر سنوات تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ إيداع الطلب، كما تقتضي بذلك المادة الخامسة الفقرة الثانية من قانون العلامات و تعترف هذه الحماية إلى منع الغير من تقليد العلامة المسجلة عن طريق دعوى مدنية أو دعوى جزائية<sup>2</sup>.

و عليه فان حق الحماية القانونية يـ تحصر فقط داخل اقليم الجمهورية الجزائرية، فلا يمتد هذا الحق و بالتالي لا تمتد الحماية المقررة له خارج الاقليم و ينتج عن ذلك أن العلامات التجارية الأجنبية التي توضع على بضائع مستوردة داخل اقليم الجمهورية الجزائرية لا تتمتع بالحماية القانونية خارج اقليم الجمهورية الجزائرية لا تتمتع بالحماية القانونية خارج اقليم الجزائر الا اذا كانت مسجلة وفقا للقوانين الأجنبية و لكنه يستثنى من مبدأ اقليمية القوانين حالتان:

• **الأولى:** حالة العلامة الم تمتع بالحماية الدولية في حالة تسجيلها دوليا وفقا

لما تقتضي به اتفاقية باريس الدولية امتدت الحماية القانونية و حق احتكار

<sup>1</sup> الأمر رقم 75-59، المرجع السابق، ص 24.  
<sup>2</sup> عجة الجبالي، المرجع السابق، ص 85.

صاحبها في استعمالها لتمييز المنتجات داخل جميع أقاليم الدول الاعضاء  
في الاتحاد الدولي<sup>1</sup>.

- **الثانية:** اذا كانت لها شهرة خاصة، فاذا فرض و كان للعلامة التجارية الأجنبية شهرة خاصة في تمييز منتجات شخص من رعايا دول الاتحاد، فانه يجوز استعمال ذات العلامة داخل الاقليم حتى و لو لم تكن العلامة التجارية مسجلة دوليا وفقا للحالة الاولى، و من الأمثلة على ذلك، العلامة التجارية كوداك kodac أو كانون canon لتمييز منتجات التصوير<sup>2</sup>.

#### 4. انقضاء الحق في العلامة التجارية:

نص المشرع الجزائري على جملة من الشروط التي يجب توفرها لكي يك تسب صاحب العلامة حقا قانونيا في علامته، اضاف كذلك المشرع الجزائري الحالات التي ينقضي فيها الحق، و ينقضي اما بإرادة صاحبها أو بغير ارادته.  
أولا- الانقضاء بإرادة صاحب العلامة:

و هذا يكون بالعدول طبقا للمادة 19 من الأمر 06/03 و الذي كان معروفا من قبل بالتخلي في المادة 20 من الامر 57/66، و ع ليه فيمكن العدول عن تسجيل العلامة لكل أو جزء من السلع أو الخدمات التي سجلت من أجلها و أحالت

<sup>1</sup> وهيبة لعوارم، المرجع السابق، ص 62-63.  
<sup>2</sup> وهيبة لعوارم، المرجع السابق، ص 63.

المادة 19 من الأمر 06/03 تحديد كفيات العدول الى التنظيم بعدها كانت تبينه أحكام المادة 21 من الأمر 57/66 بدقة.

و يتم العدول سواء كان جزئي أو كلي بالتسجيل لدى المصلحة المختصة بناء على طلب المالك<sup>1</sup>.

ثانيا- الانقضاء خارج عن ارادة صاحب العلامة:و يكون بالإبطال أو الالغاء.

**1. الإبطال:** يمكن للجهة القضائية المختصة ابطال تسجيل العلامة، و ذلك بطلب من المصلحة المختصة أو من الغير اذا تبين وجود سبب من الأسباب المذكورة في الفقرات (01-09) من المادة 07 من الأمر 06/03 غير أنه اذا اكتسبت العلامة صفة التمييز بعد تسجيلها فلا يمكن اقامة دعوى الابطال، و يسري الابطال بأثر رجعي أي من يوم تسجيل العلامة، و تتقدم د عوى الابطال ب 05 سنوات ابتداء من تاريخ تسجيل العلامة باستثناء طلب التسجيل الذي يتم سوء النية، كما نشير انه اذا توفرت شروط الابطال بالنسبة لجزء من السلع أو الخدمات، ف إن الابطال لا يشمل الا ذلك الجزء من هذه السلع أو الخدمات فقط دون الأخرى<sup>2</sup>.

## 2. الالغاء:

هذا الحق نصت عليه المادة 21 من الأمر 03/06 على أنه "تلغي الجهة

القضائية المختصة تسجيل العلامة بناء على ما يأتي:

<sup>1</sup>مجناح عبد اللطيف، الحماية القانونية للعلامة التجارية و دورها في حماية المستهلك، مذكرة مقمة لنيل شهادة الماستر الأكاديمي في الحقوق، ص 29.  
<sup>2</sup> مجناح عبد اللطيف، الحماية القانونية للعلامة التجارية و دورها في حماية المستهلك، مذكرة مقمة لنيل شهادة الماستر الأكاديمي، ص 29-30.



• طلب من المصلحة المختصة أو من الغير الذي يعنيه الأمر اذا نشأ بسبب من الأسباب المذكورة في المادة 07 (الفقرات 03 و 05 الى 07) من هذا الأمر بعد تسجيل العلامة.

• طلب من الغير الذي يعنيه الأمر اذا لم تستعمل العلامة وفقاً للمادة 21 أعلاه<sup>1</sup>.

و إذا توفرت شروط الإلغاء المنصوص عليها في المادة 21 من الأمر 03/06 في جزء فقط من السلع أو الخدمات التي سجلت من أجلها العلامة فإن الإلغاء لا يشمل إلا ذلك الجزء فقط من السلع أو الخدمات دون الأخرى و لعل الفرق بين الإبطال و الإلغاء أن الإبطال يكون بأثر رجعي أما الإلغاء فيسري أثره من يوم صدور قرار الإلغاء، كما أن سبب الإلغاء ينشأ بعد تسجيل العلامة أما سبب الإبطال فيكون قبل تسجيلها، ثم أن دعوى اللغاء لا تتقدم لأنها عكس دعوى البطلان.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> المادة 21 من الأمر 03/06، المرجع السابق، ص 25.  
<sup>2</sup> مجناح عبد اللطيف، مذكرة ترح ماستر، ص 30-31.

إذا كان التاجر أو الصانع يهتم بتمييز منشأته عن غيرها من المنشآت بواسطة علامات مميزة هي الإسم والعنوان، فإن إهتمامه بتمييز منتجاته التي تعتبر ثمرة نشاط منشأته عن غيرها من المنتجات لمتشابهة في السوق لا يقل عن إهتمامه بتمييز منشأته، حيث يعتبر من أهم الأساليب التي يلجأ إليها كل من المنتج والمستهلك على حد سواء، فهي تؤدي مصلحة مزدوجة لما، ومن هنا برزت ضرورة حماية العلامة التجارية في التشريعات والاتفاقيات الدولية.

وعلى اعتبار أن العلامة التجارية أهم عناصر المحل التجاري في جذبها للعملاء، فمن الممكن أن يلجأ آخرون إلى تقليد ما أو تزويرها لذلك فقد دأبت الدول إن سن التشريعات لحماية هذه العلامة من أي تعدد<sup>1</sup> لهذا لا بد من التطرق إلى تبيان ماهية جريمة التقليد في المبحث الأول وتبيان في المبحث الثاني آليات حماية أو مكافحة العلامات التجارية التقليدية.

---

<sup>1</sup>ناصر السلاطات، مرجع سابق، ص44.

**المبحث الأول: ماهية جريمة التقليد**

إن ظاهرة التقليد شملت كل المجالات بدءا من المواد الإلكترونية إلى الألبسة إلى المواد الإستهلاكية والمواد الصيدلانية وهذا ما يترك آثار سلبية على أصحاب النوعية والجودة وعدم إتباع معايير قياسية عالمية في حين تقوم الشركات أصحاب المواد الأصلية بإنفاق أموال طائلة على منتجاتها بينما الشركات المقلدة فتتفق أموال قليلة الإنتاج سلع ذات مواصفات رديئة من شأنها الإقرار بالمستهلك وقد تؤدي في بعض الأحيان إلى موت هؤلاء المستهلكين<sup>1</sup>.

نتطرق في هذا المبحث لبيان ماهية جريمة التقليد، في المبحث الأول من خلال وضع تعريف للتقليد وتمييزه عن ما يشبهه في المطلب الأول، والتطرق كذلك إلى بيان الأليات القانونية لحماية العلامات التجارية التقليد، وذلك من خلال آليات الحماية الوطنية في المطلب الأول والحماية الدولية في المطلب الثاني.

**المطلب الأول: تعريف التقليد وتمييزه عن ما يشبهه.**

سننتطرق في هذا المطلب إلى تعريف التقليد وفيه يتم وضع تعريف فقهي من جانب الفقه الفرنسي أولا والفقه العربي ثانيا والفقه الجزائري ثالثا إضافة إلى تمييز التقليد عن ما يشبهه من الجرائم الأخرى.

**الفرع الأول: التعريف الفقهي لجريمة التقليد.**

من أجل الحصول على تعريف للتقليد العلامة التجارية لابد لنا ن التطرق إلى تعريفه في الفقه كل من الفقه الفرنسي والعربي وأخيرا التعريف الذي جاء به الفقه الجزائري.

**أولا: في الفقه الفرنسي.**

بالرجوع إلى قانون الملكية الفرنسي، نجد أن في مادته 716 الفقرة 2 عبر المشرع بمصطلح وحيد عن كافة الاعتداءات عن الحقوق المترتبة عن العلامة التجارية كانت أم

<sup>1</sup>فتيحة لعالم، حماية العلامة التجارية جريمة التقليد في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، ص 16 مرجع سابق.

صناعية حيث جاء فيها " la contrefaçons est a l'atteinte portée au droit du " propriété de la marque" كما أضافت المادة 713 الفقرة 03 من نفس القانون، على الأفعال التي اعتبرها اعتداءات ممنوعة والواقعة على الحق في العلامة.<sup>1</sup>

إن المشرع الفرنسي قصد من وراء عبارة لتزوير كل أنواع الاعتداءات والمعددة في المادة 713 السالف الذكر، من تزوير بالنسخ، تزوير بالتقليد، تزوير بالإستعمال، تزوير باستبدال المنتج وتزوير بوضع علامة تابعة للغير إلى جانب جرمي البيع أو العرض للبيع منتج أو سلعة مزورة وجريمة إخفاء منتج مزور.<sup>2</sup>

### ثانيا: في الفقه العربي.

لم تتعرض قوانين العلامات التجارية المقارنة ومنها العلامات التجارية الأردني إلى تعريف يبين ماهية التقليد المتطور في نطاق هذه الجرائم، لذا فقد عرفه الفقه العربي: " بأنه اصطناع علامة تماثل في مجموعها العلامة الأصلية تماثلا شأنه أن يؤدي إلى تظليل الجمهور بسبب الوقوع في الخلط بين العلامتين ، وعرفه آخرون بأنه وضع علامة مشابهة أو قريبة النسبة في مجموعها بعلامة أخرى بحيث يصعب التفرقة بين كل منهما أو تمييزهما لما يوجد من لبس أو خلط بينهما يضل جمهور المستهلكين<sup>3</sup>، وما يلحظ أن بعض التشريعات كالتشريع المصري والأردني استعمل كلمة تزوير العلامة للتمييز عن جريمة تقليد العلامة، فتزوير العلامة حسبها هو النقل الحرفي أو الكامل الغير، أما التقليد فهو وضع علامة مشابهة أو قريبة السحب بالعلامة الأهلية مما يتطلب إحتمال الخلط بين العلامتين<sup>4</sup>.

<sup>1</sup>فتيحة لعالم، حماية العلامة التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر، ص19، مرجع سابق.

<sup>2</sup>وهيبة لعوارم، مرجع سابق، ص142.

<sup>3</sup>ناصر السلامة، مرجع سابق، ص250.

<sup>4</sup>وهيبة لعوارم، مرجع سابق، ص139.

عرفه معوض عبد التواب جريمة التقليد العلامية التجارية بأنها: "المحاكاة التي تدعو إلى التضليل الجمهور والعبرة في استظهارها هي بأوجه النسبة بين العلامتين الأصلية والمقلدة دون أوجه الإختلاف".

ويعرفها عبد الحميد الشواربي بقوله: " التقليد هو ذلك الاعتداء الذي يقع على العلامة التجارية، والعبرة فيه بأوجه الشبه لا بأوجه الاختلاف وأن معيار في أوجه الشبه هو بما يندفع به المستهلك المتوسط الحرص والانتباه. فهذا التعريف يبدو أشمل من سابقه إذا نتطرق إلى صور التقليد المعروفة<sup>1</sup>.

وتقدير مدى توافر التقليد يدخل في نطاق السلطة التقديرية لمحكمة الموضوع.<sup>2</sup>

### ثالثا: في الفقه الجزائري.

في هذا الصدد يتجه الفقه الجزائري الغالب نحو التمييز بين التزوير العلامية وتقليدها، فالتزوير هو نقل العلامة نقلا حرفيا كاملا أي بما يجعل العلامة المزورة صورة طبق الأصل من العلامة الأصلية أما التقليد فهو اصطناع تلك الأوراق أو العلامات أو العملات كما هي دون تغيير مادي فيها<sup>3</sup>.

وعليه فقد نص المشرع الجزائري في القانون العلامات في مادته 26 الفقرة الأولى على أنه: "تعد جنحة التقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية به قام به خرقا لحقوق صاحب العلامة.<sup>4</sup>

فعلى خلاف القانون الملغى فإن هذا القانون أورد تعريفا لفعل التقليد فهو كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية للعلامة، ولكن بالرغم من استحداثه لهذا التعريف، إلا أن عبارته جاءت

<sup>1</sup> سميحة لعجال، جريمة تقليد العلامية التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، ص18 مرجع سابق.

<sup>2</sup> معوض عبد التواب، جرائم التزوير والتزييف وتقليد الأختام، الطبعة الثانية، مكتبة عالم الفكر والقانون للنشر والتوزيع، طنطا 2003، ص467.

<sup>3</sup> وهيبية لعوارم، مرجع سابق، ص136-138.

<sup>4</sup> الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، ص.

عامة غير محددة النطاق، إذا أعطى له معنى واسعا وشاملا لكل الأفعال التي تشكل اعتداء على الحق في العلامة.<sup>1</sup>

وقد كيف طرحة جريمة التقليد بعبارة... بعد جنحة.. خلافا للقانون القديم الذي يستشف من عبارة الحبس ومدتها والغرامة الموقعة عليها.

ونلاحظ أن المشرع أورد عبارة تحتمل معنى واسع ولم يحدد الأفعال والتصرفات التي يمكن أن تعد تقليد للعلامة، فهذا المعنى جاء عاما يحتمل العديد من الأوصاف<sup>2</sup> كما أنه لم يفرق بين الأفعال التي تعتبر اعتداء مباشر على العلامة والتي تعتبر اعتداء غير مباشر، ويلاحظ إن القانون الجزائري يغرض الحماية القانونية على العلامة المسجلة فقط المادة 27 من الأمر 06-03 لمتعلق بالعلامات فالمشرع الجزائري وبتفقد قانون العلامات فقد بعبارة *la contrefaçon*<sup>3</sup> تقليدا لا تزويرا ، ضف إلى ذلك لم يحدد ولم يحضر الأفعال المعتبرة قانونا اعتداءات ممنوعة واقعة على الحق في العلامة التجارية فقد اكتفى فقط بالإضافة مصطلح، الاستثنائية إلى كلمة " الحقوق " في تعريفه للتقليد، ووجد العقوبة لجميع الاعتداءات الصغيرة تقليدا إلا أن المشرع لم يرقم بتعداد تلك الاعتداءات تاركا ذلك لسلطة لقاضي الجزائي وربما عدم حصره لتلك الأفعال له عذره، فوضع الإطار العام فقط للفعل الجرمي للتقليد.

وعمومية العبارة يمكن إرجاعها لتتوزع صور هذه الجريمة وتستعيبها وتمدها بحسب اختلاف الاعتداءات الواقعة عليها.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> وهيبية لعوارم، مرجع سابق، ص141.

<sup>2</sup> فتيحة لعلام، حماية العلامة التجارية جريمة التقليد في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، ص18.

<sup>3</sup> سميحة لعجال، جريمة تقليد العلامات التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماستر، أكاديمي، مرجع سابق، ص18.

<sup>4</sup> وهيبية لعوارم، مرجع سابق، ص 141-142.

## الفرع الثاني: تمييز التقليد عما يشبهه.

تتداخل جريمة التقليد مع جريمة التزوير والتي يكون أساسها وضع المستهلك محل لبس وتضليله بين السلعة الأصلية وكما يتداخل أيضا مع العيش والتشبيه التدلّيس، لذلك سوف تقوم بالترقية بين التقليد والغش والتزوير والتشبيه التدلّيس.

## أولا: تمييز التقليد عن التزوير.

إن الهدف من جريمة التزوير غش المستهلك وخداعه فلهذا نرى بعض القوانين العربية من بينها مصر والأردن وسوية مصطلح التزوير والترقية بينه وبين التقليد، والتي تقول بأن التزوير هو النقل لحرفي للعلامة التجارية بحيث يكون هذا النقل كاملا ومتطابقا بحيث تعتبر العلامة التجارية المزورة صورة طبق الأصل للعلامة الأصلية دون أن يرافق عملية النقل أية إضافات أو تعديلات وأما التقليد فهو النقل الذي يرافقه تغيير أو تعديل ويؤدي إلى التشابه ما بين العلامتين.<sup>1</sup>

بحيث فرق الفقه بينهما، واعتبر التزوير قد يكون نقلا تاما وكاملا للعلامة التجارية ونقل الأجزاء الرئيسية منها، بحيث تكاد تكون العلامة المزورة مطابقة للعلامة الأصلية، أما التقليد فيتم بالمحاكاة التي تدعو إلى تضليل الجمهور وغشهم.<sup>2</sup>

وهناك من الفقه اعتبر التزوير والتقليد من الناحية العملية وجهان لجريمة واحدة، مع الإشارة إلى أن عملية إكتشاف تقليد العلامة أقل صعوبة من التزوير كون هذا الأخير يقوم فيه المزور للعلامة المسجلة بنقل حرفي وتام للعلامة الآلية مما يعب إكتشاف هذه لجريمة في حين بقوة المقلد بإضافة بعض التعديلات أو إجراء تعديلات مع الإبقاء على العلامة الأصلية.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> عبد الله حسين الحشروم، مرجع سابق، ص209.

<sup>2</sup> مرجع نفسه، ص209-210.

<sup>3</sup> فتية لعلام، حماية العلامة التجارية جريمة التقليد في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماستر، ص21 مرجع سابق.

إذن فالتزوير يقوم على ركن مادي ومعنوي وتوفر عنصر العقد في حين أن التقليد تتحقق بغض النظر عن وجود سوء النية لأن...عنصر مفترض في التقليد.

### ثانيا: تمييز التقليد عن الغش:

إن الغش هو الترويج لسلعة ذات علامة تجارية بما يخالف حقيقتها بأي طريقة كانت مثل: توزيع نشرات أو وضع ملصقات أو إعلانات في إحدى وسائل الإعلام، وأي عمل آخر يخفي حقيقة السلعة أو هو عمل تجاري يتم بشكل منا في للقانون والعادات والشرف، وينجم عنه ضرر للغير ملزم لمن يرتكبه بالتعويض ليس لإصلاحه فحسب، ولكن لمنع وقوعه مستقبلا.

والغش لا يتطلب أن يكون الشيء المدخل في البضاعة من طبيعة أخرى تغاير طبيعتها، بل يكون من ذات الطبيعة، ولكنه يختلف عنها في درجة الجودة، على انه لم يشترط في القانون أن يتغير طبيعة العلامة التجارية بالحذف أو الإضافة بل يكفي أن تكون قد زبغت<sup>1</sup>.

فإن عناصر جريمة التقليد تختلف عن الغش من حيث الأركان، الركن المادي في التقليد يتمثل في إثبات فعل من أفعال التقليد ووضعها على المنتجات بسوء نية أو بيعها أو عرضها للبيع، بينما الركن المادي في جريمة الغش ينحصر في فعل الخداع واليأس أمر من الأمور مظهرا يخالف ما هو عليه .

### ثالثا: تمييز التقليد عن التشبيه التدليسي.

يعد مرتكبا لجنحة التشبيه التدليسي لعلامة، كل من أصطنع علامة متشابهة بصورة تقريبية للعلامة الأصلية<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>مرجع نفسه، ص22.

<sup>2</sup>فتيحة لعلام، حماية التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، ص 22، مرجع سابق.



وفيه يكون فعل التشبيه بطريقة التدليس لعلامة مملوكة للغير تجري محاكاتها عن طريق التغيير أو الإضافة للعلامة الأصلية بحيث يصعب التفرقة بين كل منهما لوجود اللبس في ذهن المستهلك.

وفعل التشبيه قد حضي بالحماية الجزائية من قبل التشريع القديم إذ يبدو أن أمر

57/66 المتعلق بالعلامات لم يستهدف في التقليد.<sup>1</sup>

فيمثل في المحاكاة أو التشبيه الذي ينص على الطابع الأساسي للعلامة الكفيل بخلف اللبس في ذهن المشتري، وتتم المحاكاة عن طريق التغيير أو الإضافة أو التشويه للعلامة الأصلية بحيث يصعب التفرقة بين كل منها وتعتبر مسألة تقدير المحاكاة من عدمها من مسائل الواقع التي تدخل في إطار السلطة التقديرية لقضاء الموضوع وتخضع الجريمة على ضوءه وعلى خلاف جريمة التقليد لركنين: ركن مادي يتمثل في المحاكاة وركن معنوي يتمثل في العقد الجنائي أي قعد الغش لدى المحاكي.

وعلى خلاف ما هو عليه الحال في الإصطناع الحرفي أو التقليد، فإنه ترتيب المحاكاة بطريقة تحدث لبسا في ذهن المستهلك غير النية بين المنتجات الممهورة بعلامتين، ولهذا من الضروري اشتراط توفر قصد الغش لدى المحاكي أو قعد إحداث اللبس ضف إلى أن التقيد يفترض تقدير الاصطناع نسبة الكامل بالبعض العناصر الأساسية في حيث تفترض المحاكاة التدليسية أو التشبيه التدليس تقدير اللبس الممكن حدوثه لدى الجمهور العريض والمبدأ المسطر هنا هو أن يكون اللبس الحاصل بين العلامتين ممكنا في هذا المستهلك بخصوص عنصر أساسي ، ولا تقوم الجريمة إلا إذا كان اللبس ممكنا.<sup>2</sup>

### المطلب الثاني: صور تقليد العلامات التجارية

أن الهدف الأساسي للعلامة التجارية يعود إلى إمكانية تمييز السلع والمنتجات عن بعضها البعض وعليه سنتناول في هذا المطلب كل من صور تقليد العلامات التجارية في

<sup>1</sup> وهيبة لعوارم، مرجع سابق، ص 147.

<sup>2</sup> وهيبة لعوارك، مرجع سابق، ص 147-148.

الفرع الأول يتضمن التقليد الكلي والتقليد الجزئي للعلامة التجارية، بينما في الفرع الثاني، يشمل التقليد عن طريق الوسائل التكنولوجية الحديثة.

### الفرع الأول: التقليد الكلي والجزئي للعلامة.

#### أولاً: التقليد الكلي.

إن جنحة التقليد الكلي للعلامة هو اصطناع علامة مطابقة تطابقاً تاماً للعلامة الأصلية في مظهرها الخارجي، حيث يتبادر في ذهن المستهلك أنه أمام العلامة الأصلية لعدم وجود اختلاف واضح وحلي بين العلامتين حيث أن العلامة المقلدة تحمل نفس شكل العبوة أو القارورة ولها نفس اللون ونفس الاسم ونفس الكتابة، حتى المكونات المكتوبة على العبوة نجد أنها نفسه إن ولها نفس طريقة الاستعمال ونفس الكتابات على العبوة. ويبقى الاختلاف الوحيد بين العلامتين في المكونات داخل العبوة ودرجة الجودة التي تحملها العلامة الأصلية.

وبالنسبة لهذا النوع من التقليد فإن جنحة التقليد تتحقق والجريمة تعد قائمة، وحتى وإن لم يتم استعمالها إذ لا يهم إذا كانت هذه العلامة ثم استعمالها أم لا، كما لا يشترط حسن النية في هذه الجريمة، فالركن المعنوي مفترض ويبقى تحقق الركن المادي كفيل بتوقيع جزاء على مرتكب الفعل.<sup>1</sup>

#### ثانياً: التقليد الجزئي.

يقصد بالتقليد الجزئي للعلامة، قيام الصانع والتاجر استعارة عنصر من عناصر العلامة الأهلية، مع إجراء تعديلات خفيفة على هذا العنصر وذلك بهدف توقيح المستهلك في خلط. رغم غياب نص بجرمه، إلا أن القضاء سار على نحو... فيه بينه وبين التقليد الكلي للعلامة التجارية، والقاضي في تقديره لتوافر جرح التقليد الكلي للعلامة التجارية والقاضي في تقديره لتوافر جرح التقليد الجزئي يكفيه أن يجري مقارنة على أساساً أوجه الشبه والقابضة بين

<sup>1</sup> فتيحة لعلام، حماية العلامة التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، ص 24-25 مرجع سابق.

العلامتين، فإن أوجه تشابه بين أحد عناصر العلامة التجارية من شأنه أن يقع المستهلك في خلط فعليه أن يحكم بتوافر جرم التقليد العلامة.<sup>1</sup>

ومن أمثلة التقليد بإضافة حرف ما جاء به حكم قضاء فرنسا في هذا الموضوع في قضية وجود تقليد بين علامة marini و martini خلال إضافة حرف t وكذلك قضية مواد التنظيف بين علامة net و onet واعتبر علامة هي تقليد للعلامة التجارية net من خلال إضافة حرف o.

وتجدر الإشارة أن التقليد الجزئي يختلف تماما عن الشروع في التقليد لأن التقليد الجزئي جريمة تامة متكاملة الأركان يعاقب عليها بنفس عقوبة التقليد الكلي، على عكس الشروع الذي لا عقاب عليه، كما لا يمكن اعتبار جريمة التقليد الجزئي بمثابة شروع في جريمة التقليد الكلي.<sup>2</sup>

### الفرع الثاني: التقليد غير المباشر

وفيه لا يقوم المقلد باستحداث أو صنع وتقليد علامة أصلية وإنما يقوم بطريقة غير مباشرة باستغلال علامة أصلية تم تقليدها سابقا وعلى ذلك.... التقليد غير المباشر لا يمكن تصورها إلا إذا سبقها تقليد مباشر. وهي في الغالب ترتكب من طرف أشخاص لسوا بالضرورة هو من ارتكبوا التقليد المباشر بأنفسهم وإنما ارتكبوا أفعالا تعد مجرمة باعتبارها امتداد للتقليد وقد تصدى المشرع الجزائري لهذا النوع من الجرائم بموجب الأمر 03-06.

#### أولا: استعمال علامة مقلدة أو مشتبهة.

ويكون ذلك بوضع العلامة المقلدة على السلع أو الخدمات أو بلصقها على أغلفتها، بغرض تضليل المستهلكين حول مصدرها.

<sup>1</sup> وهيبية لعوارم، مرجع سابق، ص 157.

<sup>2</sup> فتيحة لعالم، حماية العلامة التجارية جريمة التقليد في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، ص 24 مرجع سابق.

إذ لا يشترط في هذه الجريمة أن يكون الجاني قد قام بفعل التزوير أو التقليد، وببل يكفي أن يقوم باستعمال العلامة المزورة المقلدة لأن ذلك سيؤدي حتما إلى غش وتضليل المستهلك وقد تناولت غالبية التشريعات الخاصة بالعلامات التجارية ومنها التشريع الأردني هذه الجريمة في المادة 38 من قانون العلامات التجارية التي ورد فيها يعاقب بالحبس... كل من ارتكب .. الغش... وسع المملكة علامة تجارية مزورة أ مقلدة على ذات الصنف من البضائع التي سجلت العلامة من أجلها) وتناول المشرع المصري في المادة 113 من قانون حماية الملكية الفكرية التي نصت على أنه (يعاقب بالحبس كل من استغل بسوء قعد علامة تجارية ضرورة أو مقلدة).

وتناولها المشرع الفرنسي في المادة 10 من مجموعة قوانين الملكية الفكرية ، وكذلك المشرع الانجليزي في الفقرة 3/ب من المادة 92 من قانون العلامات التجارية. وعن المشرع الجزائري فقد تناولها من خلال الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات وعليه فإن مرتكب التزوير أو التقليد يعاقب ول لم يستعمل العلامة المزورة وأن من يستعمل العلامة المقلدة يعاقب على فعله ولم يرتكب فعل التقليد أو يساهم فيه.<sup>1</sup> وتقوم جريمة الإستعمال على ثلاثة أركان وهي:

### 1 الركن المادي:

يتمثل الركن المادي في هذه الجريمة بالإستعمال الباطل لعلامة تجارية أو علامة قريبة النسبة بحوزة تؤدي إلى الإنخداع، وقد يتخذ ذلك صورة وضع علامة تجارية أو علامة قريبة النسبة لها على البضائع أو المنتجات ذاتها بطريقة مباشرة، وقد يتم ذلك بطريقة غير مباشرة كأن يستعمل العلامة على الأشياء التي تستخدم في تسويق البضائع أو المنتجات كالإطارات أو المغلفات أو أي شيء آخر تباع أو تعرض فيه البضائع.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>ناصر سلامات، ص 253-254، مرجع سابق.

<sup>2</sup>سارة بن صالح، جريمة تقليد العلامة التجارية، دفا تر السياسية والقانون جامعة العربي بن المهدي أم البواقي، الجزائر، 2016، العدد الخامس عشر، ص390.

وقد أشارت لهذه الجريمة المادة 26 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات في عبارة: "يعد جنحة تقليد العلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرق لحقوق صاحب العلامة " يعد التقليد جريمة يعاقب عليها بالعقوبات المحددة في المواد 27 و33 أدناه.<sup>1</sup>

وقد عالج الاجتهاد القضائي الجزائري جريمة استعمال علامة تجارية مقلدة حيث نقض قرارها عن المحكمة العليا قرار الصادر عن قضاة المجلس للإعدام الأساس القانوني في قضية ملينة.... و ضد (أ-أ) حيث جاء في قرارها: ذلك أن قضاة الاستئناف... الصواب أو الخطأ في قرارهم عكس قاضي الدرجة الأولى الذي يثبت له أن أغلقتها العلب الياغوت تحتوي على علامتها التجارية الصومام، ومادامت ظاهرة واضحة فوضعها في نفس الأغلفة على نوع واحد وليس " لا يعتبر استعمالا لعلامة تجارية ما كان عليهم وضعه كأساس قانوني لقرارهم ويستوجب إلغاءه".<sup>2</sup>

## 2 العقد الجرمي:

تعد جريمة الاستعمال من الجرائم القصدية التي يلزم لقيامها توافر القصد الجرمي، والقصد المتطلب في هذه الجريمة هو القصد الجرمي الخاص، والذي يتمثل بسوء النية، بمعنى أن يكون الغرض من استعمال العلامة أن يختلط الأمر على المستهلك حول مصدر المنتجات.

وكغيرها من نماذج جرائم العلامات التجارية فقد ثار خلاف في الفقه حول مدى اشتراط هذا القصد فيها، إلا أنه قبل الخوض في هذا الجدل الفقهي فإنه لابد من بيان مواقف التشريعات المقارنة

أ - موقف التشريعات من اشتراط العقد الخاص في جريمة استعمال علامة تجارية

### ضرورة مقلدة:

<sup>1</sup> الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية ، مرجع سابق، ص26.

<sup>2</sup> سارة بن صالح، مقال سابق، ص390.

لقد جاء موقف المشرع المصري واضحا في اشتراطه توافر القصد الجرمي الخاص كأساس لقيام ويحقق جريمة استعمال علامة تجارية ضرورة أو مقلدة ، بخلاف الحال في جريمتي تزوير العلامة أو تقليدها حيث استعمل المشرع المصري عبارة يستفاد منها أنه يجب توافر العقد الجرمي الخاص في هذه الجريمة حيث جاء في المادة 113 حق حماية الملكية الفكرية بأنه لكل من استعمل بسوء قصد علامة تجارية مزورة أو مقلدة. أما بالنسبة للمشرع الأردني فقد أوضحتها المادة 38 حق الغش بمعنى أن يعلم الجاني أن يستعمل علامة تجارية مقلدة صحا يدل أن المشرع الأردني قد اشترط توافر العقد الجرمي الخاص في هذه الجريمة، وبذلك فإن موقف المشرع الأردني جاء مشابه لموقف المشرع المصري.

وبذلك فإن جميع التشريعات العلامات التجارية محل الدراسة اتفقت على تطلب العقد الخاص في جريمة استعمال العلامة التجارية والتي يلتزم لقيامها فضلا عن علم الجاني بأنه يستعمل علامة ضرورة أو مقلدة أن تتجه نيته إلى .... وتضليل المستهلك في مصدر البضائع، وذلك أن النص التجريبي في هذه التشريعات جاء واضحا وصريحا وذلك أن النشاط الإداري في هذه الجريمة غير مشروع كونه يهدف إلى خداع المستهلك حتى لا يتسنى له التمييز بين البضائع والحقيقة وتلك التي تحمل علامة مقلدة<sup>1</sup>.

**ب - مناقشة الخلاف الفقهي حول تطلب العقد الخاص في جريمة استعمال**

### **علامة مقلدة:**

رغم اتفاق التشريعات على اشتراط توافر العقد الجرمي الخاص في جريمة استعمال علامات مقلدة، إذ أنه خلافا بين الفقه بنية من ذهب إلى اشتراط توافر هذا العقد وبين معارض له.

<sup>1</sup>ناصر السلامات، مرجع سابق، ص258.

فقد ذهب الأستاذ الدكتور محمد شفيق إلى أن التفرقة بين جريمة تزوير العلامة وتقليدها وجريمة استعمال علامة مقلدة كأساس البحث في بنية الفاعل فيما إذا كان سيء النية أو حسن النية.

فيما ذهب الدكتور محمد حسني عباس إلى التفرقة بين جريمة تقليد العلامة وتزويرها من ناحية وجريمة استعمال علامة مقلدة.. حيث إثبات سوء القصد مفترض في جرمي تزوير العلامة أو تقليصها، وهو على درجة الخطورة، وبالتالي يفترض معه سوء القصد، أما استعمال العلامة المزورة أو المقلدة فلا يعد اعتداء على العلامة، ما لم يثبت علم الفاعل بأن العلامة التي استعملها ضرورة أو مقلدة.<sup>1</sup>

ثانيا: جريمة بيع بضاعة تحمل علامة مقلدة أو عرضها للبيع أو للتداول أو حيازتها

بعقد البيع.

فيعد بمثابة جنحة التقليد الجرائم التالية، والأساس القانوني لتجريم كافة هذه الجرائم هو نص المادة 09 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات الذي منع لمالك المسجلة الحق في صنع الغير الذي يستعمل تجاريا علامة أو رمزا مشابها يؤدي إلى اللبس بين السلع وخدمات مطابقة أو مماثلة دون ترخيص.

وعليه فغن التشريعات لم تقتصر في نطاق قيام المسؤولية الجزائية في جرائم التعدي على العلامة التجارية على تجريم استعمال علامة ضرورة مقلدة، وإنما شملت بالتجريم صورا أخرى تندرج ضمن الأفعال المكونة لهذه الجرائم إذا جرمت بيع المنتجات التي تحمل علامة ضرورة أو مقلدة أو عرضها للبيع أو للتداول أو حيازتها بعقد للبيع، اعتبرت جريمة مستقلة

<sup>1</sup>مرجع نفسه، ص295.

بعد ذاتها سواء كان البائع أو الحائز للمنتجات ذات الشخص الذي قام بتزوير أو تقليد تلك العلامة أو كان شخصا آخر<sup>1</sup>.

فكل من باع علامة مقلدة أو مشبهة أو عرضها للبيع يستحق العقاب، ول فرق بين أن تكون تاجرا أو لا أو ربح بالبيع أم خسر أم حصل البيع مرة واحدة أو أكثر ولكن يشترط في كل ذلك توافر سوء النية، لذي يتوفر بمجرد العلم بتقليد أو تشبيه العلامة التجارية وقصد خديعة المشتري في ذاتية البضاعة أو مصدرها.<sup>2</sup>

فإذا كان المشرع قد نظر في الجرائم السابقة إلى حماية مالك العلامة التجارية فقد أراد في الجرائم التي نحن بصدها حماية جمهور المستهلكين أيضا ويتطلب لقيام هذه الجريمة توافر ما يلي:

### 1 الركن المادي:

يتمثل الركن المادي في بيع بضائع استعملت عليها علامة ضرورة أو مقلدة أو عرضها للبيع أو للتداول أو حيازتها بقصد البيع، وبذلك فإن الركن المادي لهذه الجريمة يتخذ عدة صور هي:<sup>3</sup>

قيام الجاني ببيع أو عرض للبيع أو التداول أو حيازة تقصد البيع منتجات عليها علامة تجارية مزورة أو مقلدة بغير حق مع علمه بذلك، أو أن يقدم أو يعرض تقديم خدمات تحت علامة تجارية مزورة أو مقلدة أو مستعملة بغير حق، ويقصد بعرض البضائع التي تحمل العلامة المزورة أو المقلدة بالمتجر أو بالمخازن بغرض بيعها، وتقوم هذه الجريمة سواء كان البائع أو العرض قام بتزوير أو التقليد العلامة أم لا.

<sup>1</sup>أمنة صامت، المسؤولية الجزائية، في جرائم العلامات التجارية أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد ابو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، سنة 2017-2018، ص90.

<sup>2</sup>علي نديم الحصصي، مرجع سابق ص 289-299.

<sup>3</sup>ناصر سلامات، مرجع سابق، ص261.



وتشمل هذه الجريمة واقعة بيع المنتجات أو الخدمات تحت علامة مقلدة سواء حقق البضائع أرباحا خاصة هذا البيع أو لم يحقق، وسواء تم البيع أقل من السعر الذي تحمله العلامة الحقيقية أم أكثر، وسواء كانت السلطة المباشرة أو الخدمات المعروضة منتجة أو مقدمة في الدولة أو مستوردة من الخارج وسواء يراد بيعها أو تقديمها داخل الإقليم أو تصديرها إلى الخارج، ولم يتطرق الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات إلى السلع والبضائع المستوردة التي تحمل علامة مقلدة والتي انتشرت بكثرة في الجزائر إلا أنه تطرق إليها ضمن قانون الجمارك 98-10 وذلك في المادة 02/22 على أنه تحضر عند الاستيراد، وتخضع إلى المصادرة البضائع الجزائرية والأجنبية المزيفة، ويقصد بالتزيف في هذه الحالة البضائع المزورة أو المقلدة.

ولا ينفي وقوع هذه الجريمة أن تكون السلع المباشرة أو الخدمات تحمل العلامة الحقيقية أو حتى أفضل منها، كما يستوي أن يتم البيع مرة واحدة أو عدة مرات، وفي حالة الأخيرة تعتبر جميع الأفعال المتكررة جريمة واحدة مستمرة لأنها ترتكب بقصد جنائي واحد.<sup>1</sup> كذلك فإن عرض تلك السلع للبيع أو التداول أو عرض تقديم الخدمة في أي مكان تعرض فيها البضاعة أو الخدمة يأخذ نفس حكم البيع مثال ذلك إرسال صور وعينات للعملاء لإضهار مزايا هذه البضائع.

ويلاحظ أن التنازل عن السلعة للغير بدون مقابل عن طريق الهبة لا تقوم به هذه الجريمة، وكذلك حيازة السلعة بقصد الاستعمال، فالمشرع يعاقب على الحيازة بقصد البيع.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> سماح محمدي الحصانة القانونية للعلامات التجارية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، مرجع سابق، ص 151-150.

<sup>2</sup> مرجع نفسه

الذي يعتبر سلطة فعلية يباشرها الحائز على شيء بحيث تكون في مظهرها الخارجي وفي قصد الحائز مزاولة للملكية أو لحق عيني آخر.<sup>1</sup>

## 2 الركن المعنوي.

يشترط المشرع الفرنسي لقيام هذه الجريمة توفر عنصر العلم المسبق بأن السلعة محل البيع مقلدة وهذا ما أخذ به القضاء حيث قضى بعدم مسؤولية البائعين لعلامة لويس فيتو المقلدة لعدم ثبوت ... بذلك وبشأن مصير السلعة فلقد حكمت المحكمة المختصة بمصادرتها.<sup>2</sup>

وعليه فقد اختلفت قوانين العلامات التجارية في اشتراط الركن المعنوي في جريمة بيع بضاعة تحمل علامة ضرورة، أو مقلدة أو عرضها للبيع، بقصد البيع إذ يرى البعض منها أن هذه الجريمة من الجرائم العمدية بشأنها في ذلك شأن جميع الجرائم الإعتداء على العلامة، إذ يلزم لقيامها بالإضافة إلى القصد الجنائي توافر الجنائي الخاص المتمثل في سوء النية والغش.<sup>3</sup>

حيث أن المشرع المصري والسعودي لم يتطلب توافر سوء النية لدى الجاني وإنما اكتفى لقيام هذه الجريمة أن يعلم الجاني في التقليد أو التزوير ودن الحاجة إلى إثبات هذه القصد، وبالتالي يقع على عاتق المشتكي عبئ العلم في هذه الجريمة.<sup>4</sup>

في حين أن المشرع الجزائري لم يشترط لقيام جريمة توافر العقد في هذه الجريمة أي إرادة المعني بالأمر في خداع المشتري، وهذا على خلاف التشريع السابق<sup>5</sup> إلا أنه الفقه الجزائري فقد استند لنصي المادتين 26 و 32 في الأمر 03-06 المتضمن لقانون العلامات

<sup>1</sup> ناصر السلامات، مرجع سابق، ص 264.

<sup>2</sup>.... عبد الكريم، الحماية الجنائية للعلامة التجارية، مذكرة تخرج شهادة الماستر في القانون كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة، 2016-2017، ص 57.

<sup>3</sup>أمنة صامت، شهادة لنيل شهادة دكتوراه، في القانون مرجع سابق، ص 95.

<sup>4</sup>ناصر سلامات، مرجع سابق، ص 266-267.

<sup>5</sup>أمنة صامت، مرجع سابق، ص 95.

للقول بعدم اشتراط المشرع للعقد الجنائي المتمثل في علم المتهم بأنه يجوز أو يعرض أو يبيع سلعا أو نقد خدمات يحمل علامة مقلدة فيكفي قيام التاجر بعرض أو بيع سلع أو خدمات مقلدة حتى تتم متابعته بالجرم، وذلك بغرض النظر عن علمه المنسق بالتقليد، تلك البضائع أو الخدمات وذلك بخلاف قانون العلامات الملغى 57-66 الذي يشترط العلم المسبق لقيام الجريمة.

في المادة 02/28 منه، حيث تضمن الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات وقانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري 82-2002 جرائم أخرى تمس أساسا بالمستهلك وتنظيم العلامات.<sup>1</sup>

وأما المشرع الأردني فقد جاء متوافقا مع التشريعات السابقة التي أخذت واشترطت توافر سوء النية حيث اشترط المشرع الأردني في المادة 38 قانون العلامات التجارية توافر شرط النية لدى الجاني وذلك حتى تتحقق هذه الجريمة وذلك عندما أورد عبارة (بقصد الغش) في مطلع ذات المادة.

وتوفر العقد الجاني... المسائل الموضوعية التي يستخلصها قاضي الموضوع من وقائع الدعوى.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> سماح محمدي الحماية القانونية للعلامة التجارية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في القانون، مرجع سابق، ص152.

<sup>2</sup> ناصر السلاطات مرجع سابق، ص267.

### المبحث الثاني: آليات حماية العلامات التجارية من التقليد.

تتمتع العلامة التجارية بحماية قانونية والمدنية منها والجزائية إذن أن التعدي على العلامة التجارية يشكل جريمة يعاقب عليها القانون، ويعطي حينها مالك العلامة المطالبة بالتعويض عن الأضرار التي أصابته نتيجة ذلك التعدين لذلك سوف نقوم في هذا المبحث إلى تبيان الحماية الوطنية التي تتمتع بها العلامة التجارية وذلك في المطلب الأول والحماية المدنية للعلامة في المطلب الثاني.

#### المطلب الأول: الحماية الوطنية.

تناول المشرع مسألة حماية العلامة التجارية بإهتمام بالغ بغرض بسط حمايته على صاحب العلامة التجارية والمستهلك من أجل دعم النشاط الاقتصادي وبن روح الثقة بين المتعاملين في البضائع أو المنتجات أو الخدمات التي تكون محلا للعلامة التجارية، ولتحقيق هذا الهدف فقد صاغ المشرع العديد من النصوص التشريعية التي تكفل الحماية الكافية للعلامة التجارية سواء كانت ذلك فيما يتعلق بالحماية المدنية أو الحماية الجنائية.

**الفرع الأول: الحماية المدنية.**

الحماية المدنية هي المقررة لكافة الحقوق، فهي الحماية التي تستمد من القواعد العامة للمسؤولية عن الفعل الضار الوارد في القانون المدني، فالقاعدة أن أي حق يتمتع بحماية مدنية استنادا إلى القواعد العامة في المسؤولية المدنية التي تقوم على القاعدة الأصولية إن كل خطأ سبب ضررا للغير يلزم من ارتكبه بالتعويض.

**أولاً: إجراءات الدعوى المدنية:**

تتمثل إجراءات الدعوى المدنية في :

**1 دعوى المنافسة غير المشروعة**

دعوى المنافسة غير مشروعة هي الوسيلة الوحيدة التي يتمتع بها صاحب العلامة غير المسجلة عند الإعتداء على حقه لحمايته من الضرر المادي والأدي.

وعلى أساس هذا فيستطيع صاحب العلامة التجارية إن يرفع دعوى المنافسة غير المشروعة بالإستناد إلى خطأ المدعي عليه في تقليد العلامة التجارية طالما أدى هذا الخطأ إلى وجود تشابه بين علامته وعلامة المدعي عليه بحيث يؤدي إلى تضليل الجمهور واختصال إيقاعه في اللبس بين العلامتين.<sup>1</sup>

**أ - تعريف دعوى المنافسة الغير المشروعة.**

يشكل الإعتداء على العلامة أحد أعمال المنافسة غير المشروعة التي يترتب عليها قيام المسؤولية المدنية للفاعل.<sup>2</sup> استنادا إلى نص المادة 124 من ق المدني التي تنص " كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص يخطئه، ويسبب ضارا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض.

<sup>1</sup> طارق فهمي الغنام، العلامة التجارية ودورها في حماية المنتج المستهلك، الطبعة الأولى، مركز دراسات العربية للنشر والتوزيع مصر...، ص216.

<sup>2</sup> سماح محمدي، الحماية القانونية للعلامة التجارية، أطروحة دكتوراه العلوم القانون، جامعة بائق كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2015-2016، ص83.

والمادة 124 مكرر: شكل الاستعمال التعسفي للحق خطأ لاسيما في الحالات الآتية إذا وقع بقصد الأضرار بالغير إذا كان الغرض منه الحصول على فائدة غير مشروعة.<sup>1</sup>

ويكمن الهدف من المنافسة الغير المشروعة ضمان حماية من لا يستطيع التذرع بحق حصري، فبالنسبة لصاحب العلامة غير المسجلة، أو التي انتهت مدتها ولم يتم تجديدها، فإنه لا يكون أمامه سوى اللجوء إلى دعوى المنافسة الغير المشروعة في حالة التعدي على علامته للاستيفاء حقوقه.<sup>2</sup>

حيث يعرفها البعض أنها " كل عمل مخالف للعادات الشريفة في التجارة وبالتالي يمكن القول أنه من قبيل المنافسة غير المشروعة في مجال العلامة التجارية اتخاذ علامات من شأنها إحداث خلط مع غيرها باعتبار أن هذه الأخيرة وسيلة لتمييز المنتجات.

كما عرفها العميد روبيه كم أنها: " إن المنافسة غير مشروعة كما يدل عليها اسمها بالذات هي تلك التي تقوم على وسائل ملتوية وخادعة ودسائس يبندها الشرف والاستقامة، ورغم تعدد هذه الوسائل إلى ما لا نهاية فإن الغاية تبقى دائما هي تحويل زبائن الغير واستقطابهم، وهذا ما يسهل التعرف عليها مهما كان الشكل الذي تتخذه".<sup>3</sup>

**ب - أصحاب الحق في رفع دعوى المنافسة الغير المشروعة.**

إن الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة لا يقتصر على مالك العلامة التجارية فقط بل يمتد ليشمل كل شخص أصابه ضرر جراء المنافسة غير المشروعة ، لأن دعوى المنافسة غير المشروعة هي دعوى مسؤولية تهدف إلى تعويض أي ضرر ناشئ عن الفعل الضار، وعليه تقبل الدعوى من كل من أصابه ضرر سواء مالك العلامة أو شخص آخر.

يمكن مباشرة دعوى المنافسة غير المشروعة ضد شخص لا يمارس تجارة متشابهة في حالة تمتع المدعي بشهرة واسعة تجذب المستهلك إما للإسم التجاري أو لعلامته التجارية

<sup>1</sup> القانون المدني قانون رقم 05/07 المؤرخ في 13 ماي 2007، طبعة جانفي 2016، ص22.

<sup>2</sup> وهيبية لعوارم، مرجع سابق، ص281.

<sup>3</sup> المرجع نفسه، ص282.

المميزة ، فيؤدي استخدام المدعي عليه ذات الاسم أو العلامة وإن كانت التجارة مختلفة إلى اعتقاد الجمهور بعائديه هذه التجارة للمدعي صاحب الاسم أو العلامة.

لهذا يمكن إدراج فئة معينة يحق لها اللجوء إلى القضاء من جراء التعدي على العلامة التجارية بطريقة غير مشروعة، وتتمثل هذه الفئة في صاحب العلامة الذي باشر إجراءات التسجيل العلامة لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية، فإذا كانت هذه الإجراءات صحيحة وفقا للقانون، وكانت العلامة مستجيبة للشروط، يجوز له أن يرفع دعوى قضائية للحصول على التعويض . هنالك كذلك فئة المستهلك المستحق الحماية، فهو المستهلك الأخير الذي يتمثل في الشخص الطبيعي المقتضي للمنتج معين لتحقيق رغبة الاستهلاك الشخصي أو العائلي لهذا يحق لهذا المستهلك متى تضرر من تعرض تاجر آخر أن يرفع دعوى ضده للمطالبة بالتعويض.<sup>1</sup>

وقد اشترط المشرع أن تكون العلامة التجارية مسجلة لكي يستطيع صاحبها رفع دعوى لمنافسة الغير مشروعة ويكون ذلك لدى المصلحة المختصة حتى تتمتع بالحماية القانونية المقررة لها.

وفي حالة ما إذا كانت العلامة غير مسجلة فلا يمكن حمايتها قانونا ميلها مثل العلامة المسجلة ولكن يمكن حمايتها وفقا للقواعد العامة المتعلقة بالمسؤولية عن الأفعال الضارة إلا أن المشرع الجزائري لا يربط بين تسجيل العلامة لتمتعها بالحماية فقط، بل أنه لا يجيز إطلاقا استعمال العلامة غير مسجلة ولا يضيف عليها أي حماية قانونية، فالمشرع يمنع استعمال أي علامة تجارية مهما كانت إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيلها فالغرض من تسجيل العلامة هو شرط حمايتها.<sup>2</sup>

## 2 شروط دعوى المنافسة غير المشروعة.

<sup>1</sup> بن فضة عصام، الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة مكملة للمقتضيات نيل شهادة ماستر في الحقوق، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2016/2015، ص68-69.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص69-70.

## أ - الخطأ.

يقصد بالخطأ وفقا لما استقر عليه الفقه هو إخلال بواجب قانوني مقترن بالإدراك....لذلك الواجب.

فالخطأ يتكون من عنصرين:

الأول: موضوعي يتمثل في الإخلال بواجب قانوني.

والثاني: شخصي يتمثل في توافر التمييز لدى المحل بهذا الواجب.<sup>1</sup>

وحيث يجب أن تتم هذه المنافسة بين تاجرين يزاولان تجارة من نوع واحد أو متماثلة

على الأقل، لأن إعتداء أحدهما يؤدي إلى الطرف عملاء الأخرى عن منتجاته.<sup>2</sup>

ويتمثل الخطأ في عدة صور كإقامة اللبس وخطب بين منتجات المنافس وزميله، عن

طريق تقليد العلامة المنافس للمنتجات، أو يلجأ المنافس إلى إعلانات كاذبة ومضللة، يكون

لها التأثير النفسي على العملاء تحقيقا للغايات المنافسة وجذب العملاء لتحقيق الربح، وقد

ينص الكذب أو التضليل على طبيعة المنتجات أو ذاتيتها أو حقيقتها.<sup>3</sup>

ولكي يتوافر عنصر الخطأ لابد أن تكون هناك منافسة، إلا لا يكفي أن يقع الفعل غير

المشروع من تاجر ضد تاجر فقط، إذ لا تقوم المنافسة إلا بين شخصين يمارسان نشاطا من

نوع واحد أو على الأقل نشاطان متشابهان بما يعني أن دعوى المنافسين غير المشروعة

تجد لها أسسا حيث يقوم شخص بتقليد أو تزوير علامة يستعملها الغير على منتجات أو

بضائع أو خدمات متضائلة.

## ب - الضرر:

<sup>1</sup> طارق فهمي الغنام، مرجع سابق، ص 218.

<sup>2</sup> ناصر السلامة، مرجع سابق، ص 46.

<sup>3</sup> دريالي لزهري، جريمة التقليد في الملكية الصناعية واليات مكافحتها في ضل التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، جامعة باثثة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2016/2015، ص 81.



يتمثل الضرر في مجال المنافسة الغير المشروعة في فقدان التاجر لزيائنه نتيجة الأعمال المنافسة الغير المشروعة، وإن كان من الصعب تقدير الضرر لإتحاده مع عوامل أخرى عادة ما يكون التقدير جزافي تهدف دعوى المنافسة الغير المشروعة إلى تعويض الضرر الذي أصاب صاحب العلامة التجارية، لذلك يعتبر الضرر شرط لازم للقيام الدعوى وإن كان هناك جدال فقهي حول الضرر المستحق التعويض إذن فقد يكون الضرر ماديا أو معنوي أو قد يكون حال أو المحتمل الوقوع ، كما يمكن للتضرر أن يطالب بإزالة العمل الذي تسبب في إحداث اللبس بتجارة المنتج أو تضليل العملاء أو خداعهم أو أي سبب آخر لأجل الحصول على فوائد اقتصادية على حساب صاحب العلامة.<sup>1</sup> والمشرع الجزائري أخذ بالضرر الإحتمالي في المادة 28 من الأمر 06-03 على أنه: " لصاحب تسجيل العلامة الحق في رفع دعوى قضائية ضد كل شخص ارتكب أو يرتكب تقليدا للعلامة المسجلة ويستعمل نفس الحق اتجاه كل شخص ارتكب أو يرتكب أعمالا توهي بأن تقليدا سيرتكب"<sup>2</sup> لكن لا يعوض إلا الضرر المحقق والمباشر.

### ت - العلاقة السببية بين الخطأ والضرر:

يجب أن تتوافر علاقة سببية بين الخطأ والضرر أي ينبغي أن يكون الضرر قد نتج عن ذلك الخطأ ، فإذا لم يتحقق ذلك، وانتقت السببية بين السبب والخطأ، فلا تقوم مسؤولية للمتهم بارتكاب الفعل غي المشروع إذ لا بد أن تكون هناك علاقة سبب أجنبي فلا محل للتعويض والقواعد العامة تعطي بتوافر السببية بين الخطأ والضرر.<sup>3</sup> فالعلاقة السببية عنصر لازم الإنعقاد المسؤولية المدنية وتحديد مداها أي لتحديد مدى التعويض الناجم عن المسؤولية فلا يكفي الزام شخص ما بالتعويض أذ يتوفر لنا الفعل والضرر في جانبه بل لا بد أن يكون من شأن الفعل أن يؤدي إلى هذه الضرر، بمعنى أن

<sup>1</sup> مزغيش عبد الرزاق حماية العلامة التجارية مذكرة تخرج إجازة المدرسة العليا للقضاء، مرجع سابق ص26.

<sup>2</sup> الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات ، مرجع سابق، ص26.

<sup>3</sup> طارق فهيمي الغنام، مرجع سابق، ص221-222.

يكون الضرر مترتباً على هذا الفعل، ولا تثير رابطة السببية أية مشكلة إذا كانت النتيجة النهائية للفعل، ولا تثير رابطة السببية مشكلة إذا كانت النتيجة النهائية للفعل قد امت من خلال الفعل المعتدي وخده ولكن المشكلة تثور إذا اجتمعت عدة أسباب ساهمت في تحقيق النتيجة كمشاركة فعل المضرور أو الغير في تحقيقها.<sup>1</sup>

### 3 الجهة القضائية المختصة في الدعوى:

إن إجراءات رفع الدعوى المنافسة الغير المشروعة هي تلك المتبعة لرفع أي دعوى مادامت هذه الأخيرة مؤسسة على المسؤولية التقصيرية، وبالتالي يخضع للقواعد العامة وعليه سوف نتطرق غلى تبيان المحكمة المختصة للنظر في دعوى المنافسة.

#### أ- الإختصاص النوعي:

إن المشرع الجزائري قد بسط التنظيم القضائي يجعل المحكمة ذات اختصاص عام في نظر كل لمنازعات ماعدا ما استثنى بنص خاص إذ تعتبر المادة الأولى من قانون الإجراءات المدنية أن المحاكم هي الجهات القضائية الخاصة بقانون العام، وهي تفصل في جميع القضايا المدنية والتجارية أو دعاوي الشركات التي تختص لها محليا، وباعتبار أن المنافسة غير المشروعة تدخل ضمن القضايا التجارية، فإن المحاكم التجارية هي صاحبة الاختصاص.<sup>2</sup>

نجد نص المادة 32 والتي تنص على أن المحكمة هي الجهة القضائية ذات الاختصاص العام وتشكل من أقسام يمكن أن تتشكل من أقطاب متخصصة تفصل المحكمة في جميع القضايا لاسيما المدنية والتجارية.. والتي تختص بها إقليميا، مضاة أن كل قسم مختص بمنازعات محددة، مثلا القسم التجاري يختص بالمنازعات التجارية.

<sup>1</sup> عبد الله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص190.

<sup>2</sup> شعنا نعيمة، سايع نبيلة، مذكرة لنيل شهادة ماستر، مرجع سابق، ص39.

إن جعل المحاكم ذات اختصاص نوعي للفعل في القضايا المتعلقة بالعلامات التجارية أهمية بالغة تكمل في :

- من حيث الأطراف يجوز لأي خصم الدفع بعدم الاختصاص النوعي ، وهذا يشمل حتى الخصم الذي رفع الدعوى على خلاف قاعدة من قواعد الاختصاص النوعي ويجوز للمتدخل في الخصومة ان يدفع بعدم الاختصاص على النيابة العامة، إذا كانت متمثلة في الدعوى بعفتها طرفا منضم أن نلفت نظر المحكم واليه ولو لم يدفع به الخصوم ، وتقضي المحكمة من تلقاء نفسها بعدم الإختصاص.

- من حيث المواعيد، يمكن إثارة الدفع المتعلق بالنظام العام في أية مرحلة تكون عليها الدعوى ويتم ذلك حتى ولو قدم لأول مرة أمام المحكمة العليا ويقيد استحدثت المشرع الأقطاب المتخصصة المنعقدة في بعض المحاكم، ويختص الأقطاب المتخصصة بالنظر في قضايا التجارة الدولية، والإفلاس والتسوية القضائية والمنازعات المتعلقة بالبنوك ومنازعات الملكية الفكرية... الخ وتحدد المحاكم الأقطاب المتخصصة عن طريق التنظيم ويفصل الأقطاب المتخصصة في القضايا المطروحة أصحابها بتشكيلة جماعية من ثلاث قضاة وتكون أحكام المحاكم قابلة للإستئناف.<sup>1</sup>

#### ب - الإختصاص المحلي:

برجوع إلى نص المادة 40 فقرة 7 من القانون ( 08-09) المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية الساري المفعول نجدها أعطت لنا إختصاص إقليمي إلزامي - دون سواه وهو المعمول به، حيث نصت هذه المادة على أنه: " في مواد الملكية الفكرية أمام المحكمة المنعقدة في مقر المجلس القضائي الموجودة في دائرة إختصاصه موطن المدعي عليه ومن المعلوم أنه إن لم يكن للمدعي عليه موطن معروف، يعود الإختصاص للمحكمة التي يقع في دائرتها محل إقامته، وإن لم يكن له محل إقامة معروف فيكون الإختصاص للمحكمة

<sup>1</sup> بن نفعة عصام، الحماية المدنية للعلامة التجارية، مذكرة نيل شهادة الماستر في الحقوق ، مرجع سابقن ص71-72.

الواقع في دائرتها آخر موطن له وهذا حسب نص المادة 1 من قانون الإجراءات المدنية والإجرائية.

إذن فالمحكمة المختصة بنظر المسائل المتعلقة بالعلامات التجارية هي المحكمة المنعقدة بمقر المجلس القضائي لموطن المدعي عليه فيحق لكل من له صفة ومصلحة صلاحية رفع الدعوى، وهذا حسب نص المادة 13 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية الساري المفعول التي تنص على أنه لا يجوز لأي شخص التقاضي ما لم تكن له صفة ومصلحة قائمة أو محتملة يقرها القانون كما يمكن لصاحب العلامة رفع الدعوى استعجالية لوقف أعمال المنافسة غير المشروعة وذلك عن طريق عريضة أمام رئيس الجهة القضائية المختصة بموضوع النزاع، وهذا بمقتضى المادة 300 من قانون ( 08-09) المتعلق بالإجراءات المدنية والإدارية، إذ أجازت لصاحب العلامة أن يطلب بمقتضى أمر من رئيس المحكمة وفق تلك الأعمال شرط اثبات تسجيل العلامة.<sup>1</sup>

### الحكم في الدعوى المدنية:

إذ توافرت شروط قيام المنافسة غير المشروعة، يجوز للشخص المتقرر رفع دعوى قضائية للمطالبة بالتعويض ووقف الأعمال الاعتداء .

#### أ - وقف الاعتداء.

دعوى المنافسة الغير المشروعة هي دعوى علاجية ووقائية في أن واحد فهي لا تقتصر على الحكم بالتعويض عن الضرر المادي والأدبي فحسب، إنما تهدف أيضا إلى منع وقوعه، وإيقاف الاستمرار فيه، إذ يجوز للمحكمة أن تأمر بمصادرة المنتجات والأدوات، كما يجوز لما أن تأمر بإتلاف الاختصاص ونماذج العلامة المعينة، وقد منح المشرع الجزائري سلطات واسعة للقضاء في اتخاذ التدابير اللازمة للإيقاف الاستمرار في المنافسة غير المشروعة أما إذا استمرت هذه المنافسة غير المشروعة بعد صدور الحكم فيمكن للمضروور

<sup>1</sup> بويشطولة بسمة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال كلية، الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، 2014-2015، ص29.

رفع دعوى جديدة يطاب فيها بالتعويض عن الأضرار اللاحقة لصدور الحكم، وفي هذه الحالة يعد الحكم بالتعويض إضافة إلى الغرامة التهديدية.<sup>1</sup>

## ب - التعويض:

تقوم المسؤولية المدنية بعد قيام أركانها وتكامل عناصرها فيؤكد القضاء من وجودها ليقوم التساؤل عن مقدار التعويض والوسائل التي يمكن بها جبر الضرر، ولم ينص القانون عن مدى هذا التعويض، فوضعية التعويض ترمي إلى جبر الضرر، مهما كانت درجة الخطأ، وهو يختلف باختلاف طبيعة المواد المتضررة، فإذا كان أمكن إزالة الضرر وإعادة الوضع إلى مكان عليه سابقا كان التعويض عينيا، أما إذا تعذر ذل فلا بد من اللجوء إلى تعويض غير عيني أي نقدي.

### 1 التعويض العيني:

يقوم على إعادة الحالة إلى ما كانت عليه قبل ارتكاب الخطأ الذي أدى إلى وقوع الضرر وقد يتخذ عدة صور بحسب طبيعة الشيء محل الإعتداء فقد يكون بإزالة سنوية أو بحظر استخدام علامة تجارية يكون من شأنها الخلط بين المنتجات.<sup>2</sup>

### 2 التعويض الغير العيني:

وهو التعويض غير المباشر يلجأ إليه القاضي في حالة تعذر إصلاح الضرر بطريقة التنفيذ العيني، ففي هذه الحالة يقوم التعويض النقدي مقام التعويض العيني، وهو عبارة عن مبلغ معين من المال يقدره قاضي الموضوع، تبعا للظروف والملابسات التي رافض الإعتداء.

## ت - تقدير التعويض:

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص31.

<sup>2</sup> زهر دربالي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، مرجع سابق، ص82.

ليس بالمسألة السهلة جبر الضرر الذي يلحق صاحب الحق بتعويضات يساوي مقدار الاعتداء الذي لحق به، فهو متغير بحسب الاعتداء أو يرجع ذلك لسلطة القاضي التقديرية بناء على اعتبارات لصاحب الحق المعتدي عليه واعتبارات خاصة بالفوائد التي حصل عليها المقلد جراء اعتدائه، وبصفة عامة فإن صاحب الحق المعتدي عليه من كسب نتيجة التقليد الذي تعرض له منتجه وما لحقه من خسارة.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني: الحماية الجزائية.

إن الإعتداء على العلامة التجارية بتقليدها وتزييفها فعل ضار لكل من المنتج والمستهلك والدولة ككل فهو يسيء للمنتج من خلال خسارته في تسويق منتجاته، والحماية الجزائية للعلامة التجارية مرتبطة بتسجيل تلك العلامة التجارية المعتدي عليها، وعليه فإن العلامة الغير المسجلة لا تتمتع بأي حماية جنائية.<sup>2</sup> وعليه سوف نتطرق في هذا الفرع إلى تبيان إجراءات الدعوة الجزائية أو لا والحكم في الدعوى الجزائية ثانياً:

### أولاً: إجراءات الدعوة الجزائية.

#### 1 المتابعة الجزائية.

إن المقصود بالمتابعة الجزائية، تلك إجراءات التي يتمكن من خلالها المتضرر من جريمة وبموجب القانون من إقامة دعوى عمومية أمام القضاء الجزائي للمطالبة بحقه، ولكن قبل مرحلة تحريك الدعوى العمومية توجد مرحلة تكمن فيها، الإجراءات الأولى لإنطلاق المتابعة وهي مرحلة الاستدلال والتي يقصد بها البحث والتحري والتقصي لجمع الأدلة الكافية المتعلقة بجريمة معينة، ويناظر للقيام بهذه المهمة كأصل كل رجال الضبط القضائي. فضباط الشرطة القضائية هم أولئك الذين تحدثت عن صفاتهم المادة 15 من قانون الإجراءات الجزائية، فبالإضافة إلى مهام الاعتيادية في البحث عن مرتكبي الجريمة مع جمع الأدلة الكافية لذلك، هناك مهمة الإنشغال للمعاينة أماكن الجرائم، فيخضع إجراء المعاينة

<sup>1</sup>المرجع نفسه، ص83.

<sup>2</sup>عبد الله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص197.

لجريمة تقليد أية علامة لنفس الشروط القانونية المتواجدة في قانون الإجراءات الجزائية عدا ما استثنى بموجب نصوص قانونية خاصة.<sup>1</sup>

## 2 شروط لمتابعة الجزائية:

تتم المتابعة الجزائية في جريمة تقليد العلامة التجارية بناء على نص المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري، والمادة 32 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، حيث كلفت جريمة التقليد جنحة، ولكي تتم المتابعة الجزائية لا بد من توفر جملة من الشروط وهي:

### أ - أن تكون العلامة مسجلة:

ويقصد بذلك أن يكون صاحب العلامة قد قام لكافة الإجراءات القانونية اللازمة لتسجيل علامته لدى الجهة المختصة، فالتسجيل شرط أساسي لتمتع العلامة بالحماية الجزائية دون أن يتم استعمالها كلا السلع أو الخدمات، ولا يكتسب التسجيل الحجية في مواجهة الغير إلا من تاريخ النشر، ومنه فإن الأفعال التي سبق التسجيل والنشر، لا تعد اعتداء على تلك العلامة حسب المادة 27 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات

### ب - الحماية الجزائية للعلامة تقتصر على السلع أو الخدمات المعينة لها:

يجب على طالب تسجيل العلامة أن يحدد نوع السلع والخدمات التي يرغب في تسجيلها.<sup>2</sup> وهذا ما نستشفه من نص المادة 09 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات والتي تنص على أنه يحول تسجيل العلامة لصاحبها حق ملكيتها على السلع والخدمات التي يعينها لها.<sup>3</sup> الملاحظ من نص لمادة أن الحماية الجزائية للعلامة التجارية لا تمتد على جميع أنواع السلع والخدمات الأخرى التي لم يغيها لها.

### ت - الحماية الجزائية مقيدة تحت الزمان والمكان:

<sup>1</sup> وهيبية لعوارم، مرجع سابقين ص 247-248.

<sup>2</sup> سميحة العجال، مذكرة لنيل شهادة الماستر الأكاديمي، مرجع سابق، ص 28-29.

<sup>3</sup> الأمر 03-06 لمتعلق بالعلامات، مرجع سابق، ص 26.

إن الحماية الجزائية للعلامة التجارية قاصرة على مدة ملكية العلامة التجارية وهي عشر سنوات من تاريخ تسجيلها.<sup>1</sup> قابلة للتجديد لفترات متتالية تسري بأثر رجعي من تاريخ إيداع وهذا حسب نص المادة 05 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، أما من حيث المكان تقتصر على إقليم الدولة التي سجلت فيها العلامة مع عدم الإخلال بالاتفاقيات التي انضمت إليها الجزائر وهذا ما يستشف من نص المادة 13 من المرسوم التنفيذي 277/05 الذي يحدد كليات إيداع العلامات وتسجيلها، ويمكن القول أن الحماية الجزائية للعلامة المقيدة من حيث الزمان وذلك بفترة التسجيل والتجديد، ومقيدة من حيث المكان وذلك حسب الحدود الجغرافية للبلد المسجلة فيه.<sup>2</sup>

### 3 أصحاب الحق في رفع الدعوى لعمومية:

يسبق القول أنه حتى تتمتع العلامة التجارية بالحماية الجزائية لا بد من تسجيلها لدى مصلحة المختصة، فإن توافر هذا الشرط أصبح التعدي عليها مجرد قانونا وخضعت للحماية الجزائية التي تسري من تاريخ إيداع العلامة وليس من تاريخ التسجيل الذي يعد واقعه كاشفة للحق في العلامة. وتتم مباشرة الدعوى العمومية سواء من طرف صاحب العلامة أو النيابة العامة والمرخص له باستعمال العلامة.<sup>3</sup>

#### • المالك للعلامة:

يتمتع بصفة المالك للعلامة كل مسجل لها، وذلك بنسبة للدول التي تعتبر تسجيل العلامة كقرينة قاطعة على ملكية العلامة، وتدخل الجزائر في هذا النطاق، أو مستعمل العلامة بالنسبة للدول التي تعتمد على من يستعمل لأول مرة العلامة كقرينة على ملكيتها كفرنسا، فالدعوى الجزائية، إذن تتحرك غالبا من صاحب الحق المعتدي عليه الذي هو مالك

<sup>1</sup> عبد الله حسين الخشروم، مرجع سابق، ص 199

<sup>2</sup> سميحة العجال، مذكرة شهادة الماستر الأكاديمي، مرجع سابق، ص 28-29.

<sup>3</sup> سماح محمدي، اطروحة دكتوراه العلوم القانون، مرجع سابق، ص 155-156.



العلامة المسجلة أو من ألت إليه الملكية.<sup>1</sup> فمالك العلامة يعتبر ضحية جنحة تقليد، وله الحق في رفع الدعوى وهذا ما نصت عليه المادة 28 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات بقولها: "لصاحب تسجيل العلامة الحق في رفع دعوى قضائية ضد كل شخص ارتكب أو يرتكب تقليد للعلامة المسجلة".<sup>2</sup>

فتسجيل العلامة يخول لصاحبها ليس فقط حق ملكيتها على السلع والخدمات التي يعينها لها، وحق التنازل عنها ومنح رخص استغلال ، بل يخول كذلك منع الغير من استعمال علامته تجاريا دون ترخيص مسبق منه على سلع أو خدمات مماثلة أو متشابهة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها، فيمكن له التمسك بذلك الحق في مواجهة الغير الذي يستعمل تجاريا علامة متشابهة تؤدي إلى البس بين سلع وخدمات مطابقة أو متشابهة دون ترخيص منه.<sup>3</sup>

#### • النيابة العامة:

فبالنسبة للنيابة العامة فلا يثار رأي إشكال إذ هي الهيئة المنوطة بها الدعوى العمومية في تحريكها ورفعها ومباشرتها أمام القضاء وفقا للبنود نص المادة 01 من قانون الإجراءات الجزائية، فهي مختصة بذلك.

فلوكيل الجمهورية طبقا للقواعد العامة في قانون العقوبات تحريك الدعوى وذلك لتطبيق القانون، وله ذلك أيضا فيما يتعلق بالعلامات، فإذا يتبين لوكيل الجمهورية أن الجريمة قد اكتملت أركانها وأوصافها يقر برفعها إلى المحكمة المختصة لمحاكمة المعتدي.

<sup>1</sup> وهيبة لعوارم، مرجع سابق، ص 253-254.

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

<sup>3</sup> وهيبة لعوارم، مرجع سابق، ص 253-254.

وتجد الإشارة هنا، أن نظريا، النيابة تأخذ المبادرة في الدعوى، بما أن التقليد يكون جريمة ، فالمتابعة الجزائية لا تتطلب شكوى من قبل الضحية ، لكن عمليا لا تستطيع التصرف بذلك من تلقاء نفسها إلا إذا كانت العلامة مخالفة للنظام والآداب العامة.<sup>1</sup>

### • الغير أو المتضرر:

والذي يشمل كل من المتنازل له بالحق في العلامة، والمرخص لهم باستخدام العلامة بالإضافة إلى المستهلك وجمعية حماية المستهلك ونقابة العمال.

### 1 المتنازل له بالحق في العلامة:

ينص قانون العلامات في مادته 14: "بمعزل عن التحويل الكلي أو الجزئي للمؤسسة ، يمكن نقل الحقوق المخولة عن طلب التسجيل أو تسجيل العلامة كليا أو جزئيا أ رهنها. يعد إنتقال الحق باطلا إذا كان الغرض منه تضليل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يتعلق على وجه الخصوص بطبيعة أو بمصدر أو بطريقة صنع أو خصائص أو قابلية استخدام السلع أو الخدمات التي تشملها العلامة.<sup>2</sup> ويتبين الانتقال بدمج المؤسسات أو بأي شكل آخر لحلول المؤسسات بأي وثيقة تثبت هذا الإنتقال للتشريع الذي ينظم الإنتقال.

وعلى ضوء هذا التحويل والنقل القانوني المستوفي لكافة الشروط التكميلية سيما المتعلقة منها بالكتابة وإمضاء الأطراف وفقا للقانون الذي ينظم هذه العقود، يمكن للمتنازل له اللجوء إلى القضاء وتحريك الدعوى العمومية ضد كل شخص يمس بالحق في ملكية العلامة.<sup>3</sup>

### 2 المرخص له باستعمال العلامة.

<sup>1</sup>مرجع نفسه، ص 252.

<sup>2</sup>الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات مرجع سابق، ص 25.

<sup>3</sup> وهيبة لعوارم، مرجع سابق، ص 256-257.

أي شخص استفاد من رخصة استغلال علامة مملوكة لشخص آخر يسمى المرخص وعلى خلاف الأمر 57/66 الملغى الذي لم ينص على إمكانية السماح للمرخص له من أجل القيام برفع دعوى تقليد ضد كل من يتعدى على العلامة المرخص له باستعمالها، نجد الأمر 06/03 جاء صريحا ودقيق في تمكين المرخص له برفع دعوى التقليد إذا لم يتم بها المالك بنفسه بشرط أن لا يكون عقد الترخيص بمنع المرخص له برفع هذه الدعوى.<sup>1</sup>

### 3 المستهلك:

لقد قدم المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 10/01/1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش تعريفا للمستهلك وذلك في المادة 02 منه " يقصد بالمستهلك كل شخص يقتضي بثمن أو مجانا منتجا أو خدمة الإستعمال الوسيط أو النهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به".

وفي مجال تقليد العلامة التجارية فإن المشكل يتعلق بـ: هل المستهلك الذي لحقه ضرر من خلال شراء منتج يحمل علامة مقلدة الحق في اللجوء إلى القضاء مباشرة ودون الحاجة إلى أن تمثله جمعية حماية المستهلك؟.

لقد اعترف الفقه في فرنسا للمستهلك باللجوء إلى القضاء كون المشرع أراد حماية

المستهلك والمنتج على حد متساوي.<sup>2</sup>

### 4 جمعية حماية المستهلك

إن جمعية حماية المستهلك هي كل جمعية منشأة طبقا للقانون تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله، وقد عرفته المادة 23 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، ولقد خول القانون لجمعية حماية المستهلك رفع دعوى حماية لمصالح جماعية معينة فعندما يتعرض المستهلك أو عدة مستهلكين تسبب فيها نفس المدخل وذات أصل مشترك، يمكن لجمعيات حماية المستهلك التأسيس كطرف مدني وهذا ما ذهب

<sup>1</sup> مجناح عبد اللطيف، مذكرة استكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي في الحقوق ، مرجع سابق، ص 46.

<sup>2</sup> وهيبه لعوارم، مرجع سابق، ص 261-262.

إليه القانون المتعلق بالجمعيات حيث يسمح للجمعيات بصفة عامة بممارسة الحقوق المخولة للطرف المدني بالنسبة للضرر الذي يمس المصالح الفردية أو الجماعية لأعضائها.

### 5 نقابة العمال:

لم يرد في قانون العلامات الجزائري نص قانوني يعطي النقابات العمالية الحق في رفع دعوى ضد ك من ينتهك الحق في ملكية العلامة التجارية فإنه يجب الرجوع إلى قانون 90-14 المؤرخ في 02 يونيو 1990 المتعلق بكيفيات ممارسة الحق النقابي إذ جاء في نص المادة 16 منه على: "تكتسب المنظمة النقابية الشخصية المعنوية الأهلية المدنية بمجرد تأسيسها ويمكنها أن تقوم بما يأتي: التقاضي في ممارسة الحقوق الشخصية المخصصة للطرف المدني لدى الجهات القضائية المختصة عقب وقائع لها علاقة بهدفها وألحقت أضرار بمصالح أعضائها الفردية أو الجماعية المادية، أو المعنوية.<sup>1</sup>

### ثانيا: الحكم في الدعوى الجزائية:

وتتمثل العقوبات الأصلية في عقوبة الحبس والغرامة، فالمادة 32 الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات نصت على ما يلي: يعاقب بالحبس من ستة أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار ( 2.500.000 ) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000) أو بإحدى هاتين العقوبات المالية، التي كانت جد ضئيلة في التشريع السابق للعلامات التي كانت تتراوح ما بين عشرة آلاف 10.000 دج إلى عشرون 20.000 دج، وهو بذلك حسب ما فعل من شأن رفع العقوبات المالية ردع أفعال التقليد.<sup>2</sup>

### 1 العقوبات الأصلية:

يقصد بالعقوبات الأصلية، كل عقوبة لا توقع إلا إذا أنطق بها القاضي وحدد نوعها ومقدارها وهي الحبس والغرامة المالية. والعقوبات الأصلية حسب المادة 05 من قانون

<sup>1</sup> فتحة لعلام، مذكرة لنيل شهادة الماستر، مرجع سابق، ص45.

<sup>2</sup> بن رقية رحيمة، النظام القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مذكرة مكملة من مقتضيات نيل شهادة الماستر في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015-2016.

العقوبات الجزائية والخاصة بالجنح هي الحبس لمدة تتجاوز شهرين لكل خمس سنوات والغرامة التي تتجاوز 2000 دج.

### أ - الحبس:

ميز المشرع وبموجب القانون القديم الأمر 57/66 بين الأفعال التعدي على العلامة التجارية والمكونة جرائم، وامتد هذا التمييز إلى حد إدراج عقوبات مختلفة بالنظر إلى الفعل التعدي ذاته سواء تعلق الأمر بعقوبة الحبس أو عقوبة الغرامة ونظرا للإنتقادات التي وجهت لمدة عقوبة الحبس، لعدم تواكبها وتناسقها مع جسامة الجريمة وللحد من ظاهرة التقليد التي أصبحت تمس حتى إقتصاد الوطني.

لذلك فقد تبلور الأمر في استحداث قانون جديد مساير إلى حد ما مع النمط الإقتصادي المنتج في البلاد وهو أمر 03-06 المتعلق بالعلامات والمادة 32 منه السابقة الذكر التي تعاقب بالحبس من 6 أشهر إلى سنتين ومن خلال هذا يتبين أن المشرع قد قتم بتحقيق عقوبة الحبس.<sup>1</sup>

### الغرامة:

تعد الغرامة عقوبة مالية يحكم بها القاضي في حالة إخلال شخص ببعض القواعد القانونية والأحكام التشريعية، وتتمثل هذه الغرامة في دفع المحكوم عليه مبلغا للإدرة المالية المختصة وهي تتجاوز 20.000 دج في مواد الجنح. وفعلا وبعودة إلى نص المادة 32 من الأمر 03-06 السابق الذكر فإن الغرامة المتراوحة ما بين مليونين وخمسمائة ألف دج وعشرة مثلا بين دج وهي الغرامة التي قد يحكم القاضي على مرتكب تقليد العلامة مسجلة، وتجدر الملاحظة أنه بالنسبة للشخص المعنوي

<sup>1</sup> وهيبة لعوارم، مرجع سابق، ص 334-335.

غير الخاضع للقانون العام، فإن المادة 18 مكرر 02 من تقنين العقوبات الجزائي تقضي بأن الحد الأقصى للغرامة المالية هـ 5.000.000 دج.<sup>1</sup>

## 2 العقوبات التكميلية:

يقصد بها كل عقوبة ترتبط بالجريمة ذاتها دون العقوبة الأصلية، بنطق بها القاضي فيحدد نوعها.

### أ - المصادرة:

إلى جانب عقوبة الحبس أو الغرامة يحكم القاضي بمصادرة المنتجات والأدوات التي تكون موضوع ارتكاب الجنحة، ولتطبيق هذه العقوبة يجب أن تكون الجنحة قد ارتكبت أثبتت، فإذا كان القاضي في التشريع السابق غير ملزم بالحكم بالمصادرة، لكونها اختيارية نظرا لإستعمال النص القانوني عبارة يجوز فالأمر يختلف ضمن الأحكام السارية حاليا، والتي جاء فيها أن مرتكب جنحة لتقليد يعاقب بالحبس أو بغرامة مع مصادرة الأشياء والوسائل التي استعملت في ارتكاب الجنحة.

### ب - الإلتاف:

زيادة على المصادرة تأمر المحكمة بإلتاف الأختام ونماذج العلامة ، أي الأشياء والأدوات التي استعملت للإرتكاب الجنحة، وبالرغم من إلغاء عبارة في جميع الحالات، فإنه يجب اعتبار الحكم بالإلتاف ونظرا لصياغة النص القانوني إلزاميا.

### ت - الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة:

كان التشريع السابق ينص على عقوبة تكميلية أخرى هي الإعلان بحيث كان يجوز للمحكمة أن تأمر بإلصاق نص الحكم في الأماكن التي تحدثها ونشره بتضمن أو ملحق في

<sup>1</sup>شعنان نعيمة، سايج نبيلة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون ، مرجع سابق، ص58.

الجرائد التي تعنيها وذلك كله على نفقة المحكوم عليه ويجوز الحكم بهذه العقوبة إما لصالح الطرف المدني المتضرر من الفعل وإما لصالح المدعى عليه أو المتهم في حالة كون الدعوى غير مؤسسة قانوناً أو إجراءات مضايقة، ونص المشرع على عقوبة تكميلية أخرى تتمثل في الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة وهكذا في حالة الحكم على المتهم بعقوبة جزائية، يقرر القاضي غلق المؤسسة التي استعملت لتنفيذ الجنحة لكن النص القانوني لم يبين مصير كمال المؤسسة بعد قرار الغلق مؤقتاً كان نهائياً، كما لم يحدد المدة التي يمكن أن يتجاوزها الغلق المؤقت.<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: الحماية المدنية.

تقتصر حماية العلامة التجارية في الأصل على النطاق الإقليمي تبعاً للمبدأ إقليمية القوانين، وعليه فقد كانت حماية العلامة التجارية تخضع لقوانين الدولة فلا تتعدى حدودها إلا في حالات استثنائية لذلك يقين كل دولة حرة في سن التشريع الذي تراه مناسباً لحماية العلامة التجارية داخل إقليمها، وبعد التطور التجاري والصناعي الذي تشهده دول العالم وإنشاء الاتصالات والمواصلات والتي من شأنها سهولة نقل البضائع والخدمات والمنتجات بين الدول، الأمر الذي أدى انضمام الدول إلى معاهدات دولية لحماية العلامات من محاولة الاعتداء عليها.

وفي هذا الصدد برزت فكرة وضع اتفاقيات دولية لحماية الملكية الصناعية بشكل عام بما فيها العلامات التجارية وذلك من خلال مؤتمر باريس الدولي الذي عقد عام 1878، حيث انبثقت اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية سنة 1883 والتي تشكل العمود الفقري في حماية الملكية الصناعية دولياً،<sup>2</sup> وعلى هذا سوف نتحدث عن الحماية الدولية وفق اتفاقية

<sup>1</sup> بلهوارى نسرين، تجريم واثبات أفعال التقليد في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق جامعة الجزائر 01، بن يوسف بن خدة 2012-2013.

<sup>2</sup> ناصر السلاطات، مرجع سابق، ص 51-52.

باريس في الفرع الأول ونتحدث عن الحماية الدولية وفقا لاتفاقية باريس في الفرع الأول ونتحدث عن الحماية الدولية وفقا لاتفاقية مدريد في الفرع الثاني.

### الفرع الأول: الحماية الدولية وفق اتفاقية باريس.

تتمتع العلامات التجارية على الصعيد الدولي بحماية وفقا لاتفاقية باريس التي نصت على تشكيل اتحاد لحماية الملكية الصناعية مؤلف من دول الموقعة عليها والمصطنعة إليها، حيث بمقتضى المادة الثانية من الاتفاقية، يتمتع رعايا كل دولة من دول الاتحاد في جميع الدول الأخرى للاتحاد فيما يتعلق بحماية العلامات التجارية بالمزايا الممنوحة في المستقبل قوانين تلك الدول لمواطنيها بشرط إتباع الشروط المفروضة على المواطنين.<sup>1</sup>

وعليه فإن اتفاقية باريس تنطبق على الحقوق الفكرية باوسع معانيها بما فيها العلامات التجارية وأن حماية العلامة فيها مضمونة لعدد كبير من دول العالم وخاصة الدول المصنعة، بحيث أن هذه لدول اتحدت وأسست نظاما دوليا راقيا لحماية حقوق الملكية الصناعية، وقد عدلت هذه الاتفاقية في العديد من المرات حتى تتكيف مع الإحتياجات الدولية الجديدة طبقا للمادة 01 منها، حيث عدلت في روما سنة 1886 وفي مدريد 1894 وفي بروكسل 1897 وفي واشنطن 1911 وفي لندن 1934 وفي لشبونة 1958 وفي ستوكهولم 1967 وأخيرا في فينا 1973.

وتشمل المعاهدة هذه الأخيرة عدد كبير من دول ذات الأنظمة السياسية المختلفة، كما انضمت إليها كثير من الدول العربية ولاسيما الجزائر لتي انضمت إليها من خلال مرحلتين الأولى كانت منذ موافقة على الإتفاق باعتبارها مستعمرة فرنسية ، والثانية بعد الاستقلال بموجب الأمر الصادر في 25 فيفري سنة 1966.

وقد أوضحت المادة الأولى من هذه الإتفاقية نطاق حماية الملكية الصناعية وضمن ذلك العلامة التجارية علاوة على ذلك قد نصت صراحة في محتوى اتفاقية على ألا تؤخذ

<sup>1</sup> علي نديم الحمصي، مرجع سابق، ص302.



الصناعة والتجارة بمعناها الحرفي، وإنما تسحب إلى الصناعات الزراعية والإستراتيجية وعلى جميع المنتجات المصنعة أو الطبيعية.<sup>1</sup>

## • مبادئ اتفاقية باريس:

### 1 مبدأ المساواة:

نصت اتفاقية باريس على أن يتمتع رعايا دول الإتحاد في جميع دول الإتحاد الأخرى بالمزايا التي تمنحها قوانين تلك الدول لمواطنيها أو التي قد تمنحها مستقبلا بالنسبة لحماية الملكية الصناعية دون الإخلال بالحقوق المنصوص عليها بصفة خاصة في هذه الاتفاقية، وقد أقرت هذه الاتفاقية أن هؤلاء الحماية إلى مواطني دول الإتحاد من خلال وسائل الطعن القانونية ضد أي إخلال بحقوقهم، بشرط إتباع الشروط والإجراءات المفروضة على المواطنين، وكذلك نصت هذه الاتفاقية على معاملة رعايا دول الإتحاد لرعايا الدول غير الأعضاء بنفس المعاملة متى كانوا مقيمين في إقليم إحدى دول الإتحاد أو الذين لهم منشأة صناعية أو تجارية حقيقية وفعالة.<sup>2</sup>

### 2 مبدأ الأسبقية:

قد نصت على هذا المبدأ المادة رابعة من الاتفاقية، ووفقا لمبدأ الأسبقية يتمتع كل من أودع في إحدى دول الإتحاد طلبا قانونيا للحصول على براءة اختراع أو لتسجيل نموذج منفعة أو رسم أو نموذج صناعي هو أو خلفه فيما يختص بإيداع طلبات مماثلة في الدول

<sup>1</sup> مزغيش عبد الرزاق، حماية العلامة التجارية، مذكرة تخرج لنيل شهادة المدرسة العليا للقضاء، مرجع سابق، ص36.

<sup>2</sup> ناصر السلاطات، مرجع سابق، ص54.

الأخرى بحق أسبقية إذا أودها خلال المواعيد المحددة في الاتفاقية، وهي ستة شهور بالنسبة للرسوم والنماذج الصناعية والعلامات التجارية والصناعية.<sup>1</sup>

وقد تقرر هذا الحق أو المبدأ بغية التيسير على أصحاب العلامات التجارية وإعفاءهم من وجوب إيداع طلبات في نفس الوقت في كل الدول التي يرغبون في طلب الحماية لديها، كما أنه قد يتمكن أحد من الأخيار من السطو على نفس العلامة في الوقت الذي يفعل بين مختلف الإيداعات، فلذلك جاءت هذه الاتفاقية لحمايتها من ذلك<sup>2</sup> إذ يتمتع كل من أودع طلبا في إحدى الدول الإتحاد بحق الأفضلية والأسبقية على رعايا دول الأخرى، ويشترط أن يكون الطلب منصب على تسجيل علامة صناعية أو تجارية أو خدمة، كما يشترط أن يكون موافقا للقانون الدولة التي يتقدم بطلب الحماية فيها كان مصير الطلب بالموافقة أو الرفض بحيث يعتبر حق الأسبقية كل إيداع له حكم الإيداع الوطني الصحيح بمقتضى التشريع الداخلي لكل دولة من الإتحاد أو بمقتضى معاهدات ثنائية أو متعددة الأطراف مبرمة فيما بين دول الإتحاد.

### 3 مبدأ إستغلال العلامات:

حسب المادة السادسة من الإتفاقية باريس فإنه تعتبر كل علامة مسجلة في أكثر من دولة مستقلة تمام الإستقلال عن الأخرى، فإذا فرض وانتهت مدة تسجيل العلامة في إحدى الدول فإن هذا لا يعني إنتهاء مدة التسجيل في جميع البلاد المسجلة بها العلامة التجارية، ومع ذلك لا يترتب بأي حال على تجديد تسجيل العلامة في دول المنشأ بتجديد التسجيل في دول الإتحاد الأخرى التي سجلت فيها العلامة، إذ تعتبر العلامة التي سجلت طبقا للقانون

<sup>1</sup> طارق فهيمي الغنام، مرجع سابق، ص 273

<sup>2</sup> نسيم خالد الشواور، العلامة التجارية وحمايتها من أعمال المنافسة غير المشروعة دراسة مقارنة الطبعة الأولى، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن ، 2017، ص 293.

في إحدى دول الاتحاد مستعملة عن العلامات التي سجلت في دول الاتحاد الأخرى بما في ذلك دول المنشأ.<sup>1</sup>

#### 4 مبدأ الدولية:

لكل دولة خارج الاتحاد أن تنظم على اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية وأن تصبح عضواً في الاتحاد بعد إتباع إجراءات الانضمام والتصديق إلى هذه الاتفاقية وبالتالي أن تتمتع بجميع مزايا هذه الاتفاقية ويجوز لأية دولة الانضمام إلى هذه الاتفاقية بغض النظر عن نظامها السياسي أو الاقتصادي، أو حتى مدى الإعتراف السياسي بتلك الدولة فالدول الأخرى.<sup>2</sup>

#### الفرع الثاني: الحماية الدولية وفقاً للاتفاقية مدريد.

في سبيل تسيير تسجيل العلامات التجارية في جميع دول الأعضاء للاتحاد لدولي لحماية حقوق الملكية الصناعية، وضعت اتفاقية مدريد نظاماً للتسجيل الدولي للعلامات التجارية وتعتبر أول اتفاقية تعاملت مع نظام التسجيل الدولي للعلامات، فالتاجر الذي كان يرغب في حماية علامته التجارية في عدد من الدول كان عليه عادة الخضوع إلى الكثير من الشكليات الإجرائية المتبعة في المكاتب الوطنية لتسجيل العلامة التجارية في كل دولة لوحدها ولكن وبمقتضى هذه الاتفاقية يكون لكل شخص تابع لإحدى الدول المتعاقدة أن يكفل حماية علامته، التجارية المسجلة في بلده الأصلي في جميع دول الاتحاد، ويتم ذلك عن طريق تقديم طلب من مصلحة الملكية الصناعية أو إدارة تسجيل العلامات التجارية في بلدها الأصلي إلى المكتب الدولي لحماية الملكية الصناعية إذ يقوم بتسجيلها ويمنحها الحماية بالحالة التي هي عليها.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> مزغيش عبد الرزاق، حماية العلامة التجارية، مذكرة تخرج لنيل شهادة المدرسة العليا للقضاء، مرجع سابق، ص 18-19.

<sup>2</sup> ناصر سلامات، مرجع سابق، ص 57-58.

<sup>3</sup> وهيبه لعوارم، مرجع سابق، ص 10-106.

وقد إنضمت الجزائر إلى هذه الإتفاقية في سنة 1973، وطبقا لهذه الاتفاقية يتم التسجيل الدولي للعلامات المسجلة في بلدها عن طريق تقديم طلب بذلك من أداة تسجيل العلامة في الجزائر إلى المكتب الدولي بجنيف، ولا يجوز لهذا المكتب أن يرفض لتسجيل إلا لأسباب واردة على سبيل الحصر في اتفاقية مدريد، ويقوم المكتب بإبلاغ التسجيل دولي للدول المنظمة للإتحاد، ويجوز لدول الإتحاد أن ترفض تسجيل دولي للعلامة على أن يبلغ الرفض مسيبا إلى المكتب الدولي خلال سنة ويقوم المكتب بإخطار الدولة طالبة التسجيل، ومتى تم التسجيل الدولي للعلامة فإنها تتمتع في جميع الدول الموقعة على اتفاقية مدريد بالحماية التي تقرها تشريعات هذه الدول كما لو كانت العلامة مسجلة في كل منها تماما، وتظل الحماية قائمة لمدة عشر سنوات ومن المقرر أنه إذا فقدت العلامة حمايتها في بلدها الأصلي، نظرا لعدم تجديد التسجيل مثلا فإنها تفقد الحماية الدولية، وهذا المبدأ منتقد لمخالفته لقاعدة استغلال العلامات التي سبق وغن تكلمنا عنها في معاهدة باريس، والاستفادة من اتفاقية مدريد وجب على المعني إثبات التسجيل في بلدة الأصلي والتسجيل بواسطة المكتب الدولي ثم إثبات التسجيل بواسطة السلطات الوطنية ليس لتسجيل الدولي أي أثر في بلد العلامة الأصلي، حيث أنها محمية في تلك البلد بموجب تسجيلها الوطني الذي يشكل بدوره الأساس للتسجيل الدولي.

ويمكن للمكتب الدولي رفض تسجيل العلامة للأسباب التي يمكن أن تستند إليها المكتب الدولي رفض تسجيل العلامة للأسباب التي يمكن أن تستند إليها المكتب الوطني على أن يرسل إشعارا بذلك إلى المعني بالأمر، ومع ذلك يبقى مالك العلامة يتمتع بالحماية القانونية في بلده الذي سجل فيه العلامة، مدة الحماية الدولية ب 20 سنة يمكن تجديدها في كل مرة تحسبا من تاريخ بحيث يعود التسجيل بمزايا عديدة على صاحب العلامة ، فبمجرد تسجيل العلامة أو إيداع طلب لتسجيلها لدى مكتب المنشأ.<sup>1</sup> لا ينبغي عليه إلا أن يودع طلبا واحدا

<sup>1</sup> مزغيش عبد الرزاق، مذكرة تخرج إجازة المدرسة العليا للقضاء، مرجع سابق، ص 39-40.

بلغة واحدة ويسدد رسما واحدا بدلا من إيداع طلبات عدة بلغات عدة لدى مكاتب العلامات التابعة لمختلف الأطراف المتعاقدة ودفع الرسوم لكل مكتب من تلك المكاتب.

تعتبر العلامة محمية في الطرف المتعاقد المعني، وفي بعض الحالات، لا يفطر صاحب العلامة إلى انتصارها إنتهاء تلك المهلة لكي يعلم أن العلامة محمية في الطرف المتعاقد إذ يجوز له أن يستلم بيانا بمنح الحماية من مكتب ذلك الطرف المتعاقد قبل إنتهاء المهلة المحددة.

ويعود نظام التسجيل الدولي بالفائدة أيضا على مكاتب الأطراف المتعاقدة المعنية، فهو يوفر عليها غناء التحقق من استيفاء الطلب للشروط الشكلية أو تضيق السلع والخدمات أو نشر العلامات، ويكفل تعويضها عن العمل التي تؤديه بفضل الرسوم المسددة، وهي الرسوم الفردية أو الرسوم التكميلية والإضافة التي توزعها الويبو ( wipo ) سنويا على الأطراف المتعاقدة التي لا تحصل الرسوم الفردية.

وصفوة القول اتفاقية مدريد بتعامل مع إجراءات التسجيل الدولي للعلامات لدى المكتب الدولي للويبو في جنيف وتسمى التسجيلات التي تجري بموجب هذا الاتفاق تسهيلات دولية. تقتضي المادة 04 اتفاقية مدريد على أنه في حالة ما إذا تم تسجيل العلامة في المكتب الدولي فتحظى العلامة بنفس الحماية كأنها سجلت مباشرة في إحدى دول الإتحاد ، وبالتالي لا يفرض على مالك العلامة أي إجراء آخر.

وتوجد هناك اتفاقيات دولية خاصة في مجال الحماية الدولية التجارية منها اتفاقية ليس الخاصة بالتصنيف الدولي للسلع والخدمات 1957 غرضها هو إنشاء تصنيف عالمي للعناصر التصويرية للعلامة التجارية المعنية للتسجيلات الوطنية للدول الأعضاء، وانضمت إليها الجزائر في 5 جويلية 1972 كما تم الاتفاق إبرام فينا في 12 جوان 1973 الهدف منها التسجيل المباشر من طالب التسجيل وهذا بواسطة الدولي.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>المرجع نفسه، ص 41-42.

من خلال هذه الدراسة التي قمنا بها بخصوص تقليد العلامات التجارية ومحاكمتها يمكن

القول أن للعلامة التجارية أهمية عملية بالغة، إذ تعتبر إحدى الوسائل الهامة في نجاح

المشروع الإقتصادي ولاشك أن من عوامل الإزدهار والنمو الاقتصادي للدولة وجود نظام

قانوني فعال ومتكامل يكفل حماية المشروعات المتنافسة من خطر التقليد، هذه الظاهرة

أصبحت ذات أهمية قصوى ن بحيث لا يمكن الحديث عن العلامة دون ذكر خطر التقليد

والأطر التي تتجم عنه والتي تمس بمصالح مالكي العلامات وبأمن وصحة وسلامة

المستهلكين وبالإقتصاد الوطني على حد سواء، إذ تعرف هذه الظاهرة تطورا كبيرا يمس

بالقطاعات الصناعية والتجارية، تظل الإجراءات المتخذة من قبل المعهد الوطني للملكية

الصناعية وغيرها من الهيئات محدودة جدا، وغير كافية أمام...الظاهرة التي تضاعف من

اختلالات النسيج الصناعي ككل، ويرجع إلى المشرع الجزائري يمكن القول أن المشرع حدد

في التشريع الراهن مفهوم التقليد بالمعنى الواسع للكلمة بالنظر إلى الاعتداءات التي يقوم بها

الغير خرقا للحقوق الإستثنائية المعترف بها للصاحب العلامة المودعة، وهذا على خلاف

التشريع السابق الذي قام بتعداد الأفعال، كذلك قام المشرع باستحداث علامة الخدمة وذلك

بموجب الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات التي لم يتطرق إليها الأمر 57/66 المتعلق

بعلامات المصنع والعلامات التجارية الملغى، مع عدم اعتراف المشرع الجزائري ببعض

التجارية كعلامة الشم وعلامة السمع.

المشعر الجزائري نص على شروط موضوعية، الميزة والحدة والمشروعية، وشروط شكلية، المتمثلة في إيداع طلب التسجيل، فحص الإيداع والتسجيل والنشر، وهذا من جل قبول تسجيل العلامة التجارية.

كذلك اعتماد المشعر الجزائري على مجموعة من الآليات لمحاربة جريمة التقليد المتمثلة الحماية المدنية عن طريق الدعوى المدنية ودعوى المنافسة غير المشروعة، والحماية الجزائية عن طريق الدعوة الجزائية والعقوبات نجد أن المشعر قد سمع بالجوء إلى هذه الدعاوي فيما يخص العلامة المسجلة فقط أما الغير مسجلة لم ينص عليها خلافا للعديد من التشريعات التي قامت بالسماح برفع دعوى المنافسة الغير المشروعة للعلامات الغير مسجلة، وذلك للحصول على تعويض مناسب عن الأضرار اللاحقة تبين كذلك أنه بالرجوع إلى قانون العلامات لم يتضمن المساهمة في جريمة التقليد، والتي تلعب دورا كبيرا في المجال الجزائري إلا أنه غياب النصوص التي تعاقب الشريك أو المحرض على تقليد العلامة ، ومع غياب بالنص يحيل إلى قانون العقوبات النصوص العامة التي تحوي غموضا ومن الأمور التي قام المشعر كذلك باستحداثها أنه، قد رفع من الحد بين الأدنى والأقصى للعقوبة الحبس والغرامة مقارنة مع القانون القديم للعلامات، وعليه فإن الحماية القانونية للعلامة التجارية لا تقتصر على الحدود الوطنية فقط، نظرا للطابع الدولي للعلامة، فإلى جانب هذه الحماية الداخلية اتضح لنا أن العلامة تتمتع أيضا بحماية دولية تتعدى حدود الإقليم الوطني، وقد ترجمت بمختلف الاتفاقيات الدولية، ولقد انضمت الجزائر إلى معظم الاتفاقيات



دولية في هذا الشأن على غرار اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، واتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، واتفاقية نيس بشأن التصنيف الدولي للسلع والخدمات الأغراض تسجيل العلامات.

وفي الأخير نتمنى أن يتم الأخذ بالاقترحات التالية:

- العمل بقانون واحد وموحد لجميع القوانين المتعلقة بالتقليد في جميع مجالات التي تخص الملكية الصناعية، وذلك لتسهيل تطبيق العقوبات اللازمة للمحاربة التقليد.
- المشرع الجزائري قد أغفل عن العود في الجريمة، لهذا وجب على المشرع أن يقوم باستحداث نص قانوني وذلك للردع من يقوم بتكرار جريمته.
- كذلك وجب على المشرع الجزائري وكما ذكر سابقا باستحداث نص قانوني يعاقب من خلاله الشريك والحرص على جريمة تقليد العلامات.
- ينبغي على المشرع الجزائري إجازة تسجيل العلامات الصوتية والتسمية على غرار بعض الدول التي أجازت العمل بها والإعتراف بها .
- تمكين صاحب العلامة التجارية الغير المسجلة برفع دعوى المنافسة الغير المشروعة.
- ضرورة سعي الجزائر إلى الانضمام للمنظمة التجارة العالمية والذي ربما يعود بالفائدة على الإقتصاد الوطني.

1 الكتب:

1. نسيم خالد الشواور، العلامة التجارية وحمايتها من أعمال المنافسة غير المشروعة دراسة مقارنة الطبعة الأولى، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن ، 2017، ص 293.
2. ناصر السلامة، الحماية الجزائرية للعلامات التجارية، الطبعة الأولى، اثراء النشر و التوزيع، الأردن، 2013.
3. وهيبة لعوارم بن أحمد، جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، الطبعة الأولى، مكتبة الوفاء القانونية، الاسكندرية، 2015.
4. عجة الجيلالي، العلامة التجارية خصائصها و حمايتها( دراسة مقارنة لتشريعات تونس، الجزائر، المغرب، مصر، الأردن، و التشريع الفرنسي، الأمريكي، و الاتفاقيات الدولية)، الطبعة الأولى، منشورات زين الحقوقية، بيروت، لبنان، 2015، الجزء الرابع.
5. فاضلي ادريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، بدون طبعة، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية، بن عكنون، الجزائر، 2013.
6. علي نديم الحصصي، الملكية التجارية و الصناعية، الطبعة الأولى، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع، بيروت، لبنان، 1431هـ-2010م.

7. عبد الله الخشرشوم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية و التجارية، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر و التوزيع، الأردن، 2005.
8. طارق فهمي الغنام، العلامة التجارية ودورها في حماية المنتج المستهلك، الطبعة الأولى، مركز دراسات العربية للنشر والتوزيع مصر...
9. معوض عبد التواب، جرائم التزوير والتزييف وتقليد الأختام، الطبعة الثانية، مكتبة عالم الفكر والقانون للنشر والتوزيع ، طنطا 2003.

## 2 الأطروحات:

1. عبد الكريم، الحماية الجنائية للعلامة التجارية، مذكرة تخرج شهادة الماستر في القانون كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة، 2016-2017.
2. أمينة صامت، المسؤولية الجزائية، في جرائم العلامات التجارية أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد ابو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، سنة 2017-2018.
3. بلهوارى نسرين، تجريم واثبات أفعال التقليد في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق جامعة الجزائر 01، بن يوسف بن خدة 2012-2013.

4. بن رقية رحيمة، النظام القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مذكرة مكملة من مقتضيات نيل شهادة الماستر في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015-2016.
5. بن فضة عصام، الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة مكملة للمقتضيات نيل شهادة ماستر في الحقوق، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2015/2016.
6. بوبشطولة بسمة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال كلية، الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، 2014-2015.
7. بورية سومية، الحماية القانونية للعلامة التجارية و الرسم و النموذج، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر في قانون أعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2014.
8. دربالي لزهرة، جريمة التقليد في الملكية الصناعية واليات مكافحتها في ظل التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، جامعة باثنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2015/2016.
9. سماح محمدي، الحماية القانونية للعلامة التجارية، أطروحة دكتوراه العلوم القانون، جامعة باثنة كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2015-2016، سميحة لعجال، جريمة تقليد العلامة التجاري في التشريع الجزائري، مذكرة

- ماستر قانون أعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف -المسيلة، الجزائر، 2017/2016.
10. شعنان نعيمة، سايع نبيلة، حماية العلامة التجارية في التشريع الجزائري، تخصص قانون العون الاقتصادي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2016.
11. فتيحة لعلام، حماية العلامة التجارية من جريمة التقليد في قانون الجزائري، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر، قانون جنائي الأعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2014.
12. مجناح عبد اللطيف، الحماية القانونية للعلامة التجارية و دوها في حماية المستهلك، مذكرة مق دمة لنيل شهادة الماستر الأكاديمي في الحقوق، جامعة محمد بوضياف، كلية الحقوق و العلوم السياسية، مسيلة، 2015 - 2016.
13. مزغيش عبد الرزاق، حماية العلامة التجارية، مذكرة تخرج لنيل اجازة المدرسة العليا للقضاء، المدرسة العليا للقضاء، الجزائر، 2006-2009.

### 3 المجالات:

1. سارة بن صالح، جريمة تقليد العلامة التجارية، دفاثر السياسية والقانون جامعة العربي بن المهدي أم البواقي، الجزائر، 2016، العدد الخامس عشر.

### 4 القوانين:

1. القانون المدني قانون رقم 05/07 المؤرخ في 13 ماي 2007، طبعة جانفي 2016.

### 5 الأوامر:

1. الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 هـ الموافق لـ 19 جويلية سنة 2003، يتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية، العدد 44 الصادر في 23 جويلية 2003.
2. الأمر رقم 57/66 المؤرخ في 27 ذو القعدة، عام 1385 هـ الموافق لـ 19 مارس 1966، يتعلق بعلامات المصنع و العلامات التجاري، الجريدة الرسمية، عدد 23، بتاريخ 22 مارس 1966.
3. الأمر رقم 75-59 المؤرخ في رمضان عام 1395 الموافق لـ 26 سبتمبر سنة 1975 الذي يتضمن القانون التجاري المعدل و النظم، 2007.

6 المراسيم:

1. المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المؤرخ في 26 جمادى الثانية عام 1426 الموافق لـ 02 غشت سنة 2005، يحدد كيفية ايداع العلامات و تسجيلها ، الجريدة الرسمية، العدد 54 بتاريخ 07 غشت 2005.

7 مواقع الأنترنت:

2. من الموقع: <https://www.mohamach.net> تم الاطلاع عليه يوم

2021/04/24، على الساعة 12:15.

الإهداء	
الشكر	
مقدمة	01
الفصل الأول : القواعد الموضوعية لحماية العلامات التجارية	07
المبحث الأول : ماهية العلامات التجارية	08
المطلب الأول : تعريف العلامات التجارية وتمييزه عن غيرها من الحقوق الفكرية	
الفرع الأول : تعريف العلامة التجارية	08
الفرع الثاني : تمييز العلامة عن غيرها من الحقوق الفكرية	11
المطلب الثاني : أنواع العلامات التجارية	16
الفرع الأول : أنواع العلامات من حيث الشكل	16
الفرع الثاني : أنواع العلامات من حيث مجال استخدامها	20
المبحث الثاني : شروط حماية العلامات	22
المطلب الأول : الشروط الموضوعية لحماية العلامات التجارية	23
الفرع الأول : شرط التمييز	23
الفرع الثاني : شرط الجودة والوجود	24
الفرع الثالث : شرط المشروعية	25
المطلب الثاني : الشروط الشكلية لحماية العلامات التجارية	27
الفرع الأول : إيداع العلامة التجارية	30
الفرع الثاني : تسجيل العلامة التجارية	32
الفصل الثاني: القواعد الإجرائية لحماية العلامات التجارية من التقليد	47



48	المبحث الأول: ماهية جريمة التقليد.....
48	المطلب الأول: تعريف التقليد وتمييزه عما يشبهه.....
48	الفرع الأول: التعريف الفقهي لجريمة التقليد.....
52	الفرع الثاني : تمييز التقليد عما يشبهه.....
54	المطلب الثاني : صور تقليد العلامات التجارية.....
55	الفرع الأول : التقليد المباشر.....
56	الفرع الثاني : التقليد غير مباشر.....
65	المبحث الثاني: آليات حماية العلامات التجارية من التقليد.....
65	المطلب الأول: الحماية الوطنية.....
66	الفرع الأول :الحماية المدنية.....
75	الفرع الثاني :الحماية الجزائية.....
84	المطلب الثاني: الحماية الدولية.....
84	الفرع الأول:الحماية المقررة وفقا لاتفاقية باريس.....
84	الفرع الثاني:الحماية المقررة وفقا لاتفاقية مدريد.....
92	الخاتمة.....
95	قائمة المراجع.....



## ملخص مذكرة الماستر

. تعد العلامة التجارية كل إشارة أو رمز قابل للتمييز، بحيث تمكن المستهلك من التمييز بينها وبين غيرها من العلامات وهي أهم وسيلة للتسويق والمنافسة المشروعة على المستوى الوطني والدولي. والتقليد بوجه عام عكس الابتكار كل الأشياء التي لها قيمة وهو تعدي صارخ على أصحاب الحقوق المتعلقة بها وسعي للتحقيق الربح السريع بأقل الإثمان.

فقد جاءت هذه المذكرة للتعريف بالعلامة التجارية من جهة وتعريف التقليد من جهة أخرى.

فالتطرق للتعريف بالعلامة التجارية من خلال تحديد مفهومها اللغوي والفقهية والتشريعية وبعدها تميز هذه العلامة عن ما يشبهها من الحقوق الفكرية كذلك حددنا أنواع هذه العلامات من حيث الشكل ومن حيث المجال استخدامها بالإضافة إلى شروطها لحمايتها من التقليد، شروط موضوعية وأخرى شكلية، . هذا الجزء الأول من المذكرة أما الجزء الثاني فيه التقليد ماهية جريمة التقليد، تعريفه فقها تميزه عن ما يشبهه وتحديد صورة المباشرة والغير المباشرة وإضافة إلى كل هذا تطرقنا في بحثنا هذا إلى الآليات القانونية لحماية العلامات التجارية من التقليد حيث توضع الحماية المدنية والحماية الجنائية وحماية دولية وفقا لاتفاقية باريس واتفاقية مدريد.

. الكلمات المفتاحية:

1./ جريمة 2./ محاربة 3./ تقليد 4./ العلامات 5./ التجارية 6./ التشريع

### Abstract of Master's Thesis

La marque commerciale est considérée comme l'un des éléments composant la propriété industrielle et comme l'un des moyens qui la distingue des autres produits.

Une marque est un signe ou un symbole reconnaissable qui permet au consommateur de la distinguer des autres marques et constitue le moyen le plus important de marketing et de concurrence légitime aux niveaux national et international.

L'imitation, en général, reflète l'innovation, toutes les choses qui ont de la valeur, et c'est une atteinte flagrante aux titulaires des droits qui s'y rapportent, et un effort pour réaliser un profit rapide aux prix les plus bas. Ce mémorandum est venu définir la marque d'une part et la définition de l'imitation d'autre part.

1- La marque commerciale 2- signe ou un symbole 3- rapportent 4-, reflète l'innovation