

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

المرجع: .....

كلية الحقوق و العلوم السياسية

قسم : القانون العام

مذكرة نهاية الدراسة لنيل شهادة الماستر

## النظام القانوني للعلامة التجارية

ميدان الحقوق و العلوم السياسية

التخصص: القانون الإداري

الشعبة: حقوق

تحت إشراف الدكتور

من إعداد الطالب:

- جلطي منصور

عبد الله بن سلوى نصر الدين

أعضاء لجنة المناقشة

رئيسا

محمد كريم نور الدين

الأستاذ

مشرفا مقررا

جلطي منصور

الأستاذ

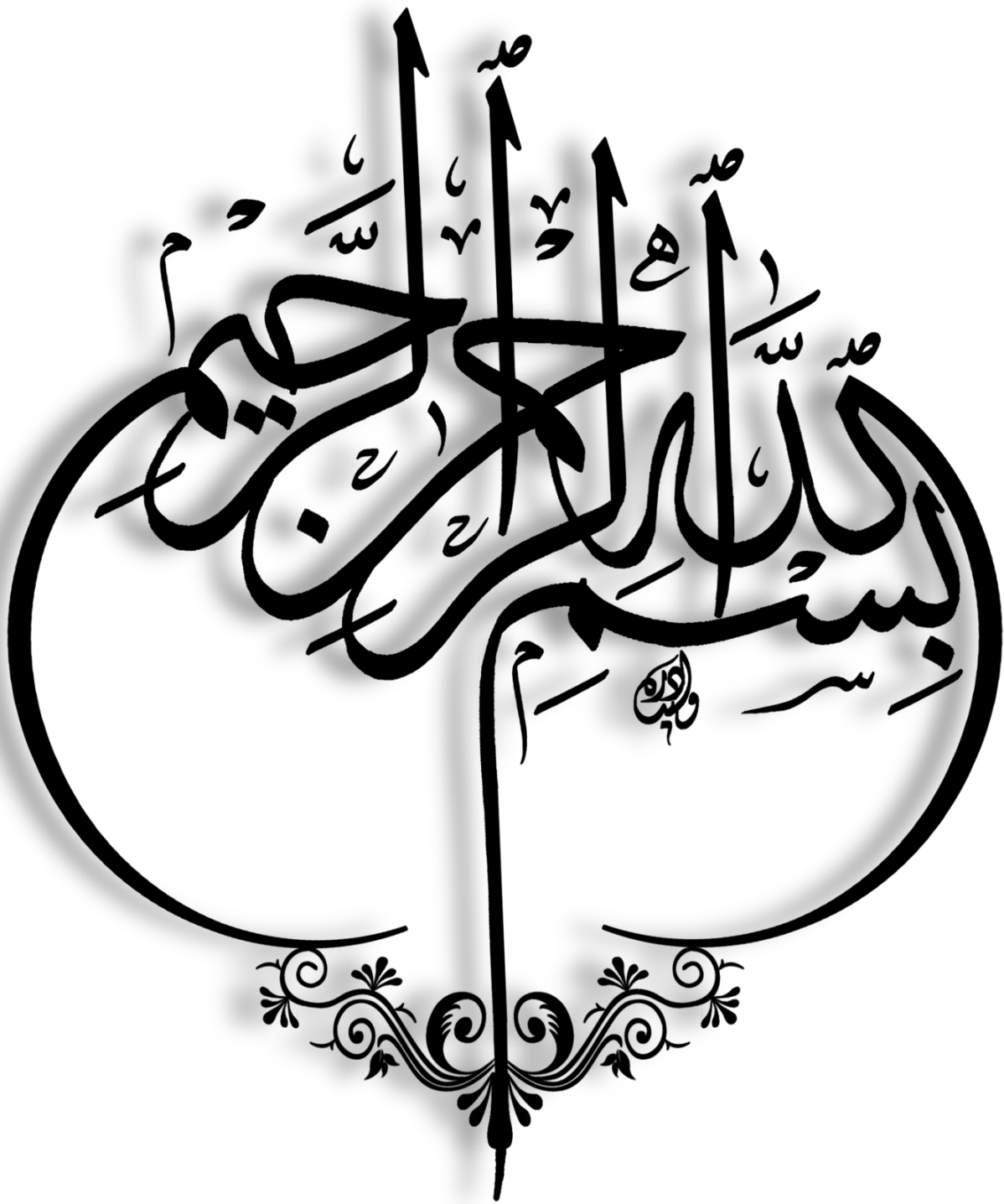
مناقشا

زواتين خالد

الأستاذ

السنة الجامعية: 2023/222

نوقشت يوم: 2023/07/05



## دعاء

"رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَا إِنْ نَسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا  
إِصْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِنَا رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا مَا لَا  
طَاقَةَ لَنَا بِهِ وَاعْفُ عَنَّا وَارْحَمْنَا أَنْتَ مَوْلَانَا  
فَانصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ"

# إهداء

الحمد لله ذي المن والفضل والإحسان، والصلاة والسلام على نبينا محمد المبعوث للإنس والجن  
وعلى آله الأصفياء وصحابته الأوفياء ومن تبعهم بإحسان.

أهدي ثمرة عملي هذا إلى الذين يحترقون كالشموع ليضيئوا الطريق إلى الخير والحق والجمال و

لها الفضل الكبير و الشكر الجزيل

ألا و هي أمي الفاضلة

و التي أقول لها دائما شكرا على كل شيء قدمته من أجلي إلى غاية نجاحي

إلى من كان دائما يدعمني و يؤازرني هو كذلك في حياتي الدراسية إلى والدي الغالي أطلب من

الله أن يبارك لهما و يطيل في عمرهما

إلى أخي و أختي و عائلته الصغيرة

وإلى كل من عرف الحق وأمن به.

وإلى من لهم علينا الفضل سأضل أدين لهم به الوالدين حفظهما الله الذين سهرا

على تعلمي.

إلى كل من ساعدني عن قريب أو بعيد ولو بنصيحة أمنت بها.

فالحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات

والصلاة والسلام على محمد سيد المخلوقات وعلى آله الطاهرين وصحابته أجمعين. فإن أصبت

فمن الله وإن أخطأت فمن نفسي ومن الشيطان.

وكل أمني أن تساهم هذه المذكرة فيما رجوت من إعدادها بأن ينتفع بها كل طالب وباحث

استعان بها.

## شكر وعرفان

قال تعالى: "نعمة من عندنا كذلك نجزي من شكر " سورة القمر الآية 35

الحمد لله منزل القرآن معلم البيان والصلاة والسلام على رسوله المبلغ للقرآن بالعمل  
واللسان وعلى آله وصحبه وتابعيهم بإحسان وعملا بقول رسول الله صلى الله عليه  
وسلم من لم يشكر الناس لم يشكر الله"

أولا وقبل كل شيء أتقدم بشكري الخالص أستاذي الكريم

" جلطي منصور "

الذي لم يبخل عليا بنصائحه وإرشاداته طيلة مدة انجاز هذا العمل.

كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى اللجنة التي قبلت مناقشة المذكرة فلهم منا كل التقدير

والاحترام و إلى كل الذين رافقوني في مشواري الدراسي و أحسنوا بعلمهم و كانوا

منالا لأمالي و طموحاتي و سر بلوغي، كما لا يفوتني أن أنه بالذين كان لهم

الفضل في إتمام الأطروحة من موظفين و زملاء وكل من ساعدني في انجاز هذا

العمل .

مقدمة

تعتبر العلامة التجارية عنصر من عناصر الملكية الصناعية فهي تعد وسيلة لدلالة على المنتجات و السلع الموضوعة و ضمان للمنتج في آن واحد، فهي تمنع اختلاط منتجات تحمل علامة معينة بمنتجات مماثلة تحمل علامة أخرى، كما تعمل على تكوين الثقة في منتجات بعينها عندما تحمل علامة موثوق بها، وللحيلولة من ظهور سلع متشابهة، تم الاتجاه إلى وضع العلامة التجارية للتعريف بمنتجاتهم و السعي إلى الإتقان في الصنع و ذلك للحفاظ على الاستمرار والجودة، و بالتالي أدى ذلك إلى تعدد المفاهيم حولها، وترجع للأهمية التي تتمتع بها تنوعها نظرا للنشاط الممارس، والشروط الواجب توفرها لتكوينها للاستفادة من الحماية القانونية، من خلال تحليلنا لمواد الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات الذي ألغى الأمر السابق 57/66 المتعلق بعلامات الصنع والعلامات التجارية، حيث نتناول ما جاء به المشرع الجزائري فيما يخص الأحكام القانونية المنظمة للعلامة، ثم نحاول تبين أنواعها، بالإضافة إلى الشروط الواجب توفرها ليحظى أصحابها بالحماية القانونية.

وتعتبر العلامة التجارية من أبرز عناصر الملكية التجارية وأكثرها أهمية، حيث تلعب دورا هاما في نجاح المشروع التجاري، وينظر إلى العلامة التجارية على أنها من العناصر المعنوية للمحل التجاري وتميز العلامة التجارية السلعة أو الخدمات عن بعضها البعض، وهذا ما أكسبها أهمية بالغة لتشمل كل ما يؤديه المحل التجاري من وظائف فهي تبرز شخصية التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة وتؤدي دورا مهما في تحديد سمعته في مجال التجارة، كما تعد وسيلة المستهلك ودليله في تحديد مصدر المنتجات والسلع والخدمات معتمدا على صفة التمييز، وتعتبر همزة وصل بين مالك العلامة والمستهلك.

ولتحقيق الحماية القانونية للعلامة التجارية وتحقيقها وجب توفر شروط موضوعية للعلامة وهو شرط الميزة والجدّة وشرط المشروعية، إضافة إلى توفر الشروط الشكلية تجعلها تتمتع بالحق في الحماية القانونية.

ومن أجل هذا حدد المشرع الجزائري أحكاما دقيقة بموجب الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية، فيما يخص حق ملكية العلامة التجارية وإيداعها وتسجيلها ونشرها وتحويلها، وبطلانها، كما نص على عقوبات تطبق على جنح مختلفة من بينها تقليد العلامة التجارية أو استعمالها عن طريق التدليس.

وأمام أهمية العلامة التجارية وما تلعبه من دور في المجال الاقتصادي والتجاري عملت الدول الحديثة إلى تنظيم أحكام خاصة بالعلامة، كما كرست لها حماية خاصة في تشريعاتها الداخلية، غير أن دورها لم يعد مقصورا في إقليم دولة معينة، بل تعدى ذلك إلى مجال التجارة الخارجية، مما أدى بالدول إلى البحث عن وسيلة لتوسيع نطاق حماية العلامة التجارية، تم تجسيدها في عدة اتفاقيات دولية. ونظرا لأهمية العلامة التجارية أوجدت مختلف التشريعات قواعد تكفل حمايتها بالموازاة مع إنشاء هيئات تسهر على توثيق هذه العلامات، فضلا عن وجود منظمات دولية لترسيخ ثقافة حماية الملكية الفكرية التي تعد العلامة التجارية جزء منها إلى جانب براءة الاختراع وحقوق المؤلف والحقوق المجاورة.

لقد نظم المشرع الجزائري أحكام العلامة التجارية بموجب المر 03-06 المؤرخ في 19 جويلية 2003 (2) الذي ألغى الأمر 66-57 المؤرخ في 19 مارس 1966 (3) إن التعديلات التي أدخلتها الجزائر على منظومتها التشريعية بالنسبة للملكية الفكرية، إنما جاء استجابة للتحضير لانضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة OMC التي حلت محل الاتفاقية العام للتفريقات والتجارة GATT، كما لا تخلو هذه التعديلات وهذا التطور من تأثير واضح للمشرع الجزائري بما سبقه إليه المشرع الفرنسي المتأثر بالواقع العملي ومتطلباته.

وبحماية العلامة التجارية، أوجب المشرع تسجيلها وفق أحكام معينة تكسب صاحبها حقوقا، وسنقتصر في هذه الدراسة على الحماية الجنائية كوسيلة من وسائل حماية العلامة التجارية .



## أهمية الموضوع

و تتلخص أهمية هذه الدراسة في الإحاطة و الإلمام بموضوع العلامة التجارية و الرسوم و النماذج الصناعية اللذان اعترف بهما المشرع الجزائري بالحماية وإبراز الآليات القانونية لحمايتهما لأن هذه الدراسة تأتي في وقت تتقدم فيه الجزائر للانضمام إلى منظمة العالمية للتجارة ، و إبراز الإجراءات اللازمة و الواجبة الإلتباع حتى تتمتع العلامة التجارية و الرسوم و النماذج الصناعية بالحماية المقررة قانونا.

## أسباب اختيار الموضوع

و عن أسباب اختياري للموضوع فالسبب الموضوعي لاختيار هذا الموضوع هو تزايد الاعتداءات الواقعة على العلامات التجارية و الرسوم و النماذج الصناعية عن طريق التقليد رغم وجود قوانين للحد من هذه الظاهرة وما ينتج عنه من أضرار بالغة لدولتنا و المؤسسات و الفرد والمجتمع بصفة عامة .

أما الأسباب الذاتية فهو إعجابي بهذا الموضوع من عدة جوانب ، فهو موضوع شيق و يتطلب البحث و الجهد المستمر ، بالإضافة إلى كوني من المستهلكين حتى لا أقع كضحية العلامات و الرسوم و النماذج المقلدة.

## أهداف الدراسة

و الأهداف المتوخات من الدراسة تتمثل في تبيان ظاهرة تقليد العلامات التجارية والرسوم و النماذج الصناعية و كيفية مكافحتها وإيجاد الحلول لها و الحد منها .

وبعد أن أصبحت العلامات التجارية والرسوم والنماذج الصناعية تلعب دورا مهما و كبيرا في زيادة التنافس على تسويق المنتجات والسلع في السوق ، وأمام هذه الأهمية الكبرى فكان من الطبيعي أن تتعرض العلامات التجارية و النماذج والرسوم الصناعية إلى الاعتداء بالتقليد ،

وهذا ما دفع إلى وضع إطار واضح و كافي لحمايتها ، فتمحور إذن مشكلة البحث حول الحماية القانونية للعلامة التجارية و الرسم والنموذج الصناعي.

### إشكالية الدراسة

فيما تتمثل فعالية وملائمة النصوص القانونية الجزائرية في حماية العلامات التجارية في ظل التوجه الليبرالي للاقتصاد الجزائري ؟

وللإجابة على هذه الإشكالية يمكن طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هي العلامة التجارية ؟.
- ما هي الآليات المقررة لحماية العلامة التجارية ؟.
- ما هي الآليات القانونية التي كرسها المشرع الجزائري لحماية العلامة التجارية ؟
- ما هو مفهوم العامة التجارية في التشريع الجزائري ؟
- ما مدى كفاية الآليات القانونية لحماية العلامة التجارية في التشريع الجزائري ؟
- ما هي صور التعدي على العلامة الجارية ؟. ما هي العقوبات المقررة لكل صورة ؟.

### المنهج الدراسة

اعتمدت في هذه الدراسة على المنهج التحليلي أساسا و على المنهج الوصفي جزئيا ، وذلك باعتباره الأنسب والذي سوف يظهر من خلال حصر النصوص المتعلقة بالعلامات التجارية و الرسوم والنماذج الصناعية و شرح مفهوما و تقديرها و تقييمها.

الفصل الأول بعنوان الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية حيث قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين المبحث الأول بعنوان ماهية العلامة الجارية ، وفي المبحث الثاني إلى تسجيل في العلامة التجارية

أما الفصل الثاني سنتطرق فيه صورة الحماية القانونية للعلامة التجارية مدنية وجزائيا  
في المبحث الأول سنتطرق الحماية المدنية للعلامة التجارية ، وفي المبحث الثاني  
سنتطرق إلى الحماية الجزائية للعلامة التجارية وفي الأخير أنهينا هذا البحث بخاتمة

# الفصل الأول

## الإطار المفاهيمي العلامة التجارية

فالعلامة التجارية تميز المنتجات أو الخدمات التي يقدمها المشروع التجاري عن تلك المقدمة من المشاريع الأخرى ، كما أنها تدل على الأصل الذي جاءت منه ، وعلى الجودة التي تتميز بها فضلا عن أنها تجذب الزبائن إليها ، و تدفعهم لشرائها و الحصول عليها للمعرفتهم بجودتها وخصائصها و ما يميزها عن غيرها<sup>1</sup> ، كما أن العلامة التجارية يجب توافر شروط لقيامها منها شروط موضوعية و أخرى شكلية، وللعلامة التجارية أهمية كبيرة في الوقت الحاضر سواء في النشاط الاقتصادي أو التجاري كونها تعد وسيلة المنتج أو التاجر أو مقدم الخدمة لتمييز منتجاته أو بضائعه أو خدماته عما يمثلها أو يشابهها.

وبهدف التعرف على العلامة التجارية لابد من التعريف بها لغة وتشريعا وفقها وقضاءا حتى يمكن تمييزها عن عناصر الملكية الصناعية والاسم التجاري والعنوان التجاري بسبب اختلاف تنظيم ومجال حماية كل منهما.

وعليه، يتعين دراسة هذا الفصل في مبحثين، حيث نتطرق ماهية العلامة الجارية في المبحث الأول، تسجيل في العلامة التجارية في المبحث الثاني.

---

1 - عدنان غسان برانبو ، التنظيم القانوني للعلامة التجارية ، طبعة أولى ، بدون جزء ، بيروت، لبنان ، ص 10 .

## المبحث الأول : ماهية العلامة التجارية

تعد العلامة التجارية من أبرز عناصر الملكية التجارية وأكثرها أهمية، حيث تلعب دورا هاما في نجاح المشروع التجاري لذا عمدت الدول الحديثة إلى تنظيم أحكام خاصة بها، كما كرست لها حماية خاصة في تشريعاتها الداخلية، وتعتبر العلامات التجارية من أهم الوسائل التي يلجأ إليها التاجر والصانع لتعريف وتمييز منتجاته وبها يحاول ضمان عدم تضليل المستهلك، كما أنها من أهم مكونات المنتج فهي بمثابة بطاقة تعريف له، العلامة التجارية التي تميز المنتجات عن غيرها، وتعد في كثير من الأحيان أهم عناصر المحل التجاري، فهي تسمح للجمهور بمعرفة أصل المنتج الذي سيشتريه أو الخدمة التي يطلبها ومن خلالها يستطيع الزبون أن يتجنب أي خداع أو غش وتماشيا مع هذا سنتناول ماهية العلامة التجارية كمبحث أول حيث في المطلب الأول مفهوم العلامة التجارية وأنواعها و المطلب الثاني الشروط القانونية للإيداع للعلامة التجارية.

## المطلب الأول : مفهوم العلامة التجارية وأنواعها

ينقسم هذا المطلب إلى فرع أول نتناول فيه المقصود ب العلامة التجارية.

## الفرع الأول : تعريف العلامة التجارية

نظرا للعلامة التجارية والدور الذي تلعبه في المجال الاقتصادي بمختلف جوانبه كان لا بد من التوسع في تفسير لفظ العلامة التجارية وإعطائها تعريفا شاملا إذا وجب قبل التطرق إلى تعريف المشرع الجزائري يجب تناول تعريف لغوي وفقهي وقضائي وكذا إعطاء بعض التعريفات في التشريعات الأخرى المقارنة<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - أمنة صامت ، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية "دراسة مقارنة"، الطبعة الأولى، 2011، ريم للنشر والتوزيع ، ص23

أولاً: تعريفها

أ - تعريف العلامة لغة : وهي كل أثر في الشيء للدلالة عليه ومعرفته وتمييزه عن غيره وهي مشتقة من العلم بمعنى المعرفة، ومثال ذلك علم الدولة للدلالة عليها وتمييزها<sup>1</sup> ويقال المعلم من العلامة، أي الأثر الذي يستدل به على الطريق وما يعلم به الشيء وما ينصب في الطريق فيستهدي به.

كما يقال عن العلامة أنها عبارة عن خطين متقاطعين يستعان بهما عند الإمضاء أحيانا من لا يستطيع الإمضاء<sup>2</sup>.

ب - تعريف العلامة اصطلاحا

1 - تعريف العلامة قانونا:

تطرق العديد من التشريعات 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 أنها العلامة التجارية هي كل ما يميز منتجا سلعة كان أو خدمة عن غيره وتشمل على وجه الخصوص الأسماء المتخذة شكلا مميزا ، والإمضاءات والكلمات والحروف والأرقام والرسوم، عناوين المجال، الدمغات والأختام و الصور، النقوش البارزة ومجموع الألوان التي تتخذ شكلا خاصا ومميزا ، وكذلك أي خليط من هذه العناصر إذا كانت تستخدم أو يراد أن تستخدم أما في تمييز منتجات عمل صناعي أو استغلال زراعي، أو استغلال للغابات أو المستخرجات الأرض أو أية بضاعة، و أما طريقة تحضيرها وأما للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات وفي جميع الأحوال يتعين أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر<sup>3</sup>.

وعرفها المشرع الأردني في المادة 02 من قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952 والمعدل بالقانون رقم 34 لسنة 1999 إلى تعريف العلامة التجارية أنها " أي إشارة

<sup>1</sup> - أمنة صامت، المرجع السابق ، ص23.

<sup>2</sup> - معجم اللغة العربية المعجم الوجيز القاهرة، دار التحرير للطبع والنشر، 1989 ص 432.

<sup>3</sup> - أمنة صامت، المرجع السابق، ص 30 - 31

ظاهرة يستعملها أو يرد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره<sup>1</sup>.

وعرفها المشرع الفرنسي في المادة (1-711) من قانون الملكية الفرنسية العلامة التجارية بأنها: " أي إشارة يمكنها عن طريق التبرير بالرسم أن تميز السلع أو الخدمات التي ينتجها الأشخاص، سواء كانوا أشخاص طبيعيين أو معنويين"<sup>2</sup>.

المشرع الجزائري عرف العلامات التجارية هي إشارة يستخدمها التجار شعارا لبضائعهم التي يقومون ببيعها بعد شراء سواء من تاجر الجملة أو من المنتج مباشرة، فالعلامة التجارية تشير إلى مصدر البيع<sup>3</sup>.

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

كما جاء في نص المادة 02 من الأمر 03-06 حيث أنه: " كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيحها والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره"<sup>5</sup>

<sup>1</sup> - حمدي غالب الجغبيري، العلامات العقارية "الواقعة عليها ضمانات حمايتها. الطبعة الأولى منشورات الحلبي الحقوقية، 2012، ص 42-43.

<sup>2</sup> - أمينة صامت، المرجع السابق، ص.28

<sup>3</sup> - إدريس فاضلي، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، 2013، ص163.

<sup>4</sup> - الأمر 06/03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424هـ الموافق 19 يوليو سنة 2003، يتعلق بالعلامات، الجريدة

الرسمية 44، 2003، ص23

<sup>5</sup> - أمينة صامت، المرجع السابق، ص 84.



من خلال هذه التعريفات يتضح أن التعداد الذي أوردته بعض التشريعات بشأن العناصر والصورة والأشكال التي يمكن أن تكون منها العلامة التجارية جاء على سبيل المثال لا الحصر فالمشرع المصري والجزائري لم يقتصر استخدام العلامة التجارية على نوع أحد من المنتجات بل أجاز استعمالها لتمييز كافة المنتجات سواء كانت صناعية أو تجارية أو زراعية أو استخراجية أو خدماتية وبذلك يكون قد أخذنا بالمفهوم الواسع للعلامة.

المشرع الأردني لم يرقم بتعداد أو ذكر أشكال أو صور العلامات التجارية إضافة إلى أنه لم يتطرق إلى العلامات المميزة للمنتجات الزراعية والطبيعية و الاستخراجية كصناعة الفحم والبتروك وكذلك لم يتناول العلامات الصناعية على غرار ما جاء في بعض التشريعات المقارنة، وبالتالي فإن المشرع الأردني لم يأخذ بالمفهوم الواسع للعلامة التجارية<sup>1</sup>.

لكن المشرع الجزائري أستثنى من التسجيل وبصريح النص الرموز التي تشكل حصريا أو جزئيا بيانا قد يحدث لبسا مع المصدر الجغرافي للسلع أو لمنتجات معينة، وإذا كان تسجيل لهم شرعاً استعماله ما جاء في المادة 07 من الأمر رقم 03/ 06 المؤرخ في 19 جويلية 2003.

**2- تعريف العلامة فقهاً:**

عرف غالبية فقهاء القانون التجاري العلامة التجارية وسنعرض بعض هذه التعريفات. عرفت بأنها " السمة المميزة التي يضعها التاجر على منتجاته محله التجاري، وهي علامة تجارية أو الصانع على المنتجات التي يقوم بصنعها، وهي علامة مصنع قصدت بتمييزها عن المنتجات الأخرى المشابهة لها والمعروضة في السوق وكذلك السمة التي تستعملها مؤسسة لتقديم خدمات<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - ناصر عبد الحليم السلامة الحماية الجزائرية للعلامات التجارية، دراسة تحليلية مقارنة وفقاً لأحداث التشريعات العربية والأجنبية. دار النهضة العربية، القاهرة، ص.14.

<sup>2</sup> - صالح فرحة زراوي ، الكامل في القانون التجاري المحل التجاري والحقوق الفكرية، القسم الثقافي. ابن خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر، سنة 2001 ص 208.

اقتصر هذا التعريف على العلامة التجارية تلك المميزة وهذا تعريف مختصر لا يتماشى مع طبيعة العلامة، بحيث أغفلت وضع ضوابط لهذا التعريف وجعلته تعريفا عاما فقط. وعرفت أيضاً بأنها " إشارة محسومة توضع على المنتج أو ترافق المنتج أو الخدمة من أجل تمييزه عن المنتجات المشابهة للمنافسين أو الخدمات المقدمة من الآخرين"<sup>1</sup>. من هنا عرف بعض الفقه الجزائري<sup>2</sup> العلامة بأنها " كل رمز قابل للتمثيل الخطي يتميز عن غيره بصفات خاصة به وجديدة ومبتكرة وغير مخالفة للنظام العام والآداب العامة أيا كان تمثيل الرمز سواء كان ممثلاً كلمات أو أسماء أشخاص أو أحرف أو أرقام أو رسومات أو صور أو توضيب للسلع أو الألوان المفردة أو المركبة أو الأصوات المميزة أو الرائحة التي تتميز بها السلعة".

ويلاحظ من خلال هذه التعريفات السابقة للعلامة التجارية أن هناك تشابه بينهما، حيث تضمنت وشملت جميعها العناصر الأساسية للعلامة التجارية، والتي تكمن في أنها شكل أو إشارة أو سمة وأنها تستخدم من قبل التاجر أو الصانع أو المنتج أو مقدم الخدمة وأن الغاية من استخدامها هو تمييز هذه المنتجات عن غيرها.

### 3- تعريف العلامة قضاءً.

عرفت محكمة العدل العليا الأردنية التجارية، حيث جاء بقرارها يستفاد من المادة 7-2- من قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952 أنها تحدد العلامة التجارية التي يحميها القانون من التعدي بأنها: " الإشارة التي يريد شخص بالتغيير بضاعته أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو صفة فارقة موضوعية على يكفل تمييز بضائع صاحبها عن بضائع غيره من الناس" والغاية التي يهدف المشرع لها من ذلك هو ذلك منع وقوع جمهور المستهلكين في الغش وعدم تشجيع المنافسة غير المحققة وفقاً لأحكام المادة الثامنة منه.

<sup>1</sup> - 1ALBERT Chavanne et Jean-Jacques BUREST, Droit de la propriété industrielle. DALLOZ Delta, 5eme édité. 1998. P 479.

<sup>2</sup> - أمانة صامت ، المرجع السابق، ص30.

وعرفت محكمة الاستئناف المصرية العلامة بأنها العلامات والشارات والبطاقات عبارة عن رموز تستخدم لبيان مصدر وطبيعة الصفات الخاصة للبضائع، أنها تسمح للمستهلكين بالتمييز بينها والتعرف بسهولة بين بعضها البعض والأخرى وعلى مختلف الصناعات والتجار".  
وأما القضاء الفرنسي عرف العلامة التجارية المحمية بأنها " تمنح العلامة وكما هو معروف للسماء المتخذة شكلاً متميزاً بالإمضاءات والكلمات والحروف والأرقام والرسوم وعناوين المحال والدمغات والأختام والصور والنقوش البارزة أو أي علامة أخرى أي مجموعة منها سواء كانت مستخدمة لتمييز تاجر علامة تجارية أو صانع علامة صناعية أو مقدم خدمة " علامة خدمة"<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني : أنواع العلامات التجارية

إن للعلامة التجارية أنواعاً متعددة فهناك العلامة التي يصنعها الصانع لتمييز المنتجات التي يقوم بصنعها عن مثيلاتها من المنتجات الأخرى، وأخرى لتمييز المنتجات التي يقوم ببيعها بعد شرائها سواء من تاجر الجملة أو المنتج مباشر ، فالعلامة الصناعية تشير إلى مصدر العلامة التجارية تشير إلى مصدر البيع ولأهمية... للفرقة بين العلامات الصناعي الإنتاج، والتجارية من حيث الحماية القانونية.

وهنا لابد من التركيز على أهم هذه العلامات والتي كانت مدار بحث والتي سنتناولها كالاتي:

### أولاً: العلامة المشهورة "التجارية" :

العلامة المشهورة هي علامة تجارية لها شهرة واسعة أكسبتها حماية خاصة من الاعتداءات التي تقع عليها، فالعلامة التجارية تهدف إلى تأمين توزيع المنتج لتبيان جهة تصنيعه بحيث تعطي فرصة للمستهلك في اختيار المنتج الذي يفضله بالنظر للعلامة التجارية

<sup>1</sup> - ناصر عبد الحليم السلامة، المرجع السابق، ص 17.

ومعرفة مصدر موزعه إذا كان محلا كبيرا أو محلا صغيرا، ويطلق على هذه العلامة أحيانا علامة التوزيع ويمكن أن يحتوي على علامة صناعية وعلامة تجارية لمنتج في آن واحد<sup>1</sup>.  
العلامة التجارية "المشهورة هي ذلك العلامة التي يستخدمها التجار في تمييز المنتجات التي يقومون ببيعها بعد شراءها سواء من تاجر الجملة أو المنتج مباشرة بصرف النظر عن مصدر الإنتاج<sup>2</sup>.

وقد عرفت المادة 02 من قانون العلامات التجارية الأردنية رقم 33 لسنة 1952 العلامة التجارية المشهورة على أنها : " العلامة التجارية ذات الشهرة العالمية التي تجاوزت شهرتها البلد الأصلي الذي سجلت فيه واكتسبت شهرة في القطاع المعني من الجمهور في المملكة الأردنية الهاشمية"<sup>3</sup>.

#### ثانيا: علامة الخدمة :

لقد تناولتها المادة 02 من الفقرة 04 " الخدمة كل أداة له قيمة اقتصادية"<sup>4</sup>.  
يمكن تعريف علامة الخدمة على أنها: إشارة تستعملها مؤسسات تعرض الخدمات كالفنادق والمطاعم والخطوط الجوية ووكالات السياحة ووكالات تأجير السيارات ومكاتب التوظيف والمصانع وما إلى ذلك، لتمييز خدماتها عن خدمات سائر المؤسسات فوظيفة علامات الخدمة هي إذن نفسها وظيفة العلامات الجارية بفارق بسيط هو أنها تطبق على الخدمات وليس على المنتجات والسلع<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية والملكية الصناعية دراسة مقارنة بين القانون الأردني والإماراتي والفرنسي، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، 2005، ص269.

<sup>2</sup> - سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، الطبعة الرابعة، دار النهضة، القاهرة، دون سنة نشر، ص422.

<sup>3</sup> - حمدي غالب الجعيري، المرجع السابق، ص94.

<sup>4</sup> - الأمر 06/03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424هـ الموافق 19 يوليو سنة 2003، يتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية 44، 2003، ص23.

<sup>5</sup> - حمدي غالب الجعيري، المرجع السابق، ص97.

مثال: وضع بطاقة حقائب المسافرين أو غرف الساكنين في فندق أو توضع على سيارة وصاحب المرأب أو صاحب الصيانة وتقترب هذه العلامة من الاسم التجاري ويحصل بينهما لبس أحيانا.

### ثالثا: العلامة الجماعية:

كل علامة تستعمل لإثبات المصدر والمكونات والنتاج أو كل ميزة مشتركة لسلع أو خدمات مؤسسات مختلفة، وعندما تستعمل هذه المؤسسات العلامة تحت رقابة مالكيها.

العلامة الجماعية التي تعرف بعلامات الرقابة وهي العلامات التي تستخدمها عدة مشروعات اقتصادية تباشر نوعا من المنتجات والخدمات ويجمعها اتحاد أو تنظيم عام أو مؤسسة عامة تسعى إلى تحقيق المصالح المشتركة لهذه المشروعات ويتطلب الأمر تنسيق الإنتاج ورقابته وتنظيم البيع.

وفي هذا الصدد عرفت المادة الثانية من قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952 العلامة التجارية الجماعية على أنها : العلامة التي يستعملها شخص اعتباري لتصديق مصدر بضائع ليست من صنعه أو المصنوعة منها أو جودتها أو طريقة إنتاجها أو الدقة المتبعة في صنعه أو غير ذلك من ميزات و خصائص لتلك البضائع ".

والغرض من العلامة الجماعية هو ضمان حسن إنتاج السلع التي تحمل العلامة أو للدلالة على أصلها أو إنتاجها، ولا يسمح إلا لأعضاء الاتحاد أو المنظمة أو النقابة التي تملك العلامة الجماعية بوضع هذه العلامة على منتجاتهم أو خدماتهم بشكل منفصل عن العلامات الشخصية الخاصة بكل منهم<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص 99 .

المطلب الثاني : الشروط القانونية لإيداع العلامة التجارية

لا بد من تسجيل العلامة التجارية إذ أن لمالكها مزايا لا يتمتع بها ما لم يسجل علامته فالعلامة المسجلة محمية، بمعنى أن لمالكها الحق أن يطلب معاقبة المتعدي عليها، فضلا عن إلزامه بدفع تعويض مقابل الأضرار الناتجة عن تقليد العلامة، ويضاف إلى ما سبق أن تسجيل العلامة التجارية يعتبر دليل على أن مالكها يستعملها منذ تاريخ تسجيلها، وتتم عملية التسجيل كما يلي:

- لتسجيل العلامة يجب على طالب التسجيل أن يكون له مشروع اقتصادي.
- تقديم طلب إلى السلطات المختصة بخطاب مسجل بعلم الوصول.
- إرفاق الطلب بالعلامة بالإضافة إلى تحديد البضائع والمنتجات التي سيتم وضع العلامة عليها.
- وإن كان من خارج الدولة يتوجب عليه تعيين وكيل جزائري لتقديم الطلب. بعد تقديم الطلب ويتم تحديد يوم وساعة إيداع المستندات ويتم نشر العلامة المودعة من طرف الإدارة المختصة بالتسجيل.
- لحماية الناتجة عن تسجيل العلامة تقدر بـ 10 سنوات بدون تجديد ولمالك العلامة الحق وحده في إيداع طلب تسجيل العلامة مرة أخرى خلال ستة أشهر من انتهاء حمايتها ويعتبر تاركا للعلامة بعد انقضاء هذه الستة أشهر، وله الحق في تكرار التسجيل إلى ما لا نهاية<sup>1</sup>.
- وينشأ من إيداع الطلب لدى السلطات المختصة حق ملكية العلامة ويشترط لإنشاء هذا الأثر أن تستعمل خلال العام الذي يلي تسجيلها.

<sup>1</sup> - صلاح زين الدين المدخل إلى الملكية الصناعية والتجارية، العلامات التجارية، البيانات التجارية، الطبعة الأولى، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ، 2000، ص217

لتسجيل العلامة التجارية لابد من توافر شروط معينة موضوعية و أخرى شكلية حتى تكتسب العلامة التجارية.

### الفرع الأول : الشروط الموضوعية للعلامة التجارية

أولاً: أن تكون مميزاً:

يجب أن تكون العلامات التجارية التي يمكن تسجيلها مؤلفة من حروف أو رسوم أو أرقام أو صور والأشكال التي لها صفة مميزة أي قدرة علي تمييز بضائع صاحبها عن بضائع غيره من الناس بمعني آخر إن تكون لها صفة ذاتية تميزها عن غيرها و إلا تكون مشابهة أو مطابقة لغيرها<sup>1</sup> .

و عليه فإن العلامة المجردة من أي صفة لا تعد علامة صحيحة فالعلامات التي تركز على شكل شائع أو علي بيانات مستعملة بصورة عادية لبيان مميزات المنتج كالصفة والكمية أو المكان الجغرافي و كذلك التسميات المكونة أساساً من شكل السلع أو غلافها الذي تفرضه طبيعة المنتج أو وظيفته<sup>2</sup> و من ثمة لا تقبل كعلامة تجارية العلامات الوصفية التي تتكون من بيانات أو إشارات تدل علي جودة المنتجات أو تفوقها مثل حليب ممتاز و جيد و لكن إذا اتحدت هذه التسميات اللازمة أو النوعية أو العادية شكلاً مميزاً كان تكتب بطريقة خاصة أو شكل هندسي مميز فتصبح عندئذ علامة قابلة للحماية القانونية فصفة التمييز شرط أساسي للحماية القانونية لهذا استبعد المشرع استعمال الموز المشابهة أو المطابقة التي تحدث لبساً أو تمس بحقوق سابقة كما تستبعد العلامة خاصة في حالة و جود علامة سابقة مسجلة أو مشهورة أو اسم تجاري أو شعار معروف في الجزائر كما تستبعد الرموز التي هي بمثابة ترجمة لعلامة أو اسم تجاري.

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

<sup>2</sup> - المادة 7 فقرة 03 من الأمر 03-06، المرجع السابق.

## ثانيا: أن تكون جديدة

يسبق استعمالها أو تسجيلها من قبل ،لذلك منع المشرع الجزائري استعمال الرموز المشابهة التي تحدث لبسا أو تمس حقوق سابقة يترتب علي ذلك انه تستبعد العلامة خاصة في حالة وجود علامة سابقة مسجلة أو مشهورة أو اسم تجاري أو شعار معروف على كافة التراب الجزائري ،كما تستبعد الرموز التي هي بمثابة ترجمة العلامة أو اسم تجاري<sup>1</sup> و يقصد بالجددة أن تكون جديدة التطبيق علي ذات المنتجات، و الجدة التي يعتد بها في هذا المجال هي الجدة النسبية من النواحي التالية من حيث نوع المنتجات، من حيث الزمان ومن حيث المكان.

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

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

**3 - من حيث المكان :** استعمال العلامة التجارية لا يقتصر علي منطقة أو جزء من الدولة المسجل بها العلامة أما يشمل الدولة بكامل إقليمها و بالتالي لا يستطيع التاجر المنافسواستعمال ذات العلامة في جزء آخر من الإقليم ، بينما استعمال العلامة في الإقليم الأجنبي لا يفقد عنصر الجدة في العلامة التجارية عند استعمالها في الإقليم الوطني إلا إذا كانت هذه العلامة مسجلة في الجزائر حيث أن الحماية لا تمتد إليها وفقا للتشريع الجزائري إلا إذا تم تسجيلها داخل الجزائر.

<sup>1</sup> - صالح فرحة زراوي، الكامل في القانون التجاري الجزائري، المحل التجاري والحقوق الفكرية، القسم الثاني، ابن خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006، ص 209.



### ثالثا: أن تكون مشروعة

يقصد بمشروعية العلامة التجارية ألا يحضر استعمالها بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها أو العلامات المخالفة للنظام العام أو الآداب العامة و قد اعتبر قانون العلامات الجزائري في المادة السابعة الفقرة الخامسة و الرابعة من الأمر 03 / 06 المؤرخ في 19 جويلية 2003 من قبيل العلامات الغير مشروعة ما يلي: "كل تغيير أو رسم أو جزء منها مخلا أو مخالف للآداب العامة .

- الشعارات العامة و الإعلام و غيرها من الرموز الخاصة بالدولة و كذلك أي تقليد للشعارات.

- العلامات والدمغات الرسمية وأعلام الشرف وكذلك الصليب الأحمر أو الهلال الأحمر و الدمغات الرسمية التي تستخدم للرقابة و الضمان من طرف دولة أو منظمة مشتركة بين الحكومات... الأسماء الجغرافية إذا كان استعمالها من شأنه أن يحدث لبسا أيا كان فيما يتعلق بمصدر المنتجات أو أصلها"<sup>1</sup>.

العلامة التي من شأنها أن تظلل الجمهور أو التي تتضمن بيانات كاذبة عن مصدر المنتجات و كذلك العلامات التي تحتوي علي بيان اسم تجاري وهمي أو مقلد أو مخل بالحياء ، و عليه تكون العلامة التجارية غير مشروعة إذا ما خالفت أي نص قانوني أمر سواء ورد النص في قانون العلامات مما تقدم الشروط اللازم توافرها في العلامة التجارية هي أن تكون مميزة و جديدة و مشروعة فا إذا لم تتوفر احدي هذه الشروط فإنها لا تعتبر علامة تجارية وفقا للقانون وتعتبر باطلة . سواء تم تسجيلها أو لم يتم ويجوز للمصلحة المختصة أو للغير إبطالها

<sup>1</sup> - المادة 7 من الأمر 03-06، المرجع السابق.

الفرع الثاني : الشروط الشكلية للعلامة التجارية

أولا : الإيداع:

يتمثل في عملية تسليم الملف إلى المصلحة المختصة بالتسجيل ،من طرف صاحب العلامة أو من يمثله سواء كان شخص معنوي أو طبيعي ،جزائري أو أجنبي ،مقيم في الجزائر أو في الخارج ،إلا انه إذا كان طالب العلامة يقيم في الخارج لابد من وكيل يمثله أمام المصلحة المختصة عليها مع العلم بالوصول أو أية ويوجه الطلب بواسطة رسالة موصي عليها مع العلم بالوصول أو أية وسيلة تثبت الاستلام و يتضمن طلب تسجيل العلامة ما يلي: طلب تسجيل يقدم في استمارة خاصة يتضمن اسم المودع و عنوانه الكامل.

- صورة من العلامة لا تتجاوز مقياسها الإطار المحدد في الاستمارة.

- قائمة للسلع و الخدمات المراد تسجيل العلامة من اجلها.

- وصل يثبت دفع الرسوم في حالة تمثيل المودع من قبل وكيل يجب إن يرفق طلب التسجيل بنسخة من الوكالة<sup>1</sup> عند تقديم طلب الإيداع أمام المصلحة المختصة يتم فحصه من الناحية الشكلية أي مستوفي للشروط الشكلية.

وعند عدم استقاء الإيداع لهذه الشروط تطلب المصلحة المختصة من صاحب الإيداع تسوية طلبه في اجل شهرين أو رفض طلبه ،أما في حالة قبول الطلب من الناحية الشكلية تنتقل المصلحة المختصة إلي فحص الإيداع من الناحية الموضوعية حول مدي تطابق العلامة مع القانون و أنها غير مستثنية من التسجيل للأسباب المنصوص عليها في المادة 7 من الأمر 06/03 المؤرخ في 2003/07/19 أي فحص مدي توافر الشروط الموضوعية للعلامة التجارية فإذا تبين للمصلحة المختصة عدم توافر احد الشروط الموضوعية فإنها ترفض الطلب و تبلغ هذا الرفض للمعني بالأمر تطلب منه تقديم ملاحظاته في اجل شهرين ابتداء من تاريخ

<sup>1</sup> - المرسوم التنفيذي رقم 08/346، المؤرخ في 26 شوال 1429 هـ الموافق لـ 2008/10/27 يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 05-277، المؤرخ في 26 جمادى الثانية 1429 هـ، الموافق لـ 2005/08/02 الذي يحدد كيفية تحديد العلامات و تسجيلها.

التبليغ و يمكن تمديد هذا الأجل عند الضرورة لنفس المدة بناءا علي طلب معل من صاحب المصلحة، ولكن لا يعتبر رفض المصلحة المختصة قرار نهائي إلا بعد سماع المعني و إبداء ملاحظاته، أما إذا أصدرت الإدارة علي الرفض و أصدرت قرار نهائي بالرفض فإنه يحق للمعني بالأمر إن يطعن في قرارها أمام القضاء الإداري.

### ثانيا: التسجيل

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

كما يمكن تجديد تسجيل العلامة التجارية علي اعتبار أن المشرع الجزائري حدد ملكية حقوق العلامة التجارية بعشرة سنوات من تاريخ إيداع الطلب، الا انه أجاز تجديد تسجيل العلامة التجارية من حين إلي آخر كلما انتهت مدة الحماية و ذلك في مهلة ستة أشهر التي تلي انقضاء التسجيل و يرفق طلب التجديد بكل الوسائل التي تثبت بان العلامة استعملت استعمالا جديا خلال السنة التي سبقت انقضاء التسجيل مع مراعاة أحكام المادة 11 من الأمر 06/03 المؤرخ في 19/07/2003. و لذلك يمكن لصاحب العلامة الاحتفاظ بعلامته لمدد أخرى متلاحقة قد تصل إلى ما لا نهاية إذا ما رغب في ذلك و لا يمكن تجديد العلامة التجارية إلا إذا توافرت الشروط التالية:

- ألا يتضمن طلب التجديد تغيير جذري في نموذج العلامة أو إضافة في قائمة السلع أو الخدمات<sup>1</sup>.

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

<sup>1</sup> - المادة 11 من الأمر 06-03

- تقديم إثبات بان العلامة استعملت خلال السنة التي تسبق انقضاء التسجيل .

يترتب علي تسجيل العلامة التجارية انه يخول لصاحبها حق ملكيتها علي السلع و الخدمات التي يعينها لها وله حق التنازل عنها و منح رخص باستغلالها و منع الغير من استغلال علامته تجاريا دون ترخيص مسبق منه علي سلع و خدمات مماثلة لتلك التي سجلت العلامة من اجلها .

### ثالثا: النشر

توجد علي مستوي المعهد الوطني للملكية الصناعية النشرة الرسمية للعلامات تدون فيه كل ما يتعلق بالعلامات من تسجيلات أو تجديدات للعلامة كما تسجل كل إلغاء أو إبطال للعلامة التجارية فهو يعد بذلك بمثابة شهر إبداع العلامة في النشرة الرسمية للإعلانات من اجل إعلام الجمهور عن العلامات المسجلة<sup>1</sup> و لكي يتسنى له تقديم الاعتراض علي طلب التسجيل أمام المصلحة المختصة، إلا أن النشر لا ينشئ حقا و إنما هو مجرد وسيلة لإثبات حق موجود من قبل عن طريق الإيداع السابق ومن ثمة فتاريخ الاعتراض علي العلامة التجارية من تاريخ التسجيل وليس من تاريخ النشر أما عن تاريخ تسجيل و إبداع العلامات الدولية في الجزائر فإنها تخضع لنفس الشروط الموضوعية والشكلية اللازم توافرها في العلامة الوطنية مع وجود شرط هو أن يكون مقدم طلب التسجيل من رعايا احدي الدول المرتبطة باتفاقية دولية تمنح الحماية المتبادلة للعلامة التجارية المسجلة.

<sup>1</sup> - المرسوم التنفيذي 05-277، المؤرخ في 02/08/2005 المتعلق بالعلامات التجارية، الجريدة الرسمية ، رقم 54. المادتين 29 و30. المادة 13 من المرسوم التنفيذي 05-277.

## المبحث الثاني : تسجيل في العلامة التجارية

تمنح ملكية العلامة لمن كانت له الأسبقية في إيداعها وليس في استعمالها، اكتساب ملكية العلامة ويسمح لصاحبها أن يتمتع بعدة حقوق كالتنازل عنها أو الترخيص باستخدامها مما يسمح بنقل ملكيتها كلياً أو جزئياً للمالك الجديد.

وعليه، يتعين دراسة هذا المبحث في مطلبين ، حيث نتطرق ملكية العلامة التجارية في المطلب الأول، و الحماية القانونية للعلامة التجارية في المطلب الثاني.

### المطلب الأول: ملكية العلامة التجارية

وقد نصت المادة 4 من الأمر 06\_03 المتعلق بالعلامات صراحة على أنه<sup>1</sup>: "لا يمكن استعمال أي علامة لسلع أو خدمات عبر الإقليم الوطني إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها عند المصلحة المختصة"، فالحق في اكتساب ملكية العلامة إذن شأنه شأن باقي الحقوق يستلزم توفر شروط .

وعليه؛ فإنه يتعين تقسيم هذا المطلب إلى فرعين، حيث نتطرق إكتساب الحق الملكية العلامة التجارية في الفرع الأول، و انقضاء الحق في العلامة التجارية في الفرع الثاني.

### الفرع الأول : اكتساب الحق في ملكية العلامة

#### أولاً : الشروط الموضوعية الواجب توفرها في العلامة

تتعلق هذه الشروط بالشكل الخارجي الذي يختاره مودع العلامة فيجب أن تكون الشارة مميزة وجديدة ومشروعة.

<sup>1</sup> - أمر رقم 06/03 مؤرخ في 19 يوليو 2003، يتعلق بالعلامات ، ج ر ج ج ، العدد 44 مؤرخ في 2003-

أ - الصفة المميزة للعلامة

الوظيفة الأساسية للعلامة هي تمييز السلع أو المنتجات أو الخدمات عن غيرها، من السلع والمنتجات والخدمات المشابهة، لذا أورد المشرع هذا الشرط صراحة في المادة 2 . من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات: "كل الرموز .... الأشكال المميزة للسلع ..... التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات....."

وكي تكون العلامة كذلك يجب أن لا تكون شائعة، ويقدر شيوع العلامة من عدمه عند إيداعها فلا تقبل العلامة العادية أو النوعية أو الضرورية التي لا تتضمن سوى التسمية المعتادة للسلعة فهذه التسمية لا يمكن احتكارها من فرد واحد، لأنها كلمة عادية يحق لأي كان استعمالها، وتعد كذلك علامة غير قابلة للحماية القانونية العلامة الوصفية التي تتكون من إشارات أو بيانات مستعملة في التجارة للدلالة على صفات المنتجات أو مصدرها أو تاريخ إنتاجها، وكافة التسميات التي يمكن أن تستعمل لبيان مميزات المنتج أو الخدمة كالصفة، الكمية، بلد المصدر، النوع<sup>1</sup>، كما يحظر تسجيل تسمية كعلامة إذا كانت تمس حقوق سابقة سواء علامة مسجلة أو مشهورة<sup>2</sup>.

ب - جدة العلامة

يقصد بهذا الشرط أن لا تكون العلامة قد سبق استعمالها أو تسجيلها من طرف تاجر أو مقدم خدمة أو منتج منافس لتمييز سلع أو منتجات أو خدمات مماثلة أو مشابهة، لذلك لا ينتفي شرط الجدة إذا كان قد سبق استخدام العلامة لتمييز بضائع أو خدمات أو سلع من نوع مختلف<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - منير محمد الجنيبي، العلامات والأسماء التجارية، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، 2000، ص20.

<sup>2</sup> - فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، حقوق الملكية الصناعية والتجارية، حقوق الملكية الفنية والأدبية، ابن خلدون للنشر والتوزيع 2001، ص 225.

<sup>3</sup> - حمد الله محمد حمد الله الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار النهضة العربية، القاهرة، 1997، ص 85.

إلى جانب ذلك فإن جودة العلامة نسبية من حيث الزمان، مما يعني أنه يجوز لشخص أن يسجل علامة كانت مملوكة للغير ثم وقعت في الملك العام، بسبب عدم تجديد إيداعها أو التخلي عنها أو لأي سبب آخر من أسباب الانقضاء.

إضافة إلى ذلك فإن جودة العلامة نسبية من حيث المكان، مما يعني أن العلامة التي تحض بالحماية على التراب الوطني هي العلامة المسجلة لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية<sup>1</sup> مع مراعاة الأحكام الواردة في الاتفاقيات الدولية التي وقعت عليها الجزائر<sup>2</sup>، خاصة ما جاءت به اتفاق مدريد وبروتوكول اتفاق مدريد<sup>3</sup> ومبادئ اتفاقية باريس<sup>4</sup>، التي تكفل لرعايا الدول المتعاقدة حماية علاماتهم في كل دولة من دول الاتحاد، وكذا العلامات المشهورة وفقا للفقرة 8 المادة 7 من الأمر 03\_06 المتعلق بالعلامات.

وهكذا فإن شرط الجودة المطلوب في العلامة نسبي مقيد بثلاث اعتبارات، ترجع إلى نوع المنتجات ومكان وزمان تصريف البضاعة أو السلعة أو الخدمة.

### ج - مشروعية العلامة

حتى تحض العلامة بحماية قانونية يجب أن يختار التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة تسميات أو رموز لا تمس بالدين والحياء، أي غير مخالفة للنظام العام والآداب العامة في

<sup>1</sup> - مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري لمزيد من التفصيل راجع المرسوم التنفيذي رقم 98\_68 مؤرخ في فبراير 1998 يتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويحدد قانونه الأساسي، ج ر ج ج، ع 37 صادر في 21 فبراير 1998.

<sup>2</sup> - أمر رقم 72\_10 مؤرخ في 22 مارس 1972 المتضمن الانضمام إلى بعض الاتفاقيات من بينها اتفاقية مدريد المتعلقة بالتسجيل الدولي للعلامات، ج ر ج ج، عدد 32، صادر في 21 أبريل 1972.

<sup>3</sup> - مرسوم رئاسي رقم 13\_420 ماضي في 15 ديسمبر 2013، ج ر ج ج، عدد 21 مؤرخ في 26 أبريل 2015، يتضمن انضمام الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية إلى بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، المعتمد بمدريد " 27 يونيو 1989.

<sup>4</sup> - أمر رقم 66\_48 مؤرخ في 25 فبراير 1966، يتضمن انضمام الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية إلى اتفاقية باريس المؤرخة في 20 مارس 1883 المتعلقة بحماية الملكية الصناعية، ج ر ج ج، ع 16 المؤرخ في 25\_2\_66.

الإقليم الوطني، نظرا لكونه فكرة مطاطة يختلف تحديده من مكان إلى آخر ومن زمن إلى آخر، وتقديره يخضع للسلطة التقديرية لقاضي الموضوع.

وقد تضمنت معظم التشريعات المقارنة ومن بينها الأمر 06\_03 المتعلق بالعلامات تعداد للشارات التي لا يمكن اتخاذها كعلامة أو جزء من علامة كتلك التي تحمل من بين عناصرها نقلا أو تقليدا لشعارات رسمية أو أعلام أو رمز أو إشارة أو دمغة رسمية تستخدم للرقابة والضمان من طرف الدولة وغيرها.

### ثانيا: الاجراءات الواجب اتباعها للحصول على ملكية العلامة

إن الشكليات الواجب استكمالها من طرف الشخص الذي يرغب في تسجيل علامة لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، ليصبح مالكا لها، والتي نظمها المشرع في الأمر 06\_03 والمرسوم التنفيذي رقم 277\_05، الذي يحدد شكليات إيداع العلامة وتسجيلها، ويمكن تلخيصها في إجرائين<sup>1</sup>:

#### أ - إيداع الملف وفحصه

يحق لكل شخص طبيعي أو معنوي تقديم طلب لتسجيل علامة ويكون الطلب مرفقا بالوثائق المنصوص عليها في المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 277\_05 المعدل والمتمم. يتم إيداع الطلب من قبل صاحبه مباشرة أو بواسطة وكيل عنه وإذا كان المودع مقيما في الخارج يجب أن يعين نائبا جزائريا مقيما في الجزائر يتكفل بإجراء الإيداع<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - مرسوم تنفيذي رقم 277\_05 مؤرخ في 2 أوت سنة 2005، يحدد كليات إيداع العلامات وتسجيلها ج ر ج ج ، ع 50 المؤرخ في 7 أوت 2005، معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 346\_08 المؤرخ في 26 أكتوبر سنة 2008 ، ج ر ج ج ، ع 63 المؤرخ في 16 نوفمبر 2008.

<sup>2</sup> - قرار وزاري مؤرخ في 12 ماي 2009 ، يحدد كيفية منح الاعتماد للوكلاء في مجال الملكية الصناعية ، ج ر ج ج ، ع 11 المؤرخ في 24 يونيو 2009.



تقوم المصلحة المختصة بالمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بفحص الملف للنظر ما إذا كان مستوفيا للشكليات المحددة في المادة 4 إلى 7 من المرسوم 277\_05 المعدل والمتمم.

وإذا كان الملف ناقصا تطلب المصلحة من المودع تسوية طلبه في أجل شهرين مع إمكانية تمديد هذه المدة بنفس المهلة إذا قدم المعني طلبا بذلك وكان طلبه معللا كما تنظر نفس المصلحة في مدى مطابقة العلامة للقانون<sup>1</sup>.

#### ب - تسجيل العلامة ونشرها

بعد إنهاء الفحص الموضوعي والشكلي للعلامة من قبل السلطة المختصة، يصدر مدير المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية قرارا إما برفض الطلب، أو قبوله لمطابقة العلامة للقانون، فتقيد العلامة المقبولة في سجل خاص ويثبت إيداعها<sup>2</sup>.

ويحصل كل من صاحب التسجيل أو وكيله على شهادة التسجيل، والتي تعد سند ملكية له وتمنحه حق الاستئثار بها والتمتع بالحماية القانونية.

فالتسجيل كقاعدة عامة يعد السبب المنشئ لملكية العلامة، ويبقى مالكا محتفظا بهذا الحق لمدة غير متناهية بشرط تجديده ودفع الرسوم المطلوبة، ولا ينقضي هذا الحق إلا إذا لم يتم المالك بالتجديد أو توفرت أحد أسباب الانقضاء التي سنتطرق إليها في المبحث الموالي.

#### الفرع الثاني: انقضاء الحق في ملكية العلامة

##### أولاً: انقضاء الحق في ملكية العلامة بناء على إرادة مالكا

الحق في العلامة شأنه شأن الحقوق الأخرى ينقضي لأسباب مرتبطة بمالكا سواء لعدم تجديد الإيداع أو التخلي.

<sup>1</sup> - المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 277-05 المعدل والمتمم.

<sup>2</sup> - سجل العلامات، هو سجل تدون فيه جميع العلامات وأسماء مالكيها وعناوينهم وماطرا عليها من تحويل أو تنازل أو نقل ملكية أو ترخيص من مالكا إلى غيره، أو رهن أو حجز أو أي قيد على استعمالها .

أ - عدم التجديد الترك

طبقاً لنص المادة 5 الأمر 06\_03 المتعلق بالعلامات، فإن العلامة المسجلة تكتسب حماية قانونية لمدة عشر سنوات تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ إيداع الطلب، فالمشرع سمح لصاحب العلامة أن تحض علامته بالحماية طالما يستغلها ويرغب في التمسك بها.

فالعلامة تبقى محفوظة لصاحبها وحتى لو ورثته بعد وفاته، خاصة أن العلامة تزداد شهرتها وقيمتها بمرور الزمن، أكثر من ذلك فالمشرع يحمي العلامة حتى في حالة عدم إتمام إجراءات التجديد في الوقت المحدد، حيث نص بوضوح على أنه يحق لمالك العلامة أن يقدم طلب التجديد إما في مهلة الستة أشهر التي تسبق انقضاء التسجيل أو في مهلة ستة أشهر التي تلي انقضاء التسجيل<sup>1</sup>.

ونشير أنه في حالة تجديد تسجيل العلامة لا يجوز التعديل في نموذجها أو إضافة في قائمة السلع أو الخدمات، هنا يجب ايدعها جديداً<sup>2</sup> وهكذا فإن صاحب العلامة لا يفقد حقوقه نهائياً إلا إذا لم يتم بالتجديد بعد انقضاء هذه المهلة، فتسقط الحقوق المترتبة على احتكار استغلالها أو حق التصرف فيها، ويحق لأي كان تقديم طلب لتسجيلها وامتلاكها.

ب - التخلي عن العلامة أو العدول

يجوز لصاحب العلامة أن يتخلى عن العلامة المسجلة بالنسبة لكل المنتوجات التي تنطبق عليها أو جزء منها<sup>3</sup>.

ويلتزم في هذه الحالة اتباع الاجراءات القانونية المنصوص عليها<sup>4</sup>، فيجب أن يقدم مالك العلامة طلب العدول إلى المصلحة المختصة وفي حالة ما إذا قدم طلب العدول من قبل

<sup>1</sup> - المادة 18 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المعدل والمتمم.

<sup>2</sup> - المادة 20 من المرسوم التنفيذي رقم 05\_277 المعدل والمتمم .

<sup>3</sup> - المادة 19 من الأمر 06\_03 المتعلق بالعلامات .

<sup>4</sup> - المادة 25 من المرسوم التنفيذي رقم 1\_05\_277 المعدل والمتمم .

وكيل يرفق الطلب بوكالة خاصة مؤرخة وممضاة، تتضمن اسم الوكيل وعنوانه ويقيد العدول في سجل العلامات ولا يكون نافذا في حق الغير إلا بعد تسجيله .

وإذا كانت العلامة محل ترخيص فلا يجوز قبول العدول من قبل المصلحة المختصة إلا بناء على تصريح ينص على موافقة المستفيد من الرخصة المسجلة على هذا العدول.

كما يتم نشره في نشرة الإعلانات الخاصة وذلك قصد اعلام الجمهور بأن العلامة سقطت الدومين العام، يجوز لكل من يرغب في ملكيتها التقدم لتسجيلها لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية دون حاجة إلى موافقة من مالكيها الأول .

هذا وقد تنتضي ملكية العلامة بتركها، سواء كان الترك صريحا أو ضمنيا ، ويكون ذلك في حالة ما إذا سجل شخص علامة ولم يعترض على استعمالها من قبل منافس له، وكذلك في حالة عدم الدفاع عن حقوقه في حالة تقليدها ، وهناك من يرى أن الترك لا يعد تخليا عن الحقوق بل سماحا باستخدامها، وتبعا لهذا التصرف تؤول العلامة إلى الملك العام ويجوز لكل مصلحة استعمالها.

وهناك من يرى أن هذا الرأي صائبا في شقه الأول المتعلق بالسماح للأخرين باستعمال العلامة دون الشق الثاني المتعلق بالملك العام فسمح مالك العلامة للغير باستعمالها لا يمنح للغير أي حق قانوني عليها باعتبارها مسجلة باسم صاحبها ويبقى له حق ملكية عليها والدفاع عنها في أي وقت يراه مناسبا<sup>1</sup>.

ونحن نؤيد هذا الرأي، فطرق انقضاء العلامة أوردتها المشرع الجزائري بالتفصيل في قانون العلامات ولا يجوز التوسع فيها حفاظا على مصلحة المالك الذي سجلها باسمه

<sup>1</sup> - سعد لقيب ، "انقضاء الحق في العلامة التجارية" مجلة الدراسات والبحوث القانونية، جامعة مسيلة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، مجلد 1، عدد 1، ص ص 214\_199 .

ثانياً: انقضاء الحق في ملكية العلامة بناءً على أسباب خارجة عن إرادة صاحبها

أورد المشرع الجزائري أسباب انقضاء الحق في العلامة في المواد 20 و 21 من الأمر 06\_03 المتعلق بالعلامات وهما:

#### أ - إبطال تسجيل العلامة (بطلان الإيداع)

إبطال تسجيل علامة لا يكون إلا بموجب حكم قضائي صادر من الجهة المختصة نوعياً وإقليمياً للنظر في هذه الدعوى وهي محكمة مقر المجلس للقسم التجاري، التي تتواجد في دائرة اختصاصها مركز الشركة أو مسكن صاحب العلامة أو وكيله.

وترفع الدعوى من المصلحة المختصة وهي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية أو من أي شخص له مصلحة، كأن يكون مالك العلامة المسجلة سابقاً على العلامة المراد إبطالها أو يكون حائزاً على ترخيص باستخدامها أو تحدث لبساً بينه وبين علامته.

كما قد يكون سبب الإبطال تخلف شرط من الشروط الموضوعية أو الشكلية المطلوبة للتسجيل والرموز المخالفة للنظام العام والآداب العامة وكذا الرموز التي تحمل من بين عناصرها نقلاً أو تقليداً لشعارات رسمية، وغيرها من الأسباب المنصوص عليها في المادة 7 من الفقرة 1 إلى الفقرة 9 من الأمر 06\_03 المتعلق بالعلامات.<sup>1</sup>

وعند صدور حكم الإبطال ويصبح نهائياً يقيد في سجل العلامات ويتم بذلك إبطال العلامة بأثر رجعي من تاريخ الإيداع.

غير أن دعوى الإبطال مرتبطة بشرط التقادم المقدر بخمس سنوات ابتداءً من تاريخ تسجيل العلامة محل الإبطال ويستثنى من هذا الإجراء طلب التسجيل الذي كان بسوء نية

<sup>1</sup> - المادة 7 من الفقرة 1 إلى الفقرة 9 من الأمر 06\_03 المتعلق بالعلامات.

وبمفهوم المخالفة يستفيد من التقادم صاحب العلامة المسجلة بحسن نية رغم توفر حالة من حالات إبطالها على عكس صاحب العلامة المسجلة بسوء نية لا تكون له هذه الميزة<sup>1</sup>.

#### ب - إلغاء العلامة المسجلة

دعوى إلغاء العلامة شأنها شأن دعوى الإبطال، يتم تحريكها من طرف السلطة المختصة أو من الغير الذي لديه مصلحة ، لكن تختلف عنها في كونها تنصب على الحق في العلامة الذي نشأ صحيحاً ثم تطراً عليه سبب من أسباب الإلغاء الواردة على سبيل الحصر في المادة 21 ، فقرة 1 و 2 من الأمر 03\_06، ونلخصها كما يلي:

1 - الإلغاء بسبب توفر سبب من الأسباب المذكورة في المادة السابعة الفقرات 3 و 5 و 6 و 7 ونلخصها فيما يلي:

- تتعلق الفقرة 3 من المادة 7 بالرموز التي تمثل شكل السلع أو غلافها إذا كانت الطبيعة أو وظيفة السلع أو التغليف تفرضها.

- الفقرة 5، يتعلق الأمر، بالرموز التي تحمل من بين عناصرها نقلاً أو تقليداً لشعارات رسمية أو أعلام أو شعارات أخرى أو اسم مختصر أو رمز أو إشارة أو دمغة رسمية تستخدم للرقابة والضمان من طرف دولة أو منظمة مشتركة بين الحكومات أنشأت بموجب اتفاقية دولية إلا إذا رخصت لها السلطة المختصة لهذه الدولة أو المنظمة بذلك.

- الفقرة 6، تخص الرموز التي يمكن أن تضلل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يخص طبيعة أو جودة أو مصدر السلع أو الخدمات والخصائص الأخرى المتصلة بها.

<sup>1</sup> - عجة جيلالي، العلامة التجارية خصائصها وحمايتها ، دراسة مقارنة لتشريعات الجزائر، تونس، المغرب، مصر، الأردن، والتشريع الفرنسي، الأمريكي والاتفاقيات الدولية موسوعة حقوق الملكية الفكرية منشورات زين الحقوقية، بيروت، 2015، ص

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

## 2 - الإلغاء وفقا استنادا على نص المادة 11 من الأمر 03\_06

ممارسة الحق المخول عن تسجيل العلامة مرتبط بالاستعمال الجدي للعلامة على السلع أو توبييها أو على صلة الخدمات المعرفة بالعلامة وفي حالة عدم استعمالها تلغى وحصرت المادة 25 هذا الحق للغير فقط دون مع المصلحة المختصة أي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية.

إلى جانب إلغاء العلامة الفردية نظم المشرع الجزائري في المادة 25 إلغاء العلامة الجماعية، بناء على طلب تقدمه المصلحة المختصة أو الغير الذي له مصلحة في الحالات الآتية<sup>1</sup>:

1 - عند زوال الشخص المعنوي صاحب العلامة.

2- عندما يستعمل مالك العلامة الجماعية أو يسمح أو يفوض باستعمال هذه العلامة بشروط أخرى غير تلك المحددة في نظام الاستعمال.

3- عندما يستعمل مالك العلامة الجماعية أو أو يجيز استعمال هذه العلامة استعمالا يسمح من شأنه تضليل الجمهور حول أي خاصية مشتركة للسلع أو الخدمات التي سجلت العلامة بشأنها.

ويسري الحكم القضائي القاضي ببطلان العلامة بأثر رجعي من تاريخ إيداع طلب التسجيل في حين يسري مفعول الحكم القضائي القاضي بإلغاء العلامة من يوم النطق به.

<sup>1</sup> - عجة جيلالي ، المرجع السابق ، ص 133.

كما أن المشرع لم ينص على مدة تقادم دعوى الإلغاء على خلاف دعوى إبطال العلامة.

### المطلب الثاني: الحماية القانونية للعلامة التجارية والصناعية

في هذا المطلب سنعالج الحماية المقررة للعلامة التجارية والصناعية في ظل التشريع الجزائري من ناحية، ومن ناحية أخرى ندرس الحماية المقررة على المستوى الدولي.

وعليه؛ فإنه يتعين تقسيم هذا المطلب إلى فرعين، حيث نتطرق الحماية القانونية الوطنية للعلامة التجارية في الفرع الأول، و الحماية القانونية الدولية للعلامة التجارية في الفرع الثاني.

### الفرع الأول: الحماية القانونية الوطنية للعلامة التجارية

سندرس في هذا المطلب الحماية المدنية للعلامة التجارية والصناعية من جهة، ومن جهة أخرى نبين الحماية الجنائية للعلامة التجارية والصناعية في النحو التالي.

### أولاً: الحماية المدنية " دعوى المنافسة غير المشروعة

نظراً لعدم توافر قواعد خاصة تنظم المسؤولية عن أعمال المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية والتجارية فإن دعوى المنافسة غير المشروعة تؤسس على القواعد العامة في المسؤولية التقصيرية<sup>1</sup>. فالمشرع الجزائري لم ينظم بأحكام خاصة دعوى المنافسة غير المشروعة. وتقوم هذه الدعوى على العناصر التالية.

### 1 - الخطأ

يعتبر الخطأ من أدق عناصر المنافسة غير المشروعة وأكثرها أهمية، وتفسير ذلك أنه في العلامات التجارية المبدأ السائد هو لمنافسة باعتبارها حقاً لكل تاجر<sup>2</sup>. والرأي الراجح في الفقه يرى ضرورة الإعتدال على الأعراف التجارية والعادات لتحديد ما إذا كان الفعل يعد منافسة غير مشروعة.

<sup>1</sup> - زينة الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، ط01، دار الجامعة للنشر، عمان، 2002، ص 140

<sup>2</sup> - علي البارودي، القانون التجاري اللبناني، ج 01، م طبعة عيتاني الجديدة، بيروت، 1989، ص522

وفي ضوء ذلك فكل ما لا يتفق مع قواعد الأمانة يعد خطأ موجبا للمسؤولية، ولا يشترط سوء نية الفاعل فالقضاء مستقر على ذلك<sup>1</sup>.

## 2 - الضرر

لا يمكن رفع دعوى المنافسة غير المشروعة إذا لم يصب المدعي عليه سواء كان هذا الضرر ماديا ينصب على حق من حقوق الذمة المالية، ومثال ذلك الخسارة المادية التي تصيب التاجر المنافس نتيجة تقليد علامته التجارية أو الصناعية. ويمكن أن يكون الضرر أدبي يصيب حقا من الحقوق غير المادية التي لا تعد من عناصر الذمة المالية، مثال ذلك أسمعة التجارة والشهرة التي تتمتع بها منتجاته أو خدماته<sup>2</sup>.

ويقع عبء إثبات الضرر على المدعي سواء كان ضررا ماديا أو كان ضررا أدبيا صغيرا أو كبيرا حالا أو مستقبلا.

## 3 - العلاقة السببية

لا بد من وجود العلاقة السببية بين أفعال المنافسة غير المشروعة والأضرار التي لحقت بالتاجر المنافس. فعلى المدعي أن يثبت أن الضرر كان بسبب فعل من الأفعال المخالفة للقانون فلا بد من التحقق من كونه السبب المباشر في إحداث الضرر أو احتمال وقوعه.

ويقصد بالرابطة السببية أن الضرر الحاصل كان نتيجة للخطأ، وإذا أراد المدعي عليه أن ينفي المسؤولية، فما عليه إلا أن يثبت أن الضرر وقع بفعل الغير أو بسبب أجنبي تطبيقا للقواعد العامة في المسؤولية التقصيرية<sup>3</sup>. ومما تجدر الإشارة إليه أن تقدير توافر علاقة السببية يعود إلى محكمة الموضوع.

<sup>1</sup> - علي حسن يونس، المحل التجاري، دار الفكر العربي القاهرة، 1974، ص136.

<sup>2</sup> - زينة الصفار، المرجع السابق، ص140.

<sup>3</sup> - احمد إبراهيم البسام، مبادئ القانون التجاري، مطبعة العاني، بغداد، بدون رقم طبعة، 1961، ص186.



#### رابعاً: التعويض عن الضرر

يقع على المدعى عليه في دعوى المنافسة غير المشروعة تعويض المدعي عن كافة الأضرار التي لحقت به. ويكون معيار تقدير الأضرار وفقاً للقواعد العامة في المسؤولية المدنية، أي الكسب الفائت والخسارة اللاحقة.

وكما تجدر الإشارة إليه أن محكمة الموضوع لها السلطة التقديرية في تقدير التعويض إستناداً إلى الأدلة المقدمة لها، وقد تستعين بأهل الخبرة لتقدير مقدار التعويض<sup>1</sup>.

كما تجدر الإشارة إلى أن التعويض في دعوى المنافسة غير المشروعة غالباً ما يكون مبلغاً نقدياً، حيث تأمر المحكمة بالتعويض عن كافة الأضرار المادية والمعنوية التي لحقت بالمدعي وقد يكون التعويض عينياً. وللمحكمة السلطة التقديرية في الحكم إما بالتعويض النقدي أو التعويض العيني.

#### ثانياً: الحماية الجنائية للعلامة التجارية والصناعية

جرم المشرع الجزائري بعض الأفعال التي تشكل إعتداءً على العلامة التجارية والصناعية وأول الأفعال المجرمة هو فعل تقليد العلامة حيث قرر المشرع<sup>2</sup> عقوبة الحبس من سنته 06 أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين وخمسة مائة ألف دينار إلى عشرة ملايين دينار أو بإحدى هاتين العقوبتين، هذا كعقوبة أصلية أما العقوبات التكميلية فقد قرر المشرع إمكانية الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة، كما يمكن مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي أستعملت في تقليد العلامة، وأخيراً يمكن الحكم بإتلاف الأشياء المستعملة في التقليد. وبالإضافة إلى ذلك عاقب المشرع الجزائري<sup>3</sup> بالحبس من شهر إلى سنة وبغرامة من خمسمائة ألف دينار إلى مليوني دينار أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من لم

<sup>1</sup> - محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، ط01، دار النهضة العربية، القاهرة، 1969، ص 231.

<sup>2</sup> - المادة 32 من الامر 06 2003.

<sup>3</sup> - المادة 33 من الامر 06-2003.

يضع علامة تجارية على سلعه أو خدماته أو الذين يبيعون أو يعرضون للبيع سلعة أو أكثر أو قدموا خدمات لا تحمل علامة.

كما يعاقب بنفس العقوبة الأشخاص الذين يضعون على سلعهم أو خدماتهم علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها.

وما يلاحظ على نهج المشرع أنه لم يشدد العقوبة وخاصة عقوبة الحبس بالقدر اللازم لردع كل من يعتدي على العلامات التجارية والصناعية، لذلك نرى ضرورة تعديل النصوص بتشديد عقوبة الحبس حماية للعلامة نظرا لدورها الهام في التجارة.

### الفرع الثاني: الحماية القانونية للعلامة على المستوى الدولي

سوف ندرس في هذا الفرع الحماية المقررة للعلامة التجارية والصناعية في ضوء إتفاقية باريس لسنة 1883 ، كما نبين الحماية المقررة في ضوء إتفاقية منظمو التجارة العالمية في فرعين على النحو التالي.

### أولاً: الحماية القانونية للعلامة في ضوء إتفاقية باريس لسنة 1883

كفلت إتفاقية باريس حماية معتبرة للعلامة التجارية والصناعية من خلال تكريسها لجملة من المبادئ وهي:

#### 1 - مبدأ المساواة

ويقصد بالمبدأ أن كل شخص تابع لإحدى دول إتحاد باريس<sup>1</sup> له أن يطلب من الدول الأخرى أن تطبق بشأنه إما القانون الوطني للدولة التي ينتمي إليها أو أحكام إتفاقية باريس بحيث تتمتع العلامة التجارية والصناعية بحماية دولية خارج حدود الدولة إلى جانب الحماية

<sup>1</sup> - المادة 02 من إتفاقية باريس لسنة 1883.

الوطنية التي يوفرها التشريع الوطني<sup>1</sup>. وبالإضافة إلى ذلك يجب ألا تقل المزايا التي يمنحها التشريع الوطني عن تلك التي تمنحها اتفاقية باريس.

## 2 - مبدأ استقلال العلامات

ومفاد هذا المبدأ أنه إذا تم تسجيل علامة تجارية طبقاً للنصوص القانونية في بلدها الأصلي<sup>2</sup>، ثم تم تسجيلها في دولة أخرى من دول إتحاد باريس فتعتبر كل من هذه العلامات الأصلية مستقلة عن بعضها البعض من حيث تاريخ تسجيلها، وتخضع لأحكام التشريع الداخلي في كل بلد سجلت فيه.

## 3 - مبدأ الأسبقية

ويعني هذا المبدأ أن كل من تقدم بطلب تسجيل علامة تجارية في إحدى دول إتحاد باريس<sup>3</sup> يتمتع فيما يختص بالتسجيل في الدول الأخرى بحق الأسبقية في خلال ستة شهور من تاريخ تقديم الطلب الأول. ولا يشترط تسجيل العلامة في دولة الأصل وإنما يقدم طلب التسجيل إلى إحدى دول إتحاد باريس حتى ولو لم تكن دولة الأصل.

ويتمتع طالب التسجيل بالحماية من تاريخ أول طلب يقدم لتسجيل العلامة في إحدى دول إتحاد باريس.

## 4 - مبدأ قبول تسجيل العلامات الأجنبية المسجلة في بلدها الأصلي

والغاية من هذا المبدأ تسهيل تسجيل العلامات التجارية في جميع دول إتحاد باريس<sup>4</sup>، أي يتم قبول تسجيل أي علامة تجارية مسجلة في بلدها الأصلي وتمنح لها الحماية القانونية. ويقصد بالبلد الأصلي حسب مفهوم اتفاقية باريس أي بلد من بلدان إتحاد باريس يوجد فيه

<sup>1</sup> - نبيل محمد صبيح، المرجع السابق، ص 87.

<sup>2</sup> - المادة 06 من اتفاقية باريس.

<sup>3</sup> - المادة 04 من اتفاقية باريس.

<sup>4</sup> - المادة 06 من اتفاقية باريس.

لطالب التسجيل مؤسسة تجارية أو صناعية، فإن لم يكن له مؤسسة ، فإن البد الأصلي هو البلد الذي يوجد فيه لمقدم طلب التسجيل موطنًا ، فإن لم يكن له موطن كان البلد الذي ينتمي إليه بجنسيته إذا كان من رعايا دولة من دول إتحاد باريس<sup>1</sup>.

**ثانيا : الحماية القانونية للعلامة التجارية والصناعية في ضوء اتفاقية الجات.**

كفلت إتفاقية الجات أو الإتفاقية المعروفة باتفاقية التجارة في الجوانب المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية حماية للعلامة التجارية من خلال تكريس المبادئ التالية.

### 1 - مبدأ المعاملة الوطنية

ومعنى هذا المبدأ أن تعامل كل دولة عضو في منظمة التجارة العالمية<sup>2</sup> المواطنين الأجانب الذين ينتمون إلى دولة أخرى عضو في الإتفاقية معاملة لا تقل عن تلك التي تمنحها لمواطنيها في مجال حقوق الملكية الفكرية.

ولا شك أن هذا المبدأ يحقق حرية التجارة من خلال تجسيده المساواة في المعاملة بين المنتجات الوطنية أو السلع أو الخدمات أو التجارة المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية وتلك المماثلة لها.

### 2 - مبدأ الدولة الأولى بالرعاية

ويعني هذا المبدأ منح كل طرف في الإتفاقية<sup>3</sup> جميع المزايا والحقوق والإعفاءات التي يتم منحها لأي بلد آخر عضو في الإتفاقية ودون حاجة إلى إتفاق جديد أي عدم التمييز بين الدول الأعضاء في الجات في ظروف المنافسة بالأسواق الدولية.

<sup>1</sup> - القليوبي سميحة، المرجع السابق، ص 383.

<sup>2</sup> - المادة 01 من اتفاقية منظمة التجارة العلمية في الجوانب المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية تريبس المبرمة في: 1947 ودخلت حيد التنفيذ في 1948.

<sup>3</sup> - المادة 04 من اتفاقية الجات

### 3 - الحماية ضد تقليد المنتجات

وهذا المبدأ يعني حماية المنتجات من الإعتداء عليها ويجرم تقليدها<sup>1</sup> بحيث تلتزم الدول الأعضاء الموقعة على الإتفاقية بحماية العلامة التجارية والصناعية على المنتجات وإدراج هذه الحماية في تشريعاتها الوطنية وتجريم تقليد العلامات التجارية والعمل على حماية المستهلكين<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> - المادة 09 من اتفاقية الجات - تريبيس

<sup>2</sup> - القليوبي سميحة، المرجع السابق، ص 26

الفصل الثاني  
صورة الحماية القانونية للعلامة  
التجارية مدنية وجزائيا

تتمتع العلامة التجارية المسجلة بحماية قانونية مزدوجة، جزائية ومدنية، وهي تعطي لمالكها الحق في متابعة كل شخص يقوم بالاعتداء على العلامة والمطالبة بمعاقبته جزائيا، كما أنها تمنح لمالكها الحق في المطالبة المدنية بالتعويض عن الضرر اللاحق به بسبب المساس بالعلامة، وقد بين المشرع الجزائري الأفعال التي تشكل اعتداء على العلامة ومن ثم تشكل جريمة يعاقب عليها القانون وأهمها جنحة تقليد العلامة وهي جريمة لها معنى واسع بالنظر إلى مختلف الاعتداءات التي يقوم بها الغير خرقا لحقوق مالك العلامة المعترف له بها<sup>1</sup>، كما يجوز لمالك العلامة رفع دعوة أمام القضاء المدني للمطالبة بالتعويض عن الضرر اللاحق به بسبب تقليد العلامة أو المساس بها، وهي دعوى ترفع إما استنادا على تقليد العلامة وترفع غالبا كدعوى مدنية تبعية للدعوى الجزائية، وإما بصورة مستقلة أمام القضاء المدني<sup>2</sup> وفي هذه الحالة يشترط رفعها من مالك العلامة أو صاحب حق الترخيص باستعمالها وفقا للمادة 28 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات التي تنص على ما يلي: "لصاحب تسجيل العلامة الحق في رفع دعوى قضائية ضد كل شخص ارتكب أو يرتكب تقليدا للعلامة المسجلة ويستعمل نفس الحق تجاه كل شخص ارتكب أو يرتكب أعمالا توحي بأن تقليدا سيرتكب" ونصت المادة 31 على ما يلي: "عدا في حالة النص بالعكس في عقد الترخيص، يمكن المستفيد من حق استثناء في استغلال علامة أن يرفع بعد الإعدار، دعوى التقليد إذا لم يمارس المالك هذا الحق بنفسه".

أدى التطور التجاري والاقتصادي إلى تنامي أهمية العلامة التجارية مما أدى إلى ازدياد صور التعدي عليها، الأمر الذي دفع الدول إلى سن القوانين التي تحرم التعدي عليها وحددت صور التعدي على العلامة وعقاب المعتدي، ذلك من أجل توفير الحماية القانونية للعلامة.

<sup>1</sup> - فرحة زراوي صالح الكامل في القانون التجاري، الحقوق الفكرية، دار ابن خلدون للنشر والتوزيع، ص 256 .

<sup>2</sup> - رمسيس بهنام الإجراءات الجنائية تحليلا وتأصيلا الجزء 2 منشأة المعارف الإسكندرية، 1978، ص 150

بالرغم من أن قانون العقوبات هو القانون العام في مجال التجريم والعقاب، إلا أنه قد تبين في بعض الأحوال عدم كفايته لمواجهة صور وأشكال الإجرام الجديدة في الوقت الذي نعيش فيه، ولذلك كان لابد من تدخل المشرع بطرق أكثر منهجية ومنطقية تسمح بمواجهة كل حالات الغش والخداع من أجل إضفاء نوعين من الحماية، الحماية المدنية التي سنتناوله في المبحث الأول والحماية الجزائية في المبحث الثاني.



## المبحث الأول : الحماية المدنية للعلامة التجارية

تتم الحماية المدنية للعلامة التجارية لجميع الحقوق أيا كان نوعها<sup>1</sup>. مالك العلامة التجارية يعتبر ذا حق استثنائي عليها فهو وحده المخول باستعمالها في تمييز المنتجات أو الخدمات المقررة لها. فإذا عمد احد الأشخاص إلى تقليدها أو تزويرها أو استعمالها في تمييز منتجات أو خدمات مماثلة. فان ذلك يشكل اعتداء على حق صاحب العلامة يؤدي للإضرار به من جراء ضعف الثقة في البضاعة أو الخدمة التي تميزها العلامة الأمر الذي يخوله الحق في إقامة دعوى المنافسة غير المشروعة<sup>2</sup> إذ يحق لمن وقع تعدي على حقه في العلامة التجارية أن يرفع دعوى مدنية على المتسبب في ذلك الاعتداء مطالباً إياه بالتعويض تأسيساً على المنافسة غير المشروعة متى توافرت شروطها و بذلك تعتبر الحماية المدنية بمثابة المظلة التي تستظل بها كافة الحقوق أيا كان نوعها<sup>3</sup>, هكذا فان الحماية المدنية للعلامات التجارية مكفولة بموجب دعوى المنافسة و غير المشروعة و دراسة هذه الدعوى تستلزم التعريف بها و بيان أساسها القانوني و الوقوف على شروط مباشرتها و توضيح اجراءاته ثم نتطرق إلى آثار دعوى المنافسة غير و هو ما سنتناوله في ثلاث مطالب مستقلة.

مفهوم دعوى المنافسة غير المشروعة (المطلب الأول).

قيام دعوى المنافسة غير المشروعة (المطلب الثاني).

- آثار رفع دعوى المنافسة غير المشروعة (المطلب الثالث).

<sup>1</sup> - القليوبي سميحة، الملكية الصناعية، المرجع السابق، ص561.

<sup>2</sup> - حسين يوسف غنايم حماية العلامات التجارية، كلية الشريعة والقانون جامعة الامارات العربية المتحدة بدون دار نشر

وسنة نشر ، ص 18

<sup>3</sup> - ناصر عبد الحليم السلامة الحماية الجزائية للعلامات التجارية ، المرجع السابق ،ص56

## المطلب الأول : مفهوم رفع دعوى المنافسة غير المشروعة

نظرا لأهمية التي تحظى بها المنافسة المشروعة باعتبارها حجر الأساس في التنمية الاقتصادية المستدامة و تحسين مستوى الإنتاج ونظرا للأهمية التي تحظى بها دعوى المنافسة غير المشروعة باعتبارها الوسيلة التي تحد من جموح بعض الذين يتجاوزون الحدود الطبيعية التي رسمها لهم القانون في ممارستهم حقوقهم و التي تنتهي عندما تبدأ حقوق الآخرين حيثلا يراعوا أية اعتبارات للممارسات الشريفة للنشاط التجاري و الاقتصادي حين يلجؤون بمختلف السبل إلى التعدي على حقوق غيرهم قصد إشباع رغباتهم<sup>1</sup> لذا فان الإلمام بمختلف الجوانب الفقهية و القانونية حول هذه الدعوى يعد من الأمور الهامة و التي تقتضي منا التعريف بها و تحديد طبيعتها القانونية بالإضافة إلى بيان خصائصها و شروطها و تمييزها عن غيرها من المفاهيم و العمل على بيان صورها و أساسها القانوني.

## الفرع الأول : تعريف دعوى المنافسة غير المشروعة

ليس من الشك أن المنافسة التجارية لا بد أن تنحصر في حدود مشروعة بان تكون وفقا لقواعد الصدق و الشرف الأمانة و والعادات والتقاليد الصحيحة لان في ذلك ضمان مصالح المشتغلين في الصناعة والتجارة والخدمات و جمهور المستهلكين<sup>2</sup> ومما لا شك فيه أن المنافسة بحد ذاتها لا تعتبر عملا غير مشروع بل أنها أمر مرغوب فيه ينسجم مع طبيعة العمل التجاري و إليه يعزى الفضل في ازدهار المشروعات و تقدمها و هذا ما حد البعض إلى القول " أن المنافسة هي قانون التجارة "

<sup>1</sup> - سامر محمود عبد الدالعة مشكلات الحماية المدنية للعلامة التجارية الاجنبية غير المسجلة في القانون الاردني، جامعة البيت المفرق، الاردن، بدون سنة نشر، ص27.

<sup>2</sup> - صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، براءات الاختراع، الرسوم الصناعية، النماذج الصناعية، العلامات التجارية، البيانات التجارية، المرجع السابق، ص230.

و لكن إذا انحرفت المنافسة عن الطريق السليم بخروجها عن إطار المشروعية و استخدام المنافس لطرق و وسائل منافية للقانون أو العادات أو شرف التعامل فإنها تغدو غير مشروعة مما يخول المضار المطالبة بالتعويض عن الأضرار<sup>1</sup>.

**المنافسة غير المشروعة لغة:** معناها نزعة فطرية تدعو إلى بذل الجهد في سبيل التفوق و في القرآن الكريم وبعد التصوير القرآني للنعم التي يلقاها المؤمنون حثهم الله سبحانه و تعالى على التنافس في عمل الخير حتى ينالوها و في ذلك تقول الآية الكريمة لقوله تعالى "ختامه مسك و في ذلك فليتنافس المتنافسون"<sup>2</sup>.

و لذا كان مفهوم المنافسة في بداية شيوعه يعني حالة خصومة و تنافس و نزاع و صراع و حالة عدااء مستمر<sup>3</sup>.

#### أولاً: التعريفات لاصطلاحية :

و على هذا سنتعرض إلى بعض المفاهيم التي تحدد المقصود بالمنافسة غير مشروعة من تعريف فقهي، تعريف تشريعي ثم أخيرا التعريف القضائي.

#### التعريف الفقهي:

إن مفهوم المنافسة غير المشروعة ظهر لأول مرة في فرنسا حوالي سنة 1850<sup>4</sup> و فيما يلي:

نتنازل بعض تعريفات المنافسة غير المشروعة:

عرفت على أنها : "المنافسة غير مشروعة تدل على استخدام أساليب غير سليمة يقصد التأثير على العلماء واجتتابهم"<sup>1</sup>.

1 - حسين يوسف غانيم، المرجع السابق، ص20.

2 - الآية 26 من سورة المطففين.

3 - محرز أحمد القانون التجاري الجزائري، الجزء الأول، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 1998، ص 07.

4 - نعيمة علواش العلامات في مجال المنافسة مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الاعمال كلية الحقوق، جامعة بن عكنون، الجزائر، 2001/2002، ص 34

وعرفت أيضا بأنها "استخدام الشخص لطرق ووسائل منافية للقانون أو الشرف أو العرف"<sup>2</sup>. و عرفت ب كل تصرف أو وسيلة مستعملة لتحقيق غرض معين و اغتصاب العملاء من منشأة صناعية أو محل تجاري"<sup>3</sup>.

ويرى الفقيه الفرنسي « Roubier Gudinol » بان: "إخلال البائع بالتزامه بعدم إقامة محل تجاري مماثل و منافس يعد من أفعال المنافسة غير المشروعة وعلى ضوء ما تقدم نجد أن هناك صعوبة في إعطاء تعريف جامع ومانع للمنافسة غير المشروعة خاصة وان جل هذه التعريفات تنطلق من اعتبار المنافسة غير المشروعة تمثل كل عمل من شأنه إلحاق الأذى بالغير من التجار عن طريق تظليل المتعاملين معه من الجمهور حول السلعة أو الخدمة التي يقدمها أو البضاعة التي يتاجر بها وتقليد علامة تجارية مشهورة و مسجلة باسم تاجر آخر إذا ما تحقق هذا تقام دعوى المنافسة غير المشروعة"<sup>4</sup>.

## 2- التعريفات التشريعية:

إن البحث في معظم التشريعات عن تعريف المنافسة غير المشروعة لا يعثر على قانون ينص صراحة على تعريف هذا المصطلح ، غير انه بالرجوع إلى قانون رقم 02/04 المتعلق بالممارسات التجارية نجد أن المشرع الجزائري قد اعتبر من أعمال المنافسات غير المشروعة في مجال العلامات تقليدها وقد ردد ذلك في النص م 27 فقرة 02 من القانون 02/04 بقولها:" تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في مفهوم أحكام هذا القانون، لا سيما منها الممارسات التي

<sup>1</sup> - نادية فوضيل، القانون التجاري الجزائري، الأعمال التجارية، التاجر ، المحل التجاري ، الطبعة التاسعة ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007 ، ص 193.

<sup>2</sup> - عباس حلمي القانون التجاري، الأعمال تجارية، التاجر، محل التجاري، ديوان المطبوعات الجامعية، 1987، ص72.

<sup>3</sup> - سامر محمود عبد، دلالة، المرجع السابق ص 28.

<sup>4</sup> - طعمة صفعك الشمري، احكام المنافسة غير المشروعة في القانون الكويتي، بدون دار نشر الكويت 1990، ص20.

يقوم من خلالها العون الاقتصادي بما يلي: تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته<sup>1</sup>.

ويجدر التذكير قبل التعرض إلى ما إقترحة الفقهاء لتعريف المنافسة غير المشروعة أن اتفاقية باريس المتعلقة بحماية الملكية الصناعية و التي صادقت عليها الجزائر عرفت الفقرة 03 من المادة 10 المنافسة غير المشروعة وذكرت مظاهرها واعتبارها محظورة

على النحو التالي : "تعتبر من أعمال المنافسة غير المشروعة كل منافسة تتعارض مع العادات الشريفة في الشؤون الصناعية أو التجارية، و يكون محفوظة بصفة خاصة ما يلي:

كافة الأعمال التي من طبيعتها أن توجد بأي وسيلة كانت ليس مع نشأة أحد المنافسين أو نشاطه الصناعي أو التجاري.

3- البيانات أو الادعاءات التي يكون استعمالها في التجارة من شأنها تضليل الجمهور بالنسبة لطبيعة السلع أو طريقة تصنيعها أو خصائصها أو صلاحيتها للاستعمال أو كميتها"<sup>2</sup>.

### 3- التعريف القضائي:

أما القضاء فقد صدرت منه العديد من الأحكام التي تناولت المنافسة غير مشروعة حيث جاء في القرار الصادر عن محكمة النقض المصرية المنافسة غير المشروعة بأنها: " ارتكاب الأعمال المخالفة للقوانين أو العادات، أو استخدام وسائل منافية للشرف و الأمانة و المعاملات متى قصد بها إحداث لبس بين منشأتين

تجارتيتين، أو إيجاد اضطراب بإحداها و كان من شأنه اجتذاب عملاء إحدى المنشأتين للأخرى و صرف عملاء المنشأة عنها"<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - القانون 04/02 المؤرخ في 23 جوان 2004 ، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية رقم 41

<sup>2</sup> - نعيمة علوان، العلامات في مجال المنافسة، المرجع السابق، ص34-35.

<sup>3</sup> - قرار منشور لقضاء النقض المصري 1986، و قد ورد هنا القرار في شبكة الانترنت الموقع: www.tashreat.com

وقد قرر القضاء الفرنسي في هذا الصدد أن: " يعتبر منافسة غير مشروعة و مستوجبة للتعويض كل فعل مستخدم لدى محل تجاري يدخل دون إخبار رب العمل، كعضو في شركة تقوم بنفس تجارة المحل بالرغم من بقاءه في المحل"<sup>1</sup>.

يتضح لنا من خلال ما سبق أن القضاء يشترط في ارتكاب الخطأ أن يتم بوسائل منافية للقوانين و العادات السائدة في مجتمع التجارة و الشرف الذي يلازم آداب المهنة<sup>2</sup>.

### ثانيا : مميزات دعوى المنافسة غير المشروعة

إن الهدف من المنافسة غير المشروعة قد لا يتجه في بعض الأحيان إلى تحقيق مردود مادي يعود على المنافس، وإذا كانت دعوى المنافسة غير المشروعة التي يقيمها صاحب المصلحة فيها تحمل في مضمونها جبر الضرر للمضروب فإن السؤال المطروح يدور حول الطبيعة القانونية لهذه الدعوى و أهم الخصائص التي تتميز بها.

#### 1- خصائص المنافسة غير المشروعة:

مفهوم المنافسة غير المشروعة لين و مرن، فلا يمكن حصر أعمالها، كما انه واسع و غير دقيق و متغير باستمرار.

- إن مبادئ و قوانين المنافسة غير المشروعة وليدة ممارسات الاجتهاد و تجاربه و التي تم تكريسها من طرف القضاء.

- إن المنافسة غير المشروعة تتصب على جذب عنصر الزبائن.

- و إن من ضمن خصائص المنافسة غير المشروعة، أنها غير مشروعة، بمعنى أنها تتطوي أساسا على طرق منافية للقوانين واللوائح و العادات و الأمانة و الشرف<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - حكم مذكور في كتاب Oliver pichot و مشار إليه في موقع: www.tashreat.com

<sup>2</sup> - محرز احمد، المرجع السابق، ص72.

<sup>3</sup> - حلمي عباس، القانون التجاري الاعمال التجارية، التاجر، المحل التجاري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1989 ، ص72.

## 2- الطبيعة القانونية لدعوى المنافسة غير المشروعة:

من استقراء كافة النصوص القانونية الواردة في قانون المنافسة غير المشروعة نجد أن الحماية المدنية المقررة للعلامة التجارية تستند إلى القواعد العامة للمسؤولية المدنية في القانون المدني، فهي دعوى مسؤولية يجوز أن يرفعها كل من لحقه ضرر من جراء الاعتداء على علامته التجارية المسجلة أو غير المسجلة لأن هذه في حقيقتها دعوى مسؤولية عادية تقوم على أساس الفعل الضار<sup>1</sup>.

ولكنه يبقى القول بأن هذه الدعوى هي نوع خاص من دعاوى المسؤولية جاءت في ظل تطور نصوص القانون بما يتماشى والمعطيات الجديدة التي تفرضها الحياة العملية والتي شكلت هذه الدعوى فيه أحد أوجه هذا التطور ذلك أن خصوصية هذه الدعوى تكمن في أن الحق بالمنافسة الذي تحميه هو حق ذو طبيعة مزدوجة، فهو يقترب من الحق الشخصي بنفس القدر الذي يقترب فيه من الحق العيني، فضلاً عن أنه يشتمل على عناصر ملازمة لشخصية المنافس، مما يجعله بالتالي حق ذو طابع مالي و معنوي في آن معا، و باستعراض الطبيعة القانونية للدعوى بالمنافسة غير المشروعة توصلنا إلى نتيجة هامة مؤداها أن اعتبار هذه الدعوى ذات طبيعة خاصة تسهم في حماية العلامة التجارية الأجنبية غير المسجلة وذلك عن طريق لجوء المتضرر مباشرة إلى القضاء بمجرد تحقق شروط المنافسة.

كما تساهم في منحه فرصة الاحتجاج على الغير بمنع وقف أي اعتداء يقع على حقه في قيام الغير باستعمال علامته التجارية حتى ولو لم تكن مسجلة<sup>2</sup>.

## ثالثاً: تمييزها عن غيرها من المفاهيم

إن الأفعال التي تعد من قبل المنافسة غير المشروعة مختلفة و متعددة فإن المنافسة غير المشروعة تصطدم بعدة مفاهيم مشابهة لها ومن هنا وجب حصر صور المنافسة غير

<sup>1</sup> - محمود علي الرشدان العلامات التجارية، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان، الطبعة الأولى، 2009، ص129.

<sup>2</sup> - سامر محمود عبده الدلالة، المرجع السابق، ص32.

المشروعة وعرض تمييز بين مفاهيم أخرى لها حيث يتعذر إعطاء الوصف الصحيح بين المنافسة غير لمشروعة والمفاهيم المشابهة لها التي من شأنها إحداث اللبس والخلط.

### 1 - تمييز المنافسة غير المشروعة عن المنافسة المشروعة:

إن المنافسة في الأصل هي أساس تقدم التجارة و تطورها وتعد أمر مباحا و مرغوبا فيه وهي تعتمد على اكتساب أكبر عدد ممكن من العملاء و لكن إذا انحرفت هذه المنافسة عن الطريق السليم بحيث أصبحت تعتمد إلى اقتناص الزبائن من المحلات التجارية الأخرى فان هذا يعد من قبل المنافسة غير المشروعة وفي الأخير يمكننا القول أن المنافسة في الأصل تعد مشروعة مادامت الوسائل المتبعة فيها قانونية و غير قانونية للعرف و العادة التجارية و إلا فهي منافسة غير مشروعة<sup>1</sup>.

### 2 - تمييز المنافسة غير المشروعة عن المنافسة الممنوعة

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

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

### 3 - تمييز المنافسة غير المشروعة عن المنافسة الشفافة

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

<sup>1</sup> - نعيمة علواش، العلامات في مجال المنافسة، المرجع السابق، ص 5

<sup>2</sup> - نادية فوضيل، المرجع السابق، ص 192-193.



1993/01/29<sup>1</sup> و هذا ما أشار إليه الأمر رقم 04/02 المتعلق بالممارسات التجارية و ذلك في الباب الثاني من الأمر نفسه في المواد من 04 إلى 13.

إن المبدأ الشفافية مهم جدا أثناء التفاوض في العقد فكل شريك يجب عليه إعلان كل شروطه العامة لكل شخص قدم طلبا و هذا ما نصت عليه المادة 33 من القانون الصادر في 1986/12/01 والتي تحدد كيفية تطبيق هذه القاعدة<sup>2</sup>.

و منه فإن المنافسة غير المشروعة تختلف تماما عن المنافسة الشفافة إذ أن في هذه الأخيرة يكون الكل منافسين و مستفيدين مطلعين تماما على الأسعار والنماذج والكميات.

### الفرع الثاني : أحكام دعوى المنافسة غير المشروعة و شروطها للعلامة التجارية

لم يضع المشرع أحكاما خاصة لتنظيم المسؤولية الناشئة عن أعمال المنافسة غير المشروعة مما أفصح المجال أمام الفقه القضاء لإيجاد الأساس القانوني الذي تقوم عليه دعوى المنافسة غير المشروعة، مما أدى إلى اختلاف وجهات النظر حول هذا الأساس، كما قام الفقه والقضاء بتحديد شروط هذه الدعوى على ضوء القواعد العامة، وهذا ما سنتناول بالدراسة فيما يلي:

#### أولا: الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة

كما تقدم اختلف الفقه والقضاء العربيان حول الأساس القانوني الذي تقوم عليه دعوى المنافسة غير المشروعة، نظرا لكون المشرع لم يصنع أحكاما خاصة لتنظيم المسؤولية الناجمة عن المنافسة غير المشروعة<sup>3</sup>، لذا رجع القضاء الفرنسي إلى القواعد العامة و المطبقة في نطاق المسؤولية التقصيرية استنادا إلى نص المادة 1382 مدني التي تقابل المادة 124 من التقنين المدني الجزائري التي تقضي بقولها " كل عمل أيا كان يرتكبه المرء و يسبب ضررا

<sup>1</sup> - نعيمة علوش، المرجع السابق، ص44.

<sup>2</sup> - نعيمة علوش، المرجع نفسه، ص44-45.

<sup>3</sup> - طعمة صغفك الشمري، المرجع السابق، ص55.

للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض<sup>1</sup> فضلا عن أن المشرع ربط بين المنافسة غير المشروعة و حماية المحل التجاري بالنظر إلى عناصره كل عنصر على حدى.

كما يمكن تأسيسها على المادة 10 ( فقرة 02) من اتفاقية باريس المتعلقة بحماية الملكية الصناعية التي نصت على أن تلتزم دول الاتحاد بان تكفل لرعايا دول الاتحاد الأخرى حماية فعالة ضد المنافسة غير المشروعة<sup>2</sup>.

على الرغم من أن دعوى المنافسة غير المشروعة تجد سندها حاليا في نصوص قانونية إلا إن تاريخ القانون يدل على أنها كانت مستندة في الماضي إلى الأمانة و الأخلاق فطبقا لمبدأ المسؤولية العام في القانون الألماني الصادر سنة 1919م فان : " كل من يباشر في تجارته بقصد المنافسة، أفعالا مخالفة للأمانة، توقف أعماله و يسأل عن التعويض"، كما أسس الفقه السويسري فكرة المنافسة غير المشروعة قبل سنة 1943 من قانون الالتزامات، و لم يعمد لوصفها (لوسمها) بعدم المشروعية Illicite و إنما اكتفى بالتأكيد على منافاتها للأخلاق. contraire aux morales<sup>3</sup>.

رغم اختلاف الفقه والقضاء حول هذه النقطة، فقد اسند بعض الفقه هذه الدعوى إلى القواعد العامة من باب المسؤولية التصيرية، ورأى آخرون أن المسؤولية عن فعل المنافسة غير المشروعة يعد من قبيل الجزاء عن التعسف في استعمال الحق و رأى جانب آخر من الفقه أن أساس هذه الدعوى يكمن في الحق المقرر للتاجر في حماية حق ملكية متجره. و يتجه الرأي الراجح في الفقه القضاء على أن دعوى المنافسة غير المشروعة و يكاد يجمع تستند إلى أحكام

<sup>1</sup> - نادية فوضيل ، القانون التجاري الجزائري، الأعمال التجارية، التاجر ، الحل التجاري، المرجع السابق، ص193.

<sup>2</sup> - نعيمة علواش ، المرجع السابق، ص45.

<sup>3</sup> - حسين يوسف غنايم، المرجع السابق، ص23.

المسؤولية التقصيرية كما هو مقرر في القواعد العامة<sup>1</sup> باعتبار أن المنافسة غير المشروعة ما هي إلا عمل غير مشروع و من ثم فهي تعد خطأ يستوجب التزام مرتكبيه بتعويض المضرور<sup>2</sup>. إذن رفع دعوى المنافسة غير المشروعة معناه رفع دعوى المسؤولية التقصيرية، ويحق لكل تاجر أصيب بضرر ناجم على فعل المنافسة غير المشروعة أن يرفع دعوى أمام القضاء يطالب فيها بالتعويض عما أصابه من ضرر جراء تلك الأعمال كلما توافرت شروط المسؤولية و هي الخطأ و الضرر العلاقة السببية<sup>3</sup>.

### ثانياً: شروط رفع دعوى المنافسة غير المشروعة

لقد استقر الرأي الراجح في الفقه القضاء على أن دعوى المنافسة غير المشروعة تقوم على نفس الأساس الذي تقوم عليه دعوى المسؤولية عن العمل غير المشروع فان شروط مباشرة الدعيين واحدة و ذلك مع مراعاة أن لهذه الشروط أوضاعاً خاصة في الحياة التجارية. وعليه فان شروط مباشرة دعوى المنافسة غير المشروعة هي . خطأ و الضرر ورابطة السببية. و سنتناول كلا من هذه الشروط و ذلك بحسب ترتيبها:

#### 1- الخطأ ( فعل المنافسة غير المشروعة)

استقر الفقه و القضاء على تعريف الخطأ بأنه: " إخلال بواجب قانوني مقترن بادراك لمخل إياه".

و يستفاد من هذا التعريف أن للخطأ عنصرين أولهما موضوعي و يتمثل في إخلال المخطئ بواجب قانوني، و الآخر شخصي، ويتجسد في ضرورة أن يكون المخطئ مدركاً انه بفعله قد أخل بالواجب القانوني<sup>4</sup> و لكن للخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة معنى خاص

1 - نعيمة علواش، المرجع السابق، ص44.

2 - طعمة صفعك الشمري، احكام المنافسة غير المشروعة في القانون الكويتي، المرجع السابق، ص55.

3 - نادية فوضيل، المرجع السابق، ص 193.

4 - طعمة صفعك الشمري، المرجع السابق، ص60.

ينصرف بشكل أساسي إلى الإخلال بقواعد الأمانة و الشرف و النزاهة في التعامل التجاري ذلك لان المنافسة في حد ذاتها عمل مشروع ومطلوب لتطوير التجارة و نموها وازدهارها لكن المنافسة التي تتحرف عن واجب الالتزام بالأمانة و النزاهة و الشرف تعد خطأ يستوجب مسؤولية مرتكب هذا الفعل<sup>1</sup> .

ويتجلى الخطأ في هذه الدعوى في صورة التنافس غير المشروع، الأمر الذي يستوجب قيام حالة المنافسة من جهة و مباشرة أعمال منافسة غير مشروعة من جهة أخرى<sup>2</sup>.  
إن أعمال المنافسة غير المشروعة متعددة و لا يمكن حصرها إلا انه قام الفقهاء بتصنيف هذه الأفعال ضمن أربع صور أو مجموعات من حيث تشابه الأفعال و هي:

### 1- أعمال التشويه أو الإساءة إلى سمعة التاجر

كإذاعة معلومات غير صحيحة أو إشاعات كاذبة مثل تشويه الحقائق بالحط من جودة البضائع حتى ينصرف العملاء من المحل التجاري أو محاولة تقليدها حتى يصعب على المرء تمييزها عن إنتاج المنافس...الخ. كذلك تعد من ضمن أعمال المنافسة غير المشروعة الإجراءات القضائية الكيدية مثل: دعاوى الإفلاس الكيدية.

### 2- الاعتداء على الاسم التجاري أو التسمية المبتكرة:

و تتمثل في اتخاذ المحل المنافس اسما تجاريا مشابها لاسم محل آخر أو اعتدائه على التسمية المبتكرة.

<sup>1</sup> - حسين يوسف غنايم، حماية العلامات التجارية ، المرجع السابق، ص 26

<sup>2</sup> - نعيمة علوش، المرجع السابق، ص45.

## 3- تحريض العمال

ذلك عن طريق تحريضهم على ترك المحل أو بث الاضطراب و الفوضى في المحل المنافس أو إغرائهم على الالتحاق بالعمل لدى التاجر المنافس حتى يجذب اكبر عدد ممكن من العملاء أو للوقوف على أسرار المهنة.

## 4- تخفيض أسعار السلع

الأصل هو أن بيع السلع بثمن اقل من الثمن الذي يبيع به المشروعات المنافسة يعتبر عملاً مشروعاً طالما كان الفرق في السعر يمكن اعتباره في حدود المنافسة المشروعة المثل و عن ذلك: البيع عن طريق التصفية بأسعار تقل عن التكلفة في المواسم و الأعياد أو نهاية السنة المالية للمحل، أما إذا استمرت أسعار التصفية طوال السنة مع تدعيمها بحملات إعلانية موضحاً بها الأسعار التي يبيع بها و أسعار منافسة، يتضح جلياً أن المقصود بذلك تحطيم تجارة الغير

بطرق غير مشروع<sup>1</sup>.

و يمكن أن نضيف إليها حالة التعدي على براءات الاختراع و الرسوم و النماذج الصناعية، أو ما يسمى بحقوق الملكية الصناعية<sup>2</sup>.

ولا تتحقق المسؤولية إلا إذا كان هناك خطأ قد أرتكب و الخطأ هو انحراف الشخص عن سلوك الرجل العادي، ويتمثل الخطأ في استعمال وسائل غير قانونية أو منافية للعرف التجاري أو العادة التجارية مثلاً تعتبر منافسة غير مشروعة من صاحب مصنع لإنتاج الجلود و صناعة الأحذية ضد مصنع لصناعة الجلود وتعود للقاضي السلطة في تقدير الفعل المكون للمنافسة غير المشروعة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - نادية فوضيل، المرجع السابق، ص196-197.

<sup>2</sup> - طعمة صفكع الشمري، المرجع السابق، ص23.

<sup>3</sup> - نادية فوضيل، المرجع السابق، ص ص193-194.

و لكن لا يشترط هنا أن يكون النشاطان متطابقين بل يكفي أن يكونا متقاربين بحيث يكون لأحدهما تأثير في عملاء الآخر، كما لو وجد تاجر يملك مصنعا لإنتاج سلعة معينة و تاجر آخر يملك محلا للتجار بها<sup>1</sup>.

و تجدر الإشارة إلى إن الأعمال غير المشروعة التي تتبع في المنافسة لا يمكن حصرها حتى التنبؤ بها. لذلك فهي من المسائل الموضوعية التي يترك أمر تقديرها لقاضي الموضوع كما سبق الذكر. إذ أنها بصفة عامة تنطوي على أعمال تتنافى مع القوانين أو العادات أو الشرف أو الأمانة أو الأعراف و مقتضيات التعامل التجاري<sup>2</sup>.

و يكفي لتحقيق ركن الخطأ في المنافسة غير المشروعة أن يصدر الفعل عن إهمال أو عدم اخذ الاحتياط إذ لا يشترط لترتب المسؤولية توافر سوء نية المعتدي على العلامة التجارية غير المسجلة عن ممارسته فعل الاعتداء<sup>3</sup>.

## 2- الضرر:

يعد الضرر ركنا أساسيا في المسؤولية التقصيرية إلى جانب الخطأ الرابطة السببية، بل و هو الركن الجوهرى فيها، و أهميته تفوق أهمية الخطأ، فإذا أمكن في بعض الحالات لهذه المسؤولية أن تقوم بغير الخطأ.

كما تقدم فلا يتصور أبدا وجودها بلا ضرر، و لذلك أولى الفقه الإسلامي فكرة الضرر بالغ عنايته، عمدا إلى درئه عن الناس، و مبتغيا جبره لهم، إذا لم بالفعل بهم<sup>4</sup>.

إذن يعتبر الضرر شرطا لازما لنجاح دعوى المسؤولية المدنية و الحكم بالتعويض و حيث إن السائد فقها و قضاء إن دعوى المنافسة غير المشروعة تقوم على نفس الأساس الذي تستند إليه دعوى المسؤولية المدنية فقد أدرجت إحكام القضاء على انه لا مسؤولية على من

<sup>1</sup> - حسين يوسف غنايم، المرجع السابق، ص27.

<sup>2</sup> - ناصر عبد الحليم السلامات، المرجع السابق، ص59.

<sup>3</sup> - ناصر عبد الحليم السلامات، المرجع نفسه، ص60.

<sup>4</sup> - طعمة صغفك الشمري، المرجع السابق، ص63.

ارتكب فعل المنافسة غير المشروعة ما لم يؤد فعله إلى إلحاق الضرر بمنافسه<sup>1</sup> والضرر هو الذي يعطي الحق في المطالبة بالتعويض ذلك أنه إذا لم يؤدي الفعل أو الخطأ إلى ضرر فإنه لا مجال للتعويض لذا يشترط في دعوى المنافسة غير المشروعة أن يثبت المدعي الضرر الذي لحق به نتيجة عدم مشروعية المنافسة والضرر وفقاً للقواعد العامة نوعان مادي وهو ما يصيب المرء في شخصيته أو ماله فيسبب له أذى و ينتج هذا الضرر عن الإخلال بحق ثابت للإنسان وضرر ادبي وهو ما يمس شرف الإنسان أو سمعته أو مركزه الاجتماعي أو اعتباره المالي أو عاطفته، و إن كلا النوعين من الضرر يوجب التعويض.<sup>2</sup>

و يعتبر الضرر واقعة مادية تخضع في إثباتها لكافة وسائل الإثبات كالبيئة، و القرائن و الضرر الذي يستوجب التعويض هو الضرر الذي وقع فعلاً أو سيقع حتماً في المستقبل، أما الضرر الاحتمالي وهو غير المحقق الوقوع ، أي قد يقع وقد لا يقع فلا يستوجب التعويض عنه كذلك لا أهمية لما إذا كان الضرر مادياً أو أدبياً ، صغيراً أو كبيراً و إن كان هناك بعض الأحكام القضائية قد قضت بالمنافسة غير المشروعة و رغم عدم وجود ضرر كما لو تمثل العمل الذي يقوم به التاجر المنافس في إحداث الخلط بين محله التجاري و محل آخر مملوك لمنافسه، ففي هذه الحالة لا يشترط حدوث الضرر ، بل يجب إزالة العمل الذي تسبب في إحداث الخلط دون أن

يتوقف ذلك على إثبات أن ضرراً قد حدث.

لهذا ذهب بعض الفقه إلى انه يكفي أن يكون الضرر محتمل الوقوع، لكن جانب آخر من الفقه يرى انه لا محل للخلط بين دعوى المنافسة غير المشروعة و دعوى المسؤولية المدنية لان هذه الأخيرة تهدف إلى تعويض الضرر بينما دعوى المنافسة غير المشروعة لا تقتصر

<sup>1</sup> - حسين يوسف غنايم، المرجع السابق، ص 32.

<sup>2</sup> - ناصر عبد الحليم السلامات المرجع السابق، ص 60.

على تعويض الضرر فحسب بل تهدف إلى حماية المحل من أعمال المنافسة غير المشروعة التي تقع في المستقبل<sup>1</sup>.

ومما لا شك فيه أن الاعتداء على علامة تجارية يلحق بمالكها ضرراً مزدوجاً من شأنه التأثير في مركزه المالي و مركزه الاجتماعي على حد سواء. لأن هذا الاعتداء يؤدي إلى الحط من المنتجات التي تميز البضائع، وبالتالي يؤدي إلى فقدان الثقة بصاحب العلامة التجارية و بالمنتجات التي تحمل تلك العلامة، مما يجعل المستهلك ينظر إليه بعدم ثقة و انه خدعهم. الأمر الذي يؤدي إلى إلحاق ضرراً بالغاً في المركز الاجتماعي لصاحب العلامة، مما يرتب الحق لمن أصابه الضرر سواء أكان مالكا للعلامة التجارية أو غير مالك كالمستهلك المطالبة بالتعويض نتيجة ما لحقه من ضرر<sup>2</sup>.

### 3- الرابطة السببية:

تقوم المسؤولية المدنية على أركان ثلاثة هي الخطأ و الضرر و علاقة السببية ما بين الخطأ و الضرر و حيث أن المستقر فقها و قضاء أن دعوى المنافسة غير المشروعة تستند إلى نفس الأساس الذي تقوم عليه دعوى المسؤولية المدنية، لذا فإن من المتعين أن تقوم رابطة السببية بين فعل المنافسة غير المشروعة والضرر الذي يلحق بالمدعي<sup>3</sup>. أي أن يكون الخطأ الذي ارتكبه المعتدي على العلامة التجارية المملوكة لغيره هو الذي أدى إلى إلحاق الضرر بمالك العلامة<sup>4</sup>.

غير أن هناك حالات لا يترتب فيها جرم المنافسة غير المشروعة ضرر للمدعي بحيث يكون المقصود من دعوى المنافسة الحكم بإزالة الوضع غير المشروع بالنسبة إلى المستقبل

<sup>1</sup> - نادية فوضيل، المرجع السابق، ص194.

<sup>2</sup> - ناصر عبد الحليم السلامات، المرجع السابق، ص61.

<sup>3</sup> - حسين يوسف غانيم، المرجع السابق، ص35.

<sup>4</sup> - ناصر عبد الحليم السلامات، المرجع السابق، ص61.



وفي هذه الحالة تتميز دعوى المنافسة غير المشروعة عن دعوى المسؤولية المدنية التي يكون غرضها التعويض.

إذ لا يكون هناك محل للكلام عن رابطة السببية في دعوى المنافسة غير المشروعة إلا في الحالات التي نشأ فيها للمدعي ضرر من الأعمال غير المشروعة.<sup>1</sup> ولذلك يستطيع المدعي عليه أن يدفع عن نفسه المسؤولية بإثبات أن الضرر الذي أصاب المدعي ليس له علاقة بالخطأ الذي صدر منه، كأن يثبت بان الضرر حدث نتيجة لسبب أجنبي كأن يكون قوة قاهرة أو حادث مفاجئ أو فعل الغير أو الخطأ المضروب نفسه و بذلك يكون قد نجح في قطع رابطة السببية بين خطئه و بين الضرر و من ثم فلا يلتزم بتعويض الضرر الذي أصاب المدعي.<sup>2</sup>

و إذا كان هذا الحكم يسري أيضا على دعوى المنافسة غير المشروعة وفقا لما سلف بيانه، فانه يجب على المدعي في هذه الدعوى أن يثبت علاقة السببية بين الضرر الذي أصابه و الخطأ الذي نسب إلى المدعي عليه، و الذي يتمثل في فعل من أفعال المنافسة غير المشروعة. أما إذا فشل المدعي في إثبات وجود هذه الرابطة أو إن المدعي عليه نجح في إثبات السبب الأجنبي، فانه يترتب على ذلك عدم قبول الدعوى، وعلى وجه الدقة التحديد فان طلبه و في الحصول على تعويض أو اتخاذ إجراء لوقف أعمال المنافسة غير المشروعة أو أي إجراء تحفظي أو مستعجل آخر سيفرض من قبل قاضي الموضوع، لانعدام العلاقة بين الضرر و الخطأ المنسوب إلى المدعي عليه.<sup>3</sup>

و يطبق ذلك إذا كان هدف المدعي في دعوى المنافسة غير المشروعة الحصول على تعويض عن ضرر أصابه من جراء فعل منافس، علما بان إقامة الدليل على وجود المنافسة

<sup>1</sup> - نادية فوضيل، المرجع السابق، ص195.

<sup>2</sup> - طعمك صفعك الشمري، احكام المنافسة غير المشروعة في القانون الكويتي، المرجع السابق، ص 66.

<sup>3</sup> - طعمة صفعك الشمري، نفس المرجع السابق، ص 66.

غير المشروعة لا تعتبر في حد ذاتها دليلاً على إثبات مقدار الخسارة و تحقيق الضرر، فقد قضت محكمة التمييز الأردنية في هذا الصدد أن إقامة البينة على وجود المنافسة بين المميز و بين أصحاب الباصات التي تسير على خط المحطة لا يؤدي إلى إثبات مقدار الخسارة المدعى بها، أما إذا كان المدعي في دعوى المنافسة غير المشروعة لا يستهدف جبر ضرر لحق به فعلاً و إنما فقط لحماية مصالحه المستقبلية عن طريق إلزام المنافس بالكف عن أعمال المنافسة غير المشروعة.

فلا مجال للحديث عن رابطة سببية إذ أن مجال ذلك هو الأحوال التي يلحق فيها بالمدعي ضرر من الأعمال غير المشروعة فحسب<sup>1</sup>.

إلا أن القضاء في مجال دعوى المنافسة غير المشروعة لا يتشدد في ضرورة إقامة رابطة سببية بين الخطأ و الضرر ، لأنها تعتبر من الأمور الأكثر تعقيداً و يصعب إثباتها، فكيف يمكن إثبات إن فقدان العملاء كان نتيجة فعل المنافسة غير المشروعة؟ ضف إلى ذلك إن آثار المنافسة غير المشروعة لا تظهر إلا بعد مرور زمن من الوقت<sup>2</sup>.

### المطلب الثاني : قيام دعوى المنافسة الغير المشروعة

إن إجراءات رفع دعوى المنافسة غير المشروعة هي تلك المتبعة لرفع أي دعوى ما دامت هذه الأخيرة مؤسسة على المسؤولية التقصيرية و بالتالي تخضع للقواعد العامة سنبيين في فرع أول : المحكمة المختصة للنظر في دعوى المنافسة، ثم في فرع ثاني و عليه سنبيين أطراف دعوى المنافسة غير المشروعة، أما في الفرع الثالث الإثبات في دعوى المنافسة غير المشروعة.

<sup>1</sup> - حسين يوسف غنايم حماية العلامات التجارية، المرجع السابق، ص35.

<sup>2</sup> - نعيمة علوش، المرجع السابق، ص47.

## الفرع الأول : المحكمة المختصة للنظر في دعوى المنافسة

إن المحكمة المختصة هي المحكمة التي يجوز لها الفصل في دعاوى المنافسة غير المشروعة و الاختصاص على شكلين اختصاص نوعي و اختصاص محلي.

## أولاً: الاختصاص النوعي

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

تفصل المحكمة في جميع القضايا لا سيما المدنية و التجارية و البحرية و الاجتماعية

و العقارية و قضايا شؤون الأسرة و التي تختص بها إقليمياً...".

و يتضح لنا من خلال المادة أعلاه أن الجهة المختصة نوعياً للفصل في الدعوى هي المحكمة غير أن العمل جرى على تخصيص أقسام في المحاكم و كل قسم مختص بمنازعات محددة فمثلاً: القسم التجاري يختص بالمنازعات التجارية.

و نرى مع عموم النص انه يعتبر أعمالاً تجارية بالتبعية بالالتزامات الناشئة عن المسؤولية التقصيرية التي تحدث بسبب ممارسة النشاط التجاري و على ذلك يعتبر عملاً تجارياً الالتزام الناشئ عن مسؤولية التاجر من جراء منافسة غير مشروعة خاصة في مجال الملكية الصناعية<sup>1</sup>.

## ثانياً: الاختصاص المحلي

بالنظر لما سبق قوله فيما يتعلق بالاختصاص النوعي يطبق أيضاً على الاختصاص الإقليمي فيطبق القواعد العامة للاختصاص المنصوص عليها في قانون الإجراءات المدنية و

<sup>1</sup> - نادية فوضيل، المرجع السابق، ص415.

الإدارية ذلك لعدم وجود نصوص خاصة تحدد ما يمكن أن يعتبر من إجراءات لرفع الدعاوى في مجال حقوق الملكية الصناعية وخاصة دعوى المنافسة غير المشروعة، وقد نصت المادة 37 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية.

" يؤول الاختصاص الإقليمي للجهة القضائية التي يقع في دائرة اختصاصها، موطن المدعي عليه، و إن لم يكن له موطن، معروف، فيعود الاختصاص للجهة القضائية التي يقع فيها آخر موطن له، و في حالة اختيار موطن، يؤول الاختصاص الإقليمي للجهة القضائية التي يقع فيها الموطن المختار، ما لم ينص القانون على خلاف ذلك"<sup>1</sup>.

و باعتبار دعوى المنافسة غير المشروعة تقام من اجل تعويض الضرر الحاصل لمالك العلامة فإنها مؤسسة على المسؤولية التقصيرية، أما فيما يخص التقادم ففي جميع الأحوال يرجع إلى القواعد العامة و ذلك بانقضاء 15 سنة من يوم وقوع الفعل الضار<sup>2</sup>.

### الفرع الثاني : أطراف دعوى المنافسة غير المشروعة

أن أطراف دعوى المنافسة غير المشروعة هم المتضررون منها ، أما الطرف الآخر فهو المنافس الذي ارتكب الفعل الغير مشروع.

#### أولا : الطرف الأول: "المدعي"

وهو كل شخص لحقه ضرر من عمل المنافسة غير المشروعة وفي حالة تعدد المتضررين أمكن رفع هذه الدعوى من طرف مجموع هؤلاء، إذا كانت تجمع بينهم مصلحة مشتركة ومن هنا يحق للمضرور من هذا العمل إقامة دعوى ضد منافسه وشريكه<sup>3</sup> ويكون ذلك بإتباع طرق رفع الدعوى المنصوص عليها في قانون الإجراءات المدنية والإدارية .

#### ثانيا: الطرف الثاني "المدعى عليه"

<sup>1</sup> - في حالة تعدد المدعي عليهم، يؤول الاختصاص الإقليمي للجهة القضائية التي يقع في دائرة اختصاصها موطن احدهم.

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

<sup>3</sup> - حلمي عباس، القانون التجاري، الأعمال التجارية التاجر، المحل التجاري، المرجع السابق، ص74.

وهو كل شخص مرتكب للفعل الضار أو مسؤول عنه وقد يكون شخصا ذاتيا أو معنويا وفي حالة التعدد يمكن توجيه دعوى المنافسة غير المشروعة ضدهم جميعا بصفة تضامنية<sup>1</sup>. وبالرجوع إلى قانون الإجراءات المدنية والإدارية 09/08 فإنه يجب أن يكلف المدعى عليه بالحضور.

### الفرع الثالث : الإثبات في دعوى المنافسة غير المشروعة

تحتاج دعوى المنافسة غير المشروعة المرفوعة لحماية العلامة إلى الدعاوى التي ترفع عليه أمام القضاء إلى تأكيدها من طرف المدعى عليه بأدلة وأسانيد تثبتتها طبق المادة 02/58 من الأمر 07/03 المادة 29 من الأمر 06/03 ، والمادة 02/25 من الأمر 86/66 ، ليقوي مركزه القانوني ولتنتج الدعوى نتائجها وتحدث آثارها العملية المتمثلة في وقف الاعتداء و توقيع الجزاء على من يستحقه طبقا للقاعدة القائلة البينة على من ادعى واليمين على من أنكر و بما أن العلامة من المواضيع التجارية فإنها تخضع لقاعدة حرية الإثبات جائزة فيها، وقد أوردت فيها قوانين حقوق الملكية الصناعية بعض طرق الإثبات نذكر منها :

### أولا: انتقال المحكمة للمعاينة

هو إجراء تقوم المحكمة به كخطوة لاستجلاء معالم القضية من الواقع و إحالتها على الطبيعة، ومحاولة فهمها بعيدا عما يمكن أن يحدث من تعارض أقوال الخصوم وشهودهم لأن هذا الأمر قد يؤدي للتشويش على المحكمة وذلك ليتسنى لها موازنة الأدلة بنفسها<sup>2</sup>، وهو إجراء تقوم به المحكمة من تلقاء نفسها إذا رأت عموما في القضية ، كما قد يطلبه المدعي الذي وقعت عليه التصرفات و الأعمال غير المشروعة بحيث يقدم طلبا بالانتقال إلى مكان حدوثها

<sup>1</sup> - القليوبي سميحة ، الملكية الصناعية، المرجع السابق، ص564.

<sup>2</sup> - همام محمود محمد زهران أصول الإثبات في المواد المدنية و التجارية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2000 ص503.

- العمري صالحه، الحماية القانونية لحقوق الملكية الصناعية في الجزائر، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص قانون الأعمال كلية الحقوق جامعة محمد خيضر بسكرة، 2007-2008، ص 153

لمشاهدتها على طبيعتها ، و هو أمر جوازي و قبوله أو رفضه يخضع لتقدير قاضي الموضوع فهو إجراء تحقيقي إضافي نصت عليه المادة 59 من الأمر 03/07 المادة 27 فقرة 02 و من الأمر 03/06 المتعلق بالعلامة التجارية.

### ثانيا : محاسن إثبات الحالة

هو إجراء يطلبه المدعي إذا كانت الأعمال غير المشروعة التي قام بها المدعي عليه غير واضحة للعيان أو يخشى زوالها بمرور الزمن، فيتدارك ذلك بتحرير محضر إثبات حالة وهذه المحاضر ليست لها قوة قاطعة في الإثبات بل تخضع لتقدير القاضي فقد يعتمدها أو يستبعدها حسب مدى اقتناعه بها.

### ثالثا: ندب الخبراء.

هو استيضاح رأي أهل الخبرة لاستظهار جوانب من الوقائع المادية لا يمكن لقاضي الموضوع إدراكها بنفسه بمجرد الإطلاع على أوراق القضية، أو في شأن الجوانب الفنية<sup>1</sup> ولهذا الإجراء أهمية كبيرة في مجال حقوق الملكية الصناعية نظرا لما له من صبغة فنية قد يتعذر على القاضي الوصول إلى تحديد جوانبها لاستخلاص قناعته، فيعتمد في ذلك على رأي أهل الخبرة في هذا المجال،لما لهم من إمام ودراية أكثر منه، وقد نص عليه المشرع في المادة 26 من الأمر 06/03.<sup>2</sup>

وقد اشترط على الطالب دفع كفالة، وترك نسخة لحائزي الأشياء الموصوفة مع وجوب التقدم للسلطة القضائية في أجل شهر بهذا الوصف وإلا بطل مفعوله ، كما نصت المادة 34 من الأمر 03/06 على ذلك.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - همام محمد محمود زهران المرجع السابق ، ص 516 .

<sup>2</sup> - المادة 26 من الامر 03-06، السابق الذكر.

<sup>3</sup> - المادة 34 من الأمر 03 - 06، السابق الذكر.

وهو أمر جوازي ولا يقيد المحكمة أو يلزمها بإتباعه والأخذ به، إلا أن له تأثير كبير على اقتناع القاضي.

وفي جميع الأحوال لا يشترط إثبات سوء نية المدعى عليه عند قيامه بهذه الأعمال غير المشروعة، وإذا استلزم حل النزاع تقديم مستند أو شيء مودع فإنه يجوز لرئيس المحكمة المرفوعة أمامها الدعوى إلزام طرفي الدعوى بتقديمها<sup>1</sup>.

#### الفرع الرابع : آثار رفع دعوى المنافسة غير المشروعة

يقر القضاء لمن يتعرض لأحد أعمال المنافسة غير المشروعة أن يلجأ لحمايته وذلك برفع دعوى أمام القضاء كما سبق و أن بينا و إذا تحقق القضاء و اقتنع من أدلة الإثبات المقدمة و متى توفرت شروط دعوى عدم المشروعية في المنافسة فله أن يقضي على المرتكب للفعل غير المشروع بالكف على الاستثمار فيه وهذا ما سنعرفه في فرع أول ثم له أن يقضي بالتعويض لمن أصابه الضرر في فرع ثاني.

#### أولاً : إزالة الفعل الضار (وقف الأعمال

لكي لا يستمر الضرر و يجب إيقاف المنافسة غير المشروعة حيث يجوز للمحكمة أن تأمر بوقف أعمال المنافسة غير المشروعة ومنع وقوع الضرر في المستقبل، بمعنى آخر إلزام المدعى عليه باتخاذ التدابير اللازمة لإزالة آثار عمل المنافسة غير المشروعة ومثال ذلك منع استعمال علامة أو إتلافها أو إجراء تعديل ومنع كل ما من شأنه خلق الالتباس، وهذا الجزاء يمكن إيقافه حتى ولو انعدم الضرر فهو جزاء ذو طابع وقائي، أكثر منه جزائي يحكم به حتى في حالة الضرر الاحتمالي<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - العمري صالحة، الحماية القانونية لحقوق الملكية الصناعية في الجزائر ، المرجع السابق، ص154.

<sup>2</sup> - نادية فوضيل ، المرجع السابق، ص 196.

## ثانيا : الحكم بالتعويض

إذا توافرت شروط دعوى المنافسة غير المشروعة واتضح للمحكمة وقوع الأعمال غير المشروعة قضت بالتعويض لمن أصيب بالضرر وطبقا للقواعد العامة يقوم القاضي بتعيين طريقة التعويض تبعا لظروف القضية ويكون التعويض عادة بالنقد أي مبلغا نقديا فله أن يحكم بمبلغ جزافي لتعويض الضرر ، غير أنه يمكن أن يتمثل التعويض في إزالة الوضع القائم كأن يطلق التاجر على محله اسما تجاريا خاصا بمحل آخر ، فيعتبر ذلك عملا غير مشروع وتلتزم المحكمة بإزالة الاسم الذي ترتب عن استعماله ضررا للمدعي التاجر ، وفي هذا المجال تكون للمحكمة سلطة كبيرة في التقدير .

إذ يمكن أن تقوم بتعديل الاسم عن طريق إضافة اسم آخر يميزه عن المحل المنافس حتى تزيل اللبس من الاسمين أو تزيل الاسم تماما، أما إذا استمرت أعمال المنافسة غير المشروعة بعد الحكم بالتعويض، ففي هذه الحالة يعتبر ذلك خطأ جديدا ينشأ عنه ضرر مستقل يجوز التعويض عنه بدعوى مستقلة<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - نادية فوضيل، القانون التجاري الجزائري، الأعمال التجارية، التاجر، المحل التجاري، المرجع السابق، ص197.



**المبحث الثاني : الحماية الجزائية للعلامة التجارية**

أدى التطور التجاري و الاقتصادي إلي تنامي أهمية العلامة التجارية مما أدى إلي ازدياد صور التعدي عليها ، الأمر الذي دفع الدول إلي سن القوانين التي تحرم الاعتداء عليها و حددت صور التعدي علي التعدي علي العلامة و عقاب المعتدي و ذلك من اجل توفير الحماية القانونية لهذه العلامة، بذلك فقد أضفت التشريعات الحماية الجزائية علي العلامة التجارية من اجل فرض عقوبات علي المعتدي.

**المطلب الأول : صور الاعتداء علي العلامة التجارية**

الاعتداء علي العلامة التجارية متعددة فيمكن أن تتمثل في الاعتداء علي ذاتيتها و البعض الآخر يتمثل في الاعتداء علي ملكيتها و هذا ما سيتم التطرق إليه.

**الفرع الأول : جرائم الاعتداء على ذاتية العلامة التجارية**

يقصد بجرائم الاعتداء علي ذاتية العلامة التجارية تحديد الأفعال المعاقب عليها و التي تنصب علي ذاتية العلامة التجارية و بيان الأفعال التي تلي وقائع الاعتداء علي ذاتيتها حيث تنصب علي استعمال هذه الذاتية المزيفة و هنا يقوم الجاني بتوجيه أفعاله مباشرة علي ذاتية العلامة التجارية.

**أولا : جريمة تقليد العلامة التجارية**

تناولت جميع التشريعات ذاتية العلامة التجارية جريمة التقليد كإحدى صور التعدي علي العلامة التجارية و حددت لها الجزاء المناسب<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - المادة 23 من الأمر رقم 06/03 المذكور سابقا : "... فإن كل شخص ارتكب جنحة التقليد يعاقب بالحبس من ستة أشهر إلي سنتين و بغرامة من مليونين و خمسمائة ألف دينار جزائري إلي عشرة ملايين دينار أو بإحدى العقوبتين .

و لقيام جريمة تقليد العلامة التجارية يجب أن تكون العلامة المقيدة مستوفية لشروطها القانونية و أن تكون مسجلة لدي الجهات ذات العلاقة، ذلك أن التسجيل هو مناط الحماية الجنائية التي اصبغها المشرع الجنائي علي ملكية العلامة التجارية<sup>1</sup>.

- قضت محكمة النقض المصرية<sup>2</sup> بان تسجيل العلامة التجارية ركن في جريمة تقليدها أو استعمالها بسوء قصد و من ثمة يتعين على الحاكم استظهاره و إلا كان قاصرا و بيان الواقعة المستوجبة للعقاب، و ذهبت هذه المحكمة إلى القول بان تسجيل العلامة التجارية هو مناط الحماية التي اصبغها القانون رقم 57 لسنة 1939 علي ملكيتها بتحريم تقليدها أو استعمالها من غير مالكها، و بذلك لا يستفيد مالك العلامة من الحماية الجنائية إلا إذا كانت مسجلة.

- كذلك اشترط المشرع الفرنسي في القانون الصادر في سنة 1964 الخاص بالعلامات التجارية وجوب تسجيل العلامة التجارية و قررت أن حق الملكية لا يكون نهائيا و لا يحتج به في مواجهة الغير إلا بعد التسجيل الذي يعقب الإيداع .

- كما نص المشرع الجزائري علي جريمة التقليد حيث قال: "... تعد جنحة التقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة ... " <sup>3</sup>.

إلا أن هذه التشريعات لم تحدد أركان هذه الجريمة مما يقتضي الرجوع إلى القواعد العامة لتحديد أركانها و المتمثلة فيما يلي:

<sup>1</sup> - أمنة صامت الحماية الجنائية الموضوعية للعلامة التجارية، دراسة مقارنة ، الطبعة الأولى، ريم للنشر والتوزيع ، 2011، ص136.

<sup>2</sup> - أمنة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامة التجارية ، المرجع نفسه ، ص 1373

<sup>3</sup> - المادة 26 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية، المرجع السابق.

الركن المادي: تعد جريمة تقليد العلامة التجارية هي الأساس في الجرائم الواقعة على الحق في العلامة، كما يطلق جانب من الفقه<sup>1</sup> علي جميع صور التعدي علي العلامة التجارية لفظ جرائم التقليد".

والعنصر المادي هنا يتمثل في فعل التقليد، حيث لم تتعرض قوانين العلامات التجارية إلي تعريف يبين ماهية التقليد المتصور في نطاق هذه الجرائم لذا فقد عرفه غالبية الفقه<sup>2</sup> بأنه اصطناع ختم أو دمغة أو علامة مزيفة تقليدا للأشياء الصحيحة أي المشابهة لها في شكلها سواء أكان التقليد متقنا أم غير متقن".

**فالركن المادي في جريمة تقليد العلامة التجارية يكون بنقل العناصر الأساسية للعلامة أو نقل بعضها مع إضافة شيء عليه بحيث يصعب علي المستهلك العادي التفرقة بينهما في ذلك الشبه لما فيها من خداع و تضليل وعليه فان المشرع الجزائري لم يحدد الأفعال التي تعتبر اعتداء مباشر و الأفعال التي تعتبر اعتداء غير مباشر علي العلامة التجارية والعقوبات المخصصة لها كما فعل في التشريع السابق للعلامات، حيث انه في التشريع الراهن حدد جنحة التقليد بالمعني الواسع للكلمة بالنظر إلي الاعتداءات التي يقوم بها الغير خرقا للحقوق الاستثنائية المعترف بها لصاحب العلامة المودعة، وهكذا يلاحظ أن المشرع الجزائري تبني المفهوم الواسع للتقليد، و بهذا سلك المشرع الفرنسي<sup>3</sup> عند إصداره للأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامة التجارية.**

<sup>1</sup> - منصور احمد محمد، الغش التجاري في العلامات التجارية ، دار الرياض للطباعة والنشر ، القاهرة ، أول يوليو 1955 ص126

<sup>2</sup> - رؤوف عبيد، جرائم التزييف و التزوير ، الطبعة الخامسة ، دون دار النشر ، 2007 ، ص 82

<sup>3</sup> - سعيدة ،راشدي حماية العلامات التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري ، كلية الحقوق ، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية، ص 221 . موضوع منشور علي موقع :

ان تقليد العلامة التجارية يعاقب عليه جزائيا في حد ذاته، أي يكفي لوجود الجنحة إثبات أن الفعل يتمثل في اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الاصلية<sup>1</sup> و بالرجوع إلي الأحكام الراهنة نلاحظ أن المشرع الجزائري استبعد التمييز بين التقليد بحصر المعني والتشبيه، إذ نص علي انه يعد جنحة تقليد لعلامة ما مسجلة كل عمل يقوم به الغير إضرار بالحقوق الاستثنائية لصاحب العلامة وعند تحديده للرموز المستبعدة من التسجيل و لتعزيز موقفه استعمل بصورة متساوية العبارتين المتماثلة، المطابقة أو المشابهة وهذا دليل علي أن التشبيه يكون تقليدا و يخضع لنفس العقوبة.

كما تعرض القضاء الجزائري لجريمة تقليد العلامة التجارية، حيث قضت المحكمة العليا بالجزائر انه : "يعد تطبيقا سلميا وصحيحا للقانون القضاء برفض دعوي تقليد علامة تجارية لنفس المنتج علي أساس عدم وجود تشابه بين العلامتين (لنفس المنتج) من شأنه إحداث لبس و خلط عند المستهلك متوسط الانتباه".<sup>2</sup>

## 2- القصد الجنائي:

أن تقليد العلامة يعاقب عليه جزائيا في حد ذاته ، أي يكفي لوجود جنحة تثبت أن العمل يتمثل في اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الأصلية، فلا يشترط توافر العنصر المعنوي فالعنصر المادي كاف هكذا فان القصد ليس شرطا لازما لإثبات وجود جنحة و أي لا يفرض البحث عن نية مرتكب الفعل الضار حسنة كانت أو سيئة و لا تتضمن الأحكام القانونية عبارة التدليس أو القصد بالنسبة لجنحة التقليد<sup>3</sup>.

أما في مصر فقد اختلفت الآراء في هذا الخصوص حول ما إذا كانت سوء نية الفاعل شرطا من شروط توافر الجريمة أم لا، فذهب البعض<sup>4</sup> وهذا ما نؤيده إلي أن التقليد يعاقب عليه

<sup>1</sup> - صالح فرحة زراوي، المرجع السابق ، ص206

<sup>2</sup> - القضية رقم 1209 المؤرخة في 2002/02/05، المجلة القضائية ، العدد الأول ، 2002 ، ص 265 ،

<sup>3</sup> - المادة 26 من الأمر رقم 06/03

<sup>4</sup> - آمنة صامت الحماية الجنائية الموضوعية للعلامة التجارية المرجع السابق ، ص ص 148- 149

بمجرد و قوعه ولو انتقي القصد الجنائي أو لو كان مرتكب الفعل حسن النية في إحداث اللبس بين العلامتين و لو لم يقصد تضليل جمهور المستهلكين والأساس الذي يستند عليه هذا الرأي هو انه من الواجب علي كل تاجر أن يلجا إلي سجل العلامات التجارية حتي يتأكد قبل صنعه لعلامة تجارية لتمييز بضائعه من أن علامته لاختلط أو تتشابه مع علامة أخرى لتمييز ذات النوع من البضاعة ، كما انه من النادر أن يقع التطابق أو التشابه مصادفة و من دون قصد.

### ثانيا : جريمة تزوير العلامة التجارية

يقصد بتزوير العلامة اصطناع علامة مطابقة تماما للعلامة الأصلية، أي اقتباسها بشكل تام و حرفي دون تغيير. ولهذا يري بعض الفقه أن التزوير يقصد به نقل العلامة بشكل حرفي و تام بحيث تصبح العلامة المزورة صورة طبق الأصل من العلامة الحقيقية. و يفرق هؤلاء بين التزوير والتقليد فيقولون بان الفرق بين التزوير والتقليد هو أن لأول عبارة عن نقل مطابق للعلامة كلها دون تعديل أو إضافة أما الثاني فهو صنع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية ، و هذا ما ويؤيد ما قضت به محكمة النقض المصرية.<sup>1</sup>

فيبدو لنا انه لم يكن من الملائم استخدام مصطلح التزوير مجال المساس بالعلامات التجارية في التشريع المصري ولاكتفاء فقط بمصطلح التقليد المناسب كوسيلة للتعبير عن اغلب صور الاعتداء الماسة بالعلامات التجارية و يمكن أن نستدل علي ملائمة استخدام مصطلح التقليد وحده في هذا المجال دون الحاجة لمصطلح التزوير، أما جانب من الفقه ذهب إلى القول بعدم وجود أهمية في التفرقة بين التزوير و التقليد ، فكل منهما يشمل الآخر و بالرغم من أن

<sup>1</sup> - قرارات محكمة النقض المصرية مايلي: إذا كان التزوير لا يثير صعوبة عند ضبط العلامة المزورة حيث يكون التطابق كاملا و تاما إلا انه قد تتور صعوبة في تقدير ما إذا كانت العلامة مقلدة أو غير مقلدة ، وتعتبر واقعة تقدير التقليد من عدمه مسألة موضوعية تتعلق بوقائع الدعوي و يختص بها القاضي دون رقابة عليه من محكمة النقض، طعن 18/04/2000 مجموعة أحكام النقض ، 61 ق رقم 6611 .

المشعر الأردني قد جعل منهما صورتين من صور الركن المادي للجريمة ، فهاتان الصورتان وجهان لجريمة واحدة<sup>1</sup>.

أما المشعر الجزائري فقد اقتصر علي ذكر جنحة التقليد في المادة 32 من الأمر 03/06 المتعلق بالعلامات التجارية، مما يدعو إلى الاعتقاد بأنه اغفل ذكر باقي جرائم التعدي على العلامة التجارية إلا أن المشعر الجزائري ذكر في المادة 26 من الأمر ذاته انه يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة ما قام بها الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة يعد جريمة معاقب عليها قانونا ، ونعتقد انه كان علي المشعر الجزائري أن يسلك مسلك نظيره المصري ويذكر صراحة الجرائم التي تقع على العلامة التجارية وذلك حتى لا يجعل النص يحتمل التأويل.

**1-الركن المادي :** إن تزوير علامة معناه اصطناع علامة مطابقة للعلامة الأصلية، و هو كفعل مادي ينصب علي عملية صنع (طبع) العلامة فقط لذا فان الجريمة تتم بمجرد فعل التزوير أي بمجرد ارتكابه و يكفي مجرد صنع الختم الذي يستخدم لوضع العلامة.

أو صناعة الشريط المتضمن العلامة أو الزجاجات ... الخ ، فلا تعد الأفعال السابقة مجرد شروع في ارتكاب الجريمة و لكنها تكون الجريمة ذاتها<sup>2</sup>، لذلك فان قوام الركن المادي في جريمة تزوير علامة تجارية هو فعل التزوير والذي يتطلب فيه أمران أولهما أن يتم هذا الفعل بصورة تؤدي إلي خداع غيره وتضليله و بالتالي عدم استطاعته التمييز بين البضائع التي تحمل علامة مزورة و تلك التي تحمل علامة أصلية وثانيهما أن يتم ذلك بدن موافقة صاحب العلامة أما إذا تم بموافقته فان ذلك لا يشكل تزويرا وبالتالي تنتفي عنه صفة الاعتداء

<sup>1</sup> - عبد الله حسين الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية ، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن 2008 ، ص 209.

<sup>2</sup> - آمنة صامت الحماية الجنائية الموضوعية للعلامة التجارية، المرجع السابق، ص 152.

ويقع عبئ إثبات مواد صاحب العلامة علي المتهم<sup>1</sup>، وتعد جريمة تزوير العلامة التجارية من الجرائم ذات الهدفين الأول يتمثل في الاعتداء علي العلامة التجارية، أما الثاني فيتمثل في غش المستهلك وتضليله.

## 2- القصد الجنائي : يحتوي ضمن طياته القصد الجنائي العام و القصد الجنائي الخاص

علي النحو التالي:

أ- **القصد الجنائي العام:** تعد جريمة تزوير العلامة التجارية من الجرائم العمدية<sup>3</sup> و التي يجب لقيامها توافر القصد الجنائي العام و الذي يعني انصراف إرادة الجاني بماهية فعله و بماهية الموضوع الذي ينصب عليه و أن تتجه إرادته إلي ذلك الفعل وأثاره ، و بهذا العلم و الإرادة يقوم القصد الجنائي العام<sup>2</sup>.

ب- **القصد الجنائي الخاص :** ذهب جانب من لفقته إلي القول ن القصد الخاص مفترض في هذه الجريمة ، وذلك في أن تسجيل العلامة التجارية قرينة علي العلم بها خاصة بالنسبة للتاجر و الذي يفترض فيه أن يكون عالما بمجموع العلامة التجارية المسجلة ذلك بحكم العرف و التجاري في حين ذهب جانب آخر من الفقه<sup>3</sup> إلي أن القصد الجنائي مفهوم ضمنا في كل جرائم التعدي علي العلامة التجارية، حيث ذهب أصحاب هذا الرأي إلي وجوب اشتراط القصد الجنائي في جريمة تزوير علامة تجارية، إذ انه ليس من المقبول أن يحاسب الأفراد عن أفعال لم تصدر منهم عن رغبة حقيقية بالإجرام والأذى، وأن حرمان مرتكب التزوير من إثبات حسن بذلك و نيته و اتخاذ واقعة تسجيل العلامة قرينة قاطعة علي علمه بالعلامة لا يخلو من العنت تكون مجافاة للعدالة و بهذا نميل إلي الرأي الأول وذلك لصريح النص و لان حكمة التشريع

<sup>1</sup> - صلاح الدين سلمان الأسمر، العلامة التجارية بين القانونين الأردني والمصري مطبعة التوفيق، عمان، 1986، ص362.

<sup>2</sup> - فخري عبد الرزاق الحديثي، قانون العقوبات "الجرائم الاقتصادية" الطبعة الثانية، مطبعة التعليم العالي، بغداد، 1987، ص 149

<sup>3</sup> - سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، المرجع السابق، ص 542 - 543 .

تملي الأخذ به إذ يفترض قيامنا بصنع علامة جديدة أن يكون علي علم بالعلامات السابقة التي تميز منتجات منافسة و أن التزوير معاقب عليه في حد ذاته دون حاجة لإثبات سوء النية.

### الفرع الثاني : جرائم الاعتداء علي ملكية العلامة التجارية

تختلف جرائم هذا القسم عن الجرائم السابقة في أن الاعتداء علي العلامة لا يكون بواسطة الاعتداء علي ذاتية العلامة و إنما هو عبارة عن اغتصاب لعلامة الغير بغير تزوير او تقليد لها،اي بواسطة الاعتداء علي مادية العلامة التجارية و بمعنى آخر الاستيلاء علي العلامة الحقيقية و استعمالها دون وجه حق و بهذا الصدد نتناول جريمتين هما :

#### أولا : جريمة وضع بسوء القصد علي منتجاته علامة تجارية مملوكة لغيره

المقصود بهذه الجريمة أن العلامة التجارية محل الاستعمال ليست مزورة أو مقلدة بل علامة حقيقية يملكها شخص و يستعملها آخر علي منتجات او بضائع مماثلة بدون وجه حق ، لقيام هذه الجريمة لأبد من توفر ما يلي :

- **الركن المادي:** يتمثل الركن المادي في هذه الجريمة في وضع علامة حقيقية علي البضائع و المنتجات التي تتمتع بحق استخدام تلك العلامة بشرط أن تكون البضائع و المنتجات من نفس الصنف ، لذا يعد مرتكبا لهذه الجريمة من قام بنزع العلامة الحقيقية او البضاعة الملصقة علي المنتجات ووضعها علي منتجاته او بضائعه المماثلة<sup>1</sup>.

- قد يأخذ الركن المادي لهذه الجريمة أكثر من صورة ، صورة الاستعمال إذا يتوافر هذا العنصر بحق كل من يستعمل علامة تجارية مسجلة أو علامة مقلدة لها علي ذات الصنف من البضاعة التي سجلت من اجلها حتى لو كان هذا الاستعمال لمجرد قصد الإعلان عن تلك البضائع<sup>2</sup>، وتقع هذه الجريمة غالبا علي العلامات التجارية التي تتخذ صورة نماذج أو أشكال

<sup>1</sup> - أمينة صامت، المرجع السابق، ص ص 170 - 171 .

<sup>2</sup> - عبد الله حسين الخشروم، المرجع السابق ، ص 214 .



مميزة كما هو الحال في نموذج الزجاجات المستخدمة لتعبئة المشروبات الروحية أو المياه الغازية أو العطور.

- ففي التشريع الجزائري يعاقب جزائيا الأشخاص الذين يضعون علي منتجاتهم او علي الأشياء التابعة لتجارتهم علامة هي ملك غيرهم<sup>1</sup> ، فيتعلق الأمر مثلا بالصانع الذي يستعمل قنينات خاصة بعلامة مشهورة لمأها بمشروبات من صنعه قصد خداع المستهلك او نماذج الزجاجات التي تستخدم لتعبئة العطور.

لذلك فان مجرد استعمال تلك الزجاجات و تعبئتها بمشروبات غازية او عطور ايا كان نوعها يدخل في نطاق تلك الجريمة، وقد ورد النص علي هذه الجريمة في المادة 113 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصرية : " ... . يعاقب... كل من وضع بسوء قصد علي منتجاته علامة تجارية مملوكة لغيره

وتختلف هذه الجريمة عن جريمة استعمال علامة مزورة أو مقلدة في انها تمثل استعمال علامة حقيقية ولكن مملوكة للغير لتمييز منتجات مماثلة خلافا المخصصة لها العلامة الحقيقية و في الأخير نتوصل إلي القول : أنه إذا لم تكن العلامة المملوكة للغير مسجلة فلا يعد الاعتداء عليها بأية صورة من الصور التي حددها القانون جريمة من جرائم الاعتداء على العلامة التجارية و من بينها جريمة استعمال علامة مملوكة للغير.

**القصد الجنائي :** تعتبر جريمة استعمال علامة مملوكة للغير من الجرائم القصدية التي يفترض فيها أن الجاني يعلم بأنه يقوم باستعمال علامة تجارية للغير و يلزم لقيامها أن ترتكب بسوء او سوء نية قصد الركن المعنوي في هذه الجريمة أنها من الجرائم العمدية لذا نص المشرع صراحة علي وجوب أن ترتكب بقصد الغش، فلا يكفي لقيام هذه الجريمة إتيان الفاعل صورة من صور العنصر المادي ، بل لابد أن يكون لديه القصد السيئ<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - المادتين 26 و 32 من الأمر رقم 03-06.

<sup>2</sup> - عبد الله حسين الخشروم، المرجع السابق، ص 214.

أما المشرع الجزائري فلم يتطلب في هذه الجنحة توافر عنصر القصد نظراً لعمومية النص القانوني<sup>1</sup>، فيكفي ان يتم وضع العلامة الأصلية علي منتجات ليست تحت حمايتها كوضع المنتجات في زجاجات أو في علب تحمل تلك العلامة الأصلية عليها ، فلا يجب علي المدعي او علي النيابة العامة إثبات أن مرتكب الفعل كان يهدف من وراء هذا التصرف الاستفادة من المزايا المتعلقة بالعلامة الأصلية.

و المشرع المصري قد أوضح القصد الجنائي في هذه الجريمة بصورة جلية حيث وردت عبارة " بسوء القصد " في المادة 113 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصرية، و بالتالي فانه وفقا لذلك فاعن عبئ إثبات سوء القصد يقع علي المدعي الذي استخدمت علامته دون موافقة ذلك ان الموافقة تنفي القصد الجنائي<sup>2</sup> .

**ثانياً: جريمة بيع منتجات تحمل علامة موضوعة بغير حق او عرضها للبيع أو حيازتها بقصد البيع مع علمه بذلك :**

تتكون هذه الجريمة من ركنين ركن مادي وهو الفعل المعاقب عليه و يتحقق بفعل من أفعال البيع او العرض للتداول أو الحيازة بقصد و يكون محل الفعل منتجات تحمل علامة مملوكة للغير و ركن معنوي و هو القصد الجنائي

**1 - الركن المادي :** تقع هذه الجريمة في حال بيع منتجات تحمل علامة تجارية مملوكة للغير بدون حق او بسبب مشروع ويشمل جميع صور البيع و لا فرق في ذلك إذا كان البيع بمقابل نقدي أم لا بين ما إذا نتج عن البيع ربح أو خسارة، أو كان لمرة واحدة أم متكررة كذلك تقع عن طريق وضعها في مواجهة المحل التجاري او احدي الفروع التابعة له أو بإرسال نشرات إلي العملاء كذلك في حال حيازة المنتجات بقصد بيعها كأن يضعها داخل مخازن التاجر أو في مسكنه الخاص إذا وجدت قرائن تدل علي أنها تستخدم كمخازن أو مستودعات توضع فيها

<sup>1</sup> - المادة 26 من الامر 06-03-3.

<sup>2</sup> - أمانة صامت، المرجع السابق، ص 172.

المنتجات التي تحمل علامة مملوكة للغير دون وجه حق<sup>1</sup> تعاقب المادة 38 فقرة 1 ج. من قانون العلامات التجارية "كل من باع أو اقتني بقصد البيع أو عرض للبيع بضاعة تحمل علامة يعتبر استعمالها جرماً بمقتضى البندين (أ) و (ب) من هذه الفقرة و كان لديه علم مسبق بذلك"<sup>2</sup>.

**2 - القصد الجنائي:** يلزم لقيام هذه الجريمة توافر القصد الجنائي العام ، إذ تعتبر هذه الجرائم من الجرائم العمدية وبذلك يجب أن تتصرف إرادة الجاني إلى ارتكاب الفعل المحقق للجريمة مع علمه بأنه أو يبيع يعرض للبيع أو للتداول أو يحوز بقصد بيع منتجات تحمل بدون حق علامة مملوكة للغير ومنه فقد ذهب المشرع المصري إلي عدم اشتراط توافر سوء القصد او الغش لقيام هذه الجريمة و إنما اكتفي بتوافر العلم لدي الجاني بأنه يعلم أنه يبيع أو يعرض للبيع أو للتداول أو يحوز بضاعة تحمل علامة تجارية مملوكة لغيره<sup>3</sup>.

أما بالنسبة للتشريعين الجزائري و الفرنسي فقد أغفلا تجريم الحيازة، حيث كان من الصواب أن يسلكا مسلك المشرع المصري وهذا حتى يتم تحقيق حماية قصوى للعلامة التجارية و إقفال الباب علي كل من تسول له نفسه الاعتداء علي العلامة بأي شكل من الأشكال ثم يتملص من العقاب و يلاحظ كقاعدة عامة تقريبا بان المشرع الفرنسي قد قررت عقوبات لهذه الجرائم مماثلة للعقوبات المقررة لجريمة الخداع ، وهنا اتجه بعض الفقه في مجال القانون التجاري إلى أنه علي الرغم من ان المشرع المصري لم يذكر صراحة شرط التسجيل إلا في البند رقم (1) بشأن تزوير أو تقليد العلامة التجارية و لم يكرر هذا الشرط في البنود الاخري، أي أن المشرع لم يقصد الا حماية العلامات المسجلة و لم يشأ أن يذكر هذا الشرط في كل

<sup>1</sup> - أمانة صامت ، المرجع نفسه، ص173-174.

<sup>2</sup> - عبد الله حسين الخشروم، المرجع السابق، ص 216.

<sup>3</sup> - المادة 113 من قانون حماية الملكية الفكرية المصري، رقم 82 لسنة 2002.

جريمة على حدا منعا للتكرار وبالتالي فان بقية الجرائم إلا خري غير التزوير او التقليد يشترط فيها أن يقع على علامة مسجلة<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني: الإجراءات التحفظية و التنفيذ للعلامة التجارية

#### الفرع الأول : الوسائل التحفظية للعلامة التجارية

- منح المشرع لمالك العلامة المعتدى عليها وسيلة أخرى لحماية حقه إلى جانب دعوى التقليد وذلك بتمكينه من اتخاذ إجراءات تسمح له بإثبات مختلف أفعال التعدي على العلامة قبل رفع دعوى التقليد.

و عليه يستطيع مالك العلامة أن يطلب الحجز من المحكمة المختصة على السلع التي تحمل علامة مقلدة او مشبهة و على الوسائل و الأدوات المستخدمة لإنتاجها إذا اثبت أن هناك اعتداء على حقه وانه يخشى من اختفاء الأدلة<sup>2</sup> و قد نصت المادة 34 من الأمر 03/06 السابق الذكر على أنه :

"يمكن لمالك العلامة بموجب أمر المحكمة الاستعانة عند الاقتضاء بوصف دقيق للسلع التي يزعم أن العلامة عليها قد ألحقت به ضرر او ذلك بالحجز او دوله".

ويتم إصدار الأمر على نيل عريضة بناء على إثبات تسجيل العلامة و عندما يتأكد الحجز يمكن أن يأمر القاضي المدعي بدفع كفالة<sup>3</sup>.

ولقد ألزم المشرع الجزائري طالب الحجز التحفظي من اللجوء الى الجهة القضائية بالطريق المدني او بالطريق الجزائي في اجل شهر والا أصبح الوصف او الحجز باطلا مع

<sup>1</sup> - آمنة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية المرجع السابق، ص 176.

<sup>2</sup> - سعيدة راشدي، المرجع السابق ، ص 228.

<sup>3</sup> - المادة 34 الأمر 03-06.

إمكانية المطالبة بالتعويض<sup>1</sup> مع الإشارة في هذا الصدد انه في حالة بطلان حجز التقليد فان ذلك لا يؤثر على حق المدعي في رفع الدعي أمام قاضي الموضوع .

### الفرع الثاني : الإجراءات التنفيذية للعلامة التجارية

#### أولا : المصادر و الحجز

أجازت المادة 36 من قانون العلامات والمادة 24 من قانون الرسوم و النماذج الصناعية حجز المنتجات المقلدة او المعلمة بعلامات تسبب ضرر لصاحب العلامة أو الأشياء التي تمس بصاحب الحق و مصادرتها وان يقوم بإتلافها و حتى مصادرة و إتلاف الأدوات المستعملة في التقليد، كما يجوز بيع الأشياء المحجوزة لصاحب العلامة الأصلية و ذلك مع عدم الإخلال بما يستحق من تعويض<sup>2</sup>.

ونصت المادة 32 الأمر 03/06 فقرة 02 على الغلق المؤقت او النهائي للمؤسسة مصادرة الأشياء و الوسائل والأشياء والأدوات التي استعملت في المخالفة للمحكمة أن تقرر مصادرة البضائع و مواد الرزم واللف والإعلان و اللوحات وعلى الأختام وغير ذلك من الأدوات المستعملة بصورة رئيسية في طبع العلامة التجارية على البضائع او التي ارتكب فعل التعدي بها او نشأ منها من الجدير بالذكر، أن المصادر أمر جوازي للمحكمة، إذ لها سلطة تقديرية في هذا الخصوص فإذا أمرت المحكمة بمصادرة، فيجوز أن تشمل المصادر البضائع و الأدوات والأشياء المستخدمة في ارتكاب الجريمة ، كما قد تقتصر على بعض ذلك<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - المادة 35 من الأمر 03 - 06.

<sup>2</sup> - ناريمان العقون آمنة براغثة، النظام القانوني للعلامة التجارية في الجزائر ، مذكرة لنيل شهادة الليسانس في القانون، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة 08 ماي 1945 قالمة. 2011/2012، ص120.

<sup>3</sup> - عبد الله حسين حسين الخشروم، المرجع السابق، ص219.

## ثانياً: الإلتلاف

للمحكمة أن تأمر بإتلاف البضائع و المواد الرزم و اللف والإعلان اللوحات ووالأختام وغير ذلك من الأدوات المواد المستعملة بصورة رئيسية في طبع العلامة التجارية على البضائع او التي ارتكب فعل التعدي بها او نشأ منها ، أو التصرف بها ، في غير الأغراض التجارية<sup>1</sup> أن الحكم بآء تلاف تلك الأشياء كلها أو بعضها ، أمر متروك لسلطة المحكمة التقديرية، اي ان الأمر بإتلاف جوازي و ليس إلزامياً .

فإذا أثبت للمحكمة أن حالة تلك المواد على قدر كبير من الجودة ، فينبغي أن يكون الحكم غير الإلتلاف كالأمر ببيعها و توزيع ثمنها على المحتاجين او الاستفادة منها كهبتها إلى إحدى الجهات البر والخير<sup>2</sup>.

لقد تناول المشرع الجزائري الإلتلاف في المادة 32 من الأمر رقم 06/03 ، والتي ورد فيها مايلي: "... فان كل شخص ارتكب جنحة تقليد يعاقب بالحبس من ستة (6) أشهر إلى سنتين و لغرامة من مليونين و خمسمائة ألف دينار (2.500.000) الى عشرة ملايين دينار (10.000.000) أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط مع:

- إتلاف الأشياء محل المخالفة "

ويفهم من هذا النص انه زيادة عن المصادرة تأمر المحكمة بآء تلاف الأختام (الكليشيات) و نماذج العلامة أي الأشياء والأدوات التي استعملت لارتكاب الجنحة<sup>3</sup> ، بالرغم

<sup>1</sup> - المادة 39 ف 4، من قانون العلامة التجارية الأردني المعدل رقم 34 لسنة 1999.

<sup>2</sup> - عبد الله حسين الخشروم، المرجع السابق، ص 218.

<sup>3</sup> - المادة 35 من الامر 57/66 المؤرخ في 27 ذي القعدة عام 1385 هـ، الموافق 19 مارس 1966 ، يتعلق بعلامات

المصنع والعلامات التجارية ، العدد 23.

من إلغاء عبارة " في جميع الحالات"<sup>1</sup> فإنه يجب اعتبار أن الحكم بالإتلاف يعد في التشريع الجزائري وعلى خلاف التشريع الفرنسي أمرا إلزاميا نظرا لصياغة النص القانوني.

في المقابل نهج المشرع المصري نفس منهج نظيره الجزائري و يتضح ذلك من خلال نص المادة 117 من قانون حقوق الملكية الفكرية المصري، والتي نص فيها على: "... و تأمر المحكمة بإتلاف العلامات المخالفة ويجوز لها عند الاقتضاء الأمر بإتلاف المنتجات او البضائع او عناوين المحال أو الأغلفة أو الفواتير او المكتبات أو وسائل الإعلان او غير ذلك مما يحمل تلك العلامة او يحمل بيانات او مؤشرات جغرافية بالمخالفة لأحكام هذا الكتاب وكذلك إتلاف الآلات و الأدوات التي استعملت بصفة خاصة في ارتكاب الجريمة".

- وفيما يخص عقوبة الإتلاف فنعتقد انه بدلا من إتلاف البضائع و الأدوات فإنه يمكن التصرف فيها بطريقة أخرى ، كأنه يتم بيعها تحت إشراف المحكمة وبالمزاد العلني بعد اطلاع الجمهور على حقيقة هذه المنتجات او البضائع ، و يعوض حسن النية . الذي تعامل مع هذه البضائع أو يعوض مالك العلامة التجارية التي تم الاعتداء على علامته.

### ثالثا : الإغلاق

- يتمثل غلق المنشأة في المنع من استمرار استغلال تلك المنشأة ( محل تجاري ، مصنع ، مكتب ... ) عندما تكون محلا أو أداة لأفعال تشكل خطرا على النظام العام<sup>2</sup>.

- هناك بعض التشريعات من اعتبر هذه العقوبة جوازية و منه من اعتبرها وجوبية أما المشروع الجزائري فقد نص على عقوبة تكميلية أخرى تتمثل في الغلق المؤقت او النهائي للمؤسسة<sup>3</sup>.

و في حالة الحكم على المتهم بعقوبة جزائية ، يقرر القاضي غلق المؤسسة التي استعملت لتنفيذ الجنحة ، ويعد هذا القرار اختياريا في التشريع الفرنسي مصير عمال المؤسسة

<sup>1</sup> - أمانة صامت ، المرجع السابق ، ص 256.

<sup>2</sup> - صامت أمانة، المرجع السابق، ص 257.

<sup>3</sup> - المادة 32 من الأمر -03-06 السابق الذكر .

بعد قرار الغلق مؤقتا كان او نهائيا ، كما لم يحدد المدة التي لا يمكن أن يتجاوزها الغلق المؤقت<sup>1</sup> .

ولقد أجاز المشرع المصري في المادة 113 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري للمحكمة بعد إتمام إجراءات التقاضي و ثبوت الجرم الذي تنتظره ان تصدر في قرار الحكم النهائي امراً يتضمن إغلاق المنشأة التي يستغلها المتهم في ارتكاب الجريمة ، وان أقصى مدة للغلق هي ستة أشهر الا أن المشرع المصري وخروجاً على هذا الحكم الذي قرره في المادة 113 من القانون ذاته الخاص بأمر الغلق فقد ألزم المحكمة بالغلق الو جوبي في حالة العود، ولكن طبقاً للمدة التي تراها المحكمة حيث لم يحدد في النص ذاته حداً أقصى لمدة الغلق<sup>2</sup> .

<sup>1</sup> - صامت أمنة، المرجع السابق، ص 258.

<sup>2</sup> - سميحة القليوبي، المرجع السابق، ص 601.



خاتمة

إن العلامة التجارية هي تلك الرمز القابل للتمثيل الخطي، الذي تسمح بتمييز سلع و خدمات عن سلع و خدمات أخرى، و هي. تختلف ، عن باقي عناصر الملكية الصناعية، فنجد لها أنواع مختلفة وفق التشريع من حيث نوعها أو طبيعتها أولى المشرع الجزائري أهمية بالغة للعلامة من حيث تنظيمها القانوني، من خلال الأمر 03/06 المتعلق بالعلامات، انه أعطى شروطا دقيقة شروطا دقيقة من اجل الاعتراف بعلامة معينة، و نلمس تلك الأهمية التي أولها للعلامة من خلال الشروط الشكلية بالإضافة إلى الشروط الموضوعية التي فرضها في تسجيل العلامة و ما يترتب عن ذلك نشوء الحق و استئثار به من طرف مالك هذه العلامة، وبأن حماية العلامة التجارية في بلادنا أصبحت موضع اهتمام وعناية من قبل المشرع ويرجع ذلك لأهميتها وضرورتها في آن واحد باعتبارها دليل مهم للمستهلك، حيث يمكنه من التعرف على مصدر المنتجات والخدمات التي تفرض عليه دون المساس بحقه في اختيارها وحمايته قانونا من شتى أنواع الغش والخداع واللبس، الذي قد يتعرض إليه بواسطة منتجات مقلدة ومزورة، مما جعل الدولة تسعى جاهدة من أجل وضع حد لظاهرة التعدي على أمن البلاد اقتصاديا، ويظهر ذلك من خلال إصدار مجموعة من النصوص القانونية، وإبرام معاهدات دولية لتقرير أحكام العقوبات المقررة على التعدي على العلامات التجارية. قد تكون هذه العقوبات مدنية أو جنائية.

وبالرغم من المجهودات التي بذلتها الجزائر إلا أن هذه الظاهرة تزداد انتشارا يوم بعد يوم وهذا نظرا للسياسة التي اتبعتها في وضع العقوبات والغرامات، ولهذا يجب إعادة النظر في ذلك بتشديد وتسيط عقوبات قاسية وقمع كل أشكال المساس بالعلامات التجارية وحفاظا على الاقتصاد الوطني في ظل المنافسة النزيهة.

من خلال دراستنا نخلص إلى النتائج التالية :

- يمكن لكل شخص أن يتخذ علامة ما لمنتجاته أو لخدماته ولكن بشرط أن تكون قابلة للتمثيل الخطي وهو ما نص عليه المشرع الجزائري في نص المادة الثانية من الأمر 06/03

المتعلق بالعلامات، وهذا ما تتفق عليه معظم التشريعات المقارنة، كما جاء تعداد الأشكال التي يمكن أن تكون علامة في نص المادة على سبيل المثال وليس على سبيل الحصر، تماشياً مع التطورات في هذا المجال

- تختلف العلامة التجارية كونها عنصر من عناصر الملكية الفكرية عامة والملكية الصناعية خاصة وإشارة مميزة للسلع والخدمات عن بعضها البعض، عن بعض المفاهيم التي قد تبدو مقاربة لها كالإسم التجاري وتسمية المنشأ والعلامة الجماعية، والوسم .

- إن المشرع الجزائري قد أعطى أهمية كبيرة للعلامات من خلال سن قواعد قانونية خاصة بها وكذا مواكبة التطور الحاصل في العالم من خلال التوقيع على الإتفاقيات الدولية الخاصة بذلك كإتفاقية باريس وإتفاقية تريبيس، وتبنى كذلك مبدأ إلزامية العلامة، سواء كانت علامة سلعة أو خدمة أو صناعة، كما إشتراط تسجيل العلامة المستوفاة للشروط الموضوعية "الجدة والتميز والمشروعية من أجل حصولها على الحماية المدنية اللازمة، بغض النظر عن موضوع العلامة تجارة، صناعة، خدمة" أو الغاية من إستعمالها "مانعة، وقائية" .

- إن الشروط الموضوعية والشكلية المطلوبة لتسجيل العلامة تعتبر هي حجر الأساس التي يرتكز عليها حق صاحب العلامة، وبغيابها أو إنعدامها لا يوجد على الإطلاق الحق، ولا يمكن لصاحب العلامة المطالبة به حتى يستوفي جميع الإجراءات اللازمة لذلك، ولا تختلف الإجراءات بإختلاف العلامات لأن الإجراءات منظمة بقوانين أمره وجب إتباعها من صاحب العلامة، مع الأخذ بعين الإعتبار وضعية العلامات التجارية المشهورة التي تعتبر معروفة على المستوى الدولي لإرتباطها بالجودة وتميزها بخصائص لا وجود لها لدى مثيلاتها من العلامات، الأمر الذي جعل من مسألة حمايتها، أمر حتمياً تجاوز حدود البلد الذي سجلت فيه لتمتد الحماية القانونية لها في جميع الدول الأخرى حتى ولولم تكن مسجلة فيها .

- أما بالنسبة للعلامات التجارية غير المسجلة فهي لا تحظى بالحماية المقررة للعلامة المسجلة في التشريع الجزائري، غير أنه في بعض التشريعات المقارنة كالتشريع الأردني يمكن تحريك دعوى المنافسة غير المشروعة مع مراعاة شروط معينة .

- إن الحماية المدنية للعلامة التجارية تستمد أصولها من قواعد المسؤولية التقصيرية كأصل عام من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة، والمسؤولية العقدية في حالة ما إذا كانت العلامة محل عقد تنازل كعقد الترخيص مثلا بإستعمال علامة تجارية .

- إن الحماية المدنية المقررة للعلامة لا تقتصر على صاحب العلامة فقط، بل تمتد للمرخص له بإستعمال العلامة في إطار عقود التراخيص عبر جميع مراحل العقد حيث تستند إلى مبدأ حسن النية المنصوص عليه في العقود بشكل عام لاسيما المادة 107 من القانون المدني الجزائري، كما يقع على عاتق المرخص له إستغلال العلامة بحسن نية وفي نطاق الإقليم المسموح بإستعمال العلامة، كما يلتزم بالحفاظ على سمعة العلامة والمحافظة أيضا على قيمتها.

- إن تجسيد الأحكام الموضوعية للحماية المدنية يقتضي وجود حماية جزائية ويعتبر قضاء المؤسسة التي تسهر على حماية الحقوق ومن ذلك الحق في العلامة، سواء في إطار الدعوى الموضوعية دعوى المنافسة غير المشروعة ، والتي لم ينظم المشرع أحكامها ولم يبين شروطها ولا أساسها القانوني وإكتفى بذكر بعض الممارسات التي إعتبرها ممارسات غير مشروعة .

من خلالها أن يطلب الحجز التحفظي على البضائع التي إرتكب التعدي بشأنها أينما وجدت وذلك كإجراء قضائي مستعجل وتحفظي .

نرى في الأخير أن يتم الأخذ بالاقترحات التالية :

- تنظيم الحماية الجزائية اللازمة للعلامات التجارية في إطار قانون واحد تحيط الجزائية بها مختلف الجوانب ؛

- ندعو المشرع الجزائري بعدم استبدال عقوبة الحبس بغرامة حتى تكون عقوبة رادعة تساهم في تقليل نسبة المخالفات ؛
- نوصي بزيادة الاهتمام بموضوع حماية المستهلك بمحاربة جريمة التقليد والتزوير على وجه الخصوص لما تعكسه من اضطراب، وما تجر إليه من اختلال في بنية التوازن الاقتصادي بصورة المختلفة ؛
- التحقق من عدم تعرض سلع مقلدة للعلامات التجارية بإنشاء هيئات ضبط الغش التجاري والقيام بجولات ميدانية.
- ضرورة تحيين قانون العلامات بما يتوافق مع التطور الحاصل في أشكالها من خلال إدراج علامات الصوت والرائحة والعلامات المجسمة ثلاثية الأبعاد .
- على المشرع الجزائري تنظيم الحماية المدنية للعلامات التجارية في إطار مدونة أكثر تفصيل من خلال ادماج احكام جديدة أكثر دقة في قانون العلامات تخص عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية لإضفاء حماية أكثر فعالية من خلال بيان التزامات المرخص له، والتي ترتب المسؤولية العقدية له في حال مخالفتها، وكذا توضيح صور الخطأ والتعدي على العلامة التجارية سواء في إطار تعاقدى أو في إطار أحكام المنافسة غير المشروعة وكذا عناصر التعويض تطبيقا لنص المادة 124 من القانون الجزائري .
- وجوب تنصيب الأقطاب القضائية المتخصصة ووجود قضاة ذو كفاءات عالية في مجال الملكية الصناعية عامة والعلامات التجارية خاصة للفصل في النزاعات المتعلقة بالعلامات.

# قائمة المراجع

أولاً: المصادر

القرآن الكريم

المعاجم

- معجم اللغة العربية المعجم الوجيز القاهرة، دار التحرير للطبع والنشر، 1989.

النصوص القانونية

1 - القوانين

- قانون حماية الملكية الفكرية المصري، رقم 82 لسنة 2002.

- قانون العلامة التجارية الأردني المعدل رقم 34 لسنة 1999.

- القانون 04/02 المؤرخ في 23 جوان 2004 ، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات

التجارية، الجريدة الرسمية رقم 41

- القانون المدني الجزائري رقم 05-10 المؤرخ في 20/06/2005، الجريدة الرسمية رقم 44.

2 -الأوامر

- الأمر 06/03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424هـ الموافق 19 يوليو سنة 2003،

يتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية 44، 2003

- أمر رقم 72\_10 مؤرخ في 22 مارس 1972 المتضمن الانضمام إلى بعض الاتفاقيات من

بينها اتفاقية مدريد المتعلقة بالتسجيل الدولي للعلامات، ج ر ج، عدد 32، صادر في 21

أفريل 1972.

- أمر رقم 66\_48 مؤرخ في 25 فبراير 1966، يتضمن انضمام الجمهورية الجزائرية

الديمقراطية الشعبية إلى اتفاقية باريس المؤرخة في 20 مارس 1883 المتعلقة بحماية الملكية

الصناعية ، ج ر ج ح ، ع 16 المؤرخ في 25\_2\_66.

- الامر 57/66 المؤرخ في 27 ذي القعدة عام 1385 هـ، الموافق 19 مارس 1966 ، يتعلق

بعلامات المصنع والعلامات التجارية ، العدد 23.

### 3 - النصوص التنظيمية

#### أ المراسيم الرئاسي

- مرسوم رئاسي رقم 13 \_ 420 ممضي في 15 ديسمبر 2013 ، ج ر ج ج ، عدد 21 مؤرخ في 26 أبريل 2015، يتضمن انضمام الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية إلى بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، المعتمد بـمـدريد " 27 يونيو 1989.

#### ب - المراسيم التنفيذية

- المرسوم التنفيذي رقم 08/346، المؤرخ في 26 شوال 1429 هـ الموافق لـ 2008/10/27 يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 05-277، المؤرخ في 26 جمادى الثانية 1429 هـ، الموافق لـ 2005/08/02 الذي يحدد كيفية تحديد العلامات و تسجيلها.

- المرسوم التنفيذي 05-277، المؤرخ في 02/08/2005 المتعلق بالعلامات التجارية، الجريدة الرسمية ، رقم 54. المادتين 29 و30. المادة 13 من المرسوم التنفيذي 05-277.

- المرسوم التنفيذي رقم 98\_68 مؤرخ في فبراير 1998 يتضمن إنشاء المعهد الوطني

الجزائري للملكية الصناعية ويحدد قانونه الأساسي ، ج ر ج ج ، ع 37 صادر في 21 فبراير 1998.

- مرسوم تنفيذي رقم 05\_277 مؤرخ في 2 أوت سنة 2005، يحدد كفاءات إيداع العلامات وتسجيلها ج ر ج ج ، ع 50 المؤرخ في 7 أوت 2005، معدل ومتم بالمرسوم التنفيذي رقم 08\_346 المؤرخ في 26 أكتوبر سنة 2008 ، ج ر ج ج ، ع 63 المؤرخ في 16 نوفمبر 2008.

#### ج - القرارات والأحكام

##### 1- القرارات

- قرار وزاري مؤرخ في 12 ماي 2009 ، يحدد كيفية منح الاعتماد للوكلاء في مجال الملكية الصناعية ، ج ر ج ج ، ع 11 المؤرخ في 24 يونيو 2009.

- قرار منشور لقضاء النقض المصري 1986، و قد ورد هنا القرار في شبكة الانترنت

الموقع: [www.tashreat.com](http://www.tashreat.com)



- قرارات محكمة النقض المصرية تتعلق بوقائع الدعوي و يختص بها القاضي دون رقابة عليه من محكمة النقض، طعن 18/04/2000 مجموعة أحكام النقض ، 61 ق رقم 6611 .

## 2 - الأحكام

- حكم مذكور في كتاب Oliver pichot و مشار إليه في موقع: [www.tashreaat.com](http://www.tashreaat.com)  
- القضية رقم 1209 المؤرخة في 2002/02/05، المجلة القضائية ، العدد الأول ، 2002 ، ص 265.

## ثانيا : المراجع

### 1 - المؤلفات

- احمد إبراهيم البسام ، مبادئ القانون التجاري، مطبعة العاني، بغداد، بدون رقم طبعة، 1961
- إدريس فاضلي ، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، 2013.
- آمنة صامت ، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية "دراسة مقارنة"، الطبعة الأولى، 2011، ريم للنشر والتوزيع.
- آمنة صامت الحماية الجنائية الموضوعية للعلامة التجارية، دراسة مقارنة ، الطبعة الأولى، ريم للنشر والتوزيع ، 2011.
- حسين يوسف غنايم حماية العلامات التجارية، كلية الشريعة والقانون جامعة الامارات العربية المتحدة بدون دار نشر وسنة نشر .
- حلمي عباس، القانون التجاري الاعمال التجارية، التاجر، المحل التجاري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1989
- حمد الله محمد حمد الله الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1997.
- حمدي غالب الجغبيري، العلامات العقارية "الواقعة عليها وضمانات حمايتها. الطبعة الأولى منشورات الحلبي الحقوقية، 2012 .

- رؤوف عبيد، جرائم التزييف و التزوير ، الطبعة الخامسة ، دون دار النشر ، 2007 .
- زينة الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، ط01 ، دار الجامعة للنشر، عمان، 2002.
- سامر محمود عبد الدلالة مشكلات الحماية المدنية للعلامة التجارية الاجنبية غير المسجلة في القانون الاردني، جامعة البيت المفروق، الاردن، بدون سنة نشر.
- سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية، الطبعة الرابعة، دار النهضة، القاهرة، دون سنة نشر.
- رمسيس بهنام ،الإجراءات الجنائية تحليلا وتأصيلا، منشأة المعارف ، الجزء 2 ، الإسكندرية، 1978.
- صالح فرحة زراوي ، الكامل في القانون التجاري المحل التجاري والحقوق الفكرية، القسم الثقافي. ابن خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر، سنة 2001 .
- صالح فرحة زراوي، الكامل في القانون التجاري الجزائري، المحل التجاري والحقوق الفكرية، القسم الثاني، ابن خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006.
- صلاح الدين سلمان الأسمر، العلامة التجارية بين القانونين الأردني والمصري مطبعة التوفيق، عمان، 1986.
- صلاح زين الدين المدخل إلى الملكية الصناعية والتجارية، العلامات التجارية، البيانات التجارية، الطبعة الأولى ،مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ، 2000.
- طعمة صفعك الشمري، احكام المنافسة غير المشروعة في القانون الكويتي، بدون دار نشر، الكويت، 1990.
- عباس حلمي القانون التجاري، الأعمال تجارية، التاجر، محل التجاري، ديوان المطبوعات الجامعية، 1987
- عبد الله حسين الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية ، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن 2008

- عجة جيلالي، العلامة التجارية خصائصها وحمايتها ، دراسة مقارنة لتشريعات الجزائر ، تونس، المغرب، مصر، الأردن، والتشريع الفرنسي، الأمريكي والاتفاقيات الدولية موسوعة حقوق الملكية الفكرية منشورات زين الحقوقية، بيروت، 2015.
- عدنان غسان برانبو ، التنظيم القانوني للعلامة التجارية ، طبعة أولى ، بدون جزء ، بيروت، لبنان .
- علي البارودي، القانون التجاري اللبناني، ج 01 ، م طبعة عيتاني الجديدة، بيروت، 1989
- علي حسن يونس، المحل التجاري، دار الفكر العربي القاهرة، 1974
- فخري عبد الرزاق الحديثي، قانون العقوبات "الجرائم الاقتصادية" الطبعة الثانية، مطبعة التعليم العالي، بغداد، 1987.
- فرحة زراوي صالح ، الكامل في القانون التجاري الجزائري ، حقوق الملكية الصناعية والتجارية ، حقوق الملكية الفنية والأدبية ،ابن خلدون للنشر والتوزيع 2001.
- فرحة زراوي صالح ،الكامل في القانون التجاري ، الحقوق الفكرية حقوق الملكية التجارية والادبية ، دار ابن خلدون للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2003.
- محرز أحمد القانون التجاري الجزائري، الجزء الأول، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر ، 1998 .
- محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، ط01، دار النهضة العربية، القاهرة، 1969
- محمود علي الرشدان العلامات التجارية، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان، الطبعة الأولى، 2009
- منصور احمد محمد، الغش التجاري في العلامات التجارية ، دار الرياض للطباعة والنشر ، القاهرة ، أول يوليو 1955 .
- منير محمد الجنبهي ، العلامات والأسماء التجارية، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، 2000.

- نادية فوضيل، القانون التجاري الجزائري، الأعمال التجارية، التاجر ، المحل التجاري ، الطبعة التاسعة ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007
- ناصر عبد الحليم السلامة الحماية الجزائرية للعلامات التجارية، دراسة تحليلية مقارنة وفقا لأحداث التشريعات العربية والأجنبية. دار النهضة العربية، القاهرة.
- نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية والملكية الصناعية دراسة مقارنة بين القانون الأردني والإماراتي والفرنسي، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، 2005.
- همام محمود محمد زهران أصول الإثبات في المواد المدنية و التجارية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2000 .

## 2 - الرسائل والمذكرات العلمية

### أ - رسائل ماجستير

- نعيمة علواش العلامات في مجال المنافسة مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الاعمال كلية الحقوق، جامعة بن عكنون، الجزائر، 2001/2002
- العمري صالحة، الحماية القانونية لحقوق الملكية الصناعية في الجزائر، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص قانون الأعمال كلية الحقوق جامعة محمد خيضر بسكرة، 2007-2008.

### ب - مذكرات الليسانس

- ناريمان العقون آمنة براغثة، النظام القانوني للعلامة التجارية في الجزائر ، مذكرة لنيل شهادة الليسانس في القانون، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة 08 ماي 1945 قالمة. 2011/2012، ص120.

### ثالثا : المقالات

- سعد لقيب ، "انقضاء الحق في العلامة التجارية "مجلة الدراسات والبحوث القانونية، جامعة مسيلة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، مجلد 1، عدد 1.
- سعيدة، راشدي حماية العلامات التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري ، كلية الحقوق ، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية، ص 221 . موضوع منشور علي موقع :

univ – bejaia . dz fac –sciences humaines sociales doc /re. pdf.

. 20 : 17.2023/03/20

مراجع باللغة الفرنسية

–ALBERT Chavanne et Jean-Jacques BUREST, Droit de la propriété industrielle.  
DALLOZ Delta, 5eme édit. 1998.

الفهرس

1	..... مقدمة
6	..... الفصل الأول: الإطار المفاهيمي العلامة التجارية
8	..... المبحث الأول ماهية العلامة الجارية
8	..... المطلب الأول : مفهوم العلامة التجارية وأنواعها
8	..... الفرع الأول : تعريف العلامة التجارية
13	..... الفرع الثاني : انواع العلامة التجارية
16	..... المطلب الثاني : الشروط القانونية الإيداع العلامة التجارية
17	..... الفرع الاول : الشروط الموضوعية للعلامة التجارية
20	..... الفرع الثاني : الشروط الشكلية للعلامة التجارية
23	..... المبحث الثاني : تسجيل في العلامة التجارية
23	..... المطلب الأول : ملكية العلامة التجارية
23	..... الفرع الأول : إكتساب الحق الملكية العلامة التجارية
27	..... الفرع الثاني :انقضاء الحق في العلامة التجارية
33	..... المطلب الثاني :الحماية القانونية للعلامة التجارية
33	..... الفرع الاول : الحماية القانونية الوطنية للعلامة التجارية
36	..... الفرع الثاني : الحماية القانونية الدولية للعلامة التجارية

- 40..... الفصل الثاني : صورة الحماية القانونية العلامة التجارية مدنية وجزائيا
- 43..... المبحث الاول : الحماية المدنية للعلامة التجارية
- 44..... المطلب الاول : مفهوم رفع دعوى المنافسة غير مشروعة
- 44..... الفرع الاول : تعريف دعوى المنافسة غير مشروعة للعلامة التجارية
- 51..... الفرع الثاني : أحكام دعوى المنافسة غير المشروعة وشروطها للعلامة التجارية
- 60..... المطلب الثاني : قيام دعوى المنافسة الغير المشروعة
- 61..... الفرع الأول : المحكمة المختصة للنظر في دعوى المنافسة
- 62..... الفرع الثاني: أطراف دعوى المنافسة غير المشروعة
- 63..... الفرع الثالث : الإثبات في دعوى المنافسة غير المشروعة
- 65..... الفرع الرابع : آثار رفع دعوى المنافسة غير مشروعة للعلامة التجارية
- 67..... المبحث الثاني : الحماية الجزائية للعلامة التجارية
- 67..... المطلب الاول : صورة الاعتداء على العلامة التجارية
- 67..... الفرع الاول : جرائم الاعتداء على ذاتية العلامة التجارية
- 74..... الفرع الثاني : جرائم الاعتداء على الملكية للعلامة التجارية
- 78..... المطلب الثاني : الوسائل التحفظية والتنفيذية للعلامة التجارية
- 78..... الفرع الاول : الوسائل التحفظية للعلامة التجارية
- 79..... الفرع الثاني: الاجراءات التنفيذية للعلامة التجارية



83..... الخاتمة

88..... القائمة المراجع

## ملخص مذكرة الماستر

لقد أضحت الحاجة إلى العلامات كالحاجة إلى الأسماء للتفريق بين المنتجات المختلفة في السوق، حيث تلعب العلامة التجارية منذ زمن بعيد دوراً بارزاً في الدلالة على المنتجات ونوعيتها، ولا شك أن هذا الدور كان أقدم وظائف العلامة ظهوراً من الناحية التاريخية، واستمرت العلامة إلى يومنا هذا تؤدي دورها في الدلالة على المنتجات ونوعيتها، ثم تطورت وظيفة العلامة نتيجة للتغيرات الاقتصادية وقيام الإنتاج الكبير، فلم تعد تقتصر على الدلالة على المصدر .

بل أصبحت رمزاً لصفات وخصائص المنتجات ودرجة جودتها، فوجود العلامة يوحي بالثقة وضمن الجودة للمستهلك، وتوفير عنصر الأمان للمستهلك من مختلف السلع والمنتجات التي غزت الأسواق وغزى عليها الغش والتدليس، هذا الانتشار الواسع الذي كان للعلامة وكذا الدور الذي حققته في الحياة اليومية جعل منها محل انتهاك، وتقليد من أجل وضع اللبس في ذهن المستهلك بصفة عامة وهذا كله من أجل خلق مكانة هيمنة وتعزيز السوق بمنتجات رديئة تحمل نفس العلامة ذات القبول عند المستهلك، فكان التقليد من أكثر صور الاعتداء الواقعة على العلامة التجارية، هذا ما حتم بالمشروع الجزائري إلى وضع ترسانة قانونية تنظم وتحمي العلامة من كل أشكال المساس وهذا ما كان في الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

### الكلمات المفتاحية:

- 1 - العلامة
- 2 - الحقوق القانونية
- 3 - المنتجات
- 4 - المشروع الجزائري
- 5 - الحماية الجزائرية
- 6 - المنافسة غير المشروعة

### Abstract of The master thesis

The need for marks has become like the need for names to differentiate between different products in the market, as the trademark has long played a prominent role in denoting the products and their quality, and there is no doubt that this role was the oldest functions of the mark appearing from a historical point of view, and the mark has continued to this day to perform Its role is in denoting products and their quality, then the function of the mark has evolved as a result of economic changes and the establishment of large production, so it is no longer limited to denoting the source.

Rather, it has become a symbol of the qualities and characteristics of products and the degree of their quality. The presence of the mark suggests confidence and quality assurance for the consumer, and provides an element of safety for the consumer from the various commodities and products that have invaded the markets and invaded by fraud and fraud. And imitation in order to put confusion in the mind of the consumer in general, and this is all in order to create a position of dominance and strengthen the market with poor products bearing the same mark that is acceptable to the consumer, so imitation was one of the most forms of assault on the brand, this is what necessitated the Algerian legislator to develop a legal arsenal Regulate and protect the mark from all forms of infringement, and this is what was in Ordinance 06-03 related to marks.

### keywords:

- 1- Mark
- 2- Legal rights
- 3- Products
- 4- Algerian legislator
- 5- Penal protection
- 6- Unfair competition