

اعتمدت مختلف التشريعات المعاصرة بوجود حقوق الملكية الفكرية نتيجة أهميتها في تشجيع الابداع و الاختراع و استثمار ثمرات الفكر الإنساني، وأصبحت هذه الحقوق محلا للملكية، ويتجلى ذلك من خلال استئثار المالك شخصا طبيعيا أو معنويا في حرية استخدام الأشياء و التصرف فيها كيفما يشاء، وذلك ما تقتضيه الحقوق المشروعة للغير وكذا المصلحة العامة، و لا يجوز للغير استخدام هذه الأشياء دون إذن صاحبها، و إلا عد ذلك استخداما غير مشروع لها.

فالملكية الفكرية لا تتعلق بالأشياء و إنما هي الحق الذي يتمتع به الشخص على إبداعاته الفكرية و الذهنية، هذا الحق الذي يخول له الاستئثار تجاه الغير باستغلال إبداعاته و الاستفادة منها ماليا؛ وبذلك تنقسم حقوق الملكية الفكرية إلى قسمين، يمثل الأول في الملكية الأدبية و الفنية و الحقوق المجاورة و المرتبطة بها، و القسم الثاني يمثل في الملكية الصناعية و التجارية.

وترد حقوق الملكية الصناعية و التجارية على مال معنوي منقول يتمثل في الابتكارات الجديدة و في الإشارات المميزة، فالملكية الصناعية تنقسم إلى مجموعة ترد على ابتكارات جديدة تتمثل في براءات الاختراع و الرسوم و النماذج الصناعية و مجموعة أخرى ترد على علامات أو إشارات مميزة تتمثل في العلامات التجارية و الصناعية و الخدمة و الأسماء التجارية و تسميات المنشأ و تخول هذه الحقوق لصاحبها أن يستأثر قبل الكافة باستغلالها و الاستفادة منها ماليا.

تحكم العملية التجارية عدة مبادئ من بينها مبدأ المنافسة الذي يقضي بإطلاق العنان للمبادرات الفردية، فتتاح للفرد البحث عن خير وسيلة لاستثمار أمواله بما تحقق له أكبر عائد ممكن، ومنه اعتبرت العلامات التجارية أحد الركائز الأساسية التي يعتمد عليها نجاح مشروع اقتصادي التي من خلالها يستطيع المنافسة مع غيره من المشاريع على الصعيد المحلي والدولي، كما تعمل على جذب العملاء والمستهلكين ما يؤدي بالضرورة إلى رواج البضائع والمنتجات.

ومنه فإن الحماية الوطنية لم تكن كافية لحماية العلامة التجارية نظرا للتطور الصناعي و التجاري الذي شهدته دول العالم بالموازاة مع تطور وسائل النقل و الاتصال ما دفع بالجزائر وعلى غرار باقي دول العالم إلى السعي من أجل الانضمام إلى معاهدات دولية من شأنها توفير حماية أكثر للعلامة التجارية من أي اعتداء يمكن أن يقع عليها.

و بذلك فالعلامة التجارية ليست وليدة العصر الحديث وإنما عرفت منذ القدم من المصريين القدامى أين كانوا يستخدمونها للدلالة على أقاليم مصر الفرعونية، كما كانوا يستعملون زهرة اللوتس لتمييز مملكة مصر العليا المكونة من مقاطعات جنوب مصر وورقة البردي كشعار مميز للمملكة السفلى. فقد استخدمت العلامة التجارية قديما لتمييز

منتجات الصناعة حيث كان الصانع يوقع باسمه على منتجاته أو يضع علامة خاصة تأخذ أشكالاً مختلفة فظهر منها ما هو على شكل حيوان أو نبات أو رسوم خطية.

أما على المستوى التجاري فلم تستخدم العلامة التجارية للدلالة على هذا المجال إلا في القرن 15 في إيطاليا كان التاجر يستخدمها بقصد الشهرة أما في فرنسا فكان استخدام علامة الصناعة إجبارياً في القرون الوسطى عندما كان نظام الطوائف سائداً فكانت المنتجات تختم بختم الطائفة الصانعة لها وإلا أعدمت، ومع إختفاء نظام الطوائف قلت العلامة التجارية الإجبارية و صدرت بعدها في فرنسا بعض القوانين التي تحمي علامات الصنع بالنسبة للصناعات المشهورة كالصابون و الأسلحة، وبقي الوضع كذلك إلى غاية 1857 بصدور أول قانون خاص بالعلامة التجارية في قطاعي الصناعة و التجارة وانتقلت من فرنسا إلى باقي دول العالم منها إنجلترا في 1862، الولايات المتحدة الأمريكية في 1870 و ألمانيا في 1874.

وبالنسبة للجزائر و قبل استرجاع سيادتها الوطنية كان القانون الفرنسي هو المطبق الذي امتد العمل به حتى بعد الإستقلال بموجب قانون 157/62 المؤرخ في 1962/12/31 الذي مدد تطبيق العمل بالقوانين الفرنسية إلا ما تعارض منها مع السيادة الوطنية حيث استمر هذا الوضع إلى غاية 1966 بصدور أول قانون هو الأمر 57-66 المؤرخ في 19 مارس 1966 المتعلق بعلامات الصنع والعلامات التجارية والذي ألغي بموجب الأمر 03-06 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات.

لذا فان للعلامة التجارية أهمية مزدوجة تحقق من خلالها مصالح طرفي العلاقة التجارية فهي من جهة تحقق غاية التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة باعتبارها الوسيلة التي تميز السلع و المنتجات و الخدمات عن مثيلاتها ما يؤدي إلى رواج البضاعة و إعلام المستهلكين بها و منه إقبالهم عليها مما يكسب التاجر أو الصانع الشهرة المرتبطة بالعلامة التجارية. وكلما اتسع نطاق الشهرة ازدادت قيمة العلامة التجارية مما يزيد الطلب على تلك السلع و الخدمات الحاملة لتلك العلامة التجارية ومنه زيادة القدرة على منافسة السلع و الخدمات المشابهة مما يؤثر إيجابياً على الإقتصاد الوطني من خلال زيادة الأنشطة التجارية في السوق المحلي و الخارجي ما يؤدي إلى زيادة في الإنتاج و في اليد العاملة و بالتالي زيادة الإيرادات الضريبية للدولة و تحسين المستوى المعيشي للسكان.

ومن جهة أخرى يعتبر التشريع هو المصدر الفعال و المباشر في حماية العلامة من صورة الاعتداء عليها، ولما كان التشريع هو المصدر الفعال و المباشر في حماية الحقوق المتعلقة بالعلامة التجارية فقد اهتمت مختلف التشريعات الوطنية بوضع قوانين خاصة لهذه الحقوق تهدف على حمايتها ومع ذلك لم تكف الحماية الوطنية لهذه الحقوق فكان لابد من تقرير حماية دولية لها نظراً لوجود مبرراتها، ولقد حدث تعاون فعلي على المستوى الدولي بشأن حماية العلامة التجارية أثمر هذا التعاون على إبرام العديد من الاتفاقيات و المعاهدات في مجال العلامة التجارية، وبذلك فهي تحقق غاية المستهلك بحيث تعرفه على مختلف البضائع المعروضة فيمكنه أن يميز الجودة منها عن السيئ فيتحصل على البضاعة الجيدة من خلال العلامة التجارية وبالتالي كسب الثقة في هذه

العلامة و حمايتها الوطنية و الدولية،وكذا تمييز مختلف البضائع والسلع والخدمات المتعددة ومنه زرع الثقة في نفس المستهلك و العمل على كسبها من خلال حرص المنتج على منتجاته حتى لا يؤثر ذلك على سمعة و علامته.

ومن هنا تتضح أسباب اختيار موضوع العلامة التجارية بالتحليل و الدراسة نظرا لازدياد الاهتمام الدولي بها،و كذا الاهتمام الوطني المتمثل في القانون الجزائري هو الآخر بما خاصة بعد صدور الأمر 06/03 المؤرخ في 19/07/2003 المتعلق بالعلامات الذي أعطى العديد من المفاهيم الجديدة فيما يتعلق بالنظام القانوني للعلامات التجارية و حماية الوطنية و الدولية المقررة لها.

ونتيجة للدور الفعال الذي تجسده العلامة في الميدان الاقتصادي و التجاري،وما تطرحه من نزاعات قضائية تجارية على الصعيد الوطني و الدولي ،مما دفع بنا إلى دراسة النظام القانوني للعلامة،من أجل تبسيط بعض الإجراءات و تبين كيفية تفعيلها من الناحية العملية ،وما يطرحه قانون الإجراءات المدنية والإدارية من فراغ فيما يخص الخبراء المختصين في الملكية الصناعية.

فتهدف دراسة هذا الموضوع إلى البحث حول إمكانية مواكبة الأمر 06/03 الخاص بالعلامات لتطور نظام العلامة التجارية في التشريعات المختلفة و الاتفاقيات الدولية من حيث مفهوم العلامة و الحصول على الحق في ملكيتها و إجراءات تسجيلها و حمايتها.

خلال دراستنا لنظام العلامة التجارية ،قد واجهتنا عدة عقبات أهمها قلة المراجع الجزائرية المتخصصة في موضوع العلامة التجارية هذا من جهة،ومن جهة أخرى قلة النزاعات المطروحة في هذا المجال أمام المحاكم ما عدى في بعض المجالس كمجلس قضاء الجزائر و البلدة و عنابة ،و عند تعمقنا في الدراسة لم نجد القطب المتخصص ومنه تطرح إشكالية الاختصاص الإقليمي التي تختلف فيها أوجه النظر للمتخصصين،والتي لم يتم ضبطها بعد،بالإضافة إلى صعوبة الاتصال بالمعهد الوطني للملكية الصناعية،وباعتباره موضوع واسع فلم يكفينا الوقت لإعطائه حقه هذا من جهة.

ومن جهة أخرى قلة الدراسات الأكاديمية الجزائرية باستثناء بعض بحوث الماجستير و التي سنشير إليها من خلال دراستنا،إلا أن الدراسات الأكاديمية في القوانين العربية فقد تناولت الموضوع من زوايا مختلفة وقد تطرق إلى حماية العلامة التجارية الالكترونية وهذا ما لم يتطرق له المشرع الجزائري لحد الساعة وكذا الباحث الجزائري في دراسات أكاديمية.

إن دراسة موضوع العلامة التجارية في القانون الجزائري يقتضي إتباع المنهج التحليلي لنصوص الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات و القوانين المرتبطة و المكملة و المنهج الوصفي،واقترضت الدراسة إتباع المنهج المقارن للمقارنة و المقاربة بين أحكام القانون الجزائري و أحكام الاتفاقيات الدولية،بالإضافة إلى المنهج التاريخي.

يطرح هذا الموضوع إشكالية أساسية وهي، هل يكفي استخدام العلامة التجارية في النشاط التجاري أو الصناعي لاكتساب ملكيتها طبقا للنظام القانوني الجزائري أم يستوجب بالضرورة تسجيلها؟ وإلى أي مدى وفق المشرع الجزائري في حماية العلامة التجارية مقارنة بما ورد في الاتفاقيات الدولية؟

وعليه عالجنا الموضوع النظام القانوني للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، من خلال فصل تمهيدي تطرقنا في المبحث الأول لنشأة و تطور العلامة التجارية، أما في المبحث الثاني مصادرها، تم في الفصل الأول إلى ماهية العلامة التجارية و القواعد المنظمة لها و ذلك عن طريق تحديد ماهيتها في المبحث الأول و القواعد المنظمة لها في المبحث الثاني ، ثم قمنا بدراسة الحماية القانونية للعلامة التجارية في الفصل الثاني ، و ذلك من خلال تبيان الحماية الوطنية للعلامة التجارية في المبحث الأول ، ثم دراسة الحماية الدولية للعلامة التجارية في المبحث الثاني .