فصل تمهيدي :

يتطلب الفهم الأمثل لموضوع العلامة التجارية تتبع الأصول التاريخية لاستعمالها و حمايتها، و معرفة التطور التشريعي الذي مر به قانون العلامة التجارية في مختلف الدول وهذا ما سنتطرق إليه في المبحث الأول،أما في المبحث الثاني سنبين مصادر العلامة التجارية ،الوطنية و الدولية المتمثلة في الإتفاقيات و المعاهدات الدولية التي عالجت حماية العلامة التجارية و نظمت أحكامها.

❖ **المبحث الأول: نشأة و تطور العلامة التجارية.**

❖ أثبتت الدراسات و الإكتشافات الأثرية بأن العلامة قد استخدمت منذ قديم الزمان، لكن لا يمكننا أن نؤكد أن بعض العلامات التي كانت تستخدم قديما هي علامات تجارية وفقا للمفهوم القانوني الحالي للكلمة؛ فيرجع أصل العلامة التجارية إلى زمن بعيد عندما كان أصحاب الحرف يوقعون على منتجاتهم الفنية أو النفعية أو يضعون علامات عليها، لهذا سوف نتطرق إلى نشأة العلامة التجارية وتطورها عبر مختلف العصور.

❖ أثبتت الدراسات و الإكتشافات الأثرية بأن العلامة قد استخدمت منذ قديم الزمان، لكن لا يمكننا أن نؤكد أن بعض العلامات التي كانت تستخدم قديما هي علامات تجارية وفقا للمفهوم القانوني الحالي للكلمة؛ فيرجع أصل العلامة التجارية إلى زمن بعيد عندما كان أصحاب الحرف يوقعون على منتجاتهم الفنية أو النفعية أو يضعون علامات عليها، لهذا سوف نتطرق إلى نشأة العلامة التجارية وتطورها عبر مختلف العصور.

- **المطلب الأول:التطور التاريخي للعلامة التجارية.**

تتجلى أهم معالم الاهتمام بالعلامة التجارية لاستخدامها منذ القدم من قبل الإنسان الذي اعتاد على الصيد و الزراعة،إلى حياة تقوم على السعي إلى تبادل الأشياء والمنتجات، فأدى ذلك إلى تطور عميق للعلامة التجارية، لهذا سوف نبين هذا التطور في ثلاثة فروع ،نبين في أولها تطور العلامة في العصر القديم،وبعدها نتطرق في الفرع الثاني تطور العلامة في العصور الوسطى،أما في الفرع الثالث و الأخير تطورها في العصر الحديث و عصر تكنولوجيا الإعلام.

الفرع الأول: العلامة التجارية في العصر القديم.

بدأ استعمال العلامة التجارية قبل القراءة و الكتابة، ويذكر أن العلامات قد استعملت في وشم الماشية، إذ تظهر الماشية في الجدران الفرعونية أثناء رسمها في الحقول،كما تظهر الماشية و هي توشم في خواصرها و في رسوم الكهوف بجنوب غرب أوروبا، وفي مصر القديمة في عصر الفراعنة وجدت بعض العلامات محفورة و مخطوطة على نصب حجرية، وكذلك الحال في مدينة طروادة المتواجدة بآسيا الصغرى أي بتركيا حاليا ،و مدينة أولمبيا بجنوب اليونان و دمشق بسوريا،كما استخدم الهنود بانتظام علامات على بضائعهم.[1]

وقد كان الغرض من استعمالها بداية تحديد الملكية،كملكية البضائع التي يتم بيعها و توزيعها في الأسواق، إذ كانت تستخدم بشكل رئيسي على قطعان المواشي، حيث يقوم مالكها بوضع علامة خاصة به عن طريق حرق جلد الحيوانات ووشمها،

[1]-عدنان غسان برانبو،التنظيم القانوني للعلامة التجارية دراسة مقارنة،منشورات الحلبي الحقوقية لبنان،الطبعة الأولى 2012،ص28-ص29.

لتدل هذه العلامة على ملكيته لها، ولذلك كانت هذه العلامة تسمى بعلامة الملكية، وقد استخدمت العلامة لاحقا لتدل على مصدر صنع العلامة، إذ كانت تدل على صانع البضائع وعلى مسؤوليته اتجاه المشترين عن وجودها، حيث أصبحت تسمى بعلامات التجار.[2]

ففي تلك العصور كانت عملية صنع المنتجات جميعها تتم باليد، وكانت العلامة بالتالي رمزا شخصيا يدل على الشخص الذي يقف وراء صنع البضاعة التي تحمل العلامة، فإذا مات أو توقف عن ممارسة العمل ماتت العلامة معه،ولم يكن من الممكن انتقالها إلى غيره، وقد كانت الوظيفة الرئيسية لهذه العلامة هي ملاحقة البضائع المعيبة للوصول إلى مسؤولية صانعها عن العيوب التي اكتشفت فيها، وليس لحماية المشترين من التضليل.[3]

لا يوجد دليل على تمتع العلامة التجارية في هذه المرحلة بحماية جنائية، إذ من غير المؤكد أن اغتصاب العلامة في هذه المرحلة كان يعتبر فعلا مجرما، إلا أن ذلك كان يشكل أساسا لدعوى مدنية تستند إلى الفعل الضار أو الغش و يوجب التعويض المادي.[4]

- **الفرع الثاني: العلامة التجارية في العصور الوسطى.**

تمتد العصور الوسطى من القرن الخامس إلى القرن الخامس عشر ميلادي ،و بدأت بانهيار الإمبراطورية الرومانية الغربية و استمرت إلى عصر النهضة و الاستكشاف ،فكانت تسمى هذه الحقبة بعصور الظلمات في أوروبا و الغرب ، وهذا نتيجة انتشار الأمية بشكل كبير مما انعكس بدوره على عملية استعمال العلامة على البضائع، إذ لم تكن شائعة على نطاق واسع، فقد كان معروفا استعمال العلامة بالنسبة للبضائع المعدة للبيع إلى مسافات بعيدة بحيث توضع العلامة على البضاعة ذاتها أو على أغلفتها، وهذا ما ساعد التجار في حالة غرق السفن من استرجاع بضائعهم بعد التعرف عليها من خلال العلامة المدونة فوقها.[5]

في فرنسا و إيطاليا بدأ استخدام العلامات على الأوراق في القرن الثالث عشر، وفي البداية لم يكن القصد منها التمييز و إنما التزيين و فيما بعد أصبحت تدل على صانع محدد.

وقد تميزت العصور الوسطى بظهور النقابات و الجمعيات المهنية، أو ما يسمى بالطوائف و ذلك في القرن الرابع عشر، وقد فرضت على التجار و الصناع من أجل حماية المصالح المشتركة لجميع أعضائها، و لنشر المعايير التي يجب أن يكون سلوك الجميع مطابق لها، ففرضت استخدام علامات إنتاج إجبارية الهدف منها إثبات أن الشخص مالك العلامة مرخص له بمزاولة المهنة، بالإضافة إلى تحديد المسؤولية عن المنتجات ذات الجودة المنخفضة و الرقابة على التجار الذين يمارسون المهنة، فقد كان التجار

---

[2]–حمدي غالب الجغبري،العلامات التجارية الجرائم الواقعة عليها و ضمانات حمايتها،منشورات الحلبي الحقوقية،الطبعة الاولى2012،ص17–ص18.

[3]- عدنان غسان برانبو، المرجع السابق،ص30.

[4]- حمدي غالب الجغبري،نفس المرجع المذكور أعلاه،ص18.

[5]-- عدنان غسان برانبو،نفس المرجع المذكور أعلاه ، ص31.

يتوزعون بمناطق توزيع منتجاتهم و ممارسة نشاطاتهم جغرافيا، و كل طائفة مسؤولة عن منطقة معينة لبسط رقابتها، ومنه العلامة كانت تدل على الطائفة أكثر من المنتجات، و بزوال نظام الطوائف زالت هذه النظم التابعة له الخاصة بالعلامة الإجبارية.[6]

في القرن الثالث عشر و قبل نشوء أي اتفاقية دولية في مجال الملكية الصناعية كان من الصعب تأمين حماية حقوق الملكية الصناعية في مختلف بلدان العالم لأن القوانين كانت مختلفة جدا بين دولة و أخرى هذا من جهة، ومن جهة أخرى بعد اعتناق التكنولوجيا مسالك أكثر شمولية و تنامي التجارة الدولية، فأصبح من الملحّ تنسيق القوانين المتعلقة بالعلامات لتخطي الصعوبات العملية،كون أن التشريع الصناعي من أحدث فروع العلوم القانونية حيث لم يظهر إلا في منتصف القرن التاسع عشر.[7]

وقد صدر أول قانون خاص بالعلامات في بريطانيا عام 1266 حيث كان يلزم صانع الخبز بوضع علامات على أرغفة الخبز التي يصنعها و يبيعها، بالإضافة إلى صناع السيوف و الأسلحة فألزموا بوضع علامتهم على الأسلحة التي يصنعونها، فإن كان هناك أي غش في الوزن فيمكن معرفة المسؤول عن ذلك الخطأ، وفي عام 1452 تمكنت امرأة مطلقة من الحصول على الحق في استعمال علامة زوجها بموجب حكم قضائي.[8]

- **الفرع الثالث: العلامة التجارية في العصر الحديث و عصر تكنولوجيا الإعلام.**

في العصر الحديث و بالضبط في القرن السادس عشر ميلادي كانت عملية وضع علامة تجارية مزيفة على الذهب أو الفضة تعامل معاملة تزوير النقود و عقوبتها الإعدام، و أول منازعة قضائية للعلامة التجارية في هذه الحقبة كانت أمام المحاكم البريطانية بالقرن السابع عشر سنة 1618 تعرف بقضية (سوتارن هاو- Southern V.How) قاضى فيها صانع ألبسة عالية الجودة منافس له لقيامه بصنع ملابس منخفضة الجودة و وضع علامة المنتجات الأجود عليها.

وبعد ظهور الثورة الصناعية تغيرت أساليب التصنيع التي تعتمد على وحدات كبيرة، و تقلص عمل الورشات التي تعتمد على العمل يدوياً، و أصبح من الضروري لتوزيع المنتجات الدعاية لها للفت انتباه المستهلك مما دفعهم إلى الإستعانة بالعلامة.

وبدأ عصر تكنولوجيا الإعلام و الإتصال بعد الحرب العالمية الثانية التي غيرت المؤسسات فيها أساليبها الإدارية و التسييرية؛ فبعدما كانت تهتم بالأصول المادية، بدأت توجه اهتماماتها بالأصول اللامادية أكثر فأكثر؛ كان لهذا الإنتقال أثر في شيوع مفاهيم حديثة "كثقافة المؤسسة، رضى الزبون، ولاء العميل، الإحتفاظ بالزبائن، الصورة الذاتية للمستهلك...إلخ." [9]

---

[6]- عدنان غسان برانبو، المرجع السابق،ص31.

[7]- حمدي غالب الجغبري، المرجع السابق ،ص18-ص19.

[8]- عدنان غسان برانبو،نفس المرجع المذكور أعلاه،ص32.

[9]- عبادة محمد،تطور صورة العلامة التجارية أداة من أدوات تحقيق الميزة التنافسية،مذكرة لنيل إجازة ماجستير،كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،جامعة قاصدي مرباح ورقلة،ص 28.

وتأخر إدراك المؤسسات لقيمة العلامة التجارية؛ حتى بداية سنوات الثمانينات،أين تمت صفقات كبيرة ببيع العلامات التجارية بمبالغ ضخمة فأصبحت العلامات من أول الإهتمامات للمؤسسات؛ وتم نشر مقالات بذلك أهم ما كتب فيها الكاتب ***Sidney J.Levy*** باعتبار أول من كتب في هذا المجال "القيمة المالية للعلامة" ، حيث نشر سنة 1955 مقالا بعنوان المنتوج و العلامة The Prodact and the Brand ؛ الذي بيّن فيه القيمة المالية للعلامة فأعطى بعض الأمثلة منها، أنه بيعت علامة "Perrier" إلى مؤسسة "Nestlé" بـ 2.4 مليار دولار وقامت بعد ذلك شركة "Nestlé" ببيع علامة "Oasis" واشتهرت في فرنسا فقط التي كانت بمبلغ 183 مليون أورو مع حق الإستعمال فقط.

عرضت شركة كوكاكولا مبلغ 800 مليون أورو لشراء علامة "Perrier" بمبلغ 183 مليون أورو، مع حق الاستعمال فقط ، وعرضت نفس الشركة سالفة الذكر مبلغ 800 مليون أورو لشراء علامة "Orangina" مع أن قيمة الأصول المادية لهذه الأخيرة قدر بـ 200 مليون أورو فقط .

بعد أن تلاشت خصوصية المنتجات وجردت بذلك من كل مدلول أصبح من الضروري إسناد عناصر رمزية للمنتج أمراً لا مفر منه، ومن هنا بدأ يبرز دور العلامة التجارية؛ ومن أهم الأسباب التي ساعدت على تطور أهمية العلامة التجارية داخل المؤسسات:[10]

- ✓ التنوع الكبير في المنتجات المعروضة في الأسواق.
- ✓ التشبع المتزايد للأسواق.
- ✓ تزايد اهتمام المؤسسات بمختلف أساليب الإتصال.
- ✓ تنوع استخدامات النوع الواحد من المنتجات { طاولات خاصة بالأكل، طاولات المكاتب،طاولات الحواسيب}.
- ✓ تلاشي خصوصية المنتجات لدى المستهلكين (لم يصبح اللباس العسكري خاص بالجنود فقط فتلاشت خصوصيته، وتنوعت مناسبات تناول القهوة باختلاف أمكنتها وأزمنتها) .
- ✓ تغير سلوكات المستهلكين من التباين الزماني إلى التداخل الزماني (بعد أن كان الحذاء الرياضي يستخدم أثناء القيام بالرياضة فقط، أصبح يلبس في جميع الأماكن الخاصة والعامة) .
- ✓ انفصال الرغبات الفردية عن المستويات الإجتماعية و الإنتماءات الثقافية والإيديولوجية والعقائدية حيث أصبح الأغنياء يتناولون المأكولات الخفيفة المقدمة في الطرقات.
- ✓ انتشار ثقافة الإستهلاك وهي المتغير الأهم، فهي تفسر تسابق المؤسسات إلى بناء علامات قوية تستهدف الهستيريا الإستهلاكية التي طبعت الأفراد.

وبصفة عامة يمكننا حصر تلك الأسباب في عنصرين أساسيين، وهما:

- ✓ الإنتقال من فلسفة بيع المنتجات إلى فلسفة التواصل عن طريق المنتج ثم العلامة.
- ✓ الإنتقال من الإهتمام في العناصر المادية إلى العناصر اللامادية[11].

[10]- عبادة محمد،المرجع السابق،ص 28.

[11]- عبادة محمد،نفس المرجع المذكور اعلاه ،ص29.

- **المطلب الثاني: تطور التشريع في مجال العلامة التجارية.**

بعد أن تطرقنا إلى نشأة العلامة التجارية تاريخياً مرورا بالحقب الزمنية المختلفة من العصر القديم إلى عصر تكنولوجيا الإعلام و الإتصال، فلابد لنا من التطرق إلى تطور القوانين المنظمة لحماية و استعمال العلامات التجارية في الجزائر و في بعض الدول الأجنبية، ومن تم في الدول العربية.

- **الفرع الأول: في الجزائر.**

عند صدور قانون حماية حقوق الملكية الفكرية العثماني سنة 1897، كانت الجزائر تحت وطأة الإستعمار الفرنسي في تلك الحقبة، وكانت تطبق عليها مجمل القوانين السارية المفعول في الدولة الفرنسية على أساس التبعية الإستعمارية التي سوف نفصل فيها عندما نتطرق بالحديث عن فرنسا.

أماّ بعد الإستقلال فقد صدر أول قانون للعلامة التجارية بموجب الأمر رقم 66-57 المؤرخ في 19 مارس 1966 المتعلق بعلامات المصنع و العلامات التجارية، بالإضافة إلى المرسوم رقم 66-63 المؤرخ في 26 مارس 1966 يتضمن تطبيق الأمر المتعلق بالعلامات[12]؛ و تم إلغائهما بموجب القانون رقم 03-18 الصادر سنة 2003 المؤرخ في 04 نوفمبر 2003 المتضمن الموافقة على الأمر 03-06 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات، وبعدها صدر المرسوم التنفيذي رقم 2005-277 المؤرخ في 02 أوت 2005 الذي يحدد كيفية إيداع العلامات و تسجيلها وهذا على الصعيد الوطني.[13]

لم تتوقف الدولة الجزائرية عند هذا الحد بل قامت بالمصادقة على معظم الاتفاقيات التي تتعلق بالعلامة التجارية وحمايتها، فاتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المؤرخة في 1883/03/20 والمنقحة في 1979/10/02 و قد انضمت إليها الجزائر بموجب الأمر رقم 48/66 المؤرخ في 1966/02/25؛ وكذا اتفاق مدريد بشأن قمع بيانات مصدر السلع الزائفة أو المضللة المؤرخ في 1891/04/14 المعدل في 1967/07/14، قد انضمت إليها الجزائر بموجب الأمر رقم 10/72 المؤرخ في 1972/03/22؛ اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات التجارية المؤرخ في 1891/04/14 و المعدل المتمم في 1979/09/28، انضمت إليه الجزائر بموجب الأمر رقم 10/72 المؤرخ في 1972/03/22؛ واتفاق نيس بشأن التصنيف الدولي للسلع والخدمات لأغراض تسجيل العلامات المؤرخ في 1957/06/15 والمعدل في 28 سبتمبر 1979، انضمت إليه الجزائر بموجب الأمر رقم 10/72 المؤرخ في 1972/03/22.

---

[12]-الأمر رقم57/66 المؤرخ في 1966/03/19 المتعلق بعلامات المصنع و العلامات التجارية؛ج ر 22 مارس 1966،عدد 23،ص 262؛الأمر رقم 182/66 المؤرخ في 21 جوان 1966 يعدل بموجبه الأمر رقم 57/66 السالف الذكر،ج ر 24 جوان 1966،عدد 54،ص 834؛ و الأمر رقم 308/66 المؤرخ في 14 أكتوبر 1966المتضمن تعديل الأمر رقم 57/66 المذكور أعلاه،ج ر 25 أكتوبر 1966،عدد 91،ص 1380؛الأمر رقم 223/67 المؤرخ في 19 أكتوبر 1967 الذي يتمم بموجبه الأمر رقم 57/66 و المشار إليه أعلاه، ج ر 31 أكتوبر 1967،عدد89 ،ص 1356 والأمر رقم 229/67 المتعلق بتنفيذ الأوامر الخاصة بحماية الملكية الصناعية،ج ر 31 أكتوبر 1967 ،عدد 89 ،ص 1357.

[13]-القانون رقم 18/2003 المؤرخ في 04 نوفمبر 2003 و المتضمن الموافقة على الأمر رقم 06/2003 المذكور أعلاه، ج ر 05 نوفمبر 2003 عدد07،ص 04؛و الأمر 06/2003 المؤرخ في 2003/07/19 المتعلق بالعلامة،ج ر 54 مؤرخة 07 أوت 2005.

- **الفرع الثاني: في الدول الأجنبية.**

نظراً لكون أغلب القوانين الخاصة بحماية العلامة التجارية في منطقتنا العربية قد صدرت في ظل الاستعمار أو الانتداب الفرنسي أو البريطاني فقد ارتأينا التطرق لهما على وجه الخصوص بالإضافة إلى الولايات المتحدة الأمريكية نظراً لنموها الاقتصادي الكبير.

أولاً: فرنسا.

صدر في فرنسا سنة 1803 قانون أسمته قانون المصانع و أماكن العمل، فنصت المادة 16 منه أنه كل من اعتدى على ختم الغير أو توقيعه يعتبر مرتكباً لجريمة معاقب عليها قانونا، وبعدها صدرت قوانين جزائية في عام 1810 و في عام 1824 أدرجت فيها نصوص جعلت الاعتداء على أسماء الآخرين أو استخدام أسماء المناطق الجغرافية جريمة معاقب عليها.

لكنه لا يمكن اعتبار القوانين السالفة الذكر خاصة بالعلامة التجارية، إلاّ أنه في 23 من جوان سنة 1857 أصدرت فرنسا أول قانون خاص بالعلامات التجارية في العالم، وهو من إنشاء نظام تسجيل العلامة و إيداعها؛ وتم تعديله جزئياً في عام 1890 تم في عام 1944، وبعدها تم استبداله كلياً في عام 1964 وهذا بإلغائه القوانين السابقة، إلاّ أنه حاليا يتم تطبيق قانون 1991 الذي تضمن العديد من المفاهيم الحديثة كحماية العلامة التجارية المشهورة، و تسجيل العلامة ثلاثية الأبعاد و علامة الصوت، وفي سنة 1996 تم تعديل قانون الملكية الفكرية طبقا لأحكام اتفاقية التجارة العالمية.[14]

ثانيا: المملكة المتحدة البريطانية.

صدر أول قانون لها خاص بالعلامة التجارية في عام 1875 وكان يسمى بقانون تسجيل العلامة التجارية، أما قبله فكانت تُحمى العلامة طبقا للمبادئ العامة للقانون، وبعدها صدر قانون آخر في عام 1905 و الذي عُدِّل في عام 1919تم في عام 1937، إلى أن صدر قانون جديد في عام 1938 الذي سمح بتقديم طلبات التسجيل للعلامة التجارية مع ضرورة تقديم تصريح بالنية في استعمالها لاحقا، وتم إنشاء نظام لفحص طلبات التسجيل و نشرها، ونتيجة لتقدمه استمد منه القانون الأمريكي معظم أحكامه.

في سنة 1986 صدر قانون يسمح بتسجيل علامة الخدمة، وفي عام 1994 عدل قانون العلامة التجارية طبقا لتوجه الإتحاد الأوروبي بخصوص العلامة التجارية.[15]

[14]- عدنان غسان برانبو- المرجع السابق -ص34.

[15]-عدنان غسان برانبو،نفس المرجع المذكور أعلاه،ص 36.

ثالثا: الولايات المتحدة الأمريكية.

أول قانون للعلامة التجارية في القارة الأمريكية كان في سنة 1870 وأسمته قانون العلامات التجارية الفيدرالي، الذي سمح بتسجيل العلامة التجارية التي تستخدم في العمليات التجارية التي تتم بين الولايات فقط، وليس داخل الولاية الواحدة، إلاّ أنه في عام 1879 قررت المحكمة العليا للولايات المتحدة الأمريكية عدم دستورية هذا القانون،كونه لا يسمح لمجلس الشيوخ الأمريكي تنظيم العلامة التجارية على المستوى الفدرالي، وأن نصوصه تعطيه الصلاحية لإصدار قوانين تنظم براءات الإختراع و حق المؤلف فقط.[16]

في سنة 1881 أصدر مجلس الشيوخ الأمريكي قانوناً يحمي العلامة التجارية التي تستخدم ما بين القبائل الهندية و الولايات، وتم الإستناد على نص في الدستور الأمريكي يمنحه الحق في إصدار القوانين التي تنظم التجارة ما بين الولايات؛ وقد طرأت عليه عدة تعديلات أولها عام 1905 ثم عام 1920، ولم يكن هذان القانونان يسمحان بتسجيل علامة الخدمة، وفي عام 1946 صدر قانون حديث للعلامة التجارية يوازي القوانين التي صدرت في بريطانيا و ألمانيا، و سمّي(بقانون لانهام – Lanham Act) استنادا إلى عضو مجلس الشيوخ الذي قام بصياغة نصوصه مع مراعاة التقاليد و الأعراف الأمريكية، وقد استوجب هذا القانون في البداية أن تكون العلامة التجارية مستعملة فعلاً مع تاريخ تقديم الطلب حتى يمكن تسجيلها، إلاّ أن هذا النص عدّل في عام 1988 واعتبر التصريح بالنية في استعمال العلامة التجارية موازيا لاستعمالها الفعلي وسمح بتسجيلها.

لحماية العلامة التجارية فإنه يتم حاليا التسجيل المزدوج، الأول على مستوى الولاية الواحدة لدى مسجل العلامات المحلي على مستواها التي تستعمل في تلك الولاية فقط، في حين يتم تسجيل العلامة المستخدمة على نطاق يجاوز حدود الولاية الواحدة لدى مكتب البراءات و العلامات التجارية الأمريكي.[17]

بالإضافة إلى ما سبق ذكره فانه صدرت قوانين للعلامة التجارية في دول أجنبية أخرى،فسنت اسبانيا قانون للملكية الصناعية في 1929،وايطاليا وضعت قانون للعلامة التجارية في عام 1942،والأرجنتين أصدرت قانون المصانع و العلامات الزراعية سنة 1900،وبالفلبين صدر قانون العلامات التجارية في 1947،،وباستراليا صدر قانون العلامات التجارية في 1955،أما دولة الهند فأصدرت قانون العلامات والبيانات التجارية في 1958،وفي اليابان صدر قانون العلامات التجارية في 1959،أما دولة اندونيسيا أصدرت قانون الأسماء و العلامات التجارية في 1961،وعام في 1963 صدرت قانون للعلامات التجارية بالصين.[18]

[16]– عدنان غسان برانبو، المرجع السابق ،ص35–ص36.

[17]– عدنان غسان برانبو،المرجع المذكور اعلاه،ص37.

[18]– صلاح زين الدين،الملكية الصناعية و التجارية، دار الثقافة للنشر و التوزيع عمان، طبعة 2012، ص248،ص249.

- **الفرع الثالث: في الدول العربية.**

بعد أن تطرقنا إلى التطور التاريخي للعلامة في الدول الأجنبية، فلابد من التطرق إلى التطور التاريخي في الدول العربية، وقد اخترنا بعض الدول على سبيل المثال فقط، وكذا لتأثرها بالقانون الفرنسي من جهة أخرى.

أولاً: لبنان.

كانت لبنان خاضعة للدولة العثمانية فطبقت قوانينها بما فيها قانون الدولة العثمانية الصادر عام 1897 و الخاص بحماية حقوق الملكية الفكرية، وقد سمح بتسجيل العلامات التجارية بموجب تقديم طلب بذلك ومن دون فحص موضوعي، وفي عهد الاستعمار الفرنسي أصدر جنرال (ويغان OUIGANE) المفوض السامي للجمهورية الفرنسية في لبنان في 19 جويلية 1923 القرارين 2044 و 2067 و اللذين تم بموجبهما إنشاء و تنظيم مكتب لحماية حقوق ملكية الآثار العقلية، وبعدها صدر في 1924/01/27 قرار رقم 2385 الخاص بنظام حقوق الملكية التجارية و الصناعية، ولا يزال ساري المفعول ليومنا هذا بلبنان.[19]

ثانيا : مصر.

كانت خاضعة للانتداب البريطاني حين صدر قانون حقوق الملكية الفكرية العثماني، وبالتالي أول قانون منظم للعلامة التجارية صدر في 1939 رقم 57، وكانت تقدم طلبات تسجيل العلامات بكتابة المحاكم الإبتدائية بالإسكندرية و القاهرة و المنصورة، إلاّ أن هذا النظام كان مكلف بالإضافة إلى أن الحماية مقصورة على دائرة المحكمة فقط.

في عام 1928 تم اختيار محكمة الإستئناف المختلطة بالإسكندرية التي يتم توحيد تسجيل العلامة في قلم كتابتها، وظل الحال على ذلك إلى غاية سنة 1939 بصدور قانون العلامات و كان التسجيل طبقا له ذو طابع إداري فقط لإثبات أسبقية الإستعمال، ولحماية العلامة التجارية من الإعتداء اعتمد القضاء على الأحكام العامة في القانون و قواعد العدل والإنصاف و المبادئ المقررة في الإتفاقيات الدولية الخاصة بحماية الملكية الصناعية، فطبقت المسؤولية المدنية و المنافسة غير المشروعة، ومنه فإن العلامة كانت لها حماية مدنية فقط رغم أن قانون العقوبات المصري الصادر في عام 1987 قد نص على عقوبة تقليد العلامة و تزويرها في المواد 350 و357 إلاّ أن هذه المواد كانت معطلة التطبيق لعدم صدور اللوائح المشار إليها في المواد السالفة الذكر، إلى أن صدر قانون 2002 رقم 82 الخاص بحماية حقوق الملكية الفكرية.[20]

[19]- عدنان غسان برانبو، المرجع السابق،ص38.

[20]-عدنان غسان برانبو،نفس المرجع المذكور اعلاه ،ص39-ص40.

ثالثاً: دول الخليج العربي.

تأخر صدور قانون يحمي العلامة التجارية فيها، إلاّ أن هذا لم يمنع من صدور قرار قضائي يمنع الإعتداء على العلامة التجارية نتيجة المنافسة التجارية غير المشروعة الصادر عن إمارة أبوظبي في الإمارات العربية المتحدة سنة 1973 واستمد أساسه القانوني من مبادئ العدالة و القانون الطبيعي المستنبط من قانونها المحلي و الفقه الإسلامي، إلا أن الحال لم يستمر على ذلك فقد واكبت دول الخليج التطور و أصدرت قانون العلامة التجارية لدول مجلس التعاون الخليج العربي رقم 2007/18 و المجلس الأعلى لمجلس تعاون لدول الخليج العربية الصادر في دورته 33 المنعقدة في 24 و25 ديسمبر 2012 تم اعتماد القانون السالف الذكر، وتمت الموافقة على هذا القانون بالبحرين سنة 2014 تحت رقم 2014/06.[21]

❖ **المبحث الثاني: مصادر العلامة التجارية.**

للعلامة التجارية عدة مصادر ونتيجة لطبيعة نشأتها الدولية فإن لها مصادر دولية تتعلق بالإتفاقيات و المعاهدات الدولية،و مصادر أخرى وطنية يغلب عليها طابع السيادة وهو مبدأ دستوري، منه نتطرق في المطلب الأول للمصادر الوطنية، أما المصادر الدولية فنتطرق لها في المطلب الثاني.

- **المطلب الأول: المصادر الوطنية للعلامة التجارية.**

تبنى المشرع الجزائري طبقا للمادة الأولى من القانون المدني ترتيباً مغايراً لمصادر القانون و بالتالي تناولها في التشريع ثم الشريعة الإسلامية في المرتبة الثانية و العرف في المرتبة الثالثة و أخيراً القانون الطبيعي و قواعد العدالة، و قد أضاف كمصدر إحتياطي و تفسيري الفقه و الإجتهاد القضائي.[22]

- **الفرع الأول : التشريع.**

يعد التشريع إجراء قانوني محرر كتابة ذو طابع عام و دائم يتخذ حسب الأشكال المحددة في الدستور و من قبل السلطة التي تحوز السلطة التشريعية في الدولة التي يطبق فيها التشريع ولا يسقط بعد الإستعمال.

لذلك يتخذ التشريع في القانون الجزائري عدة صور مرتبة على سبيل التدرج حسب درجة أو سمو كل نص تشريعي و هي كالتالي: التشريع الأساسي أو ما يعرف بالدستور، التشريع العضوي أو ما يعرف بالقانون العضوي، التشريع العادي أو ما يعرف بمختلف القوانين و النصوص التنظيمية على اختلافها من مراسيم و أوامر و لوائح و تعليمات.

أولاً : التشريع الأساسي.

الدستور هو التشريع الأساسي أو التأسيسي للدولة، فهو قمة التشريعات فيها ويتميز بخاصيتي الثبات والسمو ويتضمن القواعد الأساسية والمبادئ العامة التي تبين شكل الدولة ونظام الحكم فيها، ويحدد الهيئات والمؤسسات العامة واختصاصاتها وعلاقاتها ببعضهما، وينص على حريات الأفراد وحقوقهم في خطوط رئيسية عريضة، ومنه تأخذ كافة القوانين الأخرى، مستوحية مبادئه وأحكامه التي لا يجوز لأي قانون أن يخالفها.

---

[21]– عدنان غسان برانبو، المرجع السابق ، ص39–ص40–ص41.

[22]– نصت المادة الأولى من القانون المدني: "يسري القانون على جميع المسائل التي تتناولها نصوصه في لفظها أو فحواها وإذا لم يوجد نص تشريعي حكم القاضي بمقتضى الشريعة الإسلامية فإذا لم يوجد فبمقتضى العرف فإذا لم يوجد فبمقتضى مبادئ القانون الطبيعي وقواعد العدالة".

وقد عالج المشرع الجزائري الملكية الفكرية في المادة 44 من الدستور و ذلك بحمايتها قانوناً على كافة الأصعدة.[23]

ثانياً : التشريع العادي.

يقصد بالقانون أو القوانين العادية كل التشريعات التي يطلق عليها لفظ المدونة، أو لفظ التقنين، أو القانون، والذي تقوم عادة بوضعه السلطة التشريعية البرلمان في الدولة وهذا في شكل نصوص تنظم العلاقات بين الأفراد أو بينهم وبين الدولة في جميع المجالات الاجتماعية المختلفة.

أول معالجة للمشرع الجزائري في مجال العلامات كان في السنوات التي عقبت الإستقلال وهذا بناء على الأمر 57/66 المؤرخ في 1966/03/19 الذي بقي ساري المفعول أكثر من سبعة وثلاثين سنة{37}،وتم إلغاؤه بموجب الأمر رقم 06/03 المؤرخ في 2003/07/19 المتعلق بالعلامات، و قد سبق ذكر التدرج التاريخي لتطور قانون العلامة التجارية في الجزائر.[24]

ثالثاً : النصوص التنظيمية.

بما فيها التشريعات الإستثنائية و التي تكون في حالة الضرورة الملحة يقرر رئيس الجمهورية حالة الطوارئ أو الحصار ويتخذ كل التدابير اللازمة لاستتباب الوضع، و التشريعات التفويضية التي تكون في حالة شغور البرلمان أو فيما بين دورة وأخرى من دورات البرلمان يجوز لرئيس الجمهورية أن يشرع بإصدار أوامر تعرض على البرلمان في أول دورة مقبلة، التشريعات الفرعية في شكل لوائح تنفيذية لا تفترق عن القانون الصادر من السلطة التشريعية لأنها قواعد اجتماعية عامة ومجردة وملزمة لجميع الأشخاص المخاطبين بها الذين تنطبق عليهم الشروط الموضوعية التي تنص عليها اللائحة بناء على قانون.

يختلف القرار اللائحي عن القرار الفردي الذي يتعلق هو بشخص معين بذاته (كتوظيفه في عمل) كما يختلف القرار اللائحي عن القرارات التنظيمية التي تتعلق بأفراد معينين أو أشخاص معينين (كفتح محلات تجارية) أو بتنظيم حالة معينة وموقف (تنظيم المرور في الشارع) وتعتبر هي كلها إدارية، أما اللوائح التنفيذية وما في حكمها فيمكن حصرها في ثلاثة أنواع، هي اللوائح التنظيمية، واللوائح التنفيذية، ولوائح الأمن والشرطة.[25]

من أمثلة النصوص التنظيمية المرسوم التنفيذي رقم 69/98 المتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية و يحدد قانونه الأساسي؛[26]وكذا المرسوم التنفيذي رقم277/2005 الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات و تسجيلها.[27]

- **الفرع الثاني: الشريعة الإسلامية و العرف و قواعد العدالة و القانون الطبيعي.**

تعدّ الشريعة الإسلامية مصدراً حسب ما جاء في ترتيب المادّة الأولى من القانون المدني الجزائري، فهي تعتبر مصدرا ماديا و رسميا في نفس الوقت، أضف إلى ذلك هي نظام شامل لجميع مجالات الحياة الرّوحية، و الأخلاقية، و العملية دون أن نفصّل بين أجزائها، و جوانبها المختلفة، فهي الأصول الكليّة التّي تتفرّع عنها الأحكام التّفصيلية، فهي المبادئ العامّة التّي لا

---

[23]– نصت المادة 44 من الدستور الجزائري المعدل بموجب الأمر 16-01 المؤرخ في 06مارس 2016: { حرية الإبتكار الفكري و الفني و العلمي مضمونة للمواطن – حقوق المؤلف يحميها القانون – لا يجوز حجز أي مطبوع أو تسجيل أو أية وسيلة أخرى من وسائل التبليغ و الإعلام إلا بمقتضى أمر قضائي . الحريات الأكاديمية و حرية البحث العلمي مضمونة و تمارس في إطار قانوني. تعمل الدولة على ترقية البحث العلمي و تثمينه خدمة للتنمية المستدامة للأمة }.

[24]–فرحة زراوي صالح،الكامل في القانون التجاري الجزائري الحقوق الفكرية،ابن خلدون للنشر و التوزيع وهران،طبعة 2006،ص202،201.

[25]– عجة الجيلالي ، مدخل للعلوم القانونية ، الجزء الأول (نظرية القانون بين التقليد و الحداثة طبقا للمعايير الدولية) ، برتي للنشر طبعة 2009 ، ص 246، ص 247 ،ص 252،ص265 .

[26]–المرسوم التنفيذي رقم 69/98 المؤرخ في 1998/02/21 ج ر 1998/03/01،عدد11،ص25.

[27]–المرسوم التنفيذي رقم 277/2005 المؤرخ في 2005/08/02 ج ر 2005/08/07 ،عدد54،ص11.

تختلف في جوهرها من مذهب لآخر، وهذا يعني أنّ النّظام القانوني في الشّريعة الإسلامية قائم على قواعد، و أحكام أساسيّة في كلّ الميادين، وأنّ نصوص الشّريعة الإسلامية أتت في القرآن، و السنّة بمبادئ أساسية، و تركت التفصيلات للإجتهاد في التّطبيق بحسب المصالح الزمنية.

العرف هو ما ألّفه النّاس، و ساروا عليه في تصرّفاتهم، سواء كان فعلا، أو قولا،دون أن يصادم نصّ، و هو يعتبر من أقدم مصادر التّشريع الإنساني، إذ أنّ البشرية بدأت بعادات، و أعراف جعلت منها شريعة تحتكم إليها.[28]

من وظائف العرف الأساسية دوره التّكميلي للتّشريع، وهذا عند سكوت هذا الأخير لكن للعرف وظائف أخرى فقد يلعب دورا مساعدا للتّشريع.

العرف المكمّل للتّشريع:

إنّ الدور الأساسي للعرف باعتباره مصدرا رسميّا احتياطيا للقانون هو دوره المكمل للتّشريع فـإذا وجد نقص في التّشريع فيمكن أن يلجأ إليه لحل نزاع قانوني مثلا، وذلك تطبيقا للمادّة الأولى من القانون المدني التّي تنص على ذلك صراحة لكن لابدّ من معاينة القاضي لهذا النّقص في التّشريع من جهة، و لعدم إمكان سدّ هذا النّقص باللجوء إلى مبادئ الشريعة الإسلامية باعتبارها المصدر الإحتياطي الأوّل من جهة ثانية؛ و يعلّل الفقه دور العرف المكمّل في القوانين التي لا تجعل منه مصدرا احتياطيا صراحة بأمرين: أولّهما أنّ سكوت المشرّع عن مسألة معينّة يحتمل أن يفسّر بوجود عرف ثابت يدّل في ذاته على صحّة السّلوك المتبّع ممّا يستبعد الحاجة إلى تدّخل المشرّع لتغييره.

ثانيهما أنّه عند سلوك القانون من الأفضل الاعتراف للعرف الموجود بالقوّة الإلزامية لما في ذلك من ضمان للإستقرار القانوني، فالنّظام القانوني يكون آنذاك مزوّدا بقاعدة سلوك مشهورة، و شائعة يمكن لأيّ شخص أن يرجع إليها على الأقل طالما لم يتدخل التّشريع بما يتنافى معها و يلعب العرف دوره على هذا النّحو،أي كمصدر رسمي تكميلي بالنّسبة لكلّ المعاملات التّي تسري في شأنها مختلف فروع القانون، على أنّ هذه القاعدة لا تطبق بنفس الوتيرة، و القوّة بالنسبة لكلّ فروع القانون[29].

العرف المساعد للتشريع :

يمكن أن يلعب العرف دورا مساعدا للتّشريع، و يلاحظ في هذا الصدد أنّ التّشريع ذاته غـالبا ما يحيل على العرف كما هو الشأن في القواعد المكملّة التّي غالبا ما تنتهي بالعبارة التّالية ما لم يوجد اتّفاق، أو عرف يقضي بغير ذلك.[30]

- **الفرع الثالث: الفقه و الإجتهاد القضائي.**

يعتبر الفقه تحليل معمق للقاعدة القانونية و بالتالي تتجلى مهمته في تدقيق القانون فلا تنحصر مهمة الفقيه في الشرح لكنها تتعداها إلى النقض و التعليق قصد الوصول إلى قانون كامل و متكامل؛ و له مهمة أخرى تتجلى في توثيق القانون و ذلك إما بمصادر فقهية أو بمراجع متخصصة.[31]

اتجه التشريع الجزائري في الوقت الحاضر إلى فتح الباب أمام ضرورة تفعيل الإجتهاد القضائي لكون أن التشريع مطبوع بالعموم و الغموض و حتى التناقض و عدم الإحاطة بمختلف الفرضيات التي تتطلبها الظروف العامة للمجتمع و هذا ما أدى إلى قلب الإستثناء قاعدة و القاعدة استثناء فبدلاً أن تكون القاعدة العامة (لا اجتهاد في ورود نص) بافتراض الوضوح فيه انقلبت الآية أصبح الإجتهاد في ورود النص الذي يكرس عملياً في سكوت النص أو نقصانه أو غموضه أو تناقض التشريعات.

---

[28]– محمدي فريدة زواوي ، النظرية العامة للقانون ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر ، الطبعة الثانية ، 1999، ص55.

[29]– سعيد جعفور ، المدخل للعلوم القانونية الوجيز في نظرية القانون ،دار الهومة، الطبعة الثالثة عشر ، 2002 ، ص90.

[30]– اسحاق ابراهيم منصور ، نظريتا القانون و الحق ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر ، الطبعة لخامسة ، 1990 ، ص75

[31]– عجة الجيلالي ، المرجع السابق ، ص 367 ص،368، ص369 .

و يستوجب للأخذ بالإجتهاد القضائي شروط شكلية تتمثل في :

- أن يكون الإجتهاد صادراً عن المحكمة العليا أو مجلس الدولة باعتبارهما الهيئتين المقومتين لأعمال القضاء أياّ كان نوعه عادي أو إداري.
- أن يكون الإجتهاد صادراً عن الغرف مجتمعة عن المحكمة العليا أو مجلس الدولة حتى يكتسب صفة الالتزام اتجاه المحاكم و المجالس.
- أن يكون الإجتهاد منشورا في المجلات القضائية .

أما الشروط الموضوعية تتمثل في :

- أن يتميز الإجتهاد الإستقرار و الثبات ليوفر صفة العمومية و التجريد.
- أن يمس الإجتهاد مسألة لم يتطرق لها نصاً مكتوباً أو قانون عرفي و هذا لتفادي التداخل و التنازع.[32]

و عليه فقد عالجت المحكمة العليا مسألة العلامة التجارية في عدة قرارات لكنها لا تسمو لأن تكون ملزمة كما سبق بيانه و هذا لعدم اجتماع الغرف.[33]

---

[32]- عجة الجيلالي ، المرجع السابق ، ص 363-ص364-ص366.

[33]- من اهم الأمثلة عن قرارات المحكمة العليا المنشورة التي تخص العلامة التجارية : قرار المحكمة العليا رقم 378916 المؤرخ في 2007/02/07 خاص بتقليد العلامة التجارية ضد شركة لونكوم – قرار المحكمة العليا رقم 404570 الصادر بتاريخ 2007/04/04 ضد شركة باكتري – قرار المحكمة العليا رقم 501204 الصادر بتاريخ 2009/04/01 الخاص بتقدير التعويض في حالة تقليد العلامة التجارية – قرار المحكمة العليا رقم 571315 الصادر بتاريخ 2010/01/07 ضد شركة موتورز أكسسوار ، عالج الأسبقية في تسجيل العلامة – قرار المحكمة العليا رقم 262206 الصادر بتاريخ 2001/11/06 ضد شركة صيدال مع شركة ليفاليوناز أندستريال ، عالج التفرقة في التقليد بين الأحرف بالعربية و الفرنسية – قرار المحكمة العليا رقم 467323 الصادر بتاريخ 2008/07/09 يخص دار النشر الريشة – قرار المحكمة العليا رقم 595067 الصادر بتاريخ 2010/02/04 لشركة هنكل الجزائر ضد شركة لمواد التنظيف – قرار المحكمة العليا رقم 503313 الصادر بتاريخ 2009/04/01 ضد شركة كريسفو التيلندية بالخصوص إلغاء علامة تجارية نتيجة التقليد – قرار المحكمة العليا رقم 588439 الصادر بتاريخ 2010/01/07 لشركة جيرفي دانون ضد شركة مجبنة البقرة الظريفة ، يخص سحب العلامة التجارية بسبب التشابه،قرار المحكمة العليا رقم 282207 الصادر بتاريخ 2002/07/23 لشركة صوفيان ضد مدير شركة بيك ومن معها،يخص تقليد العلامة التجارية نتيجة التشابه بين المنتوجين – قرار المحكمة العليا رقم 599047 الصادر بتاريخ 2010/02/04 ضد شركة ذ.م.م{أ}و أبنائه،يخص العبر من تاريخ تسجيل العلامة وليس من تاريخ ممارسة النشاط – قرار المحكمة العليا رقم 529528 الصادر بتاريخ 2009/02/04 قضية ش.ذ.م.م كوسميدال ضد ش.ذ.ذ تراد كوريورايش ،يخص العبرة بالاسبقية في التسجيل للعلامة التجارية عن حسن نية – قرار المحكمة العليا رقم 399796 الصادر بتاريخ 2007/04/04 قضية ملبنة الصومام ضد {أ.أ}،يخص التشابه في العلامة يكون التشابه في التسمية –قرار المحكمة العليا رقم 307816 الصادر بتاريخ 2003/06/10 قضية شركة قهوة الصباح ضد {و.ع} – قرار المحكمة العليا رقم 395411 الصادر بتاريخ 2007/12/05 قضية ش.ذ.م.م الهلال و المركز الوطني للسجل التجاري ،يخص الأسبقية في الإيداع الدولي للعلامة –قرار المحكمة العليا رقم 476713 الصادر بتاريخ 2007/09/05 قضية شركة ذ.م.م بتروفينا ضد نفطال، يخص المنافسة غير المشروعة يعتبر تعدي على حق ملكية العلامة –قرار المحكمة العليا رقم 248867 الصادر بتاريخ 2001/05/09 قضية {ن.ع} ضد {ع س}،يخص الحجز التحفظي في حالة تقليد العلامة؛مأخودة من مرجع جمال سايس،الاجتهاد الجزائري في المادة التجارية و البحرية،قرارات المحكمة العليا مسرد القباني للكلمات الدالة،الجزء الثالث،منشورات كليك،الجزائر،الطبعة الأولى،سنة 2013.

- **المطلب الثاني: المصادر الدولية للعلامة التجارية.**

على الرغم من أن معظم دول العالم نظّمت استعمال و تسجيل العلامات التجارية فيها على المستوى الوطني ، إلا أن عملية انتقال البضائع التي تحمل تلك العلامات من دولة لأخرى ، جعلت لقانون العلامات التجارية أبعاداً دولية .

فالقوانين الوطنية عاجزة عن توفير الحماية القانونية للعلامة التجارية خارج نطاق إقليم الدولة ، كما أن اختلاف قوانين العلامات التجارية يبعث شيئاً من القلق وانعدام الإستقرار في نفوس التجار و الشركات، مما حتم على الدول إبرام إتفاقيات دولية تنظم حماية العلامة التجارية واكتساب الحق بها، و تسعى لتنسيق و توحيد التشريعات و القوانين المنظمة لها عالمياً .

لذلك سيتطرق هذا المطلب إلى أهم الإتفاقيات الدولية التي عالجت حماية العلامة التجارية، حيث سنذكر الظروف و الأسباب الداعية إلى إبرامها، من دون أن نتعرض إلى ما جاءت به من أحكام موضوعية و إجرائية خاصة بالعلامة التجارية، إذ سيتم ذلك في المباحث اللاحقة.

- **الفرع الأول: إتفاقية باريس و اتفاقية مدريد.**

نتطرق أولاً إلى اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية و ثانياً لاتفاقية مدريد الخاصة بالتسجيل الدولي.

- ✓ **أولاً: إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية (عام1883).**

تعتبر إتفاقية باريس أولى الإتفاقيات الدولية في مجال حماية الملكية الصناعية بشكل عام، و العلامات التجارية بشكل خاص، و هي تعد لتاريخ اليوم الركيزة الأساسية لحماية هذه الحقوق، إذ أنها وضعت الأسس القانونية لتوحيد المعاملة بين رعايا الدول المنضمة للإتفاقية في شأن التعامل بحقوق الملكية الصناعية، و تحيل بعض الإتفاقيات الأخرى في العديد من أحكامها إلى ما ورد في اتفاقية باريس، كاتفاقية تريبس التي سنشير إليها لاحقا. [34]

أما الظروف الداعية إلى إبرامها، فهي أن الحكومة النمساوية قد دعت عدداً من الدول إلى معرض دولي للإختراعات في فيينا في أواخر عام 1873، لم يشهد المعرض مشاركة واسعة لتخوف الكثير من أصحاب الإختراعات، إذ أنهم لم يرغبوا في عرض اختراعاتهم في المعرض خوفا من سرقتها، نظرا لعدم كفاية و فعالية الحماية القانونية الممنوحة للإختراعات حينها، بناءاً على ذلك أصدرت النمسا قانونا يضمن الحماية المؤقتة لحقوق المخترعين الأجانب المشاركين في المعرض، فضلا عن حماية علاماتهم التجارية و نماذجهم الصناعية، كما و عقدت في عاصمتها فيينا في العام نفسه مؤتمرا دوليا، دعا حكومات العالم إلى التوصل لصيغة اتفاق دولي لحماية البراءات بأسرع وقت ممكن، و تلبية للدعوة، و متابعة لأعمال مؤتمر فيينا، عقد في باريس في عام 1878 مؤتمر دولي بشأن الملكية الصناعية، و أهم ما نادى به المؤتمر دعوة الحكومات إلى عقد مؤتمر دبلوماسي دولي لإرساء تشريع موحد في مجال الملكية الصناعية، حيث تم في أعقابه إعداد مشروع اتفاقية تقترح إنشاء إتحاد دولي لحماية الملكية الصناعية .

في العشرين من شهر مارس سنة 1883، عقد مؤتمر باريس و الذي تم فيه إبرام اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، و التي تم التوقيع عليها من قبل إحدى عشرة دولة فقط في البداية، وانضم إليها ثلاث دول أخرى حين دخلت حيز التنفيذ في السابع من شهر جويلية من عام 1884، و بدأ الانضمام إليها بشكل أوسع عقب الحرب العالمية الأولى.

خضعت هذه الإتفاقية إلى عدد من التعديلات، إذ تم تعديلها في بروكسل في عام 1900 ، و في واشنطن عام 1911، و في لاهاي عام 1925 ، و في لندن عام 1934 ، و في لشبونة عام 1958، و أخيرا في استوكهولم في 14 جويلية من عام 1967، و هذه النسخة المطبقة حالياً، و التي تم تنقيحها في 28 سبتمبر 1979 .

[34]- عدنان غسان برانبو، المرجع السابق ،ص42- ص43 .

تنطبق هذه الإتفاقية على حقوق الملكية الصناعية بمعناها الواسع، إذ هي تشمل براءات الإختـراع، و العلامـات التجارية، و الرسوم و النماذج الصناعية، فضلاً عن الأسماء التجارية و تسميات المنشأ و المنافسة التجارية غير المشروعة.

تنقسم الأحكام الموضوعية لهذه الإتفاقية إلى ثلاثة أقسام : القسم الأول ينص على مبدأ المعاملة الوطنية (National Treatment)، و القسم الثاني ينص على حق الأسبقية (Right of Priority)، أما القسم الثالث و الأخير فهو يحدد مجموعة من القواعد التي يجب على جميع الدول المتعاقدة و المنضمة للإتفاقية أن تتبعها عن تنظيمها لحقوق الملكية الصناعية، و منها العلامات التجارية، أي أن القسم الثالث يحدد الحدود الدنيا للحماية التي يجب أن يضمنها تشريع كل دولة.

ومن الضروري الإشارة إلى نصوص الإتفاقية ذاتية التنفيذ، بمعنى أنه بمجرد مصادقة الدولة على اتفاقية باريس (و نشرها إذا كان القانون الداخلي للدولة يوجب ذلك) تصبح نصوص الإتفاقية جزءا من القانون الوطني في تلك الدولة، دون الحاجة إلى أن تصدر الدولة قانونا يتضمن القواعد الواردة في الإتفاقية، و هذا يعني أن الأجانب يستمدون حقوقهم مباشرة من الإتفاقية و يجوز لهم التمسك بأحكامها أمام القضاء الوطني في كل الدول الأعضاء في إتحاد باريس بغض النظر عن التشريع الوطني.[35]

✓ **ثانيا: إتفاقية و بروتوكول مدريد للتسجيل الدولي للعلامات (1891).**

أبرمت إتفاقية مدريد كما يتبين من إسمها، في مدينة مدريد بإسبانيا في عام 1891، و قد تم تعديلها عدة مرات، و ذلك في بودابست عام 1900، و في واشنطن عام 1911، و في لاهاي عام 1925، و في لندن عام 1934، و في نيس عام 1957، و في استوكهولم عام 1967، و أخيرا تم تنقيحها في عام 1979، و قد أنشأت هذه الإتفاقية نظاماً يمكن بموجبه حماية العلامة التجارية في عدد من الدول، و ذلك من خلال الحصول على تسجيل دولي يكون ساري المفعول في جميع الدول الأعضاء المنضمة للإتفاق، و التي طلب المودع حماية العلامة التجارية فيها.

في عام 1989 تم إبرام البروتوكول المتعلق باتفاقية مدريد، و الذي جعل نظام مدريد أكثر مرونة و توافقا مع التشريعات الوطنية لدول معينة لم تنضم لاتفاقية مدريد لأسباب خاصة ببعض أحكام هذه الإتفاقية، كالولايات المتحدة الأمريكية،اما الهدف الأساسي من هذا البروتوكول هو إدخال تغييرات في نظام التسجيل الدولي للعلامات وفقا لإتفاق مدريد لسنة 1891 قصد إزالة الصعوبات التي تحول دون إنضمام بعض البلدان إلى اتفاق مدريد.

وبعدها صدرت اللائحة التنفيذية المشتركة بين اتفاق و بروتوكول مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات النافذة في 2004.[36]

- **الفرع الثاني: إتفاقية نيس و اتفاقية تريبس.**

نتطرق أولا إلى اتفاقية نيس للتصنيف الدولي للبضائع و الخدمات لأغراض تسجيل العلامات، ثم نتطرق ثانيا إلى اتفاقية تريبس للجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية.

[35] –عدنان غسان برانبو، المرجع السابق ،ص44.

[36]- ميلود سلامي،النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري و الاتفاقيات الدولية،أطروحة لنيل درجة دكتوراه العلوم في العلوم القانونية تخصص قانون خاص،جامعة الحاج لخضر ،باتنة،السنة الجامعية 2011- 2012 ،ص26،ص27.

✓ **أولاً: إتفاقية نيس للتصنيف الدولي للبضائع و الخدمات لأغراض تسجيل العلامات (1957).**

أبرمت هذه الإتفاقية في عام 1957، و أدخل عليها عدد من التعديلات في عدة سنوات 1967 و 1977، و أخيرا في عام 1979، و هي مفتوحة لجميع الدول الأعضاء في اتفاقية باريس للإنضمام إليها .

وقد أنشأت هذه الإتفاقية تصنيفا للبضائع و الخدمات لأغراض تسجيل العلامات التجارية و علامات الخدمة، و بموجب الإتفاقية تلتزم مكاتب تسجيل العلامات التجارية للدول المتعاقدة بالإشارة في جميع الوثائق الرسمية و شهادات التسجيل الخاصة بكل علامة إلى الفئة أو الفئات التي تم تسجيل العلامة التجارية ضمنها.

يتكون تصنيف نيس الدولي من قائمة تحتوي عددا من الفئات، حيث يوجد حاليا 34 فئة للبضائع و 11 فئة للخدمات، كما و يتضمن أيضا قائمة أبجدية للبضائع و الخدمات تتكون من حوالي إحدى عشر ألف عنصر، و تتم عملية تعديل هاتين القائمتين من وقت لآخر من قبل مجموعة من الخبراء الممثلين للدول المنضمة للإتفاقية ، و النسخة المعمول بها حاليا من التصنيف هي النسخة التاسعة ، و التي دخلت حيز التنفيذ في عام 2007 .

و للتصنيف الذي أنشأته الإتفاقية أهمية كبيرة دوليا، إذ أن الدول الأعضاء في هذه الإتفاقية هي 78 فقط، غير أن مكاتب تسجيل العلامات التجارية في معظم دول العالم تعتمد على هذا التصنيف لتسجيل العلامات التجارية لديها، فضلا عن المكتب الدولي للمنظمة العالمية للملكية الفكرية، و المنظمة الإفريقية للملكية الفكرية، و مكتب تسجيل العلامات التجارية الأوروبية.[37]

ثانيا: إتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس) (1994).

أُنشئت منظمة التجارة العالمية بموجب إتفاقية أبرمت في الخامس عشر من شهر افريل 1994 في مدينة مراكش في المغرب، و قد جاءت هذه الإتفاقية على ضوء جولة الأروغواي للمفاوضات التجارية متعددة الأطراف؛حيث تضمنت هذه المفاوضات للمرة الأولى نقاشات حول جوانب حقوق الملكية الفكرية المتعلقة بالتجارة الدولية، و تم تضمين نتائج هذه النقاشات في ملحق لاتفاقية إنشاء منظمة التجارة العالمية، و هي إتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية.

دخلت هذه الإتفاقية التي تعتبر ملزمة لجميع الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية، حيز التنفيذ في بداية عام 1995؛ أحالت هذه الإتفاقية في العديد من أحكامها إلى إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، و قد طلبت صراحةً من الدول الأعضاء فيها بالإلتزام بالأحكام الموضوعية التي تضمنتها إتفاقية باريس.

أما القسم الثاني من الإتفاقية فقد تضمن الحد الأدنى من المعايير التي يجب أن تتوافر في تشريعات الدول الأعضاء بخصوص وجود واستخدام و نطاق حقوق الملكية الفكرية، حيث ألزمتها بتوفير حد أدنى من الحماية لها، و يتضمن هذا القسم فصولاً تعالج الموضوعات التالية بالترتيب : حق المؤلف و الحقوق المجاورة ، العلامات التجارية ، المؤشرات الجغرافية، الرسوم و النماذج الصناعية، براءات الإختراع، تصاميم الدوائر المتكاملة، و حماية المعلومات غير المفصح عنها.

وبالنسبة للعلامات التجارية فقد تضمنت الإتفاقية سبع مواد عالجت العديد من المواضيع الهامة المتصلة بها، و التي سنتعرف عليها في طيّات هذا البحث، فالإتفاقية أضافت عددا من الإلتزامات الجديدة التي سكتت عنها جميع الإتفاقيات الدولية المبرمة قبلها، و بذلك فإن اتفاقية تريبس تعتبر مكملة لاتفاقية باريس.

ومن المبادئ الهامة التي جاءت بها الإتفاقية بالنسبة للعلامة التجارية ما نصت عليه المادة 20 منها، و التي حظرت بدون مبرر تقييد استخدام العلامة التجارية في التجارة بشروط خاصة، كاستخدامها إلى جانب علامة تجارية أخرى (مثل اشتراط استخدام العلامة الأجنبية إلى جانب علامة محلية للمنتج مع الربط بين العلامتين، أو اشتراط استخدام الإسم النوعي للأدوية مثلاً

[37] عدنان غسان برانبو، المرجع السابق ،ص45- ص46 .

إلى جانب العلامة التجارية)، أو استخدامها بشكل خاص أو بأسلوب ينقص من قدرتها على التمييز بين السلع و الخدمات التي تنتجها منشأة معينة و تلك التي تنتجها منشآت أخرى.

و الجدير بالذكر أن اتفاقية تريبس لا تخاطب سوى الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية ولا تلزم سواها، كما أن نصوص الإتفاقية ليست ذاتية التنفيذ، و من ثم فإن رعايا الدول الأعضاء لا يكتسبون حقوقا مباشرة من الإتفاقية، ولا يجوز لهم التمسك بأحكامها واستبعاد أحكام القوانين الوطنية.[38]

- **الفرع الثالث: معاهدة قانون العلامات و معاهدة سنغافورة.**

نتطرق أولا إلى معاهدة قانون العلامات التجارية، وبعدها إلى معاهدة سنغافورة حول قانون العلامة التجارية.

✓ **أولا: معاهدة قانون العلامات التجارية (1994).**

تهدف هده المعاهدة إلى تحقيق المقاربة و الإنسجام في إجراءات تسجيل العلامات التجارية على المستويين الوطني و الإقليمي، ذلك أن إجراءات تسجيل العلامة التجارية تختلف من دولة لأخرى، و يؤدي هذا الإختلاف إلى زيادة النفقات و الجهود اللازمة لحماية العلامة التجارية على المستوى الدولي، مما يعتبر عائقاً للتجارة الدولية.

لذلك حاولت هذه الإتفاقية، التي أبرمت في 27 اكتوبر من عام 1994، تحقيق ذلك من خلال تبسيط و توحيد بعض الخصائص الأساسية لهذه الإجراءات في مكاتب تسجيل العلامات للدول المنضمة إليها، بما يجعل عملية تقديم طلبات تسجيل العلامات التجارية و يجعل من إدارة تسجيل العلامة التجارية أقل تعقيداً و أكثر إمكانية للتنبؤ المسبق.

وقد حددت الإتفاقية نوع الإجراءات و المتطلبات القانونية التي يمكن لمكاتب تسجيل العلامات التجارية فرضها على مالكي العلامات التجارية، و منعت أي نوع آخر من الشكليات، ومن أهم المتطلبات التي منعتها الإتفاقية اشتراط توثيق و تصديق التوقيع للأوراق اللازمة لتسجيل العلامة، كالوكالة الخاصة بتقديم طلب التسجيل، إذ يكفي مجرد توقيع الشخص عليها.

ومن البنود الهامة التي تضمنتها الإتفاقية إلزام مكاتب تسجيل العلامات التجارية بقبول طلب تسجيل العلامة الذي يتم فيه تحديد أكثر من فئة من فئات التصنيف الدولي للبضائع، حيث أن الذي يجري عليه العمل حالياً في أكثر دول العالم هو أن مكتب تسجيل العلامات التجارية يلزم طالب التسجيل بتقديم طلب مستقل لكل فئة من الفئات.

فإذا وقع اعتراض على طلب التسجيل المقدم الذي تم فيه تحديد أكثر من فئة، فيمكن لطالب التسجيل تقسيم طلبه إلى عدد من الطلبات، بحيث ينحصر الإعتراض فقط بذلك الطلب الخاص بالفئة المرتبطة بموضوع الإعتراض.[39]

✓ **ثانيا: معاهدة سنغافورة حول قانون العلامات التجارية (2006).**

تعتبر هذه الإتفاقية أحدث الإتفاقيات الدولية المنظمة للعلامات التجارية، وقد أبرمت في شهر مارس من عام 2006، و كان الهدف منها إنشاء إطار دولي حديث لأجل توحيد و مقاربة الإجراءات الإدارية لتسجيل العلامات التجارية على مستوى العالم، و الإتفاقية من حيث المبدأ تستند بشكل كبير إلى نصوص معاهدة قانون العلامات المبرمة في عام 1994، إلا أن هذه الإتفاقية أوسع نطاقاً من معاهدة قانون العلامات، إذ أنها تعالج مواضيع متعلقة بالتطورات الحاصلة في مجال تقنيات الإتصال الحديثة، حيث تسمح بأن تتم عملية تقديم طلبات تسجيل العلامات التجارية و أي تعديلات أو طوارئ عليها بالأساليب

[38] عدنان غسان برانبو، المرجع السابق ،ص47.

[39] - عدنان غسان برانبو،نفس المرجع المذكور اعلاه نص48-ص 49 .

الإلكترونية، كما أن الإتفاقية تتضمن آخر التطورات في قانون العلامات التجارية حول العالم، كمعالجتها لتسجيل العلامات التجارية غير التقليدية المرئية و غير المرئية، مثل العلامة ثلاثية الأبعاد و علامة الصوت و غيرها، حيث تعتبر هذه الإتفاقية المعاهدة الدولية الأولى التي تتعرض لهذه العلامات بشكل صريح، غير أن استناد هذه الإتفاقية إلى معاهدة قانون العلامات لا يعني أنها تعديل لتلك المعاهدة، إذ أن لكل واحدة منهما كياناً خاصاً بها، و يمكن للدول أن تنضم إلى أيّ من هاتين الإتفاقيتين.[40]

[40]– عدنان غسان برانبو، المرجع المذكور اعلاه ،ص50.