

قسم القانون الخاص  
شعبة: حقوق  
تخصص: القانون الأساسي الخاص

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الحقوق  
الموسومة بـ:

# العلامة التجارية في التشريع الجزائري

تحت إشراف الدكتور:  
رحوي فؤاد

من إعداد الطالبة:  
مجبر كوثر شمس الهدى

أعضاء لجنة المناقشة:

- 1- الأستاذ : ..... رئيسا
- 2- الأستاذ : ..... مشرفا ومقررا
- 3- الأستاذ : ..... مناقشا

السنة الجامعية 2017 - 2018

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى أمي رمز العطف والحنان والحب والعطاء وقُدوتي في الحياة، إلى أبي العزيز دافعي للنجاح، وإلى ميمى الحبيبة أطال الله عمرك، وإلى خالاتي، وإلى من قاسموني رحم أمي وكانوا شموعا أنارت طريقي، ووهبني الله محبتهم ، وبنات عمي وخالتي، وبنات خالي رحمه الله.

إلى كل أصدقائي وصديقاتي الذين رافقوني في المشوار الدراسي ، وإلى كل أستاذ أثار عقلي منذ صغري ، وإلى كل زملائي وزميلاتي في العمل .

كما أهدي هذا العمل المتواضع إلى الأستاذ المشرف و المؤطر رحوي فؤاد، وإلى كافة أساتذة الحقوق، وإلى كل من ساعدني من قريب أو من بعيد ولو بكلمة تشجيع وحتى للمؤلفين جزاهم الله خيرا.

وإلى من أسكنتهم قلبي ولم أسكنهم ورقي، وإلى كل طلبة السنة الثانية ماستر حقوق تخصص قانون خاص أساسي دفعة 2018/2017 .

و أرجو من المولى عز وجل أن يجعل في هذه المذكرة الإفادة لكل من يطلع عليها من بعدنا .

# شكر و تقدير

الحمد لله رب العالمين و الصلاة و السلام على خاتم الأنبياء و المرسلين، أعبد الله و أشكره إلى يوم الدين، وله الفضل على نعمة العلم التي أنعمنا بها.

و أوجه الشكر و الامتنان إلى الأساتذة المقررين و المشرفين على تربصنا الذين لم يبخلوا علينا بتوجيهاتهم و نصائحهم القيمة حول الميدان و التي كانت عوننا لنا في إتمام التربص، و منحونا الثقة الكاملة و قبلوا أن يشرفوا على تربصنا بصدر رحب.

كما نوجه جزيل الشكر إلى من لا يمكن للكلمات أن توفي حقهما إلى الوالدين أدامهما الله لنا، الأب و المعلم نشكرك على كل ما علمتنا و أوصلتنا إليه و ساندتنا في المسار الدراسي و المهني، شكرا صاحب القلب الواعي و العقل المنير و الوجود المؤثر في هذه الحياة، و أشكر من ربنا و أنارت دربنا و أعانتنا بالصلوات و الدعوات إلى أعلى و أعز الناس الأم الحبيبة و الحنونة.

و نشكر العائلة و الأقارب من بعيد و من قريب.

مقدمة

## مقدمة :

الملكية الفكرية هي نتاج للإبداع الفكري و الذهني للشخص، وتعتبر الملكية الفكرية من الناحية القانونية مالا معنويا ذو قيمة اقتصادية بالغة، مما جعلها تلعب دورا هاما في مجال التجارة على المستويين العالمي والداخلي من خلال الاستثمار في مختلف المنجزات العقلية وهذا يرتب لصاحبها حقوقا تجعله يستغل و يستفيد من إبداعاته و ابتكاراته ، من خلال الاستفادة ماليا من إنتاجه الذهني.

تقسم الملكية الفكرية إلى ثلاث مجموعات: الأولى الملكية الصناعية الشاملة لبراءات الاختراع والنماذج والرسوم الصناعية، والثانية الملكية الأدبية تشمل حقوق المؤلف والحقوق المجاورة، والمجموعة الأخيرة هي الملكية التجارية التي تشمل الأسماء التجارية والعنوان التجاري وأخيرًا العلامة التجارية المتناولة في هذا البحث.

والملكية الفكرية بوجه عام هي القواعد القانونية المقررة لحماية الإبداع الفكري أو حماية العناصر المعنوية للمشاريع الصناعية والتجارية الواردة على الابتكارات الجديدة أو على شارات مميزة تستخدم إما في تمييز منتجات (العلامات التجارية)، أو تمييز المنشآت التجارية (الاسم التجاري)، كحق المخترع على اختراعه وحق التاجر على محله وحق<sup>1</sup> صاحب العلامة المسجلة على علامته وحق مقدم الخدمة في أن يضع علامة تجارية يميز بها منتجاته وخدماته.

كما أن أصل العلامات التجارية يعود إلى العصور القديمة حيث كان الحرفيون يستنسخون علاماتهم على المصنفات أو المنتجات المنفعية<sup>2</sup>، وقد اعتادوا خاصة في فرنسا وإيطاليا وضع أسمائهم على منتجاتهم، وكانت العلامات في تلك الحقبة من الزمن تشمل

<sup>1</sup> - براك ناصر النون ، ورقة عمل عن تقليد العلامة التجارية و إضرارها و سبل حمايتها ، الإتحاد العربي لحماية حقوق الملكية الفكرية ، ص 4،5.

<sup>2</sup> - موقع الإلكتروني [www.moci.gov.kw/uploads/Dr\\_barra20Alnon.doc](http://www.moci.gov.kw/uploads/Dr_barra20Alnon.doc) تاريخ زيارة 2018/01/20 على ساعة 15.00 مساء.

## المقدمة

نوعين حسب الغرض من الاستخدام، فالنوع الأول هو ما يمكن تسميته بعلامات الدمغة كان يدمغ على بعض الممتلكات والحيوانات مثلا وذلك لإثبات الملكية والدلالة عليها.

أما النوع الثاني هو ما يسمى بعلامات الإنتاج وكان الغرض من استخدامها يختلف عن النوع الأول فكانت تستخدم من قبل فئات الصناع والتجار لتحديد صانع المنتجات والمصدر لضمان الجودة كما أن استعمال هذه العلامات آنذاك كان يعد إلزاميا ويمثل التزام قانوني على كل من المصانع والتجار بما يساعد على تتبعهم في حال قيامهم ببيع منتجات غير صالحة أو معيبة .

أما في العصر الحديث بعد تبني العديد من الدول نظام الاقتصاد الرأسمالي الذي يقوم على مبدأ الحرية الاقتصادية في امتلاك وسائل الإنتاج، وأصبح بإمكان الشركات الترويج لمنتجاتها وتوزيعها في مختلف أنحاء العالم، بالإضافة إلى ازدياد حدة المنافسة وخوف الشركات من عمليات التقليد لمنتجاتها التي تكبدها خسائر كبيرة اضطرت إلى ابتكار علامات تضعها على منتجاتها لترويجها وتمييزه عن باقي المنتجات وبالتالي مساعدة المستهلكين على عدم الخلط بين المنتجات<sup>1</sup>.

كما أنها تحتل مكانة هامة ومميزة بين حقوق الملكية الصناعية والتجارية الأخرى، بحيث أصبح لها قيمة إضافية تضاف لقيمة المحل التجاري، ولعل السبب في ذلك يعود إلى انتشار العلامة التجارية واتصالها الوثيق بالتجارة والاقتصاد أكثر من باقي حقوق الملكية الصناعية والتجارية الأخرى، ذلك لأن ازدياد المنافسة بين التجار وقيام المستهلك بالشراء والاعتماد على نوعية المنتج أو الخدمة دفع التجار إلى استخدام علامات تميز منتجاتهم وخدماتهم عن غيرها من المنتجات والخدمات المشابهة.

وتحولت هذه العلامات على مر السنين لتصبح النظام المعروف اليوم لتسجيل العلامات التجارية و حمايتها ويستعين المستهلكون بالنظام للتعرف على السلعة أو الخدمة لشرائها، مع العلم أن أنواع العلامات التجارية التي يمكن تسجيلها لا تحصى فقد تكون كلمة واحدة، أو تركيبا من كلمات وأحرف وأرقام، وقد تكون رسما أو رمزا أو إشارة مجسمة، مثل شكل

<sup>1</sup> - براك ناصر النون ، ورقة عمل عن تقليد العلامة التجارية و إضرارها و سبل حمايتها ، المرجع السابق ، ص 6-7.

المواد الغذائية أو غلافها أو الإشارات السمعية مثل الموسيقى أو الأصوات أو الروائح أو الألوان المستعملة.

وعلاوة على العلامة التجارية التي تميز الأصل التجاري للسلعة أو الخدمة توجد فئات أخرى وهي العلامات الجماعية التي تملكها جمعية ينتفع أعضاؤها بها لتمييز أنفسهم بمستوى معين من الجودة وغيرها من العلامات. كما يمتد نطاق حماية العلامة التجارية إلى جميع بلدان العالم تقريبا، تسجل وتحمى ويمسك كل مكتب وطني أو إقليمي سجلا للعلامات التجارية يضمن معلومات وافية عن الطلبات والتسجيلات مما يسهل الفحص والبحث والاعتراض المحتمل الصادر عن أطراف أخرى<sup>1</sup>.

وتعود أسباب اختيارنا لهذا الموضوع هو رغبتنا في الإطلاع على العلامة التجارية لما تحمله هذه الأخيرة من أهمية في تحديد نوع المنتج وكذا الشركة المنتجة له، وكيفية تسجيل العلامة التجارية، وما هي أنواعها و وظائفها والجرائم المرتكبة عليها من تقليد وتزوير وغيرها من أنواع الاعتداءات، وحمايتها على الصعيد الوطني والدولي، وحمايتها المدنية و الجزائية ، بالإضافة إلى الأهمية الكبيرة التي يكتسبها هذا الموضوع نظرا لقدمه وتحوله على مر السنين ليصبح النظام المعروف اليوم لتسجيل العلامة التجارية وحمايتها ، كما تتمتع معظم الأنظمة بسلطة مكافحة التعدي على حقوقهما، ومن هذا المنطلق فإن الحماية الوطنية للعلامة إما ان يدخل في اطار الحماية الجزائية من خلال متابعة الجرائم التي تطل و تمس بحقوق مالك العلامة و العقوبات المقررة لها ، وإما ان تكون حماية مدنية ، فهذه الأخيرة تقوم على حماية الحق في العلامة المكتسب بعد استيفاء الشروط الواجبة قانونا ، والتمين خلالها يطالب صاحب العلامة المحمية التعويض عن الأضرار التي لحقت من جراء الإعتداء على علامته التجارية<sup>2</sup>.

ونهدف من خلال بحثنا هذا إلى معرفة وتوضيح ماهية العلامة التجارية و الحماية القانونية لها بدراسة كل ما يتعلق بها دراسة تحليلية مقارنة بين الصعيدين الوطني والدولي،

<sup>1</sup> - قاموس المعاني، الموقع الإلكتروني ، تاريخ الزيارة تاريخ زيارة 2018/02/10 على ساعة 14.00 مساء.

<sup>2</sup> - طيب زروتي ، القانون الدولي للملكية الفكرية ، الطبعة الأولى، مطبعة الكاهنة ، الجزائر ، 2004 ، ص 92.

# المقدمة

إضافة إلى حمايتها المدنية و الجزائئية ، وتسليط الضوء حول ظاهرة تقليد المنتجات في الجزائر.

ومن ثم محاولة الإجابة على الإشكالية التي تتمثل في : ما هي الحماية القانونية للعلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري مع مراعاة التغيرات الإقتصادية و الإجتماعية ؟؟؟

وللإجابة على كل هذه الإشكالية قمنا بإتباع خطة مقسمة إلى فصلين:

خصصنا الفصل الأول لدراسة ماهية العلامة التجارية ، والذي ينقسم إلى مبحثين: الأول

تحدثنا فيه عن ماهية العلامة التجارية، والثاني نتحدث عن تسجيل العلامة التجارية.

وخصصنا الفصل الثاني لدراسة حماية العلامة التجارية ، والذي ينقسم إلى مبحثين:

فالأول يتعلق بالحماية المدنية للعلامة التجارية ، والثاني متعلق بالحماية الجزائئية للعلامة التجارية.

# الفصل الأول :

## ماهية العلامة التجارية

### الفصل الأول : ماهية العلامة التجارية

يرجع التنظيم القانوني للعلامات التجارية إلى بدايات القرن التاسع عشر على وجه العموم، وإلى النصف الثاني منه على وجه الخصوص، ومن ثم أخذ التطور التشريعي للعلامة التجارية في النمو على الصعيد الوطني والدولي على حد سواء. 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.

فنظرا لأهمية موضوع العلامة التجارية سنحاول من خلال هذا الفصل التطرق إلى:

**المبحث الأول: ماهية العلامة التجارية.**

**المبحث الثاني: تسجيل العلامة التجارية.**

### المبحث الأول: ماهية العلامة التجارية.

تسمح العلامة التجارية بتمييز المنتجات عن غيرها، وتعد في كثير من الأحيان أهم عناصر المحل التجاري، فهي تسمح للجماهير بمعرفة أصل المنتج الذي سيشتريه أو الخدمة التي يطلبها ومن خلالها يستطيع الزبون أن يتجنب أي خداع أو غش. وتماشيا مع هذا المبحث سنتناول تعريف العلامة التجارية مع ذكر أشكالها وأنواعها في المطلب الأول، أما المطلب الثاني سنتحدث فيه عن الشروط القانونية لإيداعها وتسجيلها.

### المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية وأنواعها.

نتطرق من خلال هذا العنصر إلى مختلف التعاريف المنصبة حول العلامة التجارية مع ذكر أشكالها وأنواعها.

#### الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية.

نظرا للعلامة التجارية والدور الذي تلعبه في المجال الاقتصادي بمختلف جوانبه كان لابد من التوسع في مفهومها وإعطائها تعريفا شاملا إذا وجب قبل التطرق إلى تعريف المشرع الجزائري يجب تناول تعريف لغوي، قانوني، فقهي، قضائي، وكذا إعطاء بعض التعريفات في التشريعات الأخرى المقارنة.

#### أولا: التعريف اللغوي:

هي كل أثر في الشيء للدلالة عليه ومعرفته وتمييزه عن غيره، مشتقة من العلم بمعنى المعرفة، ومثال ذلك علم الدولة للدلالة عليها وتمييزها<sup>1</sup>.

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

### ثانيا: التعريف القانوني:

تطرت 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 أو خدمة عن غيره، وتشمل على وجه الخصوص الأسماء المتخذة شكلا مميزا، والإمضاءات، والكلمات والحروف، والأرقام والرسوم، و الرموز، و عناوين المحال و الدمغات، والأختام والصور، و النقوش البارزة، ومجموعة الألوان التي تتخذ شكلا خاصا ومميزا، وكذلك أي خليط من هذه العناصر إذا كانت تستخدم أو يراد أن تستخدم إما في تمييز منتجات عمل صناعي أو استغلال زراعي، أو استغلال للغابات أو لمستخرجات الأرض، أو أية بضاعة، و إما للدلالة على مصدر المنتجات أو البضائع أو نوعها أو مرتبتها أو ضمانها أو طريقة تحضيرها، وإما للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات وفي جميع الأحوال يتعين أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر " .

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 ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره " .

وقد نصت المادة 1/03 من الأمر 06/03 سالف الذكر على أنه: " تعتبر علامة السلعة أو الخدمة إلزامية لكل سلعة أو خدمة مقدمة، بيعت أو عرضت للبيع عبر أنحاء التراب الوطني " <sup>1</sup> .

<sup>1</sup> - المادة 3 ف 1 من الأمر 06/03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية العدد 44، ص 23.

كما جاء في نص المادة 1/02 من نفس الأمر تعريف العلامات على أنها: " كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص و الأحرف و الأرقام، و الرسومات أو الصور و الأشكال المميزة للسلع أو توكيبيها، و الألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره "1.

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 و الجزائري لم يقتصر استخدام العلامة التجارية على نوع واحد من المنتجات بل أجاز استعمالها لتمييز كافة المنتجات سواء كانت صناعية أو تجارية أو زراعية أو استخراجية أو خدماتية و بذلك نكون قد أخذنا بالمفهوم الواسع للعلامة.

### ثالثا: التعريف الفقهي:

عرفت بأنها: " السمة المميزة التي يضعها التاجر على منتجات 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 " 2.

وعرفت أيضا بأنها: " إشارة محسومة توضع على المنتج أو ترافقه أو الخدمة من أجل تمييزه عن المنتجات المشابهة للمنافسين أو الخدمات المقدمة من الآخرين "3.

1- المادة 2 ف 1 من الأمر 06/03، المتعلق بالعلامات، سابق الذكر.

2- صالح فرحة زراوي، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الجزء الأول ابن خلدون للنشر و التوزيع، الجزائر، سنة 2001 ص 208.

3- Albert Chavanne et Jean-Jacques BURST, Droit de la propriété industrielle. DALLOZ Delta,

وعرفها الفقيه ديفيد أكرا على أنها: " عبارة عن اسم أو رمز مميز كشعار أو اسم تجاري أو تصميم غلاف مقصود بها تعيين السلع والخدمات التي يقدمها البائع عينه، وتميز تلك السلع عما يقدمه المنافسون " .

أما الفقيه سكوت دافيد فيرى أن: " العلامة التجارية عبارة عن مجموعة من الوعود المشهورة، بمعنى الثقة والاستمرار ومجموعة محددة من الآمال، كما أنها تساعد العملاء على الشعور بمزيد من الثقة تجاه قرارهم الشرائي " <sup>1</sup> .

كما عرف بعض الفقه الجزائري 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 ممثلا 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 " <sup>2</sup> .

بالرجوع إلى التعريفات التي جاء بها الفقه نجدها تدور حول معنى واحد حيث يعرفها الأستاذ جاكازيما بأنها: "كل إشارة توضع على منتجات أو خدمات مؤسسة قصد تمييزها عن تلك المنافسة لها" <sup>3</sup> .

و تعرفها الدكتورة سميحة القليوبي على أنها: " إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها لتمييزها عن غيرها من السلع المماثلين لها " <sup>4</sup> .  
و عليه فالعلامة التجارية تميز المنتجات و البضائع بحيث يكون معروفا في الأسواق أن البضائع التي تحمل هذه العلامة هي بضاعة معينة فلا تختلط بغيرها، و يستطيع طالبها بالذات أن يطمئن إذا ما وجد العلامة موضوعة على البضائع التي يتعامل فيه.

<sup>1</sup> - جاري صالح، تأثير العلامة التجارية على سلوك المستهلك، دراسة حالة: العلامة التجارية لمؤسسة نقاوس للمشروبات الغازية و المصبرات الغذائية، مذكرة الحصول على شهادة الماجستير، تخصص علوم التسويق فرع تسويق، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2008/2007 ص 2، 3.

<sup>2</sup> - أمينة صامت، المرجع السابق، ص 30.

<sup>3</sup> - نعيمة علواش، العلامات في مجال المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق جامعة الجزائر، 2002/2001، ص 7.

<sup>4</sup> - سميحة القليوبي، الوجيز في التشريعات الصناعية، مكتبة القاهرة الحديثة، مصر، ص 220.

### رابعاً: التعريف القضائي:

لم يتطرق القضاء الجزائري إلى مفهوم العلامة و هذا راجع لعدم مواكبة التطورات التجارية و الإقتصادية ، غير أن القضاء المقارن تطرق إليها. جاء بقرار محكمة العدل العليا الأردنية التجارية في المادة 2/07 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 منع وقوع جمهور المستهلكين في الغش.

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 وعلى مختلف الصناعات والتجار ".

كما تطرق التشريع الجزائري إلى مسألة تعريف العلامة التجارية وإبراز مميزاتها مع تبيان الشروط الواجب توافرها فيها حتى يصبح مودع هذه العلامة مالكةا. وتهدف المادة 1/02 سالفه الذكر من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات إلى تمييز المنتجات وذلك لجذب العملاء وجمهور المستهلكين وسهولة التعرف على ما يفضلونه من بضائع و سلع.

والعلامة التجارية هي التي يتخذها التاجر شعاراً لتمييز بضاعته عن مثيلاتها، ومن ثم يجوز للمودع أن يستعمل على سبيل المثال اسمه العائلي كعلامة شريطة ألا يسبب استخدامه ضرراً للغير، وبالمقابل فلا يمكن للمودع أن يستعمل الاسم العائلي لشخص مشهور إلا بعد الحصول على موافقته أو موافقة خلفه في حالة وفاته، ذلك أن الاسم العائلي لصيق بشخصية صاحبه فهو حق من الحقوق الشخصية.

وقد أودع المشرع الفرنسي أيضا في المادة الأولى من القانون الصادر في 1991/01/04 المتعلق بالعلامات تعريفا للعلامة على أنها: "علامة الصنع أو التجارة أو الخدمة هي رمز قابل للتمثيل الخطي تستخدم لتمييز سلع أو خدمات شخص ما طبيعيا كان أو معنوياً"<sup>1</sup>.

ومن خلال تعريف المشرعين الجزائري و الفرنسي نصل بالقول أن كلاهما أراد أن يبين الرموز التي تصلح أن تكون علامة هي تلك التي يمكن تمثيلها خطيا والتي يمكنها تمييز السلع والخدمات المماثلة عن بعضها حتى لا يقع المستهلك في لبس أو خطأ عندما تعرض عليه تلك السلع أو الخدمات.

### الفرع الثاني: أشكال العلامات التجارية:

العلامات هي عبارة عن رموز تتشكل من أشكال هندسية و أرقام و ألوان و كلمات تكون عبارة عن أسماء مثلا حمود بوعلام اسم مشروبات غازية<sup>2</sup> وهذا ما فصلته المادة 02 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات سابقة الذكر تضمن مجموعة متعددة من العلامات أكثر شيوعا و استعمالا، وذلك على سبيل المثال وليس على سبيل الحصر و الدليل عبارة "لاسيما" التي أدرجت في النص والتي تبين بوضوح أن المشرع لازال يحتفظ بفحوى الأحكام السابقة التي كانت تنتهي بعبارة وبصفة عامة جميع السمات المادية التي تصلح لتمييز المنتجات أو الأشياء أو الخدمات لكل مؤسسة وعليه سنحاول تقييم تلك الرموز بالشكل التالي:

<sup>1</sup> - بوخيرة فتيحة، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص القانون الإقتصادي الدولي، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مستغانم، 2013/2012، ص 8.

<sup>2</sup> - فرحات حمو، محاضرة مقياس الملكية الفكرية، تخصص ماستر 2 قانون خاص أساسي، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مستغانم 2016/2015.

### أولاً: العلامة الاسمية:

هي العلامة التي تتكون من اسم ( كلمة أو لفظ ) يختاره التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة لتمييز سلعه أو خدماته، بحيث يكون قادراً على إثارة انتباه من يراه أو من يتردد على سمعه، ويمكن أن يكون هذا الاسم اسماً عائلياً، اسماً مستعاراً<sup>1</sup> ، أو حتى اسماً شخصياً.

### 1/ الاسم العائلي:

يجوز للمودع استعمال اسمه العائلي كعلامة مثلاً بيجو ( Peugeot ) اسم صاحب الشركة أي يجوز لأي شخص استعمال اسمه العائلي في الميدان التجاري كاسم تجاري أو علامة لسلع أو خدمات لكن لا يعتبر هذا الحق مطلقاً حيث ينبغي أن لا يسبب استخدامه ضرراً للغير، كما لا يمكن منطقياً استعمال الاسم العائلي لشخص متوفى مشهور إلا بعد الحصول على موافقة خلفه<sup>2</sup>.

ويجب أن نشير إلى أن الاسم العائلي لصيق بشخصية صاحبه فهو حق من حقوق الشخصية غير أن مبدأ عدم قابلية التنازل عن الاسم لا يمنع المعنى بالأمر من التصرف فيه أي أن يسمح للغير استخدامه في الميدان التجاري كاسم تجاري أو علامة حسب شرط العقد، ويثبت الواقع العملي أن هذه العقود تبرم عادة بين الفنانين أو الرياضيين المشهورين والمؤسسات فردية كانت أو جماعية التي تريد أن تستفيد من سمعتهم وطنية كانت أو دولية، لكن يبقى المتنازل محتفظاً بحقه في استعمال اسمه في الميدان المدني إذ يعتبر هذا الحق غير قابل للتصرف.

<sup>1</sup> - Albert chavanne et claudine salaman, Marque de fabrique de commerce ou de service, Encyclopédie juridique, Dallog, Paris, 2003, p 09.

<sup>2</sup> -Amar Bouhnik, créer et développer une marque en Algérie, Manuel de développement de la propriété intellectuelle, Algérie, I.N.A.P.I.N.D, p 14.

### 2 / الاسم المستعار<sup>1</sup>:

يجوز أن تكون العلامة كاملة مثلها مثل الاسم التجاري المودع وبالعكس خاصة بالغير فيلتزم المودع في الحالة الثانية بطلب ترخيص من المعني بالأمر إذا أثبت هذا الأخير أنه اكتسب حقا على الاسم المستعار نتيجة استعماله بصورة ظاهرة منذ زمن طويل وهذا ما يبين أن الاسم المستعار يتمتع بحماية شبيهة بتلك الممنوحة للاسم العائلي إلا أنه لا يمكن في التشريع الفرنسي رفع دعوى البطلان إذا كان الإيداع قد تم عن حسن نية وتواصل الاستعمال منذ خمس سنوات، أما فيما يخص المشرع الجزائري فقد اكتفى بالنص على أن تسجيل العلامة لا يخول على صاحبها الحق في منع الغير من استخدام حسن نية اسمه العائلي أو المستعار و استخدامه تجاريا، أي استخدامه كاسم تجاري أو كعلامة تجارية.

### 3 / الاسم الشخصي:

يمكن استخدام اسم فأكثر كعلامة تجارية، شرط أن يكون هذا الاسم قادرا على إثارة انتباه من يراه أو يسمعه دون اشتراط اللغة العربية أو الأجنبية، مثلا في بريطانيا تعد الأميرة الراحلة (ديانا) أميرة ويلز واحدة من أكثر الشخصيات شهرة على وجه الأرض التي لاحقتها عدسات المصورين في كل مكان، فبعد وفاتها حاول أمناء الصندوق الخيري الذي أنشئ تخليداً لذكراها تسجيل عدد كبير من صورها واسمها وتوقيعها كعلامات تجارية. و أيضا العلامة التجارية المشهورة للسيارات ( FORD ) مسماة على اسم صاحبها هنري فورد.

### ثانيا: العلامة الرمزية

تسمى العلامة الرمزية لأنها عبارة عن رموز تخاطب العين ( الرؤية )،ويمكن أن تتكون العلامة من الرسومات، الصور، الأشكال وغيرها، وهذا ما سنراه كالتالي:

<sup>1</sup> - على خلاف الاسم الفرنسي الذي نكر الاسم المستعار في العديد من الأحكام القانونية منها التي تحدد قائمة الرموز الجائز استعمالها كعلامة و المشرع الجزائري ذهب إليها في الحقوق الناجمة عن التسجيل، المادة 10 من الأمر 06/03.

### 1/ الرسوم والصور والنقوش:

قد يستخدم التاجر أو المنتج رمزا معيناً كعلامة تجارية لتمييز منتجاته وقد يكون هذا الرمز مستمداً من الطبيعة كشكل شجرة أو زهرة أو شكل حيوان، وأيضا تكون صور معينة أو نقوش مثل استخدام صورة لأحد الأشخاص كعلامة تجارية شرط استئذان صاحب الصورة في حياته أو الورثة في حالة وفاته، أما النقوش تستعمل كالزخرفة في الأقمشة ومواد البناء الحجرية شرط تسجيلها<sup>1</sup>.

### 2/ الأشكال والألوان:

يجوز استعمال الألوان كعلامة تجارية كما في اللون الأحمر ثم الأبيض ثم الأحمر الذي يحمله معجون الأسنان (Signal 2)، وبمجرد تسجيل لون معين كعلامة أو جزء منها لا يمنع الغير من استعماله على علامة أخرى مادام ذلك لا يؤدي إلى تشابه العلامتين ولا يؤدي إلى غش الجمهور وتضليله، وتسجيل العلامة يحق للطالب أن يحدد اللون أو الألوان التي يريد أن يضعها على علامته وعند ذلك يصبح اللون أو الألوان جزءاً من العلامة، أما إذا سجلت دون حصرها في ألوان خاصة فتعتبر كأنها مسجلة لجميع الألوان.

### 3/ الغلافات والأشرطة:

تتمثل العلامة في هذه الحالة بالشكل الخاص لتغليف المنتجات أو العلب أو الأكياس المخصصة للتغليف، كما هو الشأن بالنسبة لزجاجات العطور أو المياه المعدنية... إلخ<sup>2</sup>. أما الأشرطة فهي تلك الخيوط المثبتة على المنتجات والبضائع، وقد تكون مصنوعة من الورق أو الكرتون، وهذه الأشرطة لا تعتبر بحد ذاتها علامة إلا إذا كانت مميزة أي أن تتخذ صفة الفارقة والجدة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - فاضلي إدريس، المدخل إلى الملكية الفكرية، ديوان المطبوعات الجامعية، ابن عكنون الجزائر، 2007 ص 284.

<sup>2</sup> - فاضلي إدريس، المرجع السابق ص 284.

<sup>3</sup> - صلاح زين الدين، المرجع نفسه، ص 85.

### 4/ الحروف:

تستخدم الحروف كعلامة تجارية فقد تكون حروف باللغة العربية وهذا هو الوضع العادي والملائم، أو تكون حروف لاتينية مثل (LM) في السجائر أو (B.M.W) نوع من أنواع السيارات، أو علامة (LG) المشهورة.

### 5/ الأرقام:

هي أيضا يمكن أن تعد علامات تجارية، حيث يحق لصاحبها احتكار استخدامها و منع الغير من استخدام ذات الرقم<sup>1</sup>، ومثال ذلك استخدام الرقم (501) على أحد العطور. كما يمكن أن تكون العلامة التجارية مكونة من حروف وأرقام معا مثلا (7.UP) نوع من أنواع المشروبات الغازية.

بالإضافة إلى العلامات الرمزية التي ذكرناها هناك العلامة السمعية بشرط أن تكون مميزة مثال ذلك صوت رنة هاتف نوكيا عندما يسمعها الزبون أو المستهلك يعرفها من نبرة الصوت.

و في الأخير يجدر بنا الملاحظة على أنه في بعض العلامات التجارية المشهورة هناك رموز توضع لكي يعرف المنتج أو المستهلك إن كانت تلك العلامة مسجلة أم غير مسجلة، فحرف (R) الذي يوضع بعد الإسم المميز هذا يعني أن العلامة مسجلة، أما إذا وضع حرف (TM) هذا يعني أن العلامة التجارية غير مسجلة.

### الفرع الثالث: أنواع العلامة التجارية

في العصور الوسطى بدأ الاهتمام بالعلامة التجارية وذلك من قبل الصناع والتجار حيث اعتادوا خاصة في فرنسا وإيطاليا وضع أسمائهم على منتجاتهم وقد كانت تلك الحقبة تشمل نوعين حسب الغرض من الاستخدام وهما:

<sup>1</sup> - فاضلي إدريس، المرجع السابق ' ص 284.

### أ - علامات الدمغة:

حيث كان يدمغ على بعض الممتلكات أو الحيوانات مثلا وذلك لإثبات الملكية والدلالة عليها.

### ب - علامات الإنتاج:

كانت تستخدم من قبل قناة الصناع والتجار لتحديد صانع المنتجات والمصدر لضمان الجودة، كما أن استعمال هذه العلامة أنذاك كان يعد إلزاما، و يمثل إلتزام قانوني على من الصانع و التاجر<sup>1</sup>.

وبعد الاهتمام بالعلامات التجارية وتطور قانونها فإن أنواعها في الوقت الحالي تنقسم إلى:

### 1/ من حيث مجال استعمالها: وتنقسم إلى:

#### أ - العلامة التجارية:

هي تلك الإشارة التي يستخدمها التجار شعارا لبضائعهم التي يقومون ببيعها بعد شراءها سواء من تاجر جملة أو من المتبع مباشرة، فالعلامة التجارية تشير إلى مصدر البيع.

#### ب - العلامة الصناعية:

هو كل إشارة أو كلمة أو دلالة أو تسمية، يضعها الصانع لتمييز المنتجات التي يقوم بصنعها عن مثيلاتها من المنتجات الأخرى، وبذلك فهي تشير إلى مصدر الإنتاج وتعتبر إلزامية ولو في الحالة التي لا يتولى المنتج تسويق منتجاته بنفسه<sup>2</sup>.

#### ج - علامة الخدمة:

تناولتها المادة 4/02 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات: "الخدمة كل أداة لها قيمة اقتصادية"، وهي الإشارة التي يستخدمها مقدم الخدمة لتمييز الخدمات التي يتعاطى بها عن سائر خدمات المؤسسات، إذ أصبح قطاع الخدمات يشكل نسبة عالية في النشاط الاقتصادي إلى جانب القطاع الصناعي والتجاري، وأن علامة الخدمة تنتشر في قطاع الخدمات، فهناك

<sup>1</sup> - زهير مبارك عبد الله ومحمود العضيبي، إدارة التسويق الزراعي و الغذائي و العالمي، منتدى الجلفة، 2013/03/25.

<sup>2</sup> - فاضلي إدريس، المرجع السابق، ص 283.

الخدمة الفندقية، خدمة المطاعم، خدمة الخطوط الجوية و وكالات السياحة والمصانع و غير ذلك<sup>1</sup>.

وهذه العلامة يتخذها المشروع أمرا مميزا للخدمات التي يؤديها فلا تظهر علامة الخدمة على المنتجات وإنما توضع على الأشياء التي يستخدمها المشروع، كما يوضع رمز على ملابس العاملين.

ومن أمثلة ذلك: علامة ( Sheraton ) وهي علامة تمييز خدمات فندقية تؤديها شركات عالمية، وهذه الشركة لا تتبع أي منتج وإنما تؤدي خدمة فقط وتوضع العلامة على واجهة الفندق وكافة المواد المستعملة في تأدية الخدمة<sup>2</sup>. وهناك علامات تستخدمها مؤسسات الإعلان والدعاية لحساب الغير، كمؤسسات النقل مثلا. وحسب الأمر 06/03 فقد نصت المادة 03 منه على أنه: " تعتبر علامة السلعة أو الخدمة إلزامية لكل سلعة أو خدمة مقدمة بيعت أو عرضت للبيع عبر أنحاء التراب الوطني".

كما تنص المادة 04 من الأمر 06/03 سابق الذكر على أنه: " لا يمكن إستعمال أي علامة لسلع أو خدمات عبر الإقليم الوطني إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها عند المصلحة المختصة".

و بموجب قرار 08 مارس 2012 تحت رقم: 0781654 نقضت المحكمة العليا قرار صادر عن مجلس قضاء الجزائر في 21 نوفمبر 2010 ما بين فندق الجزائر الطاعن و فندق الجزائر سان لوي سابقا، بخصوص التسمية و تقليدها لنزل معروف عالميا و له مكانة تاريخية.

2/ من حيث ملكيتها: تنقسم إلى:

أ- العلامة الفردية:

هي علامة شخص معين سواء كان شخص طبيعي أو معنوي، قد تكون علامة تجارية أو علامة سلعة أو علامة خدمة.

<sup>1</sup> - صلاح زين الدين ، العلامات التجارية وطنية و دولية ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2006 ، ص 112.

<sup>2</sup> - صلاح زين الدين ، المرجع نفسه ، ص 72.

### ب- العلامة الجماعية:

وهي العلامة التي يستعملها شخص اعتباري لتصدير مصدر بضائع ليست من صنعه، والهدف منها هو إظهار أن البضائع التي وضعت عليها قد جرى فحصها وتصديقها من قبل جهة مؤهلة لذلك، ومن هنا نرى أن دور هذه العلامة دور رقابي كونها تدل على مواصفات وبيانات البضائع والسلع، سواء من حيث النوعية، أو من حيث الجودة، أو من حيث المصدر، أو طريقة الصنع<sup>1</sup>.

وألزم المشرع الجزائري صاحب العلامة الجماعية على حسن استعمالها وذلك حسب نص المادة 1/23 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، وفي حال الإخلال بالالتزام فإن علامته تصبح معرضة للإلغاء من طرف الجهة القضائية المختصة وذلك حسب نص المادة 25 من نفس الأمر.

3/ من حيث شهرتها: تنقسم إلى:

### أ - العلامة المشهورة (الدولية):

تسمى بالعلامة المعروفة ذلك لأنها معروفة عند عدد كبير من الجمهور وقد تجاوزت شهرتها بلدها الأصلي وتكون معروفة في أكثر من بلد مثل: (Coca، Nokia، Samsung، Cola). وهي علامات لها طابع دولي وتحدد شهرتها من قبل المحاكم الفرنسية بالنظر إلى أقدمية الاستعمال ومدته<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - صلاح زين الدين ، شرح العلامات الصناعية و التجارية ، المرجع السابق ، 130.

<sup>2</sup> - صالح فرحة زراوي ، الكامل في القانون التجاري الجزائري ، المحل التجاري و الحقوق الفكرية ، الجزء الثاني، ابن خلدون للنشر و التوزيع ، الجزائر ، سنة 2001 ، ص 226.

### ب - العلامة المحلية (الوطنية) :

العلامة التجارية هي التي يتخذها التاجر شعارا لمنتجاته أو بضائعه تميزا لها عن غيرها من المنتجات و البضائع المماثلة وذلك حتى يتسنى للمستهلك أن يعرف حقيقة السلعة دون لبس أو غموض<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني: الشروط القانونية لإيداع العلامة التجارية

حتى تحظى العلامة التجارية على الحماية القانونية لابد من توفر شروط وهي الشروط الموضوعية والشروط الشكلية، وهذا ما نصت عليه مجمل التشريعات الوطنية والدولية المتعلقة بالعلامة التجارية.

#### الفرع الأول: الشروط الموضوعية

تعرض المشرع الجزائري في المادة 02 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات إلى الشروط الواجب توافرها في العلامة التجارية والمتمثلة في: شرط الجودة، أن تكون مميزة، وغير مخالفة للنظام العام والآداب العامة.

#### 1/ أن تكون العلامة مميزة:

لا يكفي أن تكون العلامة جديدة بل يجب أن تكون مميزة أيضا، ولكي تستفيد العلامة من الحماية القانونية يجب أن تكون مميزة عن غيرها، أي ضرورة الأخذ بعين الاعتبار جميع السمات المادية التي تستعمل لتمييز المنتجات أو الخدمات وذلك حسب ما نصت عليه المادة 02 من الأمر 06/03 سالفه الذكر.

<sup>1</sup> - نادية فوزيل ، القانون التجاري الجزائري ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، الطبعة 6 ، 2004 ، ص 184.

والقانون الجزائري لما اشترط أن تكون العلامة مميزة لم يقصد بهذا الشرط أن يتضمن العلامة شيئاً أصيلاً مبتكراً لم يكن موجوداً من قبل، وإنما تكون مميزة بما يجعلها قابلة للتمييز عن غيرها من العلامات لمنع حصول اللبس لدى المستهلكين<sup>1</sup>.

ولهذا استبعد المشرع الرموز الخاصة بالملك العام أو المجردة من صفة التمييز أي بشرط عدم اختيار العلامة ضمن العلامات التي أصبحت من الملك العام، وحتى لا يقع الجمهور في الخطأ لا يجب أن يستعمل أية تسمية، وإذا صنعت المنتجات في الجزائر يجب أن توضع عليها علامة ( الصين ) أو ( فرنسا ) خاصة إذا استعملت للدلالة على منتجات جزائرية تشبه منتجات أجنبية.

ومن الثابت استبعاد العلامة النوعية أي العلامة المكونة سمة من السمات التي يتطلبها بصورة طبيعية للمنتج أو الخدمة المراد تمييزها، كاستبعاد علامة مسجلة سابقاً أو مشهورة أو اسم تجاري أو شعار معروف على كافة التراب الوطني كما تستبعد الرموز التي هي بمثابة ترجمة لعلامة أو اسم تجاري في حالة احتمال وقوع اختلاط في ذهن الجمهور.

كما أن العلامة الخالية من كل طابع مميز تعتبر علامة باطلة ولا أثر لها.

### 2/ أن تكون العلامة جديدة:

شرط الجدة في العلامة التجارية لم يرد ذكره بصريح النص بل هو شرط مستنتج من أحكام التشريع.

فالجدة نسبية في مجال العلامات، والمقصود هنا ليس الجدة في إنشاء أو خلق العلامة وابتكارها كما هو الشأن في مجال براءات الاختراع وكذلك الرسوم والنماذج الصناعية، لكن الجدة المطلوبة هنا هي الجدة في الاستعمال والتي يجب أن تمنع اللبس والتضليل بالنسبة للمستهلكين، وهذا ما تحدد في معيار الأسبقية من النواحي التالية:

<sup>1</sup> - سمير جميل حسين الفتلاوي ، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، ص 270.

### أ - الأسبقية من حيث المنتجات:

تهدف العلامة إلى تمييز المنتجات ومنع الخلط بينهما وبين المنتجات المشابهة لها، كما يمكن استعمال نفس العلامة على منتجات مختلفة أي من صنف آخر، وتعتبر العلامة في كل حالة أنها علامة مميزة طالما أنها لا تؤدي إلى اللبس أو التضليل<sup>1</sup>.

### ب- الأسبقية من حيث الزمان:

لقد نص المشرع الجزائري على أن مدة حماية العلامة التجارية هي عشر سنوات قابلة للتجديد وذلك حسب نص المادة 2/05 من الأمر 06/03 و التي تنص على أنه: "تحدد مدة تسجيل العلامة بعشر سنوات تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ إيداع الطلب". وفي حالة عدم تجديدها خلال أجل ستة أشهر<sup>2</sup> يحق لأي شخص استعمالها دون أن يعتبر ذلك تعديا عليها، فعند انتهاء مدة الحماية القانونية المترتبة على إيداع العلامة التجارية دون أن يتقدم مالكا بطلب تجديد مدة الحماية يؤدي ذلك إلى جواز استعمالها من قبل الغير، كما يجوز استعمال العلامة المهجورة أو المتروكة.

### ج- الأسبقية من حيث المكان:

إذا كانت العلامة تستخدم في بلد معين فلا يجوز استخدامها من قبل شخص آخر في نفس البلد الذي أودعت فيه<sup>3</sup>، كما أن استخدام العلامة التجارية لا يقتصر على منطقة أو جزء من الدولة المسجل بها العلامة وإنما يشمل الدولة بكامل أقاليمها وحتى الدول الأخرى<sup>4</sup>.

المهم أنه عند وضع طلب تسجيل العلامة ألا يكون عليها أي حق من أي منافس مجال أو ميدان النشاط حتى تعتبر علامة جديدة، وتستثنى العلامات المشهورة لأنها تخص بحماية دولية و وطنية أن تكون مسجلة أو مودعة.

### 3/ أن تكون العلامة مشروعة:

<sup>1</sup> - علي نديم الحمصي ، الملكية التجارية و الصناعية ، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع ، الطبعة الأولى 2010 ، ص 285.

<sup>2</sup> - المادة 5 ف من الأمر 06/03 : " تحدد مدة تسجيل العلامة عشر سنوات تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ إيداع الطلب".

<sup>3</sup> - علي نديم الحمصي ، المرجع نفسه ، ص 285.

<sup>4</sup> - فرحة زراوي صالح ، الكامل في القانون التجاري الجزائري ، مرجع سبق ذكره ، ص 234.

لقد كان المشرع الجزائري صريحا حينما نص في المادة 07 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات التي يتم إيداع طلب تسجيلها، ومن بين الرموز التي استثنائها من التسجيل حسبما جاء في الفقرة 4 من نفس المادة المذكورة وهي: "الرموز المخالفة للنظام العام أو الآداب العامة والرموز التي يحظر استعمالها بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها".

إذن المقصود بمشروعية العلامة التجارية ألا تخالف النظام العام والآداب العامة والأخلاق الحسنة، وشرط المشروعية يوفر للعلامة التجارية الحماية القانونية، كما يتعرض للتاجر أو الصانع الأجنبي لرفض إيداع علامته إذا اعتبرت غير مشروعة في الجزائر ولو كانت التسمية المختارة للعلامة غير مخالفة للنظام العام والأخلاق الحسنة في بلاده<sup>1</sup>.

وكما نص المشرع الجزائري في المادة 4/07 التي سبق ذكرها الرموز التي يجب استبعادها وذلك بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الثنائية أو متعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها ونذكر منها: الرموز الخاصة بالملك العام أو المجردة من صفة التمييز، الرموز التي تحمل بين عناصرها نقلا أو تقليدا لشعارات رسمية أو أعلام، كذلك البيانات والمؤشرات الجغرافية التي تضلل الجمهور أو تحدث لبسا لديه حول مصدر هذه السلع أو الخدمات، الرموز المخلة بالنظام العام والآداب العامة، الدمغات الرسمية التي تستخدم للرقابة والضمان من طرف دولة أو منظمة.

إذن لا يكفي المظهر المميز للعلامة بالإضافة إلى كونها جديدة حتى تتوفر لها الحماية القانونية، إذ يجب أن تكون مشروعة أي لا يجوز أن تخالف النظام العام والآداب العامة ولا تؤدي إلى خداع الجمهور<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - المادة 1/13 من المرسوم التنفيذي رقم 277/05 المؤرخ في 02 أوت 2005 الذي يحدد كيفية إيداع العلامات و تسجيلها.

<sup>2</sup> - Citée in : [www.sos-net-eu-org](http://www.sos-net-eu-org)

### الفرع الثاني: الشروط الشكلية

حتى تتمتع العلامة التجارية بالحماية القانونية لابد من توفر الشروط الشكلية المتمثلة في مجموعة من الإجراءات القانونية المتمثلة فيما يلي:

#### 1/ من له الحق في طلب التسجيل:

لم يحدد قانون العلامات أصحاب الحق في تسجيل العلامات بل ترك ذلك للقواعد العامة التي تجيز أن يكون أصحاب الحق في العلامة إما جزائريا أو غير جزائري، سواء كان مقيما أو غير مقيم بالجزائر، كما يجوز أن يكون أصحاب الحق في العلامة جماعة أو هيئة<sup>1</sup> ، وهذا ما نصت عليه المادة 22 من الأمر 06/03: " يحق لأي شخص معنوي خاضع للقانون العام أو الخاص أن يملك علامة جماعية أو ورثته "، كما نصت المادة 2/06 من نفس الأمر على أنه: " يحق لأي شخص قام بعرض سلع أو خدمات تحت العلامة المطلوبة أثناء معرض دولي رسمي أو معترف به رسميا، أن يطلب تسجيل هذه العلامة ويطلب بحق الأولوية فيها ابتداء من تاريخ عرض السلع أو الخدمات تحت هذه العلامة وذلك في أجل ثلاثة أشهر ابتداء من انتهاء العرض ".

ونفهم من نص المادتين أنه من أصحاب إيداع تسجيل العلامة يكون عادة صاحب الحق فيها، ويكون جزائريا أو غير جزائري، وإذا كان صاحب العلامة مقيما بالخارج فإنه يجب أن ينوب عنه ممثلا جزائريا مقيما بالجزائر، وبذلك فإن الأجانب يستفيدون من التشريع الخاص بالعلامات عندما يقومون بالإجراءات الواجبة.

#### 2/ البيانات الواجب توافرها:

تم تحديد البيانات في التشريع الجزائري وفق المادة 1/13 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات و تتمثل في المراحل التالية:

أ- طلب التسجيل يشتمل على نموذج العلامة وبيان المنتجات أو الخدمات التي تنطبق عليها هذه العلامة.

ب - ختم العلامة.

<sup>1</sup> - كوثر مازوني ، الشبكة الرقمية و علاقتها بالملكية الفكرية ، دار الجامعة الجديدة ، الجزائر ، 2008 ، ص 199-200.

ج - إثبات دفع الرسوم.

د - وكالة بخط اليد وذلك إذا كان المودع يمثله وكيل.

يجب أن يحرر طلب تسجيل العلامة على استمارة أو نموذج يقدمه الديوان الجزائري للملكية الفكرية<sup>1</sup>.

### 3/ إجراء التسجيل و النشر:

أخذ المشرع الجزائري بنظام الإيداع البسيط والمتمثل في أنه يقوم بعملية الإيداع عن طريق تقديم الطلب إلى المصلحة المختصة ويتضمن البيانات التالية:

• طلب التسجيل يقدم في استمارة رسمية تتضمن اسم المودع، عنوانه الشخصي كاملا وكل البيانات التي تخصه.

• صورة من العلامة، على أن يتحدى مقامها الإطار المحدد لهذا الغرض في الاستمارة الرسمية، وإذا كان اللون عنصرا مميزا للعلامة ويشكل ميزة خاصة على المودع أن يرفق الطلب بصورة ملونة للعلامة.

• قائمة واضحة وكاملة للسلع والخدمات التي تمثلها العلامة.

• وصل يثبت دفع رسوم الإيداع والنشر المستحقة<sup>2</sup>.

ونسمي هذه المرحلة بمرحلة الإيداع، حيث يقوم صاحب العلامة بعملية الإيداع وتقديم الطلب إلى المصلحة المختصة المتمثلة في الديوان الوطني الجزائري للملكية الفكرية، أو إرساله عن طريق البريد الموصى عليه مع علم بالوصول يستوجب أن يشتمل الطلب على كافة البيانات المذكورة أعلاه<sup>3</sup>.

تأتي مرحلة الفحص بعد مرحلة الإيداع، وتتمثل في مرحلتين:

### أ - الفحص من حيث الشكل:

<sup>1</sup> - فاضلي إدريس ، المدخل إلى الملكية الفكرية ، المرجع السابق ذكره ، ص 289.

<sup>2</sup> - كوثر مازوني ، المرجع السابق ، ص 201.

<sup>3</sup> - فاضلي إدريس ، المرجع السابق ذكره ، ص 289.

نصت عليها المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 277/05، المؤرخ في 2005 على أن مرحلة الفحص تتم من قبل الهيئة المختصة، حيث تقوم بالتأكد فيما إذا كان الإيداع يستوفي الشروط المحددة في المواد من 04 إلى 07 من نفس المرسوم، ويحتوي على صيغ الملفات الإدارية.

عند عدم استيفاء الإيداع لهذه الشروط، تطلب المصلحة المختصة من المودع تسوية طلبه في أجل شهرين، ويمكن تمديد هذا الأجل عند الإقتضاء لنفس المدة بناء على طلب معلل من صاحب الطلب.

في حالة عدم التسوية في الأجل المحددة، ترفض المصلحة المختصة طلب التسجيل. و في حالة رفض الطلب لا تسترد الرسوم المدفوعة<sup>1</sup>.

### ب - الفحص من حيث المضمون:

تنص المادة 11 من المرسوم المذكور أعلاه أنه: " إذا تبين من الفحص الشكلي أن الإيداع استوفى جميع الشروط المطلوبة في المواد من 04 إلى 07، تبحث المصلحة المختصة عما إذا لم تكن العلامة المودعة مستثناة من التسجيل لسبب أو عدة أسباب من أسباب الرفض المنصوص عليها في المادة 07 من الأمر رقم 06/03 المذكور أعلاه."

كما نصت المادة 12 من نفس المرسوم على أنه: " تسجل المصلحة المختصة العلامة بعد التأكد من عدم وجود أي سبب من أسباب الرفض المنصوص عليها في المادة 07 من الأمر 06/03"، وبصفة عامة إذا تبين للمصلحة المختصة أن الإيداع يستوفي شكلا ومضمونا الشروط المحددة في هذا الأمر و النصوص المتخذة لتطبيقه.

و إذا تبين من الفحص أن العلامة المودعة مستثناة من التسجيل لسبب أو عدة أسباب من أسباب الرفض المنصوص عليها في المادة 07 من الأمر 06/03، تبلغ المصلحة المختصة بذلك المودع وتطلب منه تقديم ملاحظاته في أجل أقصاه شهرين ابتداء من تاريخ التبليغ.

<sup>1</sup> - نص المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 277/05 المؤرخ في 07 أوت 2005، المتعلقة بكيفية إيداع العلامات و تسجيلها في قانون الملكية الفكرية، طبعة 2007-2008، ص12.

و يمكن تمديد هذا الأجل عند الضرورة لنفس المدة بناءً على طلب معلل من صاحب الطلب.

لتقدير التشابه المنصوص عليه في المادة 07 الفقرتين 8 و 9 من الأمر 06/03، تأخذ المصلحة المختصة بعين الاعتبار الموافقة الكتابية لصاحب الحق الأسبق. إذا تبين للمصلحة المختصة أن الفحص من حيث المضمون مطابق لجزء فقط من السلع والخدمات المبيّنة في الطلب، لا تسجل العلامة إلا لهذه السلع والخدمات<sup>1</sup>.

### ج - مرحلة التسجيل:

يقصد بالتسجيل القرار الذي يتخذه مدير المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية والذي يؤدي إلى قيد العلامة في فهرس خاص يمسكه المعهد والذي يذكر فيه كافة العلامات وحقوق الملكية الصناعية والتجارية الأخرى التي تم تسجيلها، ويجب أن تتضمن بصورة إجبارية نموذج العلامة وكافة البيانات الخاصة بالتسجيل، كما يجب ذكر كافة العمليات المتعلقة بالعلامات حتى يستطيع صاحبها الاحتجاج بها في مواجهة الغير، تأسيساً على هذا يجوز لأي شخص تقديم طلب إلى مدير المعهد للحصول على المعلومات المتعلقة بالعلامة والتسجيل هو إجراء يقوم به مدير المعهد قصد قيد العلامة في السجل الخاص بالعلامات بعد قبول الملف<sup>2</sup>.

وقد نصت على ذلك المادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 277/05: "تمسك المصلحة المختصة سجلاً خاصاً تقيد فيه العلامات التي تبين بعد الفحص أنها مطابقة شكلاً ومضموناً، كما تقيد فيه كل العقود التي نص عليها الأمر 06/03 المذكور سابقاً، أو النصوص المتخذة لتطبيقه".

كما تنص المادة 16 من المرسوم التنفيذي 277/05 المذكور أعلاه على أنه: "تسلم المصلحة المختصة لصاحب التسجيل أو لوكيله شهادة تسجيل عن كل علامة مسجلة".

<sup>1</sup> - المادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم 277/05، سابق الذكر، ص 12-13.

<sup>2</sup> - فرحة زراوي، الكامل في القانون التجاري الجزائري ن الجزء الثاني، المرجع السابق، ص 283.

و تقدر مدة التسجيل بعشر سنوات و ذلك حسب نص المادة 2/05 من الأمر 06/03 من التشريع الوطني، حيث نصت على أنه: " دون المساس بحق الأولوية المكتسب في إطار تطبيق الإتفاقيات الدولية المعمول بها في الجزائر، تحدد مدة تسجيل العلامة بعشر سنوات تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ إيداع الطلب ".<sup>1</sup>

و بعد انتهاء مدة الحماية المقدرة بعشر سنوات من تاريخ إيداع الطلب يحق لصاحب العلامة تجديد الطلب مع دفع الرسوم و ذلك في أجل ستة أشهر تسبق انقضاء التسجيل أو ستة أشهر على الأكثر تلي انقضاء التسجيل، حيث تقوم المصلحة بفحص الطلب. و في حالة عدم توافر أحد الشروط تطلب المصلحة من صاحب الطلب القيام بالتصحيات أو الإشكالات اللازمة في الأجل المحدد.

كما يتطلب كل تعديل في نموذج العلامة أو أية إضافة في قائمة السلع والخدمات إيداعا جديدا.

و في حالة عدم تقديم طلب التجديد خلال تلك المدة تعتبر العلامة باطلة و يجوز لكل ذي مصلحة تقديم طلب تسجيلها في نفس البضاعة أو الخدمة.

بعد عملية التسجيل و التوقيع على الطلب تأتي مرحلة النشر حيث تنشر العلامة في النشرة الرسمية الخاصة بالديوان الوطني الجزائري للملكية الصناعية و ذلك على نفقة صاحب العلامة<sup>1</sup>.

وبتوفر العلامة على الشرطين الشكلي و الموضوعي يتم قبولها من قبل المعهد الوطني للملكية الصناعية، حتى تحظى هذه الأخيرة بالحماية القانونية لمدة عشر سنوات قابلة للتجديد.

<sup>1</sup> - فاضلي إدريس ، المرجع السابق ، ص 290.

### المبحث الثاني: تسجيل العلامة التجارية

يترتب على تسجيل العلامة التجارية عدة آثار كالكسب ملكية العلامة التجارية، و التصرف فيها، و انقضاءها، و حمايتها، و هذا ما سنتناوله في المطلب الأول ملكية العلامة التجارية، أما المطلب الثاني فيتحدث عن الحماية القانونية للعلامة.

### المطلب الأول: ملكية العلامة التجارية

يقصد بملكية العلامة التجارية أنها تصبح ملك للشخص الذي قام بإيداع الطلب، لذلك سوف نتطرق إلى: اكتساب الحق في العلامة، و انقضاء الحق في العلامة.

#### الفرع الأول: اكتساب الحق في العلامة

باستيفاء جميع الشروط الموضوعية و الشكلية للتسجيل يصبح صاحب العلامة متمتعاً بحماية قانونية لحقه في العلامة، و هو ما يخوله جملة من الحقوق عليها كإحتكار إستغلالها و التصرف فيها بكافة التصرفات الجائزة قانوناً ببيعاً و رهناً و ترخيصاً<sup>1</sup>.

#### أولاً: احتكار استغلال العلامة:

يعتبر من قام بتسجيل العلامة لدى المصلحة المختصة مالكها، و له لوحده دون سواه أن يستعملها على سلع و خدمات التي يعينها لها طيلة المدة القانونية المحددة بعشر سنوات قابلة للتجديد لفترات متتالية، و هذا بنص المادة 05 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، و لذلك فإن حق احتكار العلامة يعتبر حقا مؤقتاً و ليس دائماً صحيح أن صاحب العلامة يستطيع

<sup>1</sup> - بوخيرة فتيحة، مذكرة لنيل شهادة الماستر، سابقة الذكر، ص 27.

الإحتفاظ بحقه في علامة إلى ما لا نهاية عن طريق تجديد التسجيل و الاستمرار في استعمالها، لكن ذلك مع يبقى حقه فيها مؤقتا و ليس دائما مادام توفقه عن الاستعمال غير المبرر، أو عدم قيامه بتجديد يؤدي إلى زوال حقه في العلامة لذلك فعليه أن يحرص على الإستعمال الجدي المستمر حتى يضمن لنفسه دوام استعمال العلامة.

فإذا قام صاحب العلامة باستعمالها ظاهرا و عاما وسبقه شخص آخر إلى تسجيل ذات العلامة لتمييز نفس النوع من البضائع و المنتجات كانت الأفضلية لمن قام بتسجيل العلامة فتثبت له ملكيتها بالرغم من عدم استعمالها و بالتالي يترتب على اكتساب ملكية العلامة التجارية أن يصبح لمالكها حق احتكار استعمالها في تمييز المنتجات المقرر وضعها عليها دون أن يتعداه إلى بضائع مخالفة أي أنه حق نسبي مقتصر على بضاعة أو خدمة معينة، و بالتالي فلا تعتبر منافسة غير مشروعة إذا ما تم استغلال ذات العلامة لتمييز صناعة أو تجارة أخرى كاستعمال علامة أسد لعدة أنواع من المنتجات<sup>1</sup>.

إن احتكار استعمال ملكية العلامة منحصر داخل إقليم الدولة فلا يمتد هذا الحق و لا الحماية المقررة له خارج الإقليم، و إذا لم تسجل العلامة خلال مدة ستة أشهر سقط حق صاحبها في الأسبقية و بالتالي في الحماية و قد استتنت المادة 06 مكرر 2 من اتفاقية باريس الدولية حالة ما إذا كان للعلامة التجارية الأجنبية شهرة خاصة في تمييز منتجات شخص من رعايا دول الاتحاد، فإنه يجوز استعمال ذات العلامة داخل الإقليم حتى و لو لم تكن العلامة التجارية مسجلة دوليا كالعلامة التجارية ( كوداك ) فلها من الشهرة ما يجعلها تتمتع بحماية قانونية خارج إقليمها دون حاجة إلى إجراء تسجيل<sup>2</sup>.

### ثانيا: حق التصرف في العلامة:

بعد تسجيل العلامة باعتبار هذه الأخيرة مال معنوي من الممكن تملكه و بالتالي التصرف فيه، كما يترتب لصاحبه الحق في استغلالها من خلال عقود كثيرة فيمكن التنازل

<sup>1</sup> - www.blog.saeed.com.

<sup>2</sup> -فاضلي ادريس ، سابق الذكر ، ص 292.

عن العلامة، أو الرهن، أو أن تكون موضوع رخصة، أو تقديم العلامة كحصة عينية في الشركة، و هذا ما سنبينه كالتالي:

### 1/ إنتقال الحق في العلامة:

نصت المادة 1/14 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على أن: " بمعزل عن التحويل الكلي أو الجزئي للمؤسسة، يمكن نقل الحقوق المخولة عن طلب التسجيل أو تسجيل العلامة كلياً أو جزئياً أو رهناً ". كما يجوز بيعها كلياً أو جزئياً بجميع السلع و الخدمات التي سجلت من أجلها أو جزء منها فقط.

و لإنتقال الحق في العلامة اشترط المشرع الجزائري تحت طائلة البطلان، الكتابة وإمضاء الأطراف في عقود النقل أو رهن العلامة المودعة أو المسجلة حسب ما جاء في المادة 1/15 من الأمر سالف الذكر، كما أوجب قيد نقل تلك الحقوق في سجل العلامات لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية و لا يكون النقل نافذا عن مواجهة الغير إلا منذ تاريخ تسجيله في سجل العلامات<sup>1</sup>.

### 2/ التنازل عن العلامة:

تعد العلامة خاصة إذا كانت مشهورة عنصراً جوهرياً في الذمة المالية لصاحبها شخصاً طبيعياً أو معنوياً، و نظراً لاعتبارها مالا منقولاً معنوياً يجوز لصاحبها التنازل عنها مجاناً أو بمقابل، و إذا كان يشتغل محلاً تجارياً يجوز له تحويل كافة الحقوق المتصلة بالعلامة إما في كليتها أو جزء منها و إما منفردة أو مقرونة بالعناصر الأخرى التابعة للمتجر<sup>2</sup>.

و بالرجوع إلى قانون العلامات الأمر 06/03 نجد أن المشرع لم يتطرق إلى تعريف عقد التنازل عن العلامة، هذا الفراغ القانوني يستدعي منا الاعتماد على التعريف الفقهي، إذ

<sup>1</sup> - المادة 22 من المرسوم التنفيذي 277/05 المؤرخ في 02 أوت 2005 الذي حدد كفايات إيداع العلامات و تسجيلها.

<sup>2</sup> - صالحة فرحة زراوي، المرجع السابق، ص 251.

عرفه الفقه الفرنسي بأنه: " اتفاق الذي بواسطته شخص يسمى المتنازل، ينقل حقه في العلامة لصالح أو لفائدة شخص آخر يسمى المتنازل إليه و يتم دفع المقابل نقداً ".  
و بذلك فإن عقد التنازل عن العلامة يتميز بالخصائص التالية:

### أ. عقد ملزم لجانبين:

لعل من أهم خصائص عقد التنازل عن العلامة أنه عقد ناقل للملكية بحيث يرتب التزامات متقابلة في ذمة البائع و المشتري أي المتنازل إليه، فالبالغ يلتزم بنقل ملكية العلامة المسجلة باسمه في دفتر العلامة و المشتري يلتزم بدفع الثمن المتفق عليه.

### ب - عقد معاوضة:

حيث يحصل المتنازل على مقابل ما ينقله المشتري إلى المتنازل إليه و هذا الأخير يحصل على مقابل ما دفعه كئمن للبيع المتنازل، و إذا تنازل مالك العلامة عن هذه الأخيرة للغير بدون مقابل فهذا يخضع لأحكام الهبة المنصوص عليها في القانون المدني الجزائري و من تم يعتبر عقد التنازل بالنسبة للمتنازل بيعا و بالنسبة للمتنازل إليه شراء<sup>1</sup>.

ولا تعتبر عملية التنازل عن العلامة صحيحة إلا إذا احترمت الشروط الموضوعية المتعلقة بصحة العقود، كما أجاز المشرع تحويل ملكية العلامة بخصوص كل أو بعض المنتجات التي تشملها العلامة، أي يجوز أن يكون التنازل كلياً أو جزئياً فيعد التنازل كلياً في حالة عدم وجود قيد أو شرط فيما يخص المنتجات أو الخدمات التي تنطبق عليها العلامة أو فيما يخص كيفية استغلالها، و يعد جزئياً إذا كانت العلامة المسجلة تخص عدة منتجات أو خدمات و لا يتنازل صاحبها إلا عن البعض منها. كما هو واضح في المادة 1/14 من الأمر المذكور سابقاً أنه يتم التنازل إما أثناء التنازل الكلي أو الجزئي عن المؤسسة التي تستخدم فيها العلامة، أو باستقلال عن القاعدة المستخدمة فيها أي بيع العلامة بصفة منفردة و يبقى المالك محتفظاً بقاعدته و عناصرها الأخرى، و يكون طلب تسجيل العلامة في كلا الحالتين كلياً أو جزئياً هذا يعني أن المشرع الجزائري أعطى الحرية المطلقة

<sup>1</sup> - بوسنان كريمة ، العلامة المميزة للمنتجات التجارية ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر ، تخصص القانون الخاص المعمق ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة مستغانم ، 2014/2015 ، ص42.

لمالك العلامة في اختيار الطريقة المناسبة للتنازل عن علامة بدون أن يميز بينها من حيث الإجراءات الشكلية و الموضوعية.

و أخيرا تنتج عملية التنازل عن العلامة الآثار التقليدية المنصوص عليها في القانون المدني، و نذكر منها انتقال الملكية من صاحب العلامة إلى المتنازل له فيصبح هذا الأخير بعد دفع الثمن المحدد في العقد المالك الجديد للعلامة تبعا لهذا يحق له استغلالها و حمايتها ضد عملية التقليد، و يخضع المتنازل لعدة التزامات هي على وجه الخصوص واجب الضمان حيث يمنع عليه استغلال نفس العلامة أو سمة مشابهة لها، كما يلتزم باحترام مبدأ عدم المنافسة إذا كان التنازل عن العلامة تابعا لعملية التنازل عن المتجر<sup>1</sup>.

### 3/ رهن العلامة:

ينص المشرع الجزائري على أن الحقوق المخولة عن طلب التسجيل أو تسجيل العلامة تكون قابلة للانتقال الكلي أو الجزئي بصورة مستقلة عن المحل التجاري، كما يمكن أن تكون محل رهن عن طريق المحل التجاري بإعتبارها عنصر من عناصره، و في هذه الحالة يجب على الأطراف المتعاقدة أن تنص على العلامة محل الرهن في قائمة العناصر المرهونة، وهذا ما تنص عليه المادة 119 من القانون التجاري، أن تكون محل رهن بصورة مستقلة عن المحل التجاري<sup>2</sup>.

### 4/ رخصة استغلال العلامة:

يجوز الترخيص باستعمال العلامة و هذا ما يفهم من نص المادة 16 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات بقولها: " يمكن أن تكون الحقوق المرتبطة بالعلامة موضوع رخصة استغلال واحدة أو استثنائية أو غير استثنائية، لكل أو لجزء من السلع أو الخدمات التي تم إيداع أو تسجيل العلامة بشأنها ".

<sup>1</sup> - صالحة فرحة زراوي ، المرجع السابق ، ص 252-253.

<sup>2</sup> - صالحة فرحة زراوي ، المرجع السابق ، ص 253.

و يقصد برخصة استغلال العلامة العقد الذي يمنح بواسطة صاحب العلامة للغير الحق في استغلال العلامة كلياً أو جزئياً بصورة استثنائية أم لا، ولا يترتب على هذا العقد حق عيني بل حق شخصي يخول للمرخص له حق استغلالها على الوجه المتفق عليه في العقد<sup>1</sup>.  
و كما سبق القول فبإمكان صاحب العلامة التجارية الترخيص للغير باستخدام علامته مقابل مبلغ يدفعه من يريد استخدام العلامة وفق اتفاقية تحدد التزامات كل من الطرفين الطرف الأول هو صاحب العلامة التجارية و الطرف الثاني من يريد استخدامها.

### الفرع الثاني: انقضاء الحق في العلامة

أعطى المشرع الجزائري عملية الإيداع مرتبة مهمة جداً لأنها تعد ركن أساسي في اكتساب الملكية، لهذا نجد أن وراء انقضاء العلامة عدة أسباب قد تكون بناءً على إرادة صاحبها أو بناءً على أسباب خارجة عن إرادته و من بين هذه الأسباب نجد:

#### أولاً: انقضاء العلامة بناءً على إرادة صاحبها:

تنقضي العلامة التجارية من قبل صاحبها في عدة حالات منها:

#### 1/ عدم تقديم طلب التجديد:

تكتسب العلامة شهرتها و تزداد قيمتها بمرور الزمن، و من ثم يحرص صاحب العلامة بعد انقضاء عشر سنوات من طلب الإيداع أي بعد انقضاء مدة الحماية، على طلب التجديد خلال ستة أشهر التالية لتاريخ انتهائها، حيث تظل العلامة محفوظة لصاحبها أو لورثته، أما إذا انتهت هذه المدة جاز لكل شخص طلب تسجيلها بإسمه<sup>2</sup> و بالتالي يفقد صاحب العلامة حقه عليها أو بعبارة أبسط تنقضي ملكيته على العلامة و هذا ما نص عليه التشريع الجزائري.

<sup>1</sup> - أحمد محمد محرز، القانون التجاري، القاهرة، منشورات النسر الذهبي، 1998، ص 275.

<sup>2</sup> - فاضلي إدريس، المرجع السابق، ص 293.

### 2/ التخلي عن العلامة:

يجوز لصاحب العلامة التخلي عنها بالنسبة لكل المنتجات أو الخدمات أو لجزء منها، و يلتزم في هذه الحالة بتقديم تصريح إلى المصلحة المختصة ضمن ظرف بريدي مضمون مع طلب الإشعار بالاستلام، و يجب تسجيل التخلي في دفتر العلامات، ثم نشره من أجل إعلام الغير، و يسري مفعول التخلي ابتداء من يوم تسجيله. و لا بد من الإشارة أن التخلي عن العلامة في حالة عقد الترخيص يتطلب إلزاميا موافقة المستفيد من الترخيص.

و إن ترك العلامة يؤدي إلى انقضائها سواء كان الترك صريحا أو ضمنيا<sup>1</sup>. و بالتخلي عن العلامة سواء كلياً أو جزئياً تصبح من المال العام فيجوز لأي شخص طلب تسجيلها و استغلالها دون الحاجة لموافقة المتخلي عنها<sup>2</sup>.

### ثانيا: انقضاء العلامة لأسباب خارجة عن إرادة صاحبها:

يمكن للعلامة التجارية أن تنقضي لأسباب خارجة عن إرادة و سلطة صاحبها و تتجسد هذه الحالات فيما يلي:

#### 1/ بطلان التسجيل:

يجب أن يكون التسجيل صحيحاً حتى يتمتع صاحب العلامة بحقوق شرعية على علامته قصد تمييز منتجاته أو خدماته.

و يقصد ببطلان العلامة في التشريع الوطني هو بطلان الإيداع و من ثم التسجيل و بذلك أصبح إبطال تسجيل العلامة بأثر رجعي من تاريخ الإيداع و ذلك بطلب من المصلحة المختصة أو من الغير عندما يتبين أن التسجيل تم بمخالفة الأحكام القانونية، و ذلك حسب نص المادة 1/20 من الأمر 06/03، فلا شك في أن بطلان التسجيل لأسباب شكلية

<sup>1</sup> - فرحة زراوي، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الجزء الثاني، المرجع السابق، 242-243.

<sup>2</sup> - فاضلي إدريس، المرجع السابق، ص 294.

نادر تماما، أما بالنسبة للأسباب الموضوعية يكون التسجيل باطلا إذا تعلق بسمة لا يمكن اعتبارها علامة أو سبق إيداعها كعلامة أو رمز يمثل نقل لشعار رسمي.

أما إذا كانت دعوى إبطال التسجيل نجد مصدرها في عدم توافر صفة التمييز فلا يمكن الحكم بالإبطال إذا اكتسبت العلامة هذه الصفة بعد تسجيلها، و تتقدم دعوى الإبطال بخمس سنوات ابتداء من تاريخ تسجيل العلامة كما يستثنى من هذا الإجراء طلب التسجيل الذي تم بسوء النية، و ذلك حسب نص المادة 2/20 من الأمر سالف الذكر. و بطبيعة الحال يجب تسجيل قرار الإبطال في الدفتر الخاص بالعلامات ثم نشره حتى يكون الغير على علم بوضعية العلامة<sup>1</sup>، و في حالة مرور المدة المحددة تحسن العلامة و لا يجوز إبطالها.

### 2/ بسبب عدم الاستغلال ( السقوط ):

كان المشرع الجزائري سابقا يفرض على صاحب العلامة استعمالها في السنة الموالية للإيداع و إلا سقطت حقوقه، بينما لم يكن يتعرض صاحب العلامة في ظل التشريع الفرنسي القديم لهذا الجزاء إلا في حالة استغلال العلامة خلال خمس سنوات التي تسبق السقوط، أما في الأحكام المعدلة حددت هذه المهلة بخمس سنوات متتالية أي دون انقطاع و بالتالي يمكن للمودع أن يتجنب فصل سقوط حقوقه إذا استغل العلامة في الخمس سنوات السابقة للطلب حتى و لو لم يستغلها طوال هذه المدة التابعة للإيداع، و إن المشرع الجزائري يفرض على صاحب العلامة استعمالها الجدي، و في حال ما إذا استغرق عدم الاستعمال مدة تتجاوز الثلاث سنوات متتالية دون انقطاع فهو يتعرض لسقوط حقه على العلامة و من ثم يجوز للجهة القضائية المختصة بناءً على طلب من الغير الذي يهمله الأمر الحكم بإلغاء الحق، و لكن إذا أثبت مالك العلامة أن ظروفها عسيرة لم تسمح له بالاستغلال يمكن أن يمنح له أجلا إضافيا لاستغلالها و لا يتجاوز السنتين.

كما يجب على المدعى عليه أي صاحب العلامة استغلالها و لا تهم درجة أهمية الاستغلال، المهم أن يكون فعليا و جديا، و بذلك فإن حق طلب إلغاء تسجيل العلامة بسبب عدم الاستعمال لا يمنح إلا للغير الذي يعنيه الأمر، و هذا ما نصت عليه المادة 21 من الأمر

<sup>1</sup> - فرحة زراوي ، الكامل في القانون التجاري الجزائري ن الجزء الثاني ، المرجع السابق ، ص 250.

06/03. و لابد أن يصدر القرار من قبل الجهة القضائية المختصة و لا يكون القرار بصورة تلقائية<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني: الحماية القانونية للعلامة التجارية

تعد العلامة التجارية إحدى الوسائل الهامة المعتمد عليها في إطار التنافس التجاري ذلك أن التاجر أو المنتج يميز بضائعه أو منتجاته عن الغير عن طريق العلامة التجارية ما يستوجب توفير الحماية لهذه الأخيرة خصوصا و أن العلاقة التجارية أصبحت تشكل ثروة هامة من الناحية التجارية و يظهر ذلك جليا في بعض العلامات التجارية المشهورة على الصعيد العالمي لذا فقد وضعت معظم الدول قوانين خاصة تحمي العلامات التجارية المسجلة بدفع تعويضات مادية، حيث أن هذه الحماية المدنية لوحدها لا تكفي لمنح الاعتداء بل توسع المشرع في الحماية القانونية ليضيف عنصر العقاب على المعتدى.

إن حماية العلامة التجارية نقطة مهمة و حاسمة لحماية صعوبة أعمال التاجر حيث بدون الحماية يمكن لأي شخص الاستفادة من جهود الآخرين بحيث يتحصل على فوائد بشكل سهل من جراء استعمال علامات لا تخصه، و لذلك احتاجت الدول إلى قوانين لحماية العلامات التجارية. لذا فقد لجأت مختلف دول العالم للبحث عن توفير حماية جزائية للعلامة التجارية مدنية و دولية.<sup>2</sup>

### الفرع الأول: الحماية الوطنية

تختلف الحماية المقررة لملكية العلامة التجارية تبعا لكونها مودعة أم لا، فإذا كانت العلامة مودعة تكون مصونة بحماية جزائية تقع على كل من يعتدي على هذا الحق، إضافة إلى التعويضات المدنية مثلا من استعمال برنامج المعلوماتية العائدة لشركة ما و عرضها

<sup>1</sup> - بوسنان كريمة، مذكرة لنيل شهادة الماستر، سابقة الذكر، ص 48.

<sup>2</sup> - بوسنان كريمة، مذكرة لنيل شهادة الماستر، المرجع نفسه، ص 49.

على بعض الشركات الأخرى مدعيا أنها من صنعه و ابتكاره، و ذلك قصد تحويل زبائن الشركة إليه فإن فعله يشكل جريمة، أما إذا كانت العلامة غير مودعة فليس لمالكها إلا الحماية المدنية،<sup>1</sup> و هذا ما سنفصله في النقاط التالية:

### 1 / الحماية المدنية للعلامة:

يجوز لصاحب العلامة رفع دعوى مدنية أمام المحكمة لطلب تعويض الضرر اللاحق به بسبب تقليد العلامة أو تشبيهها مثلا، و هذه الدعوى راجعة إلى صاحب العلامة غير المسجلة من جهة و لصاحب العلامة المسجلة من جهة أخرى و نظرا لتطبيق الأحكام العامة المتعلقة بالمسؤولية المدنية، فلا تحتاج القضية المقدمة أمام قاضي القسم المدني إلى إثبات سوء نية المعتصب ضمن المتفق عليه، كما يجوز لضحية الاعتداء رفع دعوى المنافسة غير المشروعة لطلب تعويض الضرر اللاحق بها، و إن الدعوى المؤسسة على تقليد العلامة لا يجوز رفعها إلا من صاحب العلامة، و ذلك حسب نص المادة 28 من الأمر 06/03 أو صاحب الترخيص ضد من قام بالتقليد، بينما إذا كان الأمر يتعلق بدعوى مؤسسة على المنافسة غير المشروعة يجوز لكل من لحقه ضرر جراء هذا التصرف أن يرفع هذه الدعوى.<sup>2</sup>

و تعتبر الحماية المدنية الوسيلة القانونية الوحيدة التي يستطيع بواسطتها مستعمل العلامة الذي لم يسجلها بالدفاع عن علامته، و حتى مستعمل العلامة التجارية في رفع الدعوى المدنية ثابت حتى قبل وقوع الضرر الفعلي، إذ يكفي لإقامة مثل هذه الدعوى أن يكون الضرر محتمل الوقوع،<sup>3</sup> و طبقا للقواعد العامة يمكن لمن تعرضت علامته لأي وجه من أوجه الاعتداء أن يرفع دعوى للمطالبة بالتعويض.

يجوز للمستهلك أو التاجر المتضرر من التزوير أو التقليد رفع الدعوى المدنية، سواء كان الخطأ عمدي أو غير عمدي، و سواء كان الضرر ماديا أو أدبيا يكون التعويض نقدا،

<sup>1</sup> - علي نديم الحمصي، المرجع نفسه، ص 294، 295.

<sup>2</sup> - فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 255، 256.

<sup>3</sup> - سمير فرنان بالي و نوري حمو، الموسوعة العلمية في العلامات الفارقة التجارية و المؤشرات الجغرافية و الرسوم و النماذج الصناعية، منشورات الجبلي الحقوقية، الطبعة الأولى 2007، ص 33.

وقد تحكم المحكمة بالتعويض العيني لإزالة أسباب الضرر كإتلاف العلامات غير القانونية، و قد تقضي بالنشر على نفقة المحكوم عليه كالتعويض مثلا.

### 2/ الحماية الجزائية للعلامة:

بيّن المشرع الجزائري الأفعال التي تعتبر اعتداءً مباشراً أو غير مباشر على ملكية العلامة و قيمتها.

تتطلب إجراءات المتابعة وجود علامة مسجلة و صحيحة و من هنا نتناول أنواع الاعتداء على العلامة حيث يمكن أن يكتسب الاعتداء على العلامة أشكالاً مختلفة، يمثل البعض منها اعتداء على الحق في العلامة و هو اعتداء مباشر لأنه يمس موضوع الحماية القانونية و مثال ذلك التقليد، أما البعض الآخر يمثل الاعتداء على قيمة العلامة و هو اعتداء غير مباشر و مثال ذلك تصرف التاجر الذي يضع على منتجاته علامة مشهورة في ملك الغير.

و معنى التقليد هو كل تشابه في المواصفات المميزة للعلامة التجارية، من شأنه إحداث اللبس في جودة و نوعية المنتج لتضليل المستهلك قليل الانتباه.<sup>1</sup> أما التشبيه فهو إصطناع علامة مشابهة بصفة تقريبية للعلامة الأصلية من أجل خداع المستهلك.

إن الحماية الجزائية للعلامة المقلدة من حيث الزمان لا حماية لها إلا من خلال فترة تسجيلها و هي مدة عشر سنوات أو في مرحلة تجديدها، أما من حيث المكان فنطاق الحماية قاصر على إقليم الدولة التي سجلت فيها العلامة مع عدم الإخلال بالاتفاقيات و المعاهدات الدولية.

و تجدر الإشارة أن الحماية الجزائية لا تؤثر على الادعاء الشخصي، إذ أن التعدي على علامة تجارية مسجلة يعطي الحق لصاحبها في رفع نوعين من الدعوى، فالأولى جزائية يطلب فيها صاحب العلامة التجارية المسجلة بعقاب المعتدي جزائياً، أما الثانية مدنية يطالب فيها بالتعويض. و قد تشترك الدعوى الجزائية مع الدعوى المدنية في أمور و تختلف في

<sup>1</sup> - السيد مجبر محمد، مجلة المحكمة العليا، عدد خاص، التقليد في ضوء القانون و الاجتهاد القضائي، قسم الوثائق 2012، ص 9.

أمور أخرى، فمن الأمور المشتركة بينهما اشتراط القانون رفع أي من الدعوى شرط أن تكون العلامة التجارية المعتدى عليها مسجلة وفقا للقانون.

و من الأمور التي يختلفان فيها:

أ - أن الجزاء في الدعوى الجزائية يتمثل في العقوبة على شكل حبس المعتدي لمدة محددة في القانون أو غرامة مالية، بينما الجزاء في الدعوى المدنية يكمن في دفع المقلد لتعويضات، غير أنه يجوز للمحكمة الجزائية أن تقضي بالتعويض حتى ولو حكمت بالبراءة في جريمة من جرائم الاعتداء على العلامة التجارية المسجلة. و هذا يعني أن للمدعي بالحق المدني الذي أصابه ضرر بسبب الجريمة أن يرفع دعوى بحقه المدني أمام المحكمة التي تنظر الدعوى الجزائية في أي حالة كانت عليها الدعوى إلى أن تتم المرافعة، و يكون له في هذه الحالة صفة المدعي المنضم في الدعوى الجزائية إذا كان غيره هو الذي رفعها.

ب - أن تحريك الدعوى الجزائية يكون من حق صاحب العلامة التجارية المسجلة أو من آلت إليه ملكيتها بالإضافة إلى الادعاء العام صاحب الاختصاص الأصلي بهذه الدعوى، بينما في الدعوى المدنية يكون صاحب العلامة التجارية المسجلة أو من آلت إليه ملكيتها هو صاحب الحق في تحريك الدعوى المدنية.<sup>1</sup>

و عليه يعتبر تسجيل العلامة في التشريع الجزائري ليس منشأ لملكية العلامة فحسب بل و منشأ أيضا لحق الحماية القانونية الخاصة.

كما أن هناك بعض الجرائم التي يمكن أن تقع على العلامة التجارية المسجلة و العقوبات المقررة لها قد وردت في كل من قانون العقوبات و القوانين الخاصة في الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات. و سوف نتطرق بالتفصيل إلى كل اعتداء على حدا في الفصل الموالي.

<sup>1</sup> - بوسنان كريمة، مذكرة سابقة الذكر، ص 51، 52.

### الفرع الثاني: الحماية الدولية

أصدرت الجزائر قانون لحماية العلامات التجارية غير أن هذا لم يكن كافيا لضمان حماية العلامات التجارية في ظل ظهور اعتداءات متكررة على العلامات بل و انتشار هذه الظاهرة ليس فقط داخل الوطن بل خارجه أيضا، و عليه ظهرت الحاجة إلى توفير الحماية للعلامة التجارية و عملت من خلال الجمارك على محاربة التقليد، فمحاربة التقليد يمثل مهمة أساسية لدى إدارة الجمارك في إطار التنظيم التجاري الخارجي خلال مراقبة البضائع عند الدخول أو الخروج أو التداول عبر التراب الوطني.<sup>1</sup>

غير أنه و في عصرنا هذا تبقى الحماية الوطنية قاصرة عن توفير الحماية الكافية للعلامة التجارية و لهذا الغرض فقد لجأ المجتمع الدولي لتنظيم و ضمان حماية أكبر لها من خلال مجموعة اتفاقيات و معاهدات أهمها:

#### 1/ اتفاقية باريس:

حيث حثت اتفاقية باريس سنة 1883 على تشكيل اتحاد لحماية الملكية الصناعية مؤلف من الدول الموقعة عليها و المنظمة إليها، و قد قررت هذه الاتفاقية بأن كل من تقدم بطلب إيداع علامة تجارية في إحدى دول الاتحاد و ما يتعلق بالإيداع في الدول الأخرى له أسبقية خلال ستة أشهر من تاريخ تقديم الطلب الأول، و من ثم لا يحتج عليه بأي طلب أو استعمال لاحق يقوم به الغير في مهلة الأسبقية و ذلك حسب نص المادة الرابعة من اتفاقية مدريد 1891 المعدلة.<sup>2</sup>

كما أن اتفاقية باريس تقوم على مجموعة من المبادئ تتمثل فيما يلي:

<sup>1</sup> - www.lejuristealgerien.dz

<sup>2</sup> - علي نديم الحمصي، المرجع نفسه، ص 302، 303.

### أ - مبدأ المساواة:

و يعني هذا المبدأ المساواة في المعاملة بين مواطني دول الاتحاد، بمعنى أن رعاية كل دولة من دول الاتحاد يتمتعون في جميع دول الاتحاد الأخرى بمزايا الممنوحة للمواطنين سواء المزايا القائمة بالفعل أو تلك التي سوف يتمتعون بها مستقبلاً.<sup>1</sup>

و معناها تساوي الأجانب بالمواطنين في المعاملة و تكون لهم ذات الحقوق التي يتمتع بها الوطنيون فيما يتعلق بحماية الملكية الصناعية و دون قرض أي قيد من أجل التمتع بهذه الحقوق كقيد الإقامة.

### ب - مبدأ الأسبقية:

تقضي المادة 04 من اتفاقية باريس الدولية بأنه يكون لكل من تقدم بطلب تسجيل علامة تجارية في إحدى دول الاتحاد، أن يتمتع بحق الأفضلية و الأسبقية في باقي دول الاتحاد فيما يخص بتسجيل علامته خلال ستة أشهر من تاريخ تقديمه طلب التسجيل الأول.<sup>2</sup>

### ج - مبدأ قبول تسجيل جميع العلامات الأجنبية المسجلة في بلدها الأصلي:

وفقاً لنص المادة 06 من اتفاقية باريس الدولية فإنه يجب على كل دولة في الاتحاد أن تقبل إيداع كل علامة سبق تسجيلها في بلدها الأصلي بشكل قانوني بالحالة التي هي عليها، و المقصود بالبلد الأصلي هو أي بلد من بلدان الاتحاد<sup>3</sup> و هي الدولة التي يوجد بإقليمها منشأ العلامة أو موظف مالك العلامة أو جنسيته، و يعتبر تمتع العلامة بالحماية خارج حدود بلدها امتداد الحماية القائمة في بلدها الأصلي، و تعتبر دول الاتحاد ملزمة بقبول تسجيل أية علامة سبق تسجيلها في البلد الأصلي.<sup>4</sup>

و قد ورد على هذا المبدأ استثناءات في المادة 06 فقرة ب، و هي:

<sup>1</sup>- عبد الفتاح بيومي حجازي، حقوق الملكية الفكرية و حماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، دار الكتب القانونية، مصر 2008، ص 16.

<sup>2</sup>- فاضلي إدريس، المرجع سابق الذكر، ص 299.

<sup>3</sup>- عبد الفتاح بيومي حجازي، المرجع نفسه، ص 17.

<sup>4</sup>- فاضلي إدريس، المرجع سابق الذكر، ص 300.

- إذا كان من شأن تسجيل العلامة الإخلال بالحقوق المكتسبة للغير في الدولة التي تطلب فيها الحماية، كما لو ثبت أن هناك علامة مماثلة أو مشابهة للعلامة المشهورة استعملها صاحبها مدة طويلة قبل شيوع العلامة في البلد المعني.
- العلامات الخالية من أي طابع مميز أو ذاتية خاصة تميزها عن غيرها من العلامات كالعلامات النوعية التي تدل على نوع المنتجات.<sup>1</sup>
- العلامات المخالفة للأداب العامة أو النظام العام و خاصة العلامات التي من شأنها أن تضلل الجمهور، حيث أنه لا يجوز اعتبار العلامة مخالفة للنظام العام بسبب عدم مطابقتها لبعض أحكام القانون الخاص بالعلامات التجارية في البلد المطلوب التسجيل فيه إلا إذا كانت هذه الأحكام تتعلق بالنظام العام.
- كما لا يجوز رفض تسجيل العلامات التجارية في الدول الأخرى للاتحاد بحجة تختلف عن العلامات التي تتمتع بالحماية في بلدها الأصلي بعناصر لا تغير في الصفة المميزة لها و لا تمس بذاتية العلامة بالشكل الذي سجلت فيه في البلد الأصلي.<sup>2</sup>

### د - مبدأ استقلال العلامات:

لقد قضت اتفاقية باريس أنه إذا سجلت العلامة طبقاً للأوضاع القانونية في بلدها الأصلي، ثم سجلت في دولة أو أكثر من دول الاتحاد، فتعتبر كل هذه العلامات أصلية من تاريخ تسجيلها مستقلة عن العلامة في البلد الأصلي. و السبب في ذلك أن تسجيل العلامة في بلد غير بلدها الأصلي يدخلها حياة جديدة و بعيدة عن مؤثرات البلد الأصلي، و يخضعها لنظام قانوني جديد و هو النظام القائم في البلد الذي استوطنته، كما يترتب على ذلك أن إلقاء أو شطب تسجيل أي علامة تجارية في دولة متعاقدة لا يؤثر على سلامة تسجيلها في الدول المتعاقدة الأخرى.

<sup>1</sup>-سمير فرنان بالي و نوري حمو، المرجع السابق، ص 58، 59.

<sup>2</sup>- صلاح زين الدين، مرجع سابق ذكره، ص 286.

و طبقا لهذه الاتفاقية تفقد العلامة حمايتها إذا فقدتها في بلدها الأصلي،<sup>1</sup> و مدة الحماية حسب هذه الاتفاقية هي عشرون سنة شرط أن تنقضي الخمس سنوات الأولى على التسجيل دون طارئ.

### 2/ بروتوكول اتفاقية مدريد:

هذا البروتوكول مكمل لاتفاقية مدريد في شأن التسجيل الدولي للعلامات، و قد تم اعتماده سنة 1989 بهدف حل الصعوبات التي واجهت عملية التسجيل الدولي للعلامات حسب اتفاقية مدريد<sup>2</sup>، و تم تعديله في سنة 2006.

### 3/ اتفاقية التريبس:

كذلك حظيت العلامة بالحماية وفقا لاتفاقية التريبس سنة 1994، و تسمى باتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية، و تحمل هذه الأخيرة في طياتها أحكام مستحدثة موضوعية و شكلية في شأن كافة الجوانب المتصلة بالملكية الفكرية<sup>3</sup>، و أهم ما جاءت به هذه الاتفاقية هو أنها جمعت أحكام الاتفاقيات الدولية الرئيسية في مجال الملكية الفكرية في وثيقة واحدة، و حققت الترابط فيما بينها، و ألزمت جميع الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية بتطبيق أحكامها بغض النظر عن انضمامها إلى هذه الاتفاقيات الدولية أو عدم الانضمام إليها، مع مراعاة مسألة هامة هي أن تطبيق اتفاقية التريبس مع استمرار بقاء و تفاد الاتفاقيات الدولية الكبرى السابقة في مجال الملكية الفكرية و الصناعية، يتطلب وجود نوع من التنسيق و التعاون بين المنظمة العالمية للتجارة (OMC) بوصفها الهيئة التي تشرف على تطبيق اتفاقية التريبس، و المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO) بوصفها الهيئة التي تسهر على تطبيق الاتفاقيات و المعاهدات في مجال الملكية الفكرية<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - فاضلي إدريس، المرجع نفسه، ص 300.

<sup>2</sup> - عبد الفتاح بيومي حجازي، المرجع نفسه، ص 21.

<sup>3</sup> - صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية و التجارية، المرجع السابق، ص 205.

<sup>3</sup> - عبد الفتاح بيومي حجازي، المرجع السابق، ص 26، 27.

تكتسب العلامة التجارية أهمية كبيرة و لها دور في المجال الاقتصادي و الاجتماعي، حيث تعتبر دليل مهم للمستهلك تمكنه من تمييز المنتجات عن بعضها البعض مع ضمان الثقة و الجودة، غير أنها معرضة لمخاطر التزوير و الغش و التقليد، الأمر الذي جعل كل الدول تسعى بكافة جهودها إلى تبني حماية خاصة بالعلامة التجارية بواسطة إصدار نصوص قانونية وطنية و إبرام اتفاقيات و معاهدات دولية.

و للعلامة التجارية أهمية كبيرة في حياة المستهلك و ذلك من خلال وظائفها و دورها و أهميتها، فهي التي تساعد على معرفة المنتجات التي يريدونها لذلك: كيف تحمي العلامة التجارية المستهلك؟

إذا لمعرفة دور العلامة التجارية في حياة المستهلك نتطرق إلى الفصل الثاني الذي يعرف لنا من هو المستهلك و إلى أي مدى تؤثر العلامة التجارية عليه.

# الفصل الثاني :

## حماية العلامة التجارية

### الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية

يصنف الحق في العلامة التجارية ضمن الحقوق المالية التي قرر القانون لصاحبها حماية ، ووضع هذه الحماية موضع التنفيذ يتطلب حماية مدنية و حماية جزائية، و نجد أحكامها في القوانين المدنية الموضوعية و خصوصا أحكام المسؤولية العقدية باعتبار العقد وسيلة لتنظيم الحقوق و المعاملات المالية ، وكذا أحكام المسؤولية التقصيرية ، وحماية جزائية ترتبط أساسا بمؤسسة القضاء باعتبارها تسهر على حماية الحقوق و الحريات<sup>1</sup> ، وكذا النصوص الإجرائية ذات العلاقة .

المسؤولية المدنية تعني التزام الشخص المسؤول بتعويض الأضرار التي أحدثها للغير، فهذه الأخيرة تقوم عندما يتسبب شخص لآخر بضرر، بسبب إخلاله بواجب قانوني أو الإعتداء عليه، وهي على هذا النحو صورة من صور المسؤولية القانونية على إعتبار أن لها أثر قانوني، هو الإلتزام بالتعويض على الضرر الذي حدث للغير، وفي الغالب يكون ذلك بتعويض مالي، إن المسؤولية المدنية تنقسم لنوعين مسؤولية عقدية وهي التي تنشأ عن إخلال الشخص بالتزام مرتبط بعقد من العقود مما يحدث ضرر للآخر، ومسؤولية تقصيرية وهي التي تنشأ عن الإخلال بواجب قانوني عام، يتمثل بالإضرار بالآخرين .

<sup>1</sup> - طبقا لنص المادة 157 من الدستور الجزائري تعديل 2016 "تحمي السلطة القضائية المجتمع و الحريات، وتضمن للجميع ولكل واحد المحافظة على حقوقهم الأساسية." دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية سنة 1996 ، الجريدة الرسمية رقم 76 المؤرخة في 8 ديسمبر 1996. معدل بقانون رقم 03-02 المؤرخ في 10 أبريل 2002 الجريدة الرسمية رقم 25 المؤرخة في 14 أبريل 2002. القانون رقم 19-08 المؤرخ في 15 نوفمبر 2008 الجريدة الرسمية رقم 63 المؤرخة في 16 نوفمبر 2008. القانون رقم 01-16 المؤرخ في 06 مارس 2016 الجريدة الرسمية رقم 14 المؤرخة في 7 مارس 2016.

تتجسد الحماية المدنية من خلال آليات القانونية، منها ما هي خاصة والمتمثلة في قانون المعاملات، ومنها ما هي عامة والمتمثلة في القواعد العامة الواردة في القانون المدني على اعتباره الشريعة العامة، فتنشأ فيما بينهم منافسة لكنها في اطار منافسة مشروعة على المستوى الداخلي والدولي، وهذا ما سوف نحاول التطرق إليه من خلال المبحثين التاليين :

**المبحث الأول : الحماية المدنية للعلامة التجارية .**

**المبحث الثاني : الحماية الجزائية للعلامة التجارية .**

### المبحث الأول : الحماية المدنية للعلامة التجارية

يخول القانون لصاحب العلامة عند الإعتداء عليها حماية قانونية، تشمل الحماية الجزائية والحماية المدنية وحتى الحماية الدولية إذا إستلزم الأمر، والحماية المدنية الهدف منها التصدي لكل تعدي على الحق في العلامة والذي يعتبر إعتداء على الذمة المالية لصاحب العلامة قد يؤدي إلى حدوث أضرار سواء كانت مادية عن طريق فقدان صاحب العلامة لربح في السوق، وأضرار معنوية تمس بسمعة منتجاته ، وتستند الحماية المدنية إلى القواعد العامة في القانون المدني وتحديدًا أحكام المسؤولية المدنية ، بنوعها العقدية والتقصيرية، حيث تمنح لصاحب العلامة المعتدي عليها الحق في المطالبة المدنية بالتعويض عن الإضرار التي لحقت، فالمبدأ المعمول به قانونًا هو من يضر بغيره للمساءلة وإلزامه بالتعويض، وهذا ما سوف نتطرق إليه من خلال المطلبين التاليين :

#### المطلب الأول : المسؤولية العقدية المترتبة عن الإعتداء

##### على الحق في العلامة التجارية

يخول القانون لمالك العلامة التجارية الحق في استغلالها أو بالترخيص للغير بإستغلالها وفي إطار تعاقدية ووفقًا لما ينص عليه القانون، والعقد المبرم بين صاحب العلامة وهو ما يعرف بالمرخص، والطرف الثاني وهو ما يعرف بالمرخص له تحت مسمى عقد الترخيص كنموذج من العقود التي يكون موضوعها العلامة التجارية، وسوف نحاول من

خلاله تسليط الضوء على الجانب المتعلق بتنظيم عملية التنازل على العلامة التجارية في ايطار عقد الترخيص باستعمال علامة تجارية، وكيف تتجسد حماية العلامة من خلاله .

### الفرع الأول : تعريف عقد الترخيص باستعمال علامة تجارية

إن عقد الترخيص باعتباره آلية تعاقدية لحماية العلامة التجارية وكغيره من العقود يخضع للقواعد العامة للعقود من حيث وجوب تلاقي إرادتين أو أكثر واتجاهها الى ترتيب آثار قانونية سواء كانت هذه الآثار هي إنشاء الإلتزام أو نقله أو تعديله أو إنهائه، وفي حالة عدم قيام المتعاقد المدين بتنفيذ إلتزامه فهذا يعتبر خطأ عقديا يرتب مسؤولية المدين، كل ذلك مع مراعاة خصوصية هذا العقد وموضوعه.

إن عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية عقد حديث النشأة وعلى هذا الأساس قدمت حوله عدة تعاريف، فهو يعد من أهم العقود التجارية في الوقت الحاضر وأكثرها إستعمالا لأنه يتيح لمالك العلامة التجارية فرصة استغلال.

ومن هنا ثار جدل كبير بخصوص عقد الترخيص بإستغلال العلامة التجارية من حيث تكييفه القانوني، هناك من أسنده الى أنه عقد يرد على حق الإنتفاع وهناك من أسنده الى أنه عقد إيجار .

### أولا : تعريف عقد الترخيص قانونا :

يعرف عقد الترخيص بأنه عقد بمقتضاه يمنح أحد طرفيه، والذي يطلق عليه بمانح الترخيص، والطرف الآخر الذي يطلق عليه بالمرخص له، من حق إستخدام حق من حقوق الملكية الصناعية (علامة التجارية) لإنتاج سلعة أو لتوزيع منتجاته تحت العملة التجارية التي

ينتجها أو يستخدمها مانح الترخيص، في مدة معينة في نظير مقابل معين<sup>1</sup> كما تعرفه المنظمة العالمية للملكية الفكرية بأنه: إذن أو رخصة تقدم من طرف صاحب هذا الحق لشخص لإستعمال أو إنجاز بعض الأعمال التي يتضمنها هذا الحق<sup>2</sup>.

وبهذا الترخيص تنشأ علاقة تعاقدية بين الطرفين على هذا الحق غالباً ما يلجأ مالك العلامة الى منح الغير ترخيصاً بإستغلالها، للمرخص له القيام بالإستغلال حسبما تقضي الشروط الواردة بعقد الترخيص، فهذا الأخير لا يعطي المرخص له سوى القيام بالإستغلال فقط أما الحق في ملكيتها فيظل دائماً مالك العلامة محتفظاً به، وعليه يمكنه التصرف فيها بعد إجراء الترخيص بإستغلالها، كما يحق له منح شخصاً آخر الحق في الإستغلال هذا ما لم يسلب المرخص له الأول ذلك الحق منه، وهكذا يتضح أن عقد الترخيص مثله مثل العقود الأخرى له أنواع والتي يمكن تعدادها على النحو التالي<sup>3</sup>:

- **عقد الترخيص الإستثنائي** : والذي بموجبه لا يستطيع المرخص إستغلال العلامة أو منح ترخيص جديد، وإلا يعتبر ذلك إعتداء.
- **الترخيص غير الإستثنائي** : الذي بموجبه يستطيع صاحب العلامة أن يمنح ترخيص آخر ويمكنه إستغلال العلامة بنفسه أو بواسطة شخص آخر، بينما لا يجوز للمرخص له منح ترخيصات أخرى إلا بموافقة المرخص.
- **عقد الترخيص الوحيد** : هنا يتفق المرخص والمرخص له أن يكون الترخيص وحيد فيستغل كلاهما العلامة دون أن يكون لأي منهما منح تراخيص أخرى .

### ثانياً : حماية العلامة التجارية عبر المراحل التي يمر بها العقد

يمر عقد الترخيص بإستعمال العلامة التجارية كغيره من العقود بالمراحل التالية وتتجسد في كل مرحلة مستوى معين من الحماية المدنية :

<sup>1</sup> - سماوي سعود ريم ، براءات الاختراع في الصناعات الدولية ، الطبعة الثانية ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2011 ، ص109.

<sup>2</sup> -حمادي زوبير ، مرجع سابق ، ص102.

<sup>3</sup> - حمادي زوبير ، مرجع سابق ، ص 103-104.

### 1. حماية العلامة في مرحلة المفاوضات في عقد الترخيص

يلعب التفاوض دورا رئيسيا في إبرام العقود بصفة عامة، بالخصوص العقود التي أسفرت عنها الأساليب الحديثة في التعامل مثل عقد الترخيص بإستعمال العلامات التجارية، وتبرز أهمية هذه المرحلة من خلال تعرف المتعاقدين على بعضهم البعض وتتيح لهما أيضا دراسة الجوانب الفنية والمالية والقانونية .

إن المفاوضات هي عبارة عن حدوث إتصال مباشر أو غير مباشر بين شخصين أو أكثر بمقتضى إتفاق بينهما ويتم خلالها تبادل العروض والمقترحات وبذل المساعي المشتركة بهدف التوصل الى إتفاق أو بشأن عقد معين تمهيدا لإبرامه في المستقبل<sup>1</sup> .

تبدأ المفاوضات عادة بدعوة أحد الطرفين للآخر للتفاوض بشأن إبرام عقد بينهما فيوافق الطرف الآخر على التفاوض، وفي عقد الترخيص تتم المفاوضات بين المرخص والمرخص له، ويجب أن تكون إرادة كل منهما صحيحة منذ بدأ المفاوضات، ويتم تحديد إلتزامات الطرفين وجزاء المخالفات لبنود العقد، وعلى أية حال فإن وجود الإرادة عند التفاوض لا يكفي لإجراء هذه المفاوضات التي يجب أن تكون إرادة كل طرف من أطرافها صحيحة منذ بدأ المفاوضات بين الطرفين، وعليه فإن ما شاب الإرادة أي عارض من عوارضها فإن هذه المفاوضات لا يمكن أن تستمر<sup>2</sup> .

إن المفاوضات تنصب أساسا على ماهو موجود في العقد، وكيفية التعامل محله والأدوات التي ستكون لها دور مهم في تنفيذ العقد، لذلك فإن مرحلة التفاوض تعتبر مهمة، لأن فيها تعطى المعلومات الفنية والسرية التي يجب الحرص عليها وعدم تسريبها للغير .

لذلك توجد ما تسمى بضمانات التفاوض وهي وتعهد كتابي الذي يعده المرخص ويعتبر ملزم لجانب واحد وهو المرخص له، حيث يلتزم هذا الأخير بالمحافظة على سرية المعلومات التي تخص العقد، وكذلك دفع مبلغ من المال من طرف المرخص له مقابل

<sup>1</sup> - علي أحمد صالح ، المفاوضات في العقود التجارية و الدولية ن دار هومة للنشر ، الجزائر ، (د.س.ن) ، ص 51.

<sup>2</sup> - علي أحمد صالح ، مرجع نفسه ، ص 51.

إطلاعه على بعض الأسرار، أو إتفاقات حيث يطمئن من خلال هذه الإتفاقات كل مفاوض إلى حسن نية الطرف الآخر<sup>1</sup>.

عند نجاح المفاوضات فإنه يتم الإنتقال إلى تحرير عقد الترخيص، الذي يتضمن أطرافه ومدة سريانه وقيود إستغلاله وإلتزامات الطرفين وجزاءات مخالفات الإلتزامات وكيفية إنقضائها، فهذه المرحلة تكون مرحلة نهائية حيث يتم إبرام العقد وفق البنود والشروط التي تم التفاوض عليها.

تتعقد المسؤولية العقدية للمتفاوض كلما أثبت وجود عقد بين الأطراف نتيجة تطابق الإيجاب مع القبول فإذا كان إتفاق ينظم عملية التفاوض إنعقدت مسؤولية المتفاوض العقدية، أما إذا لم يكن هناك إتفاق على التفاوض، بل مفاوضات حررت خلالها أوراق أو عقدت أثناء سيرها إتفاقات، ففي حال نشوء نزاع حولها، فإن القاضي يلتزم بالرجوع إليها، مادام أن أطراف التفاوض لم تنفق على إستبعادها، فأثناء مرحلة التفاوض قد يتم التوصل إلى إتفاق إلا أن بعض عناصره لم تتضح بعد، ووجدت إتفاقات في المرحلة قبل التعاقد، ولم يرد في الإتفاق شرط بأن عدم الإتفاق على هذه المسائل الثانوية يؤدي إلى عدم إنعقاد العقد، فيوسع القاضي إذا ما تأكد من إتفاق الأطراف على النقاط الجوهرية، أن يستشف من هذه الإتفاقات عقودا يستطيع من خلالها الوقوف على إرادة المتعاقدين<sup>2</sup>.

### 2. حماية العلامة التجارية في مرحلة إبرام عقد الترخيص

إن مرحلة الإبرام النهائي تتمثل في إقتران القبول والأيجاب البات، الذي يشترط فيه من جهة أن يكون قائما ومن جهة أخرى أن يطابق القبول الإيجاب مطابقة تامة، كما تتمثل هذه المرحلة أيضا ببيان مضمون ذلك الإقتران الإتفاق، حيث يتحدد من جراء ذلك إعداد العقد<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - علاء عزيز الجبوري، عقد الترخيص، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، 2011، ص 91-92.

<sup>2</sup> - سماوي ريم سعود، مرجع سابق، ص 161، 162.

<sup>3</sup> - علاء عزيز الجبوري، مرجع سابق، ص 104.

عقد الترخيص هو عقد شكلي لا يرتب آثاره بمجرد توافق الإرادتين، حيث يستلزم إنعقاده توافر شكل معين أو إتخاذ إجراء محدد، ويسبب أهمية هذا العقد ولدقة الشروط الواردة فيه مثل: المدة ونوع الترخيص والمقابل المالي والإقليم الذي يمكن استعمال العلامة في مجاله، كل ذلك جعل من الضروري أن تتم كتابة هذا العقد، لذلك نجد المشرع الجزائري قد نص في المادة 15 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على مايلي :

تشتراط تحت طائلة البطلان، الكتابة وإمضاء الأطراف في عقود النقل أو رهن العلامة المودعة أو المسجلة في مفهوم المادة 14 أعلاه، وفقا للقانون الذي ينظم هذه العقود.

لذلك يجب القيام بتسجيل هذا الترخيص لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية، ويتعين على مالك العلامة منع تعرض الغير للمرخص له عند قيامه بالإستغلال، لكونه يملك حق الدفاع عن العلامة عند تعدي الغير عليها<sup>1</sup>.

### 3. حماية العلامة في مرحلة تنفيذ العقد

يعتبر عقد الترخيص من العقود التبادلية فالعقد ينشأ إلتزامات في ذمة المرخص والمرخص له بمجرد إنعقاد العقد، ويعتبر كذلك من عقود المعاوضة طالما كل طرف يحصل على مقابل لما يعطي<sup>2</sup>.

إن إبرام عقد الترخيص ينتج بدوره كأي عقد من العقود حقوقا وإلتزامات متبادلة بين المتعاقدين وهما المرخص والمرخص له، فإلتزامات المرخص له هي الإلتزام بأداء مقابل الإستغلال، وبإستغلال العلامة بالشروط المتفق عليها، والإلتزام بالسرية<sup>3</sup>، باعتباره من عقود الإعتبار الشخصي التي تقوم على السمعة والكفاءة الفنية والتجارية والإئتمان المالي وثقة المرخص بالمرخص له<sup>4</sup>.

يقع على عاتق صاحب العلامة المرخص الإلتزام بتسليم العلامة التجارية للمرخص له ويضمن الحرية في عدم التعرض له في إستغلالها طوال فترة الرخصة المتعلقة بالإستغلال،

<sup>1</sup> - سماوي سعود ريم ، مرجع سابق ، ص112.

<sup>2</sup> - علاء عزيز الجبوري ، عقد الترخيص ، الطبعة الأولى ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، عمان ، 2011 ، ص55 ، 57 ، 59.

<sup>3</sup> - هدى جعفر ياسين الموسوي ، مرجع سابق ، ص 105.

<sup>4</sup> - أحمد طارق بكر البشتاوي ، مرجع سابق ، ص 42.

كما له حمايتها من أشكال التعدي عليها، وبضمان العيوب الخفية للعلامة، في المقابل يصبح المرخص له صاحب حق شخصي يمكنه من إستغلال العلامة في نطاق شروط العقد، ولا يملك العلامة ويمتنع منح تراخيص للغير، كما يقع عليه الإلتزام بإحترام بنود وشروط العقد، كما يقع على عاتقه إستغلال العلامة بحسن نية وفي نطاق الإقليم المسموح بإستعمال العلامة، كما يلتزم بالحفاظ على سمعة العلامة والمحافظة أيضا على قيمتها<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني : جزاء الإخلال بالإلتزامات في عقد الترخيص

تنشأ المسؤولية العقدية عن إخلال الشخص بالإلتزام مرتبط بعقد من العقود مما يحدث ضرر للآخر، وقيام المسؤولية العقدية يرتبط بقيام عقد صحيح ومنتج لآثاره القانونية ومن ثم يقوم إلتزام قانوني على أطرافه وهو إلتزام بتنفيذ العقد بحسن نية، قد تثور منازعات بين طري عقد الترخيص في بداية تنفيذه أو أثناءه، وغالبا ما تنتج هذه المنازعات نتيجة لإخلال أحد الطرفين بالإلتزامات والشروط التعاقدية سواء كانت واردة في بنود العقد أو الملاحق المعتمدة لهذا العقد، وأيا كان فلا بد من تسوية هذه المنازعات عند نشوئها .

#### أولا : صور الخطأ العقدي الماسة بالعلامة التجارية :

حسب نص المادة 107 من القانون المدني الجزائري والتي تنص على<sup>2</sup> :

يجب تنفيذ العقد طبقا لما إشتمل عليه وبحسن نية .

ولا يقتصر العقد على إلتزام المتعاقد بما ورد فيه فحسب، بل أيضا ما هو من مستلزماته وفقا للقانون والعرف والعدالة، بحسب طبيعة الإلتزام .

<sup>1</sup> - ميلود سلامي ، النظام القانوني للعلامات التجارية ، مرجع سابق ، ص 140 ، 141.

<sup>2</sup> - المادة 107 من الأمر 58/75 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 ، المتضمن القانون المدني ، المعدل و المتمم ، ص ، 19.

فطرنا العقد ملزمان بتنفيذ العقد المتفق عليه وإقامت المسؤولية العقدية، فيفترض لقيام المسؤولية العقدية عموماً أن هناك عقداً صحيحاً واجب التنفيذ ولكن أحد طرفي العقد أو كلاهما لم يحم بتنفيذ إلتزاماته مع تحقق شروط الضرر<sup>1</sup> والعلاقة السببية<sup>2</sup>. في حالة عدم قيام المرخص له بالإلتزامات الملقاة على عاتقه يمكن لصاحب العلامة التمسك بحقوقه المكتسبة إلتجاه المرخص له الذي يخل بالإلتزاماته التي يحددها عقد الترخيص، وهو ما جاءت به نص المادة 18 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات بنصها على مايلي :

يمكن لصاحب العلامة التمسك بالحقوق المكتسبة إلتجاه حامل الرخصة الذي يخل بأحد الشروط المذكورة في المادة 17 من نفس الأمر .

وتنص كذلك المادة 17 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على مايلي :

يجب تحت طائلة البطلان أن يتضمن عقد الترخيص في مفهوم المادة 16 من نفس الأمر المبرم وفقاً للقانون المنظم للعقد، العلامة، فترة الرخصة، السلع والخدمات التي منحت من أجلها الرخصة والإقليم الذي يمكن إستعمال العلامة في مجاله أو نوعيه السلع المصنعة أو الخدمات المقدمة من قبل حامل الرخصة .

لذلك من إستقرائنا للنصين المذكورين أعلاه يمكن أن نستنتج أنه من صور الخطأ العقدي في عقد الترخيص والتي تضر بالعلامة التجارية إستعمال سلع وخدمات للعلامة غير التي منحت لها الرخصة من أجل إستعمالها، وكذلك يمكن أن يتم إستعمال المرخص له العلامة المرخصة خارج الإقليم المتفق عليه في عقد الترخيص، كذلك من صور الخطأ العقدي الماس بالعلامة هو عدم المحافظة على سمعة العلامة والمحافظة على قيمتها وذلك باستعمالها في أعمال مخالفة للقانون وغير مشروعة كل هذه الصور من شأنها أن تمس بالعلامة وينشأ عنها الخطأ العقدي .

### ثانياً : أثر تقرير في عقد الترخيص

<sup>1</sup> - إن الضرر في المسؤولية العقدية سواء كان مادياً أو معنوياً فإنه يتعين فيه شروط منها ، أن يكون شخصياً ، أن يكون الضرر مباشراً ، أن يكون الضرر محققاً ، أن يكون الضرر متوقفاً عند إبرام العقد ، عبد القادر العرعري ، المسؤولية المدنية ، الطبعة الثالثة ، دار الأمان للنشر و التوزيع ، الغرب ، 2011 ، ص 44-45.

<sup>2</sup> - علاء عزيز حميد الجبوري ، مرجع سابق ، ص 160.

إن أطراف العقد غالبا ما يقومون بتحديد جميع الأمور التفصيلية التي تتعلق بالعقد من وقت إبرامه الى انقضاءه وفي حالة غياب ذلك يتم اللجوء الى أعمال نصوص القانون الواجب التطبيق على العقد، من حيث الإجراءات التي تترتب على الإخلال بالإلتزامات التعاقدية<sup>1</sup>.

إن تقرير مسؤولية أحد الطرفين، وثبوت إخلاله بالإلتزامات الملقاة على عاتقه، يعني بالمقابل قيام حق الطرف الآخر بالمطالبة بفسخ العقد أو التعويض أو بكليهما معا على حسب الأحوال أو قيام المسؤولية العقدية عند إستحالة التنفيذ العيني فيكون المدين مسئولا عن الأضرار التي يسببها الدائن نتيجة عدم الوفاء بالإلتزامات الناشئة عن العقد<sup>2</sup>.

### 1- الحق في الفسخ :

إن ثبوت إخلال المتعاقد بالتزامه يترتب ثبوت الحق في الفسخ والذي قد يكون قضائيا أو إتفاقيا أو قانونيا طبقا للقواعد العامة، ومهما كان نوع الفسخ فإن أثره هو إعادة الحال إلى ما كان عليه قبل أو عند التعاقد فإن فسخ العقد يترتب أثرا رجعيا، وبما أن عقد الترخيص من عقود المدة، يقتصر أثره على إلتزامات مستقبلية لم يتم تنفيذها بعد، حيث يتم مثلا إستغلال العلامة في هذه المدة مما يستحيل معها إعادة هذا الإنتفاع للمرخص وهو عدم القدرة على إعادة المتعاقدان إلى الحالة التي كان عليها، فإذا إستحال ذلك جاز الحكم بالتعويض<sup>3</sup>.

### 2- الحق في التعويض :

فيما يخص التعويض فهو لجبر الضرر الذي أصاب أحد الطرفين، ويأخذ عموما صورتين، إما تعويضا عينيا أو يكون نقديا .

التعويض العيني ويعني قيام الطرف المخل بإصلاح وإتمام النقص الذي ظهر خلال مراحل التنفيذ أو عند بدايته، ويستمد هذا النوع من التعويض أساسه من القواعد العامة

<sup>1</sup> - علاء عزيز حميد الجبوري ، مرجع سابق ، ص 145-146.

<sup>2</sup> - محمد الكيلاني ، عقود التجارة الدولية ، الجامعة الجديدة للنشر و التوزيع ، الإسكندرية 1995 ، ص 191.

<sup>3</sup> - "إذا فسخ العقد أعيد المتعاقدان إلى الحالة التي كانا عليها قبل العقد، فإذا استحال ذلك جاز للمحكمة أن تحكم بالتعويض" انظر : المادة 122 من الأمر 58-75 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 ، المتضمن القانون المدني ، المعدل و المتمم ، ص 21.

للقانون المدني، التي تقرر صراحة إمكانية قيام المدين بإعادة الحال إلى وضعه الطبيعي أو أداء عمل أو شيء متصل بالمشروع المنقول أو حتى القيام بعمل آخر لحساب الدائن . أما التعويض النقدي أو التعويض بمقابل متى كان التعويض العيني مستحيلا جاز المطالبة بالتعويض النقدي، ولما كان أساس المسؤولية هنا عقدية، فإن القواعد العامة تقتضي بأن يقدر التعويض على أساس ما لحق بالدائن من خسارة وما فاته من كسب، وتستبعد هنا الأضرار التي يمكن توقعها إلا في حالتها الخطأ الجسيم والغش<sup>1</sup>.

نستنتج مما سبق أن العلامة التجارية هي حق من حقوق صاحبها وهو المرخص في عقد الترخيص التي يحميه القانون من كل تعدي عليها، إذ يمكن للمرخص له أن يخل بالتزاماته التعاقدية والشروط المتفق عليها، فيسبب ضرر للمرخص كإستغلال العلامة في أمور تخالف النظام العام، هذا ما يؤدي إلى الإعتداء على العلامة في حد ذاتها وكذلك في حق صاحبها لتقوم المسؤولية العقدية .

ومن خلال ما سبق و - في حدود بحثنا - وفي ظل عدم وجود تقنين ينظم عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية في الجزائر بشكل مفصل يمكن الوصول الى النتيجة التالية تخضع الحماية في عقد الترخيص في القانون الجزائري الى القواعد العامة للعقود في انتظار صدور قانون خاص بالترخيص مع مراعاة أن الجزائر منظمة للإتفاقيات الدولية المتعلقة بالملكية الصناعية وعضو في منظمة الويبو<sup>2</sup> ومن ثم تعتبر هذه الإتفاقيات جزء لا يتجزأ من تفسير وتنفيذ هذا النوع من العقود .

### المطلب الثاني : المسؤولية التقصيرية المترتبة عن الإعتداء

#### على الحق في العلامة التجارية

تنشأ المسؤولية التقصيرية عن الإخلال بواجب قانوني عام، يتمثل في الإضرار بالآخرين، وهي على هذا النحو صورة من صور المسؤولية القانونية على اعتبار أن لها أثر

<sup>1</sup> - علاء عزيز حميد الجبوري ، مرجع سابق ، ص 146-147.

<sup>2</sup> - <http://www.wipo.int/members/fr> . ارجع إلى موقع الويبو تاريخ الزيارة يوم 2016/05/17 على الساعة 9.00 صباحا.

قانوني، هو الإلتزام بالتعويض على الضرر الذي حدث للغير، وفي الغالب يكون ذلك بتعويض مالي، وتقوم المسؤولية التقصيرية بحسب القواعد العامة على ثلاث أركان : الخطأ والضرر والعلاقة السببية، وترتبط أحكام المسؤولية بمفهوم المنافسة غير المشروعة وسوف نحاول معرفة صور التعدي على العلامة التجارية التي ترتب أحكام المسؤولية التقصيرية من خلال الفروعين التاليين :

### الفرع الأول : الأساس القانوني للمسؤولية التقصيرية المترتبة

#### عن المساس بالحق في العلامة

إن الجزائر من البلدان التي عرفت تغييرا جذريا في نظامها الإقتصادي، إذ بعدما كان نظاما موجبا، أصبحت تعتمد على نظام إقتصاد السوق منذ دستور سنة 1989، يؤسس لحرية التجارة والصناعة<sup>1</sup>، ومن ثم حرية المنافسة بقصد تحقيق الربح وذلك بواسطة إجتذاب أكبر عدد من العملاء، وقيام التاجر أو الصانع بإستعمال طرق ووسائل يشجع بها العملاء على التردد على محله، فالحق في المنافسة المشروعة متاح لكل تاجر، ويتمثل هذا الحق في مجموعة من السلطات والصلاحيات التي تمكنه من إستخدام كافة الوسائل العادلة التي لا تتعارض مع الضوابط التي يحددها القانون من أجل تحقيق أفضل النتائج، وإذا خرج التاجر عن هذه الصلاحيات والسلطات وضوابطها القانونية عندئذ توصف أفعاله بأنها غير مشروعة بحيث يترتب عليه مسؤوليته<sup>2</sup>.

وعلى ذلك إذا كان تاجر ما يتمتع بالحرية في إستخدام ما يشاء من الوسائل لجذب العملاء لديه وفقا لمبدأ حرية المنافسة، إلا أن ذلك ليس مطلق بل ترد عليه بعض القيود والتي يترتب على مخالفتها إمكانية قيام المضرور برفع دعوى المنافسة غير المشروعة للمطالبة بالتعويض ووفق التصرفات غير المشروعة أو إزالتها<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - حرية الاستثمار والتجارة معترف بها ، و تمارس في إطار القانون...يمنع القانون... و المنافسة غير النزيهة ، "المادة 43 من قانون رقم 16-01 مؤرخ في 26 مارس سنة 2016 ، يتضمن التعديل الدستوري ، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، العدد 14 ، ص 11.  
- محمود أحمد عبد الحميد مبارك ، العلامات التجارية وطرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين ، مذكرة ماجستير ، قانون خاص ، جامعة النجاح الوطنية ، فلسطين ، 2006 ، ص39.  
<sup>2</sup> - حماد مصطفى عزب ، المنافسة غير المشروعة في مجال الإعلانات التجارية ، دار النهضة العربية للنشر ، مصر ، 2004 ، ص 126.  
<sup>3</sup> -

حين ننظر لمعظم التشريعات نجدها لم تتص صراحة على تعريف المنافسة غير المشروعة، كون إعطاء تعريف محدد للمنافسة غير المشروعة سوف يجعل هذا المصطلح أكثر جمودا بحيث لا ينجس تعريفه في مجتمع يسوده التطور العلمي والفني في مجال إبتكار الحيل وأساليب العث، كما أن تشريع القانون في فترة معينة قد لا يتناسب تطبيقه بعد مرور عشرات السنين، فقد يتخللها حصول التطور والتغيير وإتباع وسائل غير مشروعة قد لا تكون معروفة لدى المشرع عند سن القانون<sup>1</sup>.

وتجد أحكام المنافسة غير المشروعة والتي ترتبط ارتباطا أساسيا لأحكام المسؤولية التصويرية في التشريع الجزائري بأحكام القانون المدني من جهة وأحكام القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية<sup>2</sup>، وفي إطار العلامات التجارية ذكر المشرع أن تقليد العلامات المميزة لعون إقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به، قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك، يشكل منافسة غير مشروعة<sup>3</sup>.

كذلك لقد وضع المشرع الجزائري القانون 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية التي قد تكون إما في شكل ممارسات تجارية غير شرعية أو ممارسات تعسفية، ومن هنا يتبين أن تغيير مدلول المصطلح كان تبعا لتغير الظروف الإقتصادية بالدرجة الأولى والترسانة القانونية بالدرجة الثانية قصد الوصول لحماية المنافسة من الممارسات غير المشروعة<sup>4</sup>.

على خلاف المشرع الجزائري نجد أن المشرع الأردني قد أورد تعريف للمنافسة غير المشروعة وذلك في قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم 15 لسنة

<sup>1</sup> - زينة غانم عبد الجبار الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر و التوزيع، عمان، 2002، ص23.

- قانون رقم 02-04 مؤرخ في 05 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية،<sup>2</sup> الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 41.

<sup>3</sup> - ميلود سلامي، دعوى المنافسة غير المشروعة، (دفتار السياسة و القانون)، العدد 06، جامعة باتنة، الجزائر، 2012، ص 179.

<sup>4</sup> - هناء قماري، دليلة هداهدية، دعوى المنافسة غير المشروعة، مذكرة شهادة الماستر، تخصص قانون الأعمال، جامعة 08 ماي 1945، 2013، 2014، ص 20.

2000 في المادة 2/أ بأنها : يعتبر عملا من أعمال المنافسة غير المشروعة كل منافسة تتعارض مع المنافسات الشريفة في الشؤون الصناعية أو التجارية<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني : شروط قيام المسؤولية التقصيرية المترتبة عن الإعتداء على الحق في العلامة والجزاء المترتب عنها

تعتبر المسؤولية التقصيرية المترتبة عن الإعتداء على العلامة مظهر من مظاهر المسؤولية المدنية، فالأعمال التجارية تفرض على الأفراد إحترام الضوابط التي تقوم عليها هذه الأعمال كإحترام حقوق الغير على العلامة التجارية وعدم التعدي عليها، وأي إخلال بهذا النظام يتحمل صاحبه تبعات والجزاءات على هذا الإخلال .

#### أولا : شروط قيام المسؤولية التقصيرية المترتبة عن الإعتداء على الحق في العلامة

يشترط لقيام دعوى المنافسة غير المشروعة من جراء الإعتداء على العلامة التجارية العناصر التي يتطلبها القانون لقيام المسؤولية، إذا فرغ دعوى المنافسة غير المشروعة معناه رفع دعوى المسؤولية التقصيرية، وعليه يحق لكل تاجر أصيب بضرر ناجم عن فعل المنافسة غير المشروعة أن يرفع دعوى أمام القضاء يطالب فيها بالتعويض عما أصابه من ضرر جراء تلك الأعمال .

في هذا الصدد نصت المادة 124 من القانون الجزائري على أنه :

كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه، ويسبب ضررا للغير بلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض .

فكلما توفرت شروط المسؤولية وهي الخطأ والضرر والعلاقة السببية بينهما تقوم دعوى المنافسة غير المشروعة .

<sup>1</sup> - إيناس مازن فتحي الجبارين ، مرجع سابق ، ص 58.

1. الخطأ : إن أساس المسؤولية عن العمل الشخصي هو الخطأ، فلا بد لكي يسأل الشخص عن تعويض الضرر الذي سببه بفعله الشخصي أن يكون قد ارتكب خطأ، فالخطأ في المسؤولية التقصيرية يقوم على ركنين هما الإنحراف والتمييز، إذ يلزم المشرع الناس ببذل عناية في كل تصرفاتهم، وتتمثل هذه العناية في وجوب يقظة الشخص في سلوكه حتى لا يضر بغيره، ويستوي أن يكون الخطأ عمدياً أو غير عمدي<sup>1</sup>.

إن لقيام المنافسة غير المشروعة يشترط فيها قيام المدعي عليه بممارسات مخلة بالمنافسة منافية للقوانين والعادات والأعراف التجارية وقواعد النزاهة والشرف، مما يشكل خطأ من قبيل المنافسة غير المشروعة، ويعد الخطأ من أدق عناصر دعوى المنافسة غير المشروعة وأكثرها أهمية، لأن الأصل في الميدان التنافسي حرية المنافسة بوصفها حقاً لكل عون إقتصادي، ونظراً لعدم تحديد فكرة الخطأ في القوانين المقارنة عند تنظيمها للمسؤولية عن الفعل غير المشروع، وقد تعددت الآراء في تحديد معنى الخطأ، والمعيار الذي إستقر عليه الفقه والقضاء في تحديد معنى الخطأ هو القيام بأفعال لا تتفق وقواعد الأمانة والشرف والنزاهة في التجارة<sup>2</sup>.

إن للخطأ صور كثيرة يمارسها بعض التجار، ويبتكر البعض الآخر صور أخرى تستهدف جميعها مخالفة القواعد القانونية والعادات التجارية، وبالتالي نشوء المنافسة غير المشروعة<sup>3</sup>.

من خلال إستخدام التاجر لطرق الأمانة في المعاملات، والتي يمكن أن تكون بإتخاذ أساليب أو طرق لا تتفق مع الأعراف التجارية وقواعد الأمانة، وبعبارة أخرى، إن المنافسة بحد ذاتها لا تكفي أن تكون سبباً ليلترتب عليها المسؤولية، بل يجب أن يتحد الخطأ مع المنافسة، سواء كان المنافس حسن النية أو سيء النية، لأنه لا يعقل إفتراض النية الحسنة في شخص قام بأفعال يعلم أنها تخالف الأعراف والعادات والقوانين التجارية بين التجار

<sup>1</sup> - حمادي زبير ، مرجع سابق ، ص 169.

<sup>2</sup> - هناء قماري ، دليلة هداهدية ، مرجع سابق ، ص 55.

<sup>3</sup> - زينة غانم عبد الجبار الصفار ، مرجع سابق، ص 139.

الذين يمارسون نفس النشاط، ولكي نكون أمام منافسة غير مشروعة لا بد من وجود تاجرين أو أكثر يمارسون حرفة مماثلة أو متشابهة وهذا شرط بالغ الأهمية<sup>1</sup>.

وحسب نص المادة 27 من قانون رقم 02/04 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية على:

تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في مفهوم أحكام هذا القانون، لا سيما منها الممارسات التي يقوم من خلالها العون الإقتصادي بما يأتي:

" تقليد العلامات المميزة لعون إقتصادي منافس أو تقليد منتوجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به، قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك ..."

إلا أن هناك صورة أخرى من المنافسة غير المشروعة وترتبط بالمنافسة الطفيلية، فالمشروع الطفيلي يحاول أن يفيد من مبادرة وجهود وإستثمارات مشروع آخر، أو ما توصل إليه من تقنيات مبتكرة أو ما حظي به إسمه وعلاماته التجارية من قبول لدى العملاء، على الرغم من أن كلا المشروعين يمارس نشاطا تجاريا مختلف عن نشاط آخر، فقد تحظى علامة تجارية معينة بشهرة كبيرة في قطاع إقتصادي ما كقطاع السيارات علامة مازدا مثلا، فيحاول منتج آخر غير من سجلت العلامة بإسمه أن يستخدمها في قطاع إقتصادي بعيد عن صناعة السيارات كالمصابيح الكهربائية، فهذا يعد عمل من الأعمال الطفيلية.

إن العمل الذي يتحصل في الإفادة من جهد الآخرين وما أجروه من دعاية وإعلان، وما بذلوه من إستثمارات دون وجه حق، يعد عملا من أعمال المنافسة الطفيلية، وخطأ يقتضي تعويض ما ينشأ عنه من أضرار، ومفهوم الأعمال الطفيلية من شأنها أن توسع من نطاق دعوى المنافسة غير المشروعة لتشمل أعمالا لم تكن لتقع تحت طائلتها من قبل، كإستغلال قيم إقتصادية حصلها مشروع آخر بجهد أو بإستثماراته دون أن تكون هناك علاقة

<sup>1</sup> - محمود أحمد عبد الحميد مبارك، مرجع سابق، ص 40-41.

تنافسية بينه وبين المشروع المتطفل، ويتوسع البعض في نطاق نظرية الأعمال الطفيلية ليجعلوا منها صورة من صور<sup>1</sup> الإثراء بلا سبب<sup>2</sup>.

**2. الضرر :** لما كانت دعوى المنافسة غير المشروعة تستند إلى القواعد العامة في المسؤولية التقصيرية، فإنه لا يكفي وجود خطأ لقيامها وإنما يجب أن يكون هناك ضرر يقع على رافع الدعوى، فوجود الضرر شرط لازم للمطالبة بالتعويض وفقا للقواعد العامة في المسؤولية المدنية<sup>3</sup>.

إذ لا يمكن المطالبة بأي تعويض وفق دعوى المنافسة غير المشروعة إلا إذا أدت أفعال المنافسة غير المشروعة إلى إحداث ضرر للتاجر المنافس الذي وقع الإعتداء على علامته التجارية، والضرر<sup>4</sup> قد يكون ضررا ماديا يصيب صاحب العلامة في علامته التجارية المتعلقة بالتجارة سواء كانت علامة تجارية أو علامة مصنع أو خدمات متعلقة بالخدمات، كما قد يكون الضرر معنويا يصيب صاحب العلامة في سمعته التجارية وسمعة علامته المتعلقة بتجارته<sup>5</sup>.

لا يشترط في الضرر أن يكون جسيما أو طفيفا وإنما يكفي أن يكون الضرر احتماليا، خصوصا وأن حق الإتصال بالعملاء ليس حقا ثابتا وأكد، وإنما هو حق متحرك ومتقلب ينطوي على مجرد إستمرار التعامل معهم دون عنصر الإلتزام<sup>6</sup>، لذلك يقع عبء إثبات الضرر على المدعي، سواء أكان ضررا ماديا أو أدبيا، صغيرا أو جسيما، حالا أو مستقبلا، إلا أنه قد يجد القضاء بعض الصعوبات في تحديد مقدار التعويض، إذ أن الضرر الذي ينتج عن أفعال المنافسة غير المشروعة، متمثلا في التقليد والإغتصاب، إنما يؤثر بصورة مباشرة أو غير مباشرة على عنصر الإتصال بالمستهلك، ويمكن رفع الدعوى وإن لم يكن الضرر

<sup>1</sup> - محمد سلمان الغريب ، مرجع سابق ، ص 101.

<sup>2</sup> - كل من نال أو اثرى من عمل الغير أو من شيء له منفعة ، ولو بحسن نية ودون سبب قانوني فإنه يلتزم بتعويض من وقع الإثراء على حسابه بقدر ما استفاد من العمل أو الشيء ، و في حدود ما لحقه من خسارة ، المادة 141 من الأمر 58/75 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 ، المتضمن القانون المدني ، المعدل و المتمم ، ص 26.

<sup>3</sup> - حماد مصطفى عزب ، مرجع سابق ، ص 164.

<sup>4</sup> - يعرف الضرر بأنه المساس بحق من حقوق الإنسان أو بمصلحة مشروع له ، و الجدير بالذكر أنه إذا لم يترتب الضرر تنتفي المسؤولية المدنية

<sup>5</sup> - عملا بالقاعدة العامة لا دعوى بلا مصلحة و على من يدعي الضرر ان يثبت بكافة الوسائل ، حمادي زوبير ، مرجع سابق ، ص 175.

<sup>6</sup> - ميلود سلامي ، مرجع سابق ، ص 183.

<sup>6</sup> - حمادي الزوبير ، مرجع سابق ، ص 176.

متحققا، بل يتوقع حدوثه في المستقبل، فتمتد صلاحية القاضي للحد من تمادي أفعال المنافسة غير المشروعة التي تحدث مستقبلا، وفي سبيل إجبار المنافس على الكف عن تلك الأعمال دون تكليف المدعي إثبات الضرر<sup>1</sup>.

**3. العلاقة السببية :** هي الركن الثالث من أركان المسؤولية، ويقصد بها أنه إذا توافر ركنا الخطأ والضرر فلا بد أن يكون الضرر قد نشأ عن الخطأ نفسه، فالعلاقة السببية هي علاقة السبب بالنتيجة، وبالتالي يجب أن يكون خطأ المنافس منافسة غير مشروعة سببا في حدوث الضرر بالنسبة للمنافس<sup>2</sup>.

يعتبر تحديد فكرة الرابطة السببية بين الخطأ والضرر من الأمور أو المسائل الدقيقة ويرجع إلى سببين هما:

- الأول هو أنه كثيرا ما تساهم عدة أسباب في إحداث الضرر وبذلك فمن اللازم معرفة مدى مساهمة كل هذه الأسباب في إحداث الضرر وتسمى هذه الحالة بتعدد الأسباب ووحدة الضرر.

- أما الثاني فيتمثل في حالة حدوث خطأ واحد يكون سببا في إحداث عدة أضرار متتالية وتسمى هذه الحالة بوحدة السبب وتسلسل الأضرار<sup>3</sup>.

وعليه يمكن القول بأن رابطة السببية تقتضي في الأساس أن يكون هناك تشابه أو تماثل بين نشاط كل من مرتكب الفعل غير المشروع والشخص المتضرر منه، أي أن يباشر كل من المدعي والمدعى عليه نفس النشاط المنافس، ويقدم للزبائن منتجات أو خدمات ذات نماذج متماثلة أو علامات مشابهة<sup>4</sup>.

على صاحب العلامة المتضرر أن يقيم الدليل على ارتكاب فعل المنافسة ثم على الضرر الذي لحق به، وعليه أيضا أن يثبت أن هذا الضرر كان نتيجة مباشرة للفعل المرتكب، ويكون ذلك بكافة طرائق الإثبات، وقد يصعب على المدعي إثبات العلاقة السببية،

<sup>1</sup> - زينة غانم عبد الجبار الصفار ، مرجع سابق ، ص 140-141.

<sup>2</sup> - حمادي زوبير ، مرجع سابق ، ص 177.

<sup>3</sup> - هناء قماري دليلة هداهدية ، مرجع سابق ، ص 56.

<sup>4</sup> - زينة غانم عبد الجبار الصفار ، مرجع سابق ، ص 145-146.

إلا أن الإتجاه القضائي الرامي إلى التخلص من صعوبة إثبات العلاقة السببية، وجعل عبء الإثبات أيسر بالنسبة للتاجر المتضرر من أفعال المنافسة غير المشروعة، لم يكن يعني التخلص تماما من عبء الإثبات، بل مجرد تخفيفه<sup>1</sup>.

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

لكن يمكن أن تنتفي العلامة السببية متى كان الفعل الصادر من أحد التجار ناتجا عن سبب أجنبي كالقوة القاهرة أو فعل الغير، أو خطأ المضرور، كما تنتفي العلاقة كذلك في حالة إنتفاء أي شرط من شروط المنافسة بما فيها شرط المنافسة نفسه<sup>3</sup>.

### ثانيا : جزاء قيام المسؤولية التقصيرية المترتبة عن الإعتداء على الحق في العلامة

إذا توافرت شروط قيام المنافسة غير المشروعة يجوز لصاحب العلامة المضرور المطالبة بالتعويض، ويكون التعويض متمثلا بدفع ما قد يستحق للمضرور مقابل الضرر الذي أصابه بسبب خسارة أو فوات فرصة ربح وهو ما يعرف بالتعويض المادي، وعلى هذا الأساس قضى قضاة مجلس قضاء الجزائر في قضية Rêve Dor الذي ينافس صاحبها صاحب علامة Rêve Désiré منافسة غير مشروعة، ومن ثم حكمت بالتعويض

<sup>1</sup> - زينة غانم عبد الجبار الصفار، مرجع نفسه، ص 145-146.-

<sup>2</sup> - عائشة شابي، مروة بن سديرة، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2013، 2014، ص 54.

<sup>3</sup> - معين فندق الشناق، الإحتكار و الممارسات المقيدة للمنافسة، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الأردن، 2010، ص 233.

للمضرور، وقد يكون بسبب ما أصابه في سمعته أو شهرته، وهذا ما يسمى بالضرر المعنوي<sup>1</sup>.

أما فيما يتعلق بمقدار التعويض، فيكون أصلا على وفق القواعد العامة في المسؤولية المدنية، التقصيرية منها والعقدية، أي يكون التعويض بقدر الضرر، وإذا لم يتيسر للقاضي تقدير التعويض فله أن يحكم بمبلغ جزافي لتعويض الضرر، أي لا يراعي في تقديره أن يكون مساويا لقيمة الضرر، بل يكون كافيا لجبر الضرر، ويتوفر للمحكمة بالمنافسة غير المشروعة إمكانية تحديد نطاق التعويض والضرر باستخدام السلطة التقديرية لها، إستنادا إلى الأدلة القائمة، أو قد تستعين بأهل الخبرة لتحديد مقدار الضرر<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - حمادي زوبير ، مرجع سابق ، ص 108.  
<sup>2</sup> - زينة غانم عبد الجبار الصفار ، مرجع سابق ، ص 148.

### المبحث الثاني : الحماية الجزائية للعلامة التجارية

يعد القضاء نموذجا للآليات إجرائية، إذ أن كل شخص له مصلحة يحميها القانون يتمتع بحق اللجوء إلى القضاء ورفع الدعوى فالدعوى هي وسيلة حماية الحق وطريق من الطرق التي يسلكها صاحب العلامة التجارية من أجل حماية علامته من الإعتداء، وكذلك لوقف الإعتداء عليها، والمطالبة بالتعويض عن الأضرار التي سببها له الإعتداء، الذي قد تلحقه من ممارسات بعض التجار الآخرين على أساس دعوى المنافسة غير المشروعة، وتبرز أهمية هذه الدعوى جليا في الدول التي تأخذ بنظام الإقتصاد الحر ومبدأ التجارة إذ تصل المنافسة بين التجار إلى أقصى درجاتها بقصد الحصول على أكبر قدر من الربح .

كما يمكن لصاحب الحق إذا أراد التعجيل في بعض الأمور التي يراها إذا لم يتم التعجيل فيها قد يؤدي ذلك إلى أضرار أخرى تصيبه أكثر، لذلك أعطى له القانون الحق في اللجوء للقضاء من أجل رفع دعوى إستعجالية لحماية حقه بطريقة مستعجلة، وهذا ما نحاول تناوله من خلال هذين المطلبين :

#### المطلب الأول : دعوى المنافسة غير المشروعة

إن العلامة التجارية تعد إحدى وسائل المنافسة الحرة لجذب العملاء والتعريف بالمنتجات فإن أية إساءة إليها بوسائل غير مشروعة تجعل من حق صاحب المصلحة أن يرفع دعوى المنافسة، في الأصل تعتبر حرية المنافسة أمراً مشروعاً ومرغوباً فيه، إذ يرجع الفضل لها في ازدهار المشاريع الإقتصادية للبلدان، فهي بمثابة قدرة خلاقة تدفع الشخص إلى الابتكار وتحفزه على الإتقان والإبداع، إذا تمت بطرق مشروعة، أما إذا تمت بوسائل غير مشروعة فينجم عنها ضرر يستوجب التعويض .

### الفرع الأول : أصحاب الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة

إن الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة لا يقتصر على مالك العلامة التجارية فقط، بل يمتد ليشمل كل شخص أصابه ضرر جراء المنافسة غير المشروعة، لأن دعوى المنافسة غير المشروعة هي دعوى مسؤولية تهدف إلى تعويض أي ضرر ناشئ عن الفعل الضار، وعليه تقبل الدعوى من كل من أصابه ضرر سواء مالك العلامة أو شخص آخر<sup>1</sup>.

يمكن مباشرة دعوى المنافسة غير المشروعة ضد شخص لا يمارس تجارة مشابهة، في حالة تمتع المدعي بشهرة واسعة تجذب المستهلك، إما لإسمه التجاري أو لعلامته التجارية المميزة، فيؤدي استخدام المدعي عليه ذات الإسم أو العلامة وإن كانت التجارة مختلفة، إلى إعتقاد الجمهور بعائدية هذه التجارة للمدعي صاحب الإسم أو العلامة، ويطلق على هذا النوع من المنافسة، المنافسة الطفيلية<sup>2</sup>، فقد حلل أحد الفقهاء المتخصصون في دراسة حقوق الملكية الصناعية وهو Saint Gal فكرة المنافسة الطفيلية بأنها تتألف من الغير الذي يعيش على الإستفادة من مجهودات الغير التي يبذلها هؤلاء وحققت لهم شهرة وسمعة طيبة بإسمهم التجاري أو علامتهم المميزة لمنتجاتهم، فالمنافسة الطفيلية لا تبحث

<sup>1</sup> - زينة غانم عبد الجبار الصفار، مرجع سابق، ص 129.

<sup>2</sup> - الكائن الطفيلي هو الذي يعيش على غذاء كائن آخر مما يؤدي إلى ذبول هذا الأخير و هلاكه، و كذلك الطفيلي على الصعيد الاقتصادي يسعى على حصاد ثمار ما زرعه الآخرين انظر: محمد سلمان الغريب، الإحتكار و المنافسة غير المشروعة، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية للنشر، مصر، 2004، ص98.

صراحة من أجل الخلط بين المنتجات، ولكنها توحى بأنها تصرفات تعد خرقاً لحقوق الغير، وتؤدي إلى إجتياز كل حدود دعوى المنافسة غير المشروعة<sup>1</sup>.

لهذا يمكن إدراج فئة معينة يحق لها اللجوء إلى القضاء من جراء التعدي على العلامة التجارية بطريقة غير مشروعة، وتتمثل هذه الفئة في صاحب العلامة الذي باشر إجراءات تسجيل العلامة لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية، فإذا كانت هذه الإجراءات صحيحة وفقاً للقانون، وكانت العلامة مستجيبة للشروط، يجوز له أن يرفع دعوى قضائية للحصول على التعويض من جراء تصرفات غير شرعية، وكذلك يجوز للمرخص له وهو الشخص الذي يمنح له صاحب العلامة التجارية حق استغلال علامته، فيجوز له في هذه الحالة رفع دعوى قضائية للحصول على تعويض من جراء التعدي على العلامة، هنالك كذلك فئة المستهلك المستحق الحماية، فهو المستهلك<sup>2</sup> الأخير الذي يتمثل في الشخص الطبيعي المقتني لمنتج معين لتحقيق رغبة الإستهلاك الشخصي أو العائلي، لذا يحق لهذا المستهلك متى تضرر من جراء تصرف تاجر آخر كان يوهمه بأن المنتج من نوع معين أو يحمل علامة معينة ذات سمعة مثلاً، أن يرفع دعوى ضده للمطالبة بالتعويض<sup>3</sup>.

وقد إشتراط المشرع أن تكون العلامة التجارية مسجلة لكي يستطيع صاحبها رفع دعوى المنافسة غير المشروعة ويكون ذلك لدى المصلحة المختصة حتى تتمتع بالحماية القانونية المقررة لها في حالة التعدي عليها، فجميع العلامات التجارية مهما كان نوعها يجب القيام بتسجيلها، فلا وجود لإعتداء مالك العلامة بأنه لا يعلم بالإجراءات الواجب اتباعها.

إن التسجيل هو قيام مالك العلامة بقيد علامته لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية وتسلم له الشهادة التي تثبت تسجيله للعلامة والعبارة هنا ليست بالأسبقية في الإستعمال، وإنما في تسجيل العلامة كما سبق وأن رأينا ذلك، وتوفر شرط التسجيل يضيف على العلامة

<sup>1</sup> - زينة غانم عبد الجبار الصفار ، مرجع سابق ، ص 131.

<sup>2</sup> - المستهلك هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجاناً ، سلعة أو خدمة موجهة للإستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به ، قانون رقم 03/09 مؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فبراير سنة 2009 ، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، الجريدة الرسمية ، العدد 15 ، ص 13.

<sup>3</sup> - حمادي زبير ، مرجع سابق ، ص 164، 166.

التجارية الحماية القانونية الواجبة، فالتسجيل يعد شرط أساسي حتى تتمتع العلامة التجارية بالحماية المقررة لها، ويكفي مجرد تسجيل العلامة التجارية لتتمتع بالحماية القانونية حتى ولو لم يتم إستعمالها ووضعها فعلا على البضائع<sup>1</sup>.

وفي حالة ما إذا كانت العلامة التجارية غير مسجلة فلا يمكن حمايتها قانونا مثلها مثل العلامة التجارية المسجلة، ولكن يمكن حمايتها وفقا للقواعد العامة المتعلقة بالمسؤولية عن الأفعال الضارة إلا أن المشرع الجزائري لا يربط بين تسجيل العلامة لتمتعها بالحماية القانونية فقط، بل أنه لا يجيز إطلاقا إستعمال العلامة غير المسجلة ولا يضيف عليها أي حماية قانونية، فالمشرع الجزائري يمنع أستعمال أي علامة تجارية مهما كانت إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب لتسجيلها، فشرط تسجيل العلامة التجارية في القانون الجزائري هو شرط لحماية العلامة، فضلا على أنه شرط أساسي لإستعمال العلامة على السلع والخدمات<sup>2</sup>.

لقد كان موقف المشرع الجزائري واضحا بالنسبة للعلامات التجارية غير مسجلة، لأنه إشتراط وأوجب تسجيل العلامة التجارية وذلك من أجل القيام بحمايتها قانونيا، وأي عمل يخالف ذلك لا يمكن الإعتداد به، بل وذهب المشرع الجزائري إلى أبعد من ذلك حين قرر عدم إمكانية إستعمال أي علامة إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها، فالمشرع الجزائري لم يكن صريح بشأن حماية العلامات التجارية غير مسجلة كونه لم يورد أي نصوص قانونية توضح ذلك أو تنظم ذلك<sup>3</sup>.

وكذلك يملك صاحب علامة ذات شهرة في الجزائر الحق في منع الغير من إستعمال علامته دون رضاه، وهو ما جاءت به نص المادة 09 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، لم يشترط الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات لتمتع العلامة التجارية المشهورة بالحماية القانونية في الجزائر، يكون قد سبق وأن تم تسجيلها في بلدها الأصلي، في المقابل إشتراط فقط أن تكون العلامة قد إكتسبت شهرتها في الجزائر، وهذا على خلاف بعض القوانين التي

<sup>1</sup> - صلاح زين الدين، الملكية الصناعية و التجارية، مرجع سابق، ص 247.

<sup>2</sup> - ميلود سلامي، مرجع سابق، ص 154.

<sup>3</sup> - ميلود سلامي، مرجع سابق، ص 157.

تشرط لتمتع العلامة المشهورة بالحماية في البلد المراد حمايتها فيه أن تكون مسجلة في بلدها الأصلي<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني : الجهة القضائية المختصة

تعتبر المحكمة المختصة هي المحكمة التي يجوز لها الفصل في دعاوى المنافسة غير المشروعة<sup>2</sup>، ويجب أن تكون مختصة سواء كان إختصاصها نوعيا أو محليا .

#### أولا : الإختصاص النوعي

إن فيما يتعلق بتحديد الجهة القضائية المختصة للفصل في الدعوى المدنية فيبقى الأمر يخضع للقواعد العامة للإختصاص المنصوص عليها في قانون الإجراءات المدنية والإدارية والمتمثلة كأصل عام في نص المادة 32<sup>3</sup> والتي تنص على :

المحكمة هي الجهة القضائية ذات الإختصاص العام وتشكل في أقسام يمكن أن تشكل من أقطاب متخصصة .

تفصل المحكمة في جميع القضايا لا سيما المدنية والتجارية و... التي تختص بها إقليميا ...

<sup>1</sup>- ميلود سلامي ، مرجع سابق ، ص 53، 52.

<sup>2</sup>- المنافسة غير المشروعة ترتبط أيضا بالممارسات المقيدة للمنافسة في الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة المعدل و المتمم بالقانون رقم 12/08 ، هذا الأمر كذلك لم يعطي تعريفا للمنافسة غير المشروعة و إنما حدد الممارسات و الأعمال التي تفيد المنافسة. إن المشرع الجزائري أورد استثناءات غير التي جاء بها قانون إجراءات المدنية و الإدارية ، و قد نصت عليها قوانين متفرقة مثل الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة ، لتخرج بعض المنازعات من إختصاص المحاكم العادية و مثالها مجلس المنافسة الذي يتدخل في كل الخلافات التنزاعية المرتبطة بالمنافسة ، لتخرج بعض المنازعات من إختصاص المحاكم العادية و مثالها مجلس المنافسة الذي يتدخل في كل الخلافات التنزاعية المرتبطة بالمنافسة ، ويتمتع بسلطة القرار كما كانت الممارسات و الأعمال المودعة أمامه مخالفة للمنافسة المشروعة ، إذ أراد المشرع أن يجعل من المجلس الضابط الأساسي للمنافسة و الخبير الرسمي في ميدان المنافسة، وليد كحول ، مرجع سابق ، ص 239.

<sup>3</sup>- المادة 32 من قانون رقم 09/08 المؤرخ في صفر عام 1429 الموافق 25 فبراير سنة 2008 ، يتضمن قانون الإجراءات المدنية و الإدارية، ص05.

إن الجهة المختصة نوعيا للفصل في الدعوى هي المحكمة غير أن العمل جرى على تخصيص أقسام في المحاكم وكل قسم مختص بمنازعات محددة، فمثلا القسم التجاري يختص بالمنازعات التجارية<sup>1</sup>.

تعتبر أعمال المنافسة غير المشروعة أعمالا تجارية بالتبعية<sup>2</sup>، لذلك يعد القسم التجاري للمحكمة هو المختص للنظر في دعوى المنافسة غير المشروعة .

إن جعل المحاكم ذات إختصاص نوعي للفصل في القضايا المتعلقة بالعلامات التجارية أهمية بالغة تكمن فيما يلي :

- من حيث الأطراف يجوز لأي خصم الدفع بعدم الإختصاص النوعي، وهذا يشمل حتى الخصم الذي رفع الدعوى على خلاف قاعدة من قواعد الإختصاص النوعي، ويجوز للمتدخل في الخصومة أن يدفع بعدم الإختصاص النوعي، ويجوز للمتدخل في الخصومة أن يدفع بعدم الإختصاص، على النيابة العامة إذا كانت ممثلة في الدعوى بصفتها طرفا منضما أن تلفت نظر المحكمة إليه ولو لم يدفع به الخصوم، وتقضي المحكمة من تلقاء نفسها بعدم إختصاص، ولا يجوز للخصوم الإتفاق على مخالفة قواعد الإختصاص النوعي أو التنازل عنها .

- من حيث المواعيد يمكن إثارة الدفع المتعلق بالنظام العام في أية مرحلة تكون عليها الدعوى ويتم ذلك حتى ولو قدم لأول مرة أمام المحكمة العليا<sup>3</sup>.

وقد استحدث المشرع الجزائري الأقطاب المتخصصة المنعقدة في بعض المحاكم، وتختص الأقطاب المتخصصة بالنظر في النظر في قضايا التجارة الدولية، والإفلاس والتسوية القضائية والمنازعات المتعلقة بالبنوك ومنازعات الملكية الفكرية، والمنازعات البحرية والنقل الجوي ومنازعات التأمينات، وتحدد محاكم الأقطاب المتخصصة عن طريق

<sup>1</sup> - عائشة شابي ، مروة بن سديرة ، مرجع سابق ،ص56.

<sup>2</sup> - يعد عملا تجاريا بالتبعية : الأعمال التي يقوم بها التاجر و المتعلقة بممارسة تجارته أو حاجات متجره ، الإلتزامات بين التجار ، المادة 04 من الأمر 59/75 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 الذي يتضمن القانون التجاري ، المعدل و المتمم ، ص 03.

<sup>3</sup> - حمادي زوبير ، مرجع سابق ، ص 159-160.

التنظيم وتفصل الأقطاب المتخصصة في القضايا المطروحة أمامها بتشكيلة جماعية من ثلاث قضاة وتكون أحكام المحاكم قابلة للإستئناف<sup>1</sup>.  
وعليه يبقى هناك فراغ على مستوى تطبيق النص إلى حين تنصيب الأقطاب القضائية المتخصصة بمنازعات الملكية الفكرية.

### ثانيا : الإختصاص المحلي

بالنسبة للإختصاص المحلي أو ما يعرف بالإختصاص الإقليمي فإنه يطبق نفس القواعد العامة للإختصاص المنصوص عليها في قانون الإجراءات المدنية والإدارية ذلك لعدم وجود نصوص خاصة تحدد ما يمكن أن يعتبر من إجراءات لرفع الدعاوى في مجال حقوق الملكية الصناعية وخاصة دعوى المنافسة غير المشروعة<sup>2</sup>، وقد نصت المادة 37 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية على:

يوول الإختصاص الإقليمي للجهة القضائية التي يقع في دائرة إختصاصها، موطن المدعى عليه، وإن لم يكن له موطن معروف فيعود الإختصاص للجهة القضائية التي يقع فيها آخر موطن له، وفي حالة إختيار موطن يوول الإختصاص الإقليمي للجهة القضائية التي يقع فيها موطن المختار، ما لم ينص القانون على خلاف ذلك .

<sup>1</sup> - فريجة حسين ، المبادئ الأساسية في قانون الإجراءات المدنية و الإدارية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، 2010، ص35.  
<sup>2</sup> - عائشة شابي ، مروة بن سديرة ، مرجع سابق ، ص 56.

نجد أن المشرع الجزائري قد خص المحكمة التي يقع بدائرة إختصاصها موطن المدعى عليه، ومعلوم أن موطن المدعى عليه هو مكان مزاولته للتجارة هذا إن كان شخصا معنويا فموطنه هو مقر الشركة<sup>1</sup>.

أما فيما يخص التقادم ففي جميع الأحوال يرجع إلى القواعد العامة وذلك بإنقضاء 15 سنة من يوم وقوع الفعل الضار، ذلك أن دعوى المنافسة غير المشروعة هي دعوى التعويض عن الأضرار<sup>2</sup>.

### المطلب الثاني : الدعوى الإستعجالية

إن الدعوى الإستعجالية هي الدعوى التي يلجأ لها صاحب الحق في العلامة التجارية عند الإعتداء عليها في حالة ما إذا أراد التعجيل والإسراع في بعض الأمور التي يرى أن إستمرارها في الوقت الحالي سيزيد من الأضرار التي تصيبه، وكما هو معلوم فإن القضاء الإستعجالي أو قضاء الأمور المستعجلة هو ذلك النوع من القضاء الذي يبيت في القضايا والمسائل التي يخشى عليها من فوات الوقت أو من خطر عاجل، ولا ينعقد الإختصاص فيه إلا لرئيس المحكمة بصفته قاضيا للأمور المستعجلة بشروط محددة، إلا أن إختصاص رئيس المحكمة التجارية بصفته قاضيا للأمور المستعجلة ينعقد بغض النظر عن توفر تلك الشروط من عدمها، حيث منح هذا الإختصاص بقوة القانون .

<sup>1</sup> - وليد كحول، مرجع سابق ، ص 239.

- تسقط دعوى التعويض بانقضاء خمس عشرة (15) سنة من يوم وقوع الفعل الضار، المادة 133 من الأمر رقم 58/75 المتضمن القانون المدني ،<sup>2</sup> المعدل و المتمم ، ص 24.

إن القضاء المستعجل هو قضاء مؤقت لا يمس بأصل الحق وذلك وفقا لما جاء في نص المادة 918 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية التي تنص على أنه :

يأمر قاضي الإستعجال بالتدابير المؤقتة .

لا ينظر في أصل الحق، ويفضل في أقرب الآجال .

وكإجراء قضائي مستعجل وتحفظي يجوز لصاحب الحق الذي اعتدى على علامته التجارية وفي معرض دعواه المدنية أو الجزائية، أن يطلب الحجز التحفظي على التي ارتكب التعدي بشأنها أينما وجدت .

### الفرع الأول : الإجراءات التحفظية

تنص المادة 34 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات على مايلي :

يمكن مالك العلامة بموجب أمر من رئيس المحكمة، الإستعانة عند الإقتضاء، بخبير للقيام بوصف دقيق للسلع التي يزعم ان وضع العلامة عليها قد ألحق به ضررا وذلك بالحجز أو بدونه .

يتم إصدار الأمر على ذيل عريضة بناءا على إثبات تسجيل العلامة .

عندما يتأكد الحجز، يمكن أن يأمر القاضي المدعي بدفع كفالة .

يتضح من خلال هذا النص أنه يجوز لكل صاحب علامة تجارية مسجلة أن يطلب

إتخاذ إجراءات تحفظية لإثبات الإعتداء على حقه في العلامة التجارية سواء بتقليدها أو إغتصابها قبل رفع الدعوى، لكن بشروط معينة يجب توافرها .

### الفرع الثاني : شروط الإجراءات التحفظية

- نستخلص من نص المادة 34 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات أنه يجب أن تتوفر بعض الشروط فيما يلي<sup>1</sup>:
- يجب أن يكون الإجراء دائما بطلب من صاحب العلامة، إذ يعد هذا الإجراء أمرا إختياريا، فيجوز له التنازل عنه .
  - يجب على صاحب العلامة التجارية إثبات تسجيل علامته لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، وذلك عن طريق تقديم شهادة التسجيل الممنوحة من المعهد .
  - أن يرفع الطلب إلى رئيس المحكمة المختصة .
  - تقديم كفالة من صاحب الطلب، وهذا الشرط لا يعد ضروريا، إلا أنه يمكن للقاضي أن يشترط تقديم كفالة إذا رأى أن هناك ضرورة في ذلك، أما بالنسبة للأجانب فإن تقديم الكفالة يعد شرطا إلزاميا .
  - ترك نسخة من الأمر أو نسخة من العقد المثبت لإيداع الكفالة، وذلك لأصحاب الأشياء الموصوفة أو الحجز .
  - اللجوء إلى المحكمة المختصة للفصل في الموضوع، في أجل أقصاه شهر من تاريخ طلب الإجراءات التحفظية، وإلا بطلت هذه الإجراءات بقوة القانون .
  - وهكذا يتعين على كل من طلب الإجراءات التحفظية لإثبات الإعتداء على ملكية علامته أن تتوفر فيه الشروط السابقة وإلا اعتبرت تلك الإجراءات باطلة بقوة القانون .

### الفرع الثالث : إجراءات الحجز والوصف

- متى توفرت الشروط السابقة يجوز لصاحب العلامة التجارية أن يستصدر بناء على عريضة مرفقة بشهادة تسجيل العلامة التجارية أمرا من رئيس المحكمة المختصة بإتخاذ الإجراءات التحفظية اللازمة .

<sup>1</sup> - حمادي زوبير ، مرجع سابق ، ص212.

### أولا : إجراء الوصف المفصل

يقصد بهذا الإجراء تحرير محضر حصر ووصف تفصيلي عن الآلات والأدوات التي تستخدم أم تكون قد استخدمت في ارتكاب الجريمة وعن المنتجات أو البضائع أو عنوان المحل أو الأغلفة أو الأوراق أو غيرها من الأشياء التي تكون قد وضعت عليها العلامة أو البيان موضوع الجريمة، وكذلك البضائع المستوردة من الخارج إثر ورودها<sup>1</sup>. كل هذا يكون بموجب أمر على ذيل عريضة يصدره رئيس المحكمة المختصة بعد إثبات تسجيل العلامة، ويقوم بتنفيذ الوصف المحضر القضائي في الأصل، كما يمكن الإستعانة عند الإقتضاء بخبير مختص، وفي حالة إجراء الوصف المفصل للسلع مع ضرب الحجز عليها، فإن الحجز هنا يعد جزاء تحفظيا وتطبق في شأنه أحكام المواد 650<sup>2</sup> و 659 وما بعدها من قانون الإجراءات المدنية والإدارية<sup>3</sup>.

### ثانيا : إجراءات الحجز

يتم توقيع الحجز على الأشياء التي تكون قد وضعت عليها العلامة أو البيان موضوع الجريمة، وذلك بوضع هذه المنتجات والآلات تحت تصرف القاضي، ويجوز للقاضي الإستعانة بخبير أو أكثر لمساعدة المحضر في عمله، والهدف من الحجز هو إثبات وقائع يمكن أن تطمس أدلتها<sup>4</sup>.

وقد أجاز القانون الجزائري لرئيس المحكمة عند تأكد الحجز أن يأمر مالك العلامة بدفع كفالة وهو ما نصت عليه نص المادة 34 المذكورة سابقا من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات، وقد أجاز المشرع الجزائري في قانون الإجراءات المدنية والإدارية

<sup>1</sup> - حمادي زوبير ، مرجع سابق ، ص 2013.

<sup>2</sup> - يجوز لكل من له ابتكار أو إنتاج مسجل ومحمي قانونا ، أن يحجز تحفظيا على عينة من السلع أو نماذج من المصنوعات المقلدة ، بحرر المحضر القضائي ، محضر الحجز ، بين فيه المنتج أو العينة أو النموذج المحجوز ، و يضعه في حرز مختوم ومشتمع ، و إيداعه بأمانة ضبط المحكمة المختصة إقليميا ، المادة 650 من قانون رقم 09/08 يتضمن قانون إجراءات المدنية و إدارية ، ص 70.

<sup>3</sup> - ميلود سلامي ، مرجع سابق ، ص 202 ، 203.

<sup>4</sup> - حمادي زوبير ، مرجع سابق ، ص 213.

للمحضر القضائي أن يستعين بالقوة العمومية لتنفيذ أمر الحجز التحفظي إلا أن القضاء الفرنسي إعتبر الحجز تعسفيا عندما يتم إستدعاء القوة العمومية وحضورها إجراءات الحجز<sup>1</sup>.

لقد ألزم المشرع الجزائري طالب الحجز التحفظي من اللجوء إلى الجهة القضائية بالطريق المدني أو بالطريق الجزائي في أجل شهر، وإلا أصبح الوصف أو الحجز باطلا بقوة القانون مع إمكانية المطالبة بالتعويض<sup>2</sup>.

وبطلان محضر الحجز لا يمس بصحة دعوى الموضوع المرفوعة سواء أمام القضاء المدني أو القضاء الجزائي، أي أن ذلك لا يؤثر على حق المدعي في رفع الدعوى سواء أمام قاضي الموضوع، كون الحجز لا يعد في هذه الحالة سوى دليل من أدلة الإثبات، لكن يترتب على هذا البطلان ضرورة إستبعاد محضر الحجز من ملف الدعوى<sup>3</sup>.

إن المشرع الجزائري ألزم صاحب العلامة باللجوء إلى القضاء المدني أو الجزائي خلال أجل قدره شهر من توقيع الحجز، ولا يوجد مبررا لكل هذه المدة في رفع دعوى الموضوع كون القاعدة في الحجز التحفظي في قانون الإجراءات المدنية والإدارية هو ضرورة تثبيت الحجز في أجل 15 عشر يوما، كما أن أغلب التشريعات قلصت هذه المدة إلى أقل من 15 عشر يوما، فقد حدد المشرع الفرنسي والمصري أجل قدره 15 عشر يوما فقط، بينما ذهب المشرع الأردني إلى أجل قدره 08 أيام فقط، ومن ثم فإن أجل 30 يوما الذي حدده المشرع الجزائري يعد أجلا طويلا يتعين على الأقل تقليصه إلى أجل 15 عشر يوما توحيدا للأجال في قانون العلامات وقانون الإجراءات المدنية والإدارية<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - ميلود سلامي ، مرجع سابق ، ص 202، 203.

<sup>2</sup> - عائشة شابي ، مروة بن سدبيرة ، مرجع سابق ، ص 75.

<sup>3</sup> - ميلود سلامي ، مرجع سابق ، ص ، 204.

<sup>4</sup> - ميلود سلامي ، مرجع نفسه ، ص 204.



خاتمة

## خاتمة:

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، تماشيا 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 باختلاف 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

## الختام

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 مثلاً 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 أيضاً 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 .

# الختام

ويمكن في الأخير إدراج التوصيات التالية :

- 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 إلتزامات 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 والمصادر

### قائمة المصادر والمراجع

#### أ) النصوص القانونية:

##### 1- الدستور:

- دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية سنة 1996 : الجريدة الرسمية رقم 76 المؤرخة في 8 ديسمبر 1996. معدل ب : القانون رقم 03-02 المؤرخ في 10 أبريل 2002 الجريدة الرسمية رقم 25 المؤرخة في 14 أبريل 2002 . والقانون رقم 19-08 المؤرخ في 15 نوفمبر 2008 الجريدة الرسمية رقم 63 المؤرخة في 16 نوفمبر 2008، والقانون رقم 01-16 المؤرخ في 06 مارس 2016 الجريدة الرسمية رقم 14 المؤرخة في 7 مارس 2016 .

##### 2- القوانين والأوامر:

- قانون رقم 02-04 مؤرخ في 5 جمادى الاولى عام 1425 الموافق لـ 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية، العدد 41، تاريخ النشر 27 يوليو سنة 2004.

- قانون رقم 09/08 المؤرخ في 18 صفر عام 1429 الموافق لـ 25 فبراير سنة 2008، يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، الجريدة الرسمية العدد 21، تاريخ النشر 23 أبريل 2008.

- قانون رقم 03/09 مؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق لـ 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد 15، تاريخ النشر 08 مارس سنة 2009.

## قائمة المصادر والمراجع

- الأمر 58/75 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق لـ 26 سبتمبر سنة 1975، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية العدد 101، تاريخ النشر 19 ديسمبر 1975.

- الأمر 06/03 المؤرخ في 19 يونيو 2003، المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية الصادرة في 23 يونيو 2003، عدد 44، تاريخ النشر 23 يونيو 2003.

### (3) المراسيم التنظيمية :

- المرسوم التنفيذي رقم 277/05، مؤرخ في 26 جمادى الثانية عام 1426 الموافق لـ 2 أوت سنة 2005، يحدد كفاءات إيداع العلامة وتسجيله، الجريدة الرسمية العدد 54 تاريخ النشر 7 أوت 2005.

### (4) قرارات قضائية:

- قرار المحكمة العليا في 03 جوان عام 2010، ملف رقم 627126، الغرفة التجارية والبحرية، مجلة المحكمة العليا ، العدد الثاني، 2010.

### (ب) المؤلفات:

#### 1- الكتب :

- الطيب زروتي، القانون الدولي للملكية الفكرية ، الطبعة الأولى، مطبعة الكاهنة ، الجزائر، 2004.

- أحمد محمد محرز، القانون التجاري، الطبعة الأولى ، منشورات النشر الذهبي ، القاهرة، 1998.

- حماد مصطفى عزب ، المنافسة غير المشروعة في مجال الإعلانات التجارية ، دار النهضة العربية للنشر، مصر ، 2004.

## قائمة المصادر والمراجع

- حمادي الزوبير ، الحماية القانونية للعلامات التجارية، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية للنشر والتوزيع ، لبنان، 2012.
- زينة غانم عبد الجبارالصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، الطبعة الأولى ، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان ، 2002.
- سماوي سعود ريم، براءات الإختراع في صناعات الدوائية، الطبعة الثانية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن ، 2011.
- سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، الطبعة الأولى ،دار النهضة العربية للنشر، القاهرة،2005.
- سمير جميل حسن الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1988.
- صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان،2006.
- صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان،2010 .
- صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
- عماد الدين محمود سويدات، الحماية المدنية للعلامات التجارية، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان 2012.
- علي أحمد صالح، المفاوضات في العقود التجارية والدولية، دار هومة للنشر، الجزائر، دون سنة النشر.
- علي نديم الحمصي، الملكية التجارية والصناعية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى ، 2010.
- علاء عزيز حميد الجبوري، عقد الترخيص، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2011.

## قائمة المصادر والمراجع

- عبد القادر العرعاري، المسؤولية المدنية، الطبعة الثالثة، دار الأمان للنشر والتوزيع، المغرب، 2011.
- فريحة حسين، المبادئ الأساسية في قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010.
- فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الحقوق الفكرية، ابن خلدون للنشر والتوزيع، 2006.
- فاضلي إدريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2013.
- مصطفى موسى العطيّات، حماية العلامة التجارية إلكترونيًا، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
- محمد مصطفى عبد الصادق، الحماية القانونية للعلامات التجارية إقليميًّا ودوليًّا، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، 2011.
- محمد سلمان الغريب، الإحتكار والمنافسة غير المشروعة، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية للنشر، مصر، 2004.
- محمد الكيلاني، عقود التجارة الدولية، الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 1995.
- محمود علي الرشدان، العلامات التجارية، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- معين فندي الشناق، الإحتكار والممارسات المقيدة للمنافسة، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
- نادية فوضيل، القانون التجاري الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة السادسة، 2004.
- ناصر عبد الحليم السلامة، الحماية الجزائرية للعلامات التجارية، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.

## قائمة المصادر والمراجع

- ناصر محمد عبد الله سلطان، حقوق الملكية الفكرية، الطبعة الأولى، إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
- هدى جعفر ياسين الموسوي، الترخيص الإجباري باستغلال براءة الاختراع، الطبعة الأولى، دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، 2012.

### (2) المجالات:

- رمزي حوحو، كاهنة زراوي، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، (مجلة المنتدى القانوني)، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد الخامس، مارس 2006.
- ميلود سلامي، دعوى المنافسة غير المشروعة، (دفاتر السياسة والقانون)، العدد 06، جامعة باتنة، الجزائر، 2012.
- نهى خالد عيسى، العلامة التجارية المشهورة، (مجلة جامعة بابل)، العلوم الإنسانية، المجلد 21، العدد 01، 2013.
- كوثر مازوني، الشبكة الرقمية وعلاقتها بالملكية الفكرية، دار الجامعة الجديدة، الجزائر، 2008.

### (3) الرسائل العلمية والمذكرات:

- أحمد طارق بكر البشتاوي، عقد الترخيص باستغلال براءة الاختراع، مذكرة ماجستير، قانون خاص، جامعة النجاح الوطنية ن فلسطين ن 2011.
- إيناس مازن فتحي الجبارين، رسالة ماجستير في القانون الخاص، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، سنة 2010.
- بوسنان كريمة، العلامة المميزة للمنتجات التجارية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، تخصص القانون الخاص المعمق، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مستغانم، 2015/2014.
- راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، رسالة دكتوراه، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014.

## قائمة المصادر والمراجع

- عائشة شابي ، مروة بن سديرة ، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري ،  
مذكرة شهادة الماستر ، تخصص قانون أعمال ، جامعة 08 ماي 1945 ن قالمة ، 2013 ،  
.2014.
- ميلود سلامي ، النظام القانوني للعلامات التجارية ، رسالة دكتوراه ، تخصص قانون ،  
منشورة ، جامعة الحاج لخضر باتنة ، 2012.
- محمود أحمد عبد الحميد مبارك ، العلامات التجارية وطرق حمايتها وفق القوانين النافذة في  
فلسطين ، مذكرة ماجستير ، قانون خاص ، جامعة النجاح الوطنية ، فلسطين ، 2006.
- هناء قماري ، دليلة هداهية ، دعوى المنافسة غير المشروعة ، مذكرة شهادة الماستر ،  
تخصص قانون أعمال ، جامعة 08 ماي 1945 ، 2013، 2014.
- وليد كحول، المسؤولية القانونية عن الجرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري ،  
أطروحة دكتوراه ، تخصص قانون أعمال ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، 2014 ، 2015.

### (4) مواقع الإلكترونية :

- موقع الويبو <http://www.wipo.int/members/fr> بتاريخ 2018/05/17 على  
الساعة التاسعة صباحا.

- Cité in : [www.sos-net-eu-org](http://www.sos-net-eu-org)

- [www.blog-saeed-com](http://www.blog-saeed-com)

فارس