

جامعة محمد خيضر - بسكرة

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق



حماية العلامة التجارية في القانون التجاري الدولي

مذكرة مكملة من متطلبات نيل شهادة الماستر في الحقوق

تخصص: قانون أعمال

إشراف الأستاذ (ة):

* سلمى مانع

إعداد الطالب (ة):

* سهام هلالي

الموسم الجامعي: 2018/2017

مقدمة

ظهرت الحماية القانونية للملكية الفكرية مع بداية العصور الحديثة التي شهدت إندلاع الثورات الاجتماعية و الإقتصادية الكبرى في العالم الغربي ، و يدخل في نطاق حقوق الملكية الفكرية جميع صور الإبداع الفكري الأصيل، في المجالات العلمية و الفنية و الأدبية الناتجة من وحي العقل، التي يمكن التعبير عنها في صورة خلق مادي أصيل أي الإبداع.

حقل حقوق الملكية الفكرية واسع جداً، حيث تنقسم إلى قسمين، الملكية الأدبية و الفنية والملكية الصناعية، تشمل الملكية الأدبية و الفنية كل ما يتعلّق بحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة ، أمّا الملكية الصناعية فهي تشمل براءة الاختراع و تسمية المنشأ و العلامات التجارية.

فالعلامة التجارية هي التي يتخذها الصانع أو التاجر شعاراً لمنتجاته أو بضائعه، تمييزاً لها عن غيرها من المنتجات و البضائع المماثلة لها، و هي من أهم الوسائل التي يلجأ إليها التاجر أو الصانع لتمكين المستهلك من التعرف على سلعته أينما وجدت، و ضمان عدم تضليل الجمهور.

استخدمت العلامة التجارية لتمييز المنتجات منذ العصر الروماني، فكان الصانع يوقع بإسمه على منتجاته أو يضع عليها إشارة خاصة، وظهرت في إيطاليا العلامات التي استخدمت في التجارة في القرن الخامس عشر، حيث كان التاجر يستخدم العلامة بقصد الشهرة، و في فرنسا كان استخدام العلامات في الصناعة إلزامياً في القرون الوسطى.

يعتبر قانون العلامات التجارية حديث النشأة، و ترجع بدايته إلى القرن التاسع عشر، فقد سنت فرنسا تشريع العلامات التجارية في سنة 1857م، و سنت ألمانيا قانون العلامات التجارية في سنة 1874 م، وأقرت بريطانيا قانون تسجيل العلامات التجارية سنة 1875م، كما أقرت

الإمبراطورية العثمانية تركيا قانون الحماية التجارية في سنة 1879م، وسنت إسبانيا تشريعها للملكية الصناعية في سنة 1929م، ووضعت إيطاليا تشريعها المتعلق بالعلامة التجارية في سنة 1942م، وأمريكا سنة 1946م، كما أخذت الدول في أنحاء أخرى من العالم بسن قوانين في مجال العلامات التجارية، في الأرجنتين وإيران و باكستان و الفلبين وأستراليا و الهند و اليابان وأندونيسيا و الصين .

بعد التطور الكبير الذي شهدته التجارة أصبحت الحماية الوطنية غير كافية، لذلك سعت الدول على تكريس الحماية على المستوى الدولي، فعقدت الإتفاقيات الدولية لتوفير الحماية المطلوبة.

في عام 1883م عقد مؤتمر دبلوماسي دولي في باريس، وانتهى بإقرار الصيغة النهائية والتوقيع على معاهدة باريس لحماية الملكية الصناعية، من قبل مندوبي إحدى عشر دولة، و عندما دخلت المعاهدة خير التنفيذ أصبح عدد الدول الأعضاء أربعة عشرة دولة، و تعتبر معاهدة باريس لحماية الملكية الصناعية الوثيقة العظمى التي يركز عليها قانون العلامات التجارية على المستوى الدولي، وآخر هذه الإتفاقيات كانت إتفاقية ترييس 1994م، و التي صادفت عليها أغلب الدول، ووقعت في مراكش، حيث تجمع في طياتها أحكاماً مستحدثة موضوعية و شكلية، في شأن الجوانب المتصلة بالملكية الفكرية، وهذه الإتفاقية لا تلغي الإتفاقيات السابقة بشأن الملكية الفكرية، أو تحل محلّها بل تعزّز وجودها و مصداقيتها.

حيث عقدت الكثير الكثير من الإتفاقيات، التي تتعلّق بحماية العلامة التجارية و هي:

- إتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات سنة 1891م.

- معاهدة نيروبي بشأن حماية للرمز الأولمبي 1981م.
- بروتوكول إتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1989م.
- معاهدة قانون العلامات لسنة 1994م.

أهمية الدراسة:

يرجع الإهتمام بحماية العلامة التجارية نظراً لأنها تميّز المنتجات و تجذب العملاء و جمهور المستهلكين، لما تؤديه لهم هذه العلامة من خدمات، هي سهولة التعرّف على ما يفضلونه عن بضائع و سلع ، و أنّها الرمز الموضوعي للثقة التي نشأت في سلعة معينة، و هي الرمز الذي يمكن للجمهور أن يشخص بواسطته الثقة و حسن الظن بالسلعة التي يفضلها، و أنّ العلامة تشير إلى بلد الإنتاج أو مصدر الصناعة أو مصدر بيعها، و هي تمكن المنتج أو التاجر من إبراز خصائص منتجاته و ما تتص به من جودة.

تلعب العلامة التجارية دوراً كبيراً في نمو و تقدّم و ازدهار المجتمع الإنساني، فمن خلالها نستطيع تحديد معالم المجتمع فيها إذا كان متخلفاً أو متقدّماً، وترتّب علاقات الدول و ازدهار المجتمعات و إقامة جو من التنافس الشريف بين الأفراد، و العمل على تقدّم المجتمع علمياً و صناعياً و تجارياً.

تعتبر العلامة التجارية إحدى الركائز التي يعتمد عليها نجاح المشروع الإقتصادي، الذي من خلالها يستطيع التنافس مع غيره من المشروعات سواء على الصعيد الدولي أو المحلي.

أسباب إختيار الموضوع

ميولي الشخصي لموضوع العلامات التجارية، وذلك لأهميتها البالغة في وقتنا الحالي، و الدور الفعال الذي تلعبه في المجال الإقتصادي، فلا يخلو أي منتج أو أي سلعة

أهداف الدراسة

تهدف دراستنا إلى تعريف العلامة التجارية و بيان أنواعها و أشكالها، و الشروط الواجب توفرها لإكتساب الحق فيها، و تهدف أيضاً إلى معرفة مدى مساهمة القوانين الدولية في حماية هذه العلامة.

إشكالية الدراسة

تمّ حماية العلامة التجارية عن طريق القوانين الوطنية، و بإزدهار التجارة وتطورها دولياً، كرسّت للعلامة التجارية حماية دولية، وعليه نطرح الإشكالية التالية:
إلى أي مدى ساهم القانون التجاري الدولي في حماية العلامة التجارية؟

الأسئلة الفرعية

- ما المقصود بالعلامة التجارية؟
- ماهي أنواع و أشكال العلامات التجارية؟
- ماذا يميّز العلامة التجارية عن غيرها من التسميات؟
- ماهي شروط العلامة التجارية؟

المنهج المتبع في الدراسة

المنهج الوصفي: و يظهر هذا المنهج من خلال تعريف العلامة التجارية، و بيان أنواعها وأشكالها و الشروط الواجب توفرها فيها.

المنهج التحليلي: و هذا المنهج يظهر من خلال تحليل مواد الإتفاقيات الدولية المتعلقة بحماية العلامة التجارية.

هيكل الدراسة

للإجابة عن الإشكالية المطروحة قسمنا هذه الدراسة إلى فصلين:

تطرقنا في الفصل الأوّل إلى الإطار النظري للعلامة التجارية، و ذلك من خلال تقسيم الفصل إلى المبحثين، يتناول المبحث الأوّل مفهوم العلامة التجارية، أمّا المبحث الثاني فيتناول شروط إكتساب الحق في العلامة.

أمّا الفصل الثاني فيتناول آليات حماية العلامة التجارية في القانون التجاري الدولي من خلال مبحثين، حيث تناول المبحث الأوّل حماية العلامة التجارية في ظلّ إتفاقية باريس، أمّا المبحث الثاني فيتناول حماية العلامة التجارية في ظلّ إتفاقية تريبس.

شكر و عرفان

لك الحمد ربنا يا من مننت علينا بنعمة العلم و يسرت لنا سبيله وسخرت لنا من يعيننا على
تحصيله وعلمتنا ما لم نعلم .

وانطلاقا من قول رسول الله صلى الله عليه وسلم " ومن صنع اليكم معروفا فكافأوه، فان لم
تجدوا ما تكافؤونه به، فادعوا له حتى تروا أنكم كافأتموه "

الشكر لكل معلم أفادنا بعلمه من أولى المراحل الدراسية حتى هذه اللحظة، كما أرفع كلمة شكر
الى الأستاذة المشرفة مانع سلمى التي ساعدتني في انجاز بحثي، كما لا أنسى الأستاذ زواوي
عباس الذي لم يبخل عليا بالنصائح و الارشاد.

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

" وقضى ربك ألاّ تعبو إلاّ إياه و بالوالدين إحسانا إمّا يبلغن عندك الكبر أحدهما أو كلاهما فلا نقل لهما أفٍ ولا تنهرهما و قل لهما قولاً كريماً {23} واخفض لهما جناح الذل من الرحمة و قل ربي ارحمهما كما ربياني صغيراً {24} "

أهدي هذا العمل المتواضع الى أبي الذي لم يبخل علي يوماً بشيء، و الذي علمني الصبر و النجاح، الذي مهما قلت فيه لن أعطيه حقه فالكلمات وحدها لا تعبر، و الذي أدعو الله أن يطيل عمره، و الى من تتسابق الكلمات لتخرج معبرة عن مكنون ذاتها، من علمتني و عانت الصعاب لأصل الى ما أنا فيه، وعندما تكسوني الهموم أسبح في بحر حنانها ليخفف من آلامي، التي أحاطتني بسياج حبها، الى أروع أم في الوجود، أمي الحبيبة.

إلى من كانوا يضيؤون لي الطريق و يساندوني و يتنازلون عن حقوقهم لإرضائي و العيش في هناء....أخوتي داعية من الله أن يحفظهم لي.

أحبكم حبا لو مر على أرض قاحلة لانفجرت منها ينابيع المحبة.

والى كل أساتذتي بكلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة محمد خيضر

الى ضلالي التي لا تفارقني أصدقائي و صديقاتي ، والى جميع طلبة سنة ثانية ماستر قانون أعمال دفعة 2017م/2018م.

الفصل الأول : الإطار النظري للعلامة التجارية

تعتبر العلامة التجارية من أهم الوسائل التي تمكن المستهلك من التعرف على المنتجات أو بضائع صانع أو تاجر دون غيره من الصناع أو التجار، فهي وسيلة تضمن عدم تضليل الجمهور المستهلكين، وتحفز الصانع أو التاجر على بناء أقصى ما في وسعه للارتقاء بجودة منتجاته أو خدماته، بطريقة تضمن رواجها و تفوقها على مثيلتها في ميدان المنافسة.

يرجع أصل العلامة التجارية الى زمن بعيد، حيث كان التجار و الصناع يصنعون علامات خاصة بها لتمييز بضاعتهم ومنتجاتهم، بغرض حمايتها وتسجيلها.

نظرا إلى أهميتها البالغة و لمساهمتها الفعالة في التطور الاقتصادي لها حماية وطنية، عن طريق القوانين الداخلية للدولة المسجلة فيها، وحماية دولية عن طريق الاتفاقيات الدولية.

للعلامة التجارية عدة مفاهيم، ولها أنواع وأشكال مختلفة، وذلك لتنوع النشاطات التجارية التي يمارسها التجار، ولها أيضا شروط يجب توفرها لاكتساب الحق في العلامة التجارية، حيث لها شروط موضوعية، وشروط شكلية، يجب توفيرها للحصول على حماية العلامة من أي اعتداء من طرف الغير.

المبحث الأول : مفهوم العلامة التجارية

العلامة التجارية هي إشارة أو ميزة لتمييز السلع و المنتجات عن غيرها، وذلك لكي يسهل على المستهلك التعرف عليها، إلا أن تعريفات العلامة كثيرة، حيث تختلف باختلاف التشريعات و الفقهاء، وتنقسم العلامة التجارية إلى عدة أنواع، وهي العلامة الصناعية، و العلامة التجارية، و العلامة التجارية، وعلامة الخدمة، و الكثير من الأنواع التي تميز النشاط المراد من العلامة، و لها أيضا أشكال مختلفة، فيمكن أن تكون العلامة عبارة عن أسماء، أو حروف، أو أرقام ، أو ألوان، أو رسومات، وذلك بغرض تمييز نوع المنتجات، أو عرضها، أو مصدرها.

بما أن العلامة التجارية نوع من أنواع حقوق الملكية الصناعية، توجد لها أوجه تشابه و أوجه اختلاف بين الأنواع الأخرى للملكية الصناعية، وأيضا الملكية التجارية، مثل الاسم التجاري و البيان التجاري و براءة الاختراع و اسم المنشأة و الأنواع الأخرى.

المطلب الأول : تعريف العلامة التجارية

يرجع أصل العلامة التجارية إلى أزمنة قديمة، ورغم مرورها بمراحل عديدة تاريخية وتشريعية، إلا أنها إلى عصرنا الحالي تؤدي نفس الوظيفة ، وهي تمييز سلع المنتجين عن غيرها، وتسهيل معرفتها لدى جمهور المستهلكين، إلا أن تعريفات العلامة التجارية كثيرة فهي تختلف من تعريفات لغوية، اصطلاحية، فقهية، قانونية ، و قضائية وهذا نظرا لأهميتها الاقتصادية الكبيرة.

الفرع الأول : التعريف اللغوي

العلامة هي كل أثر في الشيء للدلالة عليه، ومعرفته، وتميزه عن غيره، وهي مشتقة من العلم بمعنى المعرفة¹.

التجارية: قال ابن منظور: تجر، يتجر، تجرا، و تاجر: باع وشى.

قال ابن الأعرابي: تقول العرب: انه تاجر بذلك الأمر، أي حاذق، ويقال ربح فلان في تجارته، و ربح إذا حاذق سوقا ذات ربح.²

الفرع الثاني : التعريف الفقهي

يعرفها الدكتور محمد حسين إسماعيل بأنها: أداة مميزة تخص تاجرا أو صانعا لتمييز سلعته أو خدمته عما يشابهها، وقد تكون رمزا، رسما، حرف... إلخ، تستهدف التبدليل على أصل السلعة، وضمان مزايا معينة فيها، فتقيم بذلك علاقة بين مالك العلامة وعملائه، وتمكنه من الاستثمار بثقتهم.

أما الدكتور سميحة القيلوبي فتعرفها بأنها: كل إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها، أو صنعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة.³

¹ محمد مصطفى عبد الصادق ، الحماية القانونية للعلامة التجارية إقليميا ودوليا ،دار الفكر و القانون للنشر و التوزيع، (د،ب،ن)، 2011،ص21.

² وائل محمد رفعت، التسجيل الدولي للعلامة التجارية، مكتبة القانون و الاقتصاد، الرياض، الطبعة الأولى، 2015م، ص 41 .

³ - ساند احمد الخولي، الملكية الصناعية في الفقه والقانون المعاصر، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، 2012م، ص 41.

عرفها أحمد طه السنوسي على أنها: العلامة التجارية تتخذ لتمييز السلعة المادية، كما تتخذ لتمييز الخدمة المعنوية، ولذلك فإنها أي صورة أو إشارة تستخدم للتعريف بالمادة أو الخدمة، وهي من القوة بحيث تتخذ لفصل إنتاج شخص أو خدمة الأشخاص الآخرين.¹

الفرع الثالث : التعريف الاصطلاحي

هي الشعار المميز الذي يتخذه التاجر أو الصانع أو الزارع لمنتجاته أو لبضائعه، أو خدماته، بقصد تمييزها عن بضائع أو خدمات غيره، وتمنكه من جذب المستهلكين اقتناء سلعته لا غيرها.

في تعريف آخر هي المظهر المادي الذي يربط التاجر أو الصانع ببضائعه، أو منتجاته، في أي زمان أو مكان، ومهما انتقلت من يد إلى أخرى وتعد مالكوها². أي أن العلامة التجارية هي كل إشارة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة، أما تعريفها من زاوية المشتري فهي إشارة مادية أو سمة تضمن لمن يشتري بضاعة أصلها أو مصدرها.

الفرع الرابع : التعريف القانوني

عرفها المشرع الجزائري من خلال الفقرة الأولى من المادة الثالثة من التشريع رقم 03-06 على أنه "تعتبر علامة السلعة أو الخدمة مقدمة بيعت أو عرضت للبيع، عبر أنحاء التراب الوطني"³.

كما عرفها المشرع الاردني في القانون رقم 33 لسنة 1952م، بصيغته المعدلة بالقانون رقم 34 لسنة 1990م، في المادة الثانية منه "العلامة التجارية هي أي إشارة ظاهرة

¹ نورة حسين، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، دار الأمر للطباعة و النشر، تيزي وزو، 2015م، ص 46، ص 47.

² وائل محمد رفعت، مرجع سابق، ص 41.

³ فاضلي إدريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الثانية، 2013م، ص 164.

يستعملها، أو يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته، عن بضائع أو منتجات غيره.¹

عرفتها اتفاقية تريبس في المادة 15 الفقرة الأولى حيث نصت على تعريف واسع للعلامة التجارية التي يمكن شمولها بالحماية القانونية، فوفقا لاتفاقية تريبس فأى إشارة يمكن أن تشكل علامة تجارية، بشرط أن تكون قادرة على تمييز السلع و الخدمات، و عليه فإن الشارة تقوم فعليا في السوق بدور في تمييز السلع و الخدمات تعد علامة تجارية.²

عرفتها المادة 63 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري "العلامة التجارية بأنها كل ما يميز منتجا سلعة كان أو خدمة عن غيره، وتشمل على وجه الخصوص الأسماء المتخذة شكلا مميزا، والإمضاءات، و الكلمات، و الحروف، و الأرقام، و الرسوم، و الرموز، و عناوين المحال، و الدمغات، و الأختام، و التصاوير، و النقوش البارزة، و مجموعة الألوان التي تتخذ شكلا خاص ومميز، وكذلك اي خليط من هذه العناصر، اذ كانت تستخدم او يراد ان تستخدم إما في تمييز منتجات، عمل صناعي، أو استغلال زراعي، او استغلال للغابات أو المستخرجات الأرض، أو أية بضاعة، وإما للدلالة على مصدر المنتجات أو البضائع أو نوعها، أو مرتبتها، أو ضمانتها، أو طريقة تحضيرها، و إما للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات".³

¹ محمد علي الرشدان، العلامة التجارية، دار الميسرى للنشر و التوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2009م، ص12.

² جلال وفاء محمد بن، الحماية القانونية للملكية الصناعية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2003م، ص 104 .

³ أمين مصطفى محمد، الحماية الجنائية لحقوق الملكية الصناعية في ضوء الاتفاقية الدولية و القوانين الوطنية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2010م، ص 94 .

الفرع الخامس :التعريف القضائي

عرفها القضاء الأردني بأنها حروف، أو رسوم، أو علامات، أو خليط بين هذه الأشياء ذي صفة فارقة (مميزة)، على شكل يكفل تمييز بضائع صاحبها عن بضائع غيره من الناس.¹

عرفت محكمة العدل العليا العلامة التجارية، بأنها "عبارة عن حروف، أو رسوم، أو علامات أو خليط من هذه الأشياء ذي صفة فارقة (مميزة)، وعلى شكل يكفل تمييز بضائع صاحبها عن بضائع غيره من الناس.²

المطلب الثاني : أنواع وأشكال العلامات التجارية

للعلامة التجارية أنواع كثيرة، فمنها التي يضعها التاجر لتمييز السلع التي يقوم ببيعها، ومنها التي يضعها الصانع لتمييز المنتجات التي يصنعها، وهناك علامات تشير الى الخدمة التي تقدمها، و توجد علامات مشهورة ومعروفة على مستوى الدولي، وعلامات جماعية و احتياطية و علامات مانعة، وعلامات المراقبة، وعلامات الوقتية، وعلامات المطابقة، أما بالنسبة للأشكال التي تتخذها العلامة لتمييز عن غيرها، فهي بدورها كثيرة فيمكن أن تتخذ العلامة التجارية أسماء، أو إمضاءات، أو حروف، أو أرقام، أو الرسوم، و الصور وغيرها.

الفرع الاول : أنواع العلامات التجارية

نتطرق من خلال هذا الفرع إلى الأنواع المختلفة للعلامة التجارية و التي تتمثل في العلامة الصناعية، العلامة التجارية، علامة الخدمة، العلامة الجماعية، العلامة المشهورة، العلامة المانعة، علامات المنتجات و البضائع، العلامة الوقتية، و علامات المطابقة.

¹. عماد الدين محمود سويدات ، الحماية المدنية للعلامة التجارية، دار حامد لنشر التوزيع، الأردن، الطبعة، الأولى ، 2012م، ص 19 .

²صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية و التجارية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، الطبعة الأولى ، 2006م، ص114 .

أولاً : العلامة الصناعية

هي إشارة يضعها الصانع لتمييز المنتجات التي يقوم بصنعها، عن مثيلتها من المنتجات الأخرى،¹ وهي علامة تشير إلى مصدر الإنتاج، وتعتبر الزامية ولو في الحالة التي لا يتولى المنتج تسويق منتجاته بنفسه.

من أمثلة العلامة الصناعية مصنع اديال، إذ ينتج ثلاجات ايديال، أو مصنع جولد ستار، الذي ينتج تلفاز جولد ستار ويضع عليها علامة المصنع.²

وقد تكون العلامة الصناعية مميزة لمادة أولية يستخدمها لمنتج آخر في إعداد النهائي مثل : استخدام محركات مرسيدس في صناعة سيارات أخرى.³

ثانياً :العلامة التجارية

هي التي يستخدمها التجار في تمييز المنتجات التي يقومون ببيعها بعد شرائها، سواء من تاجر الجملة، أو المنتج المباشرة، بصرف النظر عن مصدر البيع، أو التي يستخدمها موزع السلعة التي يوزعها دون أن يقوم بإنتاجها.

أو هي الشارة التي يضعها من يتلقى البضاعة من المنتج، لكي يبيعه بدوره الى المستهلك، أو العلامات التي تقوم بوضعها الشركات العالمية التجارية، على المنتجات التي تبيعها.⁴

¹- فاضلي إدريس، المدخل الى الملكية الفكرية ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، (د، س، ن)، ص283.

²-محمد مصطفى عبد الصادق ، مرجع سابق، ص 28، ص 29 .

³- ساند أحمد الخولي ، مرجع سابق، ص 47 .

⁴-المرجع سابق، ص 28 .

ثالثا : علامة الخدمة

هي العلامة التي يؤديها المشروع، ومن أمثلتها العلامة المميزة لشركات الصرافة، و الفنادق، و المنشآت السياحية، و شركات الدعاية و الإعلان.¹

هي العلامات التي تشير الى خدمة، أو خدمات غير مرتبطة بسلع، أو بضائع، مثل البنوك، و شركات التأمين، أو شركات النظافة، وهي الاشارة التي تضعها الهيئة او الشركة التي تقوم بالخدمة، التي تقوم بغسلها او تشحيمها.²

رابعا : العلامة الجماعية

هي كل علامة تستعمل لإثبات المصدر و المكونات و الإنتاج. أو كل ميزة مشتركة لسلع أو خدمات مؤسسات مختلفة، عندما تستعمل هذه المؤسسات العلامة تحت رقابة مالكيها.³ وتعرف على أنها العلامة التي يستعملها شخص اعتباري، لتصديق مصدر بضائع ليست من صنعه، أو المواد المصنوعة منها أو جودتها، أو طريقة إنتاجها، أو الدقة المتبعة في صنعه.³

الهدف الأساسي من العلامة الجماعية هو إظهار أن البضائع التي وضعت عليها تلك العلامة قد تم فحصها، وتصديقها من قبل جهة مختصة بذلك، وعليه فإن دور العلامة الجماعية هو دور رقابي، كونها تدل على مواصفات، وبيانات البضائع، و المنتجات، و السلع سواء من حيث النوعية، أو الجودة، أو المصدر، أو من حيث طريقة الصنع، وتقسّم العلامات الجماعية الى قسمين :

1 . العلامة الجماعية العادية

يمكن أن تكون العلامة الجماعية ملكا لجمعية تضم شركات مختلفة، تنتفع بالعلامة الجماعية، أو أي كيان آخر، بما في ذلك المؤسسات العمومية أو التعاونية، وتكون الغاية

¹ - وائل محمد رفعت ، مرجع سابق ، ص 65 .

² - محمد مصطفى عبد الصادق، مرجع سابق، ص 29 .

³ - وائل أنور بندق ، موسوعة الملكية الفكرية، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، (د، ت ، ن)، ص 107.

و الهدف الاساسي من التسجيل لهذه العلامة لتصديق و تمييز أمور مرتبطة بصناعة، و إنتاج وخصائص بضاعة معينة، و بالتالي يمكن لجمعيات الشركات الصغيرة، و المتوسطة، تسجيل علامات جماعية، من أجل العمل معا على تسويق منتجات بمجموعة من الشركات، والإسهام في التعريف بتلك المنتجات، الأمر الذي يمكن معه لمنشأة أن تستخدم العلامة الجماعية الى جانب علامتها التجارية، في سلعة ما لتمييز منتجاتها عن منتجات منافسيها، و الاستفادة في الوقت ذاته من ثقة المستهلكين، في السلع أو الخدمات التي تحمل تلك العلامة التجارية.

2. علامة التصديق الجماعية

تمنح هذه العلامة عند استبعاد منشأة تجارية أو صناعية، لمعايير محددة مما يجعل منها ليست حكرا على أية عضوية، إذ يمكن منحها أي شخص اعتباري يستطيع التصديق بأن السلع المعينة تستوفي معايير محددة.¹

خامسا : العلامة الاحتياطية

هي علامة مسجلة يقصد استعمالها لاحقا، وقد يهدف صاحب المشروع التجاري من تسجيل عدة علامات تجارية، و أن يستعمل احدي هذه العلامات عن بدء الاستغلال و أن يحتفظ بالعلامات الأخرى التي سجلها، لاستعمالها لتمييز منتجات أخرى من نفس الفئة، أو نفس النوع مع اختلاف صفات المنتجات.²

سادسا : العلامات المشهورة

يقصد بها كل علامة تتمتع بشهرة دولية عابرة للحدود، بحيث تسمح للمستهلك بالتعرف على منتجاتها، دون الرجوع الى مركز الشركة، كعلامة كوكاكولا، وعلامة صوني.³ عرفت المادة الثانية من قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 سنة 1952م، العلامة لتجارية المشهورة،" بأنها العلامة التجارية ذات الشهرة العالمية، التي تجاوزت شهرتها البلد الاصلي الذي سجلت فيه، واكتسبت شهرة في القطاع المعني من الجمهور، في المملكة الأردنية الهاشمية.⁴

¹ - ساند أحمد الخولي ، مرجع سابق ، ص 55 ، ص 56 .

² - محمد مصطفى عبد الصادق ، مرجع سابق ، ص 36 .

³ - عجة جيلاني ، أزمت حقوق الملكية الفكرية، دار الخلدونية للنشر و التوزيع، الجزائر، 2012م ، ص 276.

⁴ - سائد احمد الخولي ، مرجع سابق ، ص 48 .

سابعاً : العلامة المانعة

يقصد بها العلامة التي يودعها المصنع ويسجلها، لا بقصد استعمالها، ولكن لمجرد منع الغير من استعمالها، لأنها قد تتشابه في اللفظ، أو الجرس الصوتي... ، فيلجا صاحب المصنع لتسجيل العلامة لمنع الغير من استعمالها وتسجيلها.¹

ثامناً :علامات المنتجات و البضائع

يقصد بها كل بيان يوضع على البضاعة، او السلعة، أو المنتج ، أي على أي دعامة أخرى متعلقة بهذه البضاعة، أو السلعة، بهدف بيان ماهيتها بياناً نافياً للجهالة.²

تاسعاً : العلامة الوقتية

هي علامة تتمتع بحماية مؤقتة، نظراً لأنها تميز منتجات معروضة في المعارض الوطنية، أو الدولية، ومن ثم تمنح تلك العلامة حماية مؤقتة، ويعين الوزير المختص هذه المعارض بموجب قرار تصدره وتحدد اللائحة التنفيذية لهذا القانون، شروط و أوضاع وإجراءات منح تلك الحماية.³

عاشراً : علامات المطابقة

هي علامات توضع على منتج ما، للإشهاد على أنه مطابق بمواصفات معينة، ما تعلق منها بشكل المنتجات، وتركيبها، وإبعادها، وخاصتها الطبيعية والكيميائية، ونوعيتها وتمثيلها الرمزي.

تلعب علامات المطابقة بالنسبة للدول المتقدمة، دورها في تحسين نوعية المنتجات والخدمات، وتبين نوعية هذه المنتجات علامتين، الأولى يختارها التاجر أو الصانع لتمييز بضاعته، و الثانية تضعها الهيئة المختصة بمراقبة مطابقة بضاعته، وبهذا تضمن للمستهلك جودة هذه المنتجات و نوعيتها.⁴

¹ - محمد مصطفى عبد الصادق ، مرجع سابق ،ص 37 .

² -عامر محمود الكسواني ، التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، عمان، الطبعة الأولى، 2010م، ص100.

³ -وائل محمد رفعت ، مرجع سابق ، ص67 ، ص 68 .

⁴ -فاضلي إدريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، مرجع السابق، ص 164 .

الفرع الثاني : أشكال العلامات التجارية

تتخذ العلامات التجارية عدة أشكال لتمييزها عن غيرها وهذا ما سنتناوله فيما يلي:

أولاً : الأسماء و الإمضاءات

يمكن أن تتكون العلامة التجارية من اسم معين، مثل اسم الصانع، أو المنتج، أو مقدم الخدمة، أو أسماء منشأتهم، أو أماكن وجود هذه المنشأة، ولكن لا بد من تفرغ الاسم في قالب أو شكل مميز، أو كتابة بطريقة هندسية مميزة، بحروف، أو ألوان، أو أحجام، بحيث يصبح الاسم جزء لا يتجزأ من الوحدة المكونة له لتشكيل العلامة، و الإمضاءات لا تختلف الى حد كبير كونها أسماء، لذلك تأخذ حكم الأسماء، ويمكن اتخاذها علامة تجارية تميز البضائع، وقد يكون الإمضاء لشخص طبيعي، أو معنوي، أو لأسرة ما، ولا بد من الحصول على موافقتهم.¹

ثانياً : الحروف والأرقام

المقصود بالحروف هنا الحروف بشكل عام، وكذلك الأرقام، ويمكن أن تكون العلامة التجارية مزيج بين الحروف و الأرقام، ويمكن للعلامة أن تكون عبارة عن أرقام فقط، وفي جميع هذه الحالات لا بد من اتخاذ الأرقام و الحروف، أو كلاهما بشكل تتوفر فيه الجدة شريطة ان لا تكون مضللة للجمهور.²

ثالثاً : الرسوم و الصور

الرسم هو كل تصميم يتضمن مجموعة من المرئيات، أو هو كل تكوين فني، أو كل ترتيب معين للخطوط، سواء كانت مصحوبة بالألوان أم لا، وتشمل بالإضافة إلى الرسوم التقليدية المعروفة، ولغايات تطبيق قانون العلامات التجارية كل من الشعار و الرمز، والتي لا تعد كونها رسوم مرئية مجسمة لأشكال طبيعية أو مبتكرة، تستخدم للدلالة على شيء معين وتميزه عن غيره.

يستند الشعار أو الرمز وجوده من خلال شخصية مستخدمة، إذ قد يستخدم من قبل شخص عادي للتعريف به و عكس شخصيته و مكوناته النفسية على الآخرين، فيصبح معروف

¹ - عامر محمود الكسواني، مرجع سابق، ص 22.

² - عماد الدين محمود سويدات، مرجع سابق، ص 23.

به، وقد يستخدم من قبل هيئة أو شركة للتعريف بمنتجاتها، فقد تأخذ بعض الشركات من الشمس شعارا ورمزا لها للإيحاء لغير بقوتها ووضوح أعمالها مثلا.¹

أما الصور فيقصد بها صور الإنسان وقد تكون الصورة لصاحب المشروع، وفي هذه الحالة لا يكون هناك أي جدل أو نقاش أو لبس فيها أو أن تكون صورة للغير، وهنا لا بد أن يتم أخذ الموافقة المسبقة من صاحب الصورة حتى يتم تسجيلها كعلامة تجارية، كذلك قد تكون العلامة التجارية على شكل صورة لأحد المشاهير التاريخيين، وهنا يرى البعض بأن الحق فيها يكون لمن يستغل هذه الصورة كعلامة تاريخية له أولا.²

رابعا : الأشكال و الألوان

قد تتخذ السلعة شكلا أو لونا معيناً كأن تتخذ شكلا دائريا أو مربعا أو تتخذ لونا معيناً.³ فقد يكون للصابونة شكل معين يميزها عن غيرها، و يمكن أن يقترن هذا الشكل بلون معين.⁴ ويشترط أن يكون لهذا الشكل أو اللون صفة فارقة تميزه عن ما يماثله من الأشكال والألوان، إلا أنه وحتى يمكن أخذ الشكل أو اللون كعلامة تجارية يجب أن يكون من مقتضيات الصناعة، مثال ذلك شكل زجاجة المشروب الغازي المميزة لكوكاكولا.⁵

خامسا : الغلافات والدمغات

قد يستخدم الغلاف كشكل من أشكال العلامة التجارية، ومثال ذلك الأغلفة المتخصصة لقنينات العطور و صناديق الحلوى.⁶ وتعتبر أغلفة السلع و المنتجات علامة تجارية لذات السلعة، وذلك بشرط أن تتخذ تلك الاغلفة شكلا خاصا مميزا.⁷

¹ - عامر محمود الكسواني ، مرجع سابق ، ص 93 ، ص 94 .

² - سائد أحمد الخولي ، مرجع سابق، ص 45 .

³ -وائل محمد رفعت ، مرجع سابق، ص 58 .

⁴ - عماد الدين محمود سويدات ، مرجع سابق ، ص 24 .

⁵ - سائد أحمد الخولي، المرجع سابق ، ص 46 .

⁶ - السيد عبد الوهاب عرفة ، الوسيط في حماية حقوق الملكية الفكرية ، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية ، 2004م، ص 95 .

⁷ - وائل محمد رفعت ، مرجع سابق ، ص 61 .

الدمغات هي كل علامة محفورة، بينها النقوش هي كل علامة بارزة، أما الأختام فهي علامة منقوشة، أو محفورة على دعامة معينة لدلالة على شخصية صاحبها، ولتفريق بين الدمغات و الأختام ينبغي معرفة الدعامة التي توضع عليها كل منها، كذلك معرفة وضعها وطبعها، فإذا كانت ألواح خشبية تم حفر العلامة بداخلها فهي إذن دمغة.¹ أما إذا كانت عبارة عن ألواح جلدية أو معدنية ووضعت عليها العلامة بصورة ظاهرة وبارزة فهي إذن نقش. أما الختم قد يكون بصورة دمغة كما قد يكون بصورة نقش.

المطلب الثالث: تميز العلامة التجارية عما يشابهها

تتشابه العلامة التجارية مع بعض المفاهيم الأخرى، المتعلقة بحقوق الملكية التجارية، و حقوق الملكية الصناعية، حيث يقع الخلط بينها في بعض الأحيان، لذلك سنميز بين هذه المفاهيم ومفهوم العلامة التجارية من خلال هذا المطلب.

الفرع الأول : العلامة التجارية و الاسم التجاري

الاسم التجاري هو الاسم الذي يستخدم لتمييز المنشأة أو المؤسسة عن غيرها ولتعريف الجمهور وجلب الزبائن، وقد يشتق الاسم التجاري من اسم التاجر المدني، ولكل منشأة اسما تجاريا فلا يجوز استخدامه من الآخرين في نشاط تجاري مماثل، و إلا اعتبر ذلك منافسة غير مشروعة، ولا تختلف وظائف الاسم التجاري عن وظائف العلامة التجارية، ذلك أن الاسم التجاري يكون منطوقا فيؤثر في المستهلكين عن طريق حاسة السمع، وفي المستهلكين الذين يستطيعون القراءة عن طريق حاسة البصر،² وتختلف العلامة التجارية عن الاسم التجاري فيما يلي:

- الاسم التجاري هو عبارة عن تسمية كاسم التاجر أو لقبه يمثل هوية المتجر، أما العلامة التجارية قد تكون حروفا أو أرقاما، أو رسوما، تمثل هوية المنتج .
- اتخاذ العلامات التجارية أمر اختياري، أما العنوان التجاري اتخاذه إجباريا.

¹ - عامر محمود الكسواني ، مرجع سابق ، ص 98 .

² - وهيبه لعوامر بن أحمد ، جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، مكتبة وفاء القانونية ، الإسكندرية، الطبعة الأولى ، 2015م ، ص 32.

- الأصل مكان وجود العنوان التجاري هو واجهة المحل، بينما مكان وجود العلامات التجارية هو على السلع ذاتها.¹

الفرع الثاني : العلامة التجارية و البيان التجاري

يقصد بالبيان التجاري كل إيضاح يتعلق بصورة مباشرة، أو غير مباشرة، بنوع البضائع وعددها ومقدارها و مقاييسها ووزنها والبلاد التي صنعت فيها، وطريقة صنعها و إنتاجها و العناصر الداخلة في تركيبها و اسم و أوصاف منتجها وصانعها، ومدى وجود مميزات تجارية أو صناعية تتعلق بها، و الاسم و الشكل الذي تعرف به البضائع عادة،² و يختلف عن العلامة التجارية فيما يلي:

- في البيان التجاري لا يتمتع التاجر الذي يضع بيان تجاري معيناً أو رسماً على منتجاته وخدماته بحق احتكاره، إذ ليس فيه أي ابتكار بل يجوز لغيره استعماله، في حين تعد العلامة من حقوق الملكية والفكرية و لصاحبها حق الاستثناء بها، ومنع غيره من استعمالها أو استغلالها إلا بترخيص منه.³

الفرع الثالث : العلامة التجارية و تسمية المنشأ

تعرف تسمية المنشأ بأنها تلك المؤشرات التي من شأنها أن تحدد منشأ المنتج أو صفته أو سمته أو شهرته أو سماته الأخرى التي تؤثر في ترويج للمنتج، وتعود بصورة أساسية لذلك المنشأ الجغرافي،⁴ وتتخلف عن العلامة التجارية فيما يلي:

¹ - بن فضاء عصام، الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، (مذكرة ماستر)، تخصص قانون أعمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015م/2016م ص 18.

² - وهيبه لعوامر بن أحمد، مرجع سابق، ص 96.

³ - بن قيمة رحيمة، النظام القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، (مذكرة ماستر)، تخصص قانون أعمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015م/2016م، ص 25.

⁴ - عائشة بوعرعور، حماية حقوق الملكية الصناعية و التجارية، (مذكرة ماستر)، تخصص قانون أعمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015م/2016م، ص 143.

- تسميات المنشأ لا ينحصر استعمالها في الإنتاج الزراعي فحسب بل يشمل أيضا الإنتاج الصناعي والحرفي، وتزيد أهمية تسميات المنشأ لما كان المستهلك يولي اهتماما كبيرا لمكان إنتاج السلع التي تعرض للبيع.

ومن المنطقي أنه يتمسك بهذه البيانات لأنها تضمن له الصفات المميزة للمنتجات و السلع التي أنتجت في مكان معين، بينما العلامة ليس هدفها تعيين أو تحديد المنشأ الجغرافي للسلعة حتى و إن كانت تحمل اسم مكان معين، و إنما هدفها تمييز تلك السلع عن مثيلتها و الظهور في شكل مميز يجذب المستهلكين.

- توجد لتسمية المنشأ و السلعة التي تحملها علاقة لصيقة بينهما، فلا يمكن استعمال التسمية على السلعة معينة إلا إذا كانت هذه الأخيرة تحترم المعايير المحددة لبيان البيئة الجغرافية لنشأتها، فلا يكفي مجرد كون الإنتاج موجودا في تلك المنطقة لكي يمكن حمايته عن طريق تسميات المنشأ، بينما العلامة تعتبر مستقلة عن السلعة لأنها تتعلق بسلعة قابلة لتغيير في تكوينها، نظرا للدور الذي تلعبه إرادة الصانع، على عكس الرسم و النماذج الصناعية فهي تنشأ في مرحلة سابقة للإنتاج¹.

الفرع الرابع : العلامة التجارية و براءة الاختراع

براءة الاختراع هي الوثيقة التي تصدرها الدولة للمخترع اعترافا بحقه فيما اخترع أو للمكتشف اعترافا منها فيما اكتشف،² حتى يتمكن من التمتع بإنجازه بصفة قانونية و المتمثل في اختراع جديد قابل لتطبيق الصناعي، سواء تضمن منتوجا صناعيا جديدا أو طريقة صناعية مستحدثة،³ وتختلف العلامة التجارية عن براءة الاختراع فيما يلي:

- براءة الاختراع وثيقة تمنح عن كل اختراع جديد قابل لتطبيق الصناعي سواء تضمن منتوجا صناعيا جديدا أو طريقة صناعية مستحدثة، وهي بذلك تختلف عن العلامة التي تعتبر رمز يتخذه التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة لتمييز سلعته أو خدماته عن ما يماثلها.

¹. وليد كحول ، مرجع سابق، ص 22.

²- وهيبة لعوامر أحمد ، مرجع سابق ، ص 28 .

³- بن قيمة رحيمة ، مرجع سابق، ص 25 .

- الحق في البراءة حق مطلق يخول لصاحبه استثنائاً و احتكار الاختراع، في مواجهة الكافة احتكاراً كاملاً، فإن الحق في العلامة حق نسبي يخول لصاحبها حق احتكارها فقط في مواجهة من يزولون نشاطاً مماثلاً لنشاطه.
- كما أن وظيفة العلامة تختلف عن وظيفة براءة الاختراع. فالعلامة تقوم بتمييز السلع و الخدمات عن ما يماثلها. بينما تقوم براءة الاختراع بمنح حماية قانونية لمنتج صناعي جديد أو طريقة صناعية مستحدثة للإنتاج.¹

الفرع الخامس : تمييز العلامة التجارية عن الرسم و النموذج الصناعي

- يعتبر النموذج الصناعي مجسماً يحتل حجماً في الفراغ فإنه يمكن تمييزه عن العلامة التجارية بشكل واضح، إلا أن ما قد يثير اللبس هو الرسم الصناعي من خلال المثال التالي، إن ابتكار جسم جديد لزجاجة عطر هو ابتكار لنموذج بينما تزئينا بزخارف مبتكرة هو ابتكار لرسم أما إذا ميزت بإشارة خاصة كرسم أو رمز أو حرف بشكل مميز، فإن ذلك يشكل علامة تجارية،² فإن الفرق بين العلامة التجارية و الرسم و النموذج الصناعي يكمن فيما يلي:
- تتمثل وظيفة العلامة التجارية في تمييز السلع أو البضائع عن مثيلتها، بينما الوظيفة الأساسية للرسم أو النموذج تتجلى في تزويق وتزيين السلع و البضائع بمنحها شكلاً جذاباً ورونقاً جمالياً يكسبها طابعاً خاصاً.
- أما من حيث مدة الحماية فالحق في العلامة ينص بأنه دائم، إذا لمالكها أن يبقى متمتعاً بالحماية القانونية لها، وبالتالي احتكار استغلالها بشرط الاستمرار في تجديد تسجيلها قبل انتهاء مدتها بوقت محدد، حيث يختلف عن الحق في الرسم أو النموذج الصناعي الذي يتصف بأنه

¹ وليد كحول ، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات ، (مذكرة دكتوراه) ، تخصص قانون أعمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة ، 2014م / 2015م ، ص 26 .

² هيبه المومني ، حماية الرسوم و النماذج الصناعية ، دار محامد للنشر و التوزيع ، عمان ، الطبعة الأولى ، 2016م ، ص 47 .

مؤقت، صحيح أنه قابل لتجديد ولكن لمدة معينة وبالتالي فمدة حمايته محدودة خلافا للعلامة التجارية.¹

المبحث الثاني : شروط اكتساب الحق في العلامة

يكتسب مالك العلامة الحق فيها بعد توفرها لشروطها المقررة لها قانونا، حيث يجب أن تتوفر العلامة على شروط موضوعية تتمثل في شرط الصفة المميزة، شرط الجودة، شرط المشروعية و التمثيل الخطي.

كذلك يجب أن تتوفر العلامة التجارية على الشروط الشكلية، عن طريق إيداعها لدى المصلحة المختصة، ويكون لصاحبها بعد تسجيلها حق ملكيتها والتصرف فيها.

كما أن صاحب العلامة يكتسب حقوق في العلامة بعد تسجيلها، إلا ان هذه الحقوق تنتضي لأسباب ارادية وأسباب غير ارادية، تتمثل هذه الاسباب في عدم تجديد العلامة، و التخلي عنها أو إبطالها و إلغائها.

المطلب الأول: الشروط الموضوعية

تتمثل الشروط الموضوعية للعلامة التجارية في شرط الصفة المميزة، وذلك لضمان عدم الخلط بغيرها و شرط الجودة أي أن تكون جديدة لم يسبق استعمالها، ويجب أن تكون مشروعة لا تخالف النظام العام و الآداب العامة، وكذلك يجب أن تكون العلامة التجارية مكتوبة.

الفرع الأول: شرط الصفة المميزة

يقصد بها أن تكون للعلامة شكلا مميزا خاصا بها، وبمعنى آخر أن تتصف العلامة بطبيعة ذاتية تمنع من الخلط بغيرها وتجعل من اليسر معرفتها وتكون العلامة مميزة متى

¹ -صدام سعد الله محمد البياني، النظام القانوني للرسوم و النماذج الصناعية ، دار حامد للنشر و التوزيع ، عمان ، الطبعة الأولى ، 2008م، ص 42 ص 43 .

تم وضعها بطريقة هندسية معينة كأن تتخذ شكلا دائريا أو مربعا أو متى تم رسمها بشكل زخرفي معين أو متى تم كتابتها بحروف مختلفة مميزة.¹

يجب أن تؤدي العلامة وظيفتها الجوهرية، وهي تمييز البضاعة أو الخدمة عن غيرها المنافسة، ولا تعد كذلك ما لم تكن العلامة غير شائعة ولم يسبق تسجيلها أو استعمالها من قبل شخص آخر، لكي لا تمس بحقوق الغير.

أولا : صفة عدم الشبوع

يعلق بعض الفقهاء على أن هذا المصطلح يحمل صفة الأصالة، ويقصدون فيه أن العلامة لم تكن معروفة لدى الجمهور أي غير مألوفة لديهم، أما الشائعة فهي كما يطلق عليها المشروع الإماراتي العلامة المكونة من بيانات ليست إلا التسمية التي يطلقها العرف على البضائع، و المنتجات و الخدمات أو الرسوم المألوفة، و الصور العادية للبضائع و المنتجات.²

ثانيا : عدم مساس العلامة بحقوق الغير

لكي تكون العلامة مميزة لا يجب أن تقوم على علامة تجارية سابقة أو شعار أو اسم تجاري أو حقوق مصمم برسم أو نموذج صناعي أو صورة شخص طبيعي وأي حق يعود للغير، وقد ورد هذا الشرط تحت مصطلح الخبرة أو شرط الأسبقية في الاستعمال أو التسجيل.³

¹صلاح زين الدين ، الملكية الصناعية و التجارية ، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان ، الطبعة الثانية ، 2010م، ص 277.

²أسامة نائل المحيسن ، الوجيز في حقوق الملكية الفكرية، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، عمان ، الطبعة الأولى ، 2011م، ص 37 .

³أسامة نائل المحيسن، مرجع سابق، ص 38.

الفرع الثاني : شرط الجودة

يقصد به أن تكون العلامة جديدة بمعنى أنه لم يسبق استعمالها أو تسجيلها من قبل أحد، ولكي تعتبر العلامة جديد يجب أن يتوفر فيها عنصرا مميزا لها على الأقل، وتقدير جودة العلامة يكون بالنظر إلى مجموع عناصرها كوحدة، فلا يوجد ما يمنع اشتراك بعض العناصر المكونة لعلامة ما مع عناصر مكونة لعلامة أخرى، حتى لو كانتا مستعملتين في صناعة مادام أن عناصرهما في مجموعهما مختلفة التركيب والمظهر.¹

يقصد بها أيضا هي عدم سبق استعمالها داخل إقليم الدولة على ذات السلع و المنتجات المراد استخدام العلامة التجارية عليها، إذ يشترط لصحتها عدم المساس أو الإضرار بحقوق سابقة كعلامة مسجلة سابقا أو معلومة للكافة،² إلا أن شرط الجودة هو شرط ليس مطلق و إنما هو مقيد في مجالات ثلاثة هي:³

أولا : الجودة من حيث نوع أو صنف المنتجات

نشير هنا إلى أن الاستعمال الممنوع للعلامة من قبل الغير يكون في حدود المنتجات أو البضائع التي خصصت لها تلك العلامة، لذا فإن هذا المنع من الاستعمال لإبطال استعمال نفس العلامة لتمييز بضائع ومنتجات مختلفة ومتباينة أي أصناف مختلفة، وتعتبر عندها كل علامة مميزة طالما لا تؤدي إلى اللبس والتضليل، وبذلك يكون شرط الجودة متوافرا إذا ما تم استعمال علامة تجارية لتمييز جديد الطلب عن غيره، وطلب استعمال أو تسجيل ذات العلامة لتمييز نوع عطور أو صناعة شموع.⁴

¹-صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص 279

²- وهيبه لعوامر بن أحمد، مرجع سابق، ص 43

³- عماد الدين محمود سويدات، مرجع سابق، ص 39 .

⁴-المرجع السابق، مرجع سابق، ص 39، ص 40 .

ثانيا : الجدة من حيث المكان

يجوز من الناحية النظرية أن تحمل منتجات أو بضائع أو خدمات متماثلة علامات تجارية واحدة، طالما أن تلك المنتجات أو البضائع أو الخدمات لا تجتمع في مكان واحد وذلك أن المشرع قصد حماية العلامة في جميع انحاء الدولة الواحدة ، طالما أنه ركز تسجيل العلامات في مكان واحد فإن استخدام العلامة التجارية لا يقتصر على منطقة أو جزء من الدولة المسجل بها العلامة وإنما يشمل الدولة بكامل أقاليمها، وبالرغم من أن مبدأ إقليمية العلامات التجارية يعتبر من المبادئ التشريعية المستقرة في معظم القوانين الوضعية، إلا انه يرد عليه استثناءان:

- أنه يجب الاعتراف بأحكام الاتفاقيات الدولية التي تكفل لرعايا الدول المتعاقدة حماية علاماتهم في بلد كل منها.¹
- يجب ألا يكون هناك غش أو سوء نية من جانب التاجر في استعمال العلامة الأجنبية بقصد تضليل الجمهور.²

ثالثا : الجدة من حيث الزمان

كما تنقيد العلامة التجارية بحيز مكاني تنقيد أيضا بنطاق زمني معين ومحدد قانونا، فحماية العلامة التجارية ليست مطلقة ومؤبدة حيث حددت مدة الحماية بعشرة سنوات، وهذا ما جاءت به اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبيس) ، وهي نفس المدة التي نصت عليها كافة القوانين العربية، ومعنى هذا أن العلامة التجارية وطيلة مدة العشر سنوات المقررة لحمايتها و تحصينها من أي اعتداء عيها لا تعتبر جديدة بالنسبة للطلبات اللاحقة لبدء هذه المدة أو طيلة بقاء أي مدة تجديد لها، فإذا انقضت هذه المدة ولم يتم تجديدها وفقا لأحكام القانون، وتم شطبها فعلا أو حكما و كذلك إذا عرض لها عارض أثناء

¹-وائل محمد رفعت ، مرجع سابق ، ص 78 .

²-وائل محمد رفعت ، مرجع سابق ، ص 78 .

فترة السريان و صدر قرار بإلغائها، فإن في هذه الحالات تعتبر بأنها قد عادت مرة أخرى إلى سابق عهدها وسيرتها الأولى، واعتبرت بالنسبة لأي طالب تسجيل لاحق بمثابة علامة جديدة مؤهلة وقابلة للتسجيل.¹

الفرع الثالث : شرط المشروعية

لا يكفي المظهر المميز للعلامة التجارية لحمايتها، إنما يجب أن تكون مشروعة، ويقصد بشرط المشروعية ألا تكون العلامة ممنوعة قانوناً أي تسمح النصوص القانونية بتسجيلها أو على الأقل لا تعارض استعمالها و أن لا تكون مخالفة للنظام العام أو حسن الآداب.²

تكون العلامة التجارية ممنوعة إذا كانت مخالفة للآداب و الأخلاق سواء في مجموعتها أو في أحد عناصرها، وتكون كذلك إذا تضمنت تسميات تمس بالأخلاق كالعلامات الخلاعية التي تستعمل فيها رسوم أو صور أو تسميات فاضحة، وتكون العلامة التجارية مخالفة للنظام العام إذا احتوت على أعلام وشارات ورموز ذات طابع ديني، أو كان الهدف منها تضليل الجمهور بتضمينها بيانات غير صحيحة من صفات البضاعة أو مصادرها أو استعمال الأسماء الجغرافية، إذا نشأ عن هذا الاستعمال لبس فيها يتعلق بمصادر المنتجات و أصولها.³

وقد أقرت اتفاقية باريس على رفض تسجيل العلامة التجارية في الحالات الآتية:

- إذا كان يترتب على تسجيل العلامة ضرر بالحقوق التي يكتسبها الغير على أرضها.
- إذا كانت العلامة مجردة من المميزات الخاصة أو كانت مركبة من رموز أو اشارات تستخدم في التجارة للدلالة على نوع السلعة أو صفتها أو مقدارها أو قيمتها أو وجهه

¹ - عامر محمود الكسواني ، مرجع سابق ، ص 37، ص38.

² - أسامة نائل المحيسن ، مرجع سابق ، ص41.

³ - وهيبه لعوامر بن أحمد ، مرجع سابق ، ص 51، ص 52 .

إرسالها¹ أو مصدرها أو كانت العلامة ذائعة وكثيرة الاستعمال، حتى أصبحت من الأموال العامة في الدولة المراد تسجيلها فيها.

- العلامات المخالفة للآداب و النظام العام، وعلى الأخص العلامات التي يترتب عليها تضليل الجمهور.²

الفرع الرابع : شرط التمثيل الخطي

بين المشرع الجزائري في المادة 2 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، أن العلامات هي كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، والمقصود بذلك أن تكون مكتوبة من جهة و ظاهرة بصورة مادية ملموسة من جهة ثانية.

إن المشرع الجزائري يشترط إذا كانت العلامة التجارية مكونة من كلمة أو كلمات أن تكون مكتوبة سواء بلغة أجنبية أو أن تكون باللغة العربية،³ أكثر وضوحا الى جانبها اللغة الأجنبية، وهذا على خلاف بعض التشريعات العربية التي تشترط ضرورة كتابة العلامة باللغة العربية، أو على الأقل ترجمتها الى اللغة العربية، من بينها التشريع الأردني الذي نص في المادة 21 من نظام العلامات التجارية الاردني رقم 01 لسنة 1952م على، "إذا احتوت العلامة التجارية على كلمة أو كلمات مكتوبة في غير اللغة العربية، فيجوز للمسجل ان يطالب ترجمتها بالضبط ويترتب على الطالب أو وكيله أن يظهر تلك الترجمة، ويوقع عليها إذا طلب منه المسجل ذلك."⁴

المطلب الثاني :الشروط الشكلية

إضافة الى الشروط الموضوعية يجب أن تتوفر العلامة التجارية على الشروط الشكلية المتمثلة في التسجيل، حيث لا بد من تسجيل العلامة وفق إجراءات محددة و التي بدورها لها

¹-وائل محمد رفعت ، مرجع سابق ، ص 81، ص82.

²-وائل محمد رفعت ، مرجع سابق ، ص82.

³-ميلود السلامي، النظام القانوني للعلامات التجارية، رسالة دكتوراه ، تخصص قانون خاص، منشورة ، جامعة

الحاج لخضر، باتنة ، 2012م ، ص 76 .

⁴- عماد الدين محمود سويدات ، مرجع سابق ، ص 42.

هيئة مختصة خول لها القانون القيام بتسجيل العلامات التجارية، ويترتب على تسجيل العلامة التجارية آثار قانونية تتمثل في حق ملكيتها وحق التصرف فيها.

الفرع الأول : تسجيل العلامة التجارية في القانون الجزائري

نص المشرع الجزائري على جهة مختصة تقوم بتسجيل العلامة التجارية، وبيانات يجب توفرها فيها، وإجراءات يجب إتباعها، وهذا ما سندرسه من خلال هذا الفرع.

أولاً: المصلحة المتخصصة بتسجيل العلامة التجارية

إن اتفاقية باريس تنص على أن تتعهد كل دولة عضو فيها بإنشاء مصلحة خاصة للملكية الصناعية ومكتب مركزي لاطلاع الجمهور على العلامة التجارية¹، وذلك ما جاءت به المادة 13 من الامر 06.03 المتعلق بالعلامات، " تحدد شكليات إيداع العلامات وكيفيات وإجراءات فحصها وتسجيلها ونشرها لدى المصلحة المختصة عن طريق التنظيم².

حدد المشرع الجزائري المصلحة المختصة بتسجيل العلامة التجارية وهي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، وذلك بموجب المرسوم التنفيذي رقم 68 /98³.

ثانياً : البيانات الواجب توافرها

نصت المادة 13 من تشريعات العلامات التجارية على أنه: يجب على كل من أراد إيداع علامة أن يسلم أو يوجه إلى المصالح المختصة بواسطة رسالة مضمونة مع طلب الإشعار بالتسليم ما يلي:

1- طلب تسجيل يشتمل على نموذج العلامة وبيان المنتجات أو الخدمات التي تنطبق عليها هذه الخدمة.

¹ - بن فضاء عصام ، مرجع سابق، ص 36.

² - المادة 13 من الأمر 06/03، المؤرخ في 19 يوليو 2003م، المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية ، الصادرة في 23 يوليو 2003م ، عدد 44، ص 3 .

³ - المرسوم التنفيذي رقم 68/98، المؤرخ في 21 - 11-1998م، المتعلق بإنشاء المعهد الجزائري للملكية الصناعية، الجريدة الرسمية العدد 11 ، المؤرخة في 21-02-1998م.

2- ختم العلامة .

3- إثبات دفع الرسوم.

4- وكالة بخط اليد، وذلك إذا كان الموعد يمثله وكيل، ويجب أن يحرر طلب تسجيل العلامة على النموذج الذي يجب تسليمه من الديوان الجزائري للتوحيد الملكية الصناعية و العلامة التجارية.¹

ثالثا : الإجراءات المتبعة لتسجيل العلامة التجارية

يقوم تسجيل العلامة التجارية على إجراءات يقوم بها صاحب العلامة شخصيا أو وكيل عنه.

1. الإيداع

يكون إيداع العلامة بتقديم طلب تسجيل شارة معينة بغرض اتخاذها علامة تجارية فيما بعد، ولو كان النشاط غير مريح كالجمعيات و النقابات، مباشرة لدى المصلحة المختصة والمتمثلة في القانون الجزائري الحالي في المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، أو إرساله إليه بالبريد الموصى عليه مع علم الوصول، يحتوى هذا الطلب على نموذج العلامة، تعداد المنتجات و الخدمات المنطبقة على هذه العلامة خاتم العلامة و ما يدل على إيداع الرسوم، وإذا كان الموعد يمثله وكيل عنه فعليه زيادة على ذلك اثبات الوكالة، ويحرر محضرا بالإيداع مؤرخا ومبينا فيه تسليم المستندات، تسليم نسخة منه أو ترسل للموعد.²

2. الفحص

أوجب المشرع بعد إيداع العلامة بفرض تسجيلها ضرورة فحصها من حيث الشكل و المضمون، ويقصد بفحص العلامة من حيث الشكل تأكد المصلحة المختصة من أن طلب الإيداع مستوفي للشروط القانونية، و إذا ما تبين أن الملف مقبول تقوم المصلحة المختصة بتحرير محضر، يثبت تاريخ الإيداع و ساعته و مكانه و ثم التسجيل، وتعد هذه الوثيقة ذات

¹-فاضلي إدريس ، مرجع سابق ، ص 289 .

²- وهيبه لعوارم بن احمد ، مرجع سابق ، ص 54 .

أهمية بالغة لفض النزاعات المحتملة، التي يمكن أن تقع بين عدة مودعين نظرا للبيانات المدرجة فيه، و في حالة عدم استيفاء الشروط يطلب من المودع أو موكله تسوية الطلب في أجل شهرين، وبكمن تمديده لنفس المدة بناء على طلب معلل من صاحب طلب الإيداع، وعند عدم التسوية في الآجال المحددة ترفض المصلحة المختصة طلب التسجيل، أما الفحص من حيث المضمون فهو المرحلة التالية للفحص الشكلي، فإذا اتضح للمصلحة المختصة أن الإيداع مستوفي للشروط الشكلية تبحث في فحص العلامة من حيث المضمون، ويتمثل ذلك في البحث فيها إذا كانت العلامة مستثناة من التسجيل أي سبب من الأسباب المؤدية لرفض التسجيل.¹

3. التسجيل و النشر

أخذ المشرع الجزائري بنظام الإيداع البسيط، المتمثل في أن يقوم صاحب العلامة بعملية الإيداع، بتقديم الطلب إلى المصلحة أو بإرساله عن طريق البريد الموصى عليه مع العلم بالوصول، مع وجوب أن يشمل الطلب على البيانات الخاصة بالتسجيل. تمنح المصلحة المتخصصة محضرا بالإيداع مؤرخا ومبينا فيه تسليم المستندات أو استلام الرسالة البريدية التي تحتوى عليها، وتسليم نسخة من هذا المحضر أو ترسل للمودع ويكون تاريخ التسجيل هو تاريخ الإيداع.

في حالة تجديد العلامة التي تمضي عليها مدة عشر سنوات فإنه يجب تقديم طلب التجديد خلال تلك المدة، تعتبر العلامة باطلة ويجوز لكل ذي مصلحة تقديم طلب تسجيلها في نفس البضاعة أو الخدمة بعد عملية التسجيل و التوقيع على الطلب ينشر في النشرة الصناعية على نفقة صاحب العلامة.²

الفرع الثاني : تسجيل العلامة التجارية وفق اتفاقية مدريد

تم التوقيع على اتفاقية مدريد الخاصة بالتسجيل الدولي للعلامات في 14 نيسان 1891م و أصبحت سارية النفاذ في 15 تموز 1892م، وقد جرى تعديلها مرات عديدة وباب العضوية في هذه الاتفاقية مفتوح لكل الأطراف في اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، وتعتبر اتفاقية مدريد أول اتفاقية تتعامل مع التسجيل الدولي للعلامات.

¹- ميلود سلامي ، مرجع سابق ، ص 87 ، ص 88.

²-فاضلي إدريس ، مرجع سابق ، ص 289 ، ص 290 .

أولاً : الغرض من التسجيل الدولي للعلامة التجارية وفق اتفاقية مدريد

وضعت اتفاقية مدريد نظاماً للتسجيل الدولي للعلامات التجارية، بمقتضاه يكون لكل شخص تابع إحدى الدول المتعاقدة ان يكفل حماية علامته التجارية المسجلة في بلده الأصلي في جميع دول الاتحاد، ويتم ذلك بإيداع العلامات المسجلة بالمكتب الدولي لحماية الملكية الصناعية في برن، ويتم الإيداع عن طريق تقديم طلب الى مكتب الملكية الصناعية في بلد العلامة الأصلي¹، لذا فالغرض من التوقيع و إنشاء اتفاقية مدريد هو التخفيف من العقبات و الصعوبات التي تكتنف التسجيل الفردي للعلامة، ولدى جهات متعددة وتوفير الوقت و الجهد و النفقات وتوفير حد أقصى من الحماية للعلامة.²

ثانياً : تقديم طلب التسجيل للعلامة

يجب أن يرسل طلب التسجيل الدولي الى مكتب التسجيل في البلد المنشأ أولاً، حيث يتم تدقيقه والتصديق على أن العلامة التجارية المرفقة به قد أدخلت السجل الوطني للعلامات التجارية في البلد الأصلي باسم الطالب، ولنفس المنتجات أو البضائع أو الخدمات، ثم يرسل الى المكتب الدولي مرفق بالرسوم المقررة في هذا الشأن.³

ثالثاً : فحص تقديم طلب التسجيل الدولي

يقوم المكتب الدولي بتدقيق طلبات التسجيل الدولي الواردة له من حيث استيفائها لشروط اتفاقية مدريد و أنظمتها، وإذا كانت طلبات التسجيل كذلك تسيير بالإجراءات لتسجيل العلامة التجارية، ومن ثم إشعار الدول المعنية بذلك وبالتالي نشرها في المجلة ذات العلاقة⁴، أما إذا كان الطلب غير مستوفي للشروط يؤجل البت بالطلب ويتم إشعار المكتب المحلي بذلك بحيث يتوجب إكمال النواقص خلال مهلة ثلاثة أشهر من تاريخ الإشعار، ويمكن للمكتب الدولي أن يسمح بفترة سماح أخرى لمدة ثلاثة أشهر ويشعر بذلك طالب التسجيل والمكتب الوطني، وفي حال عدم الاستكمال يعتبر الطلب كأن لم يكن وترد الرسوم المدفوعة سلفاً.⁵

¹ -صلاح زين الدين ، الملكية الصناعية و التجارية ، مرجع سابق ، ص 442 .

² - عماد الدين محمود سويدات ، مرجع سابق ، ص 149 .

³ - المادة 3 من اتفاقية مدريد .

⁴ - صلاح زين الدين ، الملكية الصناعية والتجارية، مرجع سابق ، ص 443 .

⁵ - عماد الدين محمود سويدات ، مرجع سابق ، ص 150.

رابعاً : ضرورة تحديد صنف المنتجات و الخدمات

أوجب اتفاق مدريد ضرورة أن يحدد طلب التسجيل صنف المنتجات والخدمات منفردة أو ضمن فئات، فإذا تبين لمكتب التسجيل الدولي أن التصنيف المبين في طلب التسجيل غير صحيح أو أن بيانات المنتجات أو الخدمات غير واضحة، يقدم إقتراحات بإعادة التصنيف، ويعيدها الى المكتب الوطني وينتظر المكتب الوطني مدة ثلاثة أشهر من تاريخ اقتراحه بإعادة التصنيف ليتم تصحيح الطلب، و إذا انتهت تلك الفترة ولم يستلم المكتب الدولي أي رد على اقتراحه يقوم بتسجيل العلامة ضمن التصنيف الذي اقترحه شريطة دفع الرسوم المطلوبة، وهو ما بينته الفقرة الثانية من المادة الثالثة من الاتفاق، " أنه على طالب التسجيل أن يذكر في طلبه السلع أو الخدمات التي يطالب بحماية علامتها و أن يبين إن أمكن الصنف أو الأصناف المقابلة لها تبعاً للتصنيف المعد بموجب اتفاق نيس بشأن التصنيف الدولي للسلع والخدمات، لأغراض تسجيل العلامات، و إذا لم يذكر المودع ذلك تعين على المكتب الدولي أن يرتب السلع أو الخدمات في الأصناف المقابلة لها، في التصنيف الآنف ذكره.

أما إذا استلم المكتب الدولي أفكاراً مخالفة لمقترحاته المتعلقة بإعادة التصنيف ضمن فترة ثلاثة أشهر فقد يطرح اقتراحات أخرى، إذا كانت الفترة تسمح بذلك، أو يقوم بتسجيل العلامة ضمن التصنيف الذي يعتبره مناسباً شريطة دفع الرسوم المتطلبة، وأن يكون الطلب متوافقاً مع الاتفاقية و أنظمتها.¹

خامساً : الأثر المترتب على التسجيل الدولي للعلامة التجارية

تمنح كل علامة مستوى الحماية نفسه المتوفر لها داخل دولتها بداية من تاريخ سريان التسجيل بالمكتب الدولي وفقاً لبنود المادة 03، وذلك لكل دولة من الدول المتعاقدة كما أن إيضاح فئة السلع أو الخدمات الواردة في المادة 03، لكن يكون ملزماً للدولة المتعاقدة بالنسبة لما يتعلق بتحديد نطاق حماية العلامة.² لكل علامة خضعت للتسجيل الدولي الحق في

¹ - ميلود سلامي ، مرجع سابق ، ص 109 .

² - المادة 4 من اتفاقية مدريد .

الأولوية المذكورة في المادة 04 من اتفاقية حماية الملكية الصناعية، دون المطالبة بالالتزام بالإجراءات الشكلية الواردة في الجزء 04 من المادة.¹

سادسا : مدة وتاريخ التسجيل الدولي

مدة التسجيل هي عبارة عن عشرين عام و ذلك بصرف النظر عن مدة التسجيل الوطني، إلا أنه من الممكن أن يتم دفع الرسوم الأساسية في وقت التسجيل لفترة أولية لمدة عشرة سنوات، ثم يتم دفع الرسوم قبل انتهاء فترة العشر سنوات الأولى و إلا كان التسجيل باطلا.²

الفرع الثالث : آثار تسجيل العلامة التجارية

يترتب على تسجيل العلامة آثار قانونية تتمثل في حق ملكية العلامة، وحق التصرف فيها وهذا بعد استيفاء جميع الشروط الموضوعية و الشكلية.

أولا: حق ملكية العلامة

تكتسب ملكية العلامة التجارية نتيجة إتمام إجراءات إدارية خاصة بالإيداع و التسجيل ولهذا لا يمكن لأي شخص التمسك بحقوق على علامة ما إذا استعملها دون ايداعها للتسجيل، كما هو مشروط قانونا لهذا تؤدي عملية الإيداع و التسجيل إلى منح المودع حقوق شرعية من الناحية القانونية، وهذا ما تؤكد المادة 09 من الأمر 06 /03 في الفقرة 1 بقولها " يخول تسجيل العلامة لصاحبها حق ملكيتها على السلع و الخدمات التي يعينها لها " ويختص بملكية العلامة في التشريع الجزائري، من كانت له الأسبقية في ايداعها وهاذا ما تؤكد المادة 06 من الامر 06-3 بأنه ما عدا في حالة انتهاك الحق فإن العلامة ملك للشخص الأول الذي استوفى الشروط المحددة لصحة الإيداع، أو الشخص الذي أثبت أقدم أولوية لإيداعه، ونصت المادة 05 من الأمر 06-03 في فقرة 01 بأنه يكتسب الحق في العلامة بتسجيلها لدى المصلحة المختصة، ومقتضى هذا النص أن التسجيل منشئ لملكية العلامة التجارية.³ وقد تكتسب ملكية العلامة التجارية عن طريق البيع أو المراث او الوصية.³

¹رياض عبد الهادي منصور عبد الرحيم ، التنظيم الدولي لحماية الملكية الفكرية ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، 2012م، ص187 .

² - المادة 1/6 من اتفاقية مدريد .

³ - بين قيمة رحيمة ، مرجع سابق ، ص 52 . ص53.

ثانيا : حق التصرف في العلامة

يخول حق ملكية العلامة لصاحبها سلطة على العلامة وهذا بالتصرف فيها وحق لما يخدم مصلحته، إما بالتنازل عليها ببيعها أو رهنها و إما بالترخيص للغير باستعمالها، وباعتبار أن العلامة عنصر من عناصر المحل التجاري، فإن المشرع أقر لمالك العلامة حرية التصرف في العلامة بصورة مستقلة عن المحل التجاري، شريطة أن لا يكون الهدف منه تضليل الجمهور أو الأوساط التجارية، خاصة فيما يتعلق بطبيعة أو مصدر أو طريقة صنع خصائص المنتجات او الخدمات الموسومة بالعلامة.¹

من بين الصرفات التي يتنازل بها صاحب العلامة عن حقه فيما يلي:

1. 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 أي أن العلامة يمكن أن تكون محل رهن، عن طريق رهن المحل التجاري باعتباره عنصر من عناصرها وفي هذه الحالة يجب على الأطراف المتعاقدة أن تنص على العلامة محل الرهن في قائمة العناصر المرهونة وإما أن يكون محل رهن بصورة مستقلة عن المحل التجاري.²

للدائن المرتهن الحق في الحصول على سند من المعهد يثبت حقه إلا أنه ليس له حبس العلامة كي لا يحرم صاحبها من استغلالها كما لا يحق له أيضا استغلالها، وهذا لأن رهن العلامة رهن حيازي لكن من نوع خاص فهي لا تخضع لقاعدة الحيازة في المنقول سند الملكية، لأنها مال منقول معنوي.³

¹- عائشة بوعرعور، مرجع سابق ، ص 136.

²- فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، ابن خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006م، ص 253.

³-وليد كحول، مرجع سابق ، ص 17 .

2 . انتقال الحق في العلامة :

بالرجوع الى نص المادة 14 من القانون المنظم للعلامات نجدها تتناول مسألة نقل حقوق العلامة كلياً أو جزئياً، أن يشمل البيع في الحالة الأولى جميع عناصر العلامة، وهذا باستغلالها في جميع السلع والخدمات التي سجلت من أجلها، و أما في الحالة الثانية في حالة البيع الجزئي فإن التنازل هنا ينصب على احتكار بعض حقوق العلامة كأن يكون في احتكار استغلالها على بعض السلع أو الخدمات المسجلة لأجلها العلامة دون البعض الآخر.¹

نظراً للقيمة الاقتصادية الكبرى للعلامة التجارية لكثير من الشركات اشترط المشرع لنقل حقوقها بالبيع و تحت طائلة البطلان أن يتم ضمن عقد مكتوب، وممضي من أطراف العقد وفقاً لأحكام عقد البيع، مع وجوب قيد التصرف في سجل العلامات لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ليكون نافذاً في مواجهة الغير.²

3- الترخيص باستغلال العلامة

يتم استغلال العلامة عن طريق رخصة استغلال العلامة، وذلك بمقتضى العقد الذي بموجبه منح صاحب العلامة الغير حق استغلالها كلياً أو جزئياً، وتعتبر هذه العملية بالنسبة لصاحب العلامة وسيلة استثمارية خارج موطنه وبصفة خاصة بالنسبة للعلامات ذات السمعة العالمية.³

يقصد بترخيص استغلال العلامة: " العقد الذي يلتزم بمقتضاه صاحب العلامة بإعطاء المرخص له حق استعمال علامة مقابل مبلغ من المال يدفع دفعة واحدة أو بصفة دورية.⁴

وعليه فعقد الترخيص غير ناقل للملكية بل هو مجرد حق شخصي في استعمال العلامة بمقابل، وبمعنى آخر هو مجرد حق انتفاع وهو بذلك يعتبر كعقد الإيجار للأثار التي ينتجها إذ تعتبر هذه العملية بالنسبة لمالك العلامة وللمرخص له أحسن وسيلة للاستغلال

¹-وليد كحول ، مرجع سابق ، ص 45 .

²- عائشة بوعرعور ، مرجع سابق ، ص 136 ، ص 137.

³- فاضلي إدريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، مرجع سابق، ص 197 .

⁴- عائشة بوعرعور، مرجع سابق ، ص 137 .

العلامة، فالأول تمكنه من استثمار علامته خارج موطنه، والثاني يستفيد من العلامة في توزيع منتوجاته أو خدماته خاصة إذا كانت العلامة مشهورة لسمعتها العالمية.¹

الفرع الرابع : انقضاء الحق في العلامة

ينقضي الحق في العلامة لأسباب إرادية أي بإرادة صاحبها، وذلك بعدم تجديد تسجيل العلامة أو التخلي عن العلامة، وينقضي أيضا بغير إرادة صاحبها ببطانها أو إلغائها أو عدم استعمالها.

أولا : عدم تجديد التسجيل

تقدر مدة الحماية للعلامة التجارية بعشرة سنوات، وفي حال انتهاء هذه المدة يمكن طلب تجديدها خلال ستة الأشهر التالية لتاريخ انتهائها، حيث تظل العلامة محفوظة لصاحبها أو لورثته، أما إذا انتهت مدة الستة أشهر من غير طلب تجديدها، جاز لكل شخص طلب تسجيلها باسمه، أي أن الحق في العلامة ينقضي بعدم إعادة تسجيل العلامة خلال ستة أشهر التي تلي انتهاء العشر سنوات.²

ثانيا : التخلي عن العلامة

يكون ذلك ضمنا من خلال سكوت صاحب العلامة وعدم اعتراضه على استعمال علامته من قبل الغير دون ترخيص منه، أو عدم متابعته قضائيا لكل تقليد لعلامته.³ أيضا قد يكون التخلي صريحا، حيث يقوم صاحب العلامة أن يطلب التخلي أو العدول عن تسجيل العلامة لكل أو جزء من السلع أو للخدمات التي سجلت من أجلها، وذلك إذا رأى عدم فائدة من وجود تسجيلها، و أنها أصبحت غير فعالة في تمييز سلعته أو خدماته أو عند تغييره لنشاطه فتصبح لامعنى لها.

ثالثا : ابطال العلامة

إن من صلاحيات مصلحة العلامات التجارية بالمعهد الجزائري لحماية حقوق الملكية أن تقرر إبطال أو رفض تسجيل علامة، أو منع استغلالها إذا كانت تقليدا، أو ترجمة تحدث

¹ - عائشة بوعرعور، مرجع سابق ، ص 138 .

² - فاضلي إدريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري ، مرجع سابق، ص 180 ، ص 181 .

³ - وليد كحول، مرجع سابق ، ص 51.

لبسا بعلامة مسجلة في إحدى دول الاتحاد، وحازت على الشروط القانونية لحمايتها طبقا لنص المادة 06 مكرر 2 فقرة 1 من اتفاقية باريس.¹

حيث أن قرار الإبطال يكون من صلاحيات المحكمة المختصة، ولا يجب أن يمر على طلب ايداع العلامة خمس سنوات في حالة طلب إبطال العلامة، و إلا فإنه لا يجوز ابطالها وفي حالة صدور حكم الإبطال فيجب تسجيله في دفتر العلامات و بناء على إشعار من كاتب الضبط.²

رابعا : الغاء العلامة

يسقط حق مالك العلامة إذا لم يقم باستعمال علامته المسجلة استعمالا جديا لمدة تزيد عن ثلاث سنوات متتالية، أي دون انقطاع و يترتب على هذا إبطالها، الا إذا قدم مالك العلامة مبررا قبل انتهاء هذا الأجل، وعليه يجوز للجهة القضائية المختصة بناء على طلب من الغير صاحب المصلحة الحكم بإلغاء تسجيل العلامة، ولا يحق للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية أخذ هذا القرار بصورة مستقلة، بل لابد أن يصدر القرار من قبل الجهة القضائية المختصة فلا تسقط هذه الحقوق إلا بحكم القانون.³

من خلال هذا الفصل نستنتج أن العلامة التجارية اشارة لتمييز السلع والمنتجات، حيث تختلف وتتنوع باختلاف النشاط ، فمنها العلامات التجارية و العلامة الصناعية وعلامات الخدمة و العلامات المشهورة وغيرها الكثير، وتتخذ أشكال عديدة تميزها عن غيرها، مثل الأشكال والألوان والرسومات والصور والأرقام والحروف.

تتميز العلامة التجارية عن غيرها من تسميات حقوق الملكية التجارية، كالاسم التجاري و البيان التجاري و العنوان التجاري، وتتميز أيضا عن حقوق الملكية الصناعية، كبراءة الاختراع واسم المنشأ و الرسم و النموذج الصناعي، حيث يشتركان في أوجه متشابهة، ولهم أيضا أوجه مختلفة، ولكي يكتسب صاحب العلامة الحق في علامته يجب أن تتوفر العلامة على شروط موضوعية، تتمثل في شرط الجودة و شرط و الصفة المميزة و التمثيل الخطي

¹ -بن قيمة رحيمة ، مرجع سابق، ص 57 .

² - فاضلي إدريس ، المدخل الى الملكية الفكرية ، مرجع سابق، ص 294، ص 293.

³ - وليد كحول ، مرجع سابق ، ص 54، ص 55.

والمشروعية، وأيضا الشروط الشكلية التي تتمثل أساسا في تسجيل العلامة لدى المصلحة المختصة لحمايتها، ويكون لصاحبها من خلال التسجيل حق ملكيتها و التصرف فيها. إلا أنه يمكن أن ينقضي الحق في العلامة لأسباب إرادية في حالة عدم تجديد التسجيل والتخلي عن العلامة و تنقضي أيضا لأسباب غير إرادية عند إبطال التسجيل و إلغاء تسجيل العلامة.

الفصل الثاني: الآليات الدولية لحماية العلامة التجارية

يقوم صاحب العلامة التجارية بتسجيل علامته وذلك بغرض حمايتها من الغير المعتدي عليها، و تكون هذه الحماية على المستوى الوطني حيث تخضع لقانون الدولة التي سجلت فيها، و تكون الحماية داخل إقليمها فقط دون غيره تبعاً لمبدأ إقليمية القوانين، و على ذلك ينبني أن حماية العلامة التجارية يقف عند حدود الدولة الإقليمية التي تسجل فيها و لا يتعدى أثرها على غيرها من الدول، و عليه فإنه يتوجب على صاحب العلامة التجارية التي يرغب بحمايتها أن يقوم بتسجيلها في كل دولة يرغب في حماية علامته فيها.

و نظراً للتطور التجاري و الصناعي الذي تشهده دول العالم و إنتشار وسائل الاتصالات و المواصلات و التي من شأنها تسهيل إنتقال البضائع والخدمات من دولة إلى أخرى، أدى إلى قصور تشريعات الدول الإقليمية على حماية العلامة التجارية من محاولة الاعتداد عليها بأية صورة من الصور، الأمر الذي أدى إلى ظهور الاتفاقيات الدولية بهذا الصدد، حيث أبرمت أول اتفاقية دولية لتحقيق هذا الغرض سنة 1883م و هي اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، ثم ظهرت بعدها العديد من الاتفاقيات آخرها اتفاقية تريبيس لسنة 1994.

المبحث الأول: حماية العلامة التجارية في ظل اتفاقية باريس

أبرمت إتفاقية باريس في 20 مارس 1883م وقد وقعت عليها في البداية إحدى عشرة دولة فقط، و عندما دخلت حيز النفاذ الفعلي في الرابع من جويلية 1884م، إنضمت إليها كل من بريطانيا و تونس و الإكوادور ليصبح العدد الكلي للدول الأعضاء أربع عشرة دولة، ثم أخذت الدول في المسارعة بالإنضمام بعد الحرب العالمية الثانية.

وتهدف إتفاقية باريس إلى حماية الملكية الصناعية بوجه عام، وتعد الأساس القانوني والدعامة الرئيسية التي يرتكز عليها نظام الحماية الدولية للعلامة التجارية بشكل خاص. وتضمنت الاتفاقية حماية الملكية الصناعية في قسمها الأول على النحو التالي:

القسم الأول: ويضم القواعد الموضوعية التي تتعلق بنطاق الحماية، وتشتمل إلى جانب صور الملكية الصناعية التي تحميها الإتفاقية على مبدئين أساسيين أرستهما الإتفاقية هما مبدأ المعاملة الوطنية ومبدأ أو حق الأولوية.

المطلب الأول : ضوابط حماية العلامة في اتفاقية باريس

تقوم اتفاقية باريس بحماية حقوق الملكية الصناعية على مجموعة من المبادئ تتمثل في مبدأ المساواة أو مبدأ المعاملة الوطنية، أي أنه على كل دولة من دول الاتحاد في جميع دول الاتحاد الأخرى أن تتمتع بالمزايا التي تمنحها حالياً أو مستقبلاً قوانين تلك الدول للمواطنين.

كما أقرت الاتفاقية مبدأ استقلال العلامات و مبدأ الأسبقية، و مبدأ قبول تسجيل جميع العلامات الأجنبية المسجلة في بلدها الأصلي.

و لحماية العلامة التجارية في اتفاقية باريس إجراءات تتمثل في مصادرة المنتوجات غير المشروعة و التعويض عن الضرر.

الفرع الأول: أهداف اتفاقية باريس

الغرض الرئيسي من إبرام اتفاقية باريس هو أن يكون لكل شخص تابع أو مقيم في إحدى الدول الأطراف في الاتفاقية له منشأة تجارية فيها، الحق في حماية اختراعه أو رسومه أو نماذجه الصناعية أو علامته التجارية أو باقي صور الملكية الصناعية الأخرى التي ذكرتها المادة الأولى من الاتفاقية في كل دولة من دول اتحاد باريس، عن طريق معاملته بخصوص حماية تلك الحقوق على قدم المساواة مع مواطني تلك الدولة من الدول الأعضاء في الاتحاد ووفقا للقانون الوطني.¹

و بمجرد مصادقة الدول على اتفاقية باريس تصبح نصوص الاتفاقية جزءا من القانون الوطني في تلك الدولة. دون حاجة إلى أن تصدر الدولة قانونا يتضمن القواعد الواردة في الاتفاقية، و هذا يعني أن الأجانب يستمدون حقوق مباشرة من الاتفاقية، و يجوز لهم التمسك بأحكامها أمام القضاء الوطني في كل الدول الأعضاء في اتحاد باريس في كافة البلدان الأعضاء في الاتفاقية.²

و تهدف أيضا إلى حماية رعايا كل دولة من الدول الأعضاء في اتحاد باريس في كافة البلدان الأخرى و الأعضاء في الاتحاد، عن طريق المبادئ التي قررتها الاتفاقية و أهمها مبدأي المعاملة الوطنية و حق الأسبقية.³

الفرع الثاني: مبدأ المعاملة الوطنية

تناولته المادة الثانية من اتفاقية باريس حيث أوضحت أن مبدأ حق المعاملة الوطنية لا يلزم كل دولة تنطبق عليها الاتفاقية منح مواطني جميع الدول الأعضاء الأخرى معاملة لا تقل عن المعاملة التي تمنح لمواطنيها،⁴ و لا تتطلب الاتفاقية وجود رابطة ما بين الدول المطلوب توفير الحماية بها ورعايا دول الاتحاد الأخرى، كاشتراط الإقامة مثلا بل تحظر على الدول أن

¹-حسام الدين عبد الغني الصغير، **الجديد في العلامات التجارية**، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، الطبعة الأولى ، 2015م ص 15.

²-عماد الدين محمود سويدات، مرجع سابق، ص 139.

³-حسام الدين عبد الغني الصغير، مرجع سابق، ص 15، ص 16.

⁴- عبد الرحيم عنتر عبد الرحمن، **حقوق الملكية الفكرية و أثرها الاقتصاد**، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، الطبعة الأولى ، 2009م، ص 70.

الفصل الثاني: الآليات الدولية لحماية العلامة التجارية

تفرض أي شروط من ذلك القبيل تتعلق بوجود الإقامة بالدولة العضو بالاتحاد، التي تطلب الحماية أو وجود المنشأة بها كشرط لانطباق مبدأ المعاملة الوطنية.¹ كما تعطي اتفاقية باريس الحماية ذاتها لرعايا الدول غير الأعضاء فيها، إذا ما كانوا يقيمون في دولة متعاقدة أو يملكون فيها مؤسسة صناعية أو تجارية حقيقية و فعلية.²

الفرع الثالث: مبدأ الأسبقية

نصت على هذا المبدأ المادة الرابعة من الاتفاقية، ووفقا لمبدأ الأسبقية يتمتع كل من يودع أو ودع في إحدى دول الاتحاد، طلبا قانونيا للحصول على براءة الاختراع أو لتسجيل نموذج منفعة أو رسم أو نموذج صناعي أو علامة تجارية أو صناعية هو أو خلفه فيها، يختص بإيداع طلبات مماثلة في الدول الأخرى، بحق أسبقية إذا أودعها خلال المواعيد المحددة في الاتفاقية، و هي اثنا عشر شهرا من تاريخ إيداع الطلب الأول بالنسبة لبراءات الاختراع و نماذج المنفعة،³ و ستة شهور بالنسبة للرسوم و النماذج الصناعية، و العلامات التجارية و الصناعية، فعلى سبيل المثال يكون لكل من أودع طلبا لتسجيل علامة تجارية في فرنسا (و هي دولة في اتحاد باريس) حق أسبقية في تسجيل علامة مماثلة في مصر، إذا أودع في مصر طلبا للحصول على علامة مماثلة، و ذلك خلال ستة أشهر من تاريخ إيداع الطلب الأول في فرنسا.

يترتب على ذلك أن أي طلب يودع في مصر من أي شخص آخر، على نفس العلامة خلال الفترة من تاريخ إيداع الطلب الأول في فرنسا و الطلب الثاني في مصر، لا تكون له أسبقية في مصر.⁴

الفرع الرابع: مبدأ استقلال العلامات

هذا المبدأ يعني أن تكون العلامات مسجلة تسجيلا صحيحا في بلدها الأصلي، ثم سجلت في دولة أو أكثر من دول الاتحاد أنها مستقلة و قائمة بذاتها.⁵

¹ -محمد سعد الرحاحلة، إيناس الخالدي، مقدمات في الملكية الفكرية، دار الحامد للنشر و التوزيع ، عمان، الطبعة الأولى، 2010م، ص 62.

² -عبد الرحيم عنتر عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 71.

³ -عماد الدين محمود سويدات، مرجع سابق، ص 140.

⁴ -حسام الدين عبد الغني الصغير، مرجع سابق، ص 18.

⁵ -فاضلي ادريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، مرجع سابق ، ص 190.

الفصل الثاني: الآليات الدولية لحماية العلامة التجارية

يترتب على ذلك فرضاً إذا انتهت مدة التسجيل في إحدى الدول لا يستتبع انتهاء مدة التسجيل في باقي الدول الأخرى، و لا يستتبع أيضاً تجديد التسجيل في البلد الأصلي للعلامة سريانه في جميع الدول المسجلة بها العلامة.¹

الفرع الخامس: قبول تسجيل العلامات الأجنبية

تلتزم المادة السادسة من اتفاقية باريس الدول الأعضاء في الاتحاد بقبول إيداع كل علامة مسجلة طبقاً للقانون في دولة المنشأ، كما يتم حمايتها بالحالة التي هي عليها في دول الاتحاد و لذا لا يجوز لأي دولة من دول الأعضاء في الاتحاد أن ترفض طلب تسجيل علامة تجارية سبق تسجيلها في دولة أخرى من دول الاتحاد، استناداً إلى أن شكل العلامة لا يتفق مع التشريع الوطني، وجدير بالذكر أن هذا الحكم الاستثنائي الذي يضع قيوداً على التشريعات الوطنية فيما يتعلق بشكل العلامة، يتيح لصاحب العلامة المسجلة في دول من دول الاتحاد (بلد المنشأ)، أن يسجل علامته في سائر دول الاتحاد الأخرى، دون إجباره على إدخال أي تعديلات على شكلها، بغض النظر عن القيود التي تفرضها التشريعات الوطنية على شكل العلامة،² ولكي يستفيد صاحب العلامة المسجلة في إحدى دول الاتحاد عن هذا الحكم الاستثنائي، و يسجل علامته في سائر دول الاتحاد بالحالة التي هي عليها في بلد المنشأ، يجب أن يوضح عند تقديمه بطلب تسجيل العلامة الشكل الذي سبق أن سجلت فيه العلامة في بلد المنشأ، ويطلب تسجيلها بنفس هذا الشكل ولا يكفي أن تكون العلامة قد أودعت في بلد المنشأ، أو سبق استعمالها، بل يشترط أن تكون قد سجلت طبقاً لقانون دولة المنشأ.³ وإجمالاً تعتبر دول الاتحاد ملزمة بقبول تسجيل أية علامة سبق تسجيلها في البلد الأصلي كمبدأ عام باستثناء:

-العلامات التي من شأنها المساس بالحقوق المكتسبة للغير، في الدولة التي تطلب فيها الحماية طبقاً للمادة السادسة من اتفاقية باريس.

¹ - فاضلي إدريس، المدخل إلى الملكية الفكرية، مرجع سابق، ص 300.

² - عماد الدين محمود سويدات، مرجع سابق، ص 142

³ - حسام الدين عبد الغني الصغير، مرجع سابق، ص 25.

الفصل الثاني: الآليات الدولية لحماية العلامة التجارية

-العلامات المجردة من كل طابع مميز، و تتكون فقط من إشارات أو بيانات قد تستعمل في التجارة.

-العلامات المخالفة للنظام العام و الآداب العامة.¹

المطلب الثاني : إجراءات حماية العلامة التجارية في اتفاقية باريس

أعطت معاهدة باريس لمالك العلامة التجارية المسجلة في إحدى الدول التابعة لمعاهدة باريس و الموقعة عليها في حماية علامته، حيث تضمنت إجراءات خاصة بمكافحة العلامات الغير مشروعة حيث فرضت لها حماية مدنية منها تعويض مالك العلامة، و يقدر التعويض بجسامة الضرر الواقع سواء كان ماديا أو معنويا.

تضمنت معاهدة باريس أيضا لمكافحة العلامات الغير مشروعة، و ذلك عن طريق مصادرة هذه المنتجات و السلع في كافة دول الاتحاد.

الفرع الأول: التعويض عن الضرر

لاقتضاء الحق في التعويض يجب تقدير التعويض و بيان كيفية اقتضاء التعويض.

أولا: تقدير التعويض:

يؤدي استعمال علامة الغير إلى إفقاد صاحب الحق عليها مزايا عديدة، منها حرمانه من البيوع أو إفقاده جانب من عملائه و عدم التوسع في التجارة و المساس بسمعة العلامة.

و يدور الخلاف بين الفقهاء عن الضرر إلى آراء منها:

1-رأي يرى أنه يكفي وقوع الاستعمال غير المشروع للمطالبة بالتعويض دون الحاجة إلى إثبات الضرر سواء كان محققا أو ممكنا، أي يكفي إثبات وقوع الخلط و التحقق من ارتباك الجمهور، حول مصدر السلعة حتى يمكن لصاحب الحق أن يطلب من المحكمة ما ينشده من تعويض، حتى و لو لم يكن سيعود على المدعي أي ضرر ظاهر.²

2-و رأي آخر يرى أن التعويض لا يمكن إلا بالنسبة للضرر الفعلي، أي الذي وقع فعلا أو

¹- فاضلي إدريس، المدخل إلى الملكية الفكرية، مرجع سابق ص 300.

²-محمد مصطفى عبد الصادق، مرجع سابق، ص 391.

الفصل الثاني: الآليات الدولية لحماية العلامة التجارية

سيقع حتماً، و أياً كان نوع الضرر سواء محققاً أو يمكن تحقيقه أو ضرر فعلي فإن التعويض يقدر بجسامة الضرر الواقع، و الضرر سواء كان مادياً أو معنوياً يستوجب التعويض، و يقدر التعويض عن الأضرار الناجمة عن فقدان البيع و الشهرة، بما عاد على المعتدي من فوائد أي المزايا المادية والمعنوية.¹

ثانياً: كيفية اقتضاء التعويض

الصعوبة تثار عند تنفيذ الحكم في دولة غير دولة القاضي و أن اقتضاء الحق في التعويض في دول اتحاد باريس، و ذلك لأن العلامة المحمية محل النزاع قد تكون محمية في دولة دون الأخرى، و لذلك لا بد من اتفاق محدد و جاءت المادة 09 من معاهدة باريس حيث نصت على أنه:

1- تحجز لدى الاستيراد جميع البضائع الحاملة لعلامة معتدية، و ذلك في دول الاتحاد التي تتمتع فيها هذه العلامة بحق الحماية القانونية.

2- ينفذ الحجز كذلك في الدولة التي وقع فيها استخدام غير المشروع أو في الدولة التي يتم استيراد البضائع إليها.

3- ينفذ الحجز وفقاً لقانون كل دولة بناءً على طلب النائب العام أو أية سلطة مختصة أخرى، أو أي طرف له مصلحة في ذلك سواء كان شخصاً طبيعياً أم قانونياً، و تلتزم دول الاتحاد بأن تكفل لرعايا الاتحاد حماية فعالة ضد المنافسة غير المشروعة، كل منافسة تتعارض مع العادات الشريفة شؤون الصناعية و التجارية.¹

الفرع الثاني : مصادر المنتجات غير المشروعة

تعد مصادرة المنتجات الغير مشروعة من إجراءات حماية العلامة في اتفاقية باريس، و بدورها تقوم المصادرة على إجراءات يجب إتباعها، نصت عليها المادة التاسعة من اتفاقية باريس.

أولاً: مفهوم مصادرة المنتجات الغير مشروعة

نصت المادة 9 من اتفاقية باريس على ما يلي:

¹-المادة 9 من اتفاقية باريس لسنة 1883م.

الفصل الثاني: الآليات الدولية لحماية العلامة التجارية

- 1- كل منتج يحمل بطريق غير مشروع علامة صناعية أو تجارية أو إسماء تجاريا يصادر عند الاستيراد في دول الاتحاد التي يكون فيها لهذه العلامة أو الاسم حق الحماية القانونية.
 - 2- توقع المصادرة أيضا في الدولة التي وضعت فيها العلامة بطريق غير مشروع أو في الدول التي تم استيراد المنتج إليها.
 - 3- تقع المصادرة بناء على طلب النيابة العامة أو أية سلطة مختصة أخرى أو من صاحب مصلحة سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا، وذلك وفقا للتشريع الداخلي لكل دولة.
 - 4- لا تلتزم السلطات بتوقيع المصادرة على المنتجات التي تمر بالدولة في تجارة عابرة.
 - 5- إذا كان تشريع الدولة لا يجيز المصادرة عند الاستيراد فيستعاض عن ذلك إلا بحظر الاستيراد أو المصادرة داخل الدولة.
 - 6- إذا كان تشريع الدولة لا يجيز المصادرة عند الاستيراد و لا حظر الاستيراد و لا المصادرة داخل الدولة، فيستعاض عن هذه الإجراءات بالدعاوي و الوسائل التي يكفلها قانون تلك الدولة لرعاياها في الحالات المماثلة، و ذلك حتى يتم التعديل اللازم في التشريع.
- انطلاقا من هذه المادة فإن اتفاقية باريس تلزم الدول الأعضاء فيها بمصادرة المنتوجات الحاملة بطريقة غير مشروعة لعلامة تجارية لها حق الحماية القانونية، و تكون مصادرة هذه العلامات أثناء استيراد المنتوجات الحاملة لها و ذلك في كافة دول الاتحاد، كما أشارت المادة إلى الحالة التي يكون فيها قانون الدولة لا يجيز مصادرة المنتوجات عند الاستيراد.
- الملاحظ أن المادة حددت جملة من التدابير و الإجراءات التي تهدف إلى مكافحة المنتوجات و السلع الحاملة بطريقة غير مشروعة لعلامات تجارية، و ذلك عن طريق مصادرتها إما عند الاستيراد، أو في الدولة التي وضعت فيها العلامة أو من الدولة التي تم الاستيراد نهائيا أو وفقا للقانون الداخلي.¹

ثانيا : إجراءات مصادرة المنتوجات الغير مشروعة

أوردت اتفاقية باريس الإجراءات الواجب إتباعها في حالة ضبط منتجات تحمل بطريقة غير

¹بن قيمة رحيمة، مرجع سابق، ص 87، ص 88.

الفصل الثاني: الآليات الدولية لحماية العلامة التجارية

مشروعة علامات تجارية داخل إقليم أحد الدول الأعضاء، كون المنتجات المتعلقة بتجارة عابرة لا تلتزم الدول بمصادرتها،¹ و تقع المصادرة بناء على طلب النيابة العامة أو أي سلطة مختصة أخرى، أو من صاحب مصلحة سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا و ذلك وفقا للتشريع الداخلي لكل دولة، و يتعلق الأمر بمالكي العلامات التجارية أو الذين لهم حق استثناء في استغلال العلامة، شريطة أن تكون أفعال الغش الممارسة بالعلامة قد ارتكبت فعلا.²

و يشترط للمصادرة :

- 1-وجوب النص القانوني عليها.
 - 2-أن يكون الشيء محل المصادرة مضبوطا.
 - 3-أن يرتكب جريمة.
 - 4-إتصال الأشياء محل المصادرة بالجريمة.
 - 5-وجوب صدور حكم قضائي بالمصادرة.
- وتهدف المصادرة إلى منع العودة إلى الغش أو استعمال الآلات و الأشياء التي يمكن أن تستعمل في ارتكاب الجريمة و طبيعة المصادرة مزدوجة، أي كونها عقوبة تكميلية وجوبية أو قبل التدابير العينية الوقائية، لأنها ترد على الأشياء المجرمة في ذاتها أو التي يعتبرها المشرع جريمة وهي من قبيل التعويضات المدنية.¹

¹ -المادة 9-4 اتفاقية باريس لسنة 1883 م.

² -محمد مصطفى عبد الصادق، مرجع سابق، ص 393.

المبحث الثاني : حماية العلامة التجارية في ظل اتفاقية تريبس

أنشأت منظمة التجارة العالمية عقب توقيع اتفاق مراكش في 15 أبريل 1994 م في المغرب، و الذي دخل حيز التنفيذ من أول جانفي 1995 م، و تضمن اتفاق منظمة التجارة العالمية 29 قاعدة خاصة، تنظم القطاعات الاقتصادية مثل التجارة و الزراعة و المنسوجات و الحواجز التقنية أمام التجارة.... و حقوق الملكية الفكرية و هكذا تم توقيع اتفاق خاص بالجوانب التجارية لحقوق الملكية الفكرية، المتمثل في اتفاقية التريبس، الذي يغطي كل أنواع حقوق الملكية الفكرية و التي تم من خلالها معالجة حقوق الملكية الفكرية في سبعة أجزاء هي : أحكام عامة و مبادئ أساسية، المعايير المتعلقة بتوفير حقوق الملكية الفكرية، اكتساب حقوق الملكية الفكرية واستمرارها و ما يتصل بها من إجراءات فيما بين أطرافها منع المنازعات و تسويتها، الترتيبات الانتقالية الترتيبات المؤسسية، و الأحكام النهائية.

تضم اتفاقية تريبس 73 مادة في كافة الجوانب المتصلة بالملكية الفكرية و أهمها العلامة التجارية، و قد كرست مبادئ ووضعت تدابير لحماية العلامة التجارية.

المطلب الأول : الأحكام العامة لاتفاقية تريبس

جاءت اتفاقية تريبس المتعلقة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية بثلاثة و سبعين مادة و تشتمل على أحكام عامة وأخرى تفصيلية، و هدفها الرئيسي الذي ضمن ديباجتها هو تحرير التجارة العالمية، مع الأخذ في الاعتبار عاملين أساسيين و هما: ضرورة تشجيع الحماية الفعالة و الملائمة لحقوق الملكية الفكرية، و ضمان ألا تصبح التدابير و الإجراءات المتخذة لإنفاذ تلك الحقوق حواجز في حد ذاتها أمام التجارة المشروعة.

لاتفاقية تريبس علاقة بالاتفاقيات السابقة لها القائمة في شأن الملكية الفكرية حيث تنص صراحة على استنادها إلى تلك الاتفاقيات.

تقوم اتفاقية تريبس على مبادئ أساسية، تتمثل في مبدأ المعاملة الوطنية مبدأ الدولة الأولى بالرعاية.

الفصل الثاني: الآليات الدولية لحماية العلامة التجارية

الفرع الأول : أهداف اتفاقية تريبس

تهدف اتفاقية تريبس إلى تشجيع روح الابتكار التكنولوجي و نقل و تعميم التكنولوجيا.¹ بما يحقق المنفعة المشتركة بمنتجات المعرفة التكنولوجية و مستخدميها، بالأسلوب الذي يحقق الرفاهية الاجتماعية و الاقتصادية و التوازن بين الحقوق و الواجبات.² يهدف أيضا إلى تحقيق حرية التجارة بالتخلص من الحواجز و القيود، و يتم ذلك من خلال تخفيض التشوهات و العراقيل التي تعوق التجارة، مع الأخذ في الاعتبار ضرورة تشجيع الحماية الفعالة و الملائمة لحقوق الملكية الفكرية، و ضمان ألا تصبح التدابير والإجراءات المتخذة لإنقاذ حقوق الملكية الفكرية حواجز في حد ذاتها أمام التجارة المشروعة.³ و من خلال هذه الرغبة وضعت اتفاقية تريبس أنظمة و أحكاما في هذا الشأن كما جاء في الديباجة على النحو التالي:

- وضعت المعايير و المبادئ الكافية فيما يتعلق بتوفير و نطاق و استخدام حقوق الملكية الفكرية المتعلقة بالتجارة.

- أوجبت توفير الوسائل الفعالة و الملائمة لإنقاذ حقوق الملكية الفكرية المتعلقة بالتجارة، مع مراعاة الفروق بين شتى الأنظمة القانونية القومية.

- إتاحة التدابير الفعالة و السريعة لمنع نشوء المنازعات بين الحكومات في هذا الخصوص و حسمها.

- وضعت الترتيبات الانتقالية التي تستهدف تحقيق أقصى قدر من المشاركة في نتائج المفاوضات، و تضمنت الديباجة إقرار الدول الأعضاء بالأهداف الخاصة بالسياسات العامة التي تستند إليها الأنظمة القومية المعنية بحماية الملكية الفكرية، بما في ذلك الأهداف الإنمائية و التكنولوجية و إقرارها بالاحتياجات الخاصة لأقل البلدان نموا، من حيث المرونة

¹ - محمد سعد الرحاطة، إيناس الخالدي، مرجع سابق ، ص 198.

² - منير محمد الجنيهي، ممدوح محمد الجنيهي، التعاون الدولي في مجال حماية حقوق الملكية الفكرية، دار

الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2004م، ص 81.

³ - ميلود السلامي، مرجع سابق، ص 227.

الفصل الثاني: الآليات الدولية لحماية العلامة التجارية

في تنفيذ القوانين و اللوائح التنظيمية محليا بغية إنشاء قاعدة تكنولوجية سليمة و قابلة للاستمرار.¹

أيضا تأكيد الدول الأعضاء على التخفيف من التوترات و ذلك بإنشاء آلية لفض المنازعات بين الدول الأعضاء.

-أوضحت إمكانية تطبيق المبادئ الأساسية لاتفاقية جات 1994م، و الاتفاقيات أو المعاهدات الدولية ذات الصلة بحقوق الملكية الفكرية.²

الفرع الثاني : علاقة اتفاقية تريبس بالاتفاقية الدولية المنظمة للملكية الفكرية

لم تأت أحكام اتفاقية التريبس ناسخة لما قبلها من الاتفاقيات الدولية الرئيسية و التي سبق إبرامها في مجال الملكية الفكرية، بل شملت و طورت أحكام هذه الاتفاقيات. فقد أحالت اتفاقية التريبس إلى القواعد الموضوعية التي قررتها الاتفاقيات الدولية الرئيسية المبرمة من قبل، في شأن حقوق الملكية الفكرية، و ألزمت الدول الأعضاء بمراعاة أحكام المواد التالية:³

-مراعاة أحكام المواد من 1 إلى 12، و كذلك المادة 19 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الفكرية و الصناعية، وفقا لتعديل ستوكهولم 1967م.⁴

و هي تتضمن القواعد المقررة بحماية مختلف صور الملكية الصناعية، التي عالجتها الاتفاقية بما في ذلك قواعد حماية العلامة التجارية.

-مراعاة أحكام المواد من 1 إلى 12 من اتفاقية بيرن لحماية المصنفات الأدبية و الفنية، فيما عدا المادة السادسة مكرر من الاتفاقية أو الحقوق النابعة عنها.⁵

-مراعاة أحكام المواد من 2 إلى 7 باستثناء الفقرة الثالثة من المادة السادسة، و كذلك المادة 12 و الفقرة 3 من المادة 16 من معاهدات الملكية الفكرية فيما يتصل بالدوائر المتكاملة.⁶

¹ - عبد الرحيم عنتر عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 136.

² - عبد الرحيم عنتر عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 136.

³ - حسام الدين عبد الغني الصغير ، مرجع سابق، ص 35.

⁴ - المادة 1/2 من اتفاقية تريبس.

⁵ - المادة 9 من اتفاقية تريبس.

⁶ - المادة 35 من اتفاقية تريبس..

الفصل الثاني: الآليات الدولية لحماية العلامة التجارية

-كما أحالت اتفاقية تريبس إلى بعض المواد التي تضمنتها اتفاقية روما لحماية فناني الأداء و منتجي التسجيلات الصوتية، و هيئات الإذاعة (اتفاقية روما 1961م) و أوجبت على الدول الأعضاء مراعاة أحكام هذه المواد.

و أوجبت اتفاقية تريبس على جميع الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية تطبيق أحكام الاتفاقيات الدولية التي أحالت إليها، دون تفرقة بين الدول التي انضمت إلى هذه الاتفاقيات الدولية و الدول التي لم تنضم إليها.¹

الفرع الثالث : المبادئ التي تقوم عليها اتفاقية تريبس

تضمنت الاتفاقية مبادئ على الدول مراعاتها و الالتزام بها في معاملة الأجانب من رعايا الدول الأخرى المتعاقدة، تتمثل في مبدأ المعاملة الوطنية مبدأ الدولة و الأولى و بالرعاية مبدأ الحماية بين الحد الأدنى و الحد الأعلى.

أولاً : مبدأ المعاملة الوطنية

يقتضي هذا المبدأ بأن تلتزم البلدان الأعضاء بمنح مواطني البلدان معاملة لا تقل عن المعاملة التي تمنحها لمواطنيها فيما يتعلق بحماية الملكية الفكرية، مع مراعاة الاستثناءات المنصوص عليها بالفعل في كل من معاهدة باريس 1967م.

و معاهدة برن 1971م، و معاهدة روما، و معاهدة الملكية الفكرية فيما يتصل بالدوائر المتكاملة، و فيما يتعلق بالمؤدين و منتجي التسجيلات الصوتية و هيئات الإذاعة.

لا ينطبق هذا الالتزام إلا فيما يتعلق بالحقوق المنصوص عليها في المادة 6 من معاهدة برن 1971م أو الفقرة 1 من المادة 16 من معاهدة روما بإرسال الإخطار المنصوص عليه.²

في تلك الأحكام إلى مجلس الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية. لا يجوز تقرير استثناءات من الالتزام بالمعاملة الوطنية فيما يتعلق بالإجراءات القضائية و الإدارية، ما لم يكن تقرير هذه الاستثناءات ضروريا لضمان الالتزام بأحكام القوانين و اللوائح التنظيمية، التي لا تتعارض مع اتفاقية تريبس، و بشرط أن لا يكون في هذه الاستثناءات تقييد مستمر للتجارة، و يدخل في عداد الإجراءات القضائية

¹ - حسام الدين عبد الغني الصغير، مرجع سابق، ص 36.

² - المادة 3 من اتفاقية تريبس.

الفصل الثاني: الآليات الدولية لحماية العلامة التجارية

و الإدارية المتقدمة، تحديد موطن مختار أو تعيين وكيل في أحد البلدان الأعضاء (المادة 213 من اتفاقية تريبس).¹

من ثم فإن اتفاقية تريبس تسوي بين المواطنين أو الأشخاص الذين ينتمون إلى دولة بعينها عضو في الاتفاقية، و الأجانب الذين ينتمون لدول أخرى، و لكنها عضو بالاتفاقية أيضا.² تنطبق هذه المساواة في مختلف جوانب الحماية من حيث تحديد المستفيدين منها أو كيفية الحصول عليها و نطاقها و مدتها و نفاذها.

يقيد تطبيق هذا المبدأ بما يترتب عليه من استثناءات، وفقا للاتفاقيات التي أقرتها اتفاقية تريبس، و هي اتفاقية باريس لعام 1967م، و برن لعام 1971م، و معاهدة واشنطن لحماية الدوائر المتكاملة لعام 1989م، و معاهدة روما لحماية فناني الأداء لعام 1961م،³

ثانيا : مبدأ الدولة الأولى بالرعاية

انطلاقا من هذا المبدأ فإن كل دولة من الدول الأعضاء في اتفاقية تريبس، تلتزم عند منح أي ميزة أو تفضيل أو امتياز أو حصانة ما لمواطني دولة أخرى، بأن تقوم على الفور بمنحها و دون اشتراط أي شروط، أو قيود لمواطني الدول الأخرى الأعضاء في الاتفاقية و دون مطالبة صريحة منهم بذلك، باعتبار أن أية ميزة أو امتياز أو حصانة تمنحها إحدى الدول الأعضاء لبلد آخر فإنها تسري تلقائيا في حق جميع الدول الأعضاء الأخرى.⁴ يستثنى من هذا الالتزام أي ميزة أو تفضيل أو امتياز أو حصانة يمنحها بلد عضو و تكون نابعة عن اتفاقية دولية بشأن المساعدة القضائية، أو إنفاذ القوانين ذات الصيغة العامة و غير المقننة بالذات على حماية الملكية الفكرية، أو تكون ممنوحة وفقا لأحكام معاهدة برن 1971م، أو معاهدة روما التي تجيز اعتبار المعاملة الممنوحة غير مرتبطة بالمعاملة الوطنية بل مرتبطة بالمعاملة الممنوحة في بلد آخر.

¹- عبد الرحيم عنتر عبد الرحمن ، مرجع سابق ، ص 146.

²- جلال وفاء محمد بن، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقا لاتفاقية تريبس، دار الجامعة الجديدة، القاهرة، 2004م، ص 23.

³- محمد سعد الرحاحلة، إيناس الخالدي، مرجع سابق، ص 178.

⁴- المادة 4 من اتفاقية تريبس.

الفصل الثاني: الآليات الدولية لحماية العلامة التجارية

أو تلك المتعلقة بحقوق المؤدين و منتجي التسجيلات الصوتية و هيئات الإذاعة، التي تنص عليها أحكام الاتفاق الحالي بالإضافة إلى تلك الميزة النابعة من الاتفاقيات الدولية المتعلقة بحماية الملكية الفكرية، أصبحت سارية المفعول قبل سريان مفعول اتفاق منظمة التجارة العالمية، شريطة إخطار مجلس الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية لهذه الاتفاقيات، و ألا تكون تمييزاً عشوائياً أو غير مبرر ضد مواطني البلدان الأعضاء الأخرى.¹

ثالثاً: مبدأ الحماية بين حديها الأعلى و الأدنى

إن مبدأ المعاملة الوطنية يقوم على المساواة بين جميع الدول الأعضاء في الاتفاقية على نفس القدر من الأفضلية، إلا أن هذا المبدأ في بعض الأحيان يكون قاصراً غير فعال في حماية حقوق الملكية الفكرية، إذ قد تكون القوانين الوطنية لبعض الدول الأعضاء في الاتفاقية قاصرة عن بلوغ الحدود الدنيا بالحماية التي وضعتها اتفاقية تريبس، والتي تقضي بضرورة تطبيق دول الأعضاء المعاملة المنصوص عليها في هذه الاتفاقية، حرية اختيار الطريقة الملائمة لتنفيذ أحكامها في إطار قوانينها الداخلية.²

غير أن هذا المبدأ في بعض الأحوال قد يكون غير فعال في حماية حقوق الملكية الفكرية، إذ قد تكون التشريعات الوطنية لدولة ما عضو في الاتفاقية، تقتصر على بلوغ الحدود الدنيا للحماية التي أرست دعائمها اتفاقية تريبس، و في هذه الحالة فإنه يتعين على القانون الوطني الاستجابة لمقتضيات الحدود الدنيا للحماية التي نصت عليها الاتفاقية وعدم النزول عنها أو مخالفتها.³

إذ تنص المادة الأولى فقرة 3 من الاتفاقية على أنه: " تطبق الدول الأعضاء المعاملة المنصوص عليها في هذه الاتفاقية على مواطني البلدان الأخرى الأعضاء... " و مثال ذلك أن لا تقل هذه الحماية لحق من حقوق الملكية الفكرية في القوانين الوطنية، عن مدة الحماية

¹ - منير محمد الجنبهي، ممدوح محمد الجنبهي، مرجع سابق، ص 80، ص 81.

² - أوثن حنان، الحماية القانونية للعلامة التجارية، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان، 2016م، ص 68.

³ - جلال وفاء محمدين، مرجع سابق، ص 27، ص 28.

الفصل الثاني: الآليات الدولية لحماية العلامة التجارية

الممنوحة وفقا لاتفاقية تريبس، و على الدولة التي ترغب في الانضمام إلى الاتفاقية بضرورة تعديل قانونها الوطني.¹

الفرع الرابع : معايير حماية العلامة التجارية في إتفاقية تريبس

تناولت اتفاقية تريبس المعايير المتعلقة بحماية الحقوق الناشئة عن العلامة التجارية في القسم الثاني من الاتفاقية في المواد من 15 - 21 و قد تضمنت هذه المواد ما يلي:

أولا : المواد القابلة للحماية

عرفت اتفاقية تريبس العلامات التجارية التي يمكن شمولها بالحماية القانونية على أنها كل إشارة يمكن أن تشكل علامة تجارية بشرط أن تكون قادرة على تمييز السلع و الخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها منشأة أخرى.²

تدخل في عداد العلامة التجارية الكلمات التي تشتمل على أسماء شخصية و الحروف و الأرقام و الأشكال و مجموعات الألوان أو أي مزيج منها، و هي تصلح جميعها للتسجيل كعلامة تجارية.³

كما تضمنت المادة 1/15 من اتفاقية تريبس حكما هاما يقضي بجواز أن تتطلب الدول الأعضاء في اتفاقية التريبس، أن تكون العلامة قابلة للإدراك عن طريق النظر كشرط تسجيلها كعلامة تجارية، و يستفاد من ذلك أن الأمر جوازي للدولة العضو.⁴

ثانيا: الحقوق الممنوحة

يتمتع صاحب العلامة التجارية وفقا لاتفاقية تريبس الحق المطلق في منع الغير من استعمال علامته التجارية، أو أي علامة مشابهة لها بصدد السلع أو الخدمات التي تميزها العلامة أو السلع المماثلة التي يؤدي استعمال العلامة بصددها إلى احتمال حدوث لبس.⁵

¹ - ميلود سلامي، مرجع سابق ص 23.

² - المادة 1/15 من اتفاقية تريبس.

³ - حسام الدين عبد الغني الصغير، مرجع سابق، ص 43.

⁴ - جلال وفاء محمدين، مرجع سابق، ص 106.

⁵ - المادة 1/16 من اتفاقية تريبس.

الفصل الثاني: الآليات الدولية لحماية العلامة التجارية

و هذا الحكم يضمن لصاحب العلامة التجارية حداً أدنى من الحقوق، و لم يكن لهذا الحكم مقابل في اتفاقية باريس للملكية الصناعية، التي لم تحدد مضمون حق صاحب العلامة التجارية.¹

ثالثاً : الاستثناءات

نصت عليها المادة 17 من الاتفاقية " يجوز للبلدان الأعضاء النص على استثناءات محدودة من الحقوق الناشئة عن العلامات التجارية، كالاستخدام المنصف لعبارات الوصف شريطة أن تراعي هذه الاستثناءات المصالح المشروعة لصاحب العلامة التجارية و الأطراف الثالثة.²

رابعاً : مدة الحماية

يكون التسجيل الأول للعلامة و كل تجديد لذلك التسجيل لمدة لا تقل عن سبع سنوات، و يكون تسجيل العلامة التجارية قابلاً للتجديد لمرات غير محددة.³ و هذا وفقاً لنص المادة 18 من اتفاقية باريس.

خامساً : وجوب استعمال العلامة

إذا كان استخدام العلامة التجارية شرطاً لاستمرار تسجيلها، لا يجوز إلغاء التسجيل إلا بعد انقضاء مدة لا تقل عن ثلاث سنوات متوالية من عدم استخدامها، ما لم يثبت صاحب العلامة التجارية وجود أسباب وجيهة تستند إلى وجود عقبات تحول دون هذا الاستخدام، و تعتبر الأوضاع الناشئة بغير إرادة صاحب العلامة و التي تحول دون استخدامها، كقيود الاستيراد المفروضة على السلع و الخدمات التي تحميها العلامة التجارية المعنية، أو الشروط الحكومية الأخرى المفروضة عليها، أسباباً وجيهة لعدم استخدامها. يعتبر استخدام العلامة التجارية الخاضعة لسيطرة صاحبها من قبل شخص آخر، استخداماً لغرض استمرار تسجيلها.⁴ و هذا ما جاءت به المادة 19 من الاتفاقية.

¹ - حسام الدين عبد الغني الصغير، مرجع سابق، ص 45.

² - منير محمد الجنيبي، ممدوح محمد الجنيبي، مرجع سابق، ص 86.

³ - عماد الدين محمود سويدات، مرجع سابق، ص 163.

⁴ - محمد سعد الرحاطة، ايناس الخالدي، مرجع سابق، ص 204.

الفصل الثاني: الآليات الدولية لحماية العلامة التجارية

سادسا : تقييد استخدام العلامة بشروط أخرى

حضرت المادة 20 من اتفاقية تريبس على الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية تقييد استخدام العلامة في التجارة بشروط خاصة و خصت بالذكر.¹ استخدام العلامة إلى جانب علامة تجارية أخرى، و استخدامها بشكل خاص أو بأسلوب ينتقص من قدرتها على التمييز بين السلع و الخدمات التي تنتجها المنشأة، و تلك التي تنتجها منشآت أخرى.²

سابعا : إيداع العلامات التجارية

لقد أحالت اتفاقية تريبس وفق نص المادة الثانية/1 على اتفاقية باريس بشأن شروط إيداع العلامات التجارية و تسجيلها في بلد معين.³ إذ تخضع العلامة في هذا الخصوص إلى القوانين الوطنية للبلد المراد إيداع و تسجيل العلامة فيه.⁴

ثامنا : الترخيص و التنازل

يجوز للبلدان الأعضاء تحديد شروط الترخيص باستخدام العلامات التجارية أو التنازل عنها، على أن يفهم أنه غير مسموح بالترخيص الإلزامي باستخدام العلامات التجارية، و بأن لصاحب العلامة التجارية حق التنازل عنها للغير، مع أو بدون نقل المنشأة التي تعود العلامة التجارية إليها لصاحب العلامة الجديد.⁵

المطلب الثاني : مظاهر حماية العلامة في اتفاقية تريبس

جاءت اتفاقية تريبس بالعديد من الأحكام التي تضيي الحماية المدنية و الجزائية على العلامة التجارية.

تمثلت الحماية المدنية في الحق في التعويض وحق دفع المصروفات و حق استرداد الأرباح، أما الحماية الجزائية فتمثلت في الحبس و الغرامات المالية و حجز و مصادرة و إتلاف السلع.

¹ - حسام الدين عبد الغني الصغير، مرجع سابق، ص 47.

² - منير محمد الجنيهي، ممدوح محمد الجنيهي، مرجع ص 87.

³ - المادة 1/2 من اتفاقية تريبس.

⁴ - عماد الدين محمود سويدات، مرجع سابق، ص 164.

⁵ - محمد سعد الرحاحلة، إيناس الخالدي، مرجع سابق، ص 205.

الفصل الثاني: الآليات الدولية لحماية العلامة التجارية

كما تضمنت الاتفاقية أحكاماً تتعلق بإنفاذ حقوق الملكية الفكرية أوردها في المواد من 14 إلى 61.

الفرع الأول: الحماية المدنية

تقوم الحماية المدنية للعلامة التجارية وفق ما جاءت به اتفاقية تريبس على التعويض و دفع المصروفات و استرداد الأرباح.

أولاً : الحق في التعويض

للسلطة القضائية صلاحية أن تأمر المتعدي بأن يدفع لصاحب الحق المتضرر تعويض مناسب عن الضرر، الذي لحقه بسبب التعدي على حقه في الملكية الفكرية، من جانب طرف يعلم أو كانت هناك أسباب معقولة له تجعله يعلم أنه قام بذلك التعدي.¹ يشترط للحكم بالتعويض للمضرور من التعدي على حقه في الملكية الفكرية، أن يكون التعدي قد وقع من جانب طرف يعلم أو كانت هناك أسباب معقولة تجعله يعلم أن مسلكه ينطوي على تعدي على حق الغير، و بمفهوم المخالفة فإنه في حالة عدم العلم أو توفر أسباب معقولة تجعله لا يعمل فإنه لا يحكم بالتعويض للمضرور لعدم توافر الخطأ من جانب المتعدي، و نلاحظ أن المحكمة لها صلاحية أن تأمر المعتدي بأن يدفع تعويضات مناسبة، و للسلطات القضائية أن تأمر أي طرف معين بالامتناع عن التعدي على حق من حقوق الملكية الفكرية.²

ثانياً : دفع المصروفات

ألزمت الفقرة الثانية من المادة 45 الدول الأعضاء في الاتفاقية بتحويل السلطات القضائية صلاحية الحكم على المعتدي بأن يدفع لصاحب الحق المصروفات التي تكبدتها.³ و مثال ذلك مصروفات رفع الدعوى، و مصاريف الانتقال و أتعاب المحامي و في الواقع هذه المصروفات تعد إحدى عناصر الضرر الذي أصاب صاحب الحق لذا فإن الحكم بالتعويض يجب أن يراعي هذه المصروفات.⁴

¹ - المادة 1/44 من اتفاقية تريبس.

² - المادة 56 من إتفاقية تريبس.

³ - ميلود سلامي، مرجع سابق، ص 237.

⁴ - محمد مصطفى عبد الصادق، مرجع سابق، ص 399.

ثالثا : تعويض المدعى عليه

ألزمت اتفاقية تريبس بضرورة تعويض المدعى عليه بتعويضات كافية جزاء الضرر الحاصل له بناء على إساءة المدعي، كما يكون للسلطات القضائية أن تأمر المدعي بدفع المصروفات التي تكبدها المدعي عليه و التي يجوز أن تشمل أتعاب المحامي المناسبة.¹

رابعا : استرداد الأرباح

يجوز للبلدان الأعضاء تخويل السلطات القضائية صلاحية أن تأمر باسترداد الأرباح و دفع تعويضات مقررة سلفا، حتى و لو كان المتعدي يعلم أو كانت هناك أسباب معقولة تجعله يعلم أنه قام بذلك التعدي، و ذلك في الحالات المناسبة التي تحددها السلطة التقديرية لكل دولة، و بموجب هذه السلطة يمكن للدولة أن تمنح القضاء سلطة تشديد الحماية القانونية و تقدير جزاءات شديدة في حالة الاعتداء على الملكية الفكرية.²

الفرع الثاني: الحماية الجنائية

جاء في نص المادة 61 على أنه" تلتزم الدول الأعضاء بفرض تطبيق الإجراءات و العقوبات الجنائية على الأقل في حالات التقليد المتعمد للعلامات التجارية المسجلة أو انتحال حقوق المؤلف على نطاق تجاري، و تشمل الجزاءات التي يمكن فرضها الحبس أو الغرامات المالية، بما يكفي لتوفير رادع يتناسب مع مستوى العقوبات المطبقة فيما يتعلق بالجرائم ذات الخطورة المماثلة.³

بالإضافة إلى عقوبة الحبس و الغرامة التي تمثل عقوبات أصلية، هناك عقوبات تبعية كالحجز و المصادرة و الإتلاف التي تقع على السلع المخالفة، أو أية معدات تستخدم بصورة رئيسية في ارتكاب الجرائم، و كل هذه العقوبات جاءت بصيغة الوجوب و الإلزام.⁴

العقوبات الجنائية لا تطبق إلى في حالة ثبوت إدانة المتعدي بارتكاب التعدي على حق من حقوق الملكية الفكرية التي تعطيها الاتفاقية.⁵

¹ - منير محمد الجنبهي، محمود محمد الجنبهي، مرجع سابق ، ص 107.

² - محمد مصطفى عبد الصادق، مرجع سابق، ص 399.

³ - المادة 61 من اتفاقية تريبس.

⁴ - ميلود السلامي، مرجع سابق ، ص 236.

⁵ - محمد مصطفى عبد الصادق، مرجع سابق، ص 411.

الفرع الثالث : تدابير الحماية المقررة للعلامة التجارية في اتفاقية تريبس

من أهم ما يميز اتفاقية تريبس اهتمامها بإنفاذ حقوق الملكية الفكرية في مختلف فروعها على نحو مختلف عن الاتفاقيات السابقة، و لذا فهي لم تكثف بوضع القواعد الموضوعية التي توفر الحد الأدنى من مستويات حماية حقوق الملكية الفكرية لمختلف الدول الأعضاء فحسب، بل اهتمت أيضا بوضع قواعد إجرائية تفصيلية لضمان تنفيذ معايير الحماية التي نصت عليها.¹ حيث أوردت اتفاقية تريبس أحكاما تتعلق بإنفاذ حقوق الملكية الفكرية في المواد من 41 إلى 61.

أولا : الإجراءات المنصفة و العادلة

أوجبت اتفاقية تريبس على الدول الأعضاء فيها إتاحة إجراءات التقاضي المدنية فيما يتعلق بالنزاعات المتعلقة بالعلامة التجارية و غيرها من حقوق الملكية الفكرية، و تمكين الأطراف من إجراءات التقاضي العادلة، من تبليغ الخصوم بعريضة المطالبة القضائية وتمكين الأطراف من الدفاع.² و يسمح للأطراف المتخاصمة بأن يمثلها محامون مستقلون.³ ويجب أن تكون هذه الإجراءات عادلة و منصفة و غير معقدة أو باهظة التكاليف بصورة غير ضرورية و دون تأخير،⁴ كما تقضي تلك الاتفاقية بأنه من الأفضل أن تكون الإجراءات المتخذة لإنفاذها مكتوبة و مسببة، و بحيث يتاح للأطراف المتنازعة فرصة عرض القرارات الإدارية المتعلقة بتلك المنازعة على السلطات القضائية المختصة.⁵

ثانيا: ضرورة تقديم الأدلة

أوجبت اتفاقية تريبس في حالة وقوع اعتداء على حقوق الملكية الفكرية، على الدول الأعضاء أن تمنح السلطات القضائية صلاحية إلزام الخصم بتقديم الأدلة المعقولة، التي تكفي لإثبات متطلباته،⁶ مع ضمان حماية سرية المعلومات في الحالات التي تلزم فيها ذلك.

¹ - عبد الرحيم عنتر عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 252.

² - ميلود سلامي، مرجع سابق، ص 239.

³ - المادة 42 من اتفاقية تريبس.

⁴ - محمد سعد الرحاحلة، ايناس الخالدي، مرجع سابق، ص 191.

⁵ - جلال وفاء محمدين، مرجع سابق، ص 39.

⁶ - المادة 1/43 من اتفاقية تريبس.

الفصل الثاني: الآليات الدولية لحماية العلامة التجارية

في حالة رفض أحد طرفي الخصومة بعدم تقديم الأدلة بمحض إرادته، جاز للدول الأعضاء أن تخول السلطات القضائية بإصدار الأحكام الابتدائية و النهائية اعتمادا على الأدلة المقدمة لها، شرط إعطاء فرصة للأطراف المتخاصمة لعرض وجهة نظرهم بصدد تلك الأدلة.¹

و هذا يعني أن المحكمة يمكنها أن تستخلص من رفض الخصم تقديم المعلومات الضرورية التي في حوزته بدون أسباب سديدة، أو عرقلة الإجراءات بصورة فادحة صحة ما يدعيه الطرف الذي حجبت عنه تلك المعلومات.²

ثالثا : أوامر الإنذار القضائي

نصت المادة 1/44 من اتفاقية تريبس : " للسلطات القضائية صلاحية أن تأمر أي طرف معين بالإمتناع عن التعدي على حق من حقوق الملكية الفكرية، و من بينها بغية منع دخول سلع مستوردة تتطوي على هذا التعدي، حال إنجاز التخليص الجمركي لهذه السلع إلى القنوات التجارية القائمة في مناطق اختصاصها، و لا تلتزم البلدان الأعضاء بمنح هذه الصلاحية فيما يتصل بمواد³

إلا أنه لا يمكن إلزام الدول الأعضاء بمنح السلطة القضائية هذه الصلاحية، في حالة حيازة شخص معين بحسن نية سلعا تتطوي على تعد على أي من حقوق الملكية الفكرية. و يجوز للدول أن تتدخل في إجراءات الإنذار القضائي، و فرضت تعويضات كافية في حالة وقوع التعدي.⁴

رابعا : التصرف في السلع المغشوشة

للسلطات المختصة القيام بإتلاف السلع المستوردة المقلدة، و ذلك دون إخلال بحقوق الشاكي بإقامة دعوى، و يحظر على السلطات السماح بإعادة تصدير تلك السلع دون تغيير حالها، أو إخضاعها لإجراءات جمركية مختلفة، و لكن لدول الأعضاء أن تستثني من تلك الأحكام

¹-المادة 2/43 من اتفاقية تريبس.

²-عبد الرحيم عنتر عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 262.

³- منير محمد الجنبهي، ممدوح محمد الجنبهي، مرجع سابق، ص 105.

⁴- ميلود سلامي، مرجع سابق ، 240.

الفصل الثاني: الآليات الدولية لحماية العلامة التجارية

الكميات الضئيلة ذات الصفة غير التجارية، التي ترد ضمن أمتعة المسافرين الشخصية أو تلك التي ترسل في طرود صغيرة.¹

خامسا : حق الحصول على المعلومة

السلع التي تشكل تعديا على الملكية الفكرية غالبا ما يشترك في إنتاجها و توزيعها أكثر من مصدر، و لذلك يجوز للدول الأعضاء منح السلطات القضائية أن تأمر المتعدي بإعلام صاحب الحق بهوية الأطراف الثلاثة المشتركة في إنتاج و توزيع السلع و الخدمات المتعدية و قنوات التوزيع التي تستخدمها ما لم يكن ذلك غير مناسب مع خطورة التعدي،² و الهدف من إعلام صاحب الحق من طرف المعتدي بهوية الأطراف المشتركة في إنتاج و توزيع السلع و الخدمات المغشوشة، هو مساعدة أصحاب الحقوق على مكافحة التعدي الواقع على حقوقهم، و ذلك بالتعرف على المعتدين و شركائهم و اتخاذ الإجراءات اللازمة ضدهم و هو يشكل بذلك مرحلة متقدمة من مكافحة و محاربة أفعال التقليد.

سادسا : التدابير المؤقتة

كما تضمنت اتفاقية تريبس تفصيلا للإجراءات التحفظية و الوقائية بمنع وقوع التعدي على حقوق الملكية الصناعية، و خاصة بالنسبة للسلع المستوردة المقلدة أو تلك التي تحمل علامات مقلدة، حتى لا تصل إلى القنوات التجارية.³

فجعلت للقضاء في تلك الدولة صلاحية اتخاذ تدابير مؤقتة و فورية و فعالة لدرء الضرر و حفظ الأدلة المتصلة بالمخالفة، و يجوز اتخاذ تلك التدابير دون علم المتعدي و دون سماع دفاعه، إذا كان من شأن ذلك إحداث ضرر لا يمكن دفعه أو لا يمكن إصلاحه و كذلك في حالة ما إذا كان من شأن التأخير في القيام باتخاذ هذه الإجراءات تدمير وسائل الإثبات المتاحة، و على أن يتم إخطار الأطراف المعنية بهذه التدابير فور تنفيذها.⁴ و هذا ما جاءت به المادة 50 من اتفاقية تريبس.

¹ - محمد سعد الرحاحلة، إيناس الخالدي، مرجع سابق ، ص 192.

² - المادة 47 من اتفاقية تريبس.

³ - جلال وفاء محمدين ، مرجع سابق ، ص 191.

⁴ - محمد سعد الرحاحلة، إيناس الخالدي، مرجع سابق، ص 191.

سابعاً : التدابير الحدودية

تتضم القواعد الخاصة بالتدابير الحدودية كيفية إجراءات التفاعل مع السلع المزمع استيرادها التي تنطوي على اعتداد على العلامات التجارية أو انتحال و تلزم الدول الأعضاء باحترامها.

و هي تجيز للدول الأعضاء أن تمد نطاق التدابير الحدودية المتقدمة إلى السلع التي تنطوي على تعديت على حقوق الملكية الفكرية.¹ و تتمثل التدابير الحدودية التي أوردتها الاتفاقية فيما يلي:

1- إيقاف الإفراج عن السلع

يكون إيقاف الإفراج عن السلع من طرف السلطات الجمركية، و يكون لصاحب الحق التقدم بطلب مكتوب إلى هذه السلطات - إداريا أو قضائيا - لإيقاف الإفراج عن تلك السلع و تداولها بحرية،² شريطة أن يكون الطلب عن تلك السلع الذي قدمه صاحب الحق للسلطات الجمركية مشفوعا بالأدلة ، بوصف كاف لتلك السلع المخالفة أو المقلدة بشرط الالتزام بكافة الشروط الأخرى الخاصة بالاستيراد و التصدير،³ و تلتزم السلطات المختصة بإبلاغ المدعي خلال فترة معقولة بقبول طلبه، و المدة الزمنية سريان مفعول الإجراءات المتخذة من طرف السلطات الجمركية.⁴

2- الضمانات أو الكفالات العادلة

أجازت المادة 56 من الاتفاقية للسلطات المختصة صلاحية أن تطلب من المدعي تقديم ضمانات أو كفالة معادلة تكفي لحماية المدعي عليه، و الحيلولة دون إساءة استعمال الحقوق و لا يجوز أن تشكل هذه الضمانات أو الكفالة المعادلة رادعا غير معقول يحول دون اللجوء إلى هذه الإجراءات.⁵

¹- عبد الرحيم عنتر عبد الرحمن، مرجع سابق ، ص 275.

²- المادة 51 من اتفاقية تريبيس.

³-محمد سعد الراحلة، إيناس الخالدي، مرجع سابق ، ص 276.

⁴-المادة 52 من اتفاقية تريبيس.

⁵-ميلود السلامي، مرجع سابق ، ص 243.

3- حق المعاينة و الحصول على معلومات

تمنح السلطات المختصة كلا من صاحب الحق و المستورد الحق في معاينة السلع التي تحتجزها السلطات الجمركية، و عند صدور الحكم في الدعوى يبلغ صاحب الحق من طرف السلطات المختصة، بأسماء و عناوين المرسل و المستورد و المرسل إليه السلع المعنية و كمياتها.¹

4- الإجراءات التي تتخذ بدون طلب

يمكن اتخاذ هذه الإجراءات حين تقتضي البلدان الأعضاء من السلطات المختصة التصرف من تلقاء نفسها، ووقف الإفراج عن السلع التي حصلت فيها، يتصل بها أدلة ظاهرية على حدوث تعد على الحق، فإنه يجوز للسلطات المختصة في أي وقت أن تطلب من صاحب الحق تقديم أية معلومات يمكن أن تساعد في ممارستها صلاحيتها و يخطر المستورد و صاحب الحق على الفور بقرار الوقف.²

5: الجزاءات و الإجراءات الجنائية

نصت المادة 59 من الاتفاقية على الجزاءات، و منح السلطات المختصة الحق في إتلاف السلع المتعدية أو التخلص منها، أما السلع التي تلتصق عليها علامات تجارية مقلدة تلتزم السلطات بعدم السماح بإعادة تصدير السلع المنعدمة دون تغيير حالتها أو إخضاعها لإجراءات جمركية مختلفة، إلا في الأوضاع الاستثنائية،³ مثل الكميات الضئيلة من السلع ذات الصيغة غير التجارية التي ترد ضمن أمتعة المسافرين الشخصية أو ترسل في طرود صغيرة.⁴

كما ألزمت اتفاقية تريبس الدول الأعضاء بتطبيق الجزاءات و العقوبات الجنائية في حالات التقليد المعتمد للعلامات التجارية المسجلة، بما في ذلك عقوبة الحبس و الغرامات المالية و كذلك حجز السلع المخالفة أو أية مواد و معدات تستخدم بصورة رئيسية في ارتكاب الجريمة و مصادرتها و إتلافها.⁵

¹-المادة 57 من اتفاقية تريبس.

²-المادة 58 من اتفاقية تريبس.

³-المادة 59 من اتفاقية تريبس.

⁴-المادة 60 من اتفاقية تريبس.

⁵- المادة 61 من اتفاقية تريبس.

الفصل الثاني: الآليات الدولية لحماية العلامة التجارية

إن اتفاقية تريبس تلزم الدول الأعضاء بتعديل قوانينها الوطنية، لإعمال العقوبات و الجزاءات الجنائية للاعتداء على حقوق الفكرية بصفة عامة، و مع ذلك فإن تحديد مدى هذه العقوبات أمر تركته الاتفاقية للقوانين الداخلية للدول الأعضاء.¹

تضمنت اتفاقية باريس و اتفاقية تريبس إجراءات و قواعد خاصة بحماية العلامة التجارية من التعدي عليها من طرف الغير.

حيث اكدت اتفاقية باريس بحماية العلامة عن طريق إجراء مصادرة المنتوجات الغير مشروعة و التعويض، بينما قامت اتفاقية تريبس بحماية العلامة مدنيا، و ألزمت المتعدي بضرورة التعويض عن الضرر و دفع المصروفات وحق استرداد الأرباح، هذا فيما يخص الحماية المدنية، و قامت بحماية العلامة جزائيا بالحبس أو الغرامات المالية و كذلك الحجز و المصادرة و الإلتلاف.

اهتمت اتفاقية تريبس بوضع نظام لإنفاذ معايير الملكية الفكرية، التي نصت عليها لضمان احترام الدول لهذه المعايير، تمثلت في تدابير الحماية المقررة للعلامة و التي تشمل ضرورة تقديم الأدلة و أوامر الإنذار القضائي و التصرف في السلع المغشوشة و التدابير المؤقتة و الحدودية.

¹ - جلال وفاء محمد، مرجع سابق ص 43.

خاتمة:

تعد العلامة التجارية دليل مهم للمستهلك يمكنه من التعرف على مصدر المنتجات و الخدمات و تمييزها و بالتالي تسهيل العملية التسويقية عليه، حيث تحمل العلامة التجارية أهمية بالغة في الميدان التجاري ، وذلك من خلال ما تحققه من فوائد لكل من التاجر أو الصانع ، وكذلك المستهلك على حدّ سواء ، وهذا كون العلامة وسيلة للدعاية و الإعلان و رمز لمصدر و نوعية و جودة العلامة.

يكن الهدف الأساسي من قانون العلامات في حفظ حقوق صاحب العلامة التجارية، و في ذات السياق ، أيضاً يعمل على حماية المستهلك بعدم غشه أو التحايل عليه.

تعد العلامة التجارية وسيلة هامة من وسائل المنافسة التجارية النزيهة و المشروعة وهي تهدف لجذب المستهلكين من جهة و العملاء من جهة أخرى ، كما أنّها وسيلة للمنافسة و تقديم أحسن المنتجات و السلع و الخدمات و تمييزها عن غيرها.

و للعلامة التجارية أهمية اقتصادية في ضمان جودة المنتج أو الخدمة ، إذ تحدّد نوعية البضاعة أو الخدمة ليكون المستهلك مطمئناً لما تقتنيه، فهي تساعد المستهلك على معرفة المنتج أو السلعة أو الخدمة التي يفضلها بمجرد النظر إلى العلامة التي توفر له مقدار الجودة، وتمل على إشباع رغباته بالقدر الذي سبق وأن تعود به على هذه العلامة بسبق شرائها أو اقتنائها ، أو التمتع بمواصفات خدمتها أو القراءة و الاطلاع عليها بوسائل الإعلان و الدعاية المختلفة ، و لذلك تعمل العلامة التجارية على حماية المستهلك من الدعاية و الإعلان المضلل.

تتخذ العلامة التجارية العديد من الأنواع ، فمنها العلامة التجارية الصناعية و العلامة المشهورة و علامة الخدمة ، و لها أشكال مختلفة ، فقد تكون العلامة التجارية عبارة عن أشكال أو الرسومات أو الأرقام أو ألوان وذلك لاختلاف الغرض و النشاط الذي تؤديه هذه العلامة.

تختلف العلامة التجارية عن عناصر الملكية الصناعية و الملكية التجارية عن بعض المفاهيم التي قد تبدو مقاربة لها كالاسم التجاري و البيان التجاري و تسمية المنشأ و براءة الاختراع

ولكي يكتسب صاحب العلامة الحق فيها يجب أن تستوفي الشروط الموضوعية المتمثلة في شرط الجدة و الصفة المميزة و المشروعية و التمثيل الخطي ، و أيضا الشروط الشكلية المتمثلة أساسا في التسجيل.

يعتبر تسجيل العلامة التجارية أهم شرط يركز عليه صاحب الحق في العلامة، ولا يكون له أي حق على علامته حتى تكون هذه العلامة مسجلة ، ومستوفية لجميع الإجراءات اللازمة لذلك.

تبنت الدول نظام يحمي العلامة التجارية المعرضة لمخاطر التزوير و التقليد، و ذلك بإبرام المعاهدات الدولية التي تضمن هذه الحماية ومن بينها اتفاقية باريس وتريس. و ذلك عن طريق المبادئ التي تبنتها هذه الاتفاقيات مثل مبدأ المعاملة الوطنية وحق الأولوية كذلك عن طريق الحماية المدنية حيث ألزمت اتفاقية تريس بضرورة التعويض المعتدى عليه ، كما منحت حق للمدعي عليه بالمطالبة في التعويضات جراء الضرر الحاصل له. اتفاقية باريس إكتفت بتحديد إجراءات مصادرة السلع.

قائمة المصادر و المراجع:

النصوص التشريعية:

- الأمر رقم 06/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 ، المتعلق بالعلامات التجارية ، الجريدة الرسمية الصادرة في 23 يوليو 2003 ، عدد 44.
- المرسوم التنفيذي رقم 68/98 المؤرخ في 21-11-1998 ، المتعلق بإنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ، الجريدة الرسمية الصادرة في 21-02-1998 ، العدد 11.

الاتفاقيات:

- اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883 ، الأمر 48/66 المؤرخ في 25-02-1966 ، الجريدة الرسمية ، عدد 16 لسنة 1966.
- اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891 ، الأمر 10/72 المؤرخ في 22-03-1972 ، الجريدة الرسمية ، عدد 32 لسنة 1972.
- اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس) لسنة 1994.

الكتب:

1. السيد عبد الوهاب عرفة، الوسيط في حماية حقوق الملكية الفكرية. دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية ، 2004.
2. أسامة نائل المحيسن، الوجيز في حقوق الملكية الفكرية . دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، الطبعة الأولى ، 2011.
3. أمين مصطفى محمد ، الحماية الجنائية لحقوق الملكية الصناعية في ضوء الاتفاقيات الدولية و القوانين الوطنية ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية، 2010 .
4. أوثن حنان ، الحماية القانونية للعلامة التجارية. دار البازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان، 2016 .
5. جلال وفاء محمدين، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقاً لاتفاقية تريبس. دار الجامعة الجديدة، القاهرة، 2004.

6. الحماية القانونية للملكية الصناعية . دار الجامعة الجديدة للنشر و التوزيع،2003.
7. حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية . دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، الطبعة الأولى ، 2009 .
8. حسين مبروك ، المدونة الجزائرية للملكية الفكرية. دار هومة ، الجزائر ، الطبعة الأولى، 2007 .
9. رياض عبد الهادي ، منصور عبد الرحيم، التنظيم الدولي لحماية الملكية الفكرية. دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية ، 2012 .
10. سائد أحمد الخولي ، الملكية الصناعية في الفقه و القانون المعاصر. دار الفجر للنشر و التوزيع ، مصر ، 2012.
11. صدام سعد الله محمد البياتي، النظام القانوني للرسوم و النماذج الصناعية. دار حامد للنشر و التوزيع، عمان ، الطبعة الأولى ، 2002 .
12. صلاح زين الدين ،شرح التشريعات الصناعية و التجارية. دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان ، الطبعة الأولى ، 2006 .
13. الملكية الصناعية و التجارية. دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان ، الطبعة الثانية ، 2010 .
14. عامر محمود الكسواني، التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية. دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان ، الطبعة الأولى، 2010 .
15. عبد الرحيم عنتر عبد الرحمان، حقوق الملكية الفكرية وأثرها الاقتصادي. دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، الطبعة الأولى ، 2009 .
16. عجة جيلاني، أزمات حقوق الملكية الفكرية. دار الخلدونية للنشر و التوزيع، الجزائر ، 2012 .
17. عماد الدين محمود سويدات، الحماية المدنية للعلامة التجارية. دار حامد للنشر و التوزيع، الأردن ، الطبعة الأولى ، 2012 .

18. فاضلي ادريس، المدخل إلى الملكية الفكرية. ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، دون سنة النشر.
19. الملكية الصناعية في القانون الجزائري. ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، الطبعة الثانية ، 2013 .
20. فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري. ابن خلدون للنشر و التوزيع ، الجزائر ، 2016 .
21. محمد سعد الرحاطة، إيناس الخالدي، مقدمات في الملكية الفكرية. دار حامد للنشر و التوزيع، عمان ، الطبعة الأولى ، 2012 .
22. محمد علي الرشدان، العلامة التجارية. دار الميسري للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى ، 2009 .
23. محمد مصطفى عبد الصادق، الحماية القانونية للعلامة التجارية إقليمياً و دولياً. دار الفكر و القانون للنشر و التوزيع، دون بلد النشر، 2011 .
24. منير محمد الجنيبي، ممدوح محمد الجنيبي، التعاون الدولي في مجال حماية حقوق الملكية الفكرية. دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، 2004 .
25. نوارة حسين ، الملكية الصناعية في القانون الجزائري. دار الأمر للطباعة و النشر، تيزي وزو، 2005 .
26. هبة المومني، حماية الرسوم و النماذج الصناعية. دار حامد للنشر و التوزيع ، عمان، الطبعة الأولى، 2016 .
27. وائل أنور بندق، موسوعة الملكية الفكرية. دار الفكر الجامعي، الإسكندرية ، دون تاريخ النشر.
28. وائل محمد رفعت، التسجيل الدولي للعلامة التجارية. مكتبة القانون و الإقتصاد ، الرياض، الطبعة الأولى، 2015 .
- المذكرات:

1. بن فصة عصام، الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري. مذكرة لنيل شهادة الماستر ، تخصص قانون أعمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة ، 2015-2016 .

2. بن قيمة رحيمة، النظام القانوني للعلامات في التشريع الجزائري. مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة ، 2015-2016 .
3. عائشة بوعرعور، حماية حقوق الملكية الصناعية و التجارية. مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة ، 2015-2016 .
4. ميلود السلامي، النظام القانوني للعلامات التجارية ، رسالة دكتوراه ، تخصص قانون خاص، منشورة ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، 2012 .
5. وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي عن العلامات ، رسالة دكتوراه ، تخصص قانون أعمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة ، 2014-2015 .

الفهرس:

شكر وتقدير

الإهداء

مقدمة.....	ص أ-هـ
الفصل الأول: الإطار النظري للعلامة التجارية.....	ص 06
المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية.....	ص 07
المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية.....	ص 07
الفرع الأول: التعريف اللغوي.....	ص 08
الفرع الثاني: التعريف الفقهي.....	ص 08
الفرع الثالث: التعريف الإصطلاحي.....	ص 09
الفرع الرابع: التعريف القانوني.....	ص 09
الفرع الخامس: التعريف القضائي.....	ص 10
المطلب الثاني: أنواع وأشكال العلامات التجارية.....	ص 11
الفرع الأول: أنواع العلامات التجارية.....	ص 11
أولاً: العلامة الصناعية.....	ص 12
ثانياً: العلامة التجارية.....	ص 12

- ثالثا: علامة الخدمة.....ص 13
- رابعا: العلامة الجماعية..... ص 13
- خامسا: العلامة الاحتياطية..... ص 14
- سادسا: العلامة المشهورة..... ص 14
- سابعا: العلامة المانعة..... ص 15
- ثامنا: علامة المنتجات و البضائع..... ص 15
- تاسعا: العلامة الوقتية.....ص 15
- عاشرًا: العلامة المطابقة..... ص 15
- الفرع الثاني: أشكال العلامات التجارية.....ص 16
- أولًا: الأسماء و الإمضاءات.....ص 16
- ثانيا: الحروف و الأرقام..... ص 16
- ثالثًا: الرسوم و الصور..... ص 16
- رابعا: الأشكال و الألوان..... ص 17
- خامسا: الغلافات و الدمغات..... ص 17
- المطلب الثالث: تمييز العلامة التجارية عما يشابهها..... ص 18
- الفرع الأول: العلامة التجارية و الاسم التجاري..... ص 18

- الفرع الثاني: العلامة التجارية و البيان التجاريص 19
- الفرع الثالث: العلامة التجارية و تسمية المنشأ..... ص 19
- الفرع الرابع: العلامة التجارية و براءة الاختراع..... ص 20
- الفرع الخامس: تمييز العلامة التجارية عن الرسم و النموذج الصناعي..... ص 21
- المبحث الثاني: شروط اكتساب الحق في العلامة..... ص 23
- المطلب الأول: الشروط الموضوعية..... ص 23
- الفرع الأول: شرط الصفة المميزة..... ص 23
- أولاً: صفة عدم الشبوع..... ص 23
- ثانياً: عدم مساس العلامة بحقوق الغير..... ص 23
- الفرع الثاني: شرط الجودة..... ص 24
- أولاً: الجودة من حيث نوع أو صنف المنتجات..... ص 24
- ثانياً: الجودة من حيث المكان..... ص 25
- ثالثاً: الجودة من حيث الزمان..... ص 25
- الفرع الثالث: شرط المشروعية..... ص 26
- الفرع الرابع: شرط التمثيل الخطي..... ص 27
- المطلب الثاني: الشروط الشكلية..... ص 27

- الفرع الأول: تسجيل العلامة التجارية في القانون الجزائري..... ص 28
- أولاً: المصلحة المتخصصة بتسجيل العلامة التجارية..... ص 28
- ثانياً: البيانات الواجب توافرها..... ص 28
- ثالثاً: الإجراءات المتبعة لتسجيل العلامة التجارية.....ص 29
- الفرع الثاني: تسجيل العلامة التجارية وفق اتفاقية مدريد..... ص 30
- أولاً: الغرض من التسجيل الدولي للعلامة التجارية وفق اتفاقية مدريد..... ص 31
- ثانياً: تقديم طلب التسجيل للعلامة.....ص 31
- ثالثاً: فحص تقديم طلب التسجيل الدولي..... ص 31
- رابعاً: ضرورة تحديد صنف المنتجات و الخدمات ص 32
- خامساً: الأثر المترتب على التسجيل الدولي للعلامة التجارية.....ص 32
- سادساً: مدة و تاريخ التسجيل الدولي.....ص 33
- الفرع الثالث: آثار تسجيل العلامة التجارية..... ص 33
- أولاً: حق ملكية العلامة.....ص 33
- ثانياً: حق التصرف في العلامة.....ص 34
- الفرع الرابع: انقضاء الحق في العلامة.....ص 36
- أولاً: عدم تحديد التسجيل..... ص 36

ثانياً: التخلي عن العلامة.....	ص 36
ثالثاً: إبطال العلامة.....	ص 36
رابعاً: إلغاء العلامة	ص 37
الفصل الثاني: الآليات الدولية لحماية العلامة التجارية.....	ص 39
المبحث الأول: حماية العلامة التجارية في ظل اتفاقية باريس.....	ص 40
المطلب الأول: ضوابط حماية العلامة في اتفاقية باريس.....	ص 40
الفرع الأول: أهداف اتفاقية باريس.....	ص 41
الفرع الثاني: مبدأ المعاملة الوطنية.....	ص 41
الفرع الثالث: مبدأ الأسبقية	ص 42
الفرع الرابع: مبدأ استقلال العلامات.....	ص 42
الفرع الخامس: قبول بتسجيل العلامات الأجنبية	ص 43
المطلب الثاني: إجراءات حماية العلامة التجارية في اتفاقية باريس.....	ص 44
الفرع الأول: التعويض عن الضرر.....	ص 44
أولاً: تقدير التعويض.....	ص 44
ثانياً: كيفية اقتضاء التعويض.....	ص 45
الفرع الثاني: مصادرة المنتوجات غير المشروعة.....	ص 45

- أولاً: مفهوم مصادرة المنتوجات غير المشروعة.....ص 45
- ثانياً: إجراءات مصادرة المنتوجات غير المشروعة.....ص 46
- المبحث الثاني: حماية العلامة التجارية في ظل اتفاقية ترس..... ص 48
- المطلب الأول: الأحكام العامة لاتفاقية ترس.....ص 49
- الفرع الأول: أهداف اتفاقية ترس..... ص 49
- الفرع الثاني: علاقة اتفاقية ترس بالاتفاقية الدولية المنظمة للملكية الفكرية.. ص 50
- الفرع الثالث: المبادئ التي تقوم عليها اتفاقية ترس..... ص 51
- أولاً: مبدأ المعاملة الوطنية ص 51
- ثانياً: مبدأ الدولة الأولى بالرعاية.....ص 52
- ثالثاً: مبدأ الحماية بين حديها الأعلى و الأدنى..... ص 53
- الفرع الرابع: معايير حماية العلامة التجارية في اتفاقية ترس..... ص 54
- أولاً: المواد القابلة للحماية..... ص 54
- ثانياً: الحقوق الممنوحة..... ص 54
- ثالثاً: الإستثناءات.....ص 55
- رابعاً: مدة الحماية..... ص 55
- خامساً: وجوب استعمال العلامة..... ص 55

سادسا: التدابير المؤقتة..... ص 61

سابعا: التدابير الحدودية..... ص 62

خاتمة..... ص 66

قائمة المراجع..... ص 68

الفهرس..... ص 72

المخلص

تعدّ العلامة التجارية نوع من أنواع حقوق الملكية الصناعية ، فهي أداة لتمييز المنتجات والبضائع عن غيرها، وللعلامة التجارية حماية وطنية لحمايتها داخل الدولة التي سجلت فيها، وبعد الإنتشار الواسع للمعاملات التجارية والتطورات التي شهدتها التجارة أصبحت الحماية الوطنية غير كافية، فكرست للعلامة التجارية حماية دولية تمثلت في الإتفاقيات الدولية حيث ساهمت هذه الأخيرة عن طريق المبادئ و القوانين لحمايتها خارج الدولة التي سجلت فيها.