

جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق



مذكرة ماستر

ميدان: الحقوق والعلوم السياسية

فرع: الحقوق

تخصص: قانون أعمال

رقم:

إعداد الطالبين:

تومي شمس الدين

بن عيش أمين

يوم: 2023/06/20

حماية العلامة التجارية في التشريع الجزائري

لجنة المناقشة:

رئيسا	أستاذ محاضر أ	جامعة محمد خيضر بسكرة	توفيق شعيب
مشرفا	أستاذ تعليم عالي	جامعة محمد خيضر بسكرة	عاشور نصر الدين
مناقشا	أستاذ محاضر أ	جامعة محمد خيضر بسكرة	لمعيني محمد

السنة الجامعية: 2022 - 2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال تعالى:

﴿ وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ
وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ
فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴾

سورة التوبة/الآية 105

شُكْرٌ وَعِرفَانٌ

♥ من لا يشكر الناس لا يشكر الله ♥

أتوجه بجزيل الشكر والتقدير إلى أستاذي المشرف: نصر الدين عاشور الذي كان لنا سنداً وعونا طيلة مسيرتنا في إنجاز هذه المذكرة ولم يبخل علينا ولو بنصيحة صغيرة

لك منا خالص الاحترام والتقدير

نشكر كل من ساندنا من قريب أو بعيد

كل عبارات الامتنان لأساتذتنا الأفاضل في قسم الحقوق لطالما كنتم لنا موجهين وناصحين في طريق العلم.

شمس الدين

أيمن



إِهْدَاء

الحمد لله الذي وفقني بعد سنوات من الاجتهاد لتتضمن هذه الخطوة الدراسية.

أهدي ثمرة جهدي هذا إلى من ساندتني في حياتي بصلاتها ودعائها إلى

أروع امرأة في الوجود - أمي الغالية -

إلى مثلي الأعلى وقُدوتي - والدي حفظه الله -

إلى إخوتي وأخواتي سندي في الدنيا على دعمهم لي

إلى كل عائلة تومي الكريمة وزملاء الدراسة متمنيا لهم التوفيق

إلى أساتذتي وأهل الفضل علي الذين غمروني بالحب والتقدير والنصيحة التوجيه والإرشاد

إلى كل هؤلاء أهدي هذا العمل المتواضع.

شمس الدين



إِهْدَاء

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

"وَقُلْ اْعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ "

بعد رحلة جهد واجتهاد دامت تسعة عشر سنة من طلب العلم والمثابرة لا يسعني إلا أن أهدي ثمرة نجاحي المتواضعة إلى نور حياتي ومنبع ذكرياتي إلى من كانت ظلي واليد الخفية التي ترعاني إلى تاج راسي وأميرة مملكتي إلى والدتي الحبيبة " سليمة " أهديك هذا العمل بكل مشاعر الاحترام والتقدير وبكل حب وفرح وسرورها أنت الآن تقطفين ثمرة سهرك ومراعاتك لي...

إلى "والدي الغالي "عبد الوهاب " أطل الله في عمره إلى سندي إلى من وجهني إلى من حمل انشغالاتي فلقد كنت منارة دربي استتير بها في كل محطة في حياتي ها انا الآن أهديك نجاحي فلولاك ما وصلت إلى هاته المرحلة شكرا لتواجدكم في حياتي كل حروف ولغات العالم لا يمكنها أن تعبر عن ما قدمتموه لي.....

إلى من بوجودهم أكتسب قوة ومحبة لا حدود لها إلى "إخواني" و "أخواتي" (عيسى ،

الصادق ، نصرو)، (خولة ، وفاء ، فاطمة ، وداد)

وإلى صغار العائلة (نور الدين ، امجد ، شيماء ، يوسف ، أمير ، ماريا)

إلى من تذوقت معها أجمل اللحظات تتونة

وإلى من جعلهم الله إخوتي بالله "العربي حشاني ، فاتح تركي ، محمد ، فيكا ، خالد ، طارق ، زكريا ، عبد القادر ، يحي ، ماطري ، عبد القادر بوستة ، بلال ، عقبة مليكي ، وليد ، فتحي ، تقي ، محمد عبد اللاوي ، محمد فتاح ، ناصر بعية ، شهاب ، عقبة

كامل

كما اهدي تخرجي إلى شخصيات ساعدتني وأخذت بيدي للوصول إلى هذا المكان لن أقل منهم يكفي أنهم يبتسمون حين يعرفون أنهم المقصودون.....

إلى كل من أسعدهم تخرجي أصدقائي زملائي، زميلاتي وأهلي بلا استثناء أهديكم تخرجي دعواتكم بالتوفيق والنجاح نحو مستقبل مشرق حافل بالعطاء والرفاهية.

أيمن بن عيش

قائمة المختصرات:

ص: صفحة

ط: طبعة

ج.ر: الجريدة الرسمية

ع: العدد

د.د.ن: دون دار النشر

د.س.ن: دون سنة النشر

ق.م.ج: القانون المدني الجزائري

ق.ت.ج: القانون التجاري الجزائري

مقدمة

مقدمة:

تشكل العلامة التجارية من أهم عناصر الملكية الصناعية والتجارية التي تزايد الاهتمام بها مع تطور التجارة الداخلية والدولية، حيث اقتصر مجالها في البداية على السلع والمنتجات وامتد إلى الخدمات المقدمة في كافة المجالات ثم انتقل نطاقها ليشمل التجارة الالكترونية التي أصبحت عصب التجارة المعاصرة.

في الجزائر كانت العلامات منظمة إبان الفترة الاستعمارية بموجب قانون 23 جوان 1957، وهذا إلى غاية صدور الأمر 57-66 المؤرخ في 19/03/1966 المتضمن علامات المصنع والعلامات التجارية المعدل بالأمر 67-223 المؤرخ في 19/10/1967، وقد بقي هذا القانون ساري المفعول إلى غاية صدور الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19/07/2003 المتعلق بالعلامات.

أهمية الموضوع:

نظرا لأهمية العلامات التجارية مما جعلها دافعا لتناولها بالبحث والدراسة، ونظرا لما تلعبه من دور في المجال الاقتصادي عمدت الدول الحديثة إلى تنظيم أحكام خاصة بالعلامات التجارية، كما كرست لها حماية خاصة في تشريعاتها الداخلية.

أهداف الموضوع:

تهدف الدراسة إلى معرفة ماهية وطبيعة العلامة التجارية التي تستدعي الحماية والكيفية التي عالج بها المشرع الجزائري مسألة الاعتداء على العلامة وذلك من خلال إضفاء نوعين من الحماية المتمثلة في شقيها المدني والجزائي، المدونة في أحكامها في قوانينها الداخلية.

أسباب اختيار الموضوع:

تتطوي دوافع اختيار موضوع حماية العلامة التجارية في التشريع الجزائري، على أسباب موضوعية وأخرى ذاتية، فبالنسبة للأسباب الموضوعية التي تمثلت أساسا في قلة المراجع التي تناولته بالدراسة لاسيما في الجزائر، وذلك نظرا لحدثة القانون المنظم لأحكام العلامة التجارية وتضمنه للعديد من المفاهيم الجديدة التي تستدعي الفحص والتحليل.

أما عن الأسباب الذاتية، فتتمثل في ميولي الشخصية لمعرفة النظام القانوني الذي يؤثر العلامة التجارية، ومواكبة تطوره وسعيه الحثيث للبحث في كيفية بسط قواعد حمايتها، خاصة بعد الانتهاكات والاعتداءات الكثير والمستمرة التي مست مختلف العلامات في كافة المجالات، لدرجة أننا لم نعد نميز بين الأصل والتقليد، فأصبحت تلك المنتجات المقلدة تشكل تهديدا صريحا لصحتنا كمستهلكين، كما هو الشأن بالنسبة للمواد الغذائية، والصيدلانية، ومواد التجميل، وحتى الألبسة.

الدراسات السابقة:

نظرا لحدثة موضوع الحماية القانونية للعلامة التجارية في الجزائر، فإن الدراسات التي تعرضت له كانت قليلة ونادرة، وتعرضت في الأغلب إلى دراسة النظام القانوني للعلامة التجارية في ظل الأمر رقم 57/66 المتعلق بعلامة الصنع والعلامة التجارية الملغى، في حين أننا وجدنا عددا قليلا من الدراسات المتخصصة في موضوع حماية العلامة التجارية على ضوء الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات وتعتبر أبرز دراسة تطرقت للنظام القانوني للعلامة، واعتمدنا كمرجع:

- أطروحة دكتوراه ل: سلامي ميلود الموسومة ب: النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية.
- أطروحة دكتوراه ل: بن صالح صارة الموسومة ب: الحماية القانونية للعلامة التجارية.
- مذكرة ماجستير ل: بسمة بوبشطولة الموسومة ب: الحماية القانونية للعلامة التجارية.

إشكالية الدراسة:

يثير موضوع الدراسة إشكالية أساسية تتمحور حول التساؤل عن:

كيف كفل المشرع الجزائري الحماية القانونية للعلامة التجارية؟

المنهج المتبع:

تقتضي الإجابة على الإشكالية المثارة، استعمال واتباع المنهج الوصفي التحليلي، لتحليل مختلف نصوص الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، وللتعريف بمختلف الحالات والاعتداءات الواقعة على العلامة التجارية سواء كانت مدنية أو جزائية.

هيكل الدراسة:

للإجابة على الإشكالية السابقة، ارتأينا تقسيم موضوع الدراسة إلى فصلين، الفصل الأول بعنوان الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية، أما الفصل الثاني فخصصناه بالحماية المدنية والجزائية للعلامة التجارية.

الفصل الأول :

الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي للعلامة التجارية

تعد العلامة التجارية وسيلة الضمان للمنتج والمستهلك في آن واحد، فهي تمنع اختلاط منتجات تحمل علامة معينة بمنتجات مماثلة تحمل علامة أخرى كما تعمل على تكوين الثقة في منتجات بعينها عندما تحمل علامة موثوق بها، وللحيلولة من ظهور سلع متشابهة اتجه المنتجون إلى استخدام العلامة التجارية للتعريف بمنتجاتهم والسعي إلى الاتقان في الصنع للحفاظ على العملاء واستمرار جودة المنتجات بما يضمن الصمود أمام المنافسين.

وقد ظهرت العلامة التجارية نتيجة عولمة التجارة المذهل في وسائل الاتصال والدعاية والإعلان، وهي تلعب دوراً متميزاً في الحياة الاقتصادية المعاصرة فإنها أول ما تثير انتباه المستهلك عندما توضع على المنتجات، لذلك فهي رمز يميز مصدر السلعة أو الخدمة كما تعد وسيلة اتصال بين مالِك العلامة والمستهلك.

وللإلمام بأهمية العلامة التجارية قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث، نتطرق في المبحث الأول إلى مفهوم العلامة التجارية، أما المبحث الثاني نتناول فيه شروط اكتساب العلامة التجارية، وفي المبحث الثالث نعالج آثار اكتساب العلامة وانقضاؤها.

المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية

تعد العلامة التجارية أهم عناصر المحل التجاري، فهي تسمح للجمهور بمعرفة أصل المنتج الذي سيشتريه أو الخدمة التي يطلبها الزبون ومن خلالها يستطيع الزبون أن يتجنب أي خداع أو غش، وللتعرف على مفهوم العلامة التجارية ينبغي التطرق إلى التعريف بها ومعرفة أهميتها (المطلب الأول) وخصائصها وما يميزها عن غيرها (المطلب الثاني).

المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية وأهميتها

يظهر مفهوم العلامة التجارية من خلال تعريفها (الفرع الأول)، وكذلك تبيان أهميتها (الفرع الثاني).

الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية

نظرا للدور الذي تلعبه العلامة التجارية في المجال الاقتصادي بمختلف جوانبه كان لابد من التوسع في مفهومها واعطائها تعريفا شاملا.

وقد ارتأينا التطرق إلى تعريفها القانوني (أولا)، ثم تعريفها الفقهي (ثانيا).

أولا: التعريف القانوني للعلامة التجارية

عرف المشرع الجزائري العلامة في المادة 02 من القانون المتعلق بالعلامات¹ على أنها: "كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها، والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره".

عرفت اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة المتعلقة بالملكية الفكرية (اتفاقية تريبس) العلامة في المادة 1/15 على أنها: "تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة لأن

¹ الأمر رقم 03-06، المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالعلامات، ج.ر، ع 44، المؤرخة في 23 جويلية 2003.

تكون علامة تجارية، وتكون هذه العلامات، لاسيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية وحروفا وأرقاما وأشكالا ومجموعات ألوان وأي مزيج من هذه العلامات، مؤهلة للتسجيل كعلامات تجارية، وحين لا يكون في هذه العلامات ما يسمح بتمييز السلع والخدمات ذات الصلة..."

ثانيا: التعريف الفقهي للعلامة التجارية

يقصد بالعلامة التجارية اصطلاحا على أنها: "كل ما يأخذ شكلا مميزا من أسماء أو كلمات أو توقيعات أو حروف أو أرقام أو رسوم أو رموز أو أختام أو صور أو نقوش أو أية إشارة أخرى أو مجموعة من الإشارات إذا كانت تستخدم أو يراد استخدامها لتمييز منتجات أيا كان مصدرها".¹

وتعرف أيضا: بأنها: أي إشارة ظاهرة يستعملها أي شخص طبيعي أو معنوي لتمييز منتجاته عن غيرها من المنتجات المماثلة".²

كما تعرف على أنها: "ذلك الاسم ومجموعة الرموز لسلعة أو خدمة مؤسسة ما، والتي تفرض نفسها في قطاع سوقي محدد، حيث تركز على قيم مادية وقيم معنوية، هذا المجموع غير المتجانس يترك أثارا عميقة في نفس المستهلك، وهذه الاسماء والرموز عادة ما تكون محمية قانونيا".

وفي تعريف آخر نجد أن العلامة: "ليست مجرد اسم يوضع على المنتج أو مجرد طابع على الغلاف، وإنما مجموعة قيم مركبة، التي تكون المنتج وتغذيه، إذن هي مجموعة من القيم المادية (الجودة، التكنولوجيا المحتواة...) والقيم المعنوية (معلومات، وقيم نفسية)".³

¹ وائل أنور بندق، العلامات التجارية والنماذج الصناعية في دول مجلس التعاون الخليجي، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2006، ص 97.

² صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005، ص 40.

³ فتحية حواس، "حماية العلامة التجارية في التشريع الجزائري"، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، المجلد 06 العدد 01، مارس 2021، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، ص 505.

ومن خلال ما سبق ذكره، يمكن تعريف العلامة التجارية على أنها: "اسم، مصطلح، رمز، رسم أو كل توليفة لهذه العناصر، وهي بمثابة حوصلة شاملة ومتناسقة بين القيم المادية والمتمثلة في الخصائص الموضوعية للمنتج، والقيم المعنوية المتمثلة في: القيم الحسية والقيم النفسية والقيم الاجتماعية، والتي تسمح بتعريف المنتجات التي تقدمها المؤسسة وتمييزها عن المنتجات المنافسة لها".

الفرع الثاني: أهمية العلامة التجارية

تحظى العلامات التجارية بأهمية تجارية واقتصادية ودعائية متزايدة، وقد أصبحت هذه الأهمية تتحكم في سلوك الشركات الكبرى المالكة للعلامات التجارية وليست على ذلك من أن تعرف أن مجموعة الشركات الكبرى تميل إلى العولمة لعلاماتها مما ييسر لها زيادة سيطرتها على السوق العالمية على حساب رواج العلامات على الصعيد المحلي، لذلك يتجه أصحاب العلامات لعولمة التسجيل منعا للقرصنة وبالتالي تعد العلامات التجارية واجهة الشركات على عدة مستويات، فهي تمكن الزبائن من تمييز منتجات هذه الشركات أو خدماتها عن المنتجات المنافسة لها، مما يتيح لها إمكانية تسويق سلعها وخدماتها على نحو أفضل، بحيث لا تستعمل العلامات التجارية كأدوات تحديد فقط، بل تعد أيضا ضمانات للجودة المتواصلة، فالمستهلك الذي يرتاح لجودة ما، يثابر على شراء ذلك المنتج والافادة من تلك الخدمة بحثا عن الجودة التي يتوقعها من العلامة التجارية التي يعرفها.¹

يسمى نظام العلامات التجارية ومراقبتها للمنتجين بإنتاج سلع وتسويقها في أنسب الظروف، واحباط جهود مزاولي المنافسة غير المشروعة مثل المقلدين والمزورين الذين يسعون إلى تسويق منتجات رديئة وبالتالي الاساءة إلى سمعة الشركة.

وترتكز قيمة العلامة التجارية في السوق العالمية على معدلات الأرباح والمبيعات ومكانتها بين العلامات المنافسة، ومدى ثباتها، وفترة بقائها في السوق، وارتفاع معدلات

¹ عائشة شابي، مروة بن سديرة، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة 8 ماي، قالمة، 2013/2014، ص 17.

أسعارها في البورصات العالمية، والصورة الذهنية الايجابية التي تنطبع عنها في ذهن المستهلكين.

المطلب الثاني: خصائص العلامة التجارية وتمييزها عن غيرها

سننظر في هذا المطلب إلى خصائص العلامة التجارية (الفرع الأول)، وتمييزها عن غيرها (الفرع الثاني).

الفرع الأول: خصائص العلامة التجارية

تمتاز العلامة التجارية بعدة خصائص منها عامة (أولا)، وأخرى خاصة (ثانيا).

أولا: الخصائص العامة للعلامة التجارية

تتمثل الخصائص العامة للعلامة التجارية فيما يلي:

أ/- الطابع الالزامي:

مهما كانت العلامة التجارية من قبل اختيارية حسب الأمر رقم 66-57¹ في المادة الأولى، غير أن الأمر رقم 03-06 ألغى هذا الأمر ونص في المادة الثالثة أن العلامة التجارية علامة الزامية.

ب/- الطابع الفردي:

أي أن العلامة التجارية ملك لشخص واحد طبيعي أو معنوي وجاءت اتفاقية باريس التي تنص على الطابع الفردي بالإضافة إلى الأمر رقم 03-06، لكن متطلبات الحياة خلقت وضعيات مشتركة وهنا نطبق أحكام الملكية الشائعة المنصوص عليها في القانون المدني.

¹ الأمر رقم 66-57، المؤرخ في 19 مارس 1966، المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، ج.ر، ع 23، المؤرخة في 22 مارس 1966.

ج/- العلامة التجارية مال منقول معنوي:

إن العلامة التجارية هي مال منقول من نوع خاص فهي أحد العناصر المعنوية غير المحسوبة للعمل التجاري، وللعلامة التجارية مميزات عن حق الملكية في المنقول وهذا حسب نص المادة 83 من ق.م.ج.¹

د/- استقلالية العلامة التجارية عن المنتج:

إن صحة العلامة مستقلة عن المنتج أو الخدمة المطلقة عليها وهذا ما نصت المادة 08 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات إذ نصت على أنه: "لا تكون طبيعة السلع أو الخدمات التي تشملها العلامة بأي حال من الأحوال عائقا أمام تسجيل تلك العلامة".

ثانيا: الخصائص الخاصة للعلامة التجارية

لكي تكون العلامة نموذجية وناجحة وكاملة الأوصاف لتحظى بالقبول من المستهلكين وتساهم في ترويج المنتج أو الخدمة، ولكن تكون الدقة في الاختيار لتتناسب هذه العلامة مع ما يتناسب والنشاط المرغوب فيه.

ولذا يجب أن يتوافر في العلامة التجارية عددا من الخصائص، أهمها:

- السهولة والبساطة، بحيث يمكن نطقها بسهولة وتذكرها بغير عناء، بالإضافة لأن تكون مختصرة حتى تبقى في ذهن المستهلك وذاكرته لأطول وقت ممكن، مثال ذلك OMO، Tide... الخ
- أن تكون فريدة ومميزة عن علامات السلع المنافسة، مثال ذلك: كوداك، أكسن.
- أن تكون موحية بمميزات السلعة وإيجابياتها، مثال ذلك: أفرشة Beautyrest

¹ الأمر رقم 75-58، مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني الجزائري، ج.ر، ع 78، مؤرخة في 30 سبتمبر 1975، المعدل والمتمم بالقانون رقم 05-10، مؤرخ في 20/06/2005، المتضمن تعديل القانون المدني، ج.ر، ع 44، مؤرخة في 26/06/2005، والمعدل والمتمم بالقانون رقم (07-05)، مؤرخ في 13/05/2007، ج.ر، ع 31، مؤرخة في 13/05/2007.

- يجب البحث بعناية بين اللغات للمعاني غير المتوقعة للكلمات والجمل، خاصة في حالة التسويق الدولي، إذ يجب أن تكون العلامة ذات طابع دولي (بعيدة عن المعاني السيئة في دول أو لغات أخرى)، مثال ذلك: علامة Nova تعتبر علامة سيئة للسيارات في الدول التي تتكلم الإسبانية، لأنها تعني: "هذا لا يمشي".
- يمكن تكييفها لمنتجات عديدة ومتنوعة قد تضاف إلى خطوط منتجات المؤسسة، فالمنتج الجديد يمكن أن يعطي ميلاد تشكيلة من المنتجات الجديدة في السنوات المقبلة، ولرسمة الشهرة المحصل عليها، فإنه من المفيد استعمال نفس العلامة مع تعديلها أو تكييفها قليلا، مثال ذلك: Nescafé, Nestea, Danone
- أن تكون مشروعة وغير منافية للأداب أو النظام العام، كما لا يجوز اتخاذ الشعارات العامة أو الرسمية كعلامة تجارية وهذا ما نصت عليه المادة 06 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية.¹

الفرع الثاني: تمييز العلامة التجارية عن غيرها

هناك العديد من مفاهيم الحقوق الملكية التجارية والصناعية التي تتشابه مع مفهوم العلامة التجارية وذلك من أجل إزالة اللبس والاختلاط والقدرة على التمييز بين العلامة التجارية وما يشبهها من تسميات ورموز.

أولا: تمييز العلامة التجارية عن الاسم التجاري

عرفنا العلامة سابقا أنها كل رمز يستعمل من أجل تمييز سلع وخدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره، أما الاسم التجاري فهو العبارة التي يستخدمها التاجر لتمييز محله التجاري عن غيره من المحلات المماثلة له.

والاسم التجاري هو أحد عناصر المحل التجاري، ويعتبر وجوبي، وتعود ملكية الاسم التجاري للأسبقية في استعماله.

¹ محمد حسنين، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985، ص 201.

بينما تعود ملكية العلامة إلى الأسبقية في التسجيل، وتقتصر حماية الاسم التجاري على النطاق المكاني الذي يتسع له نشاطه، عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة، فيحث للتاجر أن يستقبل باستعماله بينما تتمتع العلامة بحماية قانونية مدنية وجزائية على كافة التراب الوطني.¹

ثانيا: تمييز العلامة التجارية عن العنوان التجاري

يقصد بالعنوان التجاري التسمية المبتكرة أو الرمز الذي يستخدمه التاجر لتمييز مؤسسته التجارية أو محله التجاري عن غيره من المحلات التي تمارس نفس النشاط وأن الفرق بينه وبين العلامة التجارية كالفرق بين هذه الأخيرة والاسم التجاري باستثناء أن العنوان يوضع على لافتة المحل وقد يستعمل الاسم التجاري كعنوان تجاري فيوضع على لافتة المحل.²

ثالثا: تمييز العلامة التجارية عن براءة الاختراع

براءة الاختراع هي الوثيقة التي يسلمها المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية للمخترع حتى يتمكن من التمتع بإنجازه بصفة قانونية، والمتمثل في اختراع جديد قابل للتطبيق الصناعي سواء تضمن منتجات صناعيا جديدا أو طريقة صناعية مستحدثة، وهي بذلك تختلف عن العلامة التي تعتبر رمز يتخذه التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة لتمييز سلعه أو خدماته عما يماثلها، وإذا كان الحق في البراءة حق مطلق، يخول لصاحبه استئثار واحتكار الاختراع في مواجهة كافة احتكارا كاملا، فإن الحق في العلامة حق نسبي، يخول لصاحبه حق احتكارها فقط ف المواجهة من يزولون نشاطا مماثلا لنشاطه، في حين أن كلا

¹ كاهنة زواوي، رمزي حوجو، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى القانونية، العدد الخامس، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، ص 32.

² ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامة التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في العلوم القانونية، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012/2011، ص 31.

من الحق في العلامة والحق في البراءة يعتبران حقان مؤقتان، وذلك بالمدة القانونية المحددة.¹

¹ كاهنة زواوي، رمزي حوحو، مرجع سابق، ص 34.

المبحث الثاني: شروط اكتساب العلامة التجارية

حتى تحظى العلامة التجارية على الحماية القانونية لابد من توافر شروط وهي الشروط الموضوعية (المطلب الأول) والشروط الشكلية (المطلب الثاني)، وهذا ما نصت عليه مجمل التشريعات الوطنية والدولية المتعلقة بالعلامة التجارية.

المطلب الأول: الشروط الموضوعية لاكتساب العلامة التجارية

تعرض المشرع الجزائري في المادة 02 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات إلى الشروط الواجب توافرها في العلامة التجارية والمتمثلة فيما يلي:

الفرع الأول: أن تكون العلامة جديدة

شروط الجدة في العلامة التجارية لم يرد كره بصريح النص بل هو شرط مستنتج من أحكام التشريع، فالجدة نسبية في مجال العلامات، والمقصود هنا ليس الجدة في إنشاء أو خلق العلامة وابتكارها كما هو الشأن في مجال براءات الاختراع وكذلك الرسوم والنماذج الصناعية، لكن الجدة المطلوبة هنا هي الجدة في الاستعمال والتي يجب أن تمنع اللبس والتضليل بالنسبة للمستهلكين، وهذا ما تحدد في معيار الأسبقية من النواحي التالية:

أولاً: الأسبقية من حيث المنتجات

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

ثانياً: الأسبقية من حيث الزمان

لقد نص المشرع الجزائري على أن مدة حماية العلامة التجارية هي عشر سنوات قابلة للتجديد وذلك حسب نص المادة 05 فقرة 02 من الأمر 03-06 والتي تنص على

¹ علي نديم الحمصي، الملكية التجارية والصناعية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط1، 2010، ص 285.

أنه: "تحدد مدة تسجيل العلامة بعشر سنوات تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ ايداع الطلب". وفي حالة عدم تجديدها خلال أجل ستة أشهر يحق لأي شخص استعمالها دون أن يعتبر ذلك تعديا عليها، فعند انتهاء مدة الحماية القانونية المترتبة على ايداع العلامة التجارية دون أن يتقدم مالکها بطلب تجديد مدة الحماية يؤدي ذلك إلى جواز استعمالها من قبل الغير، كما يجوز استعمال العلامة المهجورة أو المتروكة.

ثالثا: الأسبقية من حيث المكان

إذا كانت العلامة تستخدم في بلد معين فلا يجوز استخدامها من قبل شخص آخر في نفس البلد الذي أودعت فيه، كما أن استخدام العلامة التجارية لا يقتصر على منطقة أو جزء من الدولة المسجل بها العلامة وإنما يشمل الدولة بكامل أقاليمها وحتى الدول الأخرى.¹ المهم أنه عند وضع طلب تسجيل العلامة ألا يكون عليها أي حق من أي منافس مجال أو ميدان النشاط حتى تعتبر علامة جديدة، وتستثنى العلامات المشهورة لأنها تخص بحماية دولية ووطنية أن تكون مسجلة أو مودعة.

الفرع الثاني: أن تكون العلامة مميزة

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

والقانون الجزائري عندما اشترط أن تكون العلامة مميزة لم يقصد بهذا الشرط أن يتضمن العلامة شيئا أصيلا مبتكرا لم يكن موجودا من قبل، وإنما تكون مميزة بما يجعلها

¹ فرحة زواوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، المحل التجاري والحقوق الفكرية، القسم الثاني، الحقوق الفكرية حقوق الملكية الصناعية والتجارية حقوق الملكية الأدبية والفنية، دار ابن خلدون للنشر والتوزيع، وهران، الجزائر، 1998، ص 234.

قابلة للتمييز عن غيرها من العلامات لمنع حصول اللبس لدى المستهلكين.¹

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

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

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

الفرع الثالث: أن تكون العلامة مشروعة

لقد كان المشرع الجزائري صريحا حينما نص في المادة 07 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات التي يتم ايداع طلب تسجيلها، ومن بين الرموز التي استثنائها من التسجيل حسبما جاء في الفقرة 04 من نفس المادة المذكورة وهي: "الرموز المخالفة للنظام العام أو الآداب العامة والرموز التي يحظر استعمالها بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها"

إن المقصود بمشروعية العلامة التجارية ألا تخالف النظام العام والآداب العامة والأخلاق الحسنة، وشرط المشروعية يوفر للعلامة التجارية الحماية القانونية، كما يتعرض التاجر أو الصانع الأجنبي لرفض ايداع علامته إذا اعتبرت غير مشروعة في الجزائر ولو كانت التسمية المختارة للعلامة غير مخالفة للنظام العام والأخلاق الحسنة في بلاده.

¹ سمير جميل حسين الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، ص 270.

وكما نص المشرع الجزائري في المادة 07 فقرة 04 التي سبق ذكرها الرموز التي يجب استبعادها وذلك بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الثنائية أو متعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها ونذكر منها: الرموز الخاصة بالملك العام أو المجردة من صفة التمييز، الرموز التي تحمل بين عناصرها نقلا أو تقليدا لشعارات رسمية أو أعلام، كذلك البيانات والمؤشرات الجغرافية التي تضلل الجمهور أو تحدث لبسا لديه حول مصدر هذه السلع أو الخدمات، الرموز المخلة بالنظام العام والآداب العامة، الدمغات الرسمية التي تستخدم للرقابة والضمان من طرف دولة أو منظمة.

إن لا يكفي المظهر المميز للعلامة بالإضافة إلى كونها جديدة حتى تتوفر لها الحماية القانونية، إذ يجب أن تكون مشروعة أي لا يجوز أن تخالف النظام العام والآداب العامة ولا تؤدي إلى خداع الجمهور.¹

المطلب الثاني: الشروط الشكلية لاكتساب العلامة التجارية

لاكتساب حقوق على العلامة يجب احترام الأحكام القانونية التي نص عليها المشرع الجزائري والمتمثلة في إجراءات دقيقة في مجال ايداع العلامة، تسجيلها ونشرها.

الفرع الأول: ايداع طلب التسجيل

يقصد بالإيداع عملية تسليم أو ارسال ملف يتضمن نموذج العلامة المطلوب حمايتها مرفقا بتعداد لكافة المنتجات أو الخدمات التي تنطبق عليها العلامة.²

أخذ المشرع الجزائري بنظام الايداع البسيط المتمثل في أن يقوم صاحب العلامة بعملية الايداع بتقديم الطلب إلى المصلحة المختصة، أو بإرساله عن طريق البريد الموصى

¹ مجبر كوثر شمس الهدى، العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخص القانون الأساسي الخاص، قسم القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2017/2018، ص 24.

² فرحة زواوي صالح، مرجع سابق، ص 233.

عليه مع علم بالوصول، مع وجوب أن يشتمل الطلب على بيانات اجبارية¹، كما يجب أن يكون الطلب مرفقا منها: الوكالة المسلمة إلى الوكيل المفوض، المستندات المتعلقة بالأولوية، السند الذي يثبت دفع الرسوم...

ينتج ايداع العلامة آثاره لمدة عشر سنوات لكن يجوز أن تستمر الحماية القانونية إذا قام المعني بالأمر بتجديد ايداعه وعلى ذلك يلاحظ أنه يمكن تجديد الايداع كلما انتهت المدة المحددة قانونا، فعدد التجديدات غير محدد ويجب القيام بعملية التجديد ابتداء من اليوم يلي تاريخ انقضاء التسجيل حسب المادة 05 من الأمر رقم 03-06².

الفرع الثاني: فحص الايداع

أوجب المشرع بعد ايداع العلامة بغرض تسجيلها ضرورة فحصها من حيث الشكل والمضمون، ويقصد بفحص العلامة من حيث الشكل، تأكد المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية من أن طلب الايداع مستوفي للشروط القانونية، وإذا ما تبين أن الملف مقبول تقوم المصلحة المختصة بتحرير محضر يثبت تاريخ الايداع، وساعته ومكانه، ورقم التسجيل وتعد هذه الوثيقة ذات أهمية بالغة لفض النزاعات المحتملة التي يمكن أن تقع بين عدة مودعين نظرا للبيانات المدرجة فيه.

وفي حالة عدم استيفاء الشروط يطلب من المودع أو موكله تسوية الطلب في أجل شهرين، ويمكن تمديده لنفس المدة بناء على طلب معلل من صاحب طلب الايداع وعند عدم التسوية في الآجال المحددة ترفض المصلحة المختصة طلب التسجيل³.

وفيما يخص المراقبة من ناحية الموضوع، وبعد استيفاء الشروط الشكلية، تبحث المصلحة المختصة في فحص العلامة من حيث مضمونها، وذلك من خلال ما إذا كانت

¹ فاضلي ادريس، المدخل إلى الملكية الأدبية والفنية والصناعية، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص 289.

² فرحة زواوي صالح، مرجع سابق، ص 237.

³ ميلود سلامي، "دعوى المنافسة غير المشروعة كوجه من أوجه الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون الجزائري"، دفاتر السياسة والقانون، العدد 06، جانفي 2012، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة، ص 88.

العلامة مطابقة للقانون أو كانت من الحالات المستثناة من التسجيل الواردة في المادة 07 من الأمر رقم 03-06.¹

فإذا توفر أحد أسباب الرفض، فعلى المصلحة المختصة تبليغ صاحب الايداع والذي يمنح له أجل شهرين من تاريخ التبليغ لإبداء ملاحظاته، مع إمكانية تمديد الأجل عند الضرورة.²

الفرع الثالث: تسجيل العلامة ونشرها

يقصد بالتسجيل القرار الذي يتخذه مدير المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية والذي يؤدي إلى قيد العلامة في فهرس خاص، أو في الدفتر العمومي الذي يمسكه المعهد والذي يذكر فيه كافة العلامات التجارية أو الصناعية أو الخدمة والرسوم والنماذج الصناعية والاختراعات وتسميات المنشأ التي تم تسجيلها حسب الأصول.

إذا قرر مدير المعهد أن ملف الايداع صحيح وأن العلامة المطلوب حمايتها جاءت محترمة للأحكام القانونية، يجري تسجيلها، ويثبت الايداع بواسطة محضر يذكر فيه يوم وساعة تسليم الطلب والمستندات الإثباتية أو استلام الظرف البريدي الذي يتضمن الملف، ويترتب على تسجيل العلامة تسليم أو ارسال نسخة من المحضر إلى المعني بالأمر، وتعتبر هذه الوثيقة سند ملكية للعلامة.

وفيما يخص النشر يتكفل به المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويقصد به عملية نشر ايداع العلامة في النشرة الرسمية للإعلانات القانونية.³

¹ فرحة زواوي صالح، مرجع سابق، ص 236.

² مبلود سلامي، مرجع سابق، ص 88.

³ فرحة زواوي صالح، مرجع سابق، ص 238.

المبحث الثالث: آثار اكتساب العلامة وانقضاؤها

تترتب على تسجيل العلامة التجارية آثار قانونية هامة، كالكسب ملكية العلامة والتصرف فيها بكافة التصرفات الجائزة وانقضاء الحق المكتسب عن تسجيلها. وسنتطرق في هذا المطلب إلى آثار اكتساب العلامة التجارية (المطلب الأول)، وانقضاء العلامة التجارية (المطلب الثاني).

المطلب الأول: آثار اكتساب العلامة التجارية

إن تسجيل العلامة التجارية يكسب صاحبها حق الملكية عليها وهذا الحق يمنح لمالكها جميع حقوق الملكية، فله حق التصرف فيها بجميع أنواع التصرف سواء باستعمالها شخصيا أو بالتنازل عنها، أو هبتها، وإما بالترخيص للغير باستعمالها أو بعقد امتياز عليها.

الفرع الأول: احتكار استعمال العلامة

يترتب على اكتساب ملكية العلامة أن يصبح لمالكها حق احتكار استعمالها في تمييز المنتجات المقرر وضعها عليها دون أن يتعداه إلى بضائع مخالفة، أي أنه حق نسبي مقتصر على بضاعة أو خدمة معينة، فبالتالي فلا تعتبر منافسة غير مشروعة إذا ما تم استغلال ذات العلامة لتمييز صناعة أو تجارة أخرى حسب المادة 09 فقرة 01 من الأمر رقم 03-06.

إن احتكار استعمال ملكية العلامة منحصر داخل إقليم الدولة فلا يمتد هذا الحق ولا الحماية المقررة له خارج الإقليم، فالعلامة نسبية من حيث المكان أيضا، ويجوز أن تستغل العلامة خارج حدود الدولة وتتمتع بالحماية المقررة لها إذا ما قام صاحبها بتسجيلها في ذلك البلد خلال ستة أشهر وكانت لهذا البلد اتفاقية مع بلد تسجيلها الأصلي أو كان هذا البلد عضو في اتفاقية باريس.¹

¹ فاضلي إدريس، مرجع سابق، ص 291.

الفرع الثاني: حق التصرف في ملكية العلامة

إن مالك العلامة التجارية يجوز له التصرف فيها بالبيع أو الرهن أو الحجز عليها أو تقرير أي حق عيني عليها كتقديمها حصة في شركة أو تقرير حق انتفاع بها، جاء في نص المادة 09 فقرة 02 من الأمر رقم 03-06: "...فإن الحق في العلامة يخول صاحبه التنازل عنها ومنح رخص استغلال...".

1/- انتقال الحق في العلامة:

نصت المادة 14 من نفس الأمر على أنه: "بمعزل عن التحويل الكلي أو الجزئي للمؤسسة، يمكن نقل الحقوق المخولة عن طلب التسجيل أو تسجيل العلامة كلياً أو جزئياً أو رهنها".

أي يمكن التصرف في العلامة عن طريق البيع سواء كان البيع كلياً أو جزئياً وانتقال الحق في العلامة يجب أن يتم تسجيله في السجل الخاص بالعلامات لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية تحت طائلة البطلان، حيث يعتبر النقل نافذاً في مواجهة الغير من تاريخ تسجيله.¹

2/- رهن العلامة:

يمكن أن تكون العلامة التجارية محل رهن وذلك إما عن طريق رهن المحل التجاري باعتبارها عنصراً من عناصره، وفي هذه الحالة يتم النص على العلامة محل الرهن في قائمة العناصر المرهونة حسب المادة 119 من ق.ت.ج.²

وإما أن تكون محل رهن بصورة مستقلة عن المحل التجاري إلا أن التاجر لا تنزع يده عن الحيابة والتصرف في العلامة باعتبارها مال معنوي منقول.³

¹ رمزي حوحو، كاهنة زواوي، مرجع سابق، ص 41.

² الأمر رقم 75-59، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون التجاري، المعدل والمتمم بالقانون رقم 05-02، المؤرخ في 06 فيفري 2005، ج.ر، ع 11، المؤرخة سنة 2005.

³ ميلود سلامي، مرجع سابق، ص 126.

3/- رخصة استغلال العلامة:

نصت المادة 16 من نفس الأمر على أنه: " يمكن أن تكون الحقوق المرتبطة بالعلامة موضوع رخصة استغلال واحدة أو استثنائية أو غير استثنائية، لكل أو لجزء من السلع أو الخدمات التي تم ايداع أو تسجيل العلامة بشأنها".

ويقصد برخصة استغلال العلامة، العقد الذي يمنح بواسطته صاحب العلامة للغير الحق باستغلال علامته كلياً أو جزئياً بصورة استثنائية أو لا، وذلك بمقابل يكون على شكل إتاوات، ولا يترتب على هذا العقد حق عيني بل حق شخصي يخول له حق استغلالها على الوجه المتفق عليه في العقد.¹

المطلب الثاني: انقضاء العلامة التجارية

أعطى المشرع عملية الايداع عناية كبيرة لكونها تعد الركن الأساسي في اكتساب ملكية العلامة، لهذا يلاحظ أن أسباب انقضاء العلامة تكاد تجد مصدرها في إرادة صاحبها (الفرع الأول)، ولكن هذا لا ينفي أن هناك أسباباً خارجة عن إرادته (الفرع الثاني).

الفرع الأول: انقضاء العلامة بناء على إرادة صاحبها

يمكن أن تنتضي العلامة بإرادة صاحبها بإحدى الأسباب التالية:

1/- عدم تقديم طلب التجديد:

تجري حماية ملكية العلامة مدة 10 سنوات غير أنه يجوز لصاحبها تجديد ايداعه لتستمر الحماية القانونية مع العلم أن المشرع لم يضع حد أقصى لعملية التجديد، ولهذا يجوز للمعني بالأمر تجديد الايداع طالما يستغل العلامة ويريد أن تبقى محمية، ولكن مصالح المودع تبقى محمية رغم عدم اتمام اجراءات التجديد في الوقت المحدد حيث وضع المشرع أجل 6 أشهر التالية لتاريخ انتهائها.

¹ فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص 253.

يظهر جليا أن صاحب العلامة لا يفقد حقوقه نهائيا إلا إذا لم يتم بالتجديد بعد انقضاء المهلة، تبعا لهذا يحق لأي شخص أن يمتلكها.

2/- التخلي عن العلامة:

يلجأ عادة صاحب العلامة إلى التخلي عنها كليا أو جزئيا عندما لا يجد فائدة في الإبقاء عليها، ويترتب عن التخلي على العلامة انقضاؤها، فتصبح من المال العام ويجوز لأي شخص طلب تسجيلها واستغلالها دون حاجة لموافقة المتخلي.

الفرع الثاني: انقضاء العلامة بغير إرادة صاحبها

يمكن أن تنقضي ملكية العلامة لسبب خارج عن إرادة صاحبها عندما يحتج ضده بعدم صحة الإيداع، كما يمكن أن تسقط حقوقه في حالة عدم استغلال العلامة.

1/- إبطال التسجيل:

يجب أن يكون الإيداع صحيحا ل يتمتع صاحب العلامة بحقوقه الشرعية على السمة المختارة كعلامة قصد تمييز منتجاته أو خدماته، ولهذا نص المشرع الجزائري في المادة 20 من الأمر 06-03 على أنه: "يمكن الجهة القضائية المختصة إبطال تسجيل العلامة بأثر رجعي من تاريخ الإيداع وذلك بطلب من المصلحة المختصة أو من الغير عندما يتبين بأنه كان لا ينبغي تسجيل العلامة لسبب من الأسباب المذكورة في الفقرات من 1 إلى 9 من هذا الأمر".¹

ومن هنا يتضح أن قرار الإبطال فإنه يكون من صلاحيات المحكمة المختصة وذلك بطلب من المصلحة المختصة أو الغير.

كما أنه لا يمكن إبطال تسجيل علامة تجارية كانت تفتقد صفة التمييز ثم اكتسبتها بعد التسجيل حسب نص المادة 20 فقرة 02 من الأمر السالف الذكر.

2/- عدم الاستعمال:

¹ المادة 20 من الأمر 06-03 السالف الذكر.

إذا لم يقيم مالك العلامة المسجلة باستعمالها استعمالا جديا لمدة تزيد عن 3 سنوات متتالية، أي دون انقطاع ترتب عن ذلك ابطالها وبالتالي سقوط حقه فيها، إلا إذا قدم مالك العلامة مبررا قبل انتهاء الأجل.

نصت المادة 11 من الأمر رقم 06-03 على أنه: "إن ممارسة الحق المخول عن تسجيل العلامة مرتبط بالاستعمال الجدي للعلامة على السلع أو توضيها أو على صلة بالخدمات المعرفة بالعلامة.

يترتب على عدم استعمال العلامة ابطالها ما عدا في الحالات التالية:

- 1- إذا لم يستغرق عدم الاستعمال أكثر من ثلاث سنوات دون انقطاع.
- 2- إذا لم قم مالك العلامة قبل انتهاء هذا الأجل بتقديم الحجة بأن ظروف عسيرة حالت دون استعمالها ففي هذه الحال يسمح بتمديد الأجل إلى سنتين على الأكثر".¹

¹ المادة 11 من الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات السالف الذكر.

خلاصة الفصل الأول:

استخلصنا بعد نهاية الفصل الأول أن العلامة التجارية تعتبر دليلا مهما للمستهلك تمكنه من التعرف على مصدر المنتجات والخدمات وتمييزها وبالتالي تسهيل العملية التسويقية، وأن اكتساب ملكية العلامة التجارية في تشريع العلامات الجزائري يكون عن طريق التسجيل، فهذا الأخير يعتبر قرينة قاطعة على ملكية العلامة وشرط لإضفاء الحماية القانونية عليها، فقد أعطى المشرع أهمية كبيرة للعلامات من خلا سن قواعد قانونية خاصة بها وكذا مواكبة التطور الحاصل في العالم، كما أن الشروط الموضوعية والشكلية المطلوبة لتسجيل العلامة تعتبر هي حجر الأساس التي يركز عليها حق صاحب العلامة، وبغيابها أو انعدامها لا يوجد على الإطلاق الحق، ولا يمكن لصاحب العلامة المطالبة به حتى يستوفي جميع الاجراءات اللازمة لذلك.

الفصل الثاني:

الحماية المدنية والجزائية للعلامة

التجارية

الفصل الثاني: الحماية المدنية والجزائية للعلامة التجارية

غير خفي أن أي حق يتمتع بحماية مدنية وفقا للقواعد العامة للمسؤولية التي تعتبر بمثابة المظلة التي تستظل بها كافة الحقوق أيا كان نوعها وهي حماية مقررّة لكافة الحقوق وقد تكفلها كافة التشريعات المختلفة.

وبالطبع فإن الحق في العلامة التجارية يندرج تحت مظلة الحماية المدنية إذ يحق لمن وقع تعد على حقه في العلامة التجارية أن يرفع دعوى مدنية على المسبب في ذلك الاعتداء مطالبا إياه بالتعويض تأسيسا على المنافسة غير المشروعة متى توافرت شروطها ويتمتع الحق في العلامة التجارية بالحماية المدنية سواء كانت تلك العلامة مسجلة أم غير مسجلة فلا يشترط التسجيل لقيام هذا النوع من الحماية بل أن الحماية المدنية تعتبر الوسيلة الوحيدة لحماية ملكية العلامة التجارية متى كانت هذه الأخيرة غير مسجلة.

وفضلا عن الحماية المدنية قرر المشرع الجزائري للعلامة التجارية حماية جزائية، وهي التي يسعى القانون إلى ضمانها ابتداء، تتجسد صورة الاعتداء عليها في جريمة تقليد العلامة التجارية، والعقوبات الجنائية المطبقة على هذه الجريمة صارمة جدا، تتمثل في العقوبات الأصلية، بالإضافة إلى العقوبات التكميلية المقررة لكل من يعتدي على حقوق صاحب العلامة التجارية المسجلة، وتمتاز الحماية الجزائية بقوة الردع بما يكفل حماية أكثر للعلامة التجارية.

وسنقسم هذا الفصل إلى:

المبحث الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

المبحث الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية

المبحث الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

يتمتع مالك العلامة التجارية بالحق في حماية علامته مدنيا، دون الاستناد إلى جرم التقليد، وذلك تطبيقا للقواعد العامة في التعويض عن الضرر والتي تستند إلى دعوى المسؤولية التقصيرية، أو دعوى المنافسة غير المشروعة، ويتمتع صاحب العلامة بالحق في حماية علامته وفقا لهذه الدعوى سواء أكانت هذه العلامة المسجلة أو غير مسجلة، كونها هي الوسيلة الوحيدة التي يستطيع بموجبها مستعمل العلامة الذي لم يقم بتسجيلها من الاستناد إليها لحماية علامته.¹

وسنتطرق في هذا المبحث إلى مفهوم المنافسة غير المشروعة (المطلب الأول)، شروط دعوى المنافسة غير المشروعة (المطلب الثاني)، قيام دعوى المنافسة غير المشروعة (المطلب الثالث).

المطلب الأول: مفهوم المنافسة غير المشروعة

تقتضي دراسة المنافسة غير المشروعة التطرق أولا إلى مفهومها من خلال تعريفها (الفرع الأول)، تمييزها عن غيرها من المفاهيم المشابهة لها (الفرع الثاني)، ومعرفة أساسها القانوني (الفرع الثالث).

الفرع الأول: تعريف المنافسة غير المشروعة

سنتطرق إلى تعريف المنافسة غير المشروعة من خلال مدلولها اللغوي (أولا)، وتعريفها الفقهي (ثانيا)، وتعريفها التشريعي (ثالثا).

¹ ميلود سلامي، مرجع سابق، ص 191.

أولاً: المدلول اللغوي للمنافسة غير المشروعة

المنافسة لغة: يقال (نَفَسَ) الشرار مرغوباً و (نَافَسَ) في الشيء (منافسة) إذا رغب فيه على وجه المباراة¹ و (النفيس) المال الكثير، و (نَفَسَ عليه الشيء نفاسة) لم يره أهلاً له. والتنافس من المنافسة، وهي الرغبة في الشيء والانفراد به وهو من الشيء النفيس الجيد في نوعه.²

وعرفت المنافسة في المعجم الوسيط لغة أنها: "نزعة فطرية تدعو إلى بذل الجهد في سبيل التفوق والمنافسة تقابل التنافس".³

وفي القرآن الكريم حث الله عز وجل على التنافس في عمل الخير حتى ينالوه في الآية الكريمة: {خاتمه مسك وفي ذلك فليتنافس المتنافسون}.⁴

وأصل الاصطلاح مشتق من كلمة concurrence وهو مشتق من الاصطلاح اللاتيني cum-ludere التي تعني يلعب في جماعة، أو يجري مع، أو يسرع في جماعة، لذا كان مفهوم المنافسة في بداية شيوعه يعني حالة خصومة وتنافس وصراع ونزاع وحالة عداء مستمرة.⁵

ثانياً: التعريف التشريعي للمنافسة غير المشروعة

نظم المشرع الجزائري في الأمر المتعلق بالمنافسة، القواعد المتعلقة بشفافية الممارسات التجارية ونزاهتها، الأمر الذي يسمح لنا بالقول بمفهوم المخالفة أن العاملين بالوسط التجاري، قد يلجؤون في إطار تعاملهم اليومي إلى استعمال ممارسات غير نزيهة، يطلق على هذه الأساليب، منافسة غير مشروعة.

¹ محمد بن أبي بكر الرازي، معجم مختار الصحاح، دار الكتاب العربي للنشر، بيروت، لبنان، 1982، ص 672.

² مجد الدين الفيروز آبادي الشيرازي، القاموس المحيط، دار العلم، بيروت، لبنان، ص 255.

³ سارة بن صالح، الحماية القانونية للعلامة التجارية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون الخاص، قسم الحقوق،

كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2018/2019، ص 159.

⁴ سورة المطففين، الآية 26.

⁵ سارة بن صالح، مرجع سابق، ص 159.

وقد أتى المشرع الجزائري في العديد من المرات على ذكر هذا المصطلح في نصوص قانونية منقرقة نذكر منها: المادة 172 من قانون العقوبات الجزائري الواردة ضمن القسم الرابع الخاص بالجرائم المتعلقة بالصناعة والتجارة والمزايدات العمومية والمتعلقة بدعوى المضاربة غير المشروعة، والفقرة السابعة من المادة السابعة المتعلقة بالواجبات الأساسية التي يخضع لها العمال في علاقات العمل من قانون رقم 90-11 المؤرخ في 21 أفريل 1990 يتعلق بعلاقات العمل، وكذا المواد 131، 132، 133، 134 فقرة ب المتعلقة بالتنافس غير المشروع من المرسوم التنفيذي رقم 92-276 المؤرخ في 06 جويلية 1992 الذي يتضمن مدونة أخلاقيات الطب.

ورغم ذلك فإن هذا الموضوع لم يحض بتنظيم في تقنين خاص.

كما خلت النصوص القانونية الجزائرية من تعريف المنافسة غير المشروعة تاركة ذلك إلى الفقه.

ثالثا: التعريف الفقهي للمنافسة غير المشروعة

فقد تعددت آراء الفقهاء حيث عرفها البعض بأنها وسيلة انتصار التاجر على منافسيه بطرق غير شريفة تتعارض مع الأعراف والدين والعادات الجارية في التجارة أو الصناعة وذلك من أجل اكتساب الزبائن وتحقيق أكبر ربح ممكن من غير أي نزاهة أو أمانة. على الرغم من وجود بعض الاختلافات في آراء؛ نتيجة اختلاف وتفاوت في وجهات النظر الذي ينظر عن طريقها كل جانب من الفقه إلى المنافسة غير المشروعة، إلا أنها جميعاً تتفق حول عدم مشروعية المنافسة غير المشروعة بسبب إتباع طرق غير مشروعة في المنافسة وذلك لمخالفتها للقانون أو العرف أو العادات التجارية.¹

تعرف المنافسة غير المشروعة بأنها استخدام التاجر لطرق ووسائل منافية للقانون أو العادات أو الشرف بقصد اجتذاب عملاء التجار الآخرين.

¹ <https://www.legal-research.online> ، تمت زيارة الموقع بتاريخ: 02 ماي 2023، بتوقيت: 10.05.

عرفها البعض بأنها: "اتجاه التاجر حتى ينتصر على منافسيه إلى وسائل غير شريفة تتنافى مع الأمانة والنزاهة والعادات الجارية في التجارة أو الصناعة بغية اكتساب العملاء وتحقيق أكبر ربح ممكن".¹

نلاحظ أن هذا التعريف شدد على مبادئ الأمانة والنزاهة، وهي معايير غير ثابتة، ذلك أن العادات التجارية النزيهة مختلفة من مجتمع إلى آخر، إضافة إلى أن لكل زمان مبادئه العامة.

وجانب آخر من الفقه اعتمد على الجانب السلبي للمنافسة غير المشروعة، فعرف المنافسة غير المشروعة بأنها: "استخدام الشخص لطرق ووسائل منافية للقانون والعادات المحمية الجارية في التجارة والصناعة، أو مخالفة للشرف والأمانة والاستقامة التجارية تجاه تاجر آخر بهدف الاضرار به"²، أي يجب توافر سوء النية لاعتبار العمل منافسة غير مشروعة، وقد عورض هذا الرأي بأنه لا ضرورة لتوافر سوء النية، بل يكفي التعدي بإهمال وبما أنه قد ينتج عن هذا السلوك التنافسي ضرر فإنه يشكل منافسة غير مشروعة.³

وهناك تعريف أشمل مما سبق حيث يرى أن "كل عمل في مجال التجارة أو الصناعة أو المال أو الخدمات أو غيرها من المجالات يقوم به شخص، ومن شأنه الحاق ضرر بشخص منافس أو تحقيق مكاسب على حسابه باتباع وسائل يمنعها القانون".⁴

¹ محمد بهجت عبد الله قايد، القانون التجاري (نظرية الأعمال التجارية، التاجر، المتجر، الشركات التجارية)، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، ط1، 1991، ص 209.

² سمحية القليوبي، القانون التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 1976، ص 439.

³ زينة غانم عبد الجبار الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية: دراسة مقارنة، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2002، ص 24.

⁴ طعمة صغفك الشمري، "أحكام المنافسة غير المشروعة في القانون الكويتي"، مجلة الحقوق، ع 01، 1990، الكويت، ص 17.

الفرع الثاني: تمييز المنافسة غير المشروعة عن المفاهيم المشابهة لها

سنتناول في هذا الفرع تمييز المنافسة غير المشروعة عن المنافسة الممنوعة (أولاً)،
تمييز المنافسة غير المشروعة عن المنافسة الطفيلية (ثانياً).

أولاً: تمييز المنافسة غير المشروعة عن المنافسة الممنوعة

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

أما المنافسة غير المشروعة فلا ينصب المنع فيها على ممارسة النشاط التجاري، ولكنها تدل على استخدام أساليب غير سليمة بقصد التأثير على العملاء واجتذابهم لتخفيض ثمن السلع بشكل كبير.¹

ثانياً: تمييز المنافسة غير المشروعة عن المنافسة الطفيلية

التطفل يقصد به الأعمال التي يقوم بها التاجر أو العون الاقتصادي للاستفادة من الشهرة التي حققها الغير بطريقة قانونية دون قصد الاضرار به، حث أنه يعيش فيما حققه غيره من شهرة، ونلاحظ أن المشرع الجزائري لم يتطرق إلى المنافسة الطفيلية.

ففي المنافسة غير المشروعة يتم ارتكاب أعمال مخالفة للقانون والعرف التجاري لجذب عملاء التاجر قصد الاضرار به، أما في المنافسة الطفيلية فلا وجود لقصد الاضرار بالغير، بل هو سعى التاجر إلى الاستفادة من الشهرة التي حققها منافسه وتعد المنافسة الطفيلية صورة من صور التطفل الاقتصادي إلى جانب السلوك الطفيلي.²

¹ نادية فوضيل، مرجع سابق، ص 192-193

² راشدي سعيدة، النظام القانوني للعلامات، مذكرة ماجستير في القانون، فرع قانون أعمال، كلية العلوم القانونية والادارية، جامعة الجزائر، 2003، ص 120، 121.

الفرع الثالث: الأساس القانوني للمنافسة غير المشروعة

لقد اتجه فريق من الفقه إلى ربط دعوى المنافسة غير المشروعة بالمسؤولية التقصيرية التي أساسها الفعل الضار واعتبروا أنها لا تخرج عن كونها دعوى مسؤولية تقصيرية باعتبار أنه لا يوجد فرق بين الدعويين وعليه يجب تطبيق القواعد العامة في المسؤولية التقصيرية، وقد دعموا حججهم بعدم وجود قواعد قانونية خاصة تحكم دعوى المنافسة غير المشروعة مما يستلزم تطبيق القواعد العامة في المسؤولية التقصيرية¹، غير أن هذا الرأي يمكن التعليق عليه على النحو التالي:

إن نطاق اساس دعوى المنافسة غير المشروعة أوسع من نطاق أساس دعوى المسؤولية التقصيرية، حيث أن الهدف من رفع دعوى المسؤولية التقصيرية ينحصر فقط في جبر الضرر (التعويض عن الضرر) وأنها ترفع بمجرد وقوع الضرر بسبب خطأ وعلاقة سببية تربط بينهما، أما الهدف من رفع المسؤولية غير المشروعة يتسع ليشمل منع الأضرار إضافة إلى التعويض عن الضرر، بمعنى آخر فإن دعوى المنافسة غير المشروعة في غالب الأحيان ذات وظيفة تهدف إلى منع وقوع الضرر.²

بينما ذهب رأي آخر من الفقه إلى القول أن هذه الدعوى تعد أقرب إلى دعاوى الملكية عن أي دعوى أخرى، واستندوا في ذلك إلى عدم تطابق عناصر المسؤولية التقصيرية وعناصر دعوى المنافسة غير المشروعة، ذلك أن هذه الأخيرة تقبل التعويض عن الضرر الاحتمالي غير المتوقع وهذا غير ممكن في دعوى المسؤولية التقصيرية الشيء الذي يقربها من الدعاوى العينية حيث من وجهة نظرهم أن أساسها حماية ما يتمتع به التاجر من حق في الملكية على متجره بعناصره المختلفة بما فيها العلامة التجارية.

وقد انتقد هذا الرأي على أساس أنه إذا كان التاجر ينافس على جذب العملاء فإن ذلك لا يعني أصبح مالكا لهؤلاء باعتبارهم عناصر في متجره إذ لهم خيار البقاء مع نفس التاجر والانصراف إلى تاجر آخر.

¹ زينة غانم عبد الجبار الصفار، مرجع سابق، ص 120.

² فايز عبد الكريم عقلة العجارمة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، جامعة آل البيت، الأردن، 2005، ص 100.

وبين هذين الاتجاهين ظهر رأي ثالث أساسه أن دعوى المنافسة غير المشروعة إنما أساسها هي نظرية التعسف في استعمال الحق.

إذ أنه من المسلم به أن الشخص له ثلاث سلطات على ما يملك من حق هم: سلطة الاستعمال، سلطة الاستغلال وسلطة التصرف، وهذه السلطات أقرها له القانون ووفر لها حماية قانونية من أي اعتداء¹، غير أن صاحب الحق قد يتجاوز هذه السلطات ويخرج عن نطاق صلاحيته القانونية في ممارسة حقوقه الأمر الذي قد يؤدي إلى الحقائق أضرار بالغير يتمثل في مضايقات واتلاف مال الغير، وبناء عليه فإن الأصل أن يستعمل الشخص حقه الخاص كما شاء أن لا يلحق هذا الاستعمال أضرار بمصلحة الغير وعند تطبيق نظرية التعسف في استعمال الحق على دعوى المنافسة غير المشروعة يمكن ملاحظة ما يلي:

في القانون الجزائري أسس المشرع دعوى المنافسة غير المشروعة على نص المادة 124 من القانون المدني.

المطلب الثاني: شروط دعوى المنافسة غير المشروعة

تقسم شروط دعوى المنافسة غير المشروعة إلى شروط ذاتية وهي شرط الصفة والمصلحة (الفرع الأول)، وشروط موضوعية وهي الخطأ، الضرر، العلاقة السببية (الفرع الثاني).

الفرع الأول: الشروط الذاتية لدعوى المنافسة غير المشروعة

تقسم هذه الشروط إلى شرط الصفة (أولاً) وشرط المصلحة (ثانياً).

هي الشروط التي تتعلق بأطراف الدعوى، حيث أن كل دعوى قضائية تستلزم شروط عامة لإقامتها سواء كانت متعلقة بالصفة أو المصلحة أو الأهلية، وبسبب تشابه أحكام شرط الأهلية فإننا في مجال الحديث عن هذه الدعوى نقتصر الدراسة على كل من الصفة والمصلحة لأطرافها:

¹سارة بن صالح، مرجع سابق، ص 186.

أولاً: الصفة

الصفة في الدعوى هي الصلاحية للترافع أمام القضاء كطرف في الدعوى وهي أن يكون للمدعي صفة المطالبة بما يدعيه وأن يكون للمدعى عليه صفة في توجيه الدعوى إليه.¹

وتنص المادة 13 من قانون الاجراءات المدنية والادارية² على ضرورة توافر الصفة في الشخص المدعي، أما بالنسبة للصفة في دعوى المنافسة غير المشروعة المتعلقة بالعلامة التجارية التي تعرضت لأضرار ناتجة عن تصرفات تاجر أو صانع أو أي شخص آخر يجوز لكل م نتضرر من جراء هذا التصرف، أن يرفع دعوى قضائية للمطالبة بالتعويض، وهذه الدعوى مكفولة لصاحب العلامة المودعة من جهة ولصاحب العلامة غير المودعة من جهة أخرى.³

إذا تم التعدي على العلامة المسجلة بفعل من أفعال المنافسة غير المشروعة كالإساءة إلى سمعتها عن طريق التشهير أو عن طريق تصرف قد يثير الالتباس بينها وبين علامة أخرى مما يحدث خلط في ذهن المستهلك فإنه يحق لكل ذي صفة وله مصلحة أن يلجأ إلى القضاء وهؤلاء الأشخاص هم:

أ/- صاحب العلامة التجارية: ويعد مالك للعلامة التجارية، كل شخص باشر اجراءات تسجيل تلك العلامة لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية فمتى تم التسجيل وفقاً للشروط القانونية السالف ذكرها يجوز له أن يرفع دعوى قضائية للحصول على التعويض من جراء تصرفات غير مشروعة.⁴

¹ أحمد محمد محرز، الحق في المنافسة المشروعة في مجالات النشاط الاقتصادي، دار نهضة الشرق للطباعة والنشر، القاهرة، 1998، ص 212.

² القانون رقم (08-09)، مؤرخ في 2008/02/25، المتضمن قانون الاجراءات المدنية والادارية، ج.ر، ع 21، صادرة بتاريخ 2008/04/23.

³ زراوي فرحة صالح، مرجع سابق، ص 275.

⁴ حمادي الزبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2012، ص 164.

كما يمكن للتاجر الذي يتاجر في سلع أو بضائع موضوع عليها العلامة المعتبرة عليها أن يرفع دعوى منافسة غير مشروعة، ويجوز في هذه الحالة لصاحب العلامة أن يتدخل في نزاع أو دعوى قائمة متى رفعها شخص آخر له مصلحة في النزاع للحصول على تعويض أمام المحكمة ذات الدرجة الأولى أو أمام مجلس القضاء في حالة استئناف الحكم الصادر في الدعوى.¹

ب/- المرخص له: تمثل العلامة التجارية المرخص باستعمالها المحل الذي ينصب عليه عقد الترخيص لذل فإن اعطاء الحق للمرخص له بهذا الاستعمال يلقي على كاهله عبئ المحافظة على صورتها وسمعتها لذلك فإن المرخص يحرص كل الحرص على حسن استعمال واستخدام علامته محل الترخيص من قبل المرخص له.

وفي حال اخلال المرخص له بهذا الالتزام واستعمال العلامة في غير ما هو متفق عليه فهذا ستنار مسؤوليته العقدية، مما ستلزم وقف الأعمال التي من شأنها الاساءة لهذه العلامة واعطاء الحق للمرخص له بفسخ العقد، فضلا عن حقه بالرجوع على المرخص له بدعوى المنافسة غير المشروعة.²

ج/- المسوق لمنتجات تحمل العلامة المعتبرة عليها: يمكن لأي تاجر أن يتاجر بمنتجات تحمل علامة صناعية أو أي شخص يسوق المنتجات التي تحمل تلك العلامة المعتبرة عن طريق تصرف غير مشروع أن يدافع عنها عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة.

د/- المستهلك وجمعية المستهلكين: يحق للمستهلك متى تضرر من جراء تصرف تاجر آخر كأن يوهمه بأن المنتج من نوع معين أو يحمل علامة معينة ذات سمعة مثلا أن يرفع دعوى ضده للمطالبة بالتعويض، كما أن جمعيات المستهلكين لها أن ترفع الدعاوى الخاصة بالممارسات غير المشروعة والتي تضر بمصالح المستهلكين وهو ما جاء في المادة 17 من القانون رقم 06/12 المتعلق بالجمعيات³ في الفقرة الثانية منها أنه: "... التقاضي والقيام

¹ المادة 194 فقرة 01 و 02 من ق.إ.م.إ.

² سارة بن صالح، مرجع سابق، ص 189.

³ القانون رقم (06-12)، مؤرخ في 2012/01/12، يتعلق بالجمعيات، ج.ر، ع 02، مؤرخة في 2012/01/15.

بكل الاجراءات أمام الجهات القضائية المختصة، بسبب وقائع لها علاقة بهدف الجمعية ألحقت ضررا بمصالح الجمعية أو المصالح الفردية أو الجماعية لأعضائها".

ثانيا: المصلحة

تعتبر المصلحة شرطا أساسيا لقبول أية دعوى شرط أن تكون تلك المصلحة مشروعة وهذا ما أكدته المادة 13 من ق.إ.م.إ.السالف الذكر.

بالإضافة إلى المصلحة القائمة هناك ما يسمى بالمصلحة المحتملة والتي نصت عليها المادة أعلاه في عبارة: "وله مصطلحات قائمة أو محتملة يقرها القانون"، والمصلحة المحتملة هي النفع الذي يعود للمدعي مادي أو معنوي محقق أو محتمل.¹

الفرع الثاني: الشروط الموضوعية لدعوى المنافسة غير المشروعة

يشترط لقبول دعوى المنافسة غير المشروعة أن تكون منافسة أولا، ثم أن تكون هذه المنافسة غير المشروعة، وأن يكون هناك ضرر لحق المدعي، وعليه فهذه الدعوى تقوم على ثلاثة أركان وهي الخطأ (أولا)، الضرر (ثانيا)، العلاقة السببية (ثالثا).

أولا: الخطأ

يعتبر الخطأ من أدق عناصر المنافسة غير المشروعة وأكثرها أهمية، وتفسير ذلك أنه في العلامات التجارية المبدأ السائد هو المنافسة باعتبارها حقا لكل تاجر.

والرأي الراجح في الفقه يرى ضرورة الاعتماد على الأعراف التجارية والعادات لتحديد ما إذا كان الفعل يعد منافسة غير مشروعة.

وفي ضوء ذلك فكل ما لا يتفق مع قواعد الأمانة يعد خطأ موجبا للمسؤولية ولا يشترط سوء نية الفاعل، فalcضاء مستقر على ذلك.²

¹ سارة بن صالح، مرجع سابق، ص 192.

² علي حسن يونس، المحل التجاري، دار الفكر العربي، القاهرة، 1974، ص 136.

ثانيا: الضرر

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

ويقع عبء اثبات الضرر على المدعي سواء كان ضررا ماديا أو كان أدبيا صغيرا أو كبيرا حالا أو مستقبلا.¹

ثالثا: علاقة السببية بين الخطأ والضرر

العلاقة السببية أو الرابطة السببية هي عنصر لازم لانعقاد المسؤولية المدنية وتحديد مداها أي لتحديد مدى التعويض الناجم عن هذه المسؤولية فلا يكفي لإلزام شخص ما بالتعويض أن يتوافر لنا الفعل والضرر في جانبه بل لابد أن يكون من شأن الفعل أن يؤدي إلى هذا الضرر، بمعنى أن يكون الضرر مترتبا على هذا الفعل، ولا تثير رابطة السببية أية مشكلة إذا كانت النتيجة النهائية للفعل قد تمت خلال فعل المعتدي وحده ولكن المشكلة تثور إذا اجتمعت عدة أسباب ساهمت في تحقيق النتيجة كمشاركة فعل المضرور أو الغير في تحقيقها.

ولإقامة دعوى المنافسة غير المشروعة جراء التعدي على علامة تجارية لابد من توافر علاقة سببية بين فعل التعدي الذي ارتكبه أو تسبب به المعتدي عليها.

فإذا لم يكن بالإمكان اثبات هذه العلاقة السببية ما بين الخطأ والضرر فلا يمكن المطالبة بالتعويض عن الضرر الذي لحق بمالك العلامة التجارية كأن يكون الضرر الذي قد نشأ عن فعل منافسة مشروعة لأنه حتى المنافسة المشروعة تلحق ضررا بالتاجر

¹ محمد فتاحي، "الحماية القانونية للعلامة التجارية والصناعية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية"، مجلة الحقيقة، ع 28، جامعة أدرار، الجزائر، ص 12.

المنافسين ولكنه ضرر متسامح به ولا يمكن المطالبة بتعويضه، أو أن يكون الضرر الذي لحق بصاحب العلامة التجارية قد تأتى جراء فعل الغير وليس فعل المدعى عليه أو جراء خطأ مالك العلامة التجارية الشخصي.¹

المطلب الثالث: قيام دعوى المنافسة غير المشروعة

إن اجراءات رفع دعوى المنافسة غير المشروعة هي تلك المتبعة لرفع أي دعوى ما دامت هذه الأخيرة مؤسسة على المسؤولية التقصيرية، وبالتالي تخضع للقواعد العامة.

وسنتطرق في هذا المطلب إلى أطراف دعوى المنافسة غير المشروعة (الفرع الأول)، المحكمة المختصة للفصل في الدعوى (الفرع الثاني)، اثبات دعوى المنافسة غير المشروعة (الفرع الثالث)، آثار دعوى المنافسة غير المشروعة (الفرع الرابع).

الفرع الأول: أطراف دعوى المنافسة غير المشروعة

إن أطراف دعوى المنافسة غير المشروعة هم المتضررون منها (أولاً)، أما الطرف الآخر فهو المنافس الذي ارتكب الفعل غير المشروع (ثانياً).

أولاً: المدعي

هو كل شخص لحقه ضرر من عمل المنافسة غير المشروعة وفي حالة تعدد المتضررين أمكن رفع هذه الدعوى من طرف مجموع هؤلاء، إذا كانت تجمع بينهم مصلحة مشتركة، ومن هنا يحق للمضرور من هذا العمل إقامة دعوى ضد منافسه وشريكه ويكون ذلك باتباع طرق رفع الدعوى المنصوص عليها في قانون الاجراءات المدنية والادارية.²

¹ عبد الله حسين الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر، الأردن، الطبعة الأولى، 2005، ص 191.

² عائشة شابي، مروة بن سديرة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، 2014/2013، ص 57.

ثانيا: المدعى عليه

هو كل شخص مرتكب للفعل الضار أو المسؤول عنه، وقد يكون شخصا طبيعيا أو معنويا، وفي حالة التعدد يمكن توجيه دعوى المنافسة غير المشروعة ضدهم جميعا بصفة تضامنية والمدعى عليه قد يكون متهم أصلي أو شريك (كالشريك في الشركات التجارية)، وبالتالي فإن دعوى المنافسة غير المشروعة ترفع ضد المنافس الذي ارتكب فعل المنافسة غير المشروعة، وكذلك ضد كل من اشترك معه في الفعل شريطة علم الأخير بعدم مشروعية الفعل أو أنه كان بإمكانه أن يعلم.

وبالرجوع إلى قانون الاجراءات المدنية والادارية فإنه يجب أن يكلف المدعى عليه بالحضور.¹

الفرع الثاني: المحكمة المختصة للفصل في الدعوى

إن المحكمة المختصة هي المحكمة التي يجوز لها الفصل في دعاوى المنافسة غير المشروعة والاختصاص على شكله النوعي (أولا) والاقليمي (ثانيا).

أولا: الاختصاص النوعي

إن فيما يتعلق بتحديد الجهة القضائية المختصة في الفصل العدوى المدنية فيبقى الأمر يخضع للقواعد العامة للاختصاص المنصوص عليها في قانون الاجراءات المدنية والادارية والمتمثلة كأصل عام في المادة 32 منه والتي تنص: "المحكمة هي الجهة القضائية ذات الاختصاص العام وتشكل من اقسام ويمكن أن تشكل من أقطاب متخصصة.

تفصل المحكمة في جميع القضايا لاسيما المدنية والتجارية والبحرية والاجتماعية والعقارية وقضايا شؤون الأسرة والتي تختص بها إقليما...".

¹ هناء قماري، دليل هدايدية، دعوى المنافسة غير المشروعة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، 2013/2014، ص 42.

ويتضح لنا من خلال المادة أن الجهة المختصة نوعيا للفصل في الدعوى هي المحكمة غير أن العمل جرى على تخصيص أقسام في المحاكم وكل قسم مختص في منازعات محددة.

ونرى مع عموم النص انه يعتبر أعمالا تجارية بالتبعية الالتزامات الناشئة عن المسؤولية التقصيرية التي تحدث بسبب ممارسة النشاط التجاري وعلى ذلك يعتبر عملا تاجريا الالتزام الناشئ عن مسؤولية التاجر من جراء المنافسة غير المشروعة خاصة في مجال الملكية الصناعية.¹

ثانيا: الاختصاص الاقليمي

الاختصاص الاقليمي يلعب دورا فعالا في تحديد المحكمة المختصة من بين محاكم الدرجة الأولى التي تختص بنظر النزاع المتعلق بالمنافسة غير المشروعة فإن المشرع الجزائري نص على قاعدة عامة للاختصاص الاقليمي، فالأصل أن تكون المحكمة التي يقع في دائرتها موطن المدعى عليه هي المختصة.

وإن لم يكن للمدعى عليه موطن معروف يعود الاختصاص للمحكمة التي يقع في دائرتها محل إقامته، وإذا لم يكن له محل إقامة معروف فيكون الاختصاص للمحكمة الواقع في دائرتها آخر موطن له، وذلك حسب المادة 37 من قانون الاجراءات المدنية والادارية التي تنص على: "يؤول الاختصاص الاقليمي للجهة القضائية التي تقع في دائرة اختصاصها، موطن المدعى عليه وإن لم يكن موطن معروف، فيعود الاختصاص للجهة القضائية التي يقع فيها آخر موطن له، وفي حالة اختيار موطن، يؤول الاختصاص الاقليمي للجهة القضائية التي يقع فيها الموطن المختار، ما لم ينص القانون على خلاف ذلك".

ونصت المادة 38 من نفس القانون على: "في حالة تعدد المدعى عليهم يؤول الاختصاص الاقليمي للجهة القضائية التي يقع في دائرة اختصاصها موطن أحدهم".

¹عائشة شابي، مروة بن سديرة، مرجع سابق ص 56.

ويعقد الاختصاص الاقليمي في الدعاوى المرفوعة ضد شركة أمام الجهة القضائية التي يقع في دائرة اختصاصها أحد فروعها وفقا للمادة 4/39.

وتبعا لهذا يكون اختصاص المحكمة عادة المحكمة الواقعة بذات المكان الذي يمارس فيه الشخص تجارته وحرفته، وعلى هذا الأساس يجوز لكل من تضرر من جراء أعمال المنافسة غير المشروعة أن يرفع دعوى إلى محكمة موطن المنافس منافسة غير مشروعة إذا كان شخصا طبيعيا أو إلى محكمة مقر الشركة إذا تعلق الأمر بشخص معنوي.¹

الفرع الثالث: اثبات دعوى المنافسة غير المشروعة

تحتاج دعوى المنافسة غير المشروعة المرفوعة لحماية العلامة التجارية إلى اثبات، وبما أن العلامة من المواضيع التجارية فإن قاعدة حرية الاثبات جائزة فيها، وقد أوردت قوانين حقوق الملكية الصناعية طرق للإثبات نذكر منها:

أولاً: انتقال المحكمة للمعينة

هو اجراء تقوم المحكمة به كخطوة لاستجلاء معالم القضية من الواقع واحالتها على الطبيعة، ومحاولة فهمها بعيدا عما يمكن أن يحدث من تعارض أقوال الخصوم وشهودهم لأن هذا الأمر قد يؤدي للتشويش على المحكمة، وهو اجراء تقوم به المحكمة من تلقاء نفسها، كما قد يطلبه المدعي الذي وقعت عليه التصرفات غير المشروعة بحيث يقدم طلبا بالانتقال إلى مكان حدوثها لمشاهدتها على طبيعتها، وهو أمر جوازي وقبوله أو رفضه يخضع لتقدير قاضي الموضوع فهو اجراء تحقيقي إضافي نصت عليه المادة 2/27 من الأمر 03-06.

ثانياً: محاضر اثبات الحالة

وهو اجراء يطلبه المدعي إذا كانت الأعمال غير المشروعة التي قام بها المدعي عليه غير واضحة للعيان أو يخشى زوالها مع مرور الزمن، فيتدارك ذلك بتحرير محضر

¹ وئام داوي، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون الخاص، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية أدرار، 2015/2016، ص 41.

اثبات حالة، وهذه المحاضر ليس لها قوة قاطعة في الاثبات بل تخضع لتقدير القاضي فقد يعتمدها أو يستبعدا حسب اقتناعه بها.¹

ثالثا: ندب الخبراء

وهو استيضاح رأي أهل الخبرة لإظهار جوانب من الوقائع المادية لا يمكن لقاضي الموضوع ادراكها بنفسه بمجرد الاطلاع على أوراق القضية، أو في شأن الجوانب الفنية، ولهذا الاجراء أهمية كبيرة في مجال حقوق الملكية الصناعية نظرا لما له من صبغة فنية فقد يتعذر على القاضي الوصول إلى تحديد جوانبها لاستخلاص قناعتهم فيعتمد في ذلك على رأي أهل الخبرة في هذا المجال لما لهم من دراية وإلمام أكثر منه، وقد اشترط على الطالب دفع كفالة حسب المادة 34 من الأمر 03-06، وترك نسخة لحائزي الأشياء الموصوفة مع وجوب التقدم للسلطة القضائية في أجل شهر بهذا الوصف وإلا بطل مفعوله والذي نصت عليه المادة 35 من نفس الأمر.

وهو أمر جوازي ولا يقيد المحكمة باتباعه أو الأخذ به، إلا أنه تأثير كبير على اقتناع القاضي.

الفرع الرابع: آثار دعوى المنافسة غير المشروعة

أعطى المشرع الحق لكل متضرر من أفعال المنافسة غير المشروعة اللجوء إلى القضاء للمطالبة بالتعويض وذلك في حال تحقق ضرر، كما يمكن أن يأمر القاضي بوقف كل نشاط أو ممارسة من شأنها إلحاق أضرار بالمتعاملين والمستهلكين.

أولا: وقف الأعمال

إن جزءا من المنافسة غير المشروعة هو وضع حد للأعمال التي تشكل منافسة غير مشروعة، حيث من المفروض أن تحكم المحكمة بإزالة العمل غير المشروع تأكدا للقاعدة الفقهية (الضرر يزال)، وبمعنى آخر إلزام المدعى عليه باتخاذ التدابير اللازمة لآثار المنافسة

¹ عائشة شابي، مروة بن سديرة، مرجع سابق، ص 58.

غير المشروعة وبذلك استعمال العلامة أو اتلافها أو اجراء تعديل ومنع كل ما من شأنه خلق الالتباس وهذا الجزاء يمكن تطبيقه حتى ولو انعدم الضرر فهو جزاء ذو طابع وقائي أكثر منه جزائي، كما أن الحكم بوقف الأعمال يكون بهدف تجنب وقوع ضرر عن تلك الأعمال غير المشروعة، لأن الضرر هنا احتمال الوقوع أي أن الضرر لم يتحقق بصفة نهائية بعد، لذلك فإن حكم المحكمة هنا يقتصر على وقف الأعمال غير المشروعة على من ارتكب تلك الأعمال.¹

نص المشرع الجزائري على جزاء وقف الأعمال في المادة 29 من الأمر 03-06 التي تنص على: "إذا أثبت صاحب العلامة أن تقليدا قد ارتكب أو يرتكب، فإن الجهة القضائية المختصة تقضي بالتعويضات المدنية، وتأمّر بوقف أعمال التقليد وتربط اجراء المتابعة بوضع كفالة لضمان تعويض مالك العلامة أو صاحب حق الاستئثار بالاستغلال، ويمكن أن تتخذ الجهة القضائية المختصة، عند الاقتضاء، كل تدبير آخر منصوص عليه في المادة 30 أدناه.

إذا أثبت صاحب تسجيل العلامة بأن مساسا بحقوقه أصبح وشيكا، فإن الجهة القضائية المختصة تفصل في موضوع المساس بالحقوق وتأمّر بمصادرة الأشياء والوسائل التي استعملت في التقليد واتلافها، عند الاقتضاء".

ثانيا: الحكم بالتعويض

تقضي المحكمة في دعوى المنافسة غير المشروعة بالتعويض لجبر الضرر الذي وقع فعلا، إذ تستجيب المحكمة للمدعي بطلب التعويض عما لحقه من أضرار ويتم تقدير التعويض وفقا للضرر الذي لحق بالمدعي.

وبالرجوع لأحكام القانون المدني فإن تقدير التعويض يعود لسلطة القاضي ذلك وفقا للمادة 113 منه²، كما أن طريقة التعويض تحدد من قبل القاضي تبعا للظروف فحسب

¹ عائشة شابي، مروة بن سديرة، مرجع سابق، ص 60.

² المادة 113 منق.م.ج.

المادة 182 قانون مدني¹، تعويض الضرر يكون بالنقد تبعا للظروف كما يمكن للقاضي أن يحكم ببعض الاعانات تتصل بالفعل غير المشروع.

أما فيما يخص أساس تقدير التعويض فيكون على أساس فوات فرصة الكسب وكذا على أساس الخسارة التي تلحق المضرور وفقا للمادة 182 من القانون المدني، والتعويض عن أعمال المنافسة غير المشروعة يشمل الضرر المادي والمعنوي حسب المادة 182 مكرر قانون مدني.²

فوجد المشرع الجزائري قد نص في المادة 29 من الأمر 03-06 على وجوب التعويض في حال ثبوت التقليد للعلامات كما يمكن اجراء المتابعة بوضع كفالة لضمان تعويض مالك العلامة أو صاحب حق الاستئثار للاستغلال.³

¹المادة 182 منق.م.ج.

²المادة 182 مكرر من ق.م.ج.

³وثام داوي، مرجع سابق، ص 44.

المبحث الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية

إضافة إلى ما سبق، نجد الحماية الجزائية للعلامة التجارية والتي تتمثل أساسا في حماية العلامة من كل أنواع الاعتداءات التي تدخل في الشق الجزائي بتكليف من المشرع الجزائري والتي نجد أساسها في أعمال التقليد الواقعة على العلامات التجارية حيث كفلها المشرع من خلال الأمر رقم 03-06 وبعض النصوص المستخلصة من قانون العقوبات.

وسنتطرق في هذا المبحث إلى صور الاعتداء على العلامة التجارية (المطلب الأول)، الاجراءات التحفظية (المطلب الثاني)، العقوبات الجزائية (المطلب الثالث).

المطلب الأول: صور الاعتداء على العلامة التجارية

سنتطرق في هذا المطلب إلى صور الاعتداء على العلامة التجارية والمتمثلة في: جريمة تقليد العلامة التجارية (الفرع الأول)، جريمة وضع علامة تجارية مملوكة للغير (الفرع الثاني)، جريمة بيع منتجات عليها علامة مزورة أو مقلدة أو مغتصبة وعرضها للبيع (الفرع الثالث).

الفرع الأول: جريمة تقليد العلامة التجارية

تعد جريمة تقليد العلامة التجارية ظاهرة تهدد الاقتصاد العالمي ومشكلة متزايدة الخطورة نظرا لاستهدافها كافة أنواع السلع والمنتجات وحتى الخدمات، فلم يعد التقليد مقتصرًا على المنتجات عالية الجودة كالملابس والساعات والعطور وقطع غيار المركبات والأدوية ومستحضرات التجميل والعقاقير.

أولا: تعريف جريمة تقليد العلامة

للتقليد مفهوم مباشر يقصد به اصطناع شيء أصلي قصد التضليل أو الاحتيال أو اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما أو تشابه في مجموعها العلامة الأصلية بحيث للعلامة المطابقة أو المشابهة للعلامة الأصلية أن تؤدي إلى تضليل الجمهور وجذبه إليها ظنا منه أنها العلامة الأصلية.

ولكن الواقع أثبت أن التقليد الواقع يتمثل في اصطناع علامة مشابهة للعلامة الأصلية وليس مطابقة تماما لها، فالمقلد لا ينقل العلامة الأصلية بكاملها وإنما يدخل عليها بعض التغيرات مع الاحتفاظ بمظهرها العام كتغيير اللون، أو الرسم، أو حجم، أو الأرقام... الخ.¹

وعرف المشرع الجزائري التقليد في المادة 26 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات على أنه: "كل عمل بمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة، قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة".²

وانطلاقا من هذا النص فإن المشرع أخذ بالمفهوم الواسع للتقليد الذي يقصد به كل الأفعال والتصرفات الماسة بمالك العلامة التجارية، فكل استعمال غير مشروع من الغير يشكل جرم التقليد.

ويتيح جرم التقليد لمالك العلامة التجارية أو المرخص له باستعمالها تحريك دعوى التقليد، وهناك من يرى أن هذه الدعوى يمكن تحريكها من طرف الجميع كونها تمس المجتمع بأسره.

ثانيا: أركان جريمة تقليد العلامة التجارية

تتمثل أركان جريمة تقليد العلامة التجارية فيما يلي:

1/- الركن المادي:

ويقصد بالركن المادي للجريمة، الفعل أو الامتناع عن فعل الذي بواسطته تكتشف الجريمة ويكتمل جسمها، ولا توجد جريمة بدون ركن مادي إذ بغير ماديتها لا تصاب حقوق الأفراد أو الجماعة بأي اعتداء.

¹ عبد اللطيف والي، ميلود سلامي، الحماية الجزائرية للعلامة التجارية في القانون الجزائري، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، ع 07، جانفي 2018، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمار ثليجي، الأغواط، الجزائر، ص 93.
² المادة 26 من الأمر 03-06 المتعلقة بالعلامات.

تتطلب جريمة تقليد العلامة التجارية سلوكا ايجابيا يتمثل في فعل التقليد عن طريق إضافة أو انقصاص عنصر من العلامة الأصلية ويقصد بها تغير الذي يحدث كأثر للسلوك الاجرامي الذي قام به الجاني، فالآثار المادية التي أنتجها السلوك الاجرامي تفسر قانونا أنها تشكل في نهاية اعتداء على حق يحميه القانون، وللنتيجة مدلولين مادي قانوني، فالمدلول المادي هو الأثر الطبيعي الذي ينتج عن ارتكاب فعل غير مشروع معاقب عليه قانون والأثر الطبيعي لجريمة تقليد العلامة هو وقوع المستهلك في خلل يؤدي به إلى شراء منتج غير حقيقي، أما المدلول القانوني لها فهو ذلك الأثر الذي يحدثه السلوك المجرم من قبل المشرع، وإن لم يكن ظاهرا ملموسا ولكنه واقع قانوني يمس الحق الذي يحميه المشرع.¹

2/- الركن المعنوي:

تعد جريمة تقليد العلامة التجارية من الجرائم العمدية والتي يجب أن يتحقق فيها القصد الجرمي بعنصرية العلم والادارة ولا يكفي لقيامها توافر القصد العام، بل لابد أن يتوافر القصد الخاص والذي يتمثل في نية الغش أو التضليل، وهو يكون كذلك إذا كان الهدف من التقليد الاعتداء على حق مالك العلامة المتمثلة بالاستئثار باستعمال علامته تمييز منتجاته وعليه يجب أن تتجه نية الجاني إلى استعمال العلامة المقلدة في تمييز منتجاته أو بضائعه المماثلة أو المشابهة المنتجات أو بضائع مالك العلامة لغرض غش المستهلك وتضليله حول مصدر المنتجات.²

الفرع الثاني: جريمة وضع علامة تجارية مملوكة للغير

نص المشرع صراحة على توقيع عقوبة جزائية على الأشخاص الذين يضعون على منتجاتهم أو على الأشياء التابعة لتجارتهم علامة مملوكة للغير، ويتعلق الأمر هنا بوضع علامة أصلية وليست مقلدة لمرافقة منتجات بدون وجه حق، بمعنى منتجات غير ادره من

¹نبيل بولحية، حماية العلامة التجارية في القانون الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، 2016/2017، ص 36، 37.

²حسام الدين بلمعلوفي، أسامة زيان، الحماية الجزائية للعلامة التجارية، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد البشير الابراهيمي، برج بوعرييج، 2021/2022، ص 40.

مالك العلامة الأصلية، أما التشريع الراهن بما أن النص جاء عاما، فإن هذا الفعل يعتبر معاقبا عليه باعتباره يمس بحقوق صاحب العلامة المخولة له قانونا.

بالنسبة لأركان الجريمة، فيتمثل الركن المادي في واقعة وضع العلامة، فهي الواقعة الأساسية في هذه الجريمة، ويجب أن تتم جريمة وضع علامة مملوكة للغير لغرض تجاري وفي إطار تخصيص العلامة.

أما الركن المعنوي فعلى غرار التصرفات السابقة فلا يشترط في هذه الجحة توافر عنصر القصد لذات السبب كما أن بطبيعة الوقائع كفيلة يكشف سوء النية لدى الفاعل.¹

الفرع الثالث: جريمة بيع منتجات عليها علامة مزورة أو مقلدة أو مغتصبة وعرضها للبيع

من صور الاعتداء على ملكية العلامة التجارية التي نص عليها القانون، ألا وهي بيع البضائع التي تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو أن هذه العلامة حقيقية ولكنها مملوكة للغير، بدون إذن مالكيها، أو عرضها للبيع أو للتداول أو حيازتها بقصد البيع، وقد جعل المشرع كل فعل من هذه الأفعال مستقلا بذاته، سواء كان البائع أم العارض أم الحائز للمنتجات، ذات الشخص الذي قام بتزوير تلك العلامة أو تقليدها أو غيره.²

ولهذه الجريمة أركان، تتمثل فيما يلي:

أولاً: الركن المادي

تعد جريمة بيع أو عرض المنتجات التي تحمل علامة مقلدة أو مشابهة جريمة مستقلة بذاتها عن باقي جرائم التقليد، ويستوي الأمر أن يكون البائع أو العارض هو القائم بصنع العلامة أو لم يشارك في ذلك.

¹ نعيمة شعان، نبيلة سايغ، حماية العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، فرع القانون الخاص، تخصص قانون العون الاقتصادي، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2016، ص 52.

² زينة غانم عبد الجبار الصفار، مرجع سابق، ص 84.

إن وجود بضائع تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو مغتصبة، ثم يقوم البائع ببيع تلك البضائع، على الرغم من علمه بذلك فيعد مرتكبا لهذه الجريمة، سواء حقق ربحا أم لم يحقق، أو أن الفعل قد تم لمرة واحدة أو أكثر، فيعد الفعل صادرا من البائع ولا علاقة للمشتري بذلك، إلا إذا قام الأخير ببيع هذه السلعة مع علمه بحقيقتها.

ولا يختلف الأمر إذا تم بيع هذه المنتجات بسعر أقل من السعر الذي تحمله العلامة الحقيقية أو أكثر أو كانت السلع المباعة قد تم صنعها داخل البلد أو خارجه، وسواء أتم البيع داخل الاقليم أم تم تصدير السلع، وحتى لو كانت السلع المباعة بنفس الجودة التي تمتاز بها السلع الأصلية أو حتى لو كانت أفضل منها.¹

وأیضا تداول السلع عن طريق نشرات تصف السلعة وتبين مزاياها، ولا يختلف الأمر إذا كان عرض السلع للتداول لغرض بيعها بمقابل نقدي أو عن طريق المقايضة أو بدون مقابل، على سبيل ترويج السلع.

وقد عد المشرع مجرد حيازة المنتجات التي تحمل علامة مزورة أو مغتصبة اعتداء على العلامة، إذ قصد بهذه الحيازة البيع، وإن لم يقم ببيعها فعلا، سواء تمت الحيازة داخل مخازن التاجر أو في منزلة بعيدا عن الشبهات، أما إذا كانت الحيازة بقصد الاستعمال الشخصي، فعندئذ تنتفي الجريمة وإن كان الحائز يعلم بذلك.²

ثانيا: الركن المعنوي

لقيام الركن المعنوي يجب أن يتوفر لدى المستعمل علم مسبق بأن المنتج أو الخدمة التي يستعملها للبيع أو العرض بغرض التجارة تحمل علامة مطابقة أو مشابهة وأن هذه الأخيرة محمية قانونا أي أن تتصرف إرادة الجاني إلى ارتكاب الفعل المحقق للجريمة مع علمه بأنه يبيع أو يعرض للبيع أو التداول أو يحوز بقصد البيع منتجات تحمل علامة مزورة أو علامة مملوكة للغير، بمعنى أنه يعلم بأن هذه العلامة الموضوع لا تخص صاحب

¹ وئام داوي، مرجع سابق، ص 61، 62.

² زينة غانم عبد الجبار الصفار، مرجع سابق، ص 84.

المنتجات التي يبيعها بل تخص شخص آخر، ويستخلص الركن المعنوي من الظروف التي يراها القاضي مناسبة لقيام الجريمة.¹

المطلب الثاني: الاجراءات التحفظية

تعتبر الاجراءات التحفظية اجراءات يسعى من خلالها إلى ايجاد حل للنزاع بصفة تحفظية حتى تحفظ الحقوق وكذا أدلة الاثبات، ولذلك تعتبر حل وسيط يتجه له كل من ملك العلامة والمرخص لهم وفق قواعد قانونية ووفقا لشروط محددة لها.²

الفرع الأول: اجراءات الحجز التحفظي

يجوز لمالك العلامة التجارية المسجلة طلب توقيع الحجز التحفظي على الأدوات والأشياء التي استعملت في ارتكاب الجريمة، والحجز هنا اجراءات تحفظي مقدر لمصلحة مالك العلامة، ويقصد بهذا الاجراء تحرير محضر حصر ووصف تفصيلي عن الآلات والأدوات التي تستخدم أو تكون قد استخدمت في ارتكاب الجريمة، وعن المنتجات أو البضائع وغيرها من الأشياء التي وضعت عليها العلامة، أما الحجز فيتم بوضع هذه المنتجات والآلات تحت تصرف قانوني، ويجوز الاستعانة بخبير أو أكثر لمساعدة المحضر في عمله.³

إذا يجوز لصاحب العلامة أن يطلب بمقتضى أمر من رئيس المحكمة اجراء الوصف المفصل للسلع، فإذا كان منتجا يبين اسمه ومقداره وطبيعته وعبوته ووصفه وما حرر عليه وألوانه وحجمه ووزنه، وذلك بمساعدة خبير عند الاقتضاء لمعاونة المحضر في عمله مع الحجز أو بدونه للمنتجات التي يدعي أنها تحمل علامة تسبب له ضررا، ويتوجب أن تكون العرضة مرفقة بالمستندات الدالة على تسجيل العلامة، ويدفع مبلغ الكفالة إذا طلب مالك العلامة توقيع الحجز، ويكون الهدف من التأمين تعويض المحجوز عليه إذ ما دعت الحاجة

¹ واثام داوي، مرجع سابق، ص 63.

² محمد فريد العريني، جلاء وفاء البديري، محمد السيد الفقي، مبادئ القانون التجاري دراسة في الأدوات القانونية، دار الجامعة الجديدة، القاهرة، مصر، دون سنة النشر، ص 511.

³ ص 67.

لذلك، ويترتب عن تخلف أحد هذه الاجراءات البطلان مع التعويض، ويتوجب على صاحب الطلب اللجوء إلى السلطة القضائية المختصة بالطريق المدني أو بالطريق الجزائي في أجل شهر، وإلا أصبح الحجز باطلا بقوة القانون، وذلك بصرف النظر عن التعويضات التي يمكن طلبها بسبب الأضرار الناجمة عن عملية التقليد، كما يقضي المنطق بعدم السماح لصاحب العلامة بطلب اجراء حجز ثاني إذا أهمل رفع الدعوى في الأجل القانوني.¹

هذا ما ورد في نص المادة 34 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات حيث تنص على أنه: "يمكن لمالك العلامة بموجب أمر من رئيس المحكمة، الاستعانة، عند الاقتضاء بخبير للقيام بوصف دقيق للسلع التي يزعم أن وضع العلامة عليها قد ألحق به ضررا وذلك بالحجز أو بدونه، ويتم اصدار الأمر على ذيل العريضة بناء على اثبات تسجيل العلامة، وعندما يتأكد الحجز يمكن أن يأمر القاضي المدني بدفع كفالة"، وتنص المادة 35 يعد الوصف أو الحجز باطلا بقوة القانون، إذا لم يلتزم المدني بالطريق المدني أو الجزائي خلال أجل شهر، وذلك بصرف النظر عن تعويضات الأضرار التي يمكن طلبها.

يتضح من خلال هذين النصين أنه يجوز لمالك العلامة التجارية أن يستصدر بناء على عريضة أمرا باتخاذ الاجراءات التحفظية اللازمة، وعلى الأخص اجراء الوصف المفصل وذلك مع ارفاق الطلب بشهادة تثبت تسجيل العلامة، والهدف من الحجز هو اثبات وقائع يمكن أن تزول أدلتها، ويجوز لصاحب العلامة المبادرة بهذا الاجراء وذلك خلال مهلة شهر وإلا بطل، وبعد تحديد نطاق ضبط المعدات عندئذ تقرر المحكمة إن من اللازم الحجز أم لا؟ ويلاحظ أن الأمر جوازي للمحكمة في توقيع الحجز من عدمه كما لها سلطة توقيع كلية أو على جزء فقط، ويجب أن يتبع برفع دعوى مدنية أو جزائية خلال المدة القانونية.

ويمكن اجراء الوصف المفصل أو الحجز في أي مكان، وبين يدي أي شخص حتى ولو لم يكن هو المدني عليه بالتقليد، وهذا الأخير قد يعتمد إلى اخفاء المنتجات أو الخدمات المزيفة عند شخص ثان، وتقاديا للتعسف في استعمال الوصف واحتياطا لما قد ينتج عنه من ضرر، بما في ذلك احتمال ضياع الاشياء المحجوزة أو تلفها هو ضرورة توقيع الحجز

¹فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص 276.

في ظرف 15 يوم، ومن ثم فإن أجل شهر في الأمر المتعلق بالعلامات فإن القانون أجاز للقاضي إيقاف تنفيذ الأمر، على ايداع الطالب مبلغ مالي على سبيل الضمان لتأمين منح التعويض المحتمل، في حالة ما إذا صدر فيما بعد حكم بعدم ارتكاز التزييف على أساس¹.

إلا أنه يلاحظ أن المادة 650 من ق.إ.م.إ، لم تشترط على مالك العلامة الذي يطالب بإجراء الحجز ضرورة ايداع كفالة، كما أجازت للمحضر القضائي أن يستعين بالقوة العمومية لتنفيذ أمر الحجز التحفظي، إضافة إلى أن القاعدة في ق.إ.م.إ يعد طويلا، ويتعين تقليصه توحيدا للأجال بين القانونين.

الفرع الثاني: شروط الحجز التحفظي

إذ يجوز لصاحب علامة تجارية مسجلة، متى توفرت الأسباب المعقولة، ووجد الأساسي القانوني السليم، أن يطلب اتخاذ اجراءات تحفظية، وذلك لأجل اثبات الاعتداء على حقه في العلامة التجارية لكن بشروط معينة يجب توافرها تتمثل فيما يلي:

1- يجب أن يكون الاجراء دائما بطلب من صاحب العلامة، إذ يعد هذا الاجراء أمرا اختياري ويجوز له التنازل عنه.

2- يجب على صاحب العلامة التجارية اثبات تسجيل علامته لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، وذلك عن طريق تقديم شهادة تسجيل ممنوحة من المعهد.

3- رفع الطلب إلى رئيس المحكمة المختصة وفي الآجال المحددة.

4- ترك نسخة من الأمر أو نسخة من العقد المثبت لإيداع الكفالة.²

إذ الهدف من هذه الاجراءات هي المحافظة على الدلائل ذات الصلة بالتعدي، وذلك قبل أو أثناء إقامة دعوى مدنية أو جزائية ضد المعتدي على العلامة، وحماية الحقوق

¹فؤاد معلال، الملكية الصناعية والتجارية، دراسة في القانون المغربي والاتفاقيات الدولية، دار الآفاق المغربية، المغرب، الطبعة الأولى، د.س.ن، ص 598.

²حمادي زبير، المرجع السابق، ص 212.

المعتدى عليها أو المحتمل أن يعتدى عليها أو حتى مجرد الخوف من ضياع الدليل¹، إضافة إلى تيسير اثبات الاعتداء الواقع على العلامة التجارية المسجلة، وضبط الأدوات التي استخدمت في ارتكاب الجريمة، ومنع تداول السلع والخدمات وإيقاف الاستمرار في الاعتداء.²

المطلب الثالث: العقوبات الجزائية

نص المشرع الجزائري في قانون العلامات على عقوبات جزائية ضد كل من يعتدي على العلامات التجارية فيجوز لصاحب العلامة رفع دعوى جنائية أمام المحكمة إذا كانت الجنحة من الجنح المنصوص عليها في التشريع الخاص بالعلامات.

وتتمثل العقوبات الجزائية في: العقوبات الأصلية (الفرع الأول)، والعقوبات التكميلية (الفرع الثاني).

الفرع الأول: العقوبات الأصلية

تتمثل العقوبات الأصلية في عقوبة الحبس (أولاً)، والعقوبات المالية (ثانياً).

أولاً: عقوبة الحبس

يعتبر الحبس عقوبة أصلية سالبة لحرية وهي تختلف باختلاف طبيعة الجريمة، ولقد نصت المادة 05 من تقنين العقوبات الجزائري³ على أنه في الجنح تكون مدة الحبس من شهرين إلى خمسة سنوات، أما في المخالفات فهي من يوم واحد على الأقل إلى شهرين.

¹نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية- الملكية الصناعية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2005، ص 345.

²بسمة بوبشطولة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين سطيف2، 2015/2014، ص 69.

³الأمر رقم (66-156)، مؤرخ في 08/06/1966، المتضمن قانون العقوبات الجزائري، ج.ر، ع 49، مؤرخة في 11 جوان 1966، المعدل والمتمم بالقانون رقم (15-19)، مؤرخ في 30/12/2015، ج.ر، ع 71، مؤرخة في 2015/12/30.

وهكذا تعتبر الحبس من ستة (06) أشهر إلى سنتين (02) المقررة في المادة 32 من الأمر رقم 03-06، عقوبة يعاقب بها كل شخص سواء كان تاجرا أو صانعا أو مقدما خدمات يرتكب فعلا يعد تقليدا لعلامة مسجلة.

ثانيا: العقوبات المالية

تعد الغرامة عقوبة مالية يحكم بها القاضي في حالة اخلال شخص ببعض القواعد القانونية والأحكام التشريعية، وتتمثل هذه الغرامة في دفع المحكوم عليه مبلغا للإدارة المالية المختصة وهي تتجاوز 20.000 دج في مواد الجنج.

وفعلا فعندما نعود إلى نص المادة 32 من الأمر 03-06 السالف الذكر، فإن الغرامة المترواحة ما بين المليونين وخمسمائة ألف دينار جزائري وعشرة ملايين دينار جزائري، هي الغرامة التي قد يحكم بها القاضي على مرتكب تقليد علامة مسجلة.

وتجدر الملاحظة أنه بالنسبة للشخص المعنوي غير الخاضع للقانون العام، فإن المادة 18 مكرر² من تقنين العقوبات الجزائري تقضي بأن الحد الأقصى للغرامة المالية هو 5.000.000 دج.¹

الفرع الثاني: العقوبات التكميلية

أجاز المشرع الجزائري فرض عقوبات تكميلية رغبة منه في تحقيق أقصى حماية ممكنة للعلامة التجارية، وتتمثل هذه العقوبات فيما يلي:

أولا: المصادرة والحجز

أجاز المادة 32 من قانون العلامات التجارية والمادة 24 من قانون الرسوم والنماذج الصناعية حجز المنتجات المقلدة أو المعلمة بعلامات تسبب ضررا لصاحب العلامة أو الأشياء التي تمس بصاحب الحق ومصادرتها وأن تقوم بإتلافها وحتى مصادرة واتلاف

¹حمادي زبير، مرجع سابق، ص 128، 129.

الأدوات المستعملة في التقليد، كما يجوز بيع الأشياء المحجوزة لصاحب العلامة الأصلية ولك مع عدم الاخلال بما يستحق من تعويض.¹

ثانيا: الاتلاف

زيادة على المصادرة تأمر المحكمة بإتلاف الأختام ونماذج العلامة، أي الأشياء والأدوات التي استعملت لارتكاب الجنحة، وبالرغم من الغاء عبارة "في جميع الحالات" فإنه يعتد بالزامية الحكم بالإتلاف.

ثالثا: الغلق

كان التشريع السابق ينص على عقوبة تكميلية مفادها أنه يجوز للمحكمة أن تأمر بإلغاء نص الحكم في الأماكن التي تحددها ونشره بتمامه أو ملخصا في الجرائد التي تعيينها وذلك كله على نفقة المحكوم عليه، ويجوز الحكم بهذه العقوبة للطرفين على حد سواء في حالة ما إذا انجر عن الدعوى اجراءات مضايقة.

وينص المشرع على عقوبة تكميلية أخرى تتمثل في الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة.²

وهكذا في حالة الحكم على المتهم بعقوبة جزائية يقر القاضي غلق المؤسسة التي لتنفيذ الجنحة بيد أن النص القانوني لم يفصل في تبعات الغلق سواء في فحواه أو مدته أو آثاره.³

¹ عائشة شابي، مروة بن سديرة، مرجع سابق، ص 75.

² الفقرة الثانية من المادة 32 من الأمر 03-06.

³ نسرين بلهاري، حماية حقوق الملكية الفكرية في القانون الجزائري، دار بلقيس، الجزائر، د.س.ن، ص 49، 50.

خلاصة الفصل الثاني:

استخلصنا بعد نهاية الفصل الثاني أن المشرع الجزائري منح حماية مدنية عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة، وقد اعتبر كافة أفعال الاعتداء على العلامة التجارية جريمة تقليد وحدد لها عقوبات موحدة.

كما لا تحظى العلامة التجارية غير المسجلة بالحماية المقررة للعلامة المسجلة، هذا تستمد الحماية المدنية للعلامة التجارية أصولها من قواعد المسؤولية التقصيرية كأصل عام من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة، والمسؤولية العقدية في حالة ما إذا كانت العلامة محل عقد تنازل كعقد الترخيص مثلا باستعمال العلامة التجارية.

ونتيجة لزيادة الاعتداء على العلامة التجارية كان لابد من التصدي له وتوفير حماية فعالة للعلامة التجارية، تمثلت أساسا في الحماية الجزائية باعتبارها آلية أكثر ردعا من الحماية المدنية، لذا عاقب التشريع الجزائري على كل مساس بالحقوق الاستثنائية لمالك العلامة التجارية، وحتى تتمتع هذه العلامة بالحماية الجزائية المقررة لها وجب أن تكون مسجلة لدى المصلحة المختصة.

الختامة

الخاتمة:

بعد دراستنا لموضوع حماية العلامة التجارية في التشريع الجزائري اتضح لنا أن العلامة التجارية تعتبر دليلا مهما للمستهلك تمكنه من التعرف على مصدر المنتجات والخدمات وتمييزها وبالتالي تسهيل العملية التسويقية، إلا أنها معرضة لمخاطر الغش والتقليد مما جعل الدولة تسعى جاهدة إلى تبني نظام حمائي يكفل عدم التعدي على العلامات التجارية وذلك بإصدار نصوص قانونية وطنية للفصل في أحكام العقوبات المقررة على التعدي على العلامات التجارية، فقد تكون هذه الأحكام مدنية أو جنائية ومع هذا يبقى التقليد والغش والتعدي على العلامات التجارية ظاهرة تزداد انتشارا وتؤثر سلبا على المنتجات، كما تتعرض لسلامة أمن البلاد اقتصاديا، وهذا يستوجب المزيد من التشديد على الأسواق والمنتجات في الجزائر وبالرغم من الجهود المبذولة من طرف المشرع إلا أنه يلاحظ أن ظاهرة التعدي على العلامات التجارية تبقى منتشرة وقد يكون السبب في ذلك يعود للمناهج المتبعة في اقرار العقوبات والغرامات مع القواعد والأرباح التي يجنيها المعتدي على العلامة التجارية ولهذا فإنه ينبغي من الرفع من قيمة الغرامات المقررة وكذا تشديد العقوبات المقررة، وإذا استلزم الأمر إعادة النظر في النصوص القانونية والعمل على تفعيلها.

النتائج المتوصل إليها:

- 1- أخذ المشرع الجزائري في تعريفه للعلامة التجارية بالمفهوم الواسع، فأدخل ضمن إطارها علامة التجارة والصناعة وعلامة الخدمة التي استحدثتها الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات.
- 2- اكتساب ملكية العلامة التجارة في تشريع العلامات الجزائري يكون عن طريق التسجيل، فهذا الأخير يعتبر قرينة قاطعة على ملكية العلامة وشرط لإضفاء الحماية القانونية عليها، فالتسجيل منشئ للحق في العلامة وليس كاشفاً له، بل أكثر من ذلك؛ جرم المشرع الجزائري استعمال كل علامة غير مسجلة، ومن ثم تستبعد إمكانية اكتساب ملكية العلامة عن طريق الاستعمال.
- 3- اشترط المشرع الجزائري أن تكون العلامة التجارية المراد تسجيلها قابلة للتمثيل الخطي، ما يفهم معه أنه استبعد من نطاق الحماية كل علامة غير قابلة للإدراك بالبصر أو الشم أو السمع والتي فرض التطور التكنولوجي وجودها، مثل علامات الرائحة والصوت كالنغمات الموسيقية.
- 4- نص قانون العلامات الجزائري على عقوبات يتعرض لها مقلد العلامة التجارية وذلك ضمن المادة 32 منه، إلا أنه لم يحدد العقوبة المقررة في حال العود.
- 5- أوجب المشرع الجزائري مصادرة الوسائل والأدوات المستعملة في ارتكاب جنحة تقليد العلامة كعقوبة تكميلية لمنع العودة إلى الغش، أو تكرار

استعمال تلك الآلات والأشياء في ارتكاب الجريمة، كما نص على اتلاف المنتجات المقلدة دون التطرق لإمكانية استعمالها لأغراض اجتماعية وإنسانية.

الإقتراحات:

- منح العلامة التجارية غير المسجلة حماية مدنية عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة.
- تعديل المادة 32 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات وذلك بإبراز كل جريمة من الجرائم الماسة بالعلامة على حدة وتخصيص لكل منها جريمة.
- إضافة حكم الإلصاق (الإعلان) وذلك لتعريف المستهلك بالعلامات المقلدة.

أفاق البحث:

إن موضوع هذا البحث يمكن أن يفتح أفقا بحثية أخرى منها:

- حماية العلامة التجارية في التشريع الجزائري مقارنة بأحد التشريعات الأخرى.
- آليات حماية العلامة التجارية في القانون الجزائري.

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: المصادر

- 1-الأمر رقم 57-66، المؤرخ في 19 مارس 1966، المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، ج.ر، ع 23، المؤرخة في 22 مارس 1966.
- 2-الأمر رقم (66-156)، مؤرخ في 08/06/1966، المتضمن قانون العقوبات الجزائري، ج.ر، ع 49، مؤرخة في 11 جوان 1966، المعدل والمتمم بالقانون رقم (15-19)، مؤرخ في 30/12/2015، ج.ر، ع 71، مؤرخة في 30/12/2015.
- 3-الأمر رقم 58-75، مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني الجزائري، ج.ر، ع 78، مؤرخة في 30 سبتمبر 1975، المعدل والمتمم بالقانون رقم 05-10، مؤرخ في 20/06/2005، المتضمن تعديل القانون المدني، ج.ر، ع 44، مؤرخة في 26/06/2005، والمعدل والمتمم بالقانون رقم (07-05)، مؤرخ في 13/05/2007، ج.ر، ع 31، مؤرخة في 13/05/2007.
- 4-الأمر رقم 59-75، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون التجاري، المعدل والمتمم بالقانون رقم 05-02، المؤرخ في 06 فيفري 2005، ج.ر، ع 11، المؤرخة سنة 2005.
- 5-الأمر رقم 06-03، المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالعلامات، ج.ر، ع 44، المؤرخة في 23 جويلية 2003.
- 6-القانون رقم (08-09)، مؤرخ في 25/02/2008، المتضمن قانون الاجراءات المدنية والادارية، ج.ر، ع 21، صادرة بتاريخ 23/04/2008.
- 7-القانون رقم (12-06)، مؤرخ في 12/01/2012، يتعلق بالجمعيات، ج.ر، ع 02، مؤرخة في 15/01/2012.

ثانياً: المراجع

• الكتب:

- 1- أحمد محمد محرز، الحق في المنافسة المشروعة في مجالات النشاط الاقتصادي، دار نهضة الشرق للطباعة والنشر، القاهرة، 1998.
- 2- حمادي الزبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2012.
- 3- زينة غانم عبد الجبار الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية: دراسة مقارنة، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2002.
- 4- سميحة القليوبي، القانون التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 1976.
- 5- سمير جميل حسين الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية
- 6- صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005.
- 7- علي حسن يونس، المحل التجاري، دار الفكر العربي، القاهرة، 1974.
- 8- عبد الله حسين الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر، الأردن، الطبعة الأولى، 2005.
- 9- علي نديم الحمصي، الملكية التجارية والصناعية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط1، 2010.
- 10- فايز عبد الكريم عقلة العجارمة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، جامعة آل البيت، الأردن، 2005.

- 11- فرحة زاوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، المحل التجاري والحقوق الفكرية، القسم الثاني، الحقوق الفكرية حقوق الملكية الصناعية والتجارية حقوق الملكية الأدبية والفنية، دار ابن خلدون للنشر والتوزيع، وهران، الجزائر، 1998.
- 12- فؤاد معلال، الملكية الصناعية والتجارية، دراسة في القانون المغربي والاتفاقيات الدولية، دار الآفاق المغربية، المغرب، الطبعة الأولى، د.س.ن.
- 13- محمد بهجت عبد الله قايد، القانون التجاري (نظرية الأعمال التجارية، التاجر، المتجر، الشركات التجارية)، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، ط1، 1991.
- 14- محمد بن أبي بكر الرازي، معجم مختار الصحاح، دار الكتاب العربي للنشر، بيروت، لبنان، 1982.
- 15- محمد حسنين، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985.
- 16- مجد الدين الفيروز آبادي الشيرازي، القاموس المحيط، دار العلم، بيروت، لبنان.
- 17- محمد فريد العريني، جلاء وفاء البدر، محمد السيد الفقي، مبادئ القانون التجاري دراسة في الأدوات القانونية، دار الجامعة الجديدة، القاهرة، مصر، دون سنة النشر.
- 18- نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية - الملكية الصناعية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2005.
- 19- نسرین بلهوارى، حماية حقوق الملكية الفكرية في القانون الجزائري، دار بلقيس، الجزائر، د.س.ن.
- 20- وائل أنور بندق، العلامات التجارية والنماذج الصناعية في دول مجلس التعاون الخليجي، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2006.

• المذكرات:

1- حسام الدين بلمعلوفي، أسامة زيان، الحماية الجزائية للعلامة التجارية، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريريج، 2022/2021.

2- راشدي سعيدة، النظام القانوني للعلامات، مذكرة ماجستير في القانون، فرع قانون أعمال، كلية العلوم القانونية والادارية، جامعة الجزائر، 2003.

3- سارة بن صالح، الحماية القانونية للعلامة التجارية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون الخاص، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2019/2018.

4- بسمة بوبشطولة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2، 2015/2014.

5- عائشة شابي، مروة بن سديرة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، 2014/2013.

6- فاضلي ادريس، المدخل إلى الملكية الأدبية والفنية والصناعية، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.

7- مجبر كوثر شمس الهدى، العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخص القانون الأساسي الخاص، قسم القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2018/2017.

- 8-ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامة التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في العلوم القانونية، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012/2011
- 9-نبيل بولحية، حماية العلامة التجارية في القانون الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، 2017/2016.
- 10-نعيمة شعنان، نبيلة ساينغ، حماية العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، فرع القانون الخاص، تخصص قانون العون الاقتصادي، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2016.
- 11-وئام داوي، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون الخاص، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية أدرار، 2016/2015.
- 12-هناء قماري، دليلة هدايدية، دعوى المنافسة غير المشروعة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، 2014/2013.

• المقالات:

- 1-طعمة صعفك الشمري، "أحكام المنافسة غير المشروعة في القانون الكويتي"، مجلة الحقوق، ع 01، 1990، الكويت.
- 2-عبد اللطيف والي، ميلود سلامي، الحماية الجزائية للعلامة التجارية في القانون الجزائري، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، ع 07، جانفي 2018، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمار ثليجي، الأغواط، الجزائر.

3-فتحية حواس، "حماية العلامة التجارية في التشريع الجزائري"، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، المجلد 06، العدد 01، مارس 2021، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر.

4-كاهنة زواوي، رمزي حوحو، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى القانونية، العدد الخامس، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة.

5-ميلود سلامي، "دعوى المنافسة غير المشروعة كوجه من أوجه الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون الجزائري"، دفاتر السياسة والقانون، العدد 06، جانفي 2012، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة

6-محمد فتاحي، "الحماية القانونية للعلامة التجارية والصناعية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية"، مجلة الحقيقة، ع 28، جامعة أدرار، الجزائر

- المواقع الالكترونية:

<https://www.legal-research.online>،تمت زيارة الموقع بتاريخ: 02 ماي

2023، بتوقيت: 10.05.

قائمة المحتويات

قائمة المحتويات:

شكر وعرفان

الإهداء

الإهداء

قائمة المختصرات

أ..... مقدمة

5..... الفصل الأول: الاطار المفاهيمي للعلامة التجارية

6..... المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية

6..... المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية وأهميتها

6..... الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية

6..... أولاً: التعريف القانوني للعلامة التجارية

7..... ثانياً: التعريف الفقهي للعلامة التجارية

8..... الفرع الثاني: أهمية العلامة التجارية

9..... المطلب الثاني: خصائص العلامة التجارية وتمييزها عن غيرها

9..... الفرع الأول: خصائص العلامة التجارية

9..... أولاً: الخصائص العامة للعلامة التجارية

10..... ثانياً: الخصائص الخاصة للعلامة التجارية

11..... الفرع الثاني: تمييز العلامة التجارية عن غيرها

أولاً: تمييز العلامة التجارية عن الاسم التجاري	11
ثانياً: تمييز العلامة التجارية عن العنوان التجاري	12
ثالثاً: تمييز العلامة التجارية عن براءة الاختراع	12
المبحث الثاني: شروط اكتساب العلامة التجارية	13
المطلب الأول: الشروط الموضوعية لاكتساب العلامة التجارية	13
الفرع الأول: أن تكون العلامة جديدة	13
الفرع الثاني: أن تكون العلامة مميزة	15
الفرع الثالث: أن تكون العلامة مشروعة	16
المطلب الثاني: الشروط الشكلية لاكتساب العلامة التجارية	17
الفرع الأول: ايداع طلب التسجيل	17
الفرع الثاني: فحص الايداع	18
الفرع الثالث: تسجيل العلامة ونشرها	19
المبحث الثالث: آثار اكتساب العلامة وانقضاؤها	20
المطلب الأول: آثار اكتساب العلامة التجارية	20
الفرع الأول: احتكار استعمال العلامة	20
الفرع الثاني: حق التصرف في ملكية العلامة	21
المطلب الثاني: انقضاء العلامة التجارية	22
الفرع الأول: انقضاء العلامة بناء على إرادة صاحبها	22
الفرع الثاني: انقضاء العلامة بغير إرادة صاحبها	23

25	 خلاصة الفصل الأول
26	 الفصل الثاني: الحماية المدنية والجزائية للعلامة التجارية
27	 المبحث الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية
27	 المطلب الأول: مفهوم المنافسة غير المشروعة
27	 الفرع الأول: تعريف المنافسة غير المشروعة
28	 أولاً: المدلول اللغوي للمنافسة غير المشروعة
28	 ثانياً: التعريف التشريعي للمنافسة غير المشروعة
29	 ثالثاً: التعريف الفقهي للمنافسة غير المشروعة
31	 الفرع الثاني: تمييز المنافسة غير المشروعة عن المفاهيم المشابهة لها
31	 أولاً: تمييز المنافسة غير المشروعة عن المنافسة الممنوعة
31	 ثانياً: تمييز المنافسة غير المشروعة عن المنافسة الطفيلية
32	 الفرع الثالث: الأساس القانوني للمنافسة غير المشروعة
33	 المطلب الثاني: شروط دعوى المنافسة غير المشروعة
33	 الفرع الأول: الشروط الذاتية لدعوى المنافسة غير المشروعة
34	 أولاً: الصفة
36	 ثانياً: المصلحة
36	 الفرع الثاني: الشروط الموضوعية لدعوى المنافسة غير المشروعة
36	 أولاً: الخطأ
37	 ثانياً: الضرر

37	ثالثا: علاقة السببية بين الخطأ والضرر
38	المطلب الثالث: قيام دعوى المنافسة غير المشروعة
38	الفرع الأول: أطراف دعوى المنافسة غير المشروعة
38	أولا: المدعي
39	ثانيا: المدعى عليه
39	الفرع الثاني: المحكمة المختصة للفصل في الدعوى
39	أولا: الاختصاص النوعي
40	ثانيا: الاختصاص الاقليمي
41	الفرع الثالث: اثبات دعوى المنافسة غير المشروعة
41	أولا: انتقال المحكمة للمعينة
41	ثانيا: محاضر اثبات الحالة
42	ثالثا: ندب الخبراء
42	الفرع الرابع: آثار دعوى المنافسة غير المشروعة
42	أولا: وقف الأعمال
43	ثانيا: الحكم بالتعويض
44	المبحث الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية
45	المطلب الأول: صور الاعتداء على العلامة التجارية
45	الفرع الأول: جريمة تقليد العلامة التجارية
45	أولا: تعريف جريمة تقليد العلامة

46	ثانيا: أركان جريمة تقليد العلامة التجارية
47	الفرع الثاني: جريمة وضع علامة تجارية مملوكة للغير
48	الفرع الثالث: جريمة بيع منتجات عليها علامة مزورة أو مقلدة أو مغتصبة وعرضها للبيع
50	المطلب الثاني: الاجراءات التحفظية
50	الفرع الأول: اجراءات الحجز التحفظي
52	الفرع الثاني: شروط الحجز التحفظي
53	المطلب الثالث: العقوبات الجزائية
54	الفرع الأول: العقوبات الأصلية
54	أولا: عقوبة الحبس
54	ثانيا: العقوبات المالية
55	الفرع الثاني: العقوبات التكميلية
55	أولا: المصادرة والحجز
55	ثانيا: الاتلاف
56	ثالثا: الغلق
57	خلاصة الفصل الثاني
58	الخاتمة
62	قائمة المصادر والمراجع
69	قائمة المحتويات
	ملخص المذكرة

الملخص بالعربية:

تعد العلامة التجارية من أهم عناصر الملكية الصناعية والتجارية التي تزايد الاهتمام بها مع تطور التجارة الداخلية والدولية، يكتسي موضوع العلامة التجارية أهمية بالغة لما لها من دور فعال في تحريك دواليب التنمية الاقتصادية وتنشيط سيرورة المعاملات والصفقات التجارية، لذا ونتيجة لهذا الدور المتعاظم عبر الزمن، كان لزاما سن قوانين لحمايتها بشكل متزامن من كل أشكال التعدي عليها، سواء بالمنافسة غير المشروعة أو التقليد، الأمر الذي تطلب ضرورة مكافحة كافة أنواع التعدي على العلامة التجارية وبسط الحماية القانونية اللازمة لها من جهة ولجمهور المستهلكين من جهة أخرى.

الكلمات المفتاحية: العلامة التجارية، حقوق الملكية الصناعية، المنافسة غير المشروعة، جريمة التقليد.

Abstract in English:

The trademark is one of the most important elements of industrial and commercial property, which has increased interest in it with the development of domestic and international trade. It is necessary to enact laws to simultaneously protect it from all forms of infringement, whether by unfair competition or imitation, which required the necessity of combating all types of trademark infringement and extending the necessary legal protection for it on the one hand and for the public consumers on the other hand.

keywords: Trademark, industrial property rights, unfair competition, crime of imitation.