



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific
Research



جامعة محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعريريج -

- Mohamed Bachir Ibrahim University - Bordj Bou Arreridj

كلية الحقوق والعلوم السياسية

Faculty of Law and Political Science

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر أكاديمي في الحقوق

تخصص: قانون أعمال

الموسومة ب:

الحماية الجزائرية للعلامة التجارية
في التشريع الجزائري

من إعداد الطالبتين:

- ديش صونيا

- زواوي رونق

تحت إشراف الدكتور:

- خنتاش عبد الحق

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
بوقرة عيسى	أستاذ مساعد ب	رئيسا
خنتاش عبد الحق	أستاذ محاضر ب	مشرفا ومقررا
دريسي عبد الله	أستاذ مساعد ب	ممتحنا

السنة الجامعية: 2024/2023



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's democratic republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



Ministry of higher education and scientific research
جامعة محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعريريج
University Of Mohamed Al-Bashir Al-Ibrahimi - BBA
كلية الحقوق والعلوم السياسية
Faculty of Law and Political Sciences

إذن بالإيداع

أنا الممضي أسفله الأستاذ :
د/حنينا شي عنبر كحيت

الرتبة :
أستاذ محاضر ب

المشرف على مذكرة الماستر الموسومة ب :

.....
الحماية الحزائية للعلام التجارية في التمشيد الجرافيكي

من إعداد :

.....
الطالب الأول : ديسن صونيا

.....
الطالب الثاني : ثرواوي مروان

أوافق على إيداع الطالب (الطالبين) لمذكرة التخرج لدى الإدارة من أجل برمجتها للمناقشة.

إمضاء الأستاذ المشرف



27 ديسمبر 2020

ملحق بالقرار رقم 10821... المؤرخ في
الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مؤسسة التعليم العالي والبحث العلمي:

نموذج التصريح الشرطي
الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

(الطالب الأول)

أنا الممضي أسفله،

السيد(ة): زواوي رويكوي الصفة: طالب، أستاذ، باحث
الحامل(ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم 402410645، والصادرة بتاريخ 2020-07-20
المسجل(ة) بكلية / معهد الحقوق قسم
والمكلف(ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه)،
عنوانها: الحصالة الجزائية للعامة التجارية في
التشريع الجزائري

أصرح بشرطي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية
المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه .

28 جوان 2020

التاريخ: 2020.06.12

توقيع المعني (د)

موقع السيد
بطاقة التعريف رقم
ستاريخ: 2020.06.12

رئيس المجلس
و بتوقيع
طلحي إشاري
زهسار خليفة



ملحق بالقرار رقم10821..... المؤرخ في 27 شهر 2020
الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مؤسسة التعليم العالي والبحث العلمي:

نموذج التصريح الشرفي
الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

(الطالب الثاني)

أنا الممضي أسفله:
السيد(ة): د. إيش هوني الصفة: طالب. أستاذ. باحث
الحامل(ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم 118337950 والصادرة بتاريخ 18 / 01 / 2019
المسجل(ة) بكلية / معهد الحقوق قسم
والمكلف(ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج. مذكرة ماستر. مذكرة ماجستير. أطروحة دكتوراه).
عنوانها: الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
في التشريع الجزائري
أصح بشرفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية
المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه .

28 جوان 2020

التاريخ: 28/06/2020

توقيع المعني (5)

موقع السيد د. إيش هوني
مطابقة التعريف رقم 118337950
تاريخ: 18 / 01 / 2019
مصادقة: د. إيش هوني
خرج بوعزيزي
من رئيس المجلس
و بتاريخ 18 / 01 / 2019
ملحق إيداع
فهمسار خليلي

سورة الاحقاف

الإهداء

ما سلكننا البدايات إلا بتيسيره وما بلغنا النهايات إلا بتوفيقه وما حققنا الغايات
إلا بفضلته والحمد لله الذي وفقنا لتثمين هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية،
أهدي ثمرة نجاحي إلى:

وطني الجزائر الصامدة بأهلها.

إلى الانسان الذي علمني كيف يكون الصبر طريقا للنجاح، السند والقدوة أبي الحبيب
أطال الله في عمره إلى باعثة العزم والتصميم صاحبة البصمة الصادقة في حياتي أمي
الحبيبة أطال الله في عمرها.

إلى زهراتي أخواتي (مريم، لينة، مروة وتالا) وقرّة عيني إخوتي (علاء الدين، محمد،
اسماعيل، صغيري وتين)

ولكل من أعطاني يد العون من قريب و بعيد وساعدني في إنجاز مذكرتي.

ديش صونيا

الإهداء

إن كنت مهديا عملي هذا فليست أنسى أبي وأمي طيب الله ثراهما .
وأراح التراب تحت جنبيهما، فما استحق انسان عنائي وتعبي مثليهما وكم تمنيت أن
أهديهما عملي هذا أحياء لكن قضاء الله وقدره جاء هكذا، فرحمة الله تغشى روحهما
الطاهرة ملئ السماوات ولأرض وما بينهما.

كما أهدي هذا العمل إلى أمي الثانية (حبيبة)

وزوجي سندي (سليم)، وقلدة كبدي (نوح، هود وصغيري عبد الرحمان).
كما أهدي عملي هذا إلى كل من أعانني بجهد أو مشورة إلى احبتي جميعا دون أن
استثنى منهم أحدا راجيا المولى العلي القدير أن يجعلها في ميزان حسناتهم.

زواوي رونق

شكر وعرّفان

الشكر والحمد لله الذي يسر لنا أمورنا، والحمد

لله الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة وأعاننا على أداء هذا الجهد ووفقنا وهون علينا
المتاعب وجعلنا شاكرين

حامدين له أرجو اللهم أن تقبل منا هذا العمل وأنت راض عنا.

أتقدم بجزيل الشكر..

إلى من ساندنا بعمله ومشرفا بحكمته تشكراتنا الخالصة إلى

الأستاذ خنتاش عبد الحق المشرف علينا ووقفته معنا في تقديم التوجيهات والنصائح فيما يخص

مذكرتنا أطل الله في عمره وحفظه

مقدمة

تلعب العلامات التجارية دورًا حيويًا في تعزيز الثقة بين المستهلكين والمنتجات، وتساهم في بناء هوية قوية للعلامة في السوق، مما يزيد من تنافسية المنتجات والخدمات التي تحملها، كما أنها تلعب دورًا متميزًا في الحياة الاقتصادية المعاصرة، إذ تعتبر العلامة التجارية أول ما يلفت انتباه المستهلك عند وضعها على المنتجات، وبالتالي تعد رمزًا يميز مصدر السلعة أو الخدمة، وأداة اتصال فعالة بين مالك العلامة التجارية والمستهلك.

تسعى المشاريع الاقتصادية إلى ترويج بضائعها باستخدام وسائل جذب الجمهور، مثل العلامات التجارية المشهورة والتميزة، بهدف استقطاب أكبر عدد ممكن من المستهلكين وجعلهم يتعلقون بالمنتج. يتم ذلك من خلال وسائل الإعلان المتعددة مثل الإذاعة، التلفاز، الصحافة، المنشورات، والملصقات في الأماكن العامة. فالمستهلك غالبًا ما يعتمد على العلامة التجارية كدليل على جودة المنتج، مما يغنيه عن البحث والفحص، حيث تشير شهرة العلامة وسمعتها إلى الجودة وتوفر الصفات المطلوبة. وعادة ما تكون السلع التي لا تحمل علامة تجارية أقل جودة.

بسبب أهمية العلامة التجارية، حظيت بحماية خاصة من خلال العديد من الاتفاقيات الدولية التي وضعت ضوابط ومعايير استرشادية لحمايتها. تبرز أهمية الحماية القانونية للعلامات التجارية لضمان حقوق مالكي العلامات ومنع التعدي عليها.

في الجزائر، يتناول التشريع مجموعة من القوانين والنصوص التي تهدف إلى حماية العلامات التجارية من أي انتهاكات. تشمل الحماية الجزائرية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري عدة تدابير وإجراءات تهدف إلى مكافحة التزوير والتقليد وأي شكل من أشكال الاستغلال غير المشروع للعلامة. أقر المشرع الجزائري عقوبات صارمة على كل من يقوم بتزوير علامة تجارية أو استخدامها بطرق غير قانونية، بهدف الحفاظ على حقوق الملكية الفكرية وضمان بيئة تجارية نزيهة وعادلة.

يعتمد التشريع الجزائري في حماية العلامات التجارية على مجموعة من القوانين، منها القانون رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية، والذي ينص على الإجراءات الواجب

اتباعها لتسجيل العلامة وحمايتها، بالإضافة إلى العقوبات المترتبة على مخالفة هذه القوانين. تشمل هذه العقوبات الغرامات المالية والسجن في بعض الحالات، بالإضافة إلى إلزام المخالفين بتعويض الأضرار التي لحقت بأصحاب العلامات الأصلية.

تشمل الحماية الجزائية أيضاً إجراءات متعلقة بالتحقيق والمحاكمة، حيث تتولى الجهات المختصة التحقيق في قضايا التعدي على العلامات التجارية وملاحقة المخالفين قانونياً. كما يمكن لأصحاب العلامات التجارية اللجوء إلى القضاء لطلب تعويضات عن الأضرار الناتجة عن الانتهاكات.

في ظل التحديات التي تفرضها العولمة والتطور التكنولوجي، تتزايد أهمية تعزيز الحماية القانونية للعلامات التجارية في الجزائر، لضمان جذب الاستثمارات، حماية المستهلكين، والحفاظ على سمعة المنتجات والخدمات المحلية والدولية.

وللإلمام بكل ذلك سوف نقسم الدراسة إلى فصلين، الأول للإطار المفاهيمي للعلامة التجارية وعلى مبحثين أحدهما لمفهوم العلامة التجارية والثاني لتصنيف العلامة التجارية.

أما الفصل الثاني فنخصصه للحماية الجزائية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري وعلى مبحثين الأول لجريمة تقليد لعلامة تجارية، والثاني سنتناول فيه العقوبات المقررة لجريمة الاعتداء على لعلامة التجارية، مما يستدعي البحث عن فعالية النصوص التشريعية في حماية هذه الأخيرة، من خلال طرح الإشكالية التالية :

ما مدى نجاعة النصوص القانونية الجزائية المقررة في التشريع الجزائري لحماية العلامة التجارية من مختلف الاعتداءات؟

أهمية الدراسة

تتمثل أهمية دراسة العلامة التجارية في الانتشار المتزايد لظاهرة الاعتداء عليها مما ينتج عنه آثار سلبية لا تظهر فقط على صاحب العلامة بل تتعدى الى فئة المستهلكين والاقتصاد الوطني بدرجة اولى، مما دفع بالدول الى سن تشريعات خاصة تكفل الحماية القانونية للعلامة التجارية بما فيها الحماية الجزائرية.

فلأهمية هذا الموضوع سوف نبين مدى توفير المشرع الجزائري الحماية الكافية للعلامة التجارية من عدمها.

أسباب اختيار الموضوع

لكل باحث اسباب ودوافع تجعله يعالج ويتمسك بموضوع بحثه فيها ما هو ذاتي وما هو موضوعي فأما الذاتي فهو القابلية والميل الى خوض في المواضيع الهامة والحديثة التي تعرف اقبالا وتطورا في الساحة الاقتصادية والتجارية خاصة.

حماية العلامة التجارية أضحت من المواضيع التي تباها المشرع العربي وبالخصوص المشرع الجزائري وجاء تدريسها في الجامعات متأخرا نوعا ما، لذا وجب الاهتمام بصفة عامة على حقوق الملكية الفكرية والصناعية بشتى أنواعها.

-تطور طرق الاعتداء على العلامة التجارية خاصة بتقليدها رغم الترسنة القانونية التي تسعى الى الحد من الظاهرة.

-نقص مذكرات التخرج التي تناولت هذا الموضوع على مستوى جامعة برج

بوعريرج.

-بصفتنا أو أي أحد منا مستهلكين كثيرا ما وقعنا ضحية لعلامات تجارية مقلدة .
هذه الدوافع تعتمد على الحاجة الملحة للتغيير والتطوير في السياسات الاقتصادية
والاستثمارية وهي تعكس الاهتمام بمصلحة الاقتصاد الوطني وتحسين البيئة الاستثمارية.

أهداف الدراسة

تكمن أهداف الدراسة في حماية أصحاب العلامة التجارية من التطرق الى مختلف
الطرق القانونية التي تقوم بحماية هذا الحقل وكيفية فض الخصومات المنبثقة من التعدي
على العلامة التجارية.

محاولة نشر ثقافة قانونية حول الملكية الصناعية تساهم في الاستعمال المشروع
للعلامة التجارية.

اخبار الغير بمختلف الاتفاقيات الدولية والتشريعات الوطنية بالمستجدات التي طرأت
على مواضيع حقوق الملكية الفكرية والصناعية.

منهج الدراسة

في دراستنا هذه، اتبعنا المنهج التحليلي من خلال هذا المنهج، قمنا بدراسة مختلف
النصوص القانونية المتعلقة بالعلامة التجارية وتحليلها بشكل دقيق واستعنا بالمنهج الوصفي
من خلال عرض مفهوم العلامة التجارية وصور تقليدها، كما أشرنا الى مختلف وسائل
حمايتها.

بهذا الشكل، تمكنا من تقديم دراسة متكاملة تجمع بين التحليل العميق للنصوص
القانونية والوصف الدقيق حماية العلامة التجارية.

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية

تمهيد

تلعب العلامة التجارية دوراً حيوياً في النشاط الاقتصادي والتجاري، حيث تساهم في تمييز منتجات أو خدمات شركة معينة عن تلك الخاصة بالشركات الأخرى. تُعرف العلامة التجارية بأنها كل رمز أو إشارة تُستخدم لخلق هوية فريدة للمنتج أو الخدمة، مما يساعد في بناء الثقة والولاء لدى المستهلكين.

يختلف مفهوم العلامة التجارية عن عناصر الملكية الصناعية الأخرى مثل الاسم التجاري، الذي يعكس هوية الشركة ككيان قانوني وتجاري، والعنوان التجاري الذي يحدد مكان تواجد النشاط التجاري.

تتمثل أهمية العلامة التجارية في تسهيل عمليات التسويق والترويج، وتعزيز القدرة التنافسية، بالإضافة إلى توفير حماية قانونية ضد التقليد والسرقة. تسجيل العلامة التجارية في الهيئات المختصة يمنح صاحبها حقوق الملكية الحصرية ويمكنه من اتخاذ الإجراءات القانونية لحمايتها.

المبحث الأول: ماهية العلامة التجارية

العلامة التجارية التي تميز المنتجات عن غيرها، وتعد في كثير من الأحيان أهم عناصر المحل التجاري، فهي تسمح للجُمهور بمعرفة أصل المنتج الذي سيشتريه أو الخدمة التي يطلبها، ومن خلالها يستطيع الزبون أن يتجنب أي خداع أو غش. وفي هذا المبحث سيتم التطرق إلى تعريف العلامة التجارية في المطلب الأول، بالإضافة إلى تمييز العلامة التجارية عن غيرها المصطلحات المشابهة في المطلب الثاني.

المطلب الأول: مفهوم العلامة التجارية

نظرا للدور الذي تلعبه العلامة التجارية في المجال الاقتصادي بمختلف جوانبه كان لا بد من التوسع في تفسير لفظ العلامة التجارية وإعطائها تعريفا شاملا.

الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية لغةً

لغرض تحديد معنى العلامة التجارية لغةً لا بد لنا ابتداءً من توضيح معنى العلامة ومن ثم تحديد معنى التجارية:

العلامة: هي جمع علم أو علامات وهي السمة أو الإشارة¹ العلامة والعلم هما مصباح يضئ به الضالون في دروبهم، وهما مرشد يهديهم إلى الطريق الصحيح² والعلامة هي الأثر أو المنارة أو الجبل الطويل والإمارة والراية.³

¹ د. نزار سيد احمد ود. مصطفى محمد - المعجم الوسيط - ج1 و2 - دار إحياء التراث العربي للطباعة والنشر - ط1 - 2008 - ص 371.

² 1 - العلامة أبي الفضل جمال الدين ابن منظور - لسان العرب - المجلد العاشر ط1 دار صادر - بيروت 2005 - ص264.

³ د. لويس معلوف - المنجد في اللغة - ط17 - بيشرو - بدون مكان طبع ولا سنة طبع - ص526، وكذلك محمد بن أبي بكر الرازي - مختار الصحاح - دار الكتاب العربي - بدون سنة طبع - ص 451 و452

الفرع الثاني: تعريف العلامة التجارية اصطلاحاً

إن تعدد التعريفات الموضوعية للعلامة التجارية واختلافها لم يقتصر على المستوى الفقهي فقط، بل يظهر بشكل أكبر في التشريعات أيضاً. فكل تشريع قام بصياغة تعريف خاص للعلامة التجارية وفقاً لمعطيات ومحددات تتعلق بظروف وأحوال كل دولة. فقد عرفها المشرع الجزائري في المادة الثانية من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات بأنها "كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص، والأحرف، والأرقام، والرسومات، أو الصور، أو الأشكال المميزة للسلع أو تغليفها، والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره".¹

كما نشير إلى تعريف العلامة التجارية الوارد في الأمر 66-57، الذي ألغي بموجب الأمر 03-06. لم يكن المشرع الجزائري في السابق يستعمل عبارة "الرموز القابلة للتمثيل الخطي"، بل كان يستخدم عبارة "السمات المادية" القادرة على تمييز المنتجات، وقدم قائمة طويلة من الأمثلة على ذلك.²

يتضح من نص المادة الثانية من الأمر 03-06 أن المشرع الجزائري اعتمد على مفهوم واسع للعلامة التجارية عند تعريفها، متجنباً وضع تعريف محدد لها لتفادي التعارض مع التطورات المستمرة في ميدان التجارة والحياة الاقتصادية بشكل عام. يمتاز هذا التعريف بأنه لم يقتصر على السلع التجارية والمنتجات الصناعية، بل شمل أيضاً كل رمز يُستخدم لتمييز منتجات عمل صناعي، تجاري أو زراعي، بالإضافة إلى علامات خدمات مشروع عن خدمات مشروع آخر منافس له.

¹ الفقرة الأولى من المادة الثانية، الأمر 03-06، المؤرخ في 19 جمادى الأولى 1424هـ الموافق ل 19 يوليو

2003، يتعلق بالعلامات التجارية، ج ر، العدد 44، 2003.

² المادة الثانية من الأمر 66-57 (ملغى)، مرجع نفسه.

كما يتضح من النص أن المشرع الجزائري أورد الصور والأشكال على سبيل المثال لا الحصر، حيث استخدم عبارة "لا سيما"، مما يعني أن القائمة غير حصرية ويمكن أن تشمل عناصر وأشكال أخرى للعلامات التجارية، وهذا يترك لقاضي الموضوع سلطة تقديرية لاستخلاص وجود أشكال أخرى.

ومن الجدير بالذكر أن اعتبار المشرع الجزائري العلامة التجارية "كل رمز قابل للتمثيل الخطي" يعني استبعاد الرموز التي لا تقبل بطبيعتها التمثيل الخطي، مثل الروائح والأصوات، على الرغم من أن بعض التشريعات الأخرى تشملها نظراً للتقدم التكنولوجي المستمر في مختلف المجالات الصناعية والخدماتية.

يُنقَد هذا التعريف لأنه لم يفرق بين علامة المصنع والعلامة التجارية، بل جمع بينهما تحت مصطلح "علامة السلعة". وكان من الأفضل تبني التفرقة بين العلامة التجارية وعلامة المصنع، كما كان معمولاً به في القانون السابق، لأن مصطلح "السلعة" له معاني متعددة اقتصادية، قانونية واجتماعية.

أما المشرع المصري فقد عرف العلامة التجارية بأنها "كل ما يميز منتجاً، سواء كان سلعة أو خدمة، عن غيره، وتشمل على وجه الخصوص الأسماء المتخذة أشكالاً مميزة، والإمضاءات، والكلمات، والحروف، والأرقام، والرسوم، والرموز، وعناوين المحال، والدمغات، والأختام، والتصاووير، والنقوش البارزة، ومجموعة الألوان التي تتخذ شكلاً خاصاً مميزاً، وكذلك أي خليط من هذه العناصر إذا كانت تُستخدم أو يُراد استخدامها لتمييز منتجات عمل صناعي، أو استغلال الغابات، أو مستخرجات الأرض، أو أي بضاعة، أو للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات، أو مرتبتها، أو ضمانها، أو طريقة تحضيرها. وفي جميع الأحوال، يجب أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر".¹

¹ المادة 63 من قانون الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002، ج ر، عدد 22، مؤرخة في 2002/04/02.

يلاحظ من هذا التعريف أن المشرع المصري قام بتعداد أشكال العلامات التجارية على سبيل المثال وليس الحصر، حيث استخدم في النص عبارة "وتشمل على وجه الخصوص..." كما اشترط صراحة أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر، أي يمكن رؤيتها بالعين المجردة، مما يعني أن المشرع المصري لا يعترف بالعلامات التي تُدرك بحواس أخرى غير البصر، مثل علامات الصوت أو الرائحة¹، وبذلك فالمشرع المصري قد توسع في مفهوم العلامة التجارية.

الفرع الثالث: التعريف القضائي للعلامة التجارية

بالرغم من الأهمية الكبيرة لدور القضاء في التعريف والتوضيح والشرح، إلا أنني لم أعثر في نطاق أحكام القضاء الجزائري على أي تعريف للعلامة التجارية، على عكس ما هو الحال في القضاء المصري والأردني والفرنسي. فقد عرفت محكمة الاستئناف المصرية العلامة التجارية بأنها "العلامات والشارات والبطاقات التي تُستخدم كرموز لبيان مصدر وطبيعة الصفات الخاصة للبضائع، والتي تسمح للمستهلكين بالتمييز بينها بسهولة وبين مختلف الصناعات والتجار"².

كما عرفت محكمة العدل العليا الأردنية العلامة التجارية بأنها "الإشارة التي يستعملها شخص لتمييز بضائع أو منتجات أو صفة فارقة، موضوعة بشكل يكفل تمييز بضائع صاحبها عن بضائع غيره من الناس. والغاية التي هدف إليها المشرع هي منع وقوع جمهور المستهلكين في الغش وعدم تشجيع المنافسة غير العادلة وفقاً لأحكام المادة الثامنة منه"³.

¹ خاطر لطفي، موسوعة حقوق الملكية الفكرية، دراسة تأصيلية للقانون رقم 82 لسنة 2002 في شأن حقوق الملكية الفكرية، مجلة حلوان، جامعة حلوان، 2003، ص 6.

² سعيد أحمد، قضاء النقض في المواد التجارية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2004، ص 528

³ صلاح زين الدين، العلامة التجارية وطنياً ودولياً، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005، ص

المطلب الثاني: تمييز العلامة التجارية عن غيرها من المصطلحات المشابهة

تمييز العلامة التجارية عن المصطلحات المشابهة لها يجعلنا نفهم تعريف العلامة التجارية بشكل أفضل، ويحدد خصوصياتها التي تمكننا من فصل المفاهيم وتجنب الخلط بينها وبين ما قد يشابهها، خاصة من حيث الطبيعة القانونية. سنقوم في النقاط التالية بمقارنتها مع: تسميات المنشأ، براءة الاختراع، الرسوم والنماذج الصناعية، الاسم التجاري، والعنوان التجاري.

الفرع الأول: تمييزها عن تسميات المنشأ

نصت المادة 01 من الأمر 65/76 المتعلق بتسميات المنشأ على أن "تسمية المنشأ تعني الاسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو جزء من منطقة أو ناحية أو مكان مسمى، ومن شأنه أن يشير إلى منتج نشأ فيه، بحيث تكون جودة هذا المنتج أو مميزاته منسوبة حصراً أو أساساً إلى بيئة جغرافية تشمل العوامل الطبيعية والبشرية".

ومن جهة أخرى، نصت المادة 02/3 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03/09 على أنه "... يجب في جميع الحالات أن يستجيب المنتج أو الخدمة للطلبات المشروعة للمستهلك، لا سيما فيما يتعلق بطبيعته وصفته ومنشأه..."¹

وفي اتفاقية تريبس، تُعرف تسمية المنشأ بمؤشرات جغرافية، وهي التي تحدد منشأ سلعة ما في أراضي إحدى الدول الأعضاء في الاتفاقية أو في موقع محدد داخلها. يتم ذلك عندما تكون نوعية السلعة أو سمعتها أو سماتها الأخرى مرتبطة بشكل أساسي بمنشأها الجغرافي.²

وبناءً على ذلك، يتضح أن العلامة التجارية لا ترتبط بمنطقة جغرافية كما يحدث في تسمية المنشأ. وحتى لو كانت العلامة تخص إنتاجاً أو تجارة أو خدمة، فإن تسمية المنشأ تتعلق بمنطقة معينة بسبب خصوصياتها الطبيعية أو البشرية، بخلاف المناطق

¹ قانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر، عدد 15، ص 4.

² اتفاقية تريبس: اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية، أبريل، 1994.

الأخرى بالكامل، مثل منطقة معدنية كاملة أو المدينة السعيدة والعصرية مثلاً. وبالإضافة إلى ذلك، سواء كانت العلامة التجارية، صناعية، أو علامة خدمة، فإنها قد تتخذ أشكالاً متنوعة مثل رموز أو صور أو تسميات عامة أو خاصة. وعندما يكون لتسمية المنشأ خصوصية، يرتبط ذلك بمنطقة محددة بشكل فريد دون غيرها، كما يُشير إلى ذلك قرار قضائي فرنسي صادر في 19/09/1984، الذي ألزم شركة TAURENT SAINT YVES بعدم استخدام كلمة "PARIS" إلا بإرفاقها بالاختصار "L.S.Y"، ما لم يُظهر دليل على وجود ابتكار خاص¹.

الفرع الثاني: تمييزها عن براءة الاختراع

تعتبر كل من العلامة التجارية وبراءة الاختراع من عناصر الملكية الصناعية، وربما تكونان متممتين لبعضهما البعض، بينما تُعد براءة الاختراع هي الوثيقة التي تُثبت وتحدد الاختراع بمميزاته وتمنحه الحماية القانونية، ويشترط لمنح براءة الاختراع الجديدة أن يكون الاختراع جديداً وفكرة مبتكرة وقابلة للتطبيق الصناعي وغير متعارضة مع النظام العام.

وفي هذا السياق، تنص المادة 02 في فقراتها 01 و02 من قانون براءات الاختراع الصادر بموجب الأمر رقم: 07/03 بتاريخ: 2003/07/19 على أن "الاختراع هو فكرة مبتكرة تسمح عملياً بإيجاد حل لمشكلة محددة في جملة التقنية. وبراءة الاختراع وسيلة لتأمين حماية الاختراع"².

¹ جلال وفاء محمدين، الحماية القانونية للملكية الصناعية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، مصر، ص

124.

² الأمر 07/03، المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق ببراءة الاختراع، ج ر، عدد 44، ص 15.

وفقاً للمادة 27 من اتفاقية تريبس، يُمكن الحصول على براءة اختراع لأي اختراعات، سواء كانت منتجات أو عمليات صناعية، في جميع مجالات التكنولوجيا، شريطة أن تكون مبتكرة وتمثل خطوة إبداعية وقابلة للاستخدام في الصناعة.¹

الفرع الثالث: تميزها عن الرسوم والنماذج الصناعية

إن الرسوم حسب المادة 01 من الأمر 86/66² المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية، يُعرف الرسم على أنه "أي تركيب للخطوط أو الألوان أو يهدف إلى منح مظهرًا خاصًا لشيء صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية". يتضح من هذا التعريف أن مفهوم العلامة التجارية أوسع وأكثر شمولاً من مفهوم الرسم، حيث يُمكن استخدام الرسم ليكون جزءاً من العلامة. وتتص الفقرة الثانية من نفس المادة على أن "يُعتبر نموذجاً كل شكل قابل للتشكيل أو مجموعة ألوان أو تركيباتها، أو أي شيء صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية يمكن استخدامه كنموذج لتصنيع وحدات أخرى، ويتميز عن النماذج المشابهة له بمظهره الخارجي".³

لكل من العلامة التجارية والرسوم والنماذج الصناعية وظائف محددة تهدف إلى تعزيز الترويج للسلع والخدمات، لكن هناك اختلافات في مدة الحماية المقررة لها بالنسبة للرسوم، حددها الأمر في المادة 13 بمدة تصل إلى 10 أعوام تسري اعتباراً من تاريخ الإيداع، في حين أن مدة حماية العلامة التجارية قد تستمر لفترة أطول إذا قام صاحبها بتجديدها في المواعيد المحددة قانونياً.

¹ محمد إبراهيم الوالي، حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983، ص 105-106.

² الأمر رقم 86/66 المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية، المؤرخ في 28/04/1966، ج ر، عدد 35، ص 20.

³ فتيحة لعلام، حماية العلامة التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري، مذكرة ماستر، تخصص قانون جنائي للأعمال، جامعة العربي بن مهيدي، أم بواقي، 2013/2014، ص 09.

ومن الجهة الأخرى، لا ينتج عن الرسم أو النموذج حق امتياز إلا إذا كان موجوداً، ويعتقد معظم الفقهاء أن المصدر الحقيقي للحماية ليس التسجيل فقط بل وجود الرسم أو النموذج بشكله المنفصل عن المنتج المصنوع، لذا اشترط المشرع إيداع نسخة من الرسم أو النموذج ليتمكن المصلحة المختصة من التحقق من وجوده بشكله المادي المنفصل عن البضائع المصنوعة.

الفرع الرابع: تمييزها عن الاسم التجاري

تمت الحماية القانونية للاسم التجاري ابتداءً من اتفاقية باريس، حيث جاءت المادة 8 من هذه الاتفاقية لتتص على أن "حماية الاسم التجاري تسري في جميع الدول الأعضاء دون الحاجة لابتكاره أو تسجيله، سواء كان جزءاً من علامة صناعية أو تجارية أو بدونها". وبحسب المادة 3/78 من القانون التجاري في الفصل المتعلق بعناصر الملكية التجارية، "يشمل الاسم التجاري بالإضافة إلى ذلك جميع الموارد الأخرى اللازمة لاستغلال الملكية التجارية كعنوان ملكية واسم تجاري".¹

رغم أن العلامة التجارية والاسم التجاري يتشابهان في كونهما عناصر معنوية للمؤسسة التجارية، إلا أنهما يختلفان في عدة نقاط:

1. **الغرض:** تُستخدم العلامة التجارية لتمييز البضائع أو الخدمات أو المنتجات، بينما يُستخدم الاسم التجاري لتمييز المنشأة التجارية عن غيرها، فهو التسمية التي تُطلق على المنشأة التجارية من قبل التاجر الفردي أو الشركة لتمييز أعمالهم التجارية عن غيرها.
2. **الحماية القانونية:** تتمتع العلامة المسجلة بحماية قانونية شاملة في كافة الأقاليم الوطنية، بينما تكون محمية الاسم التجاري مقتصرة على المنطقة التي يتم فيها تسجيل النشاط التجاري.

¹ اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المؤرخة في 20 مارس 1983.

3. **التشابه:** يمكن أن يشترك العدة أشخاص في استخدام اسم تجاري واحد، وهذا يختلف عن العلامة التجارية التي يجب أن تكون فريدة لكل منتج أو خدمة.

4. **الحماية القانونية:** تتمتع العلامة التجارية بحماية قانونية مزدوجة، سواء مدنية أو جنائية، بينما يقتصر حماية الاسم التجاري على الجانب المدني فقط وتتعلق بدعاوى عدم المنافسة الغير مشروعة.

رغم هذه الاختلافات، يمكن للعلامة التجارية والاسم التجاري أحياناً أن يتداخلان، وذلك في الحالات التي يكتسب فيها الاسم التجاري شهرة كبيرة بين العملاء، مما يدفع صاحبه إلى تسجيله كعلامة تجارية. في هذه الحالة، يمتد نطاق حماية الاسم التجاري إلى جميع أنحاء البلاد بدلاً من أن يكون مقتصرًا على منطقة نشاط المؤسسة التجارية.¹

الفرع الخامس: تمييزها عن العنوان التجاري

العنوان التجاري يُعتبر عنصرًا أساسيًا من عناصر العلامة التجارية، حيث يشمل رموزًا أو عباراتٍ خارجية تهدف إلى تمييز المؤسسة التجارية عن غيرها وجذب العملاء. يُعتبر أساسيًا للحفاظ على الزبائن وتميز المؤسسة في السوق. ويجب أن يحظى العنوان التجاري بالحماية القانونية، حيث يُشترط له الأصالة والقابلية للتمييز، ويخضع لنفس متطلبات الابتكار والشرعية كما العلامة التجارية. على سبيل المثال، قد لا يكون من الممكن تحديد عبارات عامة مثل "بيتزا" كجزء من العنوان التجاري، إذ قد تكون غير محمية قانونًا.

¹ جلال وفاء محمد، مرجع سابق، ص 125.

المبحث الثاني: أشكال وأنواع العلامات التجارية

العلامة التجارية لا تحظى بالحماية إلا عندما تتبنى أشكالاً معينة، ويمكن العثور على تعريفات لأشكال العلامات التجارية في بعض التشريعات، وتلك التعريفات ليست شاملة بل تُقدم كبيان أو تمثيل للأشكال الممكنة دون أن تكون حصرية. يعود ذلك إلى صعوبة حصر جميع الأشكال التي يمكن أن تتخذها العلامات التجارية. عمومًا، يمكن القول إن للعلامات التجارية أشكالاً متعددة، وسنستعرض بعضها في الجزء الأول، بينما سنتناول أنواع العلامات التجارية في الجزء الثاني.

المطلب الأول: أشكال العلامات التجارية

العلامة التجارية يمكن أن تتجلى بتسميات، كلمات، حروف، أرقام، رسوم، رموز، أو تصاوير، وقد يحدث اختلاط بين هذه الأشكال المختلفة. فيما يلي، سنستعرض هذه الأشكال بالتفصيل.

الفرع الأول: العلامات الاسمية

العلامات الاسمية هي تلك العلامات التي يمكن نطقها، وتتألف من مجموعة من الحروف التي لها معنى أو لا، ويمكن رؤيتها على شكل كتابة، وسماعها من خلال اللفظ. وفي هذا السياق، يشير الاسم إلى اسم صاحب العلامة التجارية، سواء كان تاجرًا أو منتجًا أو مقدمًا للخدمات.¹

يُمكن للعلامة التجارية أن تتخذ شكلًا يعتمد على الأسماء، وفي هذه الحالة، يجب أن يكون الاسم مميزًا ومحددًا بشكل خاص، وقد أكد المشرع الجزائري ذلك في المادة الثانية من الأمر 03-06، حيث ذُكر: "كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، وخاصة الكلمات بما في ذلك أسماء الأشخاص".

¹نعيم مغيب، الماركات التجارية والصناعية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2005، ص 24.

وبناءً على ذلك، يُسمح باعتماد أسماء الأشياء وأسماء الأشخاص كعلامة تجارية لتوضع على المنتجات، ولكن بشرط أن يكون للاسم شكلاً محدداً ومميزاً، مثل وضعه داخل دائرة أو مربع أو مثلث، أو كتابة الحروف باستخدام ألوان خاصة تميزها عن غيرها. هذا يأتي لأن الحماية في هذه الحالة تكون مرتبطة بالشكل المميز هذا.¹

الأسماء الشخصية التي تكون مجردة من أي شكل يميزها، لا يمكن أن تكون علامات تجارية صالحة، لأن أحد أهم خصائص العلامة التجارية هو أن تكون فريدة ومميزة لتؤدي وظيفتها بشكل فعال. لذلك، فاستخدام أسماء شخصية مجردة كـ "أحمد" "علي"، "خالد" كعلامات تجارية غير ملائم، بسبب احتمالية التشابه بينها، وعدم تمييزها بشكل كافٍ للفرد عن العلامات التجارية الأخرى.²

بالرغم من أن معظم التشريعات سمحت باستخدام الأسماء الشخصية أو العائلية كعلامات تجارية، إلا أن المشرعين في الجزائر، وفرنسا، ومصر، أقرّوا بضرورة تحديد الشكل الذي ينبغي لهذه الأسماء أن تتخذه عند استخدامها كعلامات تجارية، لتميزها عن الحقوق المتعلقة بالشخصية وأكد القضاء في هذه الدول ضرورة أن تتخذ الأسماء أشكالاً معينة في كتابتها أو تكون لها صوتاً محدداً عند النطق بها، مما يعني أنه يجب مراعاة الشكل الرمزي الذي تأخذه العلامة التجارية المستمدة من الاسم العائلي، وقد أصدرت المحكمة الجزائرية حكماً حيث اشترطت ضرورة أن يكون للعلامة التجارية التي تستمد من الاسم العائلي طابع مميز عند رسمها.³

¹ علي جمال الدين عوض، التشريع الصناعي، حقوق الملكية الصناعية والتنظيم الصناعي التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة، د.ت، ص 268.

² محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، ص 206.

³ فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري، المحل لتجاري والحقوق الفكرية والقسم الثقافي، ابن خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر، ص 216.

وفقاً للقضاء المصري، فقد قضت محكمة النقض المصرية بأن العلامة التجارية قد تكون مستمدة من اسم التاجر أو الصانع شريطة أن يكون لهذا الاسم شكلاً مميزاً. وينص القانون على أنه يحمي الشكل الذي يتخذه الاسم، وليس الاسم نفسه، وبناءً على ذلك، فإنه لا يجوز استخدام الأسماء الشخصية كعلامات تجارية، لتجنب التشابه بين الأسماء.¹

الفرع الثاني: الحروف والأرقام

بعض التجار والمؤسسات يتخذون الحروف كعلامة تجارية، حيث تكون هذه الحروف عادة مشتقة من الأحرف الأولى لاسم المؤسسة، أو تمثل صفة مميزة أو وقعاً خاصاً. يتميز استخدام الحروف بهذه الطريقة بسهولة حفظها وتداولها بين جمهور المستهلكين، مما يحقق الغرض المرجو من العلامة التجارية. وبالمثل، تكون الأرقام المميزة مقبولة شريطة أن لا يكون هناك فيها أي غش أو تضليل للجمهور. ومن الأمثلة على هذا النوع من العلامات التجارية الشهيرة علامة "up7" للمشروبات الغازية، وعلامة "BMW" للسيارات، وعلامة "BCR" لألوان المنزلية.²

تنص الأمر 06-03 الجزائري على أن الأحرف والأرقام تُعتبر رموزاً قابلة للتمثيل الخطي، وهو ما يُشابه ما ينص عليه قانون الملكية الفكرية الفرنسي. يُمكن أن تكون الأحرف المكونة للعلامة التجارية بمفردها أو على شكل مختصر، وفي هذه الحالة، يجب أن يكون للعلامة سجل عمل طويل قبل تسجيلها. ومن المثال على ذلك، رفضت محكمة النقض الفرنسية الاستئناف ضد قرار مجلس قضاء باريس الذي اعتبر العلامة "MMsérie." غير مميزة لمنتجات برامج الحاسوب، بسبب عدم وجود رمز مخصص

¹ ربا طاهر القليوبي، حقوق الملكية الفكرية (تشريعات، أحكام قضائية، اتفاقيات دولية، مصطلحات قانونية، ط1، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1998، ص 23.

² بربيري محمود مختار أحمد، قانون المعاملات التجارية، ج 1، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2000، ص

معين لها، واعتبرت أن الحرف "M" ليس له تمييز ولا يتميز برسم مميز، وبالتالي لا يمكن حمايتها.

تنص التشريعات الجزائرية على إمكانية تسجيل علامات تجارية تتألف من أرقام حيث يمكن تسجيل علامة تجارية تتكون من أربعة أرقام، وتعتبر الأحرف والأرقام من الرموز القابلة للتمثيل الخطي، ومن المهم الإشارة إلى أنه لا يُسمح بتسجيل الرقم وحده كعلامة تجارية لأنه يمكن للآخرين استخدامه، وهذا ما نصت عليه محكمة العدل العليا الأردنية، وقد اعتبرت محكمة النقض الفرنسية أن الرمز يجب أن يكون مميزاً، ويجب أن يكون استخدامه غير مألوف لحظة الاعتماد حتى يكون قابلاً للتسجيل كعلامة تجارية وبالتالي فإنها قضت بحماية العلامة ضد أي علامة مشابهة.¹

في النهاية يتوقف تمييز العلامات التجارية على الصورة العامة التي تتركها في الذهن نتيجة تركيب الأحرف والأرقام معاً، بغض النظر عن العناصر المشتركة بينها وهذا يساعد في حمايتها من أي اعتداءات قد تتعرض لها.

الفرع الثالث: الرسوم والرمز والصور

الرسم يُعرّف عادة على أنه مجموعة من المرئيات المنظمة بشكل فني، ويمكن أن يشمل ترتيباً للخطوط وأشكالاً طبيعية أو مبتكرة، وقد يكون مصحوباً بالألوان أو يكون رسوماً مجسمة، حيث يستخدم الرسم للإشارة إلى شيء محدد أو لتمييزه عن غيره²، يتضمن الرسم عادة مناظر محددة تجذب الانتباه مثل رسم صياد يحمل قوساً أو غزالاً يركض أو صقر يقف على شجرة.³

¹صلاح زين الدين، العلامة التجارية وطنيا ودوليا، مرجع سابق، ص 93.

²عامر محمود الكسواني، لتزوير المعلوماتي، ص 93.

³عبد الفتاح بيومي حجازي، الملكية الصناعية في القانون المقارن، دار لفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر، 2008،

يمكن التعرف على الرسم بمجرد النظر إليه، ويعتبر تكويناً فنياً يتضمن إبداعاً خيالياً، وقد تم التطرق إلى الرسوم في التشريعات الجزائرية، كما هو مبين في المرسوم 03-06، وكذلك في قانون الملكية الفرنسي.

يجوز للتاجر استخدام الرسوم لتمييز بضائعه ومنتجاته عن غيرها، ويمكن أن يكون الرسم مشتقاً من نوع السلعة التي يميزها، مثل استخدام صورة بقرة لتمييز منتجات الألبان. إذا استخدم التاجر الرسم دون إضافات، فإنه لا يحصل على حقوق حصرية ويمكن للتاجر الآخر استخدام نفس الرسم. ولكن إذا أضاف التاجر الأول بعض العناصر أو الألوان للرسم، فإنه يصبح لديه شكل مميز ويُحظر استخدامه من قبل الآخرين.¹ بالنسبة للرموز، فهي تشمل الرسوم المرئية مثل النجمة أو الهلال، وتعتبر ملكية التسمية تتضمن ملكية الرمز المرتبط بها، والعكس صحيح. يمكن للرمز أن يكون مميزاً بمفرده أو يكون جزءاً من رمز معقد، مثل النجمة الثلاثية داخل دائرة. تنص التشريعات الجزائرية والفرنسية على حماية الرموز المميزة للسلع، مثل شعار "مرسيدس-بنز" في الجزائر والمادة 711 في قانون الملكية الفكرية الفرنسي.²

بالنسبة للصور، فهي تشمل الصور الفوتوغرافية للأشخاص أو الرموز الرمزية مثل صورة بحار أو حيوانات. يجوز للتاجر استخدام صورته الشخصية كعلامة تجارية لتمييز منتجاته، ويعتبر ذلك حقاً مميزاً يحظر انتهاكه، يتعين على الصور أن تكون مميزة وغير مجرد زخرفة، ويجب أن يكون الغرض الرئيسي منها التمييز بين البضائع في بعض

¹ عبد الله عبد الكريم عبد الله، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية على شبكة الأنترنت، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، 2008، ص 79-80

² الشمري محمد عبد الرحمن، حماية العلامة التجارية في ضوء اتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس)، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، كلية الحقوق، 2004، ص 79.

الحالات، يمكن تسجيل الرموز كعلامات تجارية دون الحاجة إلى إثبات وجود قيمة معنوية.¹

بشكل عام، يتمتع الرمز الذي يكون مميزاً بحماية تجارية إذا كان يعكس شخصية خاصة أو كان له معنى تجاري مميز.

الصور تمتلك تأثيراً قوياً على بصيرة الإنسان، حيث تكون أفضل في التعبير عن المشاعر والأفكار من الكلمات، وتكون أكثر فاعلية وسرعة في نقل رسائل أو أفكار معينة. فالعين تلتقط الصورة بسرعة أكبر من معالجة الجمل المكتوبة، وتثبت الصورة في الذاكرة بشكل أسرع من العبارات.²

صاحب العلامة التجارية يرغب في أن تكون الصورة المرتبطة بعلامته ملائمة لنوعية المنتج أو الخدمة التي يقدمها، وغالباً ما تكون هذه الصورة متماشية مع جمهوره المستهدف. فعلى سبيل المثال، إذا كانت العلامة التجارية موجهة للأطفال وتتعلق بمنتجات وخدمات تستهدفهم، فإن استخدام صور الأطفال والدمى سيكون ملفتاً للنظر وسيجذب انتباههم بشكل كبير.³

الفرع الرابع: الألوان

يجوز استخدام الألوان كعلامة تجارية شريطة أن تكون مشتقة من توليفة متجانسة ومنسقة لعدة ألوان، تكوّن شكلاً خاصاً ومميزاً. يتطلب ذلك تسجيل الألوان المستخدمة في العلامة التجارية، مثل استخدام الأحمر ثم الأبيض ثم الأحمر الذي يرتبط بمعجون

¹ سمير فرنان بلي، قضايا لقرصنة الصناعية التجارية والفكرية، الجزء الأول، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2001، ص 92.

² لمرجع نفسه، ص 80

³ عبد الفضيل محمد أحمد، الاعلان عن المنتجات والخدمات من الوجهة القانونية، مكتبة الجلاد الجديدة، المنصورة، مصر، 2007، ص 91.

الأسنان "سيجنال"، وقد نص المشرع الجزائري على ذلك في الأمر 03-06¹ المتعلق بالعلامات.

بالإمكان أن تكون العلامة التجارية مقتصرة على لون واحد أو أكثر، أو يمكن اعتبار اللون جزءاً منها، ويتم تقدير الصفة المميزة لتلك العلامة في الحالات المختلفة ومع ذلك، لا يعني مجرد تسجيل لون معين كعلامة أو جزء منها منع الآخرين من استخدامه في علامة أخرى لنفس الفئة أو غيرها، ما لم يؤدي ذلك إلى تشابه كبير بين العلامتين يسمح بالخداع والضلالة للجمهور.²

يمكن للعلامة التجارية أن تكون مكونة من مجموعة من الألوان، حيث يمكن تركيبها بترتيب محدد ووفق تصميم معين، مثل الألوان الموجودة على الأشرطة والشارات والمربعات المتناسقة، إذ وفقاً للقانون الجزائري يُسمح بتكوين العلامة التجارية من مجموعة من الألوان، طالما تلبى الشروط الموضوعية لصالحية العلامة التجارية.

الفرع الخامس: الدمغات والأختام والنقوش والأغلفة والأوعية

تُعرف العلامات المحفورة كتلك التي يتم نقشها على السطوح، أما الأختام فهي العلامات التي تظهر على المواد المستخدمة في إحكام غلق الأوعية أو الزجاجات أو الصناديق، مثل الشمع والرصاص. أما النقوش فتشمل الرسوم والأرقام والكلمات البارزة التي يتم وضعها على السطوح عن طريق النقش أو الحفر أو الصهر في القوالب.³

يركز المشرع الجزائري في أمر 03-06 على الأشكال المميزة للسلع أو طرق توضيبيها، والتي تُعد أساليب لوضع العلامات التجارية على المنتجات، وهو ما يؤكد جانب من الفقه أيضاً.

¹ المادة الثانية الفقرة الأولى من الأمر 03-06 السالف الذكر "العلامات... كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما ... الألوان بمفردها أو مركبة"...

² صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص 85.

³ محمود مختار بريري، مرجع سابق، ص 1008.

قد تكون العلامة التجارية متميزة بشكل خاص في تغليف المنتجات أو الزجاجات التي تُستخدم لتخزين السلع، مما يميزها عن الشكل العادي لتلك الأوعية، وهذا يتم عن طريق استخدام أشكال هندسية محددة أو وجود عناصر تصميمية مميزة في العبوة، مثل الانحناءات أو الانبعثات التي تُعطي الزجاجة طابعاً فريداً.¹

وينص المشرع الجزائري في أمر 03-06² على إمكانية تكوين العلامة التجارية من خلال الأشكال المميزة للسلع أو طرق توضيحتها، وذلك ضمن الرموز القابلة للتمثيل الخطي والقابلة لتكوين علامة تجارية صحيحة.

المطلب الثاني: أنواع العلامات التجارية

تتنوع العلامات التجارية بحسب التنوع في الأنشطة التي يمارسها الأفراد، حيث تنقسم إلى علامات تجارية حسب موضوعها في الفرع الأول، وعلامات تجارية حسب أصحابها في الفرع الثاني، وعلامات تجارية حسب الغرض من استخدامها الفرع الثالث.

الفرع الأول: العلامات التجارية حسب موضوعها

تتنوع العلامات التجارية بحسب موضوعها، حيث تنقسم إلى علامات تجارية تشمل المكان الذي تُستخدم فيه، وتُستخدم لتمييز المنتجات الموزعة أو المُنتجة، بغض النظر عن مصدر البيع. يُعرف مفهوم العلامة التجارية بأنها الإشارة ذات الشكل المميز التي يضعها التاجر على السلع التي يُوزعها أو يُنتجها، وذلك لتمييزها عن منتجات الآخرين. هذا المفهوم يختلف تفسيره بين الفقهاء والمشرعين، ولكن بشكل عام، تُعرف العلامة التجارية على أنها إشارة مميزة يستخدمها الشخص لتمييز منتجاته أو خدماته عن منتجات أو خدمات الآخرين.

تشمل العلامات التجارية حسب هذا المعيار ثلاثة أنواع رئيسية:

¹مصطفى كمال طه، أساسيات القانون التجاري، منشور ارت الحلبي الحقوقية، لبنان، 2006، ص 737.

²الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية، مرجع سابق.

1. **العلامة التجارية:** تُستخدم هذه العلامة لتمييز المنتجات التي يوزعها أو يُشارك في إنتاجها التاجر، وتُعتبر علامة لمصدر البيع، سواء كانت المنتجات تُوزع بالجملة أو بالتجزئة، أو حتى تُنتج مباشرة من قِبَل التاجر. يختلف تعريف هذه العلامة بين الفقهاء والقوانين، ولكن بشكل عام، تُعتبر العلامة التجارية إشارة مميزة يستخدمها صاحب المصنع أو التاجر لتمييز منتجاته عن المنتجات الأخرى.¹

2. **العلامة الصناعية:** تُعتبر هذه العلامة سمة مميزة تضعها الشركة المُصنعة على المنتجات التي تنتجها، سواء كانت هذه المنتجات نهائية أو منتجات أولية، تُمكن العلامة الصناعية صاحبها من تحديد خصائص منتجاته وجودتها وتميزها عن المنتجات الأخرى.²

3. **علامة الخدمة:** تُعتبر هذه العلامة إشارة يستخدمها مقدمو الخدمات مثل الفنادق والمطاعم وشركات النقل ووكالات السياحة والشركات الإعلانية، لتمييز خدماتهم عن خدمات الآخرين. تُطبق علامة الخدمة على الخدمات بشكل أساسي، وتُعتبر مهمة خاصة مع ازدياد أهمية قطاع الخدمات في الاقتصاد.³

يظهر أهمية تجارة الخدمات مع تطور الاقتصاد العالمي، وتحرير التجارة العالمية في قطاع الخدمات أصبح أحد الأولويات.

¹نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية والملكية الصناعية، دراسة مقارنة بين القانون الأردني والإماراتي ولفرنسي، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2005، ص 269.

²أكثم أمين خولي، التشريعات الصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة، بدون سنة نشر، ص 127

³حمدي غالب الجبيري، العلامات التجارية، لجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، 2012، ص 97.

الفرع الثاني: العلامات التجارية من حيث الأشخاص مالكيها

العلامات التجارية يمكن تصنيفها حسب أشخاص مالكيها إلى علامات فردية وعلامات جماعية.

1. العلامة الفردية: تُملك هذه العلامة شخصًا واحدًا، سواء كانت تجارية أو صناعية أو خدمة. تُعرّف العلامة الفردية على أنها العلامة التي يكون مالكيها فردًا واحدًا سواء كان هذا الفرد شخصًا طبيعيًا مثل تاجر أو كان شركة أو مؤسسة. وتُقسم هذه العلامات إلى علامات خاصة بملكيها فرد واحد أو مجموعة من الأفراد التابعين للقطاع الخاص، وعلامة مملوكة للدولة.¹

2. العلامة الجماعية: تملك هذه العلامة جمعيات ويستخدمها أعضاؤها للتعريف بأنفسهم بمستوى معين من الجودة. تُعرّف العلامة الجماعية منظمة الويبو على أنها العلامات التي تملكها جمعيات ويستخدمها أعضاؤها للتعريف بأنفسهم. تُوضح هذه العلامات مستوى معين من الجودة وتُنصب بواسطة الجمعيات.

يختلف تعريف العلامة الجماعية بين الفقهاء والمشرعين، فبعضهم يرى أنها تُملكها مجموعة من الأشخاص لتعريف مشروعات اقتصادية، بينما يرى آخرون أنها تُستخدم من قبل عدة مشروعات اقتصادية مجتمعة تحت اتحاد أو مؤسسة عامة لتحقيق المصالح المشتركة. يعرّف المشرع الجزائري العلامة الجماعية كل علامة تستخدم لتثبيت مصدر المنتجات أو المكونات أو الإنتاج أو خاصية مشتركة لمؤسسات مختلفة، بشرط أن يتم استخدام هذه العلامة تحت رقابة مالكيها الأصلي.²

تظهر أهمية العلامات الجماعية في حماية العلامة والتحكم في استخدامها، وهو ما يتيح لمالك العلامة الأصلية التدخل في أي سوء استخدام يمكن أن يلحق بالعلامة.

¹ محمود إبراهيم الوالي، حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، بدون سنة نشر،

ص111

² حمدي غالب الجغبيري، مرجع سابق، 99.

الفرع الثالث: العلامات التجارية بحسب الغاية من استعمالها

تستخدم المالكون للعلامات التجارية عدة استراتيجيات، حيث يمكن تقسيم العلامات حسب الهدف من استخدامها إلى الأصلية، الاحتياطية، والممانعة:

1. **العلامة الأصلية:** هذه العلامة يُطلب تسجيلها ويستخدمها صاحبها بشكل فعال، ويحق له إجراء التعديلات عليها أو تحسينها. تتطلب هذه العلامة إجراءات التسجيل الرسمية والمطابقة للشروط والأسس الموضوعية والشكلية. يمكن للعلامة أن تتطور وتتغير مع مرور الوقت وبناءً على متطلبات السوق.¹

2. **العلامة الاحتياطية:** يقوم صاحب المشروع بتسجيل مجموعة من العلامات ويستخدم إحداها ويحتفظ بالأخرى لاستخدامها في تمييز منتجات أخرى من نفس النوع يستخدم هذا النوع من العلامات كإجراء وقائي لمنع الآخرين من اتخاذ علامات مشابهة.²

3. **العلامة الممانعة:** يتم تسجيل هذه العلامات بغرض منع الآخرين من استخدامها، وقد يتم ذلك إذا كان المالك يخشى من تسجيل علامات مشابهة من قبل أطراف أخرى. يُستخدم هذا النوع من العلامات كوسيلة لحماية العلامة التجارية الخاصة بهم ومنع الغير من الاستفادة منها.³

¹ سمير جميل حسن الفتلاوي، الملكية الصناعية وفقا للقوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص

290

² محمد حسني عباس، التشريع الصناعي، دار النهضة العربية، القاهرة. بدون سنة النشر، ص 290.

³ جلال وفاء محمدين، مرجع سابق، ص 109.

خلاصة الفصل

العلامة التجارية تمثل رمزاً مميزاً يُستخدم لتمييز منتجات أو خدمات معينة عن غيرها في السوق. تتنوع العلامات التجارية بحسب الغرض من استخدامها، وتشمل العلامات الفردية التي يمتلكها فرد واحد أو شركة، والعلامات الجماعية التي يمتلكها مجموعة من الأفراد أو الجمعيات.

يمكن لمالك العلامة التجارية استخدامها بفعالية لتعزيز مكانته في السوق وحماية سمعته، وقد يستخدم علاماتٍ احتياطية كبديل، أو علاماتٍ مانعة لمنع الآخرين من استخدامها.

الفصل الثاني

الحماية الجزائية للعلامة التجارية في

التشريع الجزائري

تمهيد

في الجزائر، توفر التشريعات حماية مختلفة للعلامات التجارية المسجلة مقارنة بالعلامات التجارية غير المسجلة، تشمل هذه التشريعات إجراءات لحماية العلامة التجارية المسجلة والتعامل مع الاعتداءات عليها، بما في ذلك جريمة التقليد في جميع أشكالها. المشرع الجزائري يتطلب تحديد كل نوع من أنواع التعدي على العلامة التجارية بشكل منفصل، وتحديد عقوبة مناسبة لكل نوع، وبموجب هذه التشريعات يتمكن أصحاب العلامات التجارية المسجلة في الجزائر من استخدام القانون لحماية حقوقهم والمطالبة بالتعويضات عن الأضرار التي تلحق بسمعتهم التجارية نتيجة لأي انتهاكات.

المبحث الأول: جرم تقليد العلامة التجارية

تعد العلامة التجارية واحدة من أهم عناصر الهوية التجارية التي تميز المنتجات والخدمات في السوق، فهي ليست مجرد رمز أو شعار، بل تحمل قيمة كبيرة تشمل الجودة والسمعة والثقة لدى المستهلكين.

المطلب الأول: جرائم الاعتداء على ذاتية العلامة التجارية

تُعتبر جرائم الاعتداء على العلامة التجارية انتهاكاً للحق المقرر على العلامة التجارية، وهي الجرائم التي تستهدف العلامة التجارية مباشرة.

الفرع الأول: جريمة تزوير العلامة التجارية

في نطاق جرائم الاعتداء على العلامة التجارية، لم يتضمن قانون العلامات التجارية تعريفًا دقيقًا لتزوير العلامة يشير التزوير قانونيًا إلى تغيير الحقيقة. ومع ذلك اكتفى المشرع الجزائري بمصطلح "التقليد" في القانون المتعلق بالعلامات رقم 06/03¹ مما قد يغفل بعض الجرائم التي تقع على العلامة التجارية.

أولاً: الركن المفترض

لتقوم جريمة تزوير العلامة التجارية، يجب أن تكون العلامة مسجلة وفقاً للإجراءات القانونية المقررة. إذا فقدت العلامة هذا الشرط، تصبح غير قابلة للتملك والحماية.

ثانياً: الركن المادي

تزوير العلامة هو إنشاء نسخة مزيفة من العلامة الأصلية، وهو فعل مادي يتضمن تصنيع العلامة فقط. وبمجرد القيام بعملية التزوير، تُعتبر الجريمة قد وقعت وتُفرض العقوبة على كل من شارك في صنع العلامة المزورة.²

¹الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية، مرجع سابق.

²سميحة لقايوي، الموجز في القانون، الملكية الصناعية، ط2، دار النهضة العربية، 1996، ص 313.

ثالثاً: تضليل الجمهور أو الغش

تُعد جريمة التزوير من الجرائم التي تنتج عنها آثار مزدوجة؛ فهي تنتهك حق ملكية العلامة وتغش المستهلك وتضله. والهدف من العلامة هو تمييز المنتجات المتشابهة لمنع وقوع المستهلكين في اللبس والخلط بينها. لذا، يُشترط في التزوير المعاقب عليه أن يكون الغرض منه غش المستهلك وتضليله بخصوص مصدر المنتجات.¹

رابعاً: الركن المعنوي

جريمة تزوير العلامة هي جريمة عمدية، مما يستلزم توفر القصد الجنائي العام أي انصراف إرادة الجاني إلى ارتكاب الجريمة مع علمه بعناصرها المحددة قانوناً. بالإضافة إلى القصد العام، يجب توفر القصد الجنائي الخاص، وهو سوء النية، أي نية الغش أو الإضرار باستخدام العلامة المزورة. للمحكمة أن تستخلص توفر هذا القصد من ظروف كل حالة على حدة، حيث يُترك تقديرها لقاضي الموضوع.²

الفرع الثاني: جريمة استعمال علامة مقلدة

تعتبر بعض القوانين استعمال العلامة التجارية المقلدة جريمة مستقلة عن جريمة تزوير العلامة أو تقليدها. وقد اعتمد المشرع الجزائري هذا النهج، فعاقب كل من استعمل علامة مقلدة أو مشابهة، مما يشمل جميع التصرفات التي تلحق أضراراً بحقوق صاحب العلامة. يُمنح صاحب الحق، بمجرد تسجيل العلامة، حق منع الآخرين من استخدام العلامة تجارياً دون ترخيص مسبق منه على بضائع أو خدمات مماثلة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها.

¹ سميحة لقلبيوي، مرجع سابق، ص 313.

² فخري عبد الرزاق الحديثي، قانون العقوبات الجرائم الاقتصادية، ط2، مطبعة التعليم العالي، بغداد، 1987،

أولاً: الركن المادي

الركن المادي في هذه الجريمة يتمثل في وضع العلامة المقلدة على المنتجات أو البضائع. وبالتالي، يُعد مرتكباً لهذه الجريمة من اشترى علامات مقلدة ووضعاها على منتجاته أو بضائعه، أو من حصل على أغلفة أو أوعية تحمل علامة مقلدة واستخدمها لتسويق منتجاته. لا يُشترط أن تكون المنتجات التي وضعت عليها العلامة المقلدة أقل أو أكثر جودة من المنتجات التي تحمل العلامة الأصلية، بل يجب أن تكون هذه المنتجات من نفس النوع أو الصنف الذي تميزه العلامة الأصلية. يكفي لوقوع الجريمة أن يتم الاستعمال ولو لمرة واحدة.¹

ثانياً: أن يكون محل الاستعمال علامة مقلدة

يتطلب تحقق هذا الركن أن يكون محل الاستعمال علامة مقلدة لعلامة مسجلة وفقاً لأحكام القانون. لذا يجب أولاً التحقق مما إذا كانت جريمة تقليد العلامة قد توافرت بجميع أركانها.

ثالثاً: الركن المعنوي

جريمة استعمال علامة مقلدة هي جريمة عمدية تتطلب توفر القصد الجنائي الخاص، أي سوء النية، بمعنى أن يكون الغرض من استعمال العلامة هو خلط الأمور على المستهلك حول مصدر المنتجات. الأصل أن مستعمل العلامة المقلدة يُفترض حسن النية، ما لم يُثبت العكس، بخلاف جريمتي التزوير والتقليد حيث يُفترض سوء النية لدى المزور أو المقلد.

¹صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص 416

المطلب الثاني: جرائم الاعتداء على ملكية العلامة التجارية

تختلف الجرائم الواردة في هذا المطلب عن الجرائم السابقة الذكر. فبينما تتضمن الجرائم السابقة اعتداءً مباشراً أو غير مباشر على ذاتية العلامة التجارية، تتمثل جرائم الاعتداء على الملكية المادية للعلامة التجارية في اغتصاب علامة الغير دون تزوير أو تقليد لها، أي من خلال استخدام العلامة على منتجات مماثلة بدون وجه حق أو سبب مشروع.¹

الفرع الأول: جريمة استعمال علامة مملوكة للغير

تفترض هذه الجريمة أن العلامة التجارية المستخدمة ليست مزورة أو مقلدة، بل هي علامة حقيقية يملكها شخص آخر، ويستخدمها الجاني على منتجات مماثلة بدون وجه حق. نصت المواد 26 و32 من قانون العلامات الجزائري على معاقبة الأشخاص الذين يضعون على منتجاتهم علامة مملوكة للغير.

أولاً: الركن المادي

يتمثل الركن المادي في هذه الجريمة في وضع العلامة على المنتجات، حيث يعني ذلك قيام شخص بوضع علامة تجارية حقيقية مملوكة للغير على منتجاته أو بضائعه بهدف تضليل المستهلك. يعد مرتكباً لهذه الجريمة من يقوم بنزع العلامة الحقيقية من منتجاته ووضعها على منتجاته.²

ثانياً: محل الجريمة

يجب أن تكون العلامة المستخدمة مملوكة للغير ومسجلة وفقاً لأحكام القانون.

¹ عبد اللطيف قرموش، جملة المحكمة العليا، عدد خاص، التقليد في ضوء القانون والاجتهاد القضائي، الجزائر، 2012. قسم الوثائق، ص 335.

² عرار نجيب محمد خريس جرائم الاعتداء على العلامة التجارية في القانون الاردني والقوانين العربية، رسالة ماجستير الجامعة الاردنية 1991، ص 87.

ثالثاً: الركن المعنوي

تُعد جريمة استعمال علامة تجارية مملوكة للغير من الجرائم العمدية، حيث يجب أن يعلم الجاني بأنه يستخدم علامة تجارية مملوكة للغير. يلزم توفر القصد الجنائي الخاص، الذي يعني سوء النية، أي أن يكون لدى الجاني نية الغش وتضليل المستهلكين حول مصدر المنتجات. المشرع الجزائري لم يشترط سوء النية في هذه الجريمة بشكل صريح، مما يجعل إثبات سوء النية ضرورياً، ويحق للجاني نفي سوء النية بإثبات حسن نيته، مثل عدم علمه بملكية العلامة للغير أو موافقة صاحب العلامة على الاستخدام.

الفرع الثاني: جريمة بيع منتجات تحمل علامة مملوكة للغير أو عرضها للبيع أو

للتداول أو حيازتها

تتكون هذه الجريمة من ثلاثة أركان رئيسية: الركن المادي، والمحل، والقصد

الجنائي.

أولاً: الركن المادي

يتحقق الركن المادي في هذه الجريمة من خلال فعل البيع أو العرض للبيع أو للتداول أو الحيازة بقصد البيع. تُرتكب هذه الجريمة عند بيع منتجات تحمل علامة تجارية مملوكة للغير بدون وجه حق، ويشمل ذلك جميع صور البيع، سواء كان المقابل نقدياً أو عينياً، وسواء نتج عن البيع ربح أو خسارة. كما تقع الجريمة بحيازة المنتجات بقصد بيعها، سواء كانت في مخازن التاجر أو في مكان آخر يستخدم كمخزن لوضع المنتجات التي تحمل علامة مملوكة للغير بدون وجه حق.

ثانياً: أن يكون محل الفعل منتجات تحمل علامة مملوكة للغير

يجب أن يكون موضوع البيع أو العرض للبيع أو للتداول أو الحيازة منتجات تحمل علامة مملوكة للغير بدون وجه حق، وأن تكون هذه المنتجات من نفس النوع أو الصنف الذي تميزه العلامة الأصلية.

ثالثاً: الركن المعنوي

تُعد هذه الجريمة من الجرائم العمدية، حيث يجب توفر القصد الجنائي العام، أي انصراف إرادة الجاني إلى ارتكاب الفعل المكون للجريمة مع علمه بأنه يبيع أو يعرض للبيع أو للتداول منتجات تحمل علامة مملوكة للغير بدون وجه حق. المشرع الجزائري لم ينص صراحةً على القصد الجنائي بالنسبة لهذه الجريمة، مما يسهل على المتضرر من التقليد إثبات الخطأ المرتكب من طرف المتهم بجريمة التقليد.¹

المبحث الثاني: العقوبات المقررة لجرائم الاعتداء على العلامة التجارية

مثل العلامات التجارية جزءاً أساسياً من الملكية الفكرية، وحمايتها تعد ضرورة لضمان استمرارية الابتكار والنزاهة التجارية. تتخذ العقوبات المفروضة على جرائم الاعتداء على العلامات التجارية أشكالاً متعددة، تتراوح بين العقوبات المدنية والجنائية، وفقاً لطبيعة الجريمة وخطورتها.

المطلب الأول: الإجراءات التحفظية

لمنع تداول السلع التي تحمل العلامة المقلدة، يمكن لأي طرف لديه مصلحة ذلك أن يتخذ إجراءات تحفظية يقدمها للمحكمة المختصة في موضوع النزاع. يصدر القاضي قراراً أو أكثر من الإجراءات التحفظية، بما في ذلك إثبات للاعتداء، مما يمنع استمرارية الاعتداء على العلامة. ومن هذه الإجراءات نذكر:

الفرع الأول: إثبات واقعة التعدي

يجوز إثبات جريمة تقليد العلامة بجميع طرق الإثبات في المسائل المدنية. وقد أجاز القانون اتخاذ إجراءات الحجز التحفظي للحفاظ على الأدوات والبضائع التي تحمل العلامة المقلدة. على الرغم من مزايا الحجز التحفظي كوسيلة لجمع أدلة الإثبات، إلا أنه ليس شرطاً لرفع الدعوى، بل هو إجراء عملي يسهل على صاحب العلامة إثبات التقليد.

¹ علي محمد جعفر، قانون العقوبات اخلاص، المؤسسة الجامعية للدراسات للنشر والتوزيع، بيروت لبنان، ط1، ص

وفي حالة ثبوت عدم التقليد، يمكن للمدعي المطالبة بالتعويض عن الضرر الذي نتج عن الحجز. وإذا حكم ببطلان إجراءات الحجز التحفظي لسبب ما، فإن ذلك لا يؤدي إلى رفض الدعوى الجزائية، لأن الأصل هو جواز إثبات جريمة التقليد بجميع طرق الإثبات.¹

الفرع الثاني: تحرير محضر وصفي تفصيلي

يهدف هذا الإجراء إلى تحرير محضر حصر ووصف تفصيلي عن الآلات والأدوات التي استخدمت في ارتكاب الجريمة، وعن المنتجات أو البضائع وكل ما وضعت عليه العلامة التجارية.²

الفرع الثالث: الحجز التحفظي

ينص المادة 646 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية على أن الحجز التحفظي هو وضع الأموال المنقولة والعقارية تحت يد القضاء ومنع التصرف فيها، ويقع الحجز على مسؤولية الدائن. يُعتبر هذا الإجراء فعّالاً لتسهيل أدلة جرائم التقليد لحقوق الملكية الفكرية في جمال العلامة. وهو مقدر لمصلحة صاحب العلامة في حال رفع دعوى مدنية أو جزائية. يهدف المشرع من هذا الإجراء إلى منح الفرصة لصاحب العلامة لتتبع الجريمة منذ ارتكابها حتى ضبطها، وتشتت لتوقيع الحجز أن يكون طالب الحجز هو صاحب العلامة أو وكيله مع توفر شهادة رسمية تدل على تسجيل العلامة.³

¹ سبتي عبد القادر، تقليد العلامات التجارية في القانون الجزائري والقانون المقارن، أطروحة لنيل دكتوراه علوم في القانون الخاص، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1، السنة 2016/2017. الجامعية، ص 144.

² المرجع نفسه، ص 146.

³ المرجع نفسه، ص 147.

المطلب الثاني: العقوبات الجزائرية

تشمل العقوبات المطبقة على مرتكبي جرائم الاعتداء على العلامة التجارية عقوبات أصلية وتكميلية. سيتم تناول العقوبات الأصلية المقررة لهذه الجرائم أولاً، ثم العقوبات التكميلية والتبعية، بهدف تقييم مدى فعالية الحماية الجنائية للعلامة التجارية، على النحو التالي:

الفرع الأول: العقوبات الأصلية المقررة لجرائم التعدي على العلامة التجارية

تشمل العقوبات المقررة لجرائم الاعتداء على العلامة التجارية، حسب ما ورد في التشريعات المقارنة والأمر الجزائري رقم 03-06، عقوبات الحبس والغرامة. لمعرفة مدى فعالية هاتين العقوبتين في توفير الحماية الجنائية للعلامة التجارية، سيتم تناولها على النحو التالي:¹

أولاً: العقوبات الأصلية

نص المشرع الجزائري في المادة 32 من الأمر رقم 03-06 على عقوبة الحبس كعقوبة أصلية في حال ارتكاب أي شكل من أشكال التعدي على العلامة التجارية، حيث حدد العقوبة بالحبس من ستة أشهر إلى سنتين، مع عقوبة الغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار جزائري (2,500,000 دج) إلى عشرة ملايين دينار جزائري (10,000,000 دج). كما أجاز المشرع الجزائري في ذات المادة للقاضي أن يحكم بهاتين العقوبتين معاً.

ثانياً: تشديد العقوبة

حسب المادة 69 من القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، تم تشديد العقوبة لتصل إلى خمس سنوات حبس وغرامة مالية تقدر بخمسمائة ألف دينار جزائري (500,000 دج).

¹ صامت أمنة، الحماية الجزائرية للعلامة التجارية من جريمة التقليد، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشلف، العدد 13، جانفي 2015، ص 91-92.

ثالثاً: التشريع الفرنسي

تدخل المشرع الفرنسي مؤخراً لرفع العقوبات المطبقة على مرتكبي جرائم التعدي على العلامة التجارية، حيث أصبحت عقوبة الحبس ثلاث سنوات، والغرامة تصل إلى 300,000 يورو. وفي حالة ارتكاب جنحة التقليد من قبل عصابة منظمة، تصل عقوبة الحبس إلى خمس سنوات والغرامة إلى 500,000 يورو.

الفرع الثاني: العقوبات التكميلية المقررة لجرائم التعدي على العلامة التجارية

اختلفت مواقف التشريعات المتعلقة بالعلامة التجارية فيما يخص العقوبات التكميلية أو التبعية المقررة لجرائم التعدي على العلامة التجارية، حيث تتمثل هذه العقوبات في المصادرة والإتلاف والإغلاق، سنتناول هذه العقوبات بالتفصيل كما يلي:¹

أولاً: المصادرة

نص المشرع الجزائري في المادة 32 من الأمر رقم 03-06 على عقوبة المصادرة كأحدى العقوبات التكميلية التي يجوز للمحكمة أن تقررها، حيث يمكن للقاضي الحكم بمصادرة المنتجات والأدوات التي تكون موضوع ارتكاب الجريمة. سابقاً، كان الحكم بالمصادرة اختيارياً، ولكن حالياً، يجب على القاضي الحكم بها في حال إثبات الجريمة. كما نصت المادة 82 من القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، على مصادرة المنتجات والأدوات وكل وسيلة أخرى استخدمت في ارتكاب المخالفات المنصوص عليها في المادة 69. في التشريع الفرنسي، يُمنح الحق للمحكمة في حال الإدانة بجرائم العلامة التجارية أن تقضي بمصادرة المنتجات والأدوات المستخدمة في ارتكاب الجريمة، حيث يُترك الأمر لتقدير المحكمة.

¹صامت آمنة، مرجع سابق، ص 92

ثانياً: الإلتلاف

بالإضافة إلى المصادرة، تأمر المحكمة بإتلاف الأختام والنماذج المستخدمة في ارتكاب الجريمة. رغم إلغاء عبارة "في جميع الحالات"، إلا أن الحكم بالإتلاف يُعد إلزامياً في التشريع الجزائري، خلافاً للتشريع الفرنسي، نظراً لصياغة النص القانوني. تهدف هذه العقوبة إلى حماية الصحة العامة للمستهلكين من المنتجات التي تحمل علامات مقلدة والتي قد تكون ضارة بصحتهم أو تحتوي على مواد خطيرة.¹

¹صامت آمنة، مرجع سابق، ص 92

خلاصة الفصل

يوفر المشرع الجزائري حماية جزئية للعلامة التجارية المسجلة، في حين أن العلامة التجارية غير المسجلة لا تحظى بنفس القدر من الحماية القانونية. يتضمن القانون الجزائري إجراءات لحماية العلامة التجارية المسجلة، ويولي اهتماماً كبيراً لمختلف أشكال الاعتداء عليها من خلال جريمة التقليد.

الحماية الجزائرية للعلامة التجارية في الجزائر تتمثل في جريمة التقليد بجميع أشكالها. يتوجب على المشرع أن يحدد كل نوع من أنواع التعدي على العلامة التجارية بشكل فردي ويحدد عقوبة مناسبة لكل نوع منها. فعلى سبيل المثال، تختلف جريمة مطابقة العلامة التجارية عن جريمة مشابهتها، وأيضاً تختلف عن أشكال التعدي الأخرى مثل اغتصاب العلامة التجارية أو استخدام علامة مملوكة للآخرين أو تصنيع وبيع علامات مقلدة.

خاتمة

المشعر الجزائري يوفر حماية قانونية للعلامة التجارية المسجلة، بينما العلامة غير المسجلة غير محمية قانونياً بنفس القدر. تشمل القوانين الجزائرية إجراءات لبسط الحماية على العلامة التجارية المسجلة، وتعطي اهتماماً لمختلف أشكال الاعتداء عليها في جريمة التقليد.

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج مهمة بخصوص الحماية الجزائرية للعلامة التجارية وفقاً للتشريع الجزائري، ويمكن تلخيصها في النقاط التالية:

- تشمل الحماية الجزائرية مواجهة جريمة تقليد العلامة التجارية بجميع أشكالها وتحديد عقوبة مناسبة لكل نوع منها.
- يسعى المشعر الجزائري إلى وضع قوانين وآليات لحماية العلامات التجارية من جميع أشكال التعدي.
- التدابير القانونية والعقوبات تعزز الثقة في السوق الجزائرية وتشجع على الابتكار والاستثمار في مجال العلامات التجارية.
- تهدف القوانين إلى حماية حقوق الملكية الفكرية، الحد من الاحتيال والتزوير، وتوفير بيئة تجارية عادلة.
- تتضمن جنحة تقليد العلامة جميع أشكال الاعتداء، مثل المطابقة، التشبيه، الاغتصاب، ووضع العلامة على المنتجات، وبيع المنتجات المقلدة.
- ضرورة زيادة الوعي بأهمية حماية العلامات التجارية والقوانين المتعلقة بها، وتوفير الحماية للعلامات المستخدمة وغير المسجلة، وتسهيل الدعاوى القانونية ضد جرائم التقليد دون الحاجة لكفالة.
- يجب تعزيز الحماية المدنية للعلامات التجارية لتحسين الإجراءات القانونية المتاحة لأصحاب العلامات.

توصيات

- من الضروري نشر الوعي وتنقيف الناس حول أهمية حماية العلامات التجارية والتشريعات المرتبطة بها، لتمكين أصحاب العلامات التجارية من الدفاع عن حقوقهم بشكل فعال والتعامل مع أي انتهاكات قد تحدث.
- يجب السماح لأصحاب العلامات التجارية المسجلة بتحريك دعاوى تقليد العلامة دون الحاجة إلى تقديم كفالة، ويترك هذا الأمر لتقدير القضاء.
- ينبغي توفير الحماية المدنية للعلامات التجارية المستعملة وغير المسجلة أو التي تم تقديم طلب تسجيل لها، وذلك عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة.

قائمة المراجع والمصادر

القوانين والمراسيم

الأمر 07/03، المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق ببراءة الاختراع، ج ر، عدد 44.

الأمر 06-03، المؤرخ في 19 جمادى الأولى 1424هـ الموافق ل 19 يوليو 2003، يتعلق بالعلامات التجارية، ج ر، العدد 44، 2003.

الأمر رقم 86/66 المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية، المؤرخ في 28/04/1966، ج ر، عدد 35.

قانون الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002، ج ر، عدد 22، مؤرخة في 2002/04/02.

قانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر، عدد 15.

الكتب

- أكنم أمين خولي، التشريعات الصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة، بدون سنة نشر، ص 127

- بريري محمود مختار أحمد، قانون المعاملات التجارية، ج 1، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2000.

- جلال وفاء محمد، الحماية القانونية للملكية الصناعية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، مصر.

- حمدي غالب الجغبيري، العلامات التجارية، لجرائم الواقعة عليها و ضمانات حمايتها، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، 2012.

- ريا طاهر القليوبي، حقوق الملكية الفكرية (تشريعات، أحكام قضائية، اتفاقيات دولية، مصطلحات قانونية، ط1، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان،

الأردن، 1998.

- سعيد أحمد، قضاء النقص في المود التجارية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2004.
- سميحة لقلبي، الموجز في القانون، الملكية الصناعية، ط2، دار النهضة العربية، 1996 .
- سمير جميل حسن الفتلاوي، الملكية الصناعية وفقا للقوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- سمير فرنان بلي، قضايا لقرصنة الصناعية التجارية والفكرية، الجزء الأول، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2001.
- صلاح زين الدين، العلامة التجارية وطنيا ودوليا، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005.
- صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2000.
- عبد الفتاح بيومي حجازي، الملكية الصناعية في القانون المقارن، دار لفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر، 2008.
- عبد الفضيل محمد أحمد، الاعلان عن المنتجات والخدمات من الوجهة القانونية، مكتبة الجلاد الجديدة، المنصورة، مصر، 2007.
- عبد اللطيف قرموش، جملة المحكمة العليا ، عدد خاص ،التقليد في ضوء القانون والاجتهاد القضائي ، الجزائر ، 2012 . قسم الوثائق.
- عبد الله عبد الكريم عبد الله، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية على شبكة الأنترنت، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، مصر، 2008.
- العلامة أبي الفضل جمال الدين ابن منظور - لسان العرب - المجلد العاشر ط1 - دار صادر - بيروت 2005 .
- علي جمال الدين عوض، التشريع الصناعي، حقوق الملكية الصناعية والتنظيم الصناعي التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة، د.ت.

- علي محمد جعفر، قانون العقوبات اخلاص ،المؤسسة الجامعية للدراسات للنشر والتوزيع ، بيروت لبنان ، ط1.
- فخري عبد الرزاق الحديثي ، قانون العقوبات الجرائم الاقتصادية ، ط2، مطبعة التعليم العالي ، بغداد، 1987
- فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري، المحل لتجاري والحقوق الفكرية والقسم الثقافي، ابن خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر.
- لويس معلوف - المنجد في اللغة - ط17- بيثرو - بدون مكان طبع ولا سنة طبع - ص526، وكذلك محمد بن أبي بكر الرازي - مختار الصحاح - دار الكتاب العربي - بدون سنة طبع .
- محمد إبراهيم الوالي، حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983.
- محمد حسني عباس، التشريع الصناعي، دار النهضة العربية، القاهرة. بدون سنة النشر.
- محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر.
- محمود إبراهيم الوالي، حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، بدون سنة نشر.
- مصطفى كمال طه، أساسيات القانون التجاري، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2006.
- نصار سيد احمد ود. مصطفى محمد - المعجم الوسيط - ج1 و2- دار إحياء التراث العربي للطباعة والنشر - ط1- 2008.
- نعيم مغبغب، الماركات التجارة والصناعية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2005.

- نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية والملكية الصناعية، دراسة مقارنة بين القانون الأردني والإماراتي وفرنسي، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2005.
الرسائل العلمية

- الشمري محمد عبد الرحمن، حماية العلامة التجارية في ضوء اتفاقية الجوانب المتعلقة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريس)، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، كلية الحقوق، 2004.

- عرار نجيب محمد خريس جرائم الاعتداء على العلامة التجارية في القانون الاردني والقوانين العربية، رسالة ماجستير الجامعة الاردنية 1991. سبتي عبد القادر، تقليد العلامات التجارية في القانون الجزائري والقانون المقارن، أطروحة لنيل دكتوراه علوم في القانون الخاص، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1، 2016/2017.

- فتيحة لعلام، حماية العلامة التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري، مذكرة ماستر، تخصص قانون جنائي للأعمال، جامعة العربي بن مهيدي، أم بواقي، 2014/2013.

المجلات

- خاطر لطفي، موسوعة حقوق الملكية الفكرية، دراسة تأصيلية للقانون رقم 82 لسنة 2002 في شأن حقوق الملكية الفكرية، مجلة حلوان، جامعة حلوان، 2003.
- صامت آمنة، الحماية الجزائرية للعلامة التجارية من جريمة التقليد، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشلف العدد 13، جانفي 2015.

الاتفاقيات

- اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المؤرخة في 20 مارس 1983.

- اتفاقية تريبس: اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية، أبريل 1994.

الملخص

ملخص:

تناولت الدراسة جانباً مهماً في مجال حماية الملكية الصناعية بشكل عام والعلامة التجارية على وجه الخصوص، إذ تُعد العلامة التجارية عنصراً أساسياً من عناصر المحل التجاري، حيث تمثل الرابط بين مالك العلامة ومستهلك البضاعة.

قد تدخل المشرع الجزائري هو الآخر على غرار باقي التشريعات بسن قوانين لإيجاد آليات فعالة لمحاربة أي مظهر من مظاهر الاعتداء على العلامة التجارية بتجريمه لجميع الأفعال والسلوكات التي تمس بالحقوق الاستثنائية المترتبة على امتلاك العلامة التجارية، ووضع عقوبات صارمة لمكافحة هذه الجرائم.

الكلمات المفتاحية: العلامة التجارية، تقليد العلامة، الحماية الجنائية، حماية

العلامة التجارية المسجلة.

The study addressed an important aspect in the field of industrial property protection in general and the trademark in particular, as the trademark is an essential element of the commercial store, as it represents the link between the owner of the trademark and the consumer of the goods.

The Algerian legislator may also intervene, like other legislation, by enacting laws to create effective mechanisms to combat any manifestation of trademark infringement by criminalizing all actions and behaviors that affect the exclusive rights resulting from owning the trademark and setting strict penalties to combat these crimes.

Keywords: trademark, trademark imitation, criminal protection, registered trademark protection.

قائمة المحتويات

الصفحة	المحتوى
	الإهداء
	الشكر
1	المقدمة.....
	الفصل الأول: الاطار المفاهيمي للعلامة التجارية
4	تمهيد.....
5	المبحث الأول: ماهية العلامة التجارية.....
5	المطلب الأول: مفهوم العلامة التجارية.....
5	الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية لغةً.....
6	الفرع الثاني: تعريف العلامة التجارية اصطلاحاً.....
8	الفرع الثالث: التعريف القضائي للعلامة التجارية.....
	المطلب الثاني: تميز العلامة التجارية عن غيرها من المصطلحات
9	المشابهة.....
9	الفرع الأول: تمييزها عن تسميات المنشأ.....
10	الفرع الثاني: تمييزها عن براءة الاختراع.....
11	الفرع الثالث: تمييزها عن الرسوم والنماذج الصناعية.....
12	الفرع الرابع: تمييزها عن الاسم التجاري.....
13	الفرع الخامس: تمييزها عن العنوان التجاري.....
14	المبحث الثاني: أشكال وأنواع العلامات التجارية.....
14	المطلب الأول: أشكال العلامات التجارية.....
14	الفرع الأول: العلامات الاسمية.....
16	الفرع الثاني: الحروف والأرقام.....
17	الفرع الثالث: الرسوم والرمز والصور.....
19	الفرع الرابع: الألوان.....
	الفرع الخامس: الدمغات والأختام والنقوش والأغلفة والأوعية
20	الدمغات.....

21	المطلب الثاني: أنواع العلامات التجارية
21	الفرع الأول: العلامات التجارية حسب موضوعها
22	الفرع الثاني: العلامات التجارية من حيث الأشخاص مالكيها.....
23	الفرع الثالث: العلامات التجارية بحسب الغاية من استعمالها.....
25	خلاصة الفصل
	الفصل الثاني الحماية الجزائرية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري
26	تمهيد
27	المبحث الأول: جرم تقليد العلامة التجارية.....
27	المطلب الأول: جرائم الاعتداء على ذاتية العلامة التجارية.....
27	الفرع الأول: جريمة تزوير العلامة التجارية.....
28	الفرع الثاني: جريمة استعمال علامة مقلدة.....
29	المطلب الثاني: جرائم الاعتداء على ملكية العلامة التجارية.....
30	الفرع الأول: جريمة استعمال علامة مملوكة للغير.....
	الفرع الثاني: جريمة بيع منتجات تحمل علامة مملوكة للغير أو عرضها
31	للبيع أو للتداول أو حيازتها.....
	المبحث الثاني: العقوبات المقررة لجرائم الاعتداء على العلامة
32	التجارية.....
32	المطلب الأول: الاجراءات التحفظية.....
32	الفرع الأول: إثبات واقعة التعدي.....
32	الفرع الثاني: تحرير محضر وصفي تفصيلي.....
33	الفرع الثالث: الحجز التحفظي.....
33	المطلب الثاني: العقوبات الجزائية.....
	الفرع الأول: العقوبات الأصلية المقررة لجرائم التعدي على العلامة
33	التجارية.....
	الفرع الثاني: العقوبات التكميلية المقررة لجرائم التعدي على العلامة
34	التجارية.....

36 خلاصة الفصل
37 الخاتمة
39 قائمة المراجع والمصادر
44 الملخص
46 قائمة المحتويات