

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر
في الحقوق
تخصص: قانون الأعمال
الموضوع:

الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري

إعداد الطلبة: -
حيطوم شهاب الدين -
بلعيفة حمودة -
تحت إشراف: -
الدكتور سي حمدي عبد المومن

لجنة المناقشة

(اللقب والاسم)	(الرتبة)	(الصفة)
- الدكتور سمير خليفة	أستاذ محاضر - أ -	رئيسا
- الدكتور سي حمدي عبد المومن	أستاذ مساعد - ب -	مشرفا
- الأستاذ علي بن شويحة	أستاذ مساعد - أ -	ممتحنا

السنة الجامعية: 2019 - 2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتَى
إِنَّ رَبَّهُ لَسَمِيعٌ عَلِيمٌ
الَّذِي خَلَقَ الْمَرْءَ مِنْ
عِجْونٍ مَمْلُوءَةٍ
فَإِذَا نَفَخَ فِيهَا مِنْ
رُوحِنَا فَتَحَى اللَّهُ
الْحَيَاةَ لِمَنْ يَشَاءُ
وَلَهُ عِلْمُ الْغُيُوبِ
الَّذِي يُنَزِّلُ الْمَطَرَ
فَلْيَنْبُتِ الْوَشْجُ
فَلْيَرْسُقِ الْغَلَّةُ
فَلْيُؤْتِكُم مِّنْهَا
الزَّعْقَةَ لَأَن تَكُونُوا
شَاكِرِينَ
الَّذِي يُسَوِّدُ لِبَنَاتِهِ
الْوُجُوهُ وَاللَّهُ
سَمِيعٌ عَلِيمٌ
الَّذِي يُخَوِّضُ الْغَوَاةَ
فَلْيُفَوِّضْ أَمْوَالَهُمْ
لِغُلَامِهِمْ لِيَقْرَأُوا
وَلِيُزْجُوا لَهُمْ
الْبَهِيصَاتِ الْمُحْسَنَاتِ
فَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ
الَّذِي يُنَزِّلُ الْمَطَرَ
فَلْيَنْبُتِ الْوَشْجُ
فَلْيَرْسُقِ الْغَلَّةُ
فَلْيُؤْتِكُم مِّنْهَا
الزَّعْقَةَ لَأَن تَكُونُوا
شَاكِرِينَ
الَّذِي يُسَوِّدُ لِبَنَاتِهِ
الْوُجُوهُ وَاللَّهُ
سَمِيعٌ عَلِيمٌ
الَّذِي يُخَوِّضُ الْغَوَاةَ
فَلْيُفَوِّضْ أَمْوَالَهُمْ
لِغُلَامِهِمْ لِيَقْرَأُوا
وَلِيُزْجُوا لَهُمْ
الْبَهِيصَاتِ الْمُحْسَنَاتِ
فَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

شكر وعرّفان

الحمد لله الذي وفقنا لإنجاز هذا العمل المتواضع.

نتقدم بأسمى عبارات التقدير والشكر والعرّفان إلى من زودنا بإرشاداته وتوجيهاته بصبر وسخاء فأنار لنا الدرب وأضاء لنا السبيل، وكان لنا نعم المرشد والموجه، إلى المشرف

الدكتور سي حمدي عبد المومن.

ونتقدم بالشكر الجزيل إلى جميع أعضاء لجنة المناقشة، لتكرمهم بالموافقة على مناقشة

هذه المذكرة.

كما لا يفوتنا المقام هنا أن نسجل شكرنا إلى كل أساتذة كلية الحقوق والعلوم السياسية

بجامعة محمد البشير الإبراهيمي ببرج بوعريريج.

وإلى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد على إنجاز هذه الرسالة.

إهداء

إلى من زرع في نفسي حب العلم وبذل الجهد في تحصيله

أبي العزيز

إلى الصدر الدافئ والقلب العطوف رمز الصبر والتضحية

الجوهرة الغالية أمي الحبيبة

إلى البنيان المرصوص إخوتي وأخواتي حفظهم الله ورعاهم

إلى كل أحبتي

إهداء

إلى من أوصاني بهما ربي برا وإحسانا

والدي الكريمين

إلى رفيقة دربي زوجتي العزيز

إلى قرّة عيني أولادي

إلى إخوتي وأخواتي وكل أفراد عائلتي

وإلى كل من يفكر ويبحث للارتقاء بالعلم في كل مكان.

مقدمة

مقدمة:

تعتبر العلامة التجارية من أبرز عناصر الملكية التجارية وأكثرها أهمية، حيث تلعب دورا هاما في نجاح المشروع التجاري، وينظر إلى العلامة التجارية على أنها من العناصر المعنوية للمحل التجاري وتميز العلامة التجارية السلعة أو الخدمات عن بعضها البعض، وهذا ما أكسبها أهمية بالغة لتشمل كل ما يؤديه المحل التجاري من وظائف فهي تبرز شخصية التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة وتؤدي دورا مهما في تحديد سمعته في مجال التجارة، كما تعد وسيلة المستهلك ودليله في تحديد مصدر المنتجات والسلع والخدمات معتمدا على صفة التمييز، وتعتبر همزة وصل بين مالك العلامة والمستهلك.

ولتحقيق الحماية القانونية للعلامة التجارية وتحقيقها وجب توفر شروط موضوعية للعلامة وهو شرط الميزة والجدة وشرط المشروعية، إضافة إلى توفر الشروط الشكلية تجعلها تتمتع بالحق في الحماية القانونية.

ومن أجل هذا حددّ المشرع الجزائري أحكاما دقيقة بموجب الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية، فيما يخص حق ملكية العلامة التجارية وإيداعها وتسجيلها ونشرها وتحويلها وبطلانها، كما نص على عقوبات تطبق على جنح مختلفة من بينها تقليد العلامة التجارية أو استعمالها عن طريق التدليس.

أهمية الدراسة:

العلامة التجارية أصبحت لها أهمية دعائية واقتصادية وتجارية مما أدى إلى تزايد جريمة تقليدها بشكل ملفت للإنتباه، وأصبحت السلع المقلّدة تكتسح الأسواق، ومع ما تشكله من خطورة على الحقوق الإستشارية لصاحب العلامة الأصلية، وعلى أمن وسلامة وصحة المستهلك وعلى المنافسة المشروعة وعلى الإقتصاد الوطني، وهذا ما يجعل هذا الموضوع يستحق البحث والدراسة والإهتمام.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى الإحاطة بالجوانب القانونية المهمة الخاصة بالعلامة التجارية، كما تهدف أيضا إلى الإلمام في توفير حماية قانونية للعلامة من ناحية الحماية المدنية بالوقوف على الوسائل المدنية، إضافة إلى الحماية الجزائية عن طريق توضيح النظام القانوني المتكامل للعلامات التجارية، وتبيين نطاق الحماية الوطنية الجزائية للعلامة التجارية.

مبررات اختيار الموضوع:

تكمن أسباب اختيار هذا الموضوع ليكون محلا للدراسة فيما يلي:

مبررات ذاتية: ترجع إلى الرغبة الملحة لتوسيع معلوماتي حول موضوع العلامة التجارية بصفة عامة وحمايتها القانونية بصفة خاصة، فطبيعة التخصص تجعل الباحث أكثر ميولا لدراسة المواضيع المتعلقة بمجال الإنترنت.

- **مبررات موضوعية:** ترجع أهمها إلى الرغبة في الوقوف على الحماية القانونية التي أقرها المشرع الجزائري للعلامة التجارية في التشريع الجزائري. باعتبار هذا الموضوع من المواضيع المتجددة التي تفرض نفسها دائما كأولوية جديدة بالدراسة نظرا لإرتباطه بالإقتصاد والإبداع والإبتكار والمستهلك، كما أنّ التطور التكنولوجي دائما يفرض تجديد الترسانة القانونية بما يمكنها لحماية العلامة التجارية.

إشكالية الدراسة:

- ما هي الآليات القانونية التي كرسها المشرع الجزائري لحماية العلامة التجارية ؟

وللإجابة على هذه الإشكالية يمكن طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هو مفهوم العلامة التجارية في التشريع الجزائري ؟

- ما مدى كفاية الآليات القانونية لحماية العلامة التجارية في التشريع الجزائري ؟

مناهج الدراسة:

ولمعالجة هذا الموضوع والإحاطة بجوانبه المتعددة ومنه الإجابة على الإشكالية المطروحة المنهج الوصفي التحليلي من خلال ذكر واستقراء النصوص القانونية ومن ثم تحليلها ومعالجة الاجتهادات القضائية في هذه المسألة في سبيل تحقيق الأهداف المذكورة وكذلك تحليل الآراء الفقهية.

معاور الدراسة:

لقد إقتضت طبيعة البحث تقسيمه إلى 03 فصول، فصل تمهيدي يتضمن الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية، وقسمناه إلى مبحثين تناولنا في المبحث الأول مفهوم العلامة التجارية، والمبحث الثاني تصنيف العلامة التجارية، الفصل الأول يتمحور حول الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون الجزائري وقسمناه إلى مبحثين في المبحث الأول دعوى المنافسة غير المشروعة، وفي المبحث الثاني قيام دعوى المنافسة غير المشروعة ثم الفصل الأخير الذي تطرقنا فيه للحماية الجزائية للعلامة التجارية في القانون الجزائري وقسمناه إلى مبحثين في المبحث الأول دعوى التقليد وفي المبحث الثاني الإجراءات والجزاءات.

صعوبات الدراسة:

من أبرز الصعوبات التي واجهتنا أثناء إنجازنا لهذا البحث، هي الوباء الذي حلّ بالعالم covid 19 والذي جعل العالم يركد بالنظر لخطورته وسرعة انتشاره، وهذا ما جعل الجامعات والمكاتب مغلقة مما صعب حصولنا على المراجع، وبالإضافة إلى تشعب الموضوع، بالإضافة إلى قلة المراجع التي تتناول الأجهزة الوطنية التي تتولى حماية العلامة التجارية.

الفصل التمهيدي

الفصل التمهيدي: الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية.

نتطرق في هذا الفصل إلى مفهوم العلامة التجارية والدور الهام الذي تلعبه في الحياة الاقتصادية، وذلك من خلال الاهتمام الكبير الذي توليه لها المؤسسات والشركات التجارية لأنها تمثل رمز للشركة، وتعتبر العلامة التجارية أهم حق من حقوق الملكية الفكرية بالنسبة للمستهلك من حيث معرفة جودة البضاعة أو الخدمة، وكذلك بالنسبة للتاجر والصانع والحرفي سواء أشخاص طبيعية أو معنوية من خلال تمييز منتجاتهم أو خدماتهم.¹

المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية.

تسمح العلامة التجارية بتمييز المنتجات عن غيرها، وهي تسمح للجمهور أيضا بمعرفة أصل المنتج الذي يشتريه أو الخدمة التي يطلبها ليتمكن الزبون من تجنب الخداع أو الغش وبذلك سنتناول في هذا المبحث تعريف العلامة التجارية (المطلب الأول) وتمييز العلامة التجارية عن غيرها من المصطلحات المشابهة (المطلب الثاني).

المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية

تستدعي دراسة الحماية القانونية للعلامة التجارية، التطرق لتعريف العلامة التجارية لغة وتشريعا وفقها وقضاء.

الفرع الأول: التعريف اللغوي.

هي كل أثر في الشيء للدلالة عليه ومعرفته وتمييزه عن غيره، مشتقة من العلم بمعنى المعرفة، ومثال ذلك علم الدولة للدلالة عليها وتمييزها.²

¹ - بويشطولة بسمة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، 2015، ص06.

² - مجبر كوثر شمس الهدى، العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مستغانم، 2018، ص08.

الفرع الثاني: التعريف القانوني.

تطرق المشرع الجزائري إلى تعريف العلامة التجارية من خلال الأمر 06/03 وذلك في المادة 03/فقرة 01 على أنه: "تعتبر علامة السلعة أو الخدمة إلزامية لكل سلعة أو خدمة مقدمة، بيعت أو عرضت للبيع عبر أنحاء التراب الوطني".¹

كما جاء في نص المادة 02/فقرة 01 من نفس الأمر تعريف العلامات على أنها: "كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها، والألوان بمفردها أو مركبة والتي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره".²

ومن خلال هذه التعريفات يتضح لنا أن المشرع الجزائري لم يقتصر استخدام العلامة التجارية على نوع واحد من المنتجات بل أجاز استعمالها لكافة المنتجات سواء كانت صناعية أو تجارية أو زراعية أو استخراجية أو خدماتية وبذلك نكون قد أخذنا بالمفهوم الواسع للعلامة.

الفرع الثالث: التعريف الفقهي.

عرف بعض الفقه الجزائري العلامة التجارية بأنها: كل رمز قابل للتمثيل الخطي يتميز عن غيره بصفات خاصة به وجديدة ومبتكرة وغير مخالفة للنظام العام والآداب العامة أيا كان تمثيل الرمز سواء كان ممثلا كلمات أو أسماء أشخاص أو أحرف أو أرقام أو رسومات أو صور أو توضيب للسلع أو الألوان المفردة أو المركبة أو الأصوات المميزة أو الرائحة التي تتميز بها السلعة.³

¹ - المادة 03/فقرة 01 من الأمر 06/03، المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية العدد 44، ص 23.

² - المادة 02/فقرة 01 من الأمر 06/03، المتعلق بالعلامات، السابق الذكر.

³ - مجبر كوثر شمس الهدى، مرجع سابق، ص 11.

وبالرجوع إلى التعريفات التي جاء بها الفقه نجدها تدور حول معنى واحد حيث يعرفها الأستاذ جاكازيما بأنها: كل إشارة توضع على منتجات أو خدمات مؤسسة قصد تمييزها عن تلك المنافسة لها.¹

أما الفقيه دافيد سكوت فيرى أن العلامة التجارية عبارة عن مجموعة من الوعود المستمرة، بمعنى الثقة والاستمرار ومجموعة محددة من الآمال، كما أنها تساعد العملاء على الشعور بمزيد من الثقة تجاه قرارهم الشرائي.²

الفرع الرابع: التعريف القضائي

تكلم المشرع الجزائري إلى تعريف العلامة التجارية وإبراز مميزاتها مع تبيان الشروط الواجب توافرها، حتى يصبح مودع هذه العلامة هو مالكةا.

وتهدف المادة 02/فقرة 01 سالفة الذكر من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية إلى تمييز المنتجات وذلك لجذب العملاء وجمهور المستهلكين وسهولة التعرف على ما يفضلونه من بضائع و سلع.

والعلامة هي الشعار الذي يتخذه التاجر لتمييز سلعته عن مثيلاتها، ومن ثم يجوز للمودع أن يستعمل على سبيل المثال اسمه العائلي كعلامة شريطة أن لا يسبب استخدامه ضررا للغير، وبالمقابل فلا يمكن للمودع أن يستعمل الاسم العائلي لشخص مشهور إلا بعد الحصول موافقته أو موافقة خلفه في حالة وفاته، ذلك أن الاسم العائلي لصيق بشخصية صاحبه فهو حق من الحقوق الشخصية.³

¹ - نعيمة علواش، العلامات في مجال المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2001-2002، ص 07.

² - جاري صالح، تأثير العلامة التجارية على سلوك المستهلك، دراسة حالية: العلامة التجارية لمؤسسة نقاوس للمشروبات الغازية والمصبرات الغذائية، مذكرة الحصول على شهادة الماجستير، تخصص علوم التسيير، فرع تسويق، جامعة المسيلة، 2007-2008، ص 02-03.

³ - مجبر كوثر شمس الهدى، مرجع سابق، ص 12.

ومن خلال تعريف المشرع الجزائري يتضح لنا أنه أراد أن يبين الرموز التي تصلح أن تكون علامة هي تلك التي يمكن تمثيلها خطيا والتي يمكن تمييزها عن السلع والخدمات المماثلة لها حتى لا يقع المستهلك في لبس أو خطأ.

المطلب الثاني: تمييز العلامة التجارية عن غيرها من المصطلحات المشابهة

تعتبر العلامة التجارية عنصر هام من عناصر الملكية الصناعية من أجل التمييز بين السلع والخدمات والصناعات، ومن أجل عدم وقوع غلط بين العلامة التجارية وما يشبهها من مصطلحات وجب التمييز بينهم.

الفرع الأول: تمييز العلامة التجارية عن بعض التسميات التجارية

تتشابه العلامة مع بعض التسميات التجارية الأخرى وعليه سنحاول تمييزها عن الاسم التجاري، العنوان التجاري، والبيان التجاري.

أولاً: تمييز العلامة التجارية عن الاسم التجاري

عرفنا العلامة سابقاً أنها هي 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 المشابه له.

والاسم التجاري هو أحد عناصر المحل التجاري، ويعتبر وجوبي، وتعود ملكية الاسم التجاري للأسبقية في استعماله، بينما تعود ملكية العلامة إلى الأسبقية في التسجيل، وتقتصر حماية الاسم التجاري على النطاق المكاني الذي يتسع له نشاطه عن طريق دعوى المنافسة غير مشروعة، فيحق للتاجر أن يستقل باستعماله بينما تتمتع العلامة بحماية قانونية مدنية وجزائية على كافة التراب الوطني.¹

¹ - كاهنة زاوي، رمزي حوحو، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى القانونية، العدد 5، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ص32.

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.¹

ثالثا: تمييز العلامة التجارية عن البيان التجاري

البيان التجاري هو الإيضاح الذي يضعه التاجر أو الصانع على منتجاته أو بضائعه لبيانها كما وكيفا ونوعا ومصدرا.

لا يتمتع التاجر الذي يضع بيانا تجاريا معينا على منتجاته بحق احتكار استغلال في حين أن العلامة تخول لصاحبها الحق في احتكارها واستعمالها، والالتزام بوضع البيان التجاري يجد مصدره في المراسم التنظيمية التي جاءت تطبيقا لأحكام القانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك وهذا يقابل إلزامية استخدام العلامة على كل سلعة أو خدمة مقدمة.²

الفرع الثاني: تمييز العلامة التجارية عن باقي عناصر الملكية الصناعية

إن حقوق الملكية الصناعية ترد على ما يسمى بالابتكارات الجديدة، وهي على نوعين حقوق ترد على ابتكار في الموضوع ويقصد بها براءة الاختراع، وحقوق ترد على ابتكار في

¹ - 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، ص31.

² - داودي وثام، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العقيد أحمد دراية، أدرار، 2016/2015، ص 08-09.

الشكل ويقصد بها الرسوم والنماذج الصناعية والتي منها العلامة التجارية لكن العناصر الأخرى تمنح لصاحبها حقا مطلقا في مواجهة الكافة على خلاف العامة التي تمنح لصاحبها حق نسبيا.

أولاً: 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 منتوجا صناعيا جديدا، أو طريقة صناعية مستحدثة، وهي بذلك تختلف عن العلامة التي تعتبر رمز يتخذ التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة لتمييز سلعة أو خدمات عن ما يماثلها، وإذا كان الحق في البراءة حق مطلق يخول لصاحبه استثناء واحتكار الاختراع في مواجهة الكافة احتكارا كاملا، فإن الحق في العلامة حق نسبي يخول لصاحبه حق احتكارها فقط في مواجهة من يزولون نشاطا مماثلا لنشاطه، في حين أن كلا من الحق في العلامة والحق في البراءة يعتبران حقان مؤقتان، وكذلك المدة القانونية المحددة.¹

ثانياً: تمييز العلامة التجارية عن الرسم والنماذج الصناعية

تتنمي العلامة التجارية والرسم والنموذج الصناعيين إلى حقوق الملكية الصناعية إلا أن الفرق بينهما كبير من حيث أن الرسم الصناعي هو كل تركيب لخطوط أو ألوان يقصد به إعطاء مظهر خاص لشيء صناعي، أما النموذج الصناعي فهو كل شكل قابل للتشكيل ومركب بألوان أو بدونها، أو كل شيء صناعي يمكن استعماله كصورة أصلية لصنع وحدات أخرى، ويمتاز عن النماذج المشابهة له بشكله الخارجي وهو ما نصت عليه المادة 1 من الأمر 86/66 المتعلق بالرسوم والنماذج: "يعتبر رسما كل تركيب خطوط أو ألوان، يقصد به إعطاء مظهر خاص بالصناعة التقليدية، يعتبر نموذجا كل شكل قابل لتشكيل ومركب ألوان

¹ - داودي وثام، مرجع سابق، ص 09.

أو بدونها، أو كل شيء صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية يمكن استعماله كصورة أصلية لصنع وحدات أخرى ويمتاز عن النماذج المشابهة بشكله الخارجي¹.

فالرسم الصناعي غايته إعطاء السلع والبضائع مظهرا جميلا وجذابا يشد انتباه المستهلك كما هو الحال في رسوم المنتجات والسجاد والخزفيات أما النموذج الصناعي فغاياته إعطاء السلع والبضائع مظهرا خاصا يميزها عن غيرها.

ويمكن أن يكون الرسم أو النموذج الصناعي علامة تجارية خاصة وأن المشرع الجزائري أجاز في المادة الأولى من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات إمكانية أن تأخذ العلامة التجارية شكل الرسومات والأشكال المميزة للسلع وتوضيبيها وذلك أن المنافسة التجارية تقتضي اتخاذ نموذج أو رسم صناعي معين، وفي هذه الحالة يتعين على مالكة أن يسجله كعلامة تجارية فضلا عن حمايته بقانون الرسم والنماذج، كون مدة حماية الرسم والنموذج أقل من حماية العلامة التجارية وتقدر بعشرة أعوام من تاريخ إيداعه لدى المصلحة المختصة وذلك حتى يحافظ النموذج والرسم الصناعيين على إقبال العملاء قبل سقوط الحق فيهما².

ثالثا: تمييز العلامة عن تسمية المنشأ

عرفت المادة 1 من الأمر 65/76 المتعلق بتسميات المنشأ تسمية المنشأ بأنها: "الاسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو ناحية أو مكان مسمى من شأنه أن يعين منتوجا ناشئا فيه، وتكون جودة هذا المنتج أو مميزاته منسوبة حصرا أو أساسا لبيئة جغرافية تشتمل على العوامل الطبيعية والبشرية"³.

¹ - المادة 1 من الأمر 86/66، الموافق ل 28 أبريل 1966، المتعلق بالرسوم والنماذج، ج.ر.ج.ج، ع 35، المؤرخة في 03 ماي 1966.

² - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 35.

³ - الأمر رقم 76-65 مؤرخ في 16 جويلية 1976، المتعلق بتسميات المنشأ، ج.ر.ج.ج، ع 59، المؤرخة في 23 يوليو 1976.

فتسمية المنشأ إذن تركز على طبيعة الإنتاج خاصة إذا كانت لهذه المنطقة شهرة أو خصائص معينة تعود على نوعية المنتج، بينما العلامة هدفها تمييز تلك السلع عن مثيلاتها والظهور في شكل مميز يجذب المستهلكين.¹

المبحث الثاني: تصنيف العلامة التجارية

تصنف العلامة التجارية إلى أنواع وأشكال بناء على اعتبارات مختلفة، ومن خلال هذا المطلب سيتم التطرق إلى أنواع العلامة التجارية مع الإشارة إلى الأنواع التي نص عليها المشرع الجزائري، وكذلك الأمر بالنسبة لأشكال العلامة، وعليه سيتم تناول هذا الأمر من خلال أنواع العلامة (المطلب الأول)، أشكال العلامة (المطلب الثاني).

المطلب الأول: أشكال العلامة التجارية

باستقراء المادة 2/02 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات نجد أنها تضمنت تعدادا لعناصر العلامة التجارية الأكثر شيوعا.

الفرع الأول: العلامة الاسمية

هي كل كلمة أو لفظ يختارها التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة لتمييز سلعته أو خدماته بحيث يكون قادرا على إثارة انتباه من يراه أو **من** يتردد على سمعه، ويجب أن يكون الاسم شكله مميزا.² وتتمثل العلامة الاسمية في:

أولا: المصطلحات المبتكرة:

قد تكون ذات معنى وموجودة أصلا مثل APPLE وهي تعني تفاحة، وقد يكون بدون معنى مثل Kodak للأجهزة التصويرية ومعداته، لكن يجب أن تكون الأسماء غير مبهمة.

¹ - داودي ونام، مرجع سابق، ص 11.

² - سميحة العجال، جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2016-2017، رقم 10.

ثانيا: الحروف والأرقام والمختصرات:

يجوز أن تتخذ الحروف والأرقام والمختصرات كعلامة تجارية لتمييز منتجات أو خدمات، كما يمنع من التاجر والمنتجين استعمال هذه الأرقام في تمييز سلع مماثلة أو حروف مشابهة تثير الخلط وعليه قد تكون العلامة مكونة من أرقام أو حروف، مثال عن الأرقام 555 للطور والحروف BMW للدلالة على نوع السيارات.

ثالثا: الأسماء العائلية والأسماء الجغرافية:

يمكن إيداع العلامة التجارية بالأسماء العائلية بشرط أن تكون مميزة فقد يكون الاسم لصاحب العلامة التجارية أو الغير، وفي حالة وفاة الشخص يجب طلب الإذن من خلفه لأنه حق من الحقوق الشخصية، أما الأسماء الجغرافية فيمكن أن تكون علامة تجارية بشرط أن يكون هذا الاسم ذو طابع مميز أي تبرز أسماء الأماكن في شكل خاص، وهذا ما أخذ به المشرع الجزائري بشرط أن لا يشكل خلطا مع تسميات المنشأ وبيانات المصدر.¹

الفرع الثاني: العلامة التصويرية (الشكلية)

وهي علامات ترميزية موجهة إلى البصر وتتمثل فيما يلي:

أولا: العلامة الرمزية: وهي الرسوم المرئية المجسمة كصورة نجمة أو وجه إنسان أو غيرها كما يجب أن يتبع الاسم الرمز وهذا من أجل تجنب اللبس في حالة ما إذا استعمل شخص الرمز وآخر الاسم وحتى يكتسب الرمز صفة العلامة يجب أن يكون مميزا.

ثانيا: الرسوم والصور: هي عبارة عن تكوين فني من وحي الخيال توضع في إطار محدد لإظهار شكل ما، وهذا من أجل اتخاذ الرسوم الصفة المميزة للسلع والخدمات التي تستعمل فيها، كما يجوز أن تتخذ صورة من الصور.

¹ - سميحة العجال، مرجع سابق، ص 11.

الفرع الثالث: علامة الألوان والعلامة ثلاثية الأبعاد.

يمكن أن تتخذ العلامة التجارية شكلها من الألوان أو العلامة ثلاثية الأبعاد.

أولاً: تركيب وترتيب الألوان: يقصد بترتيب الألوان جمع عدة ألوان أو خلطها مما يشكل مظهراً يميزها عن غيرها، أما التركيب هو طريقة تنسيق الألوان بشكل يضيف عليها طابعاً مميزاً ويجوز احتكارها كعلامة، كما نجد المشرع الجزائري قد أجازها كعلامة تجارية.

ثانياً: العلامة الثلاثية الأبعاد: هي العلامة التي تكون في شكل مجسم، وهي من العلامات المستحدثة يمكن تسجيلها وحمايتها.¹

المطلب الثاني: أنواع العلامة التجارية

سننتقل إلى أنواع العلامة التجارية التي تطرق إليها المشرع الجزائري وذلك كما يلي:

الفرع الأول: نوع العلامة التجارية حسب طبيعة النشاط

صنف المشرع الجزائري العلامة التجارية حسب طبيعة النشاط وذلك في الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات كما يلي:

أولاً: علامة الصنع: وهي العلامة التي تستخدم من طرف المنتج أو الصانع، والتي من خلالها يميز بين سلعته ومنتجاته عن غيرها من السلع والمنتجات المماثلة لها.

ثانياً: علامة تجارية: يقصد بها العلامة التي يستخدمها التاجر على البضائع والسلع المصنوعة، إذا هي العلامة التي يستخدمها التاجر لتمييز منتجاته التي يقوم ببيعها بعد شرائها بغض النظر عن مصدر الإنتاج فهي تشير إلى مصدر البيع.

¹سميحة العجال، مرجع سابق، ص 11.

ثالثا: علامة الخدمة: نص عليها المشرع الجزائري في المادة 03 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات واعتبرها إلزامية¹، وهي السمة التي يستخدمها مقدمو الخدمات لتمييز خدماتهم عن غيرها التي يقدموها، ومثال ذلك الخدمات الفندقية وغيرها.

الفرع الثاني: نوع العلامة التجارية حسب أصحابها

تنقسم العلامة التجارية وفق هذا المعيار إلى علامتين فردية وجماعية، سيتم التطرق إلى كل منهما كما يلي:

أولا: العلامة الفردية: هي العلامة التي يمتلكها شخص معين سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا، وقد تكون علامة تجارية أو علامة صناعية²، وهذا ما نصت عليه المادة 1/02 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات والتي جاء فيها: "...التي تشتمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره"³، والعلامة الفردية يمكن تحويلها أو التنازل عنها.

ثانيا: العلامة الجماعية: عرفها المشرع الجزائري في المادة (2/02) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على أنها علامة يثبت استعمالها بمصدرها أو إنتاجها أو كل ميزة مشتركة لسلعة أو خدمات مؤسسات مختلفة⁴، عندما تستعمل هذه المؤسسات العلامة تحت رقابة مالكيها، وهي العلامة التي تعود ملكيتها إلى أكثر من جهة كالعلامة المملوكة لمجموعة مؤسسات أو نقابات، وهي العلامة التي لا يمكن تحويلها أو التنازل عنها.

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

² - كاهنة زواوي، رمزي حوحو، مرجع سابق، ص 35.

³ - المادة 02 فقرة 01 الأمر 06/03، المتعلق بالعلامات، مرجع سابق

⁴ - المادة 02 فقرة 02 الأمر 06/03، المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

الفرع الثالث: نوع العلامة التجارية حسب الامتداد الجغرافي

تنقسم العلامة حسب الامتداد الجغرافي إلى:

أولاً: العلامة المحلية: هي العلامة التي تم تسجيلها في بلدها وأصبحت معروفة فيه سواء كانت هذه العلامة علامة تجارية أو علامة سلعة أو علامة خدمة، سواء كانت ملك لشخص طبيعي أو معنوي، ومن العلامات الوطنية في الجزائر على سبيل المثال ماء سعيدة.

ثانياً: العلامة المشهورة: لم يعرفها المشرع الجزائري وإنما اكتفى بالإشارة إليها في المادة (8/07) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات إلى أن العلامة المشهورة تستثني من التسجيل إذا استخدمت على سلع مماثلة ومشابهة لمؤسسة أخرى إلى درجة إحداث تضليل بينهما، وأشارت المادة (4/09) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات أنه لصاحب العلامة المشهورة في الجزائر الحق في منع الغير من استعمال علامته دون رضاه¹، ولقد فرضت العلامة المشهورة نفسها بقوة على الاتفاقيات الدولية والقوانين الوطنية من أجل حمايتها.

الفرع الرابع: العلامة التجارية من حيث طبيعتها وتركيبها

سيتم التطرق إلى هذين النوعين من العلامة التجارية كما يلي:

أولاً: من حيث طبيعتها

أ- العلامة الشفوية: وهي العلامة التي تلفظ مثل اسم كلمة أو مجموعة من الحروف أو رقم أو عدد²، ومثال ذلك 74P.

¹ - ميلود سلامي، العلامة التجارية المشهورة في الجزائر، مجلة دفاتر السياسة والقانون، جامعة ورقلة، الجزائر، ع 4، جانفي 2011، ص 165.

² - سميحة العجال، مرجع سابق، ص 10.

ب- العلامة الشكلية: وهي علامة متعددة ومتنوعة ومتى تم اتخاذها يحضر على الغير اتخاذ ذات الصور أو الرسوم لتمييز ذات السلع والخدمات التي خصصت لها¹، أي أن العلامة تتكون من الرسوم والصور.

ثانيا: من حيث تركيبها

تنقسم العلامة التجارية من حيث تركيبها إلى:

أ- العلامة المركبة: هي العلامة التي تتكون من عنصرين فأكثر من العناصر الشفوية أو العناصر الشكلية أو العناصر الشفوية والشكلية معا.²

ب- العلامة البسيطة: قد تكون شفوية كالحروف والأرقام أو شكلية كالرسم، ومن الأمثلة الدالة على ذلك أسد يزأر.³

كخلاصة للفصل نقول أن منح المشرع الجزائري التاجر والصانع ومقدم الخدمة الحرية في اختيار الرمز الذي يتخذه كالعلامة بشرط أن يكون قابلا للتمثيل الخطي ولديه صفة التمييز بين السلع والخدمات المتشابهة، كما تتنوع العلامة التجارية بتنوع النشاط التجاري إلى علامة الصنع، السلع والخدمات، وحسب صاحب العلامة إلى فردية وجماعية، وتتنوع حسب الامتداد الجغرافي إلى علامة محلية وعلامة مشهورة، ومن حيث الطبيعة والتركيب تنقسم إلى شفوية وشكلية و اللامادية وبسيطة ومركبة.

ويمكن أن تتخذ العلامة العديد من الأشكال والأنواع كالأسماء والأحرف والأرقام والرسومات والصور أو يكون خليط منها، والأنواع من حيث طبيعة النشاط وأصحاب النشاط وحسب الامتداد الجغرافي وطبيعتها وتركيبها ويشترط على العلامة أن تكون تدرك بالبصر

¹ - راشدي سعيدة، العلامة في القانون الجزائري الجديد، مذكرة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2014، ص 98.

² - كريمة جعيجع، أهمية العلامة التجارية في حماية المستهلك، مذكرة ماستر في قانون الأعمال غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2013/2014، ص 16.

³ - سميحة العجال، مرجع سابق، ص 10.

وتمثل خطيا حتى تميز المنتجات والخدمات، ولتكن قانونية ومستوفية للشروط ومميزة ومشروعة.

وما يلاحظ على هذه العلامة أنها معرضة للاعتداء من طرف الغير وذلك بتقليدها عن طريق نقل العناصر الأساسية والجوهرية للعلامة الأصلية ووضعها على العلامة المقلدة حيث يتخذ التقليد صورتين النقل والتشبيه كما يعتبر ظاهرة خطيرة نتيجة لما يترتب من آثار سلبية على العلامة الأصلية والمؤسسة وصحة المستهلك وأثره على الاقتصاد والمنافسة المشروعة، وحتى تتكون من حماية العلامة التجارية.

الفصل الأول

الفصل الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون الجزائري

يقصد المشرع الجزائري بالحماية المدنية للعلامة التجارية الحماية العامة المقدره لجميع الحقوق وقد كفلتها كافة التشريعات، والحق في العلامة التجارية يندرج تحتها، إذ يحق لمن وقع تعد على حقه في العلامة التجارية أن يرفع دعوى مدنية على المتسبب في ذلك الاعتداء مطالباً إياه بالتعويض عن الضرر الذي أصابه مؤسسا دعواه على المنافسة غير مشروعة متى توافرت شروطها وهي الوسيلة الوحيدة لحماية العامة غير المسجلة من تعدي الغير.

المبحث الأول: دعوى المنافسة غير المشروعة

إن المنافسة التجارية لا بد أن تتحصر في حدود مشروعة بأن تكون وفقاً لقواعد الصدق و الشرف والأمانة والعادات والتقاليد الصحيحة، ولكن إذا انحرفت المنافسة عن الطريق السليم بخروجها عن إطار المشروعية واستخدام المنافس لطرق ووسائل منافية للقانون، أو العادات أو شرف التعامل فإنها تغدو غير مشروعة.

المطلب الأول: الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة

إن الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة يتم تبنيه من خلال التطرق إلى موقف مختلف التشريعات بالنسبة لدعوى المنافسة غير المشروعة، و معرفة دور هذه الأخيرة في تحقيق الحماية للعلامة التجارية باعتبارها من وسائل الحماية المدنية لها.

حيث يتم تبيين ذلك من خلال التطرق إلى الجهة القضائية المختصة المرفوعة إليها الدعوى من جهة، ومن جهة أخرى أصحاب الحق في رفع هذه الدعوى.

الفرع الأول: الجهة القضائية المختصة

تنص المادة 20 من الأمر 03-06 على أنه يمكن للجهة 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 للأسباب المذكورة في الفقرات 1 إلى 9 من المادة 7 من هذا الأمر، لا يمكن إقامة دعوى إبطال إذا اكتسبت العلامة صفة التمييز بعد تسجيلها، وتتقادم هذه الدعوى بخمس سنوات ابتداء من تاريخ تسجيل العلامة.¹

وهذا يعني أن المحاكم المختصة بالفصل في مثل هذه النزاعات إلا إذا ارتبطت الدعوى المدنية بالدعوى الجزائية، لهذا يجب تحديد المحكمة المختصة نوعياً ومحلياً للفصل في دعوى المنافسة غير المشروعة.

ويعني إذا كانت الدعوى المدنية المرفوعة بطريق التبعية للدعوى الجزائية، ودفع المتهم بعدم ملكية المدعي المدني للعلامة، ففي هذه الحالة تفصل المحكمة الجنائية أيضاً وهذا تطبيقاً لأصل الأصول الإجرائية، وهو أن قاضي الدعوى هو المدعي.²

فبالنسبة للاختصاص النوعي للمحكمة فالمشروع الجزائري بسط التنظيم القضائي جاعلاً المحكمة ذات اختصاص عام في نظر كل المنازعات ما استثنى بنص خاص، وهي تفصل في جميع القضايا المدنية والتجارية أو دعاوى الشركاء، فيما أن دعوى المنافسة غير مشروعة من الدعاوى التجارية فإن المحاكم هي صاحبة الاختصاص، لكن المشروع الجزائري يحدد أي اختصاص نوعي للمحاكم في هذا الشأن يعني في حالة التعدي أو الإساءة إلى سمعة العلامات التجارية بطرق غير مشروعة.

¹ - الأمر 03-06، المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات، سابق الذكر.

² - كرود فطيمة، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر تخصص قانون شركات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014/2015، ص 13.

إذا كل ما في الأمر، يمكن للمحكمة أن تحتوي على قسم تجاري ولكن اختصاصه لا يعد من النظام العام، إنما مجرد تنظيم داخلي للمحكمة، والسبب في ذلك يرجع إلى أنه قد لا نلجأ لقسم معين غرفة تقابله على مستوى المجلس القضائي. أما بالنسبة للاختصاص المحلي للمحكمة هي أن المشرع الجزائري نص على قاعدة عامة للاختصاص المحلي فالأصل يعود الاختصاص للمحكمة الواقع في دائرة اختصاصها موطن المدعي عليه وفي حالة العدم، إذا كان موطن غير معروف فيعود الاختصاص للمحكمة الواقعة في دائرة اختصاصها محل إقامته وفي حالة انعدام هذا الأخير يكون الاختصاص للمحكمة الواقع في دائرتها آخر موطن له، وعلى هذا الأساس في حالة التضرر جراء أعمال المنافسة غير المشروعة ترفع دعوى إلى محكمة موطن المنافس منافسة غير مشروعة.

إذا كان شخص طبيعي أما إذا كان معنوي يعود إلى محكمة مقر الشركة، ويمكن لصاحب العلامة رفع دعوى استعجالية لوقف أعمال المنافسة غير المشروعة حسب المادة 299 ق إ م إ.¹

الفرع الثاني: أصحاب الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة

في حالة التعدي على العلامة التجارية بطريقة غير مشروعة، فإنه يمكن إلى فئة معينة اللجوء على القضاء برفع دعوى مدنية للمطالبة بالتعويض جراء هذا التعدي، حيث أن هذه الفئة تتمثل في صاحب العلامة، والمرخص له، وأي شخص يتاجر بمنتجات تحمل تلك العلامة بصفة مشروعة، وكذلك المستهلك إذا لحقه ضرر من جراء استعمال العلامة من قبل تاجر يقوم بمنافسة غير مشروعة، ويكون التعويض ممثلاً بدفع ما قد يستحق للمضروور نظير للضرر الذي أصابه بسبب خسارة أو ضياع فرصة الربح، كما قد يكون نتيجة إصابته في شهرته أو سمعته، يعني سواء كان الضرر مادي تقدره المحكمة، يعني السلطة التقديرية

¹ - قانون رقم 08-09 المؤرخ في 25 فيفري 2008 المتضمن قانون الإجراءات المدنية الإدارية، ج.ر.ج.ج، ع 21 المؤرخة في 23 أبريل 2008.

هنا تعود لقاضي موضوع وأصحاب الخبرة.¹ مثال: قضى قضاة مجلس قضاء الجزائر في قضية "Rêve d'or" على أن صاحب هذه العلامة يعد منافس لصاحب علامة "Rêve d'or" منافسة غير مشروعة، وعليه حكمت عليه بالتعويض للمضرور، كما تمت الاستعانة بخبراء لتحديد الأضرار الناجمة وتقديم التعويض.

أما بالنسبة لتعويض الضرر المعنوي تقدره المحكمة حسب السلطة التقديرية للقاضي وذوي الخبرة وذلك حسب المادة 47 و 48 من ق.إ.م.إ، لإضافة للتعويض المالي يمكن الحكم بتعويض أدبي وذلك بواسطة نشر حكم² على نفقة المحكوم.

المطلب الثاني: شروط مباشرة دعوى المنافسة غير المشروعة .

يرى الفقه والقضاء أن دعوى المنافسة غير المشروعة تقوم على نفس الأساس الذي تقوم عليه دعوى المسؤولية التقصير به عن العمل غير المشروع فإن شروط مباشرة دعويين واحدة وذلك مع مراعاة أن لهذه الشروط أوضاعا خاصة في الحياة التجارية. وعليه فإن شروط مباشرة دعوى المنافسة غير المشروعة هي الخطأ، الضرر، والرابطة السببية وسنتكلم عن هذه الشروط كالاتي:

الفرع الأول: الخطأ

استقر الفقه والقضاء على تعريف الخطأ بأنه: "إخلال بواجب قانوني مقترن بإدراك لمخل إياه"، ويستفاد من هذا التعريف أن للخطأ عنصرين أولهما موضوعي ويتمثل في إخلال المخطئ بواجب قانوني، والآخر شفهي ويتجسد في ضرورة أن يكون المخطئ مدركا أنه بفعله قد أخل بالواجب القانوني ولكن للخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة معنى خاص ينصرف بشكل أساسي إلى الإخلال بقواعد الأمانة والشرف والنزاهة في التعامل التجاري ذلك لأن المنافسة في حد ذاتها عمل مشروع ومطلوب لتطوير التجارة ونموها

¹ - كرود فطيمة، مرجع سابق، ص14.

² - تنشر الأحكام في الجريدة الوطنية بالنسبة للقضاء الجزائري.

وازدهارها ولكن المنافسة التي تتحرف عن واجب الالتزام بالأمانة والنزاهة والشرف تعد خطأ يستوجب مسؤولية مرتكب هذا الفعل.¹ ويتجلى الخطأ في هذه الدعوى في صورة التنافس غير المشروع الأمر الذي يستوجب قيام حالة المنافس من جهة ومباشرة أعمال منافسة غير مشروعة من جهة أخرى.

إن أعمال المنافسة غير المشروعة متعددة ولا يمكن حصرها إلا أنه قام الفقهاء بتصنيف هذه الأفعال ضمن أربع صور أو مجموعات من حيث تشابه الأفعال وهي:

أولاً: أعمال التشويه أو الإساءة إلى سمعة التاجر

كإذاعة معلومات غير صحيحة أو إشاعات كاذبة مثل تشويه الحقائق بالحط من جودة البضائع حتى ينصرف العملاء من المحل التجاري أو محاولة تقليدها حتى يصعب على المرء تمييزها عن إنتاج المنافس. كذلك تعد من ضمن أعمال المنافسة غير المشروعة الإجراءات القضائية الكيدية مثل: دعاوي الاختلاس الكيدية.²

ثانياً: الاعتداء على الرسم التجاري أو التسمية المبتكرة

وتتمثل في اتخاذ المحل المنافس اسماً تجارياً مشابهاً اسم محل آخر أو اعتدائه على التسمية المبتكرة.

ثالثاً: تحريض العمال

وذلك عن طريق تحريضهم على ترك المحل أو بث اضطرابات والفوضى في المحل المنافس أو إغرائهم على الالتحاق بالعمل لدى التاجر المنافس حتى يجذب أكبر عدد ممكن من العملاء أو للوقوف على أسرار المهنة.

¹ - نعيمة علوش، العلامات في مجال المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة بن عكنون، 2001-2002، ص 45.

² - عائشة الشابي، مروة بن سديرة، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، قانون أعمال، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2013/2014، ص 48.

رابعاً: تخفيض أسعار السلع

الأصل هو بيع السلع بثمن أقل من الثمن الذي يبيع به المشروعات المنافسة يعتبر عملاً مشروعاً طالما كان الفرق في السعر يمكن اعتباره في حدود المنافسة المشروعة والمثال عن ذلك: البيع عن طريق التصفية بأسعار تقل عن التكلفة في المواسم والأعياد أو نهاية السنة المالية للمحل، أما إذا استمرت أسعار التصفية طوال السنة مع تدعيمها بحملات إعلانية موضحاً بها الأسعار التي يبيع بها وأسعار منافسة، يتضح جلياً أن المقصود بذلك تحطيم تجارة الغير بطرق غير مشروعة.¹

ويمكن أن نضيف لها حالات التعدي على براءات الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية أو ما يسمى بحقوق الملكية الصناعية.

ولا تتحقق المسؤولية إلا إذا كان هناك خطأ قد ارتكب و الخطأ هو انحراف الشخص عن سلوك الرجل العادي، ويتمثل الخطأ في استعمال وسائل غير قانونية أو منافية للعرف التجاري أو العادة التجارية مثلاً تعتبر منافسة غير مشروعة من صاحب مصنع الجلود أو الأحذية ضد مصنع لصناعة الجلود وتعود للقاضي السلطة التقديرية في الفعل المكون للمنافسة غير المشروعة.²

و لكن لا يشترط هنا أن يكون النشاطان متطابقين بل يكفي أن يكون متقاربين بحيث يكون لأحدهما تأثير في عملاء الأخر، كما لو وجد تاجر يملك مصنعاً لإنتاج سلعة معينة وتاجر آخر يملك محلاً للتجارة بها.

¹ - نادية فوزيل، القانون التجاري الجزائري، الأعمال التجارية. التاجر. المحل التجاري، الطبعة التاسعة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص ص 196-197.

² - المرجع نفسه، ص ص 196-197.

ويكفي لتحقيق ركن الخطأ في المنافسة غير المشروعة أن يصدر الفعل عن إهمال أو عدم أخذ الاحتياط إذ لا يشترط لترتب المسؤولية توافر سوء نية المعتدي على العلامة التجارية غير المسجلة عن ممارسته فعل الاعتداء.

الفرع الثاني: الضرر

يعد الضرر ركناً أساسياً في المسؤولية التقصيرية إلى جانب الخطأ و الرابطة السببية، بل هو الركن الجوهرى فيها، وأهميته تفوق أهمية الخطأ، فإذا أمكن في بعض الحالات لهذه المسؤولية أن تقوم بغير الخطأ.

كما تقدم فلا يتصور أبدا وجودها بلا ضرر، ولذلك أولى الفقه الإسلامى فكرة الضرر بالغ عنايته، عمدا إلى درئه عن الناس، ومبتغيا جبره لهم، إذا ألم بالفعل بهم.¹

إذن يعتبر الضرر شرطا لازما لنجاح دعوى المسؤولية المدنية والحكم بالتعويض وحيث إن السائد فقها وقضاء أن دعوى المنافسة غير المشروعة تقوم على أساس الذى تستند إليه دعوى المسؤولية المدنية فقد أدرجت إحكام القضاء على أنه مسؤولية على من ارتكب فعل المنافسة غير المشروعة ما لم يؤد فعله إلى إلحاق الضرر بمنافسه والضرر هو الذى يعطى الحق فى المطالبة بالتعويض ذلك أنه إذا لم يؤدي الفعل أو الخطأ إلى ضرر فإنه لا مجال للتعويض لذا يشترط فى دعوى المنافسة غير المشروعة أن يثبت المدعى الضرر الذى لحق به نتيجة عدم مشروعيته المنافسة، والضرر وفقا للقواعد العامة نوعان مادى وهو ما يصيب المرء فى شخصيته أو ماله فيسبب له أذى وينتج هذا الضرر عن الإخلال بحق ثابت للإنسان وضرر أدبى وهو ما يمس شرف الإنسان أو سمعته أو مركزه الاجتماعى أو اعتباره المالى أو عاطفته، وإن كلا النوعين من الضرر يوجب التعويض.²

¹ - عائشة شابى، مروة بن سديرة، مرجع سابق، ص 50.

² - المرجع نفسه، ص 51.

ويعتبر الضرر واقعة مادية تخضع في إثباتها لكافة وسائل الإثبات كالبينة، و القرائن والضرر الذي يستجوب التعويض هو الضرر الذي وقع فعلا أو سيقع حتما في المستقبل، أما الضرر الاحتمالي وهو غير المحقق الوقوع، أي قد يقع وقد لا يقع فلا يستوجب التعويض عنه كذلك لا أهمية لما إذا كان الضرر ماديا أو أدبيا، صغيرا أو كبيرا وإن كان هناك بعض الأحكام القضائية قد قضت بالمنافسة غير المشروعة ورغم عدم وجود ضرر كما لم تمثل العمل الذي يقوم به التاجر المنافس في إحداث الخلط بين محله التجاري ومحل آخر مملوك لمنافسة ففي هذه الحالة لا يشترط حدوث الضرر، بل يجب إزالة العمل الذي تسبب في إحداث الخلط دون أن يتوقف ذلك على إثبات أن الضرر قد حدث.

لهذا ذهب بعض الفقه إلى أنه يكفي أن يكون الضرر محتمل الوقوع، لكن جانب آخر من الفقه يرى أنه لا محل للخلط بين دعوى المنافسة غير المشروعة ودعوى المسؤولية المدنية لأن هذه الأخيرة تهدف إلى تعويض الضرر بينما دعوى المنافسة غير المشروعة لا تقتصر على تعويض الضرر فحسب بل تهدف إلى حماية المحل من أعمال المنافسة غير المشروعة التي تقع في المستقبل.¹

ومما لا شك فيه أن الاعتداء على علامة تجارية يلحق بما لها ضررا مزدوجا من شأنه التأثير في مركزه المالي ومركزه الاجتماعي على حد سواء لأن هذا الاعتداء يؤدي إلى الحط من المنتجات التي تميز البضائع، وبالتالي يؤدي إلى فقدان الثقة بصاحب العلامة التجارية وبالمنتجات التي تحمل تلك العلامة، مما يجعل المستهلك ينظر إليه بعدم ثقة وأنه خدعهم.

الفرع الثالث: الرابطة السببية

هي الركن الثالث من أركان المسؤولية وعنصر مهم لقيامها، ويقصد بها أنه إذا توافر ركن الخطأ والضرر فلا بد أن يكون هذا الأخير ناتج عن الخطأ، فالعلامة السببية هي علاقة السبب بالنتيجة، وبالتالي يجب أن يكون الضرر الذي لحق بصاحب العلامة نتيجة

¹ - نادية فوضيل، مرجع سابق، ص 194.

للفعل أو الخطأ الصادر عن المعتدي على العلامة عندئذ تقوم المسؤولية المدنية، وهذه المسؤولية لا تفترض وإنما يجب إثبات شروط قيامها من خطأ وضرر وعلاقة سببية، وبإمكان صاحب العلامة ممارسته حق الرجوع والتتبع والمطالبة بالتعويض واستخدام المسؤولية التقصيرية، أما إذا انتفت العلاقة السببية بين الخطأ والضرر كأن يكون بفعل الغير أو خطأ المضرور أو بسبب قوة قاهرة عندئذ لا تقوم المسؤولية، و لا يخفى أن استخلاص رابطة سببية بين الخطأ والضرر من مسائل الواقع التي تستقل بها محكمة الموضوع دون معقب عليها.¹

وتعتبر تحديد فكرة الرابطة السببية بين الخطأ والضرر من الأمور أو المسائل الدقيقة ويرجع ذلك إلى سببين أساسيين، السبب الأول هو أنه كثيرا ما تساهم عدة أسباب في إحداث الضرر، وتسمى هذه الحالة بتعدد الأسباب وحدة الضرر، ويمكن تصورها في الشخص المنافس منافسة غير مشروعة الذي يعتدي على العلامة التجارية، أما السبب الثاني فيتمثل في حالة وجود خطأ واحد يكون سببا في إحداث عدة أضرار متتالية، لذا نتساءل هل يسأل الشخص فقط عن الأضرار التي تعتبر نتيجة مباشرة لخطأه؟ وتسمى هذه الحالة بوحدة السبب وتعدد الأضرار، ويمكن تصورها في حالة التعدي على علامة المصنع التي يصنعها الصانع على منتجاته، وهذا التعدي قد يضر بالتجار الذين يبيعون هذه المنتجات²، وفي هذا الصدد نجد أن المادة 182 من ق.م.ج³ نصت على أن الشخص يسأل فقط عن الضرر المباشر، أي الضرر الذي يعتبر نتيجة طبيعته للخطأ، إذا لم يكن في استطاعته أن يتقيد ببذل جهد معقول.

¹ - بويشطولة بسمة، مرجع سابق، ص 23.

² - بويشطولة بسمة، المرجع نفسه، ص 24.

³ - الأمر 75-58، الموافق 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم.

المبحث الثاني: قيام دعوى المنافسة غير مشروعة وآثارها

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

المطلب الأول: قيام دعوى المنافسة غير المشروعة

إن أطراف المنافسة غير المشروعة هم المتضررون منها، أما الطرف الآخر فهو المنافس الذي ارتكب الفعل الغير مشروع.

الفرع الأول: الطرف الأول: المدعي

هو كل شخص لحقه الضرر من عمل المنافسة غير المشروعة في 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 بإتباع طرق رفع الدعوى المنصوص عليها في قانون الإجراءات المدنية والإدارية.¹

الفرع الثاني: الطرف الثاني: 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 منهم 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.

¹ - عائشة شابي، مروة بن سديرة، مرجع سبق ذكره، ص 17.

وبالرجوع إلى قانون الإجراءات المدنية والإدارية فإنه يجب أن يكلف المدعي عليه بالحضور.¹

المطلب الثاني: المحكمة المختصة للفصل بالدعوى

إن المحكمة المختصة هي المحكمة التي يجوز لها الفصل في دعاوى المنافسة غير المشروعة والاختصاص على شكله النوعي والإقليمي.

الفرع الأول: الاختصاص النوعي.

إن فيما يتعلق بتحديد الجهة القضائية المختصة في الفصل في الدعوى المدنية فيبقى الأمر يخضع للقواعد العامة للاختصاص المنصوص عليها في قانون الإجراءات المدنية والإدارية والمتمثلة كأصل عام في المادة 32 منه والتي تنص: " المحكمة هي الجهة القضائية ذات الاختصاص العام وتتشكل من أقسام ويمكن أن تتشكل من أقطاب متخصصة... تفصل المحكمة في جميع القضايا لاسيما المدنية و التجارية والبحرية والاجتماعية والعقارية وقضايا شؤون الأسرة والتي تختص بها إقليميا...".²

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 أنه يعتبر أعمالا تجارية بالتبعية الالتزامات الناشئة عن المسؤولية التقصيرية التي تحدث بسبب ممارسة النشاط التجاري وعلى ذلك يعتبر عملا

¹ - هناء قماري، دليلة هدايدية، دعوى المنافسة المشروعة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص قانون الأعمال، جامعة 8 ماي 1945، 2014/2013، ص42.

² - المادة 32 من قانون رقم 08-09 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، سابق الذكر.

تجاريا الالتزام الناشئ عن مسؤولية التاجر من جراء منافسة غير المشروعة خاصة في مجال الملكية الصناعية.¹

الفرع الثاني: الاختصاص المحلي

الاختصاص المحلي 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 المحلي، فالأصل أن تكون المحكمة التي يقع في دائرتها موطن المدعى عليه هي المختصة.²

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 له³، وذلك حسب المادة 37 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية التي تنص على:

" يؤول الاختصاص الإقليمي للجهة القضائية التي تقع في دائرة اختصاصها، موطن المدعى عليه وإن لم يكن له موطن معروف، فيعود الاختصاص للجهة القضائية التي يقع فيها آخر موطن له، وفي حالة اختيار موطن يؤول الاختصاص الإقليمي للجهة القضائية التي يقع فيها موطن المختار، ما لم ينص القانون على خلاف ذلك ".⁴

" ونصت المادة 38 من نفس القانون على: في حالة تعدد المدعى عليهم يؤول الاختصاص الإقليمي للجهة القضائية التي يقع في دائرة اختصاصها موطن أحدهم ".⁵

¹ - عائشة شابي، مروة بن سديرة، المرجع السابق، ص 56.

² - هناء قماري، دليلة هدايدية، المرجع السابق، ص 43.

³ - المرجع نفسه، ص 43.

⁴ - المادة 37 من القانون 08-09 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، سابق الذكر.

⁵ - المادة 38 من القانون 08-09 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، سابق الذكر.

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

وتبعاً لهذا يكون اختصاص المحكمة عادة المحكمة الواقعة بذات المكان الذي يمارس فيه الشخص تجارته وحرفته، وعلى هذا الأساس يجوز لكل من.

المطلب الثاني: آثار دعوى المنافسة غير المشروعة.

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

الفرع الأول: وقف الأعمال

إن جزاء المنافسة غير المشروعة هو وضع حد للأعمال التي تشكل منافسة غير مشروعة، حيث من المفروض أن تحكم المحكمة بإزالة العمل غير المشروع تأكيداً للقاعدة الفقهية "الضرر يزال"¹، وبمعنى آخر إلزام المدعى عليه باتخاذ التدابير اللازمة لإزالة آثار المنافسة غير المشروعة وبذلك منع استعمال العلامة أو إتلافها أو إجراء تعديل ومنع كل ما من شأنه خلق الالتباس وهذا الجزاء يمكن تطبيقه حتى لو 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 احتمالي 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.²

¹ - هناء قماري، دليلة هدايدية، مرجع سابق، ص 53.

² - عائشة الشابي، مروة بن سديرة، مرجع سابق، ص 60.

المشرع الجزائري نص على جزاء وقف الأعمال في الأمر 03-06 بالعلامات من خلال المادة 29 التي تنص على: "إذا أثبت صاحب العلامة أن تقليدا قد ارتكب أو يرتكب، فإن الجهة القضائية المختصة تقضي بالتعويضات المدنية، وتأمّر بوقف أعمال التقليد وترتبط إجراء 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. إذ 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 وإتلافها عند الاقتضاء.¹

الفرع الثاني: 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 تمديد التعويض وفقا للضرر الذي لحق بالمدعي.

وبالرجوع لأحكام القانون المدني فإن تقدير التعويض يعود لسلطة القاضي ذلك وفقا لنص المادة 113 منه كما أن طريقة التعويض تحدد من قبل القاضي تبعا للظروف فحسب المادة 182 قانون مدني، تعويض الضرر يكون بالنقد تبعا للظروف كما يمكن للقاضي أن يحكم ببعض الإعانات تتصل بالفعل غير المشروع.

أما فيما يخص أساس تقدير التعويض فيكون على أساس فوات فرصة الكسب وكذا على أساس الخسارة التي تلحق بالمضرور وفقا للمادة 182 من ق.م، والتعويض عن أعمال المنافسة غير المشروعة يشمل الضرر المادي والمعنوي حسب المادة 182 مكرر 1 من ق.م.²

¹ - المادة 29 من الأمر 03-06، المتعلق بالعلامات، سابق الذكر.

² - داودي وئام، المرجع السابق، ص44.

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

وما تجدر الإشارة إليه أن التعويض قد يتجاوز قيمة الضرر وذلك إما إذا ارتكبت أعمال المنافسة غير المشروعة بسوء نية ويقصد إحداث الضرر بالمنافسين أو بنية إخراجهم من السوق بصورة يستشف منها الاستخفاف بالتعويض الجابر، لذلك تحكم المحكمة بتعويض يتجاوز قيمة الضرر الواقع فعلا وهو ما يسمى بالتعويض العقابي الهدف منه ليس تعويض الشخص المضرور عما أصابه من ضرر بل كعقوبة المدعى عليه وردع الغير من استعمال سلوك مماثل.

بالإضافة إلى جزاء التعويض وجزاء وقف الأعمال المنافسة غير المشروعة جاء المشرع بجزاءات مدنية أخرى للردع من كل ممارسة غير مشروعة. وقد جاءت هذه الجزاءات في الفصل الثاني من الباب الرابع من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، حيث نصت المادة 39 على إمكانية حجز البضائع موضوع المخالفات المنصوص عليها في المواد 10، 11، 13، 14، 20، 21، 22، 23، 24، 25، 26، 27، 28 و7 و28 مع إمكانية حجز العتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكابها مع مراعاة حقوق الغير حسب النية.¹

وأضاف المشرع الجزائري جزاء المصادرات باعتبارها تشكل إجراء من إجراءات الأمن وتنصب المصادرة على أشياء تجوز حيازتها وتكون هذه الأشياء في حوزة المحكوم عليه وهي عقوبة تكميلية يقضي بها وجوبا في أغلب الأحيان وأحيانا تكون تخييرية بترك الحكم بها للقاضي.

¹ - داودي وئام، المرجع السابق، ص 45.

وكخلاصة للفصل نقول أن المشرع الجزائري ترك حرية اختيار العلامة لكل تاجر وصانع من خلال اتخاذ رمز يناسب كل واحد وباختياره للتمييز بين السلع لعدم حدوث أي خلط وخص العلامة التجارية بالحماية المدنية من خلال الأمر 03-06 المتعلق بحماية العلامات، لأن العلامة وسيلة لترويج وتنشيط المبيعات وهي رمز معرف للتجار لأنها تؤثر في سلوك المستهلك، ومن خلال بحثنا هذا تطرقنا للحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون الجزائري لبناء علامات تجارية عالمية، وهذا ما جعل المشرع يعطيها أساس قانوني تقوم عليه وشروط لمباشرتها والمحاكم المختصة واختصاصاتها والآثار المنجزة عن المنافسة غير المشروعة وتأثيرها في سمعة التاجر والصانع ومقدم الخدمة.

الفصل الثاني

الفصل الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية في القانون الجزائري.

جعل التطور التجاري والاقتصادي إلى زيادة أهمية العلامة التجارية مما أدى إلى ازدياد صور التعدي عليها، الأمر الذي دفع إلى سن القوانين التي تحرم الاعتداء عليها وحدوث صور التقليد على العلامة وعقاب المتعدي وذلك لتوفير الحماية ولهذا أضفت التشريعات الحماية الجزائية على العلامة التجارية من أجل فرض عقوبات على المتعدي.

المبحث الأول: دعوى التقليد

إن تقليد العلامة التجارية متعدد ويمكن أن تتمثل في الاعتداء على ذاتية العلامة والبعض الآخر يتمثل في الاعتداء على ملكية العلامة وهذا ما سنتطرق إليه.

المطلب الأول: جرائم الاعتداء على ذاتية العلامة التجارية

تمثلت جرائم الاعتداء على ذاتية العلامة التجارية في تحديد الأفعال المعاقب عليها والتي تنصب على ذاتية العلامة التجارية وبيان الأفعال التي تلي وقائع الاعتداء على ذاتيتها حيث تنصب على استعمال هذه الذاتية المزيفة وهنا يقوم الجاني بتوجيه أفعاله مباشرة على ذاتية العلامة التجارية.

الفرع الأول: جريمة تقليد العلامة التجارية

تناولت جميع التشريعات ذاتية العلامة التجارية جريمة التقليد كإحدى صور التعدي على العلامة التجارية وحددت لها الجزاء المباشر من خلال نص المادة 23 من الأمر رقم 06/03: "... فإن كل شخص ارتكب جنحة التقليد يعاقب بالحبس من ستة أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار جزائري إلى عشرة ملايين دينار أو بإحدى العقوبتين ...".¹

¹ - المادة 23 من الأمر رقم 06/03، سابق الذكر.

ولقيام جريمة التقليد تقليد العلامة التجارية يجب أن تكون العلامة المقلدة مستوفية لشروطها القانونية وأن تكون مسجلة لدى الجهات ذات العلاقة، ذلك أن التسجيل هو مناط الحماية الجنائية التي أصبغها المشرع الجنائي على ملكية العلامة التجارية.¹

كما نص المشرع الجزائري على جريمة التقليد حيث قال: ... تعد جنحة التقليد علامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة...².

إلا أن هذه التشريعات لم تحدد أركان هذه الجريمة مما يقضي الرجوع إلى القواعد العامة لتحديد أركانها المتمثلة فيما يلي:

أولاً: الركن المادي: تعد جريمة تقليد العلامة التجارية هي الأساس في الجرائم الواقعة على الحق في العلامة، كما يطلق جانب من الفقه على جميع صور التعدي على العلامة التجارية لفظ جرائم التقليد.

والعنصر المادي هنا يتمثل في فعل التقليد، حيث لم تتعرض قوانين العلامة التجارية إلى تعريف يبين ماهية المتصور في نطاق هذه الجرائم لذا فقد عرفه غالبية الفقه: بأنه اصطناع خام أو دمغة أو علامة مزيفة تقليدا للأشياء الصحيحة أي المشابهة لها في شكلها سواء أكان التقليد متقنا أم غير متقن.³

فالركن المادي في جريمة تقليد العلامة التجارية يكون بنقل العناصر الأساسية للعلامة أو نقل بعضها مع إضافة شيء إليه بحيث يصعب على المستهلك العادي التفرقة بينهما في ذلك الشبه لما فيها من خداع وتضليل وعليه فالمشرع الجزائري لم يحدد الأفعال التي تعتبر

¹ - آمنة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامة التجارية، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، يم للنشر والتوزيع، 2011، ص136.

² - المادة 26 من الأمر رقم 06/35 المتعلق بالعلامات، سابق الذكر.

³ - عائشة شابي، مروة بن سديرة، مرجع سابق، ص64.

اعتداء مباشر والأفعال التي تعتبر اعتداء غير مباشر على العلامة التجارية والعقوبات المخصصة لها كما فعل في التشريع السابق للعلامات، حيث أنه في التشريع الراهن حدد جنحة التقليد بالمعنى الواسع للكلمة بالنظر إلى الاعتداءات التي يقوم بها الغير خرقا للحقوق الاستثنائية المعترف بها لصاحب العلامة المودعة، وهكذا يلاحظ أن المشرع الجزائري تبنى المفهوم الواسع للتقليد.¹

إن تقليد العلامة التجارية يعاقب عليها جزائيا في حد ذاته، أي يكفي لوجود الجنحة إثبات أن الفعل يتمثل في اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الأصلية.²

وبالرجوع إلى الأحكام الراهنة نلاحظ أن المشرع الجزائري استبعد التمييز بين التقليد بحصر المعنى والتشبيه، إذ نص على أنه يعد جنحة تقليد لعلامة ما مسجله كل عمل يقوم به الغير أضرار بالحقوق الاستثنائية لصاحب العلامة وعند تحديده للرموز المستبعدة من التسجيل ولتعزير موقفه استعمل بصورة متساوية العبارتين المتماثلة، المطابقة أو المشابهة، وهذا دليل على أن التشبيه يكون تقليدا ويخضع لنفس العقوبة.

كما تعرض القضاء الجزائري لجريمة تقليد العلامة التجارية، حيث قضت المحكمة العليا بالجزائر أنه: يعد تطبيقا سليما وصحيحا للقانون القضاء برفض دعوى تقليد علامة تجارية لنفس المنتج على أساس عدم وجود تشابه بين العلامتين (لنفس المنتج) من شأنه إحداث لبس وخطأ عند المستهلك متوسط الانتباه.³

ثانيا: القصد الجنائي: إن تقليد العلامة يعاقب عليه جزئيا في حد ذاته، أي يكفي لوجود جنحة تثبت أن العمل يتمثل في اصطناع علامة مطابقة تاما للعلامة الأصلية، فلا يشترط

¹ - سعيدة راشدي، حماية العلامات التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، ص 221. موضوع منشور على موقع:

sociales/Doc/Re.Pdf.03/04/2014 univ-Bajaia.DZ/fac-sciences humaines

² - عائشة شابي، مروة بن سديرة، المرجع السابق، ص 65.

³ - القضية رقم 1209 المؤرخة في 05/02/2002، المجلة القضائية، العدد الأول، 2002، ص 265.

توافر العنصر المعنوي فالعنصر المادي كاف وهكذا فإن القصد ليس شرطاً لازماً لإثبات وجود جنحة أي لا يفرض البحث عن نية مرتكب الفعل الضار حسنة كانت أو سيئة ولا تتضمن الأحكام القانونية عبارة التدليس أو القصد بالنسبة لجنحة التقليد.¹

وهذا ما نؤيده إلأن التقليد يعاقب عليه بمجرد وقوعه ولو انتفى القصد الجنائي أو لو كان مرتكب الفعل حسن النية في إحداث اللبس بين العلامتين ولو لم يقصد تضليل جمهور المستهلكين والأساس الذي يسند عليه هذا الرأي هو أنه من الواجب على كل تاجر أن يلجأ إلى سجل العلامات التجارية حتى يتأكد قبل صنعه لعلامة تجارية لتمييز بضائعه من أن علامته لا تختلط أو تتشابه مع علامة أخرى لتمييز ذات النوع من البضاعة، كما أنه من النادر أن يقع التطابق أو التشابه مصادفة دون قصد.²

الفرع الثاني: جريمة تزوير العلامة التجارية

يتمثل تزوير العلامة التجارية باصطناع علامة مطابقة تماماً للعلامة الأصلية، وذلك باقتباسها بشكل كلي ودون أدنى تغيير، ولهذا يرى بعض الفقه أن التزوير يقصد به نقل العلامة بشكل حرفي وتاماً بحيث تصبح العلامة المزورة صورة طبق الأصل من العلامة الحقيقية.³

أما المشرع الجزائري فقد اقتصر على ذكر جنحة التقليد في المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية، مما يدعو إلى الاعتقاد بأنه اغفل ذكر باقي جرائم التعدي على العلامة التجارية إلأن المشرع الجزائري في المادة 26 من الأمر ذاته يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة ما قام بها الغير خرقاً لحقوق صاحب العلامة يعد جريمة معاقب عليها قانوناً.

¹ - أنظر المادة 26 من الأمر رقم 06/03، السابق الذكر.

² - عائشة شابي، مروة بن سديرة، المرجع السابق، ص 66.

³ - آمنة صامت، مرجع سابق، ص 149.

أولاً: الركن المادي

إن تزوير علامة معناه اصطناع علامة مطابقة للعلامة الأصلية، وهو كفعل مادي ينصب على عملية صنع (طبع) العلامة فقط لذا فإن الجريمة تتم بمجرد فعل التزوير أي بمجرد ارتكابه ويكفي مجرد صنع الختم الذي يستخدم لوضع العلامة، أو صناعة الشريط المتضمن العلامة أو الزجاجات... الخ، فلا تعد الأفعال السابقة مجرد شروع في ارتكاب الجريمة ولكنها تكون الجريمة ذاتها¹، لذلك فإن قوام الركن المادي في جريمة تزوير علامة تجارية هو فعل التزوير والذي يتطلب فيه أمران أولهما أن يتم هذا الفعل بصورة تؤدي إلى خداع غيره وتضليله وبالتالي عدم استطاعته التمييز بين البضائع التي تحمل علامة مزورة وتلك التي تحمل علامة أصلية وأن يتم ذلك بدون موافقة صاحب العلامة أما إذا تم بموافقته فإن ذلك لا يشكل تزويراً وبالتالي تنتفي عنه صفة الاعتداء ويقع عبئ إثبات موافقة صاحب العلامة على المتهم.

وتعد جريمة تزوير العلامة التجارية من الجرائم ذات الهدفين الأول يتمثل في الاعتداء على العلامة التجارية، أما الثاني فيتمثل في غش المستهلك وتضليله.

ثانياً: القصد الجنائي

يحتوي ضمن طبيعته القصد الجنائي العام والقصد الجنائي الخاص على النحو التالي:

أ/ **القصد الجنائي العام:** تعد جريمة تزوير العلامة التجارية من الجرائم العمدية، والتي يجب لقيامها توافر القصد الجنائي العام والذي يعني انصراف إرادة الجاني بماهية فعله وبماهية الموضوع الذي ينصب عليه، وأن تتجه إرادته إلى ذلك الفعل وآثاره، وبهذا العلم والإرادة يقوم القصد الجنائي العام.²

¹ - آمنة صامت، مرجع سابق، ص 152.

² - عائشة شابي، مروة بن سديرة، مرجع سابق، ص 68.

ب/ **القصد الجنائي الخاص**: ذهب جانب من الفقه إلى القول أن القصد الخاص مفترض في هذه الجريمة، وذلك في تسجيل العلامة التجارية قرينة على العلم بها خاصة بالنسبة للتاجر الذي يفترض فيه أن يكون عالماً بمجموع العلامة التجارية المسجلة وذلك بحكم العرف التجاري¹ في حين ذهب جانب آخر من الفقه إلى أن القصد الجنائي مفهوم ضمناً في كل جرائم التعدي على العلامة التجارية، حيث ذهب أصحاب هذا الرأي إلى وجوب اشتراط القصد الجنائي في جريمة تزوير علامة تجارية، إذ أنه ليس من المقبول أن يحاسب الأفراد عن أفعال لم تصدر منهم عن رغبة حقيقية بالإجرام والأذى، وأن حرمان مرتكب التزوير من إثبات حسن نيته واتخاذ واقعة تسجيل العلامة قرينة قاطعة على علمه بالعلامة لا يخلو من العنت وبذلك تكون مجافاة للعدالة وبهذا نميل إلى الرأي الأول وذلك لصريح النص ولأن حكمة التشريع تملئ الأخذ به إذ يفترض قيامنا بصنع علامة جديدة أن يكون على علم بالعلامات السابقة التي تميز منتجات منافسة وأن التزوير معاقب عليه في حد ذاته دون الحاجة لإثبات سوء النية.

المطلب الثاني: جرائم الاعتداء على ملكية العلامة التجارية

تختلف جرائم هذا القسم عن الجرائم السابقة في أن الاعتداء على العلامة لا يكون بواسطة الاعتداء على ذاتية العلامة وإنما هو عبارة عن اغتصاب لعلامة الغير بغير التزوير أو تقليد لها، أي بواسطة الاعتداء على مادية العلامة التجارية وبمعنى آخر الاستيلاء على العلامة الحقيقية واستعمالها دون وجه حق وعلى هذا الأساس سنتناول جريمتين هما جريمة وضع سوء القصد على منتجاته علامة تجارية مملوكة لغيره وجريمة بيع منتجات تحمل علامة موضوعة بغير حق أو عرضها للبيع أو حيازتها بقصد البيع مع علمه بذلك في كل من الفرع الأول والفرع الثاني على التوالي.

¹ - عائشة شابي، مروة بن سديرة، المرجع نفسه، ص ص 68، 69.

الفرع الأول: جريمة وضع سوء قصد على منتجاته علامة تجارية مملوكة لغيره

في هذا الفرع سنتطرق إلى تعريف هذه الجريمة مع التطرق إلى أركانها والمتمثلة في الركن المادي والقصد الجنائي.

أولاً: تعريف الجريمة

المقصود بهذه الجريمة أن العلامة التجارية محل الاستعمال ليست ضرورة أو مقلدة بل علامة حقيقية يمتلكها شخص ويستعملها آخر على منتجات أو بضائع مماثلة بدون وجه حق.

ثانياً: الركن المادي الجريمة: كما قلنا سابقاً أنه لقيام جريمة الوضع بسوء القصد على منتجاته علامة تجارية مملوكة لغيره يجب توافر الركن المادي ويتمثل في وضع علامة حقيقية على البضائع والمنتجات التي تتمتع بحق استقدام تلك العلامة بشرط أن تكون البضائع والمنتجات من نفس الصنف ويأخذ الركن المادي لهذه الجريمة عدة صور نذكر منها:¹

1- صورة الاستعمال: إذ يتوافر هذا العنصر بحق كل من يستعمل علامة تجارية مسجلة أو مقلدة لها على ذات الصنف من البضاعة التي سجلت من أجلها حتى ولو كان هذا الاستعمال لمجرد قصد الإعلان عن تلك البضائع.²

فبالعودة إلى القانون الجزائري وخاصة الأمر رقم 03-06 نجد انه يعاقب الأشخاص الذين يضعون منتجاتهم أو على الأشياء التابعة لتجارتهم هي ملك لغيرهم.³

¹ - أمينة صامت، مرجع سابق، ص 170.

² - عائشة شابي، مرجع سابق، ص 70.

³ - انظر المادتين 26، 32 من الأمر رقم 03-06، سابق الذكر.

على المدعي أو على النيابة العامة إثبات أن مرتكب الفعل كان يهدف من وراء هذا التصرف الاستفادة من المزايا المتعلقة بالعلامة الأصلية.

والمشرع المصري قد أوضح القصد الجنائي في هذه الجريمة بصورة جلية حيث وردت عبارة "سوء قصد" في المادة 113 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصرية، وبالتالي فإنه وفق لذلك فإن عبئ إثبات سوء القصد يقع على المدعي الذي استخدمت علامته دون موافقة ذلك أن الموافقة تنفي القصد الجنائي.¹

ثانياً: جريمة بيع منتجات تحمل علامة موضوعة بغير حق أو عرضها للبيع أو حيازتها بقصد البيع مع علمه بذلك

وتتكون هذه الجريمة من ركنين أساسيين هما:

أ- **الركن المادي:** تقع هذه الجريمة حال بيع منتجات تحمل علامة تجارية مملوكة للغير بدون حق أو بسبب مشروع ويشمل جميع صور البيع ولا فرق في ذلك إذا كان البيع بمقابل نقدي وتختلف هذه الجريمة عن جريمة استعمال علامة مزورة أو مقلدة في أنها تمثل علامة حقيقية ولكن مملوكة للغير لتمييز منتجات مماثلة خلاف المخصصة لها العلامة الحقيقية. وفي الأخير نتوصل إلى القول: أنه إذا لم تكن العلامة المملوكة للغير مسجلة فلا يعد الاعتداء عليها بأية صورة من الصور التي حددها القانون جريمة من جرائم الاعتداء على العلامة التجارية ومن بينها جريمة استعمال علامة مملوكة للغير.²

ج- **القصد الجنائي:** تعتبر جريمة استعمال علامة مملوكة للغير من الجرائم القصدية التي يفترض فيها أن الجاني يعلم بأنه يقوم باستعمال تجارته للغير ويلزم لقيامها أن ترتكب سوء نية. إن المشرع الجزائري لم يتطلب في هذه الجنحة توافر عنصر القصد نظراً لعمومية

¹ - أمينة صامت، المرجع السابق، ص 171.

² - المرجع نفسه، ص 171.

النص القانوني¹ فيكفي أن يتم وضع العلامة الأصلية على منتجات ليست تحت حمايتها كوضع المنتجات في زجاجات أو في علب تحمل تلك العلامة الأصلية عليها، فلا يجب أم لا وبين إذا ما نتج عن البيع ربح أو خسارة، وكذلك تقع عن طريق وضعها في واجهة المحل التجاري أو إحدى الفروع التابعة له أو بإرسال نشرات إلى العملاء و كذلك الحال في حال حيازة المنتجات بقصد بيعها كان يضعها داخل مخازن التاجر أو في مسكنه الخاص إذا وجدت قرائن تدل على أنها تستخدم كمخازن أو مستودعات توضع فيها المنتجات التي تحمل علامة مملوكة للغير دون وجه حق.²

2- الركن المعنوي (القصد الجنائي): إذ يلزم لقيام هذه الجريمة توافر القصد الجنائي العام، إذ تعتبر هذه الجرائم من الجرائم العمدية وبذلك يجب أن تتصرف إرادة الجاني إلى ارتكاب الفعل المحقق للجريمة مع علمه بأنه يبيع أو يعرض للبيع أو للتداول، حيث أن المشرع المصري ذهب إلى عدم اشتراط توافر سوء القصد أو القصد لقيام هذه الجريمة وإنما اكتفى بتوافر العلم لدى الجاني بأنه يعلم انه يبيع أو يعرض للبيع أو التداول أو يحوز بضاعة تحمل علامة تجارية مملوكة لغيره.³

أما بالنسبة للتشريعين الجزائري والفرنسي فقد اغفلا تجريم الحيازة حيث كان من الصواب أن يسلكا مسلك المشرع المصري، وهذا حتى يتم تحقيق حماية قصوى للعلامة التجارية وإقفال الباب على كل من تسول له نفسه الاعتداء على العلامة بأي شكل من الأشكال ثم يتملص من العقاب، ويلاحظ كقاعدة عامة تقريبا بأن المشرع الفرنسي قد قرر عقوبات لهذه الجرائم مماثلة للعقوبات المقررة لجريمة الخداع⁴، وهنا اتجه بعض الفقه في مجال القانون التجاري إلى أنه على الرغم من أن المشرع المصري لم يذكر صراحة شرط

¹ - انظر المادة 26 من الأمر 03-06، سابق الذكر.

² - أمينة صامت، مرجع سابق، ص 173-174.

³ - انظر المادة 113 من ق حماية الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002.

⁴ - عائشة شابي، مرجع سابق، ص 72.

التسجيل إلا في البند رقم (1) بشأن تزوير أو تقليد العلامة التجارية ولم يكرر هذا البند في الشروط الأخرى، أي أن المشرع لم يقصد إلا حماية العلامة المسجلة ولم يشأ أن يذكر هذا الشرط في كل جريمة على حدا منعا للتكرار وبالتالي فإن بقية الجرائم الأخرى غير التزوير والتقليد يشترط فيها أن يقع على علامة مسجلة.¹

المبحث الثاني: الإجراءات والجزاءات

نتناول في هذا المبحث عناية المشرع الجزائري بحماية حق مالك العلامة التجارية، حيث لم يقتصر على منح المعنى الأمر بدفع دعوى مدنية أو جزائية، بل نص على الإجراءات التحفظية والتنفيذية وكذلك العقوبات الجزائية يجوز له اتخاذها قبل رفع دعوى التقليد، حتى يتمكن من إثبات فعل الاعتداء ورغبة منه في تحقيق أقصى حماية ممكنة للعلامة التجارية وهذا ما سنتطرق إليه في هذا المبحث.

المطلب الأول: الإجراءات التحفظية والتنفيذية

اتخذ المشرع الجزائري إجراءات تحفظية وتنفيذية لصاحب العلامة التجارية لإثبات الاعتداء وحماية حقه في علامته التجارية.

الفرع الأول: الإجراءات التحفظية

منح المشرع الجزائري لصاحب العلامة التجارية المعتدى عليها وسيلة أخرى لحماية حقه إلى جانب دعوى التقليد وذلك بتمكينه من اتخاذ إجراءات تسمح له بإثبات مختلف أفعال التعدي على العلامة قبل رفع دعوى التقليد.

وبهذا يستطيع مالك العلامة أن يطلب الحجز من المحكمة المختصة على السلع التي تحمل علامة مقلدة أو مشبهة وعلى الوسائل والأدوات المستخدمة لإنتاجها إذا اثبت أن هناك

¹ - أمينة صامت، مرجع سابق، ص176.

اعتداء على حقه وأنه يخشى من اختفاء الأدلة¹. وقد نصت المادة 34 من الأمر 03-06 السابق الذكر على أنه: "يمكن لمالك العلامة بموجب أمر المحكمة الاستعانة عند الاقتضاء بوصف دقيق للسلع التي يزعم أن العلامة عليها قد ألحقت به ضرر أو ذلك بالحجز أو دونه".

ويتم إصدار الأمر على ذيل عريضة بناء على إثبات تسجيل العلامة وعندما يتأكد الحجز يمكن أن يأمر القاضي المدعي بدفع كفالة².

وقد ألزم المشرع الجزائري طالب الحجز التحفظي مت اللجوء إلى الجهة القضائية بالطريق المدني أو بالطريق الجزائي في أجل شهر وإلا أصبح الوصف أو الحجز باطلا مع إمكانية المطالبة بالتعويض³.

مع الإشارة في هذا الصدد أنه في حالة بطلان حجز التقليد فإن ذلك لا يؤثر على حق المدعي في رفع الدعوى أمام قاضي الموضوع.

الفرع الثاني: الإجراءات التنفيذية

أولاً: المصادر والحجز: أجازت المادة 36 من قانون العلامات والمادة 24 من قانون الرسوم والنماذج الصناعية حجز المنتجات المقلدة أو المعلمة بعلامات تسبب ضرر لصاحب العلامة والأشياء التي تمس بصاحب الحق ومصادرتها وأن يقوم بإتلافها وحتى مصادرة وإتلاف الأدوات المستعملة في التقليد، كما يجوز بيع الأشياء المحجوزة لصاحب العلامة الأصلية وذلك مع عدم الإخلال بما يستحق من تعويض⁴.

¹ - سعيد راشدي، المرجع السابق، ص 288.

² - المادة 34 من الأمر 06/03، السابق الذكر.

³ - المادة 35 من الأمر 06/03، السابق الذكر.

⁴ - نريمان العقون، أمانة براغطة، النظام القانوني للعلامة التجارية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الليسانس في القانون، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة 08 ماي 1945 قالة، 2012/2011، ص 120.

ونصت المادة 32 من الأمر 06/03 فقرة 2 على الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة فالمحكمة أن تقرر مصادرة البضائع وموارد الرزم واللف والإعلان واللوحات وعلى الأختام وغير ذلك من الأدوات المستعملة بصورة رئيسية في طبع العلامة التجارية على البضائع أو التي ارتكب فعل التعدي بها أو نشأ منها.

ومن الجدير بالذكر أن المصادر أمر جوازي للمحكمة، إذ لها سلطة تقديرية في هذا الخصوص فإذا أمرت المحكمة بمصادرة فيجوز أن تشمل المصادر البضائع والأدوات والأشياء المستخدمة في ارتكاب الجريمة، كما قد تقتصر على بعض ذلك.¹

ثانياً: الإتلاف: للمحكمة أن تأمر بإتلاف البضائع والمواد الرزم واللف والإعلان واللوحات والأختام وغير ذلك من الأدوات والمواد الغير مستعملة بصورة رئيسية في طبع العلامة التجارية على البضائع أو التي ارتكب فعل التعدي بها أو نشأ منها، أو التصرف بها، في غير الأغراض التجارية.

إن الحكم بإتلاف تلك الأشياء كلها أو بعضها أمر متروك لسلطة المحكمة التقديرية أي أن الأمر بإتلاف جوازي وليس إلزامياً.

فإذا أثبت للمحكمة أن حالة تلك المواد على قدر كبير من الجودة، فينبغي أن يكون الحكم غير الإتلاف كالأمر ببيعها وتوزيع ثمنها على المحتاجين أو الاستفادة منها كهبتها إلى إحدى الجهات البر والخير.²

لقد تناول المشرع الجزائري الإتلاف في المادة 32 من الأمر رقم 06/03، والتي ورد فيها ما يلي: "...فإن كل شخص ارتكب جنحة تقليد، يعاقب بالحبس من ستة أشهر إلى سنتين وغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار (2.500.000) إلى عشرة ملايين دينار

¹ - عائشة شابي، مروة بن سديرة، مرجع سابق، ص 76.

² - المرجع نفسه، ص 76.

(10.000.000) أو إحدى هاتين العقوبتين فقط مع إتلاف الأشياء محل المخالفة" ويفهم من هذا النص أنه زيادة عن المصادر تأمر المحكمة بإتلاف الأختام ونماذج العلامة أي الأشياء والأدوات التي استعملت لارتكاب الجنحة¹، بالرغم من إلغاء عبارة "في جميع الحالات"² فإنه يجب اعتبار أن الحكم بالإتلاف يعد في التشريع الجزائري وعلى خلاف التشريع الفرنسي أمرا إلزاميا نظرا لصياغة النص القانوني.

ثالثا: الإغلاق: يتمثل غلق المنشأة في المنع من استمرار استغلال تلك المنشأة (محل تجاري، مصنع، مكتب...) عندما تكون محلا أو أداة لأفعال تشكل خطرا على النظام العام.³

هناك بعض التشريعات من اعتبر هذه العقوبة جوازية وعند من اعتبرها وجوبية أما المشرع الجزائري فقد نص على عقوبة تكميلية أخرى تتمثل في الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة.⁴

وفي حالة الحكم على المتهم بعقوبة جزائية يقرر القاضي غلق المؤسسة التي استعملت لتنفيذ الجنحة، ويعد هذا القرار اختياريا في التشريع الفرنسي مصير عمال المؤسسة بعد قرار الغلق مؤقتا كان أو نهائيا، كما لم يحدد المدة التي لا يمكن أن يتجاوزها الغلق المؤقت.⁵

المطلب الثاني: العقوبات الجزائية

العقوبة هي الجزاء الذي يقرره القانون لمصلحة المجتمع على كل من ارتكب فعلا أو امتناعا يعده القانون جريمة، والعقوبات التي يقرها القانون تنقسم إلى أنواع مختلفة تبعا للاختلاف وجهات النظر فيها وأهم التقسيمات التي يمكن تصورها للعقوبات تقسيمها بحسب

¹ - المادة 35 من الأمر 66/57 المؤرخ في 19 مارس 1966، يتعلق بالعلامات المصنع والعلامات التجارية.

² - عائشة شابي، مروة بن سديرة، مرجع سابق، ص 77.

³ - أمنة صامت، مرجع سابق، ص 257.

⁴ - المادة 32 من الأمر 06/03، سابق الذكر.

⁵ - أمنة صامت، المرجع السابق، ص 258.

جسامتها إلى عقوبات (جنايات، جنح، مخالفات) وتقسيمها من حيث استقلالها بذاتها أو تبعيتها إلى عقوبات أصلية وعقوبات غير أصلية (تكميلية) وهذا الذي سوف نتطرق إليه.

ونقصد بالعقوبة الأصلية: الجزاء الأساسي الذي نص عليه المشرع الجزائري وقدر للجريمة ولا يمكن تنفيذها إلا إذا نص عليها القاضي صراحة في حكمه وحدد نوعها ومقدارها، إذا المعيار في اعتبار العقوبة الأصلية هو أن تكون كجزاء أصيل للجريمة من دون أن يكون توقيفها معلقا على الحكم بعقوبة أخرى¹، والعقوبات المقررة لجرائم الاعتداء على العلامة التجارية حسب ما قرره التشريعات المقارنة والأمر الجزائري رقم 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية تشمل عقوبتي الحبس والغرامة.

الفرع الأول: الحبس

هو عقوبة مؤقتة سالبة للحرية تلزم المحكوم عليه أحيانا بالعمل (الحبس مع الشغل)، خلال المدة المحكوم بها عليه، أو تعفيه من هذا الالتزام (الحبس البسيط).²

ويقصد به كذلك إيداع المحكوم عليه بإحدى المؤسسات العقابية للمدة المقررة في الحكم.

أما المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية نصت على أنه: "يعاقب بالحبس من ستة أشهر إلى سنتين كل شخص ارتكب جنحة التقليد"، وهذا على خلاف ما نص عليه الأمر السابق للعلامات بحيث كانت مدة العقوبة فيه هي السجن من ثلاثة أشهر إلى ثلاث سنوات.³

وبذلك فإن المشرع الجزائري قد قام بتخفيض مدة العقوبة المقدره لجريمة التقليد إذ حدد أقصى عقوبة لها بسنتين بدل ثلاث سنوات.

¹ - المادة 4 من قانون العقوبات الجزائري، رقم 23/06.

² - عائشة الشابي، مروة بن سديرة، مرجع سابق، ص 79.

³ - سعيدة راشدي، المرجع السابق، ص 232.

الفرع الثاني: الغرامة

عقوبة الغرامة من العقوبات المالية التي يراد بها إلزام المحكوم عليه بأن يدفع إلى الخزينة العامة المبلغ المعين في الحكم، يقرر المشرع الجزائري الغرامة بوصفها عقوبة أصلية في الجرح والمخالفات وقد يقررها استثناء في الجنايات.

لقد تناولت تشريعات العلامة التجارية في غالبيتها عقوبة الغرامة كعقوبة أصلية في جرائم التعدي على العلامة التجارية وتختلف قيمة الغرامة التي أوردتها تلك التشريعات باختلاف الدول.

والمشرع الجزائري في المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية ذهب إلى اعتبار الغرامة من جرائم التعدي على العلامة التجارية عقوبة تخييرية، وهنا يتضح لنا من خلال استخدامه لعبارة "... أو بإحدى هاتين العقوبتين..."¹.

وهذا يعني أن المشرع الجزائري قد منح للقاضي السلطة التقديرية في اختيار العقوبة التي يرى أنها تتلاءم مع الجرم المسند للمشتكي عليه، بحيث تتراوح قيمة الغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار جزائري (2.500.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار جزائري (10.000.000 دج).

الملاحظ من كل هذا أن المشرع الجزائري في التشريع الحالي قد رفع من العقوبات المالية والتي كانت جد ضئيلة في التشريع السابق للعلامات التي كانت تتراوح بين عشرة آلاف دينار جزائري (10,000,000 دج) إلى عشرون ألف دج (20,000,000).²

¹ - آمنة صامت، مرجع سابق، ص 252.

² - سعيدة راشدي، مرجع سابق، ص 232.

وكخلاصة للفصل نقول إن الحماية التشريعية تتمثل في الحماية التي تتمتع بها أي علامة تجارية سواء كانت مسجلة أو غير مسجلة، وتتمثل في اعتراف المشرع لمالك العلامة بالحق في مباشرة دعوة المنافسة الغير مشروعة والتي تسمى بالحماية الجزائية للعلامة التجارية والتي بمقتضاها يتم توقيع العقوبات على كل من قام بتزوير أو تقليد أو اغتصاب أو استعمال علامة تجارية مسجلة ومملوكة للغير فضلا عن ذلك يجوز للمحكمة في كل الأحوال الحكم باتخاذ الإجراءات تحفظية و تنفيذية لمنع تداول السلع والبضائع التي تحمل علامة مقلدة أو مزورة في الأسواق و يشترط في العلامة التجارية حتى تتمتع بالحماية أن تتخذ شكل مميزا لأنه لا يجوز تقدير حق خاص على العلامة وإحاطتها بالحماية القانونية إلا إذا كانت للعلامة وصفة متميزة حتى يكمن تعيين محل الحق و رسم حدوده على وجه الدقة ولهذا لا بد أن تكون العلامة مسجلة حتى تحظى بالحماية اللازمة.

خاتمة

خاتمة:

بعد دراستنا للموضوع اتضح أنّ العلامة التجارية هي حق من حقوق الملكية الصناعية والتي تعدّ كدليل يمكن المستهلك من التعرف على المنتجات والخدمات وتميزها عن غيرها كما تعتبر وسيلة من الوسائل الدعائية والإعلان للمشروع، مما يجعلها أكثر عرضة للغش حيث ارتفعت نسبته إلى ما يعادل 41 في المائة في العلامات التجارية المحلية وفق تقارير رسمية، مما يكبد الاقتصاد الجزائري خسائر تصل إلى أكثر من خمسة عشر مليون دولار كل عام هذا ما أدى إلى سعي المشرع الجزائري لسن تشريعات تحد من هذه الممارسات وعلى الرغم من كل جهود المشرع الجزائري إلاّ أنّه تبقى هذه الظاهرة منتشرة وخاصة في الآونة الأخيرة بعد انتهاء الجزائر سياسة السوق المفتوحة، حيث تواجدت في المرتبة السابعة عالميا في مجال إنتاج البرمجيات المقلّدة بنسبة 83 بالمئة للقضاء عليها وتفاقم الوضع في الجزائر بسبب إصدار 43 حكم فقط ضد المقلدين منذ 37 سنة من مجموع مائة متابعة قضائية.

النتائج:

- إنّ حماية العلامة التجارية لا يقتصر فقط على صاحب الحق في ملكية العلامة وإنّما تشمل حق المستهلك في عدم استعمال علامة مقلّدة.
- المشرع الجزائري خالف بقية التشريعات حيث أنّه جعل تسجيل العلامة شرط أساسي لحمايتها مدنيا وجزائيا غير أنّ التشريعات الأخرى تمنح العلامة غير المسجلة الحماية المدنية.
- اعتبر المشرع الجزائري كافة أفعال الاعتداء على العلامة التجارية جريمة تقليد وحدد لها كلها عقوبات موحدة.

- في الأمر 57 / 66 الملغى نصّ المشرع الجزائري على الإعلان وهي قيام المحكمة بإلصاق نص الحكم في الأماكن التي تحددها وتنتشره في الجرائد التي تعينها على نفقة المحكوم عليها، غير أنه استبدله في الأمر 06 / 03 الساري المفعول بعقوبة الغلق الكلي.

توصيات:

- منح العلامة التجارية غير المسجلة حماية مدنية عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة.

- تعديل المادة 32 من الأمر 06 / 03 المتعلق بالعلامات وذلك بإبراز كل جريمة من الجرائم الماسة بالعلامة على حدى وتخصيص لكل منها جريمة.

- إضافة حكم الإلصاق (الإعلان) وذلك لتعريف المستهلك بالعلامات المقلدة.

- استحداث تخصص قضائي في قضايا الملكية الفكرية.

- قائمة المصادر والمراجع.

- القوانين

- (1) القانون رقم 08-09 المؤرخ في 25 فيفري 2008 المتضمن قانون الإجراءات المدنية الإدارية، ج.ر.ج.ج، ع 21 المؤرخة في 23 أبريل 2008.
- (2) الأمر 06/03، المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالعلامات، الجريدة ج.ر.ج.ج، ع 44، ص 23.
- (3) الأمر 86/66، الموافق ل 28 أبريل 1966، المتعلق بالرسوم والنماذج، ج.ر.ج.ج، ع 35، المؤرخة في 03 ماي 1966.
- (4) الأمر رقم 76-65 مؤرخ في 16 جويلية 1976، المتعلق بتسميات المنشأ، ج.ر.ج.ج، ع 59، المؤرخة في 23 يوليو 1976.
- (5) الأمر 66/57 المؤرخ في 19 مارس 1966، يتعلق بالعلامات المصنع والعلامات التجارية
- (6) الأمر 75-58، الموافق 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم
- (7) الأمر 03-06 المؤرخ في 23 جويلية 2003، المتعلق بالعلامات، ج.ر.ج.ج، ع 44، المؤرخة في 23 جويلية 2003.

- المراجع:

أولا: الكتب.

- (1) نادية فوضيل، القانون التجاري الجزائري، الأعمال التجارية. التاجر. المحل التجاري، الطبعة التاسعة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
- (2) آمنة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامة التجارية، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، يم للنشر والتوزيع، 2011.

ثانيا: الرسائل والأطروحات الأكاديمية.

أ- أطروحات الدكتوراه:

- 1) 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.
- 2) راشدي سعيدة، العلامة في القانون الجزائري الجديد، مذكرة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2014.

ب- رسائل الماجستير:

- 1) نعيمة علوش، العلامات في مجال المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة بن عكنون، 2001-2002.
- 2) بوبشطولة بسمة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، 2015.
- 3) نعيمة علوش، العلامات في مجال المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2001-2002.
- 4) جاري صالح، تأثير العلامة التجارية على سلوك المستهلك، دراسة حالية: العلامة التجارية لمؤسسة نقاوس للمشروبات الغازية والمصبرات الغذائية، مذكرة الحصول على شهادة الماجستير، تخصص علوم التسويق، فرع تسويق، جامعة المسيلة، 2007-2008.

ج- مذكرات الماستر:

- 1) داودي ونأم، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العقيد أحمد دراية، أدرار، 2015/2016.
- 2) سميحة العجال، جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة.

(3) كريمة جعيج، أهمية العلامة التجارية في حماية المستهلك، مذكرة ماستر في قانون الأعمال غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2014/2013.

(4) كرود فطيمة، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر تخصص قانون شركات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة.

(5) عائشة الشابي، مروة بن سديرة، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، قانون أعمال، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2014/2013.

(6) هناء قماري، دليلة هدايدية، دعوى المنافسة المشروعة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص قانون الأعمال، جامعة 8 ماي 1945، 2014/2013.

3- المجالات العلمية:

(1) كاهنة زاوي، رمزي حوحو، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى القانونية، العدد 5، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة. 2008.

(2) ميلود سلامي، العلامة التجارية المشهورة في الجزائر، مجلة دفاتر السياسة والقانون، جامعة ورقلة، الجزائر، ع 4، جانفي 2011.

5- المواقع الالكترونية:

(1) سعيدة راشدي، حماية العلامات التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، موضوع منشور على الرابط:

sociales/Doc/Re.Pdf.03/04/2014 univ-Bejaia.DZ/fac-sciences humaines

فهرس المحتويات

شكر وعران

إهداء

- 1.....مقدمة:
- 6 الفصل التمهيدي: الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية
- 6 المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية
- 6.....المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية.
- 9المطلب الثاني: تمييز العلامة التجارية عن غيرها من المصطلحات المشابهة ...
- 13 المبحث الثاني: تصنيف العلامة التجارية
- 13المطلب الأول: أشكال العلامة التجارية
- 15المطلب الثاني: أنواع العلامة التجارية
- 31.....الفصل الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون الجزائري
- 31 المبحث الأول: دعوى المنافسة غير المشروعة
- 31المطلب الأول: الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة
- 34المطلب الثاني: شروط مباشرة دعوى المنافسة غير المشروعة .
- 39 المبحث الثاني: قيام دعوى المنافسة غير مشروعة وآثارها
- 40المطلب الأول: قيام دعوى المنافسة غير المشروعة
- 41المطلب الثاني: المحكمة المختصة للفصل بالدعوى
- 43المطلب الثاني: آثار دعوى المنافسة غير المشروعة.
- 48.....الفصل الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية في القانون الجزائري

48	المبحث الأول: دعوى التقليد
48	المطلب الأول: جرائم الاعتداء على ذاتية العلامة التجارية
53	المطلب الثاني: جرائم الاعتداء على ملكية العلامة التجارية
57	المبحث الثاني: الإجراءات والجزاءات
57	المطلب الأول: الإجراءات التحفظية والتنفيذية
60	المطلب الثاني: العقوبات الجزائية
65	خاتمة:.....

قائمة المصادر والمراجع.

فهرس المحتويات.

