



جامعة محمد البشير الإبراهيمي

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق

العنوان

جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري

مذكرة مكملة لمقتضيات نيل شهادة ماستر أكاديمي في الحقوق

تخصص قانون أعمال

* تحت إشراف الأستاذ

* من إعداد الطلبة :

* بن داود حسين

* بوعون أميرة

* بدهان حيزية

لجنة المناقشة :

* بكيس عبد الحفيظ رئيسا

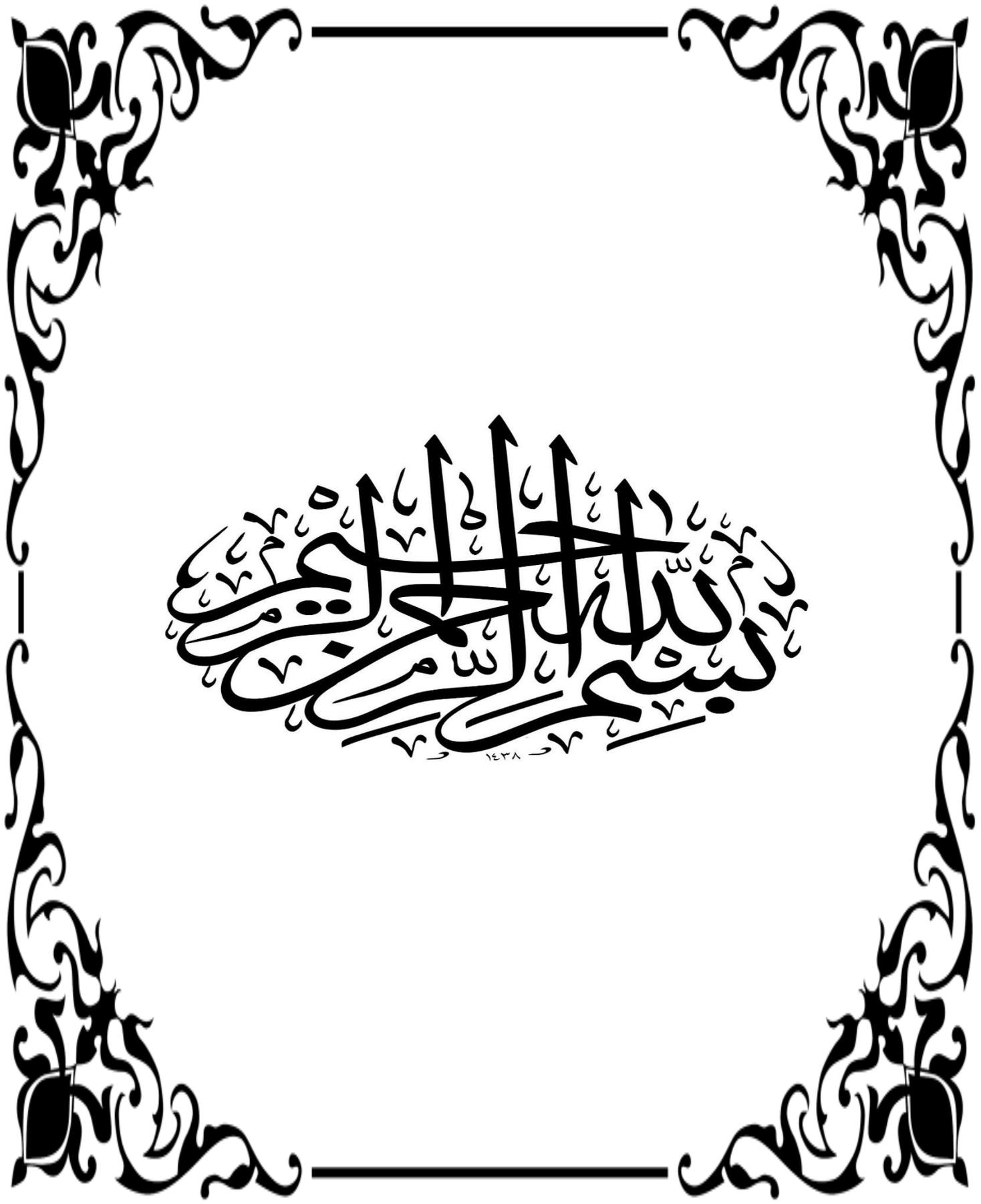
* ميكاري نزيهة ممتحنا

* بن داود حسين مشرفا

السنة الجامعية : 2020/2019.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

١٤٣٨



إهداء

بسم الله وحده والصلاة والسلام على أشرف المرسلين محمد صلى الله عليه وسلم
أهدي عملي المتواضع هذا إلى أبي الذي لم يبخل علي يوما بشيء وإلى أمي التي
سهرت لأجلي تربية وتعليم ومنحتني كل الحب والثقة والحنان وكانت دعواها نور
يضيء دربي حفظها الله لي .

إلى سندي وحببتي أختي التي وقفت إلى جانبي وساعدتني دائما إلى أخوي
" حاتم " و " إسلام " اللذان دائما ما كان قوة لي وعائلتيهما الصغيرتين وزوج أختي
الذي شجعني إلى خالاتي الحبيبات ، وصديقاتي العزيزات اللاتي كنا دائما يشجعنني
ويرفعنا من معنوياتي .

إلى عمي الأستاذ بوعون محمد و عائلته ، إلى الدكتور بوعون نضال ، والمحامي
بهلولي عبد النور اللذان ساعداني كثيرا .

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله الذي لا إله إلا هو الواحد الاحد ،الفرد الصمد الذي لم يلد ولم يولد ولم يكن له كفؤاً أحد.

والصلاة والسلام على رسوله الكريم .

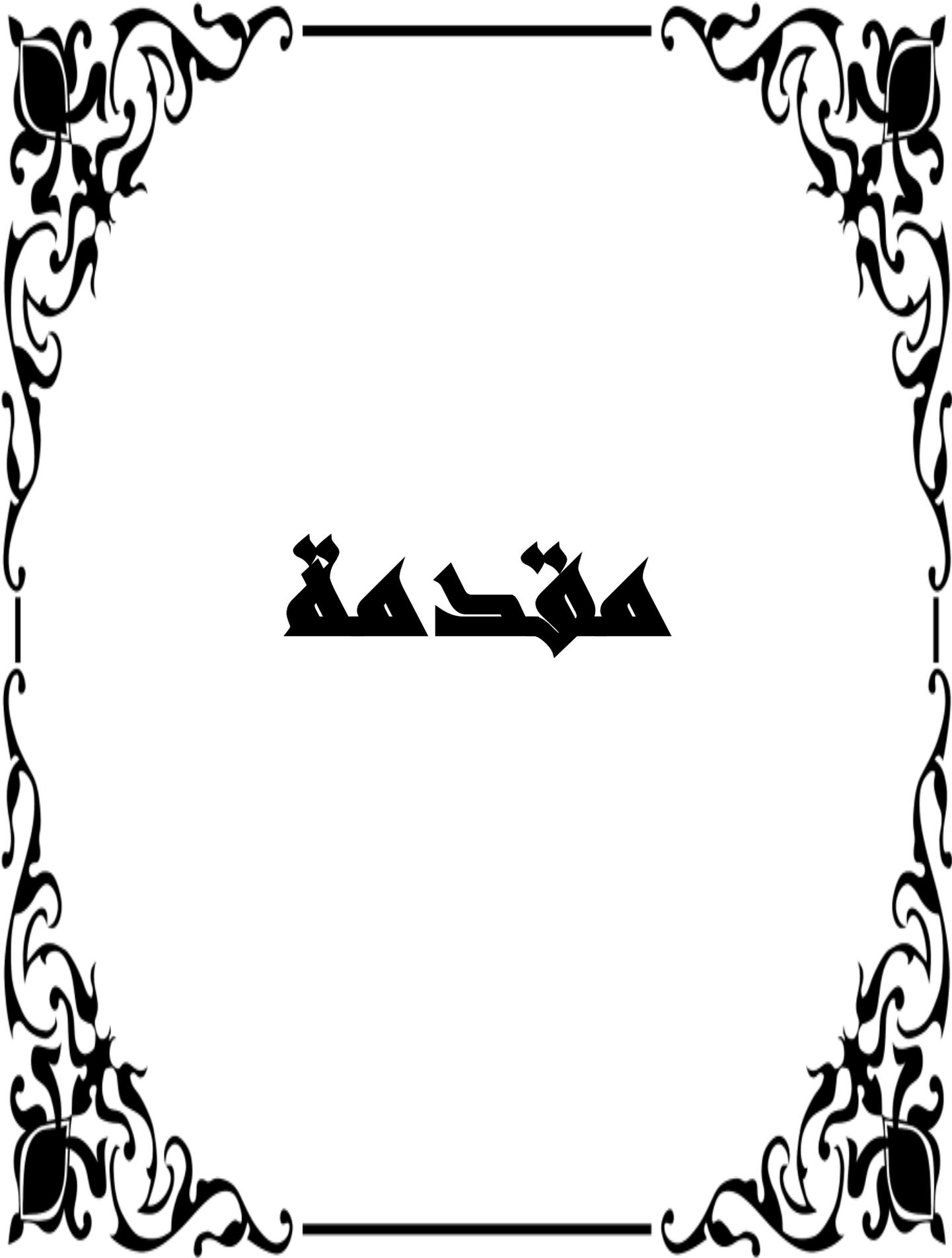
أهدي ثمرة تعبتي وجهدي إلى أعز ما أملك في الوجود الى منبع الحنان والسعادة...أمي الحبيبة وأبي العزيز الغالي (بدهان عبد القادر) حفظهما الله وامد في عمرهما وتركهما لي منبعاً وفخراً لي في جميع تفوقاتي ونجاحاتي التي كانت بفضلهما ووقوفهما دائماً سنداً لي حفظهما الرحمان لي ورعاهما.

الى زوجي ورفيق دربي عبد الرزاق ، والى اختي زهية التي كانت دائماً بمثابة أمي الثانية و إبنتها لامية ولكتكوت لامين حفظهما الله والى أختي الكبيرة فطيمة رعاها الرحمان والى إخوتي وسندي في هذه الحياة "عيسى" "حسن" و الى كل صديقاتي وكل من شجعني من قريب أو بعيد.

شكر

الى كل أساتذة كلية الحقوق والعلوم السياسية لجامعة محمد البشير الابراهيمي برج
بوعرييج وبالأخص الدكتور بن داود حسين.

إلى زملائنا وزميلاتنا في الدراسة اللذين لم نعرف منهم إلا الود والاحترام.
إلى كل من وسعتهم قلوبنا...، ولم تسعهم هذه الورقة....، نهدي ثمرة جهدنا
والإهداء الأكبر إلى كل من علمنا وسهر من أجل إيصال رسالة العلم والمعرفة .



مقدمة

مقدمة :

تلعب الحقوق الفكرية دور معتبرا في العالم التجارة، ويمكن أن تكون العلاقة التجارية عنصرا جوهريا في الخدمة المالية للتاجر، ويجوز لصاحب العلامة التصرف فيها بمطلق الحرية لعدم وجود مانع سواء على المستوى الوطني من خلال قيامه برهنها أو تقديمها إلى شركة للحصول على حصص في رأسمالها أو على المستوى الخارجي بمنح حق الاستغلال العلامة خارج الإقليم الجزائري خاصة مع التحولات الاقتصادية التي تشهدها الدول إلى اقتصاد السوق (ومنها الجزائر) .

ومن ثمة لا يجوز التي شخص استغلال انتاجه الفكري في التجارة أو الصناعة فهو يتمتع باحتكار مؤقت لاستثماره ويحق له في هذا الصدد طلب حمايته .

إذ أن للعلامة التجارية دورا متميز في الحياة الاقتصادية المعاصرة، ويكفي للتأكد من ذلك أنها أول وصلة همز بين مالك العلامة ومستهلك البضاعة وهي غالب ما تكون الوسيلة الوحيدة لبناء الثقة الدائمة في بضائع المنتج وهي وسيلة ضمان المنتج والمستهلك في آن واحد، فهي تتمتع احتلال منتجات تحمل علامة معينة لمنتجات مماثلة تحمل علامة أخرى كما تعمل على تكون الثقة في المنتجات، وللحيلولة من ظهور سلع متشابهة اتجه المنتجون إلى استخدام العلامة التجارية التعريف بمنتجاتهم والسعي إلى الاتفاق في الصنع للحفاظ على العملاء واستمرار جودة المنتجات بما يضمن الصمود أمام المنافسين. كما تلعب العلامة التجارية دورا مهما ضمن المنظومة السياسية التسويقية والتي تتبعها الشركات، مما يسهم بشكل أو لآخر في تنظيم دور الشركات صاحبة العلامة في التأثير على دوافع الشراء لزبائنها وتحقيق ميزة تنافسية عالية من خلال توظيف الأموال للحفاظ على الجودة والتحسين المستمر مما يضمن السمعة الحسنة والشهرة .

فهي ذات صلة مباشرة بالتجارة والاقتصاد، بل أصبحت سمة مميزة لأي مشروع تجاري أو خدماتي، وفي نفس الوقت تشكل حماية لصاحبها فتمنع الاعتداء على منتجه، وتقرض حماية خاصة لعدم التعدي عليه .

وتخضع ملكية العلامة التجارية إلى نظام قانوني يميزها عن نظام الملكية المتعارف عليه في القانون المدني وهذا في الميدان التجاري .

وتسعى اليوم عدة مشروعات اقتصادية في سبيل ترويج بضاعتها ومنتجاتها على وسيلة الإغراء، بحيث لن تقوم لها قائمة دون علامة متميزة في ذاتها تتمكن من خلالها المؤسسة الاقتصادية من جلب أكبر عدد من المستهلكين، وبذلك تكون العلامة قد ساهمت بقسط وافر في زيادة المبيعات وبالتالي تسريع الإنتاج في المؤسسة صاحبة تلك العلامة .

لكن ومع تطور الحياة التجارية والعلاقات الدولية وتشابكها وانفتاح الأسواق التجارية الوطنية و الدولية على بعضها البعض بدأت تظهر اعتداءات على العلامات التجارية هذه الاعتداءات يطلق عليها جرائم التقليد، والتقليد هو عملية صنع مشابهة للعلامة الأصلية يؤدي التشابه بين العلامتين إلى تضليل جمهور المستهلكين وإحداث اللبس والخلط بين المنتجات وهذا الفعل يؤدي بصاحبه إلى جني أكبر وريح ممكن وفي أقل وقت من دون أن يضبطه أي وازع أخلاقي .

إن تقليد العلامات التجارية من أخطر الجرائم التي تواجهها الدول لاسيما النامية منها بسبب غياب التشريعات الصارمة، حيث أنه ظهرت جهات دولية تتقن في الاصطناع الغير شرعي العلامات التجارية الأصلية، وهذا ما زاد من خطورة التقليد، وهذا الخطر أعطى تحديات الدول من أجل توفير الحماية العلامات التجارية بعد أن أصبحت لهذه الأخيرة أهمية كبيرة على مستوى التجارية .

أما في الجزائر فقد تم العمل بقانون العلامات الفرنسي ذاته، لكن بعد الاستقلال صدر الامر 66 - 57 المتعلقة بعلامات المصانع و العلامات التجارية إلا انه الغي بالأمر 03 / 06 المتعلقة بالعلامات الذي حل محله .

وللأهمية التي تحملها العلامة ودورها الكبير في زيادة التنافس على تسويق المنتجات و السلع في السوق كان من الطبيعي ان تتعرض العلامة التجارية إلى الاعتداء بالتقليد حيث يعتمد المقلدون إلى تقليد العلامات الأصلية المعروفة حتي يستفيدوا من مزاياها، وهو الامر الذي دفع الي ضرورة وضع إطار واضح وكافي لحماية العلامات التجارية من الاعتداء عليها خاصة التقليد .

الأسباب :

والاسباب التي دفعتنا الى اختيار هذا الموضوع آلا وهو جريمة تقليد لعلامة التجارية كمادة لهذه الدراسة و ايضا لعدة دوافع .

اولا : الأسباب الذاتية : ويتعلق بعنوان مذكرة قد لفة انتباهنا بينما نحن نبحث عن عنوان مناسب لمذكرة الماستر وبعد الاطلاع على محتواها إرتئ لنا بان نقوم ببحوث اكثر عن هذا الموضوع وهذا لمحاولة إضافة شيء إيجابي للتجار و المنتجين، لتوفير حماية اكبر لمنتجاتهم من السلع و الخدمات وأيضا لحماية المستهلك وخاصة اننا نعتبر من المستهلكين وفي الكثير من الاحيان نكون ضحايا لجريمة تقليد العلامات .

وسبب آخر يعتبر من الأسباب المهمة الا وهو ارتباط هذا الموضوع بمجال تخصصنا (قانون اعمال) فهذا يزيد من رصيدنا المعرفية في إطار هذا التخصص .

ثانيا : الأسباب الموضوعية : ترجع اهمها إلى :

الرغبة في الوقوف على حماية القانونية التي أقرها المشروع الجزائري للعلامة التجارية من جريمة التقليد بالإضافة إلى بيان صور تقليد العلامة التجارية .
وأیضا لأن هذا الموضوع من المواضيع التي تفرص نفسها و المتجددة .

اهمية الدراسة :

بما ان العلامة التجارية لها أهمية دعائية و اقتصادية وتجارية فقد أدى هذا إلى تزايد جريمة تقليدها بشكل ملفت للانتباه و اصبحت السلع المقلدة تكسح الأسواق وهذا يعد من الامور التي تأثر سلبيا على الحقوق الاستثنائية لصاحب العلامة الأصلية وتشكل خطورة على امن وسلامة و صحة المستهلك وعلى المنافسة المشروعة، وعلى الاقتصاد الوطني، مما يجعل هذا الموضوع يستحق البحث و الدراسة و الاهتمام .

اهداف الدراسة : تسليط الضوء على العلامة التجارية بتعريفها و انواعها ثم تخرج بعدها لجريمة التقليد وتعريفها و اركانها وكذا الآليات التي صخرها المشروع الجزائري لحماية العلامة التجارية من جريمة التقليد .

الإشكالية :

على ضوء ما سبق فإن الإشكالية الأساسية لهذا البحث تكمن في الاجابة على السؤال الرئيسي الآتي : فيما تتمثل الآليات التي وضعها المشرع الجزائري لمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية ؟

ويتفرع عن هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات التالية :

. ما مفهوم العلامة التجارية و ماهي المعايير المتبعة في تصميمها ؟

. ما مفهوم جريمة تقليد العلامة التجارية و كيف تحمي العامة التجارية مدنيا و جزائيا؟

. المنهج المتبع : اتبعنا في دراستنا هذه المنهج الوصفي و المنهج التحليلي .

. المنهج الوصفي : من خلال دراستنا الحماية القانونية التي وضعها المشرع الجزائري لحماية العلامة التجارية .

. المنهج التحليلي : ويظهر من خلال ذكر النصوص القانونية التي تعالج موضوع الدراسة .

دراسات سابقة:

هناك دراسات تطرقت إلي موضوع العلامة التجارية ومنها :

- كتاب حمادي زويبير بعنوان الحماية القانونية للعلامة التجارية .

- مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر تخصص قانون للطلبة، بسيسة خديجة، بعنوان الحماية القانونية للعلامة التجارية وفقا للأمر 03 / 06 قدمة لكلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف جامعة المسيلة .

الصعوبات :

_ من أبرز الصعوبات التي واجهتنا اثناء هذا البحث تشعب الموضوع فكال جزئية من جزئيات نحتاج الي تحليل و تعميق .

_ بالرغم من ان موضوع الحماية القانونية للعلامة التجارية بحث ميسور الدراسة إذ انه تم تناوله في العديد من الدراسات إلا ان الخوض فيه سيبرز شعبه، و أهم عائق كان ندره المراجع الخاصة بالموضوع .

. الخطة المتبعة :

اما خطة البحث المعتمدة في دراستنا للإشكالية المطروحة و معالجة مختلف جوانبها ثم تقسم الدراسة إلي فصلين .

الفصل المعنون ب : الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية و الذي تناولنا عنه مفهوم العلامة التجارية في المبحث الأول، والمعايير المتبعة في تصميم العلامة التجارية في المبحث الثاني .

الفصل الثاني، المعنون : جريمة تقليد العلامة التجارية و الآليات القانونية لحمايتها ففي المبحث الأول قمنا بدراسة مفهوم جريمة التقليد، اما بالنسبة للمبحث الثاني فكان بعنوان آليات الحماية القانونية للعلامة التجارية .



الفصل الأول

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية

تمهيد:

كانت العلامة التجارية في بداية ظهورها وقبل تطور استعمالها واستقلالها عبارة عن منظومة من القواعد العرفية والمكتوبة تنظم في القانون التجاري باعتبارها أحد العناصر المكونة للمتجر مع غيرها من العناصر المعنوية الأخرى، أي لم يكن لها تشريع خاص ينظم هذا الحقل من حقوق الملكية التجارية، إلا أنه مع التطور الاقتصادي وبعد الثورة الصناعية والتي اجتاحت معظم بلدان العالم في القرن السابع عشر ألفت هذه الثورة الاقتصادية والصناعية والتجارية تأثيراتها على كافة النواحي التجارية، مما دفع معظم دول العالم الاهتمام بالعلامة التجارية من خلال إصدار قوانين تنظمها باعتبارها جزءا معنويا من المحل التجاري.

وفي إطار التطورات التكنولوجية التي مست مختلف المجالات خاصة المجال الاقتصادي وتبادل البضائع على المستوى المحلي والدولي، مما جعل العلامة التجارية جزءا هاما في المتجر وسعى جميع التجار إلى التمييز في اختيار علاماتهم التجارية لتمييز خدماتهم أو منتجاتهم عن باقي الخدمات أو المنتجات لحماية حقوقهم ومصالحهم. وعليه أصبحت العلامة التجارية من الوسائل التي تمكن المستهلك من التعرف على المنتجات أو بضائع صانع أو تاجر بعينه دون غيره، فهي وسيلة تضمن عدم تضليل المستهلكين، وتحضر الصانع أو التاجر على بذل أقصى ما في وسعه للارتقاء بجودة منتجاته أو خدماته ليضمن رواجها وحيازته على رضا الشريحة المستهدفة وبالتالي تفوقها على مثيلاتها في ميدان المنافسة.

لذلك سنقسم هذا الفصل إلى مبحثين (الأول) نتناول فيه مفهوم العلامة التجارية،

(الثاني) نبين فيه المعايير والمراحل المتبعة في تصميم العلامة التجارية.

المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية

للعلامة التجارية دور كبير في الحياة الاقتصادية والتجارية في عالمنا المعاصر، وتشكل في كثير من المؤسسات والشركات التجارية واحدة من العناصر المعنوية ذات الأهمية الكبيرة بل إنها قد تشكل أحيانا أكثر الأصول المملوكة من الشركة قيمة وأهمية فالعلامة التجارية تميز المنتجات أو الخدمات التي يقدمها المشروع التجاري عن تلك المقدمة من المشاريع الأخرى، كما أنها تدل على الأصل الذي جاءت منه، وعلى الجودة التي تتميز بها فضلا عن أنها تجذب الزبائن إليها وتدفعهم لشرائها والحصول عليها لمعرفةهم بجودتها وخصائصها وما يميزها عن غيرها.¹

كما تعتبر العلامة التجارية من بين أهم العناصر المعنوية للمحل التجاري، ويستخلص دورها في التفريق بين السلع والمنتجات والخدمات من بعضها البعض ومن هنا برزت أهمية العلامة التجارية من خلال كثرة المعاملات الاقتصادية وعليه سيتم تقسيم هذا المبحث إلى المطالبين التاليين:

المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية وتمييزها عن المصطلحات المشابهة لها.

المطلب الثاني: أنواع العلامة التجارية.

المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية وتمييزها عن المصطلحات المشابهة لها.

لم تعد الدعاية للمنتجات أو الخدمات ترقا، بل أصبحت اليوم نظاما متكاملًا له قواعده وآثاره، وخاصة بعد هذا التطور الهائل في وسائل الدعاية واتساع نطاقها، ولهذا أولت الاتفاقيات الدولية والقوانين الوطنية الاهتمام الكامل بكافة ما يميز السلع والخدمات وفي

¹ عدنان غسان برانيو، التنظيم القانوني للعلامة التجارية، ط 1، بيروت، لبنان، د س ن، ص 10.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية

مقدمتها العلامة التجارية¹، حيث أنها تعتبر كبطاقة تعريف بالنسبة للسلع والمنتجات المعروضة في متناول المستهلكين ومن هنا نتطرق إلى تعريف العلامة التجارية في الفرع الأول وكما نتطرق إلى تمييز العلامة التجارية عن المصطلحات المشابهة لها في الفرع الثاني.

الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية

يقتضي الأمر في البداية التطرق إلى تعريف العلامة التجارية لما فيها من أهمية في تمكين التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمات من اختيار العلامة المناسبة لمنتجاته وخدماته وسنتناول ذلك في 3 نقاط ففي النقطة الأولى نتناول تعريف العلامة التجارية لغة ونتناول في النقطة الثانية تعريف العلامة التجارية فقها وفي النقطة الثالثة نتطرق إلى تعريف العلامة التجارية قانوناً.

أولاً: تعريف العلامة التجارية لغة

يستحيل تعريف العلامة التجارية ككل متكامل، فسيتم التطرق إلى المراد بالعلامة لغة ثم بعدها التجارية ويتم ذلك كالاتي:

أ- تعريف العلامة لغة:

¹ أمين مصطفى محمد، الحماية الجنائية لحقوق الملكية الصناعية في شراء الاتفاقيات الدولية، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2010، ص 99.

أصل الكلمة من الفعل الثلاثي عَلِمَ عَلِمًا، عَرَفَهُ¹، وَعَلِمَهُ يَعْلَمُهُ عَلِمًا وَسَمَهُ وَعَلَّمَ نَفْسَهُ وَأَعْلَمَهَا وَسَمَهَا سِمًا الحرف والعلامة السِّمَةُ²، وَعَلَّمَ لَهُ لِعَلَامَةٍ جَعَلَهُ أَمَارَةً يَعْرِفُهَا، أَي مَا يُعْلَمُ بِهِ شَيْءٌ.³

ب- تعريف التجارة لغة

أصل الكلمة من الفعل الثلاثي تَجَرَ، يَتَجَرُّ تَجْرًا وَتِجَارَةً، أَي مَارَسَ الْبَيْعَ وَالشِّرَاءَ وَأَشْتَغَلَ بِالتَّجَارَةِ⁴، وَالتَّجَارَةُ حِرْفَةُ التَّاجِرِ الَّذِي يَمَارِسُ الْأَعْمَالَ التَّجَارِيَةَ عَلَى وَجْهِ الْإِحْتِرَافِ.⁵

ثانيا: تعريف العلامة التجارية فقها

أورد الفقه الكثير من التعريفات للعلامة التجارية حيث أنه يقصد بها تلك الإشارة أو الرمز الذي يتخذ شعارا لتفرقة وتمييز مشروع تجاري أو صناعي.

- يعرفها الدكتور نعيم مغبغب على أنها: "علامة يمكن أن تظهر بصورة خطية وتستخدم لتفريق البضائع أو الخدمات العائدة للشخص الطبيعي أو المعنوي".⁶

- كما عرفتھا الدكتورة سميحة القليوبي على أنها: "كل إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة، وتهدف العلامة التجارية والصناعية إلى تمييز المنتجات".⁷

¹ مجمع اللغة العربية، المعجم الوجيز (المير)، دار الكتاب الحديث، الكويت، 1993م، ص 364.

² ابن منظور، لسان العرب، ط1، مراجعة وتدقيق: يوسف البقاعي وآخرون، دار المتوسط و التوزيع، تونس، 2005م، مادة "عَلِمَ"، ج 3، ص 2744-2748.

³ مجمع اللغة العربية، المعجم الوجيز (المبسط)، ط1، دار الكتاب الحديث، د ب ن، 1993م، ص 364.

⁴ ابن منظور، المرجع السابق، ج1، ص 319.

⁵ مجمع اللغة العربية، المعجم الوجيز (المير)، المرجع السابق، ص 70.

⁶ نعيم مغبغب، الماركات التجارية والصناعية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2005، ص12.

⁷ سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، ط5، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2005، ص461.

- ويعرفها دكتور أنطوان الناشف: "بأنها الشعار الذي يتخذه الصانع أو التاجر لمنتجاته أو بضائعه تميزا لها عن غيرها من مثيلاتها".¹

فالعلامة التجارية تشير إما إلى بلد الإنتاج أو مصدر صناعة السلع أو مصدر بيعها أو أنواعها أو مرتبتها أو ضمانها أو طريقة تحضيرها أو الدلالة على تأدية خدمة من الخدمات، كما تسهل على المستهلكين تحقيق رغباتهم في السلع والمنتجات التي يحملونها فهي تمكن المنتج من إظهار وعرض مزايا منتجاته.²

ثالثا: تعريف العلامة التجارية قانونا

لقد عرفها المشرع الجزائري فيما يلي: العلامة كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها، والألوان بمفردها أو مركبة والتي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره.³

إن التكرار الذي جاءت به المادة الثانية فقرة 2 من الأمر 06/03 ورد على سبيل المثال لا الحصر والدليل على ذلك العبارة لا سيما التي أدرجت في النص.

تكون العلامة عبارة عن إشارة أو رمز يمكن تمثيله في تخطيط ويكون قادرا على تمييز وتفریق سلع أو خدمات شخص ما عن غيرها من السلع، والخدمات المماثلة لها.⁴

¹حمادي زويبر، الحماية القانونية للعلامة التجارية، ط 1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، د س ن ، ص 31.

² عبد الله عبد الكريم عبد الله، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية على شبكة الانترنت، دار الجامعة الجديدة، القاهرة، مصر، 2009، ص 76.

³ المادة 2 من الأمر رقم 06/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات، ج ر.ج، العدد 44، ص 57 .

⁴ نعيمة علواش، العلامة في مجال المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة بن عكنون، كلية الحقوق، 2001.

وإن التعديلات التي أدخلتها الجزائر على منظومتها التشريعية الملكية الفكرية، سواء تعلق الأمر بحقوق المؤلف أو الحقوق المجاورة أو براءة الاختراع أو العلامات، إن جاءت استجابة للتحضير لانضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة "O.M.C" ومن أجل تقديم ضمانات للدول الأعضاء تحدد حماية العلامة التابعة لمنتجاتهم.¹

كما عرفها المشرع الأردني بأنها: "أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص، لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته من بضائع أو منتجات أو خدمات غيره".

أما المشرع الفرنسي فيعرف العلامة التجارية بمقتضى القانون رقم 07/91 المؤرخ في 04 جانفي 1991، إذ تنص المادة الأولى منه: "على أن علامة المصنع أو العلامة التجارية أو علامة الخدمة هي كل إشارة قابلة للتمثيل البياني، لتمييز المنتجات أو الخدمات المقدمة من كل شخص طبيعي أو معنوي".²

الفرع الثاني: تمييز العلامة التجارية عن المصطلحات المشابهة لها

بما أن العلامة التجارية تعتبر عنصر من عناصر الفكرية وجب علينا تمييزها عما يشبهها من مصطلحات.

أولاً: تمييز العلامة التجارية عن المنشأة وبراءة الاختراع

أ- عن المنشأة

يقصد بتسميات المنشأ الاسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو جزء منطقة أو ناحية أو مكان مسمى عن شأنه أن يعين منتجا ناشئا فيه. ويجب أن تكون جودة المنتج أو ميزاته منسوبة لبيئة جغرافية معينة تشمل على عوامل طبيعية وبشرية.

¹ فاضلي إدريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص163.
² عماد الدين محمود سويدات، الحماية المدنية للعلامة التجارية، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص18.

ويتبين أنه توجد علاقة لصيقة تبين تسميات المنشأة والمنتج، إذ لا يمكن استعمال هذه التسمية على منتجات معينة إلا إذا توفرت فيها الشروط المنصوص عليها قانونياً، إلا إذا كانت تحترم المعايير المتعددة لبيان البيئة الجغرافية لنشأتها.¹

بينما العلامة تعتبر منفصلة عن المنتجات لأنها تتعلق ببضائع قابلة للتغيير في تكوينها نظراً للدور الذي تلعبه إرادة الصانع.

علاوة على ذلك تعتبر تسميات المنشأة جماعية لكونها ترجع إلى كافة منتجي الناحية ولا يمكن تملك تلك التسمية لأغراض شخصية كاستعمالها كعلامة، لكن من البديهي أن ملكية العلامة يختص بها من كانت له الأسبقية في تسجيلها وله حرية التصرف فيها في إطار القانون.²

ب- عن براءة الاختراع

إن براءة الاختراع والعلامة التجارية كليهما من حقوق الملكية الصناعية، إلا أن هناك فرق بينهما.

تعد براءة الاختراع بمثابة وثيقة يسلمها المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية للمخترع حتى يتمكن من استغلالها بصفة قانونية، ولا يمنح للمخترع حق احتكار استثمار اختراعه، إلا إذا كان صاحب سند أو شهادة تمنحه الحق في الحماية القانونية، إذ يؤذن لجهة باستثماره اختراعه، إلا إذا كان صاحب سند أو شهادة تمنحه الحق في الحماية

¹ ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامة التجارية في القانون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2011 ص33.

² فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الحقوق الفكرية، ج2، ابن خلدون، الجزائر، 2006، ص253-254.

القانونية، إذ يؤذن لجهة باستثماره وقد نظم أحكامها المشرع الجزائري بموجب المرسوم التشريعي رقم 17/93 مؤرخ في 1993/12/7 المتعلق بحماية الاختراعات.¹

إن العلامة التجارية تقوم بتحديد سير المنتجات أو البضائع أو الخدمات التي ترمز إليها بينما تقوم براءة الاختراع بمنح الحماية القانونية لمنتج جديد أو بطريقة صناعية جديدة للإنتاج بغض النظر عن مصدر الإنتاج، وليس ضرورياً أن يكون محل العلامة التجارية اختراعاً في حين يلزم أن يكون محل براءة ذلك.

وإذا كان الحق في البراءة حق مطلق يخول لصاحبه حق احتكار فقط في مواجهة يزاولون نشاط مماثلاً لنشاطه في حين أن كلا من الحق في العلامة والحق في البراءة يعتبران حقين مؤقتين، وذلك خلال المدة القانونية المحددة.²

ثانياً: تمييز العلامة التجارية عن الرسوم والنماذج الصناعية

رغم أن العلامة التجارية والرسم والنموذج الصناعي من عناصر الملكية الصناعية، إلا أن الفرق بينهما كبير، من حيث أن الرسم الصناعي هو كل تركيب خطوط وألوان يقصد به إعطاء مظهر خاص لشيء صناعي.

ويعتبر نمودجا كل شكل قابل للتشكيل، ومركب بألوان أو بدونها، أو كل شيء صناعي يمكن استعماله كصورة أصلية لصنع وحدات أخرى، ويمتاز عن النماذج المشابهة له شكله الخارجي.³

¹ حمادي زويير، "حماية العلامات التجارية في ضوء القانون والاجتهاد القضائي"، مجلة المحكمة العليا، العدد، مجلة صادرة عن المحكمة العليا، ص31.

² رمزي حوحو، كاهنة زراوي، "التنظيم القانوني للعلامة في التشريع الجزائري"، مجلة المنتدى الحقوقية، جامعة بسكرة، العدد 05، ص34.

³ المادة 01 من الأمر 86/66، المؤرخ في 28 أبريل سنة 1966، المتعلق بالرسوم والنماذج، ج ر ج، العدد الصادر بتاريخ.

- يخول الرسم والنموذج الصناعيين لصاحبهما حق مطلق، ويتمتع الكافة بصفة مطلقة في استغلال الرسم والنموذج الصناعيين، في حين تخول العلامة لصاحبها حقا نسبيا بمعنى أنه يجوز لأي منتج لسلعة غير مثيلة أو غير مشابهة أن يستغل تلك العلامة، الحق في الرسم والنموذج الصناعيين حقا مؤقتا، إذ يستطيع أي شخص أن يستفيد منهما بعد سقوطهما في الدومين العام، أما الحق في العلامة التجارية فلا يتنافى طبيعته مع استمراره في الزمان.¹

- إن الهدف من العلامة تميز منتج أو بضاعة أو خدمة، أما الرسم الصناعي فالهدف منه أن يعطي شكلا جذابا.²

ثالثا: تمييز العلامة التجارية عن الاسم التجاري والعنوان التجاري

أ- **عن الاسم التجاري:** سبق القول بأن العلامة هي كل رمز قابل للتمثيل الخطي ويستعمل من أجل تمييز سلع وخدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره، أما الاسم التجاري فهو التي يستخدمها التاجر لتمييز محله التجاري (FOND DE COMMERCE) عن غيره من المحلات المماثلة له³، كما أن الاسم التجاري يعتبر إلزاميا وملكيته تعود للأسبقية في استعماله إلا أن العلامة التجارية تعود أسبقيتها إلى التسجيل، وحمايتها تكون قانونية مدنية وجزائية على كافة التراب الوطني بينما الاسم التجاري حمايته مقتصرة على النطاق المكاني، العلامة التجارية لها العديد من الصور والأشكال والرسوم من الممكن أن تكون منها فقد تكون عبارة عن أرقام مكتوبة أو حروف موضوعة بشكل معين أو أسماء أو صور أو رسوم أو نقوش بارزة مطبوعة أو محفورة الاسم التجاري للمنشأة فله دائما تسمية معينة محصورة في شكل معين، ألا وهو الاسم واللقب والكنية، العلامة التجارية قد تتعدد

¹ حمادي زويير، مرجع سابق، ص32.

² محمود أحمد الحميد مبارك، العلامة التجارية وطرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين، مذكرة لنيل درجة الماجستير، جامعة النجاح الوطنية، كلية الدراسات العليا، نابلس، فلسطين، 2006، ص20.

³ رمزي حوحو، كاهنة زراوي، "التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري"، المرجع السابق، ص32.

للمشروع الواحد، حيث يجوز للمشرع التجاري أن يتخذ علامة تجارية مميزة لكل نوع من منتجاته بينما يتخذ المشروع التجاري اسما تجاريا، فلا يتعدد الاسم التجاري للمشروع الواحد.¹

غير أنه توجد فروق أخرى يمكن إيجازها فيما يلي:

- اتخاذ علامة تجارية هو أمر اختياري وذلك خلافا للاسم التجاري فالبعض يرى أن اتخاذه أمر اختياري.

- الأمر في مكان وجود الاسم هو واجهة المحل التجاري بينما أصل مكان وجود العلامة التجارية هو على البضائع أينما وجدت.²

ب- **عن العنوان التجاري:** لقد نظم المشرع موضوع العنوان التجاري في المواد (40-50) من قانون التجارة رقم (12) لسنة 1966³ ومن مقارنة القواعد المتعلقة بالعنوان التجاري بقواعد العلامة التجارية يتبين التالي:

1- إن اتخاذ التاجر علامة تجارية أمر جوازي له، أما العنوان التجاري فهو أمر إجباري عليه وذلك وفقا لصريح نص المادة (40) من قانون التجارة الذي جاء فيها " على كل تاجر أن يجري معاملاته ويوقع أوراقه المتعلقة بالتجارة باسم معين يطلق عليه العنوان التجاري".

2- إن العنوان التجاري يقصد به إعلام الجمهور بشخصية من هم على رأس المؤسسة ومن لهم حق التعامل مع الجمهور، وهؤلاء (غالبا) عرضة للتغيير كما انتقلت ملكية المتجر من شخص لآخر. أما العلامة التجارية فهي عنصر دائم وهذا الأصل في العلامة التجارية.⁴

¹ حمدي خالد الجغبير، العلامة التجارية، ط 1، لبنان، د س ن ، ص 32.

² عماد الدين محمود سويدات، الحماية المدنية للعلامة التجارية، ط 1، الأردن، د س ن، ص 33.

³ نشر هذا القانون في الصفحة 472 من العدد 1910 من الجريدة الرسمية الصادرة بتاريخ 1966/03/30.

⁴ حمدان ماهر فوزي، حماية العلامة التجارية، مطبعة الجامعة الأردنية، عمان الأردن، 1999، ص 31.

3- كما أن العلامة التجارية عنصر عيني يتمثل بالبضاعة، أما العنوان التجاري فهو عنصر شخصي يتمثل بمنتج البضاعة أو من يتولى بيعها.¹

4- يحمي المشرع حق التاجر في عنوانه التجاري ولو لم يكن مسجلاً بغلاف العلامة التجارية التي لا تحمي إلا إذا كانت مسجلة.²

المطلب الثاني: أنواع العلامة التجارية

تصنف العلامة التجارية إلى عدة أنواع، ومن خلال هذا المطلب سنتطرق إلى أنواع العلامة التجارية، وعليه سنتناول هذا الأمر من خلال فرعين، نتناول في الفرع الأول العلامة التجارية والصناعية وفي الفرع الثاني: العلامة الصناعية.

الفرع الأول: العلامة التجارية والصناعية

فرق بعض فقهاء القانون بين العلامة التجارية وبين العلامة الصناعية قولهم "ليست العلامة الصناعية والعلامة التجارية سواء بسواء، فالعلامة الصناعية هي سمة المنتج الذي ينتج السلعة، أما العلامة التجارية فهي سمة يضعها من يتلقى البضاعة عن المنتج لكي يبيعه بدوره إلى المستهلك"³، وعليه سنتطرق إلى كل منهما في نقطتين كالاتي:

01- العلامة التجارية: يقصد بها تلك العلامة التي يضعها التاجر لتحديد منتجاته لم يضعها هو لكن لتميز السلع التي يبيعهها والتي يفتنيها من عدة مصنعين، وكما تسمى في بعض الحالات بمعاملات التوزيع وهي مقترنة دائماً بالمحل التجاري.

¹ بك، محمد صالح، شرح القانون التجاري المصري، مطبعة لجنة التأليف والترجمة والنشر، القاهرة، ط6، 1945 ج1، 270، ص297.

² المادتين (34 ، 38) من الامر 06/03 ، المتعلق بقانون العلامات، المرجع السابق.

³ قرار رقم 88/49 عدل العليا تاريخ 1988/12/31م، مجلة نقابة المحامين الأردنيين، 1988، ص926.

ولم تكن العلامة التجارية إلزامية في الأمر 07/66 المتعلق بالعلامات الملغى حيث نصت المادة الأولى على ما يلي: "أما العلامة التجارية أو علامة الخدمة فهي اختيارية...".¹ وألزمها الأمر 06/03 في المادة 03 الفقرة 01.

02- العلامة الصناعية: وهي العلامة التي يضعها الصانع لتمييز المنتجات التي ينتجها أو التي يقوم بصنعها عن مثيلاتها من المنتجات الأخرى، وهي تختلف عن العلامة التجارية بأنها تشير إلى مصدر البيع²، كما تنتمي العلامة الصناعية إلى المشاريع الاقتصادية، وتظهر العلامة إذ يصنع المنتج من مواد أولية لها علامة أيضا.³

الفرع الثاني: علامة الخدمة والعلامة الجماعية.

01- علامة الخدمة: تشكل علامة الخدمة وظيفة للعلامة إذ اتسع دورها ليشمل الخدمات وهي الإشارات التي تستخدم لتمييز خدمات معينة عن غيرها شبيهة لها في أدائها لنفس الخدمة، فهي علامات تهدف إلى حماية نشاطات مقدمي الخدمات كالإشارات التي تضعها الفنادق، منشآت الرعاية والإعلان وشركات السينما.

ولا توضع علامة الخدمة على المنتجات بغرض تمييزها وإنما توضع على شكل الأشياء والمنتجات المستخدمة في أداء الخدمة، ومن بين العلامات المشهورة على مستوى العالم نجد علامة "Hilton" وعلامة "Sheraton" في مجال خدمات الفنادق، وفي مجال خدمات المطاعم، وهناك علامة "MC Donald" وعلامة "KFC"، وهذا النوع من العلامات لم يتم تبنيها من قبل التشريعات كعلامة قابلة للتسجيل كغيرها من العلامات، وهذا لا يعني

¹ المادة 3، من الأمر 57-66 المؤرخ في 19/03/1966 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، ج ر ج ، عدد 23

² سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، المرجع السابق، ص 462.

³ نوري محمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية (الصناعية)، ط1، دار النشر والتوزيع، الأردن ، د س ن :ص 47.

أنها لم تعرف من قبل وأنها كانت حمايتها مضمونة على أساس المنافسة غير المشروعة، مثل قانون العلامات التجارية الأردني سابقا.

غير أنه مع إنشاء المنظمة العالمية للتجارة وإنشاء اتفاقية عالمية للتجارة في الخدمات كملحق منظمة وهذا اتفاق الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية أدى بالدول تقرير حماية علامة الخدمة إلى جانب حماية علامات المنتجات، وهو الشأن بالنسبة للقانون المصري والقانون الأردني للعلامات التجارية الذي تم تعديله تماشيا مع أحكام باتفاقية "تركيا" بغرض الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة.¹

02- العلامة الجماعية: عرفها المشرع الجزائري في 2/02 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على أنها علامة يثبت استعمالها بمصدرها أو بإنتاجها أو كل ميزة مشتركة لسلع أو خدمات مؤسسات مختلفة، عندما تستعمل هذه المؤسسات العلامة تحت رقابة مالكيها²، وهي العلامة التي يستعملها الشخص الاعتباري للتصديق على بضائع ليست من صنعه أو من المواد المصنوعة منها أو جودتها أو طريقة إنتاجها أو الدقة المتبعة في صنعها أو غير ذلك، من ميزات وخصائص ذلك المنتج...³

المبحث الثاني: المعايير والمراحل المتبعة في تصميم العلامة التجارية

¹ راشدي سعيدة، عائشة الشابي، مروة بن سديرة، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014، ص69.

² الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

³ سائد أحمد الخولي، الملكية الصناعية في الفقه والقانون المعاصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، د ب ن ، دس ن ، ص47-54.

جاء في قانون العلامة التجارية الجزائري من خلال المادة الثانية من الأمر 06/03 جملة من الرموز القابلة لتكوين علامة على سبيل المثال لا الحصر.¹

ولكي تحظى العلامة بالحماية القانونية فلا بد أن تتخذ شكلا معينا وعليه سنتناول في (المطلب الأول) المعايير المتبعة في تصميم العلامة التجارية، بالإضافة إلى المراحل المتبعة في تسجيل العلامة التجارية في (المطلب الثاني).

المطلب الأول: المعايير المتبعة في تصميم العلامة التجارية

للعلامة التجارية أهمية كبيرة من حيث أنها تلك الأداة التي تمكن المستهلك من تمييز المنتجات والبضائع عن غيرها، وهي وسيلة تضمن عدم تضليل جمهور المستهلكين، كما أنها تعتبر حافزا للصانع أو التاجر لبذل أقصى ما في وسعه للارتفاع بجودة منتجاته أو خدماته لأقصى درجة، وذلك بهدف ضمان تفرقها على مثيلاتها في مجال المنافسة.²

وعليه سنقسم هذا المطلب إلى فرعين: نتناول في الفرع الأول الرموز التي يمكن اعتبارها علامة تجارية ونتطرق في الفرع الثاني إلى الرموز التي لا يمكن اعتبارها علامة.

الفرع الأول: الرموز التي يمكن اعتبارها علامة تجارية

نظمت المادة الثانية من الأمر 06/03 تعداد لأكثر عناصر العلامات شيوعا واستعمالا.

1- العلامة الاسمية: العلامة الاسمية هي الاسم الذي يختاره التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة لتمييز سلعته أو بضاعته أو خدمته³، ويمكن أن يكون هذا الاسم اسما عائليا أو

¹ نعيمة علواش، مرجع سابق، ص 15.

² منير محمد الجنيهي، ممدوح منير الجنيهي، العلامة والأسماء التجارية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2000، ص 10.

³ حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامة التجارية، المرجع السابق، ص 56.

الفصل الأول :.....الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية

اسما شخصيا أو مستعارا، ويشترط أن يتخذ هذا الاسم شكلا مميزا مثال ذلك إطلاق اسم فورد على اسم من السيارات، كما يجوز اتخاذ اسم عائلي لشخص متوفي خلف هذا الشخص.¹

وأجاز المشرع لأي شخص تاجر أو صانع أو مقدم خدمات لتمييز منتجاته أو خدماته أن يتخذ لهذا الغرض أية تسمية مبتكرة، ومن أمثلة ذلك تسمية نيدو (NIDO) لتمييز نوع معين من الحليب، وكذلك "ميراندا" و "كوكاكولا" لتمييز نوع معين من المشروبات الغازية، ولا يشترط في التسمية المبتكرة أن يتخذ شكلا معينا بل تكفي صفة الابتكار في التسمية لتتخذ كعلامة تجارية.²

2- الحروف والأرقام: بالإضافة إلى الأسماء من الممكن أن تكون العلامة التجارية عبارة عن حروف ويقصد بالحروف في هذا المقام الحروف بصورة عامة، والحروف الأولى من الاسم بصورة خاصة، إذ يجوز أن تتخذ من الحروف علامة تجارية، كأن تدل على الحروف الأولى من العلامة على السجائر، كما يمكن أن يتخذ من الحروف والأرقام معا كعلامة تجارية كما في (74P)، وهذه العلامة تستخدم لتمييز نوع معين من المشروبات الغازية ذات شهرة عالمية كما يمكن أن تكون الأرقام علامة تجارية كما في رقم (555) وهو علامة تستخدم لتمييز نوع من العطور.³

تعتبر استعمال الأرقام من بين أهم العلامات التجارية المعروفة باستعمالها حاليا في المجال الصناعي والتجاري لسهولة نطقها ووضوحها، وإذا كان يترتب على ملكية العلامة

¹ محمود إبراهيم الوالي، حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983، ص106.

² حمادي زويبير، المرجع السابق، الصفحة نفسها.

³ صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، ط3، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 262.

حق صاحبها في احتكار استخدامها، وضع الغير من استخدامها على سلع ومنتجات غير مماثلة أو شبيهة.¹

3- العلامة التصويرية: يمكن أن تتكون العلامة من الرسومات والصور والأشكال والألوان وتسمى كذلك بالعلامة الرمزية أو الشعاراتية لأنها عبارة عن رموز تخاطب العين.

فالرسوم عبارة عن تكوين فني، يتضمن مناظر محددة، سواء كانت من الطبيعة كرسوم قرص الشمس أو النهر، وقد تكون من وحي الخيال، وتوضع فيها إطار محدد لإظهار شكل ما وذلك كله متى اتخذت هذه الرسوم صفة التمييز للسلع أو الخدمات التي تستعمل فيها²، أما الصور فيقصد بها الصور الفوتوغرافية للإنسان، إذ يجوز أن تكون العلامة مكونة من صور الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة، كما قد تكون للغير، ولكن لا بد من الحصول على موافقة صاحبها.³

كما يمكن اعتبار الأشكال والألوان علامة، إذا كانت من غير مقتضيات الصناعة، فيجوز اعتبار قطعة الشكولاتة علامة إذا ما كان ذلك الشكل مبتكراً، كما يجوز استعمال تركيبات أو ترتيبات الألوان كعلامة ويقصد بتركيب الألوان كيفية استعمال لون واحد أو أكثر حسب طريقة معينة أما التركيب فهو كيفية جمع عدة ألوان.⁴

الفرع الثاني: الرموز التي لا يمكن اعتباره علامة

لا يمكن اعتبار العلامات التي يخالف استخدامها القانون النظام العام والآداب العامة والأخلاق علامة تجارية أو جزء منها مثل علامات الشرف والرايات والرموز الوطنية

¹ سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، المرجع السابق، ص262.

² رمزي حوحو، كاهنة زواوي، المرجع السابق، ص30.

³ عماد الدين سويدات، المرجع السابق، ص24.

⁴ فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص215.

الفصل الأول :.....الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية

والدامغات الرسمية والرموز الأخرى لإحدى الدول مثل الصليبان، فمثلا في الحياة العملية وضع هلال من أجل تعليم مشروعية محلا لي موضوع مرفوض تماما من طرف السلطات المختصة لأن الهلال يعتبر شعار الإسلام ولا يمكن وضعه على مشروب محرم في الشريعة الإسلامية.

المطلب الثاني: المراحل المتبعة في تسجيل العلامة التجارية

تسجيل العلامة التجارية لدى المكتب الوطني أو الإقليمي المناسب للعلامات التجارية ويجب أن يحتوي الطلب على صورة واضحة عن الإشارة المودعة للتسجيل بما في ذلك أية ألوان أو أشكال أو عناصر مجسمة، ويجب أن تحتوي أيضا على قائمة بالسلع أو الخدمات التي قد تنطبق عليها الإشارة ومن الضروري أن تقي الإشارة بشروط معينة حتى تحظى بالحماية كعلامة تجارية أو نوع آخر من العلامات، ولا بد أن تكون ميزة حتى يتسنى للمستهلكين التعرف عليها كأداة تحدد منتجا خاصا وتمييزها عن سائر العلامات التجارية التي تحدد منتجات أخرى، ويتعين ألا تؤدي العلامة إلى تضليل الزبائن وخديعتهم أو إلى خرق النظام العام والآداب العامة.

الفرع الأول: عملية اختيار العلامة

تعد عملية اختيار العلامة أحد أهم المراحل في حياتها على الإطلاق ولا بد من إيلائها قدر كبير من الاهتمام، إذ أن أي خطأ يرتكب في البداية عند اختيارها قد يكون له عواقب يصعب تداركها على الشركة وقد يترتب عليه ضرورة بذل جهود ونفقات كأن بإمكان توفيرها لنشاط أهم، وهذا كله لدعم العلامة المختارة بشكل خاطئ ومحاولة تجاوز ذلك الخطأ، ولا بد بالتالي عند اختيار العلامة من استشارة مختصين في التسويق والقانون والدعاية والإعلان

فعملية إتباع هذه القواعد والأسس يساعد الشركة في تحقيق الغاية المبتغاة منه علامتها التجارية.¹

1- تحديد عناصر العلامة

الخطوة الأولى في اختيار العلامة التجارية تكمن في تحديد العناصر التي ستتكون منها والتي ترغب الشركة في استخدامها هل هي كلمات أو رسوم أو أرقام...الخ، ولكن واحدة من هذه العناصر ايجابيات وسلبيات فإذا كانت مكونة من كلمات ذات أهمية كبرى من ناحية وضوحها في الأذهان نظرا لتفاعل عدد كبير من الحواس معها إلى اختلاف اللغة من دولة على أخرى قد يجعل الاختصار على هذا النوع من هذا العلامات بمثابة المكونة من لون أو صوت تتجاوز هذه الحواجز.

2- مراعاة تقليد وقيم المجتمع

يجب أثناء اختيار العلامة التجارية مراعاة تقاليد المجتمع التي تسويق المنتجات فيها، إذ أن لها دور كبير من حيث رواج المنتج وشهرة العلامة نفسها فيجب تجنب العلامات التي تخالف آداب وأخلاق المجتمعات المستهدفة فمثلا في السعودية تم رفض أقمصة لأنها تمثل صليبيا وتجنب الألوان التي تثير معاني غير محببة في نفوس المستهلكين فمثلا شركة الكوكاكولا فشلت في ترويج منتجها في أفغانستان لأنها تحمل اللون الأحمر الذي يمثل الاحتلال السوفييتي (الجيش الأحمر).

3- ضرورة البحث لتصميم تسجيل العلامة التجارية

¹ بن عيسى أسماء، بن حليلة مراد، بليل فخر الدين، جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري ، مذكرة نيل شهادة دراسات تطبيقية قانون أعمال، جامعة التكوين المتواصل، مركز مسيلة، ص11.

بعد أن اختارت الشركة علامتها التجارية وفق المعايير والمراحل السابقة تأتي بعدها مرحلة البحث فتجاوز هذه المرحلة قد يؤدي إلى تحميل الشركة مبالغ طائلة بعد اختيار العلامة لابد من تحقيق من أن هذه العلامة متاحة وغير مسجلة لحساب شركات أخرى تمارس نشاطها في المجال نفسه الذي ترغب الشركة في تسويق المنتج فيه ففي حالة إهمال البحث قد تفاجأ الشركة بعد فترة من استخدامها للعلامة في اختارتها لكون العلامة مملوكة للغير وسيكلفها هذا تخريب جميع أغلفة المنتجات والمواد الدعائية.¹

وجمع ما يحمل العلامة التجارية المختارة فضلا عن مصاريف الدعاوى والمحامين، مع إلزامها بدفع تعويضات لصاحب العلامة وتتم عملية البحث عن العلامة المسجلة في مكتب حماية وتسجيل العلامة التجارية والتي تسمح بنقدي خدم البحث المتأكد فيها إذا كانت هناك علامة تجارية مسجلة ومشابهة للعلامة المصممة وقد سهلت برمجيات الحاسوب عملية البحث هذه والتي أصبحت تتم في ألوان محدودة بعد أن كانت تتطلب الغرض في السجلات والكثير من مكاتب العلامات التجارية حول العالم توفر عبر موقعها إمكانية البحث عن العلامات المسجلة لديها.²

الفرع الثاني: تسجيل العلامة التجارية

حتى تحظى العلامة بحماية قانونية، فلا بد أن تستجيب لبعض الشروط التي يتطلبها القانون لصحتها، وصنفت الشروط إلى شروط موضوعية وأخرى شكلية.

01- الشروط الموضوعية لتسجيل العلامة التجارية

تتمثل الشروط الموضوعية في شرط الصفة المميزة، شرط الجودة وشرط المشروعية.

¹ بن عيسى أسماء، بن حليلة مراد، بلبل فخر الدين ، المرجع السابق، ص13.

² صلاح زين الدين، المدخل إلى الملكية الصناعية والتجارية: العلامة التجارية. البيانات التجارية، ط1 ، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص217.

أ- أن تكون العلامة مميزة: يقصد بشرط الصفة المميزة، أي أن تكون ذات صفة فارقة تمنع الخلط بينها وبين أي علامات أخرى توضع على سلع أو منتجات مماثلة.¹

ولكي تستفيد العلامة من الحماية القانونية، يجب أن تكون مميزة عن غيرها، إذ تنص المادة 02 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات: "العلامات كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي..." التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره فهي تشترط أن تكون جميع تلك السمات قادرة على تمييز السلع أو الخدمات عن غيرها المماثلة لها، لذلك فإنه لا تتمتع بالحماية القانونية العلامة التي تمثل شكلا شائعا أو بيانات متداولة بصورة عادية في التجارة²، لأن ذلك يعيق النشاط التجاري أصلا إذا ما أعطى القانون لصاحب مثل هذه المعاملات الحق في احتكارها واستغلالها.³

والقانون الجزائري لما اشترط أن تكون العلامة مميزة لم يقصد بهذا الشرط أن تتضمن العلامة شيئا أصيلا مبتكرا لم يكن موجودا من قبل وإنما تكون مميزة بما يجعلها قابلة للتمييز عن غيرها من العلامات بمنع حصول اللبس لدى المستهلكين لا تعتبر العلامة الضرورية علامة تجارية. والعلامة الضرورية التي تتكون من السمة العادية للسلعة أو المنتج، لأنه لا يمكن منع الغير من استعمال مثل هذه التسمية التي تعتبر لازمة وضرورية للدلالة عليها كما هو الشأن في تسميات الفيتامينات.⁴

ب- أن تكون العلامة التجارية جديدة: ويقصد بشرط الجدة في العلامة التجارية أن لا تكون العلامة التجارية تعتدي على الحق في علامة قد سبق استعمالها من جهة أخرى بغض النظر عن طبيعة هذا الحق، فقد يكون هذا الحق أسبق علامة تجارية أو مؤشرا جغرافيا، وقد

¹ صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص277.

² فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص210.

³ صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، المرجع السابق، الصفحة نفسها.

⁴ فرحة زراوي، المرجع السابق، ص219.

يكون أيضا اسم شخص أو لقب عائلة، ففي جميع الأحوال لا يجوز استعمال ولا تسجيل تلك العلامة بدون إذن أو رضا صاحب الحق الأسبق، فاستعمال العلامة التجارية حق مضمون قانونا لكل تاجر، غير أنه يتوجب عليه اختيار علامته بحذر وعناية ولا يجوز له أثناء ممارسته لهذا الحق أن يتعدى على الحقوق العائدة للآخرين.¹

ج- أن تكون العلامة مشروعة: يجب أن تكون العلامة التجارية مشروعة غير مخالفة للنظام العام والآداب العامة، إن المادة 07 من المرسوم 06/03 المتعلق بالعلامات في القسم الخاص بأسباب الرفض استثنى الرموز المخالفة للنظام العام والآداب العامة والرموز التي يحظر استعمالها بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها، وهذا معناه أن التمييز وحده غير كاف لا بد من توفر شروط المشروعية، ومن الأمثلة عن المعاملات التجارية المخالفة للنظام العام الأعلام والشارات والرموز ذات الطابع الديني وكذلك تعتبر مخالفة للنظام العام العلامات التي شأنها تضليل الجمهور بتضمينها بيانات غير صحيحة عن صفات البضاعة أو مصادرها أو استعمال الأسماء الجغرافية إذا نشأ عن هذا الاستعمال لبس فيها يتعلق بمصادر المنتوجات وأصولها، كما تعتبر مخالفة لآداب العلامات التجارية التي تتضمن تسميات أو صور تمس بالأخلاق والآداب والذوق كاستعمال رسوم أو صور أو تسميات فاضحة²، وهذا بالإضافة إلى أن المشرع الجزائري جعل من التاجر أو الصانع الأجنبي يتعوض لرفض إيداع علامته إذا اعتبرت غير مشروعة في الجزائر ولو كانت التسمية المختارة كعلامة غير مخالفة للنظام العام والأخلاق الحسنة في بلاده³، كما تحصر القوانين للعلامات التجارية تسجيل

¹ عدنان غسان برانبو، التنظيم القانوني للعلامة التجارية (دراسة مقارنة)، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، ص119.

² أنطوان الناشف، الإعلانات والعلامات التجارية، لبنان، د س ن ، ص142.

³ فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص 230.

الشعارات العامة والأعلام وغيرها من الرموز الخاصة بالدولة أو الدول الأخرى أو المنظمات الإقليمية أو الدولية.¹

2- الشروط الشكلية لتسجيل العلامة التجارية: للعلامة التجارية شروط شكلية لا بد من توافرها لتتمتع العلامة التجارية بالحماية القانونية وتمنع أي اعتداء قد يقع عليها، ومن الشروط التي يجب أن تتوافر عليها العلامة التجارية نذكر:

أ- طلب التسجيل: العلامة التجارية قبل التسجيل ليست لها غير وجود واقعي يتجلى في استعمالها، فإن أريد لهذا الوجود اكتساب الصفة الرسمية و التعزز بالحماية الواردة في قانون العلامات التجارية فلا بد من تقديم طلب لتسجيل العلامة التجارية مع إرفاق صور ملزمة عن العلامة المنوي تسجيلها عدد (4)، مع وجوب تقديم ما يثبت ملكيته لهذه العلامة المنوي تسجيلها، والذي يقدم الطلب للمسجل هو صاحب العلامة التجارية أو وكيله المخول بتفويض خاص، ويجري تقديم الطلب للمسجل، فإذا رفض المسجل هذا الطلب فإن قرار المسجل والمتمثل بالرفض يخضع للاستئناف لدى محكمة العدل العليا، وكل ذلك وفقا لما نصت عليه المادة (11) من قانون العلامات التجارية الساري المفعول في الضفة الغربية يقابلها المادة (11) من القانون المطبق في قطاع غزة، والتي تنص على:

1- كل من يدعي أنه صاحب علامة تجارية مستعملة أو في النية استعمالها ويرغب في تسجيل تلك العلامة، فينبغي عليه أو يقدم طلبا خطيا بذلك إلى المسجل وفقا للأصول المقررة.

2- يجوز للمسجل: مع مراعاة أحكام القانون أن يرفض أي طلب أو أن يقبله بشهامة من دون قيد أو شرط أو أن يعلن قبوله إياه بموجب شروط أو تعديلات أو تحويرات في طريقة استعمال العلامة أو مكان استعمالها أو غير ذلك من الأمور.

¹ سائد أحمد الخولي، المرجع السابق ، ص61.

3- إذا رفض المسجل تسجيل علامة تجارية فيجوز أن يستأنف قراره إلى محكمة العدل العليا.

4- يجوز للمسجل أو لمحكمة العدل العليا في أي وقت تصحيح أي خطأ وقع في الطلب أو فيما له تعلق به سواء أكان ذلك قبل قبول الطلب أم بعده أو تكليف الطالب تعديل طلبه على أساس شروط يعينها المسجل أو محكمة العدل العليا.

ب- إعلان الطلب و نشره: نصت المادة (13) من قانون العلامات التجارية السارية المفعول في الضفة الغربية يقابلها المادة (13) من قانون العلامات التجارية المطبق في قانون غزة. والتي تنص على أنه: على المسجل عندما يقبل الطلب لتسجيل أية علامة تجارية سواء كان القبول بصورة مطلقة أو معلقا على بعض الشروط والقيود أن يعلن الصورة التي قبله به وذلك في أقرب وقت ممكن وبحسب الأصول المقررة.¹

وينبغي أن يتضمن هذا الإعلان جميع الشروط والقيود التي قبل الطلب بموجبها. والظاهر من نص المادة أن الإعلان وسيلة لإحاطة ذوي الشأن علما بأن بقبول المسجل بتسجيل العلامة التجارية باسم الطلب.

إن المقصود بالأصول المقررة للإعلان هي إجراءات نشر الطلب التي ورد النص عليها في نظام العلامات التجارية لسنة 1952 فقد جاء في المادة 32 من هذا النظام:

1- عند قبول المسجل كلبا ما ينشر إعلانا به على نفقة الطالب في الجريدة الرسمية التي يقررها على الصورة التي يراها مناسبة.

¹ محمود أحمد عبد الحميد مبارك، العلامة التجارية وطرق حمايتها في القوانين النافذة في فلسطين ، أطروحة استكمال المتطلبات درجة الماجستير في القانون الخاص بكلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2006 ،ص 24-25.

2- إذا لم تدرج صورة العلامة التجارية مع الإعلان المنشور بشأن الطلب وجب على المسجل أن يشير في الإعلان المذكور إلى المكان أو الأمكنة التي أدرج فيها لعرض نموذج العلامة أو صورة عنها.

والنموذج المقصود هو كل ما يمثل العلامة تمثيلاً وافياً ويحتوي جميع عناصرها التي يمكن إدراكها بالنظر، سواء مرسومة على ورق أو كانت محفورة على كليشة خشبية أو معدنية للعلامة.

ج- الاعتراض على قبول الطلب وإجراءاته

القاعدة في تقرير حق الاعتراض على قرار المسجل بقبول طلب التسجيل للعلامة التجارية باسم طالبتها مقررة في صدر المادة (1/14) من قانون العلامات التجارية الساري المفعول في الضفة الغربية -يقابلها المادة (1/14) من قانون العلامات المطبق في قطاع غزة- فقد نصت المادة على أنه: "يجوز لأي شخص أن يعترض لدى مسجل على تسجيل أي علامة تجارية خلال ثلاثة أشهر من تاريخ نشر إعلان تقديم الطلب لتسجيلها أو خلال أي مدة أخرى تعين لهذا الغرض أما إذا تم نشر إعلان الطلبات قبل نفاذ هذا القانون فتعين المدة التي يجوز تقديم الاعتراض خلالها والصورة التي يجوز تقديم الاعتراض خلالها والصورة التي يجوز تقديمه بموجبها طبقاً لما نص عليه قانون العلامات التجارية المعمول به في تاريخ نشر الإعلان".¹

وقد نظمت إجراءات القيام بالاعتراض في الفقرة الثانية من المادة (14) السابقة الذكر والتي تنص على أنه "ينبغي أن يقدم الاعتراض كتابة بحسب الأصول المقررة وأن يتبين فيه

¹ محمود أحمد عبد الحميد مبارك، المرجع السابق، ص 25-26.

الفصل الأول :.....الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية

أسباب الاعتراض، والأصول المقررة هي التفاصيل الواردة في نظام العلامات التجارية خصوصا المواد (34 و 35) منه والتي جاء فيها:

" يجوز لأي شخص خلال ثلاثة أشهر من تاريخ نشر أي إعلان في الجريدة الرسمية لتسجيل علامة تجارية أن يرسل إشعارا خطيا إلى المكتب يعترض فيه على التسجيل" (المادة 34) نظام العلامات التجارية.

د- إصدار شهادة التسجيل: إذا قبل الطلب المقدم تسجيل العلامة التجارية وذلك متى انتهت مدة الاعتراض والبالغة ثلاثة شهور على طلب التسجيل دون أن يتقدم أحد بالاعتراض أو إذا اعترض عليه وصدر قرار برد الاعتراض يسجل المسجل العلامة التجارية بعد دفع الرسوم، بقيدها في سجل العلامات التجارية وتسجل العلامة بتاريخ الطلب باعتبار هذا الأخير تاريخ التسجيل.

ينبغي أن يتضمن قيد العلامة التجارية الذي يثبت في السجل إشارة إلى تاريخ التسجيل والبضاعة التي سجلت العلامة التجارية بشأنها وسائر التفاصيل المشار إليها في المادة الثالثة من القانون مع تفاصيل تجارة صاحب العلامة وشغله ومهنته وحرفته وتفاصيل أخرى قد يراها المسجل ضرورية، المادة (1/47) في نظام العلامات التجارية.¹

ملخص الفصل الأول :

لقد تناولنا في هذا الفصل التنظيم القانوني للعلامة التجارية و الرسم و النموذج الصناعي ، حيث ان المشرع الجزائري أعطى لنا مفهوما واضحا للعلامة التجارية و الرسوم و النماذج الصناعية من خلال الامر 03 - 06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلقة

¹ محمود أحمد عبد الحميد مبارك، المرجع نفسه، ص26-27.

بالعلامات التجارية و الامر 66 - 86 المؤرخ في 28 أبريل 1966 المتعلقة بالرسوم و النماذج .

فأما بالنسبة للعلامة التجارية إتخذ تمييز السلع و الخدمات كأساس يقوم عليها مفهومها ، كما اخذت مختلف التشريعات بهذا الاساس ، العلامة التجارية هي التي يتخذها التاجر لتمييز منتجاته عن المنتجات المشابهة لها .

اما بالنسبة للرسوم و النماذج الصناعية فإن أساسها القانوني يقوم على استخدام الشخص او المنشأة المسجلة باسمه لغاية تمييز البضائع و المنتجات التي ينتجها عن غيرها من البضائع و بالتالي العلامة و الرسم و النماذج لهما نفس الهدف او الغاية وهي تمييز السلع و الخدمات وهذا ما يدفع بنا للقول بان العلامة التجارية و الرسم و النماذج تختلف عن باقي عناصر الملكية الفكرية .

يجب توافر الشروط الشكلية و الموضوعية لكل من العلامة التجارية و النموذج و الرسم يكونان صحيحان ومرتبين لأثر قانوني ، ومن بين هاته الشروط شرط التسجيل الذي يعمل على اكتساب من خلال ملكية العلامة التجارية و الرسوم و النماذج الصناعية ، وهذا ما أدى الي الاختلاف في وجهات نظر التشريعات الخاصة حول الاساس القانوني لاكتسابها فمنهم من يري للأسبقية في الإبداع و آخرون للأسبقية في التسجيل .



الفصل الثاني

الفصل الثاني: جريمة تقليد العلامة التجارية وآليات الحماية القانونية لها

تمهيد :

تلعب العلامة التجارية دورا مهما في ضمان حقوق المستهلكين من أساليب الغش والاحتيال حول مواصفات الصناعات أو البضائع أو الخدمات التي يتلقونها من يد الصناع أو التجار أو مقدمي الخدمات، وذلك من خلال الرجوع على هؤلاء رجوعا قانونيا مناسباً لتحديد مسؤوليتهم عن آثار تضليل جمهور المستهلكين، إلا أن قواعد قانون العقوبات لم تكن كافية لتوفر الحماية اللازمة للعلامة التجارية مما دفع المشرع لسن الأمر 06/03 والمتعلق بالعلامات التجارية، وهو الأمر الذي ألغى الأمر السابق 57/66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، واكتفى بالنص على جنحة التقليد بمعناها الواسع على عكس الأمر 57/66 والذي عدد الأفعال التي تندرج تحت جنحة تقليد العلامات.

وهذا ما يجعلنا نتساءل عن مفهوم جنحة التقليد من وجهة نظر المشرع الجزائري؟ وماهي الأفعال التي تنطوي تحت مبدأ الشرعية المنصوص عليه 26 من الأمر 06/03؟ وماهي الأركان التي تقوم عليها هذه الجنحة؟ وما الحماية القانونية التي وضعها المشرع الجزائري للعلامة التجارية؟

وعليه سنحاول أن نوضح ما قصد المشرع الجزائري بجنحة التقليد التي نص عليها في المادة 26 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات.

ثم نحاول أن نبين الأركان الواجب توافرها والحماية القانونية التي خصها المشرع للعلامة التجارية.

المبحث الأول: مفهوم جنحة تقليد العلامة التجارية

تعد ظاهرة الاعتداء على العلامة التجارية ظاهرة بارزة في الوسط التجاري والصناعي، غير أن الانفتاح على الأسواق العالمية زاد من انتشارها، بارتفاع القوة الشرائية لدى المستهلك أهمها الغش التجاري، وهذا ما جعل البعض يستعمل هذه الزيادة في القدرة الشرائية للحصول على أرباح سريعة بكل الوسائل المتاحة حتى وإن خالفت القانون والنظم، وذلك باللجوء إلى الغش والتقليد.

إن ظاهرة التقليد شملت كل المجالات بدءا من المواد الالكترونية إلى الألبسة إلى المواد الاستهلاكية والمواد الصيدلانية وهذا ما يترك آثار سلبية على أصحاب العلامة الأصلية من خسائر مادية وتأثير على قيمة المواد المصنعة من حيث النوعية والجودة وعدم إتباع معايير قياسية عالمية في حين تقوم الشركات أصحاب المواد الأصلية بإنفاق أموال طائلة على منتجاتها بينما الشركات المقلدة فتتفق أموال قليلة لإنتاج سلع ذات مواصفات رديئة من شأنها الإضرار بالمستهلك، وقد تؤدي في بعض الأحيان إلى موت هؤلاء المستهلكين.

سننترق في هذا المبحث لبيان مفهوم جريمة تقليد العلامة التجارية من خلال تعريف جريمة التقليد وتمييزه عن بعض الجرائم المشابهة، وأركان قيام هذه الجريمة.

ومن أجل توضيح ما سبق، عمدنا في ما يلي إلى إعطاء تعريف واضح لجريمة التقليد الواقعة على العلامة، مع توضيح الشبه بينهما وبين الجرائم المشابهة لها، وأيضا أركان قيام هذه الجريمة.

المطلب الأول: تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية وتمييزها عن الجرائم المشابهة لها

سنتعرف في هذا المطلب على التقليد وبصفة أخص المراد بتقليد العلامة التجارية لغة وقانونا (الفرع الأول) ومن ناحية أخرى سنقوم بدراسة الشبه بين جريمة تقليد العلامة التجارية وبعض الجرائم الأخرى (الفرع الثاني).

الفرع الأول: تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية

قبل بيان المراد من جريمة تقليد العلامة التجارية سندرج في البداية إلى تعريف التقليد بصفة عامة من الناحية اللغوية، ثم سنتطرق إلى تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية من الناحية اللغوية والقانونية وهذا كما يلي:

أولاً: تعريف جريمة التقليد لغة

أصل الكلمة هو الفعل الثلاثي قَلَدَ، بمعنى قَلَدَ الماء في الحوض واللبن في السقاء والسمن في النحي وَيَقْلُدُهُ قَلْدًا جعله فيه، وقد قَلَدَهُ قَلْدًا وتَقَلَّدَهَا ومنه التقليد في الدين وتَقْلِيدُ الولاية الأعمال¹ وجاء في بعض التعريفات في أن التقليد هو إتباع الإنسان غير ما فيه يقول ويفعل معتقدا للحقي فيه، من غير نظر وتأمل في الدليل، لأن هذا المتبع جعل قول الغير أو فعله قلادة في عنقه، وقيل أيضا بأن التقليد هو قبول قول الغير بلا حجة ولا دليل.

ب- تعريفه اصطلاحاً: عرف التقليد بأنه: "كل فعل ايجابي ينصب على سلعة معينة أو خدمة، ويكون مخالفا للقواعد المقررة في التشريع، أو من أصول البضاعة متى كان من شأنه أن ينال من خواصها أو فائدتها، أو ثمنها بشرط عدم علم المتعامل الآخر به". وكذلك يمكن

¹ ابن منظور، لسان العرب، المرجع السابق، ص3298-3299.

الفصل الثاني:.....جريمة العلامة التجارية تقليد و آليات الحماية القانونية لها

القول أن التقليد بمعناه الموضح هو تصنيع لمنتج بالشكل الذي يجعله شبيها في ظاهره لمنتج أصلي وذلك بنية خداع المستهلك.¹

ثانيا: تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية

بعد التطرق إلى معنى التقليد بصفة عامة سيتم بيان المراد بجريمة تقليد العلامة التجارية كما يلي:

أ- تعريف جريمة التقليد التجارية في الفقه

عرف معوض عبد التواب جريمة تقليد العلامة التجارية بأنها: "المحاكاة التي تدعو إلى تضليل الجمهور والعبرة في استظهارها هي بأوجه الشبه بين العلامتين الأصلية والمقلدة دون أوجه الاختلاف".

يمكن القول أن تعريف التقليد النصب على مصطلح المحاكاة- الذي يعني التشبيه أو التمثيل- بين الأصل والتقليد وبالتالي التعريف اقتصر على تعريف تقليد العلامة التجارية بالتشبيه، كما أن المشرع الجزائري لم يأخذ بهذا المصطلح.

ويعرفها عبد الحميد الشواربي بقوله: "التقليد هو ذلك الاعتداء الذي يقع على العلامة التجارية والعبرة فيه بأوجه الشبه لا بأوجه الاختلاف وأن المعيار في أوجه التشبه هو بما يندفع به المستهلك المتوسط الحرص والانتباه". هذا التعريف يبدوا أشمل من سابقه إذا تطرق إلى صورة التقليد المعروفة.²

¹ الجرجاني، معجم التعريفات، تحقيق، محمد صديق المنشاوي، دار الثقافة، القاهرة، ص 67.

² سميحة العجال، جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2016-2017، ص 16.

الفصل الثاني:.....جريمة العلامة التجارية تقليد و آليات الحماية القانونية لها

ب- تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية قانونا: لقد نص المشرع في قانون العلامات في مادته 26 الفقرة الأولى على أنه: "تعد جنحة تقليد العلامة مسجلة يمس بالحقوق الاستثنائية قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة".¹

فالمشرع وضع تعريفا لتقليد العلامة التجارية، على عكس القانون الملغى الذي لم يورد تعريف لفعل التقليد، فحسب القانون الجديد هو كل عمل من شأنه المساس بالحقوق الاستثنائية للعلامة يؤدي إلى خرق لحقوق صاحب العلامة.

وقد كيف صرامة جريمة التقليد بعبارة "... يعد جنحة...، خلافا للقانون القديم الذي يستشف من عبارة الحبس ومدتها والغرامة الموقعة عليها.

ونلاحظ أن المشرع أورد عبارات تحتمل معنى واسع لمن يحدد الأفعال والتصرفات التي يمكن أن تتعد تقليد العلامة، فهذا المعنى جاء عاما يحتمل العديد من الأوصاف²، إذ لم يعد جرم التقليد مقتصرًا على صنع علامة مشابهة، ولم يعد جرم التزييف يدل على الاحتيال الذي يقوم به المجرم ليصنع علامة تطابق بشكل كبير مع علامة أصلية، ولا جرم التزوير الذي يقوم به الفاعل بمحاكاة عناصر أساسية في علامة معينة مع إضافات فرعية جانبية من أجل خداع المستهلك.

فكل تلك الأفعال جعلها المشرع الجزائري تخضع لتكييف واحد وهو جنحة التقليد مادام أنها تمثل جمعا مساسا بحقوق صاحب العلامة في احتكار استغلال علامته بل والأكثر من هذا، فإن هذه الجنحة بهذا المعنى تتسع حتى لأعمال استعمال علامة مملوكة للغير مادام أنها تشكل مساسا بحق احتكار استغلال علامة مملوكة لشخص ما.

¹ المادة 26 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

² فتيحة لعلام، حماية العلامة التجارية من التقليد في القانون الجزائري، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2013-2014، ص 18.

الفصل الثاني:.....جريمة العلامة التجارية تقليد و آليات الحماية القانونية لها

ويعتبر من قام بتسجيل العلامة لدى المصلحة المختصة مالكا لها وله وحده دون سواه أن يستعملها على السلع والخدمات التي يعينها لها طيلة المدة القانونية المحددة بعشر (10) سنوات القابلة للتجديد لفترات متتالية، وهذا بنص المادة 05 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات. وكذلك فإن حق احتكار العلامة يعتبر حقا احتكاريا لفترات قابلة للتجديد ولمرات غير محدودة.¹

إلا أن الحق في احتكار استغلال العلامة يقتصر فقط على السلع أو الخدمات التي سجلت من أجلها دون أن يتعداه إلى السلع أو الخدمات المختلفة، وهذا يجعلنا نقول أيضا بأن الحق في العلامة هو حق نسبي وليس حق مطلق لأنه لا يجوز لصاحب العلامة أن يحتج بحقه في العلامة في مواجهة كافية أي أنه لا يمكنه أن يحتج على كل من استعمل نفس العلامة التي يملكها حتى على منتجات أو خدمات غير مشابهة (مختلفة)، وإنما له الاحتجاج بحقه في علامته فقط في مواجهة الذين يزولون نفس النوع من النشاط.

وأراد المشرع الجزائري من خلال هذا الأمر توسيع دائرة تجريم الأفعال الماسة بالعلامة من أجل إضفاء حماية جزائية أكبر، وردع كل ما يتهدد حقوق أصحاب العلامات، لأنه في الأخير ما هو إلا حماية للاقتصاد الوطني من كساد ونفور المستثمرين الأجانب من الاستثمار في الأسواق الوطنية التي تغرقها العلامات المقلدة.

ومن أجل ذلك نص المشرع الجزائري على جنحة التقليد بمعناها الواسع، حتى تتدرج تحت جنحة التقليد كل الأعمال الماسة بالحقوق الاستثنائية للعلامة المسجلة، وسنحاول من

¹ وليد كحول، "جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري"، مجلة المفكر، صادرة عن كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قسنطينة 1، العدد 11، ص 479.

الفصل الثاني:.....جريمة العلامة التجارية تقليد و آليات الحماية القانونية لها

خلال المطلب التالي استعراض أهم صور الاعتداءات التي تمس بالحقوق الاستثنائية لمالك العلامة، والتي تدخل¹ في مجملها تحت جنحة التقليد.

الفرع الثاني: تمييز جريمة تقليد العلامة التجارية عن الجرائم المشابهة لها

اتفق الفقه والتشريع على أن التقليد هو ذلك الاعتداء الذي يقع على العلامة التجارية بحيث يؤدي هذا الاعتداء إلى خداع المستهلك بين الأصل والتقليد، رغم أن مفهوم هذا الأخير واضح ومستقل في حد ذاته كجريمة منصوص عليها قانوناً، إلا أن هناك من يخلط بين جريمة التقليد وبعض الجرائم المشابهة له كالتزوير والتدليس التشبهي للعلامة.

أولاً: تمييز جريمة تقليد العلامة التجارية عن جريمة التزوير

تتداخل جريمة التقليد مع جريمة التزوير التي يكون أساسها وضع المستهلك محل لبس وتضليله بين السلعة الأصلية والمقلدة هدفها غش المستهلك و خداعه فلهذا سنقوم بالفرقة بين التقليد والتزوير وذلك لوجه التشابه بينهما وأحياناً حتى القول بأنهما نفس الشيء وهذا على غرار تشريعات بعض الدول حيث ترى هذه القوانين العربية من بينها مصر والأردن وسوريا مصطلح التزوير والفرقة بينه وبين التقليد، والتي تقول بأن التزوير هذا النقل الحرفي للعلامة التجارية بحيث يكون هذا النقل كاملاً وامتطابقاً حتى يتبادر إلى الذهن أن العلامة المزورة هي نفسها العلامة الأصلية دون الوقوع على عملية النقل تعديل أو إضافة.

أما التقليد فهو وضع علامة مشابهة في مجموعها للعلامة الحقيقية إلا أنه يوجد خلاف بينهما يوقع المستهلك متوسط الحرص في الخلط واللبس بينهما، فيضيف أو يزيل أجزاء منها أو يغير في لونها وحروفها ليوهم الغير بإدخال بعض التعديلات على العلامة الحقيقية.²

¹ وليد كحول، المرجع نفسه، ص 480.

² فتيحة لعلام، المرجع السابق، ص 20-21.

الفصل الثاني:.....جريمة العلامة التجارية تقليد و آليات الحماية القانونية لها

وحسب القرار الصادر عن المحكمة العليا والصادر في 2012/02/05، "يعد تطبيقا سليما وصحيحا القانون القضاء برفض دعوى تقليد علامة تجارية لنفس المنتج على أساس عدم وجود تشابه بين العلامتين (لنفس المنتج) من شأنه إحداث لبس وخط عند المستهلك"¹ واللبس الذي يقصد المشرع هنا هو ذلك الذي يجعل من المستهلك المتوسط الانتباه الخلط بين المنتج الذي يحمل علامة مشابهة.

ويرى جزء آخر من الفقه أنهما يعتبران من الناحية العملية وجهان لجريمة واحدة، مع الإشارة إلى أن عملية اكتشاف تقليد العلامة أقل صعوبة من التزوير كون هذا الأخير يقوم فيه المزور للعلامة المسجلة بنقل حرفي وتام للعلامة الأصلية مما يصعب اكتشاف هذه الجريمة، في حين يقوم المقلد بإضافة بعض التعديلات أو إجراء تعديلات مع الإبقاء على العلامة الأصلية.²

وهناك من الفقه من ذهب إلى ضرورة التمييز بين التقليد والتشبيه، فجريمة التقليد تختلف بعناصرها عن جريمة التشبيه. وذلك راجع لعدم اشتراط جريمة التقليد سوء النية أو قصد الغش عند التقليد، في حين يكون بصدد التشبيه إلا في حالة توفر الغش، إلا أن التقليد يفترض بذاته سوء النية وذلك لعلم الفاعل به وقاصد النية للمطالبة التامة وعدم احتمال الصدف.

¹ انظر في هذا الصدد قرار المحكمة العليا، "ملف رقم 261209 الصادرة بتاريخ 2002/02/05 عن المجلة القضائية" ،العدد الأول 2003، ص265.

² عبد الله الخرشوم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، الطبعة، ط1، دار النشر والتوزيع، دس ن، د ب ن، ص209.

الفصل الثاني:.....جريمة العلامة التجارية تقليد و آليات الحماية القانونية لها

إذا فالتزوير يقوم على ركن مادي ومعنوي وتوفر عنصر القصد في حين أن جريمة التقليد تتحقق بغض النظر عن وجود أو عدم وجود سوء النية لأن القصد عنصر مفترض في التقليد.¹

ثانيا: تمييز جريمة تقليد العلامة التجارية عن الغش

إن الغش هو الترويج لسلعة ذات علامة تجارية بما يخالف حقيقتها بأي طريقة كانت: توزيع نشرات أو وضع ملصقات أو إعلانات في إحدى وسائل الإعلام، أو أي عمل آخر يخفي حقيقة السلعة.

وحسب القرار الصادر عن غرفة الجنح والمخالفات للمحكمة العليا والصادر بتاريخ 2014/02/27 على أن "يشكل جريمة تقليد علامة مسجلة التماثل المرئي والنطقي، المحدث لبسا لدى المستهلك ويجعله لا يميز بين السلعة الأصلية وبين السلعة المقلدة".²

أو عمل تجاري يتم منافي للقانون والعادات والشرف، وينجم عنه ضرر للغير ملزم لمن يرتكب بالتعويض ليس لإصلاحه فحسب ولكن لمنع وقوعه مستقبلا.

والغش لا يتطلب أن يكون الشيء المدخل في البضاعة منة طبيعة أخرى تغاير طبيعتها، بل يكون من ذات الطبيعة ولكنه يختلف عنها في درجة الجودة، على أنه لم يشترط في القانون أن يغير طبيعة العلامة التجارية بالحذف أو الإضافة بل يكفي أن تكون قد زيفت.

¹ لعلام فتيحة، المرجع السابق، ص21.

² انظر في هذا الصدد قرار المحكمة العليا، "ملف رقم 0668201 قرار بتاريخ 2014/02/27 مجلة المحامي"، مجلة دورية تصدر عن منظمة وطنية عدد 30 جوان 2018، ص195.

الفصل الثاني:.....جريمة العلامة التجارية تقليد و آليات الحماية القانونية لها

إذ هو بذلك يختلف عن التقليد الذي هو مجرد نقل أو تغيير العناصر الأساسية للعلامة الأصلية أو وضع علامة مشابهة للعلامة الحقيقية، فعناصر جريمة التقليد تختلف عن الغش من حيث الأركان. فالركن المادي في التقليد يتمثل في إثبات فعل من أفعال التقليد ووضعها على منتجات بسوء نية أو بيعها أو عرضها للبيع، بينما الركن المادي في جريمة الغش ينحصر في فعل الخداع والباس أمر من الأمور مظهرًا يخالف ما هو عليه.¹

ثالثًا: تمييز جريمة تقليد العلامة التجارية عن جريمة التقليد التديسي

وحسب القرار الصادر عن الغرفة التجارية والبحرية للمحكمة العليا بتاريخ 2013/12/05 على أنه "عندما تنصب الدعوى الرامية إلى إبطال علامة سبق تسجيل علامة مماثلة لها على التسمية فقط لا حاجة إلى المقارنة بين المنتوجين الصادرين تحت كل علامة".²

التقليد التديسي هو وضع علامة مشابهة أو قريبة الشبه بالعلامة الأصلية مما يؤدي إلى احتمال الخلط بين العلامتين إذ يلزم أن يتم التقليد بصورة تدعو إلى تضليل الجمهور أو إيقاعه في غلط، إذ أن المشرع لم يشترط أن يكون الاختلاط قد وقع فعلا.

وهناك فرق بين جريمة تقليد العلامة إذ أن في الجريمة الأولى يشترط نقل العلامة كاملاً أو جزئياً ولا يشترط أن يكون هذا النقل من شأنه إحداث خلط أم لا، بينما التقليد

¹ لعلام فتيةة. المرجع السابق، ص22.

² انظر في هذا الصدد قرار المحكمة العليا، "ملف رقم 0871530 الصادر بتاريخ 2013/12/05 مجلة المحامي"، مجلة دورية تصدر عن منظمة المحامين سطيف عدد 25 ديسمبر 2015، ص229.

الفصل الثاني:.....جريمة العلامة التجارية تقليد و آليات الحماية القانونية لها

التدليسي قد يتم عن طريق التغيير بالإضافة لتشويه العلامة الأصلية مما يؤدي إلى احتمال الخلط لدى الجمهور بين العلامة المقلدة والعلامة الأصلية.¹

ويشترط في هذا الجريمة وجود القصد الجنائي. وتجدر الإشارة إلى أن المشرع الجزائري لم ينص على جريمة التقليد في قانون العلامات التجارية في الأمر 06/03، إلا أن المادة 29 من الأمر 57/66 نصت بوضوح على أنه يجب يكون التشبيه من شأنه أن يخدع المشتري هذا واكتفى المشرع الجزائري بجريمة التقليد فقط، ولعل السبب في ذلك أنه يكفي في جريمة التقليد أخذ المميزات الرئيسية للعلامة دون اعتبار لمس أو سوء النية لدى المعتدي، بينما في جريمة التقليد التدليسي فيجب على الشاكي تقديم الدليل على سوء نية خصمه، أي قصد الغش وإحداث اللبس لدى المستهلك.²

المطلب الثاني: أركان جريمة تقليد العلامة التجارية

تجدر الإشارة هنا إلى أن الفقه الجنائي في دراسته للجريمة يحلل النموذج الإجرامي إلى عناصر يطلق عليها أركان الجريمة بينما لم يرد في أحكام القضائية عادة لأي إشارة إلى تلك العناصر في كل جريمة على حدى مما يعني أن استنباط عناصر الجريمة هو عمل فقهي.

ومع ذلك فالقانون يتطلب لكل جريمة توافي أركان معينة لها، بحيث أنه إذا اكتملت هذه الأركان أصبحت بصدد جريمة تامة يستحق فاعلها العقوبة التي حددها النص الجنائي عليه، أما إذا اقتفى أحد هذه الأركان فلن تقوم للجريمة قائمة من الناحية القانونية وحسب القرار الصادر عن غرفة الجنح والمخالفات للمحكمة العليا بتاريخ 2013/04/25. "انه يجب

¹ حناشي محمد وحيد، "المعالجة القضائية لمفاتيح تقليد العلامات التجارية"، مجلة المحامي، مجلة دورية تصدر عن منظمة المحامين سطيف عدد 25 جوان 2016، ص98-99.

² بسييسة خديجة، الحماية القانونية للعلامة التجارية وفقا للأمر 06/03، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2018-2019، ص34.

الفصل الثاني:.....جريمة العلامة التجارية تقليد و آليات الحماية القانونية لها

في جريمة تقليد علامة تجارية إبراز أركان الجريمة وطرق إسنادها إلى المتهم في ضوء الأدلة المتوفرة والنصوص القانونية الواجبة التطبيق¹. ومن هنا سنتطرق للتعرف على الأركان التي تقوم عليها جريمة التقليد.

الفرع الأول: الركن الشرعي

إن مبدأ لا جريمة ولا عقوبة ولا تدبير أمن إلا ينص هذا يحيلنا إلى البحث عن الإطار القانوني الذي يرمي لحماية العلامات في الجزائر ويوقع الجزاء على كل من تخول له نفسه المساس بها، وهذا ما كان مقرر في الأمر 06/03، والذي سنبينه على جانب من التفصيل.

2

أولاً: الجزاء المقرر لتقليد العلامة التجارية وفقاً لقانون العلامات

إن الاعتداء على العلامة التجارية خاصة بتقليدها اعتبر فعلاً غير مبرر، هذا أن المشرع الجزائري وضع بعد الأعمال التي تقع على العلامة من الأفعال المبررة التي يجوز للغير القيام بها، وهذا ما نصت عليه المادة 10 من الأمر 06/03: "لا يجوز تسجيل العلامة لصاحبها الحق في منع الغير من أن يستخدم تجارياً وعن حسن نيته...". أما الحماية المقررة من طرف المشرع الجزائري فكانت لكل فعل غير مشروع أو اعتداء³.

¹ انظر في هذا الصدد قرار المحكمة العليا الصادر عن غرفة الجناح والمخالفات عليها، "ملف رقم 0587008 الصادر بتاريخ 2013/04/25 مجلة المحامي"، مجلة دورية تصدر عن منظمة المحامين سطيف عدد 25 ديسمبر 2015، ص220.

² ونوغي نبيل، "النظام القانوني للعلامة التجارية في التشريع الجزائري"، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية الصادرة عن معهد الحقوق والعلوم الاقتصادية، المركز الجامعي سي الحواس بريك، المجلد الثالث، العدد الأول 2019، ص50.

³ المادة 10 من للأمر 06/03، المتعلق بالعلامات.

الفصل الثاني:.....جريمة العلامة التجارية تقليد و آليات الحماية القانونية لها

حماية العلامة التجارية تكون بأن لصاحب العلامة التجارية الحق في اللجوء للقضاء من أجل ردع المعتدي بدعوى التقليد وكذا طلب التعويض المدني عن الضرر الذي سببه الغير وهنا للمحكمة أن تأمر بوقف كل أعمال وأشكال التقليد، أي وقف التعدي على العلامة، والحجز التحفظي على البضائع التي ارتكب التعدي بشأنها أينما وجدت وهذا الحق يكون مقررا أصلا لصاحب العلامة، واستثناء للمستفيد من عقد الترخيص العلامة أن باتجاه القضاء من أجل رفع دعوى التقليد، وهذا بعد الإعدار وإذ لم يتم مما صاحب العلامة بنفسه.

1

والجزء الذي قرره المشرع الجزائري لكل مقلد كان على النحو التالي:

" يعاقب بالحبس من ستة (6) أشهر إلى سنتين وبغرامة مالية من مليونين وخمسمائة ألف دينار (2.500.000دج) إلى عشرة ملايين دينار جزائري (10.000.00دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط مع :

- الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة.

- مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات استعملت.

- إتلاف الأشياء محل المخالفة.²

فمن نص هذه المادتين يتبين أن المشرع الجزائري قرر عقوبات أصلية تعينة على جريمة التقليد والتي صنفها على حسب خطورتها إلى جنحة التقليد، وهذا صونا لحماية مالكيها وحماية للمجتمع ككل.

¹ ونوغي نبيل، المرجع السابق، ص51.

² المادة 32 من للأمر 06/03، المتعلق بالعلامات.

ثانيا: الجزاء المقرر لتقليد العلامة التجارية وفقا لقانون العقوبات الجزائري

جاءت المادة 429 مت قانون العقوبات الجزائري، تحت عنوان الباب الرابع الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية، حيث تنص على ما يلي: " يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة مالية من 2.00 إلى 20.000.00 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد:

- سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب، أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع.

- سواء في نوعها أو مصدرها.

- سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها.

- في جميع الحالات فإن على مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي حصل عليها بدون حق.

1

ومن خلال استقراء المادة السابقة الذكر، يستنتج أنها جاءت بألفاظ عامة " يخدع المتعاقد، الصفات الجوهرية...." فخداع المتعاقد بواسطة تغيير يلحق السلعة في مواصفاتها الجوهرية قد يكون جريمة تقليد العلامات، أو جريمة عدم مطابقة السلعة للمواصفات المقررة، أو إخفاء البضاعة تحت مظهر خادع من شأنه غش المشتري.²

الفرع الثاني: الركن المادي

¹ المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري رقم 156/66 لسنة 1966 والمعدل والمتمم بالقانون رقم 06-23 المؤرخ في

2006/12/20 ج ر ج، الصادر بتاريخ 11 يونيو 1966، العدد 49.

² كحول وليد، المرجع السابق، ص 484.

الفصل الثاني:.....جريمة العلامة التجارية تقليد و آليات الحماية القانونية لها

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

والركن المادي في جريمة تقليد العلامات هو ذلك السلوك الإجرامي الذي يتمثل في اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الأصلية أو صنع علامة تشبهه في مجموعها العلامة الحقيقية، بحيث يمكن للعلامة التجارية الجديدة أن تضلل المستهلك وتجذبه إليها ظنا منه أنها العلامة الأصلية، أو هو ذلك الاصطناع لعلامة مشابهة بصفة تقريبية للعلامة الأصلية من أجل خداع المستهلك.¹

وللركن المادي عناصر مكونة ثلاثة هي: السلوك الإجرامي (الفعل الإجرامي)، النتيجة، العلاقة السببية.

أولا: السلوك الإجرامي أو (الفعل الإجرامي)

فيراد به النشاط المادي الخارجي المكون للجريمة، وبالتالي فلا جريمة من دونه، لأن القانون لا يعاقب على مجرد النوايا والرغبات والشهوات ويختلف هذا النشاط في جريمة عن أخرى.²

أما بالنسبة لجريمة تقليد العلامة التجارية فالسلوك الإجرامي يتمثل في اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الأصلية أو صنع علامة تشبهه في مجموعها العلامة الحقيقية، بحيث يمكن للعلامة الجديدة أن تضلل المستهلك وتجذبه إليها ظنا منه أنها العلامة الأصلية،

¹ كحول وليد، المرجع نفسه، ص 486.

² علي حسين الخلف، سلطان عبد القادر الشاوي، المبادئ العامة في قانون العقوبات، د ب ن، د ب ن، ص 139.

الفصل الثاني:.....جريمة العلامة التجارية تقليد و آليات الحماية القانونية لها

أو هو ذلك الاصطناع لعلامة مشابهة بصفة تقريبية للعلامة الأصلية من أجل خداع المستهلك.

وتتفق مختلف التشريعات الوطنية والاتفاقيات الدولية المتعلقة بحماية العلامات، على عدم اشتراط وجود تطابق تام بين العلامتين الأصلية والمقلدة، بل تجمع بأن جريمة تقليد العلامات يكفي لقيامها وجود غش للمستهلك وتضليله، نتيجة وجود تشابه بين العلامتين الأصلية والمقلدة بحيث يصعب عليه التمييز بين العلامتين، وبالتالي إذا انتفى هذا التشابه انتفت حالة الغش والتضليل، ومن ثم فلا جريمة.

ولا يشترط أن يقع الخلط والتضليل فعلا لتحقيق جريمة تقليد العلامة، بل يكفي أن يكون ذلك ممكن ومحتمل الوقوع.

وبالإضافة إلى هذا، فإن جريمة تقليد العلامة لا تقوم إذا كانت المنتجات الحاملة للعلامات المقلدة تختلف عن المنتجات الحاملة للعلامة الأصلية بصورة واضحة، كأن تكون من نوع مختلف أو من صنف آخر، وذلك لانقضاء علة تطبيق النص الذي يفترض وقوع المستهلك في الغش والتضليل، إذ بذلك يتخلف ركن من أركان الجريمة.¹

ثانيا: النتيجة: فيراد بها التغيير الذي يحدث في العالم الخارجي كأثر للسلوك الإجرامي، فيحقق عدوان ينال مصلحة أو حقا قدر الشارع جدارته بالحماية الجزائية، مما ينبغي أن للنتيجة الضارة مدلولين أحدهما مادي، وهو التغيير الناتج عن السلوك الإجرامي في العالم الخارجي، والآخر قانوني وهو العدوان الذي ينال مصلحة أو حقا يحميه القانون.²

¹ وليد كحول، المرجع السابق، ص 487.

² علي حسين الخلف، سلطان عبد القادر الشاوي، المرجع السابق، ص 139-140.

الفصل الثاني:.....جريمة العلامة التجارية تقليد و آليات الحماية القانونية لها

إذ أن هذين المدلولين اللذين تقوم عليهما النتيجة في جريمة التقليد العلامة التجارية فالأول مادي والثاني قانوني، المدلول المادي يتجسد في الأثر الطبيعي لجريمة تقليد العلامة التجارية وهو وقوع المستهلك في خلط يؤدي إلى شراء منتج غير حقيقي، أما المدلول القانوني في جريمة تقليد العلامة التجارية يتمثل في الحق المراد حمايته وهو حق ملكية العلامة في إطار المنافسة المشروعة.

وعليه يمكن القول أن النتيجة الإجرامية هي ما توصل إليه الجاني بعد قيامه بسلوك إجرامي.

ثالثاً: العلاقة السببية: إن العلاقة السببية بين السلوك الإجرامي والنتيجة الإجرامية في جريمة تقليد العلامة التجارية لا تشكل أي إشكال لأنها تعود إلى السلطة التقديرية لقاضي الموضوع، حيث يقوم بتقدير التقليد بالمقارنة بين أوجه التشبيه المتواجدة بين العلامة الأصلية والعلامة المقلدة والتي من شأنها توقيع المستهلك في اللبس والغموض بين العلامتين.

ويستنتج من كل ما سبق أن القاضي يقوم بإسناد الجريمة إلى فاعلها بشرط قيام الرابطة السببية مباشرة بين الفعل والجريمة لإسناد الفعل إلى الجاني.¹

الفرع الثالث: الركن المعنوي

نعني بالركن المعنوي ذلك الجانب الشخصي أو النفسي للجريمة، فلا يكفي لقيام الجريمة مجرد تواجد الواقعة المادية التي تخضع للتجريم.²

¹ سميحة العجال، جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 24.

² عبد الرحمان خلفي، الحماية الجزائية لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة، ط1، دار منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، د.س.ن، ص 161.

الفصل الثاني:.....جريمة العلامة التجارية تقليد و آليات الحماية القانونية لها

إذ أنه لا يكفي الإلمام بالركن المادي لإسناد المسؤولية إلى شخص ما، فالركن المادي يعبر عن جسد الجريمة ووجودها، بينما يعبر الركن المعنوي على الناحية المعنوية للجريمة وبها تنسب الجريمة إلى فاعل ما ليتحمل مسؤولية تلك الجريمة أو لا تنسب إليه، وشتان بين من ارتكب جريمة عن علم وقصد وإرادة، وبين من فعل ذلك خطأ.

فالغرض من دراسة أركان الجريمة هو إثباتها ونسبها إلى فاعل معين حتى يتحمل المسؤولية سلوكه.¹

وهو القصد الجنائي القائم على عنصرى العلم والإرادة ولا يشترط في جنحة التقليد القصد الجنائي أو نية الاحتيال لدى مرتكب فعل تقليد لا يعاقب عليه إلا إذا كان الفاعل سيء النية، ويكفي أن يكون الغش والتضليل محتملا لا مؤكدا ونية الاحتيال تكون قائمة ومفترضة لأن التسجيل قرينة على علم الغير بها.²

المبحث الثاني: آليات الحماية القانونية للعلامة التجارية

أدى التطور التجاري والاقتصادي إلى تنامي أهمية العلامة التجارية، التي تعتبر عنصرا هاما من عناصر المشروع التجاري، وهذا الأمر أدى إلى زيادة صور التعدي عليها الأمر الذي دفع الدول إلى سن القوانين التي تحرم التعدي عليها وحددت صور التعدي على العلامة وعقاب المتعدي، وذلك من أجل توفير الحماية القانونية للعلامة.

بالرغم من أن قانون العقوبات هو القانون العام في مجال التجريم والعقاب، إلا أنه قد يتبين في بعض الأحوال عدم كفايته لمواجهة صور وأشكال الإجرام الجديدة في الوقت الذي يعيش فيه ولذلك كان لا بد من أن تدخل المشرع بطرق أكثر منهجية ومنطقية تسمح بمواجهة

¹ منصور حماني، الوجيز في القانون الجنائي العام، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، د.س ن، ص 105.

² كمال دعاس، محاضرات في حقوق الملكية الفكرية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ألكلي محند أولحاج، البويرة، غير منشورة، ص 113.

الفصل الثاني:.....جريمة العلامة التجارية تقليد و آليات الحماية القانونية لها

كل حالات الغش والخداع من أجل إضفاء نوعين من الحماية القانونية والتي سنتناولها الحماية المدنية في المبحث الأول والحماية الجزائية في المبحث الثاني.

المطلب الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

تتمتع العلامة التجارية بحماية مدنية استنادا للقواعد العامة للمسؤولية، إذ تعتبر هذه الأخيرة بمثابة المظلة التي تستظل بها كافة الحقوق أيا كان نوعها، والحماية المدنية وفقا للقواعد العامة في المسؤولية هي حماية مقرررة لكافة الحقوق وقد كلفتها كافة التشريعات المختلفة.¹

وأساس المسؤولية هو نص المادة 124 من القانون المدني التي تنص أنه: "كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص يخصه، ويسبب ضرر للغير يلزم من كان سببا في حدوثه التعويض".² إذ يجوز لصاحب العلامة رفع دعوى مدنية أمام المحكمة لطلب تعويض الضرر الذي لحق به جراء تقليد علامة، أو تشبيهها مثلا وهو حق مكفول لصاحب علامة مودعة من جهة ولصاحب علامة غير مودعة من جهة أخرى، لذا سنتطرق حماية العلامة التجارية عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة.³

الفرع الأول: مفهوم دعوى المنافسة غير المشروعة

تقوم التجارة على حرية المنافسة والتي تستند إلى الأعراف التجارية النظيفة والنزيهة التي يسعى من خلالها التجار إلى جذب الزبائن والترويج لمنتجاتها بالمنافسة تدفع دائما إلى

¹ حناشي محمد وحيد، المرجع السابق، ص88.

² المادة 124 من القانون المدني الجزائري رقم 75-58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، معدل ومتمم بالقانون رقم 07/80، ج ر ج، عدد 31، ص33.

³ محتاج عبد اللطيف، الحماية القانونية للعلامة التجارية ودورها في حماية المستهلك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، 2015-2016، ص32.

الفصل الثاني:.....جريمة العلامة التجارية تقليد و آليات الحماية القانونية لها

تحقيق الابتكار وتعمل كحافز فعال على الإبداع في الحياة التجارية والصناعية والخدماتية محققة بذلك أفضل النتائج والأرباح ولكن إذا استعملت في المنافسة وسائل وأساليب من شأنها مخالفة الأعراف التجارية النظيفة والنزوية أصبحت غير مشروعة تتيح للمتضرر من أفعالها حق رفع دعوى المنافسة غير المشروعة ونظرا لاتساع مفهوم المنافسة وصعوبة تحديد المنافسة غير المشروعة وجب الاستناد إلى تعريف لغوي وتعريف قانوني، قبل أن نرجع إلى كل من الاختصاص في دعوى المنافسة غير المشروعة وأطرافها وكيفية إثباتها.¹

I- التعريف اللغوي: كلمة المنافسة في اللغة مشتقة من الفعل نافس، ينافس، مصدر المنافسة وهي تقتضي وجود شخص آخر يتم منافسته، وقد وردت كلمة المنافسة في القرآن الكريم في سورة المطففين قال تعالى: " خِتَامُهُ مِسْكٌ وَفِي ذَلِكَ فَلْيَتَنَافَسِ الْمُتَنَافِسُونَ"²

وينقسم مصطلح الغير المشروعة إلى شقين:

- المنافسة تعني حالة خصومة وتنافس وصراع وحالة عدااء مستمر، ويستخلص من هذا الطرح ان المنافسة كظاهرة إقتصادية تعد بمثابة أساس المعاملات في مجال الاقتصادي ولأن هدفها الأسمى تحقيق الربح رغم المخاطرة وهذا ما تبناه القانون التجاري في مجال تحديد أهم عناصر هذه المعاملات والأسس التي يقوم عليها.
- المضاربة والمخاطرة.
- تحقيق الربح وهذا بتقديم الأفضل.

أما مصطلح عدم المشروعية أو غير المشروعة فيقصد بها الحياد عن القانون أو استخدام أساليب ووسائل ملتوية عن القانون، أو استخدام وسائل يحضرها أو يمنعها، كما

¹ بسيسة خديجة، الحماية القانونية للعلامة التجارية وفقا للأمر 06/03، المرجع السابق، ص 09.

² الآية 26 من سورة المطففين.

تعني تجاوز حدود الشرع أو مقتضيات العدالة والمصلحة العامة مما من شأنه خلق الاضطرابات والفوضى والخصومات.¹

II- اصطلاحاً: فهي العلاقة التي تنشأ بين مجموعتين من التجار يقومون ببيع سلع أو خدمات متماثلة أو متشابهة على العملاء في منطقة جغرافية معينة.²

III- تعريف المنافسة غير المشروعة قانوناً

لم يرد في التشريع الجزائري تعريف للمنافسة غير المشروعة ولكن جاءت تحت تسمية الممارسات المقيدة أو المنافية وهذا في الأمر 03/03³ المتعلق بالمنافسة.

¹ كافي أحمد، علولي أحمد، دعوى المنافسة غير المشروعة في القانون الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ألكلي محند أولحاج، البويرة، 2016-2017، ص11.

² عبد العزيز بن سعد الدغيثر، تنظيم المنافسة في المملكة العربية السعودية، دراسة مقارنة بتنظيمات إقليمية دولية، د.ب. ن، د.س.ن، ص11.

³ الأمر 03/08 المؤرخ في 03/07/19 2003 المتعلق بالمنافسة المعدل بموجب الأمر 12/08 المؤرخ في 2008/06/25، الجريدة الرسمية العدد 43.

الفصل الثاني:.....جريمة العلامة التجارية تقليد و آليات الحماية القانونية لها

كما جاء المشرع الجزائري في القانون 102/04¹ الذي حدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية التي قد تكون إما في شكل ممارسات تجارية غير شرعية أو ممارسات تعسفية.

كما جاء في القانون المدني الجزائري 85/75² والقانون التجاري 59/75³ وكذا الأمر بعض القوانين الأخرى مثل القانون الذي يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش...الخ، وبعض القوانين الأخرى وبعض المراسيم والتعليمات التي سعت هي الأخرى لإعطاء مدلول لمصطلح المنافسة غير المشروعة.

وبعد التعريف بالمنافسة غير المشروعة سنتطرق أولاً إلى الاختصاص القضائي مرورا بأطراف دعوى المنافسة غير المشروعة، والنقطة الثانية الإثبات في دعوى المنافسة غير المشروعة.⁴

أولاً: المحكمة المختصة في النظر في دعوى المنافسة غير المشروعة

إن المحكمة هي المحكمة التي يجوز الفصل في دعوى المنافسة غير المشروعة وعلى شكلين اختصاص نوعي واختصاص محلي.

1- الاختصاص النوعي

إن نظرنا إلى ما يتعلق بتحديد الجهة القضائية المختصة للفصل في الدعوى المدنية فيبقى الأمر يخضع للقواعد العامة للاختصاص المنصوص عليها في قانون الإجراءات

¹ القانون 04/02 المؤرخ في 23/06/2004 الموافق ل 23 يونيو 2004 ، المحدد لقواعد المطبعة على الممارسات التجارية ج ر ج، العدد 41.

² القانون المدني، الأمر 85/75 ، المرجع السابق.

³ الأمر 59/75 المؤرخ في 26/09/1975 متضمن القانون التجاري معدل ومتمم، ج ر ج ، عدد 77.

⁴ كافي أحمد، علولي أحمد، دعوى المنافسة غير المشروعة في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص12-13.

الفصل الثاني:.....جريمة العلامة التجارية تقليد و آليات الحماية القانونية لها

المدنية والإدارية والمتمثلة كأصل في المادة 32 والتي تنص على أنه¹: " المحكمة هي الجهة القضائية ذات الاختصاص العام وتتشكل من أقسام يمكن أن تتشكل من أقطاب متخصصة.

تفصل المحكمة في جميع القضايا لاسيما المدنية والتجارية والبحرية والاجتماعية وقضايا شؤون الأسرة والتي تختص بها إقليميا...".²

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

ونرى مع النص أنه يعتبر أعمال تجارية بالتبعية للالتزامات الناشئة عن المسؤولية التصيرية التي تحدث بسبب ممارسة النشاط التجاري وعلى ذلك يعتبر عملا تجاريا الالتزام الناشئ عن مسؤولية التاجر من جراء منافسة خاصة في مجال الصناعة.

2- الاختصاص المحلي: بالنظر لما سبق قوله فيما يتعلق بالاختصاص النوعي يطبق أيضا على الاختصاص الإقليمي فيطبق القواعد العامة للاختصاص المنصوص عليها في قانون الإجراءات المدنية والإدارية ذلك لعدم وجود نصوص خاصة تحدد ما يمكن أن يعتبر من إجراءات لرفع الدعوى في مجال حقوق الملكية الصناعية وخاصة دعوى المنافسة غير المشروعة، وقد نصت المادة 37 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية³ على أنه: " يؤول الاختصاص الإقليمي للجهة القضائية التي يقع في دائرة اختصاصها موطن المدعى عليه،

¹ بن عيسى أسماء، بن حليلة مراد، بليل فخر الدين، جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص81.

² المادة 32 من قانون الإجراءات المدني الإدارية الجزائري، رقم 09/08 مؤرخ في 18 صفر عام 1429 الموافق 25 فبراير سنة 2008، ج ر ج، عدد 09، ص64.

³ نادبة فوضيل، القانون التجاري الجزائري، الأعمال التجارية، التاجر، المحل التجاري، ديوان المطبوعات الجامعية، د ب ن، 1987، ص 415.

الفصل الثاني:.....جريمة العلامة التجارية تقليد و آليات الحماية القانونية لها

وإن لم يكن له موطن معروف فيعود الاختصاص للجهة القضائية التي يقع فيها آخر موطن له، وفي حالة موطن يوول الاختصاص الإقليمي للجهة القضائية التي تقع فيها الموطن المختار، ما لم ينص القانون على خلاف ذلك".¹

وباعتبار ذلك دعوى المنافسة غير المشروعة تقام من أجل تعويض الضرر الحاصل لمالك العلامة فإنها المسؤولية التقصيرية، أما في ما يخص التقادم ففي جميع الأحوال يرجع إلى القواعد العامة وذلك بانقضاء 15 سنة من يوم وقوع الفعل الضار.²

ثانيا: أطراف دعوى المنافسة غير المشروعة: الأصل العام أنه لكل دعوى طرفان فيسمى رافع الدعوى مدعيا ويسمى من رفعت الدعوى ضده مدعيا عليه.

أما في دعوى المنافسة غير المشروعة فإن دعوى يمكن أن ترفع من قبل الأعوان الاقتصاديين والمنافسين فيما بينهم. وكقاعدة عامة ترفع من شخص سواء كان شخص طبيعى أو معنوي متضرر من منافسة غير مشروعة شرط أن تتوفر فيه الصفة وأن تكون له مصلحة قائمة أو محتملة يقرها القانون وهذا ما أكده الأستاذ بوبشير محمد أمقران في كتابه النظام القضائي في الجزائر.

قد يكون شخص طبيعى أو معنوي يفترض أنه هو من يقوم بأعمال وممارسات تضر بالمنافسة (ارتكاب فعل ضار بالغير) يجعل منه محل مسائلة.

1- المدعي: يجوز لكل شخص تضرر ماديا أو شخصا سواء كان شخصا طبيعيا أو شخص معنوي وهذا حسب القواعد العامة أن يلجأ إلى القضاء وفق مبدأ اللجوء إلى القضاء

¹ المادة 37 من قانون الإجراءات المدني الإدارية الجزائري، المرجع السابق.

² نادية فوضيل، القانون التجاري الجزائري، الأعمال التجارية، التاجر، المحل التجاري، ديوان المطبوعات الجامعية، د ب ن، 1987، ص 415.

الفصل الثاني:.....جريمة العلامة التجارية تقليد و آليات الحماية القانونية لها

والمساواة أمامه وهذا ما تناوله مختلف الدساتير الجزائرية خاصة بعد دستور 1989 وتبني مبدأ المنافسة الذي جاء نتيجة لتبني مبدأ حرية التجارة والصناعة.

أما تفصيله لذلك فإنه يجوز رفع دعوى المنافسة غير المشروعة من طرف العون الاقتصادي (شركات أو مكاتب أعمال أو أي مؤسسة مالية أو تجارية) ولكن يشترط توفر الأهلية بالنسبة للشخص الطبيعي وفق القواعد العامة (السن + خلو من أي عيوب الإرادة).¹

وفي حالة ما إذا كان قاصر يجوز أن يباشر الدعوى بواسطة من ينوب عنه قانونا مثل وليه: وحتى إذا كان فاقد الأهلية يجوز أن ينوب عنه مقدما أو أي شخص تعينه المحكمة لذلك بموجب حكم قضائي.

أما الشخص الاعتباري المعنوي: يجوز أن يباشر دعواه بتوفر الشروط المنصوص عليها طبقا لأحكام المادة 250/49 من ق.إ.م.ج.

2- المدعى عليه: وهو كل شخص يرتكب الفعل الضار أو المسؤول عنه وقد يكون شخص طبيعيا أو معنويا ويكتسب هذا المركز القانوني أثناء سير الدعوى.

وبالرجوع إلى القواعد العامة حددت المادة 124 من القانون المدني الجزائري التي تم الإشارة إليها سابقا مسؤلية مرتكب الفعل والزامه بالتعويض كقاعدة عامة وفي حالة تعدد يلزم من قاموا بالفعل بالتضامن في رفع التعويض المادة 126³ من قانون المدني الجزائري

¹ المواد 40-86-90 (المتعلقة بأهلية الشخص الطبيعي) من القانون المدني الجزائري، الأمر 76/58 المرجع السابق.

² المادة 49 المادة 50 من القانون المدني الجزائري، الأمر 76/58، المرجع نفسه.

³ المادة 124-126 من القانون المدني الأمر 85/75 المرجع نفسه.

الفصل الثاني:.....جريمة العلامة التجارية تقليد و آليات الحماية القانونية لها

وقد نص القانون 03/03¹ المتعلق بالمنافسة وكذا القانون 02/04² المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية وكذا مختلف القواعد والقوانين المتعلقة بالمنافسة وحتى الاتفاقيات التي تصادق عليها الجزائر، وهذا لحماية الاقتصاد الوطني مستقبلا ومسايرة المنظومة القانونية العالمية.³

ثالثا: الإثبات في دعوى المنافسة غير المشروعة

تحتاج دعوى المنافسة غير المشروعة المرفوعة لحماية العلامة الدعاوى التي ترفع عليه أمام القضاء إلى تأكيدها من طرف المدعى عليه بأدلة وأسانيد يثبتها طبقا للمادة 29 من الأمر 06/03⁴ والمادة 02/25 من الأمر 86/66⁵ ليقوي مركزه القانوني وتنتج الدعوى نتائجها وتحدث آثارها العملية المتمثلة في وقف الاعتداء وترفع الجزاء على من يستحقه طبقا للقاعدة القائلة بالبينة على من ادعى واليمين على من أنكر وبما أن العلامة من المواضيع التجارية فإنها تخضع لقاعدة حرية الإثبات جائزة فيها، وقد أوردت فيها قوانين حقوق الملكية الصناعية بعض طرق الإثبات:

1- انتقال المحكمة للمعاينة

هو إجراء تقوم به المحكمة كخطوة لاستجلاء معالم القضية من الواقع وإحالتها على الطبيعة، ومحاولة فهمها بعيدا عما يمكن أن يحدث من تعارض أقوال الخصوم وشهودهم لأن هذا الأمر قد يؤدي للتشويش على المحكمة وذلك يتسنى لها موازنة الأدلة بنفسها، وهو إجراء تقوم به المحكمة من تلقاء نفسها إذا رأت عموما في القضية، كما قد يطلبه المدعي

¹ المادة 03/03 المؤرخ في 19/07/2003 ، المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، المرجع السابق.

² القانون 02/04 المؤرخ في 01/01/2004، المحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق.

³ كافي أحمد، علالي احمد، دعوى المنافسة غير المشروعة في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص51-52.

⁴ المادة 29 من الأمر 06/03، المتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

⁵ المادة 02/25 من الأمر 86/66 المؤرخ في 08/04/1966 المتعلق بالرسوم والنماذج، المرجع السابق.

الذي وقعت عليه التصرفات والأعمال غير المشروعة بحيث يقدم طلبا بالانتقال إلى مكان حدوثها لمشاهدتها على طبيعتها، وهو أمر جوازي وقبوله أو رفضه المجتمع فتقدير قاضي الموضوع فهو إجراء تحقيقي إضافي نصت عليه المادة 27 فقرة 02 من الأمر 106/03¹ المتعلق بالعلامة التجارية.

2- محاسن إثبات الحالة

هو إجراء يطلبه المدعي إذا كانت الأعمال غير المشروعة التي قام بها المدعي عليه غير واضحة للعيان أو يخشى زوالها بمرور الزمن، فيتدارك ذلك بتحرير محضر إثبات حالة وهذه المحاضر ليست لها قوة قاطعة في الإثبات بل تخضع لتقدير القاضي فقد يعتمدها أو يستبعدا مدى اقتناعه بها .

3- رأي الخبراء

هو استيضاح رأي أهل الخبرة لاستظهار جوانب من الوقائع المادية لم يكن لقاضي الموضوع إدراكها بنفسه بمجرد الاطلاع على أوراق القضية، أو شأن الجوانب الفنية ولهذا الإجراء أهمية كبيرة في مجال حقوق الملكية الصناعية نظرا لما له من صيغة فنية قد يتعذر على القاضي الوصول إلى تحديد جوانبها لاستخلاص قناعته، فيعتمد في ذلك على رأي أهل الخبرة في هذا المجال، لما لهم من إمام ودراية أكثر منه وقد نص عليه المشرع في المادة 26 من الأمر 06/03².

¹ المادة 27 فقرة 02 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

² المادة 26 من الأمر 06/03، المتعلق بالعلامات، المرجع نفسه.

الفصل الثاني:.....جريمة العلامة التجارية تقليد و آليات الحماية القانونية لها

وقد اشترط على الطالب دفع كفالة، وترك نسخة لحائزي الأشياء الموصوفة مع وجوب التقديم للسلطة القضائية أجل شهر بهذا الوصف وإلا بطل مفعوله، كما نصت المادة 34 من الأمر 106/03¹ على ذلك.

وهو أمر جوازي ولا يفيد المحكمة أو يلزمها بإتباعه أو الأخذ به، إلا أن تأثير كبير على إقناع القاضي.

وفي جميع الأحوال لا يشترط إثبات سوء نية المدعى عليه عند قيامه بهذه الأعمال غير المشروعة، وإذا استلزم حل النزاع تقديم مستند أو شيء مودع فإنه يجوز لرئيس المحكمة المرفوعة أمامها الدعوى الزام طرفي الدعوى بتقديمها.²

الفرع الثاني: آثار رفع دعوى المنافسة غير المشروعة

إن قيام المسؤولية المدنية على أساس المسؤولية التقصيرية، تعني إلزام المعتدي بإصلاح الضرر، ويلتزم المسؤول عن العمل غير المشروع بتعويض المضرور عن الخسارة التي لحقت به وما فاتته من كسب طالما كان ذلك نتيجة طبيعة للعمل غير المشروع، واتخاذ التدابير لمنع تجدد الضرر أو وقوعه.

وقد أعطى المشرع لكل متضرر المطالبة بالتعويض عما لحق به من ضرر نتيجة المنافسة الطفيلية، ويكون الشخص المتضرر هنا شخصا طبيعيا كالتاجر، الفرد أو شخصا اعتباريا كالشركة التجارية.

¹ المادة 34 من الأمر 06/03، المتعلق بالعلامات، المرجع نفسه.

² بن عيسى أسماء، بن حليلة مراد، بليل فخر الدين، جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص85.

الفصل الثاني:.....جريمة العلامة التجارية تقليد و آليات الحماية القانونية لها

تتمثل عوامل تقدير الجزاء على تناسب الجزاءات وشخصية العقوبة، حيث يقصد بتناسب الجزاء أن تأخذ المحكمة في الاعتبار عند تقدير التعويض مدى جسامه الأفعال المنسوبة لمرتكب الممارسات المقيدة للمنافسة، وحجم الضرر الذي وقع على جسامه الأفعال والممارسات المخلة بالمنافسة، ويتم تقديرها بالنظر إلى طبيعة تلك الممارسات.

وقد اهتمت التشريعات العربية بموضوع براءة الاختراع وحقوق الملكية الفكرية والأدبية والفنية، فقد اهتم التشريع الجزائري بموضوع براءة الاختراع حيث نظمته في المادة رقم (54/66) المؤرخ في 1966/08/03 والملغى بالمرسوم التشريعي رقم (93/17) الموافق 08 كانون الأول/ ديسمبر 1993.

وهذا ما سنوضحه في النقطتين الآتيتين:

1- إزالة الفعل الضار (وقف الأعمال)

لكي لا يستمر الضرر وجب إيقاف المنافسة غير المشروعة حيث يجوز للمحكمة أن تأمر بوقف أعمال المنافسة غير المشروعة ومنع وقوع الضرر في المستقبل، بمعنى آخر إلزام المدعى عليه باتخاذ التدابير اللازمة آثار عمل المنافسة غير المشروعة ومثال ذلك منع استعمال علامة أو إتلافها أو إجراء تعديل وضع كل ما من شأنه خلق الالتباس وهذا الجزاء يمكن إيقافه حتى ولو انعدم الضرر فهو جزاء ذو طابع وقائي أكثر منه جزائي يحكم به حتى في حالة الضرر الاحتمالي.¹

2- الحكم بالتعويض: إذا توافرت شوط دعوى المنافسة غير المشروعة اتضح للمحكمة وقوع الأعمال غير المشروعة، قضت بالتعويض لمن أصيب بالضرر وطبقا للقواعد العامة يقوم

¹ العمري صالحه، دعوى المنافسة غير المشروعة لحماية حقوق الملكية الصناعية في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الليسانس في القانون، كلية الحقوق، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، الجزائر، ص 09.

الفصل الثاني:.....جريمة العلامة التجارية تقليد و آليات الحماية القانونية لها

القاضي بتعيين طريقة التعويض تبعا لظروف القضية، ويكون التعويض عادة بالنقد، غير أنه يمكن أن يتمثل التعويض في إزالة الوضع القائم، كأن يطلق التاجر على محله اسما تجاريا خاصا بمحل آخر، فيعتبر ذلك عملا غير مشروع وتلتزم المحكمة بإزالة الاسم الذي ترتب عن استعماله ضرر للمدعي، التاجر. وفي هذا المجال تكون المحكمة سلطة كبيرة في التقدير. إذ يمكن أن تقوم بتعديل الاسم عن طريق إضافة اسم آخر يميزه عن المحل المنافس حتى تزيل اللبس من الاسمين أو تزيل الاسم تماما، أما إذا استمرت أعمال المنافسة غير المشروعة بعد الحكم بالتعويض، ففي هذه الحالة يعتبر ذلك خطأ جديدا ينشأ عنه الضرر مستقل يجوز التعويض عنه بدعوى مستقلة.¹

المطلب الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية

تميز عصرنا الحديث بتدفق عدد هائل من الصناعات في مجالات شتى، وانفتاح الأسواق أمام التجارة العالمية بما يعرف باقتصاد السوق، الشيء الذي أعطى العلامة التجارية أهمية بالغة لما لها من علاقة مباشرة بقيام اقتصاد وطني وعالمي متطور، وخالي من التجاوزات، لهذا أولت التشريعات الوطنية اهتماما خاصا لحماية العلامة التجارية من أي اعتداء.

فالحماية الجزائية للعلامة التجارية مرتبطة بتسجيل تلك العلامة التجارية المعتمد عليها وعليه فإن العلامة التجارية غير المسجلة لا تتمتع بأي حماية جزائية كما أن هذه الحماية تنصب على ذات الحق في العلامة التجارية وهي مقيدة من حيث المكان والزمان، فمن حيث الزمان لا يمكن للعلامة التجارية الإخلال بفترة تسجيلها وهي عشر سنوات، أو في مرحلة

¹ نادبة فوضيل، القانون التجاري الجزائري، الأعمال التجارية، التاجر، المحل التجاري، ط6، 2004، ديوان المطبوعات الجامعية، د.ب ن ،د.س ن، ص197.

الفصل الثاني:.....جريمة العلامة التجارية تقليد و آليات الحماية القانونية لها

تجديدها، أما من حيث المكان فنطاق الحماية قاصرة على إقليم الدولة التي سجلت فيها العلامة التجارية مع عدم الإخلال بالاتفاقيات والمعاهدات الدولية.

وأهم وأخطر اعتداء يقع على العلامة التجارية هو التقليد وما ينجر عنه من أعمال تضرب العلامة التجارية وبأصحابها والمستهلكين مما دفع المشرع الجزائري إلى تسليط أقصى العقوبات و الجزاءات على مرتكبيها، وقبل التطرق إلى الإجراءات التي اتخذها المشرع الجزائري، سنتعرف أولاً على صور الاعتداء والجرائم التي تقع على العلامة التجارية.

الفرع الأول: صور الاعتداء على العلامة التجارية

لقد نص الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على صور الاعتداء على العلامة والأفعال التي تشكل تعدياً، كما ينص على العقوبات المسلطة على هذه الجرائم وقد كيفها أي الأفعال كما تبينه النصوص بأنها جنح وقد نصت المادة 26 من الأمر المتعلق بالعلامات على أنه مع مراعاة أحكام المادة 10 أعلاه يعد جنحة تقليد علامة مسجلة كل عمل يسمى بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقاً لحقوق صاحب العلامة ويعد التقليد جريمة ، وحسب القرار الصادر عن غرفة الجرح والمخالفات للمحكمة العليا فإنه: " يعد مجرد إنتاج منتج مقلد مساس بالحقوق الاستثنائية لمالك العلامة، وبالتالي تقليداً و يعد تقليداً بالاحتراف، استيراد بضاعة بعلامة محمية في الجزائر ومنتجة في الخارج بنفس العلامة وبدون ترخيص من مالكاها".¹

- ويعاقب عليها أيضا بالعقوبات المحددة في المواد من 27 إلى 33 أدناه.

¹ انظر في هذا الصدد قرار المحكمة العليا، " ملف رقم 0784923 الصادر بتاريخ 2014/12/25"، مجلة المحامي، نشرة دورية عن منظمة المحامين عدد 31 ديسمبر 2018، ص216.

الفصل الثاني:.....جريمة العلامة التجارية تقليد و آليات الحماية القانونية لها

- لم يحدد النص الأفعال التي تشكل جنحة التقليد حتى لا يقيد من صور التعدي وبالتالي فإن استعماله غير مرخص به مهما كانت طريقته وشكله يعد انتهاكا وتعدي على العلامة وسنبين أهم الأفعال وصور الاعتداء على العلامة فيما يلي:¹

أولاً: الاعتداء على ذاتية العلامة التجارية: حسب المشرع الجزائري فإن صور الاعتداء على العلامة التجارية متعددة فيمكن أن تتمثل في الاعتداء على ذاتيتها والبعض الآخر يتمثل في الاعتداء على ملكيتها وهذا سيتم التطرق إليه.

الاعتداء على ذاتية العلامة التجارية: وهو الاعتداء على الحق في العلامة بالاستعمال، ويجرم المشرع الجزائري كل الأعمال التي تمس بالحقوق الاستثنائية لمالك العلامة، من تقليد بصورة المسابقة أو الاستعمال الذي يأخذ عدة صور والتي نوجزها في النقاط التالية:

1- استعمال علامة مقلدة أو مشابهة: جاء في المادة 26 من الأمر 06/03² يعاقب كل من قام بعمل من شأنه أن يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقاً لحقوق صاحب العلامة التجارية وتشمل هذه الأعمال، استعمال علامة مقلدة سواء بالنقل أو بالتشبيه.

حيث يمكن لصاحب الحق متابعة الغير في حال استعمالها لغرض تجاري دون ترخيص مسبق منه سواء على منتجات أو خدمات مماثلة أو مشابهة بينما نجد أن استعمال العلامة على سلع وخدمات مختلفة عن تلك المسجلة لم يجرمها القانون.

¹ حناشي محمد وحيد، المرجع السابق، ص 95-96.

² المادة 26 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

ولا يقوم جرم التقليد في استعمال العلامة إلا بتوفر الركن المادي والذي يكون بوجود تقليد مسبق سواء بالنقل أو بالتشبيه ويكون جرم التقليد مستقلا عن جرم الاستعمال.¹

2- التقليد باستعمال علامة الغير: تناولنا فيما سبق جريمة استعمال علامة مقلدة، سواء بالنقل أو بالتشبيه، إلا أن الاستعمال لا يقتصر على تلك العلامات المقلدة فحسب، بل يعاقب القانون كذلك حتى عن استعمال العلامة الأصلية المملوكة للغير، لأن ذلك من شأنه أن يمس بحقوق صاحب العلامة ألا وهي الحق الاستثنائي والاحتكاري في استعمال العلامة على كل السلع أو الخدمات المسجلة من أجلها، وذلك إذا ما قام شخص ما باستعمالها على سلع أو خدمات مماثلة الملك التي سجلت العلامة من أجلها أو مشابهة والتي من شأنها أن تحدث لبسا في ذهن المستهلك.

وبناء على ذلك فإنه يعاقب جزائيا الأشخاص الذين يضعون لسلعتهم علامة هي ملك للغير.

وتقوم هذه الجريمة ليس على أساس استعمال هذه العلامة في حد ذاتها، إنما بسبب استعمال هذه العلامة الأصلية على سلع مماثلة أو متشابهة لتلك التي سجلت من أجلها العلامة، فمن ينظر للعلامة ظاهرا لا يرى فيها أي غش فهي علامة صحيحة، لكن السلع التي تحمل هذه العلامة لا تتوافق مع السلع الصحيحة التي كانت تلتصق عليها أصلا، فقد يكون مرتكب هذه الجريمة بوضع العلامة الأصلية على سلع مماثلة أو مشابهة لتلك التي تستعملها العلامة الأصلية أو أن يقوم باستبدال تلك السلع الأصلية بسلع أخرى وإبقاء العلامة الأصلية من أجل خداع المستهلك.²

¹ بحري سليم، مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل تطور التجارة الدولية، مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادات الدراسات الجامعية التطبيقية DEUA، جامعة التكوين المتواصل، مركز المسيلة، 2015-2016، ص 35.

² وليد كحول، "جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري"، المرجع السابق، ص 483.

الفصل الثاني:.....جريمة العلامة التجارية تقليد و آليات الحماية القانونية لها

ثانيا: الاعتداء على ملكية العلامة التجارية: وهو الاعتداء على الحق في العلامة بالتقليد، ومن صورته التقليد بالنقل والتقليد بالتشبيه.

1- التقليد بالنقل: إن التقليد بالنقل هو اصطناع علامة مطابقة تماما للعلامة الصناعية والتجارية، بمعنى نقل العلامة نقلا مطابقا أو نقل الأجزاء الرئيسية منها بحيث تكاد تكون العلامة المقلدة مطابقة للعلامة الأصلية، وإذا لم يكن النقل كلي لعناصر العلامة فيمكن أن يكون نقلا لأهم العناصر الأساسية المميزة لها، أي العناصر التي تم إيداعها بشكل قانوني أما إذا وقع التقليد على عناصر غير ملائمة فلا مجال للقول بوجود التقليد، كما يجب أن نشير إلى أن التقليد يعاقب عليه جزائيا في حد ذاته أي يكفي لوجود الجنحة وإثبات أن الفعل يتمثل في اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الأصلية، فلا يشترط توفر العنصر المعنوي العنصر المادي كاف، وهكذا ليس القصد شرطا لازما لإثبات وجود جنحة، أي لا يفترض البحث عن نية مرتكب الفعل الضار، كما أننا لم نجد الأحكام القانونية الواردة في الأمر 06/03¹ المتعلق بالعلامات، تتضمن عبارة تدليس أو القصد بالنسبة لجنحة التقليد بينما يختلف الأمر بالنسبة للجنح الأخرى.

2- التقليد بالتشبيه: في الأمر 257/66² المتعلق بالعلامات المصنعة والعلامات التجارية الملغى كان يستهدف في مقتضياته الجزائية إلا المعاقبة على هذه الجريمة وحدها، فالتقليد بالتشبيه هو اصطناع علامة تشابه في مجموعها العلامة الأصلية تشابها من شأنه أن يخدع الجمهور ويضلل حول مصدر البضاعة، وعلى هذا الأساس فإن هذه الجنحة تختلف عن جنحة التقليد بالنقل كونها تفترض عنصرين: العنصر المادي الذي يرتكز على تشبيه ذي طابع جوهري من شأنه أن يؤدي بالجمهور إلى الخلط بين العلامتين، والعنصر المعنوي

¹ المادة 33 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

² الأمر 57/66 المؤرخ في 19 مارس 1966 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، المرجع السابق.

الفصل الثاني:.....جريمة العلامة التجارية تقليد و آليات الحماية القانونية لها

بحيث يجب أن يكون مرتكب الفعل قد قام بالتشبيه عن قصد ليخدع المستهلك، كما نلاحظ أن المشرع الجزائري استبعد التمييز بين التقليد بالنقل والتقليد بالتشبيه في نص المادة 26 من الأمر 06/03¹ المتعلق بالعلامات، السابق الذكر أي نص على جنحة واحدة ألا وهي التقليد بمفهومه الواسع، ولعل الحكمة التي يتوجها المشرع من وراء إلغاء التمييز، هو إخضاع كل التصرفات التي تمس بوقوف صاحب العلامة لنفس الجنحة ومن ثمة نفس العقوبة، من أجل إثبات وجود التقليد وذلك لتقوية الحماية المقررة للعلامة.²

وحسب القرار الصادر عن الغرفة التجارية والبحرية للمحكمة العليا بتاريخ 2005/10/05 فإنه: " يتعين على القضاة عملا باتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية التي انضمت إليها الجزائر، إبراز العناصر التقنية التي اعتمدها لتقرير التشابه الكبير بين العلامة المراد إبطالها وبين العلامة المشهورة".³

الفرع الثاني: الإجراءات التحفظية والتنفيذية كوسيلة لحماية العلامة التجارية من التقليد

منح المشرع الجزائري لمالك العلامة 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.

أولاً: الإجراءات التحفظية: أجازت أحكام القانون لمالك العلامة الذي اعتدى الغير على حقه المانع في استغلال علامته القيام بإجراءات تحفظية قبل رفع دعوى التقليد بهدف الحفاظ على حقوقه والحصول على الأدلة لإثبات جنحة التقليد، وهكذا يمكن لمالك العلامة بموجب

¹ المادة 26 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

² وليد كحول، "جريمة تقليد العلامات التجارية في التشريع الجزائري"، المرجع السابق، ص 485 .

³ انظر في هذا الصدد قرار المحكمة العليا، "ملف رقم 350164 الصادر بتاريخ 2005/10/05"، نشرة المحامي، دورية عن منظمة المحامين سطيف عدد 09 ماي 2009، ص66.

الفصل الثاني:.....جريمة العلامة التجارية تقليد و آليات الحماية القانونية لها

أمر من رئيس المحكمة الاستعانة عند الاقتضاء بخبير للقيام بوصف دقيق للسلع التي يزعم أن وضع العلامة عليها قد ألحق إثبات تسجيل العلامة وعندما يتأكد الحجز يمكن للقاضي أن يأمر بدفع الكفالة وبعد الوصف أو الحجز باطلا بقوة القانون إذا لم يلتمس المدعي الطريق المدني أو الجزائي خلال أجل شهر وذلك بصرف النظر عن تعويضات الأضرار التي يمكن طلبها.¹

وحسب المادة 1/34 من الأمر 06/03: "يجوز لصاحب العلامة أن يطلب بمقتضى أمر من رئيس المحكمة إجراء الوصف الأفضل للسلع بمساعدة خبير عند الاقتضاء مع الحجز أو بدونه للمنتجات التي يدعي أنها تمثل علامة تسبب له ضررا".²

وفيما يخص حجز الأشياء المقلدة، فإنه يجوز للمحكمة أن تأمر به بناء على طلب المدعي، ويجوز لها في هذه الحالة أن تلزمه بدفع كفالة.³

ثانيا: الإجراءات التنفيذية

1- المصادرة والحجز: أجازت المادة 36⁴ من قانون العلامات والعلامة 24 من قانون الرسوم والنماذج الصناعية حجز المنتجات المقلدة أو المعلمة بعلامات تسبب ضرر لصاحب العلامة أو الأشياء التي تمس بصاحب الحق ومصادرتها وأن يقوم بإتلافها وحى مصادرة وإتلاف الأدوات المستعملة في التقليد، لا يجوز بيع الأشياء المحجوزة لصاحب العلامة الأصلية وذلك مع عدم الإخلال بما يستحق من تعريض.

¹ كمال دعاس، محاضرات في حقوق الملكية الفكرية، المرجع السابق، ص114.

² المادة 34 فقرة 01 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

³ نور حمد، "حماية القضاء الجزائري للعلامات التجارية جزائريا"، نشرة المحامي صادرة عن منظمة المحامين سطيف، جوان 2013، عدد 20، ص55.

⁴ المادة 36 من الأمر 86/66، المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية، المرجع السابق.

الفصل الثاني:.....جريمة العلامة التجارية تقليد و آليات الحماية القانونية لها

ونصت المادة 32 الأمر 06/03¹ فقرة 02 على: الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة مصادرة الأشياء والوسائل والأشياء والأدوات التي استعملت في المخالفة فللمحكمة أن تقرر مصادرة البضائع ومواد 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.

من 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.

2- الإلتلاف: المحكمة أن تأمر بإتلاف البضائع والمواد الرزم واللف والإعلان واللوحات والأختام وغير ذلك من الأدوات المواد المستعملة بصورة رئيسية في طبع العلامة التجارية على البضائع أو التي ارتكب فعل التعدي بها أو نشأتها، 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 أثبتت المحكمة أن حالة تلك المواد على قدر كبير من الجودة، فينبغي أن يكون الحكم غير الإلتلاف كالأمر ببيعها وتوزيع ثمنها على المحتاجين أو الاستفادة منها كهبتها إلى إحدى الجهات البر والخير.²

¹ المادة 32 من الأمر 06/03، المتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

² عبد الله الخرشوم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 218.

الفصل الثاني:.....جريمة العلامة التجارية تقليد و آليات الحماية القانونية لها

لقد تناول المشرع الجزائري الإتلاف في المادة 32 من الأمر 03/06، والتي ورد فيها ما يلي: "فإن كل شخص ارتكب جنحة تقليد، يعاقب بالحبس من ستة (06) أشهر إلى سنتين وبغرامة مالية من مليونين وخمسمائة ألف دينار (2.500.00) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000) أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط مع:

- إتلاف الأشياء محل المخالفة".¹

وبفهم من هذا النص أنه زيادة عن المصادرة تأمر المحكمة بإتلاف الأختام ونماذج العلامة أي الأشياء والأدوات التي استعملت لارتكاب الجنحة، بالرغم من إلغاء عبارة "في جميع الحالات" فإنه يجب اعتبار أن الحكم بإتلاف يعد في التشريع الجزائري وعلى خلاف التشريع الفرنسي أمرا إلزاميا نظرا لصياغة النص القانوني.

في المقابل نهج المشرع المصري نفس نظيره الجزائري ويتضح ذلك من خلال نص المادة 117 من قانون حقوق الملكية الفكرية المصري، والتي نص فيها على: "...وتأمر المحكمة بإتلاف العلامات المخالفة ويجوز لها عند الاقتضاء الأمر بإتلاف المنتجات أو البضائع أو عناوين المحال أو الأغلفة أو الفواتير أو المكتبات أو وسائل الإعلان أو غير ذلك مما يجعل تلك العلامة أو يحمل بيانات أو مؤشرات جغرافية بالمخالفة لأحكام هذا المكان وكذلك إتلاف الآلات والأدوات التي استعملت بصفة خاصة في ارتكاب الجريمة".

وفيما يخص عقوبة الإتلاف فنعتقد أنه بدلا من إتلاف البضائع والأدوات فإنه يمكن التصرف فيها بطريقة أخرى كأنه يتم بيعها تحت إشراف المحكمة وبالمزاد العلني بعد إطلاع

¹ المادة 32 من الأمر 06/03، المتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

الفصل الثاني:.....جريمة العلامة التجارية تقليد و آليات الحماية القانونية لها

الجمهور على حقيقة هذه المنتجات أو البضائع، ويعوض حسن النية، الذي تعامل مع هذه البضائع أو يعوض مالك العلامة التجارية التي تم الاعتداء على علامته.¹

3- الإغلاق: وينص المشرع الجزائري على عقوبة تكميلية أخرى تتمثل في الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة، وفي حالة الحكم على المتهم بعقوبة جزائية، يقرر القاضي غلق المؤسسة التي استعملت لتنفيذ الجنحة، ويعد هذا القرار اختياريًا في التشريع الفرنسي، لكن لم يبين المشرع الجزائري على خلاف نظيره الفرنسي مصير عمال المؤسسة بعد قرار الغلق مؤقتًا كان أو نهائيًا، كما لم يحدد المدة التي لا يمكن أن يتجاوزها الغلق المؤقت.²

الفرع الثالث: العقوبات الجزائية المقررة لحماية العلامة التجارية من التقليد

تعد العقوبة هي الأكثر قدما وشيوعا، إذ أن الأصل فيها أنها الوسيلة المثلى التي اعتمدها المجتمع لمخاطبة مرتكبي الجرائم، فتنزل بهم قصاصا وزجرا وردعا مقابل الجريمة والمصلحة التي وصل إليها المجرم لخطة إجرامية، وكون جريمة التقليد كيفت على أنها جنحة سنتطرق لدراسة الجزاءات المقررة لها في النقطتين الآتيتين:

أولاً: الحبس: عقوبة الحبس هي وضع المحكوم عليه في السجن المدة المحكوم عليه وعقوبة الحبس بهذا المعنى كعقوبة السجن، إلا أن هذه الأخيرة تتميز عن الأولى فقط بأن معاملة المحكوم عليه بها أشد من معاملة عليه بالحبس.³

¹ عائشة شابي، مروة بن سديرة، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص76-77.
² آمنة صامت، "الحماية الجزائية للعلامات التجارية من جريمة التقليد"، الأكاديمي للدراسات الاجتماعية والإنسانية، صادرة عن كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشلف، ص92.
³ علي حسين الخلف، سلطان عبد القادر الشاوي، المبادئ العامة في قانون العقوبات، المرجع السابق، ص225.

الفصل الثاني:.....جريمة العلامة التجارية تقليد و آليات الحماية القانونية لها

أما المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات نصت على أنه: "يعاقب بالحبس من ستة أشهر إلى سنتين كل شخص ارتكب جنحة التقليد"¹ وتتراوح من شهر إلى سنة للأشخاص الذي لم يقوموا بوضع علامة على سلعهم أو خدماتهم أو الذين تعمدوا بيع أو عرضوا للبيع سلعة أو أكثر أو قدموا خدمات لم تحمل علامة ونفس العقوبة أيضا على الأشخاص الذين وضعوا على سلعهم أو خدماتهم علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها، وهذه العقوبات نصت عليها المادة 33 من الأمر 06/03².

- وقد نص المشرع الجزائري على عقوبة السجن من 5 سنوات إلى عشرين سنة لكل شخص قلد أو زور طابع وطني أو علامة أو دمغة مستخدمة في دمع المواد المصنوعة من الذهب والفضة وذلك في نص المادة 206 من ق.ع، والتي نصت على أنه: "يعاقب بالسجن المؤقت من (05) خمس سنوات إلى (10) عشر سنوات وبغرامة من 500.000 دج إلى 1.000.000 دج لكل من قلد أو زور إما طابعا وطنيا أو أكثر، وإما مطرقة أو أكثر مستخدمة في علامات الغابات، وإما دمغة أو أكثر مستخدمة في دمع المواد الذهبية والفضية، أو استعمل طوابع، أو أوراق، أو مطارق، أو دمغات مزورة أو مقلدة"³.

وقد اختلفت العقوبات بالحبس حسب السياسة الجنائية للمشرع في كل دولة مثال:

فهي تتراوح بين ثلاثة أشهر بالحد الأدنى وسنة واحد بحدّها الأعلى بالنسبة للقانون الأردني وثلاثة أشهر إلى ثلاث سنوات بالنسبة للقانون اللبناني، بينما نجد المشرع المصري يضع حد أدنى للعقوبة بألا تقل عن شهرين دون تحديد الحد الأعلى للعقوبة⁴.

¹ المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

² المادة 33 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

³ المادة 206 من قانون العقوبات الجزائري، الأمر 156/66، المرجع سابق، ص97.

⁴ سارة بن صالح، "جريمة تقليد العلامة التجارية، دفاثر سياسية"، صادرة عن جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، ص394.

الفصل الثاني:.....جريمة العلامة التجارية تقليد و آليات الحماية القانونية لها

ثانيا: **الغرامة:** هي إلزام المحكوم عليه بأن يدفع إلى خزانة الدولة مبلغا من المال يقدره الحكم القضائي وذلك مع عدم الإخلال بالحدود التي يعينها القانون لكل جريمة.¹

بعكس التعويض الذي يستحقه المضرور، أما في مسألة المساهمة الجنائية فقد نص القانون عقابا للشريك -فمثلا عن الفاعل- وذلك في أي فعل من الأفعال التي تشكل اعتداء على العلامة التجارية، وبالنسبة للأشخاص المعنوية فإنها تتمثل المسؤولية في التقليد بغرامة، كما أن أفعال التقليد يمكن إثباتها بكافة طرق الغابات وللقاضي إمكانية الاستعانة بالخبرة، فالمدعي في دعوى التقليد ليس بحاجة إلى إثبات الضرر الحالي، فالعلامة تشكل حقا محمي من أي اعتداء يستوجب العقاب عليه، يكفي فقط مساس بحقه.

فالأصل أنه لا يجوز للقاضي كقاعدة عامة الحكم على المتهم بالحبس والغرامة معا إلا أن لهذه القاعدة استثناءات، فيجوز للقاضي أن يقوم بتشديد العقوبات والحكم بالعقوبة القصوى، ويجوز مضاعفة العقوبات في حالة العدد، ويكون العدد إذا كان قد صدر على المتهم خلال 05 سنوات: سابقة الحكم بارتكاب جنحة التقليد وأعادها، أضف إلى ذلك أن المادة 209 من قانون العقوبات يجرم ويعاقب بالحبس والغرامة كل من قلد العلامات المعدة لوضعها باسم الحكومة، أو أي مرفق عام على مختلف أنواع السلع أو البضائع أو استعمال هذه العلامات المزورة، تقليد خاتم أو طابع أو علامة لأي سلطة أو استعمال الخاتم أو الطابع أو العلامة المقلدة، ويجوز علاوة على ذلك الحرمان من الحقوق الممنوحة في المادة 14 ويعاقب على الشروع كالجريمة التامة.²

أما الظروف المخففة تتمثل في تلك الوقائع التي تبيح لقاضي الحكم بعقوبة أضعف من العقوبة التي قررها القانون الجريمة، وهي وقائع متروك أمر تقديره للقاضي فيمكن له أن

¹ Mohamah.net/law/

² المادة 209 من قانون العقوبات الجزائري، الأمر 157/66، المرجع السابق، ص98.

الفصل الثاني:.....جريمة العلامة التجارية تقليد و آليات الحماية القانونية لها

يحقق العقوبة ويعود إثبات وقوعها، ونجد أن المشرع الجزائري لم ينص على أي ظرف مخفف، بل اكتفى بمنح السلطة التقديرية للقاضي في تكيف الوقائع.¹

¹ بويشطولة بسمة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف-2، 2014-2015، ص 59-60.

ملخص الفصل الثاني

لقد تطرقنا في هذا الفصل للآليات القانونية التي سخرها المشرع الجزائري بحماية العلامة التجارية.

وهذه الحماية تتمتع بها أي علامة سواء كانت مسجلة أو غير مسجلة، وتتمثل في اعتراف المشرع لمالك العلامة التجارية بالحق في مباشرة دعوى المنافسة غير المشروعة، والتي تسمى بالحماية المدنية إضافة إلى الحماية الجزائية والتي يتم بمقتضاها توقيع العقوبات على من قام بتزوير أو تقليد أو استعمال علامة تجارية مسجلة أو مملوكة للغير فضلا عن ذلك يجوز للمحكمة الحكم باتخاذ إجراءات تحفظية وتنفيذية لمنع تداول السلع أو البضائع التي تحمل علامة مقلدة أو مزورة في الأسواق ويشترط على العلامة التجارية حتى تتمتع بالحماية شكل مميز لأنه لا يجوز تقرير حق خاص على العلامة وإحاطتها بالحماية القانونية إلا إذا كانت للعلامة وصفة متميزة حتى يمكن تعيين محل الحق ورسم حدوده على وجه الدقة ولهذا لا بد أن تكون العلامة مسجلة حتى يحظى بالعلامة اللازمة.



الخاتمة

الخاتمة :

من خلال دراستنا العلامات في التشريع الجزائري ، وجدنا ان المشرع الجزائري أولى اهتماما لها ووضع اسس و قواعد قانونية متينة من اجل تنظيم و تفعيل دور العلامات في السوق ، خاصة مع التحول او الاصلاح الاقتصادي تحسبا لانضمام الجزائر المنظمة العلمية للتجارة فنجد المشرع قد عرف العلامة من خلال المادة من الامر 03 - 06 ولم يحصر هذه العلامات و ألزم استعمالها علي كل السلع و الخدمات المعروضة ،

كما نجد ان المشرع الجزائري قد حدد مفهوم التقليد بالمعني الواسع للكلمة بالنظر الي الاعتداءات التي يقوم بها الغير خرقا للحقوق الاستثنائية المعروف بها لصالح العلامة المودعة ، وهذا على خلاف التشريع السابق الذي قام بتعداد الافعال ، كما ان المشرع الجزائري في التشريع الحالي ترك المجال مفتوحا في تحديد جرائم تقليد العلامة التجارية .

_ تعتبر جريمة التقليد من الجرائم التي تحتاج البحث فيها عن سوء أو حسن النية فبمجرد إثبات الاصطناع يكون دليل علي قيام هذه الجريمة .

_ وقد تبين من خلال البحث ، ان العلامة التجارية الغير مسجلة ، لا تستفيد من الحماية الجزائية ، وهي لا تخول لصاحبها الحق في إستعمال الدعوى الجزائية ، إلا انه من الممكن ان يتقدم الشخص بشكوي امام الجهات القضائية المدنية ، لجبر الضرر و المطالبة بالتعويض ، ومن اجل تفعيل الحماية من ظاهرة التقليد تدخل المشرع ايضا بواسطة آليات وذلك بنصه على مختلف الاشخاص و الاعوان المحلفين و الهيئات الادارية و المركزية وغير المركزية ، التي يمكنها التدخل الحد من هذه الظاهرة و رأينا ان للمستهلك الحق في تصدي بنفسه او عن طريق تمثيله بجمعيات حماية المستهلك التقليد بصفته متضررا ، كما يحتاج الامر إلى بذل المزيد من الجهودات من خلال رفع كفاءة العاملين في هذه الاجهزة ، من خلال الدورات التكوينية الوطنية و الدولية من خلال التعاون مع اجهزة عالمية .

_ من بين اهم الاقتراحات التي يمكن طرحها في هذا الصدد :

ندعو المشرع الجزائري بعدم إستبدال عقوبة الحبس بغرامة حتي تكون عقوبة رادعه تساهم في تقليل نسبة المخالفات .

_ ندعو المشرع الجزائري إلى الأخذ بجواز تسجيل العلامة الصوتية حتي لا تتحرك من الحماية.

_ العمل بجدية على القضاء على الأسواق الفوضوية ذلك إنها تعتبر المناخ تعتبر المناخ المناسب لبيع و تداول المنتجات المقلدة لغياب الرقابة فيها .

_ القيام بتدريب و تطوير وسائل وآليات رجال الشرطة و الجمارك و أعوان الرقابة بشكل مستمر داخليا و خارجيا لرفع كفاءتهم و إستحداث مصلحة تعني لجريمة تقليد العلامة التجارية.

_ يجب تغيير إتجاه المستهلك بحثه على إستخدام المنتجات الأصلية من خلال تنظيم ملتقيات محلية و جهوية لتوعية بالأخطار العديدة المواد المقلدة .



قائمة المراجع

قائمة المراجع :

. القرآن الكريم :

. الآية 26 من سورة المطففين .

. الكتب :

-أنطوان الناشف، الإعلانات التجارية بين القانونية والاجتماع، منشورات الحلبي القانونية، بيروت، لبنان، د س ن.

-أمين مصطفى محمد، الحماية الجنائية لحقوق الملكية الصناعية في ضوء الاتفاقيات الدولية، الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة، 2010.

-بك محمد صالح، شرح القانون التجاري المصري، ط6، مطبعة لجنة التأليف والترجمة و النشر، ج 1، مصر، 1945.

-حمدي غالب الجغبير، العلامة التجارية، ط1، لبنان، د.س.ن.

-حمدان ماهر فوزي، حماية العلامة التجارية، مطبعة الجامعة الأردنية، عمان، الأردن، 1999.

-حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامة التجارية، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، د س ن.

-سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، ط5، القاهرة دار النهضة العربية، 2005.

-سائد أحمد الخولي، الملكية الصناعية في الفقه والقانون المعاصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، د ب ن، د.س.ن.

- صلاح زين الدين ، الملكية الصناعية والتجارية، مكتبة دار النشر، عمان، 2000.
- صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، ط3، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
- عبد العزيز بن سعد الدغنتير، تنظيم المنافسة في المملكة العربية السعودية، دراسة مقارنة بتنظيمات إقليمية دولية، دار النشر، د ب ن ، د س ن .
- عماد الدين محمود سويدات، الحماية المدنية للعلامة التجارية، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
- عبد الرحمان خلقي، الحماية الجزائرية لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة، الطبعة الأولى دار المنشورات الحلبي الحقوقية د ب ن، د س ن .
- علي حسن الخلق، سلطان عبد القادر الشاوي، المبادئ العامة في قانون العقوبات د ب ن، د س ن .
- عبد الله عبد الكريم عبد الله، الحماية القانونية على شبكة الانترنت، القاهرة، دار الجامعة الجديدة، 2009.
- عثمان غسان برانبو، التنظيم القانوني للعلامة التجارية، ط 1 ، بيروت، لبنان، د س ن .
- عدنان غسان برانبو، التنظيم القانوني للعلامة التجارية (دراسة مقارنة)، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية ،لبنان،2012.
- فاضلي إدريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.

-فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الحقوق الفكرية، ابن خلدون، ج 2، الجزائر، 2006.

- منصور رحمانى، الوجيز في القانون الجنائي العام، دار العلوم والنشر والتوزيع، د ب ن، د س ن .

-منير محمد الجنيهي، ممدوح منير الجنيهي، العلامة والأسماء التجارية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2000.

-محمود إبراهيم الوالي، حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983.

-نادية فوضيل، القانون التجاري الجزائري، الأعمال التجارية، التاجر، المحل التجاري الطبعة السادسة 2004، ديوان المطبوعات التجارية، د ب ن ، د س ن .

- نادية فوضيل، القانون التجاري الجزائري، الأعمال التجارية، التاجر، المحل التجاري ديوان المطبوعات الجامعية، د ب ن، 1987 .

-نوري حمد خاطر، شرح قواعد الملكية الفكرية (الصناعية)، ط1، دار النشر والتوزيع، الأردن، د س ن.

- المذكرات :

-العمرى صالحة، دعوى المنافسة غير المشروعة لحماية حقوق الملكية الصناعية في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة في قانون كلية الحقوق، جامعة 08 ماي 1954، قالمة .

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

-بسيصة خديجة، الحماية القانونية للعلامة التجارية وفقا للأمر 06/ 03، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة محمد بوضياف، المسيلة 2018 - 2019 .

-بن عيسى أسماء، بن حليلة مراد، بليل فخر الدين، جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف لمسيلة ماي 2016.

-بحري سليم، مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل تطوير التجارة الدولية، مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادات الدراسات الجامعية التطبيقية، جامعة التكوين المتواصل مركز المسيلة 2015 - 2016.

-سميحة لعجال، جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر الأكاديمي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف المسيلة 2016 - 2017 .

- عائشة شابي، مروة سديرة، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة الماستر في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة 08 ماي 1945، قائمة 2013، /2014 .

-فتيحة لعلام، حماية العلامة التجارية من التقليد في القانون الجزائري، مذكرة تكميلية نيل شهادة الماستر، كلية الحقوق في العلوم السياسية جامعة العربي بن مهيدي، أم لبواقي 2013 - 2014 .

-كافي أحمد، غلالي أحمد، دعوى المنافسة غير المشروعة في القانون الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند أولحاج البويرة 2016 - 2017 .

-ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري، أطروحة لنيل درجة دكتوراه ، كلية الحقوق ،جامعة الحاج لخضر ، باتنة، 2011.

-محمود أحمد الحميد مبارك، العلامة التجارية وطرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين، مذكرة لنيل درجة الماجستير ، جامعة الوطنية، نابلس، فلسطين، كلية الدراسات العليا، 2006.

-مجناح عبد اللطيف، الحماية القانونية للعلامة التجارية ودورها في حماية المستهلك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر اكايمي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة 2015 - 2016.

-نعيمة علواش، العلامة في مجال المنافسة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير ، كلية الحقوق ، جامعة الجزائر، 2001.

. محاضرات :

— كمال دعاس، محاضرات في حقوق الملكية الفكرية غير منشورة كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند أولحاج، غير منشورة، البويرة 2019 - 2020 .

. المجالات :

- آمنة صامت، " الحماية الجزائرية للعلامة التجارية من جريمة التقليد "، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، صادرة كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة الشلف، د س ن.

- حناشي محمد وحيد، مجلة المحامي، "مجلة دورية تصدر عن منظمة المحامين سطيف" ، عدد 26 جوان، 2016 .

-حمادي زوبير، "حماية العلامات التجارية في ضوء القانون والاجتهاد القضائي"، مجلة المحكمة العليا.

. نور محمد، "حماية القضاء الجزائري للعلامة التجارية جزائيا"، نشرة المحامي، دورية صادرة عن منظمة المحامين سطيف، عدد 20 جوان 2013 .

-سارة بن صالح، " جريمة تقليد العلامة التجارية "، دفاثر السياسية و القانون،الصادرة عن جامعة العربي بن مهيدي أم لبواقي، العدد الخامس عشر، جوان 2016 .

- رمزي حوحو، "التنظيم القانوني للعلامة في التشريع الجزائري"، مجلة المنتدى الحقوقية، جامعة بسكرة، العدد 05، د س ن.

-وليد كحول، "جريمة تقليد الأعمال التجارية في التشريع الجزائري"، مجلة المفكر صادرة عن كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قسنطينة - 1 - العدد 11 .

. ونوغي نبيل، " النظام القانوني للعلامة التجارية في التشريع الجزائري"، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية الصادرة عن معهد الحقوق والعلوم الاقتصادية، المركز الجامعي سي الحواس بريكعة، العدد الأول .

الاورام و القوانين:

— الأمر 06 / 03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 هـ، الموافق ل 19 جويلية 2003 م، المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 44 س 40 .

— قانون 02 / 04 المؤرخ في 05 جمادى الأولى 1425 هـ الموافق ل 23 يونيو 2004 ، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية الجزائرية العدد 41 س 41

— الأمر 66 / 156 المؤرخ في 18 صفر 1386 هـ الموافق ل 8 يونيو عام 1966 م المتضمن قانون العقوبات الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 49 س 36 .

. الأمر 03 / 03 المؤرخ في 19 / 07 / 2003، المتعلق بالمنافسة، المعدل ومتمم بموجب الأمر 08 / 12 المؤرخ في 25 / 06 / 2008، الجريدة الرسمية الجزائرية العدد 43 ، س 45 .

— قانون رقم 08 / 09 المؤرخ في 18 صفر عام 1429 الموافق 25 فبراير سنة 2008، يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، الجريدة الرسمية الجزائرية، عدد 09 س 45 .

الامر 59/75 المؤرخ في 26 / 09 / 1975 متضمن القانون التجاري، الجريدة الرسمية الجزائرية، عدد 77 س 12 .

-الامر 85/75 مؤرخ في 26/09/1975 يتضمن القانون المدني ، معدل ومتمم بالقانون رقم 07/80 ، الجريدة الرسمية الجزائرية، عدد 31 س 44 .

-الأمر 66-57 المؤرخ في 19/03/1966 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية ، عدد 23 س 3 .

- قرار رقم 88/49 عدل العليا تاريخ 31/12/1988م، مجلة نقابة المحامين الأردنيين، سنة 1988.

قانون العقوبات الجزائري رقم 156/66 لسنة 1966 والمعدل والمتمم بالقانون رقم 06-23 المؤرخ في 20/12/2006 ج ر ج، الصادر بتاريخ 11 يونيو 1966، العدد 49، س 03 .

الاجتهادات القضائية :

1 — قرار الغرفة التجارية والبحرية قرار رقم 261209 الصادر بتاريخ 05 / 02 / 2002 قضية بين (ش. ج) ضد (م . ب)، عن المجلة القضائية، العدد الأول 2003 .

2 . قرار الغرفة التجارية و البحرية بالمحكمة العليا قرار رقم 350164 الصادر بتاريخ 05 / 10 / 2005 قضية بين (شركة ذات المسؤولية المحدودة لإنتاج مواد التجميل كوسميساف) ضد (شركة بارفان في لاروش)، نشرة المحامي، دورية تصدر عن منظمة المحامين سطيف، عدد 09 ماي 2009 .

3 - قرار غرفة الجنح والمخالفات قرار رقم 0587468 الصادر بتاريخ 25 / 04 / 2013 قضية بين (ب . ع) ضد (ج . ف) والنيابة العامة، مجلة المحامي، مجلة دورية تصدر عن منظمة المحامين سطيف، عدد 25 ديسمبر 2015 .

4 — قرار الغرفة التجارية والبحرية قرار رقم 0871530 صادر بتاريخ 05 / 12 / 2013 قضية بين (جانسن فا، رمشيكان ق) ضد (شركة ذ . م . م علاج فارماسوتيك ومن معها)، مجلة المحامي، مجلة دورية عن منظمة المحامين سطيف، عدد 25 ديسمبر 2015 .

5 . قرار غرفة الجنح والمخالفات، قرار رقم 0784923 الصادر بتاريخ 25 / 12 / 2014، قضية بين (خ . أ) ضد (المؤسسة ذات الشخص الوحيد وذات المسؤولية المحدودة إبرازيف، فلاكس) والنيابة العامة، مجلة المحامي، نشرة دورية تصدر عن منظمة المحامين سطيف، عدد 31 ديسمبر 2018 .

6 — قرار غرفة الجنح والمخالفات رقم 0907531 الصادر بتاريخ 27 / 02 / 2014
قضية بين (ب . ص) ضد (ف . ب) والنيابة العامة، مجلة المحامي، مجلة دورية
تصدر عن منظمة المحامين سطيف، عدد 30 جوان 2018 .

القواميس والمعاجم :

-ابن المنظور، لسان العرب، مراجعة وتدقيق، يونس، البقاعي وآخرون، دار المتوسط، دار
التوزيع، تونس، ط1 ، ج 1 .

- الجرحاني، معجم التعريفات، تحقيق، محمد صديق المنشاوي، دار الثقافة القاهرة .

- مجمع اللغة العربية، المعجم الوجيز (الميسر)، ط1، النصوص القانونية .

- مجمع اللغة، المعجم الوجيز (المبسط)، ط1، دار الكتاب الحديث، 1993.

المواقع الالكترونية:

-تعريف الغرامة Mohamah.net/law/ .



فهرس المحتويات

الفهرس:

الصفحة	العنوان
أ.....	*مقدمة.....
08.....	الفصل الأول : الاطار المفاهيمي للعلامة التجارية.....
09.....	المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية
09.....	المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية وتمييزها عن المصطلحات المشابهة لها.....
18.....	المطلب الثاني: أنواع العلامات التجارية
21.....	المبحث الثاني: المعايير و المراحل المتبعة في تصميم العلامة التجارية
21.....	المطلب الأول: المعايير المتبعة في تصميم العلامة التجارية
24.....	المطلب الثاني : المراحل المتبعة في تسجيل العلامة التجارية.....
33.....	ملخص الفصل الأول.....
35.....	الفصل الثاني: جريمة تقليد العلامة التجارية وآليات الحماية القانونية لها.....
	المبحث الأول : مفهوم جريمة تقليد العلامة التجارية و أركان قيام جريمة تقليد العلامة التجارية
36.....
	المطلب الأول: تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية وتمييزها عن الجرائم المشابهة
37.....	لها.....
45.....	المطلب الثاني: أركان جريمة تقليد العلامة التجارية.....
52.....	المبحث الثاني: آليات الحماية القانونية للعلامة التجارية
52.....	المطلب الأول : الحماية المدنية للعلامة التجارية.....
63.....	المطلب الثاني : الحماية الجزائية للعلامة التجارية.....
76.....	ملخص الفصل الثاني
78.....	الخاتمة.....
81.....	قائمة المصادر والمراجع.....
.....	ملخص شامل.....

ط: طبعة. ج: جزء.

ج ر ج : الجريدة الرسمية الجزائرية.

د س ن: دون سنة نشر.

د ب ن : دون بلد نشر.

س: سنة.

ص: صفحة.

ملخص :

تعتبر العلامة التجارية أحد عناصر الملكية الصناعية وإحدى الوسائل التي تميز كل منتج عن غيره وبالتالي فهي تخدم كل من مصلحة صاحب العلامة ومصلحة المستهلك على حد سواء ، نظرا لأهميتها وانفتاح الأسواق الداخلية والدولية على بعضها البعض أدى إلى تعرضها إلى الاعتداء لاسيما جريمة التقليد التي تتمثل في إصلاح علامة مطابقة تماما للعلامة الأصلية بحيث يؤدي هذا التطابق بين العلامتين إلى تضليل المستهلكين وإحداث الخلط بين المنتجات وهذه الجريمة تؤثر سلبا على العلامة نفسها والمؤسسة أولا ثم المستهلك ثانيا وعلى الاقتصاد والمنافسة المشروعة ثالثا ، الأمر الذي أدى إلى سعي التشريعات الداخلية والدولية إلى إيجاد حماية واسعة وفعالة ضد جريمة التقليد وذلك بتقرير عقوبات رادعة ضد المتعدي على العلامة ، كما سعت بعض الأجهزة المعنية لمكافحة جريمة التقليد وذلك عن طريق النوعية وتسوية المنازعات .

Résumé :

La marque commerciale est considérée comme l'un des éléments composant la propriété industrielle et comme l'un des moyens qui la distinguent des autres produits

En conséquence elle sert à la fois l'intérêt du titulaire de la marque et celui du consommateur , compte tenu de l'importance de l'ouverture des marchés tant au plan national qu'international par des échanges , la marque fut l'objet d'atteinte notamment par la commission d'infraction de « contre façon » qui consiste en la reproduction de marque similaire semblable totalement aux marques originales , au point qu'il est difficile de déceler la marque contrefaite de la marque originales , les consommateurs , sont alors l'objet de tromperie et se trouvent dans la confusion face à ces produits contrefaits ,.

Il est à noter que cette infraction a un effet négatif sur la marque elle-même et l'entrepris en premier lieu ensuite le consommateur en second lieu et l'économie ainsi que la concurrence licite en troisième position .

Cette situation a amené les législations tant internes qu'externes à penser à une protection aussi large qu'efficace contre la contrefaçon on voit même par des dispositions pénales à l'égard de toute atteinte affectant la marque commerciale .

Aussi les organes concernés par la lutte contre ce genre d'infractions , participent à cette lutte par voie de sensibilisation et règlement des contentieux .

