

Ministry of High Education and Scientific Research

جامعة محمد البشير الابراهيمي - برج بوعريريج -

University of Mohamed el Bachir el Ibrahimi-Bba

كلية الحقوق و العلوم السياسية

Faculty of Law and Political Sciences



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في الحقوق

تخصص: قانون أعمال

الحماية الجزائرية للعلامة التجارية

تحت إشراف الأستاذة :

- غربي حورية

من إعداد الطالبين :

- بلملوفي حسام الدين

- زيان أسامة

لجنة المناقشة :

الاسم و اللقب	الرتبة	الصفة
بلقمري ناهد	أستاذ محاضر - ب -	رئيسا
غربي حورية	أستاذ محاضر - ب -	مشرفا و مقررا
عمارة زينب	أستاذ مساعد - ب -	ممتحنا

السنة الجامعية : 2022/2021

شكر وعرّفان

اعترافا بالفضل والجميل أتوجه بخالص الشكر وعميق التقدير والامتنان إلى:

أستاذتي الفاضلة غربي حورية التي نلت شرف قبولها الإشراف على مذكرتي، وتوجيهاتها السديدة وملاحظاتها القيمة، فقد كان مخلصا الأرواح السامية، وكانت خير معين لنا بعد الله عزوجل على إتمام هذه المذكرة. لقد بذرت بذورا لا تحتويها حدائق الدنيا فبذرتها في الأرض وفروعها في السماء مقبولة مثمرة يانعة بإذن الله، وما يوفيقها إلا الله سبحانه وتعالى ذكر أمثالها فقال فيهم: "ليجزئهم الله أحسن ما عملوا ويزيدهم من فضله".

إهداء

أدعو الله عز وجل أن يصل أجر هذا العلم النافع إلى النبي المصطفى عليه أفضل الصلاة والسلام وإلى أهل بيته وأصحابه رضوان الله عليهم.

وإلى من قال الله تعالى فيهما "رب ارحمهما كما ربياني صغيرا" .

إلى والدتي العزيزة وإلى والدي العزيز بآرك الله فيهما وأطال في أعمارهما، وإلى كل من ساندنا بالأخص بغورة أسامة، وإلى كل الجامعات التي قدمت لنا يد العون حفظهم الله لي خير سند وإلى المسلمين جميعا.

مقدمة

تفرض المنتجات والخدمات نفسها في الاسواق عن طريق نوعيتها وعن طريق مصدرها، وتكتسب لدى المستهلكين علاقة حميمية لما لها من سمعة في الوسط الاحترافي في مادة التوزيع للخيرات. وهذا التجاذب بين المستهلكين وتلك السلع والخدمات احتاج إلى حلقات وصل، تم ترجمتها في اشارات تمييزية اخذت اشكالا عديدة من التمثيل الخطي اعترفت بها التشريعات الحديثة في صورة العلامات التجارية، ورسخت لها حماية لما لها من وظائف التعريف والتمييز بين المنتجات أو الخدمات المتشابهة والمماثلة، وتأمين جودتها وضمان أصالتها.

وتطورت المنافسة العدائية تجاه الحق في العلامة اذ تجاوزت حدود اخلاق المحترفين، وامتدت إلى السطو على العلامة كملكية أو كقيمة في ذاتها، وأصبح الاعلان عن اي علامة محل اختبار خاص يستجيب إلى معايير متراكمة ومتعددة، منها أساسا خاصية الميزة الجذابة وبساطة النطق وسهولة الإدراك.

كما أن البحث عن تأمين النوعية في عالم المنافسة الحرة قد يستوجب ايداع العلامة، حيث تتولد نتيجة عن ذلك حقوق لصاحبها، وكان ذلك بداية لشكل من أشكال الإقرار بالحماية المبدئية للعلامة إلى أي مدى يستدعي تدخل قانون العقوبات كحزام أمني لها، ذلك أن الاعتداءات على العلامة تطورت في شكل جرائم معروفة في عالم الممارسات التجارية من تقليد جرمي واستعمال تدليسي.

منذ القدم كانت التجارة عاملا أساسيا في المجتمعات إلى يومنا هذا، حيث نرى أن المنتجات والخدمات تفرض نفسها عن طريق جودتها، نوعيتها ومصدرها، فتكسب سمعة في المعاملات التجارية بين المستهلكين وتلك السلع حسب ما يميزها من رموز، أسماء، ألوان أو أي طابع يكتسبه هذا المنتج يصبح مرتبطا به.

هنا اختلفت رؤية التشريعات بين الأخذ بالزامية وضع العلامة أو إطلاق حرية وضعها في كنف تطبيق مبدأ حرية التجارة والصناعة وآلية المنافسة النزيهة، فاكتملت هاته المنتجات والسلع بما يسمى "العلامة" لذا يجب حمايتها في إطار ما يسمى بالمنافسة

النزيهة، هنا وجب حمايتها حتى دوليا في صيغة إبرام اتفاقيات. ترجمت تلك الجهود الى اتفاقية باريس 20 مارس 1863 المتعلقة بحماية الملكية الصناعية.

وقد عرفت بعض القوانين العلامة التجارية، كالقانون الفرنسي الذي عرفها بأنها:

Est un signe susceptible de représentation graphique servant à distinguer les produits ou services d'un personne physique ou morale.

فهي إشارة يمكن ان تظهر بصورة خطية وتستخدم لتمييز منتجات او خدمات شخص طبيعي او معنوي¹ أما بالنسبة للمشرع الجزائري فقد عرفها بأنها تعتبر علامة المصنع أو علامة تجارية أو علامة خدمة الأسماء العائلية أو الأسماء المستعارة أو التسميات الخاصة أو الاختيارية أو المبتكرة والشكل المميز للمنتجات أو شكلها الظاهر والبطاقات أو الأغشية والرموز والبصمات والطوابع والأختام وطوابع الرموز المميزة والأشرطة والحواشي و تركيبات أو ترتيبات الألوان والرسوم والصور أو النقوش الناتئة والحروف والأرقام والشعارات و بصفة عامة جميع السمات المادية التي تصلح لتمييز المنتجات أو الأشياء أو الخدمات لكل مؤسسة، ويجوز اعتبار شعارالإعلان علامة إذا وقع تسجيله لهذه الغاية².

وقد أورد القانون الجزائري مجموعة من الحماية على العلامة التجارية منها الحماية الجزائئية، إلا أن هذه الأخيرة تقتصر على العلامة التجارية المسجلة فقط دون العلامة غير المسجلة التي يمكن حمايتها من دعوى المنافسة غير المشروعة.

¹ -LOI n° 92-597 du 1er juillet 1992 relative au code de la propriété intellectuelle, JORF n°0153 du 3 juillet 1992.

² - بولحية نبيل ، شروط منح العلامة التجارية وفق التشريع الجزائري ، مجلة آفاق للعلوم ، كلية الحقوق ، جامعة زيان عاشور ، الجلفة ، جامعة المسيلة ، العدد 15 ، مجلد 04 ، مارس 2019 ، ص 138.

• أهمية الموضوع:

تكتسي دراسة موضوع الحماية القانونية للعلامات التجارية أهمية بالغة سواء من الناحية العملية نظرا للدور الكبير الذي تلعبه العلامات التجارية في التطور الاقتصادي للدول عامة والدول المتطورة خاصة، في مجال التصدير وجذب الاستثمارات الأجنبية، فقد أصبحت بمثابة همزة وصل بين المتعاملين والمستهلكين ما جعل امر حمايتها أمرا حتميا . ومن الناحية القانونية باعتبار العلامات حقا من الحقوق المالية يندرج في خانة الحقوق الذهنية، والتي تعتبر نتاجا لتطور مفهوم المال بعدما كان يطلق مفهوم المال إلا على الأشياء المادية، ومع انضمام الجزائر إلى إتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من الملكية الفكرية تريبس، وقبلها اتفاقية اتحاد باريس لحماية الملكية الصناعية ما حتم على المشرع الجزائري إرساء قواعد قانونية لحماية الملكية الفكرية، كل هذه العوامل تجعل من العلامة التجارية قيمتها كبيرة وجب حمايتها من كل اعتداء يظالها.

• أسباب الدراسة:

الأسباب الذاتية: التعمق في الموضوع والتعرف على دور المشرع الجزائري في حماية العلامة التجارية، والميل إلى المواضيع المرتبطة بالمستهلك نظرا لإمكانية إسقاطها على الواقع

الأسباب الموضوعية: تزايد جرائم الغش والتقليد التي تظال العلامة التجارية، والإنتشار الكبير لعمليات قرصنة العلامات وعدم قدرة الوسائل القانونية على التصدي لهذه الظاهرة.

• الهدف من الدراسة :

تهدف دراستنا إلى الإحاطة بالجوانب القانونية المهمة الخاصة بالعلامات التجارية، كما تهدف أيضا إلى الإلمام بتوفير حماية قانونية فعالة من ناحية الحماية الإدارية والتعرف على الوسائل المكرسة في مجال حماية العلامة التجارية إداريا، إضافة إلى الحماية القضائية التي تقتضي معرفة الوسائل المدنية من ناحية الحماية المدنية، والحماية الجزائية عن طريق

توضيح النطاق القانوني المتكامل للعلامات التجارية، وتبيان نطاق الحماية الجزائية للعلامات التجارية.

• إشكالية الموضوع:

تتبلور إشكالية الموضوع الأساسية في بيان: إلى أي مدى وفق المشرع الجزائري في إرساء قواعد فعالة لحماية العلامة التجارية جزائياً؟

• المنهج المتبع:

تقتضي دراسة موضوع العلامة التجارية جزائياً إتباع المنهج التحليلي، وذلك من خلال ذكر واستقراء وتحليل النصوص القانونية التي تدخل في إطار حماية العلامة التجارية.

• التقسيم العام للدراسة:

من أجل توضيح موضوع الحماية الجزائية للعلامة التجارية، إرتأينا تقسيم بحثنا الموضوع إلى فصلين، ينقسم كل منهما بدوره إلى مبحثين، حيث خصصنا الفصل الأول للإطار المفاهيمي للحماية الجزائية للعلامة التجارية، من خلال تبيان ماهية الحماية الجزائية للحماية التجارية وشروط الحماية الجزائية في المبحث الأول، وفي المبحث الثاني الجرائم الماسة بالعلامة التجارية.

أما في الفصل الثاني فتطرقنا إلى الآليات الجزائية للحماية الجزائية، فتناولنا إجراءات الحماية الجزائية للعلامة التجارية في المبحث الأول، وفي المبحث الثاني العقوبات الأصلية والتكميلية.

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي للحماية

الجزائية في العلامات

التجارية

الحماية القانونية للعلامة التجارية إذا كان من المسلم له أن جميع الحقوق تحتاج إلى الحماية اللازمة التي تعطي للحق معناه وتضمن ممارسته بشكل طبيعي وهادئ، فمن المؤكد أن العلامة التجارية كغيرها من الحقوق تحتاج إلى هذه الحماية لذا تكفلت التشريعات جميعها بإرساء قواعد لحماية العلامة التجارية ونظرا لما تشكله العلامة التجارية من أهمية بالغة في حماية الاقتصاد الوطني وتنمية ونجاح الأعمال التجارية فقد اخضع المشرع الجزائري إلى خلق هيئات ومراكز وطنية متخصصة لتوفير الحماية لهذا الحق بهدف ترقية الملكية الصناعية وحماية الحقوق المتعلقة بها وذلك عن طريق المعهد الوطني للملكية الصناعية كما نص المشرع الجزائري ضمن الأمر رقم 03-06¹ المتعلق بالعلامات التجارية ، على جريمة تقليد العلامة فقط دون غيرها من الجرائم الأخرى التي قد ترد على العلامة،² وذلك ضمن المادة 26 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية كما يلي "يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة"³

و عليه سنتطرق في هذا الفصل الى ماهية الحماية الجزائية للعلامة التجارية في المبحث الاول ، ثم نتناول الجرائم الماسة بالعلامة التجارية في المبحث الثاني .

¹- الأمر رقم 03-06 ، المؤرخ في 19 جويلية 2003 ، المتعلق بالعلامات التجارية ، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية ، عدد 44، الصادر في 23 جويلية 2003 .

²- سماح محمدي ، الحماية القانونية للعلامة التجارية ، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في قانون اعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة باتنة ، 2016/2015 ، ص 120 .

³- المادة رقم 26 من الامر رقم 06/03 ، نفس المرجع ، ص 26 .

المبحث الأول: ماهية الحماية الجزائية للعلامة التجارية

لا تكفي الحماية المدنية للعلامة التجارية لتوفير الردع الكافي الذي يكفل عدم الاعتداء على العلامة وحقوق مالكيها، حيث يقتصر الجزاء فيها على المنع من الاستعمال والتعويض المادي، بخلاف الحماية الجزائية التي تهدد من يحاول الاعتداء على العلامة بالحبس المقيد لحرية، فضلا عن الغرامة. الأمر الذي دفع واضعي اتفاقية تريبس إلى إلزام البلدان الأعضاء في الاتفاقية بفرض الحماية الجزائية على كل من تسول له نفسه الاعتداء على العلامة التجارية عن طريق التقليد، وترك الأمر لإرادة المشرع الوطني لتقرير مدى ملاءمة فرض عقوبات أخرى في حال ارتكاب أي اعتداء ذي طبيعة أخرى على العلامة التجارية¹. حيث نصت المادة 61 من الاتفاقية على أنه: "تلتزم البلدان الأعضاء بفرض تطبيق الإجراءات والعقوبات الجنائية على الأقل في حالات التقليد المتعمد للعلامات التجارية المسجلة أو انتحال حقوق الطبع على نطاق تجاري. وتشمل الجزاءات التي يمكن فرضها الحبس و/أو الغرامات المالية بما يكفي لتوفير رادع يتناسب مع مستوى العقوبات المطبقة فيما يتعلق بالجرائم ذات الخطورة المماثلة. وفي الحالات الملائمة، تشمل الجزاءات التي يمكن فرضها أيضا حجز السلع أو أية مواد ومعدات تستخدم بصورة رئيسية في ارتكاب الجرم، ومصادرتها وإتلافها، ويجوز للبلدان الأعضاء فرض تطبيق الإجراءات والعقوبات الجنائية في حالات أخرى من حالات التعدي على حقوق الملكية الفكرية، لا سيما حين تتم التعديات عن حمد وعلى نطاق تجاري"².

¹- عدنان غسان برانيو ، التنظيم القانوني للعلامة التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية ، لبنان ، 2012، ص 829 .

²- نفس المرجع .

المطلب الأول: مفهوم الحماية الجزائرية للعلامة التجارية

لكي تتمتع العلامة التجارية بالحماية القانونية لابد من توفر شرط التسجيل، وهو شرط أساسي تكاد جتمع عليه كافة التشريعات والتفاقيات الدولية المتعلقة بالعلامة التجارية .

الفرع الأول: تعريف الحماية الجزائرية للعلامة التجارية

يقصد بالحماية الجزائرية للعلامة التجارية الحق الذي يعطي لمالك العلامة المسجلة في متابعة كل شخص يقوم بالاعتداء على علامته والمطالبة بمعاقبته جزائيا.

وتتمتع العلامة التجارية المسجلة بحماية قانونية مزدوجة، جزائية ومدنية، وهي تعطي لمالكها الحق في متابعة كل شخص يقوم بالاعتداء على العلامة والمطالبة بمعاقبته جزائيا، كما أنها تمنح لمالكها الحق في المطالبة المدنية بالتعويض عن الضرر اللاحق به بسبب المساس بالعلامة، وقد بين المشرع الجزائري الأفعال التي تشكل اعتداء على العلامة ومن ثم تشكل جريمة يعاقب عليها القانون وأهمها جنحة تقليد العلامة وهي جريمة لها معنى واسع بالنظر إلى مختلف الاعتداءات التي يقوم بها الغير خرقا لحقوق مالك العلامة المعترف له بها ، كما يجوز لمالك العلامة رفع دعوى أمام القضاء المدني للمطالبة بالتعويض عن الضرر اللاحق به بسبب تقليد العلامة أو المساس بها، وهي دعوى ترفع إما استنادا على تقليد العلامة وترفع غالبا كدعوى مدنية تبعية للدعوى الجزائية¹، وإما بصورة مستقلة أمام القضاء المدني وفي هذه الحالة يشترط رفعها من مالك العلامة أو صاحب حق الترخيص باستعمالها وفقا للمادة 28 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية و التي تنص على ما يلي « لصاحب تسجيل العلامة الحق في رفع دعوى قضائية ضد كل شخص ارتكب أو يرتكب تقليدا للعلامة المسجلة ويستعمل نفس الحق تجاه كل

¹ - سلامي ميلود ووالي عبد اللطيف ، الحماية الجزائرية للعلامة التجارية في القانون الجزائري ، مجلة الدراسات القانونية و السياسية ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة باتنة ، العدد 07 ، جانفي 2018 ، ص 86.

شخص أرتكب أو يرتكب أعمالا توهي بأن تقليدا سيرتكب¹» ونصت المادة 31 على ما يلي «عدا في حالة النصبالعكس في عقد الترخيص، يمكن المستفيد من حق استئثار في استغلال علامة أن يرفع، بعد الإعدار، دعوى التقليد إذا لم يمارس المالك هذا الحق بنفسه²».

وهناك من يرى أن الدعوى المدنية المؤسسة على أحكام المنافسة غير المشروعة أمام القضاء المدنيلا تحتاج إلى إثبات سوء نية المعتدي على العلامة³.

الفرع الثاني: خصائص الحماية الجزائية للعلامة التجارية

من نتائج تسجيل العلامة ميلاد حق ملكية لصاحبها على السلع والخدمات وينتج عن هذا الأخير ما ينتج من اثار تقليدية لحق الملكية، من ميلاد حقوق مانعة أو استثنائية، لأنها تخول لصاحبها الحق في منع غيره من وضع نفس العلامة أو وضع علامة شبيهة على منتجات أو خدمات مماثلة.

أولا: العلامة التجارية المسجلة

يقرر قانون العلامات التجارية بأن حماية العلامة التجارية من الناحية الجزائية لا تكتسب إلا إذا كانت مسجلة وفقا لقانون العلامات.

وعليه، فلا حماية جزائية لعلامة تجارية غير مسجلة، ويقصد بشرط التسجيل يكون صاحب العلامة قد قام بكافة الإجراءات القانونية اللازمة لتسجيل علامته لدى الجهة المختصة بذلك. ويكفي أن يكون التسجيل قد تم فعلا، ويكون على اليه يثبت بطلان التسجيل

¹-المادة 28 من الامر رقم 06/03 ، مرجع سابق ، ص 26 .

²-المادة 31 ، نفس المرجع ، ص 26 .

³-سلامي ميلود ، ووالي عبد اللطيف ، المرجع السابق ، ص 87.

أو بطلان العلامة إذا كان لهذا البطلان محل، ولا يلزم لحماية العلامة أن تكون قد وضعت على المنتجات فيكفي أن تكون مسجلة.¹

وفي حكم صادر عن محكمة استئناف باريس بشأن النماذج والتصاميم واشترطه أن تكون هذه النماذج مسجلة كي تتمتع بالحماية القانونية، الأمر الذي يمكن تطبيقه على العلامة التجارية، حيث قضت محكمة استئناف باريس في حكمها الصادر بتاريخ 18 يناير 2012 أن النماذج والتصاميم لا تخضع للحماية القانونية، إلا إذا كانت أصلية بكونها تحمل بصمة مصمما، وأن المنتجات التي لا تخضع لحماية القانون يجوز إنتاجها من قبل الغير دون قيد، بشرط ألا يترتب على إنتاج ذات المنتج بنفس مواصفات منتج قائم من شأنه إحداث لبس لدى الجمهور، وإضرار باستثمارات الغير باعتبار أن هذا الفعل يمثل منافسة غير مشروعة.²

نظم المشرع المصري الحماية الجزائية للعلامات التجارية في المواد (113) هو من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري، فقد بينت المادة (113) من القانون المذكور، بأن تزوير العلامة يلحق بالعلامة المسجلة قانونا، وكذلك باقي الجرائم التي تقع على العلامة يشترط لحمايتها أن تكون مسجلة.³

وقضت محكمة النقض المصرية في هذا الشأن بأن: تسجيل العلامة ركن في جريمة تقليدها أو استعمالها بسوء قصد ومن ثم يتعين على المحكمة استظهاره، وإلا كان قاصرة في بيان الواقعة المستوجبة للعقاب.⁴

وبالنسبة للقوانين المقارنة فإنها اشترطت تسجيل العلامة كي تتمتع بالحماية الجزائية وفي فرنسا، وفي ظل قانون الملكية الفكرية الجديد اشترط لحماية العلامة جزائيا أن

¹-نعيم جميل صالح سلامة ، المنافسة غير مشروعة في العلامة التجارية و اوجه حمايتها ، دارالنهضة العربية للنشر و التوزيع ، د.ب.ن ، 2015 ، ص 479 و 480.

²-نعيم جميل صالح سلامة ، نفس المرجع ، ص 480.

³- نفس المرجع ، ص 482.

⁴- نفس المرجع.

تكون مسجلة، وهذا مستقر لدى القضاء الفرنسي قديمة، حيث قضت محكمة النقض الفرنسية بأن الحكم الجنائي يجب أن يشير صراحة إلى تسجيل العلامة؛ لأنه من أركان الجريمة وإلا استوجب النقض.

ثانيا: نطاق الحماية الجزائية للعلامة غير المسجلة

بالرغم من ان القاعدة العامة تقضي أن التسجيل شرط اساسي لقيام الحماية الجزائية للعلامة التجارية، الا انه يمكن ان تتمتع العلامة التجارية غير مسجلة بهذه الحماية في احوال استثنائية معينة.

البند الأول: كون العلامة تجارية عبارة عن عنوان تجاري، يمكن أن تتكون العلامة التجارية من العنوان التجاري لصاحبها، وبالتالي فإنها تتمتع بالحماية الجزائية التي يتمتع بها العنوان التجاري حتى وان لم تكن مسجلة، وهذه الحماية تكون على اساس انها عنوان تجاري وليس على اعتبار انها علامة تجارية، ويترتب على ذلك أن لا يشترط أن تكون العلامة قد توافرت فيها الشروط التي استوجبها القانون لحمايتها أو حتى لاكتسابها صفة العلامة التجارية¹.

اما الاسم التجاري فلا يتمتع بالحماية الجزائية وفق احكام القانون العلامات والحال يختلف فيما إذا كان الاعتداء يتم على الاسم الشخصي ذلك أن المشرع الجزائري قد وفر له الحماية جزائية بطريقة غير مباشرة، حيث انه لا يجد ما يمنع من الرجوع إلى القواعد العامة المقررة في قسم العقوبات الخاص لمنع هذا الاعتداء عن طريق انتحال الاسماء والالقباب وصفة غير صحيحة لحمل الغير على تسليمه مالا تتضمن وعدا للقيام بشيء، في جريمة النصب والاحتيال².

¹-أرباح فاضل، الحماية الجزائية للعلامة التجارية و ضمانات حقوق المستهلك في التشريع الجزائري ، اطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه في العلوم القانونية ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة باتنة ، 2015/2014 ، ص 128.

²-نفس المرجع ، ص 128.

ثالثاً: الحماية الجزائية مقيدة من حيث الزمان والمكان:

إن الحماية القانونية المقررة للعامة التجارية مرتبطة بالزمان و المكان.

1. القيد الزمني:

إن الحماية الجزائية للعلامة التجارية قاصرة على مدة ملكية العلامة التجارية وهي عشر سنوات في القانون المصري من تاريخ تسجيلها، غير أنه يجوز تجديد تسجيل العلامة من حين إلى آخر وفقاً لأحكام القانون، علماً بأن تاريخ تسجيل العلامة التجارية هو تاريخ تقديم الطلب لتسجيل العلامة التجارية، ويملك صاحب العلامة التجارية المسجلة تجديد علامته لمدة عشر سنوات اعتباراً من تاريخ انتهاء مدة التسجيل الأول أو من تاريخ انتهاء التسجيل الأخير، وإذا لم يقم صاحب العلامة التجارية بتجديدها جاز للمسجل شطبها من السجل وبالتالي تفقد الحماية القانونية¹.

والأمر نفسه ينطبق على العلامات التجارية التي تسجل كعناوين إلكترونية، فيجب تجديد تسجيل هذه العناوين باستمرار حسب اتفاقية تسجيل العلامة التجارية كموقع إلكتروني، وخاصة بأن اتفاقيات تسجيل العلامات على الإنترنت تباع للشركة المسؤولة عن عمليات التسجيل والتجديد إلغاء ملكية العلامة عن صاحبها، إذا لم يقم بتجديد تسجيلها لصالحه باستمرار حسب الاتفاق معه، فعدم تجديد التسجيل يسمح للبعض باستغلال عدم التسجيل، وبالتالي يطلب تسجيل نفس العلامة التجارية كعنوان إلكتروني بعد أن كان صاحبها قد دفع الكثير من المال والدعاية للترويج لها، وبالتالي يخسرها وتصبح ملكاً لمسجلها الجديد².

¹-نعيم جميل صالح سلامة ، المرجع السابق ، ص 486.

²-نفس المرجع ، ص 487.

2. القيد المكاني

أما من حيث المكان فنطاق الحماية الجزائرية قاصرة على إقليم الدولة التي سجلت فيها العلامة التجارية مع عدم الإخلال بالاتفاقيات والمعاهدات الدولي¹.

يرى الباحث بأن هذا القيد أصبح ضعيفا في ظل غياب مبدأ الإقليمية على شبكة الإنترنت، فنظرة العالمية للإنترنت فقد أصبح لأي مشروع أو شخص عادي الحق في أن يسجل عنوانا إلكترونية في المجال الدولي حتى لو لم تكن لديه أنشطة تمتد خارج الإقليم الذي يعيش عليه، وقد أدى هذا الأمر برأي الباحث إلى تسارع الأشخاص والمشروعات إلى تسجيل العناوين الإلكترونية التي تعتدي على حقوق مالكي العلامات التجارية².

وقد جاءت اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891م بتوفير حماية دولية للعلامات التجارية في دول الاتحاد طالما سجلت تلك العلامة التجارية في بلدها الأصلي، وتم إيداع العلامة المسجلة بالمكتب الدولي لحماية الملكية الصناعية³.

رابعا: الحماية الجزائرية تنصب على ذات الحق في العلامة

الحماية الجزائرية تحمي العلامة في ذاتها أيا كانت قيمة المنتجات التي تميزها، ولو كانت هذه المنتجات أو الخدمات في ذاتها معروفة وشائعة، لذا لا ينفي وقوع الاعتداء على الحق في ملكية العلامة عدم حصول مرتكب الفعل المعاقب عليه على كسب أو ربح، حيث يعاقب المعتدي سواء حقق ربحا أم لم يحقق، كما أنه لا عبء في كون منتجات أو خدمات

¹ - نعيم جميل صالح سلامة، المرجع السابق ، ص 488.

² - نفس المرجع.

³ - نفس المرجع.

المعتدي أقل جودة من خدمات ومنتجات المعتدى عليه، كما وتقوم الحماية إذا وقع الاعتداء على كامل المنتجات أو على جزء منها¹.

وتطبيقا لهذا القيد في القضاء الفرنسي، نرى الحكم الصادر من محكمة Bordeaux الابتدائية عام 1996، وتتمثل وقائع هذه القضية في أن شركة Atlantel صاحبة العلامة التجارية بهذا الاسم قامت بتسجيل عنوان إلكتروني لها في المجال الجغرافي الفرنسي وهو (atlantel.f)، أرادت هذه الشركة أن توسع في نشاطها وانتشارها، فقررت تسجيل عنوان إلكتروني جديد في المجال الدولي com ليصبح (atlantel.com)، فوجئت هذه الشركة بأن هذا العنوان قد تم تسجيله من جانب إحدى الشركات . رفعت شركة Atlantel دعوى قضائية بالتقليد ضد الشركة الأخيرة على أساس أنها اعتدت على علامتها التجارية المسجلة سابقة قبل تسجيل العنوان الإلكتروني، تمسكت الشركة المدعى عليها بأن الشركة المدعية تمتلك عنوانا إلكترونية في المجال الجغرافي الفرنسي يمثل علامتها، فالعلامة ممثلة على شبكة الإنترنت، ولم يتسبب تسجيل العنوان في المجال com في أية أضرار للشركة المدعية. رفضت المحكمة هذا الدفع مؤكدة أن مالك العلامة المسجلة له الحق في استخدامها عبر شبكة الإنترنت فبأكثر من مجال، وأنه يتمتع بحق على علامته باستغلالها في أي نطاقيريد، ولا يجوز حرمانه من تسجيل عنوان له في المجال الدولي بحجة أن له عنوانا في المجال الجغرافي الاحدى الدول².

وتتمثل وقائع هذه القضية في أن شركة Galeries – Lafayette شفت أن هناك عنوانا إلكترونيا وهو: Galeries – Lafayette.com يتضمن تقليدا لعلامتها، رفعت الشركة ملكة العلامة التجارية دعوى تقليد ضد مسجل العنوان الإلكتروني، استندت المحكمة د ادانتها للاعتداء على العلامة التجارية Galeries – Lafayette إلى نص المادة –

¹- نفس المرجع ، ص 489.

²- نعيم جميل صالح سلامة ، المرجع السابق ، ص 491.

(20713) من قانون الملكية الفكرية الفرنسي، والتي تجرم كل تزوير أو تقليد أو استعمال العلامة من جانب شخص غير مالك لها وبدون إذن من المالك¹.

المطلب الثاني: شروط الحماية الجزائية للعلامة التجارية

تعد العلامة من قبيل المنقولات المعنوية التي تدخل في تكوين العناصر المعنوية للمتجر أو المصنع إلا أن اعتبارها كذلك يتوقف على نوع النشاط التجاري أو الصناعي موضوع الاستغلال. تعتبر أحد العناصر الأساسية لبعض أوجه النشاط التجاري أو الصناعي، وقد تكون السبب الرئيسي للاحتفاظ بعملاء هذا المتجر إذا كانت هذه العلامة التي تميز منتجاته هي السبب في إقبال العملاء عليها. تحتل العلامة التجارية مكانة هامة ومميزة بين حقوق الملكية الصناعية والتجارية الأخرى إذ أصبحت لها قيمة إضافية لقيمة المحل التجاري، خاصة إذا كانت العلامة تشكل أحد عناصرها المعنوية المكونة لها.

ومما سبق، نتناول في هذا المطلب الشروط الموضوعية في الفرع الأول، ثم نتطرق إلى الشروط الشكلية في الفرع الثاني.

الفرع الأول: الشروط الموضوعية

حتى يمكن حماية العلامة التجارية إقليمياً ودولياً، لا بد من توافر شروط موضوعية تتعلق بالعلامة في حد ذاتها، حددها المشرع الجزائري، هذه الشروط إذا فقدت العلامة أحدها فلا تكتسب صفة العلامة، ولا يحميها القانون و هذه الشروط هي:

أولاً: الطابع المميز للعلامة التجارية

إن اشتراط هذه الصفة في العلامة التجارية أمر أساسي بالنظر إلى الوظائف التي تؤديها، ولشروط الصفة المميزة مرجعاً قانونياً في نصوص قانون العلامات الجزائري سواء

¹- نفس المرجع، ص 495.

تمثل في نصوص القانون القديمة أو نصوص القانون الجديد، فخلو العلامة التجارية من هذه الميزة يجعلها باطلة ولا أثر لها¹.

فالعلامات غير المميزة قد استثنيت بموجب نص المادة 1772-3 من نفس القانون الجزائري من نظام التسجيل: الرموز التي لا تعد علامة في مفهوم المادة 2 فقرة أولى، "الرموز الخاصة بالملك العام أو المجردة من صفة التمييز والرموز التي تمثل شكل السلع أو غلافها، إذا كانت الطبيعة أو وظيفة السلع أو التغليف تفرضها"².

ولا يقصد من هذا الشرط أن تتضمن العلامة التجارية شيئاً أصيلاً، لم يكن موجوداً من قبل، وإنما هو تمييزها عن غيرها من العلامات التي توضع على بضائع أو خدمات متشابهة لتمييزها وعدم إحداث الخلط واللبس لدى الجمهور، وتقدير ذلك أمر تختص به محكمة الموضوع بحسب ماهية كل قضية³.

ثانياً: جدة العلامات التجارية

يجب أن تكون العلامة جديدة، بمعنى أنه لم يسبق للغير أن اكتسب حقوقاً عليها، حتى تصلح أن تتخذ كعلامة يمكن تسجيلها من الناحية القانونية.

والمقصود بالجدة هنا في الواقع ليست الجدة المطلقة كما هو الحال في براءات الاختراع و الرسوم والنماذج الصناعية أي خلق وابتكار العلامة، وإنما فقط الجدة النسبية في التطبيق على ذات السلع، فيكفي ألا تكون العلامة لحظة تسجيلها محلاً لحق منافس في نفس مجال النشاط المعني، و ترتيباً على ذلك فإن العلامة التجارية تعتبر جديدة على

¹-وهيبة اعوارم بن احمد ، جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري ، مكتبة الوفاء القانونية ، الجزائر ، الطبعة الاولى ، 2015 ، ص 39 و 40.

²- وهيبة اعوارم بن احمد ، المرجع السابق ، ص 40.

³- نفس المرجع ، ص 42.

الرغم من سبق استخدامها لتمييز خدمة معينة أو منتج معين طالما أن الاستخدام الجديد يتعلق بخدمة أخرى و بمنتج آخر يختلف عن نوع الخدمة الأولى أو المنتج الأول¹.

لم يشترط المشرع الجزائري هذا الشرط في الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية، لكنه يستنبط من نصوصه، بحيث يجب أن يتوفر في العلامة شرط الجودة والابتكار.

وشرط الجودة ينقسم إلى:

أ- الجودة من حيث المكان:

فالعلامة التجارية لها حجة في كافة أقاليم الدولة الواحدة وهذا يعني أن استخدام ولاية لا يقتصر على إقليم معين دون غيره وإنما تنصرف لكافة أقاليم الدولة بحيث من العلامة جديدة إذا لم تستعمل داخل كافة أقاليم الدولة أما العلامات المستعملة أو المسجلة في خارج إقليم الدولة فلا تشملها الحماية القانونية ومن ثم يجوز استخدامها داخل إقليم الدولة إلا ما يرد على هذا المبدأ من مبادئ مقررة بموجب الاتفاقيات الدولية ملزمة الحماية الدول المتعاقدة واشتراطات عدم وجود سوء نية أو غش في استعمال العلامة² الأجنبية بقصد تضليل الجمهور ويضاف إلى ذلك الأحكام المتعلقة بحماية العلامة المشهورة³.

ب- الجودة من حيث الزمان:

حيث إن شرط الجودة لا ينتفي إذا استعملت العلامة التجارية من قبل صاحبها وتركت بعد ذلك ولم يتم بتجديد تسجيلها قانوناً، ويعتبر أنه قد تنازل عن حقوقه القانونية فيها، وبالتالي يمكن شطبها من سجل العلامات التجارية باعتبارها علامة مهجورة، ومن ثم يحق للغير استعمالها من جديد وتسجيلها باسمه دون أن يعتبر ذلك تعدياً عليها، وفق الضوابط القانونية معينة كمرور مدة معينة بعد انتهاء تسجيل العلامة التجارية، وكون العلامة التجارية

¹-آمنة صامت ، المسؤولية الجزائية في الجرائم العلامات التجارية ، اطروحة لنيل شهادة الدكتوراه ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة ابو بكر بلقايد ، تلمسان ، 2018/2017 ، ص 46.

²-مصطفى موسى العطيّات ، التجارة الالكترونية ، حماية العلامة التجارية الكترونياً ، دار وائل للنشر ، مصر ، 2011 ، ص 143.

³-نفس المرجع ، ص 143 و 144.

لم تستخدم استخداماً حقيقياً بعد انتهاء تسجيلها واتخاذ الإجراءات الضرورية من قبل المستعمل الجديد للعلامة، اعلام المستهلكين بهوية المستعمل الجديد للعلامة التجارية، وبالتالي إن شرط الجودة ليس مطلقاً وإنما نسبي ومقيد.

ج- الجودة من حيث الأصناف والمنتجات

إضافة إلى وجوب اعتبار العلامة التجارية جديدة فيما يتعلق بمكان وزمان وفقاً لما تقدم، ينبغي أيضاً اعتبارها جديدة فيما يتعلق بالمنتجات والأصناف بعد تسجيل العلامة التجارية عليها، ولتأكيد ذلك نصت المادة رقم 10/8 من سلامةات التجارية الأردني على عدم جواز تسجيل العلامة التي تطابق علامة شخصاً آخر سبق تسجيلها لنفس البضائع التي يراد تسجيل العلامة من أجلها أو ومنها أو العلامة التي تشابه تلك العلامة إلى درجة تؤدي إلى غش الجمهور¹.

وحتى تسهل عملية تسجيل العلامات التجارية وتفرقتها عن بعضها البعض، ترفقبطي كل قانون للعلامات التجارية أو للائحته التنفيذية قائمة تضمن كافة السلع والأصناف مقسمة على 45 فئة وتضم كل فئة مجموعة معينة من الأصناف المتشابهة والمرتبطة ببعضها لتسهيل عملية تسجيل العلامة عليه، ومعنى ما تقدم، أن جدية العلامة تتعلق بالإضافة إلى مكان تسجيلها وزمانه بالأصناف المراد تسجيلها عليها، بحيث أن تسجيل العلامة على الفئة الخامسة مثلاً لا يمنع من تسجيل نفس العلامة على الفئة العشرين شريطة أن لا يكون هناك رابط بين الفئتين أو لا يؤدي مثل هذا التسجيل لنفس العلامة إلى وجود حالة من اللبس أو التضليل المنافسة غير المشروعة².

¹-محمود علي الرشدان ، العلامات التجارية ، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة ، الاردن ، 2009 ، ص 51 .

²- نفس المرجع ، ص 52.

ثالثا: المشروعية

يتعين الا تحتوي العلامة على عنصر او أشكال محضورة بمعنى لا يجوز تسجيلها او اتخاذها كعلامة تجارية تكون مخلة بالآداب العامة او تخالف النظام العام أو الشعارات العامة للدول او الرموز الدينية البحتة.

لا يوجد معيار ثابت لتحديد النظام العام فهو يختلف من دولة إلى أخرى ومن مجتمع الأخر، فلا يمكن أن تعتبر علامة ولا أن تكون جزء من علامة العلامات التي يخالف استعمالها النظام العام والآداب والأخلاق الحسنة، حيث يشترط في العلامة أنلا تكون مخالفة للنظام العام والآداب العامة والأخلاق الحسنة وإلا كانت باطلة وتعتبر غير مشروعة¹.

01-مشروعية العلامة التجارية

لقد أخذت معظم التشريعات بالمبدأ المذكور سلفا، أي أن للشخص مطلق الحرية في اختيار علامته أو العناصر التي تتركب منها كأصل عام، ولكن تفاوتت في مواقفها من القيود و الاستثناءات التي وضعتها عليه، فمن التشريعات من ضيق تلك القيود و الاستثناءات على ذلك المبدأ ، ومنهم من وسع فيها².

ونجد أن التشريع الجزائري أخذ مأخذا وسطا، فقد تضمنت المادة 4/7 و 5 و 6 و 7 من قانون العلامات التجارية ، ما هو محظور اتخاذه، كعلامة تجارية، وذلك لاعتبارات النظام العام وحسن الآداب وحفاظا على المصلحة العامة، وحرصا على عدم تضليل الناس في تعاملهم التجاري وأكدت استثناءؤها من نظام التسجيل بقولها: يستثنى من التسجيل: الرموز المخالفة للنظام العام أو الآداب العامة والرموز التي يحظر استعمالها بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها، الرموز التي تحمل من بينهاها نقلا أو تقليدا لشعارات رسمية أو أعلام أو شعارات أخرى أو اسم مختصر أو رمز أو إشارة أو دمغة رسمية تستخدم للرقابة والضمان من طرف دولة أو

¹-اوشن حنان ، الحماية القانونية للعلامة التجارية ، دار النشر البازوري للنشر و التوزيع ، الجزائر ، 2019 ، ص 30

²-وهيبة اعوارم بن احمد ، المرجع السابق ، ص 50

منظمة مشتركة بين الحكومات أنشأت بموجب اتفاقية دولية ، إلا إذا رخصت لها السلطة المختصة لهذه الدولة أو المنظمة بذلك، الرموز التي يمكن أن تضلل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يخص طبيعة أو جودة أو مصدر الخدمات والسلع والخصائص الأخرى المتصلة بها، الرموز التي تشكل حصريا أو جزئيا بيانا قد يحدث لبسا مع المصدر الجغرافي لسلع أو خدمات معينة وفي حالة ما إذا تم تسجيل هذه الرموز كعلامة بغير حق تعرقل استعمال ذلك البيان الجغرافي من قبل أشخاص آخرين لهم الحق في استعماله¹.

وتطبيقا لذلك، فالعلامة التجارية تكون ممنوعة إذا كانت مخالفة للأداب والأخلاق سواء في مجموعها أو في أحد عناصرها، وتكون كذلك إذا تضمنت تسميات تمس بالأخلاق كالعلامات الخلاعية التي تستعمل فيها رسوم أو صور أو تسميات فاضحة وتكون العلامة التجارية مخالفة للنظام العام إذا احتوت على أعلام وشارات ورموز ذات طابع ديني، أو كان الهدف منها تضليل الجمهور بتضمينها بيانات غير صحيحة عن صفات البضاعة أو مصادرها أو استعمال الأسماء الجغرافية، إذا نشأ عن هذا الاستعمال لبس في يتعلق بمصادر المنتجات وأصولها².

وأيا كان الأمر فإن العلامة التجارية تكون فاقدة لشرط المشروعية، إذا ما خالفت أي نص قانوني آخر سواء ورد ذلك النص في قانون العلامات التجارية، أو غيره من القوانين أو الأنظمة السارية المفعول، كما أنها تكون فاقدة لشرط المشروعية إما ما خالفت النظام العام والأداب العامة³.

¹-وهيبة اعوارم بن احمد ، المرجع السابق ، ص 50 و 51.

²-نفس المرجع .

³- نفس المرجع ، ص 52.

02- عدم اشتراط كتابة العلامات التجارية باللغة العربية

لم يشترط المشرع الجزائري كتابة العلامة التجارية باللغة العربية لعدة اعتبارات، ففرضها كشرط لتسجيل العلامة يتعارض مع اتفاقيات دولية كاتفاقية باريس ومدريد من جهة، ومن جهة ثانية لا يتصور تسجيل علامة تجارية واحدة بلغة كل بلد.

في حين تضمن قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري نصا خاصا في هذا الشأن، حيث تقضي المادة 64 منه على أنه: " تختص مصلحة التسجيل التجاري بتسجيل العلامات التجارية في السجل الخاص بهذه العلامات وفقا لأحكام هذا القانون ولائحته التنفيذية وذلك مع مراعاة حكم المادتين 3،4من القرار بقانون رقم 115 لسنة 1958 في المكاتبات واللافقات بوجوب استعمال اللغة العربية "1.

ونعتقد أنه من الأفضل أن ينص المشرع الجزائري على كتابة العلامة التجارية باللغة العربية على وجه الإلزام إظهارا لمكانتها واعتزازا بها. وتأسيسا على ذلك تظهر أهمية تدخل المشرع بموجب قانون ينص صراحة على استخدام اللغة العربية، فالدول كافة تحرص على وضع لغتها القومية على كافة منتجاتها حتى لو كانت مصدرة إلى دول أخرى، الأمر الذي يحقق حماية أفضل للمستهلك، علاوة على ذلك يمكن أن يشدد المشرع الجزاء في حالة عدم الالتزام بالإعلان باللغة العربية، مع التمييز في هذا الشأن بين الشخص الطبيعي والشخص المعنوي².

ثالثا: شرط اللغة العربية

لقد أشار القانون المصري و الأردني إلى أن جهة التسجيل تطلب من صاحب العلامة تقديم ترجمة عربية للعبارات التي تتضمنها العلامة الأجنبية، بالإضافة إلى التزام صاحب العلامة عند استخدامها استعمال اللغة العربية"، وأن توضع العلامات باللغة العربية على

¹-آمنة صامت ، المرجع السابق ، ص 50.

²- نفس المرجع ، ص 51.

جميع المكاتبات واللافتات وواجهة المحل التجاري الذي يستخدم العلامة التجارية. غير أنه لا يمنع من كتابة العلامة التجارية بلغة غير اللغة العربية إلى جانب كتابتها باللغة العربية.¹

وفي شأن كتابة العلامة التجارية باللغة العربية، فالقانون المصري رقم (110) لسنة 1958م الذي يقضي بوجوب استعمال اللغة العربية في المكاتبات واللافتات، أوجب كتابة العلامات التجارية التي تتخذ شكلا مميزا، والأسماء والإمضاءات والكلمات والحروف والأرقام وعناوين المحال التجارية والأختام والنقوش البارزة باللغة العربية، وذكر بأنه لا يجوز طلب تسجيل علامة تجارية تتخذ أحدها الأشكال والميزات إلا إذا كتبت باللغة العربية.²

ويشار إلى أن ترجمة العلامة التجارية إلى اللغة الوطنية دون أن يمس ذلك تمييزها، يساعد على ترويجها ويزيد من انتشارها وشهرتها، ومن الأمثلة على ذلك علامة (كوكاكولا)، نجدها تكتب باللغة الأصلية إلى جانب اللغة المحلية كما في أغلبية الدول.³

أولا: تطبيق قضائي على اشتراط أن تكون العلامة التجارية باللغة العربية

حكم محكمة استئناف القاهرة في حكمها الصادر في 6 يناير 1999، وتتلخص وقائع هذه القضية في أن إحدى الشركات المصرية تملك العلامتين التجاريتين (شاي الوردية) و (شاي الزهور)، ثم قامت شركة مصرية أخرى بتسجيل علامة تجارية باسم (توفلورز Two FLOWERS) على النوع نفسه من المنتجات، وتقدمت الشركة الأولى بطلب شطب العلامة الجديدة (توفلورز Two FLOWERS) لتشابهها مع علامتها المسجلتين منذ ما يزيد عن 20 سنة، ولأنها غير مكتوبة باللغة العربية.⁴

وقد انتهت محكمة استئناف القاهرة إلى قاعدتين:

¹-نعيم جميل صالح سلامة ، المرجع السابق ، ص 92.

²-نعيم جميل صالح سلامة ، المرجع السابق ، ص 92.

³- نفس المرجع، ص 95.

⁴- نفس المرجع ، ص 96.

أ. التقدير ما إذا كانت للعلامة التجارية ذاتية خاصة متميزة عن غيرها يجب النظر إليها في مجموعها لا إلى كل من العناصر التي تتركب منها، فالعبرة ليست باحتواء العلامة على حروف مما تحتويه علامة أخرى، وإنما العبرة هي بالصورة العامة التي تنطبق في الذهن، وللشكل الذي تبرز به هذه الحروف في علامة أخرى، ولوقع نطق مجموع الكلمة في السمع، فلا يهم إذن اشتراك علامة مع أخرى في بعض الحروف إذا كان لا يؤدي إلى اللبس أو الخلط بينهما..

ب. أن القانون رقم (110) لسنة 1998 لم يشترط في وجود علامة عربية وأجنبية أن تكون الأولى ترجمة للفظة الثانية، ومن ثم من الجائز أن تكون العربية مجرد كتابة نطق العبارة الإنجليزية بحروف عربية طالما أن هذه الترجمة تعطي صدى بالمعنى العربي لدى جمهور المستهلكين هو (الوردتين) وهو يختلف عن علامات الشركة الطاعنة¹ من حيث النطق والجرس السمعي والمعنى¹.

الفرع الثاني: الشروط الشكلية

تهدف العلامة التجارية إلى حماية المستهلك ضد أي غش أو خداع في أصل البضاعة ونوعيتها ، كما تهدف أيضا إلى تحسين الوظيفة الصناعية وحماية الاقتصاد الوطني من خلال ضمان جودة البضاعة وتحديد مصدر المنتج الحقيقي وحمايته ضد المنافسة غير المشروعة.

أولاً: الأشخاص الذين يحق لهم قانوناً طلب تسجيل علامة تجارية

تباينت مواقف التشريعات حول مسألة الأشخاص الذين يحق لهم قانوناً طلب تسجيل العلامات التجارية، إذ لم تحدد غالبية التشريعات هذه الأشخاص واقتصرت على ذكر كل من يتقدم بالطلب هو صاحب الحق سواء أكان تاجراً أم شخصاً طبيعياً أم معنوياً.

¹نعيم جميل صالح سلامة , المرجع السابق , ص 96.

في حين حددت بعض التشريعات هذه الأشخاص، أما فيما يخص إجراءات تسجيل العلامة التجارية فقد ذهبت جميع التشريعات إلى تحديدها.

01- التشريع الجزائري:

لم يحدد القانون الملغى رقم 57-66 الخاص بعلامات المصنع والعلامات التجارية أصحاب الحق في العلامات، بل ترك ذلك للقواعد العامة التي تجيز أن يكون صاحب الحق بالعلامة جزائريا أو غير جزائري مقيم بالجزائر¹.

ونهج المشرع نفس النهج ولم يحدد أصحاب الحق في التسجيل في المادة 13 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية، و المرسوم التنفيذي رقم 05-277² المادة 6 منه³، لانه وفقا للمادتين فانه يجوز لأي شخص إيداع علامة قصد حمايتها جزائريا، ومنه يمكن مساءلة الشخص الذي اعتدى على العلامة، وقد تتم هذه العملية بواسطة صاحب العلامة شخصا أو عن طريق وكيل عنه⁴.

الأمر الذي يمكن معه القول، أنه يجوز تقديم طلب من أي شخص سواء أكان شخصا طبيعيا أم معنويا، تاجرا أم غير تاجر، جزائريا كان أو غير جزائري.

أما في حالة إقامة المودع في الخارج، فإنه يجب أن يعين نائبا جزائريا مقيما في الجزائر لإتمام إجراءات الإيداع، حيث لا يفرض على المودع حضوره الشخصي. بل يجوز تمثيله شريطة أن يقدم نائبه وكالة بخط اليد تكون بطبيعة الحال مؤرخة وممضاة⁵.

¹- آمنة صامت ، المرجع السابق ، ص 54.

²- المرسوم التنفيذي ، رقم 277/05 المؤرخ في 2005/08/02 ، المحدد لكيفيات ايداع العلامات وتسجيلها ، الجريدة الرسمية ، عدد 54 ، الصادر بتاريخ 2005/08/07.

³- المادة 6 ، المرسوم التنفيذي ، رقم 277/05 ، نفس المرجع ، ص12.

⁴- آمنة صامت ، المرجع السابق ، ص 54

⁵- نفس المرجع ، ص 55.

02- التشريع الفرنسي

لم يضع المشرع أي قيد فيما يتعلق بشخص طالب التسجيل، فيجوز لكل ذي شأن أوكيله الخاص، سواء أكان شخصا طبيعيا أم معنويا، تاجرا أم غير تاجر، أن يودع لدى إدارة تسجيل العلامات التجارية طلبا بتسجيل شارة معينة بغرض اتخاذها علامة له فيما بعد، وبحيث يصبح هو المالك القانوني لها مع كافة الآثار التي تتولد عن ذلك. والمودع المقيم بالخارج يجب أن يعين نائبا مقيما في فرنسا¹.

03- التشريع المصري

تضمنت المادة 66 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية بيانا بالأشخاص الذين يحق لهم تسجيل علاماتهم في مصر مع عدم الإخلال بأحكام الاتفاقيات الدولية السارية في مصر. ومن هنا فقد سوى القانون بين المصريين والأجانب المنتمين للدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية أو التي تعامل مصر بالمثل في تسجيل العلامة².

يمكن القول أن المشرع قرر لكل شخص طبيعي من المصريين أو الأجانب الذين ينتمون أو يتخذون مركز نشاط حقيقي وفعال لهم في إحدى الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية الحق في حماية علامته التجارية في مصر، وفقا لأحكام القانون بما يتفق مع حكم المادة الأولى (ثالثا من اتفاقية تريبس والمادة الثالثة من اتفاقية باريس بشأن الملكية الصناعية)³.

ثانيا: اجراءات التسجيل للعلامة التجارية

تقتصر الحماية للجزائية على العلامة التجارية المسجلة أو التي تم إيداع طلب تسجيلها لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية دون العلامة غيرالمسجلة التي لا تتمتع بأية حماية.

¹- آمنة صامت ، المرجع السابق ، ص 55.

²- نفس المرجع ، ص 56.

³- نفس المرجع ، ص 56.

01-الشروط الشكلية

ويقصد بها الإجراءات التي يجب إتباعها لكي يتم تسجيل العلامة، بحيث تصبح صحيحة للاستغلال التجاري والحماية من قبل الدولة.

وتسجيل العلامة التجارية قد يكون تسجيلًا وطنيًا وهو ما يهمننا في دراستنا وسنتناوله بالتفصيل فيما يلي، كما قد يكون دوليًا، وهذا الأخير يكون وفقًا للاتفاقيات الدولية لأن الأصل أن الحق في العلامة التجارية هو حق إقليمي بحيث يجب على مالك العلامة للاستفادة من الحماية الحصول على شهادة تسجيل وطنية، واتفاقية مدريد الدولية تقر بالتسجيل الدولي للعلامة، إذ يقدم طلب التسجيل إما إلى المكتب الدولي الكائن بالمنظمة العالمية للملكية الفكرية، أو عبر المكاتب الوطنية وتتولى الجهة الدولية المستقبلية للطلب مراسلة المكاتب الوطنية المعنية والمذكورة في طلب مالك العلامة وإذا تمت الموافقة عليه تمنح له شهادة تسجيل للعلامة¹.

والمشرع الجزائري أخذ بالتسجيل المنشئ للحق في العلامة التجارية، وجاء ذلك واضحًا بصريح نص المادة الخامسة من الأمر 06/03² الذي جاء فيها أنه: "يكتسب الحق في العلامة بتسجيلها لدى المصلحة المختصة"³. كما نصت المادة الرابعة من نفس الأمر على أنه: "لا يمكن استعمال أي علامة السلع أو خدمات عبر الإقليم الوطني إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها عند المصلحة المختصة"⁴.

وكان موقف القضاء الجزائري مطابقًا لموقف المشرع في هذه النقطة، ومثال ذلك القرار الصادر عن المحكمة العليا بتاريخ 04/02/2010⁵ الذي جاء في حيثياته: "لكن حيث يتبين من القرار المطعون فيه أنه جاء سليم المبني والأساس، ذلك أن القضاة للفصل

¹- الوافي فضيلة ، دور القضاء في حماية العلامة التجارية في الجزائرية ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة باتنة ، 2015-2016 ، ص 86 و 87.

²- نفس المرجع ، ص 88.

³- المادة 5 ، من الأمر 06/03 ، المرجع السابق ، ص 23.

⁴- المادة 4 ، من الأمر 06/03 ، المرجع السابق ، ص 23.

⁵- الوافي فضيلة ، المرجع السابق ، ص 88.

في النزاع اعتمدوا على نص المادة 04 من الأمر 06/03 فضلا على أن الطاعن لم يقدم ما يثبت أنه قام بتسجيل العلامة لدى المعهد الوطني للملكية الفكرية، وبالتالي فإنه لا صفة له في المطالبة في استعمال العلامة موضوع النزاع، ولذا فإن القضاة بقضائهم كما فعلوا يكونون قد طبقوا القانون أحسن تطبيق ومنه فإن الوجه المثار غير سديد.¹

وقد وضع المشرع استثناء وحيدا على المبدأ الوارد في المادة الرابعة، والذي جاء به الفقرة الثانية من المادة السادسة من الأمر 06/03 حيث نصت على أنه: "...يحق لأي شخص قام بعرض سلع أو خدمات تحت العلامة المطلوبة أثناء معرض دولي رسمي أو معترف به رسميا، أن يطلب تسجيل هذه العلامة ويطالب بحق الأولوية فيها ابتداء من تاريخ عرض السلع أو الخدمات تحت هذه العلامة وذلك في أجل ثلاثة (03) أشهر ابتداء من انتهاء العرض"². وفي هذه الشأن صدر قرار عن المحكمة العليا بتاريخ 2010/06/03³ في القضية المرفوعة بين الشركة ذ.م.م نيدور ضد شركة المواد الصحية ومن معها، وقد أسس القرار على مبدئين وهما:

أ- يحق لأي شخص قام بعرض سلع أو خدمات تحت علامة تجارية معينة، أثناء معرض دولي، أن يطلب تسجيل هذه العلامة وحق الأولوية فيها، ابتداء من تاريخ العرض في أجل 3 أشهر ابتداء من انتهاء العرض.

ب- يتوفر طالب حماية علامة مسجلة في الخارج على أجل سنة لإعمال حق الأولوية طبقا للاتفاقية باريس، المتعلقة بحماية الملكية الصناعية.

ولقد نصت المادة 13 من الأمر 06/03 على ما يلي: " تحدد شكليات إيداع العلامة وكيفيات وإجراءات فحصها وتسجيلها ونشرها لدى المصلحة المختصة عن طريق التنظيم"⁴ ولهذا الغرض صدر المرسوم التنفيذي رقم 277/05 المؤرخ في 2005/08/02 المتعلق

¹ - الوافي فضيلة ، المرجع السابق ، ص 88.

² - المادة 6 من الامر 06/03 ، المرجع السابق ، ص 23.

³ - الوافي فضيلة ، المرجع السابق ، ص 88.

⁴ - المادة 13 من الامر 06/03 ، المرجع السابق ، ص 25.

لكيفيات ايداع العلامات وتسجيلها وحدد كيفية ايداع العلامات وتسجيلها والذي يعتبر أكثر دقة لكونه يتطرق لعدة نقاط لم يسبق معالجتها في المرسوم الملغى رقم 66/63 المؤرخ في 1.26/03/1966¹

02-الإيداع

إن العملية الإيداع أهمية بالغة في حماية حقوق صاحب العلامة، إذ يعتبر قرينة على ملكيتها، ويقدم طلب الحصول على تسجيل العلامة إلى المصلحة المختصة من طرف كل شخص طبيعي أو معنوي يتمتع بالصفة القانونية، وذلك عن طريق الإيداع المباشر على مستواها أو عن طريق البريد أو بأية وسيلة أخرى مناسبة تثبت الاستلام، وتبعاً لذلك ترسل للمودع أو وكيله نسخة من طلب التسجيل تحمل تأشيرة المصلحة المختصة وتتضمن تاريخ وساعة الايداع، وتعد هذه النسخة ذات أهمية بالغة لفض النزاعات المحتملة التي يمكن أن تقع بين عدة مودعين².

ولقد حددت المصلحة المختصة بموجب المادة الثانية من الأمر 6/03 المذكور سالفاً وهي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية الذي أنشأ بموجب المرسوم التنفيذي 68/98³ وحدد قانونه الأساسي، وهو الجهة التي تتولى دراسة طلبات إيداع العلامات والرسوم والنماذج الصناعية وتسميات المنشأ ثم نشرها. ويعرف اختصاراً باللغة الفرنسية بتسمية "N.A.P." وقد جاء بديلاً عن المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية في أنشطته المتعلقة بالاختراعات، كما حل محل المركز الوطني للسجل التجاري في أنشطته المتعلقة بالعلامات و الرسومات و النماذج الصناعية والتسميات⁴.

¹-الوفاي فضيلة ، المرجع السابق ، ص 90 .

²-نفس المرجع ، ص 90 و 91

³-المرسوم التنفيذي رقم 68/98 ، المؤرخ في 1998/02/21 ، المتعلق بإنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ، جريدة رسمية ، العدد 11 ، 1 الصادر في مارس 1998 .

⁴-الوفاي فضيلة ، المرجع السابق ، ص 91.

وعن الطبيعة القانونية للمعهد فهو مؤسسة ذات طابع تجاري وصناعي ويتمتع بالشخصية المعنوية، إلا أنه يمارس صلاحيات الدولة أي يمارس صلاحيات السلطة العامة في مجال الملكية الصناعية كونه يضطلع بمهام تسيير الخدمة العمومية المتعلقة بتنفيذ السياسة الوطنية في مجال الملكية الصناعية.¹

03- كيفية إيداع طلب تسجيل العلامة:

يقدم طلب التسجيل في شكل استمارة رسمية تتضمن اسم المودع الحقيقي وليس المستعار - وعنوانه الكامل مع إرفاقها بصورة من العلامة تكون بمقاس الإطار المحدد في الاستمارة الرسمية، وإن كان اللون عنصر مميز فيها فيجب إرفاق صورة ملونة للعلامة، مع إرفاق أيضا قائمة واضحة وكاملة للسلع والخدمات المراد تمييزها بالعلامة²، والتي يتم تعيينها طبقا للتصنيف الدولي للسلع والخدمات بموجب اتفاق نيس حسب ما اشترطته المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 277/05³ المتعلق بتحديد لكيفيات ايداع العلامات كما نصت المادة الرابعة من هذا المرسوم على ضرورة ارفاق طلب التسجيل بالوصل المثبت لدفع رسوم الايداع والنشر المستحقة، وبذلك يعتبر تاريخ ايداع الطلب هو تاريخ استلام المعهد له. أما المادة الخامسة من نفس المرسوم فتلزم كل شخص يطالب بأولوية إيداع سابق بأن يصرح بذلك عند طلب التسجيل مع ارفاقه نسخة رسمية لهذا الابداع في أجل اقصاه 3 أشهر من تاريخ ايداع طلب التسجيل⁴.

وبالنسبة للمقيمين في الخارج فيجب أن يمثلوا لدى المعهد من قبل وكيل طبقا للكيفيات التي تحدد بقرار من الوزير المكلف بالملكية الصناعية، وذلك طبقا لما نصت عليه المادة السادسة من المرسوم 277/05، وللإشارة فإن الأمر 57/66 الملغي كان يشترط

¹-الوفاي فضيلة ، المرجع السابق ، ص 91

²-نفس المرجع ، ص 92

³- المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 68 /98 ، المرجع السابق ، ص 22.

⁴-الوفاي فضيلة ، المرجع السابق ، ص 92.

أن يمثل الأجانب بممثل يقيم بالجزائر ، أما المرسوم 277/05 المحدد لكيفيات ايداع العلامات وتسجيلها فإنه لم يعد يشترط ذلك¹.

04-فحص إيداع العلامة التجارية:

يتولى المعهد بعد تلقيه الطلب فحص إيداع تسجيل العلامة من حيث الشكل ومن حيث المضمون، فينظر ما إذا استوفي الشروط الشكلية السابقة الذكر، ففي حالة عدم استيفاء إجراء الإيداع لها، يخول لهذه المصلحة أن تطلب من المودع تسوية طلبه وذلك في أجل شهرين والذي قد يمدد عند الاقتضاء بناء على طلب مسبب لنفس المدة، وفي حالة انقضاء الأجل دون جدوى يرفض طلب التسجيل دون الحق في استرداد الرسوم المدفوعة.²

أما الفحص الموضوعي لطلب الإيداع فلا يكون إلا بعد الفحص الشكلي، وهو ينصب على التحقق فيما إذا لم تكن العلامة المودعة مستثناة من التسجيل لسبب أو لأكثر من أسباب الرفض الواردة في المادة 7 من الأمر رقم 06/03.³

وإن رفض الإيداع لعدم توفر شروطه الموضوعية يبلغ المودع بذلك ويطلب منه المعهد تقديم ملاحظاته في أجل أقصاه شهران يسري ابتداء من تاريخ التبليغ، ويمدد هذا الأجل عند الضرورة لنفس المدة بناء على طلب مسبب من صاحب الشأن.⁴

كما تتبأ المشرع الإمكانية مطابقة الفحص من حيث المضمون لجزء فقط من السلع والخدمات المبينة في الطلب، وفي هذه الحالة لا تسجل العلامة إلا لهذه السلع والخدمات حسب ما نصت عليه الفقرة الأخيرة من المادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم 277/05.⁵

¹-الوافي فضيلة ، المرجع السابق ، ص 92.

²-نفس المرجع ، ص 93.

³-تنص المادة 7 من الامر 06/03 على ما يلي : "تستثنى من التسجيل الاولويات المطالب بها ."

⁴- نفس المرجع ، ص 94

⁵-تنص المادة 12 من المرسوم التنفيذي 277/05 على ما يلي : "تسجل المصلحة المختصة السلع و الخدمات ."

وإن تعلق الأمر بوجود تشابه بين علامة مسجلة أو علامة أو اسم تجاري يتميز بالشهرة في الجزائر وعلامة - قدم طلب بإيداع تسجيلها - طبقا للفقرتين 8 و9 من المادة 7 من 06/03 فإن المصلحة المختصة تأخذ الموافقة الكتابية لصاحب الحق الأسبق.

05-التسجيل والنشر:

يقصد بالتسجيل أنه تمت الموافقة على العلامة المطلوبة بقيدها في سجل خاص إضافة لقيود كل العقود التي قد ترد عليها، ويكون لصاحبها بعد تسديد الرسوم المستحقة الحصول على شهادة تعريف تضم كل البيانات المقيدة في السجل كما تسلم شهادة تسجيل لكل علامة مسجلة صاحب الشأن أو وكيله¹.

وتكون مدة الحماية المترتبة على تسجيل العلامة هي 10 سنوات تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ ايداع الطلبة، والعبرة في ذلك هي حماية مصلحة المودع ضد تصرفات الغير سيئ النية².

وقد منح المشرع الجزائري بموجب المادة 5 من الامر رقم 06/03 امكانية جعل الحق في العلامة حقا دائما، وذلك من خلال تجديد التسجيل في كل مرة تنتهي فيها مدة الحماية، ويسرى ذلك ابتداء من اليوم الموالي لتاريخ انقضاء التسجيل السابق بشرط أن لا يتضمن هذا التجديد أي تعديل جذري في نموذج العلامة أو إضافة في قائمة السلع أو الخدمات المعنية، وإلا اعتبر التسجيل جديدا، مع ضرورة دفع رسوم التجديد، كما يجب أن يقدم طلب التجديد خلال فترة ستة (6) أشهر التي تسبق انقضاء التسجيل أو التالية له على أكبر تقدير. مع ارفاق الطلب بكافة الوسائل التي تثبت بأن العلامة قد استعملت فعلا خلال السنة التي سبقت انقضاء التسجيل. ولم يوضح المشرع مال التسجيل في حالة عدم تجديده

¹-الوفاي فضيلة , المرجع السابق , ص 94.

²- نفس المرجع, ص 95 .

في الأجال القانونية، والنتيجة المنطقية لذلك في غياب النص الصريح هي اعتبار التسجيل الخارج عن الأجال تسجيلًا جديدًا.¹

كما أن كل عملية النقل الحقوق بخصوص العلامة تخضع للقيود في سجل العلامات بناء على طلب أحد الأطراف المعنية شريطة تقديم الوثيقة أو العقد المثبت لهذا النقل، ويكون لهذا التسجيل أثر قانوني جد هام باعتباره أساس حساب تاريخ نفاذ هذا النقل في مواجهة الغير طبقا لما نصت عليه المادة 22 من المرسوم التنفيذي رقم 277/05، ونفس الشيء بالنسبة لقيود العدول عن التسجيل سواء كان جزئي أو كلي في سجل العلامات حسب ما نصت عليه المادة 25 من نفس المرسوم، كما يقيد الحكم القضائي النهائي بإبطال أو إلغاء العلامة في هذا السجل.²

أما النشر فتتكلف به نفس المصلحة وهي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، ويقصد به عملية شهر تسجيلات العلامات في النشرة الرسمية للعلامات، وكذا تجديد تسجيلاتها إضافة إلى ابطالها وإلغائها وكذلك كل القيود الواردة عليه.³

ويتوجب التنويه هنا إلى أنه ورد في المادة 31 من المرسوم التنفيذي رقم 05/277 نص خاص بالعلامة المشتركة وأخضع طلب تسجيلها لنفس شروط فحص تسجيل العلامة الفردية السالف شرحها، إضافة إلى الفحص المتعلق بالشروط المنصوص عليها في المادتين 22 و 23 من الأمر 06/03 والمتعلقان بالعلامات الجماعية، وفي حقيقة الأمر قصد المشرع بعبارة العلامات المشتركة العلامات الجماعية، لأنه لا وجود لمصطلح العلامات المشتركة الذي قد يختلف من حيث المفهوم اللغوي عن العلامات الجماعية، والدليل على ذلك أن النصب باللغة الفرنسية تحدث عن "les marques collectives" وهي العلامات الجماعية.⁴

¹- الوافي فضيلة ، المرجع السابق ، ص95.

²- نفس المرجع ، ص96,97.

³- نفس المرجع ، ص97.

⁴- نفس المرجع .

غير أن قبول المعهد لتسجيل علامة تجارية لا يعني بالضرورة أن تسجيلها مطابق للقانون، وهذا ما أكدته العديد من قرارات المحكمة العليا والتي جاء في حيثياتها: " حيث أن قضاة المجلس بقاضئهم كما فعلوا وسببوا ذلك أن المعهد الوطني للملكية الصناعية يعتبر جهة رقابة ، وبالتالي فإن قبوله تسجيل العلامة التجارية يجعلها قانونية وليس فيها خرق للمادة 7 من الأمر رقم 06/03 قد تجاهلوا ما أقرته المادة 20 من نفس الأمر، والتي تنص صراحة على أن الجهات القضائية المختصة هي من يؤول لها الاختصاص في إلغاء تسجيل العلامة التجارية"¹.

الفرع الثالث: الآثار المترتبة على التسجيل

يترتب على تسجيل العلامة التجارية آثار قانونية هامة من جانبين، الجانب الأول يتعلق بنوع الحماية القانونية للعلامة التجارية، والجانب الثاني يتعلق بملكية العلامة التجارية.

أولاً: أثر التسجيل على الحماية القانونية للعلامة التجارية

يتمتع مالك العلامة المسجلة بحماية جنائية في حالة تقليدها، أما العلامة غير المسجلة فليس لمالكها إلا الحماية المدنية بمقتضى دعوى المنافسة غير المشروعة.

ثانياً: أثر التسجيل على ملكية العلامة

يوجد في القانون المقارن نظامان رئيسيان لاكتساب ملكية العلامة عن طريق التسجيل.

❖ النظام الفرنسي:

وبمقتضاه يكون الحق في ملكية العلامة للأسبق في الاستعمال، أما التسجيل فليس منشئ لحق الملكية بل هو مقرر له فقط، وبمعنى آخر مجرد قرينة على الملكية يمكن

¹-الوفاي فضيلة ، المرجع السابق ، ص97.

للغيردحضها بإثبات الاستعمال السابق، وهذا الأثر المقرر نتيجة منطقية للنظام الفرنسي للتسجيل الذي يتم دون فحص سابق.¹

ومن مزايا هذا النظام، أن يكون مالك العلامة الن. تسجيلها بمأمن من أن يغتصب علامته منافس له أو أن يقلدها بطريق تسجيلها باسمه، إلا أنه لا يخلو من مساوئ لما يؤدي إليه من تش أصحاب العلامات على إهمال تسجيلها، كما أنه يجعل مركز صان التسجيل قلقلًا لمدة طويلة بسبب الأسبقيات التي يمكن أن تظهر من فترة الأخرى، هذا إلى جانب تعذر من له أسبقية الاستعمال في حالة حصول تنازع على ملكية علامة قديمة.²

❖ النظام الألماني:

فبمقتضاه يكون التسجيل منشأ لحق ملكية العلامة، وهذا الأثر المنشأ للتسجيل نتيجة لنظام الفحص السابق الذي يأخذ به التشريع الألماني، ولهذا النظام مزايا في تحديد المركز القانوني بصفة ثابتة والقضاء على المنازعات حول ملكية العلامات، بيد أنه لا يخلو من المساوئ التي تتطوي عليها جميع الأنظمة المتبعة لهذه الإجراءات الشكلية، بما قد يؤدي إليه من إهدار حقوق المبتكر الحقيقي الذي يغفل إيداع وتسجيل علامته لصالح منافس سيئ النية يبادر إلى إيداع العلامة وتسجيلها فيصبح المالك الحقيقي.³

أما المشرع الجزائري فقد حذو النظام الألماني، أين يكون من خلاله التسجيل منشأ لحق ملكية العلامة، فقد نصت الفقرة الأولى من المادة 05 من قانون العلامات التجارية على أنه " يكتسب الحق في العلامة تسجيلها لدى المصلحة المختصة⁴ "، فالعبرة في تقدير ملكية العلامة التجارية هي بسبق التسجيل لا بسبق الاستعمال لا، فإذا فرض وقام صاحب العلامة باستعمالها فعلا ظاهرا وعاما، وسبقه آخر إلى تسجيل ذات العلامة

¹-اعوارم بن احمد ، المرجع السابق ، ص59.

²- نفس المرجع ، ص 60.

³- نفس المرجع.

⁴- الفقرة الأولى من المادة 5 ، من الامر 06/03 ، مرجع سابق ، ص 23.

التمييز نفس النوع من البضائع والمنتجات، كانت الأفضلية لمن ثبت تسجيله للعلامة التجارية لدى المصلحة المختصة قبل الآخر فتثبت له ملكيتها بالرغم من عدم استعمالها¹.

وأخيرا فإن حق احتكار مالك العلامة لاستعمالها ينحصر فقط داخل إقليم الجمهورية الجزائرية، فلا يمتد هذا الحق وبالتالي لا تمتد الحماية القانونية المقررة له خارج الإقليم وينتج عن ذلك أن العلامات التجارية الأجنبية التي توضع على بضائع مستوردة داخل إقليم الجمهورية الجزائرية لا تتمتع بالحماية القانونية خارج إقليم الجزائر إلا إذا كانت مسجلة وفقا للقوانين الأجنبية، ولكنه يستثنى من مبدأ إقليمية القوانين حالتان:

- الأولى: حالة العلامة المتمتعة بالحماية الدولية في حالة تسجيلها دوليا وفقا لما تقضي به اتفاقية باريس الدولية امتدت الحماية القانونية وحق احتكار صاحبها في استعمالها لتمييز المنتجات داخل جميع أقاليم الدول الأعضاء في الاتحاد الدولي.
- الثانية: إذا كانت لها شهرة خاصة، فإذا فرض وكان للعلامة التجارية الأجنبية شهرة خاصة في تمييز منتجات شخص من رعايا دول الاتحاد، فإنه يجوز استعمال ذات العلامة داخل الإقليم حتى ولو لم تكن العلامة التجارية مسجلة دوليا وفقا للحالة الأولية، ومن الأمثلة على ذلك، العلامة التجارية "كوداك KODAC" أو "كانون CANON" لتمييز منتجات التصوير².

¹-اعوارم بن احمد ، المرجع السابق ، ص61.

²-نفس المرجع ، ص 63 .

المبحث الثاني: الجرائم الماسة بالعلامة التجارية

الحماية الجزئية تعرف بأنها الحماية التي تتخذ من قواعد القانون الجنائي الموضوعية موضوعا لها، وعليه سنسلط الضوء في هذا المبحث على تحديد صدور الاعتداء على العلامات وسنركز في المبحث الأول على تحديد معنى التقليد و في المبحث الثاني على العتداءات التي تقع على العلامة التجارية .

المطلب الأول: مفهوم تقليد العلامة التجارية

تعد جرائم تقليد العلامة التجارية ظاهرة تهدد الاقتصاد العالمي و مشكلة متزايدة الخطورة نظرا لاستهدافها كافة أنواع السلع و المنتجات و حتى الخدمات ، فلم يعد التقليد مقتصرا على المنتجات عالية الجودة كالملابس و الساعات و العطور و قطع غيار المركبات و الأدوية و مستحضرات التجميل و العقاقير .. الخ.

الفرع الأول: تعريف تقليد للعلامة التجارية

من أجل إعطاء مفهوم متكامل للتقليد لابد من تعريف التقليد في صورته العادية من ثم توضيح الحماية الجزائية .

أولا: تعريف التقليد العادي للعلامة التجارية

يقال في اللغة قلد الشيء - قَلْدًا: لواه ، يقال قلد الحديد رققها ولواها على شيء، ويقال قلد فلان فلانة اتبعه فيما يقول أو يفعل، من غير حجة ولا دليل، وحاكاه. يقال قلد القرد الإنسان¹.

بينما عرف الفقه تقليد العلامة بأنه اصطناع علامة مطابقة تمام التطابق للعلامة التجارية حتى ولو أضاف لها المقلد ألفاظا أو صفة أو نوع أو صنف، وتوسع آخرون في إطلاق معنى التقليد على كل اصطناع أو محاكاة العلامة تماثل في مجموعها العلامة الأصلية، تماثلا من شأنه أن يخدع الجمهور ويضله بخصوص مصدر البضاعة التي

¹ - حمادي محمد رضا ، الحماية الجزائية للعلامة التجارية من التقليد عبر الانترنت في القانون الجزائري ، مجلة الحقيقة ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة أدرار ، المجلد 17 ، عدد 04 ديسمبر 2018 ، ص 23.

تحمل العلامة المقلدة، أي أن التقليد يكون بوضع علامة مشابهة، أو قريبة الشبه في مجموعها بعلامة أخرى، بحيث يصعب التفرقة بينهما أو تمييز إحداها عن الأخرى، لما يوجد من لبس أو خلط بينهما يضلل جمهور المستهلكين¹.

وعليه لم يقدم المشرع الجزائري تعريفه التقليدي، ولم يحدد الأشكال التي يتخذها المساس بالحقوق الإستثنائية لصاحب العلامة رغم تجريمه للفعل، مفسحة بذلك المجال أمام الفقه، وقد أحسن بذلك صنعا، لأن التقليد يتخذ عدة صور يصعب في غالب الأحيان حصرها وهي تتزايد بمرور الزمن وتتطور بالتطور التكنولوجي².

ثانيا: الحماية الجزائية للعلامة التجارية

الحماية الجزائية تعرف بأنها الحماية التي تتخذ من قواعد القانون الجنائي الموضوعية موضوعا لها، وعليه سنسلط الضوء في هذا المطلب على تحديد صدور الاعتداء على العلامات في الفرع الأول، والإجراءات التحفظية والتنفيذية في الفرع الثاني، أما الفرع الثالث سنعالج فيه العقوبات الجزائية³.

الفرع الثاني: صور الاعتداء على العلامة

صور الاعتداء على العلامة متعددة وعليه سنتطرق في هذا المطلب إلى جرائم الاعتداء على ذاتية العلامة، وإلى جرائم الاعتداء على الملكية العلامة.

¹- حمادي محمد رضا ، المرجع السابق ، ص 24 .

²- نفس المرجع ، ص 24.

³-بولحية نبيل ، حماية العلامة التجارية في القانون الجزائري ، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في الحقوق ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة الشهيد حمه لخضر- الوادي ، 2016- 2017 ، ص 35.

أولاً: جرائم الاعتداء على ذاتية العلامة:

ويقصد بها تحديد الأفعال المعاقب عليها التي تنصب على ذاتية العلامة، وبيان الأفعال التي تلي وقائع الاعتداء على ذاتية العلامة، حيث تنصب على استعمال هذه الذاتية المزيفة حيث يقوم الجاني بتوجيه أفعاله مباشرة على ذاتية العلامة¹.

01- جريمة تقليد العلامة:

تقليد العلامة التجارية المسجلة أو المستعملة من خلال إنشاء علامة تجارية تشابهها ولكن لا تطبقها تماما أو تحاكي العناصر الرئيسية للعلامة دون أن تعتمد وتستغل هذه العناصر التكوين علامة جديدة، بمعنى آخر فإن تقليد العلامة تجارية يعني خلق علامة جديدة على غرار علامة سابقة لها دون أن تعتمد في هذا الحلق على العلامة السابقة بذاتها أو على عناصرها الرئيسية، بحيث لو عرضت العلامتين مع لكانا أمام أصلية وعلامة أخرى مختلفة على غرارها، فالتقليد إذا يفترض وجود علامتين، أما تزوير فلا يفترض إلا وجود علامة واحدة أصلية ثم انتزاعها دون وجه حق وبالتالي استعمالها بدون سبب مشروع كعلامة تجارية لغير مالكة الأصلي. بالرجوع إلى الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامة فإن المشروع الجزائري نص على حماية حق المالك العلامة ضد من يعتدي على حقوقه الاستثنائية المترتبة على تسجيل علامته وذلك بتوقيع عقوبة جزائية².

وجريمة التقليد حسب نص المادة 26 من الأمر رقم 03-06؛ تتمثل في كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية للعلامة قام بها الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة، وعليه فإن المشرع الجزائري لم يعدد الأفعال التي تعتبر اعتداء غير مباشر على ملكية العلامة والعقوبات المخصصة لها كما فعل في التشريع للعلامات، حيث انه في تشريع الراهن حدد جنحة التقليد بالمعنى الواسع للكلمة بالنظر إلى الاعتداءات، التي يقوم بها الغير خرقا

¹-بولحية نبيل ، المرجع السابق ، ص35.

²- نفس المرجع ، ص 35 و 36 .

للقوق الاستثنائية المعترف بها لصاحب العلامة المودعة، وهكذا يلاحظ أن المشرع الجزائري تبني المفهوم الواسع التقليد، وبهذا سلك مسلك مشرع الفرنسي¹.

أ- الركن المادي:

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

تتطلب جريمة تقليد العلامة التجارية سلوكا إيجابيا يتمثل في فعل التقليد عن طريق إضافة أو انقصاص عنصر من العلامة الأصلية ويقصد بها تغير الذي يحدث كأثر للسلوك الإجراميا الذي قام به الجاني، فالآثار المادية التي أنتجها السلوك الإجرامي تفسر قانونا أنها تشكل في نهاية اعتداء على حق يحميه القانون، وللنتيجة مدلولين مادي قانوني، فالمدلول المادي هو الأثر الطبيعي الذي ينتج عن ارتكاب فعل غير مشروع معاقب عليه قانون والأثر الطبيعي الجريمة تقليد العلامة هو وقوع المستهلك في خلل يؤدي به إلى شراء منتج غير حقيقي، أما المدلول القانوني لها فهو ذلك الأثر الذي يحدثه السلوك المجرم من قبل المشرع، وان لم يكن ظاهرا ملموسا ولكنه واقع قانوني يمس الحق الذي يحميه المشرع².

ب- الركن المعنوي (القصد الجنائي):

تعد جريمة تقليد العلامة التجارية من الجرائم العمدية والتي يجب أن يتحقق فيها القصد الجرمي بعنصرية العلم والإدارة ولا يكفي لقيامها توافر القصد العام؛ بل لا بد أن يتوافر القصد الخاص والذي يتمثل في نية الغش أو التضليل، وهو يكون كذلك إذا كان الهدف من التقليد الاعتداء على حق مالك العلامة المتمثلة بالاستئثار باستعمال علامته تمييز منتجاته وعليه يجب أن تتجه نية الجاني إلى استعمال العلامة المقلدة في تمييز

¹-بولحية نبيل، المرجع السابق، ص 36.

²- نفس المرجع، ص 36 و 37.

منتجاته أو بضائعه المماثلة أو المشابهة المنتجات أو بضائع مالك العلامة لغرض غش المستهلك وتضليله حول مصدر المنتجات¹.

ثانياً: التقليد بالنسخ:

يتمثل العنصر المادي في إصطناع علامة مطابقة تطابقاً تاماً للعلامة الأصلية، أو صنع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية بإعادة إصطناع جانبها الأساسي والمميز بشكل يجعل العلامة الجديدة قادرة على تضليل الجمهور وجذب المستهلك، حيث يعتبر نقل العلامة عنصر كاف لوجود التقليد بغض النظر عن كل استعمال لها أن التقليد قائم بموجب التصنيع المادي للعلامة و قد سار القضاء الجزائري على نفس النهج في قرار صادر عن المحكمة العليا حيث رفض الطعن بالنقض ضد القرار الصادر عن المجلس بدعوى أن المجلس اعتبر مواصفات علامة (وردة) مخابر (ساكو) هي نفس مواصفات العلامة التجارية لشركة (لونكوم) وبالتالي فإن التشابه بينهما يشكل لبساً في طبيعة المنتج².

ثالثاً: التقليد بالتشبيه:

يتمثل العنصر المادي للتقليد بالتشبيه في التغيير في العلامة الأصلية أو الإضافة للعلامة الحقيقية بكاملها أو جزء منها بحيث يظن المستهلك أنها العلامة الأصلية وذلك عن طريق المحاكاة التدلّيسية، أو التشبيه التدلّيسي، حيث يؤخذ بعين الاعتبار في جنحة تشبيه العلامة التشبيهات الإجمالية التي تؤدي بالمستهلك العادي إلى الخلط بين العلامتين الأمر الذي قد يؤدي إلى المساس بحقوق المستهلك الذي قد يستعمل منتجاً لا يتلائم مع ما يرغب فيه كما قد يمس بمصداقية المنتج الأصلي ونجد ذلك أكثر خطورة في حالة تقليد علامة الدواء حيث نكون أمام مساس بالصحة العامة كما قد يؤثر على الإقتصاد الوطني لأنه لا يساعد على الابتكار فالتقليد وفقاً لإجتهد المحكمة العليا يكمن في التشابه الموجود بين علامتين موضوعيتين على نفس المنتج ومن شأن هذا

¹-بولحية نبيل ، المرجع السابق ، ص 37 .

²-سارة بن صالح ، جريمة تقليد العلامة التجارية ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة العربي بن المهدي أم البواقي ، العدد 15 ، دفاتر السياسة القانونية ، 2016 ، ص 389.

التشابه أن يحدث لبسا أو خلط عند المستهلك متوسط الإنتباه وهو ما جاء في قرارها الصادر تحت رقم 26 وقد عرف الفقيه الفرنسي Galliquess التشبيه التدليسي بأنه:

L'apposition frauduleuse est : constitué par l'utilisation à des fins commerciales de la marque d'autrui pour désigner des articles différents de ceux auquel la destinait son titulaire

فالتشبيه التدليسي حسب هذا التعريف يقوم إذا ما استعمل الشخص علامة شخص آخر دون تقليدها، ويكون ذلك باستعمال البطاقات والملصقات الخاصة بالعلامات الأصلية على منتجات وبضائع متشابهة للمنتجات الأصلية كمواد التجميل وقارورات العطور¹.

المطلب الثاني: الاعتداءات على العلامة التجارية

صور الاعتداء على العلامة متعددة وعليه سنتطرق في هذا المطلب إلى الجرائم التي تقع على العلامات التجارية في الفروع التالية :

الفرع الأول: جريمة تزوير العلامة التجارية أو تقليدها

هذه الجريمة تعتبر الأساس في الجرائم التي تقع على الحق في العلامة التجارية البعض أعتبر أن لهذه الجريمة أربعة أركان وهي: تسجيل العلامة المدعى بتقليدها، وتشابه العلامتين، ووحدة الإنتاج، والقصد الجنائي².

أولا: الركن المادي لجريمة تزوير العلامة التجارية

لقد طرح الفقه أمثلة على السلوك الذي يمكن أن يقوم به الركن المادي لجريمة تزوير العلامة التجارية، وذلك دون أن يشير صراحة إلى التسمية الاصطلاحية لهذه الجريمة

¹ - سارة بن صالح ، المرجع السابق ، ص 390.

² - بولحية نبيل ، المرجع السابق ، ص 35.

تزوير العلامة التجاري. ويتمثل الركن المادي في هذه الجريمة بفعل التزوير أو التقليد الواقع على علامة تجارية، فما هو الفرق بين تزوير العلامة وتقليدها؟

المقصود بتزوير العلامة هو نقل العلامة المسجلة نقلا حرفيا وتاما بحيث تبدو مطابقة تماما للعلامة الأصلية. وكقاعدة عامة، فإن تزوير حقوق العلامة التجارية يعني استعمال نسخ طبق الأصل عنها أو طباعة علامة مسجلة أو تزيفها بقصد بيع سلعة أو الاعلان عن سلعة يحتمل أن تسبب تشويشا أو خداعا لدى المستهلك مما يرتب مسؤولية التزوير. أما التقليد فهو اتخاذ علامة تشبه في مجموعها العلامة الأصلية، مما قد يؤدي الى تضليل الجمهور أو خداعه لظنه أن العلامة أصلية، وبمعنى آخر، إذا اقتصر النقل على مجرد نقل العناصر الأساسية للعلامة أو نقل بعضها نقلا حرفيا مع إجراء الإضافات أو التغييرات فإن ذلك يعد تقليدا للعلامة لا تزويرا لها ومتى كانت العلامة مزورة¹.

فالأمر لا يثير صعوبة لأن التشابه بين العلامة الأصلية والعلامة المزورة يكون تاما، على خلاف التقليد الذي يقتضي إجراء المقارنة بين العلامتين لتحديد وجوه الاختلاف والتشابه بينهما.

إن الحكم بتوافر الركن المادي لجريمة تزوير العلامة التجارية يختلف في فعل التزوير عنه في التقليد، إذ أن مجرد وجود علامة مطابقة تماما للعلامة الأصلية يقتضي توافر الركن المادي لهذه الجريمة وهو هنا فعل تزوير، أما مجرد وجود علامة قريبة الشبه من العلامة الأصلية فهو لا يستلزم بالضرورة القول بتوافر هذا الركن وهو هنا فعل تقليد. وهنا يأتي دور القضاء لإعمال سلطته التقديرية في هذا المجال، بحيث يقرر توافر الركن المادي لجريمة التزوير إذا كان من شأن التشابه خداع الجمهور وتضليله ويقرر انتقاه بخلاف ذلك.²

يمكن رد الأسس التي يبني عليها وجود تشابه بين علامتين تجاريتين إلى ما يلي:

¹- اوشن حنان ، المرجع السابق ، ص 119 و 120.

²- اوشن حنان ، المرجع السابق ، ص 120.

• العبرة بأوجه الشبه بين العلامتين لا بأوجه الاختلاف:

إن القاعدة القانونية المقررة في جرائم التقليد تقضي بأن العبرة بوجه الشبه لا بوجه الاختلاف عند إجراء المقارنة بين العلامة الأصلية وبين العلامة الأخرى، فالتقليد يقوم إذا ما وصل التشابه بين علامتين إلى حد إيقاع جمهور المستهلكين في الخلط بين العلامتين بصرف النظر عما يوجد بينهما من اختلاف. وعليه فقد قضت محكمة العدل الأردنية في قرار لها بوجود تشابه وذلك الوجود تشابه بين تلك "SI-PHONE" وبين العلامة

SI-TONE بين العلامة العلامتين سواء من حيث الشكل أو اللفظ أو الأحرف) وفي حكم آخر لمحكمة الاستئناف تعتبر تقليدا لعلامة (Cairo-Col) المصرية، فقد حكمت المحكمة أن تسمية بالرغم من وجود اختلاف في الأجزاء المكونة لكل منهما.¹

• العبرة في المظهر العام في العلامتين لا بالعناصر الجزئية:

يتعين أن تكون العبرة عند إجراء المقارنة بين العلامة الأصلية وبين العلامة المدعى بتزويرها أو تقليدها بالتشابه بينهما في مظهرهما العام لا في تفاصيلها أو جزئياتها.²

• العبرة في تقدير المستهلك العادي متوسط الحرص:

إن التقليد أو التشابه ومن شأنه تضليل الجمهور وإحداث الخلط واللبس بين المنتجات، وعليه يتعين أن العبرة عند النظر للعلامة الأصلية والعلامة المدعى بتقليدها، عند تقدير توافر التقليد من عدمه إلى المستهلك العادي المتوسط الحرص والانتباه، والمعيار المعترف في هذا الصدد هو بما يخضع به المستهلك المعتاد المتوسط الحرص و الانتباه لا المستهلك المهمل الذي يشتري السلعة دون فحص عادي ولا المستهلك الحريص اليقظ الذي يكثر من الفحص و التدقيق قبل الشراء.³

¹- نفس المرجع ، ص 121.

²- نفس المرجع .

³- اوشن حنان ، المرجع السابق ، ص 122.

ثانيا: الركن المعنوي لجريمة تزوير العلامة أو تقليدها

إن جريمة تزوير العلامة التجارية -كغيرها من الجرائم العمدية - يجب أن يتوافر فيها القصد الجرمي العام، وهو ما عبر عنه المشرع بلفظ " النية، وقد عرفها المشرع في المادة من قانون الجزاء الكويتي لسنة 1960 بموجب المادة 41: (يعد القصد الجنائي متوافرا إذا ثبت اتجاه إرادة الفاعل إلى ارتكاب الفعل المكون للجريمة، والى إحداث النتيجة التي يعاقب القانون عليها في هذه الجريمة)¹.

ويبدو أن نية الاحتيال في هذه الجريمة مفترضة، ويمكن استخلاص تلك النية من جملة دلائل، إذ يعتبر الشخص بأنه قد زور علامة تجارية إذا صنع تلك العلامة التجارية أو أي علامة قريبة الشبه منها بصورة تؤدي إلى خداع الجمهور بدون موافقة صاحبها، كما أن جريمة التزوير لا تقع إلا إذا كانت العلامة التجارية مسجلة حسب الأصول الواردة في قانون العلامات التجارية، لهذا فإن قيام أحد بتزوير أو تقليد العلامة التجارية المسجلة يعتبر قرينة على توافر الاحتيال لديه، إذ يعتبر تسجيل العلامة التجارية قرينة على علم الغير بها، ولكن هذه القرينة ليست من القرائن القطعية بل من النوع البسيط التي يجوز إثبات عكسها، ويستطيع المتهم في هذه الجريمة أن ينفي قصد الاحتيال من خلال أمرين²:

❖ أن فعله تم بموافقة صاحب العلامة التجارية الأصلية.

❖ أن فعله لم يؤد إلى انخداع وتضليل الجمهور³.

الفرع الثاني: جريمة وضع علامة تجارية مملوكة للغير

لم ينص المشرع الجزائري في الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية صراحة على هذه الصورة من جرائم تقليد العلامة ، وهذا على خلاف الأمر رقم 457/66

¹- نفس المرجع .

²- نفس المرجع ، ص 123 و 122.

¹- نفس المرجع ، ص 123 .

⁴- الامر رقم 57/66 ، المؤرخ في 19 مارس 1966 ، يتعلق بعلامات المصنع و العلامات التجارية ، جريدة رسمية ، العدد 23 ، الصادرة بتاريخ 22 مارس 1966 .

الملغى ، حيث نصت المادة 28 منه على أنه: «يعاقب بغرامة من 1000 إلى 20.000 دج، وبسجن من ثلاثة أشهر إلى ثلاث سنوات أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط الذين يضعون عن طريق التدليس، على منتجاتهم أو على الأشياء التابعة لتجارتهم، علامة هي في ملك غيرهم»¹.

وتقوم جنحة وضع علامة تجارية مملوكة للغير على الركنيين المادي والمعنوي. الركن المادي: يقوم الركن المادي في هذه الصورة من صور الاعتداء على العلامة التجارية بوضع التاجر العلامة على أكياس أو علب أو قنينات أو أغلفة دون أن يكون مرخص له بوضعها على منتجاته ويشترط أن يكون وضع العلامة أو لصقها لغرض تجاري وليس لغرض التزيين أو التجميل، فالشخص العادي يستطيع أن يستعمل أي علامة على قنينة خاصة به، وحتى التاجر إذا ألصق العلامة على منتج أو خدمة غير مشابهة لا بعد ذلك تقليدا بل منافسة غير مشروعة².

أولاً: الركن المعنوي:

على خلاف الأمر 57/66 الملغى الذي كان يشترط القصد الجنائي الخاص في هذه الصورة من صور الاعتداء على العلامة، لم يشترط المشرع الجزائري في الأمر 03/06 المتعلق بالعلامات القصد الجنائي الخاص وإنما يكفي أن يتم اغتصاب العلامة أو وضع العلامة الأصلية على منتجات أو خدمات ليست تحت حمايتها كوضع المنتجات في زجاجات أو علب أو صناديق أو أكياس تحمل العلامة الأصلية المحمية، فلا يستوجب على المدعي المدني أو على النيابة العامة إثبات سوء النية أي أن مرتكب الفعل كان يهدف إلى الاستفادة من المزايا المتعلقة بالعلامة الأصلية إلا أن القوانين المقارنة تشترط لقيام هذه الجنحة أن ترتكب بقصد الغش، فلا يكفي القيام هذه الجريمة أن يقوم الفاعل بإحدى صور الركن المادي بل لا بد أن يكون لديه سوء النية وعليه إثبات حسن النية كعدم علمه بملكية

¹ - المادة 28 من الامر رقم 57/66 ، ص 264 .

² - ميلود سلامي ، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري و الاتفاقيات الدولية ، اطروحة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم القانونية ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة باتنة ، 2011-2012 ، ص 179 .

العلامة للغير، مع الأخذ بعين الاعتبار أن مسألة تقدير حسن النية هو من مسائل الواقع التي يختص بها قاضي الموضوع التي يستخلصها من ظروف ووقائع القضية المعروضة¹.

إلا أن هناك بعض النشاطات والمهن تشكل الفعل المادي لجريمة اغتصاب أو وضع علامة مملوكة للغير ولا مجال فيها للبحث عن حسن النية ففي مجال التجارة بمادة الإسمنت والكلس على سبيل المثال، فإن المتعامل لا يطمئن إلى العلامة الموضوعية على الأكياس، وإنما إلى ما يظهر حين غلق الأكياس².

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

اعتبر المشرع المصري هذه الجريمة مستقلة عن بقية الجرائم التي تمس العلامة التجارية، سواء كان البائع أو العارض أو الحائز للمنتجات التي تحمل العلامة المقلدة أو المزورة أو المغتصبة هو القائم بفعل التزوير أو التقليد أو الاغتصاب أم لا، وقد نصت على هذه الجريمة المادة 04/01/113 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري بقولها " ... كل من باع أو عرض للبيع أو للتداول أو حاز بقصد البيع أو التداول منتجات عليها علامة تجارية مزورة أو مقلدة أو موضوعة بغير حق مع علمه بذلك"³.

وعلى خلاف تشريع العلامات الجزائري الملغى⁴، لم ينص الأمر رقم 03-06 الذي تضمن قانون العلامات الجزائري صراحة على هذه الجريمة، وبالتالي تخضع كبقية الجرائم لنص المادة 26 منه باعتباره فعل من يمس بالحقوق الاستثنائية لصاحب العلامة ، وتقوم جريمة بيع منتجات عليها علامة مزورة أو مقلدة أو مغتصبة، على الركنين المادي والمعنوي⁵.

¹- ميلود سلامي ، المرجع السابق ، ص 181 .

²- نفس المرجع.

³- سماح محمدي ، المرجع السابق ، ص 150.

⁴- نصت المادة 3/82 من الأمر رقم 66-57 ، المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية ، على معاقبة كل من يبيع أو يعرض للبيع عن قصد منتجا واحدا أو عدة منتجات ملبسة بعلامات مقلدة أو موضوعة بطريق التدليس.

⁵-سماح محمدي ، المرجع السابق ، ص 150.

أولاً: الركن المادي

ويتحقق الركن المادي في هذه الجريمة إما بقيام الجاني ببيع أو عرض للبيع أو التداول أو حيازة بقصد البيع منتجات عليها علامة تجارية مزورة أو مقلدة أو موضوعة بغير حق مع علمه بذلك، أو أن يقدم أو يعرض تقديم خدمات تحت علامة تجارية مزورة أو مقلدة أو مستعملة بغير حق مع علمه بذلك.

ويقصد بالعرض وضع البضائع التي تحمل العلامة المزورة أو المقلدة أو المغتصبة بالمتجر أو بالمخازن بغرض بيعها، وتقوم هذه الجريمة سواء كان البائع أو العارض أو الحائز قام بتزوير أو تقليد أو اغتصاب العلامة أم لا¹.

ولم يتطرق الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات إلى السلع والبضائع المستوردة التي تحمل علامة مقلدة والتي انتشرت بكثرة في الجزائر، إلا أنه تطرق إليها ضمن قانون الجمارك 98-10، وذلك في المادة 22/2 منه على أنه تحضر عند الاستيراد، وتخضع إلى المصادرة البضائع الجزائرية والأجنبية المزيفة، ويقصد بالتزيف في هذه الحالة البضائع المزورة أو المقلدة.

ولا ينفي وقوع هذه الجريمة أن تكون السلع المباعة أو الخدمات المقدمة ليست مطابقة أو بذات جودة البضائع أو الخدمات المماثلة والتي تحمل العلامة الحقيقية أو حتى أفضل منها، كما يستوي أن يتم البيع مرة واحدة أو عدة مرات، وفي الحالة الأخيرة تعتبر جميع الأفعال المتكررة جريمة واحدة مستمرة لأنها ترتكب بقصد جنائي واحد².

ثانياً: الركن المعنوي

وصورته في هذه الجريمة هي القصد الجنائي العام والذي عبر عنه المشرع بعلم الفاعل، ومؤدي ذلك أنه لابد وأن يكون الجاني عالماً بأنه يبيع أو يعرض أو يحوز سلعا تحمل علامات مزورة أو مغتصبة، ويفترض دائماً حسن نية البائع أو العارض أو الحائز

¹- نفس المرجع .

²- سماح محمدي ، المرجع السابق ، ص 151.

بقصد البيع إلى أن يثبت المدعي عكس ذلك، ولهذا فإنه يجب على المحكمة أن تستظهر في حكمها - فضلا عن توافر ركن التزوير أو التقليد - توافر سوء النية وقيام ركن العلم لدى المتعامل واقامة الدليل عليه، وفي هذا الصدد قضت إحدى المحاكم المصرية بأن كل من عرض للبيع بضائع مقلدة وكان يعلم بتقليدها يعتبر مسئولا عنها كالمقلد، لأن حق الملكية حق عام يباشره صاحبه في مواجهة الكافة¹.

ولذلك فإنه لا ينفي المسؤولية الجنائية عن الجاني قوله أنه ليس المالك للبضاعة، وإنما هي تخص الغير، فالمشرع يعول على الحياة لتلك المنتجات التي تحمل علامة مزورة أو مقلدة، ذلك أن حياة السلعة بقصد البيع تعد فعلا معاقبا عليه، سواء كان الحائز هو المالك للبضاعة أم وكيفا بالعمولة، فمن توجد لديه السلعة التي تحمل العلامة التجارية المزورة أو المقلدة ويحوزها حياة عارضة يستحق العقاب ولن يلتفت إلى دفعه المذكور².

أما في الجزائر، فيستند الفقهاء لنصي المادتين 26 و32 من الأمر رقم 03-06 المتضمن القانون العلامات، للقول بعدم اشتراط المشرع للقصد الجنائي المتمثل في علمالمتهم بأنه يحوز أو يعرض أو يبيع سلعا أو يقدم خدمات تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو مغتصبة، فيكفي قيام التاجر بعرض أو بيع سلع أو خدمات مقلدة أو مزورة أو مغتصبة حتى تتم متابعتة بالجرم، وذلك بغض النظر عن علمه المسبق بتزوير أو تقليد تلك البضائع أو الخدمات، وذلك بخلاف قانون العلامات الملغى رقم 66-357 الذي اشترط العلم المسبق لقيام الجريمة في المادة 3/28 منه، وكذا القانون المصري المشار إليه سابقا، والقوانين المقارنة كالقانون الأردني والفرنسي واللبناني ... إلخ التي تشترط ضرورة العلم بأن المنتجات التي تم بيعها أو عرضها للبيع قد شابهها التزوير أو الغصب أو التقليد⁴.

¹ - نفس المرجع ، ص 151 و 152.

² - نفس المرجع ، ص 152.

³ - سماح محمدي ، المرجع السابق ، ص 153.

⁴ - نفس المرجع .

زيادة على العنصر المادي المتمثل في عرض أو بيع السلع التي لا تحمل علامة، فقد اشترط المشرع توافر العنصر المعنوي المتمثل في سوء النية من خلال استعمال مصطلح "تعمدوا" في نص المادة.

كما نصت المادة 33/ثانيا من قانون العلامات الجزائري، والمادة 3/114 من قانون الملكية الفكرية المصري على جنحة وضع علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها وفقا للمادة 4 من الأمر رقم 03-06 على السلع والخدمات، ويرجع سبب عدم التسجيل في الغالب إلى كون العلامة غير مشروعة، وتتحقق هذه الجريمة بمجرد توفر الركن المادي المتمثل في عرض سلعة لم تخضع للتسجيل¹.

الفرع الرابع: جرائم العلامات التجارية المرتكبة بطرق احتيالية

إن واقعتي البيان التجاري غير المطابق للحقيقة وخداع المشتري في مصدر البضاعة هما وسيلتان من وسائل الغش التجاري، وهذا الأخير هو عبارة عن استعمال طرق احتيالية من شأنها إيهام الجمهور وتضليله في صفات المنتجات والبضائع، أي أنه مظهر من مظاهر التدليس².

فالمشرع الجزائري والمصري لم يضع تعريفا للطرق الاحتيالية أسوة بالمشرع الفرنسي، لأنه على الرغم من المحاولات العديدة التي حاولها الفقه والقضاء لوضع تعريف جامع مانع للطرق الاحتيالية فمازال تعريفها غير متفق عليه. ولهذا عمد كل من المشرع الجزائري والمصري في سبيل تحديد الطرق الاحتيالية إلى تحديد أساليب التدليس في المادتين 429 و336 من قانون العقوبات³.

¹- نفس المرجع .

²-أمنة صامت ، المرجع السابق ، ص 106.

³- أمنة صامت ، المرجع السابق ، ص 106.

أولاً: جريمة استعمال بيان تجاري مخالف للحقيقة

تنص المادة 114 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002 على أنه: " مع عدم الإخلال بأية عقوبة أشد في أي قانون آخر، يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على ستة أشهر وبغرامة لا تقل عن ألفي جنيه ولا تجاوز عشرة آلاف جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين:

• كل من وضع بيانا تجاريا غير مطابق للحقيقة على منتجاته أو محاله أو مخازنه أو بها أو على عناوينها أو على الأغلفة أو الفواتير أو المكاتبات أو وسائل الإعلام أو على غير ذلك مما يستعمل في عرض المنتجات على الجمهور¹.

• كل من ذكر بغير حق على علاماته أو أوراقه التجارية بيانا يؤدي إلى الاعتقاد بحصول تسجيلها. 3- كل من استعمل علامة غير مسجلة في الأحوال المنصوص عليها في الفقرات (2، 3، 5، 7، 8) من المادة 67 من هذا القانون ..."

ورد في المادة 101 من القانون قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري رقم 82 لسنة 2002 على أنه: " يجب أن يكون البيان التجاري مطابقا للحقيقة من جميع الوجوه سواء أكان موضوعا على ذات المنتجات أو على الأغلفة أو الفواتير أو المكاتبات أو وسائل الإعلان أو غير ذلك مما يستعمل في عرض المنتجات على الجمهور، أو كان موضوعا على المحال أو المخازن أو بها أو على عناوينها ". كما تنص المادة 67 ثامنا من القانون ذاته على أنه لا يسجل كعلامة أو كعنصر منها، العلامات والمؤشرات الجغرافية التي من شأنها أن تضلل الجمهور أو تحدث لبسا لديه أو التي تتضمن بيانات كاذبة عن مصدر المنتجات من السلع والخدمات أو عن صفاتها الأخرى، وكذلك العلامات التي تحتوي على بيان اسم تجاري وهمي مقلد أو مزور².

¹- نفس المرجع ، ص 107 .

²- أمانة صامت ، المرجع السابق ، ص 107.

ثانيا: جريمة البيان التجاري غير المطابق للحقيقة:

كما عرفت المادة 100 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري البيان التجاري بأنه أي إيضاح يتعلق بصفة مباشرة أو غير مباشرة بأية صفة تلحق بالمنتجات، لذلك كان البيان التجاري عبارة عن وصف أو بيان يتعلق بالذات أو بالواسطة ككلمة أو عبارة أو رموز أو تصوير لهذه الصفات ، وتقع الجريمة متى كان البيان التجاري مخالفا للحقيقة لأن العبرة بالمطابقة للحقيقة وليس غير ذلك¹.

وحرصا من المشرع الفرنسي على حماية المستهلكين من هذا التضليل فقد عاقب الذي يقوم بتغيير البيانات الحقيقية الموضوعة على المنتج للإيحاء بأنها من مصدر مخالف للحقيقة².

وإذا كان النص الفرنسي يضاهاى النص المصري في هذه الأحوال، إلا أن النص الفرنسي قد عقد أساليب تغيير البيانات الحقيقية الموضوعة على المنتج ولكنه لم يشترط وضع البيانات غير الحقيقية على المنتجات ذاتها، حيث قرر أن البيانات يمكن تغييرها بواسطة إعلانات أو منشورات أو ملصقات أو بإظهار فواتير أو شهادات بأصل كاذب أو حتى بواسطة تقرير شفوي. بل إن المشرع الفرنسي قد أطلق هذه الوسائل بأن نص في هذه المادة بعد عبارة " أو بواسطة تقرير شفوي " على عبارة " أو بأية وسيلة أخرى "³.

¹- نفس المرجع ، ص 108.

²- نفس المرجع .

³-أمنة صامت ,المرجع السابق ,ص 109

في ختام هذا الفصل توصلنا إلى أن المشرع الجزائري وفر المناخ المناسب لصاحب العلامة، حتى يمكنه التعبير عن حقه في العلامة التجارية بكل حرية واطمئنان دون أن يتعرض إلى أي إعتداء أو إنتهاك ، حيث أقر التشريع الجزائري مسائرا غيره من التشريعات الحماية الجزائئية و بإقراره من خلاله لدعوى المنافسة المشروعة وجريمة التقليد، وهذا تماشيا مع الإتفاقيات الدولية المبرمة في هذا المجال تشجيعا للعمليات الإبداعية خدمة للإقتصاد الوطن.

الفصل الثاني

الآليات الجزائية لحماية

العلامة التجارية من

الاعتداءات

إن إتمام عملية التسجيل للعلامة بالشكل المنصوص عليه في القانون، ينتج عنه اعتراف قانوني بهذه العلامة؛ ويتجسد هذا الاعتراف في الاستفادة من الحماية القانونية التي يرتبها القانون لتلك العلامة المسجلة وتتجلى هذه الحماية في أصحاب العلامة حيث قرر له القانون دعوى قضائية، من خلالها يطلب حماية القضاء لحقه في العلامة ويمكن أن يقاضي كل من يعتدي على هذا الحق و من خلال استعراض نصوص القانون المنظم للعلامات في الجزائر نجد بأنه تشمل حماية العلامات نوعين من الحماية وهذا ما سوف نتناوله في المباحث التالية:

المبحث الأول: اجراءات الحماية العلامة التجارية جزائيا

المبحث الثاني: العقوبات الاصلية و التكميلية

المبحث الأول: إجراءات حماية العلامة التجارية

سنتطرق في هذا المبحث الى تحريك الدعوى الجزائية في (المطلب الاول) ثم نتطرق الى خصوصية الاجراءات المتابعة في حال الاعتداء الالكتروني في (المطلب الثاني).

المطلب الأول: تحريك الدعوى الجزائية

لكي يتم إضفاء الحماية الجزائية على العلامة التجارية يجب توفر جملة من الشروط المتعلقة برفع الدعوى (الفرع الاول) ، وبالعلامة في حد ذاتها، وكذا وجوب تحديد نطاق هذه الحماية (الفرع الثاني).

الفرع الأول: شروط الحماية الجزائية

نص المشرع الجزائري على أن الدعوى الجزائية الرامية إلى حماية العلامة التجارية لا تقبل إلا من مالك العلامة، أو صاحب الترخيص باستعمالها متى توفرت الشروط المنصوص عليها ضمن المادة 31 من قانون العلامات، وذلك ضد القائم بفعل الاعتداء¹. وبالنسبة لقانون 82-2002 المتعلق بحقوق الملكية الفكرية المصري، فنجد أنه يفتقر المثل هذا النص، غير أن الاجتهاد القضائي المصري قضى بعدم قبول الدعوى الجزائية من غير مالك العلامة أو من آلت إليهم حقوقه كالورثة أو المشتري والمتنازل له بشرط اتخاذ الإجراءات الخاصة بشهر نقل الملكية حتى يمكن الاحتجاج بهذا التصرف في مواجهة المعتدي².

كما يشترط لإقامة الدعوى الجزائية ضد المعتدي على الحق في العلامة أن تكون هذه الأخيرة مسجلة، إذ أنه طبقاً للتشريع الخاص بالعلامات فإن جنحة التقليد تخص العلامة المسجلة فقط، وعليه حتى تتمتع العلامة بحماية جزائية يجب أن يتوافر شرط أساسي وهو

¹- سماح محمدي ، المرجع السابق ، ص 121 .

²- نفس المرجع ، ص 122 .

شرط التسجيل، أي يجب أن يكون صاحب العلامة قد قام بكافة الإجراءات القانونية اللازمة لتسجيل علامته لدى المصلحة المختصة المتمثلة في المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية¹.

وعليه لا يستطيع صاحب العلامة إقامة الدعوى الجزائية قبل مباشرة إجراءات التسجيل أو إتمامها، أو حتى بعد انقضاء مدة التسجيل دون القيام بالتجديد وفقاً لإجراءات القانونية المنصوص عليها، باعتبار أن فعل الاعتداء لا يشكل في هذه الحالة جريمة.

ويشترط أيضاً لإقامة الدعوى الجزائية أن تكون العلامة صحيحة بمعنى أن تتوفر في العلامة الشروط الموضوعية لصحتها، من جدة ومشروعية وصفة المميّزة، فإذا تخلفت أحد هذه الشروط فإنه لا يمكن رفع دعوى التقليد، كأن تكون العلامة باطلة لتضمنها إشارة مخالفة للنظام العام والآداب العامة، أو مضللة أو غير مميّزة².

وتجدر الإشارة إلى أن الحماية الجزائية تكون مقيدة من حيث المكان طبقاً لمبدأ إقليمية العلامة، ومن حيث الزمان بفترة التسجيل³.

فمن حيث المكان تنحصر الحماية الجزائية للعلامة التجارية في حدود إقليم الدولة التي تم تسجيل العلامة فيها طبقاً لمبدأ إقليمية العلامة، إذ أن إيداع العلامة في الجزائر لا يربط آثاره إلا في ذات الإقليم ولا يتعداه إلى الدول الأخرى، وذلك مع عدم الإخلال بالاتفاقيات والمعاهدات الدولية الخاصة بحماية العلامة على الصعيد الدولي، فتلتزم الدول بتطبيق أحكام وبنود تلك الاتفاقيات متى انضمت إليها.

أما عن القيد الزمني فالعلامة تتمتع بحماية جزائية خلال فترة سريان التسجيل، أي من لحظة تسجيل العلامة لدى المصلحة المختصة، وعليه إذا وقع الاعتداء على العلامة

¹- سماح محمدي، المرجع السابق، ص 122.

²- نفس المرجع، ص 123.

³- نفس المرجع.

في وقت سابق على تسجيلها، أو بعد انقضائه لسبب ما، فلا تقوم الحماية، لأنها تقوم عند التسجيل وتزول بزواله¹.

الفرع الثاني: أصحاب الحق في تحريك الدعوى العمومية

الأصل أن تحرك الدعوى العمومية من قبل النيابة العامة حسب مقتضيات المادة 01 من قانون الإجراءات الجزائية، سواء من تلقاء نفسها أو بناء على شكوى مقدمة من قبل من المضرور بتلك الجريمة، لكن تخوفا من تماطلها وتراخيها في تحريك تلك الدعوى، أعطي هذا الحق للمضرور ذاته بأن يرفع شكواه أمام السيد قاضي التحقيق للدعاء أمامه مدنيا².

ويمكن التوجه، من الجهة المقابلة إلى طريق آخر لتحريكها، وهو طريق التكليف بالحضور المباشر أمام محكمة الجناح، فالمبدأ أن هذا الطريق مستبعد من دراستنا، لأن المادة 337 من قانون الإجراءات الجزائية حددت خمس حالات على سبيل الحصر لا يوجد بهن حالة التقليد، ولكن استثناء يمكن للمتضرر سلك هذا الطريق في حالة تحصله على ترخيص من النيابة العامة بذلك³.

أولاً: النيابة العامة

فبالنسبة للنيابة العامة فلا يثار أي إشكال، إذ هي المنوطة بها الدعوى العمومية في تحريكها ورفعها ومباشرتها القضاء وفقاً لبند نص المادة 01 من قانون الإجراءات الجزائية، فهي مختصة أصالة بذلك⁴.

¹- سماح محمدي ، المرجع السابق ، ص 123.

²- وهيبة اعوارم بن احمد ، مرجع سابق ، ص 250.

³- نفس المرجع .

⁴- نفس المرجع ، ص 252 .

فلوكيل الجمهورية طبقا للقواعد العامة في قانون العقوبات تحريك الدعوى وذلك لتطبيق القانون، وله ذلك أيضا فيما يتعلق بالعلامات، فإذا تبين لوكيل الجمهورية أن الجريمة قد اكتملت أركانها وأوصافها يقوم برفعها إلى المحكمة المختصة لمحاكمة المعتدي. وتجدر الإشارة هنا، أنه نظريا، النيابة تأخذ المبادرة في الدعوى، بما أن التقليد يكون جريمة، فالمتابعة الجزائية لا تتطلب شكوى من قبل الضحية، لكن عمليا لا تستطيع التصرف بذلك من تلقاء نفسها إلا إذا كانت العلامة مخالفة للنظام والآداب العامة¹.

ثانيا: المتضرر

فبإمكان الضحية تحريك الدعوى طبقا للشروط المحددة بالقانون، فالطريق الاعتيادي هو أنه لا تصل هذه الجرائم إلى علم السلطات القضائية إلا عن طريقها، باعتبار أن مالك العلامة هو وحده الذي يعرف جيدا علامته والمنتج الموضوع عليها، فلا يمكن للمضرور من الدعوى إلا تحريكها، أما مصير مباشرتها فمن اهتمام النيابة العامة لوحدها ولا يوضع التنازل عن الشكوى حد الجزائية بل لا يسقط إلا حقه في التعويضات المدنية إذا تنازل عنها صراحة.²

ثالثا: المالك للعلامة

يتمتع بصفة المالك للعلامة، كل مسجل لها، وذلك بالنسبة للدول التي تعتبر تسجيل العلامة كقرينة قاطعة على ملكية العلامة وندخل الجزائر في هذا النطاق، أو مستعمل العلامة بالنسبة للدول التي تعتمد على من يستعمل لأول مرة العلامة كقرينة على ملكيتها كفرنسا³.

¹ - وهيبة اعوارم بن احمد ، مرجع سابق ، ص 252 .

² - نفس المرجع .

³ - نفس المرجع ، ص 253 .

فالدعوى الجزائية، إذن تتحرك غالبا من صاحب الحق الذي هو مالك العلامة المسجلة أو من آلت إليه الملكية، فتسجيل العلامة يخول لصاحبها ليس فقط حق ملكيتها على السلع والخدمات التي يعينها لها، و حق التنازل عنها ومنح رخص استغلال، بل يخول كذلك منع الغير من استعمال علامة تجاريا دون ترخيص مسبق منه على سلع أو خدمات مماثلة أو مشابهة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها ، فيمكن له التمسك بذلك الحق في مواجهة الغير الذي يستعمل تجاريا علامة مشابهة تؤدي إلى اللبس بين سلع وخدمات مطابقة أو مشابهة، دون ترخيص منه¹ .

إنه بمجرد إيداع محضر تسجيل العلامة لدى المعهد الجزائري سلكية الصناعية، يسلم هذا الأخير للمالك بعد أن يتأكد من أن شروط الإيداع المطلوبة متوافرة لا سيما نموذج العلامة وبيان المنتجات أو الخدمات التي تنطبق عليها هذه العلامة وختم أي كليشيه العلامة وإثبات دفع الرسوم ووكالة بخط اليد إذا كان المودع يمثله وكيله وبعد التأكد من توافر هذه الشروط يمنح للمالك محضر إيداع.

ومن جهة أخرى يقع على المتهم إثبات عكس ما قدمه المالك من وثائق تثبت ملكيته للعلامة، أو أن المالك الحقيقي قام فعلا بعملية إيداع العلامة إلا أنه لم يقم باستعمالها خلال الفترة التي يمنح فيها القانون لك الأصلي وجوب استعمالها وإلا سقطت عنه، وحددها قانون العلامات ب 03 سنوات دون انقطاع في مادته 11 فقرة 101².

رابعا: المتنازل له على الحق في العلامة

ينص قانون العلامات في مادته 14 بمعزل عن التحويل الكلي أو الجزئي للمؤسسة، يمكن نقل الحقوق المخولة عن طلب التسجيل أو تسجيل العلامة كليا أو جزئيا أو رهنها.

¹- وهيبة اعوارم بن احمد, مرجع سابق , ص 254.

²- نفس المرجع , ص 255 و256 .

بعد انتقال الحق باطلا إذا كان الغرض منه تضليل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يتعلق على وجه الخصوص بطبيعة أو مصدر أو بطريقة صنع أو خصائص أو قابلية استخدام السلع أو الخدمات التي تشملها العلامة، ويثبت الانتقال بدمج المؤسسات أو بأي شكل آخر الحلول المؤسسات بأي وثيقة تثبت هذا الانتقال للتشريع الذي ينظم الانتقال.¹

وعلى ضوء هذا التحويل والنقل القانوني المستوي له شروطه الشكلية سيما المتعلقة منها بالكتابة وإمضاء الأطراف وفقا لرفع، بعد الإعدار، دعوى التقليد إذا لم يمارس المالك هذا الحق به "، فيمكن للمرخص له مباشرة دعوى التقليد إذا لم يمارس هذا الحق مالكا الأصلي.

ويمكن أن تكون الحقوق المرتبطة بالعلامة موضوع رخصة استغلال واحدة أو إستثنائية أو غير إستثنائية، لكل أو لجزء من السلع أو الخدمات التي تم إيداع أو تسجيل العلامة بشأنها.

كما يمكن لصاحب العلامة التمسك بالحقوق المكتسبة تجاه حامل الرخصة الذي يخل بالشروط المذكورة آنفا، ويعتبر استعمال علامة من قبل حامل الرخصة بمثابة استعمال من قبل المودع أو مالك العلامة نفسه.²

خامسا: نقابة العمال

في فرنسا ووفقا لقانون 1964/12/31 المتعلق بالعلامات فإن النقابات العمالية الحق في رفع دعوى ضد كل من ينتهك الحق في ملكية العلامة وكذلك وفقا لقانون 1920/03/12 المتعلق بالعمل، ولكن هذا التدخل الذي يمنحه القانون لصالح النقابات

¹-وهيئة اعوارم بن احمد ، مرجع سابق ، ص 256.

²- نفس المرجع ، ص 256.

العمالية مقيد بأن يكون خرق الحق في ملكية العلامة من شأنه أن يحدث ضرر بالمصلحة العامة للعمال¹.

بالرجوع إلى قانون 90-14 المؤرخ في 2 يونيو 1990 المتعلق بكيفيات ممارسة الحق النقابي وفي المادة 16 منه تنص على " تكتسب المنظمة النقابية الشخصية المعنوية، والأهلية المدنية بمجرد تأسيسها، ويمكنها أن تقوم بما يأتي: التقاضي وممارسة الحقوق المخصصة الطرف المدني لدى الجهات القضائية المختصة عقب وقائع لها علاقة بهدفها، وألحقت أضراراً بمصالح أعضائها الفردية أو الجماعية المادية أو المعنوية"²

وتجدر الإشارة في هذا الصدد أن أهلية النقابة للتقاضي سواء قضايا الخاصة بها كشخص معنوي أو التقاضي نيابة عن أعضائها، كذلك ممارسة حق التأسيس كطرف مدني في القضايا التي لم تعد محل نقاش أو جدل بين رجال الفقه والقضاء، بعد أن حسم الأمر من طرف المشرع باعترافه للمنظمة المهنية بهذا الحق صراحة.

سادسا: المستهلك

لقد قدم المرسوم التنفيذي الامر رقم 90-39 لرقابة الجودة وقمع الغش³ تعريفا للمستهلك وذلك في المادة 2 منه: "يقصد بالمستهلك كل شخص يقتني بئس أو مجاناً منتجاً أو خدمة للاستعمال الوسيطى أو النهائى لسد حاجاته الشخصية حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به"⁴.

لقد اعترف الفقه في فرنسا للمستهلك باللجوء إلى القضاء كون المشرع أراد حماية المستهلك والمنتج على حد متساوي⁵.

¹- نفس المرجع ، ص 259 و 260 .

²-وهيئة اعوارم بن احمد ، مرجع سابق ، ص 258 .

³- مرسوم تنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 جانفي 1990 ، المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش ، جريدة الرسمية ، العدد 05 ، الصادر في 31 جانفي 1990.

⁴- المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 ، مرجع سابق ، ص 203 .

⁵- وهيئة اعوارم بن احمد ، مرجع سابق ، ص 261 و 262 .

سابعا: جمعية حماية المستهلك

لقد أنط القانون الهيئات معينة سلطة رفع الدعوى، حماية المصلحة جماعية أو مشتركة معينة، ولن تكتمل هذه الحماية إلا إذا اعترف لها صراحة بالصفة برفعها.

وهذا ما راح إليه القانون المتعلق بالجمعيات، بحيث يسمح للجمعيات وبصفة عامة بممارسة الحقوق المخولة للطرف المدني، بالنسبة للضرر الذي يمس المصالح الفردية أو الجماعية لأعضائها¹.

ولكن حتى تقبل دعوى الجمعية، لابد أن تكون هذه الأخيرة رات الشخصية المعنوية أي أنها نشأت وفق الشروط القانونية الواردة في هذا القانون.

ولم تعد نشأة الجمعيات تخضع لإجراءات الاعتماد، كما كان معمول به من قبل، إنما تنشأ بمجرد تصريح يودع، إما أمام والي ولاية مقر الجمعية التي تضم مجال إقليمي لبلدية واحدة أو عدة بلديات في الولاية الواحدة، فنكون بذلك أمام جمعية محلية، وإما أن يودع التصريح أمام وزير الداخلية، فنكون بذلك أمام جمعية ذات صبغة وطنية أو مشتركة بين الولايات².

وتخضع جمعيات حماية المستهلك من حيث شروط تكوينها ونشأتها وسيرها، إلى القانون المتعلق بالجمعيات.

ومن آثار اكتسابها للشخصية القانونية وفقا لهذا القانون، هو أحقيتها في رفع دعوى قضائية، أما فيما يخص صفتها في تمثيل المصالح " للمستهلكين أمام الجهات القضائية المختصة، فهو معترف لها بها بموجب المادة 12 في فقرتها الثانية من قانون 89-02

¹- وهيبة اعوارم بن احمد ، مرجع سابق ، ص 262.

²- نفس المرجع ، ص 263.

المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، وهو ما تؤكدته كذلك المادة 96 القانون المتعلق بالمنافسة¹.

الفرع الثالث: خصوصية الإثبات في الجرائم الواقعة على العلامة التجارية

ان وقائع التقليد بسيطة بحيث يمكن اثباتها بجميع الوسائل بما فيه شهادة الشهود. فمعاناة المحضر القضائي لها حجيتها إلى حين الطعن فيها بالتزوير فيما تم معاينته شخصياً.

ففي بعض البلدان يمكن اللجوء إلى تحقيقات الأسواق للوصول إلى تقصي رد الفعل الجمهور في مادة اقتباس العلامة أو المساس بشهرتها. فالقضاة يجب ان يكونوا حذرين للاقتناع بأية وثيقة أو شهادة يمكن أن يقدمها الخصوم.²

وعلى المستوى الدولي يمكن أن يكون المذنب كل من تلقى البضاعة فقط وحده الذي يمكن متابعته وربما يكون هو الضحية أمام عدم متابعة الفاعل الحقيقي.

انه امام اشكالية الاثبات الخاصة في مادة التقليد العلامات وضع المشرع اجراءات خاصة منها الاستعانة بالخبر لضبط واقعة التعدي على العلامات والحجوز في مادة التقليد وهي طريقة اثبات ممتازة تسمى بحجز التقليد وقبل مناقشة اجراء الحجز الخاص فانه يمكننا دراسة مشروعية الاستعانة بالخبرة لدراسة واقعة التعدي على العلامات³.

أولاً: الإثبات عن طريق الخبرة وحجز المقلد

إن جرائم التقليد هي وقائع بسيطة ويمكن إثباتها بجميع الطرق حتى بشهادة الشهود. فمعاناة المحضر القضائي لها حجية إلى حين اثبات العكس. ففي بعض البلدان يمكن

¹- وهيبة اعوارم بن احمد ، مرجع سابق ، ص 263 و 264.

²- رايح فاضل ، مرجع سابق ، ص 313 .

³- نفس المرجع .

اللجوء إلى تحريات على مستوى الأسواق لأجل النظر في رد الفعل الجمهور في مادة التقليد أو شهرة العلامات.

وعلى المستوى الدولي يمكن أن يكون المتهم من يستقبل البضاعة ومن ثم يمكن متابعته وحده الشيء الذي لا يكشف الفاعل الحقيقي وقد تضيع حقوق الضحية وعيب الإثبات يقع على الضحية حسب القواعد العامة لإثبات وتفسير ذلك قيام إجراءات خاصة المتعلقة بالإجراءات التحفظية لفائدة صاحب العلامة محل الاعتداء¹.

ونعتقد أن تحليل تلك الإجراءات دي أهمية بمكان في مادة الإثبات الجزائي سواء على المستوى العادي أو على مستوى جهاز الجمارك.

ثانيا: مشروعية الاستعانة بالخبرة لضبط واقعة التعدي

بالرجوع إلى المادة 34 من قانون العلامات: فإنه يمكن لمالك العلامة بموجب أمر من رئيس العلامة الاستعانة عند الاقتضاء، بخبير للقيام بوصف دقيق للسلع التي يزعم أن وضع العلامة عليها قد ألحق به ضرر وذلك بالحجز أو بدونه ويتم إصدار الأمر على ذيل عريضة بناء على إثبات تسجيل العلامة².

وباستقراء غالبية التشريعات الخاصة بالعلامات ومحاولة توفير أقصى حماية للعلامات فقد نصت غالبيتها على اجراءات تحفظية تمكن مالك العلامة التجارية من التقديم بطلب إلى المحكمة صاحبة الاختصاص قبل اقامة الدعوى أو أثناء سيرها، ويأخذ هذا الطلب صفة الاستعجال، مما يعتبر هذا الطلب خروجاً على اجراءات التقاضي في المسائل الجزائية.

إن للإجراءات التحفظية التي يمكن للمحكمة اتخاذها قبل إقامة الدعوى أو أثناء نظرها أهمية كبيرة إذن أن الغرض من اتخاذ الإجراءات التحفظية تيسير إثبات واقعة

¹- رايح فاضل ، مرجع سابق ، ص 313.

²- نفس المرجع ، ص 314 .

الاعتداء على العلامة التجارية، وضبط جسم الجريمة، إضافة إلى منع استمرار التعدي على العلامة التجارية بتزويرها أو تقليدها أو استعمالها بغير وجه حق¹.

يجوز لصاحب العلامة أن يطلب بمقتضى أمر من رئيس المحكمة إجراء الوصف المفصل للسلع بمساعدة خبير عند الاقتراع مع الحجز أو بدونه للمنتوجات التي يدعي أنها تحمل علامة تسبب له ضررا.

وقد أجاز المشرع المصري في المادة 115 من قانون حماية الملكية الفكرية: لكل ذي شأن اتخاذ الإجراءات التحفظية بناء على طلب يتقدم به إلى رئيس المحكمة المختصة ومن هذه الإجراءات إثبات واقعة الاعتداء على الحق محل الحماية أو إجراء حصر ووصف تفصيلي لآلات والأدوات التي قد استخدمت في ارتكاب الجريمة والمنتجات والبضائع والعناوين المحال أو الأغلفة والفواتير أو المكاتبات أو وسائل الإعلام أو غير ذلك مما تكون قد وضعت عليه العلامة أو البيان أو المؤشر الجغرافي موضوع الجريمة².

إن القانون الفرنسي جعل مسألة الوصف الدقيق للمنتوجات الحاملة للعلامة محل الاعتداء عن طريق خبير من اختصاص القاضي الاستعجالي.

ونعتقد أن تعيين الخبير حسب المادة 34 من قانون العلامات الجزائري بموجب أمر على ذيل العريضة يكون خرقاً لمبدأ القواعد المتعلقة بحقوق الدفاع من وجهة الإجراءات في مادة الإثبات³.

ثالثاً: الحجز التحفظي على البضائع للمحافظة على الدليل

بالرجوع إلى المادة 34 من قانون العلامات يتبين انه يمكن الاستعانة بأمر ولأني بضرب الحجز التحفظي على البضاعة الحاملة للعلامة المشبوهة.

¹- رابح فاضل ، مرجع سابق ، ص 314 .

²- نفس المرجع ، ص 315 .

³- نفس المرجع .

المالك العلامة المدعي بضرر أن يلتمس قبا اختياره الطريق المدني أو الجزائي أن يطلب من رئيس المحكمة المختص بموجب أمر على ذيل العريضة بإجراء الحجز التحفظي على البضاعة الحاملة للعلامة محل الاعتداء.

وهذه الإجراءات ذات خصوصية إذ انه لا يتصور ان يتم توظيف الحجز المدني في المادة الجزائية ولكن المادة 35 من نفس القانون صرحت أن الحجز يعد باطلا بقوة القانون إذا لم يلتمس الضحية المتضرر الطريق المدني أو الجزائي خلال شهر¹.

إن المشرع لم يمنح تفصيلا أو توضيحا لعمليات الحجز للمنتوجات المشتبه فيها رغم أنها اجراءات استثنائية وخارجة عن الإطار الجزائي لقانون العقوبات.

نعتمد في الحالة الأولى، فإن المنتوجات يمكن أن تبقى في يد المحتجز ضده أي توضع تحت حراسته إلا أن بيت قاضي الموضوع في شأنها، أما الحالة الثانية فإن الأشياء أو المنتوجات المشتبه فيها يمكن أن تودع لدى أمين رئيس أمناء الضبط للمحكمة أو تترك تحت حراسة المحتجز ضده تحت طائلة قانون العقوبات في مادة تبديد المحجوزات².

وترجع السلطة التقديرية لرئيس المحكمة في الأمر بالحجز الوصفي أو الحقيقي ويمكن لرئيس المحكمة. ونلاحظ أن المشرع أجاز الأمر بدفع كفالة من قبل العارض حينما يتأكد الحجز.

نلاحظ أن المشرع الجزائي لم ينص على إجراءات التبليغ وحقوق الاعتراض للأمر المتعلق بالتدابير التحفظية سواء الاستعانة بخبير أو بحجز التقليد طبقا لأحكام المادة 34 من قانون العلامات السابقة الذكر.

¹- رايح فاضل ,مرجع سابق , ص 315

²- رايح فاضل , مرجع سابق , ص 316

إن المشرع الجزائري سكت عن مدى إمكانية الطعن ضد الأمر المذكور من قبل كل ذي مصلحة، بينما المشرع الفرنسي نص على ذلك في المادة 07-716-L. ولكنه أجاز له إقامة دعوى استعجالية بوقف الحجز أو تحويل الحجز الحقيقي إلى الحجز الوصفي¹.

الفرع الرابع: القضاء المختص

قبل معرفة أي الجهات القضائية مختصة في الفصل في جنحة تقليد العلامة التجارية، يجدر أولاً معرفة كيف وصلت القضية إلى قاضي الحكم والتي عادة تتم عن طريق الإحالة، وهي ذلك الإجراء الذي يترتب عليه دخول الدعوى في حوزة المحكمة بناءً على تكليف مباشر بالحضور من طرف وكيل الجمهورية أو بناءً على إصدار أمر من قاضي التحقيق².

ونكون أمام إحالة الدعوى بعد ترجيح قيام قرائن كافية تجاه المتهم من طرف النيابة العامة أو من سلطة التحقيق، فإذا كان صادراً عن النيابة العامة فهو أمر إداري، لا يجوز الطعن فيه من أية جهة، كما لا يقبل التراجع عنه، وأما الأمر بالإحالة الصادر عن قاضي التحقيق، فهو أمر من أوامر التصرف فلا يمكن الطعن فيه إلا من قبل وكيل الجمهورية والنائب العام، أما المدعي في الحق المدني فليس له حق الطعن في الأمر الصادر بالإحالة ولا المصلحة له في هذا الطعن، كما لا يجوز للمتهم كذلك الطعن فيه³.

وباعتبار أن جريمة التقليد لها وصف الجنحة، فإن النيابة العامة تملك إحالة وقائع قضية تقليد العلامة التجارية إلى محكمة الجناح، كما يملك قاضي التحقيق الإحالة إليها، وفي كلتا الحالتين قراراتهما لا تقبل الطعن بالاستئناف إلا أمر الإحالة الصادر عن قاضي

¹- رايح فاضل ، مرجع سابق ، ص 317.

²- وهيبة اعوارم بن احمد ، مرجع سابق ، ص 315 .

³- نفس المرجع ، ص 316.

التحقيق، فانه يقبل الاستئناف من طرف النيابة العامة فحسب، باعتبارها تملك استئناف كافة أوامر قاضي التحقيق¹.

فالاختصاص هو السلطة التي يقرها القانون للقضاء في أن ينظر دعاوى من نوع معين حدده له، فالقاضي الجنائي تتقيد ولايته بالوظيفة المنوطة به، وفي حدود هذه الولاية تخصص وظيفة القاضي بقدر معين، ومؤدى ذلك أن المشرع يقسم الجرائم ويحدد الدعاوى المختلفة الناشئة عنها ويبين المحاكم المختلفة التي تختص بكل منها. وأهم ما يميز الاختصاص مجال الإجراءات الجزائية ما يلي:

قواعد الاختصاص من النظام العام: تعتبر قواعد الاختصاص من النظام العام، ويترتب على ذلك ما يلي:

- على المحكمة أن تتحرى اختصاصها بنفسها قبل النظر في موضوع الدعوى، ولها أن تقضي بعدم الاختصاص من تلقاء نفسها وعلى الرغم من قبول الأطراف لهذا الاختصاص.
- يجوز للنيابة العامة أن تدفع بعدم اختصاص المحكمة على الرغم من أنها هي التي طرحت الدعوى على المحكمة، إذ لا يجوز الاحتجاج عليها بقبول الاختصاص ابتداء.
- يجوز لأطراف الدعوى الدفع بعدم الاختصاص في أية حالة كانت عليها الدعوى ولو لأول مرة أمام المحكمة العليا.
- إن الدفع بعدم الاختصاص من الدفوع الجوهرية التي تلزم المحكمة بالرد عليه قبولاً أو رفضاً، ومن أجل التطرق إلى المسائل التي يطرحها الاختصاص وكيفية الحكم في الدعوى، وفي مجال التقليد للعلامات².

¹- وهيبة اعوارم بن احمد ، مرجع سابق ، ص 316 .

²- وهيبة اعوارم بن احمد ، مرجع سابق ، ص 317 و 318 .

أولاً: الاختصاص النوعي

يتحدد الاختصاص النوعي حسب نوع الجريمة وجسامتها التي بها الدعوى، إذ يقوم هذا الاختصاص على أساس تقسيم الجرائم جنائيات، جنح ومخالفات، فقد حددها المشرع الجزائري وفقاً لقانون العقوبات إلى محاكم الجنائيات، ومحاكم الجنح، ومحاكم المخالفات، ولكن يمكن لمحكمة الجنح أن تفصل في المخالفات ويمكن كذلك لمحكمة الجنائيات الفصل في الجنح والمخالفات طبقاً للقاعدة من يملك الكل يملك الجزء¹.

إن القانون قد منح لصاحب الحق في العلامة المعتدى عليه حق الخيار بين طريقتين، الطريق الجزائي أو الطريق المدني.

وعليه، ففي حالة اختيار الطريق الجزائي، فإن المحكمة الجزائية هي التي تنظر في الجرائم الواقعة على العلامة، واعتباراً أن الشرع لم ينص في قانون العلامات على الاختصاص، مما يجعلنا نرجع إلى القواعد العامة.

واعتباراً أن جريمة التقليد جنحة، فإن محاكم الجنح هي المختصة بالفصل في كل الانتهاكات المنصوص عليها في القانون كما عبر عليها المشرع بمصطلح "كل مساس بحقوق العلامة".

وتجدر الإشارة في هذا الصدد إلى مدى اختصاص المحكمة الجزائية في الفصل في الاستثناءات سواء المتعلقة بالبطلان أو ملكية العلامة، فإذا عدنا إلى المادة 37 فقرة 2 من الأمر 66/57 الملغي، أنه في حالة الدعوى الجزائية تبت المحكمة المختصة في الاستثناء المتعلق بملكية العلامات بقولها في الفقرة الثانية منها: " ترفع إلى المحاكم الدعاوى المدنية المتعلقة بالعلامات، وفي حالة دعوى جنائية تبت المحكمة المختصة في الاستثناء المتعلق بملكية العلامات " ، فالمحكمة الجزائية لها فقط الفصل في الاستثناء المتعلق بملكية العلامة

¹- وهيبه اعوارم بن احمد ، مرجع سابق ، ص 319 .

فلا امتداد - للمسائل الأخرى كالبطلان والانقضاء باعتبار أن قانون العقوبات يجب أن يفسر تفسيراً ضيقاً.¹

إلا أنه وبالرجوع إلى قانون العلامات الحالي واستناداً للمادة 29 منه يستشف وأن للمحكمة الفاصلة في جنحة التقليد اتخاذ من تلقاء نفسها عند الاقتضاء إجراءي الأبطال أو إلغاء العلامة التجارية، أو بناء على طلب المدعى عليه طبقاً للمادة 30 منه.

يثير الاختصاص النوعي في جريمة التقليد للعلامة أهمية كبيرة، خاصة وأن مواد قانون العلامات جاءت في مجملها غير واضحة في تحديد الجهة المختصة بالنظر في نوع معين من النزاعات التي قد تطرح على القضاء في ميدان العلامات، وأمام الغياب الكلي لمسألة الاختصاص فيه فإنه لابد علينا من الرجوع إلى القواعد العامة المتواجدة في قانون الإجراءات الجزائية سيما المادة 330 منه والتي تنص على أن "تختص المحكمة المطروحة أمامها الدعوى العمومية بالفصل في جميع الدفوع التي يبديها المتهم دفاعاً عن نفسه ما لم ينص القانون على غير ذلك"، فالقاضي الجزائي وباعتبار أن الدعوى المرفوعة أمامه هي دعوى التقليد بمفهومها الواسع فإن المسائل المثارة بصدد هذا هي مجرد مسائل أولية يختص بالفصل فيها قانوناً فقاضي الأصل هو قاضي الفرع"، وهذا ما يتجاوب إلى حد مع نص المادتين 29 و37 السالفتي الذكر.³

ولكن هناك من يذهب عكس ذلك، فكل المسائل المتعلقة بالعلامة التجارية من ملكية أو انقضاء أو إبطال أو إلغاء... يرى أن اختصاصها القضائي يعود إلى المحكمة المدنية، فإذا ما عرض النزاع على المحكمة الجزائية كون التصرف يكون قانوناً وصفاً جرمياً - تقليد بمفهومه الواسع - وأثيرت تلك المسائل فعلى القاضي الجزائي إصدار حكم بإرجاء الفصل

¹- وهيبة اعوارم بن احمد ، مرجع سابق ، ص 320 .

²- نفس المرجع ، ص 321 .

³- نفس المرجع ، ص 322 .

في القضية الجزائية لحين الفصل في المسألة الفرعية والمتعلقة بالحق في العلامة لكون المسائل الفرعية هي استثناء من قاعدة قاضي الأصل هو قاضي الفرع.

وعلى كل، فإن القضاء المدني يعد مختص بالنظر في المنازعات اب تتعلق بالعلامات في حالة وجود نزاع حول ملكية العلامة، فيبحث القاضي المدني حول ما إذا كانت العلامة مسجلة أو غير مسجلة لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية، فإذا كانت كل من العلامتين مسجلة، فالملكية ترجع إلى من سجلها أولاً، ويعد تاريخ الإيداع هو تاريخ التسجيل¹.

يلاحظ الغياب الكلي لأية مادة في قانون العلامات، إلى اختصاص القسم التجاري بالنظر في المنازعات التي تتعلق بالمنافسة غير المشروعة في مجال العلامات، وبما أن أساس الدعوى مستمد من المادة 124 من القانون المدني فإن كل من القسم المدني والتجاري يعد مختص بالنظر فيها، خاصة وأنه لا يوجد فصل بين المحاكم التجارية والمحاكم المدنية في الجزائر.

ثانياً: الاختصاص المحلي

نظراً لاتساع الدول المختلفة، فإنه ومن غير الممكن حصر الاختصاص بالجرائم التي تقع على أرضها المحكمة واحدة، لذا درجت كافة التشريعات على تقسيم الدولة إلى مجموعة من الدوائر بحيث تختص كل محكمة بالجرائم التي تقع في دائرتها، وهي في ذلك تعتمد على معايير عدة هي:

1- محل وقوع الجريمة ومحل إقامة المتهم

من البديهي أن يتحدد اختصاص المحكمة بمكان وقوع الجريمة أو مكان إقامة أحد الأشخاص المشتبه في مساهمتهم في الجريمة، والمقصود هنا بمحل الإقامة، الموطن أي

¹ - وهيبة اعوارم بن احمد ، مرجع سابق ، ص 323 .

الموطن الفعلي الذي يتخذهُ المتهم مقاما له حين وقعت الجريمة أو حين وقعت الشكوى ضده، وإذا كان للمتهم أكثر من مكان واحد للإقامة، فإن كل محكمة يقع في دائرتها محل الإقامة المشتبه فيه تعد مختصة¹.

2- محل القبض على المتهم

المقصود بمحل القبض على المتهم، المكان الذي تم في دائرته توقيف المتهم أو إلقاء القبض على أحد الأشخاص المشتبه في مساهمتهم في الجريمة، سواء كان هذا الشخص فاعلا أو شريكا، وحتى ولو كان هذا القبض قد حصل لسبب آخر.

وتجسيدا لذلك، يحق لمالك العلامة المسجلة، أو من آلت إليه الملكية، وللنيابة العامة تحريك الدعوى الجزائية التي تنشأ عن جرائم الاعتداء على العلامة، ويجوز للمدعى عليه أن يتمسك بعدم قبول الدعوى لرفعها من غير ذي صفة².

ولكل فعل ضار مكان تختص به محكمة ذلك المكان، لكن قد ترتكب الجريمة وتظهر عدة أماكن، كتقليد العلامة التجارية وبيع السلع التي تحملها في عدة أماكن في الأماكن تختص في نظر الدعوى وفق التشريع الجزائري؟

لتحديد اختصاص هيئة قضائية دون الأخرى بالنظر في جريمة التقليد العلامة التجارية يجب الرجوع إلى القواعد العامة المنصوص عليها المادة 329 من قانون الإجراءات الجزائية والتي اعتمدت على المعايير الثلاث السالفة الذكر، وهي "مكان إقامة أحد المتهمين أو مكان والرجوع إلى القواعد العامة في هذا المجال يرجع لكون قانون العلامات لم يأت بقواعد خاصة تخالف القواعد العامة، فالمحكمة المختصة هي محكمة الواقع في دائرة اختصاصها تقليد أحد عناصر الملكية الصناعية، فقد يكون التقليد في المنشأة فتكون المحكمة المختصة هي مكان تلك منشأة لكونها المكان الخاص بالتجارة، وقد يمتد إلى عدة

¹-وهيبة اعوارم بن احمد، مرجع سابق، ص 324 و 325 .
²- نفس المرجع، ص 325 .

منشآت فيكون كل منها مسؤولاً ، بالتالي فالمحكمة المختصة هي محكمة مكان التنفيذ أو مكان التقليد أو الاستعمال أو بيع المواد مقلدة ، أما إذا وقع التقليد وبدأ الجاني أو الغير بنقل هذه البضاعة إلى مكان آخر بقصد بيعها وقبل أن يتم البيع تم القبض على الجناة، فتعد المحكمة المختصة هي محكمة مكان القبض عليهم، وقد لا يتم القبض عليهم في مكان التقليد أو البيع وإنما يوجد ادعاء ضدهم في قضية أخرى، وتبين من خلال المحاكمة أن هناك تقليداً أو بيع مواد مقلدة أو استعمال أو مس بحقوق المالك فالمحكمة المختصة هي محكمة الناظرة في الدعوى الأصلية، وبالنسبة لمحكمة محل الإقامة فهي محكمة إقامة المتهم في مسكنه¹، إذ وجدت البضاعة في مسكنه بسبب الخزن أو بسبب الاستعمال أو أي سبب آخر، ويمكن لأي محكمة من هذه المحاكم اتخاذ إجراءاتها في مكان اختصاصها، كما يمكنها أن تتب المحاكم الأخرى التي توجد أفعال مجرمة في مكان اختصاصها وتعتبر المحاكم الأولى المختصة بصورة أساسية ، لأن جريمة التقليد تعتبر جنحة².

فالاختصاص المكاني: ضرورة لابد الأخذ بها لتسهيل إجراءات الدعاوى، وهو يتحدد في جنحة تقليد العلامة التجارية بمكان وقوع الجريمة، وهذا كأصل عام لتسهيل الإجراءات سواء ما تعلق منها بالمعاينة أو استحضار الشهود والظروف التي وقعت فيها كعمليات البيع والاستيراد المنتجات عليها علامات مقلدة، وكما يحدد الاختصاص كذلك بمحل إقامة أحد المتهمين في جريمة التقليد، أي المسكن المعتاد وقت ارتكاب الجريمة، وإذا تعددت الأماكن فيجوز محاكمته أمام أي جهة قضائية يسكن فيها المقلد أو أحد الشركاء معه، كما يحدد الاختصاص المحلي كذلك بمكان إلقاء القبض على المتهم وضبطه ولو تم القبض لسبب آخر، وليس هناك تمييز بين هذه الأماكن الثلاثة فأى محكمة رفعت إليها الدعوى كانت مختصة بها وضابط المفاضلة الوحيد بينها يخضع لمبدأ الأسبقية.

¹- وهيبة اعوارم بن احمد ، مرجع سابق ، ص 325 و 326 .

²- نفس المرجع ، ص 326 .

لكن وما تجدر الإشارة إليه أن المشرع الجزائري نص صراحة عن الاختصاص المحلي للشخص المعنوي عند استحداثه لقانون 04/14 المعدل والمتمم لقانون الاجراءات الجزائية، إذ نصت المادة 65 مكرر منه: ". يتحدد الاختصاص المحلي للجهة القضائية بمكان ارتكاب الجريمة أو مكان وجود المقر الاجتماعي للشخص المعنوي¹.

ومن أهم القضايا المتعلقة بالعلامات التي أثارت جدلا حول الاختصاص المحلي تتعلق بالنزاع الذي كان قائما بين مصنع بيمو للشكولاتة المتواجد بولاية البليدة، ومصنع لوريقال للشكولاتة المتواجد بالبويرة، حيث رفعت المدعية مصنع بيمو للشكولاتة دعوى أمام القسم التجاري المحكمة الحراش على أساس المنافسة الغير مشروعة مع إبطال النموذج ، ولقد أدخلت هذه الأخيرة في النزاع المركز الوطني للسجل التجاري الكائن مقره ببرج الكيفان ، طالبة منه إلغاء نموذج لوريقال كونه يشكل تقليد ومن تم منافسة غير مشروعة، دفعت المدعى عليها مصنع لوريقال برفض الدعوى شكلا كون الاختصاص لا يرجع إلى محكمة الحراش مستدة على المادة 8 و 9 من قانون الإجراءات المدنية، كون مقر مصنع لوريقال يتواجد بالبويرة، رفضت المحكمة وكذا المجلس هذا الدفع كون المحكمة المختصة تكون محكمة مقر أحد المدعى عليهم وكون المركز الوطني للسجل التجاري يتواجد ببرج الكيفان فإن محكمة الحراش القسم التجاري تعد مختصة بالنظر في هذا النزاع².

المطلب الثاني: خصوصية الإجراءات في حال الاعتداء الإلكتروني

ان التقليد على شبكة الإنترنت هو آفة مستشرية واشكالية باتت كونية، استفحلت خلال السنوات الأخيرة، فعالجنا في (الفرع الاول) تأطير جريمة التقليد عبر الانترنت ، و في (الفرع الثاني) اجراءات الحماية الجزائية على العلامة التجارية الكترونيا ، و تطبيق الحماية الجزائية على العلامة التجارية المعتدى الكترونيا في (الفرع الثالث)

¹- وهيبية اعوارم بن احمد ، مرجع سابق ، ص 327.

²- نفس المرجع ، ص 327 و 328 .

الفرع الأول: التقليد عبر الإنترنت والتصوير للعلامة التجارية

تعتبر الجريمة المعلوماتية من بين الجرائم التي تباينت تسمياتها عبر المراحل الزمنية لتطورها التي ارتبطت بتقنية المعلومات، فقد اصطلح على تسميتها بداية بإساءة استخدام الكمبيوتر، ثم احتيال الكمبيوتر، فالجريمة المعلوماتية، بعدها جرائم الكمبيوتر والجريمة المرتبطة بالكمبيوتر، ثم جرائم التقنية العالية، إلى جرائم الهاكر، فجرائم الأنترنت، وأخيرا ¹cybercrime.

وعليه لمعرفة الجريمة المعلوماتية لأبد من معرفة عناصرها وهي:

1. الحاسب الإلكتروني: مجموعة من الكيانات التي تسمح بدخول المعلومات ومعالجتها وتخزينها واستشارتها أو استرجاعها عند الطلبة.

2. الأنترنت: وهي ترابط بين الشبكات، حيث تتكون الأنترنت من عدد كبير من شبكات الحاسب المترابطة والمتناثرة في أنحاء كثيرة من العالم².

وبما أنه يمكن استعمال العلامة بوضعها على صفحات الموقع، هذا الأخير قابل لوصول الجميع إليه من قبل جميع مستخدمي الأنترنت في العالم وعليه يمكن الاعتداء على العلامة من خلاله عن طريق التقليد.

وعليه يمكن تعريف التقليد الإلكتروني للعلامة التجارية بأنه: "كل محاكاة العلامة تجارية تماثل في مجموعها العلامة الأصلية باستعمال الحاسب الإلكتروني ومن خلال الاتصال بالأنترنت، بحيث يترتب على ذلك إحداث الخلط واللبس لدى الجمهور من مستخدمي الأنترنت في العالم"³.

¹ - حمادي محمد رضا ، مرجع سابق ، ص 25 .

² - نفس المرجع ، ص 25.

³ - حمادي محمد رضا ، مرجع سابق ، ص 26 .

الفرع الثاني: أسس تقدير تقليد العلامة التجارية

تقدير تقليد العلامات التجارية هو أمر يقتضي مقارنة الأفعال المجرمة مع الحق الاستثنائي المدعي الاعتداء عليه، لذا فإن تقدير وجود التقليد لا يطرح أي إشكال حينما يكون النسخ حرفياً أو كلياً، لأنه من السهل التعرف على الأصل والتقليد، في حين يصعب الجزم بوجود التقليد حينما يلجأ المقلد إلى إخفاء التقليد وراء اختلافات ثانوية يصعب كشفها¹.

الأساس الأول: العبرة بأوجه الشبه لا بأوجه الاختلاف

لقد استقر القضاء على أن واقعة تقليد العلامة التجارية من عدمه هي من سلطة قاضي الموضوع دون رقابة عليه من المحكمة العليا، والعبرة عند تقدير تقليد العلامة ليس النظر إلى أوجه الاختلاف بين العلامتين، وإنما العبرة بأوجه الشبه بينهما، فإذا كان هنالك تشابه بين العلامتين في العناصر الجوهرية المميزة فلا يعتد بعد ذلك بما بينهما من فروق جزئية، حيث أن العبرة في التشابه وهو التشابه الإجمالي في الطابع أو المظهر العام لمجموع العلامتين لا في التفصيل، لأن هذا هو الأثر الذي تحدثه العلامة بذهن الجمهور².

فلا يشترط لقيام جريمة التقليد أن يكون التقليد متطابقاً بشكل تام، بل يكفي النظر إلى العلامة في مجموعها لا في كل عنصر من العناصر التي تتركب منها، وهذا ما قضت به محكمة النقض المصرية في قولها: " من المقرر أن تقليد العلامة التجارية يقوم على محاكاة تتم بها المشابهة بين الأصل والتقليد، وأن العبرة بمحاكاة الشكل العام للعلامة في مجموعها، والذي تدل عليه السمات البارزة فيها دون تفاصيلها الجزئية، ومن ثم فإنه يتعين على المحكمة أن تورد في حكمها وصف العلامة الصحيحة والعلامة المقلدة وأوجه المشابهة بينهما"³.

¹- نفس المرجع .

²- نفس المرجع ، ص 27.

³- حمادي محمد رضا ، مرجع سابق ، ص 27 .

الأساس الثاني: العبرة بتقدير المستهلك العادي.

إن التقليد الذي ينتج أثره في دعوى التقليد، هو الذي من شأنه تضليل المستهلكين، وإحداث الخلط واللبس بين المنتجات، والمعياري المعتمد في تقدير ذلك هو ما ينخدع به المستهلك العادي المتوسط الحرص والانتباه، وليس المستهلك الغافل المهمل الذي يقتني السلعة دون فحص عادي، أو المستهلك شديد الحرص اليقظ الذي يكثر الفحص والتدقيق قبل الاقتناء¹.

الأساس الثالث: العبرة بعدم النظر إلى العلامتين المتجاورتين بل يجب النظر إلى الواحدة تلو الأخرى

وفق هذا الأساس يجب النظر إلى العلامتين المتجاورتين معا تباعا البدء بالعلامة الأولى وتباحثها وتفحصها، ثم الانتقال إلى العلامة المصنعة الثانية وتفحصها والتثبت في معالمها، ثم المقارنة بين العلامتين وتثبيت أي العلامتين أوثق وأسبق من الأخرى، كل ذلك لتحديد الأصيلة من المقلدة².

الأساس الرابع: العبرة بنوعيه البضاعة التي تحملها العلامة

حيث من هذا المنطلق فإن العبرة بنوعيه البضاعة التي تحملها العلامة فإذا كانت العلامة التجارية مهمة وذات قيمة سوقية كبيرة، أجاز القضاء التدخل وإذا كانت غير مهمة فالعكس³.

¹- نفس المرجع، ص 28 .

²- نفس المرجع .

³- حمادي محمد رضا ، مرجع سابق ، ص 29 .

الأساس الخامس: العبرة بالجزء العام للعلامة التجارية

العبرة من خلال هذا الأساس بالجزء العام للعلامتين التجاريتين، أي بين الأصلية والمقلدة، وذلك بإبراز العلامات الأصلية من المقلدة، وعليه يجب الإشارة إلى الوجه العام لا إلى الخاص.

وهذا ما أكدته المحكمة العليا في قرار صادر عن الغرفة التجارية والبحرية بتاريخ 5 مارس 2002 المتعلقة بمعامل الجبن "بال" ضد معمل الجبن "ديليس الغرب" بأن التقليد لا ينظر إليه بالاعتماد على الفروق وإنما بالاعتماد على أوجه الشبه الإجمالية¹.

الفرع الثالث: إجراءات الحماية التجارية جزائيا وموقف المشرع الجزائري

يملك صاحب العلامة التجارية التي وقع عليها اعتداء بصورة إلكترونية وفقا لإحدى الصور الإلكترونية الحديثة من الاعتداءات التي درسناها سابقا يملك تحريك المسؤولية الجزائية تجاه المعتدي متى توافرت إحدى صور الاعتداء التي جرمها المشرع.

أولا: نطاق الحماية التقليدية للعلامة التجارية الإلكترونية

في حالة قيام الاعتداء على العلامات بإحدى الطرق الإلكترونية المشار إليها في تحليلنا السابق فإنه يمكن اللجوء إلى القضاء برفع هذا الاعتداء عن طريق ميكانيزمات تقليدية تتمثل في دعاوى التقليد وتزوير العلامة التجارية ودعوى المنافسة الغير المشروعة وطلب التعويض عن الأضرار التي لحقت به جراء هذا الاعتداء وهي نفس الميكانيزمات القائمة في مجال حماية العلامة التقليدية ولكن ظهور شبكة الانترنت وانتشار التعاملات الإلكترونية وظهور صور الاعتداءات الإلكترونية المشار إليها سابقا تثير مسألة المسؤولية القانونية كوسيلة لمواجهة تلك الاعتداءات المذكورة².

¹- نفس المرجع .

²-رابح فاضل ، المرجع السابق ، ص 291 .

نقوم بتحليل المسؤولية من خلال العناصر التالية: الخطأ الإلكتروني، الضرر الإلكتروني والعلاقة السببية بينهما.

01-الخطأ الإلكتروني

أن القاعدة العامة تقتضي بأن كل خطأ سبب ضرار للغير يلزم فاعله بالتعويض فأساس المسؤولية الاعتداء على العلامة هو العمل الغير المشروع المخالف للقانون وهو اعتداء على حق مشروع لصاحب العلامة في حماية علامته والاستفادة منها¹.

ولكن الخطأ الإلكتروني له خاصية مميزة انه يرد بسبب المساس بحقوق صاحب العلامة أو مستعملها في المجال الإلكتروني، فهذا الاعتداء يتضمن استخدام الوسائل التقنية الحديثة في حرمان صاحب العلامة من حقوقه على علامته أو التقليل من استفادة مالك العلامة من علامته كتسجيلها كعنوان موقع الكتروني مطابق لها أو تسجيل هذا العنوان بصورة مشابهة لها أو استخدامها كأداة ربط الكتروني أو كلمة رئيسية تحول المستخدمين للمواقع الإلكترونية للشركات المنافسة أو استخدام العلامات في الموقع الإلكتروني المملوك للغير بدون تصريح مسبق وغيرها من الصور الاعتداء الإلكتروني من يوم إلى اخر والتي يترتب عليها احداث الخلط لدى المستهلكين حول مصدر المنتوجات أو الخدمات التي تعبر عنها تلك العلامة².

02-الضرر الإلكتروني:

الضرر بصفة عامة هو الاخلال بمصلحة محققة مشروعة للمتضرر أي الأذى بأي شخص في حق من حقوقه أو في مصلحة مشروعة له والضرر في المجال الإلكتروني يختلف بحسب صورة الاعتداء له ذلك أن صورة الاعتداء الإلكتروني على العلامة هي التي تحدد مقدار الضرر الذي لحق بصاحب العلامة ومنها تحويل المستهلكين وعملاء لتلك

¹- نفس المرجع 292 .

²- نفس المرجع .

العلامة إلى منتجات وخدمات الشركة المنافسة أو تضليل المستهلكين وتوجيههم إلى منتجات وخدمات أخرى، لم يكونوا يرغبون فيها بسبب أحداث الخلط لديهم بصورة التطابق والتشابه الإلكتروني وغيره¹.

03-العلاقة السببية:

أن تحديد رابطة السببية يعد من الأمور العسيرة أو الشاقة نظرا التعقد المسائل الإلكترونية وتغير حالاتها. فقد ترجع أسباب الضرر الذي لحق بالعلامة إلى تركيب الاجهزة الإلكترونية، تداخل المعلومات والادوار مما يتعذر معه تحديد فاصل المؤثر في وقوع هذا الضرر ومثال ذلك قيام مصمم صفحات الإلكترونية بإرادة العلامة التجارية بصورة غير مقصودة في موقع الكتروني لشركة منافسة دون طلب تلك الشركة ولكن خصوصية المسؤولية الإلكترونية كأداة قانونية لحماية العلامات أثرت حولها مسألتين:

04-حسن النية في استخدام العلامات التجارية الكترونيا:

وهو ما يطلق عليه بالاستخدام العادل (Fair use) حيث يستطيع المدعى عليه في مادة الاعتداء على العلامة التجارية أن يدفع بأن استخدامه لتلك العلامة كان بحسن النية أو استخدام عادل لتجنب المسؤولية عن هذا الاعتداء².

يلاحظ أن قانون العلامات التجارية الامريكي قد نص بصورة واضحة على حالات حسن النية في استخدام العلامات التجارية التي تعود للغير والاستخدام العادل للعلامة التجارية يتضمن احدي الصورتين:

الصورة الأولى وهي استخدام العام الوصفي (Descriptive fair use): بحيث يستخدم المدعى عليه تلك العلامة بطريقة عامة بوصف المنتجات أو الخدمات.

¹- رايح فاضل ، المرجع السابق ، ص 293 .
²- نفس المرجع

الصورة الثانية وهي الاستخدام الاسمي للعلامة التجارية (nominative fair use): حيث يقوم المدعى عليه باستخدام العلامة التجارية المملوكة للغير لتمييز المنتجات أو الخدمات التي يقدمها وذلك بعقد مقارنات فيما بينهما وفق الشروط التالية:

ان هذه المنتجات أو الخدمات التي يقدمها لا يمكن تمييزها بدون استخدام العلامة التجارية للمدعي ام الاستخدام تلك العلامة يتم فقط لوصف وتعريف المنتجات والخدمات التي يقدمها وذلك بعقد مقارنات فيما بينهما وفق الشروط التالية:

ان هذه المنتجات أو الخدمات التي يقدمها لا يمكن تمييزها بدون استخدام العلامة التجارية للمدعي. وان الاستخدام تلك العلامة يتم فقط لوصف وتعريف المنتجات والخدمات التي يقدمها وفي أضيق نطاق وأن يثير المدعي عليه انه لا ارتباط أو علاقة تجارية ما بين منتجاته أو خدماته أو ما بين العلامة التجارية المستخدمة.¹

ومن أمثلة القضايا المتعلقة بالاستخدام العام الوصفي للعلامة التجارية في الموقع الالكتروني قضية: CD Solution vs Token.

فالمدعية في هذه القضية هي المالكة للعلامة التجارية CDs ونستخدمها في منتجات في الاسطوانات المضغوطة حيث ادعت ضد الموقع الالكتروني لشركة Tooken والذي يستخدم العلامة CDs وهو مصطلح عام ويستخدم بصورة مألوفة لوصف الاقراص المضغوطة واستخدامه بصورة عامة ووصفية ولا يتضمن اعتداء على تلك العلامة وأنه تم بحسن النية أما القضايا المتعلقة بالاستخدام الاسمي للعلامة التجارية الالكترونية مثلها قضية Patmont Motor works.v.Gateway Marine.²

حيث استخدم المدعي عليها العلامة التجارية Go-PED في موقعه الالكتروني بهدف بيع منتجات المدعي والتي تحمل العلامة التجارية Go-PED مما اعتبره مالك تلك العلامة

¹- رايح فاضل ، المرجع السابق ، ص 294 .

²- رايح فاضل ، المرجع السابق ، ص 294 .

التجارية اعتداء عليها وتضليلا للمستهلكين ومنافسة غير مشروعة لتلك العلامة اعتمدت المحكمة على معيار الاستخدام الاسمي للعلامة التجارية واعتبرت أن استخدام المدعي عليه للعلامة تم بصورة مشروعة اسنادا إلى:

- عدم وجود طريقة أخرى لتمييز تلك المنتجات بدون استخدام العلامة التجارية للمدعي عليه.
- أن المدعي عليه استخدم العلامة فقط لإعطاء معلومات للمشتريين عن المنتج الذي يرغبون في شراؤه ولم يستخدم تلك العلامة بصورة حرفية. 3- أن استخدام المدعي عليه لتلك العلامة تم بصورة لا تحدث الخلط لدى المشتريين لا يفهم منها بوجود ارتباط وعلاقة ما بين الشركتين وان هذا الموقع الإلكتروني ممول من صاحب العلامة التجارية Go-PED.¹

الفرع الرابع: تطبيق الحماية الجزائية على العلامة التجارية المعتدى عليها إلكترونياً

أن يثبت مالك العلامة التجارية أن الاعتداء الذي وقع على علامته إلكترونية من قبل الغير على شبكة الإنترنت: قد أدى إلى إحداث الخلط لدى المستهلكين حول مصدر المنتجات أو الخدمات التي تمثلها العلامة التجارية.

أولاً: إثبات وقع فعل التزوير أو التقليد أو إحدى صور الاعتداء على العلامة التجارية بطريقة إلكترونية:

كأن يثبت صاحب العلامة التجارية بأن العلامة قد سجلت بصورة مطابقة وحرفية من قبل الغير كعنوان موقع إلكتروني لشركة منافسة وفي هذه الحالة يتم تسجيل تلك العلامة بصورة مطابقة وبذات الشكل والحروف وتسجيلها كعنوان موقع إلكتروني أو نقل تلك العلامة التجارية بشكل متطابق إلى الموقع الإلكتروني لشركة أخرى واستخدامها فيه

¹- نفس المرجع .

بطريقة توحي بأن مالك هذا الموقع الإلكتروني هو مالك تلك العلامة أو مستخدم تلك العلامة المملوكة للغير بصورة حرفية كأداة ربط إلكتروني إلى مواقع شركات منافسة أو غيرها من صور النقل الحرفي للعلامات التجارية واستخدامها من قبل من المجال التجاري الإلكتروني¹.

وقد يتمثل هذا الاعتداء بصورة تقليد تلك العلامة إلكترونيًا كتسجيل عنوان موقع إلكتروني بصورة مشابهة لعلامة تجارية مسجلة بما يحدث الخلط والتضليل بين مستخدمي الإنترنت من المستهلكين حول مصدر المنتجات أو الخدمات وبحيث يستفيد المعتدي من هذا التشابه في تسويق منتجاته أو خدماته إلكترونية والعبء هنا في تحديد التطابق الحرفي أو وجود تشابه ما بين العلامات التجارية المزورة أو المقلدة وبين العلامات التجارية الأصلية بفحص هذه العلامات. وفقا للمظهر العام في المحتوى الإلكتروني وتحديد ما إذا كان هناك تطابق بين العلامتين أو تشابه يؤدي إلى الخلط بينهما كاختلاف بعض الجزئيات ما بين العلامتين².

ثانياً: ان يثبت مالك العلامة التجارية الاعتداء الذي وقع على علامته من قبل

الغير

فمن السهل إثبات وقوع هذا الخلط إذ إننا أمام الفرض القائم على وجود علامتين على شبكة الإنترنت بصورة متطابقة تكون إحداها علامة تجارية مسجلة محمية قانوناً³.

ثالثاً: أن يثبت مالك العلامة أن الاعتداء على العلامة التجارية بإحدى الطرق

الإلكترونية قد و تم على ذات الأصناف من السلع والخدمات التي سجلت تلك العلامة التجارية من أجلها

ذلك أن القاعدة العامة في الحماية القانونية للعلامات هي بانحصار هذه الحماية على أصناف محددة من السلع أو الخدمات بحيث يتصور تماثل أو تشابه عدة علامات

¹- مصطفى موسى العطيبيات ، مرجع سابق ، ص 310 .

²- نفس المرجع .

³- مصطفى موسى العطيبيات ، مرجع سابق ، ص 310 .

تجارية إن كانت تعبر عن سلع أو خدمات مختلفة عن بعضها وهو ما ينطبق على الواقع الإلكتروني باستخدام علامة تجارية مطابقة أو مماثلة لعلامة أخرى على أعمال مختلفة وبضائع ومنتجات تختلف عن بضائع ومنتجات صاحب العلامة المدعى بالاعتداء عليها من خلال عنوان موقع إلكتروني أو في محتوى المواقع الإلكترونية المختلفة مع مراعاة الاستثناء الخاص بالعلامات التجارية المشهورة والتي تمتد حمايتها إلى غير ما تمثله من سلع وخدمات وفق شروط معينة منها استخدام تلك العلامات المشهورة من قبل الغير بطريقة من شأنها أن تحمل المستهلكين بوجود علاقة ما بين تلك العلامة المشهورة ومنتجات الغير وأن يؤدي هذا الاستخدام إلى إلحاق الضرر بصاحب العلامة المشهورة¹.

ومعيار تماثل المنتجات أو الخدمات ما بين العلامة التجارية المقلدة و العلامة الأصلية يثير عدة إشكاليات في التطبيق على التعاملات الإلكترونية إذ قد لا يقترن الاعتداء على العلامات التجارية إلكترونيا بتماثل في المنتجات أو الخدمات وتتمثل المشكلة بصورة أكبر عندما يكون الاعتداء بصورة تسجيل عنوان موقع إلكتروني متطابق أو متشابه مع علامة تجارية بدون ممارسة أية نشاط تجاري بعد ذلك إذ الهدف هنا هو حرمان صاحب العلامة التجارية من تسجيل علامته كعنوان موقع إلكتروني استنادا إلى السياسة الخاصة بتسجيل عناوين المواقع الإلكترونية والتي تقوم على الأسبقية في التسجيل².

المبحث الثاني: العقوبات الأصلية والتكميلية

وعليه، قسمنا المبحث الثاني إلى مطلبين الأول العقوبات الأصلية ، والعقوبات التكميلية في المطلب الثاني .

¹- نفس المرجع ، ص 310 و 311 .

²- مصطفى موسى العطييات ، مرجع سابق ، ص 312 .

المطلب الأول: العقوبات الأصلية

العقوبات الأصلية هي تلك التي يجوز الحكم بها دون أن تقتزن بها أية عقوبة أخرى، وتتمثل بالنسبة للجنح في الحبس والغرامة المالية. وطبقا للمادتين 32 و33 من الأمر 06/03 يجوز الحكم بهما معا أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط.

الفرع الأول: الحبس

يعتبر الحبس عقوبة أصلية سالبة للحرية وهي تختلف باختلاف طبيعة الجريمة، ففي الجنح تكون من شهرين إلى خمسة سنوات كحد أقصى ما لم يقرر القانون حدودا أخرى). أما في المخالفات فهي من يوم واحد على الأقل إلى شهرين. وتسمى في الجنايات سجنا والذي يكون من خمس سنوات إلى المؤبد.

وجدير بالذكر أن المشرع الجزائري استعمل مصطلح السجن في الأمر 57-66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، وهذا خطأ لأن السجن هي عقوبة أصلية تصدر في مواد الجنايات فقط وليس الجنح، وبما أن كل الجرائم الماسة بالعلامة التجارية هي من وصف الجنح فإن العبارة الصحيحة هي الحبس وليس السجن، وقد تدارك المشرع الجزائري هذا الخطأ في الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات واستعمل مصطلح الحبس¹.

وتختلف مدة عقوبة الحبس المنصوص عليها في ظل الأمر 06/03 بحسب ما إذا كانا بصدد جنحة التقليد أو الجنح المرتبطة بها، أو بصدد الجنح الأخرى غير المرتبطة بالتقليد².

أولا: عقوبة جنحة التقليد والجنح المرتبطة بها:

كما سبق الذكر آنفا، فإن المشرع الجزائري في الأمر 06/03 اعتبر جنحة تقليد كل مساس بالحقوق الاستثنائية لمالك العلامة حسب نصوص المادة 26 منه، ونص على العقوبة

¹- الوافي فضيلة ، مرجع سابق ، ص 245 .

²- الوافي فضيلة ، مرجع سابق ، ص 245 .

المطبقة على مرتكبيها في نصال المادة 32 من نفس الأمر، وبالتالي فإن الجرح المرتبطة بالتقليد تطبق عليها عقوبة التقليد المنصوص عليها في هذه المادة، والتي حددت مدة الحبس من ستة (06) أشهر إلى غاية سنتين¹.

ثانيا: عقوبة الجرح غير المرتبطة بالتقليد:

هي تلك الجرح المنصوص والمعاقب عليها بالمادة 33 من الامر 06/03 والتي تختلفها مدة الحبس عن مدة الحبس المقررة لجنحة التقليد والجرح المرتبطة بها، وهي أقل منها شدة إذ يعاقب عليها بالحبس من شهر واحد إلى غاية سنة.

والملاحظ أنه في الأمر السابق 66-57 المتعلقة بكيفيات ايداع العلامات و تسجيلها فإن العقوبة السالبة للحرية كانت أشد في جنحة التقليد فكانت من ثلاثة أشهر إلى ثلاث سنوات حسب المادة 28 منه².

الفرع الثاني: الغرامة المالية

هي عقوبة مالية تتمثل في دفع المحكوم عليه مبلغا ماليا للدولة، وبالتالي فهي عقوبة تمس بالذمة المالية للمحكوم عليه. وتختلف عقوبة الغرامة وفقا للأمر 06/03 بحسب ما إذا كانت مقررة الجنحة التقليد والجرح المرتبطة بها، او مقررة للجنح الأخرى.

أولا: الغرامة المقررة لجنحة التقليد والجرح المرتبطة بها:

حسب المادة 32 من الأمر 06-03 فان العقوبة تكون من مليونين وخمسمائة ألف دينار جزائري (2.500.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار جزائري (10.000.000 دج)³.

ثانيا: الغرامة المقررة للجنح غير المرتبطة بالتقليد:

حسب المادة 33 من الأمر 06/03 فان العقوبة تكون من خمسمائة ألف دينار جزائري (500.000 دج) إلى مليونين دينار جزائري (2.000.000 دج). والملاحظ انه

¹- نفس المرجع ، ص 245 .

²- نفس المرجع ، ص 245 و 246 .

³- الوافي فضيلة ، مرجع سابق ، ص 246 .

في الأمر السابق 66-57 فإن عقوبة الغرامة أقل بكثير في جنحة التقليد فكانت من ألف دينار إلى عشرون ألف دينار جزائري. وبذلك فإن المشرع الجزائري خفض في مدة العقوبة السالبة للحرية ورفع في العقوبة المالية¹.

الفرع الثالث: عقوبة العمل للنفع العام

العمل للنفع العام عقوبة أصلية بديلة لعقوبة الحبس، إلا أنها ليست مستقلة قائمة بذاتها، فهي مرتبطة بعقوبة الحبس وبديلة لها وقد استحدثها المشرع الجزائري بموجب القانون رقم 09-01 المعدل والمتمم لقانون العقوبات².

1- **مضمونها:** يتمثل في القيام بعمل للنفع العام بدون اجر لدى شخص معنوي من القانون العام، كالإدارات المركزية للوزارات والجماعات المحلية كالولايات والبلديات والمؤسسات العمومية ذات الطابع الاداري بما فيها المؤسسات الاستشفائية والمؤسسات الجامعية...، وتتراوح مدتها بالنسبة للمتهم البالغ بين اربعين (40) ساعة وستمائة (600) ساعة بحساب ساعتين عن كل يوم حبس في أجل أقصاه 18 شهرا، في حين تتراوح مدتها بالنسبة للمتهم القاصر الذي تجاوز عمره 16 سنة بين عشرين (20) وثلاثمائة (300) ساعة على الأكثر.

2- **شروط تطبيقها:** يشترط التطبيق هذه العقوبة أن تكون عقوبة الجريمة المرتكبة لا تتجاوز ثلاث (3) سنوات حبسا بالنسبة لحددها الاقصى، وبالتالي فإن الجرائم الواقعة على العلامة التجارية بكل أنواعها قابلة لتطبيق عقوبة العمل للنفع العام.

كما يشترط أن لا تتجاوز العقوبة المنطوق بها سنة حبسا نافذا، بمعنى أن لجهة الحكم أن تنطق أولا بعقوبة الحبس وتحدد مدتها ثم تحكم باستبدال عقوبة الحبس بعقوبة العمل للنفع العام، وبالنسبة للمحكوم عليه يشترط أن يكون غير مسبوق قضائيا، وأن يكون بالغا أو قاصرا تجاوز عمره 16 سنة وقت ارتكاب الوقائع المجرمة، كما يشترط حضوره

¹- نفس المرجع .

²- أحسن بوسقيعة ، الوجيز في القانون الجزائري العام ، دار هومة للطباعة و النشر و التوزيع ، الجزائر، الطبعة التاسعة، 2009، ص 262 .

وقت النطق بالعقوبة وموافقته على استبدال الحبس وبالعقوبة العمل للنفع العام والتتويه بذلك في الحكم، ويجب على جهة الحكم أن تتبهن بأنه في حالة أخلاله بالالتزامات المترتبة على تنفيذ هذه العقوبة، تنفذ عليه عقوبة الحبس لمستبدلة، وفي هذا الصدد يعاب على المشرع عدم نصه على هذه الالتزامات وعدم تحديده لنوعيتها وطبيعتها، وهو ما يشكل عائقاً في سبيل تطبيق هذه العقوبة¹.

ونشير أن المشرع الجزائري لم يعرف عقوبة العمل للنفع العام، إلا أنه يمكن استخلاص تعريف لها من خلال المادة 5 مكرر 1 بأنها: العقوبة البديلة لعقوبة الحبس، وذلك بقيام المحكوم عليه بالعمل وبدون أجر لدى شخص معنوي خاضع للقانون العام وفق شروط معينة، وهو نفس المفهوم الذي أطلقه المشرع الفرنسي في نص المادة 131 من قانون العقوبات الفرنسي، إلا أن المشرع الفرنسي يضيف كذلك العمل لدى جمعية مخول لها مباشرة أعمال المصلحة العامة².

وتتميز عقوبة العمل للنفع العام بخصائص تميزها عن العقوبة بمبدأ أنها اختيارية بالنسبة للمحكوم عليه؛ أي أن له صلاحية قبول العقوبة أو رفضها، إضافة إلى خضوع المحكوم عليه لفحص دقيق وشامل قبل قيامه بأداء هذه العقوبة لمعرفة الظروف العائلية والمهنية للمحكوم عليه³.

المطلب الثاني: العقوبات التكميلية

هي العقوبة التي تضاف للعقوبة الأصلية بهدف الحصول على مزيد من الردع والإصلاح وكذلك بهدف الوقاية مستقبلاً من الجريمة، وهذا الهدف الأخير هو الذي يكسي العقوبة طبيعة مزدوجة، إذ بالرغم من التنصيص عليها على أنها مجرد عقوبات لا غير، فهي في الواقع في آن واحد عقوبات وتدابير وقائية. وهذه الصبغة الوقائية جعلت بعض

¹- الوافي فضيلة، مرجع سابق، ص 247 و 248.

²- محمد التوجي، عقوبة العمل للنفع العام في التشريع الجزائري مجلة القانون و التنمية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة طاهري محمد بشار، الجزائر، العدد 3، جوان 2020، ص 54.

³- محمد التوجي، مرجع سابق، ص 54.

شراح القانون يعتبرون العقوبات التكميلية مجرد تدابير وقائية ويبحثون في موضوعها علي أنها كذلك لا غير.

الفرع الأول: المصادرة

عرفتها المادة 15 من قانون العقوبات بأنها الأولوية النهائية إلى الدولة لمال أو مجموعة أموال معينة أو ما يعادل قيمتها عند الاقتضاء. كما اعتبرت المادة 15 مكرر 1 الفقرة الثانية من نفس القانون عقوبة اجبارية إذا كان القانون ينص صراحة على هذه العقوبة مع مراعاة حقوق الغير حسن النية، فيجب أن ينص القانون على الحكم بها وجوبا ليكون القاضي ملزما بالحكم بها، وبالتالي فإن هذه العقوبات اجبارية بالنسبة لجنحة تقليد العلامة والجنح المرتبطة بها، أي تلك المعاقب عليها بموجب المادة 32 من الامر 06/03 المتعلق بالعلامات¹.

وقد يعد هذا تشددا من المشرع الجزائري، إلا أن تشدده له ما يبرره، لما للعلامة التجارية من حساسية تتطلب سرعة التصرف، إذ أن قيمتها في سمعتها، فمن المعقول أن تأمر المحكمة بمصادرة كافة الأشياء والوسائل المستعملة في تقليد العلامة التجارية لأن ذلك من شأنه أن يساعد على انقاذ سمعة العلامة من التدهور.

والمصادرة بموجب هذه المادة تنصب على الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة. ويشترط في المصادرة ثلاثة شروط هي:

- ألا تشمل الأموال الواردة في المادة 15 من قانون العقوبات.
- ألا تشمل الأشياء المملوكة للغير ما لم ينص القانون صراحة على غير ذلك.
- أن تأمر به المحكمة².

¹- الوافي فضيلة ، مرجع سابق ، ص 249 .

²- الوافي فضيلة ، مرجع سابق ، ص 249.

وجدير بالذكر أن المادة 35 من الأمر 66-57 الملغي كانت تنص على إمكانية تطبيق هذه العقوبة بالنسبة للمنتجات والادوات التي تكون موضوع ارتكاب الجنحة حتى ولو في حالة تبرئة المتهم من الاتهام. في حين لا نجد مثل هذا النص في الأمر 06-2003. لكن نجد ما يقابله في المادة 16 من قانون العقوبات التي تنص على أنه: يتعين الأمر بمصادرة الأشياء التي تشكل صناعتها أو استعمالها أو حملها أو حيازتها أو بيعها جريمة، وكذا الأشياء التي تعد في نظر القانون أو التنظيم خطيرة أو مضرّة¹.

الفرع الثاني: الغلق النهائي أو المؤقت للمؤسسة

استحدث المشرع الجزائري هذه العقوبة التكميلية بموجب المادة 32 من الأمر 03/06، فلم يكن ينص عليها في ظل الأمر 5766 الملغى. وبالنظر لصياغة المادة 32 يتبين أن الحكم بهذه العقوبة وجوبي للمحكمة، ويبقى لها أن تحدد فقط ما إذا كان الغلق مؤقتاً أو نهائياً، إلا أن المادة لم تضع حدوداً للغلق المؤقت من حيث مدته الدنيا والمدة القصوى، وكذا عدم تبيان مصير عمال المؤسسة بعد الغلق، وهو ما يثير صعوبات عملية في تطبيق هذه العقوبة، ويرتب آثاراً لم يقدر المشرع مداها بترك الأمر دون تحديد وخاضع للسلطة التقديرية للقضاء دون تحديد أي ضوابط لذلك².

الفرع الثالث: الإتلاف

يسير منهج المشرع في تشريعات العلامة التجارية إلى منح المحكمة سلطة تقرير إتلاف العلامة التجارية المخالفة، أو الأدوات التي استخدمت في التعدي على العلامة، أو تقرير إتلاف المنتجات ذات الصلة بالعلامة المخالفة. وكما هو الحال في تباين التشريعات بخصوص المصادرة، فإننا نجد التباين نفسه بالنسبة للإتلاف³.

¹-نفس المرجع ، ص 250.

²-الوافي فضيلة ، مرجع سابق ، ص 248

³-نعيم جميل صالح سلامة ، مرجع سابق ، ص 520

فقد تناولت المادة 118 من قانون حماية الملكية الفكرية المصري الإلتلاف كعقوبة تكميلية، وبينت: ... وتأمّر المحكمة بإتلاف العلامات المخالفة ويجوز لها- عند الاقتضاء - الأمر بإتلاف المنتجات أو البضائع أو عناوين المحال أو الأغلفة أو الفواتير أو المكاتبات أو وسائل الإعلان أو غير ذلك مما يحمل تلك العلامة أو يحمل بيانات أو مؤشرات جغرافية بالمخالفة لأحكام هذا الكتاب، وكذلك إتلاف الآلات التي استعملت بصفة خاصة في ارتكاب الجريمة¹.

وأما بالنسبة لموقف المشرع الفرنسي من الإلتلاف فقد جاء منسجمة مع موقف المشرع الأردني، بأن جعل الإلتلاف جوازيًا للمحكمة وليس وجوبيًا، وهذا واضح من نص المادة (819/14) من قانون الملكية الفكرية الفرنسي التي جاء فيها: 'في حالة الإدانة بالعقوبات الواردة بالمواد (10/9، 819/819) فإنه يجوز للمحكمة أن تصدر أمرًا بمصادرة المنتجات والأدوات التي ساهمت في ارتكاب الجريمة... ولها أن تقضي بإتلاف المنتجات².

ومن التطبيقات العملية التي لجأ المتضرر للمحكمة وطلب إتلاف العلامة المقلدة وأدواتها، ما ورد في حكم المحكمة النقض المصرية بأن المدعي في إحدى القضايا طلب من المحكمة إتلاف العلامة المقلدة وأدواتها، حيث جاء فيه ... وحيث إن الوقائع - على ما يبين من الحكم المطعون فيه وسائر الأوراق تتحصل في أن الشركة الطاعنة أقامت الدعوى رقم 200 لسنة 1991 تجاري طنطا الابتدائية على المطعون ضده بطلب الحكم أولًا : بإتلاف العلامة المقلدة وأدواتها والأوراق التي تحملها لدى الأخير (بياض السحر) ومصادرة البضائع التي تحمل العلامة لديه"³.

فالحكم بإتلاف تلك الأشياء كلها أو بعضها أمر متروك لسلطة المحكمة التقديرية، أي أن الأمر بالإتلاف والمصادرة جوازية وليس إلزامية، فعلى المحكمة أن تستعمل حقها

¹- نفس المرجع ، ص 520

²- نفس المرجع ، ص 521

³- نعيم جميل صالح سلامة ، مرجع سابق ، ص 523.

في هذا الصدد بحرص شديد، فلا تأمر بإتلاف السلع إلا إذا تعذر انتزاع العلامة منها أو كانت ضئيلة القيمة أو فاسدة¹.

وفي بعض الأحيان يجوز للمحكمة أن تقرر بوقف استخدام العلامة التجارية غير الأصلية أو نقلها إلى الشركة الأصلية. وتطبيقا لذلك ما حكمت به محكمة Nanterre الابتدائية في عام 1999، وتتمثل وقائع هذه القضية في قيام شركة w3 Systems Inc بتسجيل عنوان إلكتروني على شبكة الإنترنت تعرض فيه قائمة لعناوين إلكترونية كثيرة مملوكة لشركات تجارية مشهورة بغرض بيعها، ومن بين هذه العناوين sfr.com وقد طالبت شركة Radiotelephone الفرنسية وصاحبة العلامة sfr بوقف استخدام العنوان التجاري من جانب شركة : systems Inc، وينقل هذا العنوان إليها على أساس ملكيتها للعلامة التجارية التي يمثلها العنوان الإلكتروني، وقد اعتبرت المحكمة في هذا الحكم أن تسجيل شركة w3 systems Inc للعنوان sfr.com يمثل تقليدا للعلامة التجارية sfr التي تمتلكها شركة Radiotelephone، وأمرت بوقف استخدام العنوان ونقله إلى الشركة الأصلية، ولم تلتفت المحكمة إلى قول شركة W3 systems Inc منسوبة sfr لم تتحمل أية أضرار من جراء تسجيل هذا العنوان؛ لأنها قد سجلت بالفعل عنوانه الإلكتروني تعرض فيه منتجاتها وهو sfr.fr، ورأت المحكمة أيضا أنه من حق Sf أن تسجل عنوان جديدة في المجال الدولي حتى ولو كانت قد سجلت عنوان جغرافية².

¹- نفس المرجع ، 524.

²-نعيم جميل صالح سلامة ، مرجع سابق ، ص 525,524

يتضح من مجمل ما تم تناوله في الفصل الثاني ان المشرع الجزائري وضع كيفية تحريك الدعوى الجزائية لحماية العلامة التجارية و اصحاب هذا الحق , و لتطبيق هذه الحماية قرر عقوبات لردع كل اعتداء على الخصوصية للعلامات التجارية سواءا بالطرق العادية او إلكترونيا و ما هي الجهات المختصة في مسائل الدفاع عن تلك الجرائم الماسة بالعلامات التجارية لضمان حرية و نزاهة المنافسة المشروعة.

خاتمة:

بعد دراستنا لموضوع الحماية الجزائية للعلامات توصلنا إلى جملة من النتائج، تواكبت مع مجموعة من الاقتراحات التي قد تساهم في تعزيز حماية العلامة التجارية، والحد من ظاهرة القرصنة التي طالتها في السنوات الأخيرة وتتمثل هذه النتائج في:

1. يتضح ان العلامة التجارية تخدم صاحب المشروع، صانعا كان أو تاجرا أو مقدم خدمة، فإنها تخدم جمهور المستهلكين من جهة أخرى، فهي وسيلتهم للتعرف على مايفضلونه من سلع و خدمات هذا من جهة ، و من جهة أخرى تعتبر ضمانا لحقوقهم من التقليد، ولهذا وضعت مختلف القوانين ومن بينها القانون الجزائري الجزاء لكل اعتداءات على العلامة التجارية، حيث تم تنظيمها وحماية حقوق اصحابها .
2. أخذ المشرع الجزائري في تعريفه للعلامة التجارية بالمفهوم الواسع الذي تبناه المشرع المصري والاتفاقيات الدولية لاسيما اتفاقية تريبس، فأدخل ضمن إطارها علامة التجارة والصناعة و علامة الخدمة التي استحدثها الأمر رقم: 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية .
3. إشتراط المشرع الجزائري أن تكون العلامة التجارية المراد تسجيلها قابلة للتمثيل الخطي ما يفهم معه أنه استبعد من نطاق الحماية كل علامة غير قابلة للإدراك بالبصر أو الشم أو السمع والتي فرض التطور التكنولوجي وجودها ، مثل علامات الرائحة و الصوت كالنغمات الموسيقية، على عكس اتفاقية تريبس وبعض التشريعات التي أجازت تسجيل هذا النوع من العلامات.
4. اشتراط المشرع الجزائري ، كقاعدة عامة، وجوب التسجيل المسبق للعلامة التجارية، حتى يمكنها الاستفادة من الحماية المدنية والحماية الجزائية، على خلاف المشرع المصري والتشريعات المقارنة الأخرى التي أضفت على العلامة غير المسجلة

حماية مدنية عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة، في حين اشترطت التسجيل
لتستفيد العلامة بالحماية الجزائية.

5. نص قانون العلامات الجزائري على عقوبات يتعرض لها مقلد العلامة التجارية وذلك

ضمن المادة 32 منه، إلا أنه لم يحدد العقوبة المقررة في حال العود.

من خلال ما تقدم نقترح مايلي :

- 1- اعادة النظر في قانون العلامات في تحديد نطاق تطبيقه في ضوء تصنيف العلامات كحقوق الملكية الصناعية والتجارية وفي ضوء الاتفاقيات الدولية المنظمة اليها الجزائر.
- 2- وضع احكام جزائية لحماية قيمة العلامة التجارية.
- 3- النص على عقاب الشخص المعنوي في مادة تقليد العلامات.
- 4- وجوب استحداث نصوص جديدة تنظم حماية العلامة التجارية من الاعتداء عليها بالوسائل التقنية الحديثة و عبر شبكة الانترنت.
- 5- جمع المشرع الجزائري كل صور الاعتداء على العلامات التجارية تحت جنحة التقليد بما فيها مطابقة العلامة أو تشبيهها، و استعمالها، و اغتصاب علامة مملوكة للغير، كما أقر لها نفس العقوبة، بالرغم من تفاوت خطورتها.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المصادر

I. الاتفاقيات الدولية:

اتفاقية باريس ، المتعلقة بالقواعد التي يجب أن تكون عليها الممتلكات الفكرية ، لحماية الملكية الصناعية ، 20 مارس لسنة 1883 .

II. النصوص القانونية:

1. المادة 2 ، الفقرة 2 ، من الأمر رقم 03-06 ، المؤرخ في 19

جويلية 2003، المتعلق بالعلامات التجارية، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية، عدد 44، الصادر في 23 جويلية 2003.

2. المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 ، مؤرخ في 30 جانفي 1990 ،

المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش ، جريدة الرسمية ، العدد 05 ، الصادر في 31 جانفي 1990.

3. المادة 5 ، من الأمر رقم 03-06 ، المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق

بالعلامات التجارية، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية، عدد 44، الصادر في 23 جويلية 2003.

4. المادة 08 ، من الأمر رقم 03-06 ، المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق

بالعلامات التجارية، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية، عدد 44، الصادر في 23 جويلية 2003.

5. المادة 13 ، من الأمر رقم 03-06 ، المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق

بالعلامات التجارية، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية، عدد 44، الصادر في 23 جويلية 2003.

6. **المادة 20** ، من الأمر رقم 03-06 ، المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالعلامات التجارية، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية، عدد 44، الصادر في 23 جويلية 2003.
7. **المادة 26** ، من الأمر رقم 03-06 ، المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالعلامات التجارية، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية، عدد 44، الصادر في 23 جويلية 2003.
8. الأمر 66 – 48 المؤرخ في 25 فبراير سنة 1966 المتضمن انضمام الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية الى اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المؤرخ في 20 مارس 1883.
9. الأمر رقم 03-06 ، المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالعلامات التجارية، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية، عدد 44 ، الصادر في 23 جويلية 2003.
10. الامر رقم 57/66 ، المؤرخ في 19 مارس 1966 ، يتعلق بعلامات المصنع و العلامات التجارية ، جريدة رسمية ، العدد 23 ، الصادرة بتاريخ 22 مارس 1966.
11. المرسوم التنفيذي رقم 68/98 ، المؤرخ في 19/02/1998 ، المتعلق بانشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ، جريدة رسمية ، العدد 11 ، الصادر في مارس 1998 .
12. المرسوم التنفيذي ، رقم 277/05 المؤرخ في 02/08/2005 ، المحدد لكيفيات ايداع العلامات وتسجيلها ، جريدة رسمية ، عدد 54 ، الصادر بتاريخ 07/08/2005.

13. مرسوم تنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 جانفي 1990 ، المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش ، جريدة الرسمية ، العدد 05 ، الصادر في 31 جانفي 1990.

III. القوانين الاجنبية:

propriété 1-LOI n° 92-597 du 1er juillet 1992 relative au code de la intellectuelle. JORF n°0153 du 3 juillet 1992

ثانيا: المراجع

أ-الكتب

- 1-أحسن بوسقيعة ،الوجيز في القانون الجزائري العام، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة التاسعة 2009.
- 2-اوشن حنان، الحماية القانونية للعلامة التجارية،اليازوري للنشر والتوزيع ، الجزائر، 2019.
- 3-عدنان غسان برانبو ،التنظيم القانوني للعلامة التجارية، دار النشر منشورات الحلبي الحقوقية،عمان ، 2012.
- 4-محمود علي الرشدان ، العلامات التجارية،دارالمسيرة للنشر والتوزيع والطباعة،عمان، 2009.
- 5-مصطفى موسى العطيّات، التجارة الالكترونية حماية العلامة التجارية الكترونيا، دار وائل للنشر،
- 6-نعيم جميل صالح سلامة ، المنافسة غير مشروعة في العلامة التجارية و اوجه حمايتها، دار النهضة العربية للنشر و التوزيع، مصر ، 2015
- 7-وهيبة اعوارم بن احمد،جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري،مكتبة الوفاء القانونية،الطبعة الاولى، الجزائر، 2015.

ب- الرسائل والمذكرات

• الرسائل

- 1-آمنة صامت المسؤولية الجزائرية في جرائم العلامات الجزائرية. اطروحة لنيل شهادة الدكتوراه. جامعة ابوبكر بلقايد تلمسان 2018/2017
- 2- رابح فاضل الحماية الجزائرية للعلامة التجارية وضمانات حقوق المستهلك في التشريع الجزائري اطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه في العلوم القانونية. باتنة 2014-2015.
- 3- سلامي ميلود، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري و الاتفاقيات الدولية ،أطروحة دكتوراه ،كلية الحقوق والعلوم السياسية ،جامعة الحاج لخضر، باتنة ،2011-2012.

• المذكرات

1. الوافي فضيلة ، دور القضاء في حماية العلامة التجارية في الجزائرية،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية ،كلية الحقوق، جامعة باتنة، 2015-2016.
2. بولحية نبيل ، حماية العلامة التجارية في القانون الجزائري، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر،كلية الحقوق، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، 2016-2017.
3. سماح محمدي ، الحماية القانونية للعلامة التجارية، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في القانون اعمال،كلية الحقوق، جامعة باتنة، 2015-2016.

ج-المقالات

1-سارة بن صالح، جريمة تقليد العلامة التجارية، دفا تر السياسة والقانون،كلية الحقوق والعلوم السياسية،جامعة العربي بن المهيدى أم البواقي،العدد الخامس عشر، جوان 2016.

2-سلامى ملود و والى عبد اللطيف ، الحماية الجزائرية للعلامة التجارية فى القانون الجزائري ،كلية الحقوق والعلوم السياسية،جامعة عمار ثلجى بالاغواط،مجلة الدراسات القانونية و السياسية ،العدد07جانفى 2018.

3-محمد التوجى،عبد القادر عثمانى، مجلة القانون والتنمية، جامعة طاهرى محمد بشار الجزائر ، عقوبة العمل للنفع العام فى التشريع الجزائرى ،كلية الحقوق والعلوم السياسية،رقم الايداع جويلية 2019 ،العدد 3 جوان 2020.

4-يوساف على هاشم ،حمادى محمد رضا ، الحماية الجزائرية للعلامة التجارية من التقليد عبر الأنترنت فى القانون الجزائرى،كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة أدرار،مجلة الحقيقة ، مجلد 17 ، عدد 04ديسمبر 2015.

الفهرس

1	مقدمة
1	الفصل الأول: لإطار المفاهيمي للحماية الجزائرية في العلامات التجارية.....
7	المبحث الأول: ماهية الحماية الجزائرية للعلامة التجارية.....
8	المطلب الأول: مفهوم الحماية الجزائرية للعلامة التجارية.....
8	الفرع الأول: تعريف الحماية الجزائرية للعلامة التجارية.....
9	الفرع الثاني: خصائص الحماية الجزائرية للعلامة التجارية.....
15	المطلب الثاني: شروط الحماية الجزائرية للعلامة التجارية.....
15	الفرع الأول: الشروط الموضوعية.....
23	الفرع الثاني: الشروط الشكلية.....
33	الفرع الثالث: الآثار المترتبة على التسجيل.....
36	المبحث الثاني: الجرائم الماسة بالعلامة التجارية.....
36	المطلب الأول: مفهوم تقليد العلامة التجارية.....
36	الفرع الأول: تعريف تقليد للعلامة التجارية.....
37	الفرع الثاني: صور الاعتداء على العلامة.....
41	الفرع الأول: جريمة تزوير العلامة التجارية أو تقليدها.....
44	الفرع الثاني: جريمة وضع علامة تجارية مملوكة للغير.....
46	الفرع الثالث: جريمة بيع منتجات عليها علامة مزورة أو مقلدة أو مغتصبة وعرضها للبيع.....
49	الفرع الرابع: جرائم العلامات التجارية المرتكبة بطرق احتيالية.....
5	الفصل الثاني: لآليات الجزائرية لحماية العلامة التجارية من الاعتداءات.....
55	المبحث الأول: إجراءات حماية العلامة التجارية.....
55	المطلب الأول: تحريك الدعوى الجزائرية.....
55	الفرع الأول: شروط الحماية الجزائرية.....
57	الفرع الثاني: أصحاب الحق في تحريك الدعوى العمومية.....
63	الفرع الثالث: خصوصية الإثبات في الجرائم الواقعة على العلامة التجارية.....
67	الفرع الرابع: القضاء المختص.....
74	المطلب الثاني: خصوصية الإجراءات في حال الاعتداء الإلكتروني.....
75	الفرع الأول: التقليد عبر الانترنت والتصوير للعلامة التجارية.....
76	الفرع الثاني: أسس تقدير تقليد العلامة التجارية.....

78.....	الفرع الثالث: إجراءات الحماية التجارية جزائيا وموقف المشرع الجزائري
82.....	الفرع الرابع: تطبيق الحماية الجزائرية على العلامة التجارية المعتدى عليها إلكترونيا
84	المبحث الثاني: العقوبات الأصلية والتكميلية
85.....	المطلب الأول: العقوبات الأصلية
85.....	الفرع الأول: الحبس
86.....	الفرع الثاني: الغرامة المالية
87.....	الفرع الثالث: عقوبة العمل للنفع العام
88.....	المطلب الثاني: العقوبات التكميلية
89.....	الفرع الأول: المصادرة
90.....	الفرع الثاني: الغلق النهائي أو المؤقت للمؤسسة
90.....	الفرع الثالث: الإلتلاف
94	خاتمة:
1	الفهرس

ملخص:

إذا كانت حماية العلامة التجارية قد خضعت لتغيرات كثيرة داخل الدولة الجزائرية و التي تنبثق من تشريعات اخرى , فإن التطور ادى الى الزامية الحماية الجزائرية و التوصل الى قواعد للحد من جرائم الاعتداء على العلامة التي اصبحت ظاهرة تتزايد باستمرار يتعرض لها المجتمع و المستهلك فاصبحت تشكل تهديدا خطيرا على الاقتصاد لاسيما عندما تكون الصحة و السلامة على المحك . لذلك فان محاربة التقليد لها اهمية حيوية بالنسبة للبلد .

لعل الحماية الجزائرية لها فعالية ضد الجرائم الماسة بالعلامة التجارية , بل اصبحت حقيقة تمارس الضغط على ارض الواقع ، لكن عدم تطوره و مواكبته للعصر في التشريع الجزائري اصبح الحد من ظاهرة التقليد امرا صعبا .

Résumé:

Si la protection de la marque a connu de nombreuses évolutions au sein de l'Etat algérien, qui émanent d'autres législations, cette évolution a conduit à l'obligation de protection pénale et à l'élaboration de règles visant à réduire les délits d'abus de marque, devenus un phénomène en constante augmentation auquel la société et le consommateur sont exposés et qui est devenu une menace sérieuse pour l'économie, en particulier lorsque la santé et la sécurité sont en jeu. Par conséquent, la lutte contre l'imitation est d'une importance vitale pour le pays.

Peut-être la protection pénale est-elle efficace contre les délits de marque, et est-elle devenue une réalité qui exerce une pression sur le terrain, mais le manque d'évolution et d'adaptation à l'air du temps de la législation algérienne est devenu difficile à réduire le phénomène d'imitation.