

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of High Education and Scientific Research
جامعة محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعرييج -
University of Mohamed el Bashir el Ibrahimi-Bba
كلية الحقوق والعلوم السياسية
Faculty of Law and Political Sciences



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في الحقوق
تخصص: قانون أعمال
الموسومة ب:

• • • •

من إعداد الطالبان:
➤ بلقروم جلال.
➤ بلعقون عصام.
إشراف:
➤ درارجة عبد الجليل

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
بن داود حسين	أستاذ محاضر - أ	رئيسا
درارجة عبد الجليل	أستاذ محاضر - أ	مشرفا ومقررا
محمد لمين بلقروم	أستاذ محاضر - ب	ممتحنا

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

..... 27 ضد 2020 الملحق بالقرار رقم 10824... المؤرخ في
الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

د مؤسسة التعليم العالي والبحث العلمي:

نموذج التصريح الشرقي
الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

أنا الممضي أو ممثله،

السيد(ة): إلحوت عمام الصفة: طالب، باحث
الحامل(ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 2436918 المصادرة بتاريخ: 2021.11.03
المسجل(ة) بـ: المحفوظات والعلوم المسجلة باسمه الشيخ الهادي بن عبد المجيد
والمكلف(ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه)،
عنوانها: الحلقة التجارية و حمايتها

أصبح بشرفي أتي، ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية
المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه .

التاريخ: 2023.06.15

توقيع المعني (ة)

* الملحق بالقرار رقم 10826... المؤرخ في 27 صفر 2023
الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافئتها



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

دعوة مؤسسة التعليم العالي والبحث العلمي:

نموذج التصريح الشرطي
الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

أنا المعضي أه مغل،

السيد(ة): بلقاسم طالي الصفة: طالب، أستاذ، باحث
الحامل(ة) لبطاقة التعرف الوطنية رقم: 131926 الصادرة بتاريخ: 18. 05. 2021
المسجل(ة) بـ الكلية / الحقوق والعلوم السياسية جامعة محمد الشيخ البراهيمي - بئر العاتج
والمكلف(ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه)،
عنوانها: العلامات التجارية في قانون حماية المستهلك

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

التاريخ: 2023 06 15

توقيع المعني (ة)

شكر وعرافان

قال الله تعالى (وَمَنْ يَشْكُرْ فَإِنَّمَا يَشْكُرُ لِنَفْسِهِ) [لقمان:12]

الحمد والشكر لله تعالى الذي وفقنا لإتمام هذا البحث الأكاديمي.

والصلاة والسلام على نبينا محمد وعلى آله الطيبين والرضوان على صحابته.

كل الشكر والتقدير والتحيات للأستاذ درارحة عبد الجليل على إشرافه ومتابعته لنا

خلال فترة إعداد مذكرة التخرج، أيضا لتحفيزه لنا وإصراره على تذكيرنا بمتابعة مذكرتنا

لنيل شهادة الماجستير وشرف كبير أن قمنا بالعمل معه.

الشكر أيضا لجميع أساتذة كلية الحقوق والعلوم السياسية.

وإلى جميع من ساهم في إنجاح هذا العمل.

شكرا جزيلاً

إهداء

إلى من أفضلها على نفسي ولم لا فلقد ضحت من أجلي، ولم تدخر جهداً في سبيل إسعادي
على الدوام (أمي الحبيبة).

نسير في دروب الحياة، ويبقى من يسيطر على أذهاننا في كل مسلك نسلكه.
صاحب الوجه الطيب والأفعال الحسنة، فلم يبخل علي طيلة حياته (والدي العزيز).
إلى أصدقائي وجميع من وقفوا بجواري وساعدوني بكل ما يملكون وفي أصدعة كثيرة.
أقدم لكم هذا البحث وأتمنى أن يحوز على رضاكم

عصام

إهداء

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إلى من رسما لي طريق الحياة و أنارا لي الدرب و أجزيا لي العطاء و نحنا الأخلاق
و أعاناني بالصلوات و الدعوات و علماني الكفاح و أسمى معاني حب الخير و العلم إلى
من لا توجد عبارات تصف حبي و تقديري و شكري و امتناني لهما

أبي و أمي حفظهما الله و أطال عمرهما .

إلى جدي رحمها الله التي طالما إنتظرت هاته اللحظة.

إلى دفتي البيت وسعاده.

إلى إخوتي الكرام.

إلى رفيقة دربي و سندي في الحياة التي ساعدتني في الدراسة ، لها مني كل الحب و الاحترام

و التقدير

إلى زوجتي العزيزة .

إلى رفقاء دربي و مصدر قوتي الذين كانوا السند الأيمن لي

إلى كل عائلتي الأحياء

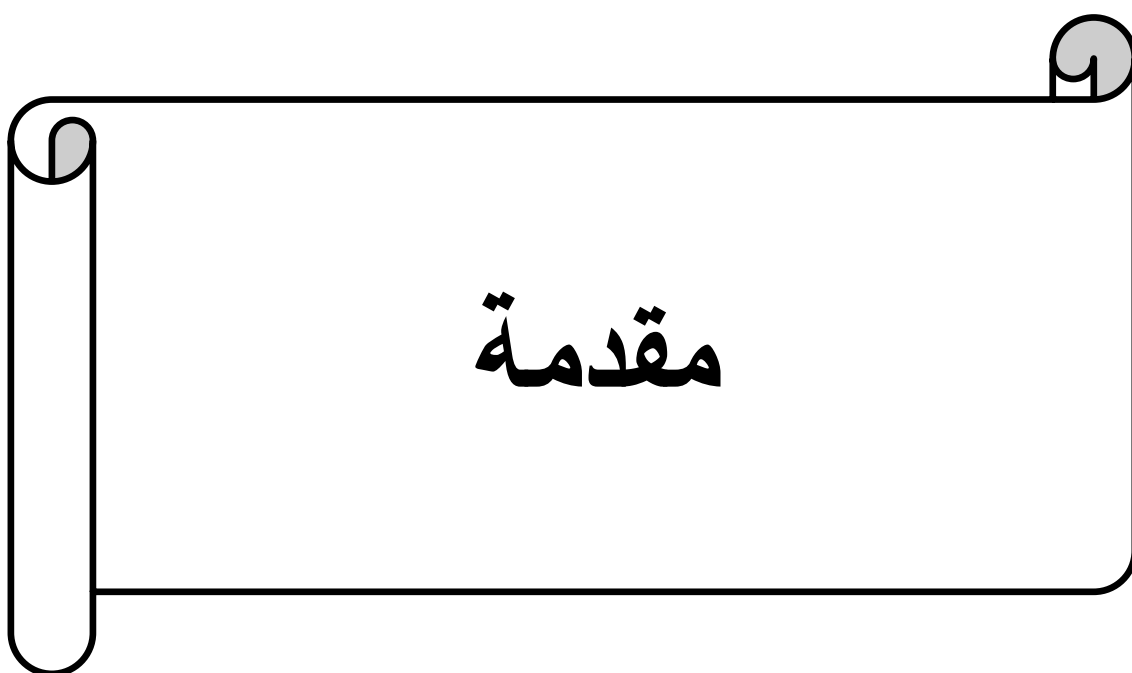
إلى الأحياء والأصدقاء

إلى الأساتذة الكرام.

أهدي هذا العمل المتواضع تقديرا و عرفانا لهم جميعا ، داعيا من المولى عز و جل أن

أكون قد وفقت في هذا البحث العلمي

جلال



مقدمة :

تعتبر العلامة التجارية من أبرز وأهم عناصر الملكية التجارية ، حيث تلعب دوراً مهماً في نجاح المشروع التجاري الوظائف التي يؤديها المتجر ، حيث إنها تبرز شخصية التاجر أو الصانع أو مزود الخدمة ، وتلعب دوراً مهماً في تحديد سمعته في مجال التجارة.

كما أنها وسيلة المستهلك ودليله في تحديد مصدر المنتجات والسلع والخدمات بناءً على خاصية التمييز ، ويعتبر رابطاً بين مالك العلامة التجارية والمستهلك من أجل تحقيق الحماية القانونية للعلامة التجارية وتحقيقها ، يجب استيفاء شروط موضوعية للعلامة ، وهي شرط التميز والجدة وشرط الشرعية ، بالإضافة إلى توافر الشروط الشكلية التي تجعلها تتمتع بالحق للحماية القانونية، لهذا السبب وضع المشرع الجزائري أحكاماً محددة بموجب الأمر 03/06 تتعلق بالعلامات التجارية ، فيما يتعلق بالحق في امتلاك علامة تجارية ، وإيداعها ، وتسجيلها ، ونشرها ، ونقلها ، وإبطالها كما نصت على عقوبات يتم توقيعها على مختلف الجنح ، بما في ذلك التزوير أو استخدام علامة تجارية عن طريق الاحتيال.

أهمية الموضوع:

- تحتل دراسة موضوع الحماية القانونية للعلامة التجارية حيزاً هاماً ضمن موضوعات قانون الملكية الفكرية بشكل عام والملكية الصناعية بشكل خاص لما لها من أهمية كبيرة سواء من الناحية النظرية أو العلمية.

- تتجلى أهمية الموضوع على المستوى النظري في كون العلامة التجارية من الحقوق التي يجب البحث عنها في أحكامها النظرية التي تجد أساسها في مختلف التشريعات والأدبيات قيد الدراسة خاصة وأن الأحكام القانونية المنظمة لهذا الموضوع

ليست دائماً مفهومة وسهلة التفسير ، لأنها غالباً تتطلب توضيحاً من قبل الفقهاء والعلماء.

- تتجلى الأهمية العلمية لهذا الموضوع في الخلافات التي تنشأ أمام الجهات القضائية بسبب الاعتداءات التي تحدث على العلامات التجارية المسجلة والتي تهدد مالك العلامة في أهم حقوقه المكتسبة ، وهي حق الملكية وجميع الحقوق الأخرى المستمدة منه ، الأمر الذي يستدعي الاهتمام بهذه المسألة، ومحاولة إيجاد حلول جادة وصارمة لوقف هذه الاعتداءات على العلامة التجارية وصاحبها على حد سواء.

أسباب اختيار الموضوع:

- تكمن دوافع البحث في موضوع الحماية القانونية للعلامة التجارية في عدة أسباب تشكل الأساس الرئيسي لاختيارها كموضوع للدراسة ، ويمكن إبرازها على النحو التالي:

تتمثل هذه الأسباب في رغبتني في البحث في مجال الملكية الصناعية حيث أنها من أحدث الموضوعات الخاضعة للدراسات القانونية في الوقت الحاضر من أجل إعداد دراسة قانونية في موضوع قانوني. حماية العلامة التجارية ، لأنه على الرغم من محاولة الباحثين إعداد بعض الدراسات حول ما هو مهم خاصة بين فئة التجار ، لأنها لا تزال موضوعاً ملهماً ويحتاج إلى توضيح ومزيد من البحث والتعمق.

أهداف الموضوع:

- محاولة إثراء موضوع الحماية القانونية للعلامة التجارية من منظور قانوني أساساً ومن منظور فقهي ، وذلك من خلال استقراء وتحليل كافة النصوص القانونية والمعاهدات المتعلقة بالموضوع قيد الدراسة من جهة ، وكذلك من خلال معالجة الآراء الفقهية التحليلية الموجودة في المراجع العامة والخاصة من جهة أخرى ، بقصد إعداد دراسة يوجد فيها نوع من العمق والشمول بشكل يجعل الموضوع واضحاً ومتكاملاً للوصول إلى أهم

المشاكل أثارها البحث خاصة على أرض الواقع ، ومحاولة إيجاد حلول فعالة وسد الثغرات القانونية التي تعتبر ثغرات يستغلها الناس في الاعتداء على العلامات - حقيقة أن المشاكل التي تقف في طريق حقوق الملكية الصناعية لا تقتصر على مواجهة التحديات التي تفرضها الاتفاقيات الدولية ، ولكنها تشغل حيزاً كبيراً للتوعية بهذه الحقوق وتقديم التصورات والمقترحات اللازمة بقدر ما ممكن لتطوير التشريعات الوطنية ، وخاصة في مجال العلامات التجارية ، والتي ستكون موضوع هذا البحث.

- الوقوف على ما ذهب إليه المشرع الجزائري في مجال العلامات التجارية بشكل عام وفي مجال الحماية المقررة لها بشكل خاص ، حيث أن الأمر يتطلب من المشرع التأكد من مواكبة التشريعات والتعديلات الحديثة التطورات في مجال حماية العلامات التجارية ، وهو ما نهدف إلى القيام به من خلال دراستنا للموضوع من أجل تطوير النظام القانوني في التعامل مع حقوق الملكية الصناعية بشكل عام والعلامة التجارية بشكل خاص.

إشكالية الموضوع:

يتميز الوضع الحالي بتدفق الصناعات الحديثة واتساع أفق التجارة محلياً ودولياً، كانت التجارة ولا تزال العمود الفقري لأي اقتصاد ، سواء بالنسبة للبلدان المتقدمة أو للبلدان النامية فقد بذل قصارى جهده لتحسين منتجاته وضمان تفوقها وشعبيتها على المنتجات الأخرى ، ويتم ذلك فقط من خلال ما يسمى بالعلامة التجارية ، وهي وسيلة المشروع الاقتصادي والتجاري لتمييز منتجاته أو خدماته عن منتجات الآخرين مشاريع مماثلة.

وجاءت الإشكالية على النحو التالي:

هل القوانين التي جاء بها المشرع الجزائري كافية لحماية العلامة التجارية وأصحابها؟

وهذه الإشكالية تتفرع فيها إلى عدة أسئلة فرعية وهي:

- ما مفهوم العلامة التجارية؟
- ماهي أنواع العلامات التجارية؟
- كيف يتم إكتساب العلامة؟ وكيف تتقضي؟
- ماهي الأليات القانونية لحماية العلامة التجارية؟

المنهج المتبع:

حتى نحقق الهدف المنشود من هذه الدراسة وإيجاد حلول للمشكلات التي أثرت حولها ، اعتمدنا على نهجين يتناسبان مع موضوع البحث:

- **المنهج الوصفي:** تم اعتماده في البحث كلما دعت الحاجة إلى تعميق الدراسة والخروج باستنتاج ، من خلال وصف المشكلات التي أثرت في الموضوع بشكل علمي ، والتي تم من خلالها التوصل إلى تفسيرات منطقية تم التوصل إليها البراهين والأدلة التي تمنحنا القدرة على وضع أطر عمل محددة للمشكلة ويتم استخدام ذلك في اختيار نتائج البحث.

- **المنهج التحليلي:** ويتم ذلك من خلال استقراء المواد القانونية المتعلقة بالموضوع قيد الدراسة وتحليل محتواه وقد اعتمدنا هذا النهج في جميع أجزاء البحث في شكل تمحيص وعمق في تلك النصوص ، واستخلاص موقف المشرع الجزائري من كل عنصر من عناصر البحث بالإضافة إلى كان علينا إجراء بعض المقارنات من خلال تسليط الضوء على موقف بعض التشريعات الأخرى في مسألة الحماية القانونية للعلامة التجارية.

تقسيم الموضوع:

ومن أجل تحليل دارستنا وجب علينا تقسيمها إلى فصلين فتناولنا في الفصل الأول الإطار القانوني للعلامة التجارية والذي انقسم بدوره لمبحثين فكان مضمون المبحث الأول ماهية العلامة التجارية، أما المبحث الثاني فتضمن شروط إكتساب العلامة التجارية وأثارها، أما الفصل الثاني فتناولنا فيه العلامة التجارية وحمائتها في القانون الجزائري التي إنقسم إلى المبحث الأول الذي تضمن الحماية المدنية للعلامة، أما المبحث الثاني فتناولنا فيه الحماية الجزائرية للعلامة التجارية.

الفصل الأول:

الإطار القانوني للعلامة التجارية

الفصل الأول: الإطار القانوني للعلامة التجارية.

في ضوء الدور الفعال الذي تلعبه العلامة التجارية في المجال التجاري ، فهي وسيلة للمصنع أو التاجر أو مقدم الخدمة لتمييز منتجاته أو سلعه أو خدماته عن المنتجات والسلع والخدمات المماثلة الأخرى ، مما يؤدي إلى لجذب العملاء والمستهلكين لأنه يرسخ في أذهانهم معنى الضمان والجودة وهو ما يميز منتج أو خدمة هذه العلامة ، حيث تعتبر الأخيرة صلة وصل بين مالك العلامة ومستهلك البضاعة أو طالب الخدمة تعتبر العلامات التجارية أيضًا عنصرًا مهمًا في نجاح أي مشروع تجاري ، حيث يتم تصنيف قيمتها تقريبًا بين العناصر التي يعتمد عليها هذا المشروع في نجاحه وترقيته.

لا تتحقق الحماية القانونية للعلامة التجارية إلا بوجود نظام قانوني يحكم العلامة التجارية. الأمر الذي يحتم علينا إدخاله بشكل إلزامي ، لتمييزه عن العناصر الأخرى للملكية الصناعية ، والتي تشمل بشكل أساسي براءات الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية والاسم التجاري والعنوان التجاري إلخ ، بسبب الاختلاف في النظام القانوني الذي ينظم ويحمي كل عنصر من هذه العناصر ، بالإضافة إلى معالجة الوظائف التي تؤديها العلامة التجارية المحمية ، وفي هذا السياق كان من الضروري معالجة أنواع وأشكال العلامات التجارية ، والتي سيتم دراستها من خلال القسم الأول من هذا الفصل ، بينما في القسم الثاني ، الشروط التي يجب استيفائها من أجل إنشاء العلامة التجارية سارية المفعول وخاضعة للحماية القانونية اللازمة.

ومن خلال هذا الفصل سنتحدث إلى ماهية العلامة التجارية(المبحث الأول)، ونتناول كذلك شروط إكتساب العلامة التجارية وإنقضائها(المبحث الثاني).

المبحث الأول: ماهية العلامة التجارية.

تحتل العلامة التجارية مكانة مهمة ومميزة بين حقوق الملكية الصناعية ، حيث تلعب دوراً مهماً في نجاح المشروع التجاري ، ويُنظر إليها على أنها أحد العناصر غير الملموسة للمحل نظراً لدورها الفعال في جذب العملاء وتسويق المنتجات و نشر استخدامه على المستويين الوطني والدولي ، حيث يعتبر وسيلة منافسة مشروعة. حيث يقدم الصانع أو المالك منتج من خلال فكرة منظمة تقدمه في شكل علامة محددة يمكن أن يكون لها ميزة كافية لتمييز المنتج ، وزيادة أهميته من الناحية الاقتصادية كرمز وركيزة ثقة من ناحية ، ورمز الاقتصاد من ناحية أخرى.

فستتطرق في هذا المبحث إلى مفهوم العلامة التجارية (المطلب الأول)، وستتناول أيضاً أنواع العلامة التجارية (المطلب الثاني).

المطلب الأول: مفهوم العلامة التجارية.

في هذا المطلب نتناول مفهوم العلامة التجارية الذي يلعب في الحياة الاقتصادية ، من خلال الاهتمام الكبير الذي يعلقه إنشاء الشركة التجارية عليها لأنها تمثل رمزاً للشركة ، وتتيح العلامة التجارية تمييز المنتجات عنها. الآخرين ، ويسمح أيضاً للجمهور بمعرفة أصل المنتج الذي تم شراؤه أو الخدمة التي يتطلبها حتى يتمكن العميل من تجنب الإخفاء أو الاحتيال ، لذلك سنتعامل في هذا المطلب تعريف العلامة التجارية من الجوانب اللغوية والفقهية والقانونية والقضائية(الفرع الأول) ، والتطرق إلى خصائص العلامة التجارية (الفرع الثاني).

الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية.

وستنظر في تعريف اللغوي (أولاً) و الفقهي (ثانياً) ،القانوني (ثالثاً) والتعريف الدولي (رابعاً).

أولاً: التعريف اللغوي.

العلامة لغة عرفت على أنها " كل أثر عن الشيء للدلالة عليه ومعرفته وتمييزه عن غيره، وهي مشتقة من العلم المبني عن المعرفة، ومنه علم الدولة للدلالة عليها وتمييزها.¹

وقد عرفت أيضا على أنها : "السمة، والفصل بين الأرضين وشيء منصوب في الطريق يهتدى به " ، فهي كل أثر في الشيء للدلالة عليه ومعرفته وتمييزه عن غيره، وهي مشتقة من العلم بمعنى المعرفة.²

ثانياً: التعريف الفقهي.

استنتج معظم الفقهاء الذين بحثوا في موضوع العلامة إلى إعطائها تعاريف فقهية حيث عرّفها أحمد طه السنوسي بأنها: "العلامة التجارية تستخدم لتمييز الصالح المادي حيث أنها تؤخذ لتمييز الخدمة غير الملموسة ، وبالتالي فهي أي صورة أو علامة تستخدم لتعريف المادة أو الخدمة وهي ذات قوة أنه يأخذ الفصل إنتاج شخص أو خدمة هو نتيجة إنتاج أو خدمة أشخاص آخرين".³

¹ تامر حيان قضاء الحق في العلامة التجارية في القانونين المصري والاردني، معهد البحوث والدراسات العربية القاهرة، 2002، ص12.

² الشيخ عبد الله البستاني اللبناني، معجم لغوي (البستان)، المجلد الثاني المطبعة الأميركية، بيروت، 1927 ص1645.

³ أحمد طه السنوسي الحماية القانونية لعلامات الخدمة التجارية والتطور الاقتصادي للملكية الصناعية في التشريع المقارن ، مجلة مصر المعاصرة، العدد 282 أكتوبر 1955 ص 33.

وعرفها الدكتور مصطفى كمال طه بأنها : " العلامة التي يتخذها الصانع أو التاجر والخدمات المماثلة".¹

أما الفقيه الفرنسي "بويه" فقد أعطاها تعريفاً على أنها: " الوسيلة المادية الضامنة لمشتريها منشأ أو أصل السلع، أو هي كل رمز يساعد في معرفة ذاتية السلعة سواء صنعت من طرف صانع أو بيعت من قبل تاجر".²

ثالثاً: التعريف القانوني.

1. التشريع الجزائري:

عرفت التشريعات المختلفة العلامة التجارية بحسب وجهة نظر كل منها، فقد عرفها المشرع الجزائري بمقتضى المادة 02 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات بأنها: "العلامات كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها والألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره".³

ويلاحظ من خلال تعريف المشرع الجزائري للعلامات أنه اعتمد على معيارين كأساس في تعريفه الأول هو حصر بعض العناصر المكونة للعلامة التي ظهرت ونص على أن تكون قادرة على التمثيل الكتابي للتمتع بالحماية المقررة ، على سبيل المثال لا الحصر ، واشترطت أن تكون قابلة للتمثيل الخطي لتكون محمياً بموجب القانون،⁴ أما الثاني فنجد

¹ بن صالح سارة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، أطروحة دكتوراه، تخصص علوم في القانون الخاص، جامعة العربي بن مهيدي، أم بواقي، 2018/2019، ص16.

² عبد الوهاب سمية، سعداني كمال، حماية العلامات في القانون الدولي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الوادي، 2016/2017، ص6.

³ المادة 02 من الأمر رقم 06/03 المؤرخ في 19/07/2003 المتعلق بالعلامات، ج ر، عدد 44.

⁴ راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق كلية الحقوق والعلوم السياسية، تخصص قانون خاص، جامعة تيزي وزو، الجزائر، 2014 ، ص13.

يركز على توضيح وظيفة العلامة والتي تتمثل في القدرة على تمييز المنتجات والسلع والخدمات عن ما يشبهها وما يماثلها.

2. التشريع المصري:

ثانياً: عرفها المشرع المصري في المادة 63 من قانون حماية الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002 على أنها: "العلامة التجارية هي كل ما يميز منتجاً سلعة أو خدمة غيره و تشمل على وجه الخصوص الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً و الامضاءات و الكلمات و الحروف و الأرقام و الرسوم, عناوين للمجال الدمغات و الأختام و الصور النقوش البارزة, و مجموعة أن الألوان التي تتخذ شكلاً خاصاً و مميزاً, و كذلك أي خليط من هذه العناصر اذا كانت تستخدم أو يراد أن تستخدم اما في تمييز منتجات عمل صناعي, أو استغلال زراعي, أو استغلال الغابات أو مستخرجات الأرض أو أية بضاعة و أما بطريقة تحضيرها و اما للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات و في جميع الأحوال يتعين تكون العلامة التجارية مما يدرك البصر."¹

3. المشرع الأردني:

وقد عرف المشرع الأردني العلامة التجارية بأنها : " أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمال أي شخص لتمييز بضاعته أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره " .²

ويعتبر هذا التعريف الذي توصل إليه المشرع الأردني علاجاً لأوجه القصور التي كانت موجودة في قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952 ، حيث حدد العلامة في تعريف ضيق ، حيث حصرها في القطاع الصناعي والتجاري وضع علامة فقط بدون علامة الخدمة التي تضمنها بتعديله لقانون العلامات التجارية القديم.

¹ المادة 63 من القانون رقم 82 لسنة 2002 المتعلق بقانون حماية الملكية الفكرية المصري.

² المادة 02 من القانون رقم 34 لسنة 1999 المتضمن قانون العلامات الأردني.

4. المشرع الفرنسي:

أما المشرع الفرنسي فقد عرفها في المادة 711 من القانون المتعلق بالملكية الفكرية على أنها: " سلع تستخدم لتمييز علامة المنتج أو الخدمة هي علامة ت أو خدمات شخص طبيعي أو اعتباري عن سلع أو خدمات الأشخاص الطبيعيين أو الاعتباريين الآخرين ".¹

رابعاً: التعريف الدولي.

عرفتها اتفاقية تريبس بنصها على أنها: " تعتبر أي علامة تجارية أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة لان تكون علامة تجارية وتكون هذه العلامات لا سيما الكلمات التي تشمل أسماء و حروف و ارقام و اشكال و مجموعات الوان او أي مزيج من هذه العلامات ما يسمح بتمييز السلع والخدمات ذات الصلة و يجوز للبلدان الأعضاء ان تجعل الصلاحية للتسجيل مشروط بالتمييز المكتسب من خلال الاستخدام كما يجوز لها اشتراط ان تكون العلامات الزرع تسجيلها قابلة للأدراك بالنظر كشرط لتسجيلها".²

الفرع الثاني: خصائص العلامة التجارية.

تتميز العلامة التجارية بمجموعة من الخصائص التي تميزها عن العناصر المماثلة للملكية الفكرية ، وأهمها أنها ذات طبيعة قانونية خاصة (أولاً) ، ومميزة (ثانياً) ، والزامية (ثالثاً) و مستقل (الرابع) .

¹ Art :L711-1, loi n92-597 du 1 juillet 1992 ,relative aux marque de fabrique ,de commerce ou de service, JORF n 0153 de 3juillet 1992 ;modifié par Ordonnance n°20191169 du 13 novembre 2019.

² المادة 01/15 من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس) المؤرخة 15 أبريل 1994.

أولاً : الطبيعة الخاصة للعلامة التجارية.

العلامة هي أحد عناصر الملكية الصناعية ، والتي تعتبر أيضاً أحد أقسام الملكية الفكرية ، وهي تستجيب للحقوق المعنوية.¹

وهذا ما يتضح من نص المادة 687 من القانون المدني التي تنص على: "تنظم خاصة الحقوق التي ترد على أشياء غير مادية".²

كما تصنف العلامة ضمن العناصر المعنوية للمحل التجاري وذلك من خلال المادة 78 من القانون التجاري الجزائري ، حيث يحق لصاحبها فقط استخدامها لجذب العملاء عن المنتج أو الخدمة ، بالإضافة إلى التمتع بقيمة مالية تمكن صاحبها من احتكارها واستغلالها. اقتصادياً.³

ثانياً : الخاصية التمييزية للعلامة.

تستخدم العلامة التجارية في الأصل كشارة للتمييز بين السلع والخدمات بحيث لا يخلط المستهلك بين سلعة معينة وبقية سلع المؤسسات المنافسة ، بالإضافة إلى وظيفتها كأداة للتمييز بين الخدمات ومن ثم تسمى علامة الخدمة.

ثالثاً : الطابع الإلزامي للعلامة.

جعلت معظم التشريعات الأخيرة من استخدام العلامة غير إجباري ، ولكن يحق للشخص المعني أن يستخدمها بما يتماشى مع مصلحته ، ومن بين التشريعات التي تبنت مبدأ العلامة الاختيارية هي التشريع الفرنسي ، مما يعني أن الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة له الحرية الكاملة في وضع العلامة أو عدم التمييز بين منتجاته أو

¹ راشدي سعيدة ، مرجع سابق ، ص 14 .

² أمر رقم 75- 58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 ، يتضمن القانون المدني ، ج ر عدد 78 ، صادر في 30 سبتمبر 1975 ، معدل ومتمم .

³ المادة 78 من أمر رقم 75-59 ، مؤرخ في 26 سبتمبر 1975 ، يتضمن القانون التجاري ، ج ر عدد 101 الصادر في 19 ديسمبر 1975 ، معدل ومتمم ، التي اعتبرت في فقرتها الثالثة العلامة التجارية جزء من المحل التجاري.

خدماته. على عكس نظيراتها التي تمثل الطابع الليبرالي للعلامة التجارية وليس الطابع الاستهلاكي ، فهي لا تعتبر وسيلة لحماية المستهلك من خلال الإشارة إلى مصدر المنتجات أو الخدمات ، بل هي وسيلة للمصنعين والتجار لجذب العملاء ، وبالتالي تعتبر وسائلهم في إطار المنافسة.¹

ومع ذلك ، بالرجوع إلى التشريع الجزائري بشأن العلامات التجارية ، نجد أن المشرع جعل العلامة إلزامية في أنواعها الثلاثة: علامات المصنع ، والعلامة التجارية ، وعلامة وعلامة الخدمة ، من خلال الأمر المتعلق بالعلامات 03-06 بعد أن كانت اختيارية في الماضي بموجب الأمر 66-55² ، باستثناء علامة المصنع ، التي كانت ولا تزال إلزامية.

رابعاً : إستقلالية العلامة.

مبدأ الاستقلال في العلامات يعني أن العلامة لا تشير إلى الخصائص الأساسية للسلعة أو الخدمة ، وبالتالي فإن صلاحية العلامة مستقلة تماماً عن شرعية مكانها أو المنتج الذي توضع عليه ، وهذا هو ما تم تضمينه في المادة 07 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية التي نصت على أنها: " لا يجوز بأي حال أن تكون طبيعة المنتج الذي يتعين أن توضع عليه العلامة الصناعية أو التجارية حائلاً دون تسجيل العلامة."³

¹ راشدي سعيدة ، مرجع سابق ، ص 19 .

² حيث تنص المادة 1 من الأمر 66-57 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية ، مؤرخ في 19 مارس 19 ، ج ر عدد 23 ، صادر في 22 مارس 1966 (ملغى) ، أن علامة المصنع إلزامية ولو في الحالة التي يتولى المنتج تسويق منتجاته بنفسه أما العلامة التجارية أو علامة الخدمة فهي اختيارية .

³ اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المؤرخة في 23 مارس 1883 المعدلة والمتممة.

المطلب الثاني: أنواع العلامة التجارية.

تختلف العلامات في تقسيمها حسب نوع النشاط الذي يمارسه التاجر سواء كان نشاطاً تجارياً أو صناعياً أو خدمياً ، وهي الأنواع الأساسية للعلامات التجارية (الفرع الأول) التي يتفق عليها التشريع المقارن ، حيث نجد العلامة الصناعية (الفرع الثاني) التي يضع المصنِّع على بضاعته ومنتجاته ، وعلامة الخدمة (الفرع الثالث) التي يأخذها التاجر لتمييز خدماته عن الخدمات الأخرى المشابهة ، وهناك العلامة التجارية التي يستخدمها التاجر لتمييز بضاعته ومنتجاته عن مثيلاتها ، وهو ما يتم التعامل معه في ، كما أن هناك علامات أخرى مثل العلامة الجماعية (الفرع الرابع) وأخيراً العلامة المشهورة (الفرع الخامس).

الفرع الأول: العلامة التجارية.

هو ما يضعه التاجر على البضائع التي يوزعها ولا يساهم في تحديد مصدر البيع. يستخدمه التاجر لتمييز منتجاتهم التي يعرضونها للبيع بعد شرائها مباشرة من تاجر الجملة أو المنتج ، بغض النظر عن مصدر إنتاجهم. كما تعتبر علامة يضعها الشخص الذي يحصل على البضاعة من المنتج بقصد بيعها للمستهلكين. في هذا الصدد ، لا نفرق بين المنتجات التي هي نتيجة عمل صناعي أو تجاري أو استثماري .. الخ. حيث نأخذ هذه المنتجات بمعناها الواسع ، بغض النظر عن مصدرها ، من أمثلة هذه العلامات "Peugeot، Nokia" ... إلخ.

كما نجد داخل العلامة التجارية ما يسمى بعلامة المنشأ MARQUE DE MAISON ، وقد ظهرت هذه العلامة مؤخراً ، حيث نجدها أكثر استخداماً في الولايات المتحدة الأمريكية ، وهي ترمز إلى مشروع تجاري فريد غالباً ما يظهر في العبارة "شعار". يمكن تسجيل هذا الشعار كعلامة تجارية من خلال تمييز السلع

والمنتجات الأخرى. ومع ذلك ، إذا لم يتم تسجيلها ، تتمتع العلامة المعتدية بالحماية المقررة للاسم التجاري¹.

بالرجوع إلى الأمر 03/06 ، نلاحظ أن المشرع الجزائري لم يضع تعريفا لمصطلح "علامة تجارية" ، بل قدم تعاريف في المادة 02 منه بشكل عام والعلامات الجماعية وعلامة السلع والخدمات ، بالإضافة إلى العلامات المشتركة التي أشار إليها المشرع الجزائري بنص المادة 31 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المتعلق بإجراءات إيداع وتسجيل العلامات.²

الفرع الثاني: العلامة الصناعية.

تعني العلامة الصناعية أو علامة المصنع كل رمز يمكن تمثيله خطياً يضعه الصانع على منتجات مصنعه لتمييزها عن منتجات المصانع الأخرى ، مثل علامة "رينو" للسيارات أو "فيات" ومع ذلك ، فإن هذا الإنتاج الصناعي يتطلب مواد أولية أو منتجات نصف تامة الصنع ، وقد يكون لهذه المواد علامة خاصة وبناءً على ذلك ، يجب على الصانع اختيار علامته الخاصة مع الحفاظ على علامة الشركة المصنعة وعلامة المواد الخام التي يسميها الفقه القانوني علامة مصاحبة لعلامة الشركة المصنعة.

"مما لا شك فيه أن إتفاقية باريس للملكية الصناعية هي الدعامة الأساسية التي ترتكز عليها نظام الحماية الدولية لحقوق الملكية الصناعية."³

¹ ميلود سلامي ، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والإتفاقيات الدولية ، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه علوم ، تخصص قانون خاص ، جامعة الحاج لخضر باتنة ، كلية حقوق والعلوم السياسية ، 2011-2012 ، ص 66.

² المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المؤرخ في 02 أوت 2005 والمتعلق بكيفيات الإيداع العلامات وتسجيلها ، ج.ر ، عدد 54 مؤرخة في 07/08/2005.

³ عماد الدين محمود سويدات، الحماية المدنية للعلامات التجارية، ط1، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص138.

وأشار المشرع الجزائري إلى هذا النوع من العلامات من خلال الأمر 03/06 المتعلق بالعلامات في المادة 03 منه ، والذي يربط مفهوم العلامة الصناعية بمصطلح السلع بمعناه الأوسع سواء كانت طبيعية أو زراعية أو تقليدية أو صناعية ، حيث نص على: "كل منتج طبيعي أو زراعي أو تقليدي أو صناعي خاماً أو مصنعا".¹

الفرع الثالث: علامة الخدمة.

تُعرف علامة الخدمة في ضوء الوظيفة التي تؤديها ، وهي أساس تمييز خدمة كما هو الحال بالنسبة لخدمات النقل والسياحة ، والإعلانات ، والفنادق ... إلخ ، ولا تتعلق بها السلع والبضائع مثل البنوك ، ولكن إذا كانت تتعلق بخدمات معينة مثل شركات التأمين ومحطات الوقود ، فإن لها علاقة بالسلع المتعلقة بهذه الخدمات والخدمات الأخرى المنتشرة في مختلف المجالات.²

كما يعرفها المشرع أيضا من خلال المرسوم التنفيذي رقم 90/39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش بأنها : " كل مجهود يقدم ماعدا تسليم منتج ولو كان هذا التسليم ملحقا بالمجهود المقدم أو دعما له " .³

الفرع الرابع: العلامة الجماعية.

تعرف العلامة الجماعية فقد نص عليه المشرع الجزائري في المادة 02 الفقرة 02 حيث نصت على أن : " العلامة الجماعية هي كل علامة تستعمل لإثبات المصدر

¹ المادة 03 من الأمر 03//06 المتعلق بالعلامات.

² فواز عبد الرحمان علي دودة ، الحماية القانونية للعلامة التجارية ، دراسة مقارنة ، المرجع السابق ، ص 38

³ المادة 02 فقرة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 90/39 المؤرخ في 30 يناير 1990 ، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش ، ج ر ، عدد 5 ، المؤرخة في 31 يناير 1990 .

والمكونات والإنتاج أو كل ميزة مشتركة لسلع أو خدمات مؤسسات مختلفة ، عندما تستعمل هذه المؤسسات العلامة تحت رقابة مالكيها¹.

و التشريع القطري نجده يعرف العلامة التجارية بالنظر إلى دورها واستخداماتها حيث حيث نص على أنها : " هي التي تستخدمها أو يراد أن تستخدمها مشروعات مختلفة بالنسبة لمنتجاتها أو خدماتها تحت مراقبة أو فحص مالك هذه العلامة ، ويكون مالك العلامة الجماعية شخصا اعتباريا خاصا أو عاماً.²"

الفرع الخامس: العلامة المشهورة.

بعض التشريعات تناولت هذا النوع من العلامات ، وأضفت الحماية عليها ، ومنها التشريع الأردني ، حيث عرفت في المادة الأولى من القانون رقم 34 بأنها ذات شهرة عالمية ، فاقت شهرتها البلد الأصلي الذي سجلت فيه واكتسبت فيه الشهرة في القطاع المعني من الجمهور في المملكة الأردنية الهاشمية.³

أما الفقه الفرنسي فيعرفه بأنه: "تلك العلامة المشهورة والشائعة بين عدد غير محدد من الجمهور والتي تتجاوز معرفة المختصين لعلم كل الناس ، وهي علامة غير مسجلة تحدد شهرتها. من خلال عدة معايير مثل معيار الأقدمية ، ومعيار الاستخدام ، ومعيار الشعبية ، ومعيار الدوران التحقق من قبل صاحب العلامة أو معيار إبداء الرأي.⁴"

¹ أنظر المادة 02 فقرة 02 من الأمر 06 / 03 المتعلق بالعلامات.

² المادة 01 من القانون القطري 09 لسنة 2002 بشأن العلامات والبيانات والأسماء التجارية والمؤشرات الجغرافية والرسوم والنماذج الصناعية.

³ المادة 01 من القانون رقم 34 لسنة 1952 ، يتعلق بقانون العلامات الاردني .

⁴ Poland.dulian Ffrederique ، Droit de la propriété industrielle domat – droit prive – Montchrestien ، Paris ، 1999 . p 264 52

المبحث الثاني: شروط صحة العلامة التجارية وإنقضائها.

تعتبر الشروط الموضوعية والشكلية المطلوبة لتسجيل العلامات حجر الزاوية الذي يقوم عليه حق مالك العلامة لأن الإجراءات تنظمها قوانين قطاعية يجب أن يتبعها مالك العلامة.

نص الفصل الثاني من الأمر رقم 03/06 على الحق في حماية العلامة التجارية ، حيث جاء في الفصل الأول اكتساب الحق في العلامة التجارية والحقوق الممنوحة للتسجيل في القسمين الثالث والرابع ، ومن أجل قيام الحماية لهته العلامة وجب علينا التطرق إلى شروط صحة العلامة التجارية(المطلب الأول)، وإلى إنقضاء هذه العلامة (المطلب الثاني).

المطلب الأول: شروط صحة العلامة التجارية.

تتطلب معظم القوانين واللوائح توافر شروط موضوعية معينة في العلامة التجارية بحيث يمكن التمييز بين السلع والخدمات المماثلة. اشترط المشرع عدم استخدام العلامة من قبل شخص آخر ، وهو ما يسمى بشرط الجدة ، بالإضافة إلى شرط أن تكون العلامة المراد استخدامها مشروعة ، وسيتم بحث ذلك في الباب الأول ، في بالإضافة إلى الشروط الموضوعية ، يجب استيفاء الشروط الشكلية لتسجيل هذه العلامات والتمتع بها. مع الحماية القانونية ، حيث تتم الإجراءات في المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ، يقال أيضاً أن هناك طريقتين للإيداع: الطريقة الوطنية من خلال الإيداع المباشر لدى المعهد من قبل المودع أو وكيله ، والطريقة الدولية ، ويتم ذلك وفقاً لاتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات.

الفرع الأول: الشروط الموضوعية.

من خلال هذا القسم نناقش الشروط الموضوعية التي فرضها المشرع الجزائري على العلامة حتى تكون صالحة.

أولاً: الصفة المميزة للعلامة محل الحماية.

لكي تستفيد العلامة من الحماية القانونية ، يجب أن يكون لها طابع مميز ، أي يجب أن تتمتع العلامة بسمات مادية مناسبة لتمييز المنتجات أو الأشياء أو الخدمات الخاصة بكل منظمة.¹

هذا الشرط نص عليه المشرع الجزائري في المادة 02 فقرة 01 من الأمر 03/06²، وهذا ما اعتمده المشرع الفرنسي ، فعلامة خالية من أي خاصية مميزة لا تعتبر علامة تجارية لتمييز البضائع أو طبيعتها أو كميتها ، في المادة 711 من قانون الملكية الفكرية الفرنسي.

يجب أن يكون للعلامة شكل مميز خاص بها ، بمعنى أنها تتميز بطبيعة متأصلة تمنع الالتباس مع الآخرين وتسهل التعرف عليها مكتوبة بأحرف مختلفة.³

ثانياً : شرط الجودة.

إذا تم استخدام العلامة التجارية من قبل من قبل أحد المصنعين أو التجار لتمييز نوع معين من السلع لا يمنع الآخرين من استخدام نفس العلامة التجارية لتمييز سلع أخرى مختلفة عن السلع الأولى ، فإن الجودة المقصودة ليست كذلك كما ذكرنا. المطلقة في إنشاء العلامة التجارية وابتكارها ، ولكن بالأحرى الجودة المقصودة في التطبيق على نفس السلع ، ومع ذلك ، أعطت اتفاقية تريبس حماية أكبر لمالكي العلامات التجارية المشهورة وحالت دون استخدام هذه العلامات حتى للسلع أو خدمات أخرى غير تلك مشابهة.⁴

¹ فاضلي ادريس المدخل إلى الملكية الفكرية، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2002، ص 168.

² المادة 01/02 من الأمر 03/06 المتعلق بالعلامات.

³ صلاح زين الدين الملكية الصناعية والتجارية براءات الاختراع - النماذج الصناعية - العلامات التجارية - البيانات التجارية (دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان الاردن، 2012، ص 277.

⁴ حمادي زوبير الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت لبنان، 2012، ص 66 و

ثالثاً : شرط المشروعية.

تعني الشرعية أن العلامة غير محظورة قانوناً بمعنى أن النصوص القانونية تسمح بتسجيلها أو لا تعارض استخدامها ، حيث أن العلامة غير المشروعة هي التي تخالف نصاً قانونياً ، وفي المفهوم أن المشرع الجزائري جاء في المادة 07 ، الفقرة 04 من الأمر 03/06 ، العلامات المستبعدة من التسجيل والتي تعتبر غير قانونية هي تلك التي تنتهك النظام العام والأخلاق العامة ، وكذلك تلك التي يحظر استخدامها في الجزائر بموجب القانون أو الاتفاق ، ولا يجوز أن تشمل العلامة على لوائح أو فوائح.¹

الفرع الثاني: الشروط الشكلية.

بالإضافة إلى الشروط الموضوعية ، يجب استيفاء الشروط الشكلية حتى تتمتع العلامة بالحق في الحماية القانونية. يقصد بها الإجراءات التي يجب اتباعها في تسجيل العلامة حتى تصبح صالحة للاستغلال التجاري والحماية من قبل الدولة.

أولاً: طلب تسجيل العلامة.

يقصد به القرار الذي تتخذه السلطة المختصة ، وفي ذلك الوقت يتم تسجيل العلامة في الفهرس العام للسلطة المختصة ، حيث يتم ذكر جميع البيانات والعمليات المتعلقة بالعلامة بحيث يمكن لمالكها التذرع بها ضد الغير ، وبعد ذلك يستلم الموعد أو وكيله شهادة تسجيل لكل علامة مسجلة ، وكذلك للغير بعد دفع الرسوم المستحقة للحصول على شهادة تعريف تتضمن جميع البيانات المسجلة. يمكن تجديد تسجيل العلامة التجارية على أساس أن المشرع الجزائري حدد ملكية حقوق العلامة التجارية بعشر سنوات من تاريخ تقديم الطلب ، وسمح بتجديد تسجيل العلامة التجارية كلما انتهت فترة الحماية خلال الستة - فترة الأشهر التالية لانتهاء التسجيل ، ويرفق طلب التسجيل بكل الوسائل التي تثبت أن العلامة قد استخدمت بشكل جدي خلال الفترة

¹ مصطفى كمال طه القانون التجاري ، الأعمال التجارية والتجار والمحل التجاري الملكية الصناعية)، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2001، ص245.

السابقة لانتهاج التسجيل ، وهذا يتيح لصاحب 2003/07/19 بتاريخ 06/03 من الأمر 11 ، مع مراعاة أحكام المادة 11 من العلامة ، للاحتفاظ بعلامته لفترة أخرى ، ولا يمكن تجديد العلامة إلا إذا تم استيفاء الشروط التالية:

- لا يتضمن طلب التجديد تغييراً جذرياً في شكل العلامة أو الإضافة في قائمة السلع أو الخدمات.
 - دفع رسوم التجديد خلال الأشهر الستة التالية لانتهاج التسجيل.
 - تقديم ما يثبت استخدام العلامة خلال العام السابق لانتهاج التسجيل.¹
- ثانياً: الإيداع.

ويمثل في عملية تسليم الملف إلى السلطة المختصة للتسجيل من قبل مالك العلامة ، جزائري أو أجنبي ، مقيم في العلامة ، أو من ينوب عنه ، سواء كان شخصاً معنوياً أو طبيعياً ، الجزائر أو في الخارج ، باستثناء أنه إذا كان طالب العلامة مقيماً في الخارج ، فيجب على وكيل يمثله أمام الهيئة. يتم إرسال الطلب بالبريد المسجل مع إشعار الاستلام أو بأي وسيلة تثبت الاستلام. يجب أن يشتمل طلب التسجيل على ما يلي:

- يقدم طلب التسجيل بشكل خاص يتضمن اسم المودع وعنوانه بالكامل.
- نسخة من العلامة لا يتجاوز مقياسها الإطار المحدد في النموذج.
- قائمة بالسلع والخدمات المراد تسجيل العلامة من أجلها.
- إيصال يثبت دفع الرسوم في حالة تمثيل المودع من قبل وكيل ، يجب إرفاق طلب التسجيل.

- نسخة من الوكالة عند تقديم طلب الإيداع أمام السلطة المختصة ، يتم فحصه من الناحية الشكلية أنه يفي بالمتطلبات الشكلية.¹

¹ زواش هاجر، قاسيمي عيسى، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة ماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعرييج، الجزائر، 2021/2022، ص10.

في حالة عدم استيفاء الوديعة لهذه الشروط ، تطلب السلطة المختصة من المودع تسوية طلبه خلال فترة شهرين أو رفض طلبه. في حالة قبول الطلب من وجهة نظر رسمية ، تنتقل السلطة المختصة إلى فحص الإيداع من وجهة نظر موضوعية ، فيما يتعلق بمدى تطابق العلامة مع الأمر 7 من القانون ، وأنها ليست كذلك مستثنى من التسجيل للأسباب المنصوص عليها في المادة أي فحص توافر الشروط الموضوعية للعلامة 2005/05/07 بتاريخ 06/03 للعلامة التجارية. إذا وجدت أن أحد الشروط الموضوعية غير متوفر ، فإنها ترفض الطلب وتبلغ هذا الرفض للشخص المعني ، وتطلب منه تقديم ملاحظاته خلال مدة شهرين تبدأ من تاريخ الإخطار ، ويمكن أن تكون هذه الفترة إذا لزم الأمر لنفس الفترة ، بناءً على طلب مبرر من صاحب المصلحة ، ولكن رفض المصلحة ذات الصلة لا يعتبر قرارًا نهائيًا إلا بعد سماع المعني وتقديم ملاحظاته.²

ثالثًا: النشر.

على مستوى المعهد الوطني للملكية الصناعية ، توجد النشرة الرسمية للعلامات التجارية. في ذلك ، يتم تسجيل كل ما يتعلق بالعلامات التجارية ، بما في ذلك التسجيلات أو تجديد العلامة كما يسجل كل إلغاء أو إبطال للعلامة التجارية. يعتبر هذا الشهر شهر إيداع العلامة في النشرة الرسمية للإعلانات حتى يتمكن من تقديم اعتراض على طلب التسجيل ، وإبلاغ الجمهور بالعلامات التجارية المسجلة لدى السلطة المختصة ، ولكن النشر لا يخلق حق ، بل هو مجرد وسيلة لإثبات حق موجود مسبقًا من خلال الإيداع السابق ، وبالتالي فإن تاريخ الاعتراض على العلامة التجارية هو من تاريخ التسجيل وليس من تاريخ النشر تاريخ التسجيل ، وإيداع

¹ المرسوم التنفيذي رقم 346/08، المؤرخ في 2008/10/27، يعدل ويتم للمرسوم التنفيذي رقم 277/05 المؤرخ في 2005، يحدد كيفية العلامات وتسجيلها.

² زواش هاجر، قاسيمي عيسى، المرجع السابق، ص 09.

العلامات الدولية في الجزائر ، لأنها تخضع لنفس الشروط الموضوعية والشكلية التي يجب توافرها في العلامة الوطنية ، مع وجود شرط أن يكون طالب التسجيل مواطناً واحداً واحداً من البلدان المرتبطة باتفاقية دولية تمنح الحماية المتبادلة للعلامة التجارية المسجلة.¹

المطلب الثاني: إنقضاء العلامة التجارية.

ينتهي حق ملكية العلامة التجارية كغيرها من الحقوق سواء بالتخلي عنها أو عدم تجديدها. هذان السببان يعتمدان على إرادة صاحب الحق ، وقد يكون ذلك بسبب بطلان التسجيل وعدم الاستغلال هذا النوع من الزوال هو خارج إرادة صاحب الحق في العلامة ، أو قد يكون بسبب إرادة صاحبها ، والتي سيتم دراستها فيما يلي:

الفرع الأول: إنقضاء العلامة عن طريق إرادة مالكيها.

نتطرق من خلال هذا العنصر إلى صور إنقضاء العلامة التجارية عن طريق إرادة مالكيها وذلك من خلال صورتين تتمثل في التخلي أو العدول عن العلامة (أولاً) فتمثل الأخرى في عدم تجديد العلامة (ثانياً).

أولاً: العدول عن العلامة التجارية.

وهذا ما نصت عليه المادة 19 من الأمر 03/06 التي أوضحت إمكانية التخلي عن العلامة بالتخلي عن تسجيلها ، سواء كان التنازل عن كل أو جزء من السلع أو الخدمات.²

وقد أدرج المشرع الجزائري حكماً هاماً في المادة 26 من المرسوم التنفيذي رقم 05/277 يقضي بأن التخلي عن العلامة في حالة عقد الترخيص يتطلب موافقة المستفيد

¹ المرجع نفسه، ص10.

² المادة 19 من الأمر 03/06 المتعلق بالعلامات.

من الترخيص، أما بالنسبة لاتفاقية TREES ، فلم تنص على أحكام خاصة تتعلق بانتهاء حق العلامة التجارية في تركها أو التخلي عنها.¹

ثانياً: عدم تجديد العلامة.

تكتسب العلامة شهرتها وتزداد قيمتها بمرور الوقت ويحرص صاحب العلامة على ذلك بعد مرور 10 سنوات على طلب التجديد خلال 6 أشهر من تاريخ انتهاء صلاحيتها ، تظل العلامة محجوزة لمالكها أو ورثته ومع ذلك ، إذا انتهت فترة الستة أشهر دون طلب تجديدها ، فيجوز لكل شخص طلب التسجيل باسمه.²

فيما يتعلق باتفاقية تريبس ، تنص المادة 18 منها على أن يكون التجديد لمدة لا تقل عن 7 سنوات ، ويمكن تجديد تسجيل العلامة التجارية إلى أجل غير مسمى ، ويفهم ذلك من خلال محتوى النص من هذه المادة أن مالك العلامة ، إذا لم يجدد علامته خلال فترة 07 سنوات ، فإن حقه ينتهي بمضي فترة زمنية بعد انتهاء التسجيل ، ويبقى الاتفاق لتحديد تشريعات الدول الأعضاء.³

الفرع الثاني: إنقضاء العلامة لأسباب خارجة عن إرادة صاحبها

تنتهي ملكية العلامة في الحالات الخارجة عن إرادة مالكها ، إما بالاستئناف على صحة الإيداع والتسجيل ، حيث يؤدي قرار إبطال التسجيل إلى ضياع الحقوق القانونية التي كان يتمتع بها ، بالإضافة إلى ذلك. يسقط حقه في ملكية العلامة في حالة عدم استغلالها ، ويتم التعامل معه في الآتي:

¹ تنص المادة 26 من المرسوم التنفيذي 05/277 على أنه: " إذا سجلت المصلحة المختصة عقد بترخيص لا يجوز لها قبول العدول عن تسجيل العلامة إلا بتقديم تصريح ينص على موافقة المستفيد من الرخصة على هذا العدول".

² حمادي الزبير ، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ط1، ص 117.

³ فاضلي إدريس، المرجع السابق، ص180.

أولاً : الطعن ببطلان العلامة.

تنص المادة 20 من الأمر 03/06 على أنه " يمكن للجهة القضائية المختصة إبطال تسجيل العلامة بأثر رجعي من تاريخ الإيداع وذلك بطلب من المصلحة المختصة أو من الغير عندما يتبين بأنه كان لا ينبغي تسجيل العلامة لسبب من الأسباب المذكورة في الفقرات 01 إلى 09 من المادة 07 من هذا الأمر .

لا يمكن إقامة دعوى الإبطال إذا اكتسبت العلامة صفة التمييز بعد تسجيلها و تتقدم هذه الدعوى بخمس (05) سنوات ابتداء من تاريخ تسجيل العلامة ويستثنى من هذا الإجراء طلب التسجيل الذي تم بسوء نية ".¹

ثانياً: إجراءات رفع دعوى إبطال العلامة المسجلة.

تبدأ دعوى إبطال العلامة المسجلة بإدراج عريضة افتتاحية في كتابة سيطرة المحكمة على مقر المجلس للقسم المدني أو التجاري في نفس المحكمة. من الملكية الصناعية ، إذا لم يكن مدعيًا ، ولكن تم ذكره كوسيلة للتدخل أو الدخول في التقاضي ، يبدأ الأطراف في المرافعات بشكل كتابي وشفهي ، وعند إقفال المرافعات ، تكون المرحلة الأخيرة من المرافعة. يبدأ الإجراء الخاص بسير القضية ، وهو اتخاذ قرار بشأنه. يشمل الحكم الابتدائي القابل للاستئناف الإبطال التام للعلامة المسجلة أو الإبطال الجزئي لجزء فقط من السلع أو الخدمات المسجلة بواسطة مصطلح العلامة ، حيث إن الإبطال ، إلا ذلك الجزء من هذه السلع أو الخدمات وفقاً لنص المادة 27 من المرسوم التنفيذي رقم 277/05 المتعلق بشأن كيفية إنشاء العلامات وتسجيلها.²

¹ المادة 20 من الأمر 03/06 المتعلق بالعلامات.

² المادة 27 من المرسوم التنفيذي 277/05 المتعلق بشأن كيفية إنشاء العلامات وتسجيلها.

ملخص الفصل الأول

نستنتج من الفصل الأول أن المشرع الجزائري أعطى مفهوماً للعلامة التجارية في المادة 02 من الأمر 03/06 ، حيث عرّفها بأنها جميع الرموز القادرة على التمثيل الخطي ، لا سيما الكلمات ، بما في ذلك أسماء الأشخاص والحروف والأرقام والرسومات. أو الصور والأشكال المميزة للبضائع أو تغليفها والألوان وحدها أو مجتمعة. تستخدم جميعها لتمييز سلع أو خدمات الشخص الطبيعي أو الاعتباري عن سلع وخدمات الآخرين. من خلال هذا المقال ستلاحظ كما أشرنا في الفصل الأول أن هذا التعريف يحتوي على معنى ضيق للعلامات التجارية ، حيث حصر المشرع مفهوم العلامة في وظيفة التمييز بين السلع والخدمات ، كما أشرنا. أن المشرع الجزائري ربط مفهوم العلامة بمدى قدرتها على تمثيلها كتابة ، أي بمفهوم الانتهاك ، لأن كل علامة لا تخضع للتمثيل الخطي لا تصلح لتكون علامة تجارية. الحقوق التجارية تمكن حقوق الملكية الفكرية بشكل عام والصناعي بشكل خاص ، فنجد أنها تأخذ أشكالاً وصوراً تمثل علامات تجارية ، وهي نفس الأشكال والصور والرموز والرسومات ... إلخ.

من خلال نص المادة 07 من الأمر 03/06 المتعلق بالعلامات التجارية في جميع فقراته ، ويعتبر الحق في العلامة التجارية حقاً نسبياً بمعنى أنه ليس موجهاً إلى جميع الأشخاص ، ولكنه يستخدم فقط ضد الأشخاص الذين يستخدمون العلامة التي يملكها شخص آخر على سلع أو خدمات أو منتجات مماثلة أو على غرار العلامة ، وذلك لتلافي اللبس أو اللبس في ذهن المستهلك من جهة ، وحماية حق المالك.

الفصل الثاني:

الحماية القانونية للعلامة التجارية

الفصل الثاني: الحماية القانونية للعلامة التجارية.

تمثل العلامة التجارية مساحة واسعة في عالم التجارة على المستويين الدولي والمحلي ، وتلعب دوراً لأنها إحدى الوسائل المهمة لجذب العملاء ، حيث إن معظمهم من الأمور الحيوية في البحث عن العلامة التجارية أكثر من البحث عن المنتج الذي يعتبر من الوسائل المغرية التي تسترعي انتباه الخارجين عن القانون الذين يحاولون الاستفادة منه بطرق أخرى غير الإساءة المتعمدة والمشروعة وجني ثماره دون تعب من أجل الوصول إلى الربح بشكل عام بشتى الوسائل ، ومنها المنافسة غير العادلة ، وهي من الأعمال العدوانية التي رافقت النشاط التجاري والاقتصادي ، وخاصة باستخدام أساليب غير عنيفة لا تتفق مع تقاليد وأصول العمل التجاري بقصد التأثير على العملاء وجذبهم ، مما يتسبب في إلحاق الضرر بالعميل. مالك العلامة التجارية موضوع المنافسة غير المشروعة.

"العلامة التجارية هي إشارة مميزة تحدد سلعا أو خدمات معينة على أنها تلك التي ينتجها شخص أو مشروع محدد أو يوفرها."¹

كما شهدت التجارة تطوراً ملحوظاً عندما روجت المعاملات التجارية ، بما في ذلك العلامات التجارية ، لمنتجاتها عبر الإنترنت تحت ما يسمى "التجارة الإلكترونية" في ضوء ما يقدمه هذا النوع الجديد من التجارة بفائدة مضاعفة لكل من مالكي العلامات التجارية والجماهير. من المستهلكين ، من خلال إنشاء مواقع إلكترونية عبر الإنترنت للترويج للمنتجات والخدمات التي يقدمونها ، مما أدى إلى جعل العلامة التجارية مرغوبة من قبل العديد من الأشخاص والمشاريع التي تتسرع في تسجيل العناوين الإلكترونية بهدف القرصنة أو السطو على حقوق أصحاب العلامات التجارية. بالإضافة إلى ذلك ،

¹ عبد الله عبد الكريم عبد الله، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية على شبكة الأنترنت، د ط، دار الجامعة الجديدة، الأزاريطة، مصر، 2008، ص187.

نجد الحماية تحت عنوان (الحماية المدنية للعلامة التجارية) ، التغليف التجاري الجزائري ، والذي يتمثل بشكل أساسي في حماية العبوة من جميع أنواع الهجمات التي تقع في الجزء الجزئي ، بحسب تكيف المشرع الجزائري الذي نجده اساساً في المصنفات التقليدية على العلامات التجارية كما استوعبها المشرع وبعض النصوص المستخرجة من قانون العقوبات وسنناقش في 06/03 خلال الامر لدراسة هذه الصورة في الفصل الثاني تحت عنوان (حماية جزائية للعلامة التجارية).

المبحث الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية.

حرية التجارة والصناعة بهدف تحقيق الربح من خلال جذب أكبر عدد من العملاء ، وقد يؤدي استخدام التاجر أو المصنع لأساليب تشجيع العملاء على التردد على متجره إلى منافسة بين التجار والمصنعين الذين يمارسون نشاطًا مشابهًا ، وطالما وحيث أن الوسائل أو الأساليب التي يستخدمها التاجر مشروعة فلا مشكلة مطروح ، ولكن يطرح الأمر عند استخدام وسائل غير مشروعة ومخالفة للعرف التجاري ، وإيذاء الآخرين.

وفقا للقواعد العامة ، يحق لمالك العلامة التجارية أو الشخص المخول باستغلالها رفع دعوى شخصية أمام المحكمة للمطالبة بالتعويض عن أي ضرر تسبب فيه مرتكب التعدي على علامته ، سواء كانت هذه العلامة مسجل أم لا كما يمكنه اللجوء إلى دعوى المنافسة غير العادلة كطريقة للمطالبة بحقه الذي يحق أيضًا لكل شخص مهتم.

وسنتناول في هذا المبحث دعوى المنافسة غير المشروعة(المطلب الأول)و كذلك إجراءات رفع الدعوى وجزائها(المطلب الثاني).

المطلب الأول: دعوى المنافسة غير المشروعة.

المنافسة روح التجارة ، وعماد من الركائز التي تقوم عليها ، ولكنها ليست من الحقوق والحريات المطلقة. بل يجب أن تكون هناك حدود للبقاء ضمن تقاليد العمل التجاري ، ولا يتم تجاوزها إلا بنطاق المنافسة غير العادلة ، وهو خطر يضر بأصحاب العلامات التجارية والمستهلكين على حد سواء عندما ينطوي على أساليب غير سلمية المنافسة غير المشروعة هي وسيلة مالك العلامة التجارية لحماية علامته التجارية من هجمات الآخرين. بالنسبة للعالم الافتراضي ، تعتبر المواقع الإلكترونية من أكثر الوسائل استخدامًا لمهاجمة العلامة التجارية.

وسنتناول في هذا المطلب تعريف دعوى المنافسة غير المشروعة (الفرع الأول)، وكذلك إلى الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة(الفرع الثاني).

الفرع الأول: تعريف دعوى المنافسة غير المشروعة.

من أجل التمكن من صياغة تعريف شامل للمنافسة غير المشروعة ، من الضروري الرجوع إلى الفقه القضائي والتشريعات القانونية المختلفة لإيجاد تعريف قانوني للمنافسة غير العادلة الذي يتطلب البحث في النظم المقارنة والقانون الجزائري.

أولاً: التعريف الفقهي.

وعرّفها محمد المسلومي: "وهو ما يتحقق من استخدام التاجر لوسائل تنافس العادات والتقاليد والقوانين التجارية ، وتضر بمصالح المنافسين ، وتخل بالسمعة التجارية وترفع. يشك في جودة منتجاته لتشويه سمعة منشأته ، أو وضع بيانات غير صحيحة على البضائع بهدف تضليل الجمهور " ¹.

أما مصطلح "عدم المشروعية" فيعني الانحراف عن القانون أو استخدام الأساليب والوسائل المخالفة للقانون ، أو استخدام وسائل تمنعه أو تمنعه. كما يعني تجاوز حدود الشريعة أو مقتضيات العدل والمصلحة العامة مما يخلق اضطرابات وفوضى وخصوصيات. ²

ثانياً: التعريف في القانون الجزائري.

عرفها القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في المادة 02/27 منه على أنها: "تعتبر الممارسات التجارية غير النزيهة في مفهوم هذا القانون الممارسات التي يقوم بها العون الاقتصادي وهي كالتالي: تقليد العلامات أو تقليد منتجاته أو خدماته." ³

¹ أوّشن حنان، الحماية القانونية للعلامة التجارية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة العربية 2016، ص85.

² زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة فرع مسؤولية المهنية ، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011، ص15.

³ المادة 27 من الأمر 02/04 المؤرخ في 23 جوان 2004 المتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدلة بالقانون رقم 06/10.

نستنتج من التعريف الذي توصل إليه المشرع الجزائري في القانون أعلاه أنه لم يتطرق إلى تطوير مفهوم المنافسة 27 ، وتحديداً في المادة 04/02 ، وهو أمر غير قانوني ، ولكنه ممارسات غير عادلة تقتصر على أعمال التقليد. والمنافسة غير العادلة.

ثالثاً: التعريف القضائي للمنافسة غير المشروعة.

ووفقاً لمحكمة النقض المصرية ، فإنها تعرف على أنها: "ارتكاب أفعال مخالفة للقانون والأعراف بقصد إحداث التباس بين مؤسستين تجاريتين وجذب عملاء إحدى هاتين المؤسستين إلى الأخرى ، وكذلك تحويل العملاء عن المؤسسة من يلتزم بأداب المدينة."¹ إجتهدت المحكمة العليا الجزائرية بتعريف المنافسة غير المشروعة "يقصد بالمنافسة غير المشروعة كل عمل يتعارض مع الممارسات الشريفة والنزيهة في الشؤون الصناعية والتجارية."²

الفرع الثاني: الأساس القانوني للمنافسة غير المشروعة.

أثير جدل فقهي حول الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير العادلة ، فهناك من يعتبر الفعل غير المشروع خطأ أو ضرراً أو علاقة سببية ، بينما اعتمد منتقدو هذه النظرية على حقيقة أن دعوى المنافسة غير العادلة يهدف إلى تجاوز ما هو المقصود بدعوى المسؤولية التصويرية ، وكأن الأخيرة تهدف إلى التعويض عن الضرر ، ودعوى المنافسة غير العادلة بالإضافة إلى اتخاذ تدابير وقائية في المستقبل.³

¹ بن صالح سارة، المرجع السابق، ص165.

² مجلة المحكمة العليا، عدد خاص التقليد في ضوء القانون والإجتihad القضائي على ضوء قرارات المحكمة العليا الغرفة التجارية والبحرية، قسم الوثائق، 2012، ص13.

³ سمير جميل حسين فتلاوي ، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجزائرية ، الجزائر، ص429.

أولاً: موقف المشرع الجزائري من دعوى المنافسة غير المشروعة.

يميل التشريع الجزائري إلى الإشارة إلى أن دعوى المنافسة غير العادلة تستند إلى أحكام المسؤولية التقصيرية من القانون 124 كما هو منصوص عليه في القواعد العامة ، ويتجسد هذا في نص المادة 05/10 ، بصيغتها المعدلة بالقانون ، على أن كل فعل إذا ارتكب من قبل الشخص بخطئه ، أي الأشخاص الاعتبارية.

أنه يتسبب في جبر ضرر للآخرين ، ويلتزم من تسبب به بالتعويض واكتساب البصيرة عند قيامهم بأعمالهم. إذا نتج الفعل غير المشروع عن ذلك ، وجب العناية اللازمة. نص المشرع الجزائري في المادة 4 على جواز استخدام أي علامة لسلع أو خدمات عبر التراب الوطني إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب التسجيل.¹

المطلب الثاني: إجراءات رفع دعوى المنافسة غير المشروعة

وجزائاتها.

يجوز لأي شخص طبيعي أو اعتباري رفع دعوى المنافسة غير المشروعة ضد من أخطأ ، بشرط أن يكون على علم بعدم مشروعية العمل الذي قام به. بعد أن تتحقق المحكمة من توافر اختصاصها الأصلي ، يجوز لها أن تأمر بالتعويض والأمر باتخاذ الإجراءات اللازمة لوقف الانتهاك وبناءً على ذلك ، سنتحدث إلى أصحاب الحق في رفع دعوى المنافسة غير العادلة، بالإضافة إلى المسوقين والمستهلكين أصحاب العلامات التجارية(الفرع الأول)، ونتطرق إلى جزائات دعوى المنافسة غير مشروعة(الفرع الثاني).

الفرع الأول: مالكي العلامة التجارية.

مالك العلامة هو كل شخص يتمتع بالحق في استغلال العلامة والتصرف فيها بمحض إرادته. ويشمل كلا من مالك العلامة والمرخص له ، مقيد.

¹ زواش هاجر، قاسيمي عيسى، المرجع السابق، ص21.

أولاً: مالك العلامة.

يعتبر مالك العلامة كل من يشرع في إجراءات تسجيل علامته. إذا كانت هذه الإجراءات صحيحة وفقاً للقانون ، في المعهد الوطني للملكية الصناعية ، يجوز لمالك العلامة ، وإذا كانت العلامة مستوفية لشروطها الموضوعية والشكلية ، رفع دعوى قضائية للحصول على تعويض نتيجة الإجراءات غير المشروعة. عندما يرفعها شخص آخر له مصلحة ، يجوز له التدخل في أي نزاع أو دعوى متنازع عليها للحصول على تعويض. يجب على مالك العلامة أن يتدخل في النزاع أمام المحكمة الابتدائية ، ولكن إذا وصل النزاع إلى مجلس القضاء ، أي في حالة واحدة لا يجوز له التدخل في النزاع لأن القاضي في هذه الحالة غير ملزم بالفصل فيه. ملكية العلامة في استئناف الحكم الصادر في الدعوى. ومع ذلك ، في حالة رفع الدعوى من قبل شخص آخر غير مالك العلامة ، حيث يكون الغرض من الطلب أو الدفاع الذي لا يكون للمالك فيه مصلحة محتملة يعترف بها القانون هو منع حدوث ضرر وشيك ، يخشى أن تختفي الأدلة في حالة النزاع.¹

ثانياً: المرخص له:

الشخص الذي يمنحه مالك العلامة التجارية حق الانتفاع من امتيازات الانتفاع بها أو استغلالها كلياً أو جزئياً مقابل دفع ثمن. كمنافسة غير عادلة على سمعة العلامة أو أي سوء سلوك ، وهو فعل قد يؤدي إلى لبس أو خطأ مع تلك العلامة على المنتجات المدرجة في العلامة المرخص باستغلالها.

¹ حمادي الزويير ، المرجع السابق، ص164.

ثالثا: المسوق:

كل من يقوم بتسويق منتجات تحمل علامة منتهكة يمكنه الدفاع عنها ، وقد يكون المسوق تاجرا. بالتاجر يعني الجميع ، من خلال دعوى المنافسة غير العادلة ، ولكن من الممكن لأشخاص بخلاف التجار القيام بعمل تجاري واعتباره تجارة معتادة بالنسبة له. ومن هؤلاء الأشخاص المهنيين لتسويق المنتجات التي تحمل تلك العلامة. يعرف المحترف من قبل المشرع الجزائري بأنه كل منتج ، أو صانع ، أو وسيط ، أو حرفي ، أو تاجر ، أو مستورد ، أو موزع ، وبشكل عام كل تدخل في إطار مهنته في عملية عرض المنتج قانون المنافسة ، لذا استخدم مصطلح "استهلاك أو خدمة للخبير الاقتصادي". المساعدة تعني كل شخص طبيعي ومنتوج وتوزيع وشخصية اعتبارية أيا كانت صفته تزاوّل أنشطة خدمية.¹

رابعا: جمعية المستهلكين والمستهلكين:

يعرف المشرع الجزائري المستهلك في المادة بأنه: "كل شخص طبيعي أو اعتباري يكتسب 09/03 قانون حماية المستهلك وقمع الغش ، بمقابل أو بدون مقابل ، سلعة أو خدمة مخصصة للاستخدام النهائي ، من أجل تلبية حاجة شخص آخر ، ومن خلال ذلك يتضح أن المستهلك الذي يحق له الحماية يتمثل في الشخص الذي يفتني منتجاً معيناً لتحقيق رغبة في الاستهلاك الشخصي أو للآخرين ، لذلك يحق لهذا الشخص عند تعرضه للأذى نتيجة سلوك معين رفع دعوى قضائية للمطالبة بالتعويض. كما يلعب القانون 06/12 دوراً في إنشاء وتنظيم جمعيات المستهلكين ، والتي تخضع لإعلام وتوعية متخذي القرار في تكوين الجمعيات.²

¹ الأمر 06/95 المتعلق بالمنافسة، المؤرخ في 1995/01/25، ج ر، عدد 99 لسنة 1995.

² زواش هاجر، قاسيمي عيسى، المرجع السابق، ص 27/26.

الفرع الثاني: جزاءات دعوى المنافسة غير مشروعة.

عند استيفاء شروط دعوى المنافسة غير العادلة ، يجوز للطرف المتضرر من الضرر رفع دعوى قضائية ضد الجاني ، حيث ينص القانون صراحة على وجوب تعويض الضرر لمن تسبب فيه ، بالإضافة إلى إمكانية المطالبة وقف أعمال التعدي التي تعتبر من أفعال المنافسة غير المشروعة ، وهو ما سيتم مناقشته في ما يلي :

أولاً : المطالبة بالتعويض .

تنص المادة 29 من الأمر 03 / 06 على أنه : " إذ أثبت صاحب العلامة ان تقليدا قد ارتكب أو يرتكب ، فان الجهة القضائية المختصة تقضي بالتعويضات المدنية ، وتأمّر بوقف أعمال التقليد ، و تربط إجراء المتابعة بوضع كفالة لضمان تعويض مالك العلامة أو صاحب حق الاستنثار بالاستغلال و يمكن أن تتخذ الجهة القضائية المختصة عند الاقتضاء كل تدبير آخر منصوص عليه في المادة 30 أدناه .¹

نستنتج من هذا المقال أن المشرع الجزائري قد وافق للمتضرر الذي يتبع المسار المدني على إمكانية المطالبة بالتعويض اللازم عن الضرر الذي قد يكون قد لحق به ، وأن هذا الضرر يتم تقييمه وفق قواعد المسؤولية المدنية ، خاصة حكم التعويض النسبي مع الضرر .

ثانياً : إيقاف الأعمال غير المشروعة .

للمحكمة التي تنظر في قضية المنافسة غير المشروعة أن تلزم المدعي بوقف الأعمال واتخاذ الإجراءات المناسبة لإزالة آثارها ، مثل منع استخدام العلامة التجارية التي تتعارض مع المنافسة العادلة المقررة ، بشرط أن يوقف العمل عن طريق اتخاذ إجراء لإزالة الملابس نتيجة لوجود علامة تجارية ولكن ما شابه ذلك أو ما شابه لا يعني

¹ المادة 29 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات

أن إزالة حالة المنافسة ككل بين التجار المتنافسين تقتصر على إزالة المخالفة أو تعديل ذلك الوضع بحيث تكون المنافسة ضمن إطارها القانوني.¹

من الملاحظ في المجال التطبيقي أن صاحب المصق الذي تعرض لفعل من أعمال المنافسة غير المشروعة غالبا ما يلجأ إلى هذا الإجراء الأخير حتى يتمكن من الحفاظ على الأدلة الاستدلالية التي تمكنه من إثبات هذا الفعل وإيقافه نظرا لما يتمتع به القضاء المستعجل من مميزاته ولا سيما السرعة في اصدار الحكم فهو عكس باقي الاقسام .

المبحث الثاني : الحماية الجزائرية للعلامة التجارية .

لا توجد حماية جزائية ما لم يتم تسجيل العلامة في المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ومن هنا تظهر أهمية تسجيل العلامة ، وهو شرط أساسي لتمتع العلامة بالحماية الجزائية وعليه ، لا توجد الحماية الجزائية قبل إتمام إجراءات التسجيل القانوني أو في نهاية فترة الحماية المقررة قانونا دون حضور صاحبها بالتجديد لا يعتبر فعل الاعتداء عليه جريمة يعاقب عليها القانون قد يتخذ الاعتداء على علامة تجارية أشكالا مختلفة تؤدي إلى رفع دعوى جنائية قد يكون الاعتداء على العلامة نفسها ، كتقليدها أو تشبيهها بها على سلعة معروضة للبيع أو معروضة للبيع في جميع أنحاء التراب الوطني ، أهمها تقليد العلامة التجارية التي انتشرت في عصر التنمية التجارية .

وهناك العديد من العلامات التجارية التي انتشرت لتشمل جميع دول العالم ، وأصبحت راسخة في أذهان المستهلكين لتمتعهم بالجودة والضمان ، مما يجعلهم عرضة للمخالفين ، خاصة في مجال المنتجات الاستهلاكية الأمر الذي يستدعي ضرورة محاربة كل أنواع التعدي بشكل عام ، ومد الحماية القانونية اللازمة لها ، خاصة ضد ما يسمى بالتقييم .

¹ محبوبي جامعة الحسن الثاني ، النظام القانوني للمبتكرات الجديدة في ضوء التشريع المغربي والإتفاقيات الدولية، أطروحة دكتوراه ،الدار البيضاء ، المغرب ، 2004 ، ص 185 .

وسنتطرق إلى دعوى التقليد للعلامة التجارية في (المطلب الأول) ، ونتناول كذلك إجراءات رفع الدعوى وجزائها (المطلب الثاني) .

المطلب الأول : دعوى تقليد العلامة التجارية .

جريمة التزوير في مجال الملكية الصناعية هي الأكثر شيوعاً ، حيث تنبثق عنها جميع الجرائم الأخرى ، وبناء عليه سنحاول من خلال هذا المطلب أن نتناول في (الفرع الأول) ما هو المقصود بالتقليد ثم إلى أركان الجريمة بتزوير العلامة التجارية في (الفرع الثاني) .

الفرع الأول : تعريف التقليد .

لم يعرف المشرع الجزائري التقليد من خلال الأمر 03/06 واكتفى بتوصيفه بأنه جنحة وربط الحماية المقررة لعلمه من هذا الفعل بشرط التسجيل في الأمر ، وبالتالي يعتبر التقليد عموماً أحد الوسائل التي تسبب ارتباكاً في أذهان الجمهور من خلال أخذ منتج مشابه للمنتج الأصلي وستستخدم عناصره الأساسية ، مما يجعل المؤمن ضحية للتلاعب.¹

أولاً : التعريف اللغوي .

والتقليد عبارة عن : " إتباع الإنسان غيره فيما يقول أو يفعل معتقداً للحقيقة فهو من غير نظر وتأمل كأن هذا المتبع جعل قول الغير أو فعله قلادة في عنقه . " ²
كما يمكن تعريفها على أنها : " صناعة النقود وأختام الدولة والعلامات المميزة والطابع والصناديق أو العملات كما هي دون تغيير مادي فيها . " ³

¹ صلاح زين الدين ، المرجع السابق ، ص 150 .

² جمال الدين منظور ، لسان العرب ، دار الفكر ، بيروت ، 1992 ، ص 62

³ إبتسام قرام ، المصطلحات القانونية في التشريع الجزائري ، قصر الكتاب ، البليدة ، 1998 ، ص 130 .

ثانيا : التعريف الفقهي .

كل فعل إيجابي مقصود يركز على سمعة أو خدمة معينة ويتعارض مع القواعد المنصوص عليها في التشريع أو من أصل البضاعة عندما يكون من الممكن أن ينال من ممتلكاتها أو فائدتها أو سعرها ، بشرط أن العميل الآخر لا يعلم¹.

الفرع الثاني : الجرائم الواقعة على العلامة التجارية .

ينص قانون العقوبات على الحماية القانونية للعلامة التجارية ، والتي تشمل الحماية الجزائية والحماية المدنية . تقتصر الحماية الجزائية على العلامة التجارية المسجلة فقط ، باستثناء العلامة غير المسجلة التي يمكن حمايتها من خلال دعوى المنافسة غير العادلة.

أولا : جريمة تقليد العلامة .

قد يكون التزوير في قطاع من السلع مثل الساعات والملابس والعمود التي تحمل علامة تجارية مشهورة لأنها باهظة الثمن ، وهذا يوفر حافزا قويا للمقلدين لتقليد تلك العلامة من أجل الحصول على المزيد من الأرباح . لكن المشكلة الرئيسية هي في حالة التزوير أو تقليد السلع الاستهلاكية مثل المواد الغذائية والمشروبات والأدوية التي قد تعرض حياة الأفراد للخطر ومن هنا فإن الدول معنية بمكافحة تقليد العلامات وتقليدها .

1. الركن المادي :

يقصد بالعنصر المادي صنع علامة مطابقة تماما للعلامة الأصلية ، ، أو وضع علامة تشبه العلامة الحقيقية في مجملها ، بحيث يمكن للعلامة الجديدة أن تضلل المستهلك وتجذبه إليها ، معتقدة أنها كذلك العلامة الأصلية فعل التزوير هو شكل من أشكال العنصر المادي لجريمة تزوير العلامة ، تماما كما جعل فعل التقليد شكلا آخر من هذا العنصر ، على الرغم من أن كل منهما يمثل الآخر ، من وجهة نظر

¹ بن صالح سارة، المرجع السابق، ص253.

عملية جانبان من جريمة واحدة مع العلم أن اكتشاف تقليد العلامة أقل صعوبة من قام بتزويرها.¹

2. الركن المعنوي :

يجب أن يكون لكل جريمة نية جنائية ، أما بالنسبة للمشرع الجزائري فهو لم ينص على النية الإجرامية ، بل اكتفى بتحديد العقوبة ، وإثبات فعل صنع إشارة مطابقة تماما من العلامة الأصلية وتفتيق علامة مماثلة لها .

جميع جعل المشرع الجزائري المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية مسؤولاً عن نشر العلامات التجارية المسجلة في النشرة الرسمية المحددة ، وبالتالي لا يوجد عذر للجهل بالقانون ، فهذه النشرة هي بمثابة إعلام للجمهور إلا أن هذا الرأي مخالف للتشريعات المجاورة ، لذلك يجب على المتهم أن ينكر وجود قصد سيئ وإثبات حسن نيته ، مثل عدم معرفته بملكية العلامة من قبل الآخرين أو موافقة صاحب العلامة على استخدامها ، مع الاعتراف بأن تقديم حسن النية من اختصاص المحكمة الابتدائية ، وهو ما نستنتج من ظروف ووقائع القضية المعروضة عليها.²

ثانيا : جريمة استعمال علامة مقلدة أو مشبهة .

يعاقب المشرع كل من يستعمل علامة مقلدة أو متشابهة أو أي علامة متطابقة أو متشابهة وقد تبين بوضوح أن تسجيل العلامة يعطي مالكيها الحق في منع الآخرين من استخدام علامته في الاستعمال التجاري دون إذنه المسبق على السلع والخدمات المماثلة أو المماثلة لتلك التي تم تسجيل العلامة من أجلها وأكثر من ذلك فهو مخول بمقاضاة كل من يستخدم علامة مماثلة لغرض تجاري يكاد يتسبب في حدوث لبس بين السلع

¹ بريشي إيمان ، التدابير القانونية لحماية الملكية الفكرية في ظل التشريع الجزائري ، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية ، ع 11 جامعة أبو بلكايد تلمسان ، الجزائر ، سبتمبر ، 2018 ، ص 16 .

² بن دريس حليلة ، حماية حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري ، أطروحة الدكتوراه في القانون الخاص ، الجزائر ، كلية الحقوق ، جامعة ابي بكر بلقايد ، تلمسان ، 2013/2014 ، ص 16 .

والخدمات ، وبالتالي يجب أن تتوفر الجنحة على وجود تقليد سابق للعلامة أو تشابهها .
مطابقة لها أو مشابهة للعلامة التجارية من أجل تمكين التاجر أو الصانع من استخدام
تلك العلامة ، ولا يهم إذا كان التقليد قد تم بواسطة شخص عاطل عن العمل .¹

ثالثا : إغتصاب علامة مملوكة للغير أو وضع علامة هي ملك الغير .

ونستطيع أن نقول إنها جريمة تقليد احتيالي ، ويقصد بها تقليد ما يدعو إلى تضليل
الجمهور ، ويتم ذلك بأخذ الصانع أو التاجر علامة مشابهة للعلامة الأصلية ليضعها
على منتج بدون استعارة جزء من العناصر المكونة للعلامة الأصلية بحيث يؤدي هذا
الفعل إلى ارتباك في ذهن الجمهور ، وهذه الجريمة هي الأكثر شيوعا في الأوساط
التجارية ، وتتطلب توافر العنصر المادي والعنصر المعنوي .

1. الركن المادي :

تتمثل في وضع العلامة الأصلية على المنتجات التي لم يتم تسجيل هذه العلامة من
أجلها ، أو يتم تمثيلها بمحاكاة تركيب أو وضع المنتجات في قوارير أو علب تحمل تلك
العلامة الأصلية من أجل التأثير على الشخصية الأساسية . من العلامة القادرة على
إحداث ارتباك في ذهن المشتري .

2. الركن المعنوي :

يتمثل هذا العنصر في النية الإجرامية مما يؤدي إلى الارتباك والارتباك لدى الجمهور
نيابة عن المحكمة الجزائرية في تاريخ المسؤولية المحدودة " حمود بوعلام " ضد عندما
قامت الشركة الأولى المالكة للعلامة " برفع دعوى قضائية بتهمة التقليد الاحتياالي أو غير
القانوني لعلامتها صاحب مصنع للمشروبات ، الذي قام لاحقا بإيداع علامة ZARKA
لتسويق مشروب غازي بنكهة معروفة SELECTO وله سمعة معروفة واستخدمت لفترة
طويلة SELECTO قضت المحكمة بأن العلامة وأن الطريقة والتسمية التي تقدم بها

¹ بريشي إيمان ، المرجع السابق ، ص 64.

المنتجات متشابهة من حيث الطباعة والاستخدام ، وأن وجود العلامتين معا ، والتشابه بينهما كاف.¹

المطلب الثاني : إجراءات رفع دعوى التقليد وجزاءاتها .

في هذا المطلب نتناول حرص المشرع الجزائري على حماية حق مالك العلامة التجارية ، حيث لم يقتصر الأمر على منح صاحب الشأن الأمر برفع دعوى مدنية أو جنائية ، بل نص على الإجراءات الاحترازية والتنفيذية . وكذلك العقوبات الجزائية التي قد يتخذها قبل رفع دعوى التزوير ، حتى يتمكن من إثبات فعل التعدي ورغبته في تحقيق أقصى حماية ممكنة للعلامة التجارية ، وها ما سنتناوله في هذا المطلب .

الفرع الأول : إجراءات رفع دعوى التقليد .

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

أولا : الإجراءات التحفظية .

وقد منح المشرع الجزائري لصاحب العلامة التجارية محل الانتهاك وسيلة أخرى لحماية حقه إلى جانب دعوى التزوير من خلال تمكينه من اتخاذ الإجراءات التي تسمح له بإثبات مختلف أفعال التعدي على العلامة التجارية قبل رفع دعوى التزوير .

وبذلك يجوز لمالك العلامة أن يطلب الحجز من المحكمة المختصة على البضائع التي تحمل علامة مقلدة أو مقلدة وعلى الوسائل والأدوات المستخدمة في إنتاجها ، إذا أثبت وجود تعدي على حقه وأنه يخشى ذلك سوف تختفي الأدلة .

تنص المادة 34 من الأمر 03-06 سالف الذكر على ما يلي : " يجوز لمالك العلامة ، بناء على أمر المحكمة ، أن يطلب المساعدة ، عند الضرورة ، من خلال

¹ حسام محمود لطفي ، حقوق الملكية الفكرية ، د.ط ، دار النهضة العربية ، مصر ، 2012 ، ص 150.

وصف دقيق للبضائع التي يدعي أنه تضرر بسببها من قبل علامة ، مع أو بدون نوبة".¹

ثانيا : الإجراءات التنفيذية .

1. المصادر والحجز .

سمحت المادة 36 من قانون العلامات التجارية والمادة 24 من قانون الرسوم والنماذج الصناعية بمصادرة المنتجات المقلدة أو الموسومة بعلامات من شأنها الإضرار بمالك العلامة والأشياء التي تمس صاحب الحق ومصادرتها وإتلافها بل ومصادرة وإتلاف أدوات التقليد . كما يجوز بيع الأشياء المضبوطة لمالك العلامة الأصلية مع عدم الإخلال بالتعويض المستحق.²

2. الإتلاف :

يجوز للمحكمة أن تأمر بإتلاف البضائع ومواد التغليف والتغليف والإعلان واللوحات والأختام وغيرها من الأدوات والمواد التي لا تستخدم بشكل أساسي في طبع العلامة التجارية على البضائع ، أو التي ارتكب فيها فعل التعدي أو نشأ عن أو التخلص منها لأغراض غير تجارية حكم إتلاف كل هذه الأشياء أو بعضها متروك لتقدير المحكمة ، أي أن الأمر بالإتلاف جائز وليس واجبا إذا ثبت للمحكمة أن حالة هذه المواد عالية الجودة ، فينبغي أن يكون الحكم بخلاف الإتلاف ، كإصدار أمر ببيعها وتوزيع ثمنها على المحتاج ، أو الاستفادة منها كهدية بإحدى الجهات الخيرية والخيرية.³

¹ المادة 34 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات.

² نريمان العقون ، أمنة براغطة ، النظام القانوني للعلامة التجارية في الجزائر ، مذكرة لنيل شهادة الليسانس في القانون ، تخصص قانون أعمال ، كلية الحقوق ، جامعة 08 ماي 1945 قالمة ، 2012/2011 ، ص 120 .

³ عائشة شابي ، مروة بن سديرة ، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون ، تخصص قانون أعمال ، جامعة 8/05/1945 ، قالمة ، 2013/2014 ، ص 76 .

الفرع الثاني : جزاءات دعوى التقليد للعلامة التجارية .

كيف قام المشرع الجزائري بتقليد العلامة التجارية بدعوى أنها جنحة ، وحدد العقوبات التي يجب أن تطبق في حالة ارتكاب هذا الفعل وثبوته بالطرق التي تم تناولها سابقا. تتمثل هذه العقوبات بشكل رئيسي في العقوبات الأصلية والعقوبات التكميلية في واقع ، لا ينطبق إلا على الجرائم التي تعتبر جنائية مما يجعلنا نستبعد دراستها ضمن الأمر هذا الفرع ، وسوف نناقش عقوبات فعل التقليد فيما يلي: حدد المشرع الجزائري العقوبات الأصلية في قانون العقوبات وتحديدا في الفصل الأول تحت عنوان العقوبات المطبقة على الأشخاص الطبيعيين ، حيث ورد في الفصل الأول أن العقوبات الأصلية في الجنحة هي :

أولا : عقوبة الحبس :

نص المشرع الجزائري على عقوبة السجن في جنحة التقييد ، حيث نص على أن كل من يرتكب في 03/06 بنص خاص مدرج في الأمر جنحة مقيدة يعاقب بالحبس من ستة أشهر إلى سنتين وغرامة مع مراعاة الأحكام المنصوص عليها في قانون العقوبات أو بإحدى هاتين العقوبتين الوحيدتين :

- إغلاق مؤقت أو نهائي للمؤسسة .

- مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استخدمت في

- إتلاف الأشياء محل المخالفة.¹

ثانيا : عقوبة الغرامة :

جاء نص المادة 32 من الأمر 06/03 بالاتفاق مع نص المادة 10 مكرر ، التي نظمتها الجزائر ، والتي ألزمت الدول الثلاث لعام 1883 من اتفاقية باريس لسنة الأعضاء بالتعهد بضمان ، بشكل فعال الطريقة المناسبة لمواطني دول الاتحاد الوسائل

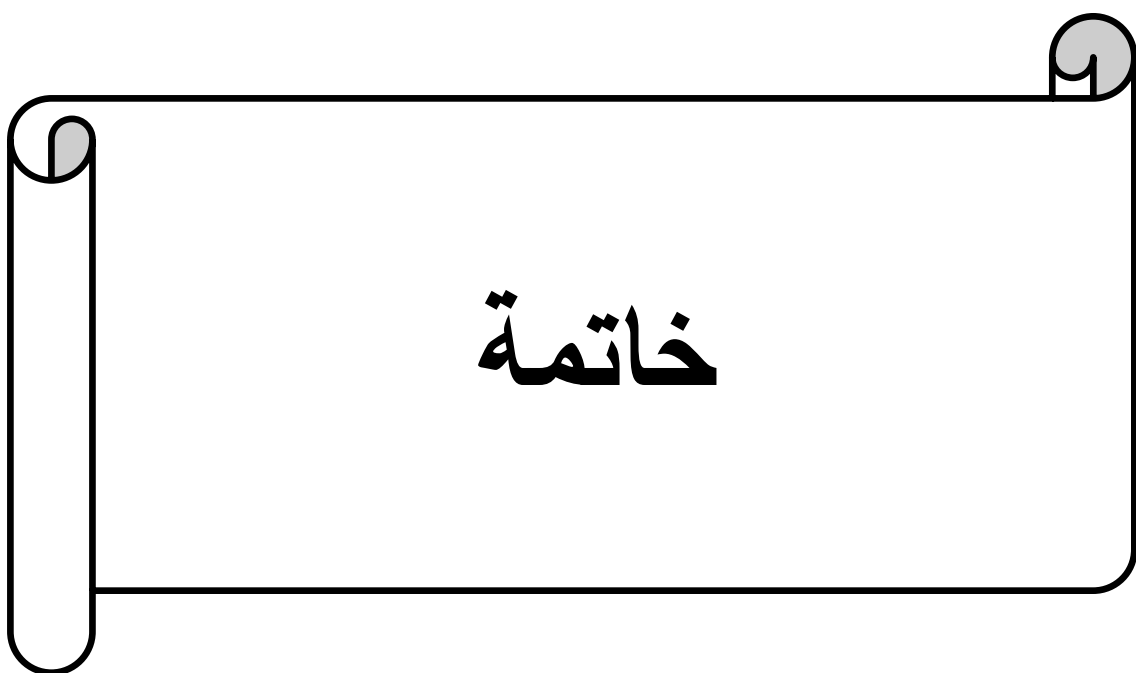
¹ المادة 32 من الأمر 06 / 03 المتعلق بالعلامات.

المناسبة للاستئناف للقمع في الواقع ، فإن الضمانات القانونية المتعلقة بالعقوبات المنصوص عليها لفعل واحد من الاعتداء على علامة تجارية لجنة التقليد موجودة وكافية لقمع الجريمة . وتكفي العقوبة التي تصل إلى سنتين وغرامة تصل إلى 10 ملايين دينار لردع مرتكبي مختلف أشكال الاعتداء على العلامة التجارية ، إلا أن القصور يظل في آليات الرقابة من جانب الجهات المختصة التابعة لوزارة التجارة والمالية وكذلك إدارة الجمارك غير القادرة وغير الفعالة في مكافحة التقليد والإغراق الوقائي للسوق الجزائري بالسلع المقلدة ، وضرورة تمكين هذه الجهات من الوسائل المادية والبشرية اللازمة للقيام بمهامهم ومواكبة التطورات الدولية في مجال مكافحة التقليد .¹

¹ زواش هاجر ، قاسيمي عيسى ، المرجع السابق ، ص 30.

خلاصة الفصل الثاني

نستنتج من هذا الفصل أن المشرع الجزائري لم يتعامل ، المنافسة غير المشروعة بل بل كعمل اعتداء على العلامة التجارية بالكلمة من خلال الأمر 03/06 المشار إليه فقط فقط بعبارة " الأفعال التي ارتكبت أو قد تكون كذلك ارتكبت " ، الأمر الذي دفعنا إلى دراستها كأحكام عامة وإسقاطها على العلامة التجارية بشكل خاص ، حيث نستنتج أن أي فعل من شأنه أن يسبب التباساً في أي من الصور التي ناقشناها في الموضوع الأول يعتبر فعلاً غير عادل المنافسة التي تهدف إلى الإضرار بمالك العلامة التجارية مما يتطلب إيقاف هذه الأعمال وتعويض المالك المتضرر، أما المجال الجزائري فنجد أن المشرع يركز على فعل التقليد ويعتبره أساساً للاعتداء على العلامة التجارية ، حيث وصف هذا الفعل بالجنح وتضمن له عقوبات .



خاتمة :

تعتبر العلامات التجارية دليلاً هاماً للمستهلك يمكنه من التعرف على مصدر المنتجات والخدمات وتمييزها ، وبالتالي تسهيل عملية التسويق ، لأنها تتعرض لمخاطر الاحتيال ، مما جعل الدولة تسعى جاهدة لتبني نظام وقائي الذي يضمن عدم التعدي والتقليد بإصدار نصوص قانونية . الوطنية ، بالإضافة إلى إبرام المعاهدات والاتفاقيات الدولية التي تضمن الحماية وتحدد العقوبات المقررة لها قد تكون هذه العقوبات علامة تجارية ضد أي انتهاك مدني أو جنائي .

على الرغم من الجهود المبذولة ، وربما تكون كذلك ، إلا أن هذه الظاهرة تزداد انتشاراً يوماً بعد يوم ، والسبب في ذلك هو الأساليب المتبعة في إقرار العقوبات والغرامات ، ولهذا السبب يجب إعادة النظر فيها ، من خلال التأكيد على العقوبات ورفعها قيمة الغرامات ، وحتى إذا لزم الأمر استرجعها واعمل على تفعيلها أكثر من أجل قمع جميع الأشكال بالاحتيال التي تؤثر على العلامات التجارية وتحافظ على اقتصاد عادل في ظل المنافسة العادلة في النهاية نقول إن العلامة التجارية هي أهم عنصر يقوم عليه الاقتصاد الوطني والنظر في النصوص القانونية المتعلقة ، ويجب تكثيف الجهود لحمايتها وتطويرها بما يعود بالنفع على التجارة والاقتصاد الدوليين .

النتائج :

- العلامة التجارية عنصر مهم في نجاح المشروع التجاري ، والحصول على الحق في العلامة يتم من خلال تسجيلها ، وهذا ما يمنحها الحماية القانونية .
- تبنى المشرع الجزائري المفهوم الواسع للعلامات التجارية كغيره من التشريعات .
- لا تقتصر المصلحة التي يستهدفها التشريع من خلال الحماية المدنية والجزائية للعلامات التجارية ، كما تمتد ، على حماية صاحب حق ملكية العلامة التجارية ، لتشمل حق المستهلك أيضا .

- لم يتناول المشرع الجزائري تعريف دعوى المنافسة غير المشروعة في الأمر 03 / 06 .

التوصيات :

- ينبغي للمشرع الجزائري أن ينظم الحماية المدنية والجزائية للعلامة التجارية في قانون أكثر تفصيلاً ، مع إدراج أحكام جديدة تتماشى مع التنمية الاقتصادية الجارية.
- تشديد الإجراءات المتبعة وتشديد العقوبات المقررة لمرتكبي جرائم التعدي على العلامات التجارية لردعهم .
- وضع قانون تقليد مستقل عن قانون العلامات التجارية .
- تفعيل دور الجهات الإدارية في مراقبة المنتجات المستوردة أو المصدرة ، وذلك لمكافحة ظاهرة التقليد والغش ، والحد من غزو السلع المقلدة للأسواق .
- ضرورة تطوير عمل المنظمات الدولية من خلال جهودها لحماية العلامة التجارية ، والعمل على تجاوز التوصيات باعتماد نظام وقائي يضمن حماية العلامة التجارية .



قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: القوانين.

1. اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المؤرخة في 23 مارس 1883 المعدلة والمتممة.
2. اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس) المؤرخة 15 أبريل 1994.
3. المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المؤرخ في 02 أوت 2005 والمتعلق بكيفيات الإيداع العلامات وتسجيلها ، ج.ر ، عدد 54 مؤرخة في 07/08/2005.
4. المرسوم التنفيذي رقم 346/08، المؤرخ في 27/10/2008، يعدل ويتمم للمرسوم التنفيذي رقم 277/05 المؤرخ في 2005، يحدد كيفية العلامات وتسجيلها.
5. الأمر رقم 06/03 المؤرخ في 19/07/2003 المتعلق بالعلامات، ج ر ، عدد 44.
6. القانون رقم 82 لسنة 2002 المتعلق بقانون حماية الملكية الفكرية المصري.
7. القانون رقم 34 لسنة 1999 المتضمن قانون العلامات الأردني.
8. أمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 ، يتضمن القانون المدني ، ج ر عدد 78 ، صادر في 30 سبتمبر 1975 ، معدل ومتمم.
9. أمر رقم 75-59 ، مؤرخ في 26 سبتمبر 1975 ، يتضمن القانون التجاري ، ج ر عدد 101 الصادر في 19 ديسمبر 1975 ، معدل ومتمم ، التي اعتبرت في فقرتها الثالثة العلامة التجارية جزء من المحل التجاري.
10. الأمر 57-66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية ، مؤرخ في 19 مارس 19 ، ج ر عدد 23 ، صادر في 22 مارس 1966 (ملغى).
11. المرسوم التنفيذي رقم 90/39 المؤرخ في 30 يناير 1990 ، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش ، ج ر ، عدد 5 ، المؤرخة في 31 يناير 1990.

12. القانون القطري 09 لسنة 2002 بشأن العلامات والبيانات والأسماء التجارية والمؤشرات الجغرافية والرسوم والنماذج الصناعية.
 13. الأمر 06/95 المتعلق بالمنافسة، المؤرخ في 1995/01/25، ج ر، عدد 99 لسنة 1995.
 14. الأمر 02/04 المؤرخ في 23 جوان 2004 المتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدلة بالقانون رقم 06/10.
- ثانيا: الكتب.**
1. أوثن حنان، الحماية القانونية للعلامة التجارية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة العربية 2016.
 2. إبتسام قرام ، المصطلحات القانونية في التشريع الجزائري ، قصر الكتاب ، البليدة ، 1998 ،
 3. الشيخ عبد الله البستاني اللبناني، معجم لغوي (البستان)، المجلد الثاني، المطبعة الأميركية، بيروت، 1927.
 4. جمال الدين منظور ، لسان العرب ، دار الفكر ، بيروت ، 1992.
 5. حسام محمود لطفي ، حقوق الملكية الفكرية ، د.ط ، دار النهضة العربية ، مصر ، 2012 ،
 6. حمادي الزبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ط1، 2012.
 7. صلاح زين الدين الملكية الصناعية والتجارية براءات الاختراع - النماذج الصناعية - العلامات التجارية -البيانات التجارية) دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان الاردن، 2012.

8. عماد الدين محمود سويدات، الحماية المدنية للعلامات التجارية، ط1، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
9. عبد الله عبد الكريم عبد الله، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية على شبكة الأنترنت، د ط، دار الجامعة الجديدة، الأزاريطة، مصر، 2008.
10. فاضلي ادريس المدخل إلى الملكية الفكرية، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2002.
11. مصطفى كمال طه، القانون التجاري ، الأعمال التجارية والتجار والمحل التجاري الملكية الصناعية)، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2001.

ثالثا: المذكرات:

- أطروحة دكتوراه:

1. بن دريس حليلة ، حماية حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري ، اطروحة الدكتوراه في القانون الخاص ، الجزائر ، كلية الحقوق ، جامعة ابي بكر بلقايد ، تلمسان ، 2013/2014 .
2. بن صالح سارة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، أطروحة دكتوراه، تخصص علوم في القانون الخاص، جامعة العربي بن مهيدي، أم بواقي، 2019/2018.
3. راشدي سعيدة، العلامات في القانون الجزائري الجديد، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق كلية الحقوق والعلوم السياسية، تخصص قانون خاص، جامعة تيزي وزو، الجزائر، 2014.
4. سلامي ميلود ، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والإتفاقات الدولية ، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه علوم ، تخصص قانون خاص ، جامعة الحاج لخضر باتنة ، كلية حقوق والعلوم السياسية ، 2011-2012.
5. محبوبي جامعة الحسن الثاني ، النظام القانوني للمبتكرات الجديدة في ضوء التشريع المغربي والإتفاقيات الدولية، أطروحة دكتوراه،الدار البيضاء ، المغرب ، 2004.

- رسالة ماستر:

1. زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة فرع مسئولية المهنية ، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011.
 2. زواش هاجر، قاسمي عيسى، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة ماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعرييج، الجزائر، 2022/2021.
 3. عبد الوهاب سمية، سعداني كمال، حماية العلامات في القانون الدولي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الوادي، 2017/2016.
 4. عائشة شابي ، مروة بن سديرة ، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون ، تخصص قانون أعمال ، جامعة 8/05/1945 ، قالمة ، 2013/2014.
 5. نريمان العقون ، آمنة براغطة ، النظام القانوني للعلامة التجارية في الجزائر ، مذكرة لنيل شهادة الليسانس في القانون ، تخصص قانون أعمال ، كلية الحقوق ، جامعة 08 ماي 1945 قالمة ، 2012/2011.
- رابعاً: المجلات.

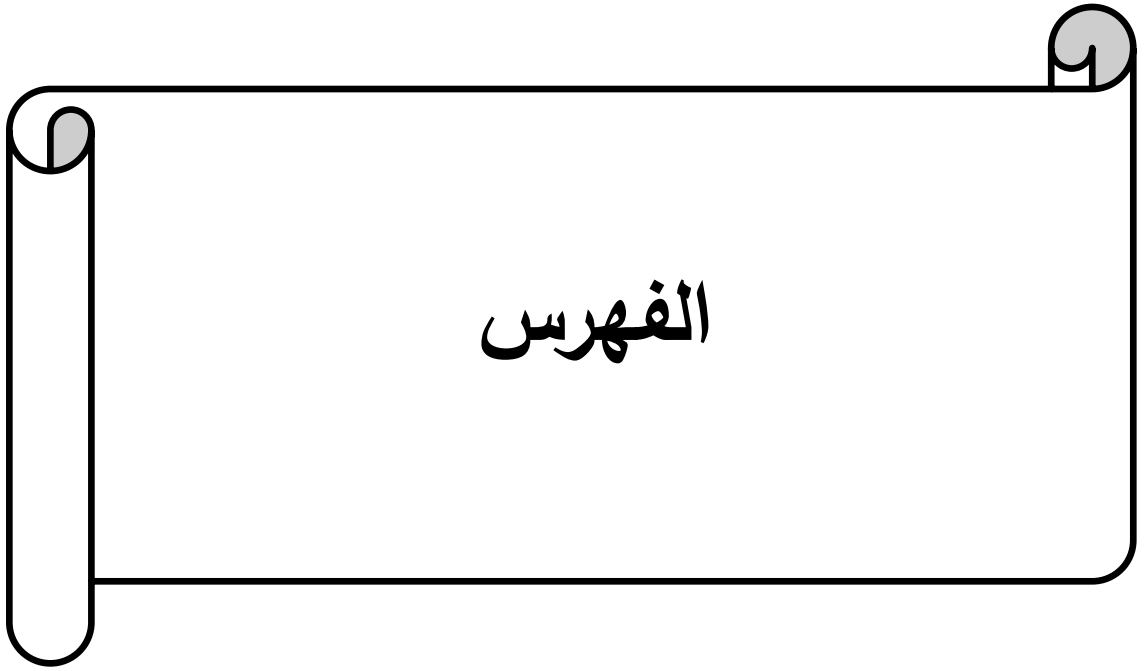
1. أحمد طه السنوسي الحماية القانونية لعلامات الخدمة التجارية والتطور الاقتصادي للملكية الصناعية في التشريع المقارن ، مجلة مصر المعاصرة، العدد 282 أكتوبر 1955.
2. بريشي إيمان ، التدابير القانونية لحماية الملكية الفكرية في ظل التشريع الجزائري ، مجلة الأستاذ الباحث للدارسات القانونية والسياسية ، ع 11 جامعة أبو بلكايد تلمسان ، الجزائر ، سبتمبر ، 2018.

3. تامر حيان قضاء الحق في العلامة التجارية في القانونين المصري والاردني، معهد البحوث والدراسات العربية القاهرة، 2002.

4. مجلة المحكمة العليا، عدد خاص التقليد في ضوء القانون والإجتهااد القضائي على ضوء قرارات المحكمة العليا الغرفة التجارية والبحرية، قسم الوثائق، 2012.

خامسا: المراجع الأجنبية.

1. Art :L711-1, loi n92-597 du 1 juillet 1992 ،relative aux marque de fabrique ،de commerce ou de service, JORF n 0153 de 3juillet 1992 ;modifié par Ordonnance n°20191169 du 13 novembre 2019.
2. Poland.dulian Ffrederique ، Droit de la propriété industrielle domat - droit prive - Montchrestien ، Paris ، 1999.



الفهرس

شكر وعران 1

قال الله تعالى (وَمَنْ يَشْكُرْ فَإِنَّمَا يَشْكُرُ لِنَفْسِهِ) [لقمان:12] 1

إهداء 1

إهداء 1

مقدمة 1

الفصل الأول: الإطار القانوني للعلامة التجارية 6

المبحث الأول: ماهية العلامة التجارية. 8

المطلب الأول: مفهوم العلامة التجارية. 8

الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية. 9

أولاً: التعريف اللغوي. 9

ثانياً: التعريف الفقهي. 9

ثالثاً: التعريف القانوني. 10

رابعاً: التعريف الدولي. 12

الفرع الثاني: خصائص العلامة التجارية. 12

أولاً : الطبيعة الخاصة للعلامة التجارية. 13

ثانياً : الخاصية التمييزية للعلامة. 13

ثالثاً : الطابع الإلزامي للعلامة. 13

رابعاً : إستقلالية العلامة. 14

المطلب الثاني: أنواع العلامة التجارية. 15

الفرع الأول: العلامة التجارية. 15

الفرع الثاني: العلامة الصناعية. 16

17	الفرع الثالث: علامة الخدمة.
17	الفرع الرابع: العلامة الجماعية.
18	الفرع الخامس: العلامة المشهورة.
19	المبحث الثاني: شروط صحة العلامة التجارية وإنقضائها.
19	المطلب الأول: شروط صحة العلامة التجارية.
19	الفرع الأول: الشروط الموضوعية.
20	أولا: الصفة المميزة للعلامة محل الحماية.
20	ثانيا : شرط الجودة.
21	ثالثا : شرط المشروعية.
21	الفرع الثاني: الشروط الشكلية.
21	أولا: طلب تسجيل العلامة.
22	ثانيا: الإيداع.
23	ثالثا: النشر.
24	المطلب الثاني: إنقضاء العلامة التجارية.
24	الفرع الأول: إنقضاء العلامة عن طريق إرادة مالكيها.
24	أولا: العدول عن العلامة التجارية.
25	ثانيا: عدم تجديد العلامة.
25	الفرع الثاني: إنقضاء العلامة لأسباب خارجة عن إرادة صاحبها.
26	أولا : الطعن ببطان العلامة.
26	ثانيا: إجراءات رفع دعوى إبطال العلامة المسجلة.
27	ملخص الفصل الأول
28	الفصل الثاني:
29	الفصل الثاني: الحماية القانونية للعلامة التجارية.

المبحث الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية.....	31
المطلب الأول: دعوى المنافسة غير المشروعة.....	31
الفرع الأول: تعريف دعوى المنافسة غير المشروعة.....	32
أولاً: التعريف الفقهي.....	32
ثانياً: التعريف في القانون الجزائري.....	32
ثالثاً: التعريف القضائي للمنافسة غير المشروعة.....	33
الفرع الثاني: الأساس القانوني للمنافسة غير المشروعة.....	33
أولاً: موقف المشرع الجزائري من دعوى المنافسة غير المشروعة.....	34
المطلب الثاني: إجراءات رفع دعوى المنافسة غير المشروعة وجزائياتها.....	34
الفرع الأول: مالكي العلامة التجارية.....	34
أولاً: مالك العلامة.....	35
ثانياً: المرخص له.....	35
الفرع الثاني: المسوقون والمستهلكون.....	Erreur ! Signet non défini.
أولاً: المسوق.....	36
ثانياً: جمعية المستهلكين والمستهلكين.....	36
الفرع الثاني: جزاءات دعوى المنافسة غير مشروعة.....	37
أولاً : المطالبة بالتعويض.....	37
ثانياً : إيقاف الأعمال غير المشروعة.....	37
المبحث الثاني : الحماية الجزائية للعلامة التجارية.....	38
المطلب الأول : دعوى تقليد العلامة التجارية.....	39
الفرع الأول : تعريف التقليد.....	39
أولاً : التعريف اللغوي.....	39
ثانياً : التعريف الفقهي.....	40

40	الفرع الثاني : الجرائم الواقعة على العلامة التجارية
40	أولا : جريمة تقليد العلامة
41	ثانيا : جريمة استعمال علامة مقلدة أو مشبهة
42	ثالثا : إغتصاب علامة مملوكة للغير أو وضع علامة هي ملك الغير
43	المطلب الثاني : إجراءات رفع دعوى التقليد وجزائها
43	الفرع الأول : إجراءات رفع دعوى التقليد
43	أولا : الإجراءات التحفظية
44	ثانيا : الإجراءات التنفيذية
45	الفرع الثاني : جزاءات الدعوى المنافسة للعلامة التجارية
45	أولا : عقوبة الحبس :
45	ثانيا : عقوبة الغرامة :
47	خلاصة الفصل الثاني.....
48	خاتمة
51	قائمة المصادر والمراجع.....
57	الفهرس

الملخص:

تعتبر العلامة التجارية من أهم عناصر الملكية الصناعية والتجارية التي زاد الاهتمام بها مع تطور التجارة المحلية والدولية ، حيث اقتصر مجالها في البداية على السلع والمنتجات وامتد إلى الخدمات المقدمة في جميع المجالات ، ثم انتقل نطاقه ليشمل التجارة الإلكترونية ، التي أصبحت العمود الفقري للتجارة المعاصرة. ونظراً للدور الذي تلعبه العلامة التجارية في تحقيق النمو الاقتصادي ، فقد أدى ذلك إلى تعدد أشكال التعدي عليها ، سواء من خلال المنافسة غير المشروعة أو التقليد بالإضافة إلى الهجمات الإلكترونية ، خاصة في مجال المنتجات الاستهلاكية ، الأمر الذي يتطلب ضرورة مكافحة التعدي على العلامات التجارية بكافة أنواعها ، ومد الحماية القانونية اللازمة لها من جهة ، ورشوة المستهلكين من جهة أخرى

الكلمات المفتاحية: المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية - حقوق الملكية الصناعية ، العلامات التجارية.

Résumé :

La marque est l'un des éléments les plus importants de la propriété industrielle et commerciale qui a suscité un intérêt accru à mesure que le commerce intérieur et international évolue, son champ d'application étant initialement limité aux biens et produits et s'étendant aux services fournis dans tous les domaines, Le commerce électronique est devenu l'épine dorsale du commerce contemporain Compte tenu du rôle de la marque dans la croissance économique Cela a conduit à de multiples infractions, tant par la concurrence illégale et la tradition, ainsi que les cyberattaques en particulier dans le domaine des produits de consommation, qui exige la nécessité de lutter contre la contrefaçon de toutes sortes de marques d'une part, et la corruption des consommateurs d'autre part.

Mots clés : Concurrence déloyale des marques - Droits de propriété industrielle - Protection des actionnaires Marques.