

وزارة التّعليم العالي والبحث العلمي  
Ministry of High Education and Scientific Research  
جامعة محمدّ البشير الإبراهيمي - برج بوعريّج  
University of Mohamad el Bachir el Ibrahimi-Bba  
كلية الحقوق والعلوم السياسية  
Faculty of Law and Political Sciences  
قسم الحقوق



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في الحقوق  
تخصص: قانون الأعمال  
الموسومة بـ:

## حماية العلامة التجارية في التشريع الجزائري

إشراف الأستاذ:  
- أمين نجار

إعداد الطالبتين:  
- أمال نواري  
- بشرى حلقوم

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	رتبه	مؤسسته	صفته
د. عبد المؤمن سيحمدي	أستاذ محاضر "ب"	جامعة محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعريّج	رئيسا
أ. أمين نجار	أستاذ مساعد "أ"	جامعة محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعريّج	مشرفا ومقررا
أ. عبد الوهاب عجيري	أستاذ مساعد "أ"	جامعة محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعريّج	ممتحنا

السنة الجامعية: 2023/2022

ملحق بالقرار رقم 1082... المؤرخ في 27 ص 2020



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 المعضي أد بقله،

السيد (ة): أمال سوارب الصنف: طالب، أستاذ، باحث طالبة  
الحامل (ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 2011000376008 والصادرة بتاريخ: 2018.03.01  
المسجل (ة) بكلية / معهد العلوم السياسية قسم العلوم  
والمكلف (ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه).  
عنوانها: الرسالة العلمية المتعلقة بالتصريح الشرقي الجزائري

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

التاريخ: 2023/05/19

توقيع المعني (ة)

ملحق بالقرار رقم 10821... المؤرخ في 27 صفر 2020



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 أدناه،

السيد(ة): ..... السيد .....  
الصفة: طالب، أستاذ، باحث ..... طالب  
الحامل(ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم ..... والصادرة بتاريخ .....  
المسجل(ة) بكلية / معهد ..... قسم .....  
والمكلف(ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه)،  
عنوانها: "....."

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

التاريخ: 3/06/2020

توقيع المعني (ة)

.....

# شكر وعرفان

الحمد لله أولاً وآخراً وما توفيقنا إلا بالله، والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد عليه الصلاة وأتم التسليم وبعد؛

إن شكر العباد هو من تمام شكر ربّ العباد ولأنّ لكل نجاح شكر وامتنان، نتقدم بجزيل الشكر للأستاذ "أمين نجار" على تكريمه بالإشراف على هذا البحث

بداية من اختيار العنوان إلى الخاتمة،

كما نتقدم بالشكر المكلل بالتقدير والاحترام

لجميع أساتذتنا بكلية الحقوق والعلوم السياسية - جامعة محمد البشير

الإبراهيمي

نهدي لهم عملنا هذا ولهم منا جزيل الشكر والامتنان.

# إهداء

أهدي ثمرة هذا العمل المتواضع إلى روح أجدادي رحمهما الله،

إلى من قال فيهما عز وجل: " **وَإِخْوَنَ لَهُمَا جَنَاحَ الذُّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ وَقَالَ رَبِّ اجْنُبْنَا**

**كَمَا رَبَّيَانِي صَغِيرًا**".

سورة الإسراء - الآية: 24.

إلى والديّ أبي حبيب قلبي وسندي.

وأمي رفيقتي وصديقتي ونور عيوني.

اللذان شعباني لإكمال هاتِهِ الخطوة

إلى إخوتي وعائلي الكريمة سدي أدامكم الله لي

وحفظكم وأدام عطائكم علي،

إلى صديقتي رفيقات دربي،

إلى كل من دعاني دعوة خير في ظهر غيب، بعيد كان أم قريب...

أهدي عملي هذا.

أمال

# إهداء

انتهت الحكاية، ورفعت قبعتي مودعة للسنين التي مضت،

أهدي تخرجي هذا إلى والدي؛

الذين قال الله عز وجلّ في شأنهما: " **وَإِخْوَنَ لَهُمَا جَبَاحَ الذُّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ وَقَالَ رَبِّ**

**ارْحَمْنَاهُمَا كَمَا رَحِمْتَ رَبِّيَ صَغِيرًا**".

سورة الإسراء - الآية: 24.

أسأل الله أن يحفظهما ويجعلهما ذخراً وتاجاً على رأسي؛

إلى عائلتي الجميلة وخطيبي أرسم على وجوههم البسمة من بهجتني

وأقول لهم شكراً على وقوفكم الدائم معي وتعبيكم من أجلي،

إلى البراعم أبناء إخوتي: داود، ربيع، حارثين، تيمه، وهف،

إلى أخواتي التي لم تلدهن أمي ولكن ولدتهن لي الأيام

كانوا سنداً لي: شيما، إيناس، شروق، ريمه.

إلى من شاركته في هذا العمل: أمال.

إلى كل من دعا لي دعوة خير في ظهر غيب، بعيداً كان أم قريباً ...

أهدي عملي هذا.

بشرى

- ج.ر: جريدة رسمية

- د.س.ن: دون سنة نشر

- ص: صفحة

- ط: طبعة

- ع: عدد

- م.ج: مجلد

مقدمة



تبرز حقوق الملكية الصناعية عموما دورا هاما في عالم التجارة، ويمكن أن تكون عنصرا جوهريا في الذمة المالية للتاجر، وتشمل عناصر الملكية الصناعية كل من الاختراعات والرسوم والنماذج الصناعية وتصاميم الدوائر المتكاملة، وعلامات الخدمات والسلع وتسميات المنشأ، فنجد أن البعض من هذه الحقوق يتعلق بابتكارات جديدة في مقدمتها براءات الاختراع، بينما البعض الآخر يرمي إلى تمييز المنتجات أو الخدمات عن بعضها كما هو الشأن بالنسبة للعلامات.

بما أن العلامة التجارية تعتبر رمزا أو إشارة توضع على المنتجات لتمييز السلع والخدمات عن بعضها البعض، ونظرا لما تلعبه من دور هام في المجال الاقتصادي والتجاري، وإحدى الوسائل المهمة المعتمد عليها في إطار التنافس التجاري، والبضائع فقد تم استخدامها منذ الأزمنة القديمة ومرت بمراحل تطور تاريخية وتشريعية؛ وعليه أصبح الاهتمام بها يقتضي توفير كافة السبل الكفيلة من الحماية اللازمة لها، ويظهر جليا في العلامات التجارية المشهورة على الصعيد العالمي.

أما المشرع الجزائري فقد نص على العلامة لأول مرة سنة 1966 من خلال إصدار الأمر رقم 57-66 المؤرخ في 19 مارس 1966 والمتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، ويعد أول قانون ينظم العلامات التجارية وجاء متوافقا إلى حد ما مع القوانين والتشريعات وكذا الاتفاقيات المنظمة للعلامة.

إلا أن التطور الذي عرفته الجزائر على المستوى الاقتصادي بالخروج من نظام الاقتصاد الموجه إلى الاقتصاد الحر والمبني على المنافسة والحرية التجارية أدى إلى ضرورة إعادة النظر في الأمر رقم 57-66 الذي لم يعد يستجيد إلى التطور الذي شهد نظام العلامات.

ثم تلاه الأمر رقم 182-66 المؤرخ في 21-06-1966 يعدل بموجب الأمر رقم 66-57 السالف ذكره، والأمر رقم 308-66 المؤرخ في 14-10-1966 المتضمن تعديل الأمر رقم 66-57، ثم الأمر رقم 233-67 المؤرخ في 1967 والذي يتم الأمر رقم 66-57، وبهذا بقي هذا القانون ساري المفعول أكثر من سبعة وثلاثين سنة، غير أن هذه القوانين لم تعد مواكبة للتطورات التي عرفها الاقتصاد العالمي في الفترة الأخيرة وخاصة بعد ميلاد المنظمة العالمية

للتجارة، ولذلك فقد صدر قانون جديد بموجب الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19-07-2003 والمتعلق بالعلامات، ألغى القانون رقم 66-57، ثم تلاه المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المؤرخ في 02-08-2005 والذي يحدد كيفية إيداع العلامات وتسجيلها.

تهدف هذه الدراسة إلى تبيان مدى فعالية النصوص القانونية التي كرسها المشرع الجزائري من أجل توفير الحماية القانونية اللازمة للعلامة التجارية، وتحديد الآليات القانونية للحد من الجرائم الماسة لها من خلال نشر ثقافة ضرورة حماية العلامة الأصلية من الاعتداء عليها أو استعمالها دون وجه حق.

كما تكمن أهمية هذه الدراسة من خلال الدور الذي تلعبه في المجال الاقتصادي والتجاري، وإبراز إمكانياتها في تطوير أسلوب تسويق المنتجات والخدمات.

ويعود سبب اختيارنا لهذه الدراسة إلى أسباب موضوعية وأخرى ذاتية، والمتمثلة فيما يلي:

- الأسباب الذاتية: الرغبة الملحة في دراستنا لمثل هذه المواضيع المتعلقة بالعلامات التجارية

- الأسباب الموضوعية: تتمثل في الرغبة في معالجة هذه الدراسة من الجانب القانوني في التشريع الجزائري، باعتبارها من المواضيع المتجددة.

من خلال ما تقدم يمكننا صياغة الإشكالية الجوهرية لدراستنا:

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

وتتفرع عن هذه الإشكالية العامة تساؤلات فرعية أخرى؛ كالتالي:

- ما المقصود بالعلامة التجارية؟

- كيف يتم تمييز العلامة التجارية عما يشابهها؟

- فيما تتمثل صور العلامة التجارية؟

- ما هي وظائف العلامة التجارية؟

- فيما تتمثل الشروط الواجب توافرها لتسجيل العلامة التجارية؟

- كيف يتم انقضاؤها؟

ولمعالجة هذه الدراسة اتبعنا المنهج الوصفي؛ من خلال وصف وتعريف وتبيان مفهوم العلامة التجارية، وكذا أنواعها وأشكالها وصولاً إلى وظائفها التي تحكم فيها بهدف استخلاص النتائج وتعميمها. أما المنهج التحليلي؛ يظهر من خلال تحليل النصوص القانونية التي سنّها المشرع الجزائري المتضمنة لشروط تسجيل العلامة وتوضيح مختلف الآثار المترتبة عنها، بالإضافة إلى ذكر صور حمايتها وكيفية انقضاءها.

ونحن بصدد إعداد هذا البحث واجهتنا صعوبة الحصول على بعض المراجع، وهذا لا ينفي استفادتنا من المعلومات المتوفرة.

وللإجابة على إشكالية الدراسة، قمنا بتقسيم هذا البحث إلى فصلين، حيث تناولنا في **الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية؛** والذي قسمناه إلى ثلاث مباحث، تم خلالها رسم الخطوط العريضة لمفهوم العلامة التجارية في المبحث الأول، وتطرقنا إلى صورها في المبحث الثاني، ووظائف العلامة التجارية في المبحث الثالث. أما **الفصل الثاني خصص للنظام القانوني للعلامة التجارية،** فتطرقنا إلى شروط تسجيل العلامة التجارية في المبحث الأول، أما المبحث الثاني قمنا بدراسة صور الحماية القانونية للعلامة التجارية، أما المبحث الأخير تطرقنا إلى دراسة انقضاء العلامة التجارية. وفي الأخير ارتأينا وضع خاتمة تشمل أهم العناصر التي تم الطرق إليهم في بحثنا هذا ومن ثم استخلاص جملة من النتائج مع تقديم الاقتراحات المتعلقة بالموضوع.

# الفصل الأول

الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية

## تمهيد:

تعتبر العلامة التجارية من أهم الحقوق الملكية الفكرية بالنسبة للمستهلك من حيث معرفة جودة البضاعة أو الخدمة، وكذلك بالنسبة للتاجر والصانع والحرفي سواء أشخاص طبيعية أو معنوية من خلال تمييز منتجاتهم أو خدماتهم.

كما تلعب العلامة التجارية دورا هاما في حماية الملكية الفكرية في التشريع الجزائري؛ فهي تعني أي رمز تجاري يتم استخدامه لتمييز سلع أو خدمات معينة عن غيرها، والتي يتم تسجيلها في مكتب التسجيل التجاري والصناعي بالجزائر.

وللتعرف على العلامة التجارية ارتأينا دراسة الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية في هذا الفصل؛ من خلال التطرق في **المبحث الأول** إلى مفهوم العلامة التجارية، أما **المبحث الثاني** إلى صور العلامة التجارية، وفي **المبحث الثالث** تطرقنا إلى وظائف العلامة التجارية.

## المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية

العلامة التجارية هي علامة مميزة تستخدم لتمييز سلع أو خدمات معينة عن الأخرى؛ فهي إشارة تسمح للجمهور بمعرفة أصل المنتج الذي سيشتريه أو الخدمة التي يطلبها، ومن خلال ما سبق سنتناول مفهوم العلامة التجارية في هذا المبحث، والذي تطرقنا فيه إلى تعريف العلامة التجارية في المطلب الأول؛ أما المطلب الثاني ارتأينا دراسة تمييز العلامة التجارية عن غيرها من المصطلحات المشابهة.

### المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية

لقد اختلفت التشريعات المقارنة حول وضع تعريف موحد للعلامة، كما اختلفت تشريعات الدول في هذا الصدد أيضا، وعليه لا بد من إلقاء نظرة فاحصة نبين من خلالها ونبسّط للقارئ ما يعنيه إدراك تعريف العلامة التجارية، وذلك من خلال التعريف اللغوي والاصطلاحي، وكذا التعريف القانوني لها.

### الفرع الأول: التعريف اللغوي للعلامة التجارية

تعرف "العلامة لغة: على أنها جمع علم أو علامات "السمة أو الإمارة"، ما ينصب فيهدي به، ويقال الإشارة والعلامة يعني الأعلومة "ما ينصب في الأرض فيهدي به وهو الفصل بين الأرضين".<sup>1</sup>

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

<sup>1</sup> خالد عثمان حمدامين: علامة التجارية من الناحية القانونية، منشور على موقع: noor-book.com/cn6iya، 2018، ص 6، تم الاطلاع عليه يوم: 2023/05/20، على الساعة 17:30.

<sup>2</sup> مجبر كوثر شمس الهدى: العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مستغانم، 2018، ص 08.

كما جاء تعريف العلامة التجارية في معجم المعاني الجامع على أنها: "كل ما يأخذ شكلاً مميزاً من كلمات أو إمضاءات أو حروف أو أرقام أو رسوم أو رموز أو عناوين أو أختام أو تصاوير أو نقوش أو أية علامة أخرى أو أي مجموع منها، إذا كانت تستخدم أو يُراد استخدامها في تمييز بضائع أو منتجات للدلالة على أنها تخص صاحب العلامة بسبب صنعها أو اختيارها أو الإتجار بها أو عرضها للبيع".<sup>1</sup>

كما عرفت العلامة بأنها عبارة عن خطين متقطعين يستعاض بهما عن الإمضاء أحياناً لمن لا يستطيع الإمضاء.<sup>2</sup>

### الفرع الثاني: التعريف الاصطلاحي للعلامة

اختلف الفقه في تعريف العلامة التجارية في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة وأثر تغيير النظام الاقتصادي العالمي، ولذلك ظهرت تعريفات عدة من بينها:

عرفها البعض على أنها إشارة يستخدمها كل شخص طبيعي أو معنوي لتمييز منتجاته عن غيرها من المنتجات المماثلة، والتي تأخذ شكلاً مميزاً من أسماء أو كلمات أو توقيعات أو حروف أو أرقام أو رموز أو رسوم أو أختام أو صور أو نقوش أو أية إشارة أخرى؛ أو مجموعة من الإشارات إذا كانت تستخدم أو يراد استخدامها لتمييز منتجات أي كان مصدرها.<sup>3</sup>

كما عرفها بعض الفقه بأنها سمة مميزة يضعها التاجر على منتجاته لمحله التجاري، وهي علامة تجارية أو الصانع على المنتجات التي يقوم بصنعها، وهي مصنع قصد تمييزها عن

<sup>1</sup> تم الاطلاع على الموقع: <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/> تجارية-تجارية، يوم 2023/05/21، على الساعة 21:45.

<sup>2</sup> محمد مصطفى عبد الصادق: الحماية القانونية للعلامة التجارية إقليمياً ودولياً (دراسة مقارنة)، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، مصر، 2011، ص 21.

<sup>3</sup> حواس فتيحة: حماية العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، مج 6، ع1، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، 2021، ص 504.

المنتجات الأخرى المشابهة لها والمعروضة في السوق وكذلك السمة التي تستخدمها مؤسسة تقديم خدمات.<sup>1</sup>

وعرفها آخرون بأنها: «كل إشارة أو رمز يتخذ شعارا لتمييز منتجات مشروع تجاري أو صناعي أو يتخذ شعارا لتمييز منتجات مشروع تجاري أو صناعي أو يتخذ شعارا للخدمات التي يؤديها المشروع وتهدف العلامة التجارية أو الصناعية إلى تمييز المنتجات لجذب العملاء وجمهور المستهلكين نظرا لما تؤديه لهم خدمات هي سهولة التعرف على ما يفضلونه من بضائع وسلع».<sup>2</sup>

وعرفت أيضا بأنها: «هي كل ما يميز السلع والخدمات التي تخص شخصا ما دون تلك السلع أو الخدمات التي تخص الغير، وتتمثل في الصور والمجسمات متعددة الأبعاد، والصوت والرائحة والكلمات الخاصة، بما في ذلك الاسم الشخصي والرسومات والرموز والحروف والأرقام والشكل التجاري المميز ومجموعة الألوان التي تتخذ شكلا خاصا ومميزا وأي خليط من هذه العناصر».<sup>3</sup>

ويلاحظ من خلال هذه التعاريف السابقة يمكن القول بأن هناك تشابه بين العلامات، حيث تضمنت وشملت جميعها العناصر الأساسية للعلامة التجارية، والتي تكمن في أنها شكل أو إشارة أو سمة أو أنها تستخدم من قبل الصانع أو المنتج أو التاجر أو مقدم الخدمة، سواء كان طبيعي أو معنوي، وأن الغاية من استخدام العلامة هو تمييز هذه المنتجات عن غيرها.

### الفرع الثالث: التعريف القانوني للعلامة التجارية

تطرقت العديد من التشريعات إلى تعريف العلامة التجارية في القوانين الخاصة بها، حيث عرفت بعض التشريعات على أنها: "أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص

<sup>1</sup> فرحة زراوي صالح: الكامل في القانون التجاري (المحل التجاري والحقوق الفكرية)، ابن خلدون للنشر والتوزيع، القسم الأول، الجزائر، 2001، ص 208.

<sup>2</sup> محمود علي الراشدان: العلامات التجارية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، 2009، ص 13.

<sup>3</sup> محمد مصطفى عبد الصادق، المرجع السابق، ص 27.



لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره<sup>1</sup>، وهي ذات الشهرة العالمية التي تجاوزت شهرتها البلد الأصلي الذي سجلت فيه واكتسبت شهرة في القطاع المعني.

أما المشرع الجزائري عرف العلامة التجارية على أنها إشارة يستخدمها التجار شعارا لبضائعهم التي يقومون ببيعها بعد شراء سواء من تاجر جملة أو من المنتج مباشرة فالعلامة التجارية تشير إلى مصدر البيع.<sup>2</sup>

جاء حسب تعريف المرسوم التنفيذي رقم 13-260 الذي نظم نوعية المنتجات الفلاحية أو ذات الأصل الفلاحي على أن العلامة هي التمثيل البياني الذي يستعمل في التعريف بصفة وحيدة بالمنتج الذي استفاد من إحدى العلامات الفارقة المنصوص عليها في أحكام هذا المرسوم.<sup>3</sup>

كما عرفت المادة 2 الفقرة 1 من الأمر رقم 03-06 والمتعلق بالعلامات؛ على أن العلامات هي 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 للتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره.<sup>4</sup>

العلامة التجارية الجماعية هي العلامة التي يستخدمها شخص اعتباري لتصديق مصدر بضائع ليست من صنعه أو المواد المصنوعة منها أو جودتها أو طريقة إنتاجها أو الدقة المتبعة

<sup>1</sup> محمود علي الرشدان، المرجع السابق، ص 12.

<sup>2</sup> إدريس فاضلي: الملكية الصناعية في القانون الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2013، ص 163.

<sup>3</sup> المادة 3 الفقرة 1 من المرسوم التنفيذي رقم 13-260 والمؤرخ في 7 جويلية 2013، المتضمن نظام نوعية المنتجات الفلاحية أو ذات الأصل الفلاحي.

<sup>4</sup> الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 جويلية 2003، والمتعلق بالعلامات، ج.ر، صادرة في 23 جويلية 2003، ع 44.

في صنعها أو غير ذلك من ميزات وخصائص لتلك البضائع<sup>1</sup>، وهذا ما أكدته المادة 2 الفقرة الثانية من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات.<sup>2</sup>

وقد عرف البعض العلامة التجارية بأنها كل إشارة أو دلالة مميزة يتخذها الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة لتمييز صناعته أو بضاعته أو خدماته عن مثيلاتها التي يصنعها أو يتاجر بها أو يقدمها آخرون.<sup>3</sup>

والملاحظ من التعاريف السابقة؛ نجد التعريف الذي جاء في الأمر رقم 66-57 المشرع الجزائري لم يتطرق إلى تعريف العلامة وإنما اكتفى فقط بتبيان ما قد يصلح وما لا يصلح كعلامة لتمييز العلامات أو الخدمات<sup>4</sup>؛ بينما التعريف الذي جاء في الأمر 03-06 الملغي للأمر رقم 66-57؛ فهو يشمل جميع أنواع العلامات بما فيها علامات السلع والخدمات، وكذلك يشمل جميع الأشكال التي يمكن أن تأخذها العلامة، والملاحظ كذلك من نص المادة أن المشرع الجزائري أورد مجموعة من الرموز التي يمكن أن تكون علامة وجاءت هذه الرموز على سبيل المثال لا على سبيل الحصر.

<sup>1</sup> محمود علي الرشدان، المرجع السابق، ص 12.

<sup>2</sup> نصت المادة 2 الفقرة 2 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، على أن: "كل علامة تستعمل لإثبات المصدر والمكونات والإنتاج أو كل ميزة مشتركة لسلع أو خدمات مؤسسات مختلفة، عندما تستعمل هذه المؤسسات العلامة تحت رقابة مالكها"، المصدر السابق.

<sup>3</sup> صلاح الدين زين: الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة، عمان، 2000، ص 350.

<sup>4</sup> نصت المادة 2 من الأمر 66-57 المؤرخ في 19 مارس 1966، المتعلق بعلامات المصنع وبالعلامات التجارية على أن: "تعتبر علامات مصنع أو علامات تجارية خدمة، الأسماء العائلية أو الأسماء المستعارة والتسميات الخاصة أو الأغشية والرموز الاختيارية أو المبتكرة، والشكل المميز للمنتجات أو شكلها الظاهر والبطاقات والبصمات والطابع والأختام وطوابع الرسوم المميزة والأشرطة والحواشي وتركيبيات أو ترتيبات الألوان، والرسوم والصور أو النقوش النائية، والحروف الأرقام والشعارات وبصفة عامة السمات المادية التي تصلح لتمييز المنتجات والأشياء أو الخدمات لكل مؤسسة، يجوز اعتبار الإعلان إذا وقع تسجيله لهذه الغاية".

## المطلب الثاني: تمييز العلامة التجارية عن غيرها من المصطلحات المشابهة

تتشابه العلامة مع بعض التسميات والشارات التجارية والصناعية، ومن هذا المنطلق سنحاول التمييز بين العلامة وحقوق الملكية التجارية وكذلك التمييز بين العلامة وحقوق الملكية الصناعية.

## الفرع الأول: تمييز العلامة عن سائر حقوق الملكية التجارية

يمكننا التمييز بين العلامة وباقي عناصر الملكية الصناعية التي قد تتشابه معها وتوقع البعض في اللبس والخلط وذلك وفقا لما يلي:

## أولا: تمييز العلامة عن الاسم التجاري

يقصد بالعلامة هي كل إشارة أو دلالة مميزة يتخذها التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة شعارا لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن مثيلاتها التي يمتلكها الآخرون، بينما الاسم التجاري هو التسمية أو العنوان الذي يعرف المؤسسة<sup>1</sup>؛ أي هو الاسم أو اللقب أو الكنية التي يستعملها للدلالة على المحل التجاري<sup>2</sup>؛ ومن هنا يتضح لنا الفرق بين الاثنين:

تستعمل العلامة لتمييز البضائع أو المنتجات أو الخدمات، أما الاسم التجاري فيستخدم للدلالة أو تمييز المحال التجارية أو المنشآت التي تمارس فيها المهنة التجارية أو الصناعية.<sup>3</sup> أما الأمر الثاني، فهو أن العلامة لها العديد من الصور والأشكال والرسوم التي من الممكن أن تتكون منها، أما الاسم التجاري فهو محصور في شكل معين ألا وهو الاسم أو اللقب أو الكنية.

<sup>1</sup> المادة 2 الفقرة 5 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المصدر السابق.

<sup>2</sup> محمود أحمد عبد الحميد مبارك: العلامة التجارية وطرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين، أطروحة لاستكمال متطلبات درجة الماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2006، ص 17.

<sup>3</sup> بن قية رحيمة: النظام القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص: قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خبضر، بسكرة، الجزائر، 2015-2016، ص 23.

ومن جهة الثالثة، فإن التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة لا يستطيع استخدام العلامة المملوكة من قبله في التوقيع على معاملاته الرسمية، أما في الاسم التجاري فيستطيع صاحبه إجراء وتوقيع معاملاته الرسمية متى كان هذا الاسم هو الاسم المدني له وحتى ولو كان مضافا إليه بعض الأوصاف والألقاب الأخرى.<sup>1</sup>

### ثانيا: تمييز العلامة عن العنوان التجاري

العنوان التجاري أو عنوان المحل هو تسمية أو إشارة أو رمز أو شعار مبتكر تسمح بتمييز المتجر عن غيره، والاسم التجاري لا يمكن أن يكون إلا أسماء بعكس العنوان التجاري الذي يمكن أن يكون اسما أو رمزا أو رسما، كما يمكن أن يكون العنوان قد يعتبر إجباريا.<sup>2</sup>

وشروط العنوان التجاري بوصفه تسمية مبتكرة هي شروط العلامة، لكنه يختلف من حيث الغرض مع العلامة، فالغرض من العلامة هو تمييز السلع والخدمات عن مثيلاتها، بينما الغرض من العنوان التجاري هو تمييز المحل التجاري عن غيره أمام جمهور العملاء، وتعود ملكية العنوان لمن استعمله أولا، بينما تعود ملكية العلامة إلى الأسبق في تسجيلها.<sup>3</sup>

### ثالثا: تمييز العلامة عن البيان التجاري

يقصد بالبيان التجاري تلك الإيضاحات والبيانات التي يضعها عون اقتصادي والذي يقصد به كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أي كانت صفته قانونية على منتجاته أو خدماته<sup>4</sup>، والغاية من هذه البيانات هو تفادي خلق لبس لدى المستهلك فيما يخص طبيعة المنتج

<sup>1</sup> عامر محمود الكسواني: القانون الواجب التطبيق على مسائل الملكية الفكرية (دراسة مقارنة)، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، الأردن، 2011، ص ص 277 - 278.

<sup>2</sup> عبد العلي حموتة: حماية العلامة التجارية في ضوء اتفاقية تريبس، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه ل.م.د الطور الثالث في الحقوق، تخصص: ملكية صناعية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة باتنة I الحاج لخضر، الجزائر، 2020-2021، ص 15.

<sup>3</sup> رمزي حوحو وكاهنة زواوي: التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى القانوني، ع5، جامعة محمد خيضر، بسكرة، د.س.ن، ص 32.

<sup>4</sup> المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

والشروط الدقيقة لصنعه، وهي غاية مشابهة لوظيفة العلامة التجارية التي تهدف إلى حماية المستهلك من اللبس والغش وتشجيع المنافسة المشروعة.

ولا يتمتع التاجر الذي يضع بيانا تجاريا معيناً أو رسماً على منتوجاته وخدماته بحق احتكاره، إذ ليس فيه أي ابتكار، بل يجوز لغيره استعماله في حين تعد العلامة من حقوق الملكية الفكرية ولصاحبها حق الاستثناء بها ومنع غيره من استعمالها أو استغلالها إلا بترخيص منه.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني: تمييز العلامة عن سائر حقوق الملكية الصناعية

حقوق الملكية الصناعية ترد على الابتكارات الجديدة، وحقوق ترد على ابتكار في الشكل وكل هذه الحقوق تمنح لصاحبها حق مطلق في مواجهة كافة على خلاف العامة التي تمنح لصاحبها حق نسبي.

#### أولاً: تمييز العلامة على براءة الاختراع

تسلم وثيقة براءة الاختراع إلى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ليتمكن صاحبها من التمتع بإنجازه بصفة قانونية، والمتمثل في اختراع (ابتكار) جديد، قابل للتطبيق الصناعي، سواء تضمن منتوجاً صناعياً جديداً أو طريقة صناعية مستحدث، ولذلك هي تختلف عن العلامة التي تعتبر رمز يتخذه التاجر أو الصانع أو مقدم خدمة لتمييز سلعه أو خدماته عن ما يماثلها وإذا كان الحق في البراءة حق مطلق، يخول لصاحبه استثناء واحتكار الاختراع في مواجهة كافة احتكاراً كاملاً، فإن الحق في العلامة حق نسبي يخول لصاحبه حق احتكارها فقط في مواجهة من يزاولون نشاطاً مماثلاً لنشاطه، في حين أن كلا من الحق في العلامة والحق في البراءة يعتبران حقان مؤقتان وفقاً للمدة القانونية المحددة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> ميلود سلامي: النظام القانوني للعلامة التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه

العلوم في العلوم القانونية، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011-2012، ص 32.

<sup>2</sup> رمزي حوجو وكاهنة زواوي، المرجع السابق، ص 34.

## ثانيا: تمييز العلامة عن الرسم والنموذج الصناعيين

رغم اعتبار العلامات والرسوم والنماذج الصناعية من عناصر الملكية الصناعية إلا أن مفهوم كل منها يختلف عن الآخر، إذ يقصد بالرسوم والنماذج الصناعية ذلك الترتيب للخطوط والألوان التي تكتسب بها السلع والبضائع رونقا جميلا وكذلك كل شكل أو قالب أو هيكل يستعمل لصناعة السلع والبضائع.

تجدر الإشارة كما سبق الذكر أن الرسوم والنماذج الصناعية تخضع لأحكام الأمر 66-86 المؤرخ في 28-04-1966، بينما العلامة تخضع لأحكام الأمر 03-06 الصادر في 19 جويلية 2003.

بما أنه يجوز أن تكون العلامة رسما من الرسوم له مميزات أو الصور سواء كانت صورة شخص أو غير ذلك فهي مرحلة تأتي لاحقة لمرحلة الإنتاج تهدف إلى جلب العملاء على عكس الرسوم والنماذج الصناعية فهي تنشأ في مرحلة سابقة للإنتاج وترتب عليها علاقات اقتصادية وقانونية أثناء مرحلة الإنتاج.<sup>1</sup>

## ثالثا: تمييز العلامة عن تسمية المنشأ

تسمية المنشأ هي المؤشر الجغرافي الذي يحدد منشأ سلعة معينة في أي بلد أو إقليم أو منطقة أو جهة متى كانت جودة هذه السلعة أو سمعتها أو سماتها الأخرى التي تؤثر في ترويجها ترجع أساسا إلى منشأها الجغرافي لما لهذا من خصائص فريدة ومميزة تتعلق بالمكان الذي صنعت فيه، أو إلى المنشأ تركيبية التربة أو المناخ أو البيئة التقليدية أو غير ذلك من العوامل الطبيعية والبشرية التي تساهم في جودة وخصائص سلع أو منتجات لا يمكن إعادة إنتاجها في مكان آخر.

وعليه فتسمية المنشأ هي تحديد لمنطقة جغرافية يرجع إليها المنتج أو السلعة وبيان مميزاته من العوامل الطبيعية التي تتميز بها تلك المنطقة، بينما العلامة التجارية هدفها ليس تحديد المنشأ

<sup>1</sup> نشيدة بوداود: النظام القانوني للرسوم والنماذج الصناعية، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير في الحقوق، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2009-2010، ص ص 20-22.

الجغرافي لمنتوج وإنما بيان مصدر المنتجات والخدمات وتمييزها عن غيرها من المنتجات والخدمات المشابهة دون أن تكون مرتبطة بمكان إنتاجها.<sup>1</sup>

### المبحث الثاني: صور العلامة التجارية

العلامات هي عبارة عن رموز تتشكل من أشكال هندسية وأرقام وألوان وكلمات تكون عبارة عن أسماء، وهذا ما نصت عليه المادة 2 من الأمر 03-06 السالفة الذكر؛ نجد أن المشرع الجزائري تطرق إلى جملة من الأمور القابلة لأن تكون علامة، ولم يتطرق إلى تبيين الأنواع المختلفة لها، وذلك على سبيل الحصر والدليل عبارة "لاسيما" التي أدرجت في النص. لهذا خصصنا هذا المبحث من أجل تبيان مختلف أنواع وأشكال العلامات.

#### المطلب الأول: أنواع العلامة التجارية

تصنف العلامة التجارية إلى أنواع مختلفة بناء على اعتبارات مختلفة، ومن خلال هذا المطلب ارتأينا دراسة أنواع العلامة التجارية حسب طبيعة نشاطها، وحسب ملكيتها، وكذلك حسب امتدادها الجغرافي والغاية من استعمالها.

#### الفرع الأول: أنواع العلامة حسب طبيعة نشاطها

##### أولاً: العلامة الصناعية

تعد علامة الصنع علامة تجارية إلزامية كبقية أنواع العلامات في القانون الجزائري حسب ما نص في المادة 3 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات على أن: "تعتبر علامة السلعة أو الخدمة إلزامية لكل سلعة أو خدمة مقدمة، بيعت أو عرضت للبيع عبر أنحاء التراب الوطني"<sup>2</sup>، ويستشف من هذا الأخير تعتبر علامة المصنع غي العلامة الإلزامية الوحيدة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> ميلود سلامي، المرجع السابق، ص ص 36-37.

<sup>2</sup> المادة 3 من الأمر 03-06، المتعلق بالعلامات، المصدر السابق.

<sup>3</sup> ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 44.

كما يجب وضع العلامة على الغلاف، أو على الحاوية عند استحالة ذلك، إذا لم تسمح طبيعة أو خصائص السلع من وضع العلامة عليها مباشرة.

### ثانيا: العلامة التجارية

يقصد بها تلك الإشارة التي يستخدمها التاجر شعارا لبضائعه التي يقوم ببيعها بعد شراءها بغض النظر عن مصدر الإنتاج، فهي تشير إلى مصدر البيع.<sup>1</sup>

فالعلامة التجارية لم تكن إلزامية حسب ما جاء في المادة الأولى من الأمر 57-66 المتعلق بالعلامات الملغى<sup>2</sup>، وتم إلزامها بموجب المادة 1/3 والتي نصت على أن: "تعتبر علامة السلعة أو الخدمة إلزامية لكل سلعة أو خدمة مقدمة...".<sup>3</sup>

### ثالثا: علامة الخدمة

نصت المادة 4/2 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات على أن: "الخدمة: كل أداء له قيمة اقتصادية"؛ وهي السمة التي يستخدمها مقدمو الخدمات لتمييز خدماتهم عن غيرها.<sup>4</sup> كما اعتبرها المشرع الجزائري إلزامية لكل سلعة أو خدمة مقدمة، بيعت أو عرضت للبيع عبر أنحاء التراب الوطني، تطبيقا لنص المادة 3 من الأمر 06-03 السالف الذكر.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> مجبر كوثر شمس الهدى، المرجع السابق، ص 18.

<sup>2</sup> نصت المادة 1 من الأمر 57-66 المتعلق بالعلامات الملغى بموجب الأمر 06-03 على أن: "أن العلامة التجارية أو علامة الخدمة فهي اختيارية".

<sup>3</sup> ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 45.

<sup>4</sup> صلاح الدين زين، المرجع السابق، ص 129.

<sup>5</sup> المادة 3 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، المصدر السابق.



الفرع الثاني: أنواع العلامة من حيث ملكيتها

أولاً: العلامة الجماعية

أشار إليها المشرع الجزائري في المادة 2/2 على أن: "العلامات الجماعية: كل علامة تستعمل لإثبات المصدر والمكونات والإنتاج أو مميزة مشتركة لسلع أو خدمات مؤسسات مختلفة، عندما تستعمل هذه المؤسسات العلامة تحت رقابة مالكيها".

وبالتالي فهي العلامة التي يستعملها شخص اعتباري لتصدير مصدر بضائع ليست من صنعه، وذلك من أجل إظهار أن البائع التي وضعت عليها قد تم فحصها وتصديقها من قبل الجهة المختصة المؤهلة لذلك، لذا العلامة لها دور رقابي لوكنها تدل على مواصفات وبيانات البائع والسلع، سواء من حيث النوعية، أو من حيث الجودة، أو من حيث المصدر، أو من حيث طريقة الصنع.<sup>1</sup>

ثانياً: العلامة الفردية

هي العلامة التي تعود ملكيتها لشخص معين سواء كان شخصاً طبيعياً أو معنوياً، وقد تكون علامة تجارية أو علامة صناعية، تطبيقاً لنص المادة 1/2 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات والتي جاء فيها: "التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعياً أو معنوياً عن سلع وخدمات غيره"، والعلامات الفردية يمكن تحويلها أو التنازل عنها.

<sup>1</sup> مجبر كوثر شمس الهدى، المرجع السابق، ص 20.

### الفرع الثالث: أنواع العلامة من حيث امتدادها الجغرافي

#### أولاً: العلامة المشهورة

يقصد بها العلامة المعروفة عند عدد كبير من الجمهور والتي تجاوزت شهرتها في أكثر من بلد؛ أي المشهورة دولياً، وهي علامات ذات طابع دولي وتحدد شهرتها من قبل المحاكم الفرنسية بالنظر إلى أقدمية الاستعمال ومدته.<sup>1</sup>

#### ثانياً: العلامة المحلية (الوطنية)

هي تلك العلامة التي تم تسجيلها في بلدها وأصبحت معروفة فيه سواء كانت هذه العلامة تجارية أو سلعة أو خدمة، وسواء كانت تعود ملكيتها لشخص طبيعي أو معنوي.

#### الفرع الرابع: أنواع العلامة من حيث الغاية من استعمالها

يمكن أن يأخذ هذا النوع من العلامات إحدى الصور الثلاث المتمثلة في:

#### أولاً: العلامة الأصلية

وهي العلامة التي يقوم صاحبها بتسجيلها واستغلالها فعلاً، وله الحق في تعديلها أو تحسينها أو الإضافة، وذلك باتباعه لإجراء تسجيل العلامة الأصلية لأجل تسجيل الإضافات الجديدة وتطبق على تسجيلها ذات الإجراءات والشروط الشكلية والموضوعية، للتحويل العلامة من شكل لآخر.<sup>2</sup>

#### ثانياً: العلامة الاحتياطية

تتمثل في العلامات التي قد يسجلها صاحب المشروع، بحيث يستعمل إحداها ويحتفظ بالأخرى التي سجلها لاستعمالها لتمييز منتجات أخرى من نفس النوع مع اختلاف صفات

<sup>1</sup> صالح فرحة زواوي: الكامل في القانون التجاري الجزائري - المحل التجاري والحقوق الملكية، ج2، ابن خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر، 2001، ص 226.

<sup>2</sup> حاج شعيب فاطيمة الزهرة: الحماية القضائية للعلامة التجارية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في الحقوق، تخصص: قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن خلدون تيارت، الجزائر، 2016-2017، ص 68.

المنتجات أو مرتبتها. وبالتالي فهي تستهدف تمييز منتجات لم تطرح في السوق بعد ذلك بغرض حمايتها، إلا أن هذه العلامة معرضة للسقوط بسبب احتمال انتهاء مدة معينة أن يقوم صاحبها باستغلالها.

### ثالثا: العلامات المانعة

هي العلامات التي يتم تسجيلها من قبل شخص لا لغايات استعمالها، أي لا نية له في استغلالها من قبل من يسجلها بل يكون صاحب العلامة المانعة قد استفاد من أثر التسجيل المتمثل من أثر التسجيل المتمثل في استنثاره بها ومنع الغير من التعدي عليها بأي صورة من الصور، وغالبا ما تكون العلامة المانعة نماذج مشتقة وقريبة من علامة أو علامات أخرى مسجلة ومستعملة بقوة من صاحبها.<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: أشكال العلامة التجارية

باستقراء نص المادة 2 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، نجد أنها تضمن تعداد لأكثر عناصر العلامة شيوعا واستعمالا، وذلك على سبيل المثال التي حاولنا تقسيمها كالتالي:

#### الفرع الأول: العلامة الاسمية

العلامة الاسمية هي العلامة التي تتكون من كلمة أو لفظ يختاره التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة لتمييز سلعه أو خدماته بحيث يكون قادرا على إثارة انتباه من يراه أو من يتردد على سمعه ويمكن أن يكون هذا الاسم عائليا أو اسما شخصيا أو اسما مستعارا<sup>2</sup>، أو اسما جغرافيا. كما أن العلامة التجارية يمكن أن تكون تسمية مبتكرة وقد تكون العلامة حروفا أو أرقاما. ويشترط لاتخاذ الاسم أو اللفظ بصفة عامة أن يكون شكله مميزا كما لو كتب بحروف أو ألوان خاصة أو بوضعه في إطار دائري أو مربع.

<sup>1</sup> صلاح الدين زين، المرجع السابق، ص 48.

<sup>2</sup> Albert Chavanne et Claudine Salaman : **marque de fabrique de commerce ou de service**, Encyclopédie juridique, Dallols, Paris, 2003, p :09.

## أولاً: الأسماء

بحيث يمكن اتخاذ الاسم أو اسم العائلة أو المنشأة أو المحل التجاري كعلامة تجارية لتمييز المنتج، ولكن هنا وبسبب تعدد الاسم الواحد لأكثر من شخص فيجب أن يتخذ الاسم شكلاً مميزاً كأن يكتب بصورة هندسية أو زخرفية معينة تميزه عن غيره من الأسماء.<sup>1</sup>

ويشترط أن تكون التسمية مبتكرة وإلا كانت باطلة، ولكن الابتكار في التسمية يعتبر وحدة كافية، دون الحاجة لأن يتخذ هذا الابتكار شكلاً معيناً.<sup>2</sup>

## ثانياً: الحروف والأرقام

تستعمل الحروف والأرقام ذات الأشكال المميزة كعلامة، كما تستعمل ذات التكوين المركب من أرقام وحروف، ويكفي أن تكون العلامة ذات طابع مميز، ويجوز أن تتخذ العلامة شكل أرقام أو حروف معين، وتعتبر الحروف من أكثر العلامات انتشاراً في المجال الصناعي والتجاري، ويرجع ذلك لسهولة نطقها ووضوحها.<sup>3</sup>

## ثالثاً: الكلمات

وهي الكلمات التي قد يستخدمها الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة لتمييز منتجاتهم أو بضائعهم أو خدماتهم، وقد تكون التسمية (الكلمة) جديدة ومبتكرة، وقد تكون مقتبسة من تركيب وجودة وفائدة المنتجات أو البضائع، كما قد تكون التسمية شائعة (عامة) ولا تعتبر الكلمات بحد ذاتها علامة، بل لاعتبارها كذلك لا بد أن تكون جديدة ومبتكرة وغير شائعة في الاستعمال وغير مشتقة من طبيعة المنتجات أو صفاتها أو جودتها ولا تؤدي إلى تضليل الجمهور.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> بن قية رحيمة، المرجع السابق، ص 36.

<sup>2</sup> لعوارم بن أحمد وهيبية: جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، مكتبة الوفاء القانونية، ط1، مصر، 2015، ص 75.

<sup>3</sup> محمد مصطفى عبد الصادق، المرجع السابق، ص ص 59-60.

<sup>4</sup> صلاح الدين زين، المرجع السابق، ص 267.

## الفرع الثاني: العلامات التصويرية

ويقصد بالعلامات التصويرية؛ أي الشكلية، بالعلامات الترميزية الموجهة إلى البصر، وتتمثل في ما يلي:

## أولاً: الرموز والصور والرسوم

يعني بذلك أن تتخذ العلامة رمزا معينا، سواء كان من الطبيعة كأن يستعمل التاجر أو الصانع عنقود عنب أو غصن زيتون أو زهرة اللوتس لتمييز منتجاته، كما يمكنه استخدام أحد الحيوانات أو العمارات أو المركبات (السيارات). أما في حالة استخدامه لصورة شخص، فإنه يجب عليه أن يستأذن صاحب الصورة أو ورثته، حيث أن الحماية تشمل الرمز أو الصورة أو الرسم كذلك الألفاظ الموضحة بالرسم أو الصورة في حالة وجودها.<sup>1</sup>

## ثانياً: الدمغات والأختام والنقوش

فالدمغات والأختام والنقوش لا تعتبر علامات تجارية بمعنى الكلمة، لكن يجوز استعمالهم كعلامة، لأنها تستخدم كوسائل لتكون علامات تجارية، حيث تختلف طريقة استخدامهم باختلاف المواد التي تطبع عليها العلامة، وتوضع على السلع والمنتجات تمييزاً لها عن غيرها، ولا بد من أن يتوافر فيها الصفة المميزة وعنصر الجودة، حتى تكتسب صفة العلامة التجارية.<sup>2</sup>

## المبحث الثالث: وظائف العلامة التجارية

من خلال حديثنا عن أهمية العلامة على الصعيد الدولي والمحلي والتي تتمثل في تحقيق غايات كل من المنتج والمستهلك على حد سواء نستطيع القول بأن للعلامات عدة وظائف. وهذا ما سنتطرق في **المطلب الأول** إلى رمز ثقة ومصدر المنتجات والبضائع والخدمات، **المطلب**

<sup>1</sup> بن قية رحيمة، المرجع السابق، ص ص 38-39.

<sup>2</sup> لعوارم بن أحمد وهيبه، المرجع السابق، ص ص 79-80.

الثاني إلى وسيلة المنافسة المشروعة للإعلام عن المنتجات والبضائع والخدمات، أما المطلب الثالث خصص لدراسة ضمان لحماية جمهور المستهلكين.

### المطلب الأول: رمز ثقة ومصدر المنتجات والبضائع والخدمات

#### الفرع الأول: رمزا يميز مصدر السلعة L'origine de produit أو الخدمات

جرت العادة قديما على أن يضع الصانع علامة معينة على السلعة التي يصنعها لكي يبرز شخصيته للمشتري، وبعد أن وصل الإنتاج إلى الحجم الكبير وزاد عدد المشروعات العملاقة، فقد تطورت وظيفة العلامة من إبراز شخصية الصانع فأصبحت رمزا للدلالة على المشروع الجماعي الذي أنتج السلعة، سواء أكان يعتمد على الصناعة اليدوية أم الآلية.<sup>1</sup>

وقد أشارت نصوص التشريعات التي تناولت تعريف العلامة التجارية إلى أنها أداة لتمييز المنتجات والبضائع والخدمات عما يشابهها، حيث تناول المشرع الجزائري هذه الوظيفة في المادة الثانية من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية<sup>2</sup>، وكذلك المادة 711-1 من قانون الملكية الفرنسي والتي أشارت إلى أن العلامة التجارية هي أية إشارة يمكنها عن طريق التعبير بالرسم أن تميز السلع أو الخدمات التي ينتجها الأشخاص سواء أكانوا أشخاصا طبيعيين أم معنويين، وكذلك تناول المشرع المصري في المادة 63 من قانون حماية الملكية الفكرية هذه الوظيفة.<sup>3</sup>

#### الفرع الثاني: رمز الثقة بصفات المنتجات والبضائع والخدمات

تعتبر العلامة التجارية عن صفات المنتجات أو البضائع التي تميزها، سواء من حيث النوع أو المرتبة أو الضمان أو طريقة التحضير، ويقصد بالنوع مجموع خصائص المنتجات أو البضائع التي تمتاز بها عن خصائص منتجات أو بضائع أخرى مماثلة أو مشابهة، أما المرتبة فيقصد بها

<sup>1</sup> صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص 41.

<sup>2</sup> المادة الثانية من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، المصدر السابق.

<sup>3</sup> أمنة صامت: المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2017-2018، ص 27.

درجة الجودة والإتقان للمنتجات أو البضاعة، والمقصود بالضمان هو تعهد الصانع أو التاجر بصلاحية المنتجات أو البضاعة أو بيان العناصر الداخلية في تركيبها، وذلك يؤدي إلى رفع الثقة بالمنتجات والبضائع، ويكون دافعا للعملاء لتفضيل هذه المنتجات عن غيرها، مما يدفع مالك العلامة إلى مضاعفة حرصه على سمعة علامته وثقة عملائه بها، فيحرص على الإبقاء على هذه السمعة بذهن العملاء وتحسينها بإتقانه صنع منتجاته والحفاظ على جودتها فتصبح العلامة محل ثقة عند الجمهور.<sup>1</sup>

## المطلب الثاني: وسيلة المنافسة المشروعة والإعلام عن المنتجات والبضائع والخدمات

### الفرع الأول: وسيلة من وسائل المنافسة المشروعة

تعتبر العلامة التجارية عنصرا أساسيا في القطاع الاقتصادي عموما، والقطاع التجاري خصوصا إذ تلعب دورا مميزا في تسويق المنتجات والبضائع والخدمات. وذلك بما لها من تأثير واسع على المستهلك الذي يرغب في سلعة أو خدمة ما تحمل علامة تجارية معينة هي المفضلة حسب اعتقاده.

كما تحتل العلامة التجارية مكانة هامة ومميزة بين حقوق الملكية الصناعية والتجارية الأخرى فقد أصبحت لها قيمة إضافية لقيمة المحل التجاري، خاصة إذا كانت العلامة تشكل أحد عناصرها المعنوية المكونة لها، فهي تعتبر وسيلة هامة من وسائل المنافسة التجارية النزيهة والمشروعة لأنها تهدف إلى اجتذاب المستهلكين والعملاء.

فالعلامة التجارية تخدم الصانع والتاجر ومقدم الخدمة، الذي يقوم بإنتاج أو توزيع السلعة أو البضاعة أو تقديم الخدمة التي تحملها العلامة، فهي تمكن من إبراز الخصائص التي تتمتع بها المنتجات والخدم. وهناك عدة عوامل تعمل على تحديد الأهمية الاقتصادية للعلامة التجارية كمدى تميز العلامة، ومدى استعمالها وصعوبة تقليدها.

<sup>1</sup> ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 28.

فتميز العلامة التجارية يساعد الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة على الاحتفاظ بزيادة وجذب زبائن آخرين، وهذا يعمل على تشجيع المنافسة الشريفة بين التجار مما ينعكس على نوعية الإنتاج وانخفاض الأسعار، ويشجع التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة على الاستمرار في إنتاج البضاعة أو الخدمة التي وصلت إلى رضا المستهلك من خلال إقباله على التعامل معها بنفس الجودة أو أكثر.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني: وسيلة لإعلان عن المنتجات والبضائع

تلعب العلامة التجارية دورا مهما في عملية ترويج المنتجات والسلع والخدمات فهي وسيلة من وسائل الإعلان، حيث أنها تتطبع في أذهان الناس من خلال ترديدها في وسائل الإعلان المختلفة وهي بذلك نوع من الإعلان يهدف إلى تحديد هوية السلعة واسم المنتج، إذ أن تكرار الإعلان عن هذه العلامة يترك أثرا في المستهلك وتبقى العلامة راسخة في ذاكرته ويرغبه في شرائها، بحيث يطلب المستهلك سلعة معينة يكون في الغالب قد ربط بين تلك العلامة من جهة وبين مميزات وصفات السلعة التي تحمل هذه العلامة من جهة أخرى، وذلك تبعا لدعاية نشطة لتلك العلامة أو لتجربة سابقة لتلك السلعة أو الاثنتين معا.

واختيار العلامة يتقرر مع الأخذ بنظر الاعتبار إمكانية استخدام هذه العلامة في الإعلانات المصورة والصوتية كالصحافة والملصقات والتلفزيون والراديو، والتي تزيد من شهرة العلامة، فيقوم التاجر عادة باستشارة وكالات الإعلان المتخصصة، حيث يراعي المختصون في اختيارهم لشكل العلامة عدة اعتبارات تهدف إلى لفت أنظار المستهلك بأن تكون ذات نغم موسيقي شائع أو كلمات قصيرة وبسيطة تقربه إلى نفوس المستهلكين وعقولهم.

لهذا أصبح من الصعب تجاهل الدور المؤثر الذي تلعبه الدعاية في جذب العملاء إلى منتجات أو بضائع أو خدمات مشروع معين لحرص مالك المشروع على أن يؤكد للمستهلك من

<sup>1</sup> آمنة صامت، المرجع السابق، ص ص 28-29.



خلال الدعاية التي تفنن فيها أن منتجاته أو بضائعه هي الأفضل من غيرها، لذا فإنه من الأهمية بمكان خضوع هذه الإعلانات لنوع من الرقابة الموضوعية من قبل الجهات الرسمية المختصة.

### المطلب الثالث: ضمان لحماية جمهور المستهلكين

تعتبر التجارة من أهم وجوه النشاط البشري فائدة لما فيها من أرباح كثيرة، فقد تغري هذه الأخيرة أصحاب النفوس الضعيفة في إتباع ضروب الاحتيال والغش في ترويج صناعاتهم أو بضائعهم أو خدماتهم، بإخفاء عيوبها، ومن ثم إظهارها على غير حقيقتها، وصولاً إلى استمالة القوة الشرائية لجمهور المستهلكين بصورة تضليلية، فيقدم جمهور المستهلكين على شراء تلك الصناعات أو البضائع أو الخدمات اعتقاداً منهم بأنها تحمل المواصفات المحددة لها والمزايا الخاصة بها، على النحو المعلن عنه، في حين تكون تلك الصناعات أو البضائع أو الخدمات ليست كذلك أو على الأقل دون ذلك.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> بن قبة رحيمة، المرجع السابق، ص 30.

## خلاصة الفصل:

تطرقنا في هذا الفصل إلى مجموعة من النقاط المهمة التي تعرف العلامات بصفة عامة وخاصة، من خلال توضيح مفهوم العلامة من الناحية اللغوية والاصطلاحية والقانونية، وتمييزها عن بعض التسميات المشابهة لها، بالإضافة إلى إبرازنا لأهم أنواع وأشكال العلامات التي تعد علامات تجارية وفق لما جاء بها المشرع الجزائري في الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات؛ والتي جاءت على سبيل المثال لا الحصر، فالمشرع الجزائري ترك حرية اختيار العلامة لكل تاجر وصانع من خلال اتخاذ رمز يناسب كل واحد وباختياره للتمييز بين السلع لعدم حدوث أي خلط. وكذلك تبيان الوظائف التي تقوم عليها العلامة.

# الفصل الثاني

النظام القانوني للعلامة التجارية

**تمهيد:**

فرض المشرع الجزائري على كل تاجر أو صانع لتسجيل العلامة التجارية شروط موضوعية، وأخرى شكلية، تترتب عليها مجموعة من الآثار القانونية، ونظرا لزيادة أهمية العلامة التجارية في المجال التجاري والاقتصادي مما أدى إلى زيادة صور التعدي عليها، وهذا ما دفع المشرع الجزائري إلى سن مجموعة القوانين التي تحمي العلامات من الاعتداء عليها والحد من التقليد عنها، كما حدد طرق انقضائها، وهذا ما سنتناوله في هذا الفصل.

## المبحث الأول: شروط تسجيل العلامة التجارية

بعد اختيار التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمات شكلا معيناً من الأشكال السالفة الذكر ليميز منتجاته أو خدماته يجب عليه أولاً التحقق والتحري عن هذا الشكل قبل إيداعه كعلامة تجارية، إذا كان يتوفر على شروط موضوعية (المطلب الأول) فإذا تحقق من توفر هذه الشروط، جاز له بعد ذلك مباشرة إجراءات وشكليات تسجيله لدى هيئة مختصة ليستغل بعد ذلك كعلامة تجارية يحميها القانون (المطلب الثاني)، كما تترتب على تسجيل العلامة التجارية لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية عدة آثار قانونية وهذا ما سنعالجه في (المطلب الثالث).

### المطلب الأول: الشروط الموضوعية

لتسجيل العلامة التجارية من الناحية الواقعية وتمتعها بالحماية القانونية لابد من توافر ثلاث شروط رئيسية، حيث يشترط في العلامة التي يحميها القانون أن تكون ذات صفة مميزة وأن تكون جديدة وأن لا تكون مخالفة للنظام العام.

### الفرع الأول: الصفة المميزة للعلامة التجارية

يجب أن تتوفر في العلامة السمات المادية<sup>1</sup>، التي تصلح لتمييز المنتجات وكذلك تمييز السلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره بأن تستثنى من التسجيل الرموز، وتستثنى من التسجيل الرموز الخاصة بالملك العام أو المجردة من صفة التمييز أي أن العلامات الخالية من كل طابع مميز تكون باطلة<sup>2</sup>؛ وعليه فيمكن تحديد الصفة المميزة في:

#### أولاً: الصفة المميزة الذاتية

أي يقصد بها أن يكون للعلامة ذاتية خاصة تميزها وتجعلها مختلفة عن غيرها من العلامات الأخرى المستخدمة لتمييز سلع أو خدمات مماثلة، وأن تتوفر فيها صفة الابتكار الذي

<sup>1</sup> المادة 2 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المصدر السابق.

<sup>2</sup> المادة 2/7 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المصدر نفسه.

تجعلها ذات مظهر خارجي مميز وهو أمر ضروري، إذ أن افتقار العلامة سيجعل من الصعب على المستهلك التعرف على السلع التي تميزها من جهة وكما سيكون من الصعب حماية صاحبها من المنافسين من جهة أخرى.<sup>1</sup>

### ثانيا: الصفة المميزة الخارجية

أي عدم تشابه مع العلامات الأخرى التي سبق تسجيلها وسبق طلبها لمنتجات وخدمات مماثلة بمعنى يجب أن تكون العلامة جديدة، ويكفي لرفضها أن تكون أوجه التشابه كفيلا بأن يختلط الأمر.<sup>2</sup>

إذا فلا يعتبر كعلامة تجارية أو عنصر من عناصرها العلامات الخالية من أي صفة مميزة كالتسميات العادية للأشخاص أو أي رمز أو صورة أو حرف معروف أو رقم لوزن السلعة أو جهة استعمالها مادامت هذه العلامات خالية مما يميزها عن غيرها ويجعل لها ذاتيتها، وصفاتها الخاصة بها.<sup>3</sup>

### الفرع الثاني: شرط الجودة

نص المشرع الجزائري عن شرط الجودة في العلامة التجارية بطريقة ضمنية، وليس بصريحة العبارة؛ أي هو شرط يستنتج من أحكام التشريع؛ ويقصد به عدم استعمال ذات العلامة من منتج أو تاجر آخر على سلع مماثلة، وهذا لا يعني وجوب خلق أو ابتكار العلامة<sup>4</sup>. ويظهر ذلك من خلال ما جاء في نص المادة 9/7 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات على أن: "تستثنى من التسجيل: (9) الرموز المطابقة أو المشابهة لعلامة كانت محل طلب التسجيل أو تسجيل يشمل

<sup>1</sup> حواس فتيحة، المرجع السابق، ص 509.

<sup>2</sup> أو شن حنان: الحماية القانونية للعلامة التجارية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عباس لغرور خنشلة، اليازولي، الجزائر، ص 29.

<sup>3</sup> فاضلي إدريس: المدخل إلى الملكية الفكرية، دار هومه للطباعة، الجزائر، 2003، ص 28.

<sup>4</sup> حواس فتيحة، المرجع السابق، ص 509.

سلعا أو خدمات مطابقة أو مشابهة لتلك التي سجلت من أجلها علامة الصنع أو العلامة التجارية إذا كان هذا الاستعمال يحدث لبسا".<sup>1</sup>

يقصد بشرط الجودة، الجودة المطلقة، بل الجودة النسبية، لأنه شرط مقيد من ثلاث نواح؛ المتمثلة في ما يلي:

أ- من حيث نوع المنتجات، حيث لا يمنع استعمال نفس العلامة لتمييز سلع أخرى مختلفة في النوع.

ب- من حيث الزمان، ملكية العلامة محددة لمدة معينة، يسقط الحق فيها، ما لم يطلب تجديدها.

ت- من حيث المكان، حيث أن استغلال العلامة يكون في إقليم الدولة المسجلة فيها.<sup>2</sup>

### الفرع الثالث: مشروعية العلامة التجارية

وضع المشرع الجزائري بصريح العبارة قيودا واستثناءات التي يتم من خلالها إيداع طلب تسجيل العلامة التجارية، ومن بينها مشروعية العلامة؛ حيث نصت المادة 4/7 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات على أن: "الرموز المخالفة للنظام العام والآداب العامة التي يحظر استعمالها بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها"، وبالتالي يستشف من نص المادة الأخير أن العلامة لا تكون مخالفة للنظام العام والآداب العامة<sup>3</sup>، أو الرموز التي يحظر استعمالها بموجب القانون الوطني والاتفاقيات الثنائية أو متعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها.

<sup>1</sup> المادة 9/7 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المصدر السابق.

<sup>2</sup> صلاح الدين زين، المرجع السابق، ص 282.

<sup>3</sup> ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 79.

إذا لا يكفي المظهر المميز للعلامة بالإضافة إلى كونها جديدة حتى تتوفر لها الحماية القانونية إذ يجب أن تكون مشروعة، أي لا يجوز أن تخالف النظام العام والآداب العامة ولا تؤدي إلى خداع الجمهور.<sup>1</sup>

يمنع استعمال بعض العلامات الخليعة أو العلامات التي تتضمن عبارات لا تلاءم النظام الاجتماعي أو الاقتصادي أو الديني، وكذلك العلامات التي يمنعها القانون أو الاتفاقيات الدولية لكونها عامة أو الرموز السياسية كرايات ورموز الدول السمات الرسمية أو ذات صيغة إنسانية لحماية الإنسان أثناء الحروب والكوارث الأخرى كالصليب الأحمر والهلال الأحمر كما لا يجوز أن تتضمن العلامة ما من شأنه لإحداث تضليل أو أن تكون لها قابلية لإحداث اختلاط مع غيرها مع العلامات كالبينات الكاذبة عن مصدر المنتجات أو عن منتجها فيمثل هذه الحالات يحق لصاحب العلامة أن يقيم دعوى إبطال إيداع العلامة التي من شأنها إحداث اللبس وتضليل المستهلك.

والملاحظ من خلال ما سبق أنه لا يوجد معيار ثابت لتحديد النظام العام والآداب العامة، فهو يختلف من دولة لأخرى، فالعلامة تمس بعض الجرائم الدينية في دولة ما قد لا تكون كذلك في دولة أخرى، لذلك يشترط أن ينسب عدم المشروعية على العلامة ذاتها دون موضوعها، لأنه في هذه الحالة التي تكون فيها العلامة من حيث موضوعها مخالفة للنظام العام والآداب العامة أو موضوعها غير مشروع التداول فيه فلا يترتب بطلان العلامة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> ونوغي نبيل: شروط منح العلامة التجاري وفق التشريع الجزائري، المركز الجامعي بريقة، جامعة المسيلة، مجلة آفاق للعلوم، العدد 15، المجلد 04، 2019، ص 142.

<sup>2</sup> ونوغي نبيل، المرجع السابق، ص 142.



## المطلب الثاني: الشروط الشكلية

## الفرع الأول: إيداع طلب التسجيل

يقوم بإيداع تسجيل العلامة التجارية، صاحب الحق فيها أو ما يمثله قانونا وأن يكون جزائري سواء كان مقيم بالجزائر أو بالخارج، كما يمكن للأجانب الاستفادة من التشريع الخاص بالعلامات عندما يقومون بالإجراءات المفروضة بموجبه.

كما أوكل صاحب العلامة وكلا لإيداعها، فيجب أن تكون الوكالة بخط اليد مؤرخة وممضاة.<sup>1</sup>

كما يمكن أن يكون الحق في تسجيل العلامة جماعة أو هيئة أو ورثة أو شركة أو المتنازل إليه. حدد المشرع الجهة المختصة بإيداع طلبات تسجيل العلامات التجارية وشهرها في جهة واحدة وهي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية.

أخذ المشرع بنظام الإيداع البسيط المتمثل في أن يقوم صاحب العلامة بعملية الإيداع بتقديم الطلب إلى المصلحة المختصة وإرساله عن طريق البريد الموصى عليه مع إشعار بالوصول وأن يتضمن بصورة إلزامية نموذج العلامة، وأن يشمل الطلب على مجموعة من البيانات منصوص عليها في المادة 4 من المرسوم التنفيذي 05-277.<sup>2</sup>

## الفرع الثاني: فحص الإيداع

يلعب الإيداع دورا مهما في اكتساب ملكية العلامة، لهذا يقوم المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بفحص طلب المودع من ناحية الشكل، ومن ناحية المضمون، فإذا كان الفحص إيجابيا من الناحيتين، يعد الإيداع مقبولا، وعلى إثر ذلك تقوم الهيئة المختصة بتحرير محضر

<sup>1</sup> المادة 7 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، المؤرخ في 2 أوت 2005، الذي يحدد كفاءات إيداع العلامات وتسجيلها.

<sup>2</sup> بن يسعد عدراء: حماية العلامة التجارية من التقليد، مجلة العلوم الإنسانية، ع 46، مج أ، 2016، ص 564.

يثبت تاريخ الإيداع ساعته ومكانه وكذا رقم التسجيل ودفع الرسوم، ونظر للبيانات المدرجة فيها، تعد هذه الوثيقة ذات أهمية بالغة لفض النزاعات المحتملة التي يمكن أن تقع بين عدة مودعين.

نصت المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المتعلق بكيفية إيداع العلامات التجارية وتسجيلها، على أن تفحص المصلحة المختصة ما إذا كان الإيداع مستوفي الشروط في المواد من 4 إلى 7. عند عدم استيفاء لهذه الشروط... ترفض المصلحة المختصة طلب التسجيل.<sup>1</sup>

### الفرع الثالث: التسجيل

تلي عملية الإيداع مرحلة تسجيل العلامة والتي يختص بها مدير المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، أي ما يقوم هذا الأخير بقيد العلامة في سجل خاص يمسكه المعهد، والذي يذكر فيها كافة العلامات وحقوق الملكية الصناعية والتجارية الأخرى التي تم تسجيلها حسب الأصول، ويتطلب أن يتضمن بصورة اجبارية نموذج العلامة وكافة البيانات الخاصة بالتسجيل. وينجم عن الإيداع القانوني للعلامات التجارية منح شهادة التسجيل تعتبر سند ملكية العلامة، ويكون هذا الحق محميا لعشر سنوات قابلة للتجديد مرة أخرى.

هذا وتكون العلامة حجة على الغير بمجرد نشرها، ومن ثم تتمتع بالحماية المقررة لها قانونا اتجاه مختلف الجرائم الماسة بالعلامات، وذلك من خلال العقوبات المقررة لها.

حسب المادة 5 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات فإنه: "يكتسب الحق في العلامة بتسجيلها لدى المصلحة المختصة، دون المساس بحق الأولوية المكتسب في إطار تطبيق الاتفاقيات الدولية المعمول بها في الجزائر، تحدد مدة تسجيل العلامة بـ (10) عشر سنوات تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ إيداع الطلب".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> ونوغي نبيل، المرجع السابق، ص ص 142-143.

<sup>2</sup> المادة 5 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المصدر السابق.

ويعتبر تسجيل العلامة في التشريع الجزائري ليس منشأً لملكية العلامة فحسب، بل ومنشأً أيضاً لحق الحماية القانونية الخاصة، إذ لمالكها الحق أن يطلب معاقبة المتعدي عليها، فضلاً عن إلزامه بدفع تعويض مقابل الأضرار الناتجة عن تقليد العلامة.<sup>1</sup>

### الفرع الثالث: الشهر (النشر)

في حالة توافر جميع الشروط الموضوعية على العلامة التجارية، وكان الإيداع صحيحاً وتم تسجيلها بعد فحص الملف من طرف المعهد الوطني للملكية الصناعية، فإنه توضع على كل نسخة من طلب التسجيل رقم التسجيل وطابع المصلحة وتأشير المدير أو ممثله، وتوجه إلى المودع أو وكيله نسخة تكون بمثابة شهادة تسجيل.

ويتم نشرها في النشرة الرسمية للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية وذلك على نفقة صاحب العلامة ويعد نشر العلامة بمثابة تقرير لحق موجود سابقاً عن طريق الإيداع، أي كاشفاً للحق، وليس منشأً له.

وللنشر أهمية كبيرة في إعلام الجمهور بعلامة المسجلة، إذ يرسل في الجزائر والخارج كذلك. كما يتم قيد العلامات التجارية بدفتر خاص؛ يسمى دفتر العلامات وتفيد فيه كل التصريحات والعقود والأحكام القضائية التي لها علاقة بالعلامة التجارية.<sup>2</sup>

### المطلب الثالث: الآثار المترتبة على تسجيل العلامة التجارية

العلامة في جانبها المالي من حقوق الذمة المالية وتدخل في الضمان العام للدائنين، ويترتب على تسجيلها آثار قانونية من بينها الحق في ملكيتها حسب طبيعتها القانونية والقيام بمختلف العمليات عليها، لذا سنتطرق في هذا المطلب؛ إلى الفرع الأول الذي خصص لحق ملكية العلامة، أما الفرع الثاني تناولنا فيه حق التصرف فيها.

<sup>1</sup> حواس فتيحة، المرجع السابق، ص ص 511-510.

<sup>2</sup> حمادي زبير: الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، ط1، 2012، ص 88.

## الفرع الأول: حق ملكية العلامة

تكتسب ملكية العلامة التجارية نتيجة إثبات إجراءات إدارية خاصة بالإيداع والتسجيل ولهذا لا يمكن لأي شخص التمسك بالحقوق على علامة ما إذا استعملها دون إيداعها للتسجيل كما هو مشروط قانوناً، لهذا تؤدي عملية الإيداع والتسجيل إلى منح المودع حقوقاً شرعياً من الناحية القانونية، وهذا ما تؤكدته المادة 9 الفقرة 1 من الأمر 03-06: "يخول تسجيل العلامة لصاحبها حق ملكيتها على السلع والخدمات التي يعينها لها".<sup>1</sup>

ويختص بملكية العلامة في التشريع الجزائري من كانت له الأسبقية في إيداعها وهذا ما تؤكدته المادة 6 من الأمر 03-06 بأن: "ما عدا في حالة انتهاك الحق، فإن العلامة ملك للشخص الأول الذي استوفى الشروط المحددة لصحة الإيداع أو الشخص الذي أثبت أقدم أولوية لإيداعه في مفهوم اتفاقية باريس المذكورة أعلاه".<sup>2</sup> ونصت المادة 5 الفقرة 1 من الأمر 03-06 بأنه: "يكتسب الحق في العلامة بتسجيلها لدى المصلحة المختصة"، وبمقتضى هذا النص أن التسجيل منشأ لملكية العلامة التجارية، بينما المبدأ المفعول به في التشريع الفرنسي هو أن سبق استعمال العلامة التجارية هو الواقع المنشأ في حق ملكية العلامة ويقتصر أثر التسجيل على المقرر للملكية، ويعتبر تسجيل العلامة قرينة على ملكيتها لمن سجلت باسمه إلا أنها تقبل العكس.<sup>3</sup>

وقد تكتسب ملكية العلامة التجارية عن طريق البيع أو الميراث أو الوصية.

<sup>1</sup> المادة 1/9 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المصدر السابق.

<sup>2</sup> المادة 6 عن المصدر نفسه.

<sup>3</sup> المادة 1/5 عن المصدر نفسه.

## الفرع الثاني: حق التصرف في العلامة

بعد تسجيل العلامة يترتب لصاحبها الحق في استغلالها، كما يخول له ذلك الحق في التصرف فيها، وترد العلامة جدة تصرفات، فيكمن التنازل عن العلامة أو رهنها، كما يمكن أن تكون موضوع رخصة، وهذا ما سوف نتناوله:

## أوال: انتقال الحق في العلامة

تنص المادة 14 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات على ما يلي: "بمعزل عن التحويل الكلي أو الجزئي للمؤسسة، يمكن نقل الحقوق المخولة عن طلب التسجيل أو تسجيل العلامة كلياً أو جزئياً أو رهنها"<sup>1</sup>؛ أي يمكن التصرف في العلامة عن طريق البيع، ويجوز بيعها كلياً أو جزئياً، بجميع السلع والخدمات التي سجلت من أجلها، أو جزء منها فقط.

ولانتقال الحق في العلامة اشترط لمشرع الجزائري في نص المادة 15 من الأمر 03-06 ما يلي: "تتطلب تحت طائلة البطلان الكتابة وإمضاء الأطراف في عقود النقل أو رهن العلامة..."<sup>2</sup>، كما أوجب قيد نقل تلك الحقوق في سجل العلامات لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، ولا يكون النقل نافذاً في مواجهة الغير إلا منذ تاريخ تسجيله في سجل العلامات، وهذا ما جاء في النص المادة 22 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المؤرخ في 02 أوت 2005 المتعلق بكيفيات إيداع العلامات وتسجيلها.<sup>3</sup>

## ثانياً: رهن العلامة

ينص المشرع الجزائري على أن الحقوق المخولة عن طلب التسجيل أو تسجيل العلامة تكون قابلة للانتقال الكلي أو الجزئي بصورة مستقلة عن المحل التجاري، كما يمكن أن تكون محل رهن، أي أن العلامة يمكن أن تكون محل رهن عن طريق رهن المحل التجاري باعتباره

<sup>1</sup> المادة 14 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المصدر السابق.

<sup>2</sup> المادة 15 عن المصدر نفسه.

<sup>3</sup> المادة 22 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المتعلق بكيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، المصدر السابق.

عنصر من عناصرها، وفي هذه الحالة يجب على الأطراف المتعاقدة أن تنص على العلامة محل الرهن في قائمة العناصر المرهونة، وهذا ما تنص عليه المادة 119 من القانون التجاري وإما أن تكون محل رهن بصورة مستقلة عن المحل التجاري.<sup>1</sup>

### ثالثا: رخصة استغلال العلامة

يجوز الترخيص باستعمال العلامة وهذا ما جاءت به المادة 16 من الأمر 06-03 بقولها: "يمكن أن تكون الحقوق المرتبطة بالعلامة موضوع رخصة استغلال واحدة أو استثنائية أو غير استثنائية، لكل أو لجزء من السلع أو الخدمات التي تم إيداع أو تسجيل العلامة بشأنها"؛ أي يتم استغلال العلامة عن طريق رخصة استغلال العلامة، وذلك بمقتضى العقد الذي بموجبه منح صاحب العلامة الغير حق استغلالها كلياً أو جزئياً، على كل السلع والخدمات المسجلة أو البعض منها، وتعتبر هذه العملية بالنسبة لصاحب العلامة، وسيلة استثمارية خارج موطنه، وبصفة خاصة بالنسبة للعلامات ذات السمعة العالمية.<sup>2</sup>

يفهم من نص المادة أن المشرع الجزائري أجاز التصرف في العلامة التجارية وذلك من خلال قيام مالك العلامة بإبرام عقد استغلال العلامة التجارية بمختلف أنواعه، سواء أكان عقد استثنائي، أو ما الترخيص الحصري، وهو أن يرد عقد استغلال العلامة لصالح المرخص له فقط، أي يكون الترخيص حكراً له دون أن يكون لصاحب العلامة الحق في منح تراخيص أخرى لنفس السلع والخدمات المرخص بها، أو حتى استغلاله لنفس العلامة محل الترخيص.

وتجدر الإشارة أن هذا النوع من الترخيص غالباً ما يكون المقابل فيه معتبراً ، وهذا راجع إلى نوع الترخيص حيث لا يحق منح تراخيص أخرى للعلامة التجارية ولا يمكن استغلالها حتى من مالكيها.

<sup>1</sup> المادة 119 من الأمر رقم 75-59، مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون التجاري، المعدل والمتمم، ج.ر، ع 78، الصادرة في 30 سبتمبر 1975.

<sup>2</sup> المادة 15 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المصدر السابق.

أما الترخيص غير الحصري، أو غير الاستثنائي يكمن في إمكانية منح المرخص تراخيص أخرى للغير وكذا إمكانية استغلاله لنفس العلامة محل الترخيص، فهو عكس الترخيص الحصري والمقابل فيه يكون أقل من الترخيص الحصري.

أما الترخيص الوحيد فهو عدم منح تراخيص أخرى قبل المالك صاحب الرخصة، مع احتفاظه في حقه في استغلال العلامة التجارية محل الترخيص، فالفرق بين الترخيص الحصري والترخيص الوحيد هو كون يسمح لمالك العلامة التجارية الذي منح الترخيص الحق في استغلال علامته التجارية دون منح الأخير تراخيص أخرى للغير.

كذلك أشارت المادة 17 من الأمر 03-06 السالف الذكر، إلى ضرورة احتواء عقد الترخيص المتفق عليه في العقد تحت طائلة البطلان العلامة فترة الرخصة السلع والخدمات التي منحت لأجلها الرخصة<sup>1</sup>، والإقليم الذي يمكن استعمال العلامة في مجاله أو نوعية السلع المصنعة أو الخدمات المقدمة من قبل حامل الرخصة، كذلك يجب قيد الرخصة في سجل العلامات التي تمسكه المصلحة المختصة، وفي حالة الإخلال بإحدى هذه الشروط الواردة، يجوز لصاحب العلامة التمسك بحقوقه كاملة في مواجهة حامل الرخصة.<sup>2</sup>

### المبحث الثاني: صور الحماية القانونية للعلامة التجارية

إن إتمام عملية التسجيل للعلامة التجارية وفقا لما نص عليه في القانون ينتج عنه اعتراف قانوني بهذه العلامة ويتجسد هذا الاعتراف في الاستفادة من الحماية القانونية التي يربتها القانون لتلك العلامة المسجلة، وتتجلى هذه الحماية في أن صاحب هذه العلامة التجارية قرر له القانون دعوى قضائية من خلالها يطلب حماية القضاء لحقه في العلامة التجارية ويمكن أن يقاضي كل من يعتدي على هذا الحق.

<sup>1</sup> المادة 17 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المصدر السابق.

<sup>2</sup> المادة 18 عن المصدر نفسه.

وهذا ما سنراه في دراستنا حول الحماية القانونية للعلامة التجارية حيث سنجد في المطلب الأول الحماية المدنية للعلامة التجارية، أما المطلب الثاني فسننتقل للحماية الجزائية للعلامة التجارية.

### المطلب الأول: الحماية المدنية

إن الحماية المدنية المقررة للعلامة التجارية تستند إلى القواعد العامة في القانون المدني من خلال نص المادة 124 منه<sup>1</sup>، وهي تخول لصاحبها الحق في المطالبة بالتعويض، إذا وقع اعتداء على علامته بأي صورة من الصور، عن طريق رفع دعوى المنافسة غير المشروعة.

#### الفرع الأول: مفهوم دعوى المنافسة غير المشروعة

##### أولاً: تعريف دعوى المنافسة غير المشروعة

تعتبر دعوى المنافسة غير المشروعة من أهم الصور التي ترد على حماية العلامة التجارية، إلا أن قانون العلامات التجارية لم ينظم هذه الدعوى من حيث كيفية رفعها وكذلك لم يبين شروطها وإنما اكتفى فقط بذكرها دلالة لا صراحة مما فتح باباً واسعاً للاجتهاد في التكيف القانوني لهذه الدعوى والشروط الواجب توافرها حتى يتم رفعها. ولكن قبل الخوض في تلك الاجتهادات لابد من التعريف بماهية المنافسة غير المشروعة ومن ثم مناقشة أساسها القانوني.

بالاستناد إلى نص المادة 124 من القانون المدني السابقة الذكر؛ يشكل الاعتداء على العلامة أحد أعمال المنافسة غير المشروعة التي يترتب عليها قيام المسؤولية المدنية للفاعل، وذلك أو القانون 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، من خلال نص

<sup>1</sup> المادة 124 من الأمر 75-58، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم، ج.ر، ع 101، تاريخ النشر في 19 ديسمبر 1975.



المادة 26 منه<sup>1</sup>؛ على منع كافة أعمال المنافسة غير المشروعة، والتي أطلقت عليها تسمية الممارسات التجارية غير النزيهة وعرفت بأنها كل الممارسات التجارية المخالفة للأعراف التجارية النظيفة والنزيهة والتي من خلالها يتعدى عون اقتصادي على مصالح عون أو عدة أعوان اقتصاديين آخرين.

واعتبر من قبيل أعمال المنافسة غير المشروعة تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس، أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به، قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك.<sup>2</sup>

وقد عرف الفقه المنافسة غير المشروعة بأنها ارتكاب أعمال مخالفة للقانون أو العرف أو العادات أو استخدام وسائل منافية لمبادئ الشرف والأمانة، بغرض إحداث لبس بين منشأتين تجاريتين، أو خلق اضطراب بمؤسسة منافسة بهدف اجتذاب عملائها وصرفهم عنها.<sup>3</sup>

وعليه فإن دعوى المنافسة غير المشروعة هي الوسيلة التي يقرها القانون لمالك العلامة حتى تتسنى له حمايتها من الغير الذي ارتكب أعمالا منافية للأعراف والعادات التجارية مسببا له الضرر

### ثانيا: الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة

هناك من الفقهاء من يرى أن دعوى المنافسة غير المشروعة يمكن أن ترفع بناء على نظرية التعسف في استعمال الحق، في حين يرى الرأي الأغلب ضرورة قيام دعوى المنافسة غير المشروعة على أساس قواعد المسؤولية التقصيرية، في حين؛ برز اتجاه حديث حاول إعطاء

<sup>1</sup> المادة 26 من القانون 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر، ع 41، تاريخ النشر 27 جويلية 2004.

<sup>2</sup> المادة 2/27 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، الصادر في 19 جويلية 2003، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 08-12، مؤرخ في 25 جوان 2008، ج.ر، ع 36، الصادرة في 2 جويلية 2008.

<sup>3</sup> المادة 4 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، المصدر السابق.

أساس جديد تقوم عليه دعوى المنافسة غير المشروعة، فاعتبر أن الحق في المنافسة هو حق ذو طبيعة مركبة يجمع بين سمات الحق الشخصي والحق العيني، ومن بين عناصره أيضا حقوق ملازمة لشخصية الإنسان، فحق المنافسة ذو طابع مالي وأدبي معا، وإذا كانت طبيعة الحق هي التي تحدد نوع الدعوى من حيث كونها شخصية أو عينية أو عقارية أو منقولة، إلا أن ذلك لا ينطبق إلا على الحقوق المالية، ونظرا لكون الحق في المنافسة هو حق مركب يشمل مزيج بين العنصر البشري المتمثل في شخصية المنافس ومعاونه وبين العناصر المالية التي يضارب بها المنافس ويقوم بنشاطه ومن ثم فإن الدعوى التي تحمي المنافسة لا تدخل في نطاق التقسيم التقليدي للدعاوى بل تعتبر دعوى ذات طبيعة خاصة.

ارتبطت حرية المنافسة بمبدأ حرية التجارة، ووجدت سندها في اقتصار دور الدولة على قيامها فقط بدور الحارس على أن تترك للأفراد حرية الانتاج، فهم ينتجون ما يشاؤون، ويتنافسون فيما ينتجون كيفما يشاؤون دون قيد أو شرط، ولكن مبدأ حرية التجارة لم يدم طويلا وبدأت المنافسة التي كان الغرض الأساسي منها هو خدمة المواطنين تتحول الى منافسة غير مشروعة وبالتالي فما هي الأسس القانونية التي تقوم عليها دعوى المنافسة غير المشروعة وما هو الجزاء المترتب عليها.

### الفرع الثاني: أركان دعوى المنافسة

لكل دعوى أركان تقوم عليها حتى تكون صحيحة، وأركان دعوى المنافسة غير المشروعة تتمثل في الخطأ والضرر والعلاقة السببية بينهما.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> محمد حسنين: الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985، ص 267.

## أولاً: الخطأ

يعتبر وجود الخطأ ركناً أساسياً لقيام هذه الدعوى في مجال الملكية الصناعية وهو في هذه الحالة يختلف عن الخطأ في دعوى المسؤولية عن الأعمال غير المشروعة الأخرى إذ لا بد أن يتم ارتكاب الخطأ في منافسة حقيقية، وهذا معناه أن تكون المنافسة بين شخصين أو جهتين تمارسان من نفس النوع من الصناعة أو التجارة أو الخدمات أو في أنواع متماثلة أو متفاوتة قليلة، بحيث يكون لأحدهما تأثيراً على العملاء الآخر، ولا بد لذلك العمل الضار أن يتعلق بالتجارة وليس لأغراض شخصية، وأن يرتكب الخطأ في سياق المنافسة، دون أي اعتبار لحسن نية أو سوءها.<sup>1</sup>

ويدخل ضمن ذلك كل الطرق الاحتياالية التي تمس بتجارة الغير أو صناعته، لأن أساس الخطأ هو الإخلال بواجب عام يلتزم به الكافة، ويفرض هذا الواجب على المتعاملين في المجالات الصناعية بمفهومها الواسع، عدم إتباع أساليب وطرق احتياالية لا تتفق والعادات الشريفة في التجارة والمنافسة المشروعة.

والمعيار في تحديد الخطأ في المنافسة غير المشروعة يكمن في القيام بأفعال لا تتفق مع ما هو جاري العمل به في مثل هذه الأعمال التجارية والصناعية. فالتاجر مثلاً الذي يقوم أو يستعمل الوسائل المنافية لقواعد العمل من أمانة ونزاهة وشرف في أي منافسة، يمكن اعتباره مرتكباً بعمل من أعمال المنافسة، وأمر الفصل فيها متروك للقاضي، وللمدعي إثبات ذلك بكل طرق الإثبات.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> محمد حسنين: المرجع السابق، ص 267.

<sup>2</sup> صلاح الدين زين، المرجع السابق، ص 387.

## ثانيا: الضرر

يعتبر من أهم أركان دعوى المنافسة غير المشروعة، وقد يكون ماديا أو معنويا، حالا أو مستقبلا، وينبغي أن يكون محققا الوقوع وليس احتماليا<sup>1</sup>، ولكن هناك من يرى بأنه ليس شرطا أن يكون الضرر محققا، بل يكفي في مجال المنافسة غير المشروعة أن يكون الضرر محتمل الوقوع، وذلك للوظيفة الوقائية لدعوى المنافسة غير المشروعة.

ولا يشترط في الضرر أن يكون جسيما، أو أن يكون قد ترتبت عليه خسارة فعلية، بل يكفي أن يكون الضرر بسيطا، وأن ما ترتبت عليه خسارة بسيطة، أو تفويت فرصة للربح، وسواء كان الضرر ماديا كانفضاض العملاء، أو كان أدبيا كالمساس بالسمعة والشهرة التجارية والصناعية للمعتدى على حقوقه، ففي الحالتين يجب التعويض، لأن النتيجة المشتركة بين الضررين واحدة.

والضرر الحقيقي الواقع، أو المؤكد الوقوع تتفق جميع التشريعات على كونه شرط أساسيا لقيام المسؤولية التقصيرية، أما الضرر المحتمل فهو الضرر غير المؤكد الوقوع في المستقبل على سبيل اليقين.

ومع ذلك يؤخذ بعين الاعتبار في دعوى المنافسة غير المشروعة، للمطالبة بإزالة الوضع غير المشروع بالنسبة للمستقبل<sup>2</sup>، إذ كيف يمكن لصاحب العلامة التجارية أو المتضرر من أي منافسة أن ينتظر حتى يقع عليه الضرر إذا كان يعلم بوجود محاولات أو أساليب إن استمرت قد تؤدي إلى إلحاق الضرر به، فلذلك فإنه من حقه المطالبة بوضع حد لمثل هذه الأفعال، ومهما كان حجم الضرر الذي قد تسببه له -جسيما أو طفيفا- لأن العبرة بوقوع الضرر في حد ذاته

<sup>1</sup> محمد حسنين، المرجع السابق، ص 268.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 268.

وليس بحجمه، ويقع عبء إثباته على عاتق المدعي، وذلك لقيام هذه الدعوى على أساس المسؤولية التقصيرية.<sup>1</sup>

والضرر المراد إثباته في دعوى المنافسة غير المشروعة لا يخرج عن إطار تحول الزبائن والعملاء عن منتجات أو بضائع أو خدمات المدعي، نتيجة لاستعمال وسائل غير مشروعة من طرف المدعي عليه بصرف النظر عن انصراف العملاء والزبائن إلى منتجات أو بضائع أو خدمات من قام بها أو إلى غيره من التجار والصناعيين ولذلك فإن أحكام القضاء لا تتطلب إثبات الضرر الفعلي، بل تستخلص وقوعه من الوقائع التي من شأنها أن تكون قد ألحقت الضرر بالمدعي.<sup>2</sup>

### ثالثا: العلاقة السببية

بالإضافة إلى الركنين السابقين يشترط لقيام دعوى المنافسة غير المشروعة أن يكون الخطأ هو ذاته من كان سببا مباشرا في وجود الضرر، وهذا ما يطلق عليه العلاقة السببية<sup>3</sup>، لذا ينبغي أن تكون الأفعال والوسائل غير المشروعة التي استعملها المدعي عليه السبب المباشر في إلحاق الضرر بالمدعي وليس أسبابا أخرى.

وإثبات ذلك من الصعوبة بمكان، فإحداث فوضى في السوق، أو انفضاض العملاء، أو تشويه سمعة وشهرة صناعة أو تجارة أو خدمة كل ذلك يلحق أضرار بصاحب العلامة من جهة والمستهلكين من جهة أخرى ولكن ما الذي يثبت أن أخطاء هذا أو ذاك هي السبب المباشر لذلك الضرر، ولذلك فإن العلاقة السببية بينهما ليست سهلة الإثبات، والأصل أن عبء الإثبات يقع على عاتق المدعي، غير أنه في هذه الحالة توجد هناك ما يسمى بالقرينة القضائية التي تنشأ من

<sup>1</sup> مهية بلال: الحماية القانونية للعلامة التجارية في القانون الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص: قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة المسيلة، 2012-2013، ص 30.

<sup>2</sup> صلاح الدين زين، المرجع السابق، ص 389.

<sup>3</sup> مهية بلال، المرجع السابق، ص 30.

مجرد إثبات المدعي للخطأ والضرر حيث يكون على المدعي عليه دفع التهمة عنه بإثبات السبب الأجنبي أو أي آخر سبب.

والبحث عن العلاقة السببية، لا يكون إلا في الحالات التي يقع فيها ضرر حقيقي وفعلي من أعمال المنافسة غير المشروعة<sup>1</sup>، وليس في الحالات التي يكون فيها الضرر احتماليا أو مستقبلا حتى ولو كان مؤكد الوقوع، لأن الضرر يبقى مفترضا ما لم يقع، ولذلك لا يمكن البحث في ركن العلاقة السببية.<sup>2</sup>

وعند تعدد المتضررين من جراء أعمال ووسائل غير شريفة وغير مشروعة، كإثارة الاضطراب في السوق يكون من حق كل متضرر أن يرفع دعواه منفردا، ويقضى له بالتعويض، إذا كان لحقه ضرر شخصي وترفع الدعوى ضد كل من تسبب ذلك الضرر، وكل من كان شريكا له في ذلك، وتكون مسؤوليتهم عن التعويض بالتضامن إن وجد بينهم ارتباط في العمل.<sup>3</sup>

### المطلب الثاني: الحماية الجزائية

أدى التطور التجاري والاقتصادي إلي تنامي أهمية العلامة التجارية مما أدى إلي ازدياد صور التعدي عليها، الأمر الذي دفع الدول إلى سن القوانين التي تحرم الاعتداء عليها وحددت صور التعدي علي التعدي علي العلامة وعقاب المعتدي وذلك من اجل توفير الحماية القانونية لهذه العلامة وبذلك فقد أضفت التشريعات الحماية الجزائية علي العلامة التجارية من أجل فرض عقوبات علي المعتدي.

### الفرع الأول: صور الاعتداء علي العلامة التجارية

صور الاعتداء علي العلامة التجارية متعددة فيمكن أن تتمثل في الاعتداء علي ذاتيتها والبعض الآخر يتمثل في الاعتداء علي ملكيتها وهذا ما سيتم التطرق إليه.

<sup>1</sup> محمد حسنين، المرجع السابق، ص 289.

<sup>2</sup> مهية بلال، المرجع السابق، ص 31.

<sup>3</sup> المرجع نفسه، ص 32.

## أولاً: جرائم الاعتداء علي ذاتية العلامة التجارية

يقصد بجرائم الاعتداء علي ذاتية العلامة التجارية تحديد الأفعال المعاقب عليها والتي تنصب علي ذاتية العلامة التجارية وبيان الأفعال التي تلي وقائع الاعتداء علي ذاتيتها حيث تنصب علي استعمال هذه الذاتية المزيفة وهنا يقوم الجاني بتوجيه أفعاله مباشرة علي ذاتية العلامة التجارية.

### 1- جريمة تقليد العلامة التجارية

تناولت جميع التشريعات ذاتية العلامة التجارية جريمة التقليد كإحدى صور التعدي علي العلامة التجارية وحددت لها الجزاء المناسب.<sup>1</sup>

ولقيام جريمة تقليد العلامة التجارية يجب أن تكون العلامة المقلدة مستوفية لشروطها القانونية وأن تكون مسجلة لدي الجهات ذات العلاقة، ذلك أن التسجيل هو مناط الحماية الجنائية التي أصبغها المشرع الجنائي علي ملكية العلامة التجارية.<sup>2</sup>

كما أشار المشرع الجزائري إلى جريمة التقليد من خلال نص المادة 26 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات على أن: "... تعد جنحة التقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية للامة قام به الغير خرقاً لحقوق صاحب العلامة ...".<sup>3</sup>

### 2- جريمة تزوير العلامة التجارية:

يقصد بتزوير العلامة اصطناع علامة مطابقة تماماً للعلامة الأصلية؛ أي اقتباسها بشكل تام وحرفي دون تغيير، وهذا ما يراه البعض من الفقه، ويفرق هؤلاء بين التزوير والتقليد؛ هو أن

<sup>1</sup> المادة 23 من الأمر رقم 06-03: "... فإن كل شخص ارتكب جنحة التقليد يعاقب بالحبس من ستة أشهر إلي سنتين وبغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار جزائري إلي عشرة ملايين دينار أو بإحدى العقوبتين ..."، المصدر السابق.

<sup>2</sup> أمنة صامت: الحماية الجنائية الموضوعية للعلامة التجارية، دراسة مقارنة، ط1، ريم للنشر والتوزيع، 2011، ص 136.

<sup>3</sup> المادة 26 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، المصدر السابق.

لأول عبارة عن نقل مطابق للعلامة كلها دون تعديل أو إضافة، أما الثاني فهو صنع علامة تشبه في مجموعها العلامة الأصلية.<sup>1</sup>

### ثانيا: جرائم الاعتداء على ملكية العلامة التجارية

ويقصد بها جرائم اغتصاب لعلامة الغير بغير تزوير أو تقليد لها؛ وتتمثل فيما يلي:

#### 1- جريمة الاعتداء على ملكية العلامة التجارية:

تطبيقا لنص المادتين 26 و32 من الأمر 03-06 السالف الذكر؛ فإن المشرع الجزائري يعاقب جزائيا الأشخاص الذين يضعون على منتجاتهم أو على الأشياء التابعة لتجارتهم علامة هي ملك غيرهم.<sup>2</sup>

#### 2- جريمة بيع منتجات تحمل علامة موضوعة بغير حق أو عرضها للبيع أو حيازتها بقصد

##### البيع مع علمه بذلك:

تقوم هذه الجريمة على ركنين؛ ركن مادي وهو الفعل المعاقب عليه ويتحقق بفعل من أفعال البيع أو العرض للتداول أو الحيازة بقصد ويكون محل الفعل منتجات تحمل على مملوكة للغير وركن معنوي وهو القصد الجنائي. فهي تقع في حال بيع منتجات تحمل علامة تجارية مملوكة للغير بدون حق أو سبب مشروع ويشمل جميع صور البيع.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> أمانة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامة التجارية، المرجع السابق، ص 149.

<sup>2</sup> راجع المادتين 26-32 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المصدر السابق.

<sup>3</sup> مهية بلال، المرجع السابق، ص 72.



## الفرع الثاني: الإجراءات التحفظية والتنفيذية

## أولاً: الإجراءات التحفظية

بالرجوع إلى نص المادة 34 من الأمر 03-06 السالف الذكر على أنه: "يمكن لمالك العلامة بموجب أمر المحكمة الاستعانة عند الاقتضاء بوصف دقيق للسلع التي يزعم أن العلامة عليها قد ألحقت به ضرر أو ذلك بالحجز أو دوله".<sup>1</sup>

وعليه فالمشرع الجزائري منح لمالك العلامة المعتدى عليها وسيلة أخرى لحماية حقه إلى جانب دعوى التقليد وذلك بتمكينه من اتخاذ إجراءات تسمح له بإثبات مختلف أفعال التعدي على العلامة قبل رفع دعوى التقليد. وبالتالي له الحق في أن يطلب الحجز من المحكمة المختصة على السلع التي تحمل علامة مقلدة ومشبهة وعلى الوسائل والأدوات المستخدمة لإنتاجها إذ ثبت ذلك الاعتداء.<sup>2</sup>

كما ألزم المشرع الجزائري طالب الحجز التحفظي من اللجوء إلى الجهة القضائية بالطريق المدني أو الجزائري في أجل شهر وإلا أصبح الوصف أو الحجز باطلا مع إمكانية المطالبة بالتعويض.<sup>3</sup>

## ثانياً: الإجراءات التحفظية

## 1- المصادر والحجز:

يتم حجز المنتجات المقلدة أو العلامة بعلامات تسبب ضرر لصاحب العلامة والأشياء التي تمس بصاحب الحق ومصادرتها وأن يقوم بإتلافها وحتى مصادرة وإتلاف الأدوات المستعملة

<sup>1</sup> راجع المادتين 26-32 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المصدر السابق.

<sup>2</sup> مهية بلال، المرجع السابق، ص 74.

<sup>3</sup> المادة 32 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المصدر السابق.

في التقليد، كما يجوز بيع الأشياء المحجوزة لصاحب العلامة الحقيقية وذلك مع عدم الإخلال بما يستحق من تعويض.<sup>1</sup>

### 2-الإتلاف:

تحدث المشرع الجزائري عن الإتلاف بقوله: "... فإن كل شخص ارتكب جنحة تقليد، يعاقب من ستة أشهر إلى سنتين وغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار (2.500.000) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000) أو إحدى هاتين العقوبتين فقط مع إتلاف الأشياء محل المخالفة"<sup>2</sup>، يستشف من قراءة هذا الأخير أن زيادة عن المصادر تأمر المحكمة بإتلاف الأختام ونماذج العلامة أي الأشياء والأدوات التي استعملت لارتكاب الجنحة.

### 3-الإغلاق:

يتمثل غلق المنشأة في المنع من استمرارها (محل تجاري، مصنع، مكتب...) عندما تكون محلا أو أداة لأفعال تشكل خطرا على النظام العام.

### ثالثا: العقوبات الجزائية

#### 1-الحبس:

ويقصد به كذلك إيداع الشخص المحكوم عليه بإحدى المؤسسات العقابية للمدة المقررة في الحكم. وأما بالرجوع لنص المادة 32 من الأمر 03-06، نجد أنه: "يعاقب بالحبس من ستة أشهر إلى سنتين كل شخص ارتكب جنحة التقليد".<sup>3</sup>

#### 2-الغرامة:

يقصد بها العقوبة المالية التي يراد بها المشرع إلزام المحكوم عليه بأن يدفع إلى الخزينة العامة المبلغ المعين في الحكم، حيث يقرر المشرع الجزائري الغرامة بوصفها أصلية في الجرح

<sup>1</sup> المادة 36 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المصدر السابق.

<sup>2</sup> المادة 32 عن المصدر نفسه.

<sup>3</sup> المادة نفسها عن المصدر نفسه.

والمخالفات وقد يقررها استثناء في الجنايات. حيث قد رفع من العقوبات المالية والتي كانت جد ضئيلة في التشريع السابق للعلامات التي كانت تتراوح بين عشرة آلاف دينار جزائري (10.000.000) إلى عشرون ألف دج (20.000.000).

### المبحث الثالث: انقضاء العلامة التجارية

لكي تكتسب العلامة التجارية كافة الحقوق التي خولها لها القانون يجب أن يتم تسجيلها وفق الشروط القانونية والأحكام المنضمة لذلك وعند مخالفتها لهذه الشروط والأحكام فيكون مصير هذه العلامة هو الانقضاء، بين المشرع الحالات التي ينقضي فيها الحق في العلامة، والتي تكاد تجد مصدرها في إرادة صاحبها، إذ يمكن أن يتخلى عنها أو يترك استعمالها، وهذا لا يعني أنه لا توجد أسباب خارجة عن إرادته والتي ينبغي ذكرها في النقاط التالية.

وهذا ما سنعالجه في هذا المبحث والذي قسمناه إلى مطلبين؛ المطلب الأول الذي سنتناول فيه انقضاء الحق في العلامة بناء على إرادة صاحبها، والمطلب الثاني الذي سنتطرق فيه إلى انقضاء الحق في العلامة التجارية بغير إرادة صاحبها.

#### المطلب الأول: انقضاء الحق في العلامة بناء على إرادة صاحبها

ويتعلق الأمر بعدم تجديد التسجيل والتخلي عن العلامة.

#### الفرع الأول: عدم تجديد التسجيل

تسري حماية العلامة لمدة عشر سنوات قابلة للتجديد لمدد متتالية<sup>1</sup>، وعليه يمكن لصاحب العلامة تجديد التسجيل حتى يضمن بقاء حقة في العلامة، ولا يجوز عند تجديد تسجيل العلامة إدخال أي تغيير على العلامة، أو شطب أو إضافة سلع أو خدمات غير التي سجلت من أجلها

<sup>1</sup> الفقرة 2 من المادة 5 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المصدر السابق.

العلامة مسبقا. وهذا ما ذهب إليه المشرع الجزائري، عندما اعتبر أن كل تعديل في نموذج العلامة أو إضافة في قائمة السلع أو الخدمات، يتطلب إيداعا جديدا.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني: التخلي عن العلامة

يجوز لصاحب العلامة أن يطلب من المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، التخلي أو العدول عن تسجيل العلامة لكل أو جزء من السلع أو الخدمات التي سجلت من أجلها<sup>2</sup>. ونظرا لأهمية التخلي عن العلامة، يجب أن يتم تسجيله في سجل العلامات، ثم نشره من أجل إعلام الغير، ويسري مفعول التخلي ابتداء من يوم تسجيله.

ويلجأ صاحب العلامة إلى التخلي عن علامته كليا أو جزئيا، إذا رأى عدم فائدة من وجود تسجيلها، وأنها أصبحت غير فعالة في تمييز سلعه أو خدماته، أو عند تغييره لنشاطه، فتصبح لا معنى لها.<sup>3</sup>

### المطلب الثاني: انقضاء الحق في العلامة بغير إرادة صاحبها

يمكن أن ينقضي الحق في العلامة لسبب خارج عن إرادة صاحبها، عندما يحتج ضده بعدم صحة إجراءات الإيداع أو التسجيل، فيؤدي ذلك إلى فقدان حقوقه التي كان يتمتع بها إذا ما صدر قرار بطلان التسجيل من الجهة القضائية المختصة، كما يمكن أن تسقط حقوقه كذلك في حالة عدم استغلاله لعلامته.

<sup>1</sup> المادتين 17-20 من المرسوم التنفيذي 05-277 المؤرخ في 2 أوت 2005، والذي يحدد كليات إيداع العلامات التجارية وتسجيلها، المصدر السابق.

<sup>2</sup> المادة 19 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المصدر السابق.

<sup>3</sup> Albert Chavanne et Jean Jaques Burst, Op Cit, P : 321.

## الفرع الأول: بطلان التسجيل

حتى يتمتع صاحب العلامة بحقوق شرعية على الرمز الذي يختاره لتمييز سلعه أو خدماته، يجب أن يكون تسجيله صحيحا.

ويمكن للجهة القضائية المختصة أن تبطل تسجيل العلامة بأثر رجعي من تاريخ الإيداع، وذلك بطلب من المصلحة المختصة من الغير<sup>1</sup>، عندما يتبين لها بأن التسجيل جاء مخالفا لأحكام القانونية المقررة في المادة 07 من الأمر 03-06 السالف الذكر؛ إذن لا يمكن للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية أن يقوم من تلقاء نفسه بإبطال علامة مسجلة إلى بموجب حكم قضائي.

وفي حالة ما إذا كانت هناك علامة فاقدة لشرط التمييز قبل تسجيلها، ثم اكتسبت هذه الصفة بعد قيد تسجيلها في سجل العلامات لدى المعهد، فإنه لا يمكن إقامة دعوى لإبطال تسجيل هذه العلامة على أساس أنها لم تكن تتمتع بصفة التمييز.<sup>2</sup>

## الفرع الثاني: عدم الاستعمال

إذا لم يقم مالك العلامة المسجلة باستعمال هذه العلامة استعمالا جديا لمدة تزيد عن ثلاث (03) سنوات متتالية، أي دون انقطاع، ترتب عن ذلك إبطالها، وبالتالي سقوط حقه في العلامة، إلا إذا قدم مالك العلامة مبررا قبل انتهاء هذا الأجل.<sup>3</sup>

والاستعمال الجدي للعلامة يجب أن لا يكون استعمالا رمزيا فقط، بل يجب أن يكون استعمالا يجسد الوظيفة الأساسية للعلامة، التي تضمن للمستهلك التعريف بحقيقة السلع أو

<sup>1</sup> المادة 20 الفقرة 1 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المصدر السابق.

<sup>2</sup> المادة 20 الفقرة 2 عن المصدر نفسه.

<sup>3</sup> المادة نفسها عن المصدر نفسه.

الخدمات، وبالتالي القدرة على التمييز دون أي لبس بين تلك السلع أو الخدمات وغيرها التي تتشابه معها.

## خلاصة الفصل:

ونخلص من كل ما تقدم، أن المشرع الجزائري أولى أهمية بالغة للعلامة، من حيث تنظيمها القانوني، حيث نجد أنه أعطى شروطا دقيقة من أجل الاعتراف بعلامة معينة، وإحاطتها بالحماية القانونية اللازمة، كما نلمس تلك الأهمية التي أولاها للعلامة من خلال الإجراءات الكلية التي فرضها في تسجيل العلامة، وما يترتب على ذلك التسجيل من نشوء للحق، واستثناء به من طرف مالك هذه العلامة.

ونستشف من خلال ما سبق أن المشرع الجزائري وفق إلى حد كبير في جعل إطار قانوني واضح لتنظيم الحق في هذه العلامة، ويظهر ذلك من خلال سن شروط دقيقة للاعتراف بعلامة معينة وحمايتها، ويترتب عن ذلك نشوء الحق والاستثناء به من طرف مالك العلامة، كما تطرق إلى الطرق التي تنقضي بها العلامة، وذلك يساهم في علم أصحاب الحقوق، كيف تنشأ ومتى تنقضي.

الخاتمة



تعد العلامة التجارية حق من حقوق الملكية الصناعية ذات قيمة مالية ومعنوية كبيرة، وأكثرها شيوعاً في العالم، وهي تعد كدليل تمكن المستهلك من التعرف على المنتجات والخدمات وتميزها عن غيرها، وهي وسيلة من الوسائل الدعائية والإعلان للمشروع، وبالتالي تسهيل العملية التسويقية، فهي أصبحت موضع اهتمام وعناية من قبل المشرع الجزائري الذي قام بسن مجموعة من القوانين التي تحكم العلامات، وحمايتها من شتى الغش والخداع واللبس، من خلال الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات.

من خلال دراستنا توصلنا إلى جملة من النتائج؛ نذكرها كالتالي:

- تعتبر العلامة عنصراً من عناصر الملكية الفكرية عامة والملكية الصناعية خاصة، وهي إشارة لتمييز السلع والخدمات عن بعضهم البعض، لذلك فهي تختلف عن بعض المفاهيم المشابهة لها كالاسم التجاري وتسمية المنشأ والعلامة الجماعية والوسم؛
- تنقسم العلامة التجارية حسب طبيعة نشاطها إلى علامات صناعية وعلامات تجارية وعلامات الخدمة، أما حسب ملكيتها تنقسم إلى علامات جماعية وأخرى فردية، ومن حيث امتدادها الجغرافي إلى علامات مشهورة وعلامات محلية (وطنية)، أما من حيث الغاية من استعمالها إلى علامات أصلية وعلامات احتياطية وعلامات مانعة؛
- بالرجوع إلى نص المادة 2 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات نجد المشرع الجزائري صنف أشكال العلامات الأكثر شيوعاً على سبيل المثال وليس على سبيل الحصر؛
- تقوم العلامات بعدة وظائف، فهي تمثل رمز الثقة ومصدر المنتجات والبضائع والخدمات، وكذلك تعتبر وسيلة المنافسة المشروعة والإعلام عن المنتجات والبضائع والخدمات وضمان لحماية جمهور المستهلكين؛
- باعتبار الشارة علامة تجارية؛ فإن المشرع الجزائري حرص على أن لا يبد من استيفاء بعض الشروط الموضوعية؛ والمتمثلة في مشروعية علامة، والجدة وشرط التميز المميز، أما بالنسبة للشروط الشكلية؛ تبلورت بالدرجة الأولى في إجراءات التسجيل العلامة لدى المعهد

الوطني الجزائري للملكية الصناعية، وما يترتب عليه من آثار قانونية وفقا لما قرره المشرع الجزائري؛

- إن حماية العلامة لا يقتصر فقط على صاحب الحق في ملكية العلامة، وإنما تشمل حق المستهلك في عدم استعمال علامة مقلدة؛

- اعتبر المشرع الجزائري كافة الاعتداء على العلامة التجارية جريمة تقليد وحدد لها كلها عقوبات موحدة؛

- بمجرد تسجيل العلامة التجارية تنتج عنه اعتراف قانوني لها للاستفادة من الحماية المدنية المتمثلة في الحق في التعويض، وكذلك الحماية الجزائية من خلال توقيع العقوبات على المعتدي عليها؛

- تنقضي العلامة التجارية بناء على إرادة صاحبها ويتعلق الأمر بعدم تجديد التسجيل والتخلي عنها أو بقوة القانون من خلال بطلان التسجيل أو عدم استعمالها جديا لمدة 3 سنوات متتالية بدون انقطاع.

ومن خلال النتائج السابقة توصلنا إلى مجموعة من الاقتراحات المتمثلة في:

- يلاحظ أن نظام التسجيل المعمول به في الجزائر يسمح للإدارة بإجراء فحص سطحي فقط، إذ يسمح بالتسجيل المزدوج للعلامة، وعليه لابد من تغيير ذلك والأخذ بنظام المعارضة.

- الاهتمام بجانب الإعلام وتوعية المستهلك حول خطورة انتشار واستعمال تلك السلع أو الخدمات التي تحمل علامات مقلدة.

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

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

- يجب على المشرع الجزائري أن يسن نصوص قانونية صريحة للعلامات على أحكام المسؤولية الجنائية والمساهمة الجنائية عن جرائم التعدي على العلامة.

# قائمة المصادر والمراجع

أ. باللغة العربية:

أولاً: المصادر

أ- القوانين:

➤ القوانين والأوامر:

- الأمر رقم 66-57 المؤرخ في 19 مارس 1966 المتعلق بعلامات المصنع وبالعلامات التجارية، ج.ر: 23، 1966، الملغى بموجب الأمر 03-06.
- الأمر 75-58، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم، ج.ر، ع 101، تاريخ النشر في 19 ديسمبر 1975.
- الأمر رقم 75-59، مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون التجاري، المعدل والمتمم، ج.ر، ع 78، الصادرة في 30 سبتمبر 1975.
- الأمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو عام 2003 والمتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم.
- الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 جويلية 2003، والمتعلق بالعلامات، ج.ر، صادرة في 23 جويلية 2003، ع 44.
- القانون 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر، ع 41، تاريخ النشر في 27 جويلية 2004.

➤ النصوص التنظيمية:

- المرسوم التنفيذي 05-277، المؤرخ في 2 أوت 2005، الذي يحدد إيداع العلامات وتسجيلها.
- المرسوم التنفيذي رقم 05-484 والمتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها. مؤرخ في 22 ديسمبر 2005، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 367-90 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 والمتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها.

- المرسوم التنفيذي رقم 13-260 والمؤرخ في 7 جويلية 2013، المتضمن نظام نوعية المنتجات الفلاحية أو ذات الأصل الفلاحي.

### ثانيا: المراجع

#### أ- الكتب:

- إدريس فاضلي: الملكية الصناعية في القانون الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2013.
- آمنة صامت: الحماية الجنائية الموضوعية للعلامة التجارية، دراسة مقارنة، ط1، ريم للنشر والتوزيع، 2011.
- أوشن حنان: الحماية القانونية للعلامة التجارية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عباس لغرور خنشلة، اليازولي، الجزائر.
- حمادي زبير: الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، ط1، 2012.
- صلاح الدين زين: الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافية، عمان، 2000.
- عامر محمود الكسواني: القانون الواجب التطبيق على مسائل الملكية الفكرية دراسة (مقارنة)، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، الأردن، 2011.
- فاضلي إدريس: المدخل إلى الملكية الفكرية، دار هوكه للطباعة، الجزائر، 2003.
- فرحة زراوي صالح: الكامل في القانون التجاري (المحل التجاري والحقوق الفكرية)، ابن خلدون للنشر والتوزيع، القسم الأول، الجزائر، 2001.
- لعوارم بن أحمد وهيبة: جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، مكتبة الوفاء القانونية، ط1، مصر، 2015.
- محمد حسنين: الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985.
- محمد مصطفى عبد الصادق: الحماية القانونية للعلامة التجارية إقليميا ودوليا (دراسة مقارنة)، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، مصر، 2011.

- محمود علي الراشدان: العلامات التجارية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، 2009.
- ب- المجالات العلمية:
- بن يسعد عدراء: حماية العلامة التجارية من التقليد، مجلة العلوم الإنسانية، عدد 46، المجلد أ، 2016.
- حواس فتيحة: حماية العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، مج: 6، ع1، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، 2021.
- رمزي حوحو وكاهنة زاوي: التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى القانوني، العدد الخامس، جامعة محمد خيضر، بسكرة، د.س.ن.
- صالح فرحة زاوي: الكامل في القانون التجاري الجزائري - المحل التجاري والحقوق الملكية، ج2، ابن خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر، 2001.
- ونوغي نبيل: شروط منح العلامة التجارية وفق التشريع الجزائري، المركز الجامعي بريك، جامعة المسيلة، مجلة آفاق للعلوم، العدد 15، المجلد 04، 2019.
- ت- الرسائل الجامعية:
- ميلود سلامي: النظام القانوني للعلامة التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في العلوم القانونية، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011-2012.
- حاج شعيب فاطيمة الزهرة: الحماية القضائية للعلامة التجارية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في الحقوق، تخصص: قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن خلدون تيارت، الجزائر، 2016-2017.
- آمنة صامت: المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2017-2018.

- عبد العلي حموته: **حماية العلامة التجارية في ضوء اتفاقية تريبس**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه ل.م.د الطور الثالث في الحقوق، تخصص: ملكية صناعية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، الجزائر، 2020-2021.
- محمود أحمد عبد الحميد مبارك: **العلامة التجارية وطرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين**، أطروحة لاستكمال متطلبات درجة الماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2006.
- نشيدة بوداود: **النظام القانوني للرسوم والنماذج الصناعية**، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير في الحقوق، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2009-2010.
- مهية بلال: **الحماية القانونية للعلامة التجارية في القانون الجزائري**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص: قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة المسيلة، 2012-2013.
- بن قبة رحيمة: **النظام القانوني للعلامات في التشريع الجزائري**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص: قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2015-2016.
- مجبر كوثر شمس الهدى: **العلامة التجارية في التشريع الجزائري**، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص: القانون الأساسي الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، الجزائر، 2017-2018.
- ث- **المواقع الإلكترونية:**
- خالد عثمان حمدامين: **علامة التجارية من الناحية القانونية**، منشور على موقع: noor-book.com/cn6iya، يوم 2023/05/23، على الساعة 17:30.
- تم الاطلاع على الموقع: <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar-> تجارية، يوم 2023/05/21، على الساعة 21:45.

II. باللغة الأجنبية:

- Albert Chavanne et Claudine Salaman : **marque de fabrique de commerce ou de service**, Encyclopédie juridique, Dallols, Paris, 2003.



# فهرس الموضوعات

الصفحة	العنوان
-	الإهداء
-	شكر وعرفان
-	قائمة المختصرات
01	مقدمة
05	الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية
06	تمهيد
07	المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية
07	المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية
07	الفرع الأول: التعريف اللغوي للعلامة التجارية
08	الفرع الثاني: التعريف الاصطلاحي للعلامة
09	الفرع الثالث: التعريف القانوني للعلامة التجارية
12	المطلب الثاني: تمييز العلامة التجارية عن غيرها من المصطلحات المشابهة
12	الفرع الأول: تمييز العلامة عن سائر حقوق الملكية التجارية
14	الفرع الثاني: تمييز العلامة عن سائر حقوق الملكية التجارية
16	المبحث الثاني: صور العلامة التجارية
16	المطلب الأول: أنواع العلامة التجارية
16	الفرع الأول: أنواع العلامة حسب طبيعة نشاطها
18	الفرع الثاني: أنواع العلامة من حيث ملكيتها
19	الفرع الثالث: أنواع العلامة من حيث امتدادها الجغرافي
19	الفرع الرابع: أنواع العلامة من حيث الغاية من استعمالها
20	المطلب الثاني: أشكال العلامة التجارية
20	الفرع الأول: العلامة الاسمية
22	الفرع الثاني: العلامات التصويرية
22	المبحث الثالث: وظائف العلامة التجارية

23	المطلب الأول: رمز الثقة ومصدر المنتجات والبضائع والخدمات
23	الفرع الأول: رمزا يميز مصدر السلعة L'origine de produit أو الخدمات
23	الفرع الثاني: رمز الثقة بصفات المنتجات والبضائع والخدمات
24	المطلب الثاني: وسيلة المنافسة المشروعة والإعلام عن المنتجات والبضائع والخدمات
24	الفرع الأول: وسيلة من وسائل المنافسة المشروعة
25	الفرع الثاني: وسيلة للإعلان عن المنتجات والبضائع
26	المطلب الثالث: ضمان لحماية جمهور المستهلكين
27	خلاصة الفصل
28	الفصل الثاني: النظام القانوني للعلامة التجارية
29	تمهيد
30	المبحث الأول: شروط تسجيل العلامة التجارية
30	المطلب الأول: الشروط الموضوعية
30	الفرع الأول: الصفة المميزة للعلامة التجارية
31	الفرع الثاني: شرط الجودة
32	الفرع الثالث: مشروعية العلامة التجارية
34	المطلب الثاني: الشروط الشكلية
34	الفرع الأول: إيداع طلب التسجيل
34	الفرع الثاني: فحص الإيداع
35	الفرع الثالث: التسجيل
36	المطلب الثالث: الآثار المترتبة على تسجيل العلامة التجارية
37	الفرع الأول: حق ملكية العلامة
38	الفرع الثاني: حق التصرف في العلامة
40	المبحث الثاني: صور الحماية القانونية للعلامة التجارية
41	المطلب الأول: الحماية المدنية
41	الفرع الأول: مفهوم دعوى المنافسة غير المشروعة

43	الفرع الثاني: أركان دعوى المنافسة
47	المطلب الثاني: الحماية الجزائية
47	الفرع الأول: صور الاعتداء علي العلامة التجارية
50	الفرع الثاني: الإجراءات التحفظية والتنفيذية
52	المبحث الثالث: انقضاء العلامة التجارية
52	المطلب الأول: انقضاء الحق في العلامة بناء على إرادة صاحبها
52	الفرع الأول: عدم تجديد التسجيل
53	الفرع الثاني: التخلي عن العلامة
53	المطلب الثاني: انقضاء الحق في العلامة بغير إرادة صاحبها
54	الفرع الأول: بطلان التسجيل
54	الفرع الثاني: عدم الاستعمال
56	خلاصة الفصل
57	الخاتمة
60	قائمة المصادر والمراجع
66	فهرس الموضوعات
-	ملخص

## الملخص:

تعتبر العلامة دليل مهم للمستهلك يمكنه من التعرف على مصدر المنتجات والخدمات وتميزها، وبالتالي تسهيل العملية التسويقية عليه، حيث أنها ذات أهمية بالغة كونها من أهم الوسائل الأساسية التي تركز عليها المنافسة ونظرا لقيمتها المالية والمعنوية الكبيرة أولى لها المشرع الجزائري حماية قانونية داخلية وخارجية من خلال إصدار الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات وكذلك للحد من جرائم تقليد العلامات التجارية.

**الكلمات المفتاحية:** العلامة التجارية - الحماية القانونية - جرائم التقليد - المنافسة.

## Abstract:

The mark is considered an important guide for the consumer that enables him to identify the source of products and services and distinguish them, and thus facilitate the marketing process for him, as it is of great importance as it is one of the most basic means on which competition is based and given its great financial and moral value, the Algerian legislator has the right to internal and external legal protection by issuing Ordinance 03-06 relating to trademarks as well as to limit the offenses of counterfeiting trademarks.

**Keywords:** Trademark - legal protection - counterfeiting crimes - competition.