



جامعة محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعريريج -

كلية الحقوق والعلوم السياسية.

قسم الحقوق.



مذكرة مكملة لمقتضيات نيل شهادة ماستر أكاديمي في الحقوق.

تخصص: قانون أعمال.

الموضوع:

الحماية الجنائية للعلامة التجارية

إشراف الأستاذة:

- هودة دكدوك.

إعداد الطالبين:

- محمد لخضر بوطالبي.

- صهيب زهار.

السادة أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	المؤسسة	الصفة
أ. عبد الحق خنتاش	جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج	رئيسا
د. هودة دكدوك	جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج	مشرفا
أ. علي بن شويحة	جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج	ممتحنا

السنة الجامعية: 2020/2019

الله أكبر

شكر وتقدير

نحمد الله عزوجل حمدا يليق بجلاله وعظيم سلطانه،
ونشكره أن وفقنا لإتمام هذا العمل المتواضع وبعد، وعملا
بمقولة من لم يشكر الناس لم يشكر الله، نتقدم بالشكر
المجزي للاستاذة الدكتورة: **هودة دكدوك** التي لم تبخل
علينا بتوجيهاتها ونصائحها القيمة،

وكذلك نشكر كل من ساعدنا على إتمام هذا البحث و
قدم لنا العون ومدد لنا يد المساعدة فزودنا بالمعلومات
اللازمة التي خدمت موضوعنا،

وفي الأخير نشكر الأساتذة أعضاء لجنة المناقشة.

إهداء

أهدي ثمرة جهدي الى الذين كانا سببا في وجودي والى
الذين كانا سندا لي في مسيرتي الدراسية ورفعا في
طموحي الى العلا، الى الوالدين الكريمن، والى اخوتي:
أمين وعماد، والى عائتي الكريمة، والى كل زملائي الطلبة
والأصدقاء والأساتذة الأفاضل، والى كل من ينتظر
نجاحي، دون ان ننسى ضحايا جائحة كورونا (رحمهم الله).
إلى كل هؤلاء أهدي هذا العمل المتواضع.

"صهيب"

إهداء

أهدي ثمرة هذا العمل المتواضع :

الى من قال الله فيها "وقل ربي ارحمهما كما ربياني صغيرا"

الى أمي وأبي حفظهما الله وأدامهما تاجا فوق رؤوسنا

الى روح جدتي الطاهرة رحمها الله واسكنها فسيح جنانه

مع الشهداء والصديقين وحسن أولئك رفيقا

الى أخوتي وأخواتي يسر الله دربهم وحفظهم

الى كامل العائلة الكريمة

الى أساتذتي الأفاضل الذين يعود لهم الفضل بعد الله عز

وجل في بلوغنا هذا المبلغ واتمام انجاز هذا العمل

الى جميع الاصدقاء والزملاء

الى كل من ساهم ولو بالشيء اليسير في انجاز هذا العمل

"محمد لخضر"

قائمة المختصرات.

أولاً: باللغة العربية.

ص: صفحة.

ج ر: الجريدة الرسمية.

د ط: دون طبعة.

د س ن: دون سنة نشر.

تريبس: اتفاقية الجوانب المتصلة بحقوق الملكية الفكرية.

ثانياً: باللغة الإنجليزية.

GATT: General Agreement on Tariffs and Trade.

WTO: World Trade Organization.

TRIPS AGREEMENT: Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights.

ثالثاً: باللغة الفرنسية.

O N P I : Office national de la propriété Industrielle.

I A N P I : Institut Algérienne de Normalisation et de Propriété Industrielle.

C N R C : Centre National de Registre Commerce.

I N A P I : Institut National Algérienne de Propriété Industrielle.

O P, C I T : Ouvrage déjà cité.

P : Page.

مقدمة

مقدمة:

لقد ظهرت بوادر حقوق الملكية الصناعية خلال العصور الوسطى، حيث اتخذ التجار والمنتجين آنذاك رموزاً لتمييز منتجاتهم عن منتجات منافسيهم، وفي أواخر القرن الخامس عشر ظهرت هذه الحقوق بموجب قانون البندقية الصادر عام 1474، مروراً بمختلف المحطات التاريخية على غرار الثورة الصناعية 1760، وبعد نهاية الحرب العالمية الثانية وظهور التجارة الخارجية وانتشارها، ارتأت الدول الكبرى ضرورة وضع نظام دولي يظم العلامات التجارية الدولية، فانطلقت المؤتمرات من أجل بناء كيان أو تنظيم عالمي يعنى بالتجارة الدولية، ومن بين أهم هذه الاتفاقيات، الاتفاقية العامة للتعريفات والتجارة 1947¹ (GATT)² والتي وضعت القواعد والأسس لإنشاء منظمة التجارة العالمية (WTO)³ عام 1995، وظهور عدة اتفاقيات على غرار اتفاقية باريس 1883، واتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة لحقوق الملكية الفكرية (تريبس TRIPS Agreement)⁴.

وتعتبر العلامة احد أبرز العناصر الأساسية للملكية الصناعية، لما لها من مكانة ودور في الحياة الاقتصادية باعتبارها عامل رئيسي من عوامل التطور، نظراً لدورها التحفيزي في الإنتاج والتنافس لتقديم الأفضل والأحسن لجمهور المستهلكين سواء من حيث الجودة أو النوعية، سعياً في تحقيق سمعة تجارية لجذب العملاء والمستهلكين وكسب ثقتهم، فهي وسيلة من وسائل المنافسة المشروعة بين الصناع والتجار ومقدمي الخدمات، وهي أيضاً وسيلة لتمييز المنتجات والخدمات عن مثيلاتها في السوق، ولا يقتصر دورها على تمييز المنتجات والخدمات فقط بل يضاف إلى ذلك أنها أصبحت

¹أنظر: مؤتمر الأمم المتحدة حول التجارة والتنمية، تسوية النزاعات، الأمم المتحدة، نيويورك، جنيف: 2003، ص 03.

² General Agreement on Tariffs and Trade

³ World Trade Organization

⁴ Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights

اليوم تشكل حصة الأسد من الذمة المالية للمؤسسات والشركات، فبعدما كانت هذه الأخيرة تقاس ذمتها المالية بما تملكه من أموال مادية سواء كانت منقولات أو عقارات أصبحت اليوم العلامة الركيزة الأساسية للشركة أو المؤسسة، فمن خلالها يتمكن الزبائن من معرفة مصدر وجودة المنتجات و الخدمات فمن خلال السمعة التي تحملها العلامة التجارية يطمئن الجمهور إلى نوعية وجودة السلعة أو الخدمة، وبالتالي فهي الأساس في جذب العملاء، كما أن العلامة إذا كانت ذات شهرة واسعة وذائعة الصيت في السوق الاقتصادية فإنها تضيف قيمة مادية للمشروع في حد ذاته وقد تقدر هذه القيمة بمئات مليارات الدولارات، وهذه الأرقام قد تفوق ميزانيات دول مجتمعة¹، فحسب الدراسة السنوية لـ"Inter brand" لسنة 2019، فإن علامة "Apple" الأولى عالميا لسنة 2019، حيث وصلت قيمتها 234,241 مليار دولار، ونجد في المرتبة الثانية علامة "Google"، حيث بلغت قيمتها 167,713 مليار دولار، ثم تليها علامة "Amazon" بقيمة 125,263 مليار دولار أمريكي.

وأمام هذه الأهمية البالغة للعلامة التجارية في الحياة الاقتصادية وما تحققه من مصلحة ومنفعة للمنتجين ورجال الأعمال، بالإضافة إلى مصالح المستهلك والاقتصاد الوطني عموما، باعتبار أن العلامة تشجع على التنافس المشروع بين المؤسسات والذي بدوره يزيد من الإنتاج وتقديم الخدمات كما ويحسنها كيفا، أصبح لزاما على التشريعات للتدخل وحماية العلامة التجارية من أي شكل من أشكال الاعتداء لحماية الحقوق الاستثنائية لصاحب العلامة، وجمهور المستهلكين، وجلبا للاستثمارات داخل الإقليم الوطني.

وهذا ما قام به المشرع الجزائري من خلال سنه للأمر 57/66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، الذي جاء بمجموعة أحكام تنظم العلامة وتوفر الحماية القانونية لها، وبقي هذا الأمر ساريا مدة 37 سنة، ولكن مع السيطرة الاقتصادية

¹أنظر: موقع: www.interbrand.com تاريخ الاطلاع: 2020/08/20.

والصناعية التي سادت العالم الراهن والتزايد الهائل في المعاملات نتيجة تحرر التجارة وزيادة التنافس على تسويق المنتجات والخدمات، ومع تطور وتنوع أشكال التعدي على العلامة التجارية وبرز أشكال جديدة مع التطور الرهيب في التكنولوجيات والاتصال، دفع المشرع لإصدار قانون جديد خاص بالعلامات والمتمثل في الأمر 06/03، وهذا لمسيرة المتطلبات الاقتصادية الجديدة على المستوى الوطني والدولي.

وفي هذا السياق يأتي موضوع هذا البحث الموسوم بـ: "الحماية الجنائية للعلامة التجارية" والتي ارتأينا أن نقوم بمحاولة معرفة أشكال وطرق الاعتداء على العلامات وتسليط الضوء على الطرق والأساليب التي انتهجها المشرع الجزائري لحماية العلامات التجارية من كل أشكال الاعتداء وذلك من خلال دراستنا للنظام القانوني الجديد الذي اعتمده المشرع الجزائري ومعرفة مدى فاعليته في حماية العلامة التجارية وخاصة مع تفشي ظاهرة التقليد، وما يترتب عليها من آثار سلبية على الاقتصاد الوطني، وإضعاف فرص الاستثمار ومما لاشك فيه أن التنظيم القانوني السليم يعتبر من العوامل المهمة لاستثمار المؤسسات الاقتصادية وتشجيع الاستثمار الوطني والأجنبي، وتهيئة الظروف الملائمة له لأجل ضمان منافسة تجارية حرة ونزيهة وقانونية.

أسباب اختيار الموضوع:

تتمثل أسباب اختيار هذا الموضوع ليكون محل الدراسة والبحث فيما يلي:

أسباب ذاتية:

ترجع إلى ميولاتنا الشخصية في توسيع معلوماتنا ومداركنا حول موضوع العلامة التجارية بصفة عامة، وطرق وآليات حمايتها من الجرائم والاعتداءات الواقعة عليها بصفة خاصة، وإلى الكشف عن الأساليب والاعتداءات المختلفة والمتطورة على العلامات التجارية خاصة في مجال الأدوية والمواد الغذائية. التي تعتبر جانبا حساسا وخطيرا على صحة المستهلك، وباعتبارنا مستهلكين أيضا كثيرا ما كنا ضحية علامات تجارية مقلدة.

- لأن موضوع البحث يدخل ضمن اطار تخصصنا (قانون الأعمال).
- نظرا لاطلاعنا المسبق على الموضوع، والمعرفة القبلية لتشعباته ومختلف تفرعاته، وبعض الاشكالات التي يطرحها، والتي شكلت لدينا فضول علمي للاطلاع أكثر والبحث والتعمق في الموضوع.
- الرغبة في المساهمة في اثراء المكتبة الجامعية لكلية الحقوق بهذا الموضوع، وهذا لإفادة الطلبة والباحثين في الدراسات أو البحوث القادمة في نفس المجال والتخصص.

أسباب موضوعية:

ترجع أهمها إلى: الرغبة في الوقوف على الحماية القانونية الجزائية التي أقرها المشرع للعلامة التجارية من جريمة التقليد أساسا، بالإضافة إلى جميع أشكال وصور الاعتداءات الأخرى التي تقع عليها.

التعرف على العقوبات المنصوص عليها في إطار حماية العلامة التجارية عن طريق التحليل والدراسة للنصوص القانونية، وتقييم مدى نجاعتها في الغرض الذي سنت من اجله هذه النصوص، واقتراح حلول في شكل مقترحات في حال وجود البديل.

التعرف على الإجراءات القانونية أو بمعنى آخر الآليات والميكانيزمات التي وضعها المشرع الجزائري كسبيل لحماية العلامة.

معرفة مدى فاعلية النظام القانوني الجديد في مجابهة مخاطر التقليد وصوره.

أهمية الدراسة:

يعتبر موضوع العلامة التجارية من المواضيع المتجددة التي تفرض نفسها دائما كأولوية جديرة بالدراسة، نظرا لارتباطه بالاقتصاد و التجارة والإبداع والابتكار والمستهلك، كما أن التطور التكنولوجي دائما يفرض تجديد الترسانة القانونية، ونظرا لما للعلامة التجارية من أهمية دعائية واقتصادية وتجارية مما أدى إلى تزايد الجرائم الواقعة ضدها بشكل صارخ وملفت للانتباه، حيث أصبحت السلع المقلدة تكتسح الأسواق الوطنية

والدولية مع ما تشكله من خطورة على الحقوق الاستثنائية لصاحب العلامة، وعلى أمن وسلامة وصحة المستهلك، وعلى المنافسة المشروعة، وعلى الاقتصاد الوطني والدولي، مما يجعل هذا الموضوع يستحق البحث والدراسة والاهتمام.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى:

البحث حول إمكانية مواكبة التشريع الجزائري الخاص بالعلامات والمتمثل في الأمر 06/03 للتطور في مفهوم العلامة التجارية لمختلف التشريعات الوطنية والاتفاقيات الدولية من حيث مفهوم العلامة والحصول على الحق في ملكيتها، وكذلك إجراءات تسجيلها وآليات حمايتها.

تسليط الضوء على الجرائم الواقعة على العلامات التجارية والمتمثلة أساسا في جريمة التقليد، وبعض الجرائم المتفرقة عنها، بالإضافة إلى جرائم أخرى غير مرتبطة بالتقليد، ثم تحديد أركانها وكذلك إبراز جهود المشرع الجزائري في سعيه لحماية العلامة من خلال الإجراءات التي وضعها والعقوبات التي أقرها ضد هذه الجرائم.

إشكالية الموضوع:

على ضوء ما سبق فإن الإشكالية الأساسية لهذا البحث تكمن في السؤال الرئيسي الآتي:

ما مدى كفاية الضمانات والأحكام القانونية التي وضعها المشرع الجزائري لحماية العلامة التجارية جزائيا من الاعتداءات الواقعة عليه؟ وما مدى نجاعتها؟

ويتفرع عن هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات وهي كالاتي:

- ما هي أشكال وصور الاعتداء على العلامة التجارية؟

- ما هو مفهوم تقليد العلامة التجارية؟

- ما هي الجرائم المرتبطة بالتقليد الواقعة على العلامة التجارية؟
- ما هي الجرائم الغير مرتبطة بالتقليد الواقعة على العلامة التجارية؟
- إلى أي مدى يمكن اعتبار العلامة التجارية حق يستوجب الحماية؟

المنهج المتبع:

في سبيل الإجابة عن الإشكالية البحثية، وسعياً لبلوغ الأهداف المذكورة، وأخذاً بعين الاعتبار طبيعية موضوع البحث، فقد اعتمدنا المنهج التحليلي والمنهج الوصفي بشكل رئيسي، وذلك من خلال تحليل الآراء الفقهية والنصوص القانونية، ومن خلال وصف الظاهرة اعتماداً على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها، كما اعتمدنا المنهج الاستقرائي من خلال تتبع جزئيات الموضوع في التشريع الجزائري.

الدراسات السابقة:

فيما يخص الدراسات السابقة في موضوع العلامات التجارية فقد تعرض لهذا الموضوع مذكرة ماجستير نوقشت في جامعة تيزي وزو سنة 2016، من طرف الأستاذ ايت شعلال الياس بعنوان: حماية حقوق الملكية الصناعية من جريمة التقليد، حيث تناول جريمة التقليد وتأثيرها على عناصر الملكية الصناعية وبالأخص العلامة التجارية، وكذلك أطروحة الأستاذة هودة دكوك "الحماية الجزائية للعلامة التجارية"، المعنونة بنفس عنوان موضوع دراستنا، والتي قامت من خلالها بدراسة شاملة لكافة الجوانب المتعلقة بالحماية الجزائية، وأطروحة الاستاذ وليد كحول المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات التجارية في التشريع الجزائري، بالإضافة إلى دراسة الاستاذة سعيدة راشدي النظام القانوني للعلامات التجارية، بالإضافة إلى كتاب الأستاذة وهيبة لعوارم بعنوان: جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، والتي تعرضت فيه لجريمة التقليد بكل أنواعها بالتفصيل حيث اعتمدت على شرح جميع الجوانب المتصلة بجريمة التقليد والعلامة التجارية.

الصعوبات:

من أبرز الصعوبات التي واجهتنا خلال انجاز هذه الدراسة:
تشعب موضوع العلامة التجارية وشساعته، فكل جزئية من جزئياته تحتاج إلى تحليل
وتعمق وتأنى وروية، وتقييد حجم المذكرة حال دوننا ودون ذلك.
ضيق الوقت الممنوح لانجاز المذكرة لم يسمح لنا بالاطلاع على مراجع أخرى.
فضلا عن صعوبة إيجاد المراجع وهذا نظرا للمرحلة الاستثنائية التي مرت جراء الوباء
العالمي (Covid-19).

الخطة المتبعة:

مقدمة:

الفصل التمهيدي: الأحكام العامة للعلامة التجارية.

المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية.

المبحث الثاني: شروط صحة العلامة التجارية.

الفصل الأول: تحديد الأفعال التي تشكل جرائم الاعتداء على العلامة التجارية.

المبحث الأول: جريمة التقليد والجرائم المرتبطة بها.

المبحث الثاني: الجرائم الغير مرتبطة بالتقليد.

الفصل الثاني: إجراءات المتابعة والجزاء في الجرائم الواردة على العلامة التجارية.

المبحث الأول: الشروط القانونية لصحة المتابعة (أساس المتابعة).

المبحث الثاني: إجراءات المتابعة.

المبحث الثالث: العقوبات المقررة.

خاتمة: تتضمن الاستنتاجات والمقترحات.

الفصل التمهيدي

الفصل التمهيدي:

تكتسي حقوق الملكية الصناعية أهمية كبيرة في عالم التجارة اليوم وذلك من خلال تأثيرها الكبير والجوهرى في الذمة المالية للتاجر وكذا تأثيرها على الاقتصاد، وهو الأمر الذي دفع الدول إلى تقرير حمايتها.

وتشمل عناصر الملكية الصناعية كل من الاختراعات، الرسوم، النماذج الصناعية، التصاميم والدوائر المتكاملة، وعلامات الخدمة والسلع وتسميات المنشأ، فنجد أن البعض من هذه الحقوق يتعلق بابتكارات جديدة وفي مقدمتها براءة الاختراع، بينما البعض الآخر يرمي إلى تمييز المنتجات أو الخدمات عن بعضها كما هو الشأن بالنسبة للعلامات التجارية، حيث تعتبر العلامات من أهم الوسائل التي يحتاجها التجار وأصحاب المشاريع لتحقيق التميز والربح وكذا ضمان لسلعهم ومختلف منتجاتهم، ويكون ذلك من خلال الوصول إلى عالم المستهلكين بهذه المنتجات.

ومن خلال هذا الطرح نجد أيضا أن العلامات وفي ظل التطور التكنولوجي والتقدم الاقتصادي قد تعددت وتحددت علامات تجارية جديدة، ومن خلال هذا الفصل سنحاول التطرق إلى الأحكام العامة للعلامة التجارية وأبرز العناصر الرئيسية لها، من خلال مبحثين نتناول في المبحث الأول المفهوم العام للعلامة التجارية، أما المبحث الثاني نتناول فيه شروط صحة العلامة التجارية.¹

¹وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بسكرة، 2015، ص 12.

المبحث الأول: ماهية العلامة التجارية.

تعتبر العلامة التجارية من أهم عناصر الملكية الصناعية والتجارية باعتبارها أداة لتمييز السلع والخدمات عن غيرها وليس ذلك فحسب بل أصبحت من أهم عناصر المحل التجاري، وعليه فإن وظيفة العلامة التجارية لم تقتصر على وظيفة التمييز فقط، بل تعدت ذلك وأصبحت وسيلة للتعريف بمصدر المنتجات والخدمات والإعلان عنها، ومع تطور الحياة التجارية الداخلية والدولية وأمام هذه الأهمية البالغة للعلامة التجارية في الحياة الاقتصادية. أصبحت الدول تبحث عن نظم حماية كافية للعلامة التجارية، وعليه سنحاول أن نسلط الضوء على أهم الأحكام ومختلف التعاريف، وهذا في المطلب الأول مع إبراز أهم خصائصها، أما المطلب الثاني فسنخصصه إلى أهم أنواع وأشكال العلامات التجارية.

المطلب الأول: مفهوم وخصائص العلامة التجارية.

من المعلوم أن للعلامة التجارية دور فعال في المجال التجاري والاقتصادي، ويظهر ذلك من خلال تفتح الأسواق وتنوع مختلف السلع والخدمات باعتبارها وسيلة لجذب العملاء والجمهور المستهلك من خلال تسهيل التعرف على ما يفضلونه من سلع وخدمات.

ومن خلال هذا ارتأينا ضرورة توضيح بعض الأحكام العامة للعلامة التجارية، حيث خصصنا الفرع الأول إلى تعريف العلامة التجارية، أما الفرع الثاني فيتضمن خصائص العلامة التجارية.

الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية.

إن التطرق لتعريف العلامة يستوجب منا التوقف عند مختلف التعاريف الفقهية بشأنها أولاً، ثم نتعرض إلى التعريف التشريعي وفيه نبين موقف المشرع الجزائري أي تعريفه للعلامة ثانياً.

أولاً: التعريف الفقهي للعلامة:

تعرف د/ سميحة القيلوبي العلامة بأنها: "كل إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها، أو صنعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة".

يتضح من خلال هذا التعريف أنه يعترف فقط بعلامات السلع دون الخدمات، لكون بعض التشريعات كانت تعترف فقط بعلامات المنتجات دون أن تشمل الخدمات، مثل التشريع المصري القديم، غير أنه بعد صدور قانون الملكية الفكرية لسنة 2002 اعترف بعلامة الخدمة وكان ذلك استجابة لمتطلبات الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة وإلى الاتفاقية المنبثقة عنها، وهي اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية.¹ ويعرفها الأستاذ سمير جميل حسين الفتلاوي على أنها: "كل ما يتخذ من تسميات أو رموز أو أشكال توضع على البضائع التي يبيعها التاجر أو يصنعها المنتج، أو يقوم بإصلاحها أو تجهيزها أو خدمتها لتمييزها عن بقية المبيعات أو المصنوعات أو الخدمات".

¹وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات التجارية في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص

الفصل التمهيدي: الأحكام العامة للعلامة التجارية.

كما عرفها الدكتور محمد حسين على أنها "كل إشارة أو دلالة يتخذها التاجر أو الصانع أو المشروع فردا كان أو شركة خاصة أو عامة شعارا لبضائعه أو خدماته التي يؤديها تميزا لها عن مثيلاتها".

أما الدكتور صلاح زين الدين فلقد أعطاهما التعريف التالي: "هي الإشارة التي اتخذها الصانع أو التاجر أو مقدم خدمات لتمييز منتجاته أو بضائعه أو خدمته عن منتجات أو بضائع أو خدمات الآخرين".

ومما تقدم نجد بان كل التعريفات السابقة لا تفتقر عن بعضها، وكلها تركز على صفة التمييز التي يجب أن تحملها العلامة حتى تكون قادرة على تمييز السلع أو الخدمات المتشابهة.

مما تجدر الإشارة إليه هنا، هو أن هذه التعريفات الفقهية التي أوردناها لم تركز على طبيعة الإشارة أو الرمز الذي يمكن اتخاذه كعلامة بقدر ما ركزت على ضرورة توفر صفة التمييز في العلامة.¹

ثانيا: التعريف التشريعي للعلامة التجارية.

تجددت تعريفات العلامة التجارية ليس في المجال الفقهي فقط بل نلاحظه أيضا في مختلف التشريعات حيث تطرقت إلى مسألة تعريفات العلامة التجارية والذي هو ليس من اختصاصها، بل تعود هذه المسألة إلى الفقه.

وجاء المشرع الجزائري في المادة الثانية من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامة التجارية بتعريف العلامة التجارية، حيث جاء في نصه: "أن العلامات كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والحروف، والأرقام والرسومات، أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضعها والألوان بمفردها أو المركبة

¹سعيدة راشدي، العلامات في القانون الجزائري الجديد، رسالة لنسب شهادة الدكتوراه في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، 214 ص 11.

الفصل التمهيدي: الأحكام العامة للعلامة التجارية.

التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع أو خدمات غيره".¹

والمشرع الجزائري هنا اعتمد معيار قدرة العلامة على تمييز السلع والخدمات كأساس يقوم عليه مفهوم العلامة التجارية، كما أن التعدد الذي أتى به هو على سبيل المثال لا الحصر، والذي نجده أيضا في تعريف المشرع الفرنسي في المادة الأولى من قانون الملكية الفرنسية الصادر في: 1991/01/04 المتعلق بالعلامات، حين عرف العلامة على أنها: "علامة للصنع أو التجارة أو الخدمة، وأنها رمز قابل للتمثيل الخطي، تستخدم لتمييز السلع أو خدمات شخص ما طبيعي كان أو معنوي".

كما نص المشرع المصري في تعريفه للعلامة التجارية في نص المادة 63 من القانون 82 لسنة 2002 الخاص بحماية الملكية الفكرية على: "أن العلامة التجارية هي كل ما يميز منتجا، سلعة كانت أو خدمة عن غيرها، ويشمل على وجه الخصوص الأسماء المتخذة شكلا مميزا، والأدوات والكلمات والحروف والأرقام والرسوم والرموز وعناوين المجال والملفات والأختام والتصوير والنقوش البارزة ومجموعة الألوان التي تتخذ شكلا خاصا مميزا، وكذلك أي خليط من هذه العناصر إذا كانت تستخدم أما في تمييز منتجات عمل صناعي أو استغلال زراعي أو استغلال الغابات لمستخرجات الأرض، أو أي بضاعة وإما للدلالة على مصدر المنتجات أو البضائع، أو نوعها أو مرتبتها أو ضمانها أو طريقة تحضيرها، و إما لدلالة على تأدية خدمة من الخدمات، وفي جميع الأحوال يتعين أن تكون العلامة مما يدرك بالبصر".

¹ الأمر رقم 03-06، المؤرخ في 19 جمادى الأولى 1927 الموافق لـ: 19 يوليو 2003، المتعلق بالعلامات، الدريدة الرسمية الصادرة في: 23 يوليو 2003، العدد 44.

الفصل التمهيدي: الأحكام العامة للعلامة التجارية.

كما عرفها المشرع الأردني في المادة الثانية من القانون 34 سنة 1982 الخاص بالعلامة التجارية بأنها: "أي شارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص آخر لتمييز بضاعته أو منتجاته أو خدماته عن بضاعة أو منتجات أو خدمات غيره".¹

أما في المجال الاتفاقيات الدولية نجد "اتفاقيات تريبس" التي تعد الأبرز والأمثل، وأحدث اتفاقية عالمية في: "الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية"، إذ نصت المادة 15 في فقرتها الأولى على ما يلي: "تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها المنشأة عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى الصالحة لأن تكون علامة تجارية، وتكون هذه العلامات لاسيما الكلمات التي تشغل أسماء شخصية وحروف وأرقام وأشكال ومجموعة ألوان وأي مزيج من هذه العلامات مؤهلة للتسجيل كعلامات تجارية، وحين لا يكون في هذه العلامات ما يسمح لتمييز السلع والخدمات ذات الصلة، يجوز للبلدان الأعضاء أن تسجل الصلاحية لتسجيل مشروطة بتمييز المكتسب من خلال الاستخدام، كما يجوز لها الاشتراط أن تكون العلامات المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر، كشرط لتسجيلها".²

الفرع الثاني: خصائص العلامة التجارية.

تعتبر العلامة التجارية ركيزة أساسية في المجال التجاري والاقتصادي وذلك لما له فائدة كبيرة على الاقتصاد الوطني والعالمي، وذلك لما تتمتع به من خصائص مهمة ورئيسية، إذ نجد في بعض التشريعات خصائص عامة اتفقوا عليها، غير انه توجد خصائص أقرتها تشريعات بصفة خاصة مثلما فعل المشرع الجزائري في الأمر 06/03. ومن الخصائص العامة المتفق عليها:

¹ عطاء الله سفييه، حماية العلامات التجارية في علاقاتها للعناوين الالكترونية، مذكرة مكملة لمقتضيات نيل شهادة ماستر في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة المسيلة، 2014، ص 11-12.

² أمين بوشعبة، حماية ملكية واستعمال العلامات التجارية المشهورة، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص قانون، جامعة تيزي وزو، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2014، ص 18.

الفصل التمهيدي: الأحكام العامة للعلامة التجارية.

- أن العلامة التجارية اختيارية مادام الصانع أو المنتج غير ملزم باستعمال العلامة لتمييز منتجاته وخدماته.
- صفة الديمومة أو الاستمرارية ذلك باعتبارها دائمة ومرتبطة بملكية الأصل التجاري لكونها تعد عنصر من عناصره تنتقل بانتقال ملكيته.
- كما تتميز بكونها ظاهرة إذ يمكن التعرف عليها بسهولة بالإضافة إلى قاعدة التخصيص التي تفيد أن مالك العلامة يتمتع بحق تخصيصها على منتجاته أو خدماته بشكل استثنائي مطلق.¹

كل هذه الخصائص العامة والشاملة اتفقت عليها مجموعة من الدول غير أن الجزائر وفي الأمر رقم 06/03 أقر خصائص أخرى سنحاول التطرق إليها بصفة عامة. للعلامة التجارية خصائص مختلفة، فهناك خصائص عامة (أولا) وخصائص خاصة (ثانيا):

أولا: الخصائص العامة للعلامة التجارية.

باعتبار العلامة التجارية تستخدم لتمييز المنتجات والخدمات فهل الصانع ومقدم الخدمة ملزم باتخاذها؟

أ/ الطابع الإلزامي للعلامة التجارية:

مهما كانت العلامة التجارية من قبل اختيارية حسب المادة الأولى من الأمر 57/66 غير أن الأمر 06/03 ألغى هذا الأمر، ونص في المادة الثالثة منه على أن العلامة التجارية علامة إلزامية.

ب/ الطابع الفردي للعلامة التجارية:

¹نعيمه شعنان، حماية العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، 2016، ص 10.

الفصل التمهيدي: الأحكام العامة للعلامة التجارية.

باعتبار العلامة التجارية ملك لشخص واحد طبيعي أو معنوي فإنها ذات طابع فردي وهذا ما أكدته اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية التي تنص على الطابع الفردي، وكذلك الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، ولكن متطلبات الحياة خلقت وضعيات مشتركة، وهنا تطبق أحكام الملكية الشائعة المنصوص عليها في القانون المدني.

ج/ العلامة التجارية مال منقول معنوي:

العلامة التجارية هي مال منقول من نوع خاص، فهي احد عناصر المعنوية غير المحسوبة للمحل التجاري حيث للعلامة التجارية مميزات من حق الملكية في المنقول.

د/ استقلالية العلامة التجارية عن المنتج أو الخدمة:

إن طبيعة العلامة التجارية مستقلة عن المنتج أو الخدمة المطلقة عليها، فحسب المادة الثامنة من الأمر 06/03 انه: "لا تكون طبيعة السلع أو الخدمات التي تشملها العلامة بأي حال من الأحوال عائقا أمام تسجيل تلك العلامة"، فتلك العلامة الواردة على المنتج غير مشروع، يمكنه أن يرفع دعوى تقليد مادام حقه على العلامة مقبول.

ثانيا: الخصائص الخاصة للعلامة التجارية.

لكي تكون العلامة التجارية نموذجية وناجحة كاملة الأوصاف لتحظى بالقبول من المستهلكين وتساهم في ترويج المنتج أو الخدمة، وتكون الدقة في الاختيار لتناسب هذه العلامة ما يتناسب مع النشاط المرغوب فيه يجب على العلامة التجارية أن تتصف ببساطة الحجم، مبتكرة خالية من المعنى اللغوي، سهلة التذكر، سهلة النطق، بسيطة التصميم، بسيطة الشكل، وتكون قابلة للتسجيل وتحمل عناصر محظورة لتسجيلها.¹

¹نعيمه شعنان، مرجع سابق، ص 11.

المطلب الثاني: أنواع وأشكال العلامة التجارية.

عرفنا مما سبق أن العلامات هي عبارة عن مختلف الرموز تتشكل من أشكال هندسية أو أرقام وألوان وكلمات، تكون عبارة عن أسماء مثلا: حمود بوعلام اسم مشروبات غازية وهذا ما فصلته المادة 02 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية سابقة الذكر والتي تضمنت مجموعة متعددة من العلامات الأكثر شيوعا واستعمالا وذلك على سبيل المثال لا الحصر والدليل يكمن في عبارة "لا سيما" التي أدرجت في النص والتي تبين بوضوح أن المشرع أزال فحوى الأحكام السابقة التي كانت تنتهي بعبارة "وبصفة عامة" جميع السمات المادية التي تصلح لتمييز المنتجات والأشياء او الخدمات.

بالإضافة إلى كل ما سبق نجد أن كل من المشرع الجزائري والمصري اتفقا على تحديد ثلاثة أنواع أساسية للعلامة التجارية، كما عددها على سبيل المثال الأشكال التي يمكن أن تتخذها العلامات، وتختلف أنواع العلامات باختلاف استعمالاتها فنجد علامات التي يعرضها التجار وهي علامات المنتجات ومنها العلامات الصناعية التي يستخدمها الصناع، ونجد أيضا علامة الخدمة التي تميز خدمة معينة¹، إضافة إلى أنواع أخرى سنحاول عرضها من خلال هذا المطلب، وكذا عرض بعض الأشكال الخاصة بالعلامة التجارية.

باعتقادنا على فرعين الأول نذكر فيه أهم أنواع العلامات التجارية، أما الفرع الثاني خصصناه لأشكال العلامة.

¹شمس الهدى مجبر كوثر، العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماستر في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مستغانم، 2018، ص 13.

الفرع الأول: أنواع العلامة التجارية.

تختلف العلامة التجارية باختلاف توظيفها والنشاط الذي يمارسه مالكيها ومن خلال هذا سنتطرق أولاً للعلامة التجارية، ثانياً للعلامة الصناعية، ثم ثالثاً لعلامة الخدمة.

أولاً: العلامة التجارية **Marque De Commerce**:

تلك العلامة التي يستخدمها التاجر سواء كان ينشط بطريق التجزئة أو الجملة وذلك من أجل تمييز المنتجات التي يقوم ببيعها بعد شرائها، وذلك بصرف النظر عن مصدر البيع لذلك نجد بعض الفقه يسميها علامة التوزيع لأنها تعبر عن موزع السلعة وذلك وبغض النظر عن مصدر المنتج في حد ذاته.

وتستخدم العلامات عادة في المتاجر الكبرى ذات الشهرة الواسعة كمتاجر "هارودس" Harrods المخصصة للألبسة ومستحضرات التجميل، ومتجر "هامليز" Hamleys، المخصص لألعاب الأطفال، وقد اعتمد المشرع الجزائري في توجهاته الجديدة بخصوص العلامات التجارية في ظل الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات هو تقرير إلزامية وضعها هي الأخرى على كل سلعة عرضت للبيع أو بيعت عبر أنحاء التراب الوطني.

ثانياً العلامة الصناعية **Marque Industrielle**:

علامة المصنع هي العلامة الخاصة بالصانع أو المنتج على سلعة ما لتمييزها عن سلع متماثلة علامة "بيجو" أو "Audi" إشارة لمصنع السيارات، وشركة "ميكروسوفت" Microsoft بالنسبة لأجهزة الحاسوب وبرامجها وقد تكون هذه العلامة ذات علاقة وثيقة بمادة أولية مكونة لها بالرغم من أن هذه الأخيرة قد يستخدمها منتج آخر.

والمشرع الجزائري من خلال الأمر 06/03 لم يورد مصطلح علامة المصنع، غير إننا نستشف ذلك من خلال استقراء ما تضمنه المادة الثانية منه، عندما تعرضت لتعريف

الفصل التمهيدي: الأحكام العامة للعلامة التجارية.

السلعة على أنها كل منتج طبيعي أو زراعي أو تقليدي أو صناعي خاص أم مصنع، وعلامات المصنع تدل وتشير إلى مصدر صناعة المنتجات.¹

ثالثا: علامة الخدمة **Marque De Service**:

علامة الخدمة هي الإشارة التي تستعملها المؤسسات التي تعرض الخدمات، فهي غير مرتبطة بسلع أو بضائع، ومثالها خدمات البنوك أو شركات التأمين وشركات النقل، والوكالات السياحية، والخطوط الجوية فعلاقة الخدمة هي رمز الذي تضعه الهيئة أو الشركة التي تقوم بالخدمة كوكالات تأجير السيارات التي تقوم بوضع علامة على السيارات التي تقوم بتأجيرها، وهي تشير إلى صاحب الخدمة أو شركات نقل الأشخاص أو البضائع.

لقد تعددت علامات الخدمة فنجد أيضا في مجال الفنادق، سلسلة فنادق "هيلتون Hilton"، في المجال الائتماني بطاقات "فيزا Visa"، أو "ماستر كارد Master Card"، وكما نجد أيضا خدمات الخطوط الجوية أشهرها: الخطوط الجوية القطرية، التركية، ... الخ.²

وقد عرفها المشرع الجزائري في المادة الثانية في الفقرة الرابعة كما يلي: "الخدمة هي كل أداء له قيمة اقتصادية"، والأداء الذي له قيمة اقتصادية يقصد به المشرع هنا هو ذلك المجهود المقدم من طرف شخص طبيعي أو معنوي إلى الأفراد دون أن يكون في شكل تسليم سلعة، وان حصل وأن قدمت السلعة فإنها تعتبر في هذه الحالة من تبعات الجهود والأداء المقدم.

¹ سماح محمدي، الحماية القانونية للعلامة التجارية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة، 2016، ص 16.

² سماح محمدي، المرجع نفسه، ص 22.

الفصل التمهيدي: الأحكام العامة للعلامة التجارية.

وقد ألزم المشرع الجزائري في ظل الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على إلزامية وضع العلامة الخدمة على كل خدمة قدمت من أي شخص طبيعي أو معنوي، في كامل أنحاء التراب الوطني مقررا عدم إمكانية استعمالها إلا بعد تسجيلها أمام المصلحة المختصة.¹

رابعاً: العلامات الجماعية:

العلامات الجماعية هي العلامة التي يستعملها شخص اعتباري لتصديق مصدر بضائع ليست من صنعه، أو المواد المصنوعة منها، أو جودتها أو طريقة إنتاجها أو الدقة في صنعها أو غير ذلك من مميزات وخصائص لتلك البضائع.

وقد أفرد المشرع الجزائري عنواناً مستقلاً للعلامات الجماعية المادة 2 الفقرة 2 من الأمر 06/03 الخاص بالعلامة التجارية، حيث جاء تعريف التشريع الجزائري للعلامة الجماعية، متوافقاً مع ما أكدت عليه اتفاقية باريس، والذي وفق في تعريفه لها والذي لم يخالف أحكام اتفاقية تريبس.

خامساً: علامة الرقابة:

هي العلامة التي تستدل فيها على مصدر البضائع وطبيعتها وجودتها، وطريقة صنعها ونوعيتها، فالهدف من العلامة الرقابية هو إظهار أن البضائع التي وضعت عليها قد جرى فحصها وتصديقها من قبل الجهة المؤهلة لذلك، ويمكن الفهم من نص المادة 2 الفقرة 2 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية أن المشرع الجزائري تطرق لهذه العلامة بطريقة غير صحيحة.

¹أمين بوشعبة، مرجع سابق، ص 30.

سادسا: العلامات التجارية المانعة والاحتياطية:

هي العلامات التي يسجلها صاحب المشروع، إلى انه هناك فرق جوهري بينهم سنتطرق إليه كالآتي:

أ/ العلامات التجارية المانعة:

يسجل صاحب المشروع هذه العلامات بقصد منع غيره من استعمالها، ويحدث ذلك عندما يتخذها صاحب المشروع علامة مميزة لمنتجاته، ويسجلها ويستعملها فعلا، إلا أنه يخشى من أن يسجل شخصا آخر علامة مشابهة لها فيعمد إلى تسجيل عدة علامات مقارنة بقصد احتكار استعمالها.

لم يذكر المشرع الجزائري في الأمر 06/03 المدة التي يجب أن تستغل فيها العلامة التجارية من تاريخ إيداعها للتسجيل، فيمكن تسجيل علامات مانعة من اجل منع الغير من استعمالها أو تسجيلها مسبقا شريطة استيفاء شروط التسجيل وسبق الإيداع.

ب/ العلامات التجارية الاحتياطية:

قد يسجل صاحب المشروع هذه العلامات، بحيث يستعمل إحداها ويحتفظ بالأخرى التي سجلها لاستعمالها لتمييز منتجات أخرى من نفس الفئة أو من نفس النوع، مع اختلاف صفات المنتجات أو مرتبتها، فقد يسجل صاحب مصنع حقائب جلدية كعلامات تجارية في آن واحد وبعد فترة يبدأ بإنتاج نوع آخر من الحقائب، ويستعمل علامة أخرى سبق وأن سجلها واحتفظ بها لأجل هذا الغرض، ثم ينتج نوع آخر من الحقائب ويستعمل علامة تالفة سبق وأن ادخرها لهذه المنتجات.¹

¹أمينة صامت، المسؤولية الجزائرية في جرائم العلامات التجارية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تلمسان: 2018، ص 33 - 34.

لم ينص المشرع الجزائري على هذين النوعين من العلامات كما ذكرنا سابقا أنها لا تعتبر من أنواع العلامات الخاضعة لنظام قانوني خاص، غير أنه يمكن أن يكون لها وجود حسب الغرض من تسجيلها، مع ذلك قد تكون محل سقوط لعدم الاستعمال باعتبار أن المشرع الجزائري يأخذ بمبدأ وجوب استعمال العلامة المسجلة، بحيث نص على ممارسة الحق المخول عن تسجيل العلامة المرتبط بالاستعمال الجدي لها.¹

الفرع الثاني: أشكال العلامة التجارية.

بالرجوع إلى المادة 02 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية، نلاحظ أن المشرع قد قام بتعداد مجموعة من الأشكال التي يمكن اتخاذها كعلامة قد نصت على ما يلي:

العلامات: كل الرموز القابلة لتمثيل الخطي، لاسيما العلامات بما فيها أسماء الأشخاص، والأحرف والأرقام والرسومات، أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها والألوان بمفردها أو مركبة.

ويتضح من هذا التعريف أنه جاء على سبيل المثال وليس على سبيل الحصر، بما أنه تم إدراج كلمة "لاسيما" في فحوى النص، بالتالي الباب مفتوح لإدراج أشكال أخرى أمام هذا التعداد، فيمكن القول أن هناك صنفين من العلامات اسمية من جهة وهي تنطق وتكتب، ومن جهة أخرى العلامات التصويرية التي تتشكل من الرسوم، الأشكال، الألوان، مع الإشارة أنه إلى جانب هذين الصنفين من العلامات، هناك أصناف أخرى لم ينص عليها المشرع وهي العلامات الصوتية والعلامات الخاصة بحاسة الشم، وسنحاول التعرف على أهم أشكال العلامات المنصوص عليها.²

¹سعيدة راشدي، العلامات في القانون الجزائري الجديد، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، في العلوم القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو: 2016، ص 73.

²سمية بورية، الحماية القانونية للعلامة التجارية والرسم والنموذج، مذكرة لنيل شهادة ماستر في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ام البواقي: 2014، ص 16.

أولاً: الأسماء التي تتخذ شكلاً مميزاً:

يجوز للتاجر أن يتخذ اسمه أو لقبه كعلامة تجارية بشرط أن يوضع هذا الاسم أو اللقب في شكل مميز عن غيره من الأسماء، ومثال ذلك أن يتخذ اسمه (بوعلام) علامة تجارية لكن لا بد أن يوضع هذا الاسم في دائرة أو مربع مثلاً أو يكتبه بخط معين ملون يميزه عن أي اسم آخر متشابه.

كما يجوز أخذ اسم الغير كعلامة تجارية شريطة موافقة هذا الغير، وإذا كان متوفياً فيجب موافقة ورثته، أما عن أسماء الأماكن فإنه يشترط أن تبرر أسماء الأماكن في شكل خاص مثل "جريدة القدس".

ثانياً: الحروف والأرقام:

قد تكون العلامة التجارية مكونة من حروف أو أرقام أو كلاهما، مثال ذلك اتخاذ تاجر أرقاماً كعلامة تجارية لتمييز نوع العطور "555"، إلا أنه لا يجوز تسجيل الرقم كعلامة تجارية إذا كان هذا الرقم يؤلف بمفرده العلامة التجارية، أما إذا كان هو جزء من العلامة أو أنه أبرز في شكل خاص فلا يوجد في القانون ما يمنع تسجيله، وقد تكون العلامة التجارية على شكل حروف معينة يختارها صاحب العلامة التجارية "BMW" للدلالة عن نوع سيارات، وعن شكل العلامة المكونة من حروف وأرقام "O2"، للدلالة على شركة اتصالات خلوية على سبيل المثال، ويشترط لاعتبار الحروف والأرقام علامة تجارية أن لا تؤدي إلى غش الجمهور، مثال وضع علامة V1800 على المشروبات الغازية إذ أنها ستؤدي إلى الاعتقاد بأنها مشروبات قديمة تعود إلى سنة 1800م.

ثالثاً: الرموز والصور والنقوش والرسوم:

ويقصد أولاً بالرموز، تلك الرسوم المرئية المجسمة كصورة نجمة أو وجه إنسان أو حيوان أو شجرة أو غيرها، بالنسبة للرسوم فهي حسب بعض الفقه عبارة عن تكوين فني يتضمن مناظر محددة وغالباً ما يكون من الطبيعة كمنظر نهر أو أسد، كما في قهوة

الفصل التمهيدي: الأحكام العامة للعلامة التجارية.

"نزيار"، أو تمساح بالنسبة لعلامة "Lacoste"، وقد تكون مناظر منبثقة من الخيال أما فيما يخص الصور فهي الصور الفوتوغرافية للأشخاص إذ يمكن أن تتشكل العلامة التجارية من صور الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة، ومثال ذلك قيام مؤسس سلسلة مطاعم "KFC" باستعمال صورته الشخصية كعلامة تجارية لمشروعه، والتي تعد ضمن أشهر العلامات، كما يجوز استعمال صورة عائدة للغير كعلامة تجارية لكن لا بد من الحصول على موافقته أو موافقة ورثته، كما يمكن ان تكون صورة عائدة لأحد المشاهير علامة تجارية بشرط رضا الشخص.¹

رابعاً: الألوان وتركيباتها:

يجوز استعمال تركيبات أو ترتيبات الألوان كعلامة يقصد بها طريقة استعمال لون واحد أو أكثر، حسب طريقة معينة، أما التركيب فهو كيفية جمع الألوان مع الإشارة أنه فيما يتعلق باستعمال الألوان في تكوين العلامة التجارية فإن طريقة التنسيق بينها هو الذي يكسبها طابعاً مميزاً، ويمنع عن غير صاحب العلامة استعمال نفس الألوان ونفس طريقة التنسيق على علامته لتمييز منتجات من نفس النوع، متى استعمل المنافس نفس الطريقة في توزيع الألوان بحيث تثير لبس لدى الجمهور.

للإشارة أنه في حال استعمال لون واحد لا يصلح بذاته كعلامة ولكن تنسيق الألوان هو الذي يصلح كعلامة.²

خامساً: تسميات الكلمات:

يقصد بتسميات الكلمات التي قد يستخدمها الصانع أو التاجر أو مقدمة الخدمة، لتمييز منتجاتهم أو بضاعتهم أو خدماتهم، وقد تكون التسمية (الكلمة) جديدة ومبتكرة، وقد

¹ليندة بومحراث، طرق تسوية منازعات التجارة الالكترونية، دراسة مقارنة بين الفقه الإسلامي والقانون الوضعي، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قسنطينة: 2016، ص 20.

²سعيدة راشدي، العلامات في القانون الجزائري الجديد، مرجع سابق، ص 88 - 89.

الفصل التمهيدي: الأحكام العامة للعلامة التجارية.

تكون مقتبسة من تركيب وجود المنتجات أو البضائع، ولا تكون الكلمات بحد ذاتها علامة تجارية بل يجب اعتبارها كذلك أن تكون جديدة ومبتكرة وغير شائعة.¹

وبهذا نكون تطرقنا لأهم أشكال وأنواع العلامة التجارية والتي تعرف بتعدادها وتفرعها، كما نجد أن المشرع الجزائري تطرق لبعضها وتجاهل البعض الآخر مركزا في ذلك على أهم العلامات التجارية المتعامل بها في مجمع الدول والتشريعات، وقد نص عليها المشرع الجزائري في الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية والتي ذكرناها سابقا.

المبحث الثاني: شروط صحة العلامة التجارية.

حتى تتمتع العلامة التجارية بالحماية التي قررها لها القانون: لا بد من أن تستوفي جملة من الشروط الشكلية والموضوعية، وهي المسألة التي سنتناولها في هذا المبحث، الذي سنقسمه إلى مطلبين، نتطرق في المطلب الأول للشروط الموضوعية، ونتطرق في المطلب الثاني للشروط الشكلية.

المطلب الأول: الشروط الموضوعية للعلامة التجارية.

تتمثل الشروط الموضوعية للعلامة التجارية في ثلاثة شروط وهي: الصفة مميزة، شرط الجودة وشرط المشروعية، ويترتب على توافر هذه الشروط الوجود الواقعي للعلامة التجارية²، لذلك سنتناول كل شرط من هذه الشروط في فرع مستقل.

الفرع الأول: شرط الصفة المميزة.

يشترط في العلامة التجارية المراد تسجيلها والمؤلفة من كلمات أو أسماء، أحرف، أرقام، رسومات، أشكال، أو خليط منها أن تكون ذات صفة فارقة أو مميزة، ولقد نص

¹ محمود أحمد عبد الحميد مبارك، العلامة التجارية وطرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين، أطروحة لنيل شهادة الماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة فلسطين: 2006، ص 14 - 15.

² وهيبه لعوارم بن احمد، جريمة تقليد العلامة في ظل التشريع الجزائري، الطبعة الأولى، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية: 2015، ص 39 / 40.

الفصل التمهيدي: الأحكام العامة للعلامة التجارية.

المشرع الجزائري على هذا الشرط في كل من نصوص القانون القديم¹ والجديد المتعلقين بالعلامات.²

والمقصود بهذا الشرط أن تتصف العلامة بطبيعية ذاتية تحول دون³ الخلط بينها وبين غيرها من العلامات الأخرى المماثلة، وتجعل من السهل التعرف عليها، فالعلامات الخالية من صفة التمييز قد استبعدت من طرف المشرع الجزائري.⁴

إن العلامة التجارية المجردة من صفة التمييز لا يمكن أن تعد علامة تجارية واجبة الحماية القانونية، كالعلامة التي تتكون من شكل شائع ومألوف كالمربع أو المثلث، أو تسميات الأشخاص "إبراهيم، توفيق..."، أوللدلالة على نوع المنتج أو جودته "دقيق ممتاز..."⁵، أو مصدر السلع "كالموز الإكوادوري" أو "الشوكولاتة السويسرية"، أو "الجبن الهولندية" ... الخ، أو الخصائص الأخرى المتصلة بها كذكر المعلومات المتعلقة بوزن السلعة أو قيمتها أو وجه استعمالها ... الخ.

وشرط التمييز الذي يشترطه القانون في العلامة التجارية إنما يتطلبه في حقوق الملكية الصناعية الأخرى كبراءات الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية⁶، وهو ما لا يتطلبه القانون في العلامات التجارية.

¹الأمر رقم: 66-57 المؤرخ في 27 ذي القعدة 1385 الموافق لـ: 19 مارس 1966 المتعلق بعلامات المصنع

والعلامات التجارية، ج ر عدد 23، مؤرخة في 22 مارس 1966.

²المادة 02 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات، السابق ذكره.

³المادة 07 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، السابق ذكره.

⁴وهيبة لعوارم بن احمد، مرجع سابق، ص 40.

⁵ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، أطروحة دكتوراه في العلوم

القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر - باتنة: 2012/2011، ص 75.

⁶فرحة زراوي الصالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الحقوق الفكرية، دار ابن خلدون، الجزائر: 2006، ص

الفرع الثاني: شرط الجودة.

يعد شرط الجودة من أهم الشروط الموضوعية اللازم توافرها في العلامة التجارية، والمقصود بالجدة هو عدم سبق استعمال نفس العلامة داخل إقليم الدولة على ذات السلع والمنتجات المراد استخدامها، ووضع العلامة التجارية عليها، إذ يشترط لصحتها عدم المساس أو الإصرار بحقوق سابقة للغير كعلامة مسجلة سابقا أو تكون معروفة عند الكافة.¹

وتقدير جدة العلامة يكون بالنظر الى مجموعة العناصر كوحدة واحدة، فلا يوجد ما يمنع اشتراك بعض العناصر المكونة كعلامة ما مع عناصر مكونة لعلامة أخرى في نفس المجال، مادام أن عناصرهما في مجموعهما مختلفة التركيب والمظهر.²

بالرجوع إلى قانون العلامات الجديد نجد أن المشرع قد نص في المادة 07 الفقرة 09 على أنه: "نستثنى من التسجيل"، الرموز المطابقة أو المشابهة لعلامة كانت محل طلب تسجيل أو تسجيل يشمل سلعا أو خدمات مطابقة أو مشابهة لتلك، التي سجلت من أجلها علامة الصنع أو العلامة التجارية إذا كان هذا الاستعمال يحدث لبسا.³

فالمعيار الأساسي إذن لاعتبار استعمال العلامة التجارية من طرف شخص آخر أمر جائز أم لا، هواء مكانية خلق اللبس في الذهن بين السلعتين من عدمه⁴، ولا يقصد بشرط الجودة عدم سبق استعمالها نهائيا (الجدة المطلقة)، بل أن مناط شرط جودة العلامة هو الجودة النسبية التي تمنع اللبس أو التضليل في مصدر المنتج أو البضائع.

¹ وهيبة لعوارم بن احمد، مرجع سابق، ص 43.

² يزيد ميلود، الحماية الجنائية للعلامة التجارية، دراسة مقارنة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، كلية الحقوق، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، الجزائر: 2010، ص 08.

³ أنظر المادة 07 فقرة 09 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات السابق ذكره.

⁴ وهيبة لعوارم بن احمد، مرجع سابق، ص 44.

الفصل التمهيدي: الأحكام العامة للعلامة التجارية.

ويلاحظ أن هذا الشرط - شرط الجودة - شرط غير مطلق، وإنما هو مقيد في مناح ثلاثة: من حيث نوع المنتجات (مبدأ تخصيص العلامة) (أولاً) من حيث المكان (ثانياً) ومن حيث الزمان (ثالثاً).

أولاً: من حيث نوع (الصنف) المنتجات (مبدأ تخصيص العلامة).

لكي تشكل العلامة أسبقية فإنه من الضروري أن تكون الأسبقية موجودة في نفس المجال التجاري الذي يراد إيداع العلامة فيه، وعليه يمكن إيداع نفس العلامة التي سبق تسجيلها في قطاعات أو مجالات تجارية أخرى مختلفة ومتباينة¹، فالعلامة لا تكون محمية قانونياً إلا في حدود المنتجات أو الخدمات التي قيدت من أجلها العلامة²، وذلك تطبيقاً لمبدأ تخصيص العلامة.

وعليه فإن استخدام علامة لتمييز منتج معين، لا يمنع الغير من استخدام نفس العلامة لتمييز منتجات أخرى مختلفة عنها اختلافاً بتسجيل الخط بينهما، والجدير بالذكر أن تقدير قيام التشابه بين سلع أو خدمات علامتين تستقل بها محكمة الموضوع، دون فرض رقابة عليها من محكمة القانون³، لأنها مسألة واقعية وليست قانونية⁴.

ثانياً: من حيث المكان (مبدأ إقليمية العلامة).

تتمتع العلامة التجارية بالحماية القانونية عموماً في كل إقليم الدولة، بمعنى أن العلامة تعتبر جديدة إذا لم يسبق استعمالها داخل إقليم الدولة بأكمله، فإذا سبق استعمالها في منطقة أو جزء فقط من الإقليم كان ذلك كافياً لفقد عنصر الجودة في العلامة

¹يزيد ميلود، مرجع سابق، ص 09.

²وهيبة لعوارم بن احمد، المرجع السابق، ص 45.

³معوض عبد الوهاب عبد التواب، الوسيط في شرح الجرائم والغش والتدليس وتقليد العلامة التجارية، عمان الأردن: ط 1، 1985، ص 207

⁴وهيبة لعوارم بن احمد، مرجع سابق، ص 45.

الفصل التمهيدي: الأحكام العامة للعلامة التجارية.

التجارية¹، ومنه فإذا كانت علامة تجارية محل استعمال في الجزائر، فلا يجوز لشخص آخر استعمال نفس العلامة، لتمييز سلع مماثلة في الجزائر لأن الحماية القانونية تمتد إلى جميع الإقليم الجزائري، أما العلامة التي تم إيداعها في الخارج ولم تودع في الجزائر، فلا تتمتع بالحماية القانونية في الجزائر لأن القانون الجزائري لا يحمي إلا العلامات المودعة في الجزائر.²

ثالثا: من حيث الزمان.

لقد حدد المشرع الجزائري مدة عشر سنوات لملكية العلامة، تسري ابتداء من تاريخ إيداع الطلب³، وطبقا للمادة 18 من المرسوم التنفيذي رقم 75-277 الصادر في 02 أوت 2005 المتعلق بكيفية إيداع العلامات وتسجيلها، فإن طلب التجديد يقدم إلى المصلحة المختصة في مهلة (06) أشهر التي تسبق انقضاء التسجيل⁴، وعليه فعدم قيام مالك العلامة بالتجديد في هذه المهلة يسقط حق استئنائه بالعلامة، عندئذ يجوز للغير في الجهة المقابلة أن يستعمل هذه العلامات على منتجاته أو خدماته، وتجدر الإشارة إلى أن انقطاع صاحب العلامة عن الاستعمال الجدي لها لفترة طويلة يترتب إبطالها، باعتبارها أصبحت علامة متروكة أو مهجورة⁵، وتؤول بذلك العلامة إلى الملك العام ولا يجوز لشخص واحد أن يحتكر استثمارها.⁶

¹ عبد القادر سبتي، تقليد العلامات التجارية في القانون الجزائري والقانون المقارن، أطروحة دكتوراه كلية الحقوق، جامعة الجزائر (1): 2017، ص 35.

² وهيبة لعوارم بن احمد، المرجع السابق، ص 47/46.

³ المادة 05 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، السابق ذكره، والمادة 20 من الأمر 57/66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، السابق ذكره.

⁴ المادة 18 من المرسوم التنفيذي رقم 277/05 المؤرخ في 26 جمادى الثانية 1426 الموافق لـ: 2 غشت 2005، يحدد كليات إيداع العلامة وتسجيلها.

⁵ أنظر المادة 11 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات السابق ذكره.

⁶ وهيبة لعوارم بن احمد، مرجع سابق، ص 49.

الفرع الثالث: شرط عدم مخالفة النظام العام والآداب العامة (مشروعية العلامة التجارية).

كأصل عام فإن للشخص الحرية الكاملة في انتقاء علامته أو العناصر المكونة لها كاسمها أو شكلها، غير أن المشرع أورد مجموعة من القيود على هذه الحرية بمنعه من اتخاذ بعض الأشكال والصور كعلامة، فالعلامة تكون مشروعة إذا لم تكن قد اتخذت شكلا من الأشكال المحظورة قانونا¹، سواء بموجب القانون الوطني (الداخلي)، أو بموجب الاتفاقيات الدولية، وأن تكون غير مخالفة للنظام العام والآداب العامة.

باستقراء نص المادة 07 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات نجد أن المشرع الجزائري نص على مجموعة من الأشكال، الرموز، و الدمغات ... الخ²، التي لا يجوز اتخاذها كعلامة وهي مجموعة القيود الواردة على مبدأ الحرية المذكورة أعلاه.

كما أن اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية قد تضمنت بموجب المادة 06 منها نصا، ألزمت بموجبه الدول الأعضاء ومن بينها -الجزائر- بمنع تسجيل العلامات التي تتضمن شعارات إحدى الدول أو إشارات أو دمغاتها الرسمية، وكذلك شعارات بعض المنظمات الدولية، وغيرها من الإشارات والمختصرات والتسميات.³

المطلب الثاني: الشروط الشكلية للعلامة التجارية.

حسب الفقهاء فإن الإجراءات الشكلية الخاصة بالعلامة التجارية تتمثل أساسا في التسجيل، لذلك سنحاول أن نتناول هذا الموضوع من خلال تقسيم هذا المطلب الى فرعين، نتناول في الفرع الأول الهيئة المختصة بإجراء التسجيل، ونتناول في الفرع الثاني إجراءات الإيداع، التسجيل والنشر.

¹يزيد ميلود، مرجع سابق، ص 12.

²أنظر المادة 07 من الأمر 06/03، المتعلق بالعلامات، السابق ذكره.

³أنظر المادة 06 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، 1967.

الفرع الأول: تحديد الهيئة المختصة بإجراء التسجيل.

بعد استقلال الجزائر، وبمقتضى المرسوم رقم 248/36 المؤرخ في: 10 جويلية 1963، تم إنشاء المكتب الوطني للملكية الصناعية (O.N.P.I)¹، وكانت صلاحياته تشمل كافة الملكية الصناعية²، ثم تم إنشاء المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية (I.A.N.P.I) Institut Algérienne de Normalisation et de Propriété Industrielle بموجب الأمر 62/73 المؤرخ في 12 نوفمبر 1973³، ثم انتقلت اختصاصات المكتب الوطني للملكية الصناعية لهذا المعهد⁴، ثم تم إنشاء المركز الوطني للسجل التجاري (C.N.R.C)⁵، ثم تم دمج اختصاصات الملكية الصناعية ضمن مهامه بموجب مرسوم 249/86 المؤرخ في 30 جوان 1986⁶، ثم أخيرا تم إصدار المرسوم التنفيذي رقم 68/98 المؤرخ في 21 نوفمبر 1998⁷، المتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية (I.N.A.P.I)⁸.

من كل ما سبق، فإنه على كل من يرغب في إيداع طلب تسجيل علامة أن يستكمل الإجراءات القانونية لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية.

¹ Office national de la propriété Industrielle.

² أنظر الجريدة الرسمية 19 يوليو 1963، عدد 49، ص 726.

³ وهيبة لعوارم بن احمد، مرجع سابق، ص 54.

⁴ أنظر المادة 03 من الأمر 62/73 المؤرخ في 21 نوفمبر 1973، ج ر مؤرخة في 27 نوفمبر 1973، العدد 95.

⁵ Centre National de Registre Commerce.

⁶ مرسوم التنفيذي 249/86 المؤرخ في 30 جوان 1986، الجريدة الرسمية المؤرخة في 01 أكتوبر 1986، العدد 40

⁷ المرسوم التنفيذي 68/98 المؤرخ في 21 فيفري 1998، المتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية

وتحدد قانونه الأساسي، ج.ر المؤرخة في 01 مارس 1998، العدد 11.

⁸ Institut National Algérienne de Propriété Industrielle.

الفرع الثاني: إجراءات تسجيل العلامة التجارية.

إن إجراءات التسجيل هي عبارة عن مجموعة من الإجراءات المتتالية، بإيداع الطلب لدى المصلحة المختصة، ثم فحص الطلب من طرف هذه الأخيرة، ثم التسجيل وانتهاء بنشر العلامة في النشرة الرسمية الخاصة بالعلامات التجارية، يحق لأي شخص طبيعيا كان أو معنويا، له نية في استخدام علامة ما، أن يتقدم بإيداع طلب تسجيلها لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية وفق ما يقرره القانون.¹

ويمكن أن يكون طالب العلامة جزائريا أو أجنبيا، إلا أن المشرع اشترط في حالة عدم إقامة صاحب طلب التسجيل في الجزائر، أن يمثله لدى المصلحة المختصة (I.N.A.P.I) وكيل، وأن يصحب ذلك الطلب بوكالة.²

وعموما تتمثل إجراءات تسجيل العلامة فيما يلي:

أولا: إيداع طلب التسجيل.

تعتبر عملية الإيداع أولى مراحل تسجيل العلامة، ويتم إيداع طلب التسجيل لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، أو يرسل له عن طريق البريد أو بأية وسيلة أخرى مناسبة تثبت الاستلام، وتسلم أو ترسل إلى المودع أو وكيله نسخة من طلب التسجيل، تحمل تأشيرة المصلحة المختصة وتتضمن تاريخ وساعة الإيداع.³

¹ Amor Bouhnik, Création et développer une marque en Algérie, Manuel de développement de la propriété intellectuelle, INAPI, Algérie, P 21.

² أنظر: المرسوم التنفيذي رقم 277/05، يحدد كيفية إيداع العلامات وتسجيلها، السابق ذكره.

³ أنظر المادة 03 من نفس المرسوم.

الفصل التمهيدي: الأحكام العامة للعلامة التجارية.

ويجب أن يحزر الطلب على النموذج الذي تسلمه المصلحة المختصة، ويشترط أن يحتوي على بيانات إجبارية نذكر منها خاصة: اسم المودع، بيان السلع أو الخدمات التي تنطبق عليها العلامة، أو الأصناف المقابلة للتصنيف المحدد قانونا.¹

نصت المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 277/05 على مجموعة من البيانات التي يجب أن يتضمنها طلب تسجيل العلامة التجارية وهي كالآتي:

- طلب تسجيل يقدم في الاستمارة الرسمية يتضمن اسم المودع وعنوانه بالكامل.
- صورة من العلامة أن لا يتعدى مقاسها الإطار المحدد لهذا الغرض في الاستمارة الرسمية، وإذا كان اللون عنصرا مميزا للعلامة ويشكل ميزة للعلامة، على المودع ان يرفق بصورة ملونه للعلامة.
- قائمة واضحة وكاملة للسلع والخدمات.
- وصل يثبت دفع رسوم الإيداع والنشر المستحقة.

ويعتبر الإيداع هو تاريخ استلام المصلحة المختصة الطلب المذكور أعلاه.²

كما يجب أن يرفق الطالب في الحالة التي يكون فيها المودع مقيما في الخارج بوكالة، تكون هذه الوكالة مؤرخة وممضاة وتحمل اسم الوكيل وعنوانه.³

ثانيا: فحص طلب التسجيل.

يلعب الإيداع دورا هاما في اكتساب ملكية العلامة، لهذا يقوم المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بفحص الطلب المودع من ناحية الشكل ومن ناحية المضمون، فإذا كان الفحص ايجابيا من الناحيتين يعد الإيداع مقبولا، وعلى اثر ذلك تقوم الهيئة المختصة بتحرير يثبت تاريخ الإيداع، ساعته ومكانه، وكذا رقم التسجيل ودفع

¹فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص 234.

²أنظر: المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 277/05، الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، السابق ذكره.

³أنظر: المادة 06 و07 من نفس المرسوم.

الفصل التمهيدي: الأحكام العامة للعلامة التجارية.

الرسوم، ونظرا للبيانات المدرجة فيها تعد هذه الوثيقة ذات أهمية بالغة لفض النزاعات المحتملة التي يمكن أن تقع بين عدة مودعين، باعتبار أن الإيداع يلعب دورا مهما في اكتساب ملكية العلامة.¹

فمن الناحية الشكلية يقوم المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بفحص ما إذا كان الإيداع مستوفيا للشروط القانونية المنصوص عليها في المواد 04، 06، 07 من المرسوم التنفيذي 277/05 السابق ذكرها أعلاه، وعند عدم استيفاء الطلب المودع لهذه الشروط، يطلب من المودع تسوية طلبه في أجل شهرين، وفي حالة عدم قيام المودع بالتسوية خلال المدة القانونية فإنه يتم رفض طلب تسجيل العلامة.²

أما إذا كان الفحص الشكلي ايجابيا، فإن المصلحة المختصة (I.N.A.P.I) تتناول فحص المضمون، وذلك بالبحث فيما إذا كانت العلامة المودعة مطابقة للقانون أم لا، أي التأكد من عدم كونها مستثناة من التسجيل، لسبب أو عدة أسباب من الأسباب المنصوص عليها في المادة 07 من الأمر 06³/03، وعند التأكد من عدم وجود أي سبب من أسباب الرفض، فإن المصلحة المختصة تقوم بتسجيل العلامة⁴، أما إذا كان فحص المضمون سلبيا لوجود سبب من أسباب الرفض المبينة قانونا. فإن المصلحة المختصة تبلغ المودع بذلك، وتطلب منه تقديم ملاحظاته في أجل لا يتعدى الشهرين من تاريخ التبليغ، ويمكن تمديد هذا الأجل عند الضرورة لنفس المدة بناء على طلب مغل من صاحب الطلب.⁵

¹ فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص 235.

² المادة 10 من نفس المرسوم.

³ أنظر: المادة: 11 من المرسوم التنفيذي 277/05 الذي يحدد كفايات إيداع العلامة وتسجيلها، السابق ذكره.

⁴ أنظر: المادة: 12 ف 1 من نفس المرسوم.

⁵ أنظر: المادة: 12 ف 2 من نفس المرسوم.

الفصل التمهيدي: الأحكام العامة للعلامة التجارية.

إذا تبين للمصلحة المختصة ان فحص المضمون مطابق لجزء فقط من السلع والخدمات المبينة في الطلب، فان تسجيل العلامة لا يتم إلا لهذه السلع والخدمات.¹

ثالثا: التسجيل والنشر.

1/ التسجيل:

يعتبر التسجيل قرار قيد العلامة في سجل خاص يمسكه المعهد، بعد التأكد من أنها مطابقة شكلا ومضمونا²، وهنا يتجلى الفرق بين الإيداع والتسجيل فالأول هو عملية تسليم ملف التسجيل من طرف صاحب العلامة أو وكيله حضوريا أو عن طريق البريد، أما الثاني (التسجيل) فهو الإجراء الذي تقوم به المصلحة المختصة والمتمثلة في المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، قصد قيد العلامة التجارية في السجل الخاص بها، بعد قيامها بالتحري بين العلامات التجارية المسجلة وطلبات التسجيل.³

ويتمتع المعهد الوطني من خلال اختصاصاته في اتخاذ قرار التسجيل بسلطة واسعة في الفحص المسبق للتأكد من مشروعية العلامة، ومن الصفة المميزة للمنتوج أو الخدمة عن باقي المنتجات والخدمات المماثلة، مع التحقق من عدم مطابقتها لأي علامة أخرى مسجلة أو قدم بشأنها طلب للتسجيل إلى جانب الشروط الشكلية أو الإجرائية، التي يكون بصدده نظر مدى توافرها لقبول التسجيل أو رفضه.⁴

2/ النشر:

بعد دراسة المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ملف طلب تسجيل العلامة على المنتوج أو الخدمة، والتحقق من استيفاء كافة الشروط والجزاءات القانونية وصحة

¹أنظر: المادة: 12 ف 5 من نفس المرسوم.

²أنظر: المادة: 14 من نفس المرسوم.

³وهيبة لعوارم بن احمد، مرجع سابق، ص 57.

⁴نوراة حسين، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، دون طبعة، الامل للطباعة والنشر، تيزي وزو: ص 58/57.

الفصل التمهيدي: الأحكام العامة للعلامة التجارية.

كل من الإيداع والتسجيل شكلا وموضوعا يصدر قرار نشرها، ليتم إعلام الجمهور بالعلامة المسجلة واحتكارها من طرف مستعملها الذي يحظى بحماية قانونية بعد تسجيلها، ويتم على اثر ذلك إعداد خمسة نسخ تحمل كل نسخة رقم التسجيل، طابع المصلحة وتأشيرة مدير المعهد أو ممثله، ثم توجه إلى المودع أو وكيله نسخة تكون بمثابة شهادة تسجيل.¹

بعد ذلك تنشر العلامة في المنشور الرسمي الخاص بالمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية على نفقة صاحب العلامة²، وينشر هذا المنشور كل العقود المتعلقة بالعلامات من تسجيل وتجديد وإضافة إلى إبطال أو إلغاء، وكل قيد سجل بمقتضى الامر رقم 06/03 السابق ذكره.³

¹نوارة حسين، مرجع سابق، ص 58/59.

²نوارة حسين، المرجع نفسه، ص 59.

³أنظر: المادة: 03 الفقرة ب/3 من المرسوم التنفيذي رقم 70/92، المتعلق بالنشرة الرسمية للاعلانات القانونية، ج ر مؤرخة في 23 فيفري 1992، عدد 14.

ملخص الفصل التمهيدي:

تعرف العلامة التجارية بأنها عبارة عن رموز وأشكال ابتكرها التجار لتمييز مختلف سلعهم وخدماتهم والتسهيل على المستهلك التعريف عليها وهي الغاية الأساسية للعلامة. أمام التطور التكنولوجي والذي أدى بالضرورة إلى ظهور أنواع جديدة وعديدة من العلامات مع اختلاف أساليب ترويج وتوزيع السلع إلى جمهور المستهلكين، وبذلك ازدادت أهمية العلامة التجارية من الناحية الاقتصادية والإعلامية، حيث أثرت على تصرفات المتعاملين الاقتصاديين خاصة، لأن العلامة التجارية تعد من أهم عناصر الملكية الصناعية ارتأينا أن نحاول معرفة الأحكام العامة لها، وذلك من خلال التطرق إلى أهم التعاريف التي شملت العلامة وأبرز خصائصها ، كما لا ننسى أن تشمل مهمتنا البحثية التطرق إلى أهم عناصر وأشكال العلامة التجارية وذلك في فصل تمهيدي شمل الأحكام العامة للعلامة التجارية وذلك لأهميتها البالغة في الجانب الاقتصادي.

ونخلص في كل ما تقدم أن المشرع الجزائري أولى أهمية بالغة للعلامة التجارية، ذلك من حيث التطبيق القانوني لها، حيث نجد انه وضع شروطا دقيقة من أجل الاعتراف بعلامة معينة وإحاطتها بالحماية القانونية اللازمة، وهذه الشروط قسمين: أولها الشروط الموضوعية كشرط التمييز، شرط الجودة وشرط المشروعية، أما بخصوص الشروط الشكلية، تتمثل في إجراءات تسجيل العلامة بداية بكيفية إيداع طلب التسجيل مرورا بفحص الطلب وأخيرا تسجيل العلامة وشهرها للإعلام من اجل استحقاق الحق الناشئ عن التسجيل وهو الحق الاستثنائي الذي يتمتع به صاحب العلامة بعد التسجيل.

الفصل الأول

الفصل الأول: تحديد الأعمال التي تشكل جرائم الإعتداء على العلامة التجارية.

تعتبر العلامة التجارية أحد عناصر الملكية الفكرية عموماً والملكية الصناعية على وجه الخصوص، وقد حظت باهتمام واسع منذ القدم، حيث كانت محل استخدام في العديد من الأحقاب العابرة، واليوم أمام التطور والتزايد الهائل الذي تشهده المعاملات التجارية، زيادة التنافس على تسويق المنتجات والخدمات في السوق، ازدادت أهمية العلامة التجارية حيث أصبحت تلعب دوراً مهماً في سرعة ومرونة تنفيذ هذه المعاملات، وهذا ما حتم توفير وسائل قانونية لحمايتها من أي اعتداء وذلك لحماية أصحاب العلامات من جهة ومن جهة أخرى حماية لحقوق المستهلك والاقتصاد الوطني من جهة أخرى.

أقر المشرع الجزائري حماية قانونية للعلامة التجارية وتشمل الحماية الجزائية والحماية المدنية، وتقتصر الحماية الجزائية المقررة على العلامات المسجلة فقط دون العلامات الغير مسجلة التي يمكن حمايتها عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة. وتكون الحماية الجزائية للعلامة التجارية ضد مختلف أشكال وصور التعدي عليها، أي ضد كل الأفعال التي لا تشكل اعتداء على العلامة، وتكون هذه الأخيرة موضوع دراستنا في هذا الفصل حيث ارتأينا تقسيمه إلى بحثين نتناول في المبحث الأول جريمة التقليد والجرائم المرتبطة بها، أما في المبحث الثاني فسنطرق للجرائم الغير مرتبطة بالتقليد.

المبحث الأول: جريمة التقليد والجرائم المرتبطة بها.

لم يحدد المشرع الجزائري مفهوم التقليد في ظل القانون القديم حيث قام بسرد الأفعال التي تعتبر تعدياً على العلامة سواء كان التعدي مباشراً أو غير مباشر¹، أما في القانون

¹أنظر المواد: 28، 29، 30 من الأمر 57/66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، السابق ذكره.

الفصل الأول: تحديد الأعمال التي تشكل جرائم الإعتداء على العلامة التجارية.

الحالي فلقد نص على أنه: " يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة".¹

وهكذا فان المشرع قد تبني المفهوم الواسع للتقليد، الذي يشمل كل التصرفات التي من شأنها المساس بحقوق صاحب العلامة، دون أن يقوم بتحديد لها، وسنعترض في هذا المبحث لجنحة التقليد (مطلب أول)، وبعض الجرائم المرتبطة بها والمتمثلة في جنحة تشبيه العلامات أو التقليد التدلّيسي (مطلب ثان)، جنحة استعمال مقلدة (مطلب ثالث)، وجنحة بيع منتجات عليها مقلدة في (المطلب الرابع).

المطلب الأول: جنحة التقليد.

تشمل جنحة التقليد كل من التقليد بالنقل، وهو ما يعبر عنه بالتقليد في مفهومه الضيق²، ويكون بنقل العناصر الأساسية للعلامة، ويحصل معه تطابق العلامة المقلدة مع العلامة الأصلية، وفي هذا المطلب سنتناول مفهوم التقليد بالنقل من خلال (الفرع الأول)، أما (الفرع الثاني) فسنعرضه لأركان هذه الجريمة وهي الأركان التقليدية والمتمثلة في الركن الشرعي، الركن المادي والركن المعنوي، ثم نتناول أسس تقدير قيام التقليد (فرع ثالث).

الفرع الأول: مفهوم التقليد بالنقل Contrefaçon par Reproduction.

تعرف جنحة التقليد العلامة بالنقل على أنها النقل الحرفي للعلامة نقلا مطابقا أو نقل الأجزاء الرئيسية منها³، بحيث تكاد تكون العلامة المقلدة مطابقة للعلامة الأصلية، مما يوقع المستهلك المتوسط الحرص في الخطأ وعدم القدرة على التمييز بينهما.⁴

¹أنظر المادة 01/26 من الأمر رقم 06/03 والمتعلق بالعلامات، السابق ذكره.

²وليد كحول والكاينة زواوي، "الحماية الجزائرية للعلامات في التشريع الجزائري"، مجلة المنتدى القانوني، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد السادس، الجزائر: (د.س.ن)، ص 276.

³المرجع نفسه، ص 276.

⁴وهيبة لعوارم بن احمد، مرجع سابق، ص 137.

الفصل الأول: تحديد الأعمال التي تشكل جرائم الإعتداء على العلامة التجارية.

وعادة ما يعطي لفعل التقليد معنى واسع، ذلك أنه يشمل جميع الأفعال التي من شأنها أن تشكل اعتداء على الحق في العلامة، وهذا المفهوم تبناه المشرع الجزائري من خلال القانون الجديد الخاص بالعلامات.

أما المعنى الضيق للتقليد فيقصد به النقل الحرفي لكل أو لجزء من علامة الغير¹، وتجدر الإشارة إلى أن بعض التشريعات العربية كالتشريع الأردني استعمل مصطلح "تزوير" العلامة لتمييزها عن جريمة تقليد العلامة، فالتزوير هو النقل الحرفي أو الكامل لعلامة الغير، أما التقليد فهو وضع علامة مشابهة أو قريبة الشبه بالعلامة الأصلية، مما يتطلب الخلط بين هاتين العلامتين.²

الفرع الثاني: أركان جريمة التقليد.

أولاً: الركن الشرعي:

لاعتبار الفعل جريمة لابد من وجود نص يجرمه ويعاقب عليه، فدراسة أي جريمة معينة يقتضي أولاً البحث عن النص القانوني الذي يتعلق بالفعل المجرم فيها، وهذا النص إما أن يوجد في قانون العقوبات أو في القوانين المكملة له، وهو الذي يحدد ماهية الجرائم بدقة، ويبين عقوباتها، وذلك ما يسمى في دراسة الركن الشرعي للجريمة بمبدأ قانونية الجرائم والعقوبات.³

هذا المبدأ الذي نص عليه المشرع الجزائري في المادة الأولى من قانون العقوبات بقوله: "لا جريمة ولا عقوبة أو تدابير أمن بغير قانون"، والذي يعتبر من أهم المبادئ التي تكرر في الدساتير العالمية المختلفة، وقد اخذ بها المشرع الجزائري في الدساتير

¹يزيد ميلود، مرجع سابق، ص 36.

²أنظر: رضوان عبيدات، "تزوير العلامات التجارية وموقف المشرع الأردني من هذه الجريمة بشكل خاص"، مجلة دراسات، المجلد 26، علوم شرعية والقانون، عمادة البحث العلمي -الجامعة الأردنية-، 1999 ص 722، نقلا عن: وهيبه لعوارم بن احمد، مرجع سابق، ص 139.

³منصور رحمانى، الوجيز في القانون الجنائي العام، دار العلوم للنشر، عنابة الجزائر: 2006، ص 126.

الفصل الأول: تحديد الأعمال التي تشكل جرائم الإعتداء على العلامة التجارية.

المتعاقبة، فقد نص عليه في دستور علم 1963 في المادة 11 ونص دستور 1976 في المادة 45 "لا تجريم إلا بقانون صادر قبل ارتكاب الفعل الإجرامي"، كما نص عليه دستور 1989 في المادة 43 "لا إدانة إلا بمقتضى قانون صادر قبل ارتكاب الفعل المجرم"، كما أقره كذلك دستور 1996 في المادة 46 التي تنص على أنه: "لا إدانة إلا بمقتضى قانون صادر قبل ارتكاب الفعل المجرم".¹

أورد المشرع الجزائري جريمة تقليد العلامة التجارية بموجب المادة، 28 من الأمر رقم 57/66 السالف الذكر²، ولكنه لم يتطرق لمفهومها الواسع وهذا ما تداركه في الأمر رقم 06/03 حيث نص على أنه: "تعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة، قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة"³، وبهذا يكون المشرع قد تبنى المفهوم الواسع للتقليد ويقصد به عامة كل التصرفات التي يقوم بها الغير إهدارا لحقوق صاحب العلامة، أي كل الأعمال التي تعد مخالفة لحقوقه الشرعية.⁴

ثانيا: الركن المادي.

يعاقب القانون على الأفعال المادية التي تطابق نص التجريم، والتي تشكل ماديات الجريمة، فالقانون لا يعاقب على النوايا مهما كانت سيئة وشريرة، مادامت مكنونة ومحبوسة في نفس الجانب دون أن تظهر الى العالم الخارجي بفعل مادي ملموس⁵، ويتكون الركن المادي لكل جريمة من عناصر ثلاث، وهذه العناصر هي: السلوك الإجرامي، والنتيجة والرابطة السببية بين السلوك والنتيجة⁶، والسلوك هو العمل الذي يقوم

¹ وهيبة لعوارم بن احمد، مرجع سابق، ص 89.

² أنظر: المادة 28 من الأمر 57/66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، السابق ذكره.

³ أنظر المادة 26 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، السابق ذكره.

⁴ يزيد ميلود، مرجع سابق، ص 38.

⁵ عبد الله سليمان، شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم العام، الجزء الأول، -الجريمة-، ديوان المطبوعات الجامعية،

بن عكنون، الجزائر: 2002، ص 144.

⁶ منصور رحمانى، مرجع سابق، ص 93.

الفصل الأول: تحديد الأعمال التي تشكل جرائم الإعتداء على العلامة التجارية.

به الجاني وقد يكون ايجابيا أو سلبيا وجريمة التقليد تتطلب سلوكا ايجابيا يتمثل في فعل التقليد عن طريق إضافة أو إنقاص عنصر من العلامة الأصلية.

والنتيجة تتمثل في الأثر المترتب على السلوك الجرمي والذي تحدث تغيير في العالم الخارجي، وتتمثل عادة في الخلط والتضليل الذي يقع فيه المستهلك العادي بين العلامة المقلدة والعلامة الأصلية.

ولا يشترط أن يقع الخلط والتضليل فعلا لتحقيق جريمة التقليد، بل يكفي أن يكون ذلك ممكنا ومحتمل الوقوع¹، فهذه الجرائم تتم فيها الجريمة بمجرد السلوك دون تحقق نتيجة، ويطلق عليها اسم الجرائم الشكلية.²

ولقيام المسؤولية الجزائية عن نتيجة إجرامية معينة، يجب أن يكون الشخص قد تسبب فيها بسلوكه الإجرامي، وهو ما يطلق عليه بالعلاقة السببية بين الفعل الجرمي والنتيجة، وهي العنصر الثالث من عناصر الركن المادي، ولا تشكل هذه الأخيرة في جريمة تقليد العلامة التجارية أي اشكال لان القاضي الموضوع هو الذي يقدر مدى وجود التقليد من خلال المقارنة بين أوجه الشبه المتواجدة بين العلامة الأصلية والعلامة المقلدة والتي من شأنها توقيح المستهلك في لبس وغموض بين العلامتين.³

ثالثا: الركن المعنوي:

لا يكفي الإلمام بالركن المادي لإسناد المسؤولية الجزائية إلى شخص ما، فالركن المادي يعبر عن جسد الجريمة ووجودها بينما يعبر الركن المعنوي عن الناحية النفسية للجريمة، وبه تنتسب الجريمة إلى فاعل ما ليتحمل مسؤولية تلك الجريمة أو لا تنتسب إليه، وشتان بين من ارتكب جريمة عن علم وقصد وإرادة، وبين من فعل ذلك خطأ، وليس

¹أمنة صامت، "الحماية الجزائية للعلامة التجارية من جريمة التقليد"، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الاقتصادية و.ق، العدد 13، الجزائر: 2015، ص 89.

²عبد الله سليمان، المرجع السابق، ص 145.

³وهيبة لعوارم بن احمد، مرجع سابق، ص 134.

الفصل الأول: تحديد الأعمال التي تشكل جرائم الإعتداء على العلامة التجارية.

من العدالة تحميلهما المسؤولية معا، أو إعفائهما معا، والذي يقدم على الركن المادي بعناصره السالفة إما أن يكون قاصداً ذلك أو لا يكون¹، ومن هنا تتجلى لنا صورتين للخطأ وهما: الخطأ العمدي، والخطأ غير العمدي، وجريمة التقليد هي من الجرائم العمدية ويتخذ الركن المعنوي في هذه الجرائم صورة القصد الجنائي بعنصره: العلم والإرادة.²

وبالرجوع إلى ما جاء به المشرع الجزائري في القانون الحالي للعلامات لما تكلم عن جنحة التقليد، نجد أنه لم يبين ان كان سبب ذلك الخرق عملا عمديا صادرا من الغير أم يكفي أن يكون الخرق ناتجا عن إهمال أو عدم احتياط الغير الذي قام بصنع أو وضع علامة مطابقة أو مشابهة لعلامة مسجلة.³

وهذا على عكس ما كان عليه الحال في ظل الأمر 57/66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، حيث اشترط صراحة لقيام جنحة التقليد في بعض صورها توافر القصد الجنائي، وهذا ما نصت عليه المادة 28 منه بقولها: "... الذين يبيعون أو يضعون للبيع عن قصد منتجا واحدا أو عدة منتجات ملبسة بعلامة مقلدة أو موضوعة عن طريق التدليس"، وما يفهم من النص السابق أن جريمة التقليد يجب أن يتوافر فيها عنصر القصد الجنائي.⁴

ولعل سكوت المشرع الجزائري في الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات الركن المعنوي لجنحة التقليد، يعود إلى أن هذا الركن قائم في هذه الجنحة بمجرد وقوع التقليد، دون

¹منصور رحمانى، مرجع سابق، ص 105.

²Iany Randrianirina, le droit de marque, Thèse Droit Privé, Docteur, Université de Poitiers, France, 2013, p 436/437.

³وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015، ص 97.

⁴أنظر: المادة 28 من الأمر 57/66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، السابق ذكره.

الفصل الأول: تحديد الأعمال التي تشكل جرائم الإعتداء على العلامة التجارية.

البحث عن سوء نية المقلد، فبمجرد تسجيل العلامة لدى الجهة المختصة أي -المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية- يفترض علم الجميع بها.

الفرع الثالث: أسس تقدير قيام التقليد.

لم يقم المشرع بوضع معيار موحد لتحديد درجة التشابه بين العلامتين التي تؤدي الى تضليل الجمهور، مما دفع القضاء إلى وضع مجموعة من الضوابط والمعايير يستند عليها في تحديد مدى قيام التقليد، وتتمثل في أساسين هما: أساس متعلق بالعلامة ذاتها، وأساس متعلق بالمستهلك، وسنتناول كلا من الأساسين كآتي:

أولاً: الأساس المتعلق بالعلامة: وينقسم هذا إلى مجموعة من المعايير وهي:

01/ العبرة بالمظهر (الشكل) العام للعلامة:

فالعبرة عند إجراء المقارنة بين العلامتين الأصلية والمقلدة يكون بالسمات البارزة، أي المظهر العام والصورة العامة التي تنطبع بالذهن لا بالعناصر الجزئية المكونة لها، ويعتد بالتشابه العام بين العلامتين بصرف النظر عن التفاصيل الثانوية أو أوجه الاختلاف البسيطة.¹

02/ العبرة بالنظر للعلامة الواحدة فالأخرى:

فيجب عند إجراء القاضي للمقارنة بين العلامتين عدم النظر إليهما متجاورتين، بل ينظر لكل واحدة على حدى، الواحدة تلو الأخرى إذ من المستبعد واقعياً عرض العلامات التي تحمل علامة بشكل مجاور للعلامة الأصلية (المنتجات)، كما أن المستهلك لا تكون

¹وهيبة لعوارم بن احمد، مرجع سابق، ص 176.

الفصل الأول: تحديد الأعمال التي تشكل جرائم الإعتداء على العلامة التجارية.

معه العلامة الأصلية عند عملية شرائه للمنتجات، حتى يتمكن من إجراء مقارنة بين العلامتين الأصلية والمقلدة.¹

03/ العبرة بأوجه التشابه بين العلامتين:

فالمعيار الواجب الوقوف عليه للقول بوجود التقليد من عدمه، ينطلق من الأخذ بأوجه الشبه القائم بين العلامتين لا بأوجه الاختلاف، فإذا تركت أحدهما أثرا مشابهاً للأثر الذي تركته العلامة الأخرى فإنه يعد تقليداً²، أما إذا كانت أوجه الشبه ضئيلة مقارنة بأوجه الاختلاف، أي أن الاختلاف القائم بين العلامتين واضح بشكل صارخ فإنه لا يعتبر تقليداً.

ثانياً: الأساس المتعلق بالمستهلك:

العبرة بالمستهلك العادي:

إن المعيار الذي يعتمد عليه القضاء أثناء تقدير فعل التقليد، هو درجة وعي وانتباه المشتري، إذ يجمع الفقه والقضاء على الأخذ بعين الاعتبار بمعيار المشتري العادي أي المتوسط الحرص والانتباه³، وذلك لأن تقليد العلامة بهدف أساساً إلى تضليل جمهور المستهلكين فلا يأخذ بمعيار المشتري الفني أي شديد الحرص والخبرة، ومن أمثلة ذلك تاجر الجملة أو تاجر التجزئة أو الوكيل بعمولة وكل هؤلاء يعدون من ذوي الخبرة.⁴

¹بسمة بوبشطولة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة ماجستير فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد أمين دباغين، سطيف-2، الجزائر، 2015، ص 44.

²محمد مصطفى عبد الصادق، الحماية القانونية للعلامة التجارية اقليمية ودولياً، دراسة مقارنة، د.ط، دار الفكر والقانون، المنصورة، مصر، 2014، ص 307.

³وهيبة لعوارم بن احمد، مرجع سابق، ص 187.

⁴محمد مصطفى عبد الصادق، مرجع السابق، ص 308/307.

الفصل الأول: تحديد الأعمال التي تشكل جرائم الإعتداء على العلامة التجارية.

كما لا يؤخذ بمعيار تقدير المستهلك الغافل المهمل الذي يشتري دون ان يجري الفحص والتدقيق الذي يقتضيها العرف.¹

الجاني أن يتذرع بجعله بهذا التسجيل وبالتالي يعتبر سوء النية مفترضا²، وعليه يكون عبئ إثبات عكس ذلك على الجاني، كما يمكن أن يفسر سكوت المشرع وتعمده، عمومية النص أنه يعتبر جريمة التقليد جريمة مادية لا عبرة لقيام الركن المعنوي فيها.

المطلب الثاني: جنحة التقليد بالتشبيه أو التقليد التديسي **Contrefaçon par Imitation**

سيتم في هذا المطلب محاولة التطرق لمفهوم هذه الجريمة (فرع أول)، ثم محاولة معرفة أركان هذه الجريمة (فرع ثان) .

الفرع الأول: مفهوم التقليد بالتشبيه أو التقليد التديسي:

يعرف جانب من الفقه التقليد بالتشبيه بأنه: "اصطناع علامة متشابهة بصفة تقريبية للعلامة الأصلية من أجل خداع المستهلكين"³، كما عرفه البعض الآخر بأنه: "وضع علامة مشابهة أو قريبة الشبه من العلامة الأصلية مما يؤدي على احتمال الخلط بين هاتين العلامتين"⁴، وبناءا على ذلك فالتقليد بالتشبيه يركز على الشبه بين العلامتين بقصد خداع المستهلك، وهنا يظهر الفرق بين جريمة التقليد عن طريق النقل وجريمة التقليد عن طريق التشبيه، إذ أن الأولى تشترط النقل الكامل للعلامة أو أحد عناصرها المميزة، أما الثانية فهي اصطناع علامة مشابهة للعلامة الأصلية لإثارة الخلط في ذهن

¹ سعيدة راشدي، النظام القانوني للعلامات، مرجع سابق، ص 100.

² عدراء بن يسعد، "حماية العلامة التجارية من التقليد"، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة، عدد 46، الجزائر، 2016، ص 568.

³ فرحة زواوي صالح، مرجع سابق، ص 260.

⁴ صلاح سليمان الأسمر، العلامات التجارية في القانون الأردني والمصري، ص 91، نقلا عن: سعيدة راشدي، العلامات في القانون الجزائري الجديد، أطروحة دكتوراه، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2014، ص 241.

الفصل الأول: تحديد الأعمال التي تشكل جرائم الإعتداء على العلامة التجارية.

المستهلك بغرض استغلال سمعة العلامة الأصلية وتسويق منتجاته تحت غطاء هذه العلامة، وعليه لاعتبار التشبيه التدلّيسي فعل غير مشروع ومعاقب عليه يشترط أن يؤدي إلى الخلط في ذهن الجمهور.¹

وتجدر الإشارة إلى أن المشرع الجزائري قد نص على عقوبة جنحة التقليد بالتشبيه أو التقليد التدلّيسي بغرامة 1000 دج إلى 15000 دج وبالسجن من شهر إلى سنة، أو بإحدى العقوبتين فقط، وهذا بمقتضى المادة 29 الفقرة الأولى من الأمر 57/66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، الملغى والسابق ذكره.²

أما في ظل القانون الحالي للعلامات والمتمثل في الأمر 06/03، فلم يتم بإفراد عقوبة مخصصة لجنحة التقليد التدلّيسي، بل اكتفى بالنص على عقوبة التقليد، وهذا لأنه كما سبق وأن أوضحنا قد أخذ بالمعنى الواسع للتقليد.

الفرع الثاني: أركان جنحة التقليد بالتشبيه أو التقليد التدلّيسي.

أولاً: الركن الشرعي:

بالرجوع إلى أحكام المادة 26 من الأمر 06/03 نجد أن المشرع قد اعتبر تقليداً، كل مساس بالحقوق الاستثنائية للعلامة قام بها الغير، خرقاً لحقوق مالك العلامة، كما نصت على جريمة التقليد التدلّيسي أو التشبيه صراحة المادة 29 من الأمر 57/66 الملغى، بقولها: "... يجعلون منها صورته تدلّيسية من شأنها أن يندفع بها المشتري..."

ثانياً: الركن المادي:

يتمثل العنصر المادي لجريمة التقليد التدلّيسي أساساً في فعل اصطناع أو وضع علامة متشابهة أو قريبة الشبه من العلامة الأصلية بطريقة تجعل الخلط محتملاً لدى

¹ سعيدة راشدي، العلامات في القانون الجزائري الجديد، مرجع سابق، ص 241.

² أنظر: المادة 01/29 من الأمر 57/66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، السابق ذكره.

الفصل الأول: تحديد الأعمال التي تشكل جرائم الإعتداء على العلامة التجارية.

الجمهور بين العلامتين¹، بالإضافة إلى وجود معيار آخر في هذا الركن يتعلق بالمستهلك، وهو درجة وعي وانتباه المشتري، ويجمع القضاء والفقه على الأخذ بمعيار المستهلك العادي عند إجراء المقارنة بين العلامة الأصلية والعلامة المقلدة، أي المستهلك المتوسط الحرص والانتباه، دون فحص أو تدقيق²، كما لا يأخذ بمعيار المستهلك شديد الحرص أي أصحاب الخبرة والوعي الغير عادي.

ويشترط أن يكون التشبيه من شأنه أن يوقع المستهلك في الخط واللبس بين العلامتين، ولا يشترط أن يقع الخط والتضليل فعلا لتحقق الجريمة، وإنما يكفي أن يكون ذلك ممكنا ومحتمل الوقوع³، ولقضاة الموضوع سلطة تقديرية مطلقة في تقدير قيام التشابه واحتمال الخط من عدمه، بناء على المعايير السابقة.

ثالثا: الركن المعنوي:

لا يكفي لقيام جريمة تشبيه العلامة أو التقليد التدليسي مجرد القيام بالأفعال السابقة (الركن المادي)، بل لا بد أن تكون قد تمت بقصد الغش والتدليس من طرف الفاعل، فهي جريمة مقصودة تستوجب سوء نية الفاعل، وبناء على ذلك لا يمكن متابعة الجاني جزائيا في حالة عدم إثبات عنصر القصد لدى المعتدي⁴، وإثبات وجود سوء النية من عدمه يخضع للسلطة التقديرية لقاضي الموضوع والتي يمكن استنتاجها من الوقائع والدلائل المتوفرة والظروف المحيطة بالقضية.

¹سعيدة راشدي، مرجع سابق، ص 97.

²وهيبة لعوارم بن احمد، مرجع سابق، ص 187/188.

³أمنة صامت، الحماية الجزائية للعلامة التجارية من جريمة التقليد، مرجع سابق ص 89.

⁴سعيدة راشدي، العلامات في القانون الجزائري الجديد، مرجع سابق، ص 242.

الفصل الأول: تحديد الأعمال التي تشكل جرائم الإعتداء على العلامة التجارية.

وفي حالة ثبوت حسن نية الفاعل وانتفاء قصد الغش والتدليس فإنه لا يمكن متابعة هذا الأخير جزائياً، غير أنه يمكن متابعته مدنياً على أساس المسؤولية المدنية، وذلك لوجود الفعل المادي والمتمثل في وضع علامة الغير.¹

ونية الغش والتدليس في هذه الجريمة مفترضة وتستخلص من جملة الدلائل المتوفرة كالتشابه بين عناصر العلامتين، أي أن تشابه العلامات لا يمكن اعتباره من باب المصادفة البحتة، وإنما يفترض العلم بالعلامات الأولى المسجلة، ومن جملة هذه القرائن تثبت نية الفاعل أو المقلد، ويمكن لهذا الأخير إثبات حسن نيته بكافة طرق الإثبات.²

المطلب الثالث: جنحة استعمال علامة مقلدة.

سنحاول التعرض لتعريف هذه الجريمة (فرع أول)، وككل جريمة لا بد لقيامها توافر مجموعة من الأركان (فرع ثان).

الفرع الأول: مفهوم جنحة استعمال علامة مقلدة.

لقد جرم المشرع الجزائري في التشريع السابق للعلامات فعل استعمال علامة مقلدة ونص على عقوبة قانونية للقائم بها³، أما في التشريع الراهن فلم ينص على ذلك صراحة، إلا أنه يعتبر فعل معاقب عليه قانوناً، إذ من شأنه المساس بحقوق صاحب العلامة، والمشرع الجزائري اعتبر أن أي فعل من شأنه أن يضر بحقوقه صاحب العلامة يعتبر تقليداً، وعليه فإن الاستعمال يأخذ حكم التقليد وعقوبته.⁴

كما ينص التشريع الراهن على أن تسجيل العلامة تخول الحق لصاحبها في منع الغير من استعمال علامته استعمالاً تجارياً دون ترخيص مسبق منه على سلع أو خدمات

¹Haroun M.Ali, La protection de la Marque au Maghreb, O.P.U Alger, 1979, P226, نقلا

عن: وهيبه لعوارم بن احمد، مرجع سابق، ص 237.

²يزيد ميلود، مرجع سابق، ص 48.

³أنظر المادة 28 من الأمر 57/66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، السابق ذكره.

⁴أنظر المادة 26 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، السابق ذكره.

الفصل الأول: تحديد الأعمال التي تشكل جرائم الإعتداء على العلامة التجارية.

مماثلة أو مشابهة لتلك التي سجلت من أجلها العلامة، كما منحه القانون حق متابعة كل شخص استخدم لغرض تجاري علامة أو اسما تجاريا من شأنه أن يحدث اللبس والخلط بين السلع والخدمات المطابقة أو المشابهة دون الحصول على ترخيص مسبق من صاحبها.¹

وبناء على ذلك يعتبر فعل الاستعمال جريمة قائمة بحد ذاتها، دون اشتراط أن يكون مستعمل العلامة المقلدة أو المشبهة هو من قام بتقليدها أو تشبيهها، فقد يحصل أن يكون الشخص الذي استعمل العلامة المقلدة هو نفسه من قام بتقليدها، ويمكن أن يكون مستعمل العلامة شخص آخر غير المقلد.

والاستعمال المعاقب عليه هو الاستعمال التجاري الذي يؤدي إلى تداول المنتجات، وليس الاستعمال الشخصي، ففعل الاستعمال يقع بين فعل تقليد أو اصطناع العلامة وبين بيع المنتج الذي يحمل العلامة، فجريمة الاستعمال تقتض وجود علامة مقلدة أو مشبهة ثم استغلالها في المجال التجاري.²

الفرع الثاني: أركان جنحة استعمال مقلدة.

أولا: الركن الشرعي:

طبقا لمبدأ قانونية الجرائم والعقوبات³، فإن المشرع قد منح صاحب العلامة الحق في منع الغير من استعمال علامته تجاريا دون ترخيص مسبق منه على السلع والخدمات المماثلة أو المشابهة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها، كما نص على أن التسجيل

¹أنظر المادة 09 الفقرتين، و3 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، السابق ذكره.

²سعيدة راشدي، النظام القانوني للعلامات، مرجع سابق، ص 100.

³منصور رحمانى، مرجع سابق، ص 126.

الفصل الأول: تحديد الأعمال التي تشكل جرائم الإعتداء على العلامة التجارية.

يمنحه الحق في مواجهة الغير الذي يستعمل علامة تحدث اللبس بين السلع والخدمات المطابقة أو المشابهة.¹

ويأخذ فعل استعمال نفس حكم التقليد وهذا بنص المادة 26 من الأمر 03-06، التي اعتبرت كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة ما يعتبر تقليداً²، أما في ظل القانون السابق للعلامات فإنه قد نص على جنحة الاستعمال صراحة بموجب المادة 28 من الأمر 57/66 الملغى بقوله: "... الذين يقلدون، أو يستعملون علامة مقلدة"³

ثانياً: الركن المادي:

يتمثل الركن المادي لهذه الجريمة في الاستعمال، والذي وضع العلامة المقلدة على المنتجات أو البضائع أو الخدمات، لذلك يعد مرتكباً لهذه الجريمة كل من اشترى علامة ووضعها على منتجاته أو بضائعه، أو شخص حصل على عينة أو أغلفة مقلدة أو مشبهة واستخدمها لتصريف منتجاته أو بضاعته.

ويفترض الركن المادي لهذه الجريمة أولاً وجود علامة مقلدة أو تم تقليدها تدليسياً (مشبهة) ثم وجود فعل الاستعمال⁴، ووضع العلامة المحقق لجريمة الاستعمال يقع بين تاريخ فعل التقليد وبين عرض المنتجات التي تحمل علامة مقلدة للبيع أو بيعها فعلاً، لأن هذه الأفعال السابقة تعد جرائم قائمة بذاتها، وبعبارة أخرى فإن المشرع قد عاقب على الفعل المتوسط بين الفعلين، وهو وضع العلامة المقلدة أو المشبهة على المنتجات والبضائع والخدمات، إذا من المتصور وقوع هذه الجريمة بصورة مستقلة عن التقليد من جهة وعن البيع أو العرض للبيع من جهة أخرى.⁵

¹أنظر: المادة 09 الفقرة 2 و3 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، السابق ذكره.

²أنظر: المادة 26 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، السابق ذكره.

³أنظر: المادة 28 من الأمر 57-66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، السابق ذكره.

⁴سعيدة راشدي، مرجع سابق، ص 101.

⁵عبد القادر سبتي، مرجع سابق، ص 97.

الفصل الأول: تحديد الأعمال التي تشكل جرائم الإعتداء على العلامة التجارية.

ويعتبر كذلك من قبيل جريمة الاستعمال، استعمال علامة مقلدة أو مشبهة كعنوان أو رمز أو اسم تجاري¹، كوضع العلامة على الأوراق الخاصة بالتجارة أو الإعلان عنها على واجهة المحل التجاري، أو إلى جوار الاسم التجاري للمحل، أو في إعلانات موجهة إلى الجمهور، ويخرج من نطاق هذه الجريمة استعمال العلامات المقلدة أو المشبهة لأغراض شخصية، كما لو اشترى شخص ما بضائع مقلدة وليست له نية بيعها، لأن استعمال المعاقب عليه هو الاستعمال لغرض تجاري الذي يكون القصد منه تداول المنتجات أو البضائع.²

ثالثاً: الركن المعنوي:

كما سبقت الإشارة أن في جريمة التقليد لا يشترط إثبات سوء نية المقلد، إذ أن الفعل المادي والمتمثل في التقليد كاف لوحده لقيام المسؤولية الجزائية³، ونفس الشيء بالنسبة لجريمة استعمال علامة مقلدة إذ لا يشترط توافر القصد الجنائي.⁴

أما بالنسبة لجريمة استعمال علامة مشبهة أو تم تقليدها تدليسيا، ويشترط توافر القصد الجنائي، أي نية الغش والاحتيال، إذ ليس من المنطق اشتراط توافر سوء النية لدى المقلد تدليسيا، وعدم اشتراطه لمن يقوم باستعمالها.

وسوء النية أو نية الاحتيال والغش واجب لقيام جريمة استعمال علامة مقلدة تدليسيا، وبالتالي في حالة إثبات المتهم حسن نيته عن طريق إقامة الدليل على عدم علمه بواقعة التقليد فلا تقوم الجريمة.⁵

¹ سعيدة راشدي، النظام القانوني للعلامات، مرجع سابق، ص 101.

² عبد القادر سبتي، المرجع السابق، ص 97-98.

³ منصور رحمانى، مرجع سابق، ص 112.

⁴ فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص 270.

⁵ عبد القادر سبتي، مرجع سابق، ص 100.

المطلب الرابع: جنحة بيع أو عرض للبيع منتجات عليها علامة مقلدة أو مشبهة.

سنحاول التعرض لتعريف هذه الجريمة (فرع أول)، وككل جريمة لا بد لقيامها توافر مجموعة من الأركان (فرع ثان).

الفرع الأول: مفهوم جريمة بيع أو عرض للبيع منتجات عليها علامة مقلدة أو مشبهة.

تدخل هذه الجريمة ضمن نطاق الاعتداءات الغير مباشرة على العلامة، وقد جرمت معظم التشريعات بيع البضائع والمنتجات التي تحمل علامة مقلدة أو عرضها للبيع أو التداول أو حيازتها بقصد البيع¹، واعتبرتها جريمة قائمة بذاتها سواء كان البائع أو العارض للعلامة المقلدة هو الذي قام بتقليد أو تشبيه العلامة²، فمن قام بفعل البيع أو عرض للبيع يعد مرتكباً لهذا الفعل الجرمي سواء حقق البائع أرباحاً أو لم يحقق، وسواء تم البيع بسعر اقل من السعر الذي تحمله العلامة الحقيقية أو أكثر، وسواء كانت السلع مصنوعة داخل الإقليم أو خارجه، وسواء يراد بيعها داخل الإقليم أو خارجه.³

وتتحقق جريمة العرض من أجل بيع بضائع مقلدة من خلال وضع بضائع ومنتجات مقلدة أو مشبهة داخل المحل التجاري أو في واجهته أو في الفروع التجارية المخصصة لبيعها، كما قد يكون العرض عن طريق إرسال عينات أو نشرات وإظهار مزايا هذه البضائع، أو عن طريق كاتالوجات للعملاء.⁴

ولا تدخل الهبة ضمن جريمة البيع، وتقوم المسؤولية الجزائية على البائع وحده دون المشتري إلا إذا قام بإعادة بيعها وهو سيء النية.

¹ عبد القادر سبتي، مرجع سابق، ص 100.

² محمد مصطفى عبد الصادق، مرجع سابق، ص 325.

³ وهيبه لعوارم بن احمد، مرجع سابق، ص 152-153.

⁴ محمد مصطفى عبد الصادق، المرجع السابق، ص 325.

الفصل الأول: تحديد الأعمال التي تشكل جرائم الإعتداء على العلامة التجارية.

الفرع الثاني: أركان جريمة بيع أو عرض للبيع لمنتجات مقلدة أو مشبهة.

أولاً: الركن الشرعي.

نص المشرع الجزائري على جريمة البيع في القانون السابق للعلامات بموجب المادة 28 من الأمر 57-66 والتي تنص في فقرتها 03 على: "... الذين يبيعون أو يعرضون للبيع عن قصد منتجاً واحداً أو عدة منتجات ملبسة بعلامة مقلدة أو موضوعة بطريق التديليس"، والفقرة 03 من المادة 29 من نفس الأمر بقولها: "... الذين يبيعون أو يقدمون للبيع، عن قصد، منتجاً واحداً أو عدة منتجات ملبسة بعلامة تجري محاكاتها بطريق التديليس أو تتضمن بيانات كافية لخداع المشتري عن نوع المنتج".¹

من استقراء النصوص السابقة فإنه يعاب على المشرع الجزائري في ظل القانون السابق للعلامات أنه نص على عقوبتين مختلفتين لنفس الجريمة وهي جريمة بيع أو عرض للبيع لمنتجات مقلدة تديليسياً أو مشبهة، فقد نص على عقوبتين مختلفتين لنفس الفعل وهو ما يوقع القاضي في إشكالية، أي النصين واجب التطبيق؟ وهو ما لا يقبله المنطق القانوني ولا مبادئ العدالة الطبيعية.

أما في قانون العلامات الحالي فإن هذه الجريمة تتدرج ضمن حالات جريمة التقليد بالمفهوم الواسع السابق شرحه والمنصوص عليه بموجب المادة 26 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، أما النص العقابي لهذه الجريمة فهو نفسه الخاص بجريمة التقليد والمتمثل في المادة 32 من الأمر السابق²، وأما وصفها فهو جنحة.

كما عاقب المشرع على فعل استيراد منتجات مقلدة واعتبر هذا الفعل جنحة في كل من قوانين براءة الاختراع، الرسوم والنماذج الصناعية، والتصاميم الشكلية للدوائر

¹أنظر: المادتين 28 و29 من الأمر 57-66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، السابق ذكره.

²أنظر: المادتين 26 و32 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، السابق ذكره.

الفصل الأول: تحديد الأعمال التي تشكل جرائم الإعتداء على العلامة التجارية.

المتكاملة¹، وهي نفس الأحكام التي جاء بها الأمر 03-05 المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة²، بالإضافة إلى قوانين أخرى سنتطرق إليها في الفصل الثاني.

ثانيا: الركن المادي:

تتحقق هذه الجريمة من الأركان المادية المتعلقة ببيع المنتجات التي تحمل علامة مقلدة أو مشبهة³، إذن يفترض أن يكون هناك عقد بيع طبقا لأحكام القانون المدني⁴، وعليه فتخرج من نطاق هذه الجريمة جميع صور التداول الأخرى سواء كانت بعوض أو بغير عوض، كالهبة والرهن والمقايضة، يرى جانب من الفقه أن المشرع قصد بالبيع معناه العام، لذا يشمل كافة أنواع البيوع الشيء الذي يؤدي إلى نقل ملكية السلع.⁵

لذا يعد مرتكبا لهذه الجريمة من قام ببيع البضائع، سواء أحقق ربحا أم لم يحقق، وسواء تلقى مقابلا نقديا أم عينيا، وسواء وقع البيع مرة واحدة أو عدة مرات، سواء قد تم البيع بسعر أقل أو أكبر من سعر البضائع الأصلية.⁶

¹أنظر: المادة 11 من الأمر رقم 03-07 مؤرخ في 2003/07/15، يتعلق ببراءات الاختراع، ج.ر، مؤرخة في 2003/07/23، ص 27، والمادة 05 من الأمر 03-08 المؤرخ في 2003/07/19، والمتعلق بحماية التصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة، ج.ر، عدد 44، مؤرخة في 2003/07/23، ص 35.

²المادة: المادة: 151 فقرة 03 من الأمر 03-05 مؤرخ في 2003/07/19 والمتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة، ج.ر، عدد 44، مؤرخة في 2003/07/23، ص 03.

³سمير جميل حسين الفتلاوي، الملكية وفق القوانين الجزائرية، د.ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، د.س.ذ ص 408.

⁴المادة 351 وما يليها من الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 1975/09/26 المتضمن القانون المدني، ج.ر، عدد 78، مؤرخة في 1975/09/30، ص 990.

⁵عبد القادر سبتي، مرجع سابق، ص 102.

⁶محمد مصطفى عبد الصادق، مرجع سابق، ص 320.

الفصل الأول: تحديد الأعمال التي تشكل جرائم الإعتداء على العلامة التجارية.

ويكفي أن تكون هذه البضائع قد تم عرضها في الأسواق أو المحلات التجارية أو المعارض، وتقوم الجريمة على البائع وحده دون المشتري، إلا إذا اشتراها بنية إعادة بيعها وهو بعلم حقيقتها، كما انه يدخل ضمن العرض تخزين المنتجات أو السلع بهدف بيعها.¹

ثالثا الركن المعنوي:

إلى جانب الفعل المادي للجريمة يشترط القانون توافر القصد الجنائي لقيام بيع أو عرض للبيع لمنتجات مقلدة أو مقلدة تدليسيا، حيث يشترط في الشخص الذي قام بالبيع تلك المنتجات قد قام بذلك عن علم، وإرادة، وسوء النية يمكن استنتاجه من ظروف الحال والدلائل المتوفرة، وهي تخضع لتقدير قاضي الموضوع، ومن بين الدلائل والقرائن، بيع تلك المنتجات بأثمان منخفضة عن تلك التي تحمل العلامة الأصلية، أو كون العلامة المعتدي عليها علامة ذات شهرة كبيرة.²

كما يجوز للمتهم إثبات حسن نيته بكل الطرق القانونية المخولة له في قانون الإجراءات الجزائية، وإذا قام بإثبات ذلك انتقت المسؤولية الجزائية، ويبقى مسؤولا مدنيا عن تلك الأفعال وجبر الضرر اللاحق بصاحب العلامة الأصلية.³

المبحث الثاني: الجرائم الغير مرتبطة بالتقليد.

بعد ما تطرقنا في المبحث السابق لجريمة التقليد وبعض الجرائم المرتبطة بها تشكل الجريمة الأساسية في جرائم التعدي على العلامات التجارية، سنحاول أن نتناول في هذا المبحث بعض الجرائم الغير مرتبطة بالتقليد، وهي كالاتي: جريمة وضع علامة ملك للغير أو اغتصاب علامة ملك للغير (مطلب أول)، جنحة بيع أو عرض للبيع منتجات لا

¹يزيد ميلود، مرجع سابق، ص 53.

²وهيبة لعوارم بن احمد، مرجع سابق، ص 223-224، وأنظر: مصطفى محمود عبد الصادق، مرجع سابق، ص 321.

³نقلا عن وهيبة لعوارم بن احمد، المرجع السابق، Ali Haroun, Op, Cit p288-234.

الفصل الأول: تحديد الأعمال التي تشكل جرائم الإعتداء على العلامة التجارية.

تحمل علامة (مطلب ثاني)، جنحة وضع علامة غير مسجلة على خدمات أو منتجات أو سلع (مطلب ثالث)، جنحة مخالفة أحكام قانون العلامات (مطلب رابع).

المطلب الأول: جنحة وضع علامة ملك للغير أو اغتصاب علامة ملك للغير.

إن واقع استعمال العلامة هي واقعة أساسية في هذه الجريمة فالأمر هنا لا يتعلق بتقليد العلامة التجارية وإنما بالاستيلاء عليها، وعليه فسنتناول في هذا المطلب كلا من مفهوم هذه الجريمة (فرع أول) وأركانها (فرع ثاني).

الفرع الأول: مفهوم جنحة وضع علامة ملك للغير أو اغتصاب علامة ملك للغير.

تكون بصدد جريمة اغتصاب علامة مملوكة للغير، إذا وضع شخص عن قصد على منتجاته علامة مملوكة لغيره¹، ويتعلق الأمر هنا بوضع علامة أصلية وليست مقلدة على سلعة أو منتجاته بدون ترخيص مسبق من صاحب العلامة الأصلية.

وهذه الجريمة تفترض أن العلامة مسجلة وشخص آخر قام بوضعها على منتجاته، كأن ينزع العلامة الحقيقية المختوم بها على المنتجات الأصلية ويضعها على منتجاته وبضائعه المماثلة، وهذا بغرض إيهام جمهور المستهلكين بأنها البضائع أو المنتجات الأصلية²، ومثال ذلك الساعات التي ينسخ عليها شعار « Rolex » أو حقائب اليد يوضع عليها علامة « Louis Vuitton »³.

¹ Sébastien Roy, la loi sur les marques de commerce protégées, T-Elle Efficacement la titulaire d'une Marque Contre la Dilution, Mémoire pour l'obtention du grade de maitre en droit (L.L.H), Faculté de droit, Université Laval, Québec, 2007 p 45.

² محمد مصطفى عبد الصادق، مرجع سابق، ص 318.

³ Sébastien Roy, op.cit, p 45.

الفصل الأول: تحديد الأعمال التي تشكل جرائم الإعتداء على العلامة التجارية.

الفرع الثاني: أركان جريمة وضع علامة ملك للغير أو اغتصاب علامة ملك للغير.

أولاً: الركن الشرعي.

نص المشرع في التشريع السابق للعلامات صراحة على عقوبة جزائية على الأشخاص الذين يضعون على منتجاتهم أو بضائعهم علامة مملوكة للغير، هذا بموجب المادة 28 الفقرة 2 من الأمر 57-66 على أنه: "... الذين يضعون عن طريق التدليس على منتجاتهم أو على الأشياء التابعة لتجارتهم، علامة هي في ملك غيرهم...".¹ أما في التشريع الراهن وبناء على ما جاءت به المادة 26 من عمومية كما تمت الإشارة سابقاً، فإن هذا العمل يعتبر باعتباره يمس بالحقوق المخولة قانونياً لصاحب العلامة.²

ثانياً: الركن المادي.

يتمثل الركن المادي لهذه الجريمة في واقعة وضع العلامة، ولا يقصد بذلك فقط العلامة الأصلية على السلع والمنتجات وإنما تتعدى طرق الاستعمال، ويدخل في هذا الإطار ملئ الأوعية والقنينات الفارغة التي تحمل العلامة الأصلية بمنتجات مماثلة لمنتجات هذه العلامة ويطلق على هذه الجريمة اسم جريمة الملاء أو التعبئة (le délit de remplissage)³

ويشترط أن يكون وضع العلامة لغرض تجاري، ويخرج من دائرة الجريمة الاستعمال الشخصي كالتزيين أو التجميل⁴، فإذا قام شخص عادي مثلاً باستعمال قنينة تحمل علامة معينة وقام بتعبئتها بسائل معين فإنه لا يتابع جزائياً بجريمة الوضع، وحتى

¹أنظر: المادة 28 من الأمر 57-66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، السابق ذكره.

²أنظر: المادتين 26 و32 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، السابق ذكره.

³سعيدة راشدي، العلامات في القانون الجزائري، مرجع سابق، ص 148.

⁴محمد مصطفى عبد الصادق، مرجع سابق، ص 318-319.

الفصل الأول: تحديد الأعمال التي تشكل جرائم الإعتداء على العلامة التجارية.

التاجر الذي يقوم ببيع العسل في عبوات تحمل علامة معينة مخصصة للسمن مثلا، فإنه لا يعد مرتكبا لجريمة الوضع لانتفاء شرط تخصيص العلامة، والذي يعتبر شرطا ضروريا لقيام جريمة التقليد بصفة عامة.¹

ثالثا: الركن المعنوي.

على خلاف الأمر السابق 57/66 المتعلق بعلامات المصنع التجارية الذي كان يشترط توافر القصد الجنائي في هذه الجريمة، لم يشترط المشرع الجزائري في الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات توافر القصد الجنائي وإنما يكفي القيام بالعنصر المادي المتمثل في اغتصاب العلامة أو وضعها على سلع أو منتجات أو خدمات ليست تحت حماية العلامة الأصلية، وعليه فلا يلزم المدعي المدني أو النيابة العامة إثبات سوء النية أي أن مرتكب الفعل كان يهدف إلى الاستفادة من المزايا المتعلقة بالعلامة الأصلية²، من خلال إيهام جمهور المستهلكين بأن البضائع التي يعرضها هي بضائع أو منتجات خاصة بالعلامة الأصلية.³

وعلى العموم فإن مسألة حسن النية هي مسألة موضوعية يختص بها قضاة الموضوع وتستخلص من مجموعة الوقائع والدلائل المعروضة، بالرغم من أن مسألة القصد الجنائي بالنسبة لقانون العلامات الحالي هي مسألة مفترضة، نظرا لأن النص القانوني جاء بصفة عمومية.⁴

¹ميلود سلامي، مرجع سابق، ص 179.

²فرحة زاوي صالح، مرجع سابق، ص 271.

³أنظر: المادة 26 من الأمر 03-6 المتعلق بالعلامات، السابق ذكره.

⁴هودة دكدوك، الحماية الجزائرية للعلامة التجارية -دراسة مقارنة-، أطروحة دكتوراه في القانون، فرع قانون العقوبات والعلوم الجنائية، كلية الحقوق جامعة الإخوة منتوري قسنطينة01، الجزائر، 2019، ص 88.

الفصل الأول: تحديد الأعمال التي تشكل جرائم الإعتداء على العلامة التجارية.

المطلب الثاني: جنحة بيع أو عرض للبيع منتجات أو خدمات لا تحمل علامة.

إن واقع استعمال العلامة هي واقعة أساسية في هذه الجريمة فالأمر هنا لا يتعلق بتقليد العلامة التجارية وإنما بالاستيلاء عليها، وعليه فسنتناول في هذا المطلب كلا من مفهوم هذه الجريمة (فرع أول) وأركانها (فرع ثاني).

الفرع الأول: مفهوم جنحة بيع أو عرض للبيع منتجات لا تحمل علامة.

إذا كان المشرع قد عاقب على أفعال أو تصرفات تشكل اعتداء على العلامة التجارية في شكل سلوك ايجابي، فإنه قد نص على أشكال أخرى للجريمة ضد العلامة التجارية تأتي في شكل سلوك سلبي.

والسلوك السلبي هو امتناع أو إحجام الجاني عن القيام بعمل ايجابي يفرضه عليه امتناع القانون في ظروف معينة¹، وهذه الجريمة المتمثلة في بيع أو عرض للبيع سلع أو منتجات أو خدمات لا تحمل علامة تشكل صورة من صور الجرائم السلبية في هذا المجال، وعليه سنتعرض إلى تبيان أركان هذه الجريمة فيما يلي:

الفرع الثاني: أركان جريمة بيع أو عرض للبيع منتجات أو خدمات لا تحمل علامة.

أولاً: الركن الشرعي.

تجد جريمة بيع أو عرض للبيع منتجات أو خدمات أساسها القانوني في نص المادة 33 الفقرة 01 من الأمر 06-03 التي تنص على أنه: "... الذين خالفوا أحكام المادة 03 من هذا الأمر بعدم وضع علامة على سلعتهم أو خدماتهم، أو الذين تعمدوا بيع أو عرضوا للبيع سلعة أو أكثر أو قدموا خدمات لا تحمل علامة."²

¹ هودة دكدوك، مرجع سابق، ص 95.

² أنظر: المادة 33 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، السابق ذكره.

الفصل الأول: تحديد الأعمال التي تشكل جرائم الإعتداء على العلامة التجارية.

ونفس الشيء أو المضمون الذي جاءت به المادة 30 من الفقرة 02 من الأمر 66-57 الملغى، حيث تنص: "... الذين يبيعون أو يعرضون للبيع عن قصد، منتجا واحدا أو عدة منتجات لا تحمل العلامة الإلزامية بخصوص هذا النوع من المنتجات."¹

ثانيا: الركن المادي.

يتمثل الفعل المشكل لهذه الجريمة في الامتناع أو عدم وضع علامة على المنتجات والبضائع والخدمات، وهذا عن طريق بيعها أو عرضها من أجل بيعها وهي لا تحمل أي علامة، ويدخل ضمن العرض للبيع تخزين السلع تمهيدا لنقلها إلى المحل التجاري أو احد فروعها بغض النظر عما إذا كان حائز السلع هو نفسه مالكيها، وبغض النظر عما إذا كانت حيازتها من اجل عرضها أم بيعها.²

ووضع العلامة التجارية على المنتجات أو الخدمات جعله المشرع أمرا إلزاميا بموجب المادة 03 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، واستثنى المشرع من هذه الإلزامية السلع والخدمات التي تسمح طبيعتها وخصائصها، ومثال ذلك العسل الطبيعي أو حليب الأبقار... الخ، وكذلك السلع التي تحمل تسمية المنشأ.

إن فتوافر الركن المادي لهذه الجريمة يقتضي وجود منتجات أو خدمات لا تحمل أي علامة، ثم بعد ذلك يقتضي وجود فعل مادي والمتمثل في بيع هذه المنتجات أو الخدمات أو عرضها للبيع، مما سبق نخلص إلى أن الركن المادي لهذه الجريمة قائم شقين، الشق الأول يأتي في شكل سلوك سلبي متمثل في الامتناع أو عدم وضع العلامة على المنتجات، أما الشق الثاني فيأتي في شكل سلوك ايجابي يتمثل في فعل البيع أو العرض للبيع.

¹أنظر: المادة 20/30 من الأمر 66-57 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، السابق ذكره.

²هود ذكوك، مرجع سابق، ص 89-90.

ثالثاً: الركن المعنوي.

إلى جانب الفعل المادي للجريمة يشترط القانون توافر القصد الجنائي لقيام هذه الجريمة،¹ حيث يشترط في الشخص الذي قام ببيع أو عرض من أجل البيع تلك المنتجات والخدمات قد قام بذلك عن سوء نية.

وسوء النية يمكن استنتاجها من ظروف الحال ومجموعة القرائن والأدلة المتوفرة، وتخضع للسلطة التقديرية لقضاة الموضوع ومن بين تلك الأدلة والقرائن ضبط السلع في المحل التجاري أو توجيهها ما إذا للتداول في إطار تجاري.

وفي حالة أثبت المتهم حسن نيته، تسقط عنه المسؤولية الجزائية ويبقى مسؤولاً مدنياً عن جبر الضرر الحاصل بسبب أفعاله.²

المطلب الثالث: جنحة وضع علامة مسجلة على منتجات أو سلع أو خدمات.

سنحاول التطرق إلى مفهوم هذه الجريمة (فرع أول)، كما سنحاول إبراز الأركان التي تقوم عليها (فرع ثان).

الفرع الأول: مفهوم جنحة وضع علامة غير مسجلة على منتجات أو سلع أو خدمات.

تأتي هذه الجريمة كسابقتها (جريمة بيع أو عرض للبيع منتجات أو خدمات لا تحمل علامة) في شكل سلوك سلبي، أي أن جريمة وضع علامة غير مسجلة على منتجات أو سلع أو خدمات تعتبر من الجرائم السلبية.

والسلوك السلبي كما سبقت الإشارة هو امتناع أو إحجام الجاني في القيام بفعل يفرضه عليه القانون في ظروف معينة³، والامتناع عن تسجيل العلامة التي توضع على

¹أنظر: المادة 01/33 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، السابق ذكره.

نقلا عن: وهيبية عوارم بن احمد، مرجع سابق، ص 223، 234-233-228، Ali Haroun, Op cit, p 228-233-234.

³هودة دكدوك، مرجع سابق، ص 95.

الفصل الأول: تحديد الأعمال التي تشكل جرائم الإعتداء على العلامة التجارية.

المنتجات أو السلع أو الخدمات هو السلوك السلبي لهذه الجريمة وعليه سنتعرض لأركان هذه الجريمة فيما يلي:

الفرع الثاني: جنحة وضع علامة مسجلة على سلع أو منتجات أو خدمات.

أولاً: الركن الشرعي.

نصت المادة 04 من الأمر 03-06 على أنه: " لا يمكن استعمال أي علامة لسلع أو خدمات عبر الإقليم الوطني إلا بعد تسجيلها، أو إيداع طلب تسجيل بشأنها لدى المصلحة المختصة."

كما جاء النص العقابي لهذه الجريمة في المادة 33 الفقرة 02 من نفس الأمر التي تنص على أنه: "... الذين وضعوا على سلعهم أو خدماتهم علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها وفق المادة 04 من هذا الأمر، وذلك مع مراعاة الأحكام الانتقالية المنصوص عليها في هذا الأمر."

ثانياً: الركن المادي.

اشترط المشرع الجزائري على صاحب العلامة تسجيلها وفق إجراءات التسجيل المنصوص عليها في المادة من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات والمرسوم التنفيذي رقم 05-277 الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها¹، وهذا كما سبق بيانه المبحث الثاني من الفصل التمهيدي وعليه فوضع علامة غير مسجلة على منتجات أو خدمات عبر كافة التراب الوطني يشكل الفعل المادي في هذه الجريمة، وفق المادة 04 من الأمر السابق 03-06، أما السلوك السلبي الذي تقوم عليه هذه الجريمة فيتمثل في الامتناع عن تسجيل العلامة وفق الإجراءات المنصوص عليها قانوناً.

¹أنظر: المادة 05 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، السابق ذكره.

الفصل الأول: تحديد الأعمال التي تشكل جرائم الإعتداء على العلامة التجارية.

إذا فهذه الجريمة قائمة على شقين الأول يأتي في شكل سلوك سلبي متمثل في الامتناع عن تسجيل العلامة وفق ما نص عليه القانوني، أما الشق الثاني في شكل سلوك ايجابي يتمثل في فعل "وضع" هذه العلامة على السلع أو الخدمات. ولا تقوم هذه الجريمة إلا بتوافر الشقين معاً، وفي حالة تخلف أحدهما فلا نتصور قيام هذه الجريمة.

ثالثاً: الركن المعنوي.

إن هذه الجريمة لا يشترط توافر القصد الجنائي لقيامها، وإنما يكفي أن تتحقق ماديات الجريمة لقيام المسؤولية الجزائية، إذ أن مسألة سوء نية الفاعل مسألة مفترضة¹، فوضع علامة غير مسجلة أو لم يطلب تسجيلها وفق المادة 04 من قانون العلامات²، على سلع أو منتجات أو خدمات كاف لوحده لقيام المسؤولية الجزائية على الجاني، وسوء نية المتهم هنا مفترضة إلا أنه يمكنه إثبات حسن نيته بكافة الطرق القانونية.

غير أن الشائع في التطبيقات الفعلية للنص السابق أمام المحاكم والمجالس القضائية، يجعل القاضي يحكم بالإدانة على المتهم بمجرد توافر ماديات الجريمة دون النظر إلى حسن نية الفاعل، باعتبار سوء النية مفترض استناداً إلى المبدأ العام في الجرائم الاقتصادية، حماية للمستهلك الذي يعتبر الحلقة الأضعف في القضية.³

المطلب الرابع: جنحة مخالفة أحكام قانون العلامات.

نص المشرع الجزائري على هذه الجريمة في ظل الأمر 66-57 الملغى بموجب المادة 30 الفقرة 03 بقولها: "... الذين يخالفون أحكام المادتين 9 و10 وعلى ذلك تعتبر

¹يزيد ميلود، مرجع سابق، ص 60.

²أنظر: المادة 04 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، السابق ذكره.

³يزيد ميلود، المرجع السابق، ص 60.

الفصل الأول: تحديد الأعمال التي تشكل جرائم الإعتداء على العلامة التجارية.

جريمة بمجرد مخالفة القانون، كعدم استغلال أو عدم وضع علامة المصنع على المنتجات...¹

ولم ينص المشرع على هذه الجريمة في القانون الحالي للعلامات، ولكن باستقراء مواد الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات نجد أن المشرع ألزم صاحب العلامة الجماعية على أن يسهر على حسن استعمال علامته من خلال المادة 23 من الأمر السابق 03-06، وفي حالة إخلال صاحب العلامة بما جاءت به هذه المادة فإن علامته تصبح معرضة للإلغاء من طرف الجهة القضائية المختصة، وذلك طبقاً لنص المادة 25 من نفس القانون²، وبالنظر إلى النصين السابقين لا سيما المادة 25 التي تضمنت جزاء مخالفة الأحكام التي نصت عليها المادة 23، وبالنظر إلى أن الجزاء يتمثل في الإلغاء من طرف الجهة القضائية المختصة، فتكفي هذه الجريمة هو مخالفة وليس جنحة على غرار الجرائم المذكورة آنفاً.

والى جانب الجرائم السابقة التي تم ذكرها، والتي تعتبر الأكثر شيوعاً وانتشاراً في ساحة المعاملات، توجد جرائم أخرى تمس العلامات التجارية ولم ينص عليها المشرع الجزائري، ومن بين هذه الجرائم: جريمة استبدال المنتج التي تضمنتها المادة 716-10 من تقنين الملكية الفرنسي، إذ يعاقب على فعل تسليم منتج أو خدمة غير تلك التي قام بطلبها المشتري تحت علامة مسجلة، بالإضافة إلى جريمة إخفاء المنتجات المقلدة 716-10.³

بالإضافة إلى جرائم أخرى لم ينص عليها المشرع الجزائري في القانون الراهن للعلامات، لأن المشرع الجزائري أراد من خلال عمومية النص توفير أوسع نطاق ممكن

¹أنظر المادة 03/33 من الأمر 66-57 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، السابق ذكره.

²أنظر المادتين 23 و25 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، السابق ذكره.

³سعيدة راشدي، النظام القانوني للعلامات، مرجع سابق، ص 106-107.

الفصل الأول: تحديد الأعمال التي تشكل جرائم الإعتداء على العلامة التجارية.

لحماية العلامة، ولذلك لم يعتمد لتحديد الركن المادي للأفعال المتعلقة بانتهاك الحق في العلامة.

ملخص الفصل الأول.

ما يمكننا إجماله في ختام هذا الفصل، أن المشرع وضع للعلامة التجارية المسجلة حماية قانونية مزدوجة، تتمثل في الحماية المدنية -الخارجة عن نطاق البحث-، بالإضافة إلى الحماية الجزائية، وتقتصر الحماية الجزائية على العلامة التجارية المسجلة فقط دون العلامة الغير مسجلة، التي يمكن حمايتها عن طريق دعوى المنافسة الغير مشروعة، فلا بد إذا لتمتع العلامة بالحماية الجزائية أن يتم تسجيلها أو طلب تسجيلها وفق الشروط والإجراءات القانونية المفصلة في الفصل التمهيدي سابقا، وتشمل الحماية الجزائية حماية العلامات التجارية من كل أشكال الاعتداء المرتكب عليها، وأهم هذه الاعتداءات هي جنحة التقليد، ولها صورتين: التقليد بالنقل و التقليد بالتشبيه أو (التقليد التديسي)، كما أن هناك اعتداءات أخرى مرتبطة بالتقليد كجنحة استعمال علامة مقلدة، و جنحة بيع أو عرض للبيع منتجات عليها علامة مقلدة، بالإضافة إلى وجود أفعال تشكل اعتداء على العلامة التجارية وهي غير مرتبطة بالتقليد وتتمثل أساسا في جنحة اغتصاب علامة مملوكة للغير، جنحة بيع أو عرض للبيع منتجات أو خدمات لا تحمل علامة، جنحة وضع علامة غير مسجلة على منتجات أو سلع أو خدمات، وأخيرا جنحة مخالفة أحكام قانون العلامات.

حتى تقوم هذه الجرائم السابقة لا بد من توافر الأركان التقليدية للجريمة وهي: الركن الشرعي، الركن المادي، الركن المعنوي، وحتى يقوم القاضي بتقدير قيام التقليد فإنه يعتمد على مجموعة من المعايير والأسس، منها ما هو متعلق بالعلامة ذاتها ومنها ما هو مرتبط بالمستهلك، ونحن نعتقد أن المشرع الجزائري لما أعطى لجنحة التقليد المعنى الواسع، أي أنه لم يحدد الأفعال التي تشكل فعل التقليد بدقة، ابتغى بذلك التوسيع من دائرة تجريم الأفعال التي من شأنها المساس بحقوق صاحب العلامة التجارية المحمية قانونا، وحتى يسهل على المتضرر من التقليد عملية إثبات الخطأ الجزائي المرتكب من طرف المقلد، وما يؤكد ذلك هو افتراض سوء نية المتهم وإلقاء عبئ إثبات عكس ذلك على عاتق هذا الأخير، وهذا عكس القاعدة العامة التي تقضي ببراءة المتهم حتى إثبات إدانته.

الفصل الثاني

الفصل الثاني: إجراءات المتابعة و الجزاء في الجرائم الواردة على العلامة التجارية.

تقديرًا من المشرع لوظيفة العلامة التجارية المزدوجة كوسيلة يستخدمها التاجر لتمييز سلعه وخدماته عن سلع و خدمات غيره و كمؤشر للمستهلك للتعرف على ما يريده من سلع و خدمات، وأمام هذه الأهمية و الدور الخاص للعلامة التجارية نرى في الواقع العملي ان مختلف التشريعات قد أفاضت في سعيها لحماية العلامات التجارية من التقليد، و التي تعد أهم و ابرز تهديد للعلامة التجارية،ومن بينها التشريع الجزائري الذي خصها بمجموعة من الأحكام و القوانين حاول من خلالها إعطاء حماية اكبر للعلامة التجارية.

وأمام الأهمية الاقتصادية للعلامات التجارية أصبحت الدول تهتم بدرجة أولى بإيجاد حلول و ضوابط قانونية،وقائية،ورددعية،من اجل مجابهة جل التهديدات والاعتداءات الواقعة على العلامات التجارية، وخاصة من فعل التقليد وصوره حيث نجد أن المشرع الجزائري قد نظم هذه الجريمة من خلال الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات و كذلك بموجب الأحكام العامة في قانون العقوبات الذي كيفها على أساس أنها جنحة،كما بين المشرع أيضا حالات الاعتداء العلامة و الجزاءات المترتبة عنها.

وعليه سنتناول في هذا الفصل الشروط القانونية لصحة المتابعة الجزائية (مبحث أول)، و سنتطرق لإجراءات المتابعة (مبحث ثان)، وأخيرا العقوبات المقررة للاعتداء على العلامة التجارية (مبحث ثالث).

المبحث الأول: الشروط القانونية لصحة المتابعة الجزائية.

تهدف الحماية الجزائية للعلامة التجارية إلى ردع كل الاعتداءات التي من شأنها أن تشكل خطرا على العلامة التجارية ولكي تتمتع هذه الأخيرة بالحماية القانونية اللازمة يجب أن تتوفر فيها مجموعة من الشروط الأساسية التي تشكل الأساس القانوني لمباشرة الدعوى الجزائية، ولهذا حرص المشرع على إعطاء طابع الحماية القانونية لمن توافرت فيه مجموعة الشروط الأساسية لمباشرة الدعوى الجزائية، وهذا ما دفعنا إلى محاولة معرفة أهم الشروط الواجب توافرها في العلامة لصحة الدعوى الجزائية، ولهذا عمدنا إلى تخصيص ثلاثة مطالب شرط تسجيل العلامة (مطلب أول)، شرط التعيين (مطلب ثان)، شرط تقييد العلامة التجارية بعامل الزمان و المكان.

المطلب الأول: شرط تسجيل العلامة.

يعتبر تسجيل العلامة في التشريع الجزائري ليس منشئ للحق فحسب بل و منشئ أيضا للحق في الحماية الجزائية كذلك، وهذا ما يظهر بوضوح في نص المادة 26 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، التي اعتبرت أن جنحة التقليد تخص العلامة المسجلة فقط، حيث جاء فيها: "مع مراعات أحكام المادة 10 أعلاه يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية للعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة".¹

وحتى تتمتع العلامة بالحماية الجزائية فلا بد من توافر شرط أساسي وهو شرط التسجيل، ويقصد بذلك ان يكون صاحب العلامة قد قام بكافة الإجراءات القانونية اللازمة لتسجيل علامته لدى الجهة المختصة، فإذا ما توافر هذا الشرط قامت الحماية الجزائية للعلامة وأصبح التعدي عليها يشكل جريمة يعاقب عليها القانون، أما إذا كانت العلامة غير مسجلة.

1 انظر المادة 26 من الامر 06-03 المتعلق بالعلامات, السابق ذكره

الفصل اثناني: إجراءات المتابعة والجزاء في الجرائم الواردة على العلامة التجارية.

فلا تقوم تلك الحماية ومن هنا تظهر أهمية التسجيل، إذ يعتبر شرط جوهرى لتمتع العلامة بالحماية الجزائرية¹، ويكفي مجرد تسجيل العلامة لقيام الحماية الجزائرية دون أن يتم استعمالها على السلع أو الخدمات، وعليه فالأفعال السابقة لتسجيل العلامة لا يمكن اعتبارها مساس بحق صاحب العلامة، وخاصة أن التسجيل لا يكتسب الحجية في مواجهة الغير إلا من تاريخ نشره، وعليه فكل الأفعال التي تسبق تاريخ نشر تسجيل العلامة لا يعد اعتداء على تلك العلامة²، وهذا ما أكدته المشرع الجزائري في نص المادة 27 من الامر 06/03 المتعلق بالعلامات السابق ذكره، التي تنص على انه: "لا تعد الأفعال السابقة لنشر تسجيل العلامة مخلة بالحقوق المرتبطة بها أما الأفعال اللاحقة والتي تكون بعد تسجيل العلامة فيمكن متابعتها".

إلا أن صاحب العلامة يمكنه متابعة تلك الأفعال اللاحقة عن تسجيل العلامة والسابقة لتاريخ نشرها، أي الأفعال المرتكبة خلال فترة التسجيل التي تستغرقها المصلحة المختصة في نشر تسجيل العلامة وذلك إذا ما قام بتبليغ المقلد المشتبه به بنسخة من تسجيل العلامة لدى المصلحة المختصة وهذا ما نصت عليه المادة 27 الفقرة الثانية من الأمر السابق حيث جاء فيها: "غير انه يمكن معاينة ومتابعة الأعمال اللاحقة بتبليغ نسخة من تسجيل العلامة للمقلد المشتبه به"³. فإذا ما اشتبه صاحب العلامة بشخص ما انه يريد تقليد علامته المسجلة و التي لم تنشر بعد في النشرة الرسمية للإعلانات، التي يقوم المعهد الوطني للملكية الصناعية دوريا حتى لا يحرم نفسه من متابعة تلك الأعمال التي سيقوم بها المشتبه فيه و التي تكون سابقة لتاريخ نشر التسجيل، حيث أجاز له القانون أن يقوم بتبليغ هذا المشتبه فيه بنسخة من شهادة تسجيل العلامة و على هذا الأساس يمكن لصاحب العلامة أن يتابع المشتبه فيه، وعليه فتدور الحماية الجزائرية

¹وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص: 142.

²المرجع نفسه، ص: 143.

³انظر المادة 27 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، السابق ذكره

الفصل اثناني: إجراءات المتابعة والجزاء في الجرائم الواردة على العلامة التجارية.

وجودا و عدما مع التسجيل، فان قام التسجيل قامت الحماية وان انعدم التسجيل انعدمت الحماية، ولا عبرة لقيمة السلع و الخدمات التي تستخدم في تمييز هذه العلامة المسجلة. ولا ينفي وقوع الاعتداء على الحق في ملكية العلامة عدم حصول مرتكب الفعل المعاقب عليه على كسب أو ربح، إذ يعاقب المعتدي على العلامة سواء حقق من وراء فعله ربحا أو لحقته خسارة، كما انه لا عبرة في كون سلع أو خدمات اقل أو أكثر جودة من السلع أو الخدمات التي وقع الاعتداء عليها، فالحماية الجزائية تنصب على ذات الحق في العلامة المسجلة.¹

المطلب الثاني: الحماية الجزائية للعلامة تقتصر على السلع أو الخدمات المعينة لها.

يجب على طالب التسجيل أن يحدد نوع السلع و الخدمات التي يرغب في تسجيلها وهذا ما نستشفه بموجب المادة 09 من الأمر 06/03 السابق ذكره، و التي تنص على انه: " يخول تسجيل العلامة لصاحبها حق ملكيتها على السلع و الخدمات التي يعينها لها"²، والملاحظ من نص المادة أن الحماية الجزائية للعلامة التجارية لا تمتد إلى جميع أنواع السلع و الخدمات الأخرى التي لم يعينها.

فإذا ما سجلت علامة على بعض أنواع السلع أو الخدمات فلا تمتد الحماية الجزائية لتلك العلامة على جميع السلعة و الخدمات الأخرى والتي يمكن أن تكون من نفس الصنف، لان الصنف يشمل عادة عددا من أنواع السلع و الخدمات التي تدخل تحته فلو سجلت العلامة لتشمل جميع أنواع صنف معين من السلع فان ذلك لا يمنح لمالكها الحماية الجزائية إذا ما قام شخص باستعمال تلك العلامة على صنف آخر غير الصنف الذي سجلت من اجله، فهذا لا يؤدي إلى تضليل المستهلك ولا يعد من قبيل التقليد القيام

¹وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص:145.

²انظر المادة 09 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، السابق ذكره

الفصل اثناني: إجراءات المتابعة والجزاء في الجرائم الواردة على العلامة التجارية.

باستعمال العلامة ذاتها في السلع و الخدمات الأخرى غير التي سجلت من اجلها العلامة لان ذلك لا يمس بالحقوق الاستثنائية لمالك العلامة المسجلة و بالتالي لا مجال للمتابعة الجزائية في هذه الحالة.¹

فالمعيار في حماية العلامة المسجلة هو الغش وتضليل المستهلك وانخداعه جراء استعمال الغير لعلامة مطابقة أو مشابهة للعلامة المسجلة حتى لو اختلف الصنف الذي استعمله المعتدي على العلامة عن الصنف الذي سجلت من اجله العلامة و هذا ما قصده المشرع الجزائري لما نص على رفض تسجيل الرموز المطابقة أو المشابهة لعلامة كانت محل طلب تسجيل .

المطلب الثالث: الحماية الجزائية مقيدة من حيث الزمان والمكان.

تتمتع الحماية الجزائية طول فترة تسجيلها و بعبارة أخرى فان الحماية الجزائية للعلامة تبدأ من لحظة تسجيل العلامة لدى الجهة المختصة، وتمتد لمدة عشر سنوات قابلة للتجديد، مع العلم إن تاريخ تسجيل العلامة هو تاريخ تقديم الطلب، وهذا حسب نص المادة 05 من الأمر 06/03 السابق ذكره، إضافة لاحتساب مدة التسجيل التي تسري باثر رجعي من تاريخ إيداع الطلب لدى المصالح المختصة.²

وعليه فان الحماية تستمر طوال فترة التسجيل و التجديد، فإذا وقع اعتداء على علامة مسجلة خلال هذه الفترة تقوم الحماية الجزائية، أما إذا وقع اعتداء على العلامة في وقت سابق لتاريخ التسجيل، أو بعد انقضائها لسبب ما، عندئذ تنعدم الحماية الجزائية للعلامة لان المشرع جعل تسجيل العلامة شرطا لقيام الحماية الجزائية، إذا فان الحماية الجزائية تقوم عند التسجيل و تزول بزواله.³

¹سميحة لعجال، جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة المسيلة، 2017، ص: 29.

²انظر المادة 05 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، السابق ذكره.

³سميحة لعجال، المرجع السابق، ص: 31.

الفصل اثناني: إجراءات المتابعة والجزاء في الجرائم الواردة على العلامة التجارية.

أما عن القيد المكاني فالحماية الجزائرية للعلامة تقتصر على إقليم الدولة التي سجلت فيها العلامة، مع عدم الإخلال بالاتفاقيات التي انضمت إليها الجزائر، وهذا ما يستشف من المادة 13 من المرسوم التنفيذي 277/05 الذي يحدد كفيات إيداع العلامات و تسجيلها، وعليه فانه لا توجد حماية لعلامة مسجلة في الجزائر ووقع عليها اعتداء خارج الجزائر، كما انه لا حماية، كما انه لحماية لعلامة مسجلة في الخارج ووقع عليها اعتداء في الجزائر إذا لم تكن هذه العلامة مسجلة في الجزائر أو محمية بموجب معاهدة دولية منضمة إليها الجزائر.¹

المبحث الثاني: إجراءات المتابعة.

بتسجيل العلامة التجارية لدى المصلحة المختصة تصبح حماية جزائية تكتسبها بقوة القانون و الذي يعتبر أساس للمتابعة الجزائية و أي اعتداء عليها مجرم قانونا، وتبدأ الحماية الجزائية من تاريخ إيداع طلب تسجيل العلامة كما ذكرنا سابقا، وهي آلية هامة لحماية الحقوق التي يتمتع بها مالك العلامة من خلال تمكينه من رفع دعوى التقليد ضد كل معتدي على الحقوق الاستثنائية، وكأي دعوى جزائية يترتب عليها وجود إجراءات و أشخاص الدعوى، كذلك لدعوى التقليد إجراءات و أشخاص خاصة بها، لذلك سنحاول من خلال هذا المبحث تسليط على طريق سير الإجراءات من خلال التعرض لأصحاب الحق في رفع الدعوى الجزائية (مطلب أول)، أشخاص المتابعة الجزائية "ضد من ترفع الدعوى" (مطلب ثان)، الجهة المختصة بالنظر في الدعوى (مطلب ثالث)، بالإضافة إلى التطرق إلى الإجراءات التحفظية الخاصة بالدعوى (مطلب رابع).

المطلب الأول: أصحاب الحق في رفع الدعوى الجزائية.

تعتبر الدعوى الجزائية الأداة الفعالة لحماية العلامة التجارية ذلك لما تتوفر عليه من أسس قانونية و أدوات عملية لدحض كل اعتداء عن العلامة، ومن ابرز و اخطر

¹وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص: 144.

الفصل اثناني: إجراءات المتابعة والجزاء في الجرائم الواردة على العلامة التجارية.

الاعتداءات على العلامة، جريمة التقليد ومجموعة الجرائم الأخرى التي تشكل اعتداء على العلامة التجارية، ولذلك قام المشرع الجزائري بوضع دعوى التقليد و تجسيدها من خلال نصوص وأحكام قانونية تبين طرق سير هذه الدعوى.

ومن خلال ما سبق سنحاول تبيان أصحاب الحق في رفع الدعوى وهو محل دراسة هذا المطلب، الذي سنحاول تقسيمه كالاتي : النيابة العامة (فرع أول)، مالك العلامة و المتنازل له في استعمال العلامة (فرع ثان)، الجمارك و جمعية حماية المستهلك و النقابات العمالية (فرع ثالث).

الفرع الأول: النيابة العامة.

تنص المادة الأولى من قانون الإجراءات الجزائية على انه يحق للنيابة العامة تحريك الدعوى العمومية : " الدعوى العمومية لتطبيق العقوبات يحركها و يباشرها رجال القضاء أو الموظفون المعهود إليهم بها بمقتضى القانون".¹ فهنا و بالنسبة للنيابة العامة لا يثار أي إشكال إذ تعتبر الهيئة المنوط بها مباشرة الدعوى العمومية، فيعتبر وكيل الجمهورية هو من يقوم طبقا للقواعد العامة في قانون العقوبات بتحريك الدعوى، وله ذلك أيضا فيما يتعلق بالعلامات، فاذا تبين لوكيل الجمهورية ان الجريمة قد اكتملت أركانها و أوصافها يقوم برفعها إلى المحكمة المختصة لمحاكمة المعتدي.

وتجدر الإشارة هنا انه من الناحية النظرية أن النيابة هي من تأخذ المبادرة في الدعوى بما أن التقليد يكون جريمة فالمتابعة الجزائية لا تتطلب شكوى من قبل الضحية

¹انظر المادة 01 من الأمر 66-155 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية , ج ر,الصادرة في 11ديسمبر 2019

الفصل اثناني: إجراءات المتابعة والجزاء في الجرائم الواردة على العلامة التجارية.

لكن من الناحية العملية لا تستطيع التصرف في ذلك من تلقاء نفسها إلا إذا كانت العلامة مخالفة للنظام العام و الآداب العامة.

الفرع الثاني: مالك العلامة و المتنازل له في حق استعمال العلامة.

أولاً: مالك العلامة.

يحق لمالك العلامة أي لصاحب التسجيل رفع الدعوى القضائية وذلك من خلال المادة 28 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات حيث تنص: "لصاحب تسجيل العلامة الحق في رفع دعوى قضائية ضد كل شخص ارتكب أو يرتكب تقليد لعلامة مسجلة، و يستعمل نفس الحق تجاه كل شخص ارتكب أو يرتكب أعمالاً توحى بان تقليدا سيرتكب".¹ من خلال نص المادة نستنتج أن لمالك العلامة، أي كل مسجل و هذا بالنسبة للدول التي تعتمد التسجيل كقرينة قاطعة على ملكية العلامة و الجزائر من ابرز هذه الدول او مستعمل العلامة بالنسبة للدول التي تعتمد على من يستعمل لأول مرة العلامة كقرينة على ملكيتها كفرنسا.

فالدعوى الجزائية إذن تتحرك غالبا من صاحب الحق المعتدى عليه الذي هو مالك العلامة أو من آلت إليه الملكية، فتسجيل العلامة يخول لصاحبها ليس فقط حق ملكيتها على السلع و الخدمات التي يعينها لها وحق التنازل عنها ومنح رخص الاستغلال، بل يخول كذلك مع الغير من استعمال علامته تجاريا دون ترخيص مسبق منه على سلع أو خدمات مماثلة أو مشابهة لتلك التي سجلت من اجلها،² فيمكن له التمسك بذلك الحق في مواجهة الغير الذي يستعمل في مواجهة الغير الذي يستعمل تجاريا علامة مشابهة تؤدي إلى اللبس بين سلع أو خدمات مطابقة أو مشابهة دون ترخيص منه.

¹ انظر المادة 28 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، السابق ذكره.

² وهيبه لعوارم بن احمد، مرجع سابق، ص: 251.

الفصل اثناني: إجراءات المتابعة والجزاء في الجرائم الواردة على العلامة التجارية.

بالإضافة إلا هذا نجد أيضا أن للمدعى عليه الحق في إثبات العكس والتمسك بدفاعه و عدم قبول الدعوى متى رفعت من طرف شخص آخر غير مالك للعلامة قام فعلا بعملية إيداع طلب تسجيل العلامة رغم إلا انه لم يتم باستعمالها خلال الفترة التي يمنحها القانون للمالك الأصلي، ووجب استعمالها وإلا سقط حقه وقد حددها القانون بمدة ثلاث سنوات دون انقطاع من خلال المادة 11 الفقرة 01 من الأمر السابق ذكره.¹

ثانيا: المتنازل له في حق استعمال العلامة.

ينص قانون العلامات في المادة 14 منه: "بمعزل عن التحويل الكلي أو الجزئي للمؤسسة، يمكن نقل الحقوق المخولة عن طلب تسجيل العلامة كليا أو جزئيا أو رهنها، يعد انتقال الحق باطلا إذا كان الغرض منه تضليل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يتعلق على وجه الخصوص بطبيعة أو بمصدر أو بطريقة صنع أو خصائص أو قابلية استخدام السلع او الخدمات التي تشملها العلامة"، وعى ضوء هذا التحويل و النقل القانوني المستوفي لكافة شروطه الشكلية سيما المتعلقة بالكتابة و إمضاء الأطراف وفقا للقانون الذي ينظم العقود.²

مما سبق أن دعوى التقليد هي دعوى خاصة لمن له خالص الحق على احد عناصر الملكية الصناعية بما في ذلك صاحب الحق في العلامة، غير أن المشرع قد منح الحق أيضا في تحريك دعوى التقليد إلى شخص آخر و هو المستفيد من الحق الاستثنائي في استغلال العلامة و هذا بخلاف ما كان عليه الأمر في التشريع السابق للعلامات الذي لم ينص على إمكانية المرخص له لرفع دعوى التقليد.

وحتى يتمكن المستفيد من حق استغلال العلامة من رفع دعوى التقليد يستوجب توفر بعض الشروط أهمها عدم ممارسة الحق في تحريك دعوى التقليد من طرف صاحب

¹ انظر المادة 11 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، السابق ذكره.

² انظر المادة 14 من الأمر 03-06 ، السابق ذكره.

الفصل اثناني: إجراءات المتابعة والجزاء في الجرائم الواردة على العلامة التجارية.

العلامة بعد الاعذار الموجه له من طرف المرخص له، وعليه فالمشرع قد منح هذا الحق في تحريك دعوى التقليد إلى المستفيد من الحق الاستثنائي في استغلال العلامة، وبالتالي فالمرخص له باستغلال العلامة بمقتضى الترخيص العادي لا يعطيه الحق في رفع الدعوى الجزائية لأن حقه في استعمال العلامة يقتصر على مجرد حق شخصي يتمثل في حق الاستعمال.¹

الفرع الثالث: الجمارك، جمعية حماية المستهلك، النقابات العمالية.

أولاً: الجمارك.

للجمارك دور بارز وبالع الأهمية في ضمان نزاهة المبادلات التجارية و حماية المستهلك و تشجيع الاستثمار، باعتبارها جهاز رقابة عامة لمختلف المنتجات ومدى مطابقتها للمقاييس المعمول بها لهذا فهي تلعب دور مهم و حساس في محاربة التقليد الذي أصبح يشكل حاجز في حسن السير الاقتصادي و الجبائي، فهو من جهة يؤثر في نزاهة المنافسة و في تشجيع الاستثمار ، ومن جهة أخرى فهو يحرم خزينة الدولة من استحقاق القيمة الجبائية المحصلة من العلامة ولقد خول المشرع الجزائري لمصالح الجمارك صلاحية مصادرة البضائع الجزائرية أو الأجنبية المزيفة، التي من شأنها أن توهي بان البضاعة الآتية من الخارج ذات المنشأ الجزائري، وتتدخل مصالح الجمارك لقمع التقليد في حالتين:

1- حالة التدخل التلقائي:

حيث يطلب في أي وقت من صاحب الحق في العلامة معلومات حول السلع متى تبين لهم أن السلع مقلدة شريطة إخطاره فوراً بقرار الوقف.

¹ سعيدة راشدي، النظام القانوني للعلامات، مرجع سابق، ص: 107.

2- الحجز الجمركي:

طلب مكتوب يقدمه صاحب الحق في العلامة لإدارة الجمارك في إطار رقابتها تقوم بالحجز على السلع المزعم تقليدها، شريطة تقديم أدلة كافية لإقناع السلطات الجمركية بوجود التعدي، وتقديم وصف دقيق للسلع التي هي بصدد التعدي عليها وبناء على هذه المعطيات تصدر إدارة الجمارك قرار بوقف الإفراج عن السلع.¹

ثانيا: جمعية حماية المستهلك.

تعتبر جمعية حماية المستهلك هيئة قانونية تمثل المجتمع المدني لدى المصالح القضائية متى اعترف لها صراحة بالصفة القانونية، وهذا ما أكدته المادة 16 من القانون المتعلق بالجمعيات، حيث تنص: "تكتسب الجمعية الشخصية المعنوية، والأهلية المدنية بمجرد تأسيسها طبقا للمادة 07 من هذا القانون ويمكنها حينئذ أن تقوم بما يلي : أن تمثل أمام القضاء وتمارس خصوصا أمام المحاكم المختصة حقوق الطرف المدني... الخ."²

من خلال نص المادة نرى إن القانون سمح للجمعيات وبصفة عامة ممارسة الحقوق المخولة للطرف المدني بالنسبة للضرر الذي يمس بالمصالح الفردية أو الجماعية لأعضائها هذه الأخيرة قد اكتسبت الشخصية المعنوية و نشأة وفقا للشروط القانونية الواردة في هذا القانون، كما أن حقها في رفع الدعوى القضائية يعد من الآثار القانونية لاكتسابها للشخصية القانونية.³

¹ بسمة بوبشطولة، مرجع سابق، ص:55.

² انظر المادة 16 من القانون 31/90 المؤرخ في 07 ديسمبر 1990 المتعلق بالجمعيات، ج ر، عدد 54، مؤرخة في 12 ديسمبر 1990.

³ وهيبة لعوارم بن احمد، مرجع سابق، ص:253.

ثالثا: النقابات العمالية.

يمكن للمنظمة النقابية رفع الدعوى ضد المعتدي على حقوق العلامة التجارية، لمساسه بالمصالح الفردية و الجماعية للعمال، إذ يمكن للنقابة التقاضي باسمها في القضايا الخاصة بها كشخص معنوي، كما يمكنها التقاضي نيابة عن أعضائها، ويمكنها أيضا أن تتقاضى كطرف مدني في القضايا التي تهم هؤلاء وهذا ما نستشفه من خلال المادة 16 من القانون 90-14 المتعلق بكيفية ممارسة الحق النقابي، إذ أنها تنص: "تكتسب المنظمة النقابية الشخصية المعنوية، والأهلية المدنية بمجرد تأسيسها و يمكنها أن تقوم بما يلي:

التقاضي و ممارسة الحقوق المخصصة للطرف المدني لدى الجهات القضائية المختصة عقب وقائع لها علاقة بهدفها و ألحقت أضرارا بمصالح أعضائها الفردية او الجماعية، المادية أو المعنوية.¹

المطلب الثاني: ضد من ترفع الدعوى.

عرفنا مما سبق انه يمكن رفع دعوى جزائية تسمى بدعوى التقليد و التي تعتبر الأداة الرئيسية لحماية العلامة التجارية، ولكي تقوم هذه الدعوى و جب توافر شروط موضوعية وأخرى شكلية لتحظى العلامة بالحماية من خلال هذه الدعوى، كما عرفنا أيضا الأشخاص الذين خول لهم القانون رفع دعوى التقليد و اعطاهم كامل الصلاحيات لمتابعة الدعوى الجزائية من خلال القانون المتعلق بالعلامات، بالإضافة إلى المبادئ العامة لقانون الإجراءات الجزائية.

¹ هودة دكدوك، مرجع سابق، ص:231.

الفصل اثناني: إجراءات المتابعة والجزاء في الجرائم الواردة على العلامة التجارية.

ومن خلال ذلك سنعمل في هذا المطلب على تبيان الأشخاص الذين ترفع ضدهم الدعوى من خلال التطرف إلى الأشخاص الطبيعية الذين تباشر ضدهم الدعوى (فرع أول)، بالإضافة إلى الأشخاص المعنوية التي تباشر ضدهم الدعوى (فرع ثان).

الفرع الأول: الأشخاص الطبيعية الذين تباشر ضدهم الدعوى.

أولاً: المقلد.

ترفع الدعوى العمومية على من لا يملك الحق على العلامة ولا يملك ترخيصها أو إذن من صاحبها أو من يقوم مقامه، ومع ذلك يقوم باستنساخ العلامة التجارية كلياً أو جزئياً للعناصر الأساسية المكونة لها، أو تشبيهاً محاكياً لها في مجموعها، وكل شخص يقوم باستيراد أو تصدير سلع عليها علامات مقلدة أو بيعها أو عرضها للبيع كما يمكن أن ترفع الدعوى ضد صاحب العلامة بحد ذاته في حالة تنازله عن حقه في العلامة للغير تنازلاً كلياً بمقابل مالي و مع ذلك يرتكب جنحة التقليد، بإعادة اصطناع العلامة إذ يكون بذلك مقلداً لها.¹

ويمكن أن ترفع الدعوى العمومية على الشخص الذي يملك مطبعة و يتعمد طباعة كمية تقوت القدر المتفق عليه مع صاحب العلامة، لأنه قام بذلك دون إذن صاحب العلامة، واعتباراً لمبدأ شخصية العقوبة فإن الدعوى العمومية شخصية تمارس ضد مرتكب الجريمة سواء كان فاعلاً أصلياً أو شريكاً في ارتكابها.

وإذا كان يجوز تحريك الدعوى العمومية ضد مجهول في مرحلة التحقيق بقصد الوصول إلى معرفة الفاعل فإنه لا يجوز إحالة شخص غير معلوم للمحاكمة، كما لا يجوز رفع و تحريك الدعوى العمومية ضد الورثة بعد وفاة الفاعل، باعتبار الوفاة سبباً من أسباب انقضاء الدعوى العمومية طبقاً لنص المادة 06 من قانون الإجراءات الجزائية.²

¹¹ سميحة لعجال، المرجع السابق، ص:30.

² انظر المادة 06 من من الأمر 66-155 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، السابق ذكره.

ثانيا: متابعة الشريك في جريمة الاعتداء على العلامة التجارية.

لم يتطرق قانون العلامات الحالي 03-06، الى مساهمة الشريك في الجريمة تاركا الأمر للقواعد العامة لقانون العقوبات، حيث يعتبر شريكا في جريمة التقليد عند اتفاق شخصين أو أكثر على القيام بفعل واحد حيث يساهم كل واحد منهم بدوره في تنفيذ ذلك الفعل.

ويشترط كذلك الرابطة المادية للجريمة لان مجموع عمل هؤلاء الأشخاص يؤدي الى تحقيق واقعة إجرامية واحدة، و منه فان الشريك يشترط فيه العلم بان العلامة المقلدة او العلامة المراد تقليدها مسجلة.

وبالرجوع إلى قانون العقوبات الجزائري في المادة 42 منه نجدها اعتبرت الشريك هو كل شخص ساعد أو عاون الفاعل الأصلي على ارتكاب الأفعال، كما نصت المادة 43 من نفس القانون على أن كل شخص يقدم مسكنه أو ملجئه لاجتماع الأشرار الذين يمارسون الجرائم يأخذ حكم الشريك، والمادة 44 من ذات القانون التي جاء فيها ان الشريك له نفس العقوبة المقررة للجاني أي الفاعل الأصلي.¹

وقد يكون الشريك أيضا قدم مساعدة معنوية كإفادة الفاعل الأصلي بمعلومات التي تساعد على ارتكاب الجريمة، و مده بالوسائل اللازمة كتوزيع السلع المقلدة و تخزينها او شراء المواد التي تستخدم في التقليد، و قد جعل المشرع الجزائري الشريك يستقل بعقوبته عن الفاعل الأصلي في حال توافر أحوال أو ظروف شخصية خاصة بأحدهما، أو ظروف موضوعية تتعلق بالجريمة، فلا يستفيد منها إلا من تتصل به سواء كان فاعلا أو شريك.²

¹ انظر المواد 42، 43، 44 من الأمر 66-156، المتضمن قانون العقوبات المؤرخ في 08 يونيو 1966، المعدل و المتمم.

² هودة دكدوك، مرجع سابق، ص: 246.

الفصل اثناني: إجراءات المتابعة والجزاء في الجرائم الواردة على العلامة التجارية.

وبتطبيق الأحكام العامة نجد أن المساهمة في الجريمة وبخصوص جريمة التقليد يتابع جزائيا كل من ساهم مساهمة مباشرة أو غير مباشرة في جريمة التقليد، كما يتابع كل من ساهم بأي طريقة كانت في تصريف البضائع التي تحمل علامة مقلدة أو بيعها أو عرضها للبيع أو وضع علامة الغير ولا يتعلق الأمر هنا بالمساهمة في تقليد العلامة و إنما في بيعها أو عرضها للبيع أو جريمة وضع العلامة لان فعل التقليد سابق لهذه الأفعال بالنسبة لتقادم دعوى التقليد فلم يتضمن الأمر الخاص بالعلامات مدة تقادمها، و بالتالي الرجوع إلى قانون الإجراءات الجزائية باعتبار جريمة التقليد جنحة فمدة التقادم هي ثلاث سنوات منذ تاريخ التقليد.¹

الفرع الثاني: مباشرة الدعوى العمومية ضد الأشخاص المعنوية.

الأصل أن الدعوى العمومية تحرك ضد الأشخاص الطبيعيين ولكن في ظل التطورات الصناعية و التجارية الراهنة لم تعد الممارسات الصناعية ولاقتصادية حكرا على الشخص الطبيعي كما أن المخالفات و الجرائم في هذا المجال لم تعد مرتبطة به فحسب فهذه التطورات فرضت وجود نوع آخر من الأشخاص يساهم وبقوة في الحياة الاقتصادية و الصناعية، ألا وهو الشخص المعنوي.²

كما تبني المشرع مسؤولية الشخص المعنوي في المادة 51 مكرر من القانون 04-

15 المعدل و المتمم من قانون العقوبات التي تنص: " باستثناء الدولة و الجماعات

المحلية و الأشخاص المحلية الخاضعة للقانون العام يكون الشخص المعنوي مسؤولا جزائيا عن الجرائم التي ترتكب لحسابه من طرف أجهزته او ممثليه الشرعيين عندما ينص القانون على ذلك وان المسؤولية الجزائية له، لا تمنع مسائلة الشخص الطبيعي كفاعل أصلي أو كشريك في نفس الأفعال"، وتحقيا لمقتضيات هذا التعديل عدل المشرع الجزائري قانون الإجراءات الجزائية، إذ استحدث فصل ثالث بعنوان المتابعة الجزائية

¹ سعيدة راشدي، العلامات في القانون الجزائري الجديد، مرجع سابق، ص: 256 .

² هودة دكدوك، المرجع السابق، ص: 246.

الفصل اثناني: إجراءات المتابعة والجزاء في الجرائم الواردة على العلامة التجارية.

للشخص المعنوي متمما الباب الثاني من الكتاب الأول منه بموجب الامر رقم 04-14 المعدل و المتمم لقانون الإجراءات الجزائية.

واشترط المشرع في المادة 65 مكرر 2 ان يتم تمثيل الشخص المعنوي في إجراءات الدعوى من طرف ممثله القانوني، كذلك فانه من شروط قيام المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي وقوع الفعل المكون للجريمة لحساب الشخص المعنوي، أي أن تكون الجريمة قد ارتكبت بهدف تحقيق مصلحة للشخص المعنوي سواء كانت تحقق ربحا أو تجنب إلحاق الضرر به، و سواء كانت هذه المصلحة مادية أو معنوية مباشرة أو غير مباشرة ، محققة أو احتمالية.¹

المطلب الثالث: الجهة المختصة بالنظر في الدعوى الجزائية.

خلصنا مما سبق أن دعوى التقليد ترفعها الجهات التي خول لها القانون ذلك، ولعل ابرز جهة لرفع الدعوى الجزائية هي النيابة العامة ومالك العلامة بعد تسجيلها، و كاي دعوى جهة مختصة للنظر فيها فان دعوى التقليد كغيرها من الدعاوى لها أيضا جهة مختصة للنظر فيها، وهو ما دفعنا إلى محاولة معرفة الجهة المختصة بهذه الدعوى، ومن خلال ذلك نتناول الاختصاص النوعي (فرع أول)، ثم الاختصاص المحلي (فرع ثان).

الفرع الأول: الاختصاص النوعي.

يقصد بالاختصاص القضائي بالنسبة لرفع دعوى التقليد تحديد المحكمة المختصة و التي تتمتع بصلاحيات التحقيق و البحث و الفصل بموجب القانون في قضايا التقليد، أي إقامة دعوى جزائية يتمثل محلها في الادعاء بوجود جريمة التقليد التي عاقب عليها المشرع الجزائي بموجب المواد من 27 إلى 33 من قانون العلامات 03-06، دون الإخلال بأحكام قانون العقوبات في ذلك.²

¹ هودة دكدوك، مرجع سابق، ص: 248.

² انظر المواد من 27 إلى 33 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، السابق ذكره.

الفصل اثناني: إجراءات المتابعة والجزاء في الجرائم الواردة على العلامة التجارية.

ويعتبر الاختصاص القضائي النوعي ولاية المحاكم في النظر في الفصل والنظر في دعوى التقليد، و باستقراء قانون العلامات نجد أن المشرع من خلال المادة 28 منح صاحب تسجيل العلامة الحق في رفع دعوى قضائية ضد كل شخص ارتكب أو يرتكب تقليدا للعلامة المسجلة، و يستعمل نفس الحق تجاه كل شخص ارتكب أو يرتكب أعمالا توحى بان تقليد سيرتكب، أي أن الدعوى ترفع حسب القواعد العامة لقانون الإجراءات الجزائية.¹

من خلال المادة 330 من قانون الإجراءات الجزائية التي تنص: " تختص المحكمة المطروحة أمامها الدعوى العمومية بالفصل في جميع الدفوع التي يبديها المتهم دفاعا عن نفسه ما لم ينص القانون على غير ذلك"²، فالاختصاص النوعي وفقا لهذه المادة يتحدد حسب نوع الجريمة و جسامتها، غير انه بإمكان محكمة الجرح الفصل في المخالفات، وقد خولت المادتين 29 و 30 من الأمر 03-06 السابق لمحكمة الجرح الفاصلة في جنحة الاعتداء على حقوق العلامة أن تتخذ الإجراءات من تلقاء نفسها.³

ويمكن أن يكون بناء على طلب صاحب الحق في العلامة إجراء إبطال أو إلغاء العلامة التجارية، رغم أن البعض يرى ان المسائل المتعلقة بالعلامة التجارية كأنقضاء او إبطال او إلغاء هي من اختصاص المحكمة المدنية، و بالتالي فإذا ما عرض على القاضي الجزائي باعتبار أن التصرف يحمل وصفا جرميا، و قد أثيرت مسائل حول ملكية العلامة فيما إذا كانت مسجلة أم غير مسجلة ، و الفصل في أيهما سجلت أولا انطلاقا من تاريخ الإيداع، فهنا على القاضي الجزائي إصدار حكم بإرجاء الفصل في المسألة الفرعية و المتعلقة بالفصل في العلامة.⁴

¹ عبد القادر سبتي، مرجع سابق، ص: 138.

² انظر المادة 330 من من الأمر 66-155 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، السابق ذكره.

³ انظر المادتين 29 إلى 30 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، السابق ذكره.

⁴ هودة دكدوك، مرجع سابق، ص: 252، 253.

الفرع الثاني: الاختصاص المحلي.

يراد بالاختصاص المحلي ولاية المحاكم من حيث المكان، و أي محكمة هي المختصة إقليميا بالنظر في الدعوى، حيث انه بعكس قواعد الاختصاص المحلي في المواد المدنية التي لا تعد من النظام العام، غير أنها بالنسبة للمواد الجزائية فهي تعتبر من النظام العام، وإن اعتبرنا إن الاختصاص المحلي من النظام العام من جهة فان المحاكم كثيرة تتوزع عبر كامل التراب الوطني حسب التقسيم الإداري للبلاد، وعليه يجب تحديد المحكمة المختصة إقليميا للقيام بالإجراءات أمامها.¹

وهذا و في ظل غياب نص خاص صريح في التشريع المتعلق بالعلامات فإننا نرجع إلى الأحكام العامة التي تقضي باختصاص المحكمة التي تقع في دائرة اختصاصها مكان ارتكاب الجريمة، و الذي لا يثير أي إشكال بالنسبة للتحقيق و المتابعة، وإنما الإشكال يطرح في حالة ارتكاب جريمة في عدة مناطق، حيث مثلا يتم التقليد في مكان ما بينما يتم حيازة أو بيع أو عرض للبيع السلع التي تحمل علامة مقلدة في مكان آخر، فاي محكمة يعود لها الاختصاص المحلي في هذه الحالة؟

أجابت على هذا الإشكال المادة 329 من قانون الإجراءات الجزائية بقولها: " تختص محليا بالنظر في الجنحة محكمة محل الجريمة او محل إقامة احد المتهمين او شركائهم او محل القبض عليهم ولو كان القبض قد وقع لسبب اخر، ولا تكون محكمة حبس المحكوم عليه مختصة إلا وفق الأوضاع المنصوص عليها في المادة 552، 553 من نفس القانون كما تختص أيضا المحكمة بالنظر في الجنج و المخالفات الغير قابلة للتجزئة أو المرتبطة.

¹ وهيبه لعوارم بن احمد، مرجع سابق، 324، 325.

الفصل اثناني: إجراءات المتابعة والجزاء في الجرائم الواردة على العلامة التجارية.

وتختص المحكمة التي ارتكبت في نطاق دائرتها المخالفة أو المحكمة الموجودة في بلد إقامة مرتكب المخالفة بالنظر إلى تلك المخالفة¹.

والملاحظ في نص المادة أنها أعطت حولا للأشكال المطروح، حيث يتبين أن المحكمة المختصة هي محكمة المكان الذي تم فيه الاعتداء على العلامة، و هو مكان الشركة أو المؤسسة أو مقر التاجر الاعتيادي، وقد يمتد الاختصاص إلى عدة مؤسسات، حث يكون كل منها مسؤولاً عن التقليد أو الاستعمال أو الاستغلال أو أي اعتداء آخر.

ونشير كذلك إلى أن المحكمة المختصة حتى بالنسبة للمكان الذي تم فيه التحضير لابتكار العلامة المقلدة كما يمكن ان يكون الاعتداء ببيع أو حيازة بضائع مقلدة، فهنا العبرة بمكان الحيازة أو البيع، و يخول النظر في هذه الاعتداءات في جميع المحاكم التي يقع في دائرتها مكان البيع أو الحيازة أو الاعتداء².

وفي حالة ما إذا فر المتهم من مكان ارتكاب الجريمة أو المكان الذي حاز فيه البضائع المقلدة وتعرض للقبض فان المحكمة المختصة هنا هي مكان إلقاء القبض عليه، هذا ويمكن للمحاكم وهي تنتظر في قضية أخرى ضد المتهم، وتبين انه قد ارتكب جريمة التقليد أو حيازة أو بيع بضائع مقلدة أن تفصل وفق ما يقرره القانون ضد هذه الأفعال المرتكبة، حتى وان كانت الدعوى الأصلية ليست لها علاقة بأفعال التقليد³.

وإذا كان المشرع الجزائري قد اعتبر الاختصاص المحلي من النظام العام فانه قد بين اختصاص المحاكم حسب الأفعال المرتكبة في حق العلامة التجارية، وعليه تكون المحاكم المذكورة سابقا هي من تباشر وتحرك الإجراءات القضائية، كما يمكن أن تنيب المحاكم الأخرى التي توجد أفعال مجرمة في مكان اختصاصها، وتعتبر المحاكم الأولى

¹ انظر المادة 329 من من الأمر 66-155 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، السابق ذكره.

² عبد القادر سبتي، مرجع سابق، ص: 139.

³ وهيبة لعوارم بن احمد، مرجع سابق، ص: 327.

الفصل اثناني: إجراءات المتابعة والجزاء في الجرائم الواردة على العلامة التجارية.

مختصة بصورة أساسية، إذ يجوز لمن له الحق في رفع الدعوى أن يلجا إلى المحاكم المذكورة أنفا لردع الأفعال التي تعد جرائم تمس بملكية العلامة التجارية.¹

وتجدر الإشارة إلى أن المشرع الجزائري أعطى صورة أخرى لحماية مالك العلامة كإجراء تحفظي متى تم الاعتداء على علامته، كما ينظر لها أيضا بأنها وسائل لإثبات التقليد والتي سنتناولها من خلال هذا المطلب تحت عنوان الإجراءات التحفظية.

ينبغي لتحريك الدعوى القضائية توافر شرط الصفة والمصلحة لدى الأشخاص سواء كانت طبيعية أو اعتبارية، باعتباره الطرف الأساسي في النزاع وهو المعني الأول بالضرر الناجم عن التقليد ولهذا اقر المشرع الجزائري لصاحب الحق أي مالك العلامة أن يطلب من المحكمة اتخاذ بعض الإجراءات التحفظية التي نصت عليها قوانين الملكية الصناعية، منها المادة 64 من قانون براءات الاختراع والمادة 34 من قانون العلامات والمادة 26 من قانون الرسوم والنماذج الصناعية.²

فتعد هذه الإجراءات وسيلة أخرى مقررة من طرف المشرع موجهة لمالك العلامة كما ذكرنا آنفا، وذلك بتمكينه من اتخاذ إجراءات تسمح له بإثبات مختلف أفعال التعدي على العلامة قبل رفع الدعوى .

وعليه يستطيع مالك العلامة أن يطلب الحجر من المحكمة المختصة على السلع التي تحمل علامة مقلدة أو مشبهة وعلى الوسائل والأدوات المستخدمة لإنتاجها إذ اثبت أن هنالك اعتداء على حقه وأنه يخشى من اختفاء الأدلة، وقد نصت المادة 34 من الأمر 03-06 السابق ذكره على أنه: "يمكن لمالك العلامة بموجب أمر من المحكمة الاستعانة عند الاقتضاء بوصف دقيق للسلع التي يزعم أن العلامة عليها قد ألحقت به الضرر

¹ عبد القادر سبتي، مرجع سابق، ص:140.

² عائشة شابي، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماستر في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قلمة، 2014، ص:76.

الفصل اثناني: إجراءات المتابعة والجزاء في الجرائم الواردة على العلامة التجارية.

وذلك بالحجر أو بدونه ". ويتم إصدار الأمر على ذيل عريضة بناء على إثبات تسجيل العلامة، وعندما يتأكد الحجز يمكن أن يأمر القاضي المدعي بدفع كفالة.¹

ولقد ألزم المشرع الجزائري طالب الحجز التحفظي من اللجوء إلى الجهة القضائية بالطريق المدني أو الجزائي في اجل شهر و إلا أصبح الوصف أو الحجز باطلا مع إمكانية المطالبة بالتعويض، مع الإشارة في هذا الصدد انه في حالة بطلان حجز التقليد فان ذلك لا يؤثر على حق المدعي في رفع الدعوى أمام قاضي الموضوع، ودون أن يتسبب هذا البطلان في الإخلال بالحق في التعويض.²

كما يتضح أيضا من استقراء أحكام المادة المذكورة سابقا أن لمالك العلامة التجارية الحق في طلب إجراء وصف مفصل للآلات أو المنتجات التي ينطبق عليها التقليد والتي يمكن أن تمس بعلامته بمقتضى أمر لدى رئيس المحكمة.³

¹ عادل عكروم، الحماية الجزائرية لأصول الملكية الصناعية في الجزائر، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البليدة، العدد الخامس، الجزائر، 2015، ص:290.

² نفس المرجع، ص:291.

³ عمار شايب، النظام القانوني للعلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أم البواقي، 2018، ص:54.

المبحث الثالث: العقوبات المقررة.

عرفنا فيما سبق أن الدعوى الجزائية بالخصوص دعوى التقليد انها الأداة و الآلية الفعالة لحماية العلامة التجارية من كل الاعتداءات و باعتبار ان لكل دعوى قضائية اثار قانونية تترتب عليها، ولدعوى التقليد آثار قانونية تنصب عليها و التي تعد مؤشرا قويا لتقييم مدى فاعلية هذه الدعوى في ردع كل خطر، و لهذا قام المشرع الجزائري من خلال كل من قانون العقوبات و قانون العلامات بإصدار أحكام تمثل جزاءات قانونية منها جزاءات ردعية و منها ما هو عقوبات لجبر الضرر و هي عقوبات جزائية ضد كل اعتداء أو جريمة ماسة بالعلامة التجارية، لذلك سنقوم بالتطرق للعقوبات الأصلية (مطلب أول)، ثم نتعرض للعقوبات التكميلية (مطلب ثان) .

المطلب الأول: العقوبات الأصلية.

لقد اقر المشرع الجزائري آليات لحماية العلامة التجارية من خلال تجريمه لكل اعتداء يخص العلامة التجارية، إضافة إلى وضع قوانين و نصوص ردعية دون نسيان العقوبات الصارمة التي جعلها بدرجة أولى في وجه كل معتد، من خلال ما سبق سنحاول تناول أهم العقوبات المخصصة وهي الحبس و الغرامة (فرع أول)، بالإضافة إلى الإلتلاف و نشر الحكم (فرع ثان) .

الفرع الأول: الحبس و الغرامة.

أولاً: الحبس.

نصت المادة 32 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، على انه: " مع مراعاة الأحكام الانتقالية لهذا الأمر ودون الإخلال بأحكام الأمر 66-156 المؤرخ في 08 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات المعدل و المتمم، فان كل شخص ارتكب جنحة التقليد يعاقب بالحبس من ستة أشهر (06) إلى سنتين، و بغرامة من مليونين و خمس مئة

الفصل اثناني: إجراءات المتابعة والجزاء في الجرائم الواردة على العلامة التجارية.

ألف دينار (2500000 دج) إلى عشرة ملايين دينار جزائري (10000000 دج)، أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط مع الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة، ومصادرة الوسائل المستعملة في المخالفة و إتلاف الأشياء محل المخالفة " ¹.

وبالرجوع أيضا إلى الأحكام العامة لقانون العقوبات الذي نص على عقوبة الحبس و الغرامة كجزاء ردي ضد كل أعداء، من خلال نص المادة 05 بقولها: " الحبس مدة تتجاوز شهرين إلى سنتين ما عدا الحالات التي يقر القانون حدود أخرى " ².

والملاحظ هنا أن المشرع قد قام مدة الحبس و الرفع من مبلغ الغرامة المحكوم بها، حيث كانت في الأمر 57-66 الملغى تصل الى (03) ثلاث سنوات و بغرامة من عشرة آلاف إلى عشرين ألف دينار (20000 دج)، على الغم من ان ظاهرة تقليد المنتجات كانت منتشرة وتكبد الجزائر خسائر معتبرة سنويا. ³

والمتمأمل في هذين النصوص القانونية يجد ان الضمانات القانونية المتعلقة بالعقوبات المقررة لجنح التقليد موجودة أساسا لقمع هذه الجريمة، فالعقوبة التي تصل مدتها إلى سنتين و الغرامة التي تصل إلى عشرة ملايين دينار، تكون ردية لمرتكبي مختلف صور الاعتداء على العلامة إلى إن النقص يبقى في آليات الرقابة من طرف الهيئات المختصة التابعة لوزارة التجارة و المالية كمصالح الجمارك التي تبقى عاجزة و غير فعالة في محاربة التقليد، و الدليل هي الخسائر الفادحة التي تتكبدها الجزائر و المقدرة بحوالي من خمس و عشرون إلى ثلاثون مليار سنويا. ⁴

¹ انظر المادة 32 من الأمر 03-06 ، السابق ذكره.

² انظر المادة 05 من الأمر 66-156 المتضمن قانون العقوبات، السابق ذكره.

³ ميلود سلامي، مرجع سابق، ص: 181.

⁴ نفس المرجع، ص: 182.

ثانيا: الغرامة.

تعتبر الغرامة عقوبة مالية يحكم بها القاضي في حالة إخلال شخص ببعض القواعد القانونية والأحكام التشريعية، وتتمثل هذه الغرامة في دفع المحكوم عليه مبلغا للإدارة المالية المختصة وهي تتجاوز 20 ألف دينار جزائري في مواد الجرح.

وقد حدد المشرع الجزائري قيمة الغرامة في تقليد العلامات وبراءات الاختراع والتصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة، بمليونين وخمسمائة ألف دينار جزائري (2500000 دج)

إلى عشرة ملايين دينار (10000000 دج) وذلك بغض النظر عن نوع التقليد سواء كان ذلك نسخا مطابقا أو نسخا جزئيا أو كان ذلك بيعا أو طرحا لبيع منتجات تتضمن تقليد لعلامة ما.¹

تظهر هنا عقوبة الحبس أو الغرامة المنصوص عليها في المادة 32 من الأمر 03-06 السالف الذكر، أنها تكون اختيارية أي أن القاضي قد يوقع عقوبة الحبس أو الغرامة وقد يطبق كل من العقوبتين معا، بحسب الأحوال نستشف ذلك من نص المادة السابق الإشارة إليه لما نصت على: "...فان كل شخص ارتكب جنحة التقليد يعاقب بالحبس من ... وبغرامة من ... أو بإحدى هاتين العقوبتين معا".²

وكما تمت الإشارة سابقا إلى امن المشرع قد قلص من مدة الحبس و رفع من مبلغ الغرامة، حيث ضاعف بشكل كبير قدر الغرامة و ذلك بالنظر إلى سوء نية مرتكب التقليد لأنه و عند قيامه بتقليد العلامات المملوكة للغير بهدف تحقيق الربح السريع على حساب الغير، ولذلك فالغرامة التي سيعاقب بها تردعه أكثر من عقوبة الحبس، التي توقع عليه و بالتالي سيجد نفسه مهددا في حالة ما إذا اكتشف أمره بخسائر كبيرة وخاصة وان المشرع

¹ زوبير حمادي، مرجع سابق، ص: 223.

² انظر المادة 32 من الأمر 03-06 ، السابق ذكره.

الفصل اثناني: إجراءات المتابعة والجزاء في الجرائم الواردة على العلامة التجارية.

الجزائري لم يعد يشترط في جنح التقليد توافر سوء النية لدى المقلد، مما سهل إدانة المقلد بجريمة التقليد، وهذا بالإضافة إلى ما تلحقه ظاهره التقليد من خسائر بالنسبة للاقتصاد الوطني بسبب إفشال عمليات الاستثمار خاصة بالنسبة للطرف الأجنبي.¹

الفرع الثاني: الإتلاف ونشر الحكم.

أولاً: الإتلاف La Destruction .

تنص الفقرة الثالثة من المادة 32 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، على إمكانية إتلاف الأشياء محل المخالفة و كثيرا ما يتم النطق بالمصادرة و التي هي في نظر المحاكم تكملة ضرورية له.²

إذ تأمر المحكمة إتلاف الأختام ونماذج العلامات المقلدة أي الأشياء و الأدوات التي استعملت لارتكاب الجريمة، كما نجد المشرع قد نص في المادة السابقة أيضا على ان الحكم بالإتلاف أمر إلزامي نظرا لصياغة النص القانوني، والحكمة من وراء هذه العقوبة حماية الصحة العمومية للمستهلكين من استهلاك سلع حاملة لعلامات مقلدة قد تكون مضرّة بصحتهم أو تحتوي مواد خطيرة.³

ثانياً: نشر الحكم.

يتم من خلال نشر الحكم فضح الجاني و الإعلان عن جريمته بين الناس، ولان السمعة في المجال الاقتصادي لها أهمية اقتصادية و تجارية كبيرة وجوهرية، لذلك يعتبر النشر وسيلة تصيب المحكوم عليه في اعتباره لدى زبائنه، خاصة الذين يعتمد عليهم في كسب عيشه و تنمية دخله.⁴

¹ وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات

² انظر الفقرة 03 من المادة 32 من الأمر 03-06 ، السابق ذكره.

³ آمنة صامت، المسؤولية الجزائية في جرائم العلامات التجارية، مرجع سابق، ص: 245.

⁴ عيسى بكاي، الشروط القانونية و التنظيمية لمزاولة الأنشطة التجارية في ظل التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة الجزائر1، 2018 ،ص:222.

الفصل اثناني: إجراءات المتابعة والجزاء في الجرائم الواردة على العلامة التجارية.

كما نجد في المادة 48 من الأمر 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات الجارية المعدل و المتمم، حيث تنص: "يمكن للوالي المختص إقليميا ، وكذا القاضي أن يأمر على نفقة مرتكب المخالفة أو المحكوم عليه نهائيا، تنشر القرارات كامل أو خلاصة منها في الصحافة الوطنية أو لصقها بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها".¹

من خلال نص المادة نجد ان من صلاحيات الوالي والقاضي المختص فرض وإجبار المحكوم عليه بنشر القرار من اجل اطلاع الجمهور المستهلك بكافة أوجه الحكم الصادر بالإدانة، ذلك لما تنطوي عليه من فوائد أهمها، كشف أمر المحكوم عليه و التحذير من التعامل مع مرتكب الجريمة، و خاصة إذا كان محل التقليد أدوية و مواد صيدلانية، وبالرجوع إلى الأحكام العامة لقانون العقوبات بخصوص الجزاءات التكميلية نجد ان هناك طريقتين للإعلان عن الحكم و التي لم ينص عليها الأمر 03-06، و هي طريقة إصاق الحكم في أماكن أو النشر في الجرائد أو الجدران يحددها القاضي، كما يمكن النشر في الجريدة الرسمية أو محطات التلفزيون.²

المطلب الثاني: العقوبات التكميلية.

نظرا لحرص المشرع الجزائري على معاقبة كل معتد على العلامة التجارية، حيث اقر مجموعة من العقوبات و الجزاءات على الأفعال التي تشكل اعتداء على العلامة، وكما ذكرنا في سابقا أن هذه العقوبات جاءت بشقين، الأولى عقوبات أصلية، و أخرى تكميلية و التي تشكل موضوع دراستنا في هذا المطلب، وعليه سنتناول الغلق النهائي او المؤقت (فرع أول)، بالإضافة إلى المصادرة (فرع ثان) .

¹ انظر المادة 48 من القانون رقم 02-04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر، المؤرخة في 27 يونيو 2004، عدد 43، ص: 03.

² هودة دكدوك، مرجع سابق، ص: 277.

الفرع الأول: الغلق النهائي أو المؤقت **La fermeture permanant ou temporaire**.

حيث نص على هذه العقوبة قانون العلامات من خلال المادة 32، وقد اقر المشرع هذه العقوبة بالإضافة إلى عقوبتي الحبس و الغرامة، أو مع إحداهما، و أجاز للمحكمة استعمال سلطتها التقديرية في إن تقضي بالغلق المؤقت أو النهائي، خاصة وان كان الجاني في حالة العود، و حسنا فعل المشرع الجزائري بالنص على هذه العقوبة بحيث يكون لها أثرها الفعال في الحد من تكرار وقوع هذه الجرائم.¹

ويكون الحكم على المتهم بعقوبة جزائية بقرار القاضي بغلق المؤسسة لتنفيذ جنحة التقليد.

الفرع الثاني: المصادرة **La confiscation**.

أوجبت المادة 32 من قانون العلامات تطبيق عقوبة الحبس أو الغرامة على مرتكب جنحة التقليد و تأمر أيضا بمصادرة جميع الأشياء و الوسائل و الأدوات المستعملة في أفعال التعدي على العلامة التجارية²، في حين أن المصادرة في الأمر 66-57 الملغى، كانت أمر جوازي و ليس وجوبي متروك للسلطة التقديرية للمحكمة المطروح أمامها النزاع، كما عرفت أيضا المادة 15 من قانون العقوبات الجزائري على أنها: " الأيلولة النهائية إلى الدولة لمال أو مجموعة أموال معينة أو ما يعادل قيمتها عند الاقتضاء ".³

ويشترط للنطق بهذه العقوبة أن تكون الجنحة قائمة بكافة أركانها أي فعلية، و تنصب المصادرة على الأشياء و الوسائل و الأدوات التي استعملت أو كانت ستستعمل في الجريمة، وهذا ما استشارت إليه الفقرة الثالثة من المادة 32 من الأمر 03-06، و

¹ عبد القادر سبتي، مرجع سابق، ص:58.

² انظر المادة 32 من الامر 03-06 المتعلق، السابق ذكره.

³ انظر المادة 15 من الأمر 66-156 المتضمن قانون العقوبات، السابق ذكره.

الفصل اثناني: إجراءات المتابعة والجزاء في الجرائم الواردة على العلامة التجارية.

التي جاءت بما يلي: " مع مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة".¹

والمصادرة مقيدة بثلاثة شروط، بحيث لا تشمل ما إشارة إليه الفقرات من 01 إلى 03 من المارة 15 من قانون العقوبات ، ولا تشمل الأشياء المملوكة للغير ما لم ينص القانون صراحة على خلاف ذلك، وان تام ربها المحكمة باستثناء حالة الجنائيات فيجوز الأمر بالمصادرة في كل الحالات، و الأصل أن تكون المصادرة مسبقة بالحجز فتأتي لتثبيته، وتعد المصادرة في نفس الوقت عقوبة و تعويضا مدنيا، وحتى يتم النطق بها لابد من معاينة مادية للجرائم ذات الصلة بالعلامات، ولا يمكن النطق بالمصادرة إلا في حالة الحكم بعقوبة جزائية.²

¹ يزيد ميلود، مرجع سابق، ص: 80.

² هودة دكدوك، مرجع سابق، ص: 272.

ملخص الفصل الثاني:

تتمتع العلامة التجارية بدور هام و رئيسي في الجانب الاقتصادي، باعتبارها وسيلة للتعريف و الإعلان عن مختلف المنتجات والسلع، ووسيلة للمنافسة واكتساب حصص في السوق، وان أي اعتداء على العلامة التجارية من شأنه أن يمس بمصالح المستهلك باعتبار أن العلامة هي أداة للتعرف على المنتجات و الخدمات التي تشكل بالنسبة إليه رمز للثقة و الجودة.

وبعد انتهاء الجزائر نظام اقتصاد السوق و فتح باب المنافسة بين مختلف التجار و المتعاملين الاقتصاديين، فان السوق الاقتصادي أصبح منفذا لمختلف المنتجات و تعدد العلامات، و تحقيق الربح هو الغاية المنشودة لكل تاجر و أصحاب العلامات و أمام هذه الأهمية المادية كثرت الاعتداءات وتعددت صورها بغية الاستفادة من الشهرة و كسب الربح السريع و الغير مشروع عن طريق التقليد.

هذا الأخير الذي يشكل ابرز صورة للاعتداء على العلامة التجارية والذي يهدد مصالح أصحاب العلامات وجمهور المستهلكين والاقتصاد الوطني بصفة عامة، وذلك لما يلحقه من أضرار مادية و معنوية تلحق بسمعة صاحب العلامة.

لهذا قام المشرع الجزائري بسن قوانين ردية لحماية العلامة التجارية من جل الاعتداءات، و خاصة جريمة التقليد، التي خصص لها دعوى جزائية التي تعتبر أداة فعالة لحماية العلامة، و لذلك قمنا في هذا الفصل بالتطرق إلى كل ما يحكم هذه الدعوى من إجراءات وأسس قانونية للمتابعة الجزائية.

فانطلاقا من المبحث الأول الذي اعتمدنا فيه تبيان أهم الأسس القانونية للمتابعة الجزائية في دعوى التقليد ومن هذه الأسس شرط التسجيل، شرط التعيين، و شرط تقييد العلامة من حيث الزمان والمكان، كما تناولنا في المبحث الثاني الإجراءات القانونية التي تنتهج أثناء سير الدعوى الجزائية، من خلال التعرف على أصحاب الحق في رفع

الفصل اثناني: إجراءات المتابعة والجزاء في الجرائم الواردة على العلامة التجارية.

الدعوى، ثم معرفة أشخاص دعوى التقليد، بعد ذلك قمنا بدراسة الاختصاص القضائي من خلال معرفة المحكمة المختصة نوعيا وإقليميا بالنظر في دعوى التقليد، بعدا ذلك وقفنا عند الإجراءات التحفظية التي يمكن القيام بها من الطرف المتضرر.

وختاما بالمبحث الثالث والأخير و الذي قمنا فيه بدراسة مختلف الجزاءات التي أوردها المشرع الجزائري ضد كل الاعتداءات و الجرائم الواقعة على العلامة، و التي تتضمن عقوبات أصلية و أخرى تكميلية.

خاتمة

خاتمة:

في ختام هذه الدراسة نخلص إلى أن المشرع الجزائري قد انتهج في تعريفه للعلامة التجارية نفس الطريق الذي سلكته بعض التشريعات المقارنة أبرزها المشرع الفرنسي، حيث اعتبر العلامة التجارية هي كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضعها، والألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع، أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي، عن سلع أو خدمات غيره.

ونجد أن هذا التعريف جاء نتيجة لاتفاقية تريبس، التي انضمت إليها الجزائر، كما انضمت أيضا إلى المنظمة العالمية للتجارة العالمية، وعلى ضوء دراستنا للتشريع الجديد الخاص بالعلامات، نلاحظ أن المشرع قد اقر أحكام أساسية في تثبيت و إعطاء الصيغة القانونية للعلامة التجارية، من خلال الطابع الإلزامي لها، مراعيًا في ذلك مصلحة المستهلك لضمان حمايته، باعتبار أن العلامة هي وسيلة حماية قبل أن تكون وسيلة منافسة، حتى انه رتب جزاءات على مخالفة قاعدة إلزامية العلامة.

وذلك نتيجة لأهميتها الكبيرة، إذ تخول لصاحبها حق استثنائي قانوني من اجل تعزيز روح المبادرة و الابتكار في المجال الصناعي و التجاري، أما بخصوص أهميتها بالنسبة للمستهلك فهي تعتبر أداة تسهل على المستهلك عملية التسوق، كما تساعده أيضا على تحديد مصدر المنتجات و عدم الخلط بين السلع.

وقد عرفنا في هذا البحث أن أشكال التعدي على العلامة متعددة ومتنوعة، حيث نجد أن جنحة التقليد هي الجريمة الرئيسية من بين كل هذه الاعتداءات، ويتفرع عن هذه الأخيرة مجموعة من الجرائم، أهمها جنحة تشبيه العلامات أو التقليد التدييسي، جنحة استعمال علامة مقلدة أو مشبهة، جنحة بيع أو عرض للبيع علامة عليها علامة مقلدة أو مشبهة، بالإضافة إلى وجود مجموعة من الجرائم الأخرى الغير مرتبطة أساسا بالتقليد،

من بينها جنحة اغتصاب أو وضع علامة مملوكة للغير، جنحة بيع بضائع أو منتجات أو خدمات لا تحمل علامة، جنحة وضع علامة غير مسجلة على بضائع أو سلع أو خدمات، جنحة مخالفة أحكام قانون العلامات.

وقد أعطى المشرع في ظل القانون الراهن للتقليد المفهوم الواسع، أي انه اعتبر جنحة تقليد كل فعل من شأنه المساس بالحقوق الاستثنائية لصاحب العلامة، وهذا بخلاف الأمر في ظل القانون السابق للعلامات الملغى الذي نص على كل جريمة بحيالها. وككل جريمة لا بد لقيامها من وجود مجموعة من الأركان، كذلك الجرائم المرتكبة ضد العلامة التجارية كسابقاتها لا بد لقيامها من توافر الأركان العامة للجريمة التقليدية، وهي الركن الشرعي، الركن المادي، و الركن المعنوي.

ومن هذا المنطلق أصبحت حماية العلامة التجارية ضرورة حتمية، ولما كانت العلامة عرضة لمخاطر التقليد و التزوير فان ذلك دفع الدول إلى ضرورة بناء أجهزة و نظم قانونية تكفل لها عدم التعدي على العلامات، من خلال إصدار نصوص قانونية تنظيمية وردعية، و قد وفق المشرع الجزائري من خلال قانون العلامات الجديد، في وضع نظام هام و متماسك لمواجهة الجرائم المرتكبة ضد العلامة، وذلك لتحديد أسس الحماية القانونية، كشرط التسجيل الذي يعتبر ابرز شرط لحماية العلامة التجارية، بالإضافة إلى شرط التعيين و شرط تقييد العلامة من حيث الزمان والمكان.

بالإضافة إلى ذلك وجدنا المشرع قد وضع مجموعة من الإجراءات القانونية الخاصة بدعوى التقليد، والمتمثلة في أشخاص الدعوى، بالإضافة إلى الاختصاص القضائي بشقيه النوعي و الإقليمي، وأخيرا الإجراءات التحفظية.

وأمام تعدد أنواع الجرائم قام المشرع الجزائري بسن مجموعة من العقوبات ضد كل معتمد على العلامة، معتمدا في ذلك على كل من قانون العلامات وقانون العقوبات، وتمثلت في عقوبات أصلية ، إذ يعتبر هامش الربح والخسارة معيار أساسي ومهم في

الجانب التجاري ولهذا اقر المشرع الجزائري عقوبات مالية متمثلة في الغرامة، بالإضافة إلى عقوبات مقيدة للحرية وهي عقوبة الحبس، كما نص أيضا على عقوبات أخرى متمثلة في الإلتلاف ونشر الحكم.

وعقوبات تكميلية كالمصادرة والغلق النهائي أو المؤقت، كلها عقوبات حاول المشرع من خلالها غلق كل السبل أمام كل معتد، لتوفير الحماية القانونية للمتعاملين الاقتصاديين من اجل توفير مناخ ملائم للمنافسة المشروعة من جهة، وحماية للمستهلك والاقتصاد الوطني من جهة أخرى، وقد تميز هذا النظام القانوني الذي اقره المشرع الجزائري بالدقة والتنظيم المحكم، التي تمكن صاحب الحق في العلامة من اللجوء إلى استعمال كافة الوسائل لحماية حقه الاستثنائي على العلامة.

و بالنظر إلى ما تم دراسته في هذا البحث توصلنا إلى مجموعة من المخرجات و النتائج :

- نجد أن المشرع الجزائري اعتبر التقليد جنحة في القانون الجديد، كما أعطى له تعريفا بأنه كل فعل من شأنه المساس بالحقوق الاستثنائية لصاحب العلامة التجارية، على عكس القانون القديم، الذي لم يضع تعريفا محدد له و لم يقم بتكيفه.
- يكمن الهدف الأساسي من قانون العلامات إلى تنظيم إجراءات تسجيل العلامة، وكذا تجسد طرق حمايتها لحفظ حقوق صاحبها، وفي ذات السياق تعمل أيضا على حماية المستهلك.
- تحمل العلامة التجارية أهمية بالغة في الميدان التجاري و الاقتصادي، من خلال ما تحققه من فوائد للتاجر أو المصنع.
- تتمتع العلامة التجارية المسجلة وفق الشروط القانونية المنصوص عليها في المدة 05 من قانون العلامات بالحماية الجزائية عن طريق دعوى التقليد.

- أعطى المشرع صلاحيات واسعة لمختلف الأجهزة من اجل رفع دعوى ضد كل معتدي على العلامة.
- قد وفق المشرع الجزائري إلى حد بعيد في تحقيقه لحماية قانونية للعلامة التجارية، وذلك بتسخيره لأنظمة و قوانين تنظيمية وردعية للحد من الجرائم الواقعة ضدها، إلا انه و كأى نظام قانوني تتخلله بعض النقائص و الهفوات.
- مما سبق خلصنا إلى جملة من المقترحات نوجزها كالآتي:
- أن يحرص المشرع على أن يكون التسجيل الخاص بالعلامات باللغة الوطنية العربية، وان يكون اختياريًا باللغة الإنجليزية أو الفرنسية، وهذا لان الواقع العملي يثبت أن كافة الإجراءات تتم باللغة الفرنسية، وهذا حفاظًا على رموز السيادة الوطنية.
- رقمنة إجراءات التسجيل لتسهيل عملية الابتكار وتشجيع الاستثمار الوطني و الأجنبي.
- إزالة التناقض الموجود في التشريع الحالي حيث ينص من جهة على المفهوم الواسع للتقليد، ثم يعاقب على أفعال أخرى من شأنها أن تمس بالحقوق الاستثنائية لصاحب العلامة بعقوبة غير العقوبة المخصصة لجنحة التقليد.
- كما ندعو المشرع على النص على الأحكام المتعلقة بالشريك في جريمة التقليد في قانون العلامات، دون الرجوع إلى الأحكام العامة لقانون العقوبات.
- ضرورة تشديد العقوبة على العود في الجريمة في القانون الخاص بالعلامات، دون الرجوع إلى قانون العقوبات.
- الاستعانة بأهل الخبرة لأجل مساعدة القاضي في تقدير وجود التقليد والاستفادة من خبراتهم في المجال.

- العمل على إنشاء جهاز إداري متخصص بكشف جرائم التقليد، ذو علاقة مباشرة مع المعهد الوطني للملكية الصناعية و مصالح التجارة و الجمارك و جمعيات حماية المستهلك.
- تشديد الرقابة الجمركية للكشف عن السلع و المنتجات المقلدة خاصة في مجال الأدوية، والمواد الغذائية.
- تشديد العقوبات المفروضة على مرتكبي جريمة التقليد، وخاصة العقوبات المالية بما يناسب حجم و ظروف التعدي.
- إحكام الرقابة على الحدود التي تعتبر بؤرة للتقليد من خلال المراقبة الفعالة وإعطاء مصالح الجمارك كافة الصلاحيات للتدخل.
- توعية الجمهور المستهلك من خلال حملات دعائية تحذر من مخاطر التقليد و نشر ثقافة التبليغ عن العلامات المقلدة، من خلال إنشاء رقم هاتفي اخضر ذو اتصال مباشر مع المصالح المعنية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولاً: المراجع باللغة العربية.

01/ الكتب:

- سمير جميل حسين الفتلاوي، الملكية وفق القوانين الجزائرية، د.ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، د.س.ن.
- عبد الله سليمان، شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم العام، الجزء الأول، - الجريمة-، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2002.
- فرحة زراوي الصالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الحقوق الفكرية، دار ابن خلدون، الجزائر: 2006.
- منصور رحمانى، الوجيز في القانون الجنائي العام، دار العلوم للنشر، عنابة الجزائر: 2006.
- محمد مصطفى عبد الصادق، الحماية القانونية للعلامة التجارية إقليمية ودولياً، دراسة مقارنة، د.ط، دار الفكر والقانون، المنصورة، مصر، 2014
- معوض عبد الوهاب عبد التواب، الوسيط في شرح الجرائم والغش والتدليس وتقليد العلامة التجارية، عمان الأردن: ط1، 1985
- نورة حسين، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، دون طبعة، الأمل للطباعة والنشر، تيزي وزو، د س ن.
- وهيبه لعوارم بن احمد، جريمة تقليد العلامة في ظل التشريع الجزائري، الطبعة الأولى، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية: 2015.

2/ الرسائل والمذكرات الجامعية:

- أمين بوشعبة، حماية ملكية واستعمال العلامات التجارية المشهورة، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص قانون، جامعة تيزي وزو، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2014.
- أمينة صامت، المسؤولية الجزائرية في جرائم العلامات التجارية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تلمسان: 2018.
- بسمة بوبشطولة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة ماجستير فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف-2، الجزائر، 2015.
- سعيدة راشدي، العلامات في القانون الجزائري الجديد، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، 2014.
- سعيدة راشدي، النظام القانوني للعلامات، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، في القانون، فرع قانون أعمال، كلية العلوم القانونية، جامعة الجزائر، بن عكنون، 2003.
- سماح محمدي، الحماية القانونية للعلامة التجارية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة، 2016.
- سمية بورية، الحماية القانونية للعلامة التجارية والرسم والنموذج، مذكرة لنيل شهادة ماستر في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ام البواقي: 2014.
- سميحة لعجال، جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة المسيلة، 2017.
- شمس الهدى مجبر كوثر، العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماستر في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مستغانم، 2018.
- عبد القادر سبتي، تقليد العلامات التجارية في القانون الجزائري والقانون المقارن، أطروحة دكتوراه كلية الحقوق، جامعة الجزائر (1): 2017.

- عائشة شابي، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماستر في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قلمة، 2014.
- عطاء الله سفيه، حماية العلامات التجارية في علاقاتها للعناوين الالكترونية، مذكرة مكملة لمقتضيات نيل شهادة ماستر في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة المسيلة، 2014.
- عمار شايب، النظام القانوني للعلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أم البواقي، 2018.
- عيسى بكاي، الشروط القانونية و التنظيمية لمزاولة الأنشطة التجارية في ظل التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2018.
- ليندة بومحراث، طرق تسوية منازعات التجارة الالكترونية، دراسة مقارنة بين الفقه الإسلامي والقانون الوضعي، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قسنطينة: 2016.
- محمود أحمد عبد الحميد مبارك، العلامة التجارية وطرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين، أطروحة لنيل شهادة الماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة فلسطين: 2006.
- ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، أطروحة دكتوراه في العلوم القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر - باتنة: 2012/2011.
- نعيمة شعنان، حماية العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، 2016.
- هودة دكدوك، الحماية الجزائية للعلامة التجارية -دراسة مقارنة-، أطروحة دكتوراه في القانون، فرع قانون العقوبات والعلوم الجنائية، كلية الحقوق جامعة الإخوة منتوري قسنطينة 01، الجزائر، 2019.

- وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بسكرة، 2015.
- يزيد ميلود، الحماية الجنائية للعلامة التجارية، دراسة مقارنة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، كلية الحقوق، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، الجزائر: 2010.

3/ المقالات العلمية:

- أمينة صامت، "الحماية الجزائرية للعلامة التجارية من جريمة التقليد"، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الاقتصادية و.ق، العدد 13، الجزائر: 2015.
- عادل عكروم، الحماية الجزائرية لأصول الملكية الصناعية في الجزائر، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البليدة، العدد الخامس، الجزائر، 2015.
- وليد كحول والكاهنة زاوي، "الحماية الجزائرية للعلامات في التشريع الجزائري"، مجلة المنتدى القانوني، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد السادس، الجزائر: (د.س.ن).

4/ النصوص القانونية:

أ/ الإتفاقيات الدولية:

- اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، 1967.
- مؤتمر الأمم المتحدة حول التجارة والتنمية، تسوية النزاعات، الأمم المتحدة، نيويورك، جنيف: 2003.

ب/ النصوص التشريعية:

أولاً: الأوامر:

- الأمر رقم 03-06، المؤرخ في 19 جمادى الأولى 1927 الموافق لـ: 19 يوليو 2003، المتعلق بالعلامات، الدريدة الرسمية الصادرة في: 23 يوليو 2003.
- الأمر 62/73 المؤرخ في 21 نوفمبر 1973، ج ر مؤرخة في 27 نوفمبر 1973، العدد 95.
- الأمر رقم، 66-57 المؤرخ في 27 ذي القعدة 1385 الموافق لـ: 19 مارس 1966 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، ج ر عدد 23، مؤرخة في 22 مارس 1966.
- الأمر رقم 03-07 مؤرخ في 15/07/2003، يتعلق ببراءات الاختراع، ج.ر، مؤرخة في 23/07/2003،
- الأمر 03-05 مؤرخ في 19/07/2003 والمتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة، ج.ر، عدد 44، مؤرخة في 23/07/2003.
- الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26/09/1975 المتضمن القانون المدني، ج.ر، عدد 78، مؤرخة في 30/09/1975.
- الأمر 66-155 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية ، ج ر، الصادرة في 11 ديسمبر 2019.
- الأمر 66-156، المتضمن قانون العقوبات المؤرخ في 08 يونيو 1966، المعدل و المتمم.

ثانياً: القوانين:

- القانون 31/90 المؤرخ في 07 ديسمبر 1990 المتعلق بالجمعيات، ج ر، عدد 54، مؤرخة في 12 ديسمبر 1990.

- القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر، المؤرخة في 27 يونيو 2004، عدد 43.

ثالثا: النصوص التنظيمية:

- المرسوم التنفيذي رقم 277/05 المؤرخ في 26 جمادى الثانية 1426 الموافق ل: 2 غشت 2005، يحدد كفيات إيداع العلامة وتسجيلها.
- مرسوم التنفيذي 249/86 المؤرخ في 30 جوان 1986، الجريدة الرسمية المؤرخة في 01 أكتوبر 1986، العدد 40.
- المرسوم التنفيذي 68/98 المؤرخ في 21 فيفري 1998، المتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية وتحدد قانونه الأساسي، ج.ر المؤرخة في 01 مارس 1998، العدد 11.
- المرسوم التنفيذي رقم 70/92، المتعلق بالنشرة الرسمية للاعلانات القانونية، ج ر مؤرخة في 23 فيفري 1992، عدد 14.

2/ المراجع باللغة الأجنبية:

1/ Ouvrages :

- Haroun M.Ali, La protection de la Marque au Maghreb, O.P.U Alger, 1979.

2/ Thèses :

- Iany Randrianirina, le droit de marque, Thèse Droit Privé, Docteur, Université de Poitiers, France, 2013.
- Sébastien Roy, la loi sur les marques de commerce protégez, T-Elle Efficacement la titulaire d'une Marque Contre la

Dilution, Mémoire pour l'obtention du grade de maitre en droit (L.L.H), Faculté de droit, Université Laral, Québec, 2007.

3/ مواقع الكترونية:

www.interbrand.com

الفهرس

الصفحة	العنوان
(أ،ب،ت،ث،ح،ج،خ)مقدمة
9الفصل التمهيدي: الأحكام العامة للعلامة التجارية
10المبحث الأول: ماهية العلامة التجارية
10المطلب الأول: مفهوم وخصائص العلامة التجارية
11الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية
14الفرع الثاني: خصائص العلامة التجارية
17المطلب الثاني: أنواع وأشكال العلامة التجارية
18الفرع الأول: أنواع العلامة التجارية
22الفرع الثاني: أشكال العلامة التجارية
25المبحث الثاني: شروط صحة العلامة التجارية
25المطلب الأول: الشروط الموضوعية للعلامة التجارية
25الفرع الأول: شرط الصفة المميزة
27الفرع الثاني: شرط الجودة
30الفرع الثالث: شرط المشروعية
30المطلب الثاني: الشروط الشكلية للعلامة التجارية
31الفرع الأول: الهيئة المختصة بإجراء التسجيل
32الفرع الثاني: اجراءات تسجيل العلامة التجارية
37ملخص الفصل التمهيدي
39الفصل الأول: تحديد الأعمال التي تشكل جرائم الاعتداء على العلامة التجارية
39المبحث الأول: جريمة التقليد والجرائم المرتبطة بها
40المطلب الأول: جريمة التقليد
40الفرع الأول: مفهوم التقليد بالنقل
41الفرع الثاني: أركان جريمة التقليد
45الفرع الثالث: أسس تقدير قيام التقليد
47المطلب الثاني: جنحة التقليد بالتشبيه أو التقليد التدليسي
47الفرع الأول: مفهوم التقليد بالتشبيه أو التقليد التدليسي

48 الفرع الثاني: أركان جنحة التقليد بالتشبيه أو التقليد التدلّيسي
50 المطلب الثالث: جنحة استعمال علامة مقلدة
50 الفرع الأول: مفهوم جنحة استعمال علامة مقلدة
51 الفرع الثاني: أركان جنحة استعمال علامة مقلدة
54 المطلب الرابع: جنحة بيع أو عرض للبيع لمنتجات عليها علامة مقلدة أو مشبهة
54 الفرع الأول: مفهوم جنحة بيع أو عرض للبيع لمنتجات عليها علامة مقلدة أو مشبهة
55 الفرع الثاني: أركان جنحة بيع أو عرض للبيع لمنتجات عليها علامة مقلدة أو مشبهة
57 المبحث الثاني: الجرائم الغير مرتبطة بالتقليد
58 المطلب الأول: جنحة وضع علامة ملك للغير أو اغتصاب علامة ملك للغير
58 الفرع الأول: مفهوم جنحة وضع علامة ملك للغير أو اغتصاب علامة ملك للغير
59 الفرع الثاني: أركان جنحة وضع علامة ملك للغير أو اغتصاب علامة ملك للغير
61 المطلب الثاني: جنحة بيع أو عرض للبيع لمنتجات أو خدمات لاتحمل علامة
61 الفرع الأول: مفهوم جنحة بيع أو عرض للبيع لمنتجات أو خدمات لاتحمل علامة
61 الفرع الثاني: أركان جنحة بيع أو عرض للبيع لمنتجات أو خدمات لاتحمل علامة
63 المطلب الثالث: جنحة وضع علامة غير مسجلة على منتجات أو خدمات أو سلع
63 الفرع الأول: مفهوم جنحة وضع علامة غير مسجلة على منتجات أو خدمات أو سلع
64 الفرع الثاني: أركان جنحة وضع علامة غير مسجلة على منتجات أو خدمات أو سلع
65 المطلب الرابع: جنحة مخالفة أحكام قانون العلامات
68 ملخص الفصل الأول
70 الفصل الثاني: اجراءات المتابعة والجزاء في الجرائم الواردة على العلامة التجارية
71 المبحث الأول: الشروط القانونية لصحة العلامة التجارية
71 المطلب الأول: شرط تسجيل العلامة
73 المطلب الثاني: الحماية الجزائية للعلامة تقتصر على السلع أو الخدمات المعينة لها
74 المطلب الثالث: الحماية الجزائية من حيث الزمان المكان
75 المبحث الثاني: اجراءات المتابعة
75 المطلب الأول: اصحاب الحق في رفع الدعوى الجزائية
76 الفرع الأول: النيابة العامة
77 الفرع الثاني: مالك العلامة والمتنازل له في حق استعمال العلامة
79 الفرع الثالث: الجمارك، جمعية حماية المستهلك، النقابات العمالية

81المطلب الثاني: ضد من ترفع الدعوى
82الفرع الأول: الأشخاص الطبيعية الذين تباشر ضدهم الدعوى
84الفرع الثاني: مباشرة الدعوى العمومية ضد الأشخاص المعنوية
85المطلب الثالث: الجهة المختصة بالنظر في الدعوى الجزائية
85الفرع الأول: الاختصاص النوعي
87الفرع الثاني: الاختصاص المحلي
91المبحث الثالث: العقوبات المقررة
91المطلب الأول: العقوبات الأصلية
91الفرع الأول: الحبس والغرامة
94الفرع الثاني: الاتلاف ونشر الحكم
95المطلب الثاني: العقوبات التكميلية
96الفرع الأول: الغلق النهائي أو المؤقت
96الفرع الثاني: المصادرة
98ملخص الفصل الثاني
101خاتمة
107قائمة المراجع

الملخص:

تلعب العلامة التجارية دورا فعالا في المجال الاقتصادي والصناعي للدول، حيث تعد وسيلة للتعريف بالمنتجات والخدمات من جهة، ومن جهة أخرى فهي وسيلة من وسائل المنافسة المشروعة، الأمر الذي دفع المشرع الجزائري إلى سن نظام قانوني خاص بها والمتمثل في الأمر 66-57 الخاص بعلامات المصنع والعلامات التجارية، ثم عمد إلى تطوير هذه المنظومة القانونية من خلال إصدار الأمر 03-06 الخاص بالعلامات مواكبا بذلك التطورات الاقتصادية والتكنولوجية الحاصلة، للحد من الاعتداءات الواقعة على العلامة التجارية، كما أن صدور هذا القانون الجديد جاء نتيجة انضمام الجزائر للمنظمة العالمية للتجارية، وكذلك بناء على مصادقة الجزائر على عدة اتفاقيات دولية خاصة بالملكية الصناعية من بينها اتفاقية باريس سنة 1966، واتفاقية الجوانب المتصلة بحقوق الملكية الفكرية (تريبس)، حرصا منه على إحاطة العلامة بحماية قانونية فعالة.

Abstract :

The trademark plays an active role in the economic and industrial sphere of states, where it is a means of introducing products and services on the one hand, and on the other hand it is a means of legitimate competition, which prompted the Algerian Legislature to enact its own legal system, which is represented by order 66-57 on factory marks and trademarks, and then developed this legal system by issuing order 03-06 International conventions on industrial property from the Paris Convention in 1966, and the convention-related aspects of intellectual property rights (trips), in order to inform the brand's legal protection is effective.