

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry Of High Education And Scientific Research
جامعة محمد البشير الابراهيمي برج بو عريريج
University Of Mohamed El Bachir El Ibrahimi-BBA
كلية الحقوق و العلوم السياسية
Faculty Of Law And Political Sciences



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر في القانون
تخصص: قانون أعمال
الموسومة بـ :

حماية العلامة التجارية من القرصنة الإلكترونية
في التشريع الجزائري

تحت إشراف الأستاذة :
بلقمري ناهد

من إعداد الطالبتان:
❖ زغان مروة
❖ أعنيبة راضية

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
حربوش بوبكر	أستاذ محاضر قسم ب	رئيسا
بلقمري ناهد	أستاذ محاضر قسم ب	مشرفا
بلقسام مريم	أستاذ مساعد قسم أ	ممتحنا

السنة الجامعية: 2021م/2022م

شكر وعرافان

الحمد لله كثيرا على كرم عطائه وجزيل فضله الذي وفقنا لإنجاز هذا العمل
أتقدم بفائق عبارات الشكر والتقدير والثناء لأستاذتي الفاضلة ناهد بلقمري
لقبولها الإشراف على هذه المذكرة، التي لم تبخل علينا بتوجيهاتها ونصائحها
القيمة، ونتقدم بالشكر الجزيل إلى جميع أعضاء لجنة المناقشة، لتكرمهم
بالموافقة على مناقشة هذه المذكرة.

كما نتطرق إلى شكر كل الأساتذة والقائمين في جامعة برج بوعريريج
خاصة وكلية الحقوق والعلوم السياسية خاصة.

الإهداء

اللهم لك الحمد قبل أن ترضى ولك الحمد إذا رضيت ولك الحمد بعد
الرضا، نحمد الله عز وجل أنه وفقنا إلى إنجاز هذا العمل المتواضع
أمي قرة عيني، إلى من جعلت الجنة تحت قدميها... إلى التي حرمت
نفسها وأعطتني... ومن نبع حنانها سقتني... أُمي حفظها الله ورعاها
إلى من يزيدني إنتسابي به، وذكره فخرا واعتزازا وإلى من سهر الليالي
من أجل تربيتي وتعليمي، وجعلني أكبر في فضله... أبي عزيزي
إلى البنيان المرصوص إخوتي وأخواتي

زغدان مروة

إهداء:

باسم الله الرحمان الرحيم

إلى سندي وملجئ الأمن... داعمي ومشجعي الدائم

حين ينادوني بإسمه أسعد... بأني ابنته وفلذة كبده

من رأيت إنعكاس نجاحي وفرحي بريقا في عينيه..

إليك والدي الحنون

إلى حبيبتي التي حملتني على أكف الراحة فلازمتني دعواتها منذ بدأت وإلى الآن وبعد
الآن وإلى الأبد...

إلى التي أغمضت عيناها عن كل المحبطات والفشل... وأحتضنتني بقوة حتى لا تنفذ
طاقتي...

إلى جنتي "أمي"

"سند المرء عائلته" أدامهم الله عوننا لي...

إلى رفيقتي "هاجر" و"أميرة" و وباقي صديقاتي اللواتي خطينا خطوات النجاح معا...

إلى كل من ساهم في إنجاز هذا العمل من قريب و بعيد

إلى معينتي في إنجاز هذا العمل "مروة"

راضية أعينية

قائمة المختصرات:

ص: صفحة.

ج.ر.ج.ج.د.ش: جريدة رسمية ديمقراطية شعبية.

ط: طبعة.

د.ط: دون طبعة.

ف: فقرة

مقدمة

مقدمة:

بعد ظهور بوادر حقوق الملكية الصناعية خلال العصور الوسطى، اتخذ التجار والمنتجين آنذاك رموزا لتمييز منتجاتهم عن منتجات منافسيهم، وتعد العلامة التجارية أحد أبرز العناصر الأساسية للملكية الصناعية، لما لها من مكانة ودور في الحياة الإقتصادية باعتبارها عامل رئيسي من عوامل التطور نظرا لدورها التحفيزي للإنتاج، إذا تعتبر العلامة التجارية رمزا أو إشارة توضع على المنتجات والبضائع استخدمت منذ الأزمنة القديمة ومرت بمراحل تطور تاريخية وتشريعية، وبالرغم من التطور الذي وصل إليه مفهوم العلامة التجارية في القوانين الحديثة إلا أنها لا تزال تؤدي الوظيفة التقليدية من حيث كونها ترمز بالدلالة على مصدر منتجات وخدمات، وترجع بداية تنظيم للتشريعي للعلامة التجارية إلى بداية القرن 19 عشر أخذ في التطور على مستوى القوانين الوطنية و الإتفاقيات الدولية.

وبالنسبة للجزائر فقد تم إصدار الأمر رقم 57/66 المؤرخ في 19 مارس 1966 المتعلق بالعلامات التجارية، ويعد أول قانون ينظم العلامة التجارية وجاء متوافقا إلى حد ما مع القوانين والتشريعات وكذا الإتفاقيات المنظمة إلى العلامة إلا ان ما يؤخذ على هذا القانون إعتباره علامات الصنع هي العلامة الإلزامية الوحيدة أما العلامة التجارية أو علامة الخدمة هي علامات إختيارية وليست إلزامية إلا في حالات خاصة لهذا تقرررت إلزاميتها بالنسبة للمنتجات المعينة ،وبموجب قرارات خاصة ولحقته المراسيم التطبيقية خاصة المرسوم 63/66. إلا أن التطور الذي شهده الإقتصاد الجزائري من خلال الخروج من نظام إقتصادي الموجه إلى الإقتصاد الحر والمبني على المنافسة والحرية التجارية أدى إلى ضرورة إعادة النظر في الأمر 57/66 الذي لم يستجيب إلى التطور الذي يشهده نظام العلامة التجارية وهو ما دعى إلى إصدار الأمر 06/03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات الذي ألغى أحكام الأمر 57/66 ولم يفرق القانون الجزائري الجديد المنظم للعلامة بين مختلف أنواع العلامات و إلزامية وضعها على مختلف أنواع السلع والخدمات على خلاف الأمر

الملغى ،ثم تلت الأمر 06/03 المراسيم التنفيذية المحددة لكيفية إيداع العلامات وتسجيلها خاصة الأمر 277/05.

وبينما يعيش العالم اليوم ثورة متسارعة في مجالات الإتصالات و المعلومات تعرف بالثورة المعلوماتية او الثورة الرقمية،وقد احدث تغييرا كبيرا مس أغلب المجالات بحيث غيرت شبكة الأنترنت المفاهيم التقليدية للتجارة وحققت نمو أعلى للاقتصاد،فارتبط ذلك بالمعاملات التجارية، باستخدام شبكات الإتصال الإلكتروني وفق آلية جديدة تسمى "التجارة الإلكترونية" وهذه الأخيرة أوجدت للتجار فرصة أكبر في تسويق و ترويج منتجاتهم وخدماتهم بأيسر الطرق و أقل التكاليف.

لقد أتاحت المعاملات التجارية الإلكترونية الفرصة لجميع المتعاملين الإقتصاديين من رجال الأعمال وأصحاب العلامات من إستغلال شبكة الأنترنت بغية التعريف بعلاماتهم و سلعهم و خدماتهم التي يقومون بها ،لكن هذه الثورة في عالم المعلوماتية أدت ببعض الأشخاص إلى إستغلالها بطريقة سلبية وغير شرعية من خلال تسجيل مواقع باسماء علامات تجارية مملوكة للغير ، وهذا مايؤدي إلى أنتهاك كبير لحق العلامة التجارية.ومن هنا ظهرت الحاجة الملحة لحماية العلامة التجارية من صور الإعتداء عليها ولما كان التشريع هو المصدر الفعال والمباشر في حقوق المتعلقة بالعلامة التجارية فقد إهتمت مختلف التشريعات الوطنية بوضع قوانين خاصة لحماية هذه الحقوق التي تؤدي إلى المنافسة الحرة، ومن هنا تأتي الدعاوي القضائية بيد أصحاب تلك العلامة لحمايتها من إعتداءات الغير، والتي تستند على النصوص الواردة في قوانين.

وتكمن أهمية دراستنا في كون أن العلامة التجارية قد فرضت أهميتها في وسط العالم التجاري لما لها دور في الدعاية و التجارة وتسويق المنتجات،فأصبح المستهلك يبحث على خدمات ومنتجات العلامات المعروفة بجودتها والمضمونة، إضافة إلى ذلك أصبح يطلع على المنتجات المعروضة عبر الوسائط الإلكترونية، ولهذا ظهر أشخاص يحثون عن الربح السريع عن طريق إستعمال أو إغتصاب حق مالك العلامة الأصلية عن طريق تقليدها وبيع سلع ومنتجات تحمل نفس إسم العلامة المقلدة لتضليل المستهلك خاصة الإلكتروني، وهذا مايشكل ضرر على الإقتصاد الوطني.

وتتمثل أسباب إختيارنا لهذا الموضوع ليكون محل الدراسة والبحث فيما يلي:
يرجع ذلك إلى رغبتنا في الإلمام بموضوع العلامة التجارية عامة و اليات حمايتها من القرصنة الالكترونية خاصة، مع التطور الحديث بين متغيرين مهمين وهي علاقة حماية العلامة التجارية وقرصنتها إلكترونيا.

الرغبة في إزالة الغموض عن بعض المصطلحات مثل القرصنة الإلكترونية.

أما الأسباب الموضوعية المتعلقة بالموضوع فيرجع ذلك إلى:

-حادثة موضوع حماية العلامة التجارية بمختلف طرق التقليديّة و الإلكترونية.

-دراسة الوسائل التي إعتدها المشرع لحماية العلامة التجارية.

-أهمية القضايا العملية التي خلقتها المعاملات التجارية في المجال الإلكتروني والتي يجب الوصول إلى حلول قانونية لها.

-إنتشار المعاملات التجارية الإلكترونية أدى إلى ازدياد عدد المواقع الإلكترونية الذي صاحبه ظهور شكل جديد من الإعتداءات على العلامة التجارية وهي القرصنة الإلكترونية.

-معرفة مدى فاعلية النظام القانوني الجزائري الجديد في مجابهة مخاطر التقليد.

التعرف على العقوبات المنصوصة عليها في إطار الحماية القانونية للعلامة التجارية من القرصنة الإلكترونية.

ومن بين الأهداف الأساسية لهذه الدراسة مايلي:

التعرف على مذهب إليه المشرع الجزائري في مجال العلامات التجارية وحمايتها من القرصنة الالكترونية، كونه امر يتطلب من المشرع الحرص على ان تكون التشريعات والتعديلات تتماشى مع التطورات الحديثة في ظل المعاملات التجارية الإلكترونية، وتسلط الضوء على النظام القانوني الجديد للعلامات التجارية الذي يوفر حماية قانونية بشقيها الحماية المدنية بالوقوف على الوسائل المدنية والحماية الجزائية عن طريق نطاقها.

والتعرف على المفاهيم والمصطلحات الخاصة بدراسة القرصنة الالكترونية في إطار حماية العلامة التجارية منها .

مما سبق فإن الإشكالية الرئيسية لهذه الدراسة تتمثل في:

كيف نظم المشرع الجزائري إجراءات حماية العلامة التجارية من القرصنة الإلكترونية؟

وللإجابة على هذه الإشكالية يمكن طرح الأسئلة الفرعية الآتية:

_ ماهو التعريف الذي جاء به المشرع الجزائري للعلامة التجارية والقرصنة الإلكترونية

_ ما مدى كفاية الآليات القانونية المنصوصة في حماية العلامة التجارية من إعتداءات القرصنة الإلكترونية.

وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على المنهج الوصفي التحليلي ،وقد تم الإعتماد على المنهج الوصفي بشأن تحديد مفهوم العلامة التجارية والقرصنة الإلكترونية، والشق التحليلي الذي تم توظيفه من خلال ذكر وتحليل النصوص القانونية وتفسيرها. من خلال البحث وجدنا دراسات سابقة تمثلت معظمها في(رسائل دكتوراه_ماجستير_مداخلات)

ومن بين هذه الدراسات نجد:

_ حفيظة بوترفاس، حماية العلامة التجارية في المجال الإلكتروني، رسالة دكتوراه القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة أوبكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2016_2017.
_ بورحال كريم، حماية العلامة التجارية في المجال الإلكتروني، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2018_2019.
_ عطاء الله سمية، حماية العلامة التجارية في علاقتها بالعنوان الإلكتروني، كلية الحقوق، جامعة المسيلة، 2013_2014.

ومن بين اكثر الصعوبات التي واجهتنا :

_ هي قلة المراجع المتمثلة في الكتب المتعلقة بموضوع دراستنا بإعتبار حماية العلامة التجارية في الفضاء الرقمي موضوع جديد.

_ صعوبة وجود المراجع باللغة العربية التي تتناول جانب حماية العلامة التجارية من استخدامات الكترونية الحديثة.

_ عدم تنظيم المشرع الجزائري لحماية العلامة التجارية من القرصنة الرقمية بتنظيم قانوني خاص بها، وغياب تنظيم يتعلق بالتجارة الإلكترونية.

وعموماً للإجابة على إشكالية دراستنا ارتأينا إلى تقسيم الدراسة إلى فصلين أساسيين يتمثلان فيما يلي:

الفصل الأول تناولنا الإطار المفاهيمي لحماية العلامة التجارية من القرصنة الإلكترونية من خلال مبحثين تناولنا في المبحث الأول ماهية العلامة التجارية و في المبحث الثاني ماهية القرصنة الإلكترونية.

أما الفصل الثاني فقد خصصناه لدراسة الإطار القانوني وقد تم تقسيمه إلى مبحثين، المبحث الأول تضمن الحماية الجزائية للعلامة التجارية من القرصنة الإلكترونية، أما المبحث الثاني جاء ب الحماية المدنية.

الفصل الأول:

الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية والقرصنة الإلكترونية

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية و القرصنة الإلكترونية:

تعد عناصر الملكية الصناعية بصفة عامة والعلامات التجارية بصفة خاصة وليدة التطور العلمي الفني ، الإقتصادي والتجاري على حد سواء حيث أصبحت العلامة التجارية من أهم العناصر الأساسية في المجال التجاري الذي بدوره يعد أساس إقتصاد الدول ،ونظرا للدور الفعال الذي تلعبه العلامة التجارية في مجال التجاري ،إذ تعد وسيلة الصانع أو تجار أو مقدم الخدمة لتمييز منتجاته أو بضائعه أو خدماته عن غيرها من المنتجات والبضائع والخدمات المماثلة لها ، إذ تعتبر الخدمة وصل بين مالك العلامة ومستهلك البضاعة أو طالب الخدمة .

لكن التعدي على العلامة التجارية إمتد حتى الفضاء الإلكتروني بسرعة ولمح البصر وذلك عبر لمواقع الإلكترونية ،بسبب ظهور التجارة الإلكترونية لما لها من تسهيلات في الترويج للسلع والخدمات ،وهذا ما يعرف بالقرصنة الإلكترونية .

ومن أجل إعطاء صورة واضحة لفهم علاقة العلامة التجارية بالقرصنة الإلكترونية نقسم هذا الفصل إلى مبحثين ،نتناول في المبحث الأول العلامة التجارية ،أما المبحث الثاني نتناول فيه القرصنة الإلكترونية.

المبحث الأول: ماهية العلامة التجارية

ماهية العلامة التجارية لا تتحقق إلا بتوافر نظام قانوني يحكم العلامة التجارية مما يدفعنا إلى التعريف بها لتميزها عن عناصر الملكية الصناعية الأخرى التي تشمل براءات الاختراع، الرسوم، النماذج الصناعية، الاسم التجاري والعنوان التجاري...إلخ وذلك لاختلاف النظام القانوني الذي ينظم ويحمي كل عنصر من العناصر إضافة إلى التطرق للوظائف التي تؤديها العلامة التجارية.

المطلب الأول: مفهوم العلامة التجارية

الفرع الأول: التعريف بعلامة تجارية

تعد العلامة التجارية هي إحدى أهم الوسائل التي يستعملها صاحب العلامة لتفريق بين منتجاته وغيرها المتشابهة لها لدى تطرق لتعريفها كل من القانون والفقه و الاتفاقيات الدولية

أولاً: التعريف التشريعي

لقد جاء المشرع الجزائري بتعريف العلامة التجارية حيث جاء فيما يلي: "العلامات كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لاسيما الكلمات بما فيه أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيها والألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتميز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره"¹

يفهم من هذا التعريف أن المشرع الجزائري أعطى مجالاً واسعاً للعلامة التجارية سواء كانت صناعية أو تجارية أو زراعية أو خدماتية ولم يقتصرها على نوع واحد فقط، وقد عرفها بأنها كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي والتي تستخدم لتميز السلع أو الخدمات التابعة لشخص طبيعي أو معنوي وعليه فالعلامة التي تحمي بالحماية هي العلامة المميزة التي يمكن تمثيلها خطياً، وهو بذلك سلك مسلك المشرع الفرنسي في تعريفه

¹ المادة 2 من الأمر 06/03 جمادى الأولى 1927 الموافق ل: 19 يوليو 2003، المتعلق بالعلامات، ج، ر، ج، د، ش، الصادرة في: 23 يوليو 2003، العدد 44

للعلامة وذلك في المادة 711 من القانون الفرنسي للملكية الفكرية .وعليه فإن وظيفة الأساسية للعلامة تكمن في تمييز المنتجات و الخدمات عن غيرها من المنتجات والخدمات المنافسة لها ويشترط فيها أن تكون قابلة للتمثيل الخطي كما يلاحظ من خلال تعريف المشرع الجزائري أنه قام بسرد بعض الأشكال التي يمكن أن تشكل علامة والتي جاءت على سبيل المثال لاحصر وهكذا فإن العلامة في التشريع الجزائري هي كل إشارة سواء كانت كلمة أو اسم أو رسمة أو صورة إلى غير ذلك من الأشكال التي يمكن إتخاذها كعلامة شرط أن تكون مميزة حتى تؤدي وظيفتها في تمييز المنتجات والخدمات عن غيرها المماثلة والمشابهة¹

ثانيا : التعريف الفقهي

يعتبر الفقه و القضاء في القانون الجزائري مصادر تفسريين يؤخذ بهما على سبيل الاستدلال في حالة غياب تفسير أو في حالة ما إذا شاب نص قانوني عيب أو نقص ومن الذين أوردو تعاريف العلامة التجارية نجد :

محمد حسين : "وسيلة من وسائل المنافسة المشروعة بين المنتجين والتجار شأنها شأن بقية حقوق الملكية الصناعية بحيث إذا اتخذ أحد التجار أو المنتجين علامة تجارية أو صناعية معينة لتمييز بضائعه أو منتجاته فإنه يتمتع عن غيره من التجار أو المنتجين استخدام نفس هذه العلامة لتمييز سلع مماثلة "

وعرفها سمير جميل حسين الفتلاوي : " بأنها كل مايتخذ من تسميات أو رموز أو أشكال توضع على البضائع التي يبيعهها التاجر أو يصنعها المنتج أو يقوم بإصلاحها أو تجهيزها أو خدمتها لتمييزها عن بقية المبيعات أو مصنوعات أو الخدمات

وعرفها صلاح زين الدين : "كل إشارة أو دلالة مميزة يتخذها الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة لتمييز صناعته أو خدماته عن مثيلاتها التي يصنعها أو يتاجر بها أو يقدمها آخرون"²

¹راشدي سعيدة،العلامات في القانون الجزائري الجديد،أطروحة لنيل دكتوراه،تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم

السياسية جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014، ص12،13

²ميلود سلامي،النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري و الإتفاقيات الدولية،أطروحة دكتوراه في

العلوم القانونية،جامعة الحاج لخضر،باتنة،2012،ص16

نادية فضيل : " العلامة التجارية أو الصناعية هي التي يتخذها التاجر يتخذها شعارا لمنتجاته أو بضاعته تميزا عن غيرها من المنتجات و البضائع المماثلة لها وذلك حتى يتنسى للمستهلك أن يعرف حقيقة السلعة دون ليس أو غموض " ¹

ثالثا : التعريف الإتفاقي

لم تتطرق إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883 إلى تعريف العلامة التجارية ولم تحدد الأشكال و الصور التي يمكن التي تتخذها العلامة محيلة ذلك إلى التشريعات الداخلية للدول الموقعة عليها بينما حددت إتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية لسنة 1994 في المادة 15 فقرة 1 تعتبر علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع و الخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشأة الأخرى صالحة بأن تكون علامة تجارية وتكون هذه العلامات

لاسيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية وحروف و ارقام و اشكال ومجموعات الوان او اي مزيج من هذه العلامات لاسيما الكلمات مؤهلة للتسجيل كعلامة تجارية وحين لا يكون في هذه العلامة مايسمح بتمييز السلع والخدمات ذات صلة فإنه يجوز للبلدان الاعضاء ان تجعل الصلاحية للتسجيل مشروطة بالتمييز المكتسب من خلال الاستخدام كما يجوز لها اشتراط ان تكون العلامة المراد تسجيلها قابلة للدراك بالنظر كشرط لتسجيلها "

والملاحظ من هذا التعريف انه لم يعطي تعريفا دقيقا للعلامة التجارية وانما اكتفى بتعداد الاشكال وهو تعداد مذكور على سبيل المثال كونه لم يشمل بعض الاشكالومن ثم يمكن اعتبار العلامة التجارية كل علامة لها القدرة على تمييز السلع و الخدمات حتى ولم يرد شكلها ضمن الاشكال التي حددتها هذه المادة من الإتفاقية .²

¹-نادية فضيل،القانون التجاري الجزائري ،الأعمال التجارية،التاجر،المحل التجاري،ط2،ديوان المطبوعات

الجامعية،الجزائر، 1999ص174

²-ميلود سلامي،المرجع السابق،ص15

الفرع الثاني: خصائص العلامة التجارية

تمتاز العلامة التجارية بعدة خصائص منها العامة والخاصة و تتمثل فيما يلي :

أولا : الخصائص العامة للعلامة التجارية

تتكون من :

_الطابع الإلزامي : مهما كانت العلامة التجارية من قبل إختيارية حسب الأمر 57/66 الملغى في المادة الاولى إلا أن الأمر 06/03 أُلغى هذا الأمر ونص في المادة الثالثة على أن العلامة التجارية الزامية .

نص المادة 3 من الأمر 06/03 : " تعتبر علامة السلعة أو الخدمة إلزامية لكل سلعة أو خدمة مقدمة بيعت أو قدمت للبيع عبر أنحاء التراب الوطني " .

_الطابع الفردي : أي ان العلامة التجارية ملك لشخص واحد طبيعي او معنوي وجاءت اتفاقية باريس التي تنص على الطابع الفردي بالإضافة إلى الأمر 06/03 لكن متطلبات الحياة خلقت وضعيات مشتركة وهنا نطبق احكام الملكية الشائعة المنصوص عليها في القانون المدني

_ العلامة التجارية مال منقول معنوي : إن العلامة التجارية هيا مال منقول من نوع خاص فهي احد العناصر المعنوية غير المحسوب للعمل التجاري للعلامة التجارية مميزات عن حق الملكية في المنقول وهذا حسب نص المادة 83من القانون المدني الجزائري¹

_إستقلالية العلامة التجارية على المنتج :

إن صحة العلامة المستقلة عن المنتج أو الخدمة المطلقة عليها وهذا ما نصت عليه المادة 8 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات إذ نصت على انه : " إن طبيعة السلع أو

¹-حواس فتيحة ،حماية العلامة التجارية في التشريع الجزائري ،جامعة الجزائر 1 ، مجلة5، عدد1، مارس2021، ص ص 507-508.

الخدمات التي تشملها العلامة لن تكون بأي حال من الأحوال عائق أمام تسجيل تلك العلامة .

ثانيا : الخصائص الخاصة للعلامة التجارية :

لكي تكون العلامة نموذجية وناجحة يجب أن تتصف ب :

_بسيطة الحجم والتصميم

_ مبتكرة خالية من المعنى اللغوي

_سهولة التذكر والنطق

_بسيطة الشكل وتكون قابلة للتسجيل ولا تحمل عناصر محظورة لتسجيلها¹

_ان تكون موحية بصنف السلعة

_يمكن تكييفها لمنتجات عديدة ومتنوعة قد تضاف إلى خطوط منتجات المؤسسة

_امكانية قبولها لدى منظمة حقوق الملكية الصناعية اي أنها غير مستعملة من قبل

_ أن تكون مشروعة وغير منافية لأداب أو نظام العام²

الفرع الثالث : تمييز العلامة التجارية عن غيرها من المصطلحات المشابهة

تعتبر العلامة التجارية إحدى أهم عناصر الملكية الصناعية و التجارية لهذا قد يقع

الخلط بينهما وبين باقي عناصر الملكية ومايشابهها

أولا : تمييزها عن الإشارات المميزة :

_العلامة و الاسم التجاري : يعتبر الإسم التجاري والعلامة التجارية من الإشارات

المميزة التي تندرج ضمن عناصر الملكية الصناعية فالعلامة هي الإشارة أو رمز

يتخذه التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة لتمييز المنتجات أما الإسم التجاري فهو تلك

¹-أوشن حنان،الحماية القانونية للعلامة التجارية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عباس لغرورخنشلة،

د،س،ن، الجزائر، ص22.

²-حواس فتيحة ، المرجع السابق، ص 508 .

التسمية التي تتضمن إسم صاحب المحل كعنصر أساسي بها وتستخدم لدلالة على مؤسسة تجارية .

كما يتضح أن الفرق الأساسي بين العلامة والاسم التجاري يكمن في مجال استخدام كل منهما إذ استخدم العلامة لتمييز منتجات معينة عن غيرها من المنتجات أما الإسم التجاري يستخدم لتمييز محل تجاري عن غيره وعليه فلا إسم تجاري يمثل هوية المتجر أما العلامة فتمثل هوية المنتج.¹

ـ تمييزها عن العنوان التجاري : يعرف العنوان التجاري على أنه تسمية أو إشارة أو رمز أو عبارة مبتكرة تمييز المحل التجاري وأيضا المكان الذي يزاول فيه التاجر نشاطه التجاري بواسطة لافتة فهو بذلك يتداخل مع الإسم التجاري .

كما يشترك العنوان التجاري مع العلامة التجارية من حيث للشروط الموضوعية حيث يشترط في كليهما الجودة أي لا يكونا مستعملين من قبل.²

ثانيا : تمييزها عن الحقوق التي ترد على إبتكارات جديدة

ـ العلامة التجارية و براءة الإختراع : تعد براءة الإختراع عنصر من عناصر الملكية الصناعية تتمثل في سند أو شهادة التي تمنح للمخترع لحماية اختراعه القانونية إذ يمنح للمخترع حق إحتكار إستثمار إختراعه قانونيا إذ يمنح للمخترع حق إحتكار استثمار إختراعه وقد نظم المشرع الجزائري بموجب المرسوم التشريعي رقم 17/93 المتعلق بحماية الاختراعات، الا ان براءة الاختراع تختلف على علامة التجارية من حيث الموضوع فالاولى تناول المنتجات من ناحية الموضوعية كابتكار مادة صناعية جديدة أو طريقة صناعية جديدة أما الثانية فتدل الإشارة أو دلالة يضعها التاجر أو المصانع لتمييز منتجاته .

¹ -راشدي سعيدة، المرجع السابق، صص، 22-23.

² -بن صالح سارة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، أطروحة دكتوراه علوم في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2019، صص، 26.

أما من ناحية الحق فيعد حق في براءة الإختراع حق مطلق يخول صاحبه إحتكار كاملاً بدون منافسة من أحد لكنه حق مؤقت ينقضي بإنقضاء مدة الحماية عكس الحق في العلامة التجارية فهو حق دائم ونسبي طالما تم تجديد تسجيلها من صاحبها فإذا كان الغرض من براءة الاختراع هو إنشاء احتكار الإستغلال فإن الهدف الأساسي للعلامة التجارية ليس إنشاء إحتكار إنما تفادي الخلط بين المنتجات والخدمات وعدم تضليل الجمهور.¹

ثالثاً : التمييز بين العلامات التجارية و المواقع الإلكترونية :

يعرف الموقع على أنه عنوان فريد من نوعه ومميز يتكون من عدد من الأحرف الأبجدية و الأرقام التي يمكن بواسطتها الوصول لموقع ما على الانترنت وهو وسيلة الإتصالات لشبكة الإنترنت .

لكنه يختلف عن العلامة التجارية فيمكن الغرض من تسجيلها في تحاشي الخلط عند المستهلك بين السلع و الخدمات المماثلة أو المتشابهة أما الموقع الإلكتروني يكون الهدف من تسجيل اسم موقع الكتروني الى الاشارة لاسم موقع الكتروني لشركة أو منظمة على شبكة الانترنت.

وتعد علامة التجارية من أهم حقوق الملكية الفكرية أما العنوان الإلكتروني لم تتفق التشريعات الداخلية والمعاهدات الدولية على إعتبار أسماء المواقع الإلكترونية من أهم الملكية الفكرية.²

رابعاً : تمييز العلامة عن تسميات باقي عناصر الملكية الفكرية :

تمييز العلامة عن تسميات المنشأ

يقصد بتسمية المنشأ الإسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو جزء منطقة غير أن المشرع استعمل عدة مصطلحات لدلالة على تسمية المنشأ منها مصدر البضاعة و التسمية

¹حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامة التجارية، ط1، منشورات الحلبي للحقوق، لبنان، 2012، ص 32،33.

²بن صالح سارة، مرجع سابق، ص 30.

الأصلية و يمكن استغلال الاسم الجغرافي و كعلامة تجارية لكن هذا لايعني أنه لا يوجد هناك فروق بينهما فهما يختلفان بعدة جوانب .

غير أن العلامة التجارية لاتهدف الى تحديد المكان الجغرافي للمنتجات وإنما تميزها عن المنتجات المشابهة في حين يعد الغرض من تسمية المنشأ تحديدا للمكان الجغرافي للبضائع خاصة إذا كانت تتمتع بعوامل طبيعية بشرية تساعد على منتج معين .

إن استغلال تسمية المنشأ لا يكون حكر على أحد إذ يجوز لكل من تواجد في تلك المنطقة أو المكان الجغرافي وينتج فيه سلعا معينة إن يستفيد من تسمية تلك المنطقة عكس العلامة التجارية التي يحتكرها صاحبها فقط دون الاخرين ،ويمكن لتسمية المنشأ ان تستغل مع العلامة التجارية و تصبح جزء منها بشرط أن تكون هذه المنتجات تتمتع بخصوصيات متوفرة فعلا في تلك المنطقة.¹

خامسا : تمييزها عن النموذج والرسم الصناعي :

تختلف عن الإسم التجاري من عدة اوجه يمكن حصر أهم مافيهما :

عرف المشرع الجزائري كل من الرسم و النموذج من خلال الأمر رقم 86/66 المتعلق بالرسوم والنماذج ويعتبر رسما كل تركيب خطوط أو ألوان يقصد به إعطاء مظاهر خاص لشيئ صناعي إن الحماية الممنوحة بموجب هذا الأمر تشمل الرسوم والنماذج الأصلية لجديدة دون غيرها .

وقد سبق و أن عرفنا العلامة على أنها تهدف إلى تمييز منتجات وخدمات بضائع متشابهة بينما الرسم و النموذج الصناعي فيمثلان أساسا المظهر الخارجي للسلعة حيث يؤثران على المستهلك من خلال البصر لجذبه للشراء هذه السلعة ويعتبران لصيقيين للسلعة مثل البقرة الضاحكة حيث تعطيهما مظهرا خاصا إلا أن طبيعة الحق فتختلف بينهما فحق العلامة حق نسبي أما الرسم و النموذج الصناعي هو حق مطلق.²

المطلب الثاني : تصنيفات العلامة التجارية

¹-حمادي الزوبير، المرجع السابق، ص 37-38.

²-بن صالح سارة، المرجع السابق، ص 32.

تصنف العلامة التجارية إلى أنواع و أشكال بناء على إعتراقات مختلفة ومن خلال هذا المنطلق نتعرف فيما يلي على أنواع وأشكال العلامات التجارية التي نص عليها المشرع الجزائري مع التعرف على الشروط الشكلية للعلامة التجارية .

الفرع الأول :أنواع العلامة التجارية

أولا : حسب محلها

للعلامات التجارية عدة أنواع لقدرة للتمييز بينهما

إن إتخاذ علامة من قبل الصناع و التجار ومقدم الخدمات هو إما لغرض تمييز السلع باستعمال علامة المصنع أو العلامة التجارية أو لغرض تمييز الخدمات

علامة المصنع : تعتبر علامة المصنع والعلامة التجارية إشارات مميزة للمنتجات ولقد أخذت بها مختلف التشريعات المقارنة إشارات مميزة للمنتجات ولقد أخذت بها مختلف التشريعات المقارنة وهي تعد الأكثر إنتشارا في الأوساط التجارية والأكثر معرفة في أوساط المستهلكين .

إن العلامة التجارية هي العلامة التي يستخدمها التجار في تمييز المنتجات والتي يقوم ببيعها بعد شرائها سواء من تاجر الجملة أو من المنتج مباشرة وعليه فهي علامة توضع على المنتجات بقصد تصريفها دون تدخل التجار في عملية انتجتها وذلك بقصد جذب العملاء لمحلاتهم التجارية، وعلامة المصنع والعلامة التجارية يمكن أن تكون محل ملكية نفس الشخص وذلك إذا كان الشخص الذي يقوم بإنتجها أو بضعها هو نفسه من يتولى تسويقها كما يمكن أن يستعمل علامة واحدة اي كعلامة المصنع وعلامة تجارية للدلالة في نفس الوقت على المصدر التجاري أي محل الذي تباع فيه السلعة والمصدر الصناعي .

وقد إعترف بها المشرع الجزائري في المادة 2الفقرة 1 من الأمر 06/03

علامة الخدمة : تشكل علامة الخدمة وظيفة للعلامة إذا توسع دورها ليشمل الخدمات وهي إشارة التي تستخدم لتمييز خدمات معينة عن غيرها شبيهة لها في ادائها لنفس

الخدمة فهي علامة تهدف الى حماية نشاطات مقدمي الخدمات كالاشارات التي تضعها الفنادق منشآت الدعاية والإعلان ولاتوضع على المنتجات بغرض تمييزها وانما توضع على كل الأشياء والمنتجات المستخدمة في أداء الخدمة.¹

_علامة تجارية : وهي العلامة التي يستخدمها التاجر على البضائع والسلع التي يتعاطى بها الهدف لفت إنتباه الجمهور لتلك البضاعة والسلع سواء أكانت من إنتاجه أو إنتاج غيره .

ثانيا : حسب الهدف من إستعمالها

_ العلامة الإحتياطية : يقصد بها أن يسجلها صاحبها ليستغلها في المستقبل لا من أجل استغلالها في الوقت الحاضر وذلك من أجل إنتاجه القادم الذي سيقوم بإنتاجه أو لإدخالها للمستقبل وقد إتخذ المشرع الجزائري موقفا وسط بإشترط استغلال صاحب المشروع الإقتصادي في العلامة التجارية خلال سنة من تسجيلها إلا فإن التسجيل لاينتج أثاره وقد وفق المشرع الجزائري بإباحة إستغلال مثل هذه العلامات لكن في مدة مقيدة لأن في ذلك سيكون حافزا للتجار والصناع للإسراع بإستغلالها .

_العلامة المانعة : فقد يسجل صاحب المشروع الإقتصادي علامة يقصد إستعمالها لكن بمجرد منع الغير من هذا الإستغلال تخوفا من أن يقوم الغير بتسجيل علامة مشابهة فتختلط لدى المستهلك بعلامته .²

وبإعتبار أن الغرض من تسجيل هذا النوع من العلامات هو منع الغير إتخاذها كعلامة وليس لغرض الإستغلال الجدي لها فإنها تكون عرضة للسقوط بعد مرور مدة معينة من عدم إستغلالها .³

ثالثا : حسب طريقة إستخدامها

¹ -راشدي سعيدة،المرجع السابق ،،ص 67-69.

² -حمادي زويبير ،المرجع السابق،ص50.

³ -راشدي سعيدة ،المرجع السابق ،ص72.

_العلامة الفردية : هي العلامة الخاصة بشخص محدد (شخص طبيعي أو معنوي) الذي يتولى إستغلالها في نشاطه الصناعي أو التجاري فهي بذلك مستعملة من قبل الصناع و التجار أو مقدمي الخدمات لتمييز المنتجات و أو الخدمات عن غيرها سواء كان إستغلالها بمعرفة صاحبها أي كان مباشرا أو كان بصفة غير مباشرة أي عن طريق الغير .

_العلامات الجماعية : نص المشرع الجزائري على العلامة الجماعية والتي أخضعها لأحكام خاصة بحكم طبيعتها وهو ماتضمنه الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات ولقد عرف المشرع جزائري العلامات الجماعية في المادة 2 ومن خلال ما صدر في تلك المادة يظهر الإختلاف جليا بين العلامة الفردية والعلامة الجماعية فوظيفة الأولى تكمن في تمييز سلع و خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن غيرها المنافسة لها بينما العلامة الجماعية تستخدم من قبل أعضاء الشخص المعنوي المالك لهذه الأخيرة لإثباتالمصدر المكون الخاص بالمنتجات أو الخدمات كل خاصية مشتركة لسلع أوخدمات.

ولقد منح المشرع الحق لكل شخص معنوي خاضع للقانون العام أو الخاص أن يملك علامة جماعية وفرض عليه أن يسهر على حسن إستعمالها وفقا الأحكام التشريعية والتنظيمية .

رابعا: حسب من حيث معرفة الجمهور

_العلامة العادية : وهي العلامة التي لا تتمتع بعد بسمعة ومعرفة واسعة بين اوساط المستهلكين أو أن معرفتها وشهرتها مقتصرة على مناطق جغرافية معينة وهي يمكن أن تكون علامة منتجات كما يمكن أن تكون علامة خدمة وهي أكثر تداولاً في جميع الدول.¹

_العلامة المشهورة : لم يعرف الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات مفهوم العلامة المشهورة إلا أنه أشار إلى رفض تسجيل العلامات إذا كانت مشابهة لعلامة مشهورة

¹-المرجع نفسه، ص80.

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

في الجزائر حيث نصت مادة 7فقرة 8 "نستثني من التسجيل الرموز المماثلة أو المشابهة لعلامة أو الإسم تجاري يتميز بالشهرة في الجزائر و ثم إستخدامه لسلع مماثلة ومشابهة تنتمي لمؤسسة أخرى على درجة إحداث تضليل بينهما " ومنحت المادة 9 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية لصاحب علامة ذات شهرة في الجزائر حق منع الغير من إستعمال علامة دون رضاه .

ولم يشترط الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات للتمتع العلامة التجارية المشهورة بالحماية القانونية في الجزائر أن يكون قد سبق تسجيلها في بلدها الأصلي ولكنه إشتراط فقط أن تكون لها شهرة في الجزائر .

الفرع الثاني: أشكال العلامة التجارية

تتكون العلامة التجارية من عناصر عدة وتتخذ أشكالاً محددة وتشمل مجموعة القوانين المنظمة للعلامة على نصوص قانونية تحدد فيها هذه العناصر و الأشكال .

وقد جاء المشرع الجزائري في المادة 1من الأمر 06/03 ونص على مايلي :
"العلامات هي كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص و الأحرف و الأرقام و الرسومات أو الصور و الأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها و الألوان بمفردها أو المركبة التي تستعمل كلها لتميز سلع أو خدمات شخص طبيعي او معنوي عن سلع و خدمات غيره"¹

لذا نفهم أن العلامات التجارية عند المشرع الجزائري تنقسم إلى مايلي :

أولا : العلامات المكونة من الكلمات و الأحرف و الأرقام

تتخذ العلامات التجارية أشكالاً مختلفة فيمكن أن تكون من أسماء الأشخاص أو الأحرف و الأرقام

_الكلمات :تعد الكلمات التي تكون شكلا مميزا من أهم صور التي يمكن أن تتخذها العلامة التجارية ويشترط في الكلمة التي تستخدمها كعلامة أن تكون مميزة وحدد

¹-المادة 01 من الأمر 06/03، المرجع السابق .

المشروع الجزائري الكلمات التي يمكن أن تتخذ كعلامة بما فيها أسماء الأشخاص طالما إتخذت شكلا مميزا و الأصل أنه لايجوز التعامل بأسماء أشخاص طبيعيين لأن فيها مساس بحقوقهم الشخصية إلا أن المشروع الجزائري سمح في المادة 2 من الأمر 06/03 بإستخدام أسماء أشخاص طبيعيين سواء هذا الإسم ارتبط بصاحب البضاعة أم لم يرتبط مثال على ذلك حمود بوعلام.

-الأحرف و الأرقام : يمكن للعلامة أن تتخذ صورة رقم أو عدة أرقام أو عدة أحرف أكانت هذه الأخيرة تدل على إسم التاجر أم لا , شرط أن تتخذ هذه الأحرف شكلا مميزا وتعتبر الحروف و الأرقام من أكثر العلامات إنتشارا في المجال الصناعي و التجاري ،مثال (m) لعلامة ماكدونالز وتمكن إقتران الحروف مع رقم معين كعلامة (7up) المشروبات الغازية وعموما يشترط لصحة الحرف أو الحروف كعلامة تجارية أن تكون له خاصية قوة النطق¹.

ثانيا : العلامات المكونة من الرموز و الصور والنقوش و الرموز

ويقصد أولا بالرموز تلك الرسوم المرئية المجسمة كصورة نجمة أو وجه إنسان أو حيوان أو شجرة أو غيرها ويجب التشبيه هنا إلى كثيرا من الرموز لها ما يقابلها من الأسماء فقد يستعمل تاجر شكل حمامة كعلامة تجارية وقد يقوم آخر بإتخاذ إسم حمامة كعلامة تجارية ،ويرى البعض أن الرمز يستتبع ملكية التسمية الدالة عليه فإذا إتخذت صورة النجمة كعلامة تجارية فإنه يمنع على منافس أن يستخدم لفظ نجمة لتمييز منتجاته والعكس صحيح فإن ملكية التسمية تتضمن الرمز المقابل لها .

أما فيما يتعلق بالنقوش فهي لاتعتبر علامة تجارية بذاتها وانما تمثل الطريقة التي يمكن أن توضح بها العلامة التجارية على المنتجات فالرسوم يقصد بها أي تصميم معين كمنظر طبيعي أو مناظر مشتقة من الخيال توضع في إطار محددة لإظهار شكل ما وذلك كله متى إتخذت هذه الرسوم صفة الأبتكار و التمييز و الجودة .²

¹-ميلود سلامي، المرجع السابق، ص ص 59_60.

²-محمود أحمد عبد الحميد مبارك، العلامة التجارية وطرق حمايتها، وفق القوانين النافذة في فلسطين، رسالة ماجستير، في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية نابلس، فلسطين، 2006، ص 15.

ثالثا : العلامات المكونة من الألوان و الأشكال المميزة للسلع

_ **الألوان** : أجازت المادة 2 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات إمكانية إتخاذ الألوان سواء أكانت مفردة أو مركبة كعلامة تجارية في حين الأمر 57/66 الملغى كان يجيز إمكانية إتخاذ تركيبات أو ترتيبات الألوان كعلامة تجارية .¹
والألوان التي يمكنها أن تشكل علامة تجارية هي الألوان المتجانسة و المتداخلة والمنظمة فيجب جمع هذه الألوان أو خلطها بشكل مميز .

_ **الأشكال المميزة للسلع**: أجازت المادة من 2 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات إمكانية أن تتخذ العلامة التجارية شكل من الأشكال المميزة وتتكون هذه الأشكال من أشكال بسيطة ,اخرى مركبة .

_ **الشكل البسيط** :يمكن أن تتألف العلامة من الشكل الذي يتخذه المنتج بما فيها الشكل الخارجي كغلاف أو الأوعية أو طريقة الغلف وكذا طريقة توضيب المنتج من البلاستيك أو الزجاج أو الورق فكل هذه تعتبر بمثابة علامة تجارية إذا كانت تتسم بصفة التمييز .

_ **الشكل المركب** : الشكل المركب أو العلامات ثلاثية الأبعاد تلك العلامات التي تتمثل شكل المنتج نفسه أو غلافه الخارجي وهي بهذا المفهوم تقترب من مفهوم النماذج الصناعية ولم ينص المشرع الجزائري في الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على الأشكال ثلاثية الأبعاد صراحة إلا ان ذلك يدخل في عموم الأشكال المميزة للسلع أو توضيبها وبالتالي يمكن إضافة الحماية على هذا النوع من العلامات شريطة توافره على الشروط المفروضة من حيث تمييزها بشكل واضح عن غيره .²

الفرع الثالث : الشروط الموضوعية للعلامة التجارية

¹-ميلود سلامي ،المرجع السابق ص62.

²-المرجع نفسه، ص66.

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

يشترط في العلامة التجارية التي يمكن تسجيلها و من ثم ترتيب الحماية القانونية لها توافر عدة شروط أساسية وهي شروط موضوعية بغياب أحدهما لاتكون العلامة قابلة للحماية وتمثل هذه الشروط في :

_ أن تكون العلامة مميزة : يشترط في العلامة التجارية أن تكون لها ذاتية خاصة تميزها عن غيرها من العلامات الأخرى المستخدمة للسلع المثيلة ويعد شرط التمييز من دعائم قانون العلامات التجارية كما إن إشتراط هذه الصفة امر أساسي حتى تؤدي العلامة وظيفتها في تمييز المنتجات لدى جمهور المستهلكين وتمكينهم من التعرف على السلع التي يفضلونها بما تحمله من علامة مميزة فإذا لم تتوفر في العلامة التجارية هذه الصفة فقدت قيمتها .¹

ويظهر هذا الشرط لأول وهلة في تعريف العلامة التجارية إذ يعتبر المشرع الجزائري العلامات الخالية من كل طابع مميزة باطلة ولا أثر لها خصوصا إذا كانت تتضمن سمات أو بيانات يتكون منها التعيين اللازم للمنتجات أو التعيين النوعي للخدمات . يتضح من خلال موقف المشرع الجزائري أنه لايمكن إعتبار أي شكل علامة تجارية يستفيد من حماية القانون إلا إذا كان مميزا كأن تنصب على شكل شائع أو على بيانات مستعملة بصورة عادية في التجارة للدلالة على صفة المنتجات فالعلامة التجارية ايا كان شكلها أو صورتها يجب أن تتصف بصفات تميزها وهذا يعني أنه يجب أن تكون في العلامة ذاتية خاصة تميزها عن غيرها من العلامات الأخرى الموضوعية على سلع مماثلة.²

وهذا مانصت عليه المادة 02من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على أن : "العلامات هي كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي ... التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخصي طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره "فهي تشترط أن تكون جميع تلك السمات قادرة على تمييز السلع أو الخدمات عن ما ينتابها .

¹-نعيمة عبد الكريم فرح ميرة، تسجيل العلامة التجارية وطنيا، دراسة مقارنة بين القانون الأردني والليبي، رسالة

ماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة الشرق الأوسط، 2017، ص17.

²-حمادي زوبير، المرجع السابق، ص62.

فالعلامة يجب أن تكون ذات شكل مميز خاص بها بمعنى أن تتصف بطبيعة ذاتية تمنع الخلط مع غيرها وتجعل من اليسير معرفتها وتكون العلامة مميزة متى تم وضعها بطريقة هندسية معينة كأن تتخذ شكلا دائريا أو مربعا أو سداسي أو متى رسمها بشكل زخرفي معين أو تمت كتابتها بحروف مختلفة مميزة .

وقد جاءت النصوص القانونية في هذا الصدد صريحة كونها تنص على ضرورة الأخذ بعين الاعتبار جميع السمات المادية التي تستعمل لتمييز المنتجات و الخدمات وعليه لا تتمتع بالحماية القانونية للعلامة التي تركز على شكل شائع أو على بيانات مستعملة بصورة عادية في التجارة للدلالة على صفة المنتجات .¹

_ شرط الجودة : يعتبر هذا من أهم الشروط الموضوعية الواجب توافرها في إي شكل يتخذه التاجر أو الصانع كعلامة تجارية ويقصد بالجدة أنه لم يسبق إستعمالها أو تسجيلها من قبل .

شرط الجودة في العلامة التجارية لم يرد ذكره بصريح النص بل هو شرط مستنتج من أحكام التشريع ويقصد به عدم إستعمال ذات العلامة من منتج أو تاجر آخر على سلع مماثلة وهذا لايعني وجوب خلق و إبتكار العلامة بل المقصود هو الجودة في التطبيق على ذات السلع و لو سبق إستعمال ذاتها على نوع آخر من السلع فالعلامة في هذه الحالة لا تصبح ملكا لصاحبها إلا بالنسبة للمنتجات التي خصصت لتمييزها كإستعمال شارة الأسد من القهوة إلى الشكولاتة أو الجمل من الشاي إلى الدقيق...إلخ.

تقتصر جدة العلامة التجارية حتى تتمتع بالحماية القانونية المقررة أن يتم إستعمالها في ولاية أو جهة من إقليم الدولة فيعتذر من التاجر في هذه الحالة أن يستعمل هذه العلامة في جهة أخرى بحجة أنها مستعملة في جهة معينة من الدولة .

المشرع لم يقصد بشرط جدة المطلقة تماما أي لم يسبق إستعمالها نهائيا بل ماقصده بشرط الجودة للعلامة هي الجودة النسبية التي تمنع اللبس أو التضليل في مصدر المنتجات أو البضاعة وهذا يكفي الأعتبار للعلامة التجارية .

¹ -بن صالح سارة، المرجع السابق، ص52.

وتعد العلامة الجديدة فاقدة لشرط الجدة إذا ما ثبت أن أحد الناس قد قام بإستعمال أو تسجيلها لتمييز منتجاته أو بضائعه أو خدماته فإذا ثبت ذلك فإنه يمنع غيرها على غيره بإستعمال أو تسجيل تلك العلامة إذا وقع تحت طائلة القانون إذ يحق لصاحب الشأن أن يرفع دعوى جزائية إذا ما كانت العلامة مسجلة فضلا عن حقه في رفع دعوى مدنية يطالب بالتعويض عما لحقه من أضرار جراء ذلك.¹

_ شرط المشروعية : تماثيا مع مبدأ حرية التجارة والصناعة فإن لكل شخص الحرية في إختيار العناصر التي يمكن أن تتركب منها العلامة والمعمول به أن كل الرموز غير المشروعة لا يتم قبولها كعلامة طبقا للنصوص القانونية الوطنية حتى الدولية ومن البديهي أن كل علامة لايمكن أن تتكون من رمز لأخلاقي أو مخالف للنظام العام أو رمز يؤدي إلى إيقاع المستهلك في الخطأ أو اللبس في طبيعة أو جودة السلعة أو الخدمة المعروضة ولايمكن إلزام الجهة المختصة بتسجيله كعلامة .

ولقد كان المشرع الجزائري صريحا حينما في المادة 07 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على وضع قيود و إستثناءات من التسجيل الرموز المخالفة للنظام العام أو الأداب العامة و الرموز التي يحظر إستعمالها بموجب القانون الوطني أو الإتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها .

إذن لا يكفي المظهر المميز للعلامة بالإضافة إلى كونها جديدة حتى تتوفر فيها الحماية القانونية إذ يجب أنتكون مشروعة إي لايجوز أن تخالف النظام العام و الأداب العامة و لاتؤدي إلى خداع الجمهور .

ولايوجد معيار ثابت لتحديد النظام العام و الأداب العامة فهو يختلف من مجتمع لآخر فهي ترتبط بالدين و العادات و التقاليد وعليه يمكن أن يتعرض التاجر أو الصانع الأجنبي لرفض طلب إيداع علامته إذ إعتبرت غير مشروعة في الجزائر.²

¹-أوشن حنان، المرجع السابق، ص ص30_29.

²-وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه في الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ص ص32_33.

وبالرجوع إلى نص المادة 13 فقرة 1 من المرسوم التنفيذي 277/05 نجدها تخضع التسجيلات الدولية للعلامات إلى الفحص التلقائي وذلك من أجل التحقيق من إنها غير مستثناة من التسجيل لسبب أو عدة أسباب من الأسباب المذكورة في المادة 7 من الامر 06/03 المتعلق بالعلامات .¹

وعلى كل حال لايجوز تسجيل العلامة التي تتكون من الرموز المستثناة من التسجيل طبقا لنص المادة السابعة من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات سابق الذكر .²

المطلب الثالث: التسجيل القانوني للعلامات التجارية

لاتكفي الشروط الموضوعية وحدها حتى تصبح العلامة متمتعة بالحق في الحماية القانونية بل يجب توافر شروط شكلية لوضع العلامة التجارية قوالب قانونية تتواجد بالتوازي مع الشروط الموضوعية لذلك نجب بأن المشرع الجزائري نص على إجراءات دقيقة في مجال إيداع العلامة تسجيلها أو نشرها ولكل علامة شروط متعلقة بها سواء كانت علامة تقليدية أو إلكترونية .

الفرع الأول: التسجيل التقليدي للعلامة التجارية

كان يتم تسجيل العلامة التجارية في المكتب الوطني للعلامة التجارية بمقتضى المرسوم رقم 248/636 المؤرخ في 10 جويلية 1963 وتشمل صلاحيات هذا المكتب كافة الملكية الصناعية يليها إنشاء المعهد الوطني للتوحيد الصناعي و الملكية الصناعية بموجب الأمر 62/73 المؤرخ 12 نوفمبر 1973 لتنتقل إختصاصات المكتب الوطني للملكية الصناعية لهذا المكتب يليه دمج إختصاصات الملكية الصناعية ضمن مهامه بموجب المرسوم 249/86 ثم المرسوم التنفيذي رقم 68/98 المتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية الذي مزال ساريا للآن .

أولا : إيداع العلامة التجارية

¹المرسوم التنفيذي 277/05 المؤرخ في 2 أوت 2005 الذي يحدد كفيات إيداع العلامات وتسجيلها،

ج،ر،ج،د،ش، العدد 54 ، ص13

²وليد كحول،المرجع السابق،ص33

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

حددت المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 277/05 كيفية إيداع العلامة وذلك بتقديم طلب التسجيل لدى مصالح المختصة أو يرسل عن طريق البريد أو بأي وسيلة مناسبة تثبت الاستلام وذلك إما من صاحب العلامة شخصيا أو وكيل عنه وإذا كان صاحب الطلب مقيما في الخارج يتوجب عليه أن يعين له وكيل للقيام بإجراء اإيداع نيابة عنه وذلك بموجب وكالة مؤرخة وممضاة وتحمل إسم الوكيل وعنوانه .

ويجب أن يتم طلب الإيداع قصد تسجيل العلامة وفقا لإستمارة رسمية تتضمن إسم مودع وعنوانه وكذا قائمة واضحة وكاملة للسلع والخدمات وكذا ضرورة إرتفاق الطلب بصورة من العلامة على أن تكون هذه الأخيرة ملونة إذا كان اللون يشكل ميزة أو عنصرا مميزا لها على أن لايتعدى مقاس صورة الإطار المحددة لهذا العرض في الإستثمار الرسمية .

ويجب أن يرفق طلب الإيداع ببعض الوثائق الإدارية كالوكالة الخاصة المسلمة للوكيل الذي ينسب عنه الطلب المقيم في الخارج و الوثائق المتعلقة بألوية إيداع سابق ووصل تسديد رسوم الإيداع و النشر .¹

غير أن القانون يجيز لأي شخص شخص طلب إيداع علامته لإستغلالها وحمايتها قانونيا إلا ذات المادة في فقرتها الثانية تنص على ضرورة توافر بعض البيانات تتمثل فيما يلي :

-طلب تسجيل يشمل على نموذج العلامة وبيان المنتجات و الخدمات التي تنطبق عليها هذه العلامة.

-ختم العلامة.

-إثبات دفع الرسوم.

-وكالة بخط اليد وذلك إذا كان لمودع يمثل وكيله .²

¹ميلود سلامي،المرجع السابق ص87-86

²حمادي زوبير،المرجع السابق،ص79

ثانيا : فحص الإيداع

يؤدي الإيداع دورا هاما في إكتساب ملكية العلامة بهذا يقوم المعهد الوطني للملكية الصناعية بفحص الطلب المودع من ناحية الشكل ومن ناحية المضمون فإذا كان الفحص إيجابيا من الناحيتين يعد الإيداع مقبولا وعلى أثر ذلك تقوم الهيئة المختصة بتحرير محضر يثبت تاريخ الإيداع وساعته ومكانه وكذا رقم التسجيل ودفع الرسوم ونظرا للبيانات المدرجة فيها تعد هذه الوثيقة ذا أهمية بالغة لفحص النزاعات المحتملة التي يمكن أن تقع بين عدة مودعين .

فمن الناحية الشكلية يقوم المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بفحص ماذا كان الإيداع مستوفيا على الشروط القانونية المحددة من المواد 4 إلى 7 من المرسوم التنفيذي 277/05 وعند عدم إستفاء الإيداع لهذه الشروط يطلب من المودع تسوية طلبه في أجل شهرين وفي حالة عدم قيام المودع بالتسوية خلال مدة قانونية محددة فإنه يتم رفض طلب تسجيله للعلامة وهذا ما تنص عليه المادة 10 من المرسوم التنفيذي 277/05 سابق الذكر.

وإذا كان الفحص الشكلي إيجابيا فإن المصلحة المختصة تنتقل لفحص المضمون وذلك بالبحث فيما إذا كانت العلامة مطابقة للقانون أم لا إي تأكد من عدم كونها مستثناة من التسجيل لسبب أو عدة أسباب من أسباب الرفض المنصوص عليها في المادة 7/من الأمر 06/03 وعند التأكد من ذلك فإن المصلحة تقوم بتسجيل العلامة أما إذا كان فحص المضمون سلبيا نتيجة وجود سبب من أسباب الرفض المبنية قانونيا فإن المصلحة المختصة تبلغ المودع بذلك من أجل تقديم ملاحظاته في أجل لايتعدى شهرين من تاريخ التبليغ ويمكن تسديد هذا الأجل عند الضرورة لنفس المدقبناءعلى طلب مسبب من المعنى وهذا ما تنص عليه المادة 11والمادة 12 من المرسوم التنفيذي 277/05 سابق الذكر.

وإذا تبين للمصلحة المختصة إن فحص المضمون مطابق لجزء فقط من السلع والخدمات المعينة في الطلب المودع فإن تسجيل العلامة لا يتم إلا لهذه السلع و الخدمات.

ثالثا : التسجيل

يقصد بالتسجيل القرار الذي يتخذه مدير المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية والذي يؤدي إلى قيد العلامة في سجل خاص يمسكه والذي تقيد فيه العلامة وكافة العقود الأخرى المنصوص عليها في الأمر 06/03.¹

إن تسجيل العلامة هو مرحلة لاحقة للإيداع فإذا كان هذا الأخير له طابع إداري فإن الأول له طابع قانوني كونه يكسب حقا وهو ملكية العلامة إلا أن المشرع الجزائري بين أن للتسجيل أثر رجعي إي أن تاريخ التسجيل هو تاريخ الإيداع والعبرة في ذلك هو حماية مصلحة المودع ضد تصرفات الغير سيئ النية.²

وبعد تسجيل العلامة وقيدتها في السجل تأتي عملية النشر التي يتكف بها المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويقصد بهذه العملية شهر إيداع العلامة في المنشور الرسمي للملكية الصناعية .

وتنشر في هذا المنشور كل العقود المتعلقة بالعلامات من تسجيل، إلغاء، عدول تسجيل وترتيب وتصنف وفق لرموز خاصة و أرقام إستدلالية حيث تمثل الأرقام الدلالة التالية :

_ (111) رقم التسجيل

_ 151 تاريخ التسجيل

_ 210 رقم الطلب

_ 230 معلومات متعلقة بالعروض

_ 300 معلومات تتعلق بالأولوية حسب إتفاقية باريس

_ 511 التصنيف العالمي للسلع والخدمات

_ 540 تجديد العلامة

¹-وليد كحول،المرجع السابق، ص ص37-38.

²-ميلود سلامي،المرجع السابق،ص89.

_732 إسم وعنوان صاحب التسجيل

_740 إسم الوكيل .¹

الفرع الثاني: تسجيل العلامة التجارية إلكترونياً: يتم التسجيل الإلكتروني للعلامات بوجود موقع إلكترونية لدى مصلحة التسجيل يحدد هذا الموقع القواعد العامة التي يتم وفقها تسجيل العلامات التجارية إلكترونياً على النحو التالي :

_ يوضح للمستخدم بالتفصيل عبر الموقع الإلكتروني كافة الأمور و المسائل المتعلقة بالتسجيل القوانين و الأنظمة المتعلقة بالعلامات التجارية كيفية ملء الطلبات وإرسالها إلكترونياً، الوثائق المطلوبة وإرفاقها مع الطلب وغيرها من المعلومات التي تخص التسجيل الإلكتروني .

_ يوفر الموقع خدمات البحث عن العلامات التجارية و المتشابهة في قواعد بيانات دائرة التسجيل لتأكد من أن العلامة المراد تسجيلها ليست مسجلة من قبل أو غير متشابهة مع علامة أخرى .

_ يوفر الموقع كذلك عدداً من نماذج الطلبات الجاهزة، حيث يختار طالب التسجيل طلباً الذي يناسبه كطالب تسجيل علامة جماعية، أو طلب إعتراض على تسجيل علامة، ولا يكون على المستخدم سوى ملء الطلبات وإرسالها إلى دائرة التسجيل.²

_ تحديد قائمة الوثائق المطلوبة المرفوقة مع طلب التسجيل وطريقة تقديمها بأي صورة. يتيح الموقع الردود على الطلبات إما بالقبول أو بالرفض

_ دفع رسوم التسجيل إلكترونياً عن طريق وسائل الدفع الإلكترونية

_ إصدار الشهادات النهائية والخاصة بالتسجيل النهائي للعلامات التجارية مع إمكانية الحصول عليها .

¹-وليد كحول، المرجع السابق، ص39 .

²-كوثر مازوني، الشبكة الرقمية وعلاقتها بالملكية الفكرية، دار الجامعة الجديدة، 2008، ص236.

ومن خلال هذا نجد أن هناك إختلافات بين التسجيل التقليدي للعلامة التجارية و التسجيل الإلكتروني الحديث ونلخص الفروق إلى مايلي :

إن التسجيل الإلكتروني للعلامة التجارية لايتعارض في مضمونه مع التسجيل التقليدي لها ويظهر الإختلاف بين الطريقتين من حيث الألية الإلكترونية التي يعتمد عليها التسجيل الإلكتروني حيث يقدم الطلب بصورة لإلكترونية منتجا لأثره القانوني كما قدم بصور ورقية ¹.

ويختلف النظام التقليدي للتسجيل للعلامة التجارية عن النظام الإلكتروني كون النظام الورقي يستهلك الوقت والجهدكما أن الطلبات التقليدية الورقية تحتاج إلى أي وقت طويل للتعامل بها وترتيبها و تعرضها لخطر التلف والضياع وهو مايستبعد حدوثه في الملفات الإلكترونية .

الفرع الثالث :الأثار المترتبة على تسجيل العلامة

يترتب على تسجيل العلامة التجارية لدى المعهد الوطني الجزائري عدة أثار :

أولا : إكتساب الحق في العلامة

يترتب على إكتساب ملكية العلامة التجارية تمتعها بوجود قانوني وواقعي في أن واحد

_ الحق في الحماية القانونية للعلامة التجارية :

ينشئ على إكتساب ملكية العلامة التجارية حق حمايتها قانونيا ،وعليه فإن العلامة غير مسجلة طبقا لأحكام المادة 5 من الأمر 06/03 المتعلق بإعلامات التجارية لا تتمتع بالحماية القانونية وفق أحكام قانون العلامات حتى ولو أستوفت الشروط الموضوعية .

ولقد حدد المشرع الجزائري المدة التي تحضى بها العلامة التجارية بحماية القانون وتقدر ب10 سنوات ،تبدأ من تاريخ الإيداع وعليه فإن حق في العلامة هو حق مؤقت ،

¹-كوثر مازوني،المرجع السابق،ص238.

إلا أنه قد يكون مؤيدا إذا أراد مالکها الإحتفاظ بها لأطول مدة عن طريق تجديدها كل عشر سنوات .

كما أن من مصلحة الصانع والتاجر الإحتفاظ بنفس العلامة لتمييز منتجاته وخدماته والقيام بتجديدها لما ذلك من أهمية لكون أن العلامة تزداد قيمتها وتكسب شهرة واسعة مع مرور الزمن .¹

حق إحتكار وإستغلال العلامة :

لقد نص المشرع الجزائري على أن : "تسجيل العلامة التجارية يحول صاحبها حق ملكيتها على السلع التي يعينها لها " ²

وعليه فإن تسجيل العلامة يمنح مالك هذه الأخيرة حق ملكيتها على منتجات أو خدمات معينة ، أي تلك التي تغطيها العلامة دون غيرها ، لا يكون لصاحب العلامة الحق في منع الغير من إستعمال ذات العلامة لتمييز سلع أو خدمات مختلفة عن السلع أو الخدمات التي حددها أثناء إيداع علامته وذلك طبقا لمبدأ تخصيص العلامة إذ أن هذه الأخيرة تحضلى بحماية القانون في حدود هذه المنتجات و الخدمات والتي تم تحديدها أثناء إيداع العلامة ، كما نص المشرع الجزائري أن الحق في ملكية العلامة يخول صاحبه حق إحتكار إستغلالها ومنع الغير من إستعمال علامته تجارية دون ترخيص مسبق منه ، وبالتالي يعود لصاحب العلامة فقط في إستعمال علامته لتمييز السلع أو الخدمات التي حددها له ، وله منع الغير من إستعمالها تجاريا دون ترخيص منه .³

حق التصرف فيها :

نصت المادة 9 من الأمر 06/03 المتعلق باعلامات التجارية : "فإن الحق في العلامة يخول صاحبه حق التنازل عنها " .

¹ -راشدي سعيدة،المرجع السابق،ص172.

² -المادة9 من الأمر06/03،المرجع السابق.

³ -راشدي سعيدة،المرجع السابق،ص173.

والمقصود بالتنازل عن العلامة التجارية هو التصرف فيها بكافة أنواع التصرف من نقل ملكيتها للغير بالبيع أو الهبة أو الوصية أو تقديمها حصة في شركته .

والعلامة التجارية بإعتبارها مال معنوي منقول يسمح ذلك بأن تكون موضوعا لأعمال قانونية معينة .¹

لذلك يمكن التصرف في العلامة عن طريق البيع ويجوز بيعها كليا أو جزئيا حيث يمكن أن يكون البيع واقعا على جميع عناصر العلامة لإستغلالها في جميع الحالات التي يمكن أن يكون البيع واقعا على جمع عناصر العلامة لإستغلالها في جميع الحالات التي كانت تستغل فيها ،أي بجميع السلع و الخدمات التي سجلت من أجلها .²

ثانيا : إنقضاء الحق في العلامة التجارية :

بين المشرع الجزائري حالات التي ينقضي فيها حق إكتساب العلامة التجارية _ إنقضاء الحق في العلامة بناء على إرادة صاحبها :

عدم تجديد التسجيل :

تكسب العلامة التجارية حماية قانونية بتسجيلها لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية وتسري هذه الحماية لمدة 10 سنوات قابلة لتجديد لمدة متتالية دون أن يضع المشرع الجزائري حدا أقصى لتجديد .

ويستخلص من الأحكام التنظيمية الراهنة ، أن صاحب العلامة ملزم بتقديم طلب تجديد التسجيل في أجل 6 أشهر التي تسبق إنقضاء التسجيل أو 6 أشهر التي تلي إنقضاء التسجيل إلا وفقد حقه في العلامة .

وإذا إنقضت مهلة الستة أشهر بعد إنقضاء العلامة يكون من حق كل شخص أن يطلب أن يسجلها بإسمها .

¹-ميلود سلامي،المرجع السابق،ص125.

²-وليد كحول ،المرجع السابق،ص45.

إذن ينقضي الحق في العلامة بعد إنتهاء 6 أشهر موائية لإنقضاء التسجيل، أي أن المشرع الجزائري أضاف مهلة 6 أشهر من أجل أن يقوم صاحب العلامة بطلب تجديد، وخلالها لايمكن للغير أن يطلبونفسالعلامة الى أن تنتهي المهلة الإضافية ولم يتم تجديدها.

تخلي عن العلامة :

يجوز لصاحب العلامة أن يطلب من المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية التخلي أو العدول عن تسجيل العلامة لكل جزء من السلع أو الخدمات التي سجلت من أجلها، بتقديم طلب وإرساله بواسطة رسالة موسى عليها بإشعار علم بالوصول ، وفي حالة ماقدم الطلب من قبل وكيله يرفق الطلب بوكالة خاصة مؤرخة وممضاة تتضمن إسم الوكيل و عنوانه ، وإذا كانت العلامة محل ترخيص فإنه يجب لقبول العدول موافقة المرخص له ، وذلك بتقديم تصريح إلى المعهد ينص على موافقة المستفيد من الرخصة المسجلة عن هذا العدول .¹

_إنقضاء الحق في العلامة دون إرادة صاحبها :

إبطال العلامة : نص المشرع الجزائري في المادة 2 من الأمر 06/03 على الحالات يجوز فيها إبطال العلامة حيث نص على مايلي : " يمكن الجهة القضائية المختصة إبطال تسجيل العلامة بأثر رجعي من تاريخ الإيداع وذلك بطلب من المصلحة المختصة أو الغير عندما يتبين بأنه كان لاينبغي تسجيل العلامة لسبب من الأسباب المذكورة في الفقرات من 1_ 9 من المادة 7 من هذا الأمر "

وباستقراء هذا النص نجد أن المشرع أجاز إبطال العلامة وذلك بطلب من المصلحة المختصة وهي المعهد الوطني للملكية الصناعية إذا تبين أن بتسجيلها كان مخالف لما جاءت به المادة 7 من الأمر 06/03 وهي كل الحالات التي يرفض فيها تسجيل العلامة والمتمثلة في غياب شرط الموضوعية لصحة لتسجيل العلامة .

¹-وليد كحول، المرجع السابق،ص ص50_49.

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

ويكون إنقضاء الحق في العلامة بإبطال عن طريق دعوى قضائية مرفوعة إما من المصلحة المختصة أو من الغير صاحب المصلحة في دعوى الإبطال ، ومعن ذلك أنه لايجوز لمالك العلامة طلب إبطال علامة أخرى تكون سببا في إثارة إختلاط مع علامة في كلها أو جزئها .

ويكون هذا الإبطال بتاريخ رجعي من تاريخ الإيداع

إلغاء العلامة : حددت المادة 21 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات الحالات التي يجوز فيها إلغاء العلامة التجارية على مايلي :تلغى الجهة القضائية المختصة بتسجيل العلامة بناء على مايلي :

_ طلب من المصلحة المختصة أو من غير الذي يعينه الأمر إذا نشأ سبب من الأسباب المذكورة في المادة 7 الفقرات 3و5و7 ومن هذا الأمر بعد تسجيل العلامة وطل قائما بعد قرار الإلغاء غير أنه إذا كان سبب الإلغاء ناتجا من المادة 7الفقرة 2فإن تسجيل لايلغى إذا إكتسبت العلامة صفة التمييز بعد تسجيلها .

طلب من الغير يعينه الأمر إذا لم يستعمل العلامة وفقا للمادة 11أعلاه .

إنطلاقا من هذا النص فإن الحالات التي يجوز فيها إلغاء العلامة هي الحالات التي يجوز فيها إلغاء العلامة هي الحالات المنصوص عليها في المادة 7من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات ،والمتمثلة في المعاملات التي تتمثل شكل السلع أو غلافها الرموز التي تحمل من بين عناصرها نقلا أو تقليدا لشعرات رسمية ،أو إعلام أو شعرات أخرى أو إسم مختصر أو رمزا أو إشارة رسمية او مصدر السلع والخدمات الأخرى الأخرى المتصلة بها ،العلامات التي تشكل حصريا أوجزئيا بيانا قد يحدث لبسا مع المصدر الجغرافي لسلع أو خدمات فإذا وجدت علامته من هذه العلامات فيجوز إلغائها.

أما الحالة المنصوص عليها في المادة 11 فهي حالة لم يقم مالك العلامة المسجلة بإستعمال هذه العلامة إستعمالا جديا تزيد عن ثلاث سنوات متتالية دون إنقطاع ترتب

عن ذلك إبطالها وبالتالي سقوط حقه في العلامة إلا إذا قدم مالك العلامة مبررا قبل إنتهاء الأجل .

والإستعمال الجدي يجب أن لا يكون إستعمالا رمزيا فقط بل يجب أن يكون إستعمالا يجسد الوظيفة الأساسية للعلامة التجارية التي تضمن للمستهلك التعريف بحقيقة السلع أو الخدمات .¹

المبحث الثاني: ماهية القرصنة الإلكترونية

ارتبط ظهور القرصنة الإلكترونية بظهور الانترنت لكونها وسيلة اتصال عالمية تمتاز بالسرعة ، بحيث ارتبط ظهورها بفكرة أن الانترنت فضاء لا يحكمه قانون ، بحيث يتجسد الإعتداء على العلامة التجارية بالعديد من الأساليب و من أهم الأشكال شيوعا هو ما يعرف بالقرصنة الألكترونية.

بحيث سنعالج هذه الظاهرة من خلال ثلاث مطالب، بحيث نوضح في المطلب الأول المقصود بالقرصنة الإلكترونية و في المطلب الثاني العوامل والأسباب المشجعة لظهورها ، وكمطلب ثالث صور هذه القرصنة –

المطلب الأول : تعريف القرصنة الإلكترونية :

يقصد بالقرصنة الإلكترونية أو السطو الإلكتروني أن يقوم شخص أو مشروع لا يمتلك حق على علامة تجارية بتسجيل هذه العلامة في صورة عنوان إلكتروني على شبكة الأنترنت، و ذلك بقصد الإضرار بمالك هذه العلامة أو بقصد إعادة بيع العنوان الإلكتروني الى هذا المالك مرة أخرى بثمن مغالى فيه ومن ثم نكون أمام قرصنة إلكترونية سواء قصد القرصان من تسجيل العنوان الإلكتروني إعادة بيعه مرة أخرى للمالك أو لأحد منافسيه ، أو قصد منه منع المالك من تسجيل هذا العنوان –

¹-ميلود سلامي، المرجع السابق،ص146-145.

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

ويعمد القرصان في بيع العناوين الإلكترونية التي سجلها على الخلط واللبس في أذهان الجمهور المتولد من إختياره العلامة التجارية المشهورة ليقوم بتسجيل عناوين إلكترونية تمثلها فهو مطمئن الى أن مالك العلامة المشهورة حرصا منه على سمعة علامته سوف يسعى للتفاوض معه بهدف استرداد هذا العنوان بأي ثمن يطلبه القرصان¹.

اذ وصفت بالقرصنة الإلكترونية لأنها تمثل إستيلاء غير مشروع لحقوق الغير ، حيث يتم تسجيل عنوان إلكتروني مطابق تماما لعلامة تجارية مملوكة للغير.

بحيث عرفت المنظمة العالمية للملكية الفكرية بأنها " تسجيل إسم مجال بسوء نية"².

حيث يؤدي السطو الإلكتروني بصورة مباشرة الى تضليل جمهور المستهلكين ، لأن أغلب هؤلاء يتوقعون الوصول الى الموقع الإلكتروني للشركة صاحبة العلامة عن طريق إفتراض أن العنوان الإلكتروني مطابق لعلامتها ، و بالتالي فإن منع المستخدم من الوصول الى موقع الشركة صاحبة العلامة التجارية المطلوبة بتحويله الى موقع شركة أخرى ، سيؤدي الى تضليل الجمهور والإضرار بمصالح الشركة مالكة العلامة وهو ما سيؤدي حتما الى محاولة هذه الأخيرة من الحصول على عنوان الموقع المطابق لعلامتها ، كما أن لهذه المشكلة أثر كبير على مستقبل العمل التجاري عبر شبكة الأنترنت ، حيث يضعف ثقة التجار والزبائن بها³ —

تعد سوء نية مسجل العناوين الإلكترونية العامل الأهم في تحديد السطو الإلكتروني و يظهر ذلك من عدة مؤشرات :

¹ شريف محمد غنام ، حماية العلامة التجارية في علاقتها بالعنوان الإلكتروني، د.ط، دار الجامعة الجديدة للنشر الاسكندرية، 2007 ، ص 103 —

² عدنان غسان برانوب، التنظيم القانوني للعلامة التجارية دراسة مقارنة، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2008 ،ص611 —

³ بوترفاس حفيظة، حماية العلامة التجارية في المجال الإلكتروني ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه تخصص قانون خاص كلية الحقوق _جامعة أبو بكر بلقايد _ تلمسان ، الجزائر ، 2016_2017 ، ص 104 —

أولا- إعادة بيع العنوان الإلكتروني:

يعتبر بيع العنوان الإلكتروني بعد تسجيله من أهم المؤشرات التي تدل على سوء نية مسجله ، خاصة إذا قام بإعادة بيعه الى صاحب العلامة التجارية أو لأحد منافسيه بثمن مغالى فيه يتجاوز نفقات التسجيل ، كما يوضح نية المتاجرة لدى مسجل هذا العنوان – وقد يكون من قام بتسجيل عنوان ما منافسا لصاحب العلامة التجارية الأصلية وفي هذه الحالة يكون الهدف من التسجيل هو الحصول على كافة المميزات التي يتمتع بها منافسه، وقد يكون صاحب التسجيل من غير المنافسين لصاحب العلامة ، بل قد يكون عمله عن التجارة والصناعة –

وفي الحقيقة ، لقد أصبح بيع العناوين الإلكترونية لمبالغ طائلة لأصحابها الشرعيين ظاهرة بل إمتدت الى أن أصبحت تشكل سوقا لبيع عناوين الواقع الإلكترونية ، وصارت هناك العديد من المواقع المتخصصة في بيع العناوين الإلكترونية –

في ضوء مما سبق يتبين لنا أن الإعتداء على العناوين الإلكترونية و إعادة بيعها مرة أخرى لأصحابها أمر يرفضه القانون ، فضلا عن الأخلاق ، حيث إنه يعد إعتداء سافرا على حقوق مشروعة ، بالإضافة الى إختلال أمن المعلومات عبر الأنترنت ، ومن هنا فإن مجرد عرض العنوان الإلكتروني على الأنترنت لبيعه يعد في نظر القضاء سطوا وقرصنة يجب ردهما حتى ولم يتم البيع بالفعل ، ومن ثم تجب مساءلة من يقوم بذلك¹ –

ثانيا : نية الإضرار بمالك العلامة التجارية

يتوافر سوء النية لدى مسجل العنوان الإلكتروني أيضا اذا سجل هذا العنوان بهدف الإضرار بمالك العلامة التجارية وذلك بمنعهم من تسجيل عناوين تمثل علامته على

¹ - أحمد الباز محمد متولي ، حماية العلامة التجارية المشهورة إلكترونيا ، دراسة مقارنة ، مجلة البحوث القانونية ، كلية الحقوق ، جامعة المنصورة ، العدد 41 ، ابريل 2019 ، ص 781 –

شبكة الأنترنت، فمنع مالكي العلامات التجارية من إستخدام علامتهم عبر الشبكة يمثل ضررا كبيرا يصيب هؤلاء الملاك ويدل بوضوح على سوء نية المسجل¹ —

المطلب الثاني : العوامل المشجعة لظهور القرصنة الإلكترونية

من أهم الأسباب التي ساعدت على نشوء نزاعات بين العلامات التجارية و أسماء المواقع الإلكترونية على الأنترنت هي الأحكام الخاصة بتنظيم أسماء المواقع الإلكترونية وعليه سوف نتطرق في هذا المطلب الى أهم العوامل التي أدت الى نشوء القرصنة والمتمثلة في مبدأ الأسبقية في التسجيل و مبدأ التخصيص و ثالثا نظام العناوين العامة و كفرع رابع نتطرق لسبي آخر و هو شهرة العلامة التجارية .

الفرع الأول : مبدأ الأسبقية في التسجيل :

يحكم تسجيل أسماء المواقع الإلكترونية على شبكة الأنترنت مبدأ يسمى مبدأ الأسبقية في التسجيل . فما هو المقصود بمبدأ الأسبقية في التسجيل ، وفيما يتمثل أثر تطبيقه ؟

مبدأ الأسبقية في التسجيل هو المبدأ الأساسي الذي يقوم عليه تسجيل أسماء المواقع الإلكترونية ، و هذا المبدأ يسمح بتسجيل أي اسم موقع إلكتروني مادام لم يسبق تسجيله قبل ذلك و بناءا على طلب يقوم به تسجيل هذا العنوان دون مراعاة حقوق الأطراف الأخرى التي قد يتضمن العنوان اعتداء على علاماتهم التجارية ، و بالتالي يفاجأ أصحاب العلامات التجارية عند رغبتهم بتسجيل هذه العلامات كأسماء مواقع إلكترونية بسبق تسجيلها من الغير² —

إذن فالعبرة في الحصول على اسم موقع إلكتروني هذا هي سبق طلب التسجيل عن غيره من الطلبات و عليه يكون من حق مقدم الطلب أن يحصل على هذا العنوان دون اعتراض من أحد إذا ما توافرت فيه هذه الأسبقية ، و الشركة المختصة بالتسجيل لا

¹ - شريف محمد غنام ، المرجع السابق، ص 108.

² - مصطفى موسى العطيّات ،الجوانب الإلكترونية للتعاملات التجارية الإلكترونية ، ط01، دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان ،الأردن ، 2011، ص 180—

تقوم لطلب التسجيل وإنما تمنح هذا العنوان الى الشخص مقدم الطلب متى ثبت لهذه الشركة عدم سبق تسجيله، وهذا المبدأ يتعلق بمسائل فنية ترتبط بشركة الأنترنت ، ويشجع إستخدامه كوسيلة للكسب غير المشروع على حساب اصحاب العلامات التجارية إذا استغل لتسجيل العلامات التجارية المشهورة ومن ثم إعادة بيعها بأثمان مرتفعة لأصحاب هذه العلامات الذين يقدررون القيمة العالية لإسم الموقع الإلكتروني في التعاملات التجارية الخاصة بهم.¹

الفرع الثاني: مبدأ التخصيص

يقصد بمبدأ التخصيص أن القانون يحمي العلامة التجارية بالنسبة للمنتجات و الخدمات المحددة في طلب تسجيل العلامة ، وبالتالي لا تمتد الحماية الى المنتجات و الخدمات الأخرى غير المماثلة أو المشابهة ، تلك المحددة في طلب التسجيل فهناك تخصيص للحماية التي يمنحها الحق في العلامة التجارية ، هذا التخصيص يرتبط بالمنتجات والخدمات التي تمثلها العلامة دون غيرها وهو ما يعبر عنه الفقه وبشرط الصفة المميزة الخارجية للعلامة التجارية ان تكون العلامة مميزة في حد ذاتها ، وإنما يجب أن تكون كذلك بالمقارنة بالعلامات الأخرى ذات أسبقية الإستعمال ، أو التي سبق إيداع طلب تسجيلها عن منتجات مماثلة أو مشابهة ينتجها مشروع اخر.²

ويترتب على هذا المبدأ أنه لايجوز للغير استخدام العلامة التجارية المملوكة لشخص لتميز منتجات مماثلة أو مشابهة لتلك المنتجات التي تميزها العلامة الأولى –
فالقانون يحمي هذه العلامة في حدود المنتجات التي تميزها وفي المرة التي يحدث فيه الاستخدام الخاطيء يعتبر الشخص الأول مزورا أو مقلدا للعلامة الأصلية –³

¹ - بحاش نصيرة ،القرصنة الإلكترونية للعلامة التجارية ،مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية،

جامعة الجزائر ، 2018/02/15 ، العدد 09 ، المجلد الأول ، ص 188 –

² -أحمد الباز ، المرجع السابق ، ص789 –

³ -شريف محمد غنام ، المرجع السابق ، ص 93 –

بينما الغرض من مبدأ التخصيص فهو حماية المستهلك من الخلط و التضليل أو الخداع الذي يقع فيه في حال ما إذا استخدمت العلامة لتمييز أكثر من منتج مماثل أو مشابه فإقبال الجمهور على شراء منتج يحمل علامة يرجع في الأصل الى شعوره بالإطمئنان الى هذا المنتج الذي يحمل علامة تميزه عن غيره من المنتجات والتي لا يمكن أن توضع على أي منتج اخر حتى ولو كان شبيها له –

-صعوبة تطبيق مبدأ التخصيص على الأنترنت :

تفضل المشروعات أن يكون لها عنوان الكتروني يتماشى مع علامتها التجارية حتى يسهل التعرف على هذه العلامات عبر شبكات الانترنت ومع ذلك تأتي المشكلة من الناحية الفنية حيث لا يمكن منح العنوان الإلكتروني سوى مرة واحدة لمن يقدم الطلب تسجيله ولو لم يكن صاحب حق مشروع على هذا العنوان، وقد يترتب على ذلك أنه لا يجوز تسجيل أكثر من عنوان الكتروني على شبكة الأنترنت لأكثر من علامة تجارية وذلك بالنسبة للمجال الواحد من مجالات العناوين الإلكترونية ، بمعنى أنه لو قام مشروع بحجز عنوان الكتروني يمثل علامته في المجال الدولي ، فإن هذا العنوان يصبح غير متاح داخل هذا المجال لباقي المشروعات الأخرى حتى ولو كانت تمارس أنشطة مختلفة¹ – ويختلف الأمر عما يحدث بعيدا عن الأنترنت ، فمبدأ التخصيص يمنع من تسجيل العلامة التجارية إذا كانت تمثل منتجات أخرى قد سبق تسجيل العلامة بصددھا، أما في حالة اختلاف المنتجات والأنشطة التي تمثلها هذه العلامات فإنه يجوز تسجيل هذه العلامة، وبناءا عليه فإن مبدأ التخصيص لا يمنع من تسجيل أكثر من علامة مطابقة تمثل كل منها أنشطة ومنتجات مختلفة – ونظرا لأن العناوين الإلكترونية تمنح مرة واحدة فقط فقد أصبح من الصعب تطبيق مبدأ التخصيص على شبكة الأنترنت ويرجع ذلك للأسباب التالية :

1_ وحدة العناوين الإلكترونية التي تمثل العلامات –

¹ – أحمد الباز ، المرجع السابق ، ص 793 –

2_ حرمان صاحب العلامة من تسجيل علامته على شبكة الأنترنت بسبب سبق تسجيلها من جانب مشروع اخر ، وذلك في حالة إذا كان مسجل العنوان الإلكتروني غير مالك العلامة التجارية التي يمثلها هذا العنوان –

3_ غياب مبدأ الإقليمية على شبكة الأنترنت ، فنظرا لعالمية الأنترنت فقد أصبح لأي مشروع أو شخص عادي الحق في أن يسجل عنوانا الكترونيا في المجال الدولي حتى ولو لم تكن له أنشطة تمتد خارج الإقليم الذي يعيش عليه – وقد أدى هذا الأمر الى تسارع الأشخاص أو المشروعات الى تسجيل العناوين الإلكترونية التي تفتتت على حقوق مالكي العلامات المشهورة¹ –

الفرع الثالث : نظام العناوين العامة

يعتبر النظام الحالي في تقسيم العناوين العامة الى مجالات محددة من العوامل التي ساعدت بصورة كبيرة على السطو الإلكتروني ، فالعنوان الرئيسي (.Com) و من بعده (.Net) هي أكبر العناوين العامة إنتشارا –

حيث تسعى أكثر المشروعات الشركات نظرا للطبيعة التجاري لأعمالها الى تسجيل عناوينها تحت العنوان الرئيسي (.COM) والذي يساعد على انتشار علامتها وتسويق منتجاتها بصورة أفضل ، كما أن هذه العناوين هي الأكثر شهرة ومعرفة لدى جمهور المتعاملين مع شبكة الأنترنت –

وبما أن الأسبقية في التسجيل وعدم التطابق في العناوين تقتضي تسجيل العنوان الإلكتروني مرة واحدة ، فإن قيام شركة النقل مثلا بسجل العنوان الإلكتروني (trans.com) سيمنع جميع الشركات المتعلقة بالنقل في جميع أنحاء العالم من تسجيل هذا العنوان والبحث عن عنوان اخر ، وهو ما يعطي القيمة النادرة للعناوين الإلكترونية نظرا لكونها تعبر عن نشاط تجاري بأسره أو متعلقة بعلامة تجارية معينة

2

¹ – أحمد الباز ، المرجع السابق ، ص 793_794 –

² – بوترفاس حفيظة ، المرجع السابق ، ص 114

الفرع الرابع : شهرة العلامة التجارية

إذا كانت العلامة التجارية هي كل إشارة قابلة للتمثيل البياني بتمييز المنتجات أو الخدمات المقدمة من كل شخص طبيعي أو معنوي فإن العلامة المشهورة هي التي تتمتع بمعرفة واسعة بين جمهور المستهلكين وسمعة ودعاية على العالم ولها قيمة مالية في السوق ومن أمثلتها علامات كوكا كولا ، أديداس ، والعلامة المشهورة قد تكون علامة سلع مادية أو علامة خدمات مثل هيليتون –

وعادة يتم التعرف على مدى شهرة العلامة التجارية من خلال جملة عوامل كدرجة الصفة الفارقة التي تحتوي عليها ذات العلامة والثقة التي تتمتع بها العلامة من قبل الجمهور ومدى معرفة هذا الأخير بها والجودة التي بلغتها البضائع التي تحمل العلامة

1

وقد نصت المادة السادسة من إتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية على حماية العلامات التجارية من التقليد ولقد تعرضت العلامات التجارية المشهورة لعملية القرصنة عن طريق تسمية عدد من المواقع بأسماء مواقع إلكترونية تطابق أو تشابه علامات تجارية مشهورة وتسجيلها بقصد منع أصحاب هذه العلامات من تسجيل أسماء مواقع إلكترونية لمواقعهم على الشبكة تطابق علامتهم التجارية المشهورة ، وابتزازهم إذا رغبوا في الحصول على تلك الأسماء عن طريق طلب مبالغ مالية باهضة مقابل التنازل عنها من المعتدين –²

كما أن العديد من الأحكام الصادرة بإدانة القرصنة صدرت بمناسبة الاعتداء على علامات تجارية تحظى بشهرة عالمية وبمعرفة لدى جمهور كثير من المستهلكين ومن أمثلة ذلك العلامة التجارية SONY ، والقضاء يعتبر أن إختيار القرصان للعلامة المشهورة لتسجيل اسم موقع إلكتروني يعد مؤشرا على وجود أمرين : الأول يتمثل في سوء نيته وذلك بسبب تسجيله اسم الموقع الإلكتروني لهذه العلامة دون استخدامه فقصده هو الحصول على مبالغ كبيرة من مالها – وثانيا أن القضاء يستشف من

¹ - بحاش نصيرة ، المرجع السابق ، ص 189

² - بحاش نصيرة ، المرجع السابق ، ص 189 -

الإعتداء على العلامة وجود قرينة على علم المسجل بوجود علامة مشهورة تحمل نفس تسمية الموقع الإلكتروني وقد اختارها المسجل لتحقيق كسب مادي –¹

المطلب الثالث : صور الاعتداء على العلامة التجارية من قبل أسماء المواقع الإلكترونية

بما أن العلامة التجارية أصبحت أكثر عرضة للاعتداء عليها في أرض الواقع، فإن الاعتداء عليها على شبكة الأنترنت زادت فرصه خاصة من طرف مسجلي العناوين الإلكترونية، والحقيقة أن كلما زادت قيمة العلامة التجارية كلما كان ذلك مشجعا للاعتداء عليها –

ومن أهم أشكال هذا الاعتداء ، تسجيل عنوان الكتروني متطابق مع العلامة التجارية كما قد يتم تسجيل عنوان الكتروني مشابه للعلامة التجارية وهذا ما سنتناوله في هذا المطلب –

الفرع الأول : تسجيل اسم موقع الكتروني متطابق مع علامة تجاري

يعد هذا النوع من أكثر الاعتداءات شيوعا خصوصا في بداية انتشار الانترنت عندما لم تكن الشركات مدركة لأهمية أن يكون لها وجود على الشبكة ، اذ سارع الكثير من الأشخاص بتسجيل العلامات التجارية المشهورة العائدة الى الشركات التجارية الكبرى أسماء مواقع إلكترونية المحتوية على علامتهم التجارية ، وفي صورة أخرى من الابتزاز قد يقوم الشخص المسجل بعرض اسم موقع المسجل على الشركة المنافسة للشركة التي سجل علامتها التجارية كأسم موقع لإجبار هذه الشركة على شراء اسم الموقع الي سجله ، وقد يحاول بيع اسم الموقع في المزاد العلني في المواقع المخصصة لذلك.²

وقد قام أصحاب العلامات التجارية المعتدى عليها في البداية بالرضوخ الى هذه الطلبات وذلك بدفع مبالغ مالية لمسجلي العناوين الإلكترونية التي تخصهم حرصا منهم

¹- شريف محمد غنام ، المرجع السابق ، ص 115.

²-بحاش نصيرة ، المرجع السابق ، ص 190.

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

على سمعة العلامة التجارية من جهة ، وتجنباً للخوض في منازعات قضائية مرتفعة التكاليف وطويلة الإجراءات من جهة أخرى وهو الأمر الذي شجع العديد من المعتدين إلى تسجيل أكبر عدد من العناوين الإلكترونية التي تتضمن علامات تجارية مشهورة بقصد تحقيق مكسب مادي –

ويدل التسجيل المطابق لعلامة تجارية مشهورة كعنوان إلكتروني على سوء نية المسجل العنوان الإلكتروني في الإستفادة من هذا التسجيل ، سواء بقصد إعادة بيعه مرة ثانية لصاحب العلامة نفسه أو لشركة منافسة أو بيعه في المواقع المخصصة لبيع وشراء العناوين الإلكترونية –

أو بقصد الإضرار بمالك العلامة التجارية وذلك عن طريق حرمانه من تسجيل علامته التجارية كعنوان إلكتروني يملكها عبر شبكة الأنترنت نظراً لسبق تسجيله من طرف الغير¹ –

وقد صدرت أحكام كثيرة تدين اعتداء اسم الموقع الإلكتروني على العلامة التجارية مسجلة مسبقاً قبل تسجيل اسم موقع إلكتروني ومن هذه الأحكام الحكم الصادر في قضية LAFAYETTE_GALARIES، وتتمثل وقائع هذه القضية في أن هذه شركة اكتشفت أن هناك عنوانا الكترونيا وهو LAFAYETTE_COMGALARIES يتضمن تقليدا لعلامتها تم تسجيله على الأنترنت، رفعت الشركة المالكة دعوى تقليد ضد مسجل العنوان الإلكتروني استندت المحكمة في إدانتها للسطو على العلامة LAFAYETTE_GALARIES الى نص المادة 2/713 من قانون الملكية الفرنسي والتي تجرم كل تزوير أو تقليد أو استعمال لعلامة من جانب غير المالك لها أو بدون إذن منه² –

الفرع الثاني : تسجيل عنوان إلكتروني متشابه مع علامة تجارية

¹ فانتن حسين حوى *المواقع الإلكترونية وحقوق الملكية الفكرية*، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، جامعة بيروت الدولية، لبنان، 2010، ص 177 –

² شريف محمد غنام ، المرجع السابق ، ص 120 –

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

وفي هذه الحالة في الإعتداء لا يقوم الشخص بتسجيل اسم موقع متطابق مع العلامة التجارية ولكن متشابه أو متماثل معها ويكون ذلك بإدخال تعديل على إحدى حروف العلامة التجارية أو الطريقة التي تكتب بها –

ومن القضايا التي تجسد هذه الصورة قرار مركز التحكيم والوساطة التابع لليوبيو ، حيث قامت شركة Nike لصناعة مستلزمات الرياضة ومالكة العلامة التجارية المشهورة Nike بالإعتراض على تسجيل العناوين الإلكترونية التالية من قبل شركة Crystal internatiol

وهي net.nike و org.nikeshope و com.nikewoman والتي حكمت المحكمة فيها بنقل ملكية هذه العناوين الإلكترونية الى شركة nike استنادا الى شهرة هذه العلامة لدى جمهور واسع من المستهلكين واستخدام هذه العناوين قد يثير الخلط في أذهانهم حول مصدر هذه المنتجات واستنادا الى سوء نية المسجل حيث قام بتكرير العلامة nike ولكن بصورة مختلفة ومتشابهة مع العلامة التجارية الأصلية فيما يقيد هدفه من الإستفادة المالية من وراء تسجيل هذه العناوين.¹

ومن تطبيقاتها أيضا القرار الصادر من مصدر التحكيم والوساطة التابع للwipo في 2002 متعلق بقضية FranceToyota حيث رفضت اللجنة التي تنظر في النزاع قول المدعى عليه بتميز عنوانه الإلكتروني ns. Toyotacom.occasio عن العلامة التجارية المشهورة Toyota ويرجع التمييز من وجهة نظر المسجل الى أن أضاف كلمة مستعمل

occasions وهذه الكلمة تعني أنه يستخدم لبيع جميع أنواع السيارات المستخدمة ، ومن ثم ليس هناك خلط بين بين عنوانه الإلكتروني وبين العلامة التجارية الأصلية وقد أكدت اللجنة في رفضها هذه الحجة إن أضافت كلمة مستعمل للعنوان الإلكتروني لا

¹- مصطفى العطيّات، المرجع السابق ، ص205.

يجعله مميزا عن العلامة التجارية ، و العبرة في هذا الصدد بوقع العنوان في أذهان العامة الذي يتمثل بلا شك في أن العنوان ملك للشركة مالكة العلامة ¹—

حيث يعمد بعض الأشخاص على إنشاء موقع إلكتروني يحمل إسم علامة تجارية مع إضافة عبارة تحقيرية كقاطع أو أنا أكره أو لا أتعامل.

وقد يقوم بذلك أحد عملاء أو موظفي أو زبائن الشركة أو أي شخص اخر بقصد الإضرار بتلك الشركة من خلال جعل هذا الموقع لنقد سياسات ومنتجات تلك الشركة ، بتضمين الموقع إعلانات لشركة تجارية منافسة ، ولا شك أن في ذلك إضرارا بسمعة الشركة صاحبة العلامة التجارية المعتدى عليها ، كما أنه قد يؤدي الى الخلط لدى المستهلكين وتشويه صورة المنتجات التي تحمل هذه العلامة في أذهانهم —

ومثال ذلك ، (ihate toyota.com) ، (boycot.cocacola.com) ، فيلاحظ إضافة المقطع أنا أكره (lhate) لعنوان الموقع (com.Toyota) ، وكلمة قاطع (ttboyco) لإسم الموقع (cocacola.com) ²—

¹— شريف محمد غنام ، المرجع السابق ، ص130.

²—بوترفاس حفيظة ، المرجع السابق ، ص 122 .

خلاصة:

يتضح من خلال ما سبق أن المشرع الجزائري خول للصانع والتاجر ومقدم الخدمة خيار واسع في شأن الإشارة التي يمكن اتخاذها كعلامة لمنتجاته او خدماته بشرط ان تكون قابلة للتمثيل الخطي، اذ اعتبر العلامة أنها كل رمز أو إشارة تستعمل لتمييز سلع وخدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره، كما أن للعلامة التجارية خصائص معينة تميزها عن حقوق الملكية الصناعية ولها أنواع تنفرد بها، يمكن ان تتخذ العلامة العديد من الأشكال والأنواع كالأسماء والأحرف والأرقام والرسومات...أو يكون خليطاً بينهما والأنواع من حيث طبيعة النشاط وأصحاب النشاط وحسب الامتداد الجغرافي وتركيبتها ويشترط في العلامة ان تكون مسجلة وكل تجديد لها يتم نشرها في النشرة الرسمية للمعهد الوطني للملكية الصناعية .

وما يلاحظ على هذه العلامة انها معرضة للاعتداء من طرف الغير وذلك بقرصنتها الكترونيا الذي يؤدي الى الاستيلاء على هذه العلامات دون وجه حق قصد إعادة بيعها لمالكها بأثمان مبالغ فيها أو مقاصد اخرى بحيث يعتبر مبدأ الأسبقية في التسجيل وشهرة العلامة من أهم العوامل التي شجعت على ظهورها.

الفصل الثاني:

الإطار القانوني لحماية العلامة التجارية من القرصنة الإلكترونية

تمهيد:

تستمد العلامة التجارية الحماية المقررة لها من القواعد العامة، فهي تخول لصاحبها الحق في المطالبة بالتعويض إذا ما وقع اعتداء على علامته بأي صورة من الصور.

حيث أنه طبقاً للمبدأ العام يحق لمن يقع عليه جريمة الحق في أن يطالب فاعلها بالتعويض امام القضاء الجزائي تبعا للدعوى الجزائية وذلك في حالة الإدانة بجريمة القليلد او أمام القضاء المدني بدعوى أصلية،

وعليه نهدف من خلال هذه الدراسة إلى الإحاطة بالنظام الحمائي الذي أقره المشرع الجزائري لضمان الحماية الجزائية والمدنية للعلامة التجارية من الاعتداءات الواقعة عليها إلكترونياً.

المبحث الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية من القرصنة الإلكترونية

يمكن لمالك العلامة التجارية ان يسلك طريقا اخر الى جانب الحماية الجزائية وهو الطريق المدني، حيث تعد الحماية المدنية الوسيلة القانونية المقررة لكل شخص بهدف حماية حقوقه والمطالبة بالتعويض عن الضرر اللاحق به بحيث يحق لمن وقع تعد على علامته ان يرفع دعوى مدنية على المتسبب في هذا الإعتداء حتى اذا كان هذا الإعتداء في المجال الإلكتروني مطالبا إياه بالتعويض تأسيسا على دعوى المنافسة غير المشروعة متى توافرت شروطها، لأنها الوسيلة الوحيدة لحماية العلامة الغير مسجلة من تعدي الغير، او عن طريق الاجراءات التحفظية والتدابير المؤقتة التي يستفيد منها مالك العلامة في منع الغير من الاعتداء على علامته او ايقافه عن الاستمرار في الاعتداء بصفة مؤقتة الى غاية لجوءه الى القضاء لعرض النزاع، حيث سنتطرق لدعوى المنافسة غير المشروعة في المطلب الأول والاجراءات التحفظية كمطلب ثاني.

المطلب الأول: دعوى المنافسة غير المشروعة

يكمن الأصل في الحياة التجارية في مشروعية المنافسة فهي من الأمور المتعارف عليها في ميدان النشاط التجاري فاليها يعود الفضل في تقدم المؤسسات التجارية وتطورها، اذ لها القدرة التي تدفع دائما الى تحقيق الابتكار ونظرا لارتباطها بالاقتصاد فإنه لا تكاد تخلو اي بيئة تجارية من الأعمال المخلة بالمنافسة وقد كان موقف التشريعات واضحا بحضرها المطلق للممارسات غير المشروعة.

وقد امتد نطاق المنافسة غير المشروعة الى التعاملات التجارية الإلكترونية بحيث تنطبق المنافسة غير المشروعة على التعاملات التجارية الإلكترونية عبر شبكة الانترنت، وهي لا تختلف عن القواعد العامة باعتبارها أحد التطبيقات الخاصة لدعوى المنافسة غير المشروعة.¹

¹ زينة غانم عبد الجبار الصفار، المنافسة الغير المشروعة للملكية الصناعية، دراسة مقارنة، ط2، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص23.

الفرع الأول: الأساس القانوني للممارسة غير المشروعة

قبل التطرق إلى الأساس القانوني ينبغي الإشارة إلى المقصود بهذه الممارسة

أولاً-تعريف الممارسة غير المشروعة

المنافسة غير المشروعة هي تلك التي يستخدم فيها التاجر وسائل مخالفة للقانون أو العادات التجارية أو منافية للشرف والأمانة التي تقتضيها ممارسة المهنة وتعرف أيضا بأنها " ارتكاب أعمال مخالفة للقانون أو العادات أو استخدام وسائل منافية لمبادئ الشرف والأمانة في المعاملات اذا قصد بها إحداث اللبس بين منشأتين تجاريتين أو إيجاد اضطراب بينهما وكان من شأنها جذب عملاء احدي المنشأتين للأخرى او صرف عملاء المنشأة عنها.

ومن ثم فإن صاحب العلامة التجارية الذي لحقه الضرر من جراء منافسة علامته بصورة غير مشروعة له الحق في المطالبة بإزالة هذا الضرر والمطالبة بالتعويض وذلك عن طريق إقامة دعوى المنافسة غير المشروعة، والأساس القانوني الذي يستند اليه المتضرر في هذه الدعوى هي القواعد العامة للمسؤولية التقصيرية.¹

ثانياً: الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة

يتجه التشريع الجزائري الى أن دعوى المنافسة غير المشروعة تستند الى أحكام المسؤولية التقصيرية كما هو مقرر في القواعد العامة، وهذا ما تجسد في نص المادة 124 من القانون المدني الجزائري بأنه " كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه ويسبب ضرراً للغير يلزم من كان سبباً في حدوثه بالتعويض ".

فإذا صدر عمل مخاف للقانون او عمل غير مشروع عموماً، لزم من صدر عنه ضمان تعويض الضرر الذي أصاب المضرور من جراء ذلك الفعل او العمل.

¹-أحمد الباز، المرجع السابق، ص101.

الفصل الثاني:.....الإطار القانوني لحماية العلامة التجارية من القرصنة الإلكترونية

كما يمكن تأسيسها على نص المادة 10 من من اتفاقية باريس التي انضمت إليها الجزائر ومن ثم فهي تعد بمثابة قانون داخلي والتي نصت على أنه تلتزم دول الإتحاد بأن تكفل لرعايا دول الإتحاد الأخرى حماية فعالة ضد المنافسة غير المشروعة.¹

وفي هذا الصدد وبالرجوع الى النصوص التالية :

_نص المادة 01 من الأمر 03_03 المتعلق بالمنافسة، الذي يهدف الى تحديد شروط ممارسة المنافسة في السوق وتفاذي كل الممارسات المقيدة لها.^{2*}

_نص المادة 26 والمادة 27 من القانون 02_04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، حيث نصت المادة 26 على أنه " تمنع كل الممارسات التجارية غير نزيهة المخالفة للأعراف التجارية النظيفة والنزيهة، والتي يمكن من خلالها أن يتعدى عون إقتصادي على مصالح عون او عدة أعوان إقتصاديين. "

واعترفت المادة 27 من نفس القانون ممارسات تجارية غير نزيهة عندما يقوم العون الإقتصادي بتشويه سمعة عون منافس نشر معلومات تمس بشخصه أو منتوجاته أو خدماته، تقليد العلامات المميزة لعون إقتصادي منافس أو تقليد منتوجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به، قصد كسب زبائن هذا العون اليه بزرع الشكوك في ذهن المستهلك يتضح أن موقع المشرع الجزائري يخالف القواعد العامة في المسؤولية المدنية لأن دعوى التعويض دعوى مقررة لحماية كافة الحقوق مهما كانت طبيعتها وكيفما كانت الأضرار، وبالتالي فمالك العلامة التجارية حتى ولو كانت غير مسجلة يمكنه الإستناد الى هذه الدعوة للمطالبة بالتعويض عن الأضرار اللاحقة به كونها الوسيلة الوحيدة لحماية حقه، ولعل الهدف هو دفع التجار الى ضرورة تسجيل العلامة لدى المصلحة المختصة وبسط الدولة رقابتها على السوق ومحاربة الغش.³

¹-بسكري رفيقة، الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، جامعة باتنة، المجلد06،العدد02، سنة 2019، ص412.

*-المادة الأولى من الأمر رقم 03_03، المؤرخ في 19 يوليو 2003،يتعلق بالمنافسة المشروعة، ج.ج.ج. الصادر في 20 جويلية 2003، العدد43، معدل ومتمم.

³-بسكري رفيقة،المرجع السابق، ص413.

يمكن رفع دعوى المنافسة غير المشروعة أمام المحكمة المدنية أو المحكمة الجزائية التي تنظر في الدعوى العمومية.

الفرع الثاني: شروط دعوى المنافسة غير المشروعة

يشترط لقيام دعوى المنافسة غير المشروعة من جراء الإعتداء على العلامة التجارية العناصر التي يتطلبها القانون لقيام المسؤولية، وهي وجود أفعال المنافسة غير المشروعة أو مايسمى بالخطأ ووجود الضرر جراء هذه الأعمال والعلاقة السببية بين أفعال المنافسة غير المشروعة وإلحاق الضرر بالغير.

أولاً: الخطأ

يجب أن يتوفر الخطأ في المنافسة غير المشروعة ، وبعبكسه لا يمكن إقامة هذه الدعوى على شخص لم تكن له يد في الضرر الذي أحدثه لصاحب أحد حقوق الملكية الفكرية فلا يمكن مسائلة شخص لم يرتكب خطأ، ويفترض في من يرتكب خطأ أنه قام بتقليد أو استغلال العلامة أو بيع منتجات مقلدة أو مستورة أو وضع علامة على منتجات مماثلة لمنتجات صاحب العلامة أو الإعلان بأن صاحب البضاعة المماثلة هو صاحب هذه البضاعة، أو الإعلان بأنها تتضمن مميزات معينة والحقيقة أنها لا تتضمن تلك المميزات، بحيث يترتب على هذه الأعمال جذب الجمهور ومنافسة صاحب العلامة بطرق غير قانونية.

وفي مجال المنافسة غير المشروعة على شبكة الأنترنت نجد أن الخلط واللبس في صورة الخطأ الأكثر شيوعاً.¹

ويمكن معرفة الخطأ من خلال قيام شخص باستغلال العلامة المحمية، ولا يعتبر خطأ يستوجب مسائلة صاحبه بموجب دعوى المنافسة غير المشروعة مجرد الاستعمال الشخصي، وإنما لابد من وجود الإستغلال الذي يؤدي الى إحداث اللبس في ذهن المستهلك ولا تشترط سوء نية المنافس فيعتبر منافساً ولو لم يقصد الإضرار بصاحب هذا الحق، وإنما كان يقصد الحصول على الأرباح مثلاً أو ترويج بضاعته، فأساس الخطأ هو الإخلال بواجب عام يلتزم به الكافة يتمثل في أساليب وطرق لا تتناسب

¹-شريف محمد غنام، المرجع السابق، ص150.

الفصل الثاني:.....الإطار القانوني لحماية العلامة التجارية من القرصنة الإلكترونية

بالعادات الشريفة والشؤون التجارية والصناعية ولذلك يلجأ صاحب شهادة لإقامة هذه الدعوى حتى ولو لم تصدر هذه الشهادة وإنما أودع أحد حقوق الملكية الصناعية لأن الحماية تبدأ من تاريخ تقديم الطلب.¹

ثانيا: الضرر

إن توافر عنصر الضرر يعتبر شرط أساسيا للمطالبة بالتعويض وبالتالي لا يجوز إقامته الدعوى إلا في حالة ترتب الضرر سواء كان هذا الضرر ماديا ينصب على حق من الحقوق المالية، مثال ذلك خسارة تصيب التاجر المنافس نتيجة تقليد علامته، ويمكن ان يكون الضرر أدبيا يصيب حقا من الحقوق الغير مادية التي لا تعد من عناصر الذمة المالية مثال ذلك السمعة التجارية، الإعتبار المالي للتاجر المنافس والشهرة التي تتمتع بها منتجاته وخدماته.²

ويقال عادة لا المسؤولية بدون ضرر، فالضرر هو الذي يقدر التعويض بمقداره فلا يكفي أن يقع خطأ لكي يسأل عنه فاعل مالم يكن قد أحدث للغير ضررا.³

ثالثا: العلاقة السببية

وهي الركن الثالث في النافسة غير المشروعة، بحيث يشترط فيه ان يثبت المدعي أن الضرر كان بسبب فعل من الأفعال المخالفة للقانون أي أن الضرر الحاصل كان نتيجة للخطأ، وهو أمر غير سهل إثباته خصوصا في حالة الضرر المحتمل الذي يميز هذه الدعوى عن دعوى المسؤولية التقصيرية هذه الأخيرة يشترط فيها لإثبات العلاقة السببية بين الخطأ والضرر الذي يكون ثابتا أي محقق الوقوع، في حين دعوى المنافسة غير المشروعة يكون الضرر احتماليا، ونظرا لخصوصية هذه الدعوى فإن القضاء المقارن أظهر مرونة لتحقيق عبء الإثبات بتلك التي تتعلق بإثبات الضرر،

¹-علوقة نصر الدين، المرجع السابق،ص112.

²-زينة غنام عبد الجبار الصفار، المرجع السابق، ص 140 .

³-وهيبة لعوارم بن أحمد، جريمة التقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري ،ط1، مكتبة الوفاق القانونية، الإسكندرية،2015،ص301 .

الفصل الثاني:.....الإطار القانوني لحماية العلامة التجارية من القرصنة الإلكترونية

مما يعني أن العنصر الخطأ في دعوى غير المشروعة إنما هو العنصر الأهم والذي يعتد به القضاء في هذه الدعوى.¹

وعليه يمكن القول بأن رابطة السببية تقتضي في الأساس ان يكون هناك تشابه أو تماثل بين نشاط كل من مرتكب الفعل الغير مشروع والشخص المتضرر منه، أي يستلزم ان يباشر كل من المدعى والمدعى عليه نفس النشاط المنافس، ويقدم للزبائن منتجات أو خدمات ذات علامات متشابهة، ولذلك فإن الاستغلال المماثل أو على الأقل تشابه هو الذي يؤدي الى أن تجد دعوى المنافسة غير المشروعة طريقها الى الوجود.

ونشير أنه يترتب عن دعوى المنافسة غير المشروعة التزام على عاتق المدعى عليه يتمثل في التعويض عن الأضرار التي لحقت بالمدعى، ويقصد بالتعويض محو الضرر إن أمكن أو تخفيف أثره بشكل أو باخر وبالصيغة التي تكفل فيها إرضاء المتضرر وتؤدي الى إعادة التوازن بين مصلحتي كل من محدث الضرر والمتضرر.²

الفرع الثالث: أصحاب الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة

من حق الطرف المتضرر مقاضاة من صدر عنه الضرر والمطالبة بالتعويض، وعلى هذا يمكن إدراج فئة معينة يحق لها اللجوء الى القضاء من جراء التعدي على العلامة التجارية بطريقة غير مشروعة وتتمثل في :

أولاً_ صاحب العلامة

يعتبر مالك العلامة التجارية كل شخص باشر بإجراءات تسجيل علامته التجارية لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية، فإذا كانت هذه الإجراءات صحيحة وفقاً للقانون يجوز له أن يقوم برفع دعوى قضائية للحصول على التعويض من جراء تصرفات غير مشروعة، كما يجوز له أن يتدخل في أي نزاع أو دعوى قائمة متى رفعها شخص اخر له مصلحة في النزاع للحصول على تعويض من جراء التصرفات الغير

¹-علوقة نصر الدين، المرجع السابق، صص 113-112.

²-زينة غنام عبد الجبار الصفار، المرجع السابق، ص 148.

الفصل الثاني:.....الإطار القانوني لحماية العلامة التجارية من القرصنة الإلكترونية

مشروعة، غير أنه يتعين على على صاحب العلامة التدخل في النزاع امام المحكمة ذات الدرجة الاولى أما اذا وصل النزاع الى المجلس القضائي أي في حالة إستئنافالحكم الصادر في القضية فلا يجوز له التدخل في الخصام لأن القاضي في هذه الحالة غير ملزم بالفصل في ملكية العلامة.¹

ثانيا: المرخص له

يقصد به الشخص الذي يمنح له له صاحب العلامة التجارية حق استغلالها كليا أو جزئيا مقابل دفع ثمن فيستفيد المرخص له من إمتياز استعمال العلامة ويجوز له في هذه الحالة رفع دعوى قضائية للحصول على تعويض من جراء تصرفات تاجر اخر، ويعد بمثابة منافسة غير مشروعة للمنتجات التي تشملها العلامة المرخص باستغلالها.²

ثالثا_ المسوق:

يمكن لأي شخص يسوق المنتوجات التي تحمل علامة معتدى عليها ان يدافع عنها عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة وقد يكون المسوق تاجرا أو محترفا،وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في عملية عرض المنتج او الخدمة للإستهلاك، أما بالنسبة لقانون المنافسة فقد استعمل مصطلح العون الإقتصادي.

رابعا_المستهلك:

حسب المادة 3 من القانون 03_09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش فإن المستهلك هو" كل شخص طبيعي أو معنوي يفتني بمقابل أول مجانا سلعة أو خدمة موجهة للإستعمال النهائي، من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص اخر أو حيوان متكفل به"، ومن خلال هذا يتضح أن المستهلك المستحق للحماية يتمثل في الشخص المقتني لمنتوج معين لتحقيق رغبة الإستهلاك الشخصي أو للغير.³

¹-بسكري رفيقة، المرجع السابق،ص 415 .

²-حمادي زوبيير ، المرجع السابق، ص164.

³- القانون 03_09، المؤرخ في 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر.ج.د.ش، الصادر في 8مارس 2009، العدد15.

الفرع الرابع:أثار دعوى المنافسة غير المشروعة

أعطى المشرج الجزائري الحق لكل متضرر جراء أفعال المنافسة غير المشروعة اللجوء الى القضاء للمطالبة بالتعويض وذلك في حالة تحقق الضرر، كما يمكن أن يأمر القاضي كل نشاط أو ممارسة من شأنها إلحاق أضرار بالمتعاملين و المستهلكين .

أولاً_ التعويض: تقوم المحكمة في هذا المجال بالحكم للمضرور عما أصابه من أضرار مادية ومعنوية .¹

أ_ التعويض عن الضرر المادي: يرجع أمر تقدير التعويض المادي الى المحكمة حيث تمنح تعويض كافيا للمضرور يناسب ما أصاب التاجر او مقدم الخدمات من خسارة ومافاته من كسب، وذلك بالاستعانة بأهل الخبرة في هذا المجال (خبراء الملكية الصناعية).

ب_ التعويض عن الضرر المعنوي: يمكن أن يصاب صاحب العلامة التجارية بأضرار معنوية من جراء الإعتداء على علامته بأعمال المنافسة غير المشروعة، لاسيما إذا تعلق الأمر بسمعة التاجر أو شهرته، حيث يقدر القاضي ذلك التعويض بالاستعانة دائما بأهل في ميدان العلامات التجارية والمسائل التجارية المرتبطة بذلك، هذا ولم ينص قانون العلامات الجزائري عن التعويض عن الضرر المعنوي في هذه الحالة حيث اكتفى بالنص على أن المحكمة المختصة عند الإقتضاء يمكنها أن تتخذ كل تدبير تراه مناسباً لذلك.²

ويبدو ان المشرع هنا قد أراد من وراء هذا الرجوع الى القواعد العامة للتعويض عن الأضرار المترتبة عن المسؤولية المدنية .

ثانيا: وقف الإعتداء الواقع على العلامة التجارية

¹نصت المادة 131 من القانون المدني الجزائري على أنه في حالة وقوع الضرر فإن القاضي يصدر أمرا بالتعويض العيني.

² - المادة 29 والمادة 30 من الأمر 06_03، المرجع السابق.

يمكن للمحكمة أن تأمر بوقف أعمال المنافسة غير المشروعة التي يمكن أن تستمر بعد معاينة الأضرار، باعتبار أن المشرع الجزائري قد أمر بوقف أعمال التقليد في حالة ما إذا أثبت صاحب العلامة أن تقليدا قد ارتكب أو يرتكب، وبذلك يكون المشرع قد منح سلطات واسعة للقاضي لاتخاذ التدابير اللازمة لإيقاف الاستمرار في أعمال المنافسة غير المشروعة لأن هذه الأخيرة يمكن أن ترفع مقترنة مع دعوى التقليد.¹

المطلب الثاني: حماية العلامة التجارية من خلال الإجراءات التحفظية

يستفيد مالك العلامة التجارية من خلال الإجراءات التحفظية من منع الغير من الإعتداء على علامته أو إيقافه عن الإستمرار في الإعتداء بصفة مؤقتة إلى غاية لجوءه إلى القضاء

الفرع الأول:المقصود بالإجراءات التحفظية

حاول بعض الفقهاء تقديم تعريف للإجراءات التحفظية بإعتبارها حماية مؤقتة أو وقتية للعلامة التجارية،فهناك من قدم مفهوما لهذه الحماية كما يلي : "أن الإجراءات الوقائية أو التحفظية التي يختص بها القضاء المستعجل تشمل كل تدبير عملي يومي إلى حماية حق طالب الإجراء من خطر التأخير بسبب النقص الحاصل في وسائل حمايته العادية"

وهناك من يرى بأن الحماية الوقائية أو الإجراءات التحفظية تعني:تلك المنحة التشريعية المقررة لمالك العلامة التجارية أو صاحب الشأن في مباشرة كافة الإجراءات المستعجلة لحماية حقوقه الواردة على علامة تجارية وذلك بمنع الإعتداء عليها أو التصدي للبضائع التي وقع الإعتداء بخصوصها وبما يحفظ الأدلة المرتبطة بواقعة التعدي.

¹-سبتي عبد القادر، تقليد العلامات التجارية في القانون الجزائري والقانون المقارن، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2016_2017، ص204.

الفصل الثاني:.....الإطار القانوني لحماية العلامة التجارية من القرصنة الإلكترونية

ومن هذا يمكن أن نقول بأن الحماية الوقائية أو الإجراءات التحفظية هي إجراءات مستعجلة يتخذها القضاء بناء على طلب صاحب العلامة المتضرر من الإعتداء على علامته، وهي عادة إجراءات تسبق دعوى أصل الحق، هدفها من جهة تسهيل إثبات الإعتداء على العلامة والضرر الحاصل قبل إختفاء الأدلة، ومن جهة أخرى منع وقوع الإعتداء على العلامة، وهي إجراءات تتخذ بصفة مؤقتة إلى حين تمكن مالك العلامة من اللجوء إلى القضايا مطالباً بالحصول على قرار بالمنع الدائم والفصل في موضوع النزاع.¹

الفرع الثاني: شروط الإجراءات التحفظية

تنص المادة 34 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على وجوب توفر شروط للقيام بالإجراءات التحفظية وتتمثل في:

_ أن يتم الإجراء من طرف صاحب العلامة.

_ يجب على صاحب العلامة إثبات تسجيل علامته لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية عن طريق تقديم شهادة التسجيل.²

_ اللجوء إلى المحكمة المختصة للفصل في الموضوع في أجل شهر من تاريخ طلب الإجراءات التحفظية وإلا كانت هذه باطلة.³

فبتوفر الشروط يمكن المطالبة بالإجراءات التحفظية المتمثلة في:

¹- الفيزي لزهاري، حماية العلامة التجارية عن طريق الإجراءات التحفظية في التشريع الجزائري، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، الجزائر، 2021/06/01، ص 813.

²- المرسوم التنفيذي 98_68 المؤرخ في 21 فيفري 1998 المتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، ج.ر.ج.د.ش، العدد 11.

³- المادة 35 من الأمر 06/03، المرجع السابق، ص 27.

الفصل الثاني:.....الإطار القانوني لحماية العلامة التجارية من القرصنة الإلكترونية

_إجراء وصف مفصل بتحرير محضر حصر الآلات والأدوات التي إستخدمت في ارتكاب الجريمة عن المنتجات والبضائع أو غفلة أو غيرها من الأشياء التي تكون قد وضعت عليها.

على الأشياء المشار إليها وذلك بوضع المنتجات تحت تصرف القاضي ويجوز لهذا الأخير الإستعانة بخبير أو أكثر لمساعدة المحضر في عمله والهدف من الحجز هو إثبات وقائع يمكن أن تظمس.¹

فلا يشترط في الحجز التحفظي أن تكون المنتجات المحجوزة في حيازة المدعي عليه أو المشتبه فيه، بل يمتد أثره حتى إلى المنتجات الموجودة لدى الغير ويمنح للمستفيد منه حق التتبع للسلعة أو الخدمة المقلدة في أي يد وهذا تكريسا لمحاربة جريمة التقليد التي تمس بالحقوق الإستشارية.²

الفرع الثالث:مضمون الإجراءات التحفظية

أكد المشرع الجزائري في المادة 34 من الأمر 06/03 أن لمالك العلامة العلامة المسجلة أن يقوم بإجراء وصف دقيق للسلع و البضائع التي يدعي أو يزعم أن وضع العلامة عليها قد الحق به ضررا وذلك مع إيقاع الحجز ام بدونه،ويكون ذلك بموجب امر على عريضة يصدره رئيس المحكمة المختصة.ومحضر الوصف أو الحجز لايعتبر شرطا لقبول الدعوى كون صيغة المادة 34 لم تكن إلزامية فهذا الإجراء مقرر لمصلحة مالك العلامة،إن شاء عمل به ام لا.

وتتخذ المحكمة الإجراءات التحفظية بناء على طلب المتضرر اذا رات ان الطلب مبني على اساس معقولة.

أولا: إجراء وصف للسلع المقلدة و الادوات المستعملة في التقليد

¹-سارة بن صالح،جريمة تقليد العلامة التجارية،مجلة دفاتر سياسية والقانون،جامعة قاصديمرياح، ورقلة، العدد05، 2016، ص395.

²-مركب حفيزة،الأليات القانونية لحماية العلامة التجارية في مخاطر التقليد، ملتقى وطني: مكافحة التقليد والقرصنة، جامعة الجزائر01، ص85 .

الفصل الثاني:.....الإطار القانوني لحماية العلامة التجارية من القرصنة الإلكترونية

يقوم مالك العلامة بالإستعانة بخبير للقيام بإجراء وصف دقيق و مجرد تفصيلي للمنتجات والبضائع المقلدة سواء كانت جاهزة لطرحها وعرضها في الأسواق ومعدة للبيع، أو كانت لاتزال في مرحلة الإعداد والتجهيز، ووصف و مجرد الآلات و الأدوات التي تستخدم أو تكون قد استخدمت في جريمة الإغتداء على العلامة وعناوين المحل أو الأغلفة و الفواتير والمكتبات ووسائل الاعلان او غير ذلك مما يكون قد وضعت عليه العلامة ويبدو هذا الإجراء يشكل وسيلة مهمة لإثبات الإغتداء على العلامة، لأنه يتضمن وصفا دقيقا لكل مالع علاقة بالعلامة.¹

ثانيا: إجراء حجز للسلع المقلدة و الأدوات المستعملة في التقليد

وفقا لنص المادة 34 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات ،فقد يتبع اجراء وصف السلع المقلدة، بإجراء الحجز وإيقاعه على كل ما يشكل تعديا على العلامة او مايعتبر دليلا على التعدي عليها والهدف من هذا الاجراء هو الحجز على السلع و المنتجات التي تحمل العلامة المقلدة، وحجز الوسائل و الادوات و الالات المستعملة في التقليد وكذلك الوثائق التي لها علاقة بالتقليد، وبإيقاع الحجز تكتمل الحماية الوقتية التي يقررها القانون لحماية العلامة التجارية.²

وهو إجراء يصدر من رئيس الجهة القضائية ويرتبط بإجراء الوصف، حيث تقوم السلطات القضائية بوضع اليد تحفظيا على السلعة التي تحمل منتوجا مقلدا وقد يكون كليا أو جزئيا ويقتصر على عينات من السلعة المقلدة. فيتم تبليغ نسخة من تسجيل العلامة الى المقلد كتذكير له بان العلامة التي يستعملها مسجلة باسم الغير وان توظيفها على السلع غير مشروع.³

وفي حالة القيام بإجراء الوصف المفصل للسلع مع توقيع الحجز عليها فان الحجز هنا يعتبر حجزا تحفظيا وتطبق في شأنه احكام المواد 650 و 659 ومابعدها من قانون الإجراءات المدنية و الإدارية حيث نصت المادة 650 منه على: "لكل من له ابتكار او انتاج مسجل او محمي قانونا ان يحجز تحفظيا على عينة من السلع او نماذج من

¹- القيزي لزهاري، المرجع السابق، ص 817.

²- المرجع نفسه، ص 817.

³- مركب حفيزة، المرجع السابق، ص 82.

الفصل الثاني:.....الإطار القانوني لحماية العلامة التجارية من القرصنة الإلكترونية

المصنوعات المقلدة، ويقوم بعملية الحجز على العلامات المقلدة، المحضر القضائي الذي يحرر محضر الحجز ويوضح فيه طبيعة المنتج أو العينة أو النموذج المحجوز، ويضعه في حرز مختوم ومشتمع...".

وما يمكن ملاحظته هنا المادة 650 من قانون الاجراءات المدنية و الادارية لم تشترط على مالك العلامة الذي يطالب بإجراء الحجز، ضرورة ايداع كفالة. غير أن المادة 34 من الأمر 06/03 اجازت لرئيس المحكمة عندما يوقع الحجز ان يامر مالك العلامة بايداع مبلغ الكفالة المناسبة والتي يقوم بتقديرها رئيس المحكمة.

الفرع الرابع: زوال أثر الاجراءات التحفظية وتعويض المدعي عليه

نصت المادة 35 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات إلى مسألة البطلان للإجراءات التحفظية وإلى تعويض المدعي عليه حيث نصت على "يعد الوصف أو الحجز باطلا بقوة القانون إذا لم يلتمس المدعي الطريق المدني أو الجزائي خلال أجل شهر وذلك بصرف النظر عن تعويضات الأضرار التي يمكن طلبها" ويفهم من هذا النص ان بعد زوال الإجراء التحفظي تبعه تعويض المدعي عليه.

أولاً: زوال أثر الإجراءات التحفظية

تقضي القواعد العامة في الحجز التحفظي أنه على الدائن الحاجز أن يقوم برفع دعوى تثبيت الحجز امام القاضي الموضوع في اجل 15 يوما من تاريخ صدور امر الحجز والا كان الحجز والاجراءات التالية له باطلين ،كما يمكن للمحجوز عليه ان يقوم برفع دعوى استعجالية اذا لم يسع الدائن الحاجز إلى رفع دعوى تثبيت الحجز خلال أجل 15 يوم¹، إلا أن المشرع الجزائري أوجب مالك العلامة الحاجز في المادة 35 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات ضرورة اللجوء إلى القضاء الجزائي أو المدني خلال أجل شهر من أجل النظر في موضوع الدعوى، وإلا عد محضر الوصف أو الحجز باطلا بقوة القانون وذلك بغض النظر عن التعويضات المدنية التي يمكن المطالبة بها من طرف المدعي عليه.

¹ -المادة 662 الفقرة 2 القانون 09/08 المؤرخ في 08/02/25، المتضمن قانون الإجراءات المدنية و الإدارية، ج.ر، ج.د.ش، العدد 21، الصادر في 08/04/23.

الفصل الثاني:.....الإطار القانوني لحماية العلامة التجارية من القرصنة الإلكترونية

وبطلان محضر الحجز لايمس بصحة دعوى الموضوع المرفوعة سواء امام القضاء المدني أو القضاء الجزائي،أي ان ذلك لا يؤثر على حق المدعي في رفع الدعوى امام قاضي الموضوع،كون الحجز لا يعد في هذه الحالة سوى دليل من ادلة الإثبات،لكن يترتب على هذا البطلان ضرورة استبعاد محضر الحجز من ملف الدعوى كون الغرض من وصف وحجز العلامات المقلدة هو تيسير إثبات الإعتداء على العلامة وضبط جسم الجريمة،كما أن ذلك من شأنه ان يفيد في منع افعال التقليد و الإغتصاب للعلامة التجارية،كما يفيد أيضا في منع استمرار هذه الافعال حيث ربط المشرع القيام بهذا الاجراء التحفظي بضرورة ايداع مبلغ كفالة يقدره رئيس المحكمة وذلك كتعويض أولى للمحجوز عليه في حالة عدم صحة إجراءات الحجز.¹

ثانيا: تعويض المدعي عليه

إن المدعي عليه المتضرر من الحجز، له الحق في المطالبة بالتعويض في الحالتين، الأولى في حالة ما إذا لم يقم المدعي الذي صدر القرار أو الإجراءات التحفظية لصالحه،يرفع دعوى أمام القضاء المدني أو الجزائي على من اتخذت ضده الإجراءات التحفظية،خلال الاجل المحدد وهو شهر من تاريخ صدور الأمر بالإجراء التحفظي،أما الثانية عندما يتم الغاء الإجراءات التحفظي من طرف القضاء نتيجة لكون المدعي غير محقق من طلبه،بإتخاذ تلك الاجراءات،كأن يطلب ايقاع الحجز على سلع لا تعتدي على علامته.²

وقد نص المشرع الجزئري على تعويض الأضرار صراحة حيث أقر بما يلي "يعد الوصف أو الحجز باطلا بقوة القانون إذا لم يلتمس المدعي الطريق المدني أو الجزائي خلال أجل شهر وذلك بصرف النظر عن التعويضات الأضرار التي يمكن طلبها" وهنا

¹ - ميلود سلامي،المرجع السابق، ص204.

² - القيزي لزهاري،المرجع السابق، ص819.

المدعي عليه المتضرر يمكن له الرجوع إلى مبلغ الكفالة الذي الزم القاضي طالب الاجراء التحفظي بإيداعه".¹

المبحث الثاني:الحماية الجزائية للعلامة التجارية المعتدى عليها إلكترونيا

تقتصر الحماية الجزائية للعلامة التجارية على العلامة المسجلة أو التي تم إيداع طلب تسجيلها لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية، دون العلامة غير المسجلة التي لا تتمتع بأية حماية ،لذا التسجيل للعلامة هو من الإجراءات الوقائية لحماية العلامة التجارية من أي إستغلال لها.

لقد أورد المشرع الجزائري الجرائم الماسة بالعلامة التجارية ومن أبرز هذه الجرائم جريمة تقليد العلامة التجارية،والتي تأخذ صورة متعددة كتقليد العلامة أو مشابهتها و إستعمال علامة مقلدة أو مشابهة،وإغتصاب علامة مملوكة مقلدة أو مشابهة.

المطلب الأول :الجرائم الواقعة على العلامة التجارية في المجال

الإلكتروني

لم يتطرق المشرع الجزائري إلى تعريف التقليد في ظل قانونه القديم حيث قام بسرد الأفعال التي تعتبر تعديا على العلامة سواء كان التعدي مباشرا أو غير مباشر،أما في القانون الحالي فلقد نص عليه في المادة 01/26:"يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الإستشارية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة"²

وهكذا فإن المشرع قد تبني المفهوم الواسع للتقليد،الذي يشمل كل التصرفات التي من شأنها المساس بحقوق صاحب العلامة، دون أن يقوم بتحديدتها،ويشمل ذلك جنحة التقليد و إستعمال أو بيع العلامة التجارية المقلدة.

¹ - المادة 35 من الأمر رقم 06/03 ، المرجع السابق، ص 27.

² -المادة 26 من الأمر رقم 06/03 المرجع السابق، ص26.

الفرع الأول: جريمة تقليد العلامة التجارية إلكترونيا

تطرق جميع تشريعات العلامة التجارية لجريمة التقليد كصورة من صور الإعتداء على العلامة التجارية، وقررت لها الجزاء المناسب، ولقيام جريمة تقليد العلامة التجارية يجب أن تكون العلامة المقلدة مستوفية لشروطها القانونية، أن تكون مسجلة لدى الجهات ذات العلاقة.¹

أولا: تعريف التقليد للعلامة تجارية عبر الأنترنت

يقصد بالتقليد إي إصطناع شيء أصلي قصد التضليل أو الإحتيال أو إصطناع علامة مطابقة تماما .

وعرف المشرع الجزائري التقليد في المادة 26 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على أنه : "كل عمل يمس بالحقوق الإستشارية للعلامة، قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة"

وإنطلاقا من هذا النص فإن المشرع أخذ بالمفهوم الواسع للتقليد الذي يقصد به كل الأفعال والتصرفات الماسة بمالك العلامة التجارية ،فكل أستعمال غير مشروع من الغير يشكل جرم التقليد.²

ولانقتصر عملية إستعمال العلامة عبر شبكة الإنترنت على إستعمالها من خلال تضمينها إسم المجال الخاص بموقع ويب، وهذا الأخير يستطيع الجميع الوصول إليه،لذا يمكن الإعتداء على العلامة من خلاله عن طريق التقليد.

وعليه يمكن تعريف التقليد الإلكتروني للعلامة التجارية بأنه :كل محاكاة لعلامة تجارية تماثل في مجموعها العلامة الأصلية بإستعمال الساحب الإلكتروني ومن خلال الإتصال بالأنترنت، بحيث يرتب على ذلك إحداث الخلط واللبس لدى الجمهور من مستخدمي الإنترنت في العالم.³

¹-أمنة صامت، المرجع السابق، ص67.

²-ميلود سلامي، المرجع السابق، ص164.

³-حمادي محمد رضا، يوسف علي هاشم، الحماية الجزائية للعلامة التجارية من التقليد عبر الأنترنت في القانون الجزائري، مجلة الحقيقة، ديسمبر 2018 ، جامعة أدرار، مجلد 17 عدد 04 ، ص26.

الفصل الثاني:.....الإطار القانوني لحماية العلامة التجارية من القرصنة الإلكترونية

وعليه نخلص ان التقليد الإلكتروني للعلامة هو :قيام شخص لايملك أي حقوق على العلامة بتسجيل هذه العلامة في صورة عنوان إلكتروني على شبكة الأنترنت بقصد الأضرار بمالك هذه العلامة أو بقصد بيعه (العنوان الإلكتروني) إلى مالك العلامة التجارية بثمن غالي فيه .

ومثال على ذلك : القضية المشهورة لشركة hasbro ضد مجموعة الإنترنت للتسلية و الترفيه،حيث كانت hasbro مالكة للعلامة التجارية candy land منذ سنة 1951 وتستهملها كعلامة مميزة لألعاب الأطفال فاستغلت مجموعة الأنترنت العلامة في شكل candy land لأغراض أخرى،وبالتالي حصلت hasbro على حكم قضائي لدى المحاكم الأمريكية ضد الحائز على موقع الأنترنت،كما سمح لها بتسجيل اسم دومين candy land .com باسمها،نظرا لأن مصلحة الشركة "hasbro" تزيد على مصلحة الشركة الأخرى،كما أن ذلك أدى إلى غش الجمهور.¹

ثانيا:أركان جريمة التقليد

لكل جريمة أركان تحدها وهذا ما نجده في جريمة التقليد إذ لايمكن اعتبار تقليد العلامة التجارية جريمة إلا إذا توافر أركانها (الركن الشرعي والمادي والمعنوي)

الركن الشرعي : يعد الركن الشرعي في أي جريمة هو النص الواجب التطبيق على الفعل أو بعبارة أخرى هو النص القانوني الذي يبين الفعل المكون للجريمة ويحدد العقاب الذي يفرضه على مرتكبيها.

وهذا ما نص عليه المشرع الجزائري في نص المادة 26 بقوله : "مع مراعاة أحكام المادة عشرة أعلاه،يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الإستشارية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة.

يعد التقليد جريمة يعاقب عليها بالعقوبات المحددة في المواد 27 إلى 33 أدناه.² من خلال هذا النص نلاحظ أن المشرع الجزائري لم يفرق بين التقليد العادي والتقليد الإلكتروني للعلامة التجارية،فقد أخذ بالمفهوم الواسع للتقليد إذ يقصد به كل

¹-امنة صامت، المرجع السابق،ص77-78.

²-نص المادة 26 من الأمر 06/03 ، المرجع السابق،ص26.

الفصل الثاني:.....الإطار القانوني لحماية العلامة التجارية من القرصنة الإلكترونية

التصرفات التي يقوم بها الغير إهداراً لحقوق صاحب العلامة مهما كانت الوسيلة المستعملة بإستعمال الأنترنت أو من خلال التقليد العادي.¹

الركن المادي: ويقصد بالركن المادي لجريمة، الفعل أو الإمتناع عن فعل الذي بواسطته تكتشف الجريمة و يكتمل جسمها، فالسلوك الإجرامي لجريمة التقليد فهو إصطناع علامة مطابقة تطابقاً تاماً للعلامة الأصلية أو صنع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية، بحيث يمكن للعلامة الجديدة أن تضلل المستهلك وتجذبه إليها ظناً منه أنها العلامة الأصلية، أو هو ذلك الإصطناع لعلامة مشابهة بصفة تقريبية للعلامة الأصلية من أجل خداع المستهلك .

كل هذه الأفعال تمثل إعتداء على الحق في العلامة، وهو مساس بالحقوق الإستثنائية المخولة لصاحب العلامة.²

ومن تمام شروط الركن المادي في جريمة التقليد عدم وجود إذن كتابي من صاحب العلامة الأصلية ،ويعد هذا الشرط أحد عناصر الركن المادي في هذه الجريمة، فإن رضا صاحب العلامة الأصلية بهذا الوضع يمنع قيام الجريمة منذ البداية، كونه يعد سبباً من أسباب الإباحة.³

الركن المعنوي: يتمثل الركن المعنوي في جريمة تقليد العلامة إلكترونياً في قصد الإحتيال، إذ لا بد لقيامها أن تتوفر لدى الفاعل نية الإحتيال خاصة وأن هذه الجريمة لها هدفين هما :

-الاعتداء على الحق في العلامة.

-غش وتضليل جمهور المستهلكين الإلكترونيين عبر العالم، سواء كان التضليل مؤكداً أو محققاً.

إذ أن المشرع الجزائري إفترض سوء نية مرتكب جريمة التقليد وإفترض فيه علمه بأن العلامة الأصلية مسجلة ولا يمكن الإحتجاج بجهله لها، ومن ثم فإنه لا يمكنه أن يدفع بحسن نيته.

¹حمادي محمد رضا و يوسفات علي هاشم ،المرجع السابق،ص34.

²-وليد كحول، المرجع السابق، ص76.

³-وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص 134.

الفصل الثاني:.....الإطار القانوني لحماية العلامة التجارية من القرصنة الإلكترونية

ويمكن استخلاص تلك النية من جملة من الدلائل، إذ يعتبر الشخص مزورا لعلامة تجارية إذا صنع تلك العلامة أو أية علامة أخرى مشابهة لها، بحيث تؤدي إلى الخداع ودون موافقة صاحبها، هذا فضلا عن فعل التزوير أو التقليد لا يمكن إعتبارهما من باب المصادفة البحتة أو التوافق البريء، ومن ثم تقام قرينة قانونية على سوء نية المتهم بالتقليد لكنها قرينة قانونية بسيطة يمكن إثبات عكسها، أي نفي الجريمة بإقامة الدليل على أحد الأمرين: الأول أن فعله قد تم بموافقة صاحب العلامة والثاني فعله لم يؤدي إلى انخداع وتضليل الجمهور.

- ويتمثل الركن المادي لهذه الجريمة (استعمال علامة مقلدة): يتمثل الركن المادي لهذه الجريمة بالإستعمال علامة مقلدة أو مشبهة، ويعاقب المشرع الجزائي كل من استعمل علامة مقلدة أو مشبهة، وقد بين بوضوح أن تسجيل العلامة يخول لصاحبها الحق في منع الغير من استعمال علامته استعمالا تجاريا دون ترخيص منه.

على هذا يعتبر الإستعمال في ذاته جريمة ولو وقع منفصلا عن كل فعل آخر، كالتزوير أو التقليد أو بيع السلع التي تحمل العلامات المزورة أو المقلدة أو عرضها للبيع، وقد جعل المشرع منه جريمة قائمة بذاتها، لأنه خشي أن يضبط المتهم قبل أن يعرض السلع للبيع ودون أن يكون قد قام بتزوير العلامة أو بتقليدها فيفلت من العقاب، فأراد المشرع الجزائي أن يحيط به من جميع الجوانب، وأن يتبع القصد الجنائي في جميع مراحلها .

-**القصد الجنائي:** يرى الفقه الجزائري أن جنحة استعمال علامة مقلدة لا تستلزم عنصر القصد، تبعا لهذا لايسمح للمقلد أن يتمسك بحسن نيته، فهو يخضع للعقوبة المنصوص عليها قانونيا.

وعلى غرار كافة الجنح التي تمس بحقوق صاحب العلامة، ونظرا لعمومية النص القانوني، فإنه يجب إعتبار أن المشرع الجزائي لم يفرض أن يتوافر في جنحة التشبيه العنصران المادي و المعنوي ، وهذا بالرغم من أنه يشترط وجود علامة مشبه من

شأنها خداع المستهلك. كما لاتهم كيفية التشبيه إجماليا كان أو جزئيا، ولاتهم طريقة إستعمال العلامة.¹

الفرع الثاني: بيع بضائع عليها علامة مقلدة أو عرضها للبيع

يعاقب القانون كل من باع بضاعة إستعملت لها علامة تجارية مقلدة أو عرضها للبيع أو إقتناها لأي غرض من أغراض التجارة و الصناعة ،لكونها أفعالا تمس بحق ملكية العلامة الأصلية والذي تمت حمايتها في القانون .

بموجب المادة 06/03 المتعلق بالعلامات حيث جاء في الفقرة 2 على أنه:"مع مراعاة أحكام المادة 11 أدناه فإن الحق في ملكية العلامة يحول صاحبه حق لتنازل عنها ومنح رخص إستغلال وضع الغير من إستعمال علامته تجاريا دون ترخيص مسبق منه على سلع أو خدمات مماثلة أو مشابهة لتلك التي سجلت العلامة لأجلها" ويستوي أن يكون الشخص الذي يبيع أو يعرض للبيع منتجا واحدا أو عدة منتجات مقلدة أو مصنوعة بطريقة التدليس قد ساهم في صنعها أم لم يساهم ،مادام أنه يقوم بالفعل بقصد خداع المشتري، والملاحظ أن المشرع الجزائري لم ينص على السلع المستوردة الحاملة لعلامة مقلدة في الأمر 06/03، إلا أنه تدارك الأمر في قانون الجمارك ولاسيما في المادة 22فقرة 2 من القانون رقم 07/79 والتي جاء فيها أنه يحضر عند الإستيراد مهما كان النظام الجمركي الذي وضعت فيه، وتخضع مصادرة البضائع الجزائرية و الأجنبية المزيفة.²

المطلب الثاني: شروط ونطاق الحماية الجزائية للعلامة التجارية من القرصنة الإلكترونية

¹-أمنة صامت، المرجع السابق، ص ص 87-88.

²بن صالح سارة، المرجع السابق، ص 286.

لكي تحضى العلامة التجارية بالحماية الجزائرية يستوجب المشرع الجزائري أن تتوفر في العلامة مجموعة من الشروط التي تعتبر ضرورية حتي يتمكن صاحبها من حماية حقه، ونظرا لخصوصية العلامة فوجب تحديد نطاق هذه الحماية باعتبارها ليست مطلقة وإنما هي مقلدة.

الفرع الأول: شروط الحماية الجزائرية

يشترط لحماية العلامة جزئيا أن تكون العلامة مسجلة، كما يجب أن تستجيب للشروط المنصوص عليها قانونا لصحتها.

أولا : أن تكون العلامة مسجلة

يشترط المشرع لحماية العلامة جزئيا عن طريق إقامة دعوى التقليد ضد من قام بالإعتداء على الحق في العلامة أن تكون هذه الأخيرة مسجلة، إذ أنه بالرجوع إلى التشريع الخاص بالعلامات يتضح أن جنحة التقليد تخص العلامة المسجلة فقط، وعليه حتى تتمتع العلامة بحماية جزائية فلا بد من توافر شرط أساسي وهو شرط التسجيل، وحتى يسري تسجيل العلامة على الغير وجب نشره في النشرة الرسمية، بالإضافة إلى ذلك فلقد نص المشرع أن الأفعال السابقة لنشر تسجيل العلامة لاتعد مساسا بحقوق صاحب العلامة، وعليه فالتسجيل لايعتبر حجة على الغير إلا من تاريخ نشره، وهذا ما تضمنه أمر 06/03 إذ أن المشرع نص على أن الأفعال السابقة لنشر تسجيل العلامة لاتعد تقليدا، إذ لايمكن إعتبارها مساس بحقوق صاحب العلامة.

وبناء على ذلك لايستطيع صاحب العلامة غير المسجلة من حماية علامته جزائيا عند الإعتداء على حقه في العلامة، وإنما له حمايتها وفقا للقواعد العامة في المسؤولية المدنية، وبما أن دعوى التقليد هي دعوى خاصة بصاحب العلامة المسجلة.

كما لايعد تقليدا استعمال بحسن النية من قبل الغير، إذا كانت هذه العلامة تتشكل من إسمه وعنوانه، وإسمه المستعار، لايجوز لصاحبها الحق في منع الغير من أي يستخدم تجاريا وعن حسن نية إسمه وعنوانه وإسمه المستعار، وكذا البيانات المتصلة بالعلامة¹

ثانيا: أن تكون العلامة صحيحة

¹-راشدي سعيدة،المرجع السابق، ص 231-232.

إلى جانب شرط تسجيل العلامة أمام المصلحة المختصة حتي يكتسب الحق عليها وكذا نشر تسجيلها لتكون حجة على الغير، يستوجب أيضا أن تستجيب العلامة لمجموعة من الشروط التي يتطلبها القانون لصحتها حتى تحضى بحماية القانون، كأن تكون العلامة باطلة لتضمنها إشارة مخالفة للنظام العام أو الأداب العامة، أو مضللة أو غير مميزة، وبصفة عامة فإن المقلد المزعوم يمكن الإستناد في دفاعه إلى بطلان العلامة.¹

الفرع الثاني: نطاق الحماية الجزائية للعلامة التجارية

إن الحماية الجزائية للعلامة التجارية ليست مطلقة، بل هي مقيدة من حيث المكان والزمان أيضا :

أولا_ نطاق الحماية الجزائية من حيث المكان :

الأصل أن الحماية الجزائية للعلامة التجارية بمكان تسجيلها، بمعنى أن الحماية الجزائية داخل إقليم الدولة التي سجلت بها، وعليه إذا وقع إعتداء على علامة تجارية في دولة غير الدولة التي سجلت فيها، فإن هذه العلامة لا تتمتع بالحماية الجزائية إلا في حالة ما إذا كانت هناك معاهدة أو إتفاقية دولية يترتب بموجبها لرعايا الدول الأطراف فيها حماية علامتهم في كل بلد من هذه البلدان .

ثانيا_ نطاق الحماية الجزائية من حيث الزمان :

يقصد بنطاق الحماية الجزائية من حيث الزمان المدة التي تكون فيها متمتعة بهذه الحماية، وطالما أن جل التشريعات اشترطت وجوب تسجيل العلامة التجارية لإضفاء الحماية الجزائية عليها، فإنه من البديهي أن تكون الحماية الجزائية مرتبطة بفترة تسجيل العلامة التجارية أي أن العلامة التجارية تستفيد من هذه الحماية بدءا من تاريخ تسجيلها وتستمر طوال فترة سريان هذا التسجيل، بما يفيد انه إذا وقع إعتداء

الفصل الثاني:.....الإطار القانوني لحماية العلامة التجارية من القرصنة الإلكترونية

على العلامة التجارية قبل تسجيلها أو بعد إنقضاء التسجيل فإنها لا تتمتع بالحماية الجزائية فهذه الأخيرة تقوم بقيام التسجيل وتزول بزواله.¹

¹ - ليندة بومحراث، الحماية الجزائية للعلامة التجارية وفعاليتها بالنسبة للعلامات المتداولة إلكترونيا، مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر، مجلد 23، عدد47،سنة 2019، ص 525 .

المطلب الثالث: العقوبات المقررة لجريمة قرصنة العلامة التجارية

نشير بداية الى أنه لم يحدد طريقة أو وسيلة معينة لجنحة تقليد العلامة التجارية والتي تكون عادة إما بطريقة مطابقة للعلامة التجارية أو بصفة مشابهة لها، ومن ثم فإن صور الإعتداء على العلامة التجارية إلكترونيا المشار إليها سابقا تعتبر بمثابة تقليد عادي ، فهي تخضع لذات الأحكام الخاصة بالمعاينة على جنحة تقليد العلامة التجارية .

تطبق عادة بحق مرتكبي جرائم الإعتداء على العلامة التجارية نوعين من العقوبات هما العقوبات الأصلية والعقوبات التكميلية، لذا سنتناول العقوبات الأصلية أولا، ثم العقوبات التكميلية والتبعية المقررة لجرائم التعدي على العلامة التجارية ثانيا وذلك من أجل الوقوف على مدى توفير الحماية الجزائية للعلامة التجارية من خلال هذه العقوبات .

الفرع الأول :العقوبات الأصلية

تعد العقوبة الأصلية الجزاء الأساسي الذي نص عليه المشرع للجريمة ، ولا يمكن تنفيذها إلا إذا نص عليها القاضي صراحة في حكمه وحدد نوعها ومقدارها، ويمكن أن يقتصر عليها الحكم لأنها الجزاء المقرر في القانون للجرائم لبلوغ الأهداف المتوخاة من العقاب ، إذ أن المعيار في اعتبار العقوبة أصلية هو أن تكون كجزاء أصلي للجريمة دون ان يكون توقيعها معلقا على الحكم بعقوبة أخرى .

أولا : عقوبة الحبس

ذكر المشرع الجزائري عقوبة الحبس في مادة الجنح بالمادة الخامسة¹ من قانون العقوبات

¹ -المادة 05 من قانون العقوبات الجزائري : "...العقوبات الأصلية في مادة الجنح هي: 1_الحبس مدة تتجاوز الى شهرين الى خمس سنوات ماعدا الحالات التي يقر فيها القانون حدودا أخرى، 2_الغرامة التي تتجاوز 20.000 دج..." .

الفصل الثاني:.....الإطار القانوني لحماية العلامة التجارية من القرصنة الإلكترونية

وأقر لها حدا أدنى لا يقل على شهرين وحد أقصى لا يزيد على خمس سنوات .
وتطبيقا لذلك فقد أقر بخصوص جرائم التعدي على العلامات التجارية أن
الحبس يعد عقوبة أصلية في حالة ثبوت ارتكاب الجاني لأي صورة من صور
التعدي على العلامة التجارية ، بحيث نص في المادة 32 من الأمر رقم 06_03
المتعلق بالعلامات على :

" مع مراعاة الأحكام الإنتقالية لهذا الأمر ودون الإخلال بأحكام الأمر رقم
156_66 المؤرخ في 8 يونيو سنة 1966 والتضمن قانون العقوبات، المعدل
والمتمم، فإن كل شخص ارتكب جنحة التقليد، يعاقب بالحبس من ستة (6) اشهر
الى سنتين وبغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار (2.500.000 دج) إلى
عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط مع :

_ الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة،

_ مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخافة،

_ إتلاف الأشياء محل المخالفة ."¹

ثانيا: الغرامة

تعد الغرامة عقوبة جزائية مالية ترد على ذمة المحكوم عليه، تلزمه بالدفع
للخزينة العامة المبلغ المقرر في الحكم، بحيث تناولت تشريعات العلامة التجارية
في غالبيتها عقوبة الغرامة كعقوبة أصلية في جرائم التعدي على العلامة التجارية
وتختلف قيمتها التي أوردتها التشريعات باختلاف الدول.²

ذهب المشرع الجزائري الى النص على هذه العقوبة كعقوبة أصلية في حال
ارتكاب شخص لأي صورة من صور التعدي على العلامة التجارية في المادة 32
من الأمر 06_03، حيث جعل عقوبة الغرامة من مليونين وخمسمائة ألف

¹ - المادة 32 من الأمر رقم 06_03 ، المرجع السابق ، ص27.

² -صامت امنة، المرجع السابق، ص237 .

الفصل الثاني:.....الإطار القانوني لحماية العلامة التجارية من القرصنة الإلكترونية

دينار 2.500.000 دج إلى عشرة ملايين دينار جزائري 10.000.000 دج، ويلاحظ أن المشرع قد قام برفع الغرامة في هذه الجرائم، وهذا من خلال مقارنة هذه الأحكام مع ما كان منصوصا عليه في التشريع السابق.¹

كما يعاقب المشرع في المادة 38 من القانون 02_04 الي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية على جريمة تقليد العلامة التجارية بغرامة 50.000 إلى 5.000.000 دج واعتبرها من قبيل الممارسات التجارية الغير نزيهة.²

ورغم أن التشريع الجزائري لم ينص على جريمة السطو الإلكتروني صراحة، إلا أن عباءة الأمر رقم 06_03 المتعلق بالعلامات تسع حماية هذه العلامة ومواجهة كافة الانتهاكات التي قد تتعرض لها، ومن ثم يمكن أن تطبق أحكام نص المادة 32 من الأمر 06_03 على جريمة القرصنة الإلكترونية للعلامات التجارية.³

الفرع الثاني: العقوبات التكميلية

نصت غالبية تشريعات العلامة التجارية على عقوبات تكميلية إلى جانب العقوبات الأصلية في حالة التعدي على العلامة التجارية، لأن العقوبة التكميلية لا

¹-نصت المادة 28 من الأمر رقم 57_66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية الملغى على: 'يعاقب بغرامة من 1.000 إلى 20.000 دج ويسجن من ثلاثة أشهر إلى ثلاث سنوات أو بأحدى العقوبتين فقط: 1_الذين يقلدون علامة أو يستعملون علامة مقلدة ، 2_الذين يضعون عن طريق التديس، على منتجاتهم أو الأشياء التابعة لتجارتهم ،علامة هي في ملك غيرهم ، 3_الذين يبيعون أو يعرضون للبيع، عن قصد منتجا واحدا أو عدة منتجات ملبسة بعلامات مقلدة أو موضوعة بطريق التديس .تجد بأن الحد الأقصى للغرامة كان 20.000 وأصبح 10.000.000 دج أي أن هناك مفارقة كبيرة بين المبلغين.

²-المادة 38 من الأمر رقم 02_04 :تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة وممارسات تعاقبية تعسفية مخالفة لأحكام المواد 26و27و28و29 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى خمسة ملايين دينار (5.000.000 دج).

³-امنة صامت، المرجع السابق، ص237.

الفصل الثاني:.....الإطار القانوني لحماية العلامة التجارية من القرصنة الإلكترونية

يجوز الحكم بها مستقلة عن العقوبة الأصلية، ماعدا الحالات التي ينص عليها القانون صراحة وهي إما إجبارية أو إختيارية.

أولاً: الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة

أورد المشرع الجزائري هذه العقوبة في المادة 32 من الأمر 06_03 المتعلق بالعلامات وعلى خلاف الأمر 57_66 الملغى الذي لم يشر الى هذا النوع من العقوبات التكميلية ففضلا على عقوبة الحبس والغرامة التي يتعرض لها مرتكب جنحة التقليد بأنواعها تقضي المحكمة المطروحة أمامها الدعوى بالغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة.

ونلاحظ من صياغة المادة 32 أن المحكمة المعروضة أمامها الدعوى ملزمة بتطبيق عقوبة الغلق¹، وذلك بعد تطبيق عقوبة الحبس أو الغرامة والقرار متروك لها فقط في تقدير الغلق المؤقت أو الغلق النهائي، كما أن المشرع لم يحدد المدة القصوى للغلق المؤقت للمؤسسة، ومن ثم فإن الأمر متروك لسلطة المحكمة التقديرية ، ويلاحظ أيضا أن المشرع الجزائري استبدل عقوبة الإلصاق أو الإعلان التي كان منصوص عليها في الأمر 57_66 الملغى بعقوبة الغلق الكلي أو المؤقت للمؤسسة كعقوبة تكميلية وأن عقوبة الإلصاق كانت عقوبة جوازية وليست إلزامية.²

بحيث يجوز للمحكمة أن تأمر بالإلصاق نص الحكم في الأماكن التي تتحددها ونشره بتمامه أو بتلخيص منه في الجرائد التي تعينها وذلك كله على نفقة المحكوم عليه، وجواز الحكم بعقوبة الإلصاق كعقوبة تكميلية يكون إما لصالح الطرف

¹ -المادة 32 من الأمر 06_03، المرجع السابق، ص27.

² - نصت المادة 34 من الأمر 57_66 الملغى على: "وعلاوة على ذلك يمكن أن يحرم مؤقتا مرتكبوا الجنحة من حق الإنتخاب المتعلق بحرفتهم. ويجوز للمحكمة أن تأمر بالإلصاق نص الحكم في الأماكن التي تحددها وينشره بتمامه أو بتلخيص في الجرائد التي تعينها وذلك كله على نفقة المحكوم عليه."

المدني الذي لحقه الضرر من الجريمة أو للمدعى عليه في الدعوى المدنية، وإما لصالح المتهم اذا كانت دعوى التقليد غير مؤسسة وانتهت بالبراءة.¹

ثانيا: المصادرة

نص المشرع الجزائري على عقوبة المصادرة على أنها أحد العقوبات التكميلية التي يجوز للمحمة أن تقررها، بحيث يحكم القاضي بمصادرة المنتجات والأدوات التي تكون موضوع ارتكاب الجنحة، وهذا ما جاء في نص المادة 15 من قانون العقوبات الجزائري في تعريفه للمصادرة.²

حيث تعتبر المصادرة عقوبة جزائية يكون الغرض منها ردع مرتكب الجنحة والعمل على منعه للعودة الى الإجرام، ولتطبيق هذه العقوبة يجب أن تكون الجنحة ارتكبت وأثبتت فإذا كان القاضي في التشريع السابق غير ملزم بالحكم لكونها إختيارية، وذلك لإستعمال عبارة "يجوز" في النص و الغرامة أو بأحدى هاتين العقوبتين مع مصادرة الأشياء والوسائل التي استعملت في ارتكاب الجنحة، فلا يمكن النطق بالمصادرة إلا في حالة الحكم بعقوبة جزائية.³

وإعمالا للمبادئ العامة المنصوص عليها في قانون العقوبات يمكن القول أنه في حالة الإدانة لارتكاب جنحة او مخالفة يؤمر بمصادرة الأشياء وجوبا إذا كان القانون ينص صراحة على هذه العقوبة وذلك مع مراعاة حقوق الغير حسن النية.⁴

¹-والى عبد اللطيف، سلامي ميلود، "الحماية الجزائية للعلامة التجارية في القانون الجزائري" ، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، المسيلة، عدد 07، جانفي 2018، ص111.

²-المادة 15 المعدلة من قانون العقوبات الجزائري: "المصادرة هي الأيلولة النهائية الى الدولة لمال أو مجموعة أموال معينة، أو ما يعادل قيمتها عند الإقتضاء...".

³-امنة صامت، المرجع السابق، ص 243.

⁴- هذا ماجاء في نص المادة 15 مكرر 1(جديدة) من قانون العقوبات الجزائري و التي نصت على: "... في حالة الإدانة لارتكاب جنحة أو مخالفة يؤمر بمصادرة الأشياء المذكورة وجوبا إذا كان القانون ينص صراحة على هذه العقوبة، وذلك مع مراعاة حقوق الغير حسن النية ."

الفصل الثاني:.....الإطار القانوني لحماية العلامة التجارية من القرصنة الإلكترونية

بحيث نص المشرع الجزائري على عقوبة المصادرة في المادة 32 من الأمر 06_03 المتعلق بالعلامات على مصادرة المنتجات و الأدوات التي استخدمت في ارتكاب جنحة التقليد، بحيث لا يمكن للقاضي الأمر بالمصادرة إلا في حالة الحكم بعقوبة جزائية وعليه فإن القاضي يكون ملزما في حالة الحكم بالإدانة أن يحكم بالمصادرة.¹

ثالثا: الإلتلاف

تطرق المشرع الجزائري الى عقوبة الإلتلاف في المادة 32 من الأمر 06_03، التي ورد فيها مايلي: "...فإن كل شخص ارتكب جنحة التقليد، يعاقب بالحبس من ستة أشهر الى سنتين وبغرامة ن مليونين وخمسمائة ألف دينار 2.500.000 دج الى عشرة ملايين دينار 10.000.000 دج أو بأحدى العقوبتين فقط مع _ إلتلاف الأشياء محل المخالفة ."

نجد من نص المادة 32 من الأمر 06_03 أنها أوجبت عند ثبوت جنحة تقليد العلامة التجارية بشتى الطرق والحكم بعقوبة الحبس او الغرامة، أن تقضي بعقوبة إلتلاف الأشياء المستعملة محل أفعال التقليد والأمر كذلك وجوبي وغير متروك للسلطة التقديرية للمحكمة.²

وللمحكمة أن تأمر بإتلاف جميع الأختام ونماذج العلامات والإعلانات ومواد التغليف واللوحات المستعملة أي جميع الأشياء المستعملة في أفعال التعدي على العلامة التجارية والأمر هنا وجوبي وليس جوازي.

¹ - وذلك على خلاف الأمر 57_66 المتعلق بالعلامات المصنع والعلامات التجارية الملغى حيث لم يكن القاضي ملزما بالحكم بالمصادرة .

² - والي عبد اللطيف، سلامي ميلود، المرجع السابق، ص 112.

-خلاصة :

نستنتج من خلال هذا الفصل أن الإعتداءات الواقعة على العلامة التجارية عبر شركة الأنترنت تعد من أهم مواضيع التي غفل عنها المشرع الجزائري رغم أنها تكتسب أهمية كبيرة، بحيث أنه لم يتناول المنافسة غير المشروعة كفعل من أفعال الاعتداء على العلامة التجارية ب إمام من خلال الأمر 06/03 وانما أشار لها فقط من خلال عبارة" أعمال ارتكبت أو قد ترتكب "مما دفعنا إلى درستها بشكل عام وإسقاطها على العلامة التجارية بشكل خاص، بالإضافة إلى إجراءات تحفظية تناولها في نفس الأمر المتعلق بالعلامات، أما بخصوص الحماية الجزائية فنجد أن المشرع ركز على جريمة التقليد و اعتبرها أساس في الاعتداء على العلامة حيث كيف هذا الفعل على أنه جنحة وأدرج لها عقوبات أصلية وأخرى تكميلية واعتبر كافة الاعتداءات الواقعة على العلامة جنحة تقليد .

الخاتمة

خاتمة:

توفر العلامة التجارية لصاحبها حق استثنائي وذلك من خلال استعمالها على منتجاته للدلالة على أنها ملكه كما أنها تشجع روح المبادرة والابتكار في الميدان التجاري والصناعي وكذلك سعي المنتجين لتحسين منتجاتهم من أجل كسب ثقة المستهلك.

ولما كانت شبكة الانترنت من المظاهر البارزة في المعاملات التجارية الالكترونية كان لابد للشركات التجارية ان تستفيد من مزاياها، وذلك عن طريق تسجيل عناوين الكترونية وكنتيجه لذلك ظهرت جريمة قانونية جديدة متعلقة بالعلامة التجارية وهي القرصنة أو السطو الالكتروني التي تؤدي الى الاستيلاء على العلامات التجارية دون وجه حق، وقد يقصد من هذا الاعتداء على العلامات إعادة بيعها لمالكها بأثمان عالية أو مقاصد اخرى، ومن أهم العوامل التي ساعدت على انتشارها مبدأ الأسبقية في تسجيل العنوان الالكتروني الذي تنتج عنه وحدة العناوين الالكترونية ، إضافة الى غياب مبدأ التخصيص مما جعل هناك مفارقة بينه وبين نظام العلامات، ونتيجة لزيادة الاعتداء على العلامة التجارية على الانترنت كان لابد من توفير حماية قانونية للعلامة في المجال الالكتروني ، وبالرغم من نجاح تطبيق التشريع التقليدي الخاص بالعلامات على هذه النزاعات في توفير الحماية للعلامة التجارية إلا أنه واجه صعوبات في حماية العلامة التجارية من القرصنة الإلكترونية .

وقد توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى بعض النتائج:

- نظم المشرع الجزائري جملة من إجراءات حماية للحد من الإعتداءات على العلامة التجارية من القرصنة الالكترونية،

_ القرصنة الالكترونية جريمة تتميز بصعوبة الإثبات وكذا الكشف عن مرتكبيها وفقدان الحضر القانوني لها رغم أن لها أثر كبير في تضليل الجمهور المستهلك.

_ التقليد والقرصنة من أخطر الإعتداءات الواقعة على حقوق الملكية الفكرية مما أظهر ذلك الحاجة الى وضع منظومة قانونية لمكافحة هذه الجرائم وقد كرس المشرع الجزائري بالعديد من القواعد والاليات لوضع حد لها من خلال الأمر 06_03 المتعلق بالعلامات.

_ خالف المشرع الجزائري بقية التشريعات حيث أنه جعل تسجيل العلامة شرط أساسي لحمايتها مدنيا وجزائيا في حين أن التشريعات الاخرى تمنح العلامة الغير مسجلة حماية مدنية.

_ يمكن حماية العلامة التجارية الكترونيا من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة وذلك لاستنادها على قواعد المسؤولية المدنية كما خول المشرع لصاحب الحق في اتخاذ إجراءات تحفظية لتمكينه من اثبات الاعتداء على علامته أو لمنع وقوع الاعتداء عليها.

_ يرتب التقليد دعوى جزائية ودعوى مدنية متى توافرت شروطها.

وبناء على النتائج المقلدة يمكن وضع مجموعة من الإقتراحات :

_ على المشرع الجزائري توفير حماية أشمل للعلامة التجارية خاصة الغير المسجلة فمالك العلامة التجارية حتى ولو كانت غير مسجلة يمكنه أن يستند الى دعوى التعويض للمطالبة بالتعويض عن الأضرار التي لحقت به عن طريق المنافسة غير المشروعة.

_ اعتبر المشرع الجزائري كافة أفعال الاعتداء على العلامة التجارية جريمة تقليد وحدد لها كلها عقوبات موحدة لذا من الضروري على المشرع الجزائري النص على جريمة القرصنة أو السطو الالكتروني للعلامات التجارية صراحة، وذلك لمواكبة التطورات الحاصلة في المجال التجاري.

_ إضافة الى ذلك ينبغي على المشرع سن حكم إلصاق الحكم في الأماكن العامة على نفقة المحكوم عليه وذلك لتعريف المستهلك بالعلامات المقلدة وكذلك بغية تحذير الجمهور من التعامل مع مرتكب الجريمة.

قائمة المراجع

أولاً_الكتب :

- 1-أوشن حنان ،الحماية القانونية للعلامة التجارية ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ،جامعة عباس لغرور، خنشلة، الجزائر.
- 2-حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامة التجاري، منشورات الحلبي للحقوق، الطبعة الأولى ،لبنان، 2012 .
- 3-زينة غانم عبد الجبار الصفار ، المنافسة الغير مشروعة للملكية الصناعية ، دراسة مقارنة ،الطبعة الثانية ،دار الحامد للنشر والتوزيع ،الأردن ،.2007
- 4-شريف محمد غنام ، حماية العلامة التجارية في علاقتها بالعنوان الالكتروني ، كلية الحقوق ،جامعة المنصورة ،الاسكندرية ،دار الجامعة الجديدة النشر،2007 .
- 5-عدنان غسان برانبو، التنظيم القانوني للعلامة التجارية ، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية ،بيروت، لبنان ،.2008
- 6-فاتن حسين حوى، المواقع الالكترونية وحقوق الملكية الفكرية ، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى ،.2010
- 7-كوثر المازوني، الشبكة الرقمية وعلاقتها بالملكية الفكرية، دارالجامعة الجديدة، 2008 .
- 8-مصطفى موسى العطيّات، الجوانب الالكترونية لتعاملات التجارة الالكترونية ، الطبعة الاولى ، دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن،.2011
- 9-نادية فوضيل ، القانون التجاري الجزائري ،التاجر ،المحل التجاري،الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر،.1999
- 10-وهيبة لعوارم بن أحمد، جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري ، الطبعة الأولى ، مكتبة الوفاق القانونية، الإسكندرية،2015.

ثانيا_ الأطروحات والرسائل:

أ/ الأطروحات

1- بوترفاس حفيظة، حماية العلامة التجارية في المجال الالكتروني، أطروحة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2016._2017

2- بن صالح سارة ، الحماية القانونية للعلامة التجارية، أطروحة دكتوراه في القانون الخاص، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي، 2019.

3- راشدي سعيدة ، العلامات في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، 2014.

4-سبتي عبد القادر، تقليد العلامات التجارية في القانون الجزائري والقانون المقارن، أطروحة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق جامعة، الجزائر، 2016._2017

5- سلامي ميلود ، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والإتفاقيات الدولية، أطروحة دكتوراه في العلوم القانونية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012.

6- صامت امنة ، المسؤولية الجزائية في جرائم التعدي على العلامات التجارية، أطروحة دكتوراه في القانون الخاص، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2018 .

7- كحول وليد ، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه في الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015.

ب/ الرسائل:

1-محمود أحمد عبد الحميد مبارك، العلامة التجارية وطرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين، رسالة ماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2006 .

2-نعيمة عبد الكريم فرح ميرة، تسجيل العلامة التجارية وطنيا دراسة مقارنة بين القانون الأردني والليبي، رسالة ماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة الشرق الأوسط، 2017.

ثالثا-المقالات :

1-أحمد الباز محمد متولي ،حماية العلامة التجارية المشهورة الكترونيا، دراسة مقارنة ،مجلة البحوث القانونية و الاقتصادية ،العدد1 ، كلية الحقوق، جامعة المنصورة، أبريل .2019

2-القيزي لزهاري، حماية العلامة التجارية عن طريق الاجراءات التحفظية في التشريع الجزائري، مجلة العلوم القانونية و الاجتماعية ، جامعة أبي بكر بلقايد، الجزائر ، دون سنة نشر .

3-بحاش نصيرة، القرصنة الالكترونية للعلامة التجارية، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، العدد 09، المجلد الأول، 15_02_2018.

4-بسكري رفيقة، الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد06، جامعة باتنة، 2019.

5- بن صالح سارة، جريمة تقليد العلامة التجارية، مجلة دفاتر سياسية والقانون، جامعة قاصدي مرباح ، العدد05، ورقلة، 2016.

6-بومحراث ليندة، الحماية الجزائية للعلامة التجارية وفاعليتها بالنسبة للعلامة المتداولة الكترونيا، مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية، المجلد 23، العدد 47، 2019 .

7-حمادي محمد رضا ، يوسف علي هشام، الحماية الجزائرية للعلامة التجارية من التقليد عبر الانترنت في القانون الجزائري، مجلة الحقيقة، مجلد 17، العدد04، ديسمبر 2018 .

8-حواس فتيحة ، حماية العلامة التجارية في التشريع الجزائري، جامعة الجزائر1، المجلة رقم 05، العدد 01، مارس 2021.

9-والي عبد اللطيف ، سلامي ميلود، الحماية الجزائرية للعلامة التجارية في القانون الجزائري، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، العدد07، جانفي 2018.

رابعاً_النصوص القانونية :

أ/القوانين :

1-القانون رقم 04-02 المؤرخ في 05 جمادى الأولى 1425 الموافق 23 يونيو 2004، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، الجريدة الرسمية ، العدد41 ،سنة 2004.

2-القانون09_03 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق ل25 فيفري 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية، الجزائر ، العدد15، الصادر في 8 مارس2009.

3-الأمر 66-156 المؤرخ في 18 صفر 1386 الموافق 8 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات ،المعدل والمتمم.

ب/ الأوامر :

1-03_06 المؤرخ في 19 جمادى الأولى 1429،الموافق ل19 يوليو 2003 ،المتعلق بالعلامات ، الجريدة الرسمية ، العدد ،44 الصادرة في 23 يوليو 2003 .

2-الأمر 57_66 المؤرخ في 27 ذى القعدة عام 1385 الموافق ل 19 مارس 1966، يتعلق بعلامات المصنع والعلامات والتجارية ، الجريدة الرسمية ، العدد 23 .

3-الأمر 03_03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى 1424، الموافق ل 19 يوليو 2003، يتعلق بالمنافسة المشروعة ، الجريدة الرسمية، العدد 43، الصادر 20 جويلية 2003، معدل ومتمم.

الفهرس

.....	شكر و عرفان
.....	إهداء
.....	قائمة المختصرات
01.....	مقدمة
06.....	الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية والقرصنة الالكترونية
08.....	المبحث الأول: ماهية العلامة التجارية
08.....	المطلب الأول: مفهوم العلامة التجارية
08.....	الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية
08.....	أولا : التعريف التشريعي
09.....	ثانيا: التعريف الفقهي
10.....	ثالثا: التعريف الإتفاقي
11.....	الفرع الثاني: خصائص العلامة التجارية
11.....	أولا: الخصائص العامة للعلامة التجارية
12.....	ثانيا: الخصائص الخاصة للعلامة التجارية
12.....	الفرع الثالث: تمييز العلامة التجارية عن غيرها من المصطلحات المشابهة
12.....	أولا: تمييزها عن الإشارات المميزة
13.....	ثانيا: تمييزها عن الحقوق التي ترد على ابتكارات جديدة
14.....	ثالثا: تمييزها بين العلامات التجارية والمواقع الالكترونية
14.....	رابعا: تمييز العلامة عن باقي تسميات عناصر الملكية الفكرية
15.....	خامسا: تمييزها عن النموذج والرسم الصناعي

- 15.....المطلب الثاني: تصنيفات العلامة التجارية
- 16.....الفرع الأول: أنواع العلامة التجارية
- 16.....أولا: حسب محلها
- 17.....ثاني: حسب الهدف من استعمالها
- 17.....ثالثا: حسب طريقة استخدامها
- 18.....رابعا: من حيث معرفة الجمهور
- 19.....الفرع الثاني: أشكال العلامة التجارية
- 19.....أولا: العلامات المكونة من الكلمات والأحرف والأرقام
- 20.....ثانيا: العلامات المكونة من الرموز والصور والنقوش والرموز
- 20.....ثالثا : العلامات المكونة من الألوان والأشكال المميزة للسلع
- 21.....الفرع الثالث: الشروط الموضوعية للعلامة التجارية
- 25.....المطلب الثالث: التسجيل القانوني للعلامة التجارية
- 25.....الفرع الأول: التسجيل التقليدي للعلامة التجارية
- 25.....أولا: ايداع العلامة التجارية
- 26.....ثانيا: فحص الإيداع
- 27.....ثالثا: التسجيل
- 29.....الفرع الثاني: تسجيل العلامة التجارية
- 30.....الفرع الثالث: الآثار المترتبة على تسجيل العلامة التجارية
- 30.....أولا: اكتساب الحق في العلامة التجارية
- 32.....ثانيا: إنقضاء الحق في العلامة التجارية

35.....	المبحث الثاني: مفهوم القرصنة الالكترونية
35.....	المطلب الأول: تعريف القرصنة الالكترونية
36.....	أولاً: إعادة بيع العلامة العنوان الالكتروني
37.....	ثانياً: نية الإضرار بمالك العلامة
37.....	المطلب الثاني: العوامل المشجعة لظهور القرصنة الالكترونية
38.....	الفرع الأول: مبدأ الأسبقية في التسجيل
39.....	الفرع الثاني: مبدأ التخصيص
41.....	الفرع الثالث: نظام العناوين العامة
41.....	الفرع الرابع: شهرة العلامة التجارية
42.....	المطلب الثالث: صور الاعتداء على العلامة التجارية من قبل أسماء المواقع الالكترونية
43.....	الفرع الأول: تسجيل اسم موقع الكتروني متطابق مع علامة تجارية
44.....	الفرع الثاني: تسجيل عنوان الكتروني متشابه مع علامة تجارية
47.....	خلاصة
48.....	الفصل الثاني : الإطار القانوني لحماية العلامة التجارية من القرصنة الالكترونية
50.....	المبحث الأول:الحماية المدنية للعلامة التجارية من القرصنة الالكترونية
50.....	المطلب الأول: دعوى المنافسة غير المشروعة
51.....	الفرع الأول: الأساس القانوني للممارسة غير المشروعة
51.....	أولاً: تعريف الممارسة غير المشروعة
51.....	ثانياً: الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة

- 53.....الفرع الثاني: شروط دعوى المنافسة غير المشروعة.
- 53.....أولاً: الخطأ.
- 54.....ثانياً: الضرر.
- 54.....ثالثاً: العلاقة السببية.
- 55.....الفرع الثالث: أصحاب الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة.
- 55.....أولاً: صاحب العلامة.
- 56.....ثانياً: المرخص له.
- 56.....ثالثاً: المسوق.
- 56.....رابعاً: المستهلك.
- 57.....الفرع الرابع: اثار دعوى المنافسة غير المشروعة.
- 58.....المطلب الثاني: حماية العلامة التجارية من خلال الإجراءات التحفظية.
- 58.....الفرع الأول: المقصود بالإجراءات التحفظية.
- 59.....الفرع الثاني: شروط الإجراءات التحفظية.
- 60.....الفرع الثالث: مضمون الإجراءات التحفظية.
- 60.....أولاً: إجراء وصف للسلع المقلدة و الأدوات المستعملة في التقليد.
- 61.....ثانياً: إجراء حجز للسلع المقلدة والأدوات المستعملة.
- 62.....الفرع الرابع: زوال الإجراءات التحفظية وتعويض المدعى عليه.
- 62.....أولاً: زوال أثر الاجراءات التحفظية.
- 63.....ثانياً: تعويض المدعى عليه.
- 64.....المبحث الثاني: الحماية الجزائية للعلامة المعتدى عليها إلكترونياً.

المطلب الأول : الجرائم الواقعة على العلامة التجارية في المجال الالكتروني..64

الفرع الأول: جريمة تقليد العلامة التجارية الكترونيا.....64

أولا : تعريف تقليد العلامة التجارية الكترونيا.....65

ثانيا: أركان جريمة التقليد.....66

الفرع الثاني: بيع بضائع عليها علامة مقلدة او عرضها للبيع.....69

المطلب الثاني: شروط ونطاق حماية العلامة التجارية من القرصنة

الالكترونية.....69

الفرع الأول: شروط الحماية الجزائية.....69

أولا : أن تكون العلامة مسجلة70

ثانيا: أن تكون العلمة صحيحة.....71

الفرع الثاني: نطاق الحماية الجزائية للعلامة التجارية71

أولا: نطاق الحماية الجزائية من حيث المكان.....71

ثانيا: نطاق الحماية الجزائية من حيث الزمان.....71

المطلب الثالث: العقوبات المقررة لجريمة قرصنة العلامة التجارية.....72

الفرع الأول: العقوبات الأصلية72

أولا: عقوبة الحبس.....72

ثانيا: عقوبة الغرامة.....73

الفرع الثاني: العقوبات التكميلية.....74

أولا: الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة.....75

ثانيا: المصادرة.....76

77.....	ثالثا: الإِتلاف
78.....	خلاصة
79.....	الخاتمة
82.....	قائمة المراجع
87.....	الفهرس

ملخص:

خص المشرع الجزائري العلامة التجارية بقانون خاص منذ الستينيات حيث تم تنظيمها لأول مرة بموجب الأمر 57/66 المتعلق بعلامات الصنع والعلامات التجارية وظل ساري المفعول إلى غاية 2003 حيث تم إلغائه ليحل محله الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية، وذلك للتماشي مع متطلبات الحياة الإقتصادية الجديدة، وكان يقتصر مجالها في البداية على السلع والمنتجات وامتد إلى الخدمات المقدمة في كافة المجالات، ثم إنتقل نطاقها ليشمل التجارة الإلكترونية التي أصبحت عصب التجارة المعاصرة ، إلا أنه أدت الى ظهور استخدامات الكترونية حديثة أسفرت عن اعتداءات قانونية كثيرة ، لذلك بينا من خلال دراستنا هذه أحد انواع الاعتداء على العلامة الكترونيا والمتمثلة في القرصنة الالكترونية بحيث أصبحت تشكل مصدرا للكسب غير المشروع على حساب أصحاب العلامات، ووقفنا كذلك على مدى الحماية القانونية التي توفرها القواعد التقليدية في ظل غياب تشريع خاص بذلك .

الكلمات المفتاحية: العلامة التجارية، التجارة الالكترونية، القرصنة الالكترونية .

Abstract :

The Algéria legislator singled out the trademark with a special law since the sixties, when it was regulated for the first time under Ordinance 66/57 relating to factory marks and trademarks, and remained in effect until 2003, when it was canceled to be replaced by Ordinance NO. 03/06 relating to trademarks, in order to comply with the requirements of economic life, And its field was initially limited to goods and products and extended to services provided in all fields, the nits scope moved to include electronic commerce, which became the backbone of contemporary commerce, but it led to the emergence of modern electronic uses that resulted in many legal attacks, so we showed through our study this one of the types of the electronic attack on the mark represented in electronic piracy, so that it has become a source of illegitimate gain at the owners of the marks .

Key words : Trade mark, Electronic Commerce , electronic hacking