



جامعة 8 ماي 1945

كلية الحقوق و العلوم السياسية

قسم العلوم القانونية و الإدارية تخصص قانون خاص (قانون أعمال)

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في القانون

الموضوع:

الجرائم الواقعة على العلامة التجارية في التشريع الجزائري

تحت إشراف

من إعداد الطالبتان:

الدكتور: عبد الجبار الطيب

- رحمون أميرة.

- رحماني وناسة.

تشكيل لجنة المناقشة:

الرقم	الأستاذ	الجامعة	الرتبة العلمية	الصفة
01	د. نجار لويذة	جامعة 8 ماي 1945	أستاذ محاضر	رئيسا
02	د. عبد الجبار الطيب	جامعة 8 ماي 1945	أستاذ محاضر	مشرفا
03	د. فنيدس أحمد	جامعة 8 ماي 1945	أستاذ محاضر	عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2016/2015.

شكر وتقدير

الحمد لله الذي أنار درب العلم والمعرفة وأعاننا على أداء هذا الواجب ووفقتنا في إنجاز هذا العمل يسرنا أن نتقدم بأسمى آيات الشكر والامتنان إلى كل من أعاننا على إنجاز هذه المذكرة ونخص بالذكر الأستاذ الكريم والفاضل "الطيب عبد الجبار" الذي لم يبخل علينا بتوجيهاته ونصائحه القيمة التي كانت عوناً لنا، وإلى جميع من ساهم معنا برأي أو استشارة راجين من المولى عز وجل إسهاماً نافعا، والشكر والعرفان إلى كل أساتذة العلوم القانونية والإدارية بجامعة 8 ماي 1945 الذين لم يبخلوا علينا بالتوجيه والتشجيع

المقدمة

المقدمة:

مع ظهور الثورة الصناعية في بداية القرن الثامن عشر والتي أدت إلى التحويل الاقتصادي من الاقتصاد الزراعي إلى الصناعي، وانتقال المنتجات من الإنتاج التقليدي إلى الحديث، ونشوء المصانع، وظهور المخترعين أدى إلى فتح السوق الخارجية، ومن تم المبادلات التجارية. واتسع مجالها مع دخول دول أخرى إلى عالم التصنيع، وعليه لعبت العلامات التجارية دورا مهما في التعريف بالمنتجات وحمايتها من التقليد وكذا فتح وإتاحة بدائل للاختيار للمستهلكين.

وأصبحت تعد العلامات التجارية وسيلة للمشروع الاقتصادي لتمييز منتجاته عن غيرها من منتجات المشروعات الأخرى المماثلة أو المشابهة كما أنها ترتبط ارتباطا وثيقا بالمستهلك. ونظرا للأهمية التي تتمتع بها العلامة التجارية فقد حظيت بحماية خاصة لذا فقد تعددت الاتفاقيات الدولية كاتفاقية "تيس" و "مدريد" و "باريس" لحمايتها ووضعت لها ضوابط ومعايير استرشادية للتعرف عليها وتمييزها ووضع قواعد وأحكام قانونية خاصة لحماية العلامة التجارية ضد الاعتداءات التي تقع عليها كما أنها تلعب دورا مهما في مجال التسويق في الترويج عن الخدمات.

أولاً: أهمية الموضوع:

لموضوع العلامات التجارية أهمية بالغة لما تلعبه من دور أساسي في المجال الاقتصادي والتجاري الذي يعتبر ركيزة اقتصاد كل دولة فلا غنى عنها لأي مشروع اقتصادي إذ تلعب العلامة التجارية دورا رئيسيا في نجاحه وتعد وسيلة فعالة في المنافسة والتعريف بالمنتجات والخدمات المقدمة من طرف التجار عن باقي الخدمات المماثلة، لذلك عمدت الدول الحديثة إلى تنظيم أحكام خاصة بالعلامات التجارية كما كرست لها حماية خاصة في تشريعاتها الداخلية.

ثانياً: أسباب اختيار الموضوع:

من أسباب دراستنا لهذا الموضوع تزايد الغش والتقليد والتزوير للعلامات التجارية سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي وأصبح انتهاك العلامة التجارية يشكل ظاهرة خطيرة وهامة بالنسبة لمالكي العلامة أو مستهلكيها كما تؤدي إلى حدوث اضطرابات وعراقيل في التجارة وبالتالي نقص الثقة والائتمان.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

إن الهدف الرئيسي من هذه الدراسة هو معرفة مدى اهتمام المشرع الجزائري بالعلامة التجارية وكذا إبراز وتوضيح أهميتها وذلك من خلال التطرق إلى الجرائم الواقعة عليها والعقوبات المقررة لها.

رابعاً: إشكالية البحث

انطلاقاً مما سبق فالسؤال الذي يطرح نفسه هو: إن الجرائم تعدد وتتنوع على العلامات التجارية فما هي أهم الجرائم الواقعة على العلامة التجارية في التشريع الجزائري؟
للإجابة عن هذه الإشكالية نتناول مجموعة من التساؤلات الفرعية كما يلي:

- ماهي العلامة التجارية؟
- ماهي الجرائم التي يمكن أن تعتبر جريمة في حق العلامة التجارية؟
- ما مدى فاعلية الدور التشريعي في الحد من جرائم الاعتداء على العلامة التجارية؟ وكيف حمى المشرع الجزائري العلامة التجارية؟
- هل حقق التشريع الجزائري الحماية الكافية؟

خامساً: المنهج المتبع

في دراستنا لهذا الموضوع اعتمدنا على المناهج التالية:

المنهج الوصفي: وذلك من:

- خلال التطرق إلى أهم الجرائم الواقعة على العلامة التجارية وبيان أهم أنواعها والعقوبات المقررة لها.
- **المنهج التحليلي:** وذلك من خلال ذكر النصوص القانونية التي تعالج موضوع الدراسة.
- **المنهج المقارن:** وذلك من خلال تعريف العلامة التجارية من كلا المشرعين المصري والجزائري.

سادساً: الصعوبات

قد يعتقد البعض أن موضوع الجرائم الواقعة على العلامة التجارية هو بحث سهل وميسور الدراسة على اعتبار أنه موضوع تناولته العديد من الدراسات في مختلف جوانبه غير أن الواقع غير ذلك، فالباحث فيه وحده هو من يستطيع أن يدرك صعوبة وأهمية الموضوع ومن بين هذه الصعوبات ما يلي:

- ندرة المراجع الجزائرية الخاصة بالموضوع مقارنة مع نظيره الأردني والمصري.
- صعوبة الحصول على الأحكام القضائية الجزائرية فهي قليلة و محدودة.
- ارتباط الموضوع بموضوعات أخرى خاصة ما بين الملكية الصناعية والفكرية.

سابعاً: خطة البحث:

لحل الإشكالية المطروحة لهذا الموضوع، قسمنا بحثنا هذا إلى الخطة التالية:

- مقدمة
- مبحث تمهيدي
- فصلين.

إذ سنوزع الفصل التمهيدي تحت عنوان : "ماهية العلامة التجارية في التشريع الجزائري" إلى

ثلاثة مباحث على النحو التالي:

المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية

المبحث الثاني: خصائص العلامة التجارية

المبحث الثالث: أهمية العلامة التجارية

كما سنخصص الفصل الأول إلى الجرائم الواقعة على العلامة التجارية الذي سنتناوله في ثلاثة

مباحث:

المبحث الأول: جرائم الاعتداء على ذاتية العلامة التجارية

المطلب الأول: جريمة تزوير العلامة التجارية بصورتها المعلوماتية

المطلب الثاني: جريمة استعمال علامة مزورة أو مقلدة بدون وجه حق

المبحث الثاني: جرائم الاعتداء على الملكية المادية للعلامة التجارية

المطلب الأول: جريمة اغتصاب العلامة المملوكة للغير

المطلب الثاني: جريمة بيع بضاعة تحمل علامة مملوكة للغير أو عرضها للبيع أو التداول

المبحث الثالث: صور أخرى لجرائم واقعة على العلامة التجارية

المطلب الأول: جريمة الادعاء بتسجيل علامة تجارية

المطلب الثاني: جريمة بيع بضاعة تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو عرضها للبيع أو التداول بها أو

حيازتها بقصد البيع

أما الفصل الثاني سنخصصه "للحماية القانونية للعلامة التجارية"، والمقسم لثلاث مباحث تتعلق

بـ:

المبحث الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

المطلب الأول: قيام دعوى المنافسة الغير مشروعة

المطلب الثاني: آثار رفع دعوى منافسة الغير مشروعة

المبحث الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية

المطلب الأول: الجهات والاختصاص القضائي

المطلب الثاني: المسؤولية الجزائية

المبحث الثالث: الحماية الدولية للعلامة التجارية

المطلب الأول: حماية العلامة التجارية في ظل اتفاقية باريس 1883

المطلب الثاني: إتفاقية "تريبس"

خاتمة

قائمة المراجع

الفصل

التمهيد

الفصل التمهيدي: ماهية العلامة التجارية

سننتاول في هذا الفصل التمهيدي دراسة بعض الأحكام الخاصة بالعلامة التجارية حسب ما ورد في نصوص القانون الجزائري وذلك من خلال معرفة وتوضيح مفهوم العلامة التجارية من الناحية اللغوية ومن الناحية الاصطلاحية، ثم أنواعها وأشكالها وكذا خصائصها وشروطها وفي الأخير نتطرق إلى أهميتها من الجانب القانوني فيما يخص حماية الجمهور وحماية صاحب العلامة، وأهميتها من الجانب الاقتصادي.

المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية

من خلال هذا المبحث سوف نتطرق الى تعريف العلامة التجارية في (المطلب الأول) ومن الناحية اللغوية في (الفرع الأول) ومن الناحية الاصطلاحية (الفرع الثاني) أما (المطلب الثاني) سوف نتناول فيه أنواع و أشكال العلامة التجارية (والمطلب الثالث) والأخير: شروط العلامة التجارية وخصائصها.

المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية

نتطرق في هذا المطلب إلى تعريف العلامة التجارية من الناحية اللغوية (الفرع الأول) ومن الناحية الاصطلاحية (الفرع الثاني).

الفرع الأول: التعريف اللغوي للعلامة التجارية

معنى علامة في معجم اللغة العربية المعاصرة علامة [مفرد]: جمع علامات. سمة أو أمانة أو شعار تعرف به الأشياء: علامة تجارية، مميزة، علامات الجهل، علامة على الكتاب.

{وعلاماتٍ وبالنجم هم يُهتدون} (1).

الفرع الثاني: التعريف الاصطلاحي للعلامة التجارية:

تعرف العلامة التجارية اصطلاحا من الناحية التشريعية والناحية الفقهية وعليه سنتطرق لذلك كما يلي:

التعريف التشريعي للعلامة التجارية:

اختلفت التشريعات في تعريف العلامة التجارية وذلك نظرا لأهميتها التجارية كما يلي:

تعريف التشريع الجزائري:

لقد جاء المشرع الجزائري في المادة 02 من الامر 06103 بتعريف العلامة التجارية حيث جاء فيها ما يلي:

"العلامات كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام، والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتميز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره" (2).

¹ - http. // cte. Univ- sétif. Dz/ counseling.../ marketing/ pdf

² - الأمر رقم 06103 المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالعلامات، الجريد الرسمية الصادرة في 23 يوليو 2003، عدد44.

ويفهم من هذا التعريف أن العلامة التجارية لا بد أن تكون رموزا يمكن أن تُمثّل خطيا، وأهم تلك الرموز هي الكلمات، أسماء الأشخاص وكذلك الرسومات أو الصور والأشكال والألوان مركبة أو بمفردها. تُستخدم كل تلك الرموز في تمييز سلعة أو خدمة شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات الغير.

تعريف التشريع المصري:

لقد جاء المشرع المصري في المادة الاولى من القانون رقم 57 لسنة 1939: "تعتبر علامات تجارية الأسماء المتخذة شكلا مميزا والإمضاءات والكلمات والحروف والأرقام والرسوم والرموز وعناوين المحلات والدمغات والأختام والتصاووير والنقوش البارزة وأية علامة أخرى، أو مجموع منها إذا كانت تستخدم أو يراد أن تستخدم في تمييز منتجات عمل صناعي أو استغلال زراعي أو استغلال للغابات أو لمستخرجات الأرض أو أية بضاعة أو للدلالة على مصدر المنتجات أو البضائع أو نوعها أو مرتبتها أو ضمانها أو طريقة تحضيرها أو للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات"⁽¹⁾.

ويفهم من هذا التعريف أن العلامة التجارية لا بد أن تكون أسماء متخذة لشكلا مميزا وإمضاءات وحروف وأرقام وغيرها، يراد استخدامها واستعمالها في تمييز عمل صناعي أو للدلالة على تأدية خدمة. وما يمكن استخلاصه من تعريف التشريع المصري والتشريع الجزائري أنهما يتفقان في نفس التعريف للعلامة التجارية.

الفرع الثاني: التعريف الفقهي للعلامة التجارية

عرفتها الدكتورة نادية فضيل بأنها:

"العلامات التجارية "la marque" أو الصناعية هي التي يتخذها التاجر شعارا لمنتجاته أو بضاعته تمييزا لها عن غيرها من المنتجات والبضائع المماثلة، وذلك حتى يتسنى للمستهلك أن يعرف حقيقة السلعة دون لبس أو غموض"⁽²⁾.

ما يلاحظ ونستنتج من هذا التعريف أن الدكتور نادية فضيل لم تعطي مفهوم محدد للعلامة التجارية وذلك لوجود نقائص أهمها: حصر وتقييد استعمال العلامة التجارية على فئة من التجار فقط. عرفها الأستاذ مصطفى كمال طه كما يلي:

¹ - محمود إبراهيم الوالي: حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، سنة 1983، ص102.

² - نادية فضيل: القانون التجاري الجزائري (الأعمال التجارية والتاجر والمحل التجاري)، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة التاسعة، ص 216.

"العلامة التجارية هي التي يتخذها الصانع أو التاجر شعاراً لمنتجاته أو بضائعه أو خدماته تمييزاً لها عن غيرها من المنتجات والبضائع والخدمات المماثلة، وهي من أهم الوسائل التي يلجأ إليها الصانع والتاجر لتمكين المستهلك من التعرف على سلعته أينما وجدت، وضمان عدم تضليل الجمهور وخديعته في أمرها مما يدفعه إلى بذل أقصى جهده في تحسين منتجاته وتخفيض تكاليف الإنتاج ليضمن تفوقها ورواجها على مثيلاتها في ميدان المنافسة"⁽¹⁾.

يلاحظ ويستنتج أن الدكتور مصطفى كمال طه من خلال تعريفه للعلامة التجارية أتى بإضافات من شأنها تطوير وتحسين المنتجات وكذلك رواجها في مختلف الميادين وذلك من خلال المجهودات التي يقوم بها التجار أو الصانع.

عرفتها الأستاذة فرحة زراوي صالح بأنها

"يقصد بالعلامة التجارية السمة المميزة التي يضعها التاجر على منتجات محله التجاري، فهي علامة تجارية "marque de commerce" أو الصانع على المنتجات التي يقوم بصنعها وهي علامة مصنع "marque de fabrique" قصد تمييزها عن المنتجات الأخرى المشابهة لها والمعروضة في السوق"⁽²⁾.

ما يلاحظ ويُستنتج من خلال هذا التعريف أن "الأستاذة فرحة زراوي صالح" لم تعطي تعريف دقيق أي أعطت تعريف واسع بشكل عام من خلال قولها السمة التجارية" وذلك من خلال إهمالها لضوابط وجوانب محددة لهذا التعريف.

ومن خلال هذه التعريفات يتضح لنا أن أغلب ومعظم الفقهاء القانونيين اتفقوا على أن العلامة التجارية يتم استخدامها من طرف أشخاص طبيعية أو معنوية وفي شكل بيان أو دلالة تساعد على تسويق المنتج.

المطلب الثاني: أنواع وأشكال العلامة التجارية

سوف نتطرق في هذا المطلب إلى أنواع وأشكال العلامة التجارية من خلال تقسيم هذا المطلب إلى فرعين أساسيين:

الفرع الأول: أنواع العلامة التجارية

الأصل أن يستعمل مالك العلامة علامته التجارية فعلاً وقد يستعملها قبل تسجيلها غير أن صاحب المشروع قد يستعمل علامة تجارية أو أكثر بأحد الهدفين: إما بصفة احتياطية أو بهدف منع

¹- مصطفى كمال طه : القانون التجاري (الأعمال التجارية والتاجر والمحل التجاري) الملكية الصناعية، دار الجامعة الجديدة للنشر سنة 1992، ص 249

²- فرحة زراوي صالح: الكامل في القانون التجاري الجزائري، المحل التجاري والحقوق الفكرية القسم الثاني، الحقوق الفكرية، حقوق الملكية الصناعية والتجارية... دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان الأردن 2001 ص 208.

الغير من التعدي على علامته وقد يطلب أكثر من مشروع علامة موحدة، وعليه فإن العلامة التجارية تضم عدة أنواع أهمها⁽¹⁾:

العلامة التجارية الإحتياطية:

وهي العلامة التي يسجلها صاحب المشروع لادخارها للمستقبل حسب تطور إنتاجه فيضع العلامة المدخرة على نوع آخر للإنتاج بهدف تمييزه على الإنتاج السابق وبعض الدول تأخذ بهذا النوع من العلامة التجارية، لكن المشرع الجزائري فقد اتخذ موقفا وسطا باشتراط استخدام صاحب المشروع للعلامة خلال عام من تسجيلها و إلا فإن هذا التسجيل لا يُنتج أثره⁽²⁾.

العلامة التجارية المانعة:

قد يُسجل صاحب المشروع العلامة لا بقصد استعمالها ولكن لمجرد منع الغير من هذا الاستعمال وذلك تخوفا من أن يقوم الغير بتسجيل علامة مشابهة فتختلط لدى المستهلك بعلامته وبهذه الدول تحرم مثل هذه العلامة مثل "USA" أما المشرع الجزائري فقد منح صاحب العلامة إمكانية إلغاء هذه العلامة المشابهة "المادة 6" كما حرم تسجيلها ابتداء⁽³⁾.

العلامة التجارية الجماعية:

وهي العلامة التي تتخذها إحدى المنظمات أو الجماعات المنشأة طبقا للقانون والتي تضم أكثر من مشروع متضامن بالمصالح أو الأعمال المشتركة و الهدف منها بالإضافة إلى تمييزه للمنتجات هو تنظيم الإنتاج ورقابة جودته أو طبيعته أو مصدره وللحصول على هذه العلامة يتعين على المنظمة أن تحصل على إذن لها من السلطة المختصة⁽⁴⁾.

العلامة التجارية الدفاعية:

هي العلامة التي تهدف إلى حماية علامة تجارية ضعيفة بحيث تكون مرتبطة بعلامة مستغلة بالفعل، مما يجعل عملية التقليد أو المنافسة غير المشروعة صعبة⁽⁵⁾.

الفرع الثاني: أشكال العلامات التجارية

للعلامة التجارية أشكال عديدة ومتنوعة لا يمكن حصرها وعليه سوف نذكر البعض منها والأهم وإعطاء لكل شكل منها توضيح معين من خلال ما يأتي:

¹- محمود إبراهيم الوالي: حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر 1983 ص108.

²- محمود إبراهيم الوالي : المرجع السابق، ص ص 108 109.

³- محمود إبراهيم الوالي: المرجع السابق، ص 109.

⁴- محمود إبراهيم الوالي: المرجع السابق، ص ص 109 110.

⁵- عبد الله حسين الخشروم: الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية ، دار وائل للنشر ،الطبعة الأولى سنة 2005 ص 138.

*الأسماء:

يمكن اتخاذ اسم أو أكثر كعلامة تجارية فارقة شريطة أن تتخذ مثل هذه العلامة شكلا يميز هذا الاسم المألوف قبل اتخاذه كإطار أو لون أو ترتيب أو تخطيط خاص مثال ذلك اسم (الكوثر) أو (غدير) أو (Cannon) أو (Philips) . وإذا كان الاسم لغير التاجر فلا بد من إذن صاحب الاسم أو ورثته، والأصل أنه لا تعد أسماء الأماكن كعلامة تجارية فارقة إذ أبرزت الكلمات في شكل خاص مثال ذلك (القدس) و (البتراء)⁽¹⁾.

*الحروف والأرقام:

قد تستخدم الحروف والأرقام كعلامة تجارية كاستخدام الحروف (T,W,A) للدلالة على شركة الطيران الإسكندنافية أو (B,M,W) كنوع من السيارات . كما تستعمل الأرقام كعلامات تجارية مثال ذلك استخدام أرقام (000) لتمييز بعض منتجات العطور، وقد تستخدم بعض الكلمات كعلامة تجارية بشرط أن تكون مميزة ومبتكرة كاستخدام كلمة (Mariage) لتمييز بعض أنواع مساحيق التجميل⁽²⁾.

*الرموز والرسوم والتصاویر:

كذلك أعطى المشرع الحق للتاجر استخدام الرسوم والرموز كعلامات تجارية للسلع المختلفة طالما توفرت فيها الشروط التي ستوجبها المشرع ومثال ذلك استخدام رسوم ورموز كالأسد أو الأهرام أو السفينة.

*الدمغات والاختام والنقوش البارزة:

ويذكر القانون في عدد العلامات، الدمغات والاختام والنقوش البارزة والواقع أن هذه الكلمات لا تعني العلامات في ذاتها بل طرق وضع العلامات على المنتجات، فالعلامات توضع على المنتجات إما بطريق الدمغ أو النقش أو الختم، وإما بلصق بطاقات عليها⁽³⁾.

*الأشرطة:

والمقصود بها الخيوط المثبتة على المنتجات أو البضائع، وقد تكون مصنوعة من الورق أو الكرتون أو ما شابه ذلك، وهذه الأشرطة لا تعتبر بحد ذاتها علامة، إلا أنه يمكن اعتبارها علامة متى كانت مميزة بأن اتخذت الصفة الفارقة والجدة، فعلى سبيل المثال، فإن الشريط المكون من ثلاث خيوط

¹ - عبد الله الحسين الخشروم: الوجيز في الحقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى 2005، ص147.

² - عبد الله حسين: المرجع نفسه، ص 147.

³ - مصطفى كمال طه: نفس المرجع السابق، ص 252.

مطبوعة على ورق السجائر يمكن أن تكون علامة قابلة للتسجيل متى كان لتكوينها صفة مميزة وملفتة للنظر⁽¹⁾.

* الأشكال والألوان:

من الجائز اعتبار الأشكال والألوان علامة إذ كانت من غير مقتضيات الصناعة مادام إن تلك الأشكال والألوان تستدعي انتباه جمهور المستهلكين، فيجوز اعتبار شكل قطع الشكولاتة علامة إذا ما كان ذلك الشكل مبتكراً، كما يجوز اقتصار العلامة على لون واحد أو أكثر أو اعتباره جزءاً منها، ويكون محل نظر لدى الفصل في الصفة الفارقة لتلك العلامة، إلا أن مجرد تسجيل لون معين كعلامة أو جزء منها لا يمنع الغير من استعماله على علامة أخرى لنفس الصنف أو غيره مادام ذلك الاستعمال لا يؤدي إلى تشابه العلامتين في مجموعها تشابهاً قد يؤدي إلى غش الجمهور وتضليله.

ومن حق طالب تسجيل العلامة أن يحدد اللون أو الألوان التي يريد أن يضعها على علامته، وعندئذ يصبح ذلك اللون أو تلك الألوان جزءاً من العلامة، إما إذا ما سجلت علامة دون حصرها في ألوان خاصة، فتعتبر كأنها مسجلة لجميع الألوان والأشكال صفة العلامة أو تصبح عنصراً فيها، فلا بد أن يتوافر فيها الصفة المميزة (الفارقة) وعنصر الجودة⁽²⁾.

أو النحل كعلامات تجارية⁽³⁾، يجوز أن تتكون العلامة من الرسوم والرموز والتصاویر كسفينة أو أهرام أو نجم أو أسد، أو غزال أو نسر أو صور بحار، ويجوز للتاجر أن يتخذ صورته كرمز لتمييز منتجاته كما يجوز له أن يتخذ صورة أحد مشاهير الرجال في الماضي أو الحاضر علامة تجارية بشرط رضاه هذا الشخص أو رضاه ورثته⁽⁴⁾.

* الإمضاءات والكلمات:

أجاز المشرع للتاجر استخدام الإمضاءات كعلامة تجارية ولكن بشرط أن يتخذ هذا الإمضاء شكلاً مميزاً، كذلك يمكن استخدام الكلمات أو التسميات المبتكرة كعلامة تجارية، كاستخدام كلمة "كوكاكولا" كعلامة تجارية لأحد المشروبات الغازية، أو كلمة "لوكس" كعلامة تجارية لنوع من أنواع الصابون وغير ذلك من الكلمات والتسميات التي تقابلنا في حياتنا اليومية⁽⁵⁾.

¹ - صلاح زين الدين: (الملكية الصناعية والتجارية براءات الاختراع، الرسوم الصناعية، النماذج الصناعية، العلامات

التجارية، البيانات التجارية)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ص 266.

² - صلاح زين الدين: المرجع السابق، ص ص 266 267.

³ - منير محمد الجنيبي: العلامات والأسماء التجارية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية سنة 2000، ص 18.

⁴ - مصطفى كمال طه: المرجع السابق ص 251.

⁵ - منير محمد الجنيبي: المرجع السابق ص 17.

*الغلافات:

قد يستخدم غلاف أو وعاء خاص لتعبئة المنتجات وتمييزها عن غيرها كما هو الشأن في زجاجات "الكوكاكولا" وقنينات العطور وصناديق الحلوى، وتتحصر العلامة هنا في الشكل الخاص المميز الذي يعطى للغلاف أو الوعاء، وقد يكون الغلاف محلا للحماية من جهة أخرى بوصفه نموذجا صناعيا⁽¹⁾.

المبحث الثاني: خصائص العلامة التجارية وشروط صحتها

في هذا المبحث سنتطرق فيه إلى خصائص العلامة التجارية كمطلب أول وشروط صحتها كمطلب ثاني.

المطلب الأول: خصائص العلامة التجارية

ينبغي على كل من يرغب في امتلاك علامة تجارية أن يتحرى الدقة في اختيار علامته بما يتناسب مع نشاطه الاقتصادي حتى تكون عوناً له في تحقيق طموحها أياً كان النشاط الذي يزاوله لذلك ينبغي أن تتصف العلامة التجارية بالسمات التالية:

- أن تكون سهلة النطق.
 - أن تكون سهلة الكتابة.
 - أن تكون بسيطة التصميم.
 - أن تكون بسيطة الشكل.
 - أن تكون صغيرة الحجم.
 - أن تون جذابة المنظر.
 - أن تكون قابلة للتثبيت على المنتجات.
 - أن تكون مبتكرة خالية من المعنى اللغوي.
 - أن تكون مختلفة عن علامات الآخرين في مجملها وفي اجزائها.
 - أن تكون قابلة للتسجيل قانوناً خالية من العناصر المحظور تسجيلها.
- لاشك أن اجتماع هذه السمات في العلامة المختارة ويجعلها علامة تجارية نموذجية كاملة

¹ - مصطفى كمال طه: المرجع السابق، ص 251.

الأوصاف وتحقيق النجاح المأمول كونها تحظى بالقبول من قبل الجمهور المستهلكين وتُسهم في ترويج المنتجات⁽¹⁾.

كما يمكن إضافة خصائص أخرى للعلامة التجارية باعتبارها حقا من الحقوق المعنوية وتتمثل في:

الفرع الأول: النسبية

فالحق في العلامة التجارية هو حق نسبي وليس مطلق، إذ أنه لا يجوز لصاحبها الاحتجاج بحقه فيها في مواجهة الكافة، وإنما له الاحتجاج فقط في مواجهة الناس الذين يزولون نفس النوع من الصناعة أو التجارة أو الخدمات التي يزولها هو⁽²⁾.

ويترتب عن ذلك جواز استخدام العلامة من قبل أكثر من شخص مادام موضوع نشاط أحدهم مختلف عن نشاط الآخر، فلقد استقر الاجتهاد القضائي على تكريس هذه الخاصية في الكثير من قراراته، وأكد على أن حماية العلامات التجارية لا تتعدى المنتجات التي نصت عليها شهادات تسجيل تلك العلامة، ذلك أن الغرض منها هو تمييز المنتجات ومنع الخلط بينها وبين منتجات مماثلة لها⁽³⁾.

الفرع الثاني: التأقيت

فالحق في العلامة التجارية هو حق مؤقت وليس دائم، فهو متجدد قانونا بمدة زمنية، وقد حددها القانون الجزائري⁽⁴⁾، ومع ذلك فإنه يحق لصاحب العلامة الاحتفاظ بها إذا ما رغب، الأمر الذي قد يوحي بأن الحق في العلامة التجارية هو حق دائم غير مؤقت، إلا أنه وبالرغم من إمكانية تحديد الحق فيها من حين لآخر فإن الحق يبقى دائما مؤقتا، لكون عدم التحديد وعدم دفع الرسوم يؤدي إلى شطب العلامة من السجل.

وكذلك الحال عند عدم استعمالها دون مبرر شرعي الذي يستتبع بزوال حقه فيها، فهي بذلك حق مؤقت وليس حق دائم⁽⁵⁾.

¹ - صلاح زين الدين: العلامات التجارية وطنيا ودوليا، دار الثقافة للنشر والتوزيع، سنة 2006، الطبعة الأولى، الإصدار الأول، ص ص 69 70.

² - القرار رقم 87\39 الصادر بتاريخ 11\06\87، عن محكمة العدل العليا الاردنية والمنشور في مجلة نقابة المحامين، السنة السادسة والثلاثين.

³ - صلاح زين الدين: الملكية الصناعية والتجارية، براءات الاختراع، الرسوم الصناعية. العلامات التجارية، النماذج الصناعية، البيانات التجارية، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، سنة 2000، ص ص 338 339.

⁴ - المادة 2\5 من قانون العلامات الحالي "06\03"، مدة تسجيل العلامة ب 10 سنوات تسري بأثر رجعي من تاريخ إيداع الطلب.

⁵ - صلاح زين الدين: المرجع السابق، ص 341.

الفرع الثالث: الحماية القانونية المزدوجة

فالحق في العلامة التجارية يتمتع بازدواجية قانونية للحماية كأصل عام، حيث تتوفر له حماية مدنية وأخرى جزائية، فالحماية المدنية تتمتع بها العلامة المسجلة وغير المسجلة على حد سواء، إذ يكون التأسيس في دعواها من طرف مالكيها على المنافسة غير المشروعة وفقا للقواعد العامة للمسؤولية المدنية عن الفعل الضار، حماية جزائية لا تتمتع بها إلا العلامة المسجلة، إذ يصبح التعدي عليها جريمة يعاقب عليها القانون، مما يعطي الحق في العلامة تحصينا ضد اعتداءات الغير التي تتخذ صوراً متنوعة منها جريمة تقليد العلامة التجارية⁽¹⁾.

المطلب الثاني: شروط صحة العلامة التجارية:

لكي يصبغ على العلامة التجارية الحماية التي قررها القانون فلا بد وأن لا تخالف الشروط التي تطلبها القانون وهي عبارة عن أربع شروط نذكرها بالشرح وهي كالاتي:

الفرع الأول: تميزها (الصفة المميزة)

فالعلامة التجارية لا بد وأن تكون مميزة أي كانت المكونات التي تتكون منها تلك العلامة سواء كانت أشكال هندسية أو طبيعية أو حروف مكتوبة بطرق مميزة ومنفردة فالعلامة التجارية إن كانت متكونة من مكونات عادية غير مميزة لا تسري الحماية التي قررها القانون بالنسبة للعلامات التجارية. وكذلك فإن العلامات التجارية لا تعد كذلك لو كانت تتكون عناصرها من أشكال مألوفة كصورة الأهرامات أو النيل أو ما شابه من الأشكال المألوفة لدى المواطنين والتي لا تعد تميزاً إذا تكونت منها العلامة التجارية.

بناءً على ما سبق يتضح أن العلامة التجارية لا بد وأن تتكون من عناصر مميزة غير مألوفة لدى جمهور المواطنين حتى يمكن أن تضلل بالحماية التي قررها القانون⁽²⁾.

الفرع الثاني: جدة العلامة التجارية (حداته العلامة)

يعتبر شرط جدة العلامة التجارية من أهم الشروط اللازم توافرها في العلامة التجارية ويقصد به أن تكون العلامة جديدة بمعنى أنه لم يسبق استعمالها أو تسجيلها من قبل أحد، ولكي تعتبر العلامة جديدة يجب أن يتوافر فيها عنصراً مميزاً لها على الأقل وتقدير جدة العلامة التجارية يكون بالنظر إلى مجموع عناصرها كوحدة واحدة، فلا يوجد ما يمنع اشتراك بعض العناصر المكونة لعلامة ما مع عناصر مكونة لعلامة تجارية أخرى، حتى لو كانتا مستعملتين في صناعة واحدة مادام عناصرها في مجموعها مختلفة التركيب والمظهر⁽³⁾.

¹ - صلاح زين الدين: المرجع السابق، ص 342.

² - محمد الجنيبي: العلامات والأسماء التجارية، دار الفكر الجامعي، سنة 2000، ص ص 20 21.

³ - صلاح زين الدين: المرجع السابق، ص 279.

الفرع الثالث: عدم مخالفة العلامة التجارية للآداب العامة والنظام العام

من ضمن الشروط المطلوبة والتي قررها القانون في العلامة التجارية ألا تكون مخالفة للآداب العامة أو النظام العام والعلامة التجارية بما أنها يمكن أن تتكون من عدة عناصر فأیضا لا بد وأن تكون تلك العناصر غير مخالفة للآداب العامة والنظام العام⁽¹⁾.

المبحث الثالث: أهمية العلامة التجارية

تحتل العلامة التجارية مكانة هامة ومميزة بين حقوق الملكية الصناعية والتجارية الأخرى بحيث أصبح لها قيمة إضافية تضاف لقيمة المحل التجاري ولعل السبب في ذلك يعود إلى إنتشار العلامة التجارية واتصالها الوثيق بالتجارة والاقتصاد أكثر من باقي حقوق الملكية الصناعية والتجارية الأخرى، ذلك أن المنافسة بين التجار وقيام المستهلك بالشراء بالاعتماد على نوعية المنتج أو الخدمة دفع التجار إلى استخدام علامات تميز منتجاتهم وخدماتهم عن غيرها من المنتجات الأخرى⁽²⁾، وعليه فإن أهمية العلامة التجارية تتبع من الوظائف التي تؤديها، سواء للصانع أو للتاجر أو لمقدم الخدمة أو للمستهلك⁽³⁾. وهذا ما سنتناوله من خلال: أهمية العلامة التجارية من الناحية القانونية (المطلب الأول) وأهمية العلامة التجارية من الناحية الاقتصادية (المطلب الثاني) وأهمية العلامة التجارية من الناحية الاجتماعية (المطلب الثالث).

المطلب الأول: أهمية العلامة التجارية من الناحية القانونية

تلعب العلامة التجارية من الناحية القانونية دورا أساسيا ومهما وذلك من خلال: حماية جمهور المستهلكين (الفرع الأول) وحماية صاحب العلامة (الفرع الثاني).

الفرع الأول: حماية جمهور المستهلكين

يستخدم بعض التجار وسائل الاحتيال والغش من أجل ترويج منتجاتهم وسلعهم وخدماتهم وزيادة القوة الشرائية لها بحيث يعلنون عن مواصفات ونوعية وجودة ليست حقيقية في الخدمات والبضائع والسلع التي يقدمونها، مما يؤدي إلى الإضرار بالمستهلكين، فوجود العلامات التجارية تعتبر الأساس لحماية جمهور المستهلكين من الغش والاحتيال.

فالعلامة التجارية تدل على منتجات وسلع وخدمات بجودة ونوعية ومواصفات معينة ثابتة، وصاحب كل علامة يحرص على تطوير وتحسين منتجاته و سلعه وخدماته التي تركز عليها العلامة للمحافظة على ثقة المستهلكين والشهرة، وأي تلاعب بالجودة والنوعية والمواصفات يؤدي إلى الرجوع على

¹ - محمد الجنبيهي: المرجع السابق، ص 22.

² - عبد الله حسين الخشروم: الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، 2005، ص 130.

³ - صلاح زين الدين: المرجع السابق، ص 255.

أصحاب العلامة التجارية ومساءلتهم قانونياً، والحصول على تعويض مقابل الأضرار التي لحقت بهم جراء الغش والاحتيال⁽¹⁾.

الفرع الثاني: حماية صاحب العلامة

تحمي العلامة التجارية صاحبها بضمان المصدر الشخصي لمنتجاته وبضائعه، أي المنتج لها كما أنها تحدد المصدر الإقليمي، أي جهة الإنتاج أيضاً، وبالتالي فالعلامة التجارية تسهل المعاملات التجارية فيما بين الأطراف، إذ يكفي أن يذكر المشتري اسم العلامة التي تحملها السلعة التي يريد شراءها دون حاجة لبيان أوصاف وسمات الشيء المراد شراؤه⁽²⁾، إذ أنها وسيلة من الوسائل التي يتميزون بها عن الآخرين في ميدان التعامل التجاري لأنها - أي العلامة - تعطي المنتجات والبضائع والخدمات ذاتيتها وبالتالي يمكن التعرف على البضاعة وتمييزها بين مثيلاتها ببسر وبسهولة⁽³⁾.

المطلب الثاني: أهمية العلامة التجارية من الناحية الاقتصادية

إن أهمية العلامة التجارية على المستوى الاقتصادي تلعب دوراً هاماً وفعالاً خاصة في مجال السلع والخدمات وذلك من خلال الإعلان والإشهار أو من خلال إضفاء رمز الثقة بصفات المنتجات والبضائع وهذا ما سنتناوله في:

الفرع الأول: العلامة التجارية وسيلة من وسائل الاعلان عن المنتجات و البضائع

تعتبر العلامة التجارية إحدى وسائل الإعلان المهمة عن المنتجات والبضائع، فهي من أهم وسائل التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة، للإعلان عن سلعته أو منتجاته أو خدماته، إذ عن طريق الإعلان والدعاية عن علامته يصل إلى أذهان الناس، وذلك باستخدام وسائل الدعاية المختلفة، خاصة الراديو والتلفزيون والمجلات والصحف وما إلى ذلك مما قد يؤدي إلى تثبيت العلامة في ذاكرة الناس، فقد أصبح من الصعب تجاهل الدور المؤثر الذي تلعبه الدعاية في جذب العملاء إلى منتجات أو بضائع أو خدمات مشروع معين، لذا يحرص مالك المشروع أن يؤكد لجمهور المستهلكين من خلال الدعاية والإعلان أن منتجاته هذه أفضل وأجود المنتوجات الموجودة.

لذا أصبحت المشروعات الاقتصادية بكافة أنواعها تستشير وكالات الدعاية والإعلان فيما يتعلق بتكوين العلامة ووسائل استعمالها في الدعاية للمنتجات، نظراً لأهمية ذلك تراعي دور الدعاية والإعلان والتسويق

¹ - عبد الله حسين الخشروم: الوجيز في الحقوق الملكية والصناعية والتجارية، دار وائل للنشر الطبعة الأولى 2005، ص136.

² - صلاح زين الدين: المرجع السابق، ص 255.

³ - صلاح زين الدين: المرجع نفسه، ص 255.

في تكوين العلامة اعتبارات معينة، تهدف إلى جلب انتباه المستهلك كأن تكون ذات منظر جميل، أو مكونة من كلمة بسيطة ذات وقع موسيقي تلفت انتباه المستهلك وتجد عنده استحسانا لها⁽¹⁾.

الفرع الثاني: العلامة التجارية رمز الثقة بصفات المنتجات والبضائع

تُعبّر العلامة التجارية عن صفات المنتجات أو البضائع التي تميزها، سواء من نفس النوع أو المرتبة أو الضمان أو طريقة التحضير، ويقصد بالنوع مجموع خصائص المنتجات أو البضائع التي تمتاز بها عن خصائص منتجات أو بضائع أخرى مماثلة أو مشابهة، أما المرتبة فيقصد بها درجة الجودة والإتقان للمنتجات أو البضاعة والمقصود بالضمان هو تعهد الصانع أو التاجر بصلاحية المنتجات أو البضاعة والمقصود بالضمان هو تعهد الصانع أو التاجر بصلاحية المنتجات أو البضاعة أو بيان العناصر الداخلة في تركيبها، وذلك يؤدي إلى رفع الثقة بالمنتجات والبضائع، ويكون دافعا للعملاء لتفضيل هذه المنتجات عن غيرها، مما يدفع مالك العلامة إلى مضاعفة حرصه على سمعة علامته وثقة عملائه بها، فيحرص على الإبقاء على هذه السمعة بذهن العملاء وتحسينها بإتقانه صنع منتجاته والحفاظ على جودتها، فتصبح العلامة محل ثقة عند الجمهور، مما يؤدي إلى سرعة تصريف المنتجات أو البضائع أو الخدمات تحت هذه الثقة، وقد تستمد العلامة قوتها من جودة المنتجات التي ترمز إليها، وعليه فإن العلامة التجارية تحدد مركز المنتج أو الصانع أو مقدم الخدمة بين المنافسين الآخرين⁽²⁾.

¹ - صلاح الدين: المرجع السابق، ص ص 256 257 258.

² - صلاح الدين: المرجع السابق، ص 256.

الفصل الأول : الجرائم الواقعة على العلامة التجارية .

العلامة التجارية كغيرها من مفردات الملكية الفكرية مرت بمراحل تطوير منذ العصور القديمة و حتى يومنا هذا وستبقى التشريعات التي تنظم أحكام العلامة التجارية تواكب التطور في المجال الاقتصادي والتجاري، لما لهذا العنصر من عناصر الملكية الصناعية من أهمية في الحياة التجارية ولما تؤديه من وظائف، سواء من جانب مالك العلامة أو من جانب المستهلك وللوقوف أمام موضع العلامة التجارية من الحماية القانونية لابد من التطرق للمراحل التي مر بها قانون العلامة التجارية فنجد أنه قانون نسبي ظهر في القرن 19 وفي منتصف هذا القرن حصل أول اعتراف قانوني فعلي في العلامة التجارية، كما أنها مهدت الطريق أمام بعض المعاهدات الدولية حول حقوق العلامة التجارية مثل: اتفاقية مدريد، اتفاقية نيس، اتفاقية لشبونة، اتفاقية فيينا ومعاهدة نيروبي بالإضافة إلى بعض البروتوكولات التابعة لهذه المعاهدات هذا فيما يخص الدول الغربية أما الدول العربية فأخذت بسن قوانين بشأن العلامات التجارية وقد تم وضع قانون العلامات التجارية العربي الموحد لعام 1980 من قبل مركز التنمية الصناعية للدول العربية وذلك لتحقيق التنسيق والانسجام بين مختلف تشريعات الدول العربية وإزالة ما في هذه الأخيرة من تباين أو تعارض للوصول الى حماية العلامة التجارية في كافة الأقطار العربية على قدم المساواة.

إن تنامي أهمية العلامة التجارية في النشاط الاقتصادي على وجه العموم وفي القطاع التجاري على وجه الخصوص قد أدى إلى ازدياد صور التعدي عليها مما دفع الدول إلى سن قوانين خاصة بالعلامة تحرم الاعتداء عليها والعقاب على تزويرها أو تقليدها.

المبحث الأول: جرائم الاعتداء على ذاتية العلامة التجارية

يقصد بجرائم الاعتداء على ذاتية العلامة التجارية تحديد الأفعال المعاقب عليها التي تنصب على ذاتية العلامة التجارية ببيان الأفعال التي تلي وقائع الاعتداء على ذاتية العلامة حيث تنصب على استعمال هذه الذاتية المزيفة، حيث يقوم الجاني بتوجيه أفعاله مباشرة على ذاتية العلامة.

ومن خلال دراسة واستقراء نصوص التشريعات المقارنة والتشريع الجزائري التي امتدت بتوفير الحماية الجزائية للعلامة التجارية فنجد أن جرائم العلامة التجارية تنقسم إلى نوعين من الجرائم جرائم الاعتداء المباشر على ذاتية العلامة التجارية والذي يقصد بها أنه يوجه فيها الجاني أفعاله مباشرة على ذاتية العلامة التجارية، إما بنقل العلامة المسجلة نقلا كاملا مطابقا للأصل ووضعها على سلعة مشابهة بقصد خداع وتضليل المستهلك في مصدر تلك السلعة أو

بإجراء تعديل طفيف عليها بحيث يصل التشابه في المظهر العام بين العلامة الأصلية والعلامة المقلدة إلى الخلط بين العلامتين.

ومن خلال الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات نجد أن المشرع الجزائري أراد توسيع دائرة تحريم الأفعال الماسة بالعلامة من أجل إضفاء حماية جزائية أكبر وردع كل ما يهدد حقوق أصحاب العلامات.

المطلب الأول: جريمة تزوير العلامة التجارية بصورتها المعلوماتية.

حظيت الجرائم المترتبة نتيجة الثورة الناتجة عن التزاوج بين انفجار المعلومات وتطور وسائل الاتصالات والتي تم تسميتها بالجرائم المعلوماتية، فمنذ بداية ظهورها لقيت اهتماما كبيرا سواء على الصعيد العربي أو الغربي وفي نطاق هذه الدراسة تطرقنا إلى جريمة تقليد العلامة التجارية بصورتها المعلوماتية.

الفرع الأول: تعريف جريمة تزوير العلامة التجارية بصورتها المعلوماتية

ويقصد بتقليد العلامة حسب قانون العلامات 06/03 نجد أن المادة 26/فقرة 1 منه تنص على⁽¹⁾: "تعد جنحة تقليد العلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة".

ونجد أن المشرع وضع تعريف عبارته عامة غير محددة أي أعطى معنى واسع وشامل لكل الأفعال والتصرفات التي يمكن أن تشكل اعتداء على الحق في العلامة عكس المشرع الفرنسي فبالرجوع الى قانون الملكية الفكرية الفرنسي⁽²⁾ نجد أن مادته 716 فقرة 2 تنص على أنه:

(contrefaçon par l'imitation, la contrefaçon est l'atteinte portée au droit du propriété de la marque)

وكذلك المادة 713 فقرة 3 : نجده عدد الاعتداءات:

في حين أن المشرع الجزائري أبقى السلطة التقديرية للقاضي ويرجع ذلك لتعدد الجرائم خاصة مع التطور التكنولوجي، وترك المجال المفتوح.

وهذا الاسم الجديد قد يشكل بمجموع حروفه المختارة والمكونة له علامة تجارية مميزة وفقا لمفهوم العلامة المتفق عليه قانون⁽³⁾ وهو بالتالي سيخضع إذا ما توفرت فيه الشروط

¹- أنظر المادة 26 من الأمر 06/03، المتعلق بالعلامات السابق الذكر.

²- القانون رقم 597/92 المتعلق بالملكية الفكرية الفرنسي، المؤرخ في 1 جويلية 1992، الجريدة الرسمية، العدد 3.

³- عامر الكسواني: المركز القانوني للدومين الإلكتروني بين مفردات الملكية الفكرية، مجلة حماية الملكية الفكرية، المجمع العربي لحماية الملكية الصناعية الألمانية، ص 14.

الخاصة الواجب توفرها في العلامة إلى نظام الحماية الخاص بالعلامات التجارية⁽¹⁾، ومن قام بتسجيل أي علامة باسم دومين وتصبح مملوكة له ويقوم باستعمالها كعنوان له على الأنترنت بناء على فعل منافسة غير مشروعة محاولة لاستقطاب الزبائن وقد تنتج عن ذلك عدة منازعات نتيجة استغلال العديد من الأشخاص غياب حضر قانوني لتسجيل أسماء دومين تتضمن ما يشاء من علامات تجارية مشهورة وهو ما يسمى بالتسجيل التعسفي.

مقابل ذلك يتم تسجيل أسماء الدومين في الجزائر أدى مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني الذي أنشئ في أبريل 1986 وكان أنداك يعمل على إقامة شبكة وطنية وربطها بشبكات إقليمية ودولية وبصدر قانون 05/04 المعدل والمتمم لقانون العقوبات⁽²⁾، فقد جرم الأفعال المؤدية إلى المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات والتي يمكن إدراجها ضمن جريمة تقليد العلامة التجارية عبر الإنترنت.

وقد تم وضع أول تنظيم قانوني لخدمات الإنترنت في الجزائر سنة 1998 بإصدار المرسوم التنفيذي رقم 257/98 المؤرخ في 1998/08/25 المتعلق بشروط وكيفيات إقامة خدمات الأنترنت واستغلالها.

وكمثال عن تقليد العلامات التجارية عبر الأنترنت نذكر قضية Sony في أكتوبر 1999 وفي هذه القضية قامت شركة Sony برفع دعوى ضد شخص قام بتسجيل العشرات من أسماء الدومين من بينها: Sony.fr.com و sony.france.com إلى شركة Sony.

الفرع الثاني : أركان جريمة تقليد العلامة وتزويرها معلوماتيا

أولا : الركن الشرعي

يقصد به أن يكون الفعل المجرم منصوص عليه في القانون وأن يكون المشرع قد حدد له جزاء وهذا تطبيقا لمبدأ الشرعية التي نصت عليه المادة الأولى من قانون العقوبات "لا جريمة ولا عقوبة أو تدابير أمن بغير قانون".

وكذا أن الركن الشرعي لهذه الجريمة يستمد مشروعيته من نصوص المعاهدات التي انضمت إليها الجزائر والتي جاءت من أجل إضفاء حماية قانونية للعلامة مستوفية الشروط المقررة قانونا.

وأهمها اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883، واتفاقية مدريد المتعلقة بالتسجيل الدولي للعلامات، وبالرجوع إلى القوانين الداخلية : نجد أن المشرع الجزائري يعرض لموضوع الحماية القانونية للعلامات التجارية بصفة غير مباشرة في قانون العقوبات وبصفة

¹ - عامر الكسواني: المرجع نفسه، ص 14.

² - الإعلانية الفكرية: مجمع العربي، الحسابة الملكية الاجتماعية.

مباشرة في قانون العلامات "المادة 26"، يعد جنحة تقليد العلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة⁽¹⁾.

ثانيا: الركن المادي

يقصد به القيام بفعل أو الامتناع عن فعل والتي بواسطته تتكشف الجريمة ويكتمل ركنها ولا توجد جريمة بدون ركن مادي، والركن المادي في جريمة تقليد العلامة هو ذلك السلوك الإجرامي الذي يتمثل في النقل الحرفي للعلامة التجارية أو اصطناع العلامة مطابقة تماما للعلامة الأصلية أو نقل الأجزاء الرئيسية منها بحيث⁽²⁾، تقترب العلامة المزورة للعلامة الأصلية من اجل خداع المستهلك والركن المادي يمكن تحليله إلى 4 عناصر⁽³⁾ وهي:

أولاً: المحرر أو السند الكتابي

يتمثل في محل جريمة التزوير الذي ينصب عليه الفعل أو النشاط الإجرامي المكون لجريمة التزوير أي يجب أن تكون العلامة التجارية عبارة عن خط مدون بلغة يمكن أن يفهمها الناس أو سرد والوقائع أو تعبير عن إرادة وأن يكون حجية وصلاحيية للتمسك به في مواجهة الغير⁽⁴⁾.

وهذه الجريمة تقوم على التزوير أو التقليد لأنها وجهان لجريمة واحدة.

ثانيا : النشاط الإجرامي

ويقصد به تغير الحقيقة لأن هذه الجريمة لا تقوم إلا إذا حدث تغير للحقيقة في جوهر العلامة التجارية وعناصرها الرئيسية بحيث يتم إيداع هذا الجوهر⁽⁵⁾، إذا فتغير الحقيقة تترتب عليها خلق حقيقة جديدة أو تضخيم الحقيقة التي كانت موجودة أو تحريفها أو تدقيقها على النحو، تصبح به أكثر قوة عند الاحتجاج بها أو إسنادها إلى غير مصدرها.

¹ - الأمر رقم 48/66، المؤرخ في 1966/02/25، الصادر في الجريدة الرسمية العدد 16 بتاريخ 1966/02/25، المتضمن نظام الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، اتفاقية باريس المؤرخة في 1883/03/20، المتعلقة بحماية الملكية الصناعية المعدلة والمتممة.

² - حمادي زبير: الحماية القانونية للعلامة التجارية الطبعة منشورات الحلبي الحقوقية بيروت 2012 ص 188.

³ - رمسيس بهنام: جرائم المضرة بالمصلحة العامة منشئة المعارف الإسكندرية سنة 1986 ص 164.

⁴ - عامر الكسواني: تزوير، المعلوماتي، مرجع سابق، ص 153.

⁵ - عامر الكسواني: المرجع نفسه، ص 154.

ثالثا: طرق التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية

إما التزوير المادي بمعنى فعل تعبير الحقيقة وذلك ب:

- إساءة استعمال الإمضاء أو الأختام أو البصمات للشركة أو المؤسسة المتعلقة بالعلامة
- التقليد أو الاصطناع في المنتجات أو العلامات.

والتزوير المعنوي من خلال إساءة استعمال إمضاء عبر بياض ثم تسليمه لمسجل العلامة التجارية أو من خلال تدوين العقود والأقوال الخاصة بمالك العلامة التجارية لكن هذا النوع لم يشهد حدوثه في قاعات المحاكم ولا في تجربة العملية⁽¹⁾

رابعا : الضرر:

سواء الضرر المادي أو المعنوي

- الضرر المادي هو الذي يصيب الذمة المالية لشخص وهو أكثر وضوحا وتأثيرا للجرائم الواقعة على العلامة التجارية خاصة بعد ما أصبحت أهم وأكبر قيمة مضافة على رأس مال المشروع ويتمثل على سبيل المثال: في نفقات الدعاية والحماية والإعلان التي قام بها مالك العلامة التجارية من أجل ترويج بضائعه وخسارة الزبائن.

ثالثا: الركن المعنوي

يظهر الركن المعنوي لجريمة تزوير العلامة التجارية في صورة الاحتيال بمعنى لزوم أن يتوفر لدى الفاعل في هذه الجريمة نية التحايل والخداع، حيث لا تقع جريمة تزوير العلامة التجارية إلا إذا تمت بسوء نية أما إذا تمت بحسن نية فلا عقاب عليها وذلك على اعتبار أن تزوير العلامة التجارية لا تقع إلا تحقيقا لهدفين لا ثالث لهما بحيث:

يتمثل أولهما في مجرد تعدي على علامة التجارية ذاتها بينما يتمثل الثاني في النية السيئة في خداع المستهلك وتضليله⁽²⁾.

والمقصود بالخداع والتحايل المشكل للركن المعنوي لجريمة⁽³⁾، تزوير العلامة التجارية هو إيقاع المستهلك في غلط بشأن البضاعة أو الخدمة أو السلعة التي تحمل العلامة التجارية وذلك من خلال استعمال طرق احتيالية تدفع هذا المستهلك إلى الإقدام على اقتناء هذه

¹ - عامر الكسواني: المرجع السابق، ص 195.

² - صلاح زين الدين: (الملكية الصناعية والتجارية، براءات الإختراع، الرسوم الصناعية، النماذج الصناعية، العلامات التجارية، البيانات التجارية)، المرجع السابق ص 403.

³ - عبد الحكيم فودا: جرائم الغش التجاري والصناعي، منشأة المعارف، سنة 1996، ص 13.

البضاعة أو الخدمة وبما أن جريمة تزوير العلامة التجارية من قبيل الجرائم القصدية التي يلزم لقيامها قانوناً توفر القصد الجنائي لدى المزور بشكلية القصد العام والقصد الخاص.

أولاً: القصد العام

نرى أن هذا القصد يظهر متى توفر لدى المزور إرادة القيام بفعل تعبير الحقيقة مع علمه الأكيد بأن تغيير الحقيقة هذا يتم على علامة تجارية.

ثانياً: القصد الخاص

القصد الخاص اللازم توفره حتى يكون أمام جريمة تزوير علامة تجارية مسجلة يتمثل في اتجاه نية المزور لحظة ارتكاب فعل تغيير حقيقة هذه العلامة إلى استعمال العلامة المزورة استعمالاً يخفف الغاية التي ينشدها المزور من وراء فعل التزوير والهدف من ربط قيام القصد الخاص⁽¹⁾ في جريمة تزوير العلامة التجارية بتوفر نية استعمالها هو لأن التزوير لجريمة لا يشكل خطورة اجتماعية، إلا إذا تم هذا التزوير بنية استعمال العلامة التجارية المسجلة بعد تزويرها استعمالاً غير مشروع يضلل الجمهور ويجعلهم عرضة لتدليس والخداع كما يفقد الثقة في العلامة التجارية المسجلة رسمياً.

المطلب الثاني : جريمة استعمال علامة مزورة أو مقلدة بدون وجه حق

يقصد بجريمة استعمال علامة مزورة أو مقلدة هو جميع صور الاستعمال الباطل للعلامة التجارية ولقيام هذه الجريمة لابد من توفر عنصرين الركن المادي يتمثل في الاستعمال وآخر معنوي يتمثل في قصد الجنائي للاحتيال.

الفرع الأول : العنصر المادي⁽²⁾:

يتمثل العنصر المادي في هذه الجريمة بالاستعمال الباطل لعلامة تجارية أو علامة قريبة الشبه منها بصورة تؤدي إلى الانخداع وقد يتخذ ذلك صور متعددة سواء بصورة على الأشياء التي تستخدم في تسويق البضائع أو المنتجات إلى الغطاءات أو المغلفات أو أي شيء آخر تباع أو تعرض فيه البضائع أو تحفظ.

كما أنه لا يهتم كيفية استعمالها قد يكون عن طريق أو نسخها أو طباعتها أو بأي صورة أخرى أو عن طريق استعمالها بصورة ساكنة تتمثل في مجرد وضع العلامة على البضائع أو المنتجات من أجل التضليل لغرض المضاربة.

¹ - عامر الكسواني: المرجع السابق، ص 221.

² - صلاح زين الدين: (الملكية الصناعية و التجارية، براءات الإختراع، الرسوم الصناعية، النماذج الصناعية، العلامات

التجارية، البيانات التجارية)، المرجع السابق، ص 402.

ويعد مرتكب للجريمة من اشترى علامات مزورة أو مقلدة ووضعها على منتجاته أو من قام بنشر إعلانات عنها ومن قام بتوزيعها وبيعها.

الفرع الثاني: الركن المعنوي

يتمثل في القصد الجنائي العام بعنصرية العلم والإرادة بأن العلامة المستعملة مزورة أو مقلدة من أجل تضليل المستهلك.

والقصد الجنائي الخاص المتمثل في سوء النية بمعنى أن يكون الغرض من استعمال العلامة على أن يختلط الأمر على المستهلك حول مصدر المنتجات.

إذا يتمثل⁽¹⁾، العنصر المعنوي في هذه الجريمة يقصد الاحتيال ويقصد بها أن يكون المتهم على علم وبنية أخرى بأنه يستعمل علامة تجارية استعمالا باطلا أو علامة أخرى قريبة الشبه منها، وأن يكون قصده من ذلك الاستعمال خداع الغير والإيقاع بهم حتى لا يتسنى لهم التمييز بين البضائع التي تحمل العلامة بطريقة مشروعة وبين البضائع التي تحمل ذات العلامة ولكن بدون وجه حق، وذلك على بقصد الاحتيال على الغير.

المبحث الثاني: جرائم الاعتداء على الملكية المادية للعلامة التجارية

سنحاول من خلال هذا المبحث أن نذكر أبرز وأهم الجرائم الواقعة على العلامة التجارية بصورتها المادية وذلك من خلال التفصيل في ذلك بذكر جريمة وتعريفها وأركانها وعليه سنتناول في المطلب الأول جريمة اغتصاب العلامة التجارية المملوكة للغير والمطلب الثاني لجريمة بيع بضاعة تحمل علامة مملوكة للغير أو عرضها للبيع أو التداول.

المطلب الأول: جريمة اغتصاب العلامة المملوكة للغير

سنتناول من خلال هذا المطلب توضيح معنى جريمة اغتصاب العلامة المملوكة للغير في (الفرع الأول)، وأركانها في (الفرع الثاني).

الفرع الأول: تعريف جريمة اغتصاب العلامة المملوكة للغير

أشارت الفقرة (2) من المادة 28 والمادة 29 و 26 من قانون العلامات التجارية إلى هذه الجريمة بوضوح، وخصوصا الفقرة الأولى من المادة 29⁽²⁾ بقولها:

الذين يتخذون علامة لغيرهم ومن غير أن يقلدوها، يجعلون منها صورة تدلسية من شأنها أن يندفع بها المشتري، وكذا الذين يستعملون علامة تجري محاكاتها بطريقة التدليس،

¹- صلاح زين الدين: المرجع السابق، ص 412.

²- سمير جميل حسين الفتلاوي: الملكية الصناعية وفقا للقوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائرية، 1989، ص ص 415 - 416.

وكذلك أشارت المادة 28 من قانون تسميات المنشأ بقولها، يعد غير مشروع الاستعمال المباشر أو غير المباشر لتسمية المنشأة.

الفرع الثاني: أركان جريمة اغتصاب العلامة المملوكة للغير

من خلال هذا المطلب سوف نتطرق إلى الركن المادي من خلال (الفرع الأول)، والركن المعنوي من خلال (الفرع الثاني).

أولاً: الركن المادي

يتمثل في استغلال علامة شخص آخر دون تقليد أو تغيير أي جزء منها، أو استغلال ذات تسمية المنشأة على منتجات أو بضاعة غير صاحب العلامة أو تسمية المنشأ أو الرسم الصناعي لأجل تضليل الجمهور وخداعه بأن هذه البضاعة هي ذات بضاعة صاحب الأصلي للعلامة.

وغالبا ما تكون عن طريق استغلال زجاجات أو غلافات المنتجات أو البضائع لأجل تعبئة بضائع أو منتجات أخرى وبذلك يطلق عليها جريمة الملء أو التعبئة، أو أن يقوم بقلع الصورة أو البطاقات الملصقة بالمنتجات ووضعها على بضاعة أو منتجاته.

ففي التشريع الجزائري عاقب جزائيا الأشخاص الذين يضعون علة منتجاتهم أو على الأشياء التابعة لتجارتهم علامة في ملك غيرهم، فيتعلق الأمر مثلا بالصانع الذي يستعمل قنينات خاصة بعلامة مشهورة لمثلها بمشروبات من صنعه قصد خداع المستهلك أو نماذج الزجاجات التي تستخدم لتعبئة العطور.

لذلك فإن مجرد استعمال تلك الزجاجات وتعبئتها مشروبات غازية أو عطور أيا كان نوعها يدخل في نطاق تلك الجريمة وقد ورد النص على هذه الجريمة ، في المادة 113 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصرية، يعاقب كل من وضع سوء قصد على منتجاته علامة تجارية مملوكة لغيره.

ثانيا: القصد الجنائي (الركن المهني)

يجب أن يتوفر وذلك أن تكون البضاعة مماثلة لبضاعة صاحب التسمية أو الرسم أو العلامة التجارية في حد ذاتها، وإذا لم تكن مشابهة لا يمكن اعتبارها جريمة تقليد، فاستغلال زجاجة (كوكا كولا) في الخمر أو العطور أو البنترول لا يؤدي إلى جريمة اغتصاب.

وتعتبر هذه الجرائم من الجرائم القصدية أي يلزم لقيامها أن ترتكب بسوء نية.

أما المشرع الجزائري فلم يتطلب في هذه الجناة توافر عنصر القصد نظرا لعمومية النص القانوني، فيكفي أن يتم وضع العلامة الأصلية على منتجات ليست تحت حمايتها كوضع المنتجات في زجاجات أو في علب تحمل تلك العلامة الأصلية عليها فلا يجب على

المدعي أو على النيابة العامة إثبات أن مرتكب الفعل كان يهدف من وراء هذا التصرف الاستفادة من المزايا المتعلقة بالعلامة الأصلية⁽¹⁾.

المطلب الثاني: جريمة بيع بضاعة تحمل علامة مملوكة للغير أو عرضها للبيع أو التداول

سنتناول في هذا المطلب توضيحا لجريمة بيع بضاعة تحمل علامة مملوكة للغير أو عرضها للبيع، أو التداول من خلال الفرع الأول والفرع الثاني: لأركان الجريمة وذلك كما يلي:

الفرع الأول: تعريف جريمة بيع بضاعة تحمل علامة مملوكة للغير أو عرضها للبيع أو التداول

هذه الجريمة تشترك مع أركان جريمة بيع بضاعة تحمل علامة مزورة أو مقلدة باستثناء فرق واحد، يتمثل في أن العلامة التي وقع الاعتداء عليها في هذه الجريمة هي العلامة حقيقية وليست مزورة أو مقلدة مملوكة للغير⁽²⁾.

الفرع الثاني: أركان جريمة بيع بضاعة تحمل علامة مملوكة للغير أو عرضها للبيع أو التداول

تقوم جريمة بيع بضاعة تحمل علامة مملوكة للغير أو عرضها للبيع أو التداول على ركنين أساسيين وهامين هما:

أولاً: الركن المادي

واقعة البيع أو العرض للبيع، أو التداول أو الحيازة بقصد البيع، وتشتمل هذه الجريمة واقعة بيع المنتجات التي تحمل العلامة المغتصبة، سواء كانت للسلع المباعه مصنوعة داخل الإقليم أو تم تصديرها لبيعها بالخارج، كما تشتمل عرض السلع والمنتجات التي تحمل العلامة المغتصبة أو التداول، كعرضها في واجهة المحلات أو في الفروع التجارية المخصصة لبيعها أو عن طريق إرسال كعينات العملاء

وتتمثل أيضا حيازة هذه البضاعة بقصد بيعها، كوضعها داخل مخازن التاجر أو في منزله لحفظها بعيدا عن الشبهات طالما أنها كثيرة العدد ويقصد البيع، وقد سبق لنا بحث هذا الركن بالتفصيل سابقا⁽³⁾.

ثانياً: الركن المعنوي (القصد الجرمي)

يتمثل القصد في هذه الجريمة في علم المتهم أنه يبيع أو يعرض للبيع أو التداول أو يجوز بقصد البيع بضاعة عليها علامة موضوعة بغير حق، أي أنه يعلم أن هذه العلامة

سمير جميل حسين الفتلاوي: المرجع السابق، ص 417-1.

2- عرار نجيب خريس: جرائم الاعتداء على العلامة التجارية في القانون الأردني والقوانين العربية، الأردن، ص 86.

عرار نجيب خريس: المرجع السابق، ص 87-3.

الموضوعة لا تخص صاحب البضاعة الذي يتاجر بها، بل يخص تاجر آخر وبالتالي لا بد من توافر سوء النية لدى الفاعل (الاتجاه الذي أخذ به المشرع الأردني) بمعنى أن يقصد إيقاع جمهور المستهلكين في الخطأ وإيهامهم أن هذه المنتجات هي التي تملكها العلامة الحقيقية التي تتمتع بثقة معنية وإقبال كبير من الجمهور.

ومن المسلم به أن القصد الجرمي لا يفترض افتراضاً، بل على المدعي إثباته وللمتهم نفيه في حالة كون المتهم قد اشترى هذه البضاعة من موزع المصنع الأصلي، الذي اعتاد أن يشتري منه منتجات هذا المصنع⁽¹⁾.

المبحث الثالث: صور أخرى لجرائم واقعة على العلامة التجارية

سننتظر من خلال هذا المبحث إلى صورتين من جرائم الاعتداء على العلامة التجارية وعليه سنحاول التفصيل في جريمة الادعاء بتسجيل علامة تجارية من خلال (المطلب الأول) وجريمة بيع بضاعة تحمل علامة مزورة ومقلدة أو عرضها للبيع أو التداول بها أو حيازتها بقصد البيع في (المطلب الثاني).

المطلب الأول: الادعاء بتسجيل علامة تجارية

قد تناولت تشريعات العلامة التجارية هذه الجريمة كإحدى صور الاعتداء على العلامات التجارية وحددت الجزاء على اقتراها وسنتناول في هذا المطلب توضيحات في (الفرع الأول) وتبيان أركانها في (الفرع الثاني).

الفرع الأول: تعريف جريمة الاعتداء بتسجيل علامة تجارية

يفترض في هذه الجريمة أن يتقدم الشخص صاحب علامة تجارية غير مسجلة بوضع بيان على العلامة يقصد به توليد اعتماد لدى الآخرين بأن هذه العلامة مسجلة، لدى الجهات المختصة مما يدعوا الآخرين إلى الإقبال على هذه البضائع معتقدين بسبب وجود بيان بأنها مسجلة.

وقد تناولها المشرع الجزائري من خلال المادة 26 من الأمر 06/03 السابق الذكر، وكذلك المادة 04 من نفس الأمر والمادة 3⁽²⁾ ذلك.

الفرع الثاني: أركان جريمة الادعاء بتسجيل علامة تجارية

من خلال هذا المطلب نتطرق إلى الركن المادي والمعنوي لهذه الجريمة.

¹ - عرار نجيب خريس: المرجع نفسه، ص 87.

² - حسام أبو حجر: المرجع السابق، ص 41.

أولاً: الركن المادي:

بحيث يقوم شخص يملك علامة غير مسجلة بوضع بيان غير صحيح يقيد المستهلك العادي، بأن هذه العلامة مسجلة ولا فرق في ذلك باستخدام أية ألفاظ سواء كانت صريحة أو ضمنية ما دامت تدل على وقوع التسجيل لتلك العلامة⁽¹⁾.

ثانياً: الركن المعنوي

يشترط في الركن المعنوي لهذه الجريمة توافر سوء النية لدى مرتكبيها وقد أوضح المشرع الأردني القصد الجنائي من خلال المادة 33 فقرة 1 من قانون العلامات التجارية الأردني بقوله: "على اعتبار أنها مسجلة مع أنها غير مسجلة"

فمن العبارة السابقة نستنتج أن المشرع اشترط القصد الخاص في هذه الجريمة من خلال عبارة على اعتبار أما عن موقف المشرع الجزائري فقد نص عليها من خلال المواد 33 و 34 من الأمر 06/03 وذلك عن طريق منح استعمال العلامة إلا بعد تسجيلها لأنه لا ينص على وجوب توافر القصد الجنائي إذا التقى بالركن المادي لقيام الجريمة وذلك من خلال المادة 33 بقولها: "يعاقب بالحبس" والذين وضعوا على سلعهم أو خدماتهم علامة لم تسجل أو مراعات بطلب تسجيلها وفقاً للمادة 04 من الأمر مع مراعات الأحكام الانتقالية المنصوص عليها في هذا الأمر.

المطلب الثاني: جريمة بيع بضاعة تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو عرضها للبيع أو التداول أو حيازتها بقصد البيع

لدراسة هذه الجريمة قد قسمنا هذا المطلب إلى فرعين تناولنا في (الفرع الأول) تعريف الجريمة و(الفرع الثاني) أركانها.

الفرع الأول: تعريف جريمة بيع بضاعة تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو عرضها للبيع أو التداول أو حيازتها بقصد البيع

يعد مرتكباً لهذه الجريمة كل من باع بضاعة استعملت لها علامة تجارية مزورة أو عرضها للبيع أو اقتناؤها بقصد البيع أو لأية غاية من غايات التجارة أو الصناعة وكان لديه علم مسبق بذلك، لذا يشترط لقيام هذه الجريمة توافر عنصر مادي وآخر معنوي⁽²⁾.

¹ - ناصر عبد الحليم السلامة: الحماية الجزائرية للعلامة التجارية، دراسة تحليلية لأحدث التشريعات العربية والأجنبية،

الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، سنة 2008، ص 347.

² - صلاح زين الدين: المرجع السابق، ص 262.

الفرع الثاني: أركان جريمة بيع بضاعة تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو عرضها للبيع أو التداول أو حيازتها بقصد البيع
أولاً: الركن المادي

الركن المادي في هذه الجريمة يتمثل في بيع البضائع استعملت لها علامة تجارية مزورة أو مقلدة أو عرضها للبيع أو إحراز ما يقصد للبيع أو أية غاية أخرى من غايات التجارة والصناعة²، ومن خلال هذا التعريف استنتجنا عدة صور لهذا الركن أبرزها.

صورة بيع بضائع تحمل علامة تجارية مزورة أو مقلدة

يقصد بالبيع هنا، البيع العام الذي يلتزم من خلاله البائع بنقل للمشتري ملكية شيء أو حقا ماليا آخر في مقابل ثمن معين، لذلك فهو يشمل جميع أنواع عقود البيع سواء الإحتيادية أو الإجبارية.

ولقيام هذه الصورة نفترض وجود بضائع تحمل علامة مزورة أو مقلدة، ثم يقوم المتهم ببيع تلك البضائع ويعتبر من قام بفعل البيع مرتكبا لهذه الجريمة سواء حقق من وراء ذلك ربحا أو لحقته خسارة وحتى لو حدة البيع مرة واحدة ويقع الجرم وحده على البائع دون المشتري، إلى إذا قام المشتري بإعادة بيع تلك البضائع وهو يعلم بحقيقتها بأنها تحمل علامة مزورة أو مقلد.

صورة عرض بضائع تحمل علامة مزورة أو مقلدة للبيع أو إحرازها بقصد البيع

يقصد بواقعة عرض بضاعة، وهي واقعة مادية تستخلص من ظروف الحال، يعد عرضا للبيع وضع البضاعة في محل تجاريا أو في أي مكان مفتوح للتجارة ومعد لتقديم الأشياء القابلة للاستهلاك إلى المستهلكين، كما يعد عرضا واقعة إدخال بضاعة في مدة ما إذا فضل هذا الادخار من تاجر أو لحساب تاجر ويكون العرض عن طريق وضع بضائع في واجهة المحل التجاري أو في داخله أو على رخصه أو مجرد إرسال عينات أو نشرات من هذه البضائع وسواء كان الحائز مالك لهذه البضائع أو غير مالك لأن الاعتداء على العلامة يكون من مالك البضائع أو من غيره وإن كان ذلك من أجل بيعها أو مجرد العرض ولأية غاية أخرى من غايات التجارة أو الصناعة.

ثانياً: الركن المعنوي

يتمثل الركن المعنوي في هذه الجريمة "بقصد الاحتيال" إذا يلزم لقيامها توفر نية

الاحتيال للمتهم فمثلاً:

امتناع المتهم عن تقديم الدفاتر التجارية أو وجود قيود صورية أو امتناعه عن ذكر مصدر تلك البضائع أو ذكر مصدر صوري لها كما أن البائع يقوم ببيع تلك البضاعة بأثمان منخفضة عن البضائع التي تحمل نفس العلامة الأصلية⁽¹⁾.

خلاصة القول في هذا الفصل هي أن العلامة التجارية تتمتع بحماية قانونية مدنية منها جزائية إذ أن التعدي عليها يشكل جريمة يعاقب عليها القانون ويعطي لمالك العلامة الحق في المطالبة بالتعويض عن الأضرار التي أصابته نتيجة ذلك التعدي، كما يستنتج من خلال دراستنا لهذا الفصل المخصص للجرائم الواقعة على العلامة التجارية إلا بتوفر أركان أي الركن المادي المعنوي لقيامها، كما أن نوعية الجريمة أصبحت تتطور مع التطور التكنولوجي والمعلوماتي.

¹ - صلاح زين الدين: المرجع السابق، ص 263.

الفصل الأول

الفصل الثاني: الحماية القانونية للعلامة التجارية

تتمتع العلامة التجارية المسجلة بالحماية القانونية المدنية منها والجزائية، فالمدنية وفقا للقواعد العامة في المسؤولية هي حماية مقررة لكافة الحقوق، وقد كفلتها التشريعات المختلفة، وتقوم هذه المسؤولية على أساس النظرة القانونية الفائلة بأن كل أضرار بالغير يلزم فاعله بضمان الضرر، ويكون ذلك من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة في حالة المنافسة غير المشروعة.

وتدور الحماية الجزائية للعلامة التجارية وجودا وعدما مع التسجيل فإن تم التسجيل قامت الحماية الجزائية، وإن انعدم التسجيل انعدمت الحماية الجزائية، وتتفق قوانين في اشتراط تسجيل العلامة التجارية لكي تتمتع بالحماية الجزائية.

إن التعدي على العلامة التجارية المسجلة، يشكل جريمة يعاقب عليها القانون ومحاربة التعدي عليها لم يقف عند الحدود الإقليمية لكل دولة، ولم تبقى حكرا على التشريعات الوطنية، بل تم ابرام اتفاقيات دولية بهذا الصدد بحيث تسمو فوق القوانين الوطنية للدول الأعضاء فيها ولا يجوز لأن تتعارض قوانين الدول الأعضاء مع ما تتضمنه الاتفاقيات الدولية.

وسنتناول في هذا الفصل مسألة الحماية القانونية للعلامة التجارية، موزعين ذلك على المباحث

التالية:

المبحث الأول وقد خصصناه للحماية المدنية للعلامة التجارية وفي **المبحث الثاني** الحماية الجزائية لها وقد خصصنا المبحث الثالث للحماية الدولية للعلامة التجارية.

المبحث الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

لقد كفل المشرع الجزائري لصاحب العلامة التجارية الحماية المدنية، بحيث يحق لكل من وقع تعدي على حقه في العلامة التجارية أن يرفع دعوى تعويض تأسيسا على المنافسة غير المشروعة⁽¹⁾ التي تتبع دائما الفعل الذي يكيف أنه تقليد أو محاولة تقليد، وذلك للحصول على تعويض على ما لحقه من ضرر من جراء تقليد العلامة أو تشبيهها، ونشير إلى أن هذا النوع من الحماية لا يشترط فيه تسجيل العلامة.

المطلب الأول: قيام دعوى المنافسة غير المشروعة

يشترط لقبول دعوى المنافسة غير المشروعة وجوب توافر ثلاثة أركان: الخطأ، الضرر والعلاقة السببية بينهما.

الفرع الأول: ركن الخطأ.

ويتمثل في فعل المنافسة غير المشروعة ويتضمن: **عنصرا ماديا** وهو الوسيلة غير المشروعة أي غير المتوافقة مع الأعراف التجارية والأخلاقية وحسن التعامل بين التجار و**عنصرا معنويا** يستند إلى السيطرة على السوق التجارية والاستئثار بالزبائن أحيانا⁽²⁾. ويرمي المنافس بعمله إلى إحداث اللبس والخلط بين تجارته وتجاره غيره، لذلك فإن العمل الضار يكون متصلا بممارسة التجارة ويرتكب الخطأ في إطار المنافسة، ولا يهم أن يكون هذا الأخير عمديا أو غير عمديا، فيعتبر المنافس سيء النية حتى ولو لم يقصد الإضرار بصاحب الحق في العلامة، كما لو كان يقصد الحصول على الأرباح أو ترويج بضاعته. ونشير إلى أنه لا نكون أمام منافسة غير مشروعة إذا كانت البضاعة التي يتاجر فيها المنافس تختلف عن بضاعة صاحب العلامة، غير أنه متى كانت العلامة مشهورة عالميا فلا يمكن التوقف أمام نفس الصنف من السلع للقول بوجود منافسة غير مشروعة.

¹- تنص المادة 28 من الأمر 03-06 على أنه: "لصاحب تسجيل العلامة الحق في رفع دعوى قضائية ضد كل شخص ارتكب أو يرتكب تقليدا للعلامة المسجلة و يستعمل نفس الحق اتجاه كل شخص ارتكب أو يرتكب أعمالا توحي بأن تقليدا سيرتكب".

²- نعيم مغرب: الماركات الصناعية والتجارية، دراسة في القانون المقارن، الطبعة الأولى، 2005، ص199.

الفرع الثاني: ركن الضرر.

لا يكفي لدعوى المنافسة غير المشروعة ركن الخطأ وإنما يجب أن يترتب عن الخطأ ضرر يصيب المدعي⁽¹⁾، لذلك يتعين عليه إثبات هذا الضرر كإثباته تحول الزبائن عن منتجاته أو خدماته وانصرافهم عنها.

ويشترط عموماً في الضرر أن يكون محققاً، أما إذا كان محتملاً فإن المحكمة لا تحكم بالتعويض كما يشترط كذلك أن يكون الضرر مباشراً ويشمل الخسارة التي لحقت بالمضروب والكسب الذي فاتته.

الفرع الثالث: علاقة السببية.

ونعني بها وجوب وجود علاقة مباشرة بين الخطأ الذي ارتكبه المسؤول وبين الضرر الذي وقع بالشخص، ومن ثم لا يكون الشخص مسؤولاً عن أعمال إذا أثبت أن الضرر قد نشأ عن سبب أجنبي لا يد له فيه، وللمدعي إثبات أركان هذه الدعوى بكافة طرق الإثبات بما في ذلك البيئة والقرائن طالما أن الأمر يتعلق بوقائع مادية وإذا أثبت صاحب العلامة أن تقليداً قد ارتكب فإن الجهة القضائية المختصة تقضي بالعقوبات المدنية.

كما يجوز رفع الدعوى المدنية من الغير بحيث تقضي المادة 31 من الأمر 03-06 أنه: "عدا في حالة النص بالعكس في عقد الترخيص يمكن للمستفيد من حق استئثار في استغلال علامة أن يرفع بعد الإعذار دعوى التقليد إذا لم يمارس المالك هذا الحق بنفسه"، وإذا تعدد الأشخاص المتضررين حق لكل واحد منهم أن يقيم الدعوى منفرداً لكنه لا يحصل على تعويض إلا إذا لحق به ضرر شخصي. هذا وتربط الجهة القضائية المختصة المتابعة المدنية بوضع كفالة لضمان تعويض مالك العلامة أو صاحب حق الاستئثار بالاستغلال، وتقضي المحكمة متى اقتنعت بأدلة الإثبات بإصلاح الضرر المادي الذي أصاب المضروب عن طريق التعويض النقدي وإن استمر المحكوم عليه في القيام بأعمال المنافسة غير المشروعة فإن ذلك يعد خطأ جديداً ويجوز رفع دعوى جديدة بناء على ذلك.

¹ - إلا أن الأمر غير ذلك في فرنسا فقد ظهر تياران لتفسير الأضرار من دعوى المنافسة غير المشروعة. التيار الأول: يعتبر عنصر الضرر ضرورياً و لازماً لتقديم دعوى لمنافسة غير المشروعة. سواء كان الضرر حاصلًا فعلاً أو مستقبلاً. المهم أن يكون أكيداً. التيار الثاني: لا يشترط حصول الضرر لقبول دعوى المنافسة غير المشروعة بل يكفي القيام بأعمال المنافسة.

وقد تقضي المحكمة بإزالة الوضع غير المشروع وإعادة الشيء إلى أصله، ومادام أن الأمر يتعلق بعلامة تجارية مقلدة فإن المحكمة تأمر المدعى عليه بالامتناع عن استعمالها وتحكم عادة بالغرامة التهديدية عن كل يوم تأخير⁽¹⁾.

وكخلاصة نشير إلى أنه وبصفة عامة إذا رفعت دعوى التقليد الجزائية ثم تبين أن الأفعال موضوع الدعوى لا تكون جريمة ولا تدخل تحت معنى التقليد الجزائي وأنها مجرد منافسة غير مشروعة أي خطأ مدني فلا يجوز للمحكمة الجزائية أن تقضي في موضوع الدعوى المدنية أمام القضاء الجزائي وإنما تقضي بعدم قبولها إلا أن هذا الحكم لا يمنع من رفع دعوى أخرى مدنية على أساس المنافسة غير المشروعة ولا محل هنا للاحتجاج بحجية الأمر المقضي لأن الدعويين يختلفان في السبب.

المطلب الثاني: آثار رفع دعوى المنافسة غير المشروعة.

يقر القضاء لمن يتعرض لأحد أعمال المنافسة غير المشروعة أن يلجأ لحمايته وذلك برفع دعوى أمام القضاء كما سبق وأن بينا وإذا تحقق واقتنع من أدلة الإثبات المقدمة ومتى توفرت شروط دعوى عدم المشروعية في المنافسة فله أن يقضي على المرتكب للفعل غير المشروع بوقف أعمال الاستثمار فيه، وهذا ما سنتعرض له من خلال ما يأتي:

الفرع الأول: إزالة الفعل الضار(وقف الأعمال).

لكي لا يستمر الضرر وجب إيقاف المنافسة غير المشروعة حيث يجوز للمحكمة أن تأمر بوقف أعمال المنافسة غير المشروعة ومنع وقوع الضرر في المستقبل، بمعنى آخر إلزام المدعى عليه باتخاذ التدابير اللازمة لإزالة آثار عمل المنافسة غير المشروعة ومثال ذلك منع استعمال علامة أو إتلافه أو إجراء تعديل ومنع كل ما من شأنه خلق التباس، وهذا الجزاء يمكن إيقاف حتى ولو انعدم الضرر فهو جزاء ذو طابع وقائي، أكثر منه جزائي يحكم به حتى في حالة الضرر الاحتمالي⁽²⁾.

الفرع الثاني: الحكم بالتعويض.

إذا توافرت شروط دعوى المنافسة غير المشروعة واتضح للمحكمة وقوع الأعمال غير المشروعة، قضت بالتعويض لمن أصيب بالضرر وطبقا للقواعد العامة يقوم القاضي بتعيين طريقة التعويض تبعا

¹ - تنص المادة 30 من الأمر 03-06 أنه: "يمكن للمدعى عليه في كل دعوى من الدعاوى المنصوص عليها في هذا الباب أن يطلب ضمن نفس الإجراء إبطال أو إلغاء تسجيل العلامة وتطبيق في هذه الحالة أحكام المادتين 20، 21 من هذا الأمر".

² - نادية فضيل: القانون التجاري الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1987، ص 196.

لظروف القضية ويكون التعويض عادة نقديا، فله أن يحكم بمبلغ جزافي لتعويض الضرر، غير أنه يمكن أن يتمثل التعويض في إزالة الوضع القائم كان يطلق التاجر على محله اسما تجاريا خاصا بمحل آخر، فيعتبر ذلك عملا غير مشروع وتلتزم المحكمة بإزالة الاسم الذي ترتب عليه استعمال ضرار للمدعي التاجر، وفي هذا المجال تكون للمحكمة سلطة تقديرية.

إذن يمكن أن تقوم بتعديل الاسم عن طريق إضافة اسم آخر يميزه عن المحل المنافس حتى يزيل اللبس من الاسمين أو تزيل الاسم تماما، أما إذا استمرت أعمال المنافسة غير المشروعة بعد الحكم بالتعويض، ففي هذه الحالة يعتبر ذلك خطأ جديدا ينشأ عنه ضرر مستقبلي يجوز التعويض عنه بدعوى مستقلة⁽¹⁾.

المبحث الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية.

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

المطلب الأول: الجهات والاختصاص القضائي.

سبق القول أن المشرع الجزائري قد حدد بعض الأفعال التي تعتبر اعتداء على ملكية العلامة التجارية، وتعد جرائم يعاقب عليها القانون، لذا يقتضي الأمر البحث في المحكمة المختصة في حال توافر أحد الأفعال السابقة، كما منح القانون حق رفع دعوى التقليد لأشخاص معينة للدفاع عن ملكية العلامة التجارية، وكذلك الجهات القضائية المختصة نوعيا ومحليا بذلك.

الفرع الأول: الجهات التي تملك الحق في رفع دعوى التقليد.

لكي تتمتع العلامة التجارية بالحماية الجزائية لابد من توافر شرط هام، وهو تسجيل العلامة لأن بتوافر هذا الشرط تقوم الحماية الجزائية للعلامة التجارية.

كما أنه لا يقتضي العقاب بوقوع الاعتداء على الحق في ملكية العلامة لعدم حصول مرتكب الفعل على الكسب أو الربح لأنه تتم معاقبته سواء حقق ربحا أم لحقته خسارة.

¹ - نادية فضيل: المرجع السابق، ص 197.

وباعتبار التسجيل مرتبط أساسا لتمتع العلامة التجارية بالحماية الجزائية يحق لصاحب العلامة مباشرة دعوى التقليد، وبما أن النيابة العامة ممثلة الحق العام فإن حماية المصلحة العامة تجيز لها دفع هذه الدعوى.

أولاً: صاحب العلامة التجارية.

يحق لصاحب العلامة التجارية دون سواه رفع دعوى جزائية لحماية حقه في ملكية العلامة، وهذا عكس دعوى المنافسة غير المشروعة، إذ يجوز لأي شخص له حق في علامة تجارية حتى وإن لم يكن المالك الأصلي لها أن يرفعها⁽¹⁾.

ويستفيد صاحب العلامة التجارية من الحماية في فترة سريان التسجيل، وذلك لمدة عشر سنوات (10 سنوات)، أما إذا تم الاعتداء على ملكية العلامة وقت انقضاء الحق فيها، فلا يعد اعتداء، لكن يمكن لهذا الأخير أن يستفيد بحماية مؤقتة بعد انقضاء آثار تلك العلامة، وتتمثل هذه المدة في ستة أشهر (06 أشهر) الموالية لتاريخ انقطاع آثار هذه العلامة.

تجدر الإشارة إلى أنه يمكن لصاحب العلامة التجارية أن يتمتع بحق رفعه لدعويين معا، الأولى: تتمثل في دعوى التقليد، والثانية في الدعوى المدنية للمطالبة بالتعويض، ويكون ذلك أمام المحكمة المختصة بدعوى التقليد أو ترفع كل دعوى مستقلة عن الأخرى.

ثانياً: النيابة العامة.

منح القانون سلطة لقضاة النيابة العامة بصفتها ممثلة للمجتمع لحماية النظام العام ومتابعة كل من ينتهك القوانين، بتحريك ومباشرة الدعوى العمومية.

ويجوز للنيابة العامة ممارسة صلاحيات تحريك الدعوى متى تبين لها ذلك ضروريا لتحقيق حماية للمجتمع أو تعلق الأمر بالنظام العام الاقتصادي.

كما حدد القانون أيضا أشخاص آخرين يمكن لهم تحريك الدعوى العمومية طبقا للشروط المحددة في القانون، ومن بين هؤلاء الطرف الذي أصابه الضرر من فعل جنائي منسوب للفاعل، وفي هذه الحالة يكون صاحب العلامة، إلا أن مباشرة الدعوى العمومية وممارستها من صلاحيات النيابة العامة وحدها بالنسبة للدعوى التي تحركها وهي وفقا لما يخول لها القانون، أو تلك التي يحركها أشخاص آخرون⁽²⁾.

¹ – Vivant Michel, les creations immaterielles et le droit, Ellipses, 1997, p 106.

² – حمادي زبير: المرجع السابق، ص 210.

وهكذا نجد إلى أنه إلى جانب صاحب العلامة التجارية يمكن لوكيل الجمهورية أن يباشر دعوى التقليد كلما توفرت أركانها وتكاملت أوصافها، وهذا ما تظهره الناحية العملية، حيث تتدخل النيابة العامة سواء كطرف منظم في النزاع إلى جانب المدعي أو كخصم فيه⁽¹⁾.

ثالثا: المتنازل أو المرخص له كليا.

يقصد به كل شخص يريد انتاج منتج مماثل للمنتج الأصلي ونفس التركيبة والمواصفات أن يطلب تصريح بإنتاج ذلك المنتج تحت نفس التسمية، وعليه نفس العلامة الأصلية من عند الشركة الأم كأن تقوم شركة **كوكاكولا** الأم بالسماح بإنتاج علامتها تحت نفس الاسم والمنتج في بلد ما من قبل شركة أخت، وبالنسبة لفرنسا فلم يكن المرخص له يتمتع بحق مباشرة الدعوى العمومية في ظل قانون **1969/12/31** المتعلق بالعلامات، لأنه مكفول لصاحب العلامة، لكن يلاحظ أنه بموجب تقنين الملكية الفكرية الفرنسي فقد تم العدول عن ذلك ونص صراحة على إمكانية المرخص له باستغلال العلامة بمباشرة الدعوى العمومية من أجل اصلاح الضرر الذي لحق به.

أما التشريع الجزائري فيتم التنازل الكلي بموجب عقد مبرم بين صاحب العلامة والشخص المتنازل وبذلك يجوز له طبقا لذلك استعمال جميع الوسائل لحمايته من أي اعتداء وقع على العلامة لأنه يصبح هو المستفيد الأول والأخير والمادة التي تنص على حق التنازل هي المادة **09** من الأمر **03-06** " يخول تسجيل العلامة لصاحبها حق ملكيتها على السلع والخدمات التي يعينها لها " وكذا بقولها "... ومنح رخص الاستعمال و...".

رابعا: تحريك الدعوى الجزائية في جرائم العلامات التجارية من طرف المستهلك

إذا كان قانون العقوبات يهدف إلى حماية القواعد التي يرى المشرع ضرورتها في حسن سير المجتمع كله يفرض جزاءات رادعة إذا تم مخالفة ومدة القواعد فإن أهمية الحاجة إليه تزداد وبخاصة في الوقت الراهن الذي أدت فيه الظروف الاقتصادية والسياسية والاجتماعية إلى ظهور بعض الجرائم التي تضر المستهلك وبالذات في المواد الغذائية والمنتجات والأدوية الطبية في أي مرحلة من مراحل الإنتاج حيث تدخلت الدولة بتشريعاتها من أجل ضمان سلامة المستهلك حيث فرضت قواعد تشريعية وتنظيمية مختلفة لتوفير أفضل الشروط التي تكفل للمستهلك سلامة رضاه وحرية إرادته فنجد أن المشرع الجزائري نص على بعض الجرائم التي ترتكب من قبل التجار في قانون العقوبات والتي تنصب على خداع

¹ - جديدي معراج: الوجيز في الإجراءات الجزائية، دار النشر، الجزائر، 2000، ص 19.

المستهلك بالطرق الاحتمالية والغش سواء الغلط في المقدار والميزان أو الكيل، وبواسطة بيانات عادية على العلامة التجارية وذلك من الكتاب الثالث من قانون العقوبات الجزائري⁽¹⁾.

إن يحق للمستهلك أي الطرف المضرور أن يحرك الدعوى الجزائرية للمطالبة بوقف التعدي على العلامات التجارية التي تؤدي إلى انخداعه مما يمس بدمته، المالية والجسدية وذلك حسب نص المادة 1 فقرة 2 من قانون الإجراءات الجزائرية⁽²⁾.

الفرع الثاني: الجهات القضائية المختصة

تكمن أهمية الاختصاص بتبيان المحكمة المختصة التي تتمتع بصلاحيية التحقيق والحكم بمقتضى القانون في دعوى التقليد، لذا سنحاول تحديد المحكمة القضائية المختصة نوعيا وإقليميا للفصل في دعوى التقليد.

أولاً: المحكمة المختصة نوعيا

لقد سبق القول أن المشرع الجزائري قد بسط التنظيم القضائي وذلك بجعل المحاكم ذات اختصاص عام في النظر في جميع المنازعات باستثناء ما ينص عليه بنص خاص، وفيما يخص المواد الجزائرية فإن المحكمة تختص بالنظر في الجرح والمخالفات.

حيث ترفع إلى المحاكم الدعوى المدنية المتعلقة بالعلامات وفي حالة دعوى جنائية تبت المحكمة المختصة في الاستثناء المتعلق بملكية العلامة، وهكذا يحق لكل محكمة أن تنظر في دعوى التقليد دون تحديد محكمة مختصة نوعيا.

ثانياً: المحكمة المختصة محليا

بعدها رأينا أن جميع المحاكم مختصة للنظر في دعوى التقليد يأتي دور قواعد الاختصاص المحلي لتحديد محكمة معينة يمكن أن ترفع إليها الدعوى، وتكمن أهمية هذا الاختصاص في انتشار المحاكم ذات الدرجة الواحدة، إلا أنه عكس قواعد الاختصاص المحلي في المواد المدنية التي لا تعد من النظام العام، فإنها من النظام العام بالنسبة للمواد الجزائرية.

¹ - المواد من 429 - 439 من قانون العقوبات، الأمر رقم 66/156 المؤرخ في 8/6/1966، المتضمن قانون العقوبات المعدل بالأمر رقم 04/15 المؤرخ في 10/11/2004، الجريدة الرسمية لسنة 2004، المعدل بموجب الأمر رقم 23/06 المؤرخ في 20/12/2006.

² - المادة 1 من قانون العقوبات الجزائري، الجريدة الرسمية لسنة 2004.

وأمام تعدد المحاكم من جهة، واعتبار الاختصاص المحلي من النظام العام من جهة أخرى، بعد تحديد المحكمة المختصة من بين باقي المحاكم أمر ضروري يجب القيام به لمباشرة الإجراءات أمامها⁽¹⁾.

إذن ينعقد الاختصاص الإقليمي في الجزائر بالنسبة للعلامة التجارية حسب القواعد العامة المنصوص عليها بموجب نص المادة 329 من قانون الإجراءات الجزائية الذي تبين المحكمة المختصة، حيث أننا في الأمر 06-03 قلنا بأنه نص على جريمة واحدة هي جريمة التقليد، حيث قام المشرع بأنها جنحة وذلك حسب نص المادة 26 من القانون 06-03⁽²⁾ فإن المحكمة المختصة هي محكمة محل الجريمة ومحل إقامة أحد المتهمين أو شركائهم أو محل القبض عليهم ولو كان القبض عليهم لسبب آخر، أو مكان التنفيذ أو التقليد أو الاستعمال أو الاستغلال.

المطلب الثاني: المسؤولية الجزائية

يترتب على المساس بالعلامة التجارية عقوبات أصلية وتكميلية وتدابير أمن نص عليها الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات وقانون العقوبات.

الفرع الأول: العقوبات الأصلية

نصت المادة 32 من الأمر 06-03 على أن: " كل شخص ارتكب جنحة التقليد يعاقب بالحبس من 6 أشهر إلى سنتين وغرامة من 2500000 دج إلى 10000000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين". ويتضح من هذه المادة أنه يمكن للقاضي أن يطبق عقوبة الحبس وحدها أو عقوبة الغرامة لوحدها، أو يطبقهما معا حسب ظروف كل جريمة.

أما فيما يتعلق بالغش في البيع والتدليس في المواد الغذائية والطبية فتعاقب عليها المادة 429 من قانون العقوبات بالحبس من شهرين إلى 3 سنوات وغرامة من 2000 دج إلى 20000 دج. وقد خصت المادة 33 من الأمر 06-03 بالعقاب، الجرائم التي لا تعد تقليدا ويتعلق الأمر بمخالفة أحكام المادتين 03-04 من نفس الأمر، فقررت لها عقوبة الحبس من شهر إلى سنة وغرامة من 50000 دج إلى 2000000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين.

¹ - حمادي زبير: المرجع السابق، ص 205.

² - نصت المادة 26 على أنه: " مع مراعاة أحكام المادة 10 أعلاه، تعد جنحة التقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة.

- يعد التقليد جريمة يعاقب عليها بالعقوبات المحددة في المواد 27 إلى 33 أدناه".

ولا يقع الإشكال في تطبيق المادة 33 من الأمر 03-06 إنما في المادة 32 منه، وذلك أن هذه الأخيرة نصت في صلبها على تطبيق العقوبة المقررة فيها دون الإخلال بأحكام الأمر 66-156 المتضمن قانون العقوبات، ويتعلق الأمر بنص المادة 429 والتي جاءت بألفاظ عامة على نحو تشتمل معه جريمة التقليد، فما هو النص الواجب التطبيق إذا؟

طالما أن النص الأحدث والأخص هو الأمر 03-06 فإن هذا الأخير هو النص الواجب تطبيقه ويتعين على القاضي أن يتقيد فيما ورد فيه من عقوبات.

الفرع الثاني: العقوبات التكميلية

وتتصرف في:

أولاً: المصادرة: تعرف المصادرة بأنها تملك الدولة أشياء مضبوطة ذات صلة بالجريمة جبرا صاحبها و بغير مقابل.

كما تعرف بأنها نزع ملكية هذه الأدوات والأجهزة والبضاعة من الشخص الذي وجدت بحيازته وتصبح ملكا للدولة إذا كانت حيازته لها غير مشروعة⁽¹⁾.

والمصادرة كما عرفتها المادة 15 من قانون العقوبات هي الأيلولة النهائية إلى الدولة لمال معين أو أكثر، وتتصب المصادرة وفقا لنص المادة 32-3 على الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة، ويشترط في المصادرة ثلاثة شروط هي:

* ألا تشمل الأموال الواردة في المادة 15.

* ألا تشمل الأشياء المملوكة للغير ما لم ينص القانون صراحة على غير ذلك.

* أن تأمر به المحكمة.

والأصل أن تكون المصادرة مسبقة بالحجز فتأتي بعده لنتيجه، ويحكم بالمصادرة حتى ولو صدر الحكم بالبراءة، وفي هذا الصدد أمرت محكمة الجزائر -القسم الجزائي- في 17/07/1967 وطبقا للمادة 35 من الأمر 57/66 بمصادرة منتجات BANITA وإتلاف رسوم ونماذج هذه العلامة.

ثانياً: الإتلاف

المقصود بالإتلاف هو القضاء على صفة البضائع أو الأدوات أو الآلات أو الأجهزة أو الأختام التي كانت معدة لها بحيث لها وجود أو تستطيع أن تؤدي الغاية التي كانت تؤديها قبل إتلافها وعادة ما

¹ - محمود علي رشدان: العلامات التجارية، دار الميسرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2009، ص 153.

يكون ذلك بحرقها أو تحصيلهما وقد يكون بتحويلها إلى أغراض أخرى غير تجارية التي كانت معدة في السابق، كما أنه يجوز للمحكمة التصرف فيها لأغراض غير تجارية كما لو استعملت كأسمدة أو أعلاف أو التبرع بها إلى جهات رسمية خيرية إذا أمكن ذلك⁽¹⁾.

وهو ما نصت عليه المادة 32-3 والحكم بإتلاف الأشياء محل المخالفة أمر متروك لسلطة المحكمة التقديرية فهو أمر جوازي وليس إلزامي.

1/ النشر:

إن المشرع الجزائري لم ينص في الأمر 03-06 على عقوبة النشر كما أشار إليها صراحة في المادة 34-2 من الأمر 57/66 الملغى والتي كانت تنص على جواز الحكم بإلصاق نص الحكم في الأماكن التي تحددها وينشره بتمامه أو بتلخيص في الجرائد التي تعينها وذلك على نفقة المحكوم عليه، وأمام سكوت النص فإنه يتم في هذه الحالة الرجوع إلى القواعد العامة في قانون العقوبات وبالتحديد إلى المواد من 9 إلى 18 المعدلتان بموجب المادتين 03-9 من القانون رقم 06-23 المؤرخ في 2006/12/2.

2/ تدابير الأمن:

يقصد بتدابير الأمن مجموعة الإجراءات التي يصدرها القاضي لمواجهة الخطورة الإجرامية الكامنة في شخص مرتكب الجريمة بغرض تخليصه منها. وتخضع تدابير الأمن مثلها مثل العقوبة إلى مبدأ الشرعية حيث تنص المادة الأولى من قانون العقوبات من أنه: "لا عقوبة ولا تدابير أمن بغير قانون" وتبعاً لذلك فقد نص المشرع في المادة 32-1 من الأمر 03-06 على عقوبة الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة كتدابير أمن يطبق في حق كل شخص ارتكب جنحة التقليد.

المبحث الثالث: الحماية الدولية للعلامة التجارية

إن الطابع العالمي للعلامة التجارية جعل حمايتها في إطار الحدود الوطنية غير كاف، لذلك كان لا بد من إيجاد حماية واسعة تتجاوز الحدود الإقليمية، وتمكن صاحب الحق من المحافظة على حقوقه، والتمتع بها في كل مكان تستغل فيه علامته.

ولعل أهم وسيلة للحماية الدولية هي الاتفاقيات الدولية، والتي هي عبارة عن معاهدات تبرم بين عدة دول من أنحاء العالم، وتسمح للدول بالانضمام إليها متى استوفت شروط معينة.

¹ - عبد الله حسين الخشروم: المرجع السابق، ص 218.

كما يعتبر الانضمام إلى المعاهدات الدولية حافظاً لضمان حماية فعالة لهذه الحقوق على الصعيد الدولي وعلى هذا الأساس سنتطرق فيما يلي للقواعد المقررة للحماية الدولية للعلامة التجارية من خلال بعض أهم الاتفاقيات.

المطلب الأول: حماية العلامة التجارية في ظل اتفاقية باريس 1883

تقتصر حماية العلامة التجارية في الأصل عند حد الحماية الإقليمية وفقاً لقوانين كل دولة إلا أن ظهور العلامات المشهورة وانتقال البضائع المنتجة عبر الدول المختلفة من خلال التجارة الدولية⁽¹⁾، بعث الدول للتفكير ضمن أولوياتهم إلى إنشاء نظام عالمي لحماية حقوق الملكية الفكرية على نطاق دولي عن طريق إبرام اتفاقيات دولية خصوصاً بعد إحجام المخترعين الأجانب عن الاشتراك في المعرض الدولي للاختراعات الذي أقيم في مدينة فيينا بالنمسا ومن أبرز هذه الاتفاقيات: اتفاقية باريس المبرمة في 1883/03/20 المتعلقة بحماية الملكية الصناعية على وجه العموم، حضرته إحدى عشرة دولة، تم فيه إقرار اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية. ولقد انضمت إليها الجزائر سنة 1966 وصادقت عليها بالأمر 75-02 المؤرخ في 1975/01/06.

و تطبق اتفاقية باريس على الملكية الصناعية و التجارية بأوسع معانيها فهي تشمل حسب المادة 1 منها في فقرتها الثانية على براءات الاختراع و نماذج المنفعة و الرسوم و النماذج الصناعية والعلامات التجارية.

الفرع الأول: أهم المبادئ التي أقرتها اتفاقية باريس

تعتبر اتفاقية باريس أهم الاتفاقيات الدولية للعلامة التجارية، كونها حددت الإطار العام للحماية، والتي تهدف إلى إيجاد نظام قانوني للحماية.

تقوم الاتفاقية على مجموعة من المبادئ التي تعمل من خلالها إلى تحقيق الحماية للملكية الصناعية عامة والعلامة التجارية خاصة.

أولاً: مبدأ المعاملة الوطنية

¹ - صلاح زين الدين: (الملكية الصناعية والتجارية، براءات الاختراع، الرسوم الصناعية، النماذج الصناعية، العلامات

التجارية، البيانات التجارية)، ص ص 255 - 256.

تلتزم **اتفاقية باريس** كل دولة متعاقدة منح مواطني الدول المتعاقدة الأخرى الحماية نفسها التي تمنح لمواطنيها⁽¹⁾، وفي هذا الصدد يتمتع رعايا كل دولة من دول اتحاد باريس بالمزايا التي تمنحها قوانين تلك الدولة لمواطنيها، وهاته الامتيازات لا تشمل الامتيازات الحالية فقط وإنما الامتيازات التي سيتم الاتفاق عليها مستقبلا، أو التي يمكن الحصول عليها بموجب قوانينها الداخلية.

ولا تقتصر هذه الحماية على رعايا دول طرف في الاتفاقية فحسب، بل يستفيد منها أيضا رعايا الدول التي ليست عضو شريطة أن يكونوا يقيمون في دولة عضو في **اتفاقية باريس** أو يملكون فيها مؤسسة صناعية أو تجارية، وهذه الحماية ليست مقصورة على الشخص الطبيعي دون الشخص المعنوي إنما هي مقررة لهما معا.

واستثناء على مبدأ المعاملة الوطنية أجازت الاتفاقية للدول الأعضاء التمييز في تشريعاتها الوطنية بين رعاياها والأجانب بخصوص الإجراءات القضائية والإدارية وقواعد الاختصاص كما أجازت أيضا أن تشترط على الأجانب تحديد محل مختار داخل الدول أو تعيين وكيل لهم فيها⁽²⁾.

وتكون بذلك الاتفاقية قد قررت المساواة بين رعايا دول الإتحاد والمواطنين في جميع الدول المنضمة للاتفاقية لحماية الملكية الصناعية، ويعتبر في حكم رعايا دول الإتحاد الأشخاص المقيمون في إحدى دول الإتحاد والذين لهم فيها محلات صناعية أو تجارية حسب المادة 3 من الاتفاقية⁽³⁾.

ولا شك أن مبدأ المعاملة الوطنية له دور كبير في تدعيم حماية حقوق العلامة التجارية على المستوى الدولي، لأن الأصل أنه لكل دولة الحق في أن تقتصر الحماية على مواطنيها ولا تعترف بهذه الحقوق لغيرهم.

ثانيا: مبدأ الأسبقية

نصت على هذا المبدأ المادة الرابعة من **اتفاقية باريس** إذ أن كل من أودع في إحدى دول اتحاد باريس طلبا لتسجيل العلامة التجارية يتمتع هو أو خلفه فيما يختص بالإيداع في الدول الأخرى بحق

¹ - المادة 2 من اتفاقية باريس تنص على أنه: " يتمتع رعايا كل دولة من دول الإتحاد في جميع دول الإتحاد الأخرى بالنسبة لحماية الملكية الصناعية بالمزايا التي تمنحها حاليا أو قد تمنحها مستقبلا قوانين تلك الدول لمواطنيها وذلك دون الإخلال بالحقوق المنصوص عليها بصفة خاصة في هذه الاتفاقية، ومن ثم فيكون لهم نفس الحماية التي للمواطنين ونفس وسائل الطعن القانونية ضد أي إخلال بحقوقهم بشرط إتباع الشروط والإجراءات المفروضة على المواطنين ".
² - أنظر المادة 312 من اتفاقية باريس.

³ - محمد أنور حمادة: النظام القانوني لبراءات الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2002، ص 94 و95.

أسبقية⁽¹⁾، خلال ستة أشهر من تاريخ إيداع الطلب الأول دون احتساب يوم الإيداع، ويمتد الميعاد إلى أول يوم عمل موالي إذا كان الأخير من الميعاد يوم عطلة رسمية أو يوم لا يفتح فيه المكتب لقبول إيداع الطلبات في الدولة التي يطلب فيها الحماية⁽²⁾.

فكل إيداع له حكم الإيداع الوطني الصحيح، بمقتضى التشريع الداخلي لكل دولة من دول الاتحاد⁽³⁾ وتحظى الطلبات اللاحقة بالأولوية بالنسبة إلى الطلبات التي من المحتمل أن تكون قد قدمها أشخاص آخرون بشأن العلامة نفسها خلال المهلة المذكورة، وباستناد الطلبات اللاحقة إلى الطلب الأول فهي لا تتأثر بأي حدث خلا هذه الفترة بسبب إيداع طلب آخر أو استعمال العلامة⁽⁴⁾.
فقيام الشخص بتسجيل علامته التجارية في دولة من الدول الأعضاء في الاتفاقية يعطي لعلامته الحماية في هاته الدول.

فعلى سبيل المثال يكون لكل من أودع طلب لتسجيل علامة تجارية في فرنسا باعتبارها عضو في الاتفاقية بحق الأسبقية في تسجيل نفس العلامة في الجزائر، إذا ما أودع في الجزائر طلب الحصول على علامة مماثلة و ذلك خلال 6 أشهر من تاريخ إيداع الطلب الأول في فرنسا.
وعليه فكل من خالف ذلك يعتبر تعديا على حقوق صاحب العلامة، ولكن إذا مضت هذه المدة دون أن يقوم بتسجيلها سقط حقه في حمايتها.

ثالثا: مبدأ قبول تسجيل جميع العلامات الأجنبية المسجلة في بلدها الأصلي

ألزمت اتفاقية باريس دول الإتحاد بقبول تسجيل العلامة التجارية أو الصناعية التي سجلت في بلدها الأصلي وفقا للأوضاع القانونية بحيث تمنحها الحماية القانونية بالحالة التي هي عليها، ومنه تلتزم دول الإتحاد بقبول تسجيل العلامة التجارية متى استأنفت شروط تسجيلها بحسب قانون بلدها الأصلي وعلى هذا الأساس إذا لم يشترط قانون بلد العلامة الأصلي التحقق من الشروط الموضوعية للعلامة، فلا يجوز تبعا لذلك منع تسجيلها في دولة من دول الإتحاد.

¹ - حسام الدين الصغير: عبد الغاني الصغير: الجديد في العلامة التجارية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2004، ص05.

² - نصت المادة 06 من القانون 03-06 على أنه: "ماعدا في حالة انتهاك الحق، فإن العلامة ملك للشخص الأول الذي استوفى الشروط المحددة لصحة الإيداع أو الشخص الذي أثبت أقدم أولوية لإيداعه في مفهوم اتفاقية باريس...".

³ - يقصد بالإيداع الوطني الصحيح كل إيداع يكفي لتحديد التاريخ الذي أودع فيه الطلب في دولة ومعينة، أي كان المصير اللاحق للطالب (أنظر المادة 04 من اتفاقية باريس).

⁴ - أنظر المادة 04 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية.

غير أن المبدأ العام والذي تلتزم بموجبه جميع دول الإتحاد بقبول تسجيل أي علامة سبق تسجيلها في بلدها الأصلي فإن اتفاقية باريس قد أوردت بعض الاستثناءات والتي يمكن على أساسها رفض تسجيل العلامة التجارية في دول الإتحاد رغم تسجيلها في بلدها الأصلي، وهذه الاستثناءات هي:

الاستثناء الأول: إذا كان من شأن هذه العلامة الإخلال بحقوق مكتسبة للغير في الدولة التي تطلب الحماية، إذ يترتب على ذلك إمكانية رفض تسجيل العلامة الأجنبية في بلد معين إذا كانت مثل هذه العلامة قد سجلت بواسطة آخر في نفس البلد.

الاستثناء الثاني: إذا كانت العلامة التجارية مجردة من أي صفة مميزة أو فارقة أو كان تكوينها قاصراً على إشارات أو بيانات يمكن أن تستعمل في التجارة للدلالة على نوع المنتجات وجودتها أو كميتها أو الغرض من قيمتها أو محل منشأ المنتجات أو زمن الإنتاج.

الاستثناء الثالث: إذا كانت العلامة التجارية مخالفة للآداب أو النظام العام، إذ إن من المنفق عليه أنه لا يجوز اعتبار علامة مخالفة للنظام العام لمجرد عدم مطابقتها لأحد أحكام التشريع الخاص بالعلامات إلا إذا كان هذا الحكم يتعلق في حد ذاته بالنظام العام، وكذلك لا يجوز رفض تسجيل العلامة الصناعية أو التجارية في دول الإتحاد الأخرى لمجرد أن اختلافها مع العلامات التي تتمتع بالحماية في دولة المنشأ يقتصر على عناصر لا تغير من الصفة المميزة لها ولا تمس ذاتيتها بالشكل الذي سجلت به دولة المنشأ.

رابعاً: مبدأ استقلال العلامات

أقرت هذا المبدأ المادة 06 في فقرتها الثالثة والتي نصت على أنه: " تعتبر العلامة التي سجلت طبقاً للقانون في إحدى دول الإتحاد مستقلة عن العلامات التي سجلت في دول الإتحاد الأخرى بما في ذلك دول المنشأ"

نستنتج من هذا أنه إذا تم تسجيل علامة تجارية وفق ما ينص عليه القانون في بلاده الأصلي ثم سجلت في دولة أو أكثر من دول اتحاد باريس، فتعتبر كل هذه العلامات الأصلية من تاريخ تسجيلها مستقلة عن العلامة التي سجلت في البلد الأصلي⁽¹⁾.

وعليه فإن كل علامة تجارية تم تسجيلها في أكثر من دولة تكون مستقلة تمام الاستقلال عن تلك المسجلة في دول أخرى، فإذا انتهت مدة حماية هذه العلامة في بلادها الأصلي أو في دولة أخرى من

¹ - محمود إبراهيم الوالي: المرجع السابق، ص 123.

دول الإتحاد لا يؤدي بالضرورة إلى انتهاء مدتها في دول أخرى، كما أن إلغاء أو شطب أي علامة في دولة ما لا يؤثر على صحة تسجيل العلامة في باقي الدول الأعضاء، وبالتالي لا يؤثر على حمايتها. نستنتج مما سبق أن **اتفاقية باريس** كرست الحماية الدولية للعلامة التجارية غير أنها لم تتضمن تعريفا للإشارات التي من شأنها أن تشكل علامة ولا جواز اشتراط الدول الأعضاء لسبق استعمال العلامة قبل التقدم بطلب تسجيلها مع عدم اعتبار طبيعة السلعة أو الخدمة المقدمة عليها العلامة عقبة في سبيل تسجيلها مع منح الحق للدولة العضو لتضمين قانونها ما يسمح بالمعارضة في تسجيل العلامات، كما لم تنترق لمسألة حماية العلامات المشهورة سواء في مجال السلع أو الخدمات غير المماثلة، هذه النقائص التي دفعت بالدول إلى التفكير في عقد اتفاقية ثانية وهي الاتفاقية المسماة **تريبس (trips)** .

الفرع الثاني: إجراءات الحماية في ظل اتفاقية باريس.

سبق أن أشرنا أن **اتفاقية باريس** وضعت الإطار العام للحماية تاركة لكل دولة عضو فيها تفصيلها في قوانينها الداخلية على أن تنقيد بهذا الإطار العام الوارد في الاتفاقية، باعتباره يشكل الحد الأدنى الضروري لكفالة حماية العلامة التجارية من خلال جملة من الإجراءات تتمثل في:

أولا: الإجراءات الحدودية

ورد النص عنها في **المادة 9** من **اتفاقية باريس** و يقصد بها تلك الإجراءات التي يتعين اتخاذها قبل سلع مقلدة أو مزورة عند دخولها أو عبورها الحدود الجغرافية لدولة ما، بحيث أنه يقع على عاتق كل دولة من دول الإتحاد مصادرة كل منتج مستورد يحمل بطريق غير مشروع علامة صناعية أو تجارية متى كان لهذه الأخيرة حق الحماية القانونية .

كما يقع الالتزام بالمصادرة أيضا على الدول المصدرة وهي الدول التي وضعت فيها العلامة بطريقة غير مشروعة على المنتج، في حين أن هذا الالتزام لا يقع على الدولة التي تمر عبرها فقط هذه السلع وتحصل المصادرة بناء على طلب النيابة العامة للدولة المعنية (المصدرة أو المستوردة للمنتج) أو أية سلطة مختصة أخرى أو من صاحب المصلحة سواء كان شخص طبيعي أو معنوي وفق التشريع الداخلي لكل دولة⁽¹⁾.

ثانيا: إنشاء جهة الطعن

¹ - محمود إبراهيم الوالي: المرجع السابق، ص 124.

فرضت اتفاقية باريس على الدول الأعضاء إنشاء جهة طعن قانونية ملائمة وفعالة لقمع الأعمال المنصوص عنها في المادتين 9 و10 من الاتفاقية، إلا أن ذلك لا يعني إنشاء التزام على عاتق الدولة العضو بإقامة نظام قضائي خاص بإنفاذ حقوق الملكية الصناعية غير نظامها القضائي العام لا سيما وأن وجود جهة طعن لا يخلو منها حالياً أي نظام قضائي في دولة من الدول.

المطلب الثاني: اتفاقية تريبيس (trips)

الفرع الأول: أهم المبادئ التي أقرتها اتفاقية تريبيس

إلى جانب المبادئ التي أقرتها اتفاقية باريس (السابق ذكرها) جاءت اتفاقية "تريبيس" بمبادئ أخرى والمتمثلة فيما يلي:

أولاً: مبدأ الدولة الأولى بالرعاية

تقتضي هذه المبدأ أن على الدول الأعضاء أن تمنح المنتمين للدول الأعضاء فوراً ودون أية شروط المزايا أو الحصانات أو المعاملة التفضيلية التي تمنحها للمنتمين إلى أية دولة أخرى في شأن العلامة التجارية وحمايتها⁽¹⁾ كأحد حقوق الملكية الصناعية وهذا ما تؤكد المادة 4 من الاتفاقية، وبعد هذا المبدأ مبدءاً أساسياً و إلا أصبح مبدأ المعاملة الوطنية مفرغاً من محتواه .

غير أن هذا المبدأ ترد عليه استثناءات، حيث استثنت الاتفاقية من تطبيق التزام الدولة الأولى بالرعاية أية ميزة أو تفضيل يمنحه بلد عضو، وتكون نابعة عن اتفاقيات دولية بشأن المساعدة القضائية أو إنفاذ القوانين ذات الصبغة العامة وغير المقتصرة بالذات على حماية العلامة التجارية.

كما أنها استثنت أيضاً أي ميزة تمنحها دولة عضو وتكون نابعة عن اتفاقيات دولية متعلقة بحماية الملكية الفكرية والتي أصبحت سارية المفعول قبل سريان مفعول اتفاق منظمة التجارة العالمية، شريطة إخطار مجلس الجوانب المتصلة بهذه الاتفاقية على ألا يكون هذا التمييز في جميع الأحوال تمييزاً عشوائياً أو غير مبرر ضد مواطني بلدان الأعضاء الأخرى.

ثانياً: مبدأ التعامل بالشفافية

يقع على الدول الأعضاء في الاتفاقية تبعا لهذا المبدأ الالتزام بنشر قوانينها المتعلقة بالملكية الفكرية و كذا الأحكام القضائية الصادرة بهذا الخصوص، إلى جانب أن عليها إرسال نسخة منها للدول

¹ - صلاح زين الدين: المرجع السابق، ص ص 25 26 .

الأعضاء بناء على طلبها، مع إخطار مجلس "تريبس" بهذه القوانين والأحكام القضائية بقصد المراقبة والإشراف والتأكد من مدى احترامها لأحكام الاتفاقية.

ثالثاً: مبدأ آلية الإنفاذ

مقتضاه أن تدرج الدول الأعضاء ضمن قانونها الوطني القواعد والضوابط المنصوص عنها في اتفاقية "تريبس" لضمان حقوق أصحاب العلامات التجارية كالإجراءات التحفظية والجزاءات المقررة ضد أي تعدي على الحقوق المشمولة بالحماية دون أن يؤدي ذلك إلى عرقلة التجارة. كما نصت اتفاقية "تريبس" على حق الدول في إرجاء تنفيذ أحكامها بالنسبة للبلدان الأعضاء النامية لمدة 4 سنوات زيادة على مدة السنة الممنوحة لكل الدول يضاف إليها فترة إضافية مدتها 5 سنوات ليكون المجموع 10 سنوات كاملة، وبالنسبة للبلدان الأعضاء الأقل نمواً فقد أجازت اتفاقية تريبس لها ألا تلتزم بتطبيق أحكامها فيما عدا المواد 3 و 4 و 5 منها لمدة 10 سنوات اعتباراً من تاريخ تطبيق هذه الاتفاقية.

أما بخصوص البلدان الأخرى والسائرة في طريق التحول إلى نظام اقتصاد السوق الحر ومن أجل إعداد وتنفيذ قوانين الملكية الفكرية ولوائحها التنظيمية فتستفيد من مهلة تأخير مساوية لتلك المنصوص عليها لصالح البلدان النامية الأعضاء فيها⁽¹⁾.

الفرع الثاني: إجراءات الحماية في ظل اتفاقية "تريبس"

بالرجوع إلى نصوص اتفاقية "تريبس" نجد أنها هي الأخرى قد فرضت التزاماً على عاتق الدول الأعضاء باتخاذ تدابير فعالة بوضع جزاءات سريعة وردعية لمنع التعديات بما يتناسب ونظامها القانوني على أن تأخذ بعين الاعتبار مجموعة من الضوابط الواردة في المادة 41 من بينها أن تكون إجراءات الإنفاذ عادلة ومنصفة وغير معقدة أو باهظة التكاليف وبأن تكون القرارات الصادرة في القضايا مكتوبة ومسببة ومتاح للأطراف الإطلاع عليها إلى جانب إنشاء جهة تقاضي استئنافية .

يتبين مما سبق أنه وضع لأول مرة بموجب "اتفاقية تريبس" نظام شبه متكامل ذو طبيعة قضائية لتسوية المنازعات في كافة المجالات التي تناولتها هذه الأخيرة الأمر الذي سيتضح من خلال النقاط التالية:

أولاً: الإجراءات الإدارية

¹ - صلاح زين الدين: المرجع السابق، ص 27

هي الإجراءات التي تتخذها الجهات الإدارية أو الأمنية والتي تكون إما سابقة على تدخل السلطة القضائية كضبط السلع المقلدة، أو معاصرة لها كالتحفظ وقتيا على السلع، أو موالية على تدخلها من خلال المصادرة و الإتلاف، وفي الحالتين الأخيرتين يكون تدخلها تحت إشراف القضاء .
وفي تقديرنا أن هذه الإجراءات الإدارية وما تمثله من حماية لا يكاد يخلو منها أي تشريع ينظم سلطات الضبط.

ثانيا: الحماية الحدودية

تناولتها الاتفاقية على نحو من التفصيل في المواد من 51 إلى 60 والتي تلعب فيها إدارة الجمارك دورا كبيرا إزاء تدفق السلع المقلدة عبر الحدود من خلال إعطائها صلاحية إصدار قرار عدم الإفراج على السلع مؤقتا والذي يميز فيه بين حالتين :
الحالة الأولى: حالة إن كان تدخل إدارة الجمارك بناء على طلب مكتوب من صاحب الحق في العلامة التجارية

والذي ألزمته الاتفاقية بتقديم أدلة كافية لإقناع السلطات الجمركية على وجود تعدي، وبأن يقدم وصفا للسلع المزمع وقوع التعدي عليها كما لها أن تطلب منه في المقابل دفع كفالة للحيلولة دون إساءة استخدام هذه الإجراءات.

وبناء على هذه المعطيات تصدر إدارة الجمارك قرار بوقف الإفراج على السلع على أنه يتعين على صاحب الطلب أن يقدم لها ما يثبت قيامه برفع دعوى في الموضوع في مهلة 10 أيام والتي يجوز تمديدها لنفس المدة .

الحالة الثانية: حالة أن كان التدخل تلقائيا من إدارة الجمارك

حيث أجازت الاتفاقية لهذه الأخيرة أن تطلب في أي وقت من صاحب الحق معلومات حول السلع متى تبين لها أن السلع مقلدة، شريطة أن تخطر فورا صاحب الحق بقرار الوقف .
وهذه الإجراءات تم تبنيها كاملة في ظل قرار وزير المالية الصادر في 2002/07/15 والذي يحدد كليات تطبيق المادة 22 من قانون الجمارك المتعلقة باستيراد السلع المزيفة¹.

¹ - صلاح زين الدين: المرجع السابق، ص 28.

إن الحماية الجزائية والمدنية للعلامة التجارية، كانت نتيجة التطور في الحياة الاقتصادية والتجارية التي فرضت على المشرعين عدة أفكار ومناهج لحماية مدة العلامة، حيث أن المصلحة التي يهدف المشرع إلى حمايتها من توفير الحماية المدنية والجزائية لا تقتصر على صاحب الحق في ملكية العلامة بل امتدت لتشمل حق المستهلك والنيابة العامة والمتنازل له.

وبالتالي نجد أن التشريعات العلامة التجارية أقرت جرائم وعقوبات على كل من مقدم على أي فعل منها بالإضافة إلى بعض الإجراءات التحفظية التي يمكن استعمالها لوقت التعدي على الحق وحجز الأشياء المستعملة في مدة الجريمة كما أن مدة الحماية قد توسعت دوليا وذلك بسن وإقامة اتفاقيات ومعاهدات أولية تهدف إلى حماية العلامة لما لها من دور أساسي في المعاملات التجارية والاقتصادية أوليا، ووطنيا ومن بين مدة الاتفاقيات لاتفاقية باريس، نيس، ترييس.

وفي الأخير تجدر الإشارة إلى قول بأنه لا بد من تحقق ركن التسجيل لشمول العلامة التجارية على مدة الحماية "الجزائية المدنية، الدولية".

الفصل الثاني

من خلال بحثنا هذا حاولنا التطرق إلى موضوع يمكن القول عنه من الموضوعات الحالية التي تستقطب إهتمام الحقوقيين وكذا الإقتصاديين والشركات وحتى السياسيين ذلك ان موضوعات الحقوق الفكرية من المجالات الواسعة المشتملة عن الأنواع مختلفة من المنجزات العقلية وتقسم إلى نوعين من الملكية الأولى هي حقوق الملكية الصناعية والتجارية والتي يندرج من ضمنها مجموعة من الموضوعات منها "العلامة التجارية" التي يضمن لها القانون الحماية القانونية، وعليه تعتبر لعلامات التجارية دليل مهم في التعرف على مصدر المنتجات والخدمات، كما تسهل على المستهلك التمييز بين المنتجات وتسهيل العملية التسويقية له، إلا أنها معرضة لمخاطر وجرائم تقع عليها والتي من بينها الغش والتقليد، وهذا ما جعل الدولة تسعى جاهدة على تبني نظام حمائي يكفل عدم التعدي على العلامات التجارية، فقد تكون هذه الأحكام مدنية أو جنائية ومع هذا يبقى التقليد والغش والتعدي على العلامات التجارية ظاهرة تزداد إنتشارا وتأثيرا على المنتجات كما تتعرض لسلامة أمن البلاد إقتصاديا، وهذا ما يستوجب المزيد من التشديد على الأسواق والمنتجات في الجزاء وبالرغم من الجهود المبذولة من طرف المشرع إلا أنها يلاحظ أن ظاهرة التعدي على العلامات التجارية تبقى منتشرة وقد يكون السبب في ذلك يعود للمناهج المتبعة في إقرار العقوبات والغرامات ولهذا فإنه ينبغي الرفع من قيمة الغرامات وتشديد العقوبات من أجل التقليل من صور التعدي على العلامات التجارية.

النتائج:

- إن الجرائم الواقعة على العلامة التجارية موضوع بحث ودراسة لأنها من الموضوعات الحالية البالغة في الإهتمام.
- لقد أخذ المشرع الجزائري والتشريعات المقارنة بالمفهوم الواسع للعلامات التجارية.
- المصلحة التي تهدف إليها هذه التشريعات هي بيان أهم الجرائم والإعتداءات على العلامة التجارية من أجل توفير الحماية المدنية والجزائية.

التوصيات:

نرى في الأخير أن يتم الأخذ بالمقترحات الآتية:

- فسح المجال للحصول على التعويضات بالنسبة للمتضررين وتوقيع عقوبات صارمة على المعتدين دون أن يتم ربط ذلك بشروط تسجيل أو أية شروط أخرى تمس بحقوق صاحب العلامة التجارية.
 - نوصي المشرع الجزائري بضبط كل جريمة بعقوبتها وذلك بتفادي حصر الأفعال الماسة بالعلامة التجارية بجريمة جنحة التقليد فقط بل يقوم بتوسيع كل جريمة قد تطرقنا إليها بعقوبتها.
 - نوصي القيام بجولات ميدانية من قبل أعضاء هيئات ضبط الغش التجاري بالوزارة وفروعها صباحية ومسائية في الأسواق والمحلات التجارية والمستودعات للتحقق من عدم عرض سلع مقلدة للعلامات التجارية.
- في الختام أو الأخير ندعوا الله سبحانه وتعالى أن يحقق الهدف من هذه الدراسة، وإذا كنا قد حاولنا من خلال هذه الدراسة توضيح اهم الجرائم الواقعة على العلامة التجارية وما هي اهم العقوبات المقررة لها وكذا الجهات القضائية المختصة في النظر فيها.
- واندعوا الله تعالى أن يوفقنا في هذه الدراسة، فهي مجرد محاولة متواضعة للإسهام ولو بقدر ضئيل في توضيح أبرز واهم الجرائم الواقعة على العلامة التجارية وذلك من أجل حماية المستهلك من التضليل والخداع.
- وبعد أن كللنا دراستنا هذه بمجموعة من الإقتراحات والتوصيات، نتمنى أن تأخذ بعين الإعتبار على إنها ثمرة جهدنا وبحثنا البسيط وندعوا الله أن يوفقنا لما يحب ويرضى.

الملاحق

- وبمقتضى الأمر رقم 66 - 155 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق 8 يونيو سنة 1966 والمتضمن قانون الإجراءات الجزائية، المعدل والمتمم،
- وبمقتضى الأمر رقم 66 - 156 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق 8 يونيو سنة 1966 والمتضمن قانون العقوبات، المعدل و المتمم،
- وبمقتضى الأمر رقم 72 - 10 المؤرخ في 7 صفر عام 1392 الموافق 22 مارس سنة 1972 والمتضمن الانضمام إلى بعض الاتفاقات الدولية،
- وبمقتضى الأمر رقم 75 - 02 المؤرخ في 26 ذي الحجة عام 1394 الموافق 9 يناير سنة 1975 والمتضمن المصادقة على اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المبرمة في 20 مارس سنة 1883 والمعدلة ببروكسل في 14 ديسمبر سنة 1900 وواشنطن في 2 يونيو سنة 1911 ولاهاي في 6 نوفمبر سنة 1925 والمدن في 2 يونيو سنة 1934 ولشبونة في 31 أكتوبر سنة 1958 واستوكهولم في 14 يوليو سنة 1967،
- وبمقتضى الأمر رقم 75 - 58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون المدني، المعدل و المتمم،
- وبمقتضى الأمر رقم 75 - 59 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون التجاري، المعدل و المتمم،
- وبمقتضى القانون رقم 79 - 07 المؤرخ في 26 شعبان عام 1399 الموافق 21 يوليو سنة 1979 والمتضمن قانون الجمارك، المعدل و المتمم،
- وبمقتضى القانون رقم 84 - 17 المؤرخ في 8 شوال عام 1404 الموافق 7 يوليو سنة 1984 والمتعلق بقوانين المالية، المعدل و المتمم،
- وبمقتضى القانون رقم 89 - 02 المؤرخ في أول رجب عام 1409 الموافق 7 فبراير سنة 1989 والمتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك،
- وبمقتضى الأمر رقم 03 - 03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 والمتعلق بالمنافسة،
- وبمقتضى المرسوم رقم 84 - 85 المؤرخ في 19 رجب عام 1404 الموافق 21 أبريل سنة 1984 والمتضمن انضمام الجزائر إلى معاهدة نيروبي بشأن حماية الرمز الأولمبي المعتمدة في نيروبي في 26 سبتمبر سنة 1981
- و بعد الاستماع من مجلس الوزراء،

غير أن الأعمال والعقود المتعلقة بالمصنفات والأداء أو العزف والتسجيل السمعية والسمعية البصرية وحصص البث الإذاعي السمعي أو السمعي البصري التي تم عقدها أو إبرامها قبل تاريخ سريان مفعول أحكام هذا الأمر، تبقى خاضعة لنظام الحماية المطبق عليها بموجب التشريع السابق إلى غاية انقضاء الآثار القانونية المتصلة بها.

الفصل الثاني أحكام ختامية

المادة 162 : تطبق أحكام هذا الأمر على المصنفا والأداء المحمية بموجب الاتفاقات الدولية التي تكون الجزائر طرفا فيها.

المادة 163 : تلغى جميع الأحكام المخالفة لهذا الأمر، لاسيما الأمر رقم 97-10 المؤرخ في 27 شوال عام 1417 الموافق 6 مارس سنة 1997 والمتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة.

المادة 164 : ينشر هذا الأمر في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

حرر بالجزائر في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003.

عبد العزيز بوتفليقة

★

أمر رقم 03 - 06 مؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003، يتعلق بالعلاما .

إن رئيس الجمهورية،

- بناء على الدستور، لاسيما المواد 38 و 52 و 122 و 124 منه ؛

- وبمقتضى الأمر رقم 66 - 48 المؤرخ في 5 ذي القعدة عام 1385 الموافق 25 فبراير سنة 1966 والمتضمن انضمام الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية إلى اتفاقية باريس المؤرخة في 20 مارس سنة 1883 والمتعلقة بحماية الملكية الصناعية،

- وبمقتضى الأمر رقم 66 - 154 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق 8 يونيو سنة 1966 والمتضمن قانون الإجراءات المدنية، المعدل والمتمم،

الباب الثاني الحق في العلامة

القسم الأول اكتساب الحق في العلامة

المادة 5 : يكتسب الحق في العلامة بتسجيلها لدى المصلحة المختصة.

دون المساس بحق الأولوية المكتسب في إطار تطبيق الاتفاقية الدولية المعمول بها في الجزائر، تحدد مدة تسجيل العلامة بعشر (10) سنوا تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ إيداع الطلب.

يمكن تجديد التسجيل لفترة متتالية تقدر بعشر (10) سنوا ، وفقا للأحكام المحددة في النصوص المتخذة لتطبيق هذا الأمر .

يسري التجديد ابتداء من اليوم الذي يلي تاريخ انقضاء التسجيل.

المادة 6 : ماعدا في حالة انتهاك الحق، فإن العلامة ملك للشخص الأول الذي استوفى الشروط المحددة لصحة الإيداع من الشخص الذي أثبت أقدم أولوية لإيداعه في مفهوم اتفاقية باريس المذكورة أعلاه.

يحق لأي شخص قام بعرض سلع أو خدمات تحت العلامة المطلوبة أثناء معرض دولي رسمي أو معترف به رسميا، أن يطلب تسجيل هذه العلامة و يطالب بحق الأولوية فيها ابتداء من تاريخ عرض السلع أو الخدمات تحت هذه العلامة وذلك في أجل ثلاثة (3) أشهر ابتداء من انتهاء العرض.

القسم الثاني أسباب الرفض

المادة 7 : تستثنى من التسجيل :

- (1) الرموز التي لا تعد علامة في مفهوم المادة 2 ، (الفقرة الأولى)،
- (2) الرموز الخاصة بالملك العام أو المجردة من صفة التمييز،
- (3) الرموز التي تمثل شكل السلع أو غلافها إذا كانت الطبيعة أو وظيفة السلع أو التغليف تفرضها،
- (4) الرموز المخالفة للنظام العام أو الآداب العامة والرموز التي يحظر استعمالها بموجب القانون الوطني أو الاتفاقية الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها،

- يصدر الأمر الآتي نصه :

الباب الأول التعاريف والالتزام العامة

المادة الأولى : يهدف هذا الأمر إلى تحديد كيفية حماية العلامات.

المادة 2 : يقصد في مفهوم هذا الأمر بما يأتي :

(1) العلاما : كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي ، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام، و الرسوما أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها، والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره،

(2) العلامة الجماعية : كل علامة تستعمل لإثبات المصدر والمكونا و الإنتاج أو كل ميزة مشتركة لسلع أو خدمات مؤسسا مختلفة، عندما تستعمل هذه المؤسسة العلامة تحت رقابة مالكيها،

(3) السلعة : كل منتج طبيعي أو زراعي أو تقليدي أو صناعي، خاما كان أو مصنعا،

(4) الخدمة : كل أداء له قيمة اقتصادية.

(5) الاسم التجاري : التسمية أو العنوان الذي يعرف المؤسسة ،

(6) المصلحة المختصة : المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية .

المادة 3 : تعتبر علامة السلعة أو الخدمة إلزامية لكل سلعة أو خدمة مقدمة ، بيعت أو عرضت للبيع عبر أنحاء التراب الوطني.

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

لا يطبق هذا الإلزام على السلع أو الخدمات التي لا تسمح طبيعتها و خصائصها من وضع العلامة عليها وكذلك السلع التي تحمل تسمية المنشأ.

توضع أحكام هذه المادة ، عند الحاجة ، عن طريق التنظيم.

المادة 4 : لا يمكن استعمال أي علامة لسلع أو خدمات عبر الإقليم الوطني إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها عند المصلحة المختصة.

القسم الثالث

الحقوق المخولة عن التسجيل

المادة 9: يخول تسجيل العلامة لصاحبها حق ملكيتها على السلع والخدمات التي يعينها لها.

مع مراعاة أحكام المادة 11 أدناه، فإن الحق في ملكية العلامة يخول صاحبه حق التنازل عنها ومنع رخص استغلال ومنع الغير من استعمال علامته تجاريا دون ترخيص مسبق منه على سلع أو خدمات مماثلة أو مشابهة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها.

يمكن التمسك بالحق المخول بموجب تسجيل العلامة في مواجهة الغير الذي يستعمل تجاريا علامة أو رمزا أو اسما تجاريا مشابها إلى اللبس بين سلع وخدمات مطابقة أو مشابهة، دون ترخيص المالك.

لصاحب علامة ذا شهرة في الجزائر حق منع الغير من استعمال علامته دون رضاه وفقا للشروط المنصوص عليها في المادة 7 (الفقرة 8) أعلاه.

القسم الرابع

تحديد الحقوق المخولة عن التسجيل

المادة 10: لا يخول تسجيل العلامة لصاحبها الحق في منع الغير من أن يستخدم تجاريا وعن حسن نية:

- (1) اسمه وعنوانه واسمه المستعار،
- (2) البيان الحقيقى المتصلة بالصف أو الجودة أو الكمية أو الوجهة أو القيمة أو مكان المنشأ أو فترة إنتاج هذه السلع أو أداء هذه الخدمات، على أن يكون هذا الاستعمال محدودا ومقتصرًا لأغراض التعريف أو الإعلام فقط وفقا للممارسة النزيهة في المجال الصناعي أو التجاري.

القسم الخامس

الالتزام باستعمال العلامة

المادة 11: إن ممارسة الحق المخول عن تسجيل العلامة مرتبط بالاستعمال الجدي للعلامة على السلع أو توظيفها أو على صلة مع الخدمات المعروفة بالعلامة.

يترتب على عدم استعمال العلامة إبطالها ماعدا في الحالات الآتية:

- (1) إذا لم يستغرق عدم الاستعمال أكثر من ثلاث (3) سنوات دون انقطاع،
- (2) إذا لم يقم مالك العلامة قبل انتهاء هذا الأجل بتقديم الحجة بأن ظروفها عسيرة حالت دون استعمالها، ففي هذه الحالة يسمح بتمديد الأجل إلى سنتين على الأكثر.

(5) الرموز التي تحصل من بين عناصرها نقلا أو تقليدا لشعارا رسمية أو أعلام أو شعارا أخرى أو اسم، مختصر أو رمز أو إشارة أو دمنغة رسمية تستخدم للرقابة والضمان من طرف دولة أو منظمة مشتركة بين الحكومات أنشئت بموجب اتفاقية دولية إلا إذا رخصت لها السلطة المختصة لهذه الدولة أو المنظمة بذلك،

(6) الرموز التي يمكن أن تضلل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يخص طبيعة أو جودة أو مصدر السلع والخدمات والخصائص الأخرى المتصلة بها،

(7) الرموز التي تشكل حصريا أو جزئيا بيانا قد يحدث لبسا مع المصدر الجغرافي لسلع أو خدمات معينة، وفي حالة ما إذ تم تسجيل هذه الرموز كعلامة بغير حق تعرقل استعمال ذلك البيان الجغرافي من قبل أشخاص آخرين لهم الحق في استعماله،

(8) الرموز المماثلة أو المشابهة لعلامة أو لاسم تجاري يتميز بالشهرة في الجزائر وتم استخدامه لسلع مماثلة ومشابهة تنتمي لمؤسسة أخرى إلى درجة إحداث تضليل بينهما، أو الرموز التي هي بمثابة ترجمة للعلامة أو الاسم التجاري.

تطبق أحكام هذه الفقرة، مع ما يلزم من تغيير، على السلع والخدمات التي لا تعد مطابقة أو مشابهة لتلك التي طلب تسجيل العلامة من أجلها، بشرط أن يكون استعمال هذه العلامة من أجل سلع وخدمات مطابقة يدل على صلة بين هذه السلع والخدمات ومالك العلامة المسجلة، في هذه الحالة وبشرط أن يكون من شأن هذا الاستعمال الحاق ضرر بمصالح صاحب العلامة المسجلة.

(9) الرموز المطابقة أو المشابهة لعلامة كانت محل طلب تسجيل أو تسجيل يشمل سلعا أو خدمات مطابقة أو مشابهة لتلك التي سجلت من أجلها علامة الصنع أو العلامة التجارية إذا كان هذا الاستعمال يحدث لبسا.

تطبق أحكام هذه الفقرة أيضا على العلامات التي انتهت فترة حمايتها منذ سنة أو أكثر قبل تاريخ إيداع طلب تسجيلها أو على العلامات الجماعية التي انتهت فترة حمايتها منذ ثلاث (3) سنوات أو أكثر قبل هذا التاريخ.

تؤخذ بعين الاعتبار، في مفهوم هذه الفقرة، كل الأولويات المطالب بها.

المادة 8: لا تكون طبيعة السلع أو الخدمات التي تشملها العلامة بأي حال من الأحوال، عائقا أمام تسجيل تلك العلامة.

يجب قيد الرخصة في سجل العلاما الذي تمسكه المصلحة المختصة. تحدد كيفية مسك السجل عن طريق التنظيم. وتمسك المصلحة المختصة مستخرجا لسجل مرقم ومؤشر عليه .

المادة 18 : يمكن صاحب العلامة التمسك بالحقوق المكتسبة تجاه حامل الرخصة الذي يخل بأحد الشروط المذكورة في المادة 17 أعلاه .

الباب الخامس سقوط الحقوق

القسم الأول العدول

المادة 19 : يمكن العدول عن تسجيل العلامة لكل أو جزء من السلع أو الخدما التي سجلت من أجلها. تحدد كيفية العدول عن طريق التنظيم .

القسم الثاني الإبطال

المادة 20 : يمكن الجهة القضائية المختصة إبطال تسجيل العلامة بأثر رجعي من تاريخ الإيداع وذلك بطلب من المصلحة المختصة أو من الغير عندما يتبين بأنه كان لا ينبغي تسجيل العلامة لسبب من الأسباب المذكورة في الفقرات 1 إلى 9 من المادة 7 من هذا الأمر.

لا يمكن إقامة دعوى الإبطال إذا اكتسبت العلامة صفة التمييز بعد تسجيلها، و تقادم هذه الدعوى بخمس (5) سنوا ابتداء من تاريخ تسجيل العلامة ويستثنى من هذا الإجراء طلب التسجيل الذي تم بسوء النية.

القسم الثالث الإلغاء

المادة 21 : تلغي الجهة القضائية المختصة تسجيل العلامة بناء على ما يأتي :

(1) طلب من المصلحة المختصة أو من الغير الذي يعنيه الأمر إذا نشأ سبب من الأسباب المذكورة في المادة 7 (الفقرات 3 و 5 إلى 7) من هذا الأمر بعد تسجيل العلامة و ظل قائما بعد قرار الإلغاء. غير أنه إذا كان سبب الإلغاء ناتجا من المادة 7 (الفقرة 2) فإن التسجيل لا يلغى إذا اكتسبت العلامة صفة التمييز بعد تسجيلها.

(2) طلب من الغير الذي يعنيه الأمر إذا لم تستعمل العلامة وفقا للمادة 11 أعلاه.

المادة 12 : يعتبر استعمال العلامة من قبل حامل الرخصة بمثابة استعمال من قبل المودع أو مالك العلامة نفسه.

الباب الثالث

إيداع العلامة وفحصها وتسجيلها ونشرها

المادة 13 : تحدد شكليا إيداع العلامة وكيفية وإجراء فحصها وتسجيلها ونشرها لدى المصلحة المختصة، عن طريق التنظيم .

عدا حالة اتفاق متبادل ، يجب أن يمثل طالبو الإيداع المقيمون في الخارج أمام المصلحة المختصة بممثل يتم تعيينه وفقا للتنظيم الجاري به العمل .

الباب الرابع انتقال الحقوق

المادة 14 : بمعزل عن التحويل الكلي أو الجزئي للمؤسسة، يمكن نقل الحقوق المخولة عن طلب التسجيل أو تسجيل العلامة كليا أو جزئيا أو رهنا.

يعد انتقال الحق باطلا إذا كان الغرض منه تضليل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يتعلق على وجه الخصوص بطبيعة أو بمصدر أو بطريقة صنع أو خصائص أو قابلية استخدام السلع أو الخدما التي تشملها العلامة.

المادة 15 : تشترط ، تحت طائلة البطلان، الكتابة وإمضاء الأطراف في عقود النقل أو رهن العلامة المودعة أو المسجلة في مفهوم المادة 14 أعلاه، وفقا للقانون الذي ينظم هذه العقود.

يثبت الانتقال بدمج المؤسسة أو بأي شكل آخر لحل المؤسسة بأي وثيقة تثبت هذا الانتقال وفقا للتشريع الذي ينظم الانتقال.

المادة 16 : يمكن أن تكون الحقوق المرتبطة بالعلامة موضوع رخصة استغلال واحدة أو استثنائية أو غير استثنائية، لكل أو لجزء من السلع أو الخدما التي تم إيداع أو تسجيل العلامة بشأنها.

المادة 17 : يجب، تحت طائلة البطلان، أن يتضمن عقد الترخيص في مفهوم المادة 16 أعلاه، المبرم وفقا للقانون المنظم للعقد، العلامة، فترة الرخصة، السلع و الخدما التي منحت من أجلها الرخصة والإقليم الذي يمكن استعمال العلامة في مجاله أو نوعية السلع المصنعة أو الخدما المقدمة من قبل حامل الرخصة.

الباب السادس

أحكام خاصة بالعلاما الجماعية

القسم الأول

ملكية العلاما الجماعية و استعمالها

المادة 22 : يحق لأي شخص معنوي خاضع للقانون العام أو الخاص أن يملك علاما جماعية طبقا لما تم تحديده في المادة 2 (الفقرة 2).

المادة 23 : يتعين على صاحب العلاما الجماعية أن يسهر على حسن استعمال علامته وفقا للأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها في هذا المجال.

ولهذا الغرض ، فإن نظام استعمال العلاما الجماعية المتضمن القانون الأساسي لهذه العلاما يتضمن ما يأتي :

- تحديد شروط خاصة باستعمال العلاما الجماعية ،
- النص على ممارسة رقابة فعلية عند استعمال هذه العلاما.

القسم الثاني

الانتقال والرهن والتنفيذ
الجبري للعلاما الجماعية

المادة 24 : لا يمكن أن تكون العلاما الجماعية محل انتقال أو تنازل أو رهن و لا يمكن أن تكون تحت طائلة أي حكم تنفيذ جبري.

القسم الثالث

إلغاء العلاما الجماعية

المادة 25 : دون المساس بأحكام المادتين 21 و 24 أعلاه ، تلغي الجهة القضائية المختصة تسجيل العلاما الجماعية بناء على طلب تقدمه لها المصلحة المختصة أو من الغير الذي يعينه الآخر في الحالات الآتية :

- (1) عند زوال الشخص المعنوي صاحب العلاما.
- (2) عندما يستعمل مالك العلاما الجماعية أو يسمح أو يفوض باستعمال هذه العلاما بشروط أخرى غير تلك المحددة في نظام الاستعمال ،
- (3) عندما يستعمل مالك العلاما الجماعية أو يسمح أو يجيز استعمال هذه العلاما استعمالا من شأنه تضليل الجمهور حول أي خاصية مشتركة للسلع أو الخدما التي سجلت العلاما بشأنها.

الباب السابع

المساس بالحقوق والعقوبات

المادة 26 : مع مراعاة أحكام المادة 10 أعلاه ، يعد جنحة تقليد لعلاما مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلاما قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلاما.

يعد التقليد جريمة يعاقب عليها بالعقوبات المحددة في المواد 27 إلى 33 أدناه.

المادة 27 : لا تعد الأفعال السابقة لنشر تسجيل العلاما مخلة بالحقوق المرتبطة بها.

غير أنه ، يمكن معايشة ومتابعة الأعمال اللاحقة بتبليغ نسخة من تسجيل العلاما للمقلد المشتبه فيه.

المادة 28 : لصاحب تسجيل العلاما الحق في رفع دعوى قضائية ضد كل شخص ارتكب أو يرتكب تقليدا للعلاما المسجلة . و يستعمل نفس الحق تجاه كل شخص ارتكب أو يرتكب أعمالا توحى بأن تقليدا سيرتكب.

المادة 29 : إذا أثبت صاحب العلاما أن تقليدا قد ارتكب أو يرتكب ، فإن الجهة القضائية المختصة تقضي بالتعويض المدنية ، وتأمّر بوقف أعمال التقليد وتربط إجراء المتابعة بوضع كفالة لضمان تعويض مالك العلاما أو صاحب حق الاستئثار بالاستغلال . ويمكن أن تتخذ الجهة القضائية المختصة ، عند الاقتضاء ، كل تدبير آخر منصوص عليه في المادة 30 أدناه.

إذا أثبت صاحب تسجيل العلاما بأن مساسا بحقوقه أصبح وشيكا ، فإن الجهة القضائية المختصة تفصل في موضوع المساس بالحقوق وتأمّر بمصادرة الأشياء و الوسائل التي استعملت في التقليد و إتلافها ، عند الاقتضاء .

المادة 30 : يمكن الدعى عليه في كل دعوى من الدعاوى المنصوص عليها في هذا الباب ، أن يطلب ضمن نفس الإجراء ، إبطال أو إلغاء تسجيل العلاما ، وتطبيق في هذه الحالة أحكام المادتين 20 و 21 من هذا الأمر.

المادة 31 : عدا في حالة النص بالعكس في عقد الترخيص ، يمكن المستفيد من حق استئثار في استغلال علاما أن يرفع ، بعد الإعداد ، دعوى التقليد إذا لم يمارس المالك هذا الحق بنفسه.

الباب التاسع أحكام انتقالية

المادة 36 : كل شخص لم يقم بالتزاما وضع العلامة و التسجيل المنصوص عليهما في المادتين 3 و 4 من هذا الأمر، عليه أن يستثمل لذلك خلال أجل سنة (1) ابتداء من سريان هذا الأمر.

المادة 37 : تطبق أحكام هذا الأمر على طلبا التسجيل المودعة قبل سريان هذا الأمر .

المادة 38 : تبقى التسجيلات التي تمت بموجب الأمر رقم 66 - 57 المؤرخ في 19 مارس سنة 1966 خاضعة لهذا الأمر إلى غاية تجديدها.

الباب العاشر أحكام ختامية

المادة 39 : تلغى أحكام الأمر رقم 66 - 57 المؤرخ في 19 مارس سنة 1966 المتعلقة بعلاما الصنع والعلاما التجارية.

المادة 40 : ينشر هذا الأمر في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

حرر بالجزائر في 14 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003.

عبد العزيز بوتفليقة

أمر رقم 03 - 07 مؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003، يتعلق ببراءة الاختراع.

إن رئيس الجمهورية،

- بناء على الدستور، لاسيما المواد 38 و 52 و 122 و 124 منه،

- وبمقتضى الأمر رقم 66-48 المؤرخ في 5 ذي القعدة عام 1385 الموافق 25 فبراير سنة 1966 والمتضمن انضمام الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية إلى اتفاقية باريس المؤرخة في 20 مارس سنة 1883 المتعلقة بحماية الملكية الصناعية،

- وبمقتضى الأمر رقم 66-154 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق 8 يونيو سنة 1966 والمتضمن قانون الإجراءات المدنية، المعدل و المتمم،

المادة 32 : مع مراعاة الأحكام الانتقالية لهذا الأمر ودون الإخلال بأحكام الأمر رقم 66 - 156 المؤرخ في 8 يونيو سنة 1966 والمتضمن قانون العقوبات، المعدل و المتمم، فإن كل شخص ارتكب جنحة تقليد، يعاقب بالحبس من ستة (6) أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين و خمسمائة ألف دينار (2.500.000 دج) إلى عشرين مائة ألف دينار (20.000.000 دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط مع :

- الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة،

- مصادرة الأشياء والوسائل والأدوا التي استعملت في المخالفة،

- إتلاف الأشياء محل المخالفة.

المادة 33 : يعاقب بالحبس من شهر إلى سنة وبغرامة من خمسمائة ألف دينار (500.000 دج) إلى مليوني دينار (2.000.000 دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط، الأشخاص :

(1) الذين خالفوا أحكام المادة 3 من هذا الأمر بعدم وضع علامة على سلعهم أو خدماتهم أو الذين تعمدوا بيع أو عرضوا للبيع سلعة أو أكثر أو قدموا خدمات لا تحمل علامة.

(2) الذين وضعوا على سلعهم أو خدماتهم علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها وفقا للمادة 4 من هذا الأمر، وذلك مع مراعاة الأحكام الانتقالية المنصوص عليها في هذا الأمر .

الباب الثامن

أحكام خاصة

المادة 34 : يمكن مالك العلامة، بموجب أمر من رئيس المحكمة، الاستعانة، عند الاقتضاء، بخبير للقيام بوصف دقيق للسلع التي يزعم أن وضع العلامة عليها قد ألحق به ضررا وذلك بالحجز أو بدونه.

يتم إصدار الأمر على ذيل عريضة بناء على إثبات تسجيل العلامة.

عندما يتأكد الحجز، يمكن أن يأمر القاضي المدعي بدفع كفالة.

المادة 35 : يعد الوصف أو الحجز باطلا بقوة القانون إذا لم يلتزم المدعي الطريق المدني أو الجزائي خلال أجل شهر و ذلك بصرف النظر عن تعويض الأضرار التي يمكن طلبها.

الملاحق:

قانون العلامات التجارية الجزائري

قوانين وأوامر

أمر رقم 66 - 57 مؤرخ في 27 ذي القعدة عام 1385 الموافق 19 مارس سنة 1966، يتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية

- إن رئيس الحكومة، رئيس مجلس الوزراء، بناء على تقرير الصناعة والطاقة.
- وبمقتضى الأمر رقم 65 - 182 المؤرخ في 11 ربيع الأول عام 1385 الموافق 10 يونيو سنة 1965 المتضمن تأسيس الحكومة.
- وبمقتضى الأمر رقم 66 - 48 المؤرخ في 5 ذي القعدة عام 1385 الموافق 25 فبراير سنة 1966 المتضمن انضمام الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية الى اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المؤرخة في 20 مارس 1883، يأمر بما يلي:

العنوان الأول

حق ملكية العلامات

- المادة الأولى : إن علامة المصنع الزامية ولو في الحالة التي لا يتولى المنتج تسويق منتجاته بنفسه، أما العلامة التجارية أو علامة الخدمة فهي اختيارية غير أنه يجوز تقريرها إلزامية بموجب قرارات وبالنسبة للمنتجات التي تحددها هذه القرارات.
- المادة الثانية : تعتبر مصنع أو علامات تجارية أو علامات خدمة: الأسماء العائلية أو الأسماء المستعارة والتسميات الخاصة أو الاختيارية أو المبتكرة والشكل المميز للمنتجات أو شكلها الظاهر والبطاقات والأغشية والرموز والبصمات والطوابع والأختام وطوابع الرسوم المميزة والأشرطة والحواشي وتركيبيات أو ترتيبات الألوان الرسوم والصور أو النقوش الناتئة والحروف والأرقام والشعارات وبصفة عامة جميع السمات المادية التي تصلح لتمييز المنتجات أو الأشياء أو الخدمات لكل مؤسسة. يجوز اعتبار الإعلان علامة إذا وقع تسجيله لهذه الغاية.
- المادة الثالثة : إن استعمال اسم العائلة من طرف سمي يستعمله بصفة علامة لا يعتبر مسا بحقوق صاحب العلامة إذا كان هذا الاستعمال جاريا في شكل وضمن كيفيات يمكن معهما تجنب تبعات الاختلاط.
- المادة الرابعة : إن استعمال اسم عائلي لشخص متوفى يقتضي موافقة خالف هذا الشخص. لا يمكن أن تعتبر علامة ولا أن تكون جزء من علامة العلامات التي يخالف استعمالها النظام العام والآداب والأخلاق الحسنة وكذا العلامات الآتية: علائم الشرف، الرايات، والرموز الأخرى لإحدى الدول، الصليبان الحمراء والأهلة الحمراء، الدمغات الرسمية لمراجعة وضمان المعادن الثمينة وكذلك كل تقليد للعلامات المتعلقة بشعارات الإشراف.
- المادة الخامسة : إن ملكية العلامة يختص بها من كانت له الأسبقية في إيداعها وذلك مع مراعاة التحفظات المنصوص عليها في الأحكام الانتقالية المبينة بعده. يجب على المودع أن يستعمل علامته في السنة الموالية للإيداع، ما عدا في حالة استثنائية وعند وجود مبرر، وفي حالة عدم استعمال العلامة بعد انقضاء المدة أعلاه يصبح الإيداع عديم الأثر.
- المادة السادسة : يجوز لصاحب علامة أن يطلب إبطال إيداع علامة قابلة لإحداث اختلاط مع علامته، غير أنه لا يمكن إقامة دعوى في هذا الصدد بعد انتهاء أجل خمس سنوات ابتداءً من تاريخ الإيداع.

المادة السابعة : يستفيد الأجانب من أحكام هذا الأمر عندما يقومون بالإجراءات المفروضة بموجبها.

العنوان الثاني العلامات الجماعية

المادة الثامنة : يجوز لكل هيئة أو جماعة مكونة وفقاً للقانون، تربط بين أعضائها، بصفة متبادلة، مصالح أعمال مشتركة أن تحمي علامة محددة كعلامة جماعية لكي يسمح لأعضائها أن يحصلوا على حق وضع هذه العلامة على منتجاتهم أو استعمالها في خدماتهم في دائرة التداول الاقتصادي.

المادة التاسعة : يجب على الهيئة أو الجماعة التي تطلب حماية علامة جماعية أن يكون لديها نظام.

ويجب أن يتضمن نظام العلامة الجماعية ما يلي:

1. اسم الجماعة أو اسم محلها،
2. عنوان العلامة أو بيان مركزها.
3. اسم الشخص المرخص له بتمثيلها،
4. قائمة الأعضاء المرخص لهم باستعمالها،
5. شروط هذا الاستعمال وعلى الخصوص الشروط المتعلقة بخاصية المنتجات أو بصف الخدمات،
6. حقوق وواجبات الأعضاء والعقوبات التي قد تطبق عليهم في حالة سوء استعمال العلامة.

المادة العاشرة : يجب أن يقيد على المنتجات المخصصة للتصدير، زيادة على علامة المصنع، علامة تثبت التسمية الأصلية أو بيان المصدر.

المادة الحادية عشر : تكون العلامات الجماعية الواجب وضعها على المنتجات خاضعة للموافقة المسبقة للمصالح المختصة.

المادة الثانية عشر : إن العلامة الجماعية غير قابلة للانتقال.

العنوان الثالث

الإيداع والتسجيل والنشر

المادة الثالثة عشر : يجب على كل من أراد إيداع علامة أن يسلم إلى المصالح المختصة، بواسطة رسالة مضمونة مع طلب الإشعار بالتسليم، ما يلي:

1. طلب تسجيل يشتمل على نموذج العلامة وبيان المنتجات أو الخدمات التي تنطبق عليها هذه العلامة.
2. ختم (كليشيه) العلامة.
3. إثبات دفع الرسوم.
4. وكالة بخط اليد وذلك إذا كان المودع يمله ويخيل.

المادة الرابعة عشر : يجب على المودعين المقيمين في الخارج أن ينيبوا عنهم ممثلاً جزائرياً مقيماً بالجزائر.

المادة الخامسة عشر : ينبغي أن تتم المطالبة بحق الأولوية المتصل بإيداع أجنبي سابق في وقت إيداع العلامة وإلا سقط الحق.

وينبغي أن تكون كل مطالبة بحق الأولوية مصحوبة بحجة تثبت دفع الرسم الواجب أدائه.

المادة السادسة عشر : وينبغي أن تكون كل مطالبة بحق الأولوية ويثبت كل إيداع بواسطة محضر يذكر فيه يوم وساعة تسليم المستندات أو استلام الظرف البريدي الذي يتضمنها وتسليم نسخة من المحضر أو ترسل إلى المودع.

المادة السابعة عشر : تبشر المصالح المختصة تسجيل ونشر العلامة المودعة بصفة قانونية ويكون تاريخ التسجيل هو تاريخ الإيداع.

المادة الثامنة عشر : تقرر السلطة المختصة، تطبيقاً لأحكام المادة 4 من قانون الإيداع بسبب مخالفة صريحة أو عدم دفع الرسوم.

المادة التاسعة عشر : لا يمكن لأي جزائري أن يطلب حماية علامة في الخارج ما لم يتم إيداعها مقدماً في الجزائر.

- المادة العشرون : إن إيداع علامة ينتج آثاره طيلة عشر سنوات ما لم يجر تجديده.
لا يمكن لأحد أن يودع بصفة مشروعة علامته في السنة أشهر الموالية لتاريخ انقضاء آثار هذه العلامة باستثناء صاحبها السابق أو ذوي حقوقه.
يجوز لصاحب علامة أن يتخلى عنها بالنسبة لكل المنتجات التي تنطبق عليها أو للجزء منها وذلك بأن يوجه تصريحاً إلى المصالح المختصة ضمن ظرف بريدي مضمون مع طلب إشعار بالتسليم.
يسجل هذا التخلي في دفتر العلامات ثم ينشر ويسري مفعوله ابتداءً من يوم استلامه

العنوان الرابع

البطلان

- المادة الثانية والعشرون : تكون باطلة ولا أثر لها العلامات الخالية من كل طابع مميز وخصوصاً إذا كانت تتضمن سمات أو بيانات يتكون منها التعيين اللازم للمنتجات أو التعيين النوعي للخدمات، وكذا إيداع العلامات التي تتضمن أما بيانات يقصد بها خداع الجمهور وأما سمات ممنوعة بموجب المادة الرابعة.
المادة الثالثة والعشرون : لا يبطل إيداع علامة إلا بقرار من المحكمة الموجود في دائرتها مركز الشركة أو مسكن صاحب العلامة أو وكيله.

العنوان الخامس

تحويل العلامات

- المادة الرابعة والعشرون : تكون الحقوق المتصلة بعلامة قابلة للتحويل في كليتها أو في جزء منها، منفردة أو مقرونة بالعناصر الأخرى التابعة للمتجر.
المادة الخامسة والعشرون : إن العقود المشتملة إما على نقل الملكية وإما على منح حق امتياز الاستغلال أو التنازل عن هذا الحق وإما على الرهن أو رفع اليد عن الرهن، يجب أن تعرض على الموافقة المسبقة للوزير الذي يعنيه الأمر وأن يتم تثبيتها كتابياً وتسجيلها في دفتر العلامات وإلا سقط الحق.
يجوز تحويل الملكية والتنازل عن حقوق الاستغلال بخصوص كل أو بعض المنتجات التي تشملها العلامة.
ويجوز أن يكون التنازل عن حقوق الاستغلال محسوراً في أحد الحدود الإقليمية.
المادة السادسة والعشرون : تسلم المصلحة المختصة لكل طالب نسخة من التسجيلات المقيدة في دفتر العلامات أو بياناً من التسجيلات التي لا تزال مقيدة على العلامات المعطاة على سبيل الرهن، أو شهادة تثبت عدم وجود أي تسجيل. ويجوز أن تسلم إلى صاحب العلامة شهادات تعريف ينقل عليها مجموع البيانات التي يتضمنها طلب تسجيل العلامة.
المادة السابعة والعشرون : يجب أن يسجل في دفتر العلامات وبناء على إشعار من كاتب الضبط، كل حكم قضائي نهائي بإبطال إيداع علامة وينشر هذا الإبطال.

العنوان السادس

العقوبات

- المادة الثامنة والعشرون : يعاقب بغرامة من 1.000 إلى 20.000 د. ج ويسجن من ثلاثة أشهر إلى ثلاث سنوات أو بإحدى العقوبتين فقط:
1. الذين يقلدون علامة أو يستعملون علامة مقلدة
2. الذين يضعون عن طريق التدليس، على منتجاتهم أو على الأشياء التابعة لتجارته، علامة هي في ملك غيرهم.
3. الذين يبيعون أو يعرضون للبيع، عن قصد، منتجاً واحداً أو عدة منتجات ملبسة بعلامات مقلدة أو موضوعة بطريق التدليس.
المادة التاسعة والعشرون : يعاقب بغرامة من 1.000 إلى 15.000 د. ج ويسجن من شهر إلى سنة أو بإحدى العقوبتين فقط:
1. الذي يتخذون علامة لغيرهم ومن غير أن يقلدوها، يجعلون منها صورة تدليسية من شأنها أن يخدع لها المشتري، وكذا الذين يستعملون علامة تجري محاكاتها بطريق التدليس.

2. الذي يستعملون علامة تحمل بيانات يقصد بها خداع المشتري عن نوع المنتج.
3. الذين يبيعون أو يقدمون للبيع، عن قصد، منتجاً واحداً أو عدة منتجات ملبسة بعلامة تجري محاكاتها بطريق التدليس أو تتضمن بيانات كافية لخداع المشتري عن نوع المنتج.
- المادة الثلاثون : يعاقب بغرامة من 500 د. ج إلى 7.500 د. ج ويسجن تتراوح مدته عن خمسة عشر يوماً إلى ستة أشهر أو بإحدى العقوبتين فقط:
1. الذي لم يضعوا على منتجاتهم علامة تعتبر إلزامية.
2. الذين يبيعون أو يعرضون للبيع، عن قصد، منتجاً واحداً أو عدة منتجات لا تحمل العلامة الإلزامية بخصوص هذا النوع من المنتجات.
3. الذين يخالفون أحكام المادتين 9 و 10.
- المادة الحادية والثلاثون : يجوز الجمع بين العقوبات المقررة بموجب هذا الأمر ويحكم بالعقوبة القصوى دون غيرها بخصوص الأعمال السابقة لأول عمل من أعمال الملاحقة.
- المادة الثانية والثلاثون : إن الأحكام المتعلقة بالظروف المخففة وبايقاف التنفيذ 28 و 29 و 30 في حالة العود إلى مقارنة الجريمة أو في حالة المس بحقوق القطاعات المسيرة ذاتياً أو التابعة للدولة.
- المادة الثالثة والثلاثون : يكون العود إلى مقارنة الجريمة إذا كان صدر على المتهم حكم الخمس سنوات السابقة حكم من جل ارتكاب إحدى الجنح المنصوص عليها في هذا الأمر.
- المادة الرابعة والثلاثون : إن الأحكام المتعلقة بالظروف المخففة وبايقاف التنفيذ تطبق على الجنح المنصوص عليها في هذا الأمر.
- المادة الخامسة والثلاثون : وعلاوة على ذلك يمكن أن يحرم مؤقتاً مرتكبو الجنحة من حق الانتخاب المتعلق بحرفتهم.
- المادة السادسة والثلاثون : ويجوز للمحكمة أن تأمر بالصاق نص الحكم في الأماكن التي تحددها وينشره بتمامه أو بتخليص في الجرائد التي تعينها وذلك كله على نفقة المحكوم عليه.
- المادة السابعة والثلاثون : وعلاوة على العقوبات المنصوص عليها في المواد 28 و 29 و 30 يجوز للمحكمة أن تأمر ولو في حالة تبرئة من الاتهام، بمصادرة المنتجات والأدوات التي تكون موضوع ارتكاب الجنحة وتأمر المحكمة في جميع الحالات بإتلاف الأختام (الكليشيات) ونماذج العلامة المعنى بها.
- المادة الثامنة والثلاثون : وفي الحالة المنصوص عليها في المادة 30 تأمر المحكمة دائماً بوضع العلامات الإلزامية على المنتجات المعنى بها.
- المادة التاسعة والثلاثون : ويجوز للمحكمة أن تصدر الحكم بمصادرة المنتجات إذا كان المتهم قد صدر عليه خلال الخمس سنوات السابقة حكم من أجل ارتكاب إحدى الجنح المنصوص عليها في المادة 30 أعلاه.

العنوان السابع المحاكم

- المادة السابعة والثلاثون : ترفع إلى المحاكم دعاوى المدنية المتعلقة بالعلامات وفي حالة دعوى جنائية تبت المحكمة المختصة في الاستثناء المتعلق بملكية العلامات.
- المادة الثامنة والثلاثون : يجوز لصاحب علامة أن يطلب بمقتضى أمر من رئيس المحكمة، إجراء الوصف المفصل، بمساعدة خبير عند الاقتضاء، مع المصادرة أو بدونها للمنتجات التي يدعي أنها مغلفة بعلامة تسبب له ضرراً.

ويصدر الأمر بذلك بناءً على مجرد طلب ويعد إثبات تسجيل العلامة. وإذا طلبت المصادرة فيجوز للقاضي أن يطلب كفالة من صاحب الالتماس، غير أن هذه الكفالة تكون مفروضة دائماً على الأجانب الذين يتحتم عليهم إيداعها.

وتترك لأصحاب الأشياء الموصوفة أو المصادرة نسخة من الامر وعند الاقتضاء نسخة من العقد المثبت لإيداع الكفالة وإلا كان الطلب باطلا وجرت المطالبة بتعويض.

وفي حالة عدم انتجاع الطالب الى السلطة القضائية إما بالطريق المدني وإما بالطريق الجنحي وذلك في ظرف أجل شهر يبطل الوصف أو المصادرة، بحكم القانون وذلك مع عدم الإخلال بما قد يطلب من تعويض.

المادة التاسعة والثلاثون :

العنوان الثامن أحكام انتقالية

إن الحقوق الناتجة عن إيداع العلامات التي لا تزال صالحة في الجزائر عند تاريخ 3 يوليو سنة 1962، تبقى نافذة المفعول في حدود أحكام هذا الأمر.

المادة الأربعون :

إن مدة الحماية المتعلقة بإيداع العلامات لا تزال محددة بخمس عشرة سنة ابتداءً من تاريخ التسجيل بشرط أن يقدم صاحب العلامة تصريحاً يعترف فيه بعدم انتهاء مدة استعمال علامته.

المادة الحادية والأربعون :

يجب على كل من كانت له حقوق اكتسبها بإيداع إجراء لعلامة قبل تاريخ 3 يوليو سنة 1962، أن يوجه، تحت طائلة إبطال حقوقه، الى المصلحة المختصة وخلال ستة أشهر ابتداءً من يوم نشر هذا الأمر، ما يلي:

المادة الثانية والأربعون :

طلب إبقاء إجراء العمل بعلامته، يتضمن مودج العلامة وبيان المنتجات أو الخدمات التي تنطبق عليها هـ العلامة والأصناف المناسبة لها،

ختم (كليشييه) العلامة،

إثبات دفع الرسوم،

شهادة التعريف بالعلامة،

وكالة بخط اليد في حالة إنابة صاحب العلامة وكيلاً عنه.

المادة الثالثة والأربعون :

إن إيداع العلامات المشار إليها في المادة 40، التي انتهت مدة حمايته البالغة 15 سنة، فيما بين 3 يوليو سنة 1962، بتاريخ نشر هذا الأمر، يمكن تجديده بصفة شرعية مهلة ثلاثة أشهر ابتداءً من هذا النشر.

المادة الرابعة والأربعون :

إن الأجال المنصوص عليها في هذا الأمر تسر من تاريخ الى تاريخ، وعندما يكون اليوم الأخير لأجل هو يوم عطلة رسمية يمد الأجل الى اليوم الأول الموالي من أيام العمل.

المادة الخامسة والأربعون :

ستحدد بموجب مراسيم الإجراءات لتنفيذ هذا الأمر وخاصة مبلغ الرسوم التي ينص عليها.

المادة السادسة والأربعون :

تلغى جميع الأحكام المخالفة لهذا الأمر.

المادة السابعة والأربعون :

ينشر هذا الأمر في الجريدة الرسمية للجمهور الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

وحرر بالجزائر في 27 ذي القعدة عام 1385 الموافق مارس سنة 1966.

مرسوم رقم 66 - 63 مؤرخ في 4 ذي الحجة عام 1385 الموافق 26 مارس سنة 1966، يتضمن تطبيق الأمر المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية.

إن رئيس الحكومة، رئيس مجلس الوزراء،

بناء على طلب تقرير وزير الصناعة والطاقة،
وبمقتضى الأمر رقم 66 - 57 المؤرخ في 27 ذي القعدة عام 1385 الموافق 19 مارس سنة 1966
المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية.

يرسم ما يلي:

العنوان الأول طلب التسجيل

- المادة الأولى : 1. إن الطلب المنصوص عليه في المقطع الأول من المادة 13 من الأمر رقم 66 - 57 المشار إليه أعلاه، لأجل تسجيل علامة مصنع أو علامة تجارية، يحرر على النموذج المسلم من طرف المصالح المختصة.
2. يودع الطلب في خمس نسخ يكتب على النسخة الأولى البيان التالي "الأصل".
- المادة الثانية : 1. يتضمن طلب التسجيل البيانات الإلزامية التالية:

- أ - لقب واسم المودع وميكنه أو إذا كان الأمر يتعلق بشخص معنوي، اسم محله ومقره.
- ب - اسم وعنوان الوكيل المفوض، عند الاقتضاء، لإجراء الإيداع وكذا تاريخ الوكالة.
- ج - وعند الاقتضاء، البيانات المتعلقة بطلب الأولوية المتعلقة بإيداع سابق وذلك تطبيقاً لأحكام المادة 5 بعده.
- د - وإذا كان الأمر يتعلق بطلب تجديد إيداع سابق، تاريخ ومكان ورقم التسجيل السابق.
- هـ - تركيب أو ترتيب الألوان وكذا الشكل المميز الخاص بالمنتج أو شكله الظاهر، المطالب بأحقيتهما كعنصرين مميزين للعلامة.
- و - بيان المنتجات التي تنطبق عليها العلامة والأصناف المقابلة.
- ز - المبلغ المحول إلى المصالح على سبيل الدفع للرسوم المتعلقة للتصنيف المنصوص عليه في المادة 15 بعده.
- ح - بالإيداع وكيفية التحويل وتاريخ ورقم سند الوفاء، البيان المتعلق بمن يعاد إليه الختم (الكليشييه) عند الاقتضاء وذلك طبقاً لأحكام المادة 7 بعده.

2. يرفق الطلب بالمستندات التالية:

- أ - ختم العلامة.
- ب - الوكالة المسلمة إلى الوكيل المفوض وكذا المستندات المتعلقة بالأولوية والمشار إليها في المادة 6 بعده.
- ج - السند المتعلق بدفع الرسوم الواجب أدائها.

3. ينبغي أن يكون الطلب مؤرخاً وممضى من طرف الطالب أو وكيله وأن يكون الإمضاء مسبقاً ببيان صفة الطالب.

المادة الثالثة : 1. يجب أن يتضمن كل طلب تقدمه امرأة متزوجة أو أرملة، بيان لقبها واسمها بعد اسم الزوج.

2. وإذا جرى الإيداع على يد شخصين أو عدة أشخاص مشتركين فيجب تقديم البيانات المنصوص عليها في المقطع أ من الفقرة 1 من المادة 2، بخصوص كل واحد من هؤلاء الأشخاص المذكورين وذلك إذا لم يصدر بيان مخالف.

المادة الرابعة : يجب أن يتضمن الوكالة لقب واسم الطالب الذي فوض أمره الى الوكيل المأذون به وكذا عنوانه. وإذا كان الأمر يتعلق بشخص معنوي فيجب أن تتضمن اسم محله وعنوان مقر شركته.

المادة الخامسة : والوكالة بمضيتها ويؤرخها الطالب وإذا كان الأمر يتعلق بشخص معنوي فتذكر فيها صفة صاحب الإمضاء.

المادة السادسة : يجب على كل من أراد أن يتمسك بأولوية إيداع سابق، أن يبين مكان وتاريخ ورقم هذا الإيداع، في طلب تسجيله أو في التصريح الذي يجب أن يصل الى المصالح المختصة ضمن الشروط المنصوص عليها في المادة 15 من الأمر رقم 66 - 57 المشار إليه أعلاه.

المادة السابعة : ويجب عليه، علاوة على ذلك، أن يقدم الى المصالح المختصة نسخة طبق الأصل من الإيداع السابق مصححة من طرف الإدارة التي تسلمتها وأن يدفع رسم المطالبة بالأولوية.

المادة الثامنة : وإذا لم يكن هو مقدم الإيداع السابق، فيجب عليه أن يضم إليه المستندات إعلام إذنا كتابياً من صاحب العلامة أو من ذوي حقوقه، يوهله لأن يتمسك بالأولوية المعنى بها.

العنوان الثاني

النموذج والختم (كليشيه)

المادة السادسة : يتركب نموذج العلامة من تمثيلها المستقل منها الذي يتم الحصول عليه بواسطة الختم المرافق لورقة الإيداع ويوضع المثال على النموذج المنصوص عليه في المادة الأولى أعلاه.

المادة السابعة : 1. يجب أن يكون الختم (الكليشيه) مطابقاً للنماذج المستعملة عادة في الطبع بالنقوش البارزة وتكون أبعاده متوازيه.

2. يجب على المودع أن يسجل اسمه وعنوانه على جانب من الزاميا بين 15 و 90 مليمتراً ويجب أن يبلغ سمكه 22 مليمتراً قاعدة الختم.

3. يعاد الختم الى المودع إن طلب ذلك، على نفقته وبعد نشر العلامة.

المادة الثامنة : يتلف كل ختم لم يطلب بعد انقضاء سنة من يوم هذا النشر.

العنوان الثالث

تسجيل ونشر العلامات

المادة الثامنة : إذا كانت العلامة لا تخالف أحكام المادة الرابعة من الأمر رقم 66 - 57 المشار إليه أعلاه وكان الإيداع صحيحاً وجرى دفع الرسوم الواجب أدائها فإن المصلحة المختصة تباشر تسجيل العلامة ونشرها.

المادة التاسعة : يوضع على كل واحدة من نسخ طلب التسجيل رقم التسجيل وطابع المصلحة وتأشير المدير أو ممثله.

المادة العاشرة : وتوجه الى المودع أو وكيله نسخة تكون بمثابة شهادة تسجيل.

المادة الحادية عشر : يرفض كل إيداع لا يستجيب لأحكام المادة 20 أعلاه. وفي حالة مخالفة مادية أو عدم دفع الرسوم تمنح للمودع مهلة شهرين لتصحيح إيداعه.

العنوان الرابع

دفتر العلامات

المادة العاشرة : تقيد في دفتر العلامات التصريحات والعقود والأحكام القضائية أو المتنازل لهم عنها أو الملتزمين لها.

المادة الحادية عشر : تودع طلبات تسجيل العقود المذكورة، لدى المصالح المختصة أو ترسل إليها ضمن ظرف بريدي مضمون الوصول مع طلب الإشعار بالاستلام.

المادة الثانية عشر : ويبين فيها لقب واسم الطالب أو اسم محله ومسكنه أو مقر شركته وكذلك فيما يتعلق بالوكيل عند الاقتضاء ويبين أيضاً مبلغ الرسوم المدفوعة الى المصالح المذكورة وكيفية أدائها ورقم وتاريخ إرسالها وتصحب الطلبات المذكورة بالمستندات المنصوص عليها في المادتين 2 أو 13 المذكورتين بعده.

- المادة الثانية عشر : 1. يتم كل تسجيل يتعلق بالعقود المذكورة، بإيداع نسخة أصلية مسجلة بصفة قانونية إذا كانت هذه العقود ممضاة بخط اليد أو بإيداع صورة منها إذا كانت هذه العقود رسمية، وبإشهاد رسمي أو بديباجة محضر الجرد في حالة انتقال الملكية بطريقة الميراث.
2. إن كل تشطيب على التسجيلات المتعلقة بالعلامات المسلمة على وجه الرهن، يتم بعد إيداع نسخة أصلية مسجلة بصفة قانونية تتعلق بالعقد الذي يتضمن رفع اليد عن الرهن أو بعد إيداع صورة رسمية من الحكم القضائي النهائي.
- المادة الثالثة عشر : يكون كل طلب تسجيل مصحوبا بثلاث أوراق إرسال محررة حسب النماذج 1 و 2 و 3 و 4 الملحقة بهذا المرسوم.
- إن البيانات المقيدة على أوراق الإرسال تثبت مطابقتها للبيانات المقيدة على العقد، من طرف الفريقين.
- المادة الرابعة عشر : تحفظ المصالح المختصة أصل العقد الذي هو موضوع طلب التسجيل وتعيد إلى المطالب ورقة إرسال بعد وضع بيان التسجيل عليها.
- يمكن لكل شخص أن يحصل، بناء على طلبه إما على نسخة من التسجيلات المقيدة في دفتر العلامات وإما على بيان التسجيلات التي لا تزال مقيدة على العلامات المسلمة على وجه الرهن، وإما على شهادة تثبت عدم وجود أي تسجيل.
- وتمنح المصالح المختصة صوراً تتعلق بعنوان أصحاب العلامات أو المتنازل لهم أو أصحاب امتياز الحقوق وكذا شهادات تنقل عليها البيانات المقيدة على النسخة الأصلية لنموذج العلامة.

العنوان الخامس تصنيف العلامات

- المادة الخامسة عشر : فيما يخص إيداع العلامات وتسجيلها ترتب المنتجات حسب التصنيف الدولي المرفق بالملحق الخامس من هذا المرسوم.
- المادة السادسة عشر : يكلف وزير الصناعة والطاقة بتنفيذ هذا المرسوم الذي ينشر في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

وحرر بالجزائر في 4 ذي الحجة عام 1385 الموافق 26 مارس سنة 1966.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولاً: باللغة العربية

1/ القوانين:

- القانون رقم 597/92 المتعلق بالملكية الفكرية الفرنسي، المؤرخ في 1 جويلية 1992، الجريدة الرسمية، العدد 3.

2/ الأوامر:

- الأمر رقم 06/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية الصادرة في 23 يوليو 2003، عدد 44.

- الأمر رقم 48/66، المؤرخ في 1966/02/25، الصادر في الجريدة الرسمية العدد 16 بتاريخ 1966/02/25، المتضمن نظام الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، اتفاقية باريس المؤرخة في 1883/03/20، المتعلقة بحماية الملكية الصناعية المعدلة والمتممة.

- الأمر رقم 66/156 المؤرخ في 1966/6/8، المتضمن قانون العقوبات المعدل بالأمر رقم 04/15 المؤرخ في 2004/11/10، الجريدة الرسمية لسنة 2004، المعدل بموجب الأمر رقم 23/06 المؤرخ في 2006/12/20.

3/ القرارات:

- القرار رقم 87\39 الصادر بتاريخ 87\06\11، عن محكمة العدل العليا الأردنية والمنشور في مجلة نقابة المحامين، السنة السادسة والثلاثين.

4/ الكتب:

- جديدي معراج، الوجيز في الإجراءات الجزائية، دار النشر، 2000.
- حسام أبو حجر، الحماية الجزائية للعلامة التجارية - دراسة مقارنة - مذكرة ليسانس، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم جامعة 8-ماي 1945، قالمة 2012/2013.
- حسام الدين الصغير، عبد الغاني الصغير: الجديد في العلامة التجارية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2004.
- حمادي زبير: الحماية القانونية للعلامة التجارية الطبعة منشورات الحلبي الحقوقية بيروت، 2012.
- رمسيس بهنام: جرائم المضرة بالمصلحة العامة منشئة المعارف الإسكندرية سنة 1986.
- سمير جميل حسين الفتلاوي: الملكية الصناعية وفقا للقوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائرية، 1989.
- صلاح زين الدين: العلامات التجارية وطنيا ودوليا، دار الثقافة للنشر والتوزيع، سنة 2006، الطبعة الأولى، الإصدار الأول.

- صلاح زين الدين: الملكية الصناعية والتجارية، براءات الاختراع، الرسوم الصناعية، النماذج الصناعية، العلامات التجارية، البيانات التجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان الأردن.
- عامر الكسواني: المركز القانوني للدومين الإلكتروني بين مفردات الملكية الفكرية، مجلة حماية الملكية الفكرية، المجمع العربي لحماية الملكية الصناعية الألمانية.
- عبد الحكيم فودا: جرائم الغش التجاري والصناعي، منشأة المعارف، سنة 1996
- عبد الله حسين خشروم: الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية ، دار وائل للنشر ، الطبعة الأولى سنة 2005.
- عرار نجيب خريس: جرائم الإعتداء على العلامة التجارية في القانون الأردني و القوانين العربية، الأردن.
- فرحة زراوي صالح :الكامل في القانون التجاري الجزائري، المحل التجاري والحقوق الفكرية القسم الثاني، الحقوق الفكرية ،حقوق الملكية الصناعية والتجارية...دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان الأردن 2001.
- محمد أنور حمادة: النظام القانوني لبراءات الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2002.
- محمود إبراهيم الوالي :حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، سنة 1983 .
- محمود علي رشدان: العلامات التجارية، دار الميسرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2009.
- مصطفى كمال طه : القانون التجاري الأعمال التجارية والتاجر والمحل التجاري الملكية الصناعية، دار الجامعة الجديدة للنشر، سنة 20.
- منير محمد الجنيبي: العلامات والأسماء التجارية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية سنة 2000.
- نادية فضيل: القانون التجاري الجزائري الأعمال التجارية والتاجر والمحل التجاري، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة التاسعة.
- نعيم مغيب: الماركات الصناعية والتجارية، دراسة في القانون المقارن، الطبعة الأولى، 2005.
- عبد الله حسين الخشروم :الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية ، دار وائل للنشر ، الطبعة الأولى سنة 2005.
- ناصر عبد الحليم السلامة: الحماية الجزائرية للعلامة التجارية، دراسة تحليلية لأحدث التشريعات العربية والأجنبية، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، سنة 2008.
- نادية فضيل: القانون التجاري الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1987،

ثانيا: المراجع باللغة الفرنسية:

– Vivant Michel, les creations immoterielles et le droit, Ellipses,1997, p
106

ثالثا: المواقع الإلكترونية

[http. // cte. Univ- sétif. Dz/ counseling.../ marketing/ pdf.](http://cte.Univ-sétif.Dz/counseling.../marketing/pdf)

الفهرس

الفهرس

أ		المقدمة
05	ماهية العلامة التجارية	الفصل التمهيدي
06	مفهوم العلامة التجارية	المبحث الأول
06	تعريف العلامة التجارية	المطلب الأول
06	التعريف اللغوي للعلامة التجارية	الفرع الأول
06	التعريف الاصطلاحي للعلامة التجارية	الفرع الثاني
09	أنواع وأشكال العلامة التجارية	المطلب الثاني
09	أنواع العلامة التجارية	الفرع الأول
11	أشكال العلامة التجارية	الفرع الثاني
14	خصائص العلامة التجارية وشروط صحتها	المبحث الثاني
14	خصائص العلامة التجارية	المطلب الأول
15	النسبية	الفرع الأول
15	التأقيت	الفرع الثاني
16	الحماية القانونية المزدوجة	الفرع الثالث
16	شروط صحة العلامة التجارية	المطلب الثاني
16	تمييزها (الصفة المميزة)	الفرع الأول
16	جدة العلامة التجارية (حدائة العلامة)	الفرع الثاني
17	عدم مخالفة العلامة التجارية للأداب العامة والنظام العام	الفرع الثالث
17	أهمية العلامة التجارية	المبحث الثالث
18	أهمية العلامة التجارية من الناحية القانونية	المطلب الأول
18	حماية جمهور المستهلكين	الفرع الأول
18	حماية صاحب العلامة	الفرع الثاني
19	أهمية العلامة التجارية من الناحية الاقتصادية	المطلب الثاني
19	العلامة التجارية وسيلة من وسائل الاعلان عن المنتجات والبضائع	الفرع الأول
19	العلامة التجارية رمز الثقة بصفات المنتجات والبضائع	الفرع الثاني
21	الجرائم الواقعة على العلامة التجارية	الفصل الأول
22	جرائم الاعتداء على ذاتية العلامة التجارية	المبحث الأول
22	جريمة تزوير العلامة التجارية بصورتها المعلوماتية	المطلب الأول
22	تعريفها	الفرع الأول

24	أركانها	الفرع الثاني
27	جريمة استعمال غلامة مزورة أو مقلدة بدون وجه حق	المطلب الثاني
27	العنصر المادي	الفرع الأول
28	الركن المعنوي	الفرع الثاني
28	جرائم الاعتداء على الملكية المادية للعلامة التجارية	المبحث الثاني
29	جريمة اغتصاب العلامة المملوكة للغير	المطلب الأول
29	تعريفها	الفرع الأول
29	أركانها	الفرع الثاني
30	جريمة بيع بضاعة تحمل علامة مملوك للغير أو عرضها للبيع أو التداول	المطلب الثاني
30	تعريفها	الفرع الأول
31	أركانها	الفرع الثاني
32	صور أخرى لجرائم واقعة على العلامة التجارية	المبحث الثالث
32	جريمة الادعاء بتسجيل علامة تجارية	المطلب الأول
32	تعريفها	الفرع الأول
32	أركانها	الفرع الثاني
33	جريمة بيع بضاعة تحمل علامة مزورة أو وقلدة أوة عرضها للبيع أو التداول بها أو حيازتها لقصد البيع	المطلب الثاني
33	تعريفها	الفرع الأول
34	أركانها	الفرع الثاني
36	الحماية القانونية للعلامة التجارية	الفصل الثاني
37	الحماية المدنية للعلامة	المبحث الأول
37	قيام دعوى المنافسة غير المشروعة	المطلب الأول
37	ركن الخطأ	الفرع الأول
38	ركن الضرر	الفرع الثاني
38	العلاقة السببية	الفرع الثالث
39	آثار رفع دعوى المنافسة غير المشروعية	المطلب الثاني
39	إزالة الفعل الضار وقف الأعمال	الفرع الأول
40	الحكم بالتعويض	الفرع الثاني
40	الحماية الجزائية للعلامة التجارية	المبحث الثاني

40	الجهات والاختصاص القضائي	المطلب الأول
40	الجهات التي تملك الحق في رفع دعوى التقليد	الفرع الأول
43	الجهات القضائية المختصة	الفرع الثاني
44	المسؤولية الجزائية	المطلب الثاني
44	العقوبات الأصلية	الفرع الأول
45	العقوبات التكميلية	الفرع الثاني
47	الحماية الدولية للعلامة التجارية	المبحث الثالث
47	حماية العلامة التجارية في ظل اتفاقية باريس 1883	المطلب الأول
48	أهم المبادئ التي أقرتها اتفاقية باريس	الفرع الأول
51	إجراءات الحماية في ظل اتفاقية باريس	الفرع الثاني
52	اتفاقية ترييس	المطلب الثاني
52	أهم المبادئ التي أقرتها اتفاقية ترييس	الفرع الأول
54	إجراءات الحماية في ظل اتفاقية ترييس	الفرع الثاني
		الخاتمة
		الملاحق
		قائمة المراجع
		الفهرس