

جامعة محمد خيضر - بسكرة

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق



# الحماية الجنائية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري

مذكرة مكملة من مقتضيات نيل شهادة الماستر في الحقوق  
تخصص قانون جنائي

إشراف الأستاذ :

أ.د / بن مشري عبد الحليم

إعداد الطالب :

بن فاتح أمين

السنة الجامعية: 2016 / 2017 م

## إمّنتان وعرفان

إلى الاستاذ الدكتور : " بن مشري عبد الحليم "

أهدى كامل شكري و عرفاني و تقديري لاشرافه على هذا البحث  
و على توجيهاته و نصائحه القيمة .

ولا يفوتني أن أشكر جميع أساتذة قسم الحقوق بجامعة بسكرة  
على عطائهم المتميز فلهم مني كامل التقدير و العرفان .

شكراً

أقدم بالشكر الجزيل إلى جميع الاساتذة و الأصدقاء

الذين ساعدون في انجاز هذه المذكرة

و إلى عمال المكتبة جامعة بسكرة و جامعة بانه

ولا يفوتني ان اشكر رفائي في الدراسة



## أبيها

الحمد لله و كفى و الصلاة و السلام على الحبيب المصطفى

اهدي هذا العمل المتواضع إلى أغلى ما في الوجود ،

إلى رمز العطف و الحنان أمي .

إلى أبي الفاضل رحمه الله و أسكنه فسيح جنانه .

إلى كل الأهل و الاصدقاء

إلى رفقائي من دفعة ماسر تخصص جنائي .



هفتاد و نه

تعرف الملكية بمفهومها التقليدي أنها حق عيني يرد على كل شيء مادي منقولا كان أو عقارا، إلا أن التطور الصناعي والتكنولوجي أثر على الموازين الاجتماعية والمفاهيم العامة، بما فيها المفاهيم القانونية وأصبح بذلك مفهوم الملكية لا يقتصر على كونها حقوق عينية، وإنما ظهر نمط جديد للملكية عرف لدى الفقهاء بالملكية الفكرية وهي حق الشخص في استغلال واستثمار إنتاجه الفكري.

تعتبر الملكية الفكرية رأس مال حقيقي في الوقت المعاصر، نظرا للدور بالغ الأهمية الذي تلعبه كمنقول معنوي في حياة التجار ومن بين عناصرها براءة الاختراع والرسوم و النماذج الصناعية وعلامات الصنع والعلامات التجارية وعلامات الخدمة والاسم التجاري والمحل التجاري وقد خصص لها المشرع الجزائري لكل مفردة من المفردات قانون خاص يبين أحكامها.

أمام السيطرة العلمية والتكنولوجية التي تسود الاقتصاد العالمي الحالي والتزايد الهائل في المعاملات التجارية وزيادة التنافس على تسويق المنتجات والخدمات في السوق، ازدادت أهمية العلامة التجارية حيث أصبحت تلعب دورا مهما في سرعة تنفيذ هذه المعاملات، وأصبح الاهتمام بالحملات الترويجية للعلامة عن طريق الإشهار التجاري حتى يتمكن كل متنافس من فرض نفسه أمام المشروعات المنافسة وإبراز إمكانية وتطوير أسلوب تسويق منتجاته وخدماته.

وموضوعنا هنا ينحصر بالدرجة الأولى حول العلامة التجارية التي هي إشارة مميزة تحدد سلعا أو خدمات معينة على أنها تلك التي ينتجها شخص أو مشروع محدد حيث تعد العلامة التجارية وسيلة ضمان للمنتج و المستهلك في آن واحد فهي تمنع اختلاط منتجات تحمل علامة أخرى.

تظهر أهمية العلامة التجارية في تمييز منتجات الصانع أو التاجر عن المنتجات المشابهة لها لصناع أو تجار آخرين، حيث أصبحت العلامة التجارية وسيلة دعائية لزيادة الطلب على سلعة معينة، فيعتبر تزايد استهلاك تلك السلعة دليلا على زيادة شهرة العلامة

التجارية، مما يرتب عليه اعتبار العلامة التجارية حقا لصاحبها ذات قيمة مالية طائلة في بعض الأحيان، وغنى عن القول أن هذا الحق يحتاج إلى حماية في مواجهة التقليد وشتى صور الاعتداء التي تقع على العلامة التجارية، ومن هنا نشطت الدول في وضع تشريعات محلية تكفل حماية العلامات التجارية وتنظيمها.

ولما حظيت العلامة بأهمية تجارية واقتصادية ودعائية متزايدة، وأصبحت هذه الأهمية تتحكم في سلوك الشركات الكبرى مالكة العلامات، ولما كان هناك تنافس بين المنتجين والتجار، أصبح هناك من يقلد أو يستخدم علامة غيره، من أجل الوصول إلى ترويج سريع لسلعه أو خدماته في السوق، منتهكا الحقوق التي خولها القانون لمالك العلامة، ضاربا باستقرار النشاط التجاري ومهددا لسلامة جمهور المستهلكين.

وهذا ما يحتم توفير كافة الوسائل المتاحة لحمايتها والتصدي لكل من تسول له نفسه الاعتداء عليها، فموضوع حماية العلامة التجارية جنائيا موضوع حيوي لا يمس المستهلك وحده بل يتعلق بالتطور الاقتصادي، سيما وأنا نخوض تجربة الاحتواء في اقتصاد السوق، الأمر الذي يزيد من حرية المنافسة الداخلية أو الخارجية الذي كثير ما تكون ضد مصلحة المستهلك بسبب التعدد و التنوع في السلع و الخدمات المعروضة عليه والاهتمام بجانب الربح على حساب صحة وسلامة المستهلك عن طريق عمليات الغش والاحتيال الممارسة من طرف المتدخل.

ولعل أكبر أشكال يطرحه الموضوع هي الخروقات التي تمس العلامة التجارية، أو ما يعرف بالتقليد، هذه الظاهرة التي ظهرت في مراحل أولى في شكل ممارسات محتشمة لتتخذ شيئا فشيئا ملامح الظاهرة الدولية، وتصبح هاجسا لدى أصحاب الحقوق، وخطرا محققا باقتصاديات جميع الدول، مصنعة أو سائرة في طريق النمو.

ومن هذا المنطلق تركزت الحماية الدولية لمختلف أصناف حقوق الملكية الفكرية في مواجهة أفعال التقليد بصفة تدريجية في ظل تكاثف الجهود الدولية لتكثيف التشريعات الوطنية وفق مقتضيات تسارع وتيرة التقليد وتعقد التكنولوجيا.

وفي هذا الصدد تضمن قانون العقوبات جزاءات توقع على كل شخص يستغل المستهلك بصفة غير شرعية عن طريق الغش أو التحايل أو المنافسة الغير المشروعة، إلا أن قواعد قانون العقوبات لم تكن كافية لتوفير الحماية اللازمة للعلامة التجارية مما دفع المشرع للتدخل لسن الأمر 06/03 والمتعلق بالعلامات التجارية.

ولقد نظم المشرع العلامات التجارية بموجب الأمر 06/03 المؤرخ في 2003/11/19 المتضمن قانون العلامات والذي حدد فيه أحكاما دقيقة تتعلق بملكية العلامة وإيداعها وانتقالها وبطلانها كما نص على عقوبات خاصة بالجرائم الماسة بالعلامات.

### أهمية الموضوع:

أمام تحرر التجارة وزيادة التنافس على تسويق المنتجات والخدمات في السوق ازدادت أهمية العلامة وأصبحت تلعب دورا مهما في سرعة تنفيذ هذه العملية، وأصبح الاهتمام بالحملات الترويجية للعلامة عن طريق الأشهار التجاري أمر لا بد من استغلاله حتى يتمكن كل منتج من فرض نفسه أمام المشروعات الاقتصادية المنافسة وابرار إمكانياته في تطوير أسلوب تسويق المنتجات والخدمات، ومن هنا ظهرت الحاجة الملحة لحماية العلامة من صور الاعتداء عليها، والعمل على إيضاح خطورة الاعتداء على الحق في العلامة وأهمية التصدي لذلك، ولما كان التشريع هو المصدر الفعال والمباشر في حماية الحقوق المتعلقة بالعلامة التجارية فقد اهتمت مختلف التشريعات الوطنية ومنها التشريع الجزائري بوضع قوانين خاصة تهدف إلى حمايتها.

وتظهر الأهمية البالغة لموضوع العلامات التجارية من خلال ارتباطه الوثيق باقتصاد الدولة، حيث تشكل الجرائم الواقعة على العلامات التجارية اعتداء على المقومات الاقتصادية للدولة، والتي تعتبر من المواضيع الشائكة التي شغلت ولا تزال فكر فقهاء القانون الجنائي.

### أسباب اختيار الموضوع:

ومن هنا تتضح أسباب اختيار موضوع الحماية الجنائية للعلامة التجارية نظرا لزيادة الاهتمام الوطني والدولي بها، ونظرا لاهتمام القانون الجزائري بها خاصة بعد صدور الأمر 06/03 المؤرخ في 2003/07/19 المتعلق بالعلامات الذي أعطى العديد من المفاهيم الجديدة فيما يتعلق بالعلامة التجارية وحماية العلامات الوطنية والأجنبية.

إضافة إلى ذلك تنامي ظاهرة تقليد العلامات، وكثرة السلع المقلدة خاصة ذات الاستهلاك الواسع، مع ما تلحقه من أخطار لدى المستهلك خاصة وأن تقاوم ظاهرة التقليد لم يخص العلامات المحلية فقط، بل اجتاح حتى العلامات الأجنبية، ما تسبب في إلحاق خسائر بالاقتصاد الوطني.

### إشكالية الموضوع:

في ظل الانتهاكات الموجودة في مجال الملكية الفكرية والصناعية، والتي تعد من أبرز الجرائم المستجدة في السنوات الأخيرة، وشكلت تهديدا حقيقيا على اقتصاد الوطن، يطرح الموضوع إشكاليات متعددة حول الجرائم الماسة بحماية العلامة التجارية، لعل أهمها جريمة تقليد العلامة التجارية، والتي تعتبر محور هذه الدراسة، وسوف نحاول الإجابة على إشكالية رئيسية مفادها: هل حققت الحماية الجزائية للعلامة التجارية الفعالية المطلوبة في الحماية من جريمة التقليد؟

وينبثق عن هذه الإشكالية جملة من التساؤلات الفرعية نوردتها فيما يلي:

- ما المقصود بالعلامة التجارية في التشريع الجزائري والفقهاء المقارن؟

- ما يميز العلامة التجارية عن غيرها من المصطلحات المشابهة؟
- ما هي أركان جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري؟

### اهداف الدراسة:

تهدف دراسة هذا الموضوع إلى البحث حول إمكانية مواكبة الأمر 06/03 الخاص بالعلامات لتطور مفهوم العلامة في التشريع الوطني من حيث مفهوم العلامة، وإجراءات تسجيل العلامات التجارية، والحماية الجزائرية التي أقرها للعلامات ومدى فاعليتها.

### المنهج المتبع:

ارتأينا في هذه الدراسة أن نستخدم المنهج الوصفي وذلك من خلال تبيان أركان جريمة التقليد والعقوبات المقررة لهذه الجريمة، كما يقتضي دراسة موضوع الحماية الجنائية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري إتباع المنهج التحليلي لتحليل نصوص الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات والقوانين المرتبطة والمكملة له، مع الاستعانة بباقي المناهج كالمنهج التاريخي.

### التقسيم العام للدراسة:

اعتمدنا في دراسة موضوع "الحماية الجنائية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري" إلى تقسيمه إلى فصلين، الفصل خصصناه إلى ماهية العلامة التجارية، عن طريق تبيان مفهوم العلامة التجارية في المبحث الأول، أما المبحث الثاني خصصناه إلى تمييز العلامة التجارية عن الملكية التجارية والصناعية، أما الفصل الثاني فخصصناه إلى جريمة تقليد العلامة التجارية وبدوره قسمناه إلى مبحثين يتضمن المبحث الأول محل الحماية الجنائية، أما المبحث الثاني فخصصناه لأركان جريمة التقليد والعقوبات المقررة لها.

## الفصل الأول

### ماهية العلامة التجارية

تمهيد:

تؤدي العلامة التجارية باعتبارها وسيلة لتمييز السلع والخدمات الخاصة بالتاجر عن سلع وخدمات غيره من التجار دورا هاما في الحياة الاقتصادية والتجارية تظهر من خلال عملية تسويق السلع والخدمات ومن خلال اقتنائها وتعرف المستهلك عليها. وتعود نشأة العلامة التجارية إلى زمن بعيد، إلا أن استخدامها على السلع والخدمات لم يكن الزاميا إلا بعد التطور والازدهار الذي عرفته التجارة الداخلية والدولية، وظهرت علاقات اقتصادية وتجارية متعددة الأشكال بين مختلف الدول في كافة المجالات التبادلية، ومفهوم العلامة التجارية يتميز عن عديد المفاهيم المتعلقة بالملكية التجارية والصناعية.

وتعتبر العلامة التجارية وسائل الإعلان المهمة سواء من حيث النوع المرتب للضمان أو طريقة التحضير، مما يؤدي إلى رفع الثقة بالمنتجات والبضائع فتحل محل ثقة الجمهور، إذ تحدد مركز المنتج أو الصانع أو مقدم الخدمة بين المنافسين الآخرين، وتعتبر وسيلة هامة من وسائل المنافسة المشروعة، إذ أنها تلعب دورا هاما في تحقيق العدالة بينهم لينال كل منهم ثقة المستهلكين بقدر حرصه على تحسين منتجاته أو بضائعه أو خدماته و المحافظة على جودتها من أجل كسب الشهرة المأمولة، وهي تلعب دورا فعالا في ضمان حقوق المستهلكين من ضروب الغش والاحتيال حول مواصفات الصناعات أو البضائع أو الخدمات التي يتلقونها من يد هؤلاء، وذلك من خلال الرجوع عليهم رجوعا قانونيا مناسبا لتحديد مسؤولياتهم عن آثار تضليلهم.

وقبل الخوض في دراسة موضوع العلامات التجارية والإمام بمحتوياته و خبياه، يجدر بنا أن نعرف فحواها، ويجب أن نكون قادرين على تمييزها عن بعض المصطلحات المشابهة لها، تماما كما تميز العلامات السلع عن بعضها البعض، وقبل هذا كله يجب معرفة كيف نشأة وتطورت حتى وصلت إلى ماهي عليه في الوقت الحاضر.

## المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية

العلامة التجارية هي إشارة مميزة تحدد سلعا أو خدمات معينة على أنها تلك التي ينتجها أو يوفرها شخص أو مؤسسة ما، وهي توفر لمالكها حق الانتفاع بها وتحديد السلع والخدمات التي يقدمها أو الترخيص للغير بالانتفاع بها، كما توفر للمستهلك سهولة التعرف على السلع والخدمات المتعلقة بها.

وقد تطورت وظيفة العلامات التجارية على مر السنين من وظيفة الدلالة على مصدر المنتجات والخدمات، إلى أن أصبحت رمزا يدل على خصائص المنتجات والخدمات، وتحدد درجة جودتها وإتقانها<sup>1</sup>.

## المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية

لقد تصدى العديد من الدارسين والقانونيين لإعطاء تعريف خاص بالعلامة، كما تطرقت العديد من التشريعات ومنها التشريع الجزائري إلى مسألة تعريف العلامة.

### الفرع الأول: لغة:

العلامة التجارية هي أي كلمة أو أداة مميزة تضمن للسلعة البيع كمنتج لأي فرد من الشركة، التغليف والملصقات ممكن أن تكون علامات تجارية<sup>2</sup>.

### الفرع الثاني: اصطلاحا:

لم تتطرق القوانين المقارنة بما فيها القانون الجزائري، وكذا الاتفاقيات الدولية إلى وضع تعريف دقيق للعلامة التجارية، واكتفت بتحديد الصور والأشكال التي يمكن أن تتخذها العلامة التجارية، إلا أن الفقه القانوني وضع عدة تعريفات للعلامة التجارية<sup>3</sup>.

### أولا: تعريف العلامة التجارية في الاتفاقيات الدولية:

لقد وردت عدة تعاريف للعلامة التجارية نذكر منها ما يلي:

<sup>1</sup> - ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات، أطروحة الدكتوراه، قسم الحقوق، جامعة باتنة، لسنة 2011-2012، ص 11.

<sup>2</sup> - تاريخ الزيارة: 2017-01-22 www.almaany.com

<sup>3</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، الصفحة 11.

- اتفاقية التريبس (TRIPS): تنص المادة 1-15 من اتفاقية تريبس على أنه تعتبر اي علامة أو مجموعة علامات التي تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها مؤسسة ويدخل في عداد العلامة التجارية الأسماء والحروف والأرقام والأشكال ومجموعات الألوان وأي مزيج منها يصلح للتسجيل كعلامة تجارية.<sup>1</sup>

والملاحظ من خلال هذا التعريف أنه لم يعطي تعريفا دقيقا للعلامة التجارية وإنما اكتفى بتعداد الأشكال التي يمكن ان تأخذها العلامة وهي تعداد مذكور على سبيل المثال. والملاحظ أن المادة 15 من اتفاقية الأوديبيك لسنة 1994 وعلى الرغم من عدم إعطائها مفهوما دقيقا للعلامة التجارية إلا انها شملت جميع أنواع العلامات وكذا مختلف الأشكال التي يمكن أن تأخذها العلامة بما فيها العلامات غير القابلة للتمثيل الخطي والإدراك بالنظر طالما لها القدرة على تمييز المنتجات والخدمات وذلك على عكس ما أورده المشرع الجزائري في الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات وأغلبية التشريعات من اشتراط أن تكون العلامة التجارية قابلة للتمثيل الخطي أي قابلة للإدراك بالنظر.<sup>2</sup>

**ثانيا: التعريف التشريعي للعلامة التجارية:** تطرقت العديد من التشريعات ومنها التشريع الجزائري إلى مسألة تعريف العلامة.

ولقد جاء المشرع الجزائري في المادة الثانية من الأمر 06/03<sup>3</sup> بتعريف العلامة 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، والتي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره".

<sup>1</sup> - أزموور رشيد، قرار شراء المنتج الجديد بين تأثير الإعلان والعلامة التجارية، مذكرة الماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الإقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة تلمسان، لسنة 2010-2011، ص 52.

<sup>2</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 15.

<sup>3</sup> - الأمر 06/03 المؤرخ في 19-07-03، المتعلق بالعلامات، ج ر عدد 44 لسنة 2003 .

ولم يتطرق الأمر رقم 57/66 المتعلق بعلامات الصنع والعلامات التجارية الملغى<sup>1</sup> إلى تعريف العلامة التجارية وإنما اكتفى بتبيان ما يصلح وما لا يصلح كعلامة لتمييز المنتجات أو الخدمات. حيث نصت المادة 2 من الأمر 57/66 على أنه " تعتبر علامات مصنع أو علامات تجارية أو علامات خدمة الأسماء العائلية أو الأسماء المستعارة والتسميات الخاصة أو الأغشية والرموز الاختيارية أو المبتكرة، والشكل المميز للمنتجات أو شكلها الظاهر والبطاقات والبصمات والطابع والأختام وطوابع الرسوم المميزة والأشرطة والحواشي وتركيبات أو ترتيبات الألوان، والرسوم والصور أو النقوش النائية، والحروف والأرقام والشعارات وبصفة هامة السمات المادية التي تصلح لتمييز المنتجات والأشياء أو الخدمات لكل مؤسسة.

يجوز اعتبار الإعلان علامة إذا وقع تسجيله لهذه الغاية ."

وهذا ما نجده في التعريف الذي أورده المشرع الفرنسي في المادة الأولى من القانون الصادر في 1991/01/04 المتعلق بالعلامات، حيث عرف العلامة على أنها: " علامة الصنع، أو التجارة أو الخدمة، هي رمز قابل للتمثيل الخطي، تستخدم لتمييز سلع أو خدمات شخص ما، طبيعي كان أو معنوي ."

من خلال هذين التعريفين المتشابهين، نصل للقول بأن كل من المشرعين الفرنسي والجزائري أرادا أن يبينا أن الرموز التي تصلح أن تكون علامة هي تلك التي يمكن تمثيلها خطيا والتي يمكنها تمييز السلع والخدمات المتماثلة عن بعضها حتى لا يقع المستهلك في لبس أو خطأ عندما تعرض عليه تلك السلع أو الخدمات.<sup>2</sup>

كما عرف القانون الأردني العلامة التجارية بأنها " أي اشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره"<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - الأمر 57-66، المؤرخ في 66/03/19، المتعلق بالعلامات المصنع والعلامات التجارية ج ر سنة 1966.

<sup>2</sup> - رمزي حوجو - كاهنة زواوي، (التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري)، مجلة المنتدى القانوني، جامعة بسكرة، العدد 5، ص 31.

<sup>3</sup> - المادة 2. رقم 34 لسنة 1999، المتعلق بالعلامات التجارية الأردني، ج ر عدد 4389 لسنة 1999.

أما المشرع المصري فقد عرف العلامة التجارية في المادة 63 من القانون رقم 82 لسنة 2002 والخاص بحماية الحقوق الملكية الفكرية في قولها: "العلامة التجارية هي كل ما يميز منتوجا أو سلعة كانت أو خدمة عن غيرها. وتشمل على وجه الخصوص الأسماء المتخذة شكلا مميزا والامضاءات والكلمات والحروف والأرقام والرسوم والرموز وعناوين المحال، الدمغات، الاختام والتصوير والنقوش البارزة أو مجموعة الألوان تتخذ شكلا خاصا ومميزا، وكذلك أي خليط من هذه العناصر إذا كانت تستخدم أو يراد أن تستخدم أما في تمييز منتوجات عمل صناعي، أو استغلال زراعي، أو استغلال الغابات، أو لمستخرجات الأرض، أو أي بضاعة، وأما للدلالة على مصدر المنتوجات والبضائع ونوعها ومرتبثها أو ضمانها أو طريقة تحضيرها، وأما للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات وفي جميع الأحوال يتعين أن تكون العلامة التجارية ما يدرك بالبصر".<sup>1</sup>

يلاحظ أن الاختلاف التشريعي في تعريف العلامة نتيجة حتمية لاختلاف الفقه حول وضع تعريف موحد للعلامة من جهة واختلاف المجالات وتطورها ومدى استيعابها لكافة الاشارات أو الدلالات التمييزية بين مختلف السلع والخدمات المتشابهة.

### ثالثا: التعريف الفقهي للعلامة التجارية:

أورد الفقه عدة تعاريف للعلامة التجارية منها التعريف الذي أورده محمد حسنين بأنها: " وسيلة من وسائل المنافسة المشروعة بين المنتجين والتجار شأنها شأن بقية حقوق الملكية الصناعية بحيث إذا اتخذ أحد التجار أو المنتجين علامة تجارية أو صناعية معينة تميزا لبضائعه أو منتجاته فإنه يتمتع عن غيره من التجار أو المنتجين استخدام نفس هذه العلامة لتمييز سلع مماثلة".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - أمين مصطفى محمد، الحماية الجنائية لحقوق الملكية الصناعية في ضوء الاتفاقيات الدولية والقوانين الوطنية، دار الجامعة الجديدة 2010، ص 39.

<sup>2</sup> - ميلود سلامي. المرجع السابق. ص 15.

ويعرفها الأستاذ جاك أزيما ( Jacques Azéma ) بأنها: " كل إشارة توضع على منتجات أو خدمات مؤسسة قصد تمييزها عن تلك المنافسة لها"<sup>1</sup>.

وتعرفها الدكتورة سميحة القليوبي على أنها: " إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع المماثلة"<sup>2</sup>.

وقد عرفها صلاح الدين الناهي بأنها: " إشارة توسم بها البضائع والسلع والمنتجات أو تعلم تمييزا لها عن ما يماثلها من سلع تاجر آخر أو منتجات أرباب الصناعات الآخرين"<sup>3</sup>.  
أما شونتال لبي Chental lai يرى أن العلامة هي اسم مصطلح، كلمة، إشارة، رسم أو جميع مكونات هذه العناصر تعمل على تعريف الخدمات والسلع لجماعة أو لبائع وهو ما يميزها عن المنافسين<sup>4</sup>.

وقد عرفها الدكتور صلاح زين الدين بأنها " كل إشارة أو دلالة مميزة يتخذها الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة لتمييز منتجاته أو بضاعته أو خدماته عن مثيلاتها التي يصنعها أو يتاجر بها أو يقدمها آخرون"<sup>5</sup>.

وعرفها كل من P .Kotler و B .Dubois على أنها" اسم، إشارة، رمز أو رسم، أو توليفة من هذه العناصر، تسمح بتحديد هوية المنتجات و الخدمات لبائع ما عن الباعين الآخرين وتمييزها عن المنافسين"<sup>6</sup>.

<sup>1</sup> - رمزي حوحو - كاهنة زاوي، المرجع السابق، ص31.

<sup>2</sup> - محمد علي الرشدان، العلامات التجارية، الأردن دار السيرة 2009، ص 13.

<sup>3</sup> - صلاح زين الدين. الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية 2010، ص 253.

<sup>4</sup> - أزمور رشيد، المرجع السابق، ص 52.

<sup>5</sup> - صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع 2007، ص 114.

<sup>6</sup> - جاري الصالح، تأثير العلامة التجارية على سلوك المستهلك، شهادة الماجستير في علوم التسويق، جامعة المسيلة،

لسنة 2007-2008، ص 2.

## المطلب الثاني: تطور العلامة التجارية

لقد مرت العلامة التجارية باعتبارها رمزا أو إشارة توضع على المنتجات والبضائع، بمراحل تطور تاريخية وتشريعية من العهد الفرعوني والروماني مرورا بالعصور الوسطى وصولا إلى العصر الحديث.

### الفرع الأول: التطور التاريخي للعلامة التجارية

-يرجع أصل ظهور العلامة إلى زمن بعيد عندما كان أصحاب الحرف القدامى يوقعون على منتجاتهم الفنية والنفعية ويعتبرون هذا التوقيع بمثابة علامة تميز منتجاتهم عن غيرها من المنتجات الأخرى، وقد دلت الحفريات التي تعود للعصر الحجري علو وجود صور موسومة بعلامات خاصة وذلك للدلالة على مالكةا.<sup>1</sup> وكذلك الحال في مدينة طروادة وألمبياد ودمشق، كما استخدم الهنود علامات على بضائعهم وكذلك فعل القدامى المصريين والرومانيين واليونانيين. ولا يوجد دليل على تمتع العلامة بحماية جزائية في هذه المرحلة.<sup>2</sup>

-وظهرت في القرون الوسطى بعض العلامات التي استخدمت في التجارة حيث كان التاجر في ايطاليا يستخدم العلامة بقصد الشهرة، وفي فرنسا كان استخدام العلامات في الصناعة الزاميا، حيث كان يسود نظام الطوائف الذي يقصد به احتواء مجموعات من الحرفيين المهرة في نظام صارم، بمقتضاه، يلتزم الأعضاء باستعمال علامات صنع قصرا فكانت تختم المنتجات بختم الطائفة وإلا أُلقت وذلك لغايات تحديد مسؤولية المنتجات ذات الجودة الرديئة ولمحاربة التجارة غير المشروعة.<sup>3</sup>

والظاهر أن سرقة العلامة في هذه المرحلة لم يكن يترتب عليه سوى تعويضات مدنية استنادا إلى المنافسة الغير المشروعة وان كان سرقة العلامة في بعض الصناعات الهامة يترتب عليه دعاوي جنائية.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 22.

<sup>2</sup> - أزمور رشيد، المرجع السابق، ص 47.

<sup>3</sup> - ميلود سلامي. المرجع السابق، ص 22.

<sup>4</sup> - أزمور رشيد. المرجع السابق، ص 48.

ويمكن القول أن نشأة العلامات يعود إلى القرون الوسطى إلا أنها كانت تدل على ملكية المنتجات والسلع أكثر منها علامات بالمفهوم الحديث وأن التعدي عليها في هذه المرحلة لم يكن يرتب سوى التعويضات المدنية وفقا لأحكام المنافسة غير المشروعة<sup>1</sup>.

-ومع قيام الثورة الصناعية مع بدايات القرن 19، التي جاءت بالتطور الهائل للأساليب الصناعية الحديثة الآلية والتي حلت محل الصناعات البدائية اليدوية، مما أدى تركيز القدرة الإنتاجية في مشاريع كبيرة فظهرت الحاجة إلى تطوير أساليب التوزيع لإيصال المنتجات إلى المستهلك، فصاحب ذلك ازدياد في استعمال العلامة التجارية التي أصبحت تأخذ صورا عدة، كالأحرف أو الأعداد أو الرسوم أو الكلمات أو خليط من ذلك والنتيجة أن هناك فيضا من مئات الآلاف من العلامات التجارية تمتلئ بها الأسواق. حيث أضحت الحاجة للعلامات التجارية للتعريف بالبضائع كالحاجة للأسماء للتعريف بالأشخاص<sup>2</sup>.

-وقد ظهرت في هذه المرحلة العديد من العلامات المشهورة في أيامنا هذه كعلامة كوكاكولا للمشروبات التي ظهرت عام 1886، وعلامة حمود بوعلام الجزائرية للمشروبات والتي ظهرت عام 1889، وعلامة مرسيدس الألمانية للسيارات التي ظهرت عام 1899، وأصبح للعلامة التجارية في هذه المرحلة دلالة على الصانع والتاجر ومقدم الخدمة أكثر منها دلالة على ملكية الأشياء<sup>3</sup>.

ويبدو أن سرقة العلامة في بداية هذه المرحلة لم يكن عليه عقاب جزائي، بل كان العقاب عليه محصورا في التعويض المدني، إلا أن خروج بعض أصحاب الصناعات والحرف وبعض التجار عن التقاليد التعامل التجاري الشريف وللجوء إلى وسائل غير مشروعة في سبيل المنافسة، باستعمال وسرقة وتقليد علامات غيرهم، قد دفع بأصحاب الشأن إلى المطالبة بإصدار تشريع جنائي يحمي علاماتهم من التزوير والتقليد، مما أدى إدخال العلامة التجارية

<sup>1</sup> - ميلود سلامي. المرجع السابق، ص 23.

<sup>2</sup> - أزمو رشيدي، المرجع السابق، ص 48.

<sup>3</sup> - صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 257.

تحت مظلة حماية القانون حتى غدت رويدا تتمتع بحماية قانونية مدنية وجزائية، على مستوى التشريع الوطني والدولي على حد سواء.<sup>1</sup>

ويعد التقدم التقني ودراسة السوق وكذا انتشار الرأسمالية والمنهج الاقتصادي الاشتراكي، من أبرز معالم العصر الحديث في مجال ترقية الدور الذي تلعبه العلامات في الحركة التجارية.<sup>2</sup>

### الفرع الثاني: التطور التشريعي للعلامة التجارية

يرجع التنظيم القانوني لأحكام العلامات التجارية إلى بدايات القرن التاسع عشر على وجه العموم، وإلى النصف الثاني منه على وجه الخصوص، ولقد أخذ التطور التشريعي للعلامات التجارية في النمو على الصعيد الوطني و العربي و الدولي.

أولاً: تطور العلامة التجارية في التشريعات الوطنية: قبل التطرق إلى تطور العلامة التجارية في القانون الجزائري نشير إلى تطورها في بعض القوانين والتشريعات حيث سنت فرنسا تشريع العلامات التجارية في سنة 1857 وسنت ألمانيا قانون العلامات التجارية في سنة 1874 وأقرت بريطانيا تسجيل العلامات التجارية سنة 1875، كما أخذت الدول في أنحاء المعمورة بسن القوانين في مجال العلامات التجارية، فكان في الأرجنتين قانون المصانع والعلامات الزراعية لسنة 1900، وفي اسبانيا تشريع الملكية الصناعية لسنة 1929، وفي إيران قانون العلامات التجارية لسنة 1931، وفي باكستان قانون العلامات التجارية لسنة 1940، وفي الولايات المتحدة الأمريكية قانون العلامات التجارية لسنة 1946، وفي الفلبين قانون العلامات التجارية لسنة 1947، وفي استراليا سنة 1955.<sup>3</sup>

وفي الجزائر تم إصدار الأمر رقم 57/66 المؤرخ في 19 مارس 1966 والمتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، ويعد أول قانون ينظم العلامات التجارية، ويعد أول

<sup>1</sup> - أزمو رشيدي، المرجع السابق، ص 48.

<sup>2</sup> - بوغنجة بن عياد، العلامات التجارية بين احتكار الشركات الكبرى وحماية المستهلك، مذكرة الماجستير في الحقوق، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، لسنة 2012/2013.

<sup>3</sup> - أزمو رشيدي، المرجع السابق، ص 43.

قانون ينظم العلامات التجارية وجاء متوافقا إلى حد ما مع القوانين والتشريعات وكذا الاتفاقيات المنظمة للعلامة إلا أن ما يؤخذ على هذا القانون اعتباره علامات الصنع أو المصنع هي العلامات الإلزامية الوحيدة حتى ولو كان المنتج لا يتولى تسويق منتجاته بنفسه، أما العلامة التجارية أو علامة الخدمة فهي علامات اختيارية وليست إلزامية إلا في حالات خاصة عندما تقرر إلزاميتها بالنسبة لمنتجات معينة وبموجب قرارات خاصة، ولحقته المراسيم التطبيقية خاصة المرسوم 63/66 المؤرخ في 26/03/1966.

وهناك اتجاه في الفقه الجزائري يرى أن الأمر 57/66 وبالرغم من أنه يعود إلى سنة

1966 إلا أنه لا يزال منسجما مع السياق الحالي مادام يسمح بممارسة حق الملكية الفكرية<sup>1</sup> أما على الصعيد العربي فأخذت الدول بسن القوانين التجارية، فكان في تونس قانون العلامات التجارية لسنة 1889 والمعدل في سنة 1936، وفي المغرب قانون حماية الملكية الصناعية لسنة 1961 وفي لبنان القرار التشريعي للعلامات التجارية لسنة 1924، وفي فلسطين قانون العلامات التجارية 1938، وفي مصر قانون العلامات والرسوم والنموذج الصناعية لسنة 1939، وفي سوريا القرار التشريعي بشأن حماية الملكية الصناعية والتجارية لسنة 1946 وفي العراق قانون العلامات التجارية لسنة 1957، وفي الأردن قانون العلامات التجارية لسنة 1952 ونظام العلامات التجارية لسنة 1952 وقانون علامات البضائع (البيانات التجارية) لسنة 1953، قانون العلامات التجارية المعدل رقم 34 لسنة 1999، ونظام العلامات التجارية المعدل رقم 37 لسنة 2000، ومن جانب آخر فقد تم وضع قانون العلامات التجارية العربي الموحد لعام 1985 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 إلى حماية العلامات التجارية في كافة الأقطار العربية على قدر المساواة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>- ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 25.

<sup>2</sup>- بوغنجة بن عياد، المرجع السابق، ص 20.

ثانياً: تطور العلامة التجارية في الاتفاقيات الدولية:

إن معاهدة باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883 تعتبر الوثيقة العظمى التي يركز عليها قانون العلامة التجارية والتي مازالت سارية المفعول، بالرغم من الدمار الذي لحق بالتجارة والاقتصاد الدوليين جراء حربين عالميتين، فصلت بينهما بضع سنين، وقد أكدت تلك المعاهدة أسس اكتساب الحقوق في العلامة التجارية لكم هائل من الناس المطالبين بتلك الحقوق على المستوى الدولي، كما أنها مهدت الطريق أمام إبرام الاتفاقيات والمعاهدات الدولية في مجال العلامات التجارية، وأهمها:<sup>1</sup>

- 1- اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891.
- 2- اتفاقية مدريد بشأن قمع بيانات مصدر السلع الزائفة أو المضللة لسنة 1891.
- 3- اتفاقية نيس بشأن التصنيف الدولي للسلع والخدمات لأغراض تسجيل العلامات لسنة 1957.
- 4- اتفاقية لشبونة بشأن تسميات المنشأ على الصعيد الدولي لسنة 1957.
- 5- معاهدة تسجيل العلامة التجارية\_ مؤتمر فيينا لسنة 1973.
- 6- اتفاقية فيينا الذي وضع بموجبه تصنيف دولي للعناصر التصويرية في العلامات التجارية لسنة 1973.<sup>2</sup>
- 7- معاهدة نيروبي بشأن حماية الرمز الأولمبي لسنة 1981.
- 8- بروتوكول اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لسنة 1989.
- 9- معاهدة قانون العلامات لسنة 1994، ولم تدخل حيز التنفيذ.
- 10- اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية تريبس (TRIPS) لسنة 1994.

<sup>1</sup>- أزمور رشيد، المرجع السابق، ص 49.

<sup>2</sup>- صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 251.

وقد انقسم العالم إلى معسكرين رأس مالي وشيوعي، الأول يؤمن بتحرير التجارة وإذكاء النزعة الفردية، بينما يعتقد المعسكر الآخر الملكية الجماعية واضطلاع الدولة بتنظيم كافة جوانب الحياة الاقتصادية والاجتماعية.<sup>1</sup>

## المبحث الثاني: تمييز العلامة التجارية عن الملكية الصناعية والتجارية

هناك العديد من مفاهيم حقوق الملكية التجارية والصناعية التي تتشابه مع مفهوم العلامة التجارية كالبيان التجاري، والاسم التجاري، والعنوان التجاري، وبراءة الاختراع، وتسمية المنشأ والرسم والنموذج الصناعي.

### المطلب الأول: العلامة التجارية وحقوق الملكية التجارية

يتشابه مفهوم العلامة التجارية مع بعض حقوق الملكية التجارية كالاسم التجاري والعنوان التجاري، والبيان التجاري.

### الفرع الأول: تمييز العلامة التجارية عن الاسم التجاري

يقصد بالاسم التجاري "التسمية التي يطلقها التاجر على متجره لتمييزه عن غيره من المتاجر المشابهة أو المماثلة له،<sup>2</sup> بينما يقصد بالعلامة التجارية كل إشارة مادية مميزة يتخذها الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة لتمييز صناعته أو بضاعته أو خدماته عن مثيلاتها التي يصنعها أو يتاجر بها أو يقدمها الآخرون، فالعلامة التجارية تستخدم لتمييز المنتجات أو البضائع أو الخدمات في حين يستخدم الاسم التجاري لتمييز التاجر عن غيره من التجار.<sup>3</sup>

فدور العلامة أكبر من الاسم التجاري بالنسبة للزبائن فعادة الجمهور يعرف علامة البضائع أو المنتجات أو الخدمات ويتجاهل الاسم التجاري.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - بوغنجة بن عياد، المرجع السابق، ص 18.

<sup>2</sup> - معمري عبد الوهاب، دراسة حماية الملكية الفكرية وتحليل علاقتها بنقل التكنولوجيا للصناعة العربية مع التطبيق على الجزائر من 1990 حتى 2009، مذكرة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة تلمسان، لسنة 2010-2011، ص 30 .

<sup>3</sup> - صلاح زين الدين، المدخل إلى الملكية الفكرية، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع 2004، ص 35.

<sup>4</sup> - باقدي دوجة، عقد التنازل عن العلامة، شهادة الماجستير في الحقوق، جامعة الجزائر، لسنة 2004-2005، ص 40.

لما كان الاسم التجاري، ليس الا تسمية محددة يستعملها التاجر - فردا كان أم شركة - كوسيلة لتمييز متجره عن غيره من المتاجر الأخرى. لذلك ينبغي أن يتوفر في الاسم التجاري الشروط التالية:

- عنصر الجودة، بمعنى ألا يكون قد سبق استعمال الاسم نفسه من قبل تاجر آخر على نوع التجارة ذاتها.

- عنصر الابتكار، بمعنى ألا يكون من الأسماء الشائعة والدارجة وغير المميزة.

- عنصر المشروعية، بمعنى ألا يخالف النظام العام والآداب العامة والنصوص الأمرة في القانون.

ولما كان الاسم التجاري يستخدم لتمييز المتجر عن غيره من المتاجر، وجذب الزبائن للتعاطي مع المتجر، فإنه يوضع على واجهة المتجر، وعلى مطبوعات المتجر من فواتير وخطابات وغيرها من أوراق. وكما يجوز لصاحبه اتخاذ كافة الإجراءات القانونية به متى كان مسجلا.<sup>1</sup>

وقد يكون الاسم التجاري هو نفسه الاسم المدني للشخص الطبيعي أو غيره، إذ يمكن أن يضاف إليه بعض الألقاب أو الأوصاف، وقد يكون التاجر شخصا معنويا فيصح أن يكون الاسم التجاري مستمدا من موضوع النشاط أو الغرض الذي يمارسه.<sup>2</sup>

والاسم التجاري أحد عناصر المحل التجاري، ويعتبر وجوبي، وتعود ملكية الاسم التجاري للأسبقية في استعماله، بينما تعود ملكية العلامة إلى الأسبقية في التسجيل، وتقتصر حماية الاسم التجاري على النطاق المكاني الذي يتسع له نشاطه عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة، فيحق للتاجر أن يستقل باستعماله. بينما تتمتع العلامة بحماية قانونية مدنية وجزائية على كافة التراب الوطني.<sup>3</sup>

تتبع أهمية الاسم التجاري من أنه يميز محل التاجر من غيره من المحلات التجارية.

<sup>1</sup> - صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 119.

<sup>2</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 29.

<sup>3</sup> - حوحو رمزي\_ كاهنة زاوي، المرجع السابق. ص 32.

لذلك يمكن استعماله كأداة دعاية وإعلان عن المتجر، وإذا تم تسجيله -عندئذ- تشمله الحماية القانونية، كما قد يعتبر استعمال الاسم التجاري من شخص آخر بدون وجه حق يشكل عملاً من أعمال المنافسة غير المشروعة. وليس من السهل حصر الممارسات التي تعتبر من أعمال المنافسة غير المشروعة، ومع ذلك تعتبر من أبرز صور تلك الممارسات، الأعمال التالية:

- الأعمال التي من شأنها ان تثير الالتباس بسلع مؤسسة أو خدماتها أو نشاطها الصناعي أو التجاري.

- الادعاءات الكاذبة التي من شأنها أن تحط من قدر سلع مؤسسة أو خدماتها أو نشاطها الصناعي أو التجاري.

- البيانات التي من شأنها أن تضلل الجمهور لاسيما فيما يخص طريقة صنع المنتج أو نوعية السلع والخدمات وكميتها أو خصائصها الأخرى.

- الحصول على الأسرار التجارية أو الإشهار عنها أو الانتفاع بها بطريقة غير قانونية.

- الأعمال التي من شأنها أن تقلص من القوة المميزة لعلامة الغير أو الاستفادة عن غير حق بسمعة مؤسسة الغير أو شهرتها بدون موافقة صاحبها.<sup>1</sup>

وقد أوضحت معاهدة باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883 أن حماية الاسم التجاري في جميع دول الاتحاد يكون دون حاجة إلى إيداعه أو تسجيله وذلك بخلاف العلامة التجارية التي يلزم تسجيلها دولياً حتى تتمتع بالحماية الدولية. حيث نصت المادة 8 منها على أنه: " يحمي الاسم التجاري في جميع دول الاتحاد دون الالتزام بإيداعه أو تسجيله سواء كان جزء من علامة صناعية أو تجارية أم لم يكن."<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 123.

<sup>2</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 30-31.

الفرع الثاني: تمييز العلامة التجارية عن العنوان التجاري:

تختلف العلامة التجارية عن العنوان التجاري أيضا، إذ يقصد بهذا الأخير التسمية المبتكرة التي يطلقها التاجر على متجره، لتمييزه عن غيره من المتاجر الأخرى التي تمارس نفس النشاط.<sup>1</sup>

ومع ذلك فإن التساؤل يثور حول الفرق بين الاسم التجاري والعنوان التجاري في القانون الجزائري، كون المادة 78 من القانون التجاري لم تحدد الاختلاف بينهما كما أن المشرع الجزائري أعطى للاسم والعنوان التجاري مفهوما واحدا وذلك في الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات حيث نصت المادة الخامسة فقرة 2 منه على " أن الاسم التجاري هو التسمية أو العنوان الذي يعرف المؤسسة"

ويرى جانب من الفقه أن أهم فرق للعنوان التجاري عن الاسم التجاري، هو أن العنوان التجاري يتضمن الاسم المدني للشخص في حين أن الاسم التجاري اسما مبتكرا.

ويرى جانب آخر من الفقه أن الاسم التجاري إلزاميا دون العنوان التجاري والواقع أن الاسم التجاري هو العنوان التجاري وهو إلزامي في القانون الجزائري بل ويعاقب القانون الجزائري على عدم تحديد العنوان التجاري بالنسبة للأشخاص الطبيعية والاعتبارية حيث نصت المادة 35 من القانون 08/04 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية<sup>2</sup> على أنه " يعاقب على عدم إشهار البيانات القانونية المنصوص عليها في هذا القانون بغرامة من 30.000 إلى 300.000..."<sup>3</sup>

يلزم أن تتوافر في العنوان التجاري الشروط التالية:

- أن يكون العنوان التجاري مكونا من اسم التاجر ولقبه الحقيقيين، أو على أحدهما
- أن يكون العنوان التجاري مميزا ويقصد بهذا الشرط وجود اختلاف في العنوان التجاري

<sup>1</sup> - صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 224.

<sup>2</sup> - حوجو رمزي\_ كاهنة زواوي، المرجع السابق، ص 32.

<sup>3</sup> - القانون 08/04، المؤرخ في 10-08-04، ج ر عدد 83 لسنة 2005.

بوضوح عن العناوين المسجلة من قبل، وذلك أن إدراج اسم التاجر ولقبه في العنوان التجاري قد إلى التباس الزبائن حول العناوين التجارية للتجار، نظرا لأن كل تاجر يضع اسمه أو لقبه في عنوانه التجاري على وجه الالتزام، الأمر الذي قد يترتب عليه وجود عناوين تجارية متطابقة أو على الأقل متشابهة لتكرار الاسماء والألقاب خاصة، أن الاسم واللقب من خصائص الشخصية القانونية للشخص، ولا يجوز حرمان صاحبهما من استعمالهما.

- أن يكون العنوان التجاري مشروعاً، ويكون العنوان التجاري مشروعاً متى كانت العناصر التي يتكون منها غير مخالفة لأحكام النظام العام والآداب، أو غير مخالفة لنص قانوني أمر.  
- على التاجر أن يكتب عنوانه التجاري في مدخل متجره، وذلك لكي يعلم الزبائن هوية مالك المتجر الذين يتعاملون معه.

لكنه يختلف من حيث الغرض مع العلامة، فالغرض من العلامة هو تمييز السلع والخدمات عن مثيلاتها، بينما الغرض من العنوان التجاري هو تمييز المحل التجاري عن غيره أمام جمهور العملاء، وتعود ملكية العنوان لمن استعمله أولاً، بينما تعود ملكية العلامة إلى الأسبق في تسجيلها.<sup>1</sup>

كما أن العلامة التجارية عنصر عيني يتصل بالبضاعة، أما العنوان التجاري فهو عنصر شخصي يتصل بمنتج البضاعة أو من يتولى بيعها.<sup>2</sup>

وتظهر أهمية العنوان التجاري من خلال الوظائف التي يقوم بها والتي تتمثل فيما يلي:

- العنوان التجاري يستخدمه التاجر في إجراء معاملاته.
- العنوان التجاري يستخدمه التاجر في توقيع أوراقه المتعلقة بتجارته.
- العنوان التجاري يميز التاجر عن غيره من التجار، كونه يدل على شخص التاجر على أن يكتب عنوانه في مدخل متجره.

<sup>1</sup> - حوحو رمزي، المرجع السابق، ص 32.

<sup>2</sup> - غسان خالد، العلامة التجارية وطرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين، أطروحة الماجستير في القانون الخاص بكلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية في نابلس، فلسطين سنة 2006، ص 19.

-العنوان التجاري قد يستخدمه التاجر، كعلامة تجارية، لتمييز السلع أو المنتجات أو الخدمات التي يتعاطى بها التاجر متى توفرت فيه شروط العلامة التجارية.

-العنوان التجاري مصدر سمعة التاجر وبالتالي شهرته في الوسط التجاري لما يخلقه من ثقة وائتمان في التعامل.

كما أن أهمية العنوان التجاري، تتبع من أنه يشكل وسيلة فعالة من وسائل قمع المنافسة الغير المشروعة.<sup>1</sup>

### الفرع الثالث: تمييز العلامة التجارية عن البيان التجاري

يقصد بالبيان التجاري البيانات التي توضع على البضائع لغايات إيضاها. أي كل إيضاح يضعه التاجر أو المنتج على بضائعه ومنتجاته أو خدماته، وذلك بقصد التعرف على عددها أو مقدارها أو مقاسها أو حجمها أو كيلها أو طاقتها أو وزنها أو مصدرها أو طريقة صنعها أو انتاجها أو عناصر تركيبها أو اسم أو صفات منتجها أو صانعها أو مقدمها أو وجود براءات اختراع أو غيرها من حقوق الملكية الصناعية أو امتياز أو مميزات تجارية أو صناعية أخرى.<sup>2</sup>

ولقد نص المشرع الجزائري على البيان التجاري وأطلق عليه اسم الوسم التجاري وذلك في المادة 2 من المرسوم 484/05 وعرفه بأنه " كل نص مكتوب ومطبوع أو كل عرض بياني يظهر على البطاقة الذي يرفق بالمنتج، أو يوضع قرب هذا الأخير لأجل ترقية البيع "

والبيان التجاري أو الوسم وفق المادة 4 من المرسوم 484/05 هو إجراء الزامي بالنسبة للمنتجات الغذائية المعبأة مسبقا والموجهة للاستهلاك.<sup>3</sup>

ومن الجدير بالذكر، أن البيانات التجارية لا تعد من الحقوق الفكرية، وبالتالي لا يتمتع التاجر الذي يضع بيانا تجاريا معينا على منتجاته بحق احتكار لهذا البيان، بل يجوز لغيره

<sup>1</sup> - صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية و التجارية، المرجع السابق، ص 223.

<sup>2</sup> - صلاح زين الدين، المدخل إلى الملكية الفكرية، المرجع السابق، ص 38.

<sup>3</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 33.

استعماله، في حين تعد العلامة التجارية من الحقوق الفكرية ولصاحبها حق الاستئثار بها ومنع غيره من استعمالها أو استغلالها إلا بإذن من صاحبها.<sup>1</sup>

والبيانات التجارية لا تتمتع بحماية قانونية كما هو الشأن بالنسبة لحقوق الملكية الصناعية. والاختلاف واضح بين العلامة والبيانات التجارية، حيث هذه الأخيرة تتعلق بجوهر أو مكونات البضاعة أو الخدمة، بينما العلامة كرمز للتمييز بين المنتجات المتشابهة.<sup>2</sup>

ومنعت معاهدة باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883 البيانات أو الادعاءات التي يكون استعمالها من شأنه تضليل الجمهور بالنسبة لطبيعة السلع أو طريقة تصنيعها أو خصائصها أو صلاحيتها للاستعمال أو كميتها.

وقد أجازت اتفاقية الأوديبيك لسنة 1994 قبول تسجيل العلامات الوصفية التي تصف المنتج أو خصائصه أو صفاته، فحسب شريطة المثبت طالب التسجيل وجود معنى آخر مميز لها.

وجواز استعمال العلامة التجارية ذات الاسم الوصفي مشروط باكتسابها في أذهان الناس القدرة على تمييز المنتج.<sup>3</sup>

وتؤدي البيانات التجارية وظيفة مشابهة للوظيفة التي تؤديها العلامة التجارية حيث تهدف إلى حماية المستهلكين من الغش الذي قد يمارسه البعض من المنتجين والموزعين. إذ في تنظيم البيانات التجارية منع للغش إلى حد كبير، فضلا عن تشجيع المنافسة المشروعة في التعامل الاقتصادي.<sup>4</sup>

وتعد البيانات التجارية وصف حقيقي لطبيعة المنتج، لتفادي خلق لبس لدى المستهلك من الغش، ولذلك حدد المشرع الجزائري عقوبات لكل من يغش أو يدلس أو يحاول أن يخدع

<sup>1</sup> - صلاح زين الدين، المدخل إلى الملكية الفكرية، المرجع السابق، ص 38.

<sup>2</sup> - رابح فاضل، الحماية الجزائرية للعلامة التجارية و ضمانات حقوق المستهلك في التشريع الجزائري، أطروحة الدكتوراه في العلوم القانونية، قسم الحقوق، جامعة باتنة، لسنة 2014-2015، ص 46.

<sup>3</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 34.

<sup>4</sup> - صلاح زين الدين، المدخل إلى الملكية الفكرية، المرجع السابق، ص 39.

## الفصل الأول: ماهية العلامة التجارية

المتعاقد في طبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب أو في نسبة المقومات اللازمة للسلع سواء في نوعها أو مصدرها، أو كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها فيما يتعلق بالمواد الغذائية وذلك في قانون العقوبات كما نص في المادة 13 من المرسوم 484/05 " يمنع أي مستخدم للإشارات أو العلامات أو التسميات أو الأوسام بأي أسلوب من شأنه أن يدخل لبسا لدى المستهلك ".

كما أن المادة 26 وما بعدها من القانون 02/04 تمنع الممارسات التجارية غير النزيهة المخلفة للأعراف التجارية النظيفة والنزيهة والتي من خلالها يتعدى عون أو عدة أعوان اقتصاديين آخرين.<sup>1</sup>

### الفرع الرابع: العلامة التجارية والوسم

ان العلامات كوسيلة اعلام تختلف عن الوسم ونطاقها أوسع من الوسم. اذ أن العلامة هي رمز أو إشارة، تستعمل للتفريق بين السلع والخدمات المتشابهة من الناحية الشكلية ومن حيث الموضوع تتضمن دلالات عن هوية المنتج أو الخدمة أو المنتج المحترف وكذلك النوعية أو جودة معينة يقصدها المستهلك، كما أن العلامة يمكن ان توضع على جميع المنتجات أو الخدمات مهما كانت طبيعتها بينما الوسم نطاقه محدد في السلع الغذائية والمنتجات المنزلية غير الغذائية. والهدف من الوسم هو ضمان أمن المستهلك الصحي وسلامته، وكذلك اعلامه عن خصائص المنتج كما هو الحال لمياه الشرب الموضبة مسبقا والخضر والفواكه الطازجة الغير المغلفة.<sup>2</sup>

### المطلب الثاني: العلامة التجارية وحقوق الملكية الصناعية

إن حقوق الملكية الصناعية ترد على ما يسمى بالابتكارات الجديدة، وهي على نوعين: حقوق ترد على ابتكار في الموضوع ويقصد بها براءة الاختراع، وحقوق ترد على ابتكار في

<sup>1</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 33.

<sup>2</sup> - رابح فاضل، المرجع السابق، ص 52.

الشكل ويقصد بها الرسوم والنماذج الصناعية، وهي كلها حقوق تمنح لصاحبها حقا مطلقا في مواجهة الكافة على خلاف العلامة التي تمنح لصاحبها حقا نسبيا.<sup>1</sup>

### الفرع الأول: تمييز العلامة عن براءة الاختراع:

ان العلامة التجارية وبراءة الاختراع هما من عائلة الحقوق الفكرية إلا أن العلامة التجارية شيء وبراءة الاختراع شيء آخر.

براءة الاختراع هي الوثيقة التي يسلمها المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية للمخترع حتى يتمكن من التمتع بإنجازه بصفة قانونية والمتمثل في اختراع جديد، قابل للتطبيق الصناعي، سواء تضمن منتوجا صناعيا جديدا، أو طريقة صناعية مستحدثة وهي بذلك تختلف عن العلامة التي تعتبر رمز يتخذه التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة لتمييز السلعة أو خدماته عن ما يماثلها.<sup>2</sup>

وعليه فإنه يمكن رد الصور التي قد يظهر فيها الاختراع الى الصور التالية:

**أولاً: الاختراع المتعلق بمنتج صناعي جديد:** يقصد بذلك، أن يؤدي الاختراع الى وجود شيء صناعي جديد، ذي خصائص معينة يتميز بها عن الأشياء الأخرى المعروفة. وبعبارة أخرى أن يتوافر في الشيء موضوع الاختراع ذاتية خاصة به يتميز بها عن بقية الاشياء الموجودة قبله. ويحدث ذلك متى تم التوصل الى منتج صناعي جديد متميز في تركيبه أو في شكله أو في خصائصه.

**ثانياً: الاختراع المتعلق بطريقة أو وسيلة صناعية جديدة:** يقصد بالطرق أو الوسائل الصناعية، القيام بعمليات متتابعة للوصول إلى صناعة منتجات مادية أو تحقيق نتيجة صناعية، والفرق بين المنتج الصناعي والنتيجة الصناعية يتضح في مثال "الولاة" فهي في ذاتها "منتج" كما أنها "وسيلة" للحصول على الشعلة في ذات الوقت.

<sup>1</sup>- ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 34.

<sup>2</sup>- رمزي حوحو\_ كاهنة زواوي، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، المرجع السابق. ص 34.

ثالثا: الاختراع المتعلق بالتطبيق الجديد لطرق أو وسائل صناعية معلومة: ينحصر، الاختراع، في هذه الصورة، في التطبيق الجديد لوسائل أو طرق صناعية معروفة. فموضوع الاختراع في هذه الصورة لا ينصب على ناتج جديد أو طريقة أو وسيلة جديدة، بل ينصب على تطبيق جديد لطريقة أو وسيلة معروفة كما هو الحال في استخدام الكهرباء في نقل الصوت بطريق المذياع.

رابعا: الاختراع المتعلق بالجمع بين اختراعات أو وسائل معلومة: موضوع الاختراع في هذه الصورة ينصب على تكوين مركب جديد من عدة وسائل صناعية معروفة. مما يبرز مقدرة المخترع في الجمع بين وسائل أو طرق معروفة ودمجها معا بحيث ينتج عنها اختراع صناعي جديد له ذاتية مستقلة. مثال ذلك، الوصول إلى اختراع آلة ميكانيكية جديدة لبيع القهوة أو الشاي.<sup>1</sup>

ومن شروط قابلية الاختراع للبراءة هي:

- وجود الاختراع، يقصد بالاختراع، اي فكرة ابداعية يتوصل اليها المخترع من اي مجالات التقنية وتتعلق بمنتج أو بطريقة صنع أو بكليهما تؤدي عمليا إلى حل مشكلة معينة في أي من هذه المجالات.

- وجود الاختراع، للحصول على براءة الاختراع يجب أن يكون ثمة اختراع أي ابتكار يبتدعه المخترع ويضيفه إلى المنتجات الصناعية، المشرع الجزائري لم يعرف الاختراع أما الفقه فعرفه على أنه فكرة أصيلة تحقق تقدما يضاف إلى الفن الصناعي القائم.<sup>2</sup> وعليه يمكن القول، ان الاختراع هو التوصل الى فكرة أصلية ثم تنفيذها ماديا، وبذلك يكون للاختراع جانب نظري، يتمثل في الفكرة الاصلية واخر مادى يتمثل في التطبيق العملي للفكرة الاصلية.

<sup>1</sup>- صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 34\_35\_36.

<sup>2</sup>- بن دريس حليلة، حماية حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري، اطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق تلمسان، سنة 2013/2014، ص 87.

ويتعين ان تمثل الفكرة الاصلية تقدما في الفن الصناعي، بحيث تكون تلك الدرجة من التقدم تتجاوز ما يصل اليه التطور العادي المؤلف في الصناعة.

-ابتكارية الاختراع، ويعني عدم "بداهة" الاختراع، أي ألا تكون فكرة الاختراع بديهية، بل يلزم أن ينطوي على فكرة ابتكارية اصيلة، تؤدي إلى إحداث تقدم صناعي غير مألوف من قبل. ولا بد من الاقرار بانه من الصعب تحديد متى يكون الاختراع محتويا أو منطويا أو منصبا على فكرة ابتكارية، وبعبارة اخرى قد يثور جدل حول الفكرة الابتكارية واصالتها. فقد يرى البعض ان الفكرة ان الفكرة ابتكارية وأصيلة، في حين لا تكون كذلك في نظر البعض الآخر. الأمر الذي يدعو إلى ايجاد اساس محدد لتقييم الفكرة للوقوف على حقيقة الابتكار والاصالة التي تنطوي عليها.<sup>1</sup>

إن الابتكار هو درجة أعلى من التقدم تجاوز مستوى ما يصل إليه التطور العادي للفن الصناعي، وقد يكون محل الابتكار ناتجا صناعيا جديدا كابتكار آلة موسيقية جديدة أو يكون محل الابتكار هو وسيلة جديدة للحصول على ناتج معروف من قبل كاختراع جهاز جديد لتحلية مياه البحر، كما قد يكون محل الابتكار هو تطبيق جديد لوسيلة معروفة من قبل كاستخدام الكهرباء لنقل الصوت والصورة مثل اختراع جهاز التلفاز فهذا يعتبر استخدام جديد للكهرباء التي هي وسيلة معروفة من قبل.<sup>2</sup>

-جدة الاختراع، يلزم أن يكون الاختراع جديدا، حتى يستظل بظله الحماية القانونية، من خلال منح مالكة شهادة البراءة. ويقصد بجدة الاختراع عدم علم الغير به قبل التقدم بطلب براءة له. أي لم يسبق ان عرفه الناس قبل طلب منح البراءة، بأي وسيلة من وسائل النشر المعروفة. كذلك يلزم أن يتوافر في الاختراع محل طلب البراءة خصائص وعناصر اضافية واضحة، عما كانت عليه الحالة الصناعية من درجة تقنية وعليه، إذا خلا الاختراع من درجة تقنية معينة

<sup>1</sup> - صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية و التجارية، المرجع السابق، ص 41.

<sup>2</sup> - بن دريس حليلة، المرجع السابق، ص 88.

أو قد سبق نشره أو استعماله أو سبق إعطاء براءة عنه إذاعة أمره بين الناس بأية وسيلة من الوسائل التي تؤدي الى ذلك. فلا يعتبر جديدا، ومن ثم لا براءة لملكه.

إذ ليس كل جديد مبتكر وليس كل مبتكر جديد.<sup>1</sup>

أخذ المشرع الجزائري بمبدأ الجدة المطلقة بنصه على أنه<sup>2</sup> "يعتبر الاختراع جديدا إذا لم يكن مدرجا في حالة التقنية وتتضمن في هذه الحالة كل ما وضع في متناول الجمهور عن طريق وصف كتابي أو شفوي أو استعمال أية وسيلة أخرى عبر العالم وذلك قبل يوم إيداع طلب الحماية أو تاريخ مطالبة الأولوية بها". وهي نفس الأحكام التي جاء بها التشريع الفرنسي.

فالمخترع الذي يكشف للمجتمع آلة صناعية معروفة من قبل لا يأتي بشيء جديد، لهذا لا يوجد سبب قانوني يدعو لمنحه البراءة.<sup>3</sup>

-قابلية الاختراع للتطبيق الصناعي، يشترط لمنح براءة الاختراع أن يكون الاختراع قابلا للتطبيق الصناعي، ويعتبر كذلك إذا كان موضوعه قابلا للصنع أو الاستخدام في أي نوع من الصناعة.<sup>4</sup>

و يعتبر الاختراع صناعيا، متى أمكن تطبيقه عمليا بترجمته إلى شيء مادي ملموس، بصورة يمكن معها الاستفادة منه عمليا عن طريق استعماله أو استغلاله أو استثماره في أي مجال من المجالات الصناعية المتعددة، سواء كان ذلك في الصناعات الزراعية أو الصناعات الاستخراجية أو الصناعات الإنتاجية أو الصناعات الإنشائية أو الصناعات النقلية.

إذا، لكي تعطى البراءة، فلا بد ان يترتب على الاختراع نتيجة صناعية تصلح للاستغلال في مجال الصناعة كاختراع آلة أو جهاز أو ماكينة أو مادة كيميائية معينة أو أي شيء مادي

<sup>1</sup> - صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، المرجع السابق ص 39.

<sup>2</sup> - المادة 4 من الأمر 03-07 المتعلق ببراءة الاختراع.

<sup>3</sup> - فاضلي ادريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية 2013، الطبعة الثانية، ص 65.

<sup>4</sup> - بن دريس حليلة. المرجع السابق. ص 88.

ملموس. فالابتكارات التي لا يمكن استغلالها صناعيا تستبعد من نطاق منح البراءة.<sup>1</sup> الافكار المجردة والنظريات العلمية فهي لا تحمي في ذاتها عن طريق البراءة وكذلك الاكتشافات المتعلقة بالطبيعة وقوانينها والمعادلات الرياضية مهما كانت القيمة العلمية لهذه الافكار والنظريات العلمية الجديدة ومهما بذل في سبيل التوصل إليها من مجهودات وأبحاث. حتى يكون الاختراع مؤهلا للحماية يجب أن يتضمن تطبيقا لهذه الافكار أو النظريات العلمية وذلك عن طريق تصنيع منتج جديد أو طريقة صناعية جديدة. ومثال ذلك واقعة اكتشاف أينشتاين لقانون الطاقة فهذا الاكتشاف لا يحمي عن طريق براءة الاختراع لأنه مجرد اكتشاف لقانون من قوانين الطبيعة، أما من يبتكر طريقة صناعية جديدة لتوليد الطاقة الذرية لتطبيق قانون أينشتاين فإن اختراعه يكون قابلا للحماية عن طريق البراءة.<sup>2</sup>

احترام النظام العام والبيئة، يقصد به، عدم مخالفة الاختراع للنظام العام والآداب العامة أو وجود مانع قانوني من تسجيل الاختراع،<sup>3</sup> يقضي الأمر 03-07 السالف ذكره على أنه "لا يمكن الحصوا على براءات الاختراع على الاختراعات التي يكون تطبيقا على الإقليم الجزائري مخلا بالنظام العام والآداب العامة"<sup>4</sup>

وبراءة الاختراع تمنح لصاحبها حقا مطلقا يخول له احتكارا كاملا دون منافسة أحد لمدة 20 سنة إلا أنه يبقى حقا مؤقتا، بينما الحق في العلامة التجارية هو حق نسبي لأنها تهدف إلى منع اللبس والغموض على المنتجات والبضائع ليس في مواجهة الكافة بل في مواجهة من يستعمل منهم ذات العلامة أو علامة مماثلة أو مشابهة لها على ذات النوع من المنتجات والخدمات بصورة تؤدي إلى حدوث خلط أو لبس أو خداع لدى الجمهور وإن مدة حماية العلامة هي 10 سنوات تسري بأثر رجعي من تاريخ إيداع طلب تسجيلها، ومن ثم فإن العلامة

<sup>1</sup> - صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية و التجارية، المرجع السابق، ص 42.

<sup>2</sup> - بن دريس حليلة، المرجع السابق، ص 91-92.

<sup>3</sup> - صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية و التجارية، المرجع السابق، ص 43.

<sup>4</sup> - المادة 8 من الامر 03-07 المتعلق ببراءة الاختراع.

التجارية تختلف تماما عن براءة الاختراع فالعلامة ترمز للمنتجات والخدمات وتحدد مصدرها بينما براءة الاختراع تحمي اختراع جديد قابل للتطبيق الصناعي.<sup>1</sup>

كما أن وظيفة العلامة التجارية، تختلف عن وظيفة براءة الاختراع. فالعلامة التجارية تقوم بتحديد مصدر المنتجات أو البضائع أو الخدمات التي ترمز إليها. بينما تقوم براءة الاختراع بمنح الحماية القانونية لمنتج جديد أو لطريقة صناعية جديدة للإنتاج بغض النظر عن مصدر الانتاج وبالتالي ليس ضروريا أن يكون محل العلامة التجارية اختراعا في حين يلزم أن يكون محل البراءة كذلك.<sup>2</sup>

### الفرع الثاني: تمييز العلامة التجارية عن الرسم والنموذج الصناعي:

صحيح أن العلامة التجارية والرسم والنموذج الصناعي، من عائلة الحقوق الفكرية. ولكن لكل منهما مفهوم خاص، فإذا كانت العلامة إشارة أو رمزا يستخدمه التاجر لتمييز بضائعه عن غيرها<sup>3</sup>، فالرسم \_ كما عرفه المشرع \_ هو كل تركيب خطوط أو ألوان يقصد به إعطاء مظهر خاص لشيء صناعي أو خاص بالصناعات التقليدية فقيمة الرسم يستمد من مدى تجانسه مع البضاعة والذوق العام للجمهور، وإعطاء البضاعة شكلا جذابا يميزها عن غيرها. أما النماذج الصناعية، فيقصد بها كل شكل قابل للتشكيل ومركب بألوان أو بدونها أو كل شيء صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية يمكن استعماله كصورة أصلية لصنع وحدات أخرى ويمتاز عن النماذج المشابهة له بشكله الخارجي كما هو الحال في قوالب الأحذية وزجاجات العطور وما إلى ذلك.<sup>4</sup>

والشروط اللازم توافرها في الرسوم الصناعية والنماذج الصناعية:

<sup>1</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 35.

<sup>2</sup> - وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، شهادة الدكتوراه، قسم الحقوق بسكرة، سنة 2014/2015، ص 26.

<sup>3</sup> - صلاح زين الدين، المدخل الى الملكية الفكرية، المرجع السابق، ص 34.

<sup>4</sup> - رمزي حوحو\_ كاهنة زواوي، المرجع السابق، ص 34.

- أن يعد الرسم أو النموذج لاستخدامه في الإنتاج الصناعي: وهذا يعني أن الرسم أو النموذج يكون معدا لغايات تطبيقه مباشرة في صنع المنتجات. وبالتالي يكتسب الرسم أو النموذج الصفة الصناعية من خلال استخدامه على المنتجات والسلع.

ومثال الرسوم المعدة للاستخدام في المجال الصناعي، الرسوم والنقوش الخاصة بالمنسوجات والسجاد والجلود والورق وما الى ذلك. ومثال النماذج المعدة للاستخدام في المجال الصناعي، النماذج المتعلقة بهياكل السيارات وغيرها من الآلات ونماذج الملابس.<sup>1</sup>

لقد أكد المشرع على هذا الشرط في نص على أنه "يعتبر رسما كل تركيب خطوط يقصد به إعطاء مظهر خاص لشيء صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية ويعتبر نموذجا كل شكل قابل للتشكيل ومركب بألوان أو بدونها أو كل شيء صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية يمكن استعماله كصورة أصلية لصنع وحدات أخرى ويمتاز عن النماذج المشابهة له بشكله لخارجي".<sup>2</sup>

- أن يكون الرسم أو النموذج جديدا: يكفي لاعتبار الرسم أو النموذج جديدا، أن يكون له طابعا يمتاز به عن الرسوم والنماذج الأخرى، والعبرة في ذلك بالصفات المميزة والذاتية الخاصة للرسم أو النموذج، إذ يكفي أن يشكل الرسم أو النموذج في مجموعه شيئا جديدا حتى ولو دخل في تكوينه أجزاء قديمة.<sup>3</sup>

- أما شرط الابتكار فيقصد به أن ينطوي الرسم أو النموذج على الحدائثة لذلك فإن شرط الابتكار في الرسم أو النموذج يقترب مع شرط الجدة إلى حد الاختلاط به، إلا أن صفة الابتكار في الرسم أو النموذج تكسب هذا الأخير صورة الحدائثة بصورة يمكن معها تمييزه عن الرسوم الأخرى بسهولة وبسر.<sup>4</sup>

- ويعتبر الابتكار عنصرا جوهريا في الرسم أو النموذج كونه يعطي المنتجات والسلع مظهرها الخارجي كونه موجه إلى شعور المستهلك ويخاطب حاسة النظر لديه. ولا يشترط في

<sup>1</sup> - صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 101.

<sup>2</sup> - المادة الأولى من الأمر 86/66 المتعلق بالرسوم والنماذج.

<sup>3</sup> - صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 102.

<sup>4</sup> - بن دريس حليلة، المرجع السابق، ص 97.

كل من الرسم أو النموذج أن يكون على درجة عالية من الابتكار، بل يكفي أن يضيف الابتكار على السلع أو المنتجات خصائص ذاتية متميزة.<sup>1</sup>

- شرط عدم مخالفة الرسوم والنماذج للآداب العامة، يقضي التشريع الراهن للرسوم والنماذج الصناعية بفرض كل طلب يتضمن أشياء لا تحتوي على طابع رسم أو نموذج تسيء للآداب العامة، وهذا الشرط نجده كذلك في الاختراعات والعلامات وفي تسميات المنشأة.<sup>2</sup>

فالرسم الصناعي غايته إعطاء السلع والبضائع مظهر جميلا وجذابا يشد انتباه المستهلك، أما النموذج الصناعي فغايته إعطاء السلع والبضائع مظهرا خاصا يميزها عن غيرها.<sup>3</sup> ويمكننا القول كذلك بأن العلامات تشترك مع الرسوم والنماذج الصناعية في وظيفة تمييز المنتجات الصناعية عن بعضها البعض، فالشكل الخارجي للمنتجات الصناعية يؤدي ذات الوظيفة التي تؤديها العلامة في تمييز السلعة أو الخدمة عن غيرها.<sup>4</sup>

ويمكن أن يكون الرسم والنموذج الصناعي علامة تجارية خاصة وأن المشرع الجزائري أجاز في المادة الأولى من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات إمكانية أن تأخذ العلامة التجارية شكل الرسومات والأشكال المميزة للسلع وتوضيبيها.<sup>5</sup>

### الفرع الثالث: تمييز العلامة التجارية عن تسمية المنشأ:

عرفت المادة الأولى من الأمر 65/76 المتعلق بتسميات المنشأ تسمية المنشأ بأنها: "الاسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو جزء من منطقة أو ناحية أو مكان مسمى من شأنه أن يعين منتوجا ناشئا فيه، وتكون جودة هذا المنتج أو مميزاته منسوبة حصرا أو أساسا لبيئة جغرافية تشتمل على العوامل الطبيعية والبشرية".<sup>6</sup>

<sup>1</sup> - صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، المرجع السابق ص 102.

<sup>2</sup> - بن دريس حليلة، المرجع السابق، ص 98.

<sup>3</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 36.

<sup>4</sup> - رمزي حوجو\_ كاهنة زواوي، المرجع السابق، ص 34.

<sup>5</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 36.

<sup>6</sup> - الأمر 65/76 المؤرخ في 16 يوليو 1976، المتعلق بتسمية المنشأ، ج ر العدد 866 سنة 1976.

لقد أبرز المشرع الجزائري من خلال هذا التعريف مجال تطبيق تسميات المنشأ، حيث أوضح العلاقة اللصيقة بين المنتجات والأرض، كما أشار إلى جودة بعض المنتجات مرتبطة بالمكان الجغرافي الذي يسمح بإنتاجها، وبعبارة أخرى فإن لتسميات المنشأ دور في الحياة الاقتصادية والاجتماعية.<sup>1</sup>

وإذا كان تشريع 65/76 السالف الذكر لم يأتي بتحديد لهذا المفهوم، إلا أن قانون الجمارك لسنة 1979<sup>2</sup>، وكذلك في القانون رقم 10/98 المؤرخ في 22 أوت 1998 المعدل والمتمم له وما ورد في مادته 14. مما يوضح هذا المفهوم، ويتمثل نص هذه المادة في أن "بلد بضاعة ما هو البلد الذي استخرجت من باطن أرضه هذه البضاعة أو جنيت أو جنيت فيه أو صنعت فيه".

وتسمية المنشأ هي المؤشر الجغرافي الذي يحدد منشأ سلعة معينة في أي بلد أو إقليم أو منطقة أو جهة، متى كانت جودة هذه السلعة أو سمعتها أو سماتها الأخرى التي تؤثر في ترويجها ترجع أساسا إلى منشأها الجغرافي لما لهذا المنشأ من خصائص فريدة ومميزة تتعلق بالمكان الذي صنعت فيه، أو إلى تركيبة التربة والمناخ أو البيئة التقليدية، أو غير ذلك من العوامل الطبيعية والبشرية التي تساهم في جودة وخصائص سلع أو منتجات لا يمكن إعادة إنتاجها في مكان آخر، ومن أمثلة ذلك الجبن الشيدر المصنع بمقاطعة شيدر بإنجلترا، وزبدة الدنمارك، وماء سعيذة المصنع بمنطقة سعيذة بالجزائر.... إلخ.<sup>3</sup>

و حتى تحضي تسميات المنشأ بالحماية القانونية مثلها مثل فروع الملكية الصناعية والتجارية الأخر فلا بد من توافرها على بعض الشروط، وعليه لا تكون تسميات المنشأ محلا للحماية القانونية إلا إذا اقترنت التسمية باسم جغرافي، وأن تعين هذه التسمية منتجات معينة، وأن تكون هذه المنتجات ذات ميزات منسوبة لبيئة جغرافية معينة.

<sup>1</sup> - عزيزة شبري - حنان مناصرية، (تسميات المنشأ كضمانة لحماية المستهلك بين النص والتطبيق)، مجلة الاجتهاد

القضائي، جامعة بسكرة، العدد 14 أفريل 2017، ص 402.

<sup>2</sup> - القانون رقم 07/79 المؤرخ في 21 أوت 1979 المتضمن قانون الجمارك المعدل والمتمم الجريدة الرسمية عدد 30.

<sup>3</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 37.

وتجدر الإشارة أن هناك علاقة لصيقة بين تسميات المنشأ والسلعة التي تحملها، فلا يمكن استعمال التسمية على سلعة معينة، إلا إذا كانت هذه الأخيرة تحترم المعايير المحددة لبيان البيئة الجغرافية لنشأتها، فلا يكفي مجرد كون الإنتاج موجودا في تلك المنطقة لكي يمكن حمايته عن طريق تسميات المنشأ، بينما العلامة تعتبر مستقلة عن السلعة، لأنها تتعلق بسلعة قابلة لتغيير في تكوينها نظرا للدور الذي تلعبه إرادة الصانع.<sup>1</sup>

وفقا لنص المادة 07 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات يجوز اختيار اسم جغرافي كعلامة تجارية مالم يحدث هذا الاسم أو الرمز لبسا مع المصدر الجغرافي لسلع معينة، إلا أنه لا يصلح الاسم الجغرافي المختار كتسمية منشأ إلا إذا كان مطابقا للنص القانوني، يدل الاسم الجغرافي على بلد أو منطقة أو ناحية أو مكان مسمى يكون متعلقا بمساحة جغرافية معينة لأغراض لعض المنتوجات، وعلى هذا الأساس يجب أن تكون تسميات المنشأ مطابقة لمميزات المكان الجغرافي الذي أنشأ فيه المنتج.<sup>2</sup>

تعتبر تسميات المنشأ جماعية لكونها ترجع إلى كافة منتجي الناحية، ولا يمكن تملك تلك التسمية لأغراض شخصية كاستعمالها كعلامة. لكن من البديهي أن ملكية العلامة حكر لمن كانت له الأسبقية في تسجيلها، وله حرية التصرف فيها في إطار القانون. ولهذا استثنى المشرع من التسجيل كعلامة الرمز الذي يشكل حصريا أو جزئيا بيانا قد يحدث لبسا لدى المستهلك حول المصدر الجغرافي لسلع أو خدمات معينة، فلا يشترط أن تكون العلامة حاملة لنفس البيانات الموجودة في التسمية، بل يكفي أن تكون العلامة قابلة لتضليل المستهلك، ومن ثم خداعه، لكونها قريبة من التسمية بسبب نطقها أو شكلها.<sup>3</sup>

ولقد قضت اتفاقية الأوديبك بحماية استخدام المؤشرات الجغرافية كما أفردت حماية خاصة وإضافية للمؤشرات الجغرافية فيما يتعلق بالخمور والمشروبات الكحولية، ولكن اشترطت هذه الاتفاقية لحماية المؤشرات الجغرافية أن تكون قد اكتسبت الحماية في بلد المنشأ الأصلي لها.

<sup>1</sup>- كحول وليد، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 22.

<sup>2</sup>- بن دريس حليلة، المرجع السابق، ص 117.

<sup>3</sup>- كحول وليد، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 22.

كما منعت تسجيل العلامة التجارية التي تشتمل على مؤشر جغرافي إذا كان استعمالها من شأنه أن يضلّل الجمهور فيما يتعلق بالمنشأ الحقيقي للسلعة، في حين أجازت تسجيل العلامة التجارية التي تشتمل على مؤشر جغرافي إذا كان الحق في هذه العلامة قد اكتسب من خلال استعمالها بحسن نية قبل تاريخ العمل بهذا القانون أو قبل منح المؤشر الجغرافي الحماية في بلد المنشأ.<sup>1</sup>

نصت اتفاقية لشبونة بأن بلد المنشأ هو ذلك البلد الذي يكون اسمه، أو الذي توجد فيه منطقة أو ناحية يكون اسمها تسمية للمنشأ التي تمنح شهرة للمنتج، المشرع الجزائري لم يذكر العلاقة بين الاسم الجغرافي والشهرة كما أنه لم يحدد مفهوم بلد المنشأ في الرقم 65-76 المتعلق بتسميات المنشأ.<sup>2</sup>

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

<sup>2</sup> - بن دريس حلّيمة، المرجع السابق، ص 118.

## خلاصة الفصل الأول

العلامة التجارية هي كل إشارة فارقة، يضعها التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة على منتجاته أو خدماته تمييزاً لها عن غيرها من المنتجات و الخدمات.

والعلامة التجارية كانت معروفة منذ العصور القديمة، وكانت ترمز لدلالة على مصدر المنتجات و الخدمات، إلا أنها أصبحت في القوانين الحديثة ترمز لصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة.

ويتشابه مفهوم العلامة التجارية مع مفاهيم الملكية التجارية و الصناعية، كالبيان التجاري، والاسم التجاري، و العنوان التجاري، والوسم التجاري، وبراءة الاختراع، وتسمية المنشأ، والنموذج والرسم الصناعيين، إلا أنها تختلف عنها جميعاً.

## الفصل الثاني

### جريمة تقليد العلامة

تمهيد:

لقد انتشرت ظاهرة الاعتداء على العلامات بشكل كبير في الوقت الحاضر، ولما لهذه الظاهرة من مخاطر سلبية، لا تقتصر آثارها على الإضرار بمالك العلامة فحسب، وإنما يتعداه إلى جمهور المستهلكين و الاقتصاد الوطني، فقد سعت الدول منذ عهد ليس ببعيد إلى سن التشريعات الخاصة التي تكفل الحماية الجزائية للعلامة.

إن البحث في الحماية الجزائية للعلامات التجارية يقتضي البحث في الجرائم الواردة في القانون من حيث أركانها و العقوبات المنصوص عليها.

ولقد أورد المشرع الجزائري عديد الجرائم الماسة بالعلامة التجارية و أهم هذه الجرائم، جريمة تقليد العلامة التجارية والتي تأخذ صور متعددة، كما أورد المشرع الجزائري جريمة التقليد التبادلي و جريمة عدم وضع العلامة التجارية و جريمة الغش في بيع السلع و التبادلي في المواد الغذائية.

تعد جرائم تقليد العلامة التجارية ظاهرة تهدد الاقتصاد العالمي و مشكلة متزايدة الخطورة نظرا لاستهدافها كافة أنواع السلع و المنتجات و حتى الخدمات، فلم يعد التقليد مقتصرًا على المنتجات عالية الجودة كالملابس و الساعات و العطور و قطع غيار المركبات و الأدوية ... إلخ، وإنما امتد ليشمل كل المنتجات ذات الاستهلاك مهما كانت طبيعتها، و نظرا لخطورة الأمر كونه يتعلق بتعريض صحة من يستعمل للخطر، كان من الواجب مكافحة جميع أشكال تقليد العلامة بصورة فعالة ليس فقط بالنص على عقوبات في القوانين، و إنما بمنح الهيئات المكلفة بالمراقبة الوسائل المادية و البشرية الملائمة لمكافحة هذه الظاهرة و التي أصبحت مرضا عاما يستهدف الصناعة و التجارة.

## المبحث الأول: محل الحماية الجنائية

سنتعرض الى تعريف جريمة التقليد، و الشروط الواجب توافرها في العلامة التجارية التي يشترطها القانون التي تضي على العلامة طابعا رسميا، أي جعلها في قالب معترف به قانونا، حتى تستفيد من الحماية الجزائية الكاملة.

### المطلب الأول: تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية

#### الفرع الأول: لغة

قال صاحب التعريفات: "التقليد عبارة عن إتباع الإنسان غيره فيما يقول أو يفعل معتقدا للحقيقة فيه من غير نظر و تأمل، كأن هذا المتبع جعل قول الغير أو فعله قلادة في عنقه.<sup>1</sup> وقلد الشيء: نسخه أو أوجده ثانية بطريقة احتيالية قصد التحريف، أو نقل الشيء بطريق الخدعة<sup>2</sup> و المكر قصد الغش بصورة تدليسيه قصد التبديل.<sup>2</sup>

#### الفرع الثاني: اصطلاحا

عرف المشرع الجزائري التقليد في المشرع الجزائري التقليد في المادة 26 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على أنه "كل عمل يمس بالحقوق الاستشارية لعلامة، قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة".

<sup>1</sup> - بلهوارى نسرين، تجريم و إثبات أفعال التقليد في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق جامعة الجزائر، لسنة 2012-2013، ص 3.

<sup>2</sup> - زولني نادية، الاعتداء على حق الملكية الفكرية التقليد و القرصنة، مذكرة الماجستير في الحقوق، جامعة الجزائر، لسنة 2002-2002، ص 10.

وانطلاقاً من هذا النص فإن المشرع أخذ بالمفهوم الواسع للتقليد الذي يقصد به كل الأفعال و التصرفات الماسة بمالك العلامة التجارية، فكل استعمال غير مشروع من الغير يشكل جرم التقليد.<sup>1</sup>

ان قانون العلامات لم يوضح بدقة مفهوم التقليد او مضمونه، و لكن الفقه عرف التقليد في مجال العلامات بأنه: "نقل للعناصر الأساسية للعلامة الأصلية أو نقل بعضها نقلاً حرفياً مع إضافة شيء من علامة أخرى، لتصبح قريبة الشبه في مجموعها مع تلك العلامة، مما يوقع المستهلك المتوسط الحرص في الوهم و عدم القدرة على التمييز لوجود الخلط و اللبس بينهما"

وفي رأي الاستاذة فرحة زراوي صالح أن المشرع تدارك فراغاً عرفه سابقاً الأمر رقم 66-57 الملغى في عدم تحديده مفهوم التقليد، حين قيامه بالنص في تعريفه للتقليد لعلامة مسجلة كما ورد في المادة 26 السبقة الذكر.<sup>2</sup>

وهو اصطناع علامة مطابقة تطابقاً تاماً للعلامة الأصلية أو صنع علامة شبيهة في مجموعها للعلامة الحقيقية، بحيث يمكن للعلامة الجديدة أن تضلل المستهلك وتجذبه إليها ظناً منه أنها أصلية.<sup>3</sup>

ويعرف التقليد بأنه إنشاء كتابة بأخرى، ولا يلزم أن يكون بالغاً حد الإلتقان، بل يكفي أن يكون بحيث يحمل على الاعتقاد بأن المحرر صادر عن من قلدت كتابته.

<sup>1</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 164-165

<sup>2</sup> - رايح فاضل، المرجع السابق، ص 204

<sup>3</sup> - بلقاسمي كهينة، استقلال النظام القانوني للملكية الفكرية، مذكرة الماجستير في الحقوق، جامعة الجزائر، لسنة 2008-

2009، ص 81.

كما يعني التقليد صنع شيء أخف قيمة من الشيء القديم، ومشابه له، وذلك بقصد المنفعة الناتجة عن الفرق الحاصل ما بين الشئيين المشار إليهما، و هذا ما يصح بقضايا النقود المعدنية، حيث يكون تقليد النقود بضرب نقود مشابهة لها، لكن أدنى منها قيمة.<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: شروط العلامة التجارية

يشترط القانون لصحة العلامة ضرورة توافر جملة من الشروط الموضوعية التي تجعلها قادرة على تحقيق ذاتيتها، و تمييزها عن باقي العلامات الأخرى، وبالتالي القدرة على منع الخلط بين السلع أو الخدمات التي يستعملها صاحب العلامة، وبين السلع أو الخدمات المماثلة لها و التي يستعملها باقي المنافسين. هذا من جهة، ومن جهة أخرى يشترط القانون كذلك جملة من الشروط الشكلية التي تضي على العلامة طابعا رسميا، أي جعلها في قالب معترف به قانونا أي وجود قانوني لها. لذلك لا بد من استعراض هذه الشروط:

### الفرع الأول: الشروط الموضوعية للعلامة التجارية:

لكي تتمتع العلامة التجارية بالحماية المقررة لها قانونا يجب توافرها على الطابع أو الصفة المميزة، التي تؤدي إلى تمييز و تفريق المنتجات المتعلقة بها عن غيرها من المنتجات المماثلة، أي كانت المكونات التي تتكون منها، إذ يشترط فيها أن تكون لها ذاتية خاصة تميزها عن غيرها من العلامات الأخرى المستخدمة لسلع مماثلة، و لكي تصلح الشارة أن تتخذ كعلامة يمكن تسجيلها من الناحية القانونية، فإنه لا يكفي أن تكون جديدة و مشروعة.<sup>2</sup>

### أولا: شرط تمييز العلامة التجارية

إن العلامة التجارية المراد تسجيلها و المؤلفة من كلمات، أو أسماء، أو أحرف، أو أرقام، أو رسومات، أو صور، أو أشكال، أو خليط منها، يشترط أن تكون ذات صفة مميزة،

<sup>1</sup> - بلهوارى نسرين، المرجع السابق، ص3-4.

<sup>2</sup> - وهيبه لعوارم بن أحمد، جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، مكتبة الوفاء القانونية 2015، ص 39.

وهو ما يطلق عليه بالصفة الفارقة، وهو ما أورده المشرع الجزائري في المادة 2 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات التي تنص "العلامات هي كل الرموز ..... التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي على سلع أو خدمات غيره".

يقصد بهذا الشرط أن تتخذ العلامة التجارية المراد تسجيلها شكلا مبتكرا، يؤدي إلى سهولة تمييز المنتج الذي يحمل هذه العلامة عن باقي السلع والمنتجات المشابهة على نحو يحول دون حصول اللبس لدى المستهلك العادي، فعلى سبيل المثال لا يمكن تسجيل العلامات التجارية التي تشكل رموزا وأشكالا هندسية عامة إلا إذا تم استخدام وترتيب هذه الرموز، والأشكال لتتخذ شكلا مميزا ومبتكرا.<sup>1</sup>

لا يمكن أن تستفيد العلامة من حماية القانون إلا إذا كان لها طابعا مميزا، و الأحكام القانونية في هذا الصدد صريحة، إذ تنص على ضرورة أخذ بعين الاعتبار جميع السمات المادية التي تستعمل لتمييز المنتجات أو الخدمات. تأسيسا على هذا، لا تتمتع بالحماية القانونية العلامة التي تركز على شكل شائع أو على بيانات مستعملة بصورة عادية في التجارة للدلالة على صفة المنتجات، بيد أنه لا يفرض أن يتوفر في العلامة شرط الابتكار كما هو مطلوب مثلا بالنسبة للرسوم و النماذج الصناعية. فالطابع المميز يختلف فيها، حيث يكاد يمثل استعمال تسمية بسيطة علامة مشروعة طالما يسمح بتمييز المتوج عن غيره من المنتجات المشابهة له. ويجب ألا تكون العلامة قد سبق استخدامها في إطار بضاعة مشابهة لهذا المنتج أو سبق استعمالها فوق نفس التراب الوطني. ولقد استبعد المشرع الرموز الخاصة بالملك العام أو المجردة من صفة التمييز، أي يشترط عدم اختيار العلامة ضمن العلامات التي أصبحت ضمن العلامات التي أصبحت من الملك العام.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - سائد أحمد الخولي، الملكية الصناعية في الفقه والقانون المعاصر، دار الفجر للنشر والتوزيع 2012، ص 60.

<sup>2</sup> - فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، ابن خلدون للنشر و التوزيع، ص 218.

كما لا تعتبر علامات قابلة للحماية القانونية، الرموز أو الأشكال النوعية، التي تدل على نوع السلعة فقط، كاستخدام صورة التفاح لوضعها في صناعة عصير التفاح. ولا يعتد القانون أيضا بالعلامة الوصفية و التي تتكون من بيانات تدل على صفة السلع، سواء من حيث مقدارها أو جودتها أو مصدرها، وهذه البيانات لاتعد علامة لأن كل تاجر له الحق في استخدام نفس البيانات و الدلالات.<sup>1</sup>

إن العلامة التجارية المجردة من صفة التميز لا يمكن أن تعد علامة تجارية كالعلامة التي تتشكل من شكل شائع و مألوف ككلمة "برتقال"، أو اسم "توفيق"، أو حرف "ب"، أو رقم "9" أو شكل المثلث أو المربع، أو صورة حصان... إلخ و كذلك لا يصلح كعلامة تجارية، العلامة الدالة على مصدر المنتجات كالبن البرازيلي، أو الموز الأكوادوري، أو الشوكولاتة السويسرية، الأرز الصيني و كذا العلامات على طبيعة المنتج أو الخدمة أو درجة جودتها.

وهو ما أورده المشرع الجزائري في المادة 7 فقرة 6 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات التي تنص على ما يلي "يستثنى من تسجيل العلامة الرموز التي يمكن أن تضلل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يخص طبيعة أو جودة أو مصدر السلع أو الخدمات و الخصائص الأخرى المتصلة بها".<sup>2</sup>

والقانون الجزائري لما اشترط أن تكون العلامة مميزة، لم يقصد بهذا الشرط أن تتضمن العلامة شيئا أصيلا، مبتكرا لم يكن موجود من قبل،<sup>3</sup> وإنما أن تكون لها ذاتيتها الخاصة التي تميزها عن غيرها من العلامات الأخرى المستخدمة لسلع مماثلة، واشترط هذه الخصية يعتبر أساسيا حتى تؤدي العلامة التجارية الغرض من استخدامها المتمثل في تمييز المنتجات

<sup>1</sup> - وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، المرجع السابق. ص 29.

<sup>2</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 75.

<sup>3</sup> - وليد كحول- زواوي الكاهنة، (حماية المستهلك في ظل قانون العلامات)، مجلة الحقوق والحريات، جامعة بسكرة، العدد

4 أبريل 2017، ص 627.

لجمهور المستهلكين وتمكينهم من التعرف على السلع التي يفضلونها بما تحمله من علامات مميزة، وحماية صاحبها من الذين ينتجون أو يبيعون سلعاً مماثلة.<sup>1</sup>

ولكي تصلح الشارة أن تتخذ كعلامة يمكن تسجيلها من الناحية القانونية، فإنه لا يكفي أن تكون مميزة بل يجب أن تكون جديدة و مشروعة.

### ثانياً: شرط جدة العلامة

لا يكفي أن تكون العلامة مميزة، بل يجب أن تكون جديدة أي لم يسبق استعمالها من قبل شخص آخر. أن الغاية الأساسية من العلامة التجارية، كما رأينا سابقاً، هي تمييز المنتجات للحؤول دون الخلط بينها وبين منتجات مماثلة. لذلك يجب أن تكون العلامة التي يضعها التاجر أو الصانع على منتوجاته جديدة، لكي تكون محمية قانوناً.<sup>2</sup> صحيح أن المشرع لم يشترط ذلك صراحة في الأمر المتعلق بالعلامات، ولكن يمكن أن نستشف ذلك من خلال المادة السابعة فقرة 09 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، و التي تنص على أنه: "تستثنى من التسجيل:.....9)- الرموز المطابقة أو المشابهة لعلامة كانت محل طلب تسجيل " أي أنه بمفهوم المخالفة، يتم تسجيل الرموز الغير مطابقة ولا المشابهة لعلامة كانت محل طلب تسجيل، بمعنى أنه لا يقبل بعلامة ليست جديدة عن تلك التي تم إيداع طلب تسجيلها، ومن باب أولى تلك التي تم تسجيلها و التي تتمتع بحماية قانونية.<sup>3</sup>

والمقصود بالجدة، هو عدم سبق استعمال ذات العلامة داخل إقليم الدولة على ذات السلع و المنتجات المراد استخدام العلامة التجارية عليها، إذ يشترط لصحتها عدم المساس أو الإضرار بحقوق سابقة، كعلامة مسجلة سابقاً أو معلومة للكافة، و يعتبر هذا الشرط من أهم

<sup>1</sup> - بساعد سامية، حماية العلامة التجارية في أمر 06/03 ومدى تطابقه مع أحكام اتفاقية التريبس، مذكرة الماجستير في الحقوق، جامعة الجزائر، لسنة 2008-2009، ص 40-41.

<sup>2</sup> - القاضي انطون الناشف، الاعلانات والعلامات التجارية بين القانون والاجتهاد دراسة تحليلية، منشورات الحلبي الحقوقية 1999، ص 139.

<sup>3</sup> - وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 30.

الشروط الموضوعية اللازم توافرها في العلامة التجارية، لكونه يحقق لها الغاية الأساسية التي خلقت من أجلها، غير أن استعمال علامة تجارية لتمييز سلعة أخرى لا تماثلها أو تشابهها، بل تكون بعيدة عن صنفها و طبيعتها، لأنه لا ينشأ عن هذا الاستعمال أي خلط أو التباس في ذهن الجمهور حتى ولو حملت ذات العلامة.<sup>1</sup>

ويقال عادة ان هذه الإشارة تتميز بالجدة اي يجب ان تكون جديدة nouvelle في عالم المنافسة. ان المشرع الجزائري لم يستخدم هذا المصطلح، انما الفقه اصطلح على هذه الكلمة كعبارة لتفسير مفهوم disponible أو متوفرة.

ان الكلمة غامضة و لا يتعلق الامر بالجدة المطلقة مقارنة مع ما هو مطلوب في مادة براءة الاختراع أو الرسوم أو النماذج. و لكن الجدة نسبية. و يكفي ان لا تكون العلامة يوم تسجيلها فقط موضوع حق لمنافس اخر في نفس النشاط.<sup>2</sup>

فالعلامة التجارية تعتبر جديدة، حتى ولو سبق استعمالها ذاتها على نوع آخر من السلع، إذ العبرة في استعمالها على ذات السلع، فلا تفقد العلامة جدتها إلا إذا سبق استعمالها على السلع المماثلة من منتج أو تاجر منافس، أما مجرد نقل العلامة التجارية السابق استعمالها في نوع آخر مخلف تماما للسلع المراد وضعها عليها فلا يفقد عنصر الجدة المطلوب توافره في العلامة التجارية، و السبب في جواز ذلك هو في الواقع أن العلامة التجارية لا تصبح ملكا لصاحبها إلا بالنسبة للمنتجات التي خصصت لتمييزها، فلا تعتبر العلامة مميزة إذا كانت تستعمل في صناعة ساعات اليد ثم أريد استعمالها في صناعة منبهات أو ساعات حائط.<sup>3</sup>

ومما تقدم يمكننا القول بأن شرط الجدة يبقى متوفرا في العلامة، إذا ما استعملت في سلع أو خدمات مختلفة، وهذا ما يفهم من نص المادة 09 فقرة 01 من الأمر 03-06 المتعلق

<sup>1</sup> - وهيبه لعوارم، المرجع السابق، ص 43.

<sup>2</sup> - رايح فاضل، المرجع السابق، ص 115.

<sup>3</sup> - وهيبه لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص 115.

بالعلامات، حينما تنص على أنه "يخول تسجيل العلامة لصاحبها حق ملكيتها على السلع و الخدمات التي يعينها لها"، هذا يعني استخدام نفس العلامة لتمييز سلع أو خدمات.<sup>1</sup>

هذا من حيث نوع السلع أو الخدمات، أما من حيث المكان، يهيمن في هذا المجال مبدأ إقليمية العلامة. حيث يشترط في العلامة حتى تتمتع بالحماية القانونية أن تتوفر فيها الجودة من حيث المكان.

وتقدير الصفة النسبية لجدة العلامة يتم عن طريق النظر لإقليم الدولة و ليس بالنظر لمكان معين كمكان للإنتاج، بحيث تعتبر العلامة جديدة إذا لم يسبق استعمالها داخل إقليم الدولة بأكمله فإذا استخدمت العلامة على سلعة معينة في مدينة معينة في إقليم دولة معينة لا يجوز استخدامها.<sup>2</sup>

أما العلامة التجارية التي لم تودع في الجزائر فلا تتمتع بالحماية القانونية في الجزائر، حتى و لو كانت قد أودعت في الخارج، لذا لا يحول إيداع العلامة في الخارج، دوم استخدام ذات العلامة في الجزائر لتمييز منتجات مماثلة، وذلك لأن القانون الجزائري، لا يشمل بحمايته إلا العلامات المودعة في الجزائر، ولا يشمل العلامات الأجنبية غير المودعة فيه و لو كانت مودعة في الخارج.<sup>3</sup>

أما من حيث الزمان، فإذا لم يقم صاحب العلامة بتجديد علامته خلال المدة المقررة، يعتبر أنه قد نزل عن حقوقه فيها، و بالتالي يجوز للغير استعمالها لتمييز سلعه أو خدماته دون أن يعتبر ذلك تعد على العلامة، فلا يشترط لاعتبار العلامة جديدة ألا يكون قد حصل استعمالها بصورة مطلقة، إذ يجوز أن تعتبر العلامة جديدة حتى ولو سبق لشخص آخر أن

<sup>1</sup> - وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 30.

<sup>2</sup> - رايح فاضل، المرجع السابق، ص 119.

<sup>3</sup> - وهيبه لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص 46.

استعملها، ثم سقط حقه فيها.<sup>1</sup> و بالتالي قد تكون مدة ترك العلامة أو عدم استعمالها كفيلا بتمييز المستهلك بين السلع التي كانت تستخدم عليها العلامة في الماضي و السلعة الجديدة التي جددت من أصلها العلامة التجارية و أصبحت اداة تميزها.<sup>2</sup>

### ثالثا: مشروعنة العلامة التجارية

يقصد بمشروعية العلامة التجارية، ألا تكون من العلامات التجارية الممنوعة أو المخالفة للنظام، أي أن تسمح النصوص القانونية بتسجيلها، وأن لا مانع من استعمالها.<sup>3</sup>

إذ لا يكفي أن يختار التاجر علامة من بين السمات الواردة في التعداد القانوني، بل ينبغي زيادة عن ذلك أن تكون العلامة المختارة ذات طابع مشروع. وهكذا، يجب ألا تكون العلامة مخالفة للنظام العام والأخلاق الحسنة. فلا يتطلب هذا الشرط توضيحات أو مناقشات، حيث يظهر من المنطقي عدم قبول عبارة أو كلمة فجة أو صورة مخلة بالآداب كعلامة.<sup>4</sup>

لقد أخذت معظم التشريعات بالمبدأ المذكور سلفا، أي أن للشخص مطلق الحرية في اختيار علامته أو العناصر التي تتركب منها، كأصل عام، ولكن تفاوتت في مواقفها من القيود والاستثناءات على ذلك المبدأ، ومنهم من وسع فيها.<sup>5</sup>

ونجد أن التشريع الجزائري أخذ مأخذا وسطا، و لقد كان المشرع الجزائري صريحا، حينما نص في المادة 7 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات على و ضع قيود و استثناءات على العلامات التي يتم إيداع طلب تسجيلها، ومن بين الرموز التي استثنائها من التسجيل، الرموز

<sup>1</sup> - وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 32-31.

<sup>2</sup> - رابح فاضل، المرجع السابق، ص 120.

<sup>3</sup> - خالد محمد سعد الرشيد، الحماية الجنائية للعلامات التجارية في النظام السعودي، شهادة الماجستير في العدالة الجنائية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، لسنة 2003، ص 59.

<sup>4</sup> - فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 230.

<sup>5</sup> - وهيبه لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص 50.

المخالفة للنظام العام أو الآداب العامة، و الرموز التي يحضر استعمالها بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفاً فيها.<sup>1</sup>

وفكرة النظام العام و الآداب العامة هي فكرة نسبية تختلف من مجتمع إلى آخر ومن نظام قانوني إلى آخر فالتاجر أو مقدم الخدمة الأجنبي يمكن أن يصطدم برفض تسجيل علاماته التجارية في الجزائر حتى و إن كان قانون الدولة التي ينتمي إليها يجيز تسجيلها كعلامة، بل حتى و غن سبق و أن سجلها في بلده الأصلي كون ذلك يصطدم بقواعد النظام العام بالجزائر، و هو ما أشارت إليه المادة 13 فقرة 1 من المرسوم التنفيذي رقم 277/05 المحدد لكيفيات إيداع العلامات و تسجيلها التي تنص على أنه "تخضع التسجيلات الدولية للعلامات الممتدة حمايتها إلى الجزائر، في إطار الاتفاقيات الدولية التي انضمت إليها الجزائر إلى الفحص التلقائي بهدف التحقق من أنها غير مستثناة من التسجيل بسبب أو عدة أسباب من أسباب الرفض المذكورة في المادة 7 من الأمر 03-06 التعلق بالعلامات".<sup>2</sup>

إذن لا يكفي المظهر المميز للعلامة بالإضافة إلى كونها جديدة حتى تتوفر لها الحماية القانونية إذ يجب أن تكون مشروعة، أي لا يجوز أن تخالف النظام العام و الآداب العامة، و لا تؤدي إلى خداع الجمهور.<sup>3</sup>

#### رابعاً: شرط التمثيل الخطي

بين المشرع الجزائري في المادة 2 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات أن العلامات هي كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، و المقصود بذلك أن تكون مكتوبة من جهة و ظاهرة بصورة مادية ملموسة من جهة ثانية.

<sup>1</sup> - كحول وليد، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 32.

<sup>2</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 79.

<sup>3</sup> - وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 33.

أن المشرع الجزائري يشترط إذا كانت العلامة التجارية مكونة من كلمة أو كلمات أن تكون مكتوبة، سواء أكانت الكتابة باللغة العربية لوحدها أو مقترنة بلغة أجنبية أو أن تكون باللغة العربية أكثر وضوحا إلى جانبها اللغة الأجنبية، وهذا على خلاف بعض التشريعات العربية التي تشترط ضرورة كتابة العلامة باللغة العربية أو على الأقل ترجمتها إلى اللغة العربية.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني: الشروط الشكلية للعلامة التجارية

يشترط القانون لصحة العلامة ضرورة توافر جملة من الشروط الموضوعية التي تجعلها قادرة على تحقيق ذاتيتها وتميزها عن باقي العلامات الأخرى، وبالتالي القدرة على منع الخلط بين السلع أو الخدمات التي يستعملها صاحب العلامة، وبين السلع أو الخدمات المماثلة لها و التي يستعملها باقي المنافسين. هذا من جهة، ومن جهة أخرى يشترط القانون جملة من الشروط الشكلية التي تضي على العلامة طابعا رسميا، أي جعلها في قالب معترف به قانونا و بالتالي تستفيد من الحماية القانونية الكاملة.<sup>2</sup> إن المادة الخامسة من الفقرة الأولى من قانون العلامات الجزائري الواردة تحت القسم الأول بعنوان اكتساب الحق في العلامات المتضمن الباب الثاني صرحت: "يكتسب الحق العلامة بتسجيلها لدى المصلحة المختصة" ونفس الاتجاه الذي أخذ به المر 66-57 الملغى، فالمادة الخامسة منه نصت على اكتساب العلامة التجارية عن طريق الإيداع بقولها: "تعود ملكية العلامة لمن قام كشخص أول بإيداعها".<sup>3</sup>

### أولا: تحديد الهيئة المختصة

أنشئ المكتب الوطني للملكية الصناعية (O.N.P.I) بمقتضى الأمر 63-248/ وكانت صلاحياته تشمل كافة الملكية الصناعية و التجارية، ثم أنشئ المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي و الملكية الصناعية بناء على الأمر 73-62، وبذلك تحولت اختصاصات المكتب

<sup>1</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 76-77.

<sup>2</sup> - وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 27.

<sup>3</sup> - رابح فاضل، المرجع السابق، ص 121.

الوطني للملكية الصناعية إلى المعهد الجديد، أما المكتب الوطني للملكية الصناعية فأصبح يسمى بالمركز الوطني للسجل التجاري (C.N.R.C)، و انحصرت اختصاصاته في كل ما يتعلق بالسجل التجاري. رغم أن المشرع الجزائري تدخل مرة أخرى للقيام بتعديل جوهري، الهدف منه تحويل كافة صلاحيات المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي و الملكية الصناعية المتعلقة بالعلامات، و الرسوم و النماذج الصناعية و تسميات المنشأ، إلى المركز الوطني للسجل التجاري، وبالتالي كان على صاحب العلامة آنذاك، إتمام الإجراءات الخاصة بالإيداع لدى المركز المكلف بالسجل التجاري وبالملكية الصناعية و التجارية (ماعدات براءات الاختراع).<sup>1</sup>

لكن الأمر اختلف منذ صدور المرسوم التنفيذي 98-68 الذي يتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويحدد قانونه الأساسي. وعلى هذا الأساس، يجب على كل من يرغب في إيداع علامة أن يستكمل الإجراءات المطلوبة قانونا لدى المعهد الجزائري للملكية الصناعية، لأنه الهيئة المكلفة بكافة الملكية الصناعية ماعدا التقييس.<sup>2</sup>

و الملاحظ أن المشرع الجزائري أخذ بنظام البسيط للعلامة، و ذلك في الأمر 66-57 المتعلق بعلامات المصنع و العلامات التجارية الملغى، و كذا في الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات من حيث أن الطلب يودع من طرف صاحب العلامة أو وكيله مباشرة أو عن طريق البريد المضمن، و هو الأمر الذي حدد إجراءاته المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المتعلق بكيفيات إيداع العلامات و تسجيلها حيث بين المشرع في المادة 3 منه أن إيداع طلب تسجيل العلامة يكون مباشرة لدى المصلحة المختصة، أو يرسل عن طريق البريد، أو بأية وسيلة أخرى تثبت الاستلام، وتسلم أو ترسل إلى المودع أو وكيله نسخة من طلب التسجيل تحمل تأشيرة المصلحة المختصة و تتضمن تاريخ و ساعة الإيداع.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>- فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 131-132.

<sup>2</sup>- وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 34.

<sup>3</sup>- ميلود سلامي. المرجع نفسه. ص 86.

## ثانيا: إجراءات تسجيل العلامة التجارية

بصفة عامة، يحق لكل شخص، لكل شخص طبيعي كان أو معنوي، له نية في استخدام علامة، أن يقوم بإيداع طلب تسجيلها لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية وفق ما يقرره القانون.

ويمكن أن يكون طالب تسجيل العلامة جزائريا، أم أجنبيا، إلا أن المشرع اشترط في حالة عدم إقامة صاحب طالب تسجيل العلامة في الجزائر، أن يمثله لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، وكيل، وأن يصحب ذلك الطلب بوكالة، وهذا ما نصت عليه المادة 06 والمادة 07 فقرة 01 من المرسوم التنفيذي رقم 277/05.<sup>1</sup>

وتتمثل إجراءات تسجيل العلامة فيما يلي:

### 1- إيداع طلب التسجيل

يقصد بالإيداع عملية تسليم - أو إرسال - ملف يتضمن نموذج العلامة المطلوب حمايتها مرفقا بتعداد لكافة المنتجات أو الخدمات التي تنطبق عليها العلامة.<sup>2</sup>

تجدر الإشارة هنا إلى التفرقة بين الإيداع و التسجيل، وعدم الخلط بينهما، لأن المشرع الجزائري ميز في الباب الثاني من المرسوم التنفيذي رقم 277/05 بين كل من الإيداع و الفحص و التسجيل، و خص كل منها بنصوص قانونية مختلفة. فالإيداع يتمثل في تقديم الطلب إلى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، بينما التسجيل يأتي بعد التحقيق من أن الإيداع استوفى الشروط القانونية (وذلك بعد الفحص)، وسنرى ذلك لاحقا.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 35.

<sup>2</sup> - فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 234.

<sup>3</sup> - وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 35.

يقدم صاحب العلامة أو وكيله طلب تسجيل شارة معينة بغرض اتخاذها علامة تجارية فيما بعد، ولو كان النشاط غير مربح كالجمعيات و النقابات، مباشرة لدى المصلحة المختصة و المتمثلة في القانون الجزائري الحالي في المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، أو إرساله إليه بالبريد الموصي عليه مع علم الوصول، يحتوي هذا الطلب على نموذج العلامة، تعداد للمنتجات و الخدمات المنطبقة على هذه العلامة، خاتم العلامة و ما يدل على إيداع الرسوم، وإذا كان المودع يمثله وكيلًا عنه فعليه زيادة على ذلك إثبات الوكالة و محرر محضرا بالإيداع مؤرخا ومبينًا فيه تسليم المستندات، تسلم نسخة منه أو ترسل للمودع.<sup>1</sup>

## 2- فحص الإيداع

يلعب الإيداع دورا مهما في اكتساب ملكية العلامة، لهذا يقوم المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بفحص الطلب المودع من ناحية الشكل ومن ناحية المضمون. فمن الناحية الشكلية يقوم المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بفحص ما إذا كان الإيداع مستوفيا للشروط القانونية المحددة في المواد من 04 إلى 07 من المرسوم التنفيذي 277/05.

وعند عدم استيفاء الإيداع لهذه الشروط، يطلب من المدع تسوية طلبه في أجل شهرين، وفي حالة عدم قيام المدع بالتسوية خلال المدة القانونية المحددة، فإنه يتم رفض طلب تسجيله في أجل شهرين، وفي حالة عدم قيام المودع بالتسوية خلال المدة القانونية المحددة فإنه يتم رفض طلب تسجيله للعلامة. وهذا ما تنص عليه المادة 10 من المرسوم التنفيذي 277/05<sup>2</sup>

أما الفحص من حيث المضمون فهو المرحلة التالية للفحص الشكلي، فإذا اتضح للمصلحة المختصة أن الإيداع مستوفي لشروطه الشكلية، تبحث في فحص العلامة من حيث المضمون، و يتمثل ذلك في البحث فيما إذا كانت العلامة مستثناة من التسجيل لأي سبب من الأسباب

<sup>1</sup> - وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص 55.

<sup>2</sup> - وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 37.

المؤدية إلى لرفض التسجيل كمخالفة للعلامة للنظام العام والآداب العامة، أو سبق تسجيلها، أو كانت من الرموز المضللة للجمهور أو المشبهة لعلامة مشهورة....<sup>1</sup>

### ثالثا: التسجيل و النشر

يقصد بالتسجيل القرار الذي يتخذه مدير المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية و الذي يؤدي إلى قيد العلامة إلى فهرس خاص يمسكه المعهد و الذي يذكر فيه كافة العلامات و حقوق الملكية الصناعية و التجارية الأخرى التي تم تسجيلها حسب الأصول. و يتطلب أن يتضمن بصورة إجبارية نموذج العلامة و كافة البيانات الخاصة بالتسجيل. كما يجب أن تذكر فيه كافة العمليات المتعلقة بالعلامات حتى يستطيع صاحبها الاحتجاج بها في مواجهة الغير. تأسيسا على هذا، يجوز لأي شخص تقديم طلب إلى مدير المعهد للحصول على معلومات متعلقة بالعلامات.<sup>2</sup>

ولا ريب أن الإيداع يختلف تماما عن التسجيل، كون أن الأول، هو العملية التي تشمل تسليم الملف حضوريا إلى المصلحة المختصة من طرف صاحب العلامة أو وكيله أو عن طريق البريد هذا من جهة، والمحضر الذي يثبت تاريخ الإيداع من جهة أخرى، بينما الثاني، فتقوم به هيئات المصلحة المختصة بعد قيامها بالتحري بين العلامات التجارية المسجلة و طلبات التسجيل المودعة غير المفصول فيها للتثبيت مما إذا كان في القيود علامات مسجلة تتعلق بالبضائع نفسها أو بصنف البضائع ذاته مطابقة للعلامة المطلوب تسجيلها أو قريبة الشبه بها لدرجة من شأنها أن توهي إلى الغش، أو التحري من إمكانية وجود علامات مخالفة للنظام العام الآداب العامة ، فإذا ما سجلت الإدارة الطلب و وقع عليه المدير بالموافقة بعد التحري و الفحص السابق له ،<sup>3</sup> تأتي عملية النشر، التي يتكلف بها المعهد الوطني الجزائري

<sup>1</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 88.

<sup>2</sup> - فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 238.

<sup>3</sup> - وهبية لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص 57.

للملكية لصناعية، ويقصد بهذه العملية، شهر إيداع العلامة في المنشور الرسمي للملكية الصناعية (BOPI).<sup>1</sup>

### المبحث الثاني: أركان جريمة تقليد العلامة التجارية و العقوبات المقررة

الجريمة فعل غير مشروع، فلا قيام لجريمة إذا كان الفعل مشروعاً، أما إذا ثبت أنه غير مشروع فإن الجريمة تقوم إذا ما توافرت أركانها، فهي إذن بوجه عام "إتيان عمل أو امتناع عن عمل يعاقب عليه القانون و يقرر له جزاء"، و الركن هو عنصر تكوين و قيام الجريمة، فإذا انتفى فلا جريمة على الإطلاق، تجدر الإشارة هنا إلى أن الفقه الجنائي في دراسته للجريمة يحلل النموذج الإجرامي إلى عناصر أساسية يطلق عليها أركان الجريمة، بينما لا يرد في الأحكام القضائية عادة أي إشارة إلى تلك العناصر في كل جريمة على حدى، مما يعني أن استنباط عناصر الجريمة هو عمل فقهي.

### المطلب الأول: أركان جريمة التقليد

و لقيام هذه الجرائم يجب توافر أركان عدة لا ركن واحد، لكونها ذات طبيعة مختلطة و لها على الأقل جانبان، جانب مادي يتمثل فيما يصدر عن مرتكبها من أفعال و ما يترتب عليها من آثار، و جانب نفسي يتمثل فيما يدور في نفس مرتكبها، أي ما يتوفر لديه من علم و ما يصدر عنه من إرادة، و يرجع هذا التعدد إلى أن للإنسان -صانع الجريمة- كيانا ماديا و كيانا نفسيا و الجريمة تدور فيهما معا ومع التحليل الدقيق لفكرة الجريمة يثبت قيامها على أركان ثلاثة: ركن شرعي، ركن مادي و ركن معنوي.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 39.

<sup>2</sup> - وهيبه لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص 87.

## الفرع الأول: الركن الشرعي

الركن الشرعي للجريمة هو الصفة غير الشرعية التي يضيفها النص القانوني على السلوك، وهذه الصفة غير الشرعية يقرها المشرع نفسه، و تتلخص في النص القانوني، فلا يمكن إصباغ فعل ما بصفة الجريمة إلا إذا نص المشرع على ذلك، فلا جريمة إلا بنص.

ويعتبر الركن الشرعي من العناصر المهمة جدا في تحديد الجريمة، أو الفعل الذي يشكل جريمة ما، لأن عدم توافر هذا الركن يجعل الفعل في نطاق الأفعال المباحة أصلا، وهي تلك الأفعال التي لم يعالجها المشرع على اعتبار أنها أفعال إجرامية بصوص محددة.<sup>1</sup>

إذا كان قانون العقوبات هو القانون الأساسي الذي يدرس مجموع الجرائم و يحدد لها عقوبات خاصة، تتلاءم مع طبيعة الفعل المجرم، فإنه و في الكثير من الأحيان يصبح عاجزا عن تجريم كل الأفعال المشروعة بصورة دقيقة، مما يعود العمل في ذلك إلى النصوص الخاصة و منها قانون العلامات.

وبالرجوع إلى نص المادة 26 من قانون العلامات التي تنص على ما يلي: "مع مراعاة أحكام المادة 10 أعلاه، يعد جنحة التقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستشارية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة"

وبالرجوع إلى نص المادة 32 من نفس القانون، نجدها تنص على: "مع مراعاة الأحكام الانتقالية لهذا الأمر، ودون الإخلال بأحكام الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 08 يونيو سنة 1966 و المتضمن قانون العقوبات، المعدل و المتمم، فإن كل شخص ارتكب جنحة التقليد يعاقب بالحبس من ستة أشهر إلى سنتين و بغرامة من مليونين و خمسمائة ألف (2.500.000) د.ج. إلى عشرة ملايين (10.000.000) د.ج. أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط مع:

<sup>1</sup> - وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 61.

- الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة
- مصادر الأشياء و الوسائل و الأدوات التي استعملت في المخلفة
- إتلاف الأشياء محل المخالفة.<sup>1</sup>

وبمقارنة هذه الأحكام مع ما كان منصوصا عليه في التشريع السابق، يلاحظ أن المشرع قام برفع مبلغ الغرامة، إلا أنه قام بتخفيف عقوبة الحبس. لاشك أن هذا الموقف غريب و قابل للنقد.

نشير باختصار إلى أن الجزائر تحاول منذ عدة سنين تحقيق نظام اقتصاد السوق، كما ترغب في فتح حدودها للتجارة العالمية، و لهذا الغرض تعمل كل ما في وسعها للانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة. ويتطلب الاحتكاك بالقوانين الأخرى إعادة النظر في العديد من الأحكام القانونية التي تحكم قانون الأعمال منها خاصة قانون الملكية الفكرية. هناك تناقض و تساؤل يبقى مطروحا، في حالة فتح الحدود للتجارة و تشجيع الشركات الأجنبية للقيام باستثمارات في البلاد، فما هي الضمانات الممنوحة؟ كيف تتحقق حماية العلامات- السلع و الخدمات- الأجنبية ؟

إن ظاهرة التقليد انتشرت، ولا يمكن مكافحتها بصورة فعالة إلا بالنص على عقوبات أكثر شدة و منح الهيئة المكلفة بمراقبة الوسائل المادية و البشرية الملائمة.<sup>2</sup>

### الفرع الثاني: الركن المادي

من المبادئ المسلم بها أنه لا سلطان للقانون على ما يدور في ضمائر الأفراد من أفكار أو ما يعقدونه من عزائم، أو يبيتونه من نيات، طالما أنها لم تبرز إلى العالم الخارجي تترجم عنها، فقانون العقوبات لا يعاقب على الأفكار رغم قباحتها، ولا على النوايا رغم سوءها، مالم تظهر إلى الوجود الخارجي بفعل أو عمل، و يشكل الفعل أو العمل الخارجي بفعل أو عمل، و يشكل

<sup>1</sup> - الأمر رقم 06/03 المؤرخ في 15 يوليو 2003. المتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

<sup>2</sup> - فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 258.

الفعل أو العمل الخارجي الذي يعبر عن النية الجنائية أو الخطأ الجزائي ما يسمى بالركن المادي للجريمة، فهو الفعل أو الامتناع عن الفعل الذي بواسطته تنكشف الجريمة و يكتمل جسمها، ولا توجد جريمة دون ركن مادي.<sup>1</sup>

والعنصر المادي لجنحة تقليد العلامة يتمثل أساسا في اصطناع علامة مطابقة للعلامة الأصلية أو نقل الأجزاء الرئيسية منها لخداع الغير و تضليله من خلال النقل أو التغيير أو الإضافة للعلامة الأصلية بطريقة قد تؤدي إلى احتمال الخلط و للبس لدى المستهلك.

وعلى ذلك، نتناول فيما يلي أنواع الاعتداء على العلامة بما يؤدي إلى قيام جنحة التقليد، في محاولة لاستطلاع الأفعال التي يمكن أن يتخذها تقليد العلامة.<sup>2</sup>

### أولا: تقليد العلامة بالنقل

لم يكن المشرع الجزائري يحدد في ظل الأمر رقم 66-57 السلف الذكر مفهوم التقليد، إلا أنه تدارك هذا الفراغ حين القيام بالإصلاح الأخير و هكذا نص على أنه "يعد جنحة التقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة. ولقد تبنى المشرع المفهوم الواسع للتقليد، إذ يقصد به عامة كل التصرفات التي يقوم بها الغير إهدار بحقوق صاحب البراءة، أي كل الأعمال التي ترتكب مخلفة لحقوقه الشرعية.<sup>3</sup>

يتمثل العنصر المادي في اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الأصلية ، أو صنع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية بإعادة اصطناع جانبها الأساسي و المميز بشكل يجعل العلامة الجديدة قادرة على تضليل الجمهور و جذب المستهلك، حيث يعتبر نقل

<sup>1</sup> - وهيبه لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص 132.

<sup>2</sup> - بلهوارى نسرين، المرجع السابق، ص 15.

<sup>3</sup> - فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 259.

العلامة عنصر كاف لوجود التقليد بغض النظر عن كل استعمال لها لأن التقليد قائم بموجب التصنيع للعلامة.<sup>1</sup>

فعلى خلاف القواعد المقررة في قانون العقوبات التي تفرض العنصرين لقيام الجريمة، العنصر المادي و العنصر المعنوي، فان جريمة التقليد تقوم على العنصر المادي فقط و هو اصطناع العلامة بغض النظر عن سوء نية المقلد، فالعنصر المعنوي ليس ضروري لقيام الجريمة، و بالتالي فإن نية الاحتيال لدى الفاعل غير مشترطة لقيام جريمة التقليد، فوجود العنصر المادي للتقليد كاف لقيامها، فمالك العلامة غير ملزم بإثبات سوء نية المقلد.<sup>2</sup>

وليس من الضروري أن يكون التقليد تاما، فهو يتوفر في حال تركيب الكلمة، كما يتوفر في تغيير أحد أحرف الكلمة، مما يعني أن الفروق الجزئية لا تنفي وجود التقليد، فالتقليد متوافر حتى ولو زيدت بعض الرسوم المحيطة بغية تضليل المستهلك أو بعض الكلمات، أو إذا حذفت منها بعض الأحرف. أما إذا أفقدت الإضافة ذاتية العلامة الأصلية، فعندئذ لا نكون أمام تقليد.<sup>3</sup>

وتعتبر عملية النقل الكلية أو الجزئية كافية لبيان وجود التقليد، ولا يهم إذا كانت العلامة قد استعملت فعلا على السلع. ذلك أن جريمة التقليد بطبيعتها جريمة وقتية تتم بمجرد تقليد العلامة بغض النظر عن الاستعمال الذي يأتي لاحقا لها، و الذي هو بطبيعته جريمة مستمرة، لكن ماذا إذا كان مقلد العلامة ينوي استعمالها على سلع مغيرة ومختلفة تماما عن تلك التي سجلت من أجلها العلامة؟

<sup>1</sup> - سارة بن صالح، (جريمة تقليد العلامة التجارية. دفاثر السياسة و القانون)، العدد الخامس عشر جوان 2016، ص 389

<sup>2</sup> - وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص 146.

<sup>3</sup> - وليد كحول. المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري. المرجع السابق، ص 78.

في هذه الحالة، يجب على المتهم أن يثبت أنه كان يقصد من وراء اصطناع تلك العلامة، استعمالها على سلع أو خدمات مختلفة عن تلك التي سجلت من أجلها العلامة، وهذا لأن سوء نية المقلد مفترضة، وعلى المتهم عبء إثبات حسن نيته.<sup>1</sup>

هذا وتعتبر جنحة التقليد بحصر المعنى قليلة الانتشار، إذ غالبا ما يفضل مرتكب جريمة التقليد اللجوء إلى تقنية التشبيه من خلال استعمال علامة تشبه العلامة الأصلية المشهورة لكن دون تقليدها بصورة مطلقة. ومن هذا المنطلق فإن الممارسات الأكثر انتشارا تتمثل في التشبيه أو استعمال علامة مشبهة.<sup>2</sup>

ان القضاء الجزائري يعتمد في اعتبار الجريمة قائمة -جنحة التقليد بحصر المعنى- على تقليد و تزوير العناصر الأساسية و الجوهرية المميزة للعلامة دون العناصر الجزئية و الطفيفة، و التي يصعب على المستهلك المتوسط تحديدها جريمة التقليد بحصر المعنى (التقليد بالنقل) و التي هي إحدى صور تقليد العلامة تقوم على نقل عناصر العلامة نقلا حرفيا، وطالما أن المسألة هنا تقديرية لقاضي الموضوع، إلا أنه يتعين الاستعانة بأهل الخبرة المختصين للبحث في هذه المسألة.<sup>3</sup>

وبناء على ما تقدم، فإن التقليد يتحقق باصطناع علامة مطابقة تماما للعلامة الأصلية، أو بنقل الأجزاء الرئيسية منها بحيث تقترب العلامة المقلدة من العلامة الأصلية، إذ يعد الشخص بأنه قد علام إذا صنع تلك العلامة أو أية علامة قريبة الشبه منها بصورة تؤدي إلى الانخداع و التضليل.<sup>4</sup>

<sup>1</sup>- وليد كحول- كاهنة زواوي، (الحماية الجزائرية للعلامات في التشريع الجزائري)، مجلة المنتدى القانوني، العدد الخامس، ص 276.

<sup>2</sup>- بلهوارى نسرين، المرجع السابق، ص 17

<sup>3</sup>- ميلود سلامي. المرجع السابق، ص 167.

<sup>4</sup>- وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 78.

ثانيا: تقليد العلامة بالتشبيه

تعد جريمة التقليد بالتشبيه الجريمة الأكثر حضورا إن لم نقل الجريمة الوحيدة المتداولة في الاجتهاد القضائي الجزائري، ويبدو أن الأمر السابق المتعلق بالعلامات و الملغى كان لا يستهدف في مقتضياته الجزائية إلا المعاقبة على هذه الجريمة وحدها.<sup>1</sup>

نعلم أن الأصل في العلامة أن تكون وسيلة لتمييز السلع أو الخدمات عن غيرها المماثلة لها، لذا يجب أن تكون مختلفة و متباينة فيما بينها، حتى ترفع اللبس و لا يقع جمهور المستهلكين في الخلط و التضليل، ومن أجل ذلك يجب تقدير ما إذا كان للعلامة خاصية مميزة عن غيرها أم لا، وذلك بالنظر إليها في مجموعها لا إلى كل عنصر من العناصر التي تتركب منها، فلا عبء باحتواء العلامة على حروف أو رموز أو صور مما تحتويه العلامة الأخرى، بل العبء بالصورة العامة التي تتطبع في الذهن نتيجة لتركيب الصور و الحروف و الرموز مع بعضها، و الشكل الذي تبرز به في علامة أو أخرى، النظر عن العناصر التي تركبت منها و عما إذا كانت الواحدة تشترك في جزء أو أكثر مما تحتويه الأخرى.<sup>2</sup>

يقصد بالتشبيه اصطناع علامة مشابهة بصورة تقريبية للعلامة الأصلية. وعلى هذا الأساس كانت هذه الجنحة تختلف عن جنحة التقليد لكونها تفترض وجود عنصرين: العنصر المادي الذي يرتكز على تشبيه ذي طابع جوهري من شأنه أن يؤدي بالجمهور إلى الخلط بين العلامتين، و العنصر العمدي، إذ يجب أن يكون مرتكب الفعل قد قام بالتشبيه عن قصد

ليخدع المستهلك، وكان القاضي يأخذ بعين الاعتبار التشبيهات الإجمالية و ليس التمييزيات الجزئية، أي كان يؤسس قراره على التشبيهات التي من شأنها أن تؤدي بالمشتري العادي إلى الخلط بصفة إجمالية بين العلامتين،<sup>3</sup> الأمر الذي قد يؤدي إلى المساس بحقوق المستهلك الذي

<sup>1</sup> - وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 80-79.

<sup>2</sup> - وليد كحول- كاهنة زواوي، (الحماية الجزائية للعلامات في التشريع الجزائري)، المرجع السابق، ص 277.

<sup>3</sup> - فرحة زواوي صالح، المرجع السابق، ص 266.

قد يستعمل منتوجا لا يتلاءم مع ما يرغب فيه كما قد يمس بمصادقية المنتج الأصلي و نجد ذلك أكثر خطورة في حالة تقليد علامة الدواء حيث نكون أمام مساس بالصحة العامة، كما قد يؤثر على الاقتصاد الوطني لأنه لا يساعد على الابتكار.<sup>1</sup>

والفاعل في التقليد لا ينقل العلامة الأصلية برمتها كما هو الحال في استعمال العلامة المطابقة تطابقا تاما، و إنما يدخل عليها بعض التغييرات مع الاحتفاظ بمظهرها العام كإدخال تغيير في الألوان، أو في وضع الصور أو الرسومات، أو في حجم الحروف، أو الأرقام... إلخ بحيث يمكن للعلامة الجديدة أن تضلل المستهلك و تجذبه إليها ظنا منه أنها العلامة الأصلية.<sup>2</sup>

ويتم البحث عن التشابه الذي يؤدي إلى اللبس من خلال المقارنة بين العلامتين، و البحث في ما إذا كان هناك خطر إيهام المستهلك أو خلق لبس لديه، و يجب البحث عن عناصر التشابه قبل البحث عن نقاط الاختلاف، و مع الأخذ بعين الاعتبار أن العلامتين لا تكونان أمام أعين المستهلك في نفس الوقت حتى يستطيع المقارنة بينهما، و يجب كذلك البحث عن الانطباع الذي توقعه العلامة على المستهلك المعتاد، وإذا كانت العلامة تحتوي على عناصر أصلية وعناصر شائعة، فالتقليد ينصب على العناصر الأصلية فقط، أما الثانية فيجوز تقليدها و استغلالها دون مساءلة عن التقليد.<sup>3</sup>

### ثالثا: التقليد باستعمال علامة مقلدة أو مشبهة

يتمثل العنصر المادي في هذه الجريمة بالاستعمال الباطل لعلامة تجارية أو علامة قريبة الشبه بصورة تؤدي إلى الانخداع، وقد يتخذ صوراً متعددة، فقد يتخذ صورة وضع علامة تجارية أو علامة قريبة الشبه لها على البضائع أو المنتجات ذاتها بطريقة مباشرة، وقد يتم ذلك

<sup>1</sup>- سارة بن صالح، المرجع السابق، ص 389.

<sup>2</sup>- ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 170-171.

<sup>3</sup>- وليد كحول، (جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري)، مجلة المفكر، العدد الحادي عشر، ص 482.

بطريقة غير مباشرة كأن تستعمل العلامة على الأشياء التي تستخدم في تسويق البضائع أو المنتجات، كالغطاءات أو المغلفات أو أي شيء آخر تباع أو تعرض فيه البضائع أو تحفظ فيه لأجل البيع أو التجارة أو الصناعة.<sup>1</sup>

بينت المادة 26 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات السلف الذكر، بأن يعاقب كل من قام بعمل من شأنه أن يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة، وتشمل هذه الأعمال الماسة بحقوق صاحب العلامة، استعمال علامة مقلدة سواء بالنقل أو التشبيه، أي استعمال علامة مماثلة أو مشابهة.<sup>2</sup>

ولقد بين المشرع بوضوح أن تسجيل العلامة يخول لصاحبها الحق في منع الغير من استعمال علامته استعمالا تجاريا دون ترخيص مسبق منه، على سلع أو خدمات مماثلة أو مشابهة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها، بل و أعطاه المشرع أكثر من ذلك، حق متابعة كل من استعمل لغرض تجاري علامة مشابهة إلى درجة إحداث لبس بين سلع أو خدمات مطابقة أو مشابهة لتلك التي سجلت العلامة من أجلها.<sup>3</sup>

غير أن استعمال علامة على سلع أو خدمات مختلفة عن تلك التي تم تسجيل العلامة من أجلها لا يجرمها القانون، باستثناء الخالة التي يتعلق فيها الأمر بالعلامات المشهورة.

ومن ثم، يمكن القول بأن جنحة استعمال علامة مقلدة يجب أن تتوافر على عنصر مادي هو ضرورة وجود تقليد مسبق، سواء كان تقليد بالنقل أم تقليد بالتشبيه، ولا يهم إذا كان القائم بتقليد العلامة يختلف عن القائم باستعمالها، إذ يشكل كل عمل منه جنحة مستقلة عن الأخرى، إلا إنه في الغالب يكون مرتكب جنحة الاستعمال هو مرتكب جنحة التقليد. و جنحة الاستعمال لا تقع بمجرد وضع العلامة على السلع، لأن مجرد الوضع يشكل بدوره جنحة مستقلة عن جنحة

<sup>1</sup>- سارة بن صالح، المرجع السابق، 390.

<sup>2</sup>- وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 82.

<sup>3</sup>- فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 270.

الاستعمال، ولا شك أن الاستعمال يعاقب عليه مهما كان، ومثال ذلك استعمال علامة مقلدة كعنوان للمتجر أو كاسم تجاري.<sup>1</sup>

وعلى غرار كافة الجنح التي تمس بحقوق صاحب العلامة، فإنه يجب اعتبار أن المشرع الجزائري لم يفرض مثله مثل المشرع الفرنسي، أن يتوافر في جنحة التشبيه العنصرين المادي و المعنوي و هذا بالرغم من أنه يشترط وجود علامة مشبهة من شأنها خداع المستهلك. كما لا تهم كيفية التشبيه، كلية كانت أو جزئية، و لا تهم طريقة استعمال العلامة.<sup>2</sup>

ويكون الركن المادي لجنحة استعمال، استخدام علامة مقلدة على الأوراق التجارية، سواء كان بيان أو فاتورة، أو حتى قائمة أسعار أو على أغلفة، كما يعد استعمالا كل استخدام لعلامة مقلدة بالنقل أو التشبيه كاسم تجاري أو عنوان تجاري، غير أنه في حلة ما إذا قام تاجر بعرض سلعة ما تحمل علامة معينة و يضع له أسعار مغرية، بطبيعة الحال من أجل أن يجذب أكبر قدر ممكن من المستهلكين، لما لهذه العلامة من رواج و سمعة حسنة لدى المستهلكين، و عند مجيء المستهلك لاقتناء هذه السلعة، يقوم العارض لإعلان بتوجيه خيار المستهلك للسلع أخرى، فبمجرد هذا التصرف يعتبر عملا طفيليا و يندرج تحت أعمال المنافسة الغير المشروعة، هنا هذا العمل لم يؤدي إلى المساس بالحق في العلامة، لا يوجد استخدام للعلامة على سلع غير التي وضعت و خصصت لها من طرف صاحب العلامة، فلا يوجد اغتصاب للعلامة و استخدامها على السلع الأخرى.<sup>3</sup>

#### رابعاً: التقليد باستعمال علامة الغير

لم ينص المشرع الجزائري في الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات صراحة على هذه الصورة من جرائم تقليد العلامة على خلاف المر 57/66 الملغى حيث نصت المادة 28 على

<sup>1</sup> - وليد كحول، جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري. المرجع السابق، ص 483.

<sup>2</sup> - وليد كحول- كاهنة زواوي، الحماية الجزائرية للعلامات في التشريع الجزائري. المرجع السابق، ص 278.

<sup>3</sup> - وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 84.

أنه "يعاقب بغرامة من 1000 إلى 20000 دينار و بالسجن من ثلاثة أشهر إلى ثلاثة سنوات أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط الذين يضعون عن طريق التدليس، على منتجاتهم أو على الأشياء التابعة لتجارتهم، علامة هي في ملك غيرهم".<sup>1</sup>

وبناء على ذلك فالركن المادي لهذه الجريمة يقوم إذا قام شخص ما بوضع علامة على سلعه هي ملك للغير، و تقوم هذه الجريمة ليس على أساس استعمال هذه العلامة الأصلية على سلع مماثلة أو مشابهة لتلك التي سجلت من أجلها العلامة، فمن ينظر للعلامة ظاهرا لا يرى فيها أي غش، فهي علامة صحيحة، لكن السلع التي تحمل هذه العلامة لا تتوافق مع السلع الصحيحة التي كانت تلتصق عليها أصلا، فقد يقوم مرتكب هذه الجريمة بوضع العلامة الأصلية على سلع مماثلة أو مشابهة لتلك التي تستعملها العلامة الأصلية، او ان يقوم باستبدال تلك السلع الأصلية بالسلع الأخرى و إبقاء العلامة الأصلية من أجل خداع المستهلك.<sup>2</sup>

فإذا ما قام شخص ما باستعمال علامة أصلية على الصنف الذي سجلت العلامة من أجله دون وجه حق، أي دون ان يحصل على ترخيص من صاحب العلامة، نكون أمام جريمة اغتصاب او استيلاء على علامة حقيقية يملكها شخص معين، و يؤخذ الركن المادي لهذه الجريمة من صورة فقد يؤخذ صورة استعمال علامة على سلع مماثلة أو مشابهة لتلك التي سجلت من أجلها العلامة. كما قد يتجسد في صور البيع أو شراء لأجل البيع أو عرض للبيع سلعة تحمل بدون وجه حق علامة أصلية مسجلة، كما قد يتوافر هذا الركن في حالة ما استعملت علامة أصلية مسجلة لحساب شخص معين، بقصد الإعلان عن سلع من صنف السلع التي تستعمل تلك العلامة لتميزها.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 179.

<sup>2</sup> -وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري. المرجع السابق، ص 85.

<sup>3</sup> -وليد كحول- كاهنة زواوي، الحماية الجزائرية للعلامات في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 279.

ويمكن أن تقع هذه الجريمة بصورة متعددة إذ يمكن أن تقع على العلامة التجارية التي تتخذ صورة لنماذج أو أشكال مميزة كما هو الحال في نماذج زجاجات التي تستخدم لتعبئة المشروبات الغازية أو العطور على اختلاف أنواعها، و ذلك بأن أن يقوم الجاني بجمع تلك الزجاجات ثم تعبئتها بمواد منافسة للمواد التي يتم استعمالها بالأصل بتعبئة تلك الزجاجات، لذلك فإن مجرد استعمال تلك الزجاجات و تعبئتها بمشروبات غازية أو عطور أيا كان نوعها أو لونها يدخل في نطاق تلك الجريمة.<sup>1</sup>

فهذه الصورة من صور التقليد تقوم بمجرد قيام الرابط بين نماذج التعبئة المسجلة و المواد القابلة للتعبئة الغية المسجلة و لا يشترط فيها القيام ببيع أو عرض المنتجات التي تحمل علامة مطابقة او مشابهة، كما تقوم هذه الصورة من صور التقليد العلامة في حالة تركيب شيء جديد بمساعدة جزء مستعمل لآلة ما تحتوي على العلامة الأصلية مملوكة للغير.<sup>2</sup>

### الفرع الثالث: الركن المعنوي

سنتطرق من خلال هذا العنصر إلى دراسة الركن المعنوي من أفعال الاعتداء بالتقليد الواقع على العلامة التجارية و التي سبق بيانها باعتبار كل فعل منها يمثل عنصر مادي من العناصر تقليد العلامة التجارية.

### أولاً: القصد الجنائي في التقليد بالنقل

ان جريمة التقليد بالنقل تقوم فقط على العنصر المادي، و هو اصطناع العلامة بغض النظر عن سوء نية المقلد، فالعنصر المعنوي ليس ضروري لقيام الجريمة، و بالتالي فإن نية

<sup>1</sup> - رايح فاضل، المرجع السابق، ص 274.

<sup>2</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 180.

الاحتيال غير مشترطة لقيام الجريمة، فوجود العنصر المادي لتقليد كاف لقيامها و مالك العلامة غير ملزم بإثبات سوء نية المقلد.<sup>1</sup>

ولا يشترط ضرورة توافر القصد الجنائي الخاص أو نية الاحتيال في مدى توافر حسن نية مرتكب الفعل فالعنصر المادي لوحده كاف لقيام الجريمة.

وقد اعتبرت المادة 26 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات القيام بأي عمل يمس بحقوق صاحب العلامة جنحة معاقب عليها قانونا و لم تشترط لقيام ذلك ضرورة توافر العمد أو سوء النية، و كذلك الحال بالنسبة للأمر 57/66 المتعلق بالعلامات الملغى.<sup>2</sup>

### ثانيا: القصد الجنائي في التقليد بالتشبيه

جاءت المادة 29 من المر 06/03 المتعلق بالعلامات و الخاصة بجنحة التقليد خالية من اشتراط سوء النية أو القصد الجنائي الخاص في حالة التقليد حيث اقتصر على تجريم العملية في عبارة: يعد جنحة التقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام بها الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة، و تبعا لذلك يعد الفعل المادي لجريمة التقليد بالتشبيه للعلامة التجارية أيضا جريمة من غير حاجة إلى إثبات سوء نية المتهم ذلك أن المشرع قد افترض أن عملية صنع علامة تجارية جديدة يستلزم من صاحبها القيد مقدما في سجل العلامات التجارية متى كان حسن النية تفاديا لاستخدام علامة مطابقة لعلامة سبق تسجيلها.

فإذا صنع الفاعل علامة تجارية بالتشبيه لعلامة أصلية، فإن هذا الفعل المادي ينهض

بذاته قرينة على سوء نية الفاعل، حيث أنه من العسير الادعاء بأن تطابق العلامتين

<sup>1</sup> - بن صالح سارة، المرجع السابق، ص 392.

<sup>2</sup> - ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 168.

يرجع إلى مجرد المصادفة و توارد الخواطر.<sup>1</sup>

### ثالثا: القصد الجنائي في جريمة استعمال علامة مقلدة أو مشابهة

إن جريمة التقليد في صورتها المتمثلة في استعمال علامة مقلدة أو مشابهة تعد من الجرائم العمدية، لذلك يتطلب الأمر توافر قصد الغش فلا يكفي مجرد القيام بالأفعال المكونة للركن المادي من مشابهة أو مماثلة العلامة الأصلية بل لا بد أن يكون للفاعل سوء النية وهي تقليد العلامة الأصلية، و عليه يقع عبئ إثبات حسن النية، كعدم علمه بأن العلامة مملوكة للغير أو الموافقة المكتوبة لمالك العلامة في استعمالها.<sup>2</sup>

اشارت إلى هذه الجريمة المادة 33 من المر 06/03 عند ذكرها للعقوبة المطبقة على الأشخاص الذين تعمدوا بيع أو عرضوا للبيع سلع أو خدمات تحمل علامة مقلدة، ويعود سبب التجريم إلى أن هذا الاستعمال يؤدي إلى نشوء اعتقاد لدى جمهور المستهلكين بتطابق المنشأتين المتنافستين أو أن إحداهما فرع للآخر، ولذلك يشترط لقيام هذه الجريمة عكس ما تم التطرق إليه في جريمتي التقليد بالنقل و التقليد بالتشبيه أن يكون بائع العلامة سيء النية، و يكون على علم مسبق أنه يستعمل علامة مقلدة.<sup>3</sup>

أن الاجتهاد القضائي الجزائري يشترط ضرورة توافر القصد الخاص لدى الفاعل وهو سوء النية الذي من شأنه إيقاع المستهلك أو المشتري في لبس أكيد، ومن ثم فإن موقف القضاء الجزائري يخالف موقف المشرع في الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، والتي لا تشترط سوى القصد العام لقيام جنحة التقليد.<sup>4</sup>

<sup>1</sup>- بن صالح سارة. المرجع نفسه. ص 392

<sup>2</sup>- ميلود سلامي. المرجع نفسه. ص 174

<sup>3</sup>- بن صالح سارة. المرجع نفسه. ص 392

<sup>4</sup>- ميلود سلامي. المرجع نفسه. ص 176

### رابعاً: القصد الجنائي في استعمال علامة الغير

وعلى خلاف ما كان مشروطاً سابقاً فلا تطلب هذه الجنحة حالياً، نظراً لعمومية النص القانوني توافر عنصر القصد، أي الركن المعنوي، 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.<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: لعقوبات المقررة لجنحة التقليد

تعني العقوبة في القانون الجنائي العام، (الجزء الذي يقرره القانون و يوقعه القاضي)، بحيث يكون هذا الجزء مناسباً مع الضرر الذي قد يحدثه الجاني، و تهدف العقوبة إلى تحقيق مجموعة من الأغراض، فمن جهة تهدف إلى الردع العام و يقصد به إنذار الناس كافة بسوء عاقبة الإجرام حتى ينفروا منه، و من جهة أخرى تهدف إلى الردع الخاص، و يقصد به تأهيل المجرم و إصلاحه حتى يعود إلى المجتمع مواطناً صالحاً يساهم في نموه و تطوره، كما تهدف إلى تحقيق العدالة و التوازن بين أفراد المجتمع.<sup>2</sup>

ولقد فرض المشرع الجزائري على مرتكب جنحة التقليد بمعناه العام، عقوبات أصلية وأخرى تكميلية، وستنطرق إليها كما يلي:

### الفرع الأول: العقوبات الأصلية

يقصد بالعقوبات الأصلية الجزاء الأساسي الذي نص عليه المشرع و قدره للجريمة، ولا يمكن تنفيذها إلا إذا نص عليها القاضي صراحة في حكمه حدد نوعها و مقدارها، و يمكن أن يقتصر عليها الحكم لأنها الجزاء المقرر في القانون للجرائم ببلوغ أهداف المتوخاة من العقاب

<sup>1</sup> - فرحة زراوي، المرجع السابق، ص 271.

<sup>2</sup> - وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 153.

كما أن المعيار في اعتبار العقوبة أصلية هو أن تكون كجزاء أصيل للجريمة من دون أن يكون توقيعها معلقا على الحكم بعقوبة أخرى.

والعقوبات الأصلية المقررة على جرائم الاعتداء على العلامات التجارية حسب ما قرره قانون العلامات التجارية الجزائري تشمل عقوبتي الحبس و الغرامة المالية، وهذا ما سيتم تناوله كالآتي:<sup>1</sup>

### أولا: الحبس:

ميز المشرع و بموجب القانون القديم- أمر 57/66- بين أفعال التعدد على العلامة التجارية و المكونة للجرائم، و أمتد هذا التمييز إلى حد إدراج عقوبات مختلفة بالنظر فعل التعدي ذاته سواء تعلق الأمر بعقوبة الحبس أو عقوبة الغرامة. ونظرا للانتقادات العديدة التي وجهت لمدة عقوبة الحبس، لعدم توكبها و تناسقها مع جسامة الجريمة و للحد من ظاهرة التقليد التي أصبحت تمس حتى الاقتصاد الوطني ناهيك عن مصالح صاحب العلامة فقد تبلور الأمر في استحداث قانون جديد يساير-إلى حد ما- مع النمط الاقتصادي المنتج في البلاد وهو أمر 06/03 المتعلق بالعلامات، و بالرجوع إليه، يستشف، و حسب نص المادة 32 منه، وأن المشرع يكون قد رفع من الحدين الأدنى و الأقصى لعقوبة الحبس فقرر أن كل شخص ارتكب جنحة التقليد- من دون حصر لأفعال الجرمية المكونة لفعل التقليد- يعاقب بالحبس من ستة(6) أشهر إلى سنتين.<sup>2</sup>

### ثانيا: الغرامة:

تنص كذلك المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات السلف الذكر، بأنه يعاقب كل شخص ارتكب جنحة التقليد بغرامة من مليونين و خمسمائة ألف دينار (2.500.000 دج )

<sup>1</sup> - سارة بن صالح، المرجع السابق، ص 393

<sup>2</sup> - وهبية لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص 334.335

إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج) وهذا خلاف ما كان عليه الأمر السابق الذي كانت تتراوح فيه الغرامة من ألف دينار (1.000 دج) إلى عشرين ألف دينار (20.000 دج)، حسب نوع الجريمة المرتكبة. وتجدر الإشارة هنا إلى أن كل من عقوبة الحبس أو الغرامة المنصوص عليهما في المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات السالف الذكر تكون اختيارية، أي أن القاضي قد يوقع عقوبة الحبس أو الغرامة، وقد يطبق كل من العقوبتين معا.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني: العقوبات التكميلية

بالنسبة للعقوبات التكميلية أجاز المشرع الجزائري في المادة 32 من الأمر 06/03 للمحكمة المختصة فرض عقوبات تكميلية على المعتدي على حقوق مالك العلامة و تتمثل في:

#### أولاً: الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة:

يجوز الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة و يكون ذلك عند الحكم على المتهم بعقوبة جزائية، حيث يمكن للقاضي أن يقرر غلق المؤسسة التي استعملت لتنفيذ الخدمة وهذا ما جاء في النص الجديد وهو على خلاف النص القديم الذي كان ينص على عقوبة تكميلية مختلفة تتمثل في الإعلان، فبالرجوع إلى نص المادة 34 فقرة 01 من الأمر 57/66 نجدها تنص على أنه: "للمحكمة أن تأمر بإلصاق نص الحكم في الأماكن التي تحددها أو تنشره بتمامه أو بتلخيص في الجرائد التي تعينها وذلك كله على نفقة المحكوم عليه".<sup>2</sup>

#### ثانياً: مصادرة الأشياء و الوسائل و الأدوات التي استعملت في المخلة:

وقد نص المشرع الجزائري في المادة 32 من الأمر 06/03 على عقوبة المصادرة كأحدى العقوبات التكميلية التي يجوز للمحكمة أن تقررها، حيث يحكم القاضي بمصادرة المنتجات و الأدوات التي تكون موضوع ارتكاب الجنحة، و لتطبيق هذه العقوبة يجب أن تكون

<sup>1</sup> - وليد كحول- كاهنة زاوي، المرجع السابق، ص 283.282

<sup>2</sup> - بن صالح سارة، المرجع السابق، ص 394

الجنحة قد ارتكبت وأثبتت. فإذا كان القاضي في التشريع السابق غير ملزم بالحكم بالمصادرة لكونها اختيارية، وذلك لاستعمال عبارة "يجوز" في النص القانوني، فالأمر يختلف في الأحكام الراهنة إذ جاء فيها أن مرتكب جنحة التقليد يعاقب بالحبس والغرامة أو بإحدى هاتين العقوبتين مع مصادرة الأشياء و الوسائل و الأدوات التي استعملت في ارتكاب الجنحة. فلا يمكن النطق بالمصادرة إلا في حالة الحكم بعقوبة جزائية.<sup>1</sup>

### ثالثا: إتلاف الأشياء محل المخالفة:

الإتلاف هو إعدام نسخ أو صور العلامة محل الاعتداء، ووضع حد للسلع و الأشياء المقلدة و جعلها غير صالحة للاستعمال أو الاستهلاك.

فزيادة عن المصادرة تأمر المحكمة بإتلاف الأختام و نماذج العلامة، أي كل الأشياء و الأدوات التي استعملت لارتكاب الجنحة. و تجدر الإشارة إلى أن الإتلاف كان أمرا جوازيا في الأمر 57/66، وبالرجوع إلى الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات السابق الذكر، نجد أن الإتلاف يعد أمرا إلزاميا نظرا لصياغة النص القانوني، حيث تقتضي المادة 32 منه بتوقيع عقوبة الحبس و الغرامة أو بإحدهما فقط مع إتلاف الأشياء محل المخالفة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - صامت آمنة، (الحماية الجزائية للعلامة التجارية من جريمة التقليد)، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية و الإنسانية. ص 91.

<sup>2</sup> - وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 156.

## خلاصة الفصل الثاني:

يشترط القانون لصحة العلامة ضرورة توافر جملة من الشروط الموضوعية التي تجعلها قادرة على تحقيق ذاتيتها، و تمييزها عن باقي العلامات الأخرى كشرط التمييز وشرط الجودة وشرط المشروعية وشرط التمثيل الخطي، هذا من جهة، ومن جهة أخرى يشترط القانون كذلك جملة من الشروط الشكلية التي تضي على العلامة طابعا رسميا، أي جعلها في قالب معترف به قانونا أي وجود قانوني لها تتمثل في ضرورة إيداع العلامة لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية، وبعد فحصها من حيث الشكل ومن حيث الموضوع تقوم المصلحة المختصة بتسجيل العلامة التجارية ونشرها.

بسط المشرع الجزائري الحماية الجزائية على العلامة التجارية، وذلك دون العلامة التجارية غير مسجلة التي لم يبسط عليها الحماية الجزائية.

ولقد بين المشرع الجزائري، إجراءات بسط الحماية الجزائية على العلامة، إلا أنه لم يوضح كل صورة من صور التعدي على العلامة كل على حدى، كمطابقة العلامة، ومشابقتها، واغتصابها، ووضع علامة مملوكة للغير، وإنما جمعها كلها تحت مفهوم التقليد.

# الختام

وفي الأخير رأينا أن العلامات التجارية تلعب دورا هاما وبارزا وأساسيا في التجارة الداخلية والدولية وهذا من خلال الثقة التي تمنحها للمستهلك بشأن المنتجات والسلع والخدمات التي تغطيها، سواء تعلق الأمر بنوعيتها وجودتها، أو بشهرتها التي تستهوي المستهلك وتجذبه لاقتنائها.

وقد نشأت العلامات التجارية ابتداء مع نشأة خاصية التملك لدى الإنسان، وتطورت بتطور احتياجاته وعلومه وثقافته وتنظيماته، حتى دخلت التنظيم القانوني من بابه الواسع، فأصبح لها مفهوما وطبيعة خاصة ومكانة هامة من بين حقوق الملكية الفكرية، ويتشابه مفهومها مع مفاهيم الملكية الصناعية والتجارية، إلا أنها تختلف عنها جميعا.

حيث أن المشرع الجزائري خطى خطوة كبيرة في مجال تسطير نظام قانوني للعلامات بشكل عام، وأضفى تغطية شرعية على كل الاعتداءات التي من شأنها المساس بالحق في العلامة، نظرا للخطورة التي تلحق بكل من مالك العلامة والمستهلك ضحية التقليد، بالإضافة إلى ما يلحق الاقتصاد الوطني من ضرر، نتيجة لعزوف المستثمرين عن توسيع مشاريعهم في الأسواق التي يغزوها التقليد، فكانت الاعتداءات التي تقع على العلامة من قبيل المساس بالمصلحة العامة.

ومن خلال دراستنا لموضوع الحماية الجنائية للعلامة التجارية ومحاولة الإحاطة بجميع عناصر الموضوع خلصنا إلى أن المشرع الجزائري أولى أهمية معتبرة لمكافحة هذه الظاهرة، وذلك من خلال النصوص القانونية التي تتعلق بالعلامات التجارية نذكر منها الأمر 06/03 الملغي للأمر 57/66 والمتعلق بعلامات الصنع والعلامات التجارية، إضافة إلى اعتماد المشرع في سنة للعقوبات المقررة على جنحة التقليد.

وكتقييم عام لما تم التطرق إليه، أنه وبالرغم من الجهود المبذولة من طرف المشرع الجزائري وتمكنه من وضع نظام قانوني خاص بالعلامة، مبرزا أهميتها وضرورة المحافظة

عليها، وأن كان قد فصل في تعريف العلامة وتبيان الشروط الموضوعية والشكلية الواجب توافرها للاعتراف بالعلامة، إلا أننا نلاحظ أن ظاهرة التعدي بالتقليد على العلامات تبقى منتشرة والتي غمرت الميادين الحساسة والمتعلقة بصحة المواطن وسلامته، فطال التقليد الأغذية والأدوية والمستحضرات الطبية والتجميلية، إلى جانب قطع غيار المركبات وغيرها من السلع الحساسة، وقد يعود السبب في ذلك إلى المناهج المقررة في تطبيق العقوبة وتقرير الغرامات في تحقيق الفعالية المطلوبة في الحماية من جريمة التقليد.

ومن خلال دراستنا المتواضعة لهذا الموضوع توصلنا إلى أهم النتائج والتي نعرضها فيما يلي:

- يعتبر المشرع الجزائري تسجيل العلامة شرط أساسي لبسط الحماية الجنائية عليها.
- لا مسؤولية جزائية للشخص الذي يستخدم علامة غير مسجلة على سلع أو خدمات، ولا يمكن لصاحب تلك العلامة أن يباشر إجراءات المتابعة الجزائية ضد المعتدي على علامته إلا إذا كانت علامته مسجلة وفق ما يتطلب القانون، فلا حماية جزائية لعلامة غير مسجلة.
- عدم النص على المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي.
- جمع المشرع الجزائري كافة الاعتداء على العلامة التجارية تحت جرم تقليد العلامة التجارية، والذي يشمل التقليد بالنقل والتقليد بالتشبيه واستعمال علامة مقلدة أو مشابهة والتقليد باستعمال علامة الغير، وقرر المشرع لكل هذه الأفعال عقوبة واحدة.
- ان المشرع الجزائري بعد تعديل القانون 66-57، وعند تقريره للعقوبات لم يفرق في العقوبة بين الصور المختلفة لفعل التقليد عكس ما كان منصوص عليه في القانون السالف الذكر، حيث نصت المادتين 28 و 29 منه على عقوبات مختلفة لأفعال مختلفة كما أنه رفع من قيمة الغرامة المالية.

- أن المشرع الجزائري من خلال الأمر 06/03 لم يتطرق إلى ظروف التشديد في العقوبة ولا لظروف التخفيف كما لم يتطرق إلى حالة العود في هذه الجنحة وإنما ترك الأمر إلى قانون العقوبات من خلال المادة 32 من الأمر 06/03.

الاقتراحات المقدمة بصدد دراستنا لهذا الموضوع:

- ضرورة توضيح كل الأفعال التي تعد تقليدا وتخصيص نصوص قانونية تنظمها وتقرر لها العقوبة المناسبة، وعدم ترك المسألة عامة تحت عبارة "كل من ارتكب جنحة التقليد"
- النص على مسؤولية الشخص المعنوي في حال ارتكابه جريمة التقليد.
- على المشرع الجزائري التطرق إلى ظروف التشديد وظروف التخفيف في العقوبة والتطرق إلى حالة العود في هذه الجنحة من خلال الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات.
- ضرورة تشديد الرقابة على بعض المنتجات الحساسة والمضرة بالصحة العامة كالمواد الغذائية، والمواد الطبية والصيدلانية.

قائمة المراجع

والمصادر

أولاً: المصادر

1- القوانين

- 1- الأمر 57/66، المؤرخ في 66/03/19، المتعلق بالعلامات المصنع والعلامات التجارية، الجريدة الرسمية الصادرة في 08 مارس 1966، عدد 19.
- 2- الأمر 65/76 المؤرخ في 16 يوليو 1976، المتعلق بتسميات المنشأ، الجريدة الرسمية الصادرة في 23 يوليو 1976، عدد 59.
- 3- القانون رقم 07/79 المؤرخ في 21 أوت 1979 المتضمن قانون الجمارك المعدل والمتمم الجريدة الرسمية عدد 30.
- 4- القانون رقم 34 لسنة 1999، المتعلق بالعلامات التجارية الأردني، الجريدة الرسمية المؤرخة في 01-10-1999 عدد 4389 .
- 5- الأمر 06/03 المؤرخ في 19-07-03، المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية الصادرة 23-03-2003، عدد 44.
- 6- الأمر 07/03 المؤرخ في 19-03-2003، المتعلق ببراءة الاختراع، الجريدة الرسمية الصادرة في 23-03-2003، عدد 44.
- 7- القانون 08/04، المؤرخ في 10-08-04، الجريدة الرسمية عدد 83 لسنة 2005.

ثانياً: المراجع

1- الكتب

- 1- القاضي انطون الناشف، الاعلانات والعلامات التجارية بين القانون والاجتهاد دراسة تحليلية، منشورات الحلبي الحقوقية 1999.
- 2- أمين مصطفى محمد، الحماية الجنائية لحقوق الملكية الصناعية في ضوء الاتفاقيات الدولية والقوانين الوطنية، دار الجامعة الجديدة 2010.
- 3- وهيبة لعوارم بن أحمد، جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، مكتبة الوفاء القانونية، 2015.
- 4- محمد علي الرشدان، العلامات التجارية، الأردن دار السيرة 2009.
- 5- نورة حسين، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، دار الأمل للطباعة والتوزيع.
- 6- سائد أحمد الخولي، الملكية الصناعية في الفقه والقانون المعاصر، دار الفجر للنشر والتوزيع 2012.
- 7- فاضلي ادريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية 2013، الطبعة الثانية.
- 8- فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، ابن خلدون للنشر و التوزيع.
- 9- صلاح زين الدين. الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية 2010.
- 10- \_\_\_\_\_، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع 2007.
- 11- \_\_\_\_\_، المدخل إلى الملكية الفكرية، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2004.

ب- المذكرات والرسائل الجامعية

- 1- أزمو رشيدي، قرار شراء المنتج الجديد بين تأثير الإعلان والعلامة التجارية، مذكرة الماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، لسنة 2010-2011.
- 2- باقدي دوجة، عقد التنازل عن العلامة، مذكرة الماجستير في الحقوق، جامعة الجزائر، لسنة 2004/2005.
- 3- بوغنجة بن عياد، العلامات التجارية بين احتكار الشركات الكبرى وحماية المستهلك، مذكرة الماجستير في الحقوق، كلية الحقوق سنة 2012/2013.
- 4- بلهوارى نسرين، تجريم و إثبات أفعال التقليد في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق جامعة الجزائر 1، لسنة 2012-2013.
- 5- بلقاسمي كهينة، استقلال النظام القانوني للملكية الفكرية، مذكرة الماجستير في الحقوق، لسنة 2008-2009.
- 6- بن دريس حليلة، حماية حقوق الملكية الفكرية في التشريع الجزائري، رسالة الدكتوراه، كلية الحقوق تلمسان، سنة 2013/2014.
- 7- بساعد سامية، حماية العلامة التجارية في أمر 06/03 ومدى تطابقه مع أحكام اتفاقية التريبس، مذكرة الماجستير في الحقوق، جامعة الجزائر، لسنة 2008-2009.
- 8- جاري الصالح، تأثير العلامة التجارية على سلوك المستهلك، مذكرة الماجستير في علوم التسيير، جامعة المسيلة، لسنة 2007-2008.
- 9- وليد كحول، المسؤولية القانونية عن جرائم التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، رسالة الدكتوراه، قسم الحقوق بسكرة، سنة 2014/2015.
- 10- زولني نادية، الاعتداء على حق الملكية الفكرية التقليد و القرصنة، مذكرة الماجستير في الحقوق، جامعة الجزائر، لسنة 2002-2002.
- 11- ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات، أطروحة الدكتوراه، قسم الحقوق، سنة 2011-2012.
- 12- معمري عبد الوهاب، دراسة حماية الملكية الفكرية وتحليل علاقتها بنقل التكنولوجيا للصناعة العربية مع التطبيق على الجزائر من 1990 حتى 2009، مذكرة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة تلمسان، لسنة 2010-2011.
- 13- رابح فاضل، الحماية الجزائرية للعلامة التجارية و ضمانات حقوق المستهلك في التشريع الجزائري، رسالة الدكتوراه في العلوم القانونية، قسم الحقوق لسنة 2014-2015.
- 14- خالد محمد سعد الرشيد، الحماية الجنائية للعلامات التجارية في النظام السعودي، شهادة الماجستير في العدالة الجنائية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، لسنة 2003.
- 15- غسان خالد، العلامة التجارية وطرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين، مذكرة الماجستير في القانون الخاص بكلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية في نابلس، فلسطين سنة 2006

ج- الدويات والمجالات

- 1- وليد كحول- كاهنة زاوي، (الحماية الجزائرية للعلامات في التشريع الجزائري). مجلة المنتدى القانوني، جامعة بسكرة، العدد 5.
- 2- \_\_\_\_\_، (حماية المستهلك في ضل قانون العلامات)، مجلة الحقوق والحريات، جامعة بسكرة، العدد 4، أبريل 2017.
- 3- وليد كحول، (جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري)، مجلة المفكر، جامعة بسكرة، العدد 11.
- 4- سارة بن صالح، (جريمة تقليد العلامة التجارية. دفاقر السياسة و القانون)، دفاقر السياسة والقانون، جامعة قالم، العدد 15، جوان 2016.
- 5- عزيزة شبري- حنان مناصرية، (تسميات المنشأ كضمانة لحماية المستهلك بين النص والتطبيق)، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة بسكرة، العدد 14 أبريل 2017.
- 6- صامت آمنة، (الحماية الجزائرية للعلامة التجارية من جريمة التقليد)، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية و الإنسانية، جامعة الشلف.
- 7- رمزي حوحو- كاهنة زاوي، (التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري)، مجلة المنتدى القانوني، جامعة بسكرة، العدد 5.

ثالثا: المواقع الإلكترونية

تعريف العلامة التجارية، المنشورة على الرابط [www.almaany.com](http://www.almaany.com) تاريخ الزيارة : 22.01.2017

# قائمة المحتويات

02	.....مقدمة
07	.....الفصل الأول: ماهية العلامة التجارية
08	.....المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية
08	.....أولاً: تعريف العلامة التجارية في الاتفاقيات الدولية
09	.....ثانياً: التعريف التشريعي للعلامة التجارية
11	.....ثالثاً: التعريف الفقهي للعلامة التجارية
08	.....المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية
08	.....الفرع الأول: لغة
08	.....الفرع الثاني: اصطلاحاً
13	.....المطلب الثاني: تطور العلامة التجارية
13	.....الفرع الأول: التطور التاريخي للعلامة التجارية
15	.....الفرع الثاني: التطور التشريعي للعلامة التجارية
15	.....أولاً: تطور العلامة التجارية في التشريعات الوطنية
17	.....ثانياً: تطور العلامة التجارية في الاتفاقيات الدولية
18	.....المبحث الثاني: تمييز العلامة التجارية عن الملكية الصناعية والتجارية
18	.....المطلب الأول: العلامة التجارية وحقوق الملكية التجارية
18	.....الفرع الأول: تمييز العلامة التجارية عن الاسم التجاري
21	.....الفرع الثاني: تمييز العلامة التجارية عن العنوان التجاري

- 23.....الفرع الثالث: تمييز العلامة التجارية عن البيان التجاري.
- 25.....الفرع الرابع: العلامة التجارية والوسم.
- 25.....المطلب الثاني: العلامة التجارية وحقوق الملكية الصناعية.
- 26.....الفرع الأول: تمييز العلامة عن براءة الاختراع.
- 26.....أولاً: الاختراع المتعلق بمنتج صناعي جديد.
- 26.....ثانياً: الاختراع المتعلق بطريقة أو وسيلة صناعية جديدة.
- 27.....ثالثاً: الاختراع المتعلق بالتطبيق الجديد لطرق أو وسائل صناعية معلومة.
- 27.....رابعاً: الاختراع التعلق بالجمع بين اختراعات أو وسائل معلومة.
- 31.....الفرع الثاني: تمييز العلامة التجارية عن الرسم والنموذج الصناعيين.
- 33.....الفرع الثالث: تمييز العلامة التجارية عن تسمية المنشأ.
- 39.....الفصل الثاني: جريمة تقليد العلامة.
- 40.....المبحث الأول: محل الحماية الجنائية.
- 40.....المطلب الأول: تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية.
- 40.....الفرع الأول: لغة.
- 40.....الفرع الثاني: اصطلاحاً.
- 41.....المطلب الثاني: شروط العلامة التجارية.
- 42.....الفرع الأول: الشروط الموضوعية للعلامة التجارية.

- 42.....أولاً: شرط تمييز العلامة التجارية.
- 44.....ثانياً: شرط جودة العلامة.
- 47.....ثالثاً: مشروعية العلامة التجارية.
- 49.....رابعاً: شرط التمثيل الخطي.
- 49.....الفرع الثاني: الشروط الشكلية للعلامة التجارية.
- 50.....أولاً: تحديد الهيئة المختصة.
- 51.....ثانياً: إجراءات تسجيل العلامة التجارية.
- 53.....ثالثاً: التسجيل والنشر.
- 54.....المبحث الثاني: أركان جريمة تقليد العلامة التجارية والعقوبات المقررة.
- 55.....المطلب الأول: أركان جريمة التقليد.
- 55.....الفرع الأول: الركن الشرعي.
- 57.....الفرع الثاني: الركن المادي.
- 58.....أولاً: تقليد العلامة بالنقل.
- 60.....ثانياً: تقليد العلامة بالتشبيه.
- 62.....ثالثاً: التقليد باستعمال علامة مقلدة أو مشبهة.
- 64.....رابعاً: التقليد باستعمال علامة الغير.
- 65.....الفرع الثالث: الركن المعنوي.

- 66.....أولاً: القصد الجنائي في التقليد بالنقل
- 66.....ثانياً: القصد الجنائي بالتقليد بالتشبيه
- 67.....ثالثاً: القصد الجنائي في جريمة استعمال علامة مقلدة أو مشبهة
- 68.....رابعاً: القصد الجنائي في استعمال علامة الغير
- 68.....المطلب الثاني: العقوبات المقررة لجنحة التقليد
- 69.....الفرع الأول: العقوبات الأصلية
- 69.....أولاً: الحبس
- 70.....ثانياً: الغرامة
- 70.....الفرع الثاني: العقوبات التكميلية
- 70.....أولاً: العلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة
- 71.....ثانياً: مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة
- 71.....ثالثاً: إتلاف الأشياء محل المخالفة
- 74.....الخاتمة
- 78.....قائمة المراجع