

جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق



مذكرة ماستر

الحقوق
قانون خاص
قانون أعمال
رقم:

إعداد الطالب:
لعناني عقبة
يوم:

الحماية القانونية للعلامات التجارية في ظل التشريع الجزائري

لجنة المناقشة:

رئيسا	الجامعة بسكرة	أ.م.أ	عمارة علي
مشرفا	الجامعة بسكرة	أ.م.أ	عقر الدماغ صلاح الدين
مناقشا	الجامعة بسكرة	أ.م.أ	كليبي حسان



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال تعالى:

{...يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا
تُورًا أَلْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ
خَبِيرٌ (١١) {المجادلة الآية 11}

وَأَسْمَاءُ؟

لِالحمد ربِّ عِلى عظيم فضلك وكثير عطائك ثم الصلاة والسلام على خير البشرية
إلى قطرات دم نرفت لتذود عن حمى الدين والأوطان

شهداء الجزائر وشهداء الأمة الإسلامية.....

إلى لحظة عز ونصر وكرامة.....

لأمة أنصت لها الجراح والمآسي

إلى القلب النابض والشريان الحي... وورثة الأنبياء.... مشاغل التغيير وطلانح التحرير

.....العلماء والمفكرون

إلى من قال فيهما عز وجل بعد باسم الله الرحمن الرحيم " واخفض لهما جناح الذل من

الرحمة وقل رب ارحمهما كما ربياني صغيرا"

إلى من كونا مني إنسانا إلى أطهر وأطيب إنسانين إلى من أبصر بجهما إلى من

ربياني وأنا صغير ونصاني وأنا كبير وإلى روي العالقة بينهما هما حياتي

إلى أغلى وأعز ما املك في هذا الوجود أبي وأمي حفظهما الله

إلى من تقاسموا معي طو الحياة ومرها

إلى شموع بيتنا إخوتيو أخواتي

إلى زوجتي وأولادي

إلى من اختلفت أمهاتنا وتوحدت قلوبنا أصدقائي

إلى كل من حملتهم ذاكرتي ولم تحملهم مذكرتي وإلى كل من

لعناني عقبه

حمله قلبي ولم تحمله ورقتي

سقد ه عنغم

اعترافا بالفضل لأهله وعملا بقول رسول الله صلى الله عليه وسلم
" من صنع إليكم معروفا فكافئوه، فإن لم تجدوا ما تكافئونه فادعوا
له حتى تروا أن قد كافأتموه"
(رواه أبو داود والنسائي وصححه الألباني)

باسم الله الذي زرع النجاح في كل الدروب وعصف بالفشل مع الهبوب وغرس حب
العمل في كل القلوب، الحمد لله المحبوب الذي وفقنا وسدد خطانا وانعم علينا بالصحة
حتى نلنا مبتغانا، وقطفنا ثمار جهدنا بكل فخر واعتزاز وبكل تواضع وامتنان والصلاة
والسلام على خير البرية سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم
وعلى صحبه ومن ولاه

بادئ ذي بدء الى صاحبة الوردة الثلاثية الالوان

إلى الحمراء * إلى الخضراء * إلى البيضاء

إلى الجزائر بلد السلام والإخاء

كما نتقدم بالشكر الجزيل إلىالأستاذ" عقر الدماغ صلاح الدين" الذي أشرف على

تأطيرنا في هذا البحث منذ كان بذرة إلى أن صار ثمرة، صنعته توجيهاته القيمة

ومساعداته الذي لم يبخل بها علينا، والذي شرف هذا البحث وشرفت بإشرافه عليه، زاده

الله من علمهوأدام عليه السعادة والسرور .

وإلى كل أساتذة كلية الحقوق و العلوم السياسية وخاصة أساتذة قسم الحقوق.

وأخيرا إلى كل من تصفح مذكرتنا بعد تخرجنا.

لعناني عقبة

تشكل الحقوق الفكرية دورا هام في الحياة التجارية والصناعية، في عالم يسوده التطور التقني والتكنولوجي ويتميز بالمنافسة والاستهلاك الواسع.

حيث يتميز العصر الحالي بكثرة الصناعات الحديثة واتساع رقعة التجارة محليا، ودوليا، فقد كانت التجارة وما تزال العمود الفقري لأي اقتصاد قوى، سواء بالنسبة للدول المتطورة أو الدول السائرة في طريق النمو. ومن هنا بدأت تزداد أهمية التجارة تحت تأثير القانون والواقع، وأصبح كل تاجر أو صانع يحاول بذل أقصى جهد لترقية وتطوير منتجاته بأقل تكاليف لكي يحقق تفوقا ورواجا لمنتجاته بالمقارنة مع منتجات غيره .

وحتى يحقق التاجر تفوقا كبيرا ورواجا هاما ، فإنه يلجأ إلى إعلام جمهور المستهلكين بهذه السلع وإقبالهم عليها بشكل كبير، حيث أن هذا الإقبال لن يكون إلا على البضائع الممتازة، بمعنى أن يكون لهؤلاء المستهلكين إمكانية التمييز بين الممتاز والرديء من المنتجات الأمر الذي يؤدي بالمنتجين من تاجر وصانع إلى بذل جهد كبير لتحسين منتجاتهم وتقديمها للمستهلك بصفة ممتازة عن هذه المنتجات وتلك .

هذا ويقوم التاجر والصانع بانتقاء رمز خاص لمنتجاته، تميزها لها على بضائع الآخرين، حيث يتم إقبال جمهور المستهلكين على اقتنائها وهم عالمين بها ومميزين لها عن مثيلاتها. وهذا الرمز أو الشعار اصطلح عليه ب"العلامة التجارية" .

فالعلامة التجارية عبارة على شعار أو شارة مادية يضعها التاجر أو الصانع على بضائعه أو مقدم الخدمات على خدماته، حيث يمكن لهذه العلامة التمييز بينها وبين مثيلاتها من البضائع و الخدمات .

هذا وقد اعتبرها المشرع الجزائري عنصرا من العناصر المعنوية للمحل التجاري في نص المادة (78) من القانون التجاري، وتهدف إلى تمييز منتجات التاجر عن غيرها، حيث تسهل بذلك للزبون معرفة المنتجات بمجرد النظر إلى علامتها، والتي تؤثر في نفسيته من جانب ملائمتها وإشباعها لحاجاته ورغباته خاصة إذا كان قد سبق له قراءة مواصفاتها ومميزاتها من خلال عملية الإشهار والإعلان.

فأضحت العلامة التجارية بذلك 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 وصور الاعتداء التي تقع على العلامة التجارية، ومن هنا نشطت الدول في وضع تشريعات محلية تكفل حماية العلامة التجارية وتنظيمها.

ولما حضيت العلامة التجارية 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 ويستخدم علامة غيره من أجل الوصول إلى ترويج سريع لسلعه وخدماته في السوق ، انتهكا الحقوق التي خولها القانون لمالك العلامة، ضاربا باستقرار النشاط التجاري ومهددا لسلامة جمهور المستهلكين.

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

ولعل أكبر إشكال يطرحه الموضوع هي الخرقات والجرائم الماسة العلامة التجارية كالتقليد مثلا، 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 سائر في طريق النمو .

ومن هذا المنطلق تكرست الحماية الدولية لمختلف أصناف حقوق الملكية الفكرية في مواجهة أفعال التعدي بصفة تدريجية في ضل تكاثف الجهود الدولية ، لتكييف التشريعات الوطنية وفق مقتضيات تسارع وتيرة هذه الأفعال 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 غير مشروعة، إلا أن قواعد قانون العقوبات لم تكن كافية لتوفير الحماية اللازمة للعلامة التجارية، مما دفع المشرع للتدخل بسن الأمر رقم 06-03 والمتعلق بالعلامات التجارية

ولقد نظم المشرع العلامات التجارية بموجب الأمر 03-06 المؤرخ في 19 نوفمبر 2003 المتضمن قانون العلامات والذي حدد فيه أحكاما دقيقة تتعلق بملكية العلامة وإيداعها وانتقالها وبطلانها، كما نص على عقوبات خاص 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 الإشهار التجاري أمر لا بد من استغلاله حتى يتمكن كل منتج من فرض نفسه أمام المشرعات الاقتصادية المنافسة ، وابرز 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 الواقعية على العلامات التجارية اعتداء على المقومات الاقتصادية للدولة، والتي تعتبر من المواضيع الشائكة التي شغلت ولا تزال تشغل فكر فقهاء القانون.

أسباب اختيار الموضوع

وإن لخصوصية الاعتداء على العلامة التجارية دور كبير في اختيار موضوع البحث، وذلك لارتباط هذا الموضوع بجوانب متعددة منها، وهناك سببان لاختيار الموضوع الأول ذاتي يتمثل في الميل والرغبة في دراسة المواضيع المتعلقة بالملكية الفكرية خاصة التجارية والصناعية هذا بصفة عامة والعلامة التجارية بصفة خاصة، والثاني موضوعي يتمثل في ان العلامة التجارية تعد من الأموال والحقوق المعنوية، وهي تدرج ضمن حقوق الملكية الصناعية والتجارية ، و الحماية القانونية لحقوق الملكية المعنوية ومن ضمنها حماية العلامة التجارية لم تأخذ في دراستها الأهمية اللازمة ، لذا فإننا نجد أن المكتبة القانونية المتعلقة بالملكية الفكرية في حاجة إلى دراسات معمقة حول هذا الموضوع .

فضلا عن ذلك فان انتشار استعمال العلامة التجارية في الحاضر على نطاق واسع قد اكتسبه أهمية كبيرة، سواء في النشاط الاقتصادي عموما أو في النشاط التجاري خصوصا.

أهداف الدراسة :

تهدف دراسة هذا الموضوع إلى البحث حول إمكانية مواكبة الامر 06/03 المتعلق بالعلامات لتطور مفهوم العلامة التجارية في التشريع الوطني من حيث مفهوم العلامة، وإجراءات تسجيل العلامة التجارية، والحماية المدنية والجزائية التي اقرها للعلامات ومدى فاعليتها

إشكالية الدراسة

وعليه تتبلور إشكالية الدراسة الأساسية في بيان: إلى أي مدى وفق المشرع الجزائري في حماية العلامة التجارية أمام تزايد أفعال الاعتداء عليها ؟

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

- 1 ما المقصود بالعلامة التجارية في التشريع الجزائري والفقهاء المقارن؟
- 2 ماهي والإجراءات القضائية المتبعة سواء من صاحب العلامة أو من المستفيد منها لردع جرائم الواقعة عليها والمحافظة على المنتج الأصلي؟
- 3 ماهي العقوبات المقررة جراء الإخلال أو المساس بالعلامات؟

وسنعمد في دراستنا هذه على منهجين:

المنهج الوصفي: من خلال التطرق إلى تعريف العلامة وتمييزها عن ما يشابهها من مصطلحات وشروط الواجبة لاعتمادها من أجل حمايته وكذا المنهج التحليلي : من خلال تحليل النصوص التشريعية التي تدخل في إطار حماية العلامة التجارية مدنيا وجنائيا. وكأي بحث علمي لا يخلو من بعض الصعوبات ومن بين الصعوبات التي واجهتني أثناء إعدادي لهذا البحث:

- صعوبة الحصول على بعض المراجع من المكتبة.

- قلة المراجع التي تناولت موضوع حماية العلامة التجارية وفقا لأحكام

القانون 06/03 الخاص بالعلامات

- ندرة المراجع الجزائرية في هذا الموضوع مما اضطر بنا للاستعانة بالمراجع الأجنبية لا سيما منها الأردنية والمصرية .

غير أننا عملنا جاهدين على تجاوز هذه الصعوبات وركزنا على إبراز قيمة البحث بالإلمام به في هذه الدراسة وعليه قمت بتقسيم هذا البحث إلى مبحث تمهيدي و فصلين على النحو التالي:

المبحث التمهيدي تعرضت فيه إلى الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية بحيث خصصت المطلب الأول لدراسة مفهوم العلامة التجارية محل الحماية وشروط اعتماد العلامة في المطلب الثاني

أما في الفصل الأول خصصته لدراسة الحماية المدنية للعلامة التجارية وتطرق فيه إلى الآليات الموضوعية المدنية في المبحث الأول و الآليات الإجرائية المدنية في المبحث الثاني

وفي الفصل الثاني تعرضت فيه إلى الحماية الجزائية للعلامة التجارية من خلال دراسة جريمة تقليد العلامة التجارية حيث خصصت المبحث الأول لطبيعة وأركان جريمة تقليد العلامة وفي المبحث الثاني إلى المتابعة والجزاء في جريمة تقليد العلامة.

المبحث التمهيدي: الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية

إن العلامات التجارية تلعب دورا حيويا ، باعتبارها متميزة ومبتكرة ليس فقط بنسبة لصاحبها، وإنما أيضا بالنسبة للجمهور إذ تجد من الوسائل المادية لاجتذابه ، فالكثير منهم يبحث عن العلامات التجارية أكثر من بحث عن المنتج ذاته ، فهي تخلق لهم ظاهرة نفسية تحملهم للالتجاء إلى علامة دون أخرى .

وتعد من أهم الوسائل التي يلجأ إليها الصانع أو التاجر لتمكين المستعملين من التعرف على السلعة أينما وجدة ، وضمان عدم تضليل الجمهور و خداعه في أمرها ،فهي ترتبط ارتباطا وثيقا بالسلعة تنشأ عنه وحدة لا تتجزأ بينهما .

ولما أصبح من المؤكد أن العلامة التجارية ذات إستراتيجية اقتصادية فعالة ، كانت حمايتها من التقليد فرضا محتوما على المشرع ، باعتبار أن هذه الجريمة هي الأكثر انتشارا محليا ودوليا ، لذا فلأنه من الضروري التطرق إلى مضمون وأحكام هذه الأخيرة من خلال المطالب الموالية .

المطلب الأول: مفهوم العلامة التجارية

لما كانت العلامة التجارية هي المنقول المعنوي يختلف عن المنقول المادي، فإنه أضحي منهجيا تعريف بها، وهذا في الفرع الأول، وإبراز سماتها لتمييز الحق في ملكيتها عن طائفة الحقوق التقليدية المعروفة، وهذا من خلال الفرع الثاني

الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية

أولا: التعريف اللغوي للعلامة .

والمقصود بها هي كل أثر في الشيء للدلالة عليه ومعروفة ونميزه عن غيره ،وهي مشتقة من العلم بمعني المعرفة ،ومثال ذلك علم الدولة للدلالة عليها وتمييزها ، وقد يقال عن العلامة أنها خطين منقطعين يستعاض بهما عن الإمضاء وأحيانا لمن لاستطيع الإمضاء¹

¹ - محمد مصطفى عبد الصادق: الحماية القانونية للعلامات التجارية إقليمية ودوليا (دراسة مقارنة)، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، مصر، 2011، ص21

ثانيا: التعريف الاصطلاحي للعلامة

1/التعريف الفقهي: من التعارف الفقهية التي قيلت للعلامة بأنها

"السمة المميزة التي يضعها التاجر ، وهي علامة تجارية أو صناعية على المنتجات التي يقوم بصنعها وهي علامة مصنع قصدت بتمييزها عن المنتجات الأخرى المشابهة لها ، والمعروضة في السوق وكذلك التنمية التي تستعملها المؤسسة لتقديم خدماتها¹ .
أو هي "تلك التي تميز المنتجات والبضائع ، بحيث يكون معروف في السوق أن البضاعة التي تحمل هذه العلامة ، هي بضاعة معينة ، فلا تختلط بغيرها من البضائع ، ويستطيع طالب هذه البضاعة بالذات أن يطمئن إذا ما وجد العلامة موضوعة على البضاعة التي يتعامل معها"².
وعرفت أيضا أنها:

"هي كل ما يميز السلع والخدمات التي تخص شخصا ما ، دون تلك السلع أو الخدمات التي تخص الغير ، وتمثل في الصورة والمجسمات متعددة الأبعاد و الصوت والرائحة والكلمات الخاصة في ذلك الاسم الشخصي والرسومات والرموز والحروف والأرقام والشكل التجاري المميز ومجموعة الألوان التي تتخذ شكلا خاصا ومميزا وأي خليط من هذه العناصر".

الملاحظ من خلال هذه التعارف سالفه الذكر للعلامة ، أن هناك تشابه بينها ، حيث تضمنت وشملت جميع عناصر العلامة ، والتي تكمن في أنها شكل أو إشارة أو سمة أو أنها تستخدم من قبل الصانع أو المنتج أو التاجر أو مقدم الخدمة ، وأن الغاية من استخدام العلامة هو تمييز هذه المنتجات عن غيرها³ .

2/ التعريف القانوني للعلامات علي مستوى التشريع: تطرقت العديد من التشريعات ومنها التشريع الجزائري، إلى مسألة تعريف العلامة ، ولقد جاء المشرع الجزائري في المادة الثانية

¹ فرحة زراوي صالح: الكامل في القانون التجاري، القسم الأول (المحل التجاري والحقوق الفكرية)، دار ابن خلدون لنشر والتوزيع . الجزائر، 2001 ص208

² عبد الرزاق الصنهوري: الوسيط في شرح القانون المدني، الجزء الثامن، حق الملكية، دار إحياء التراث العربي لبنان ص468

³ - بن قية رحيمة: النظام القانوني للعلامات في التشريع الجزائري مذكرة ماستر في الحقوق تخصص قانون أعمال، جامعة محمد خيضر بسكرة 2015/2016 ص10

من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، بتعريف العلامة، حيث جاء فيها ما يلي "العلامات: كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي ، لا سيما الكلمات بما فيها الأسماء الأشخاص والأحرف والأرقام و الرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلعة ، أو توضيحها، والألوان بمفردها أو مرتبة والتي تستعمل كلها لتمييز سلعة أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلعة أو خدمات غيره¹ .

ولم يتطرق الأمر 57/66 المتعلق بالعلامات الصنع والعلامات التجارية الملغى ، إلى تعريف العلامة التجارية ، وإنما اكتفى بتبيان ما يصلح ولا يصلح كعلامة ، لتمييز المنتجات والخدمات حيث نصت المادة 02 من الأمر 57/66 على أنه " تعتبر علامات مصنع أو علامات تجارية أو علامة خدمة الأسماء العائلية أو الأسماء المستعارة والتسميات الخاصة أو الأغشية الرموز الاختيارية أو المبتكرة ، والشكل المميز للمنتجات أو شكلها الظاهر والبطاقات والبصمات والطبع والختم والطابع الرسوم المميزة والأشرطة والحواشي والترتيبات وترتيبات الألوان والرسوم والصور أو النقوش النائية والحروف والأرقام والشعارات ، وبصفة عامة السمات المادية التي تصلح لتمييز المنتجات و الأشياء والخدمات لكل المؤسسة ، يجوز اعتبار الإعلان علامة إذا وقع تسجيله لهذه الغاية " .

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

من خلال هذين التعريفين المتشابهين نصل للقول بأن: كل من المشرعين الفرنسي والجزائري أراد أن يبين أن الرموز التي تصلح أن تكون علامة هي تلك التي يمكن تمثيلها خطيا والتي يمكنها تمييز السلع والخدمات المتمثلة عن بعضها ، حتى لا يقع المستهلك في لبس أو خطأ عندما تعرض عليه تلك السلع أو الخدمات².

ولقد نص القانون المصري على تعريف العلامات التجارية، حيث نص في المادة 63 من القانون رقم 82 سنة 2002 م الخاص بحماية حقوق الملكية "العلامة التجارية، هي كل

¹ - المادة الثانية من الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية الصادرة في 23 يوليو 2003 العدد 44.

² - رمزي حوحو وكاهينة زواوي:التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري (مجلة المنتدى القانوني)، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد الخامس مارس 2006 ص 31

ما يميز المنتج ، سلعة كان أو خدمة عن غيره وتمثل في وجه الخصوص الأسماء المتخذة شكلا مميزا والإمضاءات والتلميحات والحروف والأرقام والرسوم والرموز وعناوين المجالات والأختام والنصوص والنقوش البارزة ومجموعة الألوان التي تتخذ شكلا خاصا ومميزا وكذلك أي خليط من هذه العناصر إذا كانت تستخدم أو أراد أن تستخدم ، إما في تمييز منتجات عمل صناعي أو استغلال زراعي أو استغلال الغابات أو لمستخرجات الأرض أو أي بضاعة، وأما الدلالة على مصدر المنتجات أو البضاعة أو نوعها أو مرتبتها أو ضمانها أو طريقة تحضيرها وإما الدلالة على تأدية خدمة من الخدمات وفي جميع الأحوال يتعين أن تكون العلامة التجارية مما يدل بالبصر¹.

وعرف المشرع الأردني العلامة التجارية في المادة الثانية من القانون رقم 34 سنة 1999 م الخاص بالعلامات التجارية، أنها "أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضاعته أو منتجاته أو خدماته عن البضاعة أو منتجات أو خدمات غيره"²، بينما عرفها في المادة الثانية من القانون 33 سنة 1952 م، أنها علامة تجارية أي علامة استعملت أو كان في نية استعمالها على أي بضاعة أو فيما له تعلق بها للدلالة على أن تلك البضاعة تخص صاحب العلامة بحكم وصفها أو انتخابها أو الشهادة أو الاتجار بها أو عرضها للبيع

ويتضح من خلال النصين أن القانون 34 سنة 1999 م أدخل مفهوما جديدا للعلامة، بحيث أصبحت علامة الخدمة منطوية تحت إطار القانون العلامات التجارية بعد أن كان القانون قبل تعديله مقصورا على علامات البضائع والمنتجات والعلامات الصناعية دون علامة الخدمة ، إلا أن المشرع الأردني لم يسلك مسلك المشرع المصري في تعداد بعض صور وأشكال العلامات³، وبالتالي فإن المشرع المصري أخذ المفهوم الواسع للعلامات التجاري، عند تعريفه لها يلاحظ أن الاختلاف التشريعي في تعريف العلامات نتيجة حتمية لاختلاف الفقه حول وضع التعريف موحد للعلامة من جهة ، واختلاف المجلات وتطورها ومدى استيعابها الكافة للإشارات أو الدلالات التمييزية بين السلع والخدمات المتشابهة.

¹ - محمد مصطفى عبد الصادق، المرجع السابق ص 21

² - رمزي حوجو وكاهنة زاوي، المرجع السابق ص 10

³ - محمد مصطفى عبد الصادق، المرجع السابق ص 22-23

الفرع الثاني: تمييز العلامة التجارية عن المفاهيم المقاربة لها

تعتبر العلامات التجارية احد عناصر الملكية الصناعية والتجارية ، لهذا قد يقع الخلط بينه و بين باقي المفاهيم الأخرى مثل بعض عناصر المحل التجاري وتسمية المنشأ وغيرها ، هذا ما يستدعي منا الأمر إلى تمييزها عن ما يشابهها.

أولاً: العلامة التجارية والعلامات الجماعية

العلامات الجماعية هي تلك العلامات التي يستعملها شخص اعتباري ، لتصديق مصدر بضائع ليست من صنعه أو المادة المصنعة منها أو جودته أو طريقة إنتاجها أو دقات المتبعة في صنعها أو غير ذلك من مميزات وخصائص تلك البضائع ، والهدف من هذه الأنواع من العلامات هو إظهار أن البضائع التي وضعت عليها هذه العلامات قد جرى فحصها والتصديق عليها من الحصة الاقتصادية لملكية العلامات الجماعية ، فدور هذه العلامات هو دور رقابي كونها تدل على مواصفات وبيانات المنتجات من حيث النوعية والجودة والمصدر وطريقة الصنع¹.

إن الشخصية الاعتبارية هي شرط لازم لاعتبار العلامات التجارية علامة جماعية ، ويجوز أن تكون غاية هذه العلامات غير تجارية وتتخذ هيئة ذات نفع عام ، لتمييز مراسلاتها مثل اتحاد الجمعيات الخيرية والنقابات المهنية والجماعات .

وبالرجوع إلى الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات نجد أن المشرع الجزائري قد تطرق لتعريف العلامات الجماعية من خلال نص المادة الثانية من الفقرة الثانية من الأمر المذكور أعلاه²، العلامات الجماعية هي : كل علامة تستعمل لإثبات المصدر والمكونات وإنتاج أو كل ميزة مشتركة لسلع أو خدمات مؤسسات مختلفة عندما تستعمل هذه المؤسسات العلامات تحت رقابة مالكيها³.

ثانياً: العلامة التجارية والاسم التجاري

بيننا سابقاً أن المقصود بالعلامة هو كل إشارة أو الدلالة مميزة يتخذها التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة شعار لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن مثيلاتها التي يملكها الآخريين .

¹ - صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، الطبعة الأولى دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن 2006 ص74

² - المادة الثانية الفقرة 02 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق

³ - بن فضاء عصام، الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري مذكرة شهادة ماستر في الحقوق تخصص

قانون أعمال جامعة محمد خيضر بسكرة 2015/2016 ص24

أما المقصود بالاسم التجاري فهو الاسم أو اللقب أو الكنية المستخدم للدلالة على المحل التجاري، ومن هنا يتضح لنا الفرق بين الاثنين.

فالعلامة تستخدم للدلالة تمييز البضائع أو المنتجات أو الخدمات ، أما الاسم التجاري فيستخدم للدلالة أو تمييز المجال التجارية أو المنشآت التي تمارس فيها المهنة التجارية أو الصناعية.

أما الفرق الثاني: فهي أن العلامة لها العديد من الصور والأشكال والرسوم التي من الممكن أن تتكون منها، أما الاسم التجاري فهو محصور في شكل معين ألا وهو الاسم أو اللقب أو الكنية.

ومن جهة ثالثة: فإن التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة لا يستطيع استخدام العلامة المملوكة من قبله في التوقيع على معاملته الرسمية، أما في الاسم التجاري فيستطيع صاحبه إجراء نوعية توقيع معاملته الرسمية متى كان هذا الاسم هو اسم المدني له وحتى ولو كان مضافا إليه بعض الأوصاف والألقاب الأخر¹.

ثالثا: العلامة التجارية والعنوان التجاري

العنوان التجاري أو عنوان المحل هو تسمية أو إشارة أو رمز أو عبارة مبتكرة تسمح بتمييز المتجر عن غيره والاسم التجاري لا يمكن أن يكون إلا أسماء ، بعكس العنوان التجاري الذي يمكن أن يكون اسما أو رمزا أو رسما كما يمكن أن يتكون العنوان قد يعتبر إجباريا وليس وجوبيا كما هو الحال بالنسبة للاسم التجاري وشروط العنوان التجاري بوصفه تسمية مبتكرة هي شروط العلامة لكنه يختلف من حيث الفرض مع العلامة ، فالغرض من العلامة هو تمييز السلعة والخدمات عن مثيلاتها ، بينما الغرض من العنوان التجاري هو تمييز المجال التجاري عن غيره أمام جمهور العملاء ،² وتعود ملكية العنوان لمن استعمله أولا، بينما تعود ملكية العلامة إلى الأسبق في تسجيلها³.

¹ - بن قية رحيمة، المرجع السابق ص23

² -رمزي حوحو وكاهنة زواوي، المرجع السابق ص32

³ - وذلك طبقا لاحكام للمادة 06 الفقرة الأولى من الامر 06/03 المتعلق بالعلامات المرجع السابق

رابعاً: العلامة التجارية والنموذج والرسم الصناعي.

الرسم كما عرفه المشرع هو كل تركيب خطوط وألوان يقصد به إعطاء مظهر خاص لشيء صناعي أو خاص بالصناعات التقليدية ، فقيمة الرسم يستمد من مدى تجانس مع البضاعة والذوق العام للجماهير وإعطاء البضاعة شكلاً جذاباً يميزها عن غيرها. أما النموذج الصناعي فيقصد به كل شكل قابل للتشكيل ومركب بألوان أو بدونها أو كل شيء صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية يمكن استعماله كصورة أصلية لصنع وحدات أخرى، ويتميز عن النماذج المشابهة له بتشكيله الخارجي كما هو الحال في قوالب الأحذية والزجاجات العطرية وما إلى ذلك¹، ويمكن 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.

خامساً: العلامة التجارية وتسمية المنشأة

تسمية المنشأة هي حق من حقوق الملكية الصناعية ، ويقصد بها الاسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو جزء من منطقة أو ناحية أو مكان مسمي من شأنه أن يعرف منتجاً ناشئاً فيه ، وتكون جودة هذا المنتج أو مميزاته منسوبة حصراً أو أساساً لبيئة جغرافية تشمل على العوامل الطبيعية والبشرية².

وتسمية المنشأة هي المؤشر الجغرافي الذي يحدد منشأة 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 أساساً إلى منشأها الجغرافي لما لهذا المنشأ من خصائص فريدة.

وميزة تتعلق بالمكان الذي صنعت فيه، أو إلى تركيبة التربة أو المناخ أو البيئة التقليدية أو غير ذلك من العوامل الطبيعية والبشرية التي تساهم في جودة وخصائص السلع أو منتجات لا يمكن إعادة إنتاجها في مكان آخر، ومن أمثلة ذلك جبن الشيدر المصنع بمقاطعة شيدر بإنجلترا و زبدة الدنمارك، وماء سعيدة المصنع بمنطقة سعيدة بالجزائر... إلخ فتسمية المنشأة هي تحديد لمنطقة جغرافية يرجع إليها المنتج أو السلعة، وبيان مميزاته من العوامل الطبيعية التي تتميز بها تلك المنطقة، بينما العلامة التجارية هدفها ليس تحديد

¹ رمزي حوحو وكاهنة زاوي، المرجع السابق ص33

² ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانوني الجزائري والاتفاقيات الدولية، أطروحة درجة الدكتوراه في العلوم القانونية فرع قانون خاص قسم الحقوق كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة باتنة 2012/2011 ص36

المنشأ الجغرافي للمنتج، وإنما بيان مصدر المنتجات والخدمات وتمييزها عن غيرها من المنتجات والخدمات المشابهة، دون أن تكون مرتبطة بمكان إنتاجها¹

سادسا: العلامة التجارية وبراءة الاختراع

براءة الاختراع هي الوثيقة التي يسلمها المعد الوطني الجزائري للملكية الصناعية للمخترع، حتى يتمكن من التمتع بإنجازه بصفة قانونية²، والمتمثل في اختراع (ابتكار) جديد قابل للتطبيق الصناعي سواء تضمن منتوجا صناعيا جديدا، أو طريقة صناعية مستحدثة. وهي بذلك تختلف عن العلامة التي تعتبر رمزا يتخذه التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة لتمييز سلعة أو خدماته عن ما يماثلها.

و إذا كان الحق في البراءة حق مطلق، يخول لصاحبه استثناء واحتكار الاختراع في مواجهة الكافة احتكار كاملا، فإن الحق في العلامة حق نسبي، يخول لصاحبه حق احتكار الاختراع في مواجهة من يزاولون نشاط مماثلا لنشاطه، في حين ان كلا من الحق في العلامة، والحق في البراءة يعتبران حقان مؤقتان، وذلك بالمدة القانونية المحددة³.

المطلب الثاني: شروط اعتماد العلامة التجارية

إن تسجيل العلامة التجارية في القانون الجزائري يتطلب شروط موضوعية كشرط التميز وشرط المثل الخطى فضلا عن مشروعية العلامة، وعدم مخالفتها للنظام العام والآداب العامة، كما يتطلب شروط شكلية تتعلق لضرورة إيداع العلامة التجارية لدى المصلحة المختصة بالتسجيل ونشرها في السجل الخاص بالعلامات.

الفرع الأول : الشروط الموضوعية لاعتماد العلامة التجارية

أولاً: أن تكون العلامة جديدة

يعد شرط الجودة من أهم الشروط الموضوعية الواجب توفرها من أجل تسجيل العلامة التجارية، والمقصود هنا بشرط الجدية هو أن تكون العلامة جديدة لم يسبق استعمالها أو تسجيلها من قبل أحد، ولا اعتبار العلامة جديدة وجب توفر فيها عنصر مميز لها على الأقل وتقدير جدتها من عدمها يكون بالنظر إلى مجموعة عناصرها المكونة لها كوحدة واحدة ولا يوجد مانع من اشتراك بعض العناصر المكونة لعلامة ما مع عناصر مكونة للعلامة أخرى

¹ ميلودي سلامي، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانوني الجزائري والاتفاقيات الدولية، المرجع نفسه ص37

² فرحة الزراوي صالح، المرجع السابق ص17

³ صلاح زين الدين، العلامات التجارية ووطنيا ودوليا، المرجع السابق ص56

حتى لو كانتا مستعملتين في صناعة واحدة مادام أن عناصرهما في مجموعهما مختلفة التركيب والمظهر¹، وتفيد العلامة شرط الجودة إذا ما وجد ما يثبت أن أحد قد قام باستعمالها أو تسجيلها لتمييز منتجاته أو بضائعه أو خدماته، فإن وجد ما يثبت ذلك، فإنه يتمتع على غيره استعمال أو تسجيل تلك العلامة، وإلا وقعت تحت طائلة القانون، إذ يحق لصاحب الشأن أن يقوم بجميع الإجراءات اللازمة من أجل إبطالها، والمطالبة بالتعويض عما لحقه من ضرر جراء ذلك، والجدة هنا لا يقصد بها الجودة المطلقة تماما، أي لم يسبق استعمالها نهائيا بل يقصد بشرط الجودة، الجودة النسبية التي تمنع اللبس أو التضليل في مصدر المنتجات البضائع.²

لقد نص المشرع الجزائري بخصوص شرط الجودة والأسبقية في نص المادة السابعة في الفقرة التاسعة منها " تستثني من التسجيل الرموز المطابقة أو المشابهة لعلامة كانت محل طلب تسجيل أو تسجيل يشمل سلعا أو خدمات مطابقة أو مشابهة لتلك التي سجلت من أجلها علامة الصنع أو العلامة التجارية إذا كان الاستعمال يحدث لبسا³". يفهم من نص المادة أنه لا يمكن طلب تسجيل علامة قد طلبت تسجيلها من قبل، وهذا لكي لا يكون هناك لبس لدى المستهلك، فالمشرع الجزائري قد تطرق لشرط الجودة، ولكن بطريقة غير مباشرة في نص المادة السابعة سالف الذكر.

ثانيا: أن تكون العلامة مميزة

أوجبة المادة الثانية من التشريع أن تكون للعلامة السمات المادية التي تصلح لتمييز المنتجات أو الأشياء أو الخدمات لكل مؤسسة حيث نص على "أن العلامات هي كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي... والأشكال المميزة... التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع أو خدمات غيره⁴". كما أوضحت المادة 22 من نفس التشريع بأن تكون باطلة ولا أثر لها العلامات الخالية من كل طابع مميز... الخ.

يستفاد من أحكام المادتين المذكورتين أعلاه، أنه لا يعد علامة تجارية ما يتألف من أشكال شائعة وعادية، بل يجب أن تؤدي العلامة دورها في تمييز المنتجات والسلع.

¹ - بن فضة عصام، المرجع السابق ص32

² - صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، المرجع السابق ص98

³ - المادة السابعة من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق

⁴ - المادة الثانية من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع نفسه

باعتبار وظيفة العلامة التجارية تتمثل بصفة أساسية في تمييز المنتجات لجمهور المستهلكين، وتمكينهم من التعرف على السلع التي يفضلونها بما تحمله من علامة مميزة من جهة، و حماية صاحبها من منافسة الذين ينتجون أو يبيعون سلع مماثلة من جهة أخرى.

إذ فلا يعتبر كعلامة تجارية أو عنصر منها، العلامات الخالية من أي صفة مميزة كالتسميات العادية للأشخاص أو أي رمز أو صورة أو حرف معروف أو رقم لوزن السلعة أو أوجه استعمالها، مادامت هذه العلامة خالية من ما يميزها عن غيرها ويجعل لها ذاتيتها وصفاتها الخاصة¹.

ثالثا: أن تكون العلامة مشروعة

ويقصد بمشروعية العلامة، ألا تكون العلامة مخالفة للنظام العام والآداب العامة أو ممنوع قانونيا، تقتضي القواعد العامة أن جميع التصرفات و كذا المعاملات بين الأفراد مهما كان نوعها، لا تكون صحيحة ونافاذة إذا ثبت مخالفتها للنظام العام والآداب العامة، و انطلاقا من هذا المبدأ فقد اتجه المشرع الجزائري في الأمر 06/03 إلى منع تسجيل العلامات المكونة من الرموز المخالفة للنظام العام والآداب العامة، وهذا ما جاء في نص المادة السابعة 07 فقرة 04 من نفس الأمر بأنه استثنى من التسجيل الرموز المخالفة للنظام العام أو الآداب العامة والرموز التي يحضر استعمالها بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الثنائية أو متعددة الأطراف، التي تكون الجزائر طرفا فيها²، ونجد أن المشرع الجزائري مأخذا وسط فقد تضمنت المادة 07 الفقرة 04 و05 و06 و07 من الأمر 06/03 ما هو محظور اتخاذه كعلامة، وذلك لاعتبارات النظام العام وحسن الآداب وحفاظا على المصلحة العامة وحرصا على عدم تضليل الناس في تعاملهم التجاري، وتطبيقا لذلك فالعلامات متنوعة إذ كانت مخالفة للآداب والأخلاق، سواء في مجموعها أو في أحد عناصرها وتكون كذلك إذ تضمنت تسميات تمس الأخلاق كالعلامات الخلاعية التي تستعمل فيها رسوم أو صور أو تسميات فاضحة³، وأيا كان الأمر فإن العلامات التجارية تكون فاقدة لشروط المشروعية إذ

¹ - فاضلي إدريس المدخل إلى الملكية الفكرية (الملكية الأدبية والفنية والصناعية)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2007 ص 287

² - المادة 07 الفقرة 04 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق

³ - وهيبه العوارم بن أحمد: جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، مكتبة الوفاء القانونية، الصيغة الأولى بمصر، ص 50-51

ما خالفت أي نص قانوني آخر ، سواء ورد ذلك النص في قانون العلامات التجارية أو غيره من القوانين أو الأنظمة سارية المفعول كما أن العلامات التجارية تكون فاقدة للشروط المشروعية إذ ما خالف النظام العام والآداب العامة¹.

الفرع الثاني: الشروط الشكلية لاعتماد العلامة التجارية

إن الشروط الموضوعية لا تكفي وحدها لحصول وتمتع العلامة بحق الحماية القانونية , بل واجب توفر شروط شكلية ، يقوم بها صاحب العلامة أو من ينوب عنه في ذلك ، وهذه الإجراءات يقوم بها لدى هيئة مختصة ومخولة لها قانونا القيام بفحص وتسجيل العلامات التي تتوفر فيها جميع الشروط المطلوبة لذلك .

أولاً: إيداع طلب تسجيل

يعتبر الإيداع أول مرحلة لتسجيل العلامات ، ويتم إيداع طلب التسجيل مباشرة لدي المعهد والوطني الجزائري للملكية الصناعية ، أو يرسل إليه عن طريق البريد أو بأي طريقة أخرى مناسبة، تثبت الاستلام².

ويقوم بإيداع طلب التسجيل صاحب العلامة أو من يمثله سواء كان شخص معنوي أو طبيعي جزائري أو أجنبي، مقيم في الجزائر أو في الخارج، إلا أنه إذ كان طالب العلامة يقيم في الخارج , لابد من وكيل يمثله أمام المصلحة المختصة³، ويوجه الطلب بواسطة رسالة موصى عليها، مع العلم بالوصول أو أية وسيلة تثبت الاستلام والبيانات التي يجب توفرها في الطلب، هي طلب تسجيل يشمل على نموذج العلامة يبين المنتجات أو الخدمات التي تنطبق عليها هذه العلامة.

- ختم (كليبشة) العلامة

- إثباتات لدفع الرسوم

- وكالة بخط اليد إذا كان الموعد يمثله وكيل ويجب أن يحرر طلب تسجيل العلامة

على النموذج الذي يجب تسليمه من الديوان الجزائري للتوحيد الملكية الصناعية

والعلامة التجارية.

¹-صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة لنشر والتوزيع، الطبعة الثانية عمان 2010، ص 285

²-رمزي حوحو وكاهنة زواوي، المرجع السابق ص 38

³-وذلك طبقاً لأحكام المادة 13 الفقرة الثانية من الامر 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق

كما يجب أن ترعى البيانات التفصيلية الأخرى نص عليها الأمر التطبيقي رقم 36 سنة 1966م¹.

ثانيا: فحص الإيداع

يلعب دورا مهما في اكتساب ملكية العلامة ، لهذا يقوم المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بفحص الطلب المودع من ناحية الشكل ومن ناحية المضمون فإن كان الفحص إيجابيا من الناحيتين يعد الإيداع مقبولا وعلى إثر ذلك تقوم الهيئة المختصة بتحرير محضر يثبت تاريخ الإيداع ساعته ومكانه وكذا رقم التسجيل ودفع الرسوم ونظرا للبيانات المدرجة فيها تعد هذه الوثيقة ذا أهمية بالغة لفحص النزاعات المحتملة التي يمكن أن تقع بين عدة مودعين².

ثالثا: التسجيل والنشر

أخذ المشرع الجزائري بنظام البسط ، المتمثل في أن يقوم صاحب العلامة بعملية الإيداع بتقديم الطلب إلى المصلحة المختصة ، ووجوب أن يشمل الطلب على البيانات المذكورة أعلاه في نص المادة (13).

تمنح المصلحة المختصة محضرا بالإيداع مؤرخا ومبينا فيه تسليم المستندات أو استلام الرسالة البريدية، التي تحتوي عليها وتسلم نسخة من هذا المحضر ، أو ترسل للمودع ويكون تاريخ الإيداع هو تاريخ التسجيل المادة (17).

وفي حالة تجديد العلامة التي تمضى عليها مدة عشرة سنوات ، طبق النص المادة 20 من التشريع المذكور ، فإنه يجب تقديم طلب التجديد التي تنتهي مدتها خلال ستة أشهر من تاريخ انتهائها ، وفي حالة عدم تقديم طلب التجديد خلال تلك المدة تعتبر العلامة باطلة ، ويجوز لكل ذي مصلحة تقديم طلب تسجيلها في نفس البضاعة أو الخدمة ... الخ³.

بعد عملية التسجيل والتوقيع على الطلب ينشر في جريدة خاصة بالديوان الجزائري للتوحيد والملكية الصناعية على نفقة صاحب العلامة.

يسجل الحكم القضائي النهائي بإبطال إيداع العلامة لتخلف أحد الشروط .

¹ -بن قية رحيمة، المرجع السابق، ص 49-50

² - رمزي حوجو وكاهنة زاوي، المرجع السابق ص 39

³ -فاضلي ادريس، المرجع السابق، ص 290

وفي الأخير بعدما تم التطرق إلى أهم النقاط التي تحدد العلامات بصفة عامة وخاصة من خلال توضيح المفهوم القانوني للعلامة بالاطلاع على التعريف الذي وضعه المشرع الجزائري للعلامة في الأمر رقم 06/03 وبالاطلاع تعريف التشريعات المقارنة وتمييز العلامة عن بعض التسميات وإشارات التجارية والصناعية.

ونلمس هنا كذلك أن المشرع الجزائري قد رسم إطار قانوني وضع من خلال مراحل التي تكون متبعة في تصميم العلامة والتي يقصد بها الشروط الموضوعية إلى جانب الشروط التشكيلية، التي فرضها في تسجيل العلامة وما يترتب على التسجيل من نشوء الحق واستثنائه من طرف مالك هذه العلامة. ولا يتم هذا الحق إلا بوجود ضمانات تحميه، ويقصد بهذه الضمانات، الحماية القانونية التي يجب أن تتمتع بها العلامة التجارية في مواجهة أي اعتداء عليها وتتمثل هذه الحماية في الحماية المدنية والحماية الجزائية.

الفصل الأول: الحماية المدنية للعلامات التجارية

تعد العلامة التجارية من أهم حقوق الملكية الفكرية هذا العصر ، في مجال القطاع التجاري سواء بالنسبة لجمهور المستهلكين ، كونها توفر لهم الحماية من حيث مدى جودة البضاعة أو الخدمة أو بالنسبة للتجار والصناع وأصحاب الحرف و الخدمات أكانوا أشخاص طبيعيين أو معنويين ، حيث تقوم بتمييز بضاعتهم التي يتاجرون بها أو منتجاتهم التي يصنعونها أو الخدمات التي يقدمونها ، وتتمتع العلامة في النظام الداخلي بحماية قانونية مزدوجة

فهناك حماية جنائية وحماية مدنية ، وهذه الأخيرة التي هي مجالنا في هذا الفصل ، يقصد بها الحماية المقررة لجميع الحقوق أي كان نوعها ، فمن المسلم به أن أي حق يحتاج إلى حماية ، وأن هذه الحماية هي التي تضمن ممارسة الحق بشكل عادي وطبيعي سواء كانت تلك العلامة مسجلة أو غير مسجلة ، فلا يعتبر التسجيل شرط لقيام الحماية المدنية للعلامة التجارية، في حين أنه يعتبر شرط أساسي لقيام الحماية الجزائية¹.

فإذا ما وقع تعد على علامة تجارية غير مسجلة بأي صورة كانت ، يمكن لكل من أصابه ضرر ناتج عن التعدي رفع دعوى مدنية على المتسبب في الضرر ، للمطالبة بالتعويض وبالتالي ضمان مصالح مالك العلامة من جهة ، والمستهلك من جهة أخرى ، وهذا ما تكفله قواعد المسؤولية المدنية أي القواعد العامة²

وتجند الحماية المدنية من خلال آليات القانونية ، منها ما هي خاصة والمتمثلة في قانون العلامات ، ومنها ما هي عامة والمتمثلة في القواعد العامة ،فتنشأ فيما بينهم منافسة لكنها في إطار المنافسة المشروعة على المستوى الداخلي ، وهذا ما سوف نتطرق إليه من خلال المبحثين التاليين

¹ - صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق ص 385

² - محمد على الرشدان، العلامات التجارية، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن 2009، ص 116

المبحث الأول: الآليات المدنية الموضوعية لحماية العلامة التجارية

يخول القانون لصاحب العلامة عن الاعتداء عليها حماية قانونية تشمل الحماية الجزائية والحماية المدنية وحتى الحماية الدولية إذا استلزم الأمر، والحماية المدنية الهدف منها التصدي لكل تعدي على الحق في العلامة والذي يعتبر اعتداء على الذمة المالية لصاحب العلامة، قد يؤدي إلى حدوث أضرار سواء كانت مادية عن طريق فقدان صاحب العلامة لربح في السوق وأضرار معنوية تمس بسمعة منتجه.

وتستند الحماية المدنية إلى القواعد العامة في القانون المدني وتحديد أحكام المسؤولية المدنية بنوعها العقدية و التقصيرية ، حيث تمنح لصاحب العلامة المعتدي عليها حق في المطالبة المدنية بالتعويض عن الأضرار التي لحقت به فالمبدأ المعمول به قانوناً هو من يضر بغيره للمسائلة والزامه بالتعويض.¹

وهذا ما سوف نتناوله من خلال المطلبين التاليين .

المطلب الأول : المسؤولية العقدية المترتبة عن الاعتداء على الحق في العلامة التجارية
إن القانون يخول لمالك العلامة التجارية الحق في استغلالها ، أو بالترخيص للغير باستغلالها، وفي إطار تعاقدية وفقاً لما ينص عليه القانون والعقد المبرم بين صاحب العلامة ، وهو ما يعرف بالمرخص ، والطرف الثاني وهو ما يعرف بالمرخص له ، تحت مسمى عقد الترخيص، كنموذج من العقود التي يكون موضوعها العلامة التجارية ، وسوف نحاول من خلال تسليط الضوء على الجانب المتعلق بتنظيم عملية تنازل على العلامة التجارية في إطار عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية، وكيف تتجسد حماية العلامة من خلاله

الفرع الأول: عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية

لم يتضمن الأمر 57/66 المتعلق بعلامة الصنع والعلامة التجارية² الملغى أحكام خاصة بعقد الترخيص باستعمال العلامة غير أن الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات نظم

¹ - "على كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه ويسبب ضرر للغير يلزم من كان سبباً في حدوث التعويض" المادة 24 من الأمر رقم 58/75 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 هـ الموافق لـ 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم

² - الأمر رقم 57/66 المؤرخ في 27 ذو القعدة عام 1385 هـ الموافق لـ 19 مارس 1966م المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية الجريدة الرسمية، العدد 23

لأول مرة أحكام الترخيص باستعمال العلامة في المواد 09 إلى 18 منه فقد أجاز المشرع الجزائري لصاحب الملكية على العلامة الترخيص للغير بوضع العلامة على المنتجات أو الخدمات المعينة لها.

كما أجازة المادة 21 من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة الترخيص باستخدام العلامات التجارية والمبرمة بين مالك العلامة والمرخص له .

أولاً: تعريف عقد الترخيص

يعرف عقد الترخيص بأنه عقد بمقتضاه يمنح أحد طرفيه والذي يطلق عليه بمانح الترخيص و الطرف الآخر الذي يطلق عليه بالمرخص له من حق استخدام حق من حقوق الملكية الصناعية (العلامة التجارية) ، لإنتاج سلعة أو لتوزيع منتجاته تحت العملة التجارية التي ينتجها أو يستخدمها مانح الترخيص في مدة معينة في نظير مقابل معين .

كما تعرفه المنظمة العالمية للملكية الفكرية " بأنه إذن أو رخصة تقدم من طرف صاحب هذا الحق لشخص لاستعمال أو انجاز بعض الأعمال التي تتضمن هذا الحق¹ و بهذا الترخيص تنشأ علاقة تعاقدية بين الطرفين على هذا حق. وغالبا ما يلجأ مالك العلامة إلى منح الغير ترخيصا باستغلالها للترخيص له القيام بالاستغلال حسبما تقضي الشروط الواردة بعقد الترخيص، فهذا الأخير لا يعطي المرخص له سوى القيام بالاستغلال فقط ، أما الحق في ملكيتها فيظل دائما لمالك العلامة محتفظا به ، وعليه يمكنه التصرف فيها بعد إجراء الترخيص باستغلاله كما يحق له منح شخص آخر الحق في استغلال ، هذا ما لم يسلب المرخص له الأولى ذلك الحق منه، وهكذا يتضح أن عقد الترخيص مثله مثل العقود الأخرى له أنواع والتي يمكن تعددها على النحو التالي²:

1/ **عقد الترخيص الاستشاري**: والذي بموجبه لا يستطيع أن يرخص استغلال العلامة أو منح ترخيص جديد وإلا يعتبر ذلك اعتداء .

2/ **الترخيص غير الاستشاري** : الذي بموجبه يستطيع صاحب العلامة أن يمنح ترخيص آخر ويمكنه استغلال العلامة بنفسه أو بواسطة شخص آخر .

¹ - هدى جعفر ياسين الموسوي، الترخيص الإيجابي باستغلال براءة الاختراع الطبعة الأولى، دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع الأردن 2012 ص24

² - حمادي زبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية لنشر والتوزيع، لبنان

بينما لا يجوز للمرخص له منح ترخيصات أخرى إلا بموافقة المرخص .
3/ **عقد الترخيص الوحيد:** هنا يتفق المرخص والمرخص له أن يكون الترخيص وحيد
فيستغل كلاهما العلامة دون أن يكون لأي منهما منح تراخيص أخرى .

ثانيا: انعقاد عقد الترخيص باستعمال العلامة

أجاز المشرع الجزائري لصاحب الحق على العلامة أن يمنح للغير رخص
لاستغلالها، وذلك لكل أو جزء من السلع أو الخدمات التي تم إيداع أو تسجيل العلامة بشأنها
،حيث تنص المادة 16 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على أنه " يمكن أن تكون
الحقوق مرتبطة بالعلامة موضع رخصة استغلال واحدة أو استشارية أو غير استشاري لكل
أو لجزء من السلع والخدمات التي تم إيداع أو تسجيل العلامة بشأنها ".
وأوجب المشرع ضرورة أن يفرغ عقد الترخيص تحت طائلة البطلان في عقد مكتوب
يتضمن العلامة مدة رخصة الاستغلال طبيعة السلعة أو الخدمات التي منحت من أجلها
رخصت الاستغلال والمجال الإقليمي الذي يمكن استغلال العلامة في حدوده ونوعية السلع
المصنعة أو الخدمات المقدمة من قبل حامل الرخصة¹ حيث تنص المادة 17 من الأمر
06/03 على ما يلي " يجب تحت طائلة البطلان أن يتضمن عقد الترخيص في مفهوم
المادة 16 أعلاه²،المبرم وفقا للقانون المنظم للعقد ، العلامة ، فترة الرخصة ، السلع أو
الخدمات التي منحت من أجلها الرخصة . والإقليم الذي يمكن استعمال العلامة في مجاله أو
نوعية السلعة المصنعة أو الخدمات المقدمة من قبل حامل الرخصة ، يجب قيد الرخصة في
سجل العلامات الذي تمسكه المصلحة المختصة تحديد كيفية مسك السجل عن طريق
التنظيم وتمسك المصلحة المختصة مستخرجا لسجل مرقم ومؤشر عليه ".
فعقد الترخيص باستعمال العلامة هو عقد شكلي تحت طائلة البطلان ، يتيح المرخص
له استعمال العلامة على السلع أو الخدمات المرتبطة بها ، إلا أن ذلك مرتبط بضرورة
الاستعمال الجديد للعلامة على السلع أو الخدمات خلال مدة معينة ، تقدر بسنوات دون
انقطاع من قبل مالك العلامة يؤدي إلى إبطالها ، ما لم يثبت أن ظروف عسيرة حالت دون
استعمالها .

¹ - ميلود سلامي، المرجع السابق ص141

² - انظر المادة 16 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق

وأوجب المشرع ضرورة قيد عقد الترخيص في السجل الخاص بالعلامات الذي يمسكه المعهد الوطني للملكية الصناعية ، وقد حدد المرسوم التنفيذي رقم 277/05 المحدد لكيفية إيداع العلامات وتسجيلها . إجراءات قيد عقد الترخيص وتجديده أو تعديله في سجل العلامات . حيث بينت المواد 23 و 24 منه أن قيد عقد الترخيص وتجديده أو تعديله يتم في سجل العلامات، وذلك مقابل دفع الرسوم المستحقة ، وأن طلب قيد الرخصة يرفق بعقد الترخيص أو بمستخرج مطابق وأن الرخصة لا تكون نافذة في موجهة الغير إلا بعد تسجيلها في سجل العلامات¹.

والملاحظ أن المشرع الجزائري رتب أثرا قانونيا عاما على عدم قيد عقد الترخيص في السجل الخاص بالعلامات ، وذلك ببطان عقد الترخيص بطلانا مطلقا ، شأنه في ذلك شأن بقية التصرفات الواردة على العلامة كعقود النقل والرهن المتعلقة بها . في حين لم يرتب بعض القوانين أثرا على عدم قيد عقد الترخيص في سجل العلامات واكتفت فقط بجواز إيداعه لدى مكتب التسجيل.

الفرع الثاني: آثار عقد الترخيص باستعمال العلامة

إن أطراف العقد غالبا ما يقومون بتحديد جميع الأمور التفصيلية التي تتعلق بالعقد من وقت إبرامه إلى انقضاءه ، وفي حالة غياب ذلك يتم اللجوء إلى إعمال نصوص القانون الواجب التطبيق على العقد من حيث الإجراءات التي تترتب على الإخلال بالالتزامات التعاقدية².

إن تقرير المسؤولية أحد الطرفين وثبوت إخلاله بالالتزامات الملقاة على عاتقه ، يعني بالمقابل قيام حق الطرف الآخر بالمطالبة بفسخ العقد أو التعويض أو بكليهما معا ، على حسب الأحوال أو قيام المسؤولية العقدية عند استحالة التنفيذ العيني فيكون المدين مسئولا عن الأضرار التي يسببها الدائن نتيجة عدم الوفاء بالالتزامات الناشئة عن العقد.

أولا: الحق في الفسخ :

إن ثبوت إخلال المتعاقد بالتزامه يترتب ثبوت الحق في الفسخ ، والذي يقد يكون قضائيا أو اتفاقيا أو قانونيا طبقا للقواعد العامة ، ومهما كان نوع الفسخ فإن أثره هو إعادة

¹-ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 141-142

²-علاء عزيز حميد الجبوري، عقد الترخيص، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن 2011 ، ص145

الحال إلى ما كان عليه قبل أو عند التعاقد ، فإن فسخ العقد يترتب أثرا رجعيا ، وبما أن عقد الترخيص من عقود المدة يقتصر أثره على التزامات مستقبلية لم يتم تنفيذها بعد ، حيث مثلا استغلال العلامة ، في هذه المدة مما يستحيل معها إعادة هذا الانتفاع للمرخص وهو عدم القدرة على إعادة التعاقدان إلى الحالة التي كان عليها ، فإن استحال ذلك جاز الحكم بالتعويض¹.

ثانيا: الحق في التعويض

فيما يخص التعويض فهو لجبر الضرر الذي أصاب أحد الطرفين ، ويأخذ التعويض عموما صورتين إما تعويضا عينيا أو يكون تعويضا نقديا .
التعويض العيني ويعني قيام الطرف المخل بإصلاح وإتمام النقص الذي ظهر خلال مراحل التنفيذ أو عند بدايته ، ويستمد هذا النوع من التعويض أساسه من القواعد العامة للقانون المدني، الذي يقرر صراحة إمكانية قيام المدين بإعادة الحال إلى وضعه الطبيعي أو أداء عمل أو شيء متصل بالمشروع المنقول أو حتى القيام بعمل آخر لحساب الدائن ، أما التعويض النقدي ، أو التعويض بمقابل ، متى كان التعويض العيني مستحيلا جاز المطالبة بالتعويض النقدي ، ولما كان أساس المسؤولية هنا عقدية فإن القواعد العامة تقضي بأن يقدر التعويض على أساس ما لحق بالدائن من خسارة ، وما فاته من كسب ، وتستبعد هنا الأضرار التي لا يمكن توقعها إلا في حالتها الخطأ الجسيم والغش².

المطلب الثاني : المسؤولية التقصيرية المترتبة عن الاعتداء على حق العلامة التجارية

تنشأ المسؤولية التقصيرية عن الإخلال بواجب قانوني عام ، يتمثل في الإضرار بالآخرين، وهي على هذا النحو صورة من صور المسؤولية القانونية على اعتبار أن لها أثر قانوني هو الالتزام بالتعويض على الضرر الذي حدث للغير ، وفي الغالب يكون ذلك بتعويض مالي ، وتقوم المسؤولية التقصيرية بحسب القواعد العامة على ثلاثة عناصر أو أركان، وهي الخطأ والضرر والعلاقة السببية وترتبط أحكام المسؤولية بمفهوم المنافسة غير المشروعة ، وسوف نحاول معرفة صور تعدي على العلامة التجارية التي ترتب أحكام المسؤولية التقصيرية من خلال الفرعين التاليين:

¹ - "إذا فسخ العقد أعيد المتعاقدان إلى الحالة التي كان عليها قبل العقد فإذا استحال ذلك جاز للمحكمة أن تحكم بالتعويض"

المادة 122 من الأمر 58/75 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم. المرجع السابق

² - علاء عزيز حميد الجبوري، المرجع السابق، ص 147

الفرع الأول: الأساس القانوني للمسؤولية التقصيرية المترتبة عن المساس بالحق في العلامة

إن الجزائر من البلدان التي عرفت تغييرا جذريا في نظامه الاقتصادي . إذ بعدما كان نظامها موجهة أصبحت تعتمد على نظاما اقتصاد السوق منذ دستور سنة 1989 الذي يؤسس لحرية التجارة والصناعة¹، ومن ثم حرية المنافسة بقصد تحقيق الربح وذلك بواسطة اجتذاب أكبر عدد من العملاء وقيام التاجر أو الصانع باستعمال طرق ووسائل لكي يشجع بها العملاء على التردد على محله ، فالحق في المنافسة المشروعة متاح لكل تاجر ، ويتمثل هذا الحق في مجموعة من السلطات والصلاحيات التي تمكنه من استخدام كافة الوسائل العادلة التي لا تتعارض مع الأعراف والعادات التجارية ، ومن باب أولى أن لا تتعارض مع ضوابط التي يحددها القانون من أجل تحقيق أفضل النتائج وإذا خرج التاجر عن هذه الصلاحيات والسلطات وضوابطها القانونية عندئذ توصف أفعاله بأنها غير مشروعة ، بحيث يترتب عليها مسؤوليته².

وعلى ذلك إذا كان تاجرا ما يتمتع بالحرية في استخدام ما يشاء من الوسائل لجذب العملاء لديه وفقا لمبدأ حرية المنافسة ، إلا أن ذلك ليس مطلق ، بل ترد عليه بعض القيود ، التي يترتب على مخالفتها إمكانية قيام المضرور برفع دعوى المنافسة غير مشروعة للمطالبة بالتعويض، ووقف تصرفات الغير مشروعة أو إزالتها.

حين ننظر لمعظم التشريعات ، نجدها لم تنص صراحة على تعريف المنافسة غير المشروعة، كون إعطاء تعريف محدد للمنافسة غير مشروعة سوف يجعل هـ ذا المصطلح أكثر جمودا ، حيث لا ينسجم تعريفه في مجتمع يسوده التطور العلمي والغني في مجال ابتكار الحيل وأساليب الغش ، كما أن تشريع القانون في فترة معينة قد لا يتناسب تطبيقه بعد مرور عشرات السنين ، فقد يتخللها حصول التطور و التغيير وإتباع وسائل غير مشروعة قد لا تكون معروفة لدى المشرع عند سن القانون³.

¹-حرية الاستثمار و التجارة معترف بها و تمارس في إطار القانون ..يمنع القانون ... والمنافسة غير نزيهة المادة 43 من القانون رقم 01/16 المؤرخ في 06مارس 2016 يتضمن التعديل الدستوري الجريدة الرسمية العدد 14

²-بن فضة عصام، المرجع السابق، ص58

³-زينة غانم عبد الجبار الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، ص23

وتجد أحكام المنافسة غير المشروعة ، والتي ترتبط ارتباطا أساسيا بأحكام المسؤولية التقصيرية في التشريع الجزائري بأحكام القانون المدني من جهة ، وبأحكام القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية وفي إطار العلامة التجارية ذكر المشرع أن التقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به. قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك بشكل منافسة غير مشروعة

وكذلك لقد وضع المشرع الجزائري القانون 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة عن الممارسات التجارية¹ والتي قد يكون إما في شكل ممارسات تجارية غير شرعية أو ممارسات تعسفية، ومن هنا يتبين أن تغيير مدلول المصطلح كان تبعا لتغير الظروف الاقتصادية بالدرجة الأولى ، وترسانة القانونية بالدرجة الثانية ، قصد الوصول لحماية المنافسة من الممارسات غير مشروعة².

على خلاف المشرع الجزائري نجد أن المشرع الأردني قد أورد تعريف المنافسة غير المشروعة، وذلك في قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم 15 لسنة 2000 م، في المادة 02 الفقرة أ بأنها : "يعتبر عملا من أعمال المنافسة غير مشروعة ، كل منافسة تتعارض مع المنافسات الشريفة في الشؤون الصناعية والتجارية " يبدو مما سبق أن المشرع الأردني قد أستخدم التعريف الوارد في اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المنافسة غير مشروعة ، والتي عرفتها المادة 10 الفقرة الثانية بأنها : "كل منافسة تتعارض مع العادات الشريفة للشؤون الصناعية والتجارية".

الفرع الثاني: شروط قيام المسؤولية التقصيرية المترتبة عن الاعتداء على الحق في العلامة والجزاء المترتب عنها

تعتبر المسؤولية التقصيرية المترتبة عن الاعتداء على الحق في العلامة مظهر من مظاهر مسؤولية المدنية ، فالأعمال التجارية تفرض على الأفراد احترام الضوابط التي تقوم

¹-قانون رقم 02/04 مؤرخ في 05 جمادى الأولى عام 1425 هـ الموافق لـ 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد

المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد 41.

²-هنا قماري ودليلة هداهدية، دعوى المنافسة غير مشروعة، مذكرة شهادة الماستر تخصص قانون أعمال، جامعة 08

ماي 1945 قالمة ص55

عليها الأعمال كاحترام حقوق الغير على العلامة التجارية وعدم التعدي عليها وأي إخلال بهذا النظام يتحمل صاحبه تبعات وجزاءات المترتبة على هذا الإخلال.

أولاً : شروط قيام المسؤولية التقصيرية المترتبة عن الاعتداء على الحق العلامة

يشترط لقيام دعوى المنافسة غير المشروعة من جراء الاعتداء على العلامة التجارية العناصر التي يتطلبها القانون لقيام المسؤولية، إذ فرغ دعوى المنافسة غير المشروعة معناه رفع دعوى المسؤولية التقصيرية ، وعليه يحق لكل تاجر أصيب بضرر ناجم عن فعل المنافسة غير المشروعة أن يرفع دعوى من القضاء يطالب فيها بالتعويض عما أصابه من ضرر جراء تلك الأعمال.

وفي هذا الصدد نصت المادة 124 من القانون المدني الجزائري على أنه "كل فعل أي كان يرتكبه الشخص بخطئه يسبب ضرر للغير يلزم من كان سبب في حدوثه بالتعويض".

فكلما توفرت شروط المسؤولية وهي الخطأ والضرر والعلاقة السببية بينهما تقوم دعوى المنافسة غير المشروعة¹.

1/ الخطأ : إن أساس المسؤولية عن العمل الشخصي هو الخطأ فلا بد لكي يسأل الشخص عن تعويض الضرر الذي سببه بفعله الشخصي أن يكون قد ارتكب الخطأ. فالخطأ في المسؤولية التقصيرية يقوم على ركنين هما الانحراف والتمييز ، إذ يلزم المشرع الناس ببذل عناية في كل تصرفاتهم ، وتتمثل هذه العناية في وجوب يقظة الشخص في سلوكه حتى لا يضر بغيره ويستوي أن يكون الخطأ عمدي أو غير عمدي².

وان لقيام المنافسة غير المشروعة يشترط فيها قيام المدعي عليه بممارسات مخلة بالمنافسة ومنافية للقوانين والعادات والأعراف التجارية وقواعد النزاهة والشرف ، مما يشكل خطأ من قبيل المنافسة غير مشروعة ، ويعد الخطأ من أدق عناصر دعوى المنافسة غير المشروعة وأكثرها أهمية، لان الأصل في الميدان التنافس حرية المنافسة بوصفها حق لكل عون اقتصادي³ ونظر لعدم تحديد فكرة الخطأ في القوانين المقارنة عند تنظيمها للمسؤولية عن الفعل غير مشروع، فقد تعددت الآراء في تحديد معنى الخطأ والمعير الذي استقر عليه

¹- بن فضة عصام، المرجع السابق ص61

²- حمادي زبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، المرجع السابق، ص169

³- هناء قماري، دليلة هداهدى، المرجع السابق، ص77

الفقه والقضاء في تحديد معنى الخطأ هو قيام بأفعال لا تتفق وقواعد الأمانة والشرف والنزاهة في التجارة .

إن للخطأ صور كثيرة يمارسها بعض التجار ويبتكر البعض الآخر صور تستهدف جميعها مخالفة القواعد القانونية والعادات التجارية ، وبالتالي نشوء المنافسة غير المشروعة¹ من خلال استخدام التاجر لطرق منافية للقوانين أو العادات أو المبادئ الشرف والأمانة في المعاملات، والتي يمكن أن تكون باتخاذ أساليب أو طرق لا تتفق مع الأعراف التجارية وقواعد الأمانة، وبعبارة أخرى إن المنافسة بحد ذاتها لا تكفي أن تكون سبب ليترتب عليها المسؤولية، بل يجب أن يتحد الخطأ مع المنافسة سواء كان المنافس حسن النية أو سيئ النية لأنه لا يعقل افتراض النية الحسنة في شخص قام بأفعال يعلم أنها تخالف الأعراف والعادات والقوانين التجارية بين التجار الذين يمارسون نفس النشاط، ولكي يكون أمام منافسة غير مشروعة لا بد من وجود تاجرين أو أكثر يمارسون حرفة مماثلة أو مشابهة وهذا شرطاً بالغ الأهمية.

وحسب نص المادة 27 من قانون رقم 02/04 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية على "تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في مفهوم أحكام هذا القانون لا سيما منها الممارسات التي يقوم من خلالها العون الاقتصادي بما يأتي :

تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد متوجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع الشكوك وأوهام في ذهن المستهلك..."² إلا أن هناك صورة أخرى من المنافسة غير المشروعة وترتبط بالمنافسة الطفيلية ، فالمشروع الطفيلي يحاول أن يستفيد من مبادرة وجهود واستثمارات مشروع آخر ، أو ما توصل إليه من تقنيات مبتكرة ، أو ما حضي به اسمه وعلامته التجارية من قبول لدى العملاء، على الرغم من أن كلى المشروعين يمارس نشاطا تجاريا مختلفا عن النشاط الآخر فقد تحضي علامة تجارية معينة بشهرة كبيرة في قطاع اقتصادي ، كقطاع السيارات علامة مازدا مثالا ، فيحاول منتج آخر غير من سجلت العلامة باسمه أن يستخدمها في قطاع

¹ - زينة غانم عبد الجبار الصفار، المرجع السابق ص139

² - المادة 27 من قانون رقم 02/04 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المرجع السابق

اقتصادي بعيد عن صناعة السيارات ، كالمصابيح الكهربائية فهذا يعد عمل من الأعمال الطفيلية¹.

إن العمل الذي يتحصل في الإفادات من جهد الآخرين وما أجراه من دعاية وإعلان ما بذلوه من استثمارات دون وجه حق ، يعد عملاً من أعمال المنافسة الطفيلية وخطأً يقتضي تعويضاً ما ينشأ عنه من أضرار ، ومفهوم الأعمال الطفيلية من شأنها أن توسع من نطاق دعوى المنافسة غير مشروعة ، لتشمل أعمالاً لم تكن لتقع تحت طائلتها من قبل كاستغلال قيم اقتصادية حصلها مشروع آخر بجهد أو باستثماراته دون أن تكون هناك علاقة تنافسية بينه وبين مشروع المتطفل ويوسع البعض من نطاق نظرية الأعمال الطفيلية ليجعل منها صورة من صور² الإثراء بلا سبب³.

2/ الضرر: لما كانت دعوى المنافسة غير المشروعة تستند إلى القواعد العامة في المسؤولية التقصيرية فإنه لا يكفي وجود خطأ لقيامها ، وإنما يجب أن يكون هناك ضرر يقع على رافع الدعوى أو وجود الضرر شرط لازم للمطالبة بتعويض وفقاً للقواعد العامة في المسؤولية المدنية .

إذ لا يمكن المطالبة بأي تعويض وفقاً لدعوى المنافسة غير المشروعة إلا إذ أدت أفعالاً للمنافسة غير المشروعة إلى حدوث ضرر لتاجر المنافس الذي وقع الاعتداء على علامته التجارية ، والضرر⁴ قد يكون ضرر مادي يصيب صاحب العلامة في علامته التجارية المتعلقة بالتجارة ، سواء كانت علامة تجارية أو علامة صنع أو خدمات متعلقة بالخدمات. كما قد يكون الضرر معنوياً يصيب صاحب العلامة في سمعته التجارية أو سمعة علامته المتعلقة بتجارته .

¹ - محمد سلمان الغريب، الاحتكار والمنافسة الغير مشروعة، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، مصر 2004 ص 99.

² - محمد سلمان الغريب، المرجع نفسه، ص 100

³ - كل من نال أو أثري من عمل الغير أو من شيء له منفعة، ولو بحسن نية ودون سبب قانوني، فإنه يلتزم بتعويض من وقع الإثراء على حسابه بقدر ما استفاد من العمل أو الشيء، وفي حدود ما لحقه من خسارة. المادة 141 من الأمر 58/75 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم .

⁴ - يعرف الضرر بأنه المساس بحق من حقوق الإنسان أو بمصلحة مشروع له، والجدير بالذكر أنه إذا لم يترتب الضرر تنتفي المسؤولية المدنية عملاً بالقاعدة العامة لا دعوى بلا مصلحة على من يدعي الضرر أن يثبتته بكافة الوسائل، حمادي زبير ، الحماية القانونية للعلامات التجارية، مرجع سابق ص 183.

لا يشترط في الضرر أن يكون جسيماً أو طفيفاً ، إنما يكفي أن يكون الضرر احتمالياً خصوصاً وأن حق الاتصال بالعملاء ليس حقاً ثابتاً وأكد وإنما هو حق متحرك ومتقلب ينطوي على مجرد استمرار التعامل معهم دون عنصر الالتزام¹ ، لذلك يقع عبء إثبات الضرر على المدعي سواء كان الضرر مادياً وأدبياً صغيراً أو جسيماً حالاً أو مستقبلاً إلا أنه قد يجد القضاء بعض الصعوبات في تحديد مقدار التعويض إذ أن الضرر الذي ينتج عن أفعال المنافسة غير المشروعة متمثلاً في التقليد أو الاغتصاب ، إنما يؤثر بصورة مباشرة أو غير مباشرة على عنصر الاتصال بالمستهلك ويمكن رفع الدعوى وإن لم يكن الضرر متحققاً بل يتوقع حدوثه في المستقبل فتمتد صلاحية القاضي للحد من تمادي أفعال المنافسة غير المشروعة ، التي تحدث مستقبلاً وفي سبيل إجبار المنافس على الكف عن تلك الأعمال دون تكليف المدعي إثبات الضرر² .

3/ **العلاقة السببية** : العلاقة السببية هي الركن الثالث من أركان المسؤولية التقصيرية ويقصد بها أنه إذا توفر ركن الخطأ والضرر فلا بد أن يكون الضرر قد نشأ عن الخطأ نفسه فالعلاقة السببية هي علاقة السبب بالنتيجة وبالتالي يجب أن يكون خطأ المنافس منافسة غير مشروعة سبباً في حدوث الضرر بالنسبة للمنافس .

يعتبر تحديد فكرة الرابطة السببية بين الخطأ والضرر من الأمور أو المسائل الدقيقة ويرجع إلى سببين أساسيين هما:

- الأول: هو أن كثيراً ما تساهم عدة أسباب في حدوث الضرر وبذلك فمن اللازم معرفة مدى مساهمة كل هاته الأسباب في إحداث الضرر وتسمى هذه الحالة تعدد الأسباب³ ووحدة الضرر .

- أما الثاني فيتمثل في حالة حدوث خطأ واحد يكون سبباً في إحداث عدة أضرار متتالية وتسمى هذه الحالة بوحدة السبب وتسلسل الأضرار .

وعليه يمكن القول بأن الرابطة السببية تقتضي في الأساس ، أن يكون هناك تشابه أو تماثل بين نشاط كل من مرتكب الفعل غير المشروع والشخص المتضرر منه أي أن يباشر

¹ حمادي زبير ، الحماية القانونية للعلامات التجارية ، مرجع سابق ص 176 .

² - زينة غانم عبد الجبار الصفار ، المرجع السابق ص 140-141

³ - بن فضة عصام ، المرجع السابق ص 64

كل من المدعي والمدعى عليه نفس النشاط المنافس ، ويقدم لزيائن منتجات أو خدمات ذات نماذج متماثلة أو علامات متشابهة¹.

على صاحب العلامة المتضرر أن يقدم الدليل على ارتكاب فعل المنافسة ، ثم على ضرر الذي لحق به وعليه أيضا أن يثبت أن هذا الضرر كان نتيجة مباشرة للفعل المرتكب ويكون ذلك بكافة الطرائق الإثبات ، وقد يصعب على المدعي إثبات العلاقة السببية ، إلا أن الاتجاه القضائي الرامي إلى تخلص من صعوبة إثبات العلاقة السببية وجعل عبء الإثبات أيسر بالنسبة للتاجر المتضرر من أفعال المنافسة غير مشروعة ؛ لم يكن يعني التخلص تماما من عبء الإثبات، بل مجرد تخفيفه².

لذلك نجد القضاء في مجال الدعوى المنافسة غير مشروعة لا يتشدد في ضرورة إقامة رابطة سببية بين الخطأ والضرر ، لأنها تعتبر من الأمور الأكثر تعقيدا ، ويصعب إثباتها فكيف يمكن إثبات أن فقدان العملاء كان نتيجة فعل المنافسة غير المشروعة ضيف إلى ذلك أن آثار المنافسة غير مشروعة ولا تظهر إلا بعد مرور وقت من الزمن .

لكن يمكن أن تنتفي العلاقة السببية متى كان الفعل الصادر من أحد التجار ناتجا عن سبب أجنبي كالقوة القاهرة أو فعل الغير أو خطأ المضرور ، كما تنتفي العلاقة السببية كذلك في حالة انتفاء أي شرط من شروط المنافسة بما فيها شرط المنافسة نفسه³.

ثانيا: جزاء قيام المسؤولية التقصيرية المترتبة عن الاعتداء على الحق في العلامة
إذا توفرت شروط قيام المنافسة غير المشروعة يجوز صاحب العلامة المضرور المطالبة بالتعويض، ويكون التعويض المتمثل بدفع ما قد يستحق المضرور مقابل الضرر الذي أصابه بسبب خسارة أو فوات فرصة ربح ، وهو ما يعرف بالتعويض المادي ن، وعلى هذا الأساس قضى قضاة مجلس قضاء الجزائر ، في قضية Rêve Dor الذي ينافس صاحبها صاحب علامة Rêve Désiré منافسة غير مشروعة ومن ثم حكمت بالتعويض للمضرور وقد يكون سبب ما أصابه سمعته أو شهرته وهذا ما يسمى بالضرر المعنوي⁴.

¹ - زينة غانم عبد الجبار الصفار ، المرجع السابق ص 145-146

² - بن فضة عصام ، المرجع السابق ، ص 65

³ - معين فندي الشناق ، الاحتكار والممارسات المقيدة، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع الأردن، 2010 ص 233

⁴ - حمادي زبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية. المرجع السابق. ص 108

أما فيما يتعلق في مقدار التعويض فيكون أصلا وفق القواعد العامة في المسؤولية المدنية التقصيرية منها والعقدية ، أي يكون التعويض بقدر الضرر وإذ لم يتيسر للقاضي تقدير التعويض فله أن يحكم بمبلغ جزافي لتعويض الضرر ، أي لا يراعي في تقديره أن يكون مساويا لقيم الضرر بل يكون كافيا لجبر الضرر ، ويتوفر للمحكمة في دعوى المنافسة الغير مشروعة إمكانية تحديد نطاق التعويض والضرر باستخدام السلطة التقديرية لها استنادا إلى الأدلة القائمة، أو قد تستعين بأهل الخبرة لتحديد مقدار الضرر¹ .

¹ - زينة غانم عبد الجبار الصفار، المرجع السابق ص 148

المبحث الثاني: الآليات المدنية الإجرائية لحماية العلامة التجارية

يعد القضاء نموذجا للآليات الإجرائية إذ أن كل شخص له مصلحة يحميها القانون ، يتمتع بحق اللجوء إلى القضاء ورفع الدعوى ، فالدعوى هي وسيلة حماية الحق وطريق من طرق التي يسلكها صاحب العلامة التجارية من أجل حماية علامته من الاعتداء ، وكذلك لوقف الاعتداء عليها والمطالبة بالتعويض عن الأضرار التي سببها له الاعتداء الذي قد يلحقه من ممارسات بعض التجار الآخرين على أساس دعوى المنافسة غير المشروعة وتبرز أهمية هذه الدعوى جليا ، في الدول التي تأخذ بنظام الاقتصاد الحر ومبدأ التجارة إذ تصل المنافسة بين التجار إلى أقصى درجاتها بقصد الحصول على أكبر قدر ممكن من الربح.

كما يمكن لصاحب الحق إذا أراد التعجيل في بعض الأمور التي يراها إذا لم يتم التعجيل فيها قد يؤدي ذلك إلى أضرار أخرى تصيبه أكثر ، لذلك أعطى له القانون الحق في اللجوء للقضاء من أجل رفع دعوى إستعجالية لحماية حقه بطريقة مستعجلة وهذا ما نحاول أن نتطرق إليه من خلال هذين المطلبين :

المطلب الأول: دعوى المنافسة غير المشروعة

إن العلامة التجارية تعد إحدى وسائل المنافسة الحرة لجذب العملاء ، والتعريف بالمنتجات فإن أية إساءة إليها بوسائل غير مشروعة تجعل من حق صاحب المصلحة أن يرفع دعوى المنافسة ، في الأصل تعتبر حرية المنافسة أمرا مشروعًا ومرغوبا فيه إذ يرجع الفضل لها في ازدهار المشاريع الاقتصادية للبلدان ، فهي بمثابة قدرة خلاقة تدفع الشخص إلى الابتكار وتحفزه إلى الإبتقان والإبداع إذا تمت بطرق مشروعة أما إذا تمت بوسائل غير مشروعة ينجم عنها ضرر يستوجب التعويض .

الفرع الأولي: أصحاب الحق في رفع دعوى المنافسة غير مشروعة

من الواضح انه يجوز لأي شخص أن يتخذ علامة لتمييز منتجاته وسلعه غير انه لا يجب أن يثير التباسا أو خلطا مع علامات أخر ، فإن حدث وتعرضت العلامة لأضرار ناتجة عن تعدي تاجر أو صانع أو أي شخص أخر سواء بالإساءة إلى سمعتها أو إلى المنتجات أو عن طريق تصرف أدى إلى تضليل المستهلك ، يجوز رفع دعوى مدنية من جانب أي

شخص سواء أكان طبيعي أم معنوي لحقه ضرر مادي أو أدبي من جراء الأفعال غير مشروعة¹ و المطالبة بالتعويض

فالقواعد القانونية تفرض التزام على الكافة مقتضى ذلك الالتزام عدم الإضرار بالآخرين وأن حدث ضرر لزم التعويض، إذ يصبح من حق المضرور مقاضاة من صدر عنه الضرر مطالباً بالتعويض وعلى هذا يمكن إدراج فئة معينة يحق لها اللجوء إلى القضاء من جراء تعدي علي العلامة التجارية بطريقة غير مشروعة، وتتمثل في صاحب العلامة والمرخص له ومسوقين والمستهلكين.

أولاً: مالك العلامة

مالك العلامة هو كل شخص يتمتع بحق استغلال العلامة والتصرف فيها بإرادة حرة غير مقيدة ويشمل كل من صاحب العلامة والمرخص له.

1/ صاحب العلامة: يعتبر مالك للعلامة التجارية كل شخص يباشر إجراءات تسجيل علامته التجارية لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية، فإذا كانت هذه الإجراءات صحيحة وفقاً للقانون وكانت العلامة مستوفية لشروطها الموضوعية والشكلية²، يجوز لصاحب العلامة أن يقوم برفع دعوى قضائية، للحصول على تعويض من جراء تصرفات غير مشروعة كما يجوز له أن يتدخل في أي نزاع أو دعوى قائمة متى رفعها شخص آخر له مصلحة في النزاع لحصول على تعويض من جراء تصرفات غير مشروعة، ولا إشكال في ذلك غير أنه يتعين على صاحب العلامة في نزاع أمام المحكمة ذات الدرجة الأولى، أما إذا وصل النزاع إلى المجلس القضائي أي في حالة استئناف الحكم الصادر في القضية فلا يجوز له التدخل في الخصام لأن القاضي في هذه الحالة غير ملزم بالفصل في ملكية العلامة³، لكن في حالة ما إذا تم رفع الدعوى من شخص غير صاحب العلامة فعليه أن يثبت أنه صاحب مصلحة في رفع الدعوى، ولا يقبل أي طلب أو دفع لا يكون فيه لصاحبه

¹ - حمد مصطفى غرب، المنافسة غير المشروعة في مجال الإعلانات التجارية، دار النهضة العربية، مصر، دون سنة نشر ص 35

² - بوبشطولة بسمة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة الماستر في الحقوق تخصص قانون الأعمال جامعة محمد لمين دباغين سطيف -2- 2015/2014 ص 25

³ - حمادي زبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، المرجع السابق ص 164

مصلحة حالة أو محتملة يقرها القانون حيث يكون الغرض من هذه الأخيرة دفع الضرر المحقق يخشى زوال دليله عند النزاع¹.

2/ المرخص له: يقصد بالمرخص له الشخص الذي يمنح له صاحب العلامة التجارية حق استغلالها سواء استغلال كلياً أو جزئياً ، مقابل دفع ثمن فيستفيد المرخص له من امتياز استعمال العلامة ويجوز له في هذه الحالة رفع دعوى قضائية للحصول على تعويض من جراء تصرفات تاجر آخر تعد بمثابة منافسة غير مشروعة للمنتجات التي اشملها العلامة المرخص باستغلالها.

ثانياً: المسوقين والمستهلكين

المسوق هو كل موزع لسلعة ما أما المستهلك فهو كل مقتني لسلعة.

1/ المسوق : يمكن لأي شخص يسوق المنتجات التي تحمل علامة معتدى عليها أن يدافع عنها عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة ، وقد يكون المسوق تاجراً ويقصد بالتاجر كل من يباشر عملاً تجارياً ويتخذه حرفة معتادة له ، وهذا ما نصت عليه المادة الأولى من القانون التجاري الجزائري²، إلا أنه يمكن لأشخاص آخرين غير التجار أن يسوقوا المنتجات التي تحمل تلك العلامة ، ويشمل هؤلاء الأشخاص المحترفين والمحترفة كما عرفه المشرع الجزائري بأنه كل منتج أو صانع أو وسيط أو حرفي أو تاجر أو مستورد أو موزع وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في عملية عرض المنتج أو الخدمة الاستهلاك ، أما قانون المنافسة فاستعمل مصطلح العون الاقتصادي ويقصد به كل شخص طبيعي أو معنوي مهما تكن صفته يمارس نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات³.

2/ المستهلك وجمعية المستهلكين: يعرف المشرع الجزائري المستهلك في المادة 03 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03/09 على أنه " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني

¹ -محمد على الراشدان, المرجع السابق ص117

² -الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 , المتضمن قانون التجاري المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية، العدد

101، المؤرخة في 19 ديسمبر 1975م

³ -بويشطولة بسمة، المرجع السابق، ص27

بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي ، من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة اشخص آخر أو حيوان متكفل به¹ "

من خلال هذا يتضح أن المستهلك المستحق يتمثل في الشخص متى تضرر من جراء تصرف معين ، أن يرفع دعوى للمطالبة بالتعويض كما تلعب جمعيات المستهلكين التي تخضع من حيث إنشائها وتنظيمها إلى القانون 06/12 المتعلق بالجمعيات² ، دورا مهما في التحسس و الإعلام وفي تحسس أصحاب القرار ، في اتخاذ الإجراءات الوقائية كما يسمح لها القانون بالدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلكين قصد التعويض عن الضرر ، الذي لحق بها وقد خول لها الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة حق رفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكام قانون المنافسة كما يحق لها أن تأسس كطرف مدني في دعوى الجزائية للحصول على تعويض الضرر الذي يلحق بالمستهلك الدفاع عن مصالحه ، وهذا حسب نص المادة 23 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش .

إلا أن مسألة حماية المستهلك مازالت لم تبلغ بعد الهدف المحدد لها خاصة بعد أن تراجعت السوق الجزائرية بالمنتجات المحلية والأجنبية المستوردة ، وظهر أساليب التقليد والغش في المنتجات وانعدام مطابقتها للمواصفات القانونية والتنظيمية ، كما تسجل غياب جمعيات متخصصة في مجال الملكية الصناعية في الجزائر .

الفرع الثاني: الجهة القضائية المختصة

الأصل أن ترفع الدعوى المدنية أمام المحاكم (القسم المدني) و الدعوى الجنائي تحركها (نيابة العامة) ، وقد ترتبط الدعوى المدنية بالدعوى الجنائية لهذا سنحاول البحث عن المحكمة المختصة نوعيا ومحليا للفصل في الدعوى المتعلقة بالعلامة التجارية³ .

أولا: الاختصاص المحلي

قام المشرع الجزائري بالتنظيم الهيكلي القضائي ، وجعل المحكمة ذات اختصاص عام في نظر كل المنازعات وقد نصت المادة 32 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية رقم 09/08

¹-المادة 03 من القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فيفري سنة 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش جريدة الرسمية عدد15 صادرة 08 مارس2009

²-القانون رقم 12-06 ال12مؤرخ في يناير سنة2012 المتعلق بالجمعيات جريدة الرسمية عدد02 صادرة في 15ينايرسنة 2012

³-حمادي زبير ، الحماية القانونية للعلامات التجارية،مرجع سابق،ص166-167

¹ على أنه " المحكمة هي الجهة القضائية ذات الاختصاص العام وتتشكل من أقسام ويمكن أيضا أن تتشكل من أقطاب متخصصة تفصل المحكمة في جميع القضايا لا سيما المدنية والتجارية والبحرية والاجتماعية والعقارية وقضايا شؤون الأسرة والتي تختص بها إقليميا".
وباعتبار أن العلامات التجارية تدخل ضمن القضايا التجارية ، فإن المحاكم التجارية هي صاحبة الاختصاص، وذلك في حالت المنازعات الناتجة عن التعدي على العلامة التجارية أو الإساءة إلى سمعتها بطرق غير مشروعة ، إذ لو أخذنا بعين اعتبار الاختصاص العام لوجدنا أن المحكمة المختصة هي المحكمة التجارية التي يقع في دائرة اختصاصها موطن المدعى عليه².

ولكن بالرجوع إلى نص المادة 40 الفقرة الرابعة من القانون 09/08 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية الساري المفعول ، نجدها أعطت لنا اختصاص إقليمي إلزامي - دون سواه - وهو المعمول به حيث نصت هذه المادة على أنه "في مواد الملكية الفكرية أمام المحكمة المنعقدة في مقر المجلس القضائي الموجود في دائرة اختصاصه موطن المدعى عليه". ومن المعلوم أنه إن لم يكن للمدعي عليه موطن معروف يعود الاختصاص للمحكمة التي يقع في دائرتها محل إقامته وإن لم يكن له محل إقامة معروف فيكون الاختصاص للمحكمة الواقع في دائرته آخر موطن له وهذا حسب نص المادة 37 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية.

إذا فالمحكمة المختصة بالنظر في المسائل المتعلقة بالعلامات التجارية هي المحكمة المنعقد بمقر المجلس القضائي لموطن المدعى عليه ، فيحق لكل من له صفة ومصلة صلاحية رفع الدعوى هذا حسب نص المادة 13 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية الساري المفعول التي تنص على أنه "لا يجوز لأي شخص التقاضي ما لم يكن له صفة أو مصلحة قائمة أو محتملة يقرها القانون"³.

كما يمكن لصاحب العلامة رفع دعوى استعجاليه لوقف أعمال المنافسة غير المشروعة ، وذلك عن طريق عريضة أمام رئيس الجهة القضائية المختصة بموضوع النزاع وهذا

¹ -قانون رقم 08-09 المؤرخ في 25 فيفري 2008 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية الجريدة الرسمية عدد 21، الصادرة في 23 أبريل 2008

² -بويشطولة بسمة المرجع السابق، ص 29

³ - المادة 13 من قانون رقم 09/08 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية .المرجع السابق

بمقتضى المادة 300 من قانون 09/08 المتعلق بالإجراءات المدنية والإدارية إذ أجاز لصاحب العلامة أن يطلب بمقتضى أمر من رئيس المحكمة وقف تلك الأعمال بشرط إثبات تسجيل العلامة ، والأصل أن قاضي الاستعجال هو نفسه قاضي الموضوع ، أما المحكمة المختصة في حالة الاستعجال حسب المادة 40 الفقرة التاسعة هي مكان وقوع الإشكال، ويؤخذ بعين الاعتبار أن قاضي الاستعجال لا يمس بأصل الموضوع إنما بالأمر الاستعجال فقط. ويكون قاضي الاستعجال هو قاضي الشؤون التجارية نفسه.

ثانيا: الاختصاص النوعي

يقصد بالاختصاص النوعي ولاية الجهة القضائية على اختلاف درجاتها بالنظر في نوع محدد من الدعاوى فالاختصاص النوعي هو توزيع القضايا من الجهات القضائية المختلفة على أساس نوع الدعوى بعبارة أخرى هو نطاق القضايا التي يمكن أن تباشر فيه جهة قضائية ولايتها وفقا لنوع الدعوى¹.

و الاختصاص النوعي هو اختصاص من النظام العام بمعنى لا يجوز الاتفاق على مخالفته، كما يمكن للمحكمة أن تقضي به من تلقاء نفسها ويمكن إثارته في أي مرحلة كانت عليه الدعوى. ويكفون ذلك حتى لو قدم لأول مرة أمام المحكمة العليا، هذا بعكس الاختصاص المحلي².

وقد اعتبر المشرع الجزائري في ظل القانون الإجراءات المدنية والإدارية الساري المفعول، أن كل المنازعات الناتجة عن حقوق الملكية الفكرية بصفة عامة والعلامات التجارية بصفة خاصة تخضع إلى قضاة متخصصين في ميدان حقوق الملكية الصناعية والتجارية، مما قد يمنح ضمان أكثر للملكية الصناعية والتجارية إذ أن الجزائر أقبلت على تشجيع الاستثمار في القطاع العام والخاص في مختلف النشاطات الإنتاجية ، لذا أصبح من المستحسن إنشاء محاكم متخصصة (الأقطاب المتخصصة) وتكوين قضاة متخصصين تكون لهم دراية كافية بمثل هذه الحقوق ، وهذا ما يمنح الاطمئنان للمستثمرين ويشجعهم على تقديم منتجاتهم وحتما هذا ما يعود بالنتائج الإيجابية على الاقتصاد الوطني³.

¹-بربارة عبد الرحمن، شرح قانون الإجراءات المدنية والإدارية، طبعة الثانية دار منشورات البغادي الجزائر 2009

ص74

²- بويشطولة بسمة، المرجع السابق، ص 30

³- حمادي زبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، المرجع السابق، ص 160

وهذا ما جسده المشرع الجزائري صراحة في نص المادة 32 الفقرة السادسة من قانون الإجراءات المدنية والإدارية والتي تنص على أنه " تختص الأقطاب المتخصصة المنعقدة في بعض المحاكم بالنظر دون سواها في المنازعات المتعلقة بالتجارة الدولية والإفلاس والتسوية القضائية، والمنازعات المتعلقة بالبنوك، ومنازعات الملكية الفكرية، والمنازعات البحرية، والنقل الجوي، ومنازعات التأمينات"¹.

يتضح من نص هذه المادة أن المشرع فرض اختصاص نوعي إلزامي -دون سواه- في المنازعات المتعلقة بالملكية الفكرية (العلامات التجارية)، حيث تخضع لاختصاص الأقطاب المتخصصة المنعقدة في بعض المحاكم، هي احد أهم الإجراءات المستحدثة بموجب المادة 32 السابقة الذكر من القانون الجديد، والتي تفصل بتشكيلة جماعية من ثلاث قضاة². أما في الواقع العملي الحالي فيلاحظ أن الأقطاب المتخصصة في المسائل المدنية والتجارية أو بالأحرى الأقطاب التجارية المتخصصة مازالت لم تنصب بعد³، ونظرا لذلك فإنه يعمل بنص المادة 1063 من القانون 09/08 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية الساري المفعول، التي تقضي ان تبقى قواعد المادة 40 فقرة 4 من هذا القانون لحين إنشاء الأقطاب المتخصصة.

الفرع الثالث: آثار دعوى المنافسة غير المشروعة

أولاً: وقف الاعتداء

دعوى المنافسة غير المشروعة هذا دعوى علاجية وقائية في آن واح^د، فهي لا تقتصر على الحكم في التعويض عن الضرر المالي والأدبي فحسب وإنما تهدف أيضا إلى منع وقوعه وإيقاف الاستمرار فيه⁴، إذ يجوز للمحكمة أن تأمر بمصادرة المنتجات والأدوات

¹ - المادة 32 الفقرة 6 من قانون رقم 09/08 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية . المرجع السابق

² -بربارة عبد الرحمان ,المرجع السابق ص78

³ - تم تنصيب أقطاب جنائية ذات اختصاص محلي موسع تشمل (5) اختصاصات وهي "جرائم المخدرات، والجريمة المنظمة عبر الوطنية، والجرائم الماسة بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات، وجرائم تبيض الأموال والإرهاب، والجرائم المتعلقة بالتشريع الخاص بالصرف" أما بالنسبة الأقطاب المدنية فمازالت لم تنصب بعد .بويشطولة بسمة، المرجع السابق ص 56-

57

⁴ - حمد ي غالب الجغبير , العلامات التجارية , الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها, الطبعة الأولى, منشورات الحلبي

الحقوقية , لبنان 2012, ص374

كما يجوز لها أن تأمر بإتلاف الأختام ونماذج العلامة المعنية وقد منح المشرع الجزائري سلطات واسعة للقضاء في اتخاذ تدابير لازمة في إيقاف الاستمرار في المنافسة غير المشروعة، أما إذا استمرت هذه المنافسة غير المشروعة بعد صدور الحكم فيمكن للمضروب رفع دعوى جديدة يطلب فيها بالتعويض عن الضرر اللاحق لصدور الحكم وفي هذه الحالة يصدر الحكم بالتعويض إضافة إلى الغرامة التهديدية.

ثانياً: التعويض

تنطق المحكمة بالحكم على الشخص الذي ارتكب الخطأ وتطالبه بالتعويض ويكون التعويض في دفع ما قد يستحق للمضروب مقابل الضرر الذي أصابه بسبب خسارة أو فوات فرصة ربح، وقد يكون بسبب ما أصابه في سمعته أو شهرته وسبب له ضرر معنوي كما يجب على المشرع أن يمنح القاضي سلطات واسعة في تقدير وتكييف الأعمال التي تعد منافسة غير مشروعة، وذلك لصعوبة حصر هذه الأخيرة فيكفي للمشرع أن ينص على بعض الصور التي تأتي على سبيل المثال لا الحصر ليجعل النص مرناً يتماشى مع التطورات التي تعرفها حقوق الملكية بصفة عام.

التعويض على ثلاث أحوال نقدي ويكون على الضرر المادي وتقدر المحكمة هذا التعويض بسبب ما أصاب المضروب عن الضرر، جراء الخسارة التي لحقته أو الفرص التي ضاعت منه والسلطة التقدير الضرر تعود لقاضي الموضوع وأهل الخبرة¹.

المطلب الثاني: الدعوى الإستعجالية كألية مدنية لحماية العلامة

إن الدعوى الإستعجالية هي الدعوى التي يلجأ إليها صاحب الحق في العلامة التجارية عند الاعتداء عليها، في حالة ما إذا أراد التعجيل والإسراع في بعض الأمور التي يرى أن استمرارها في الوقت الحالي سيزيد من الأضرار التي تصيبه، وكما هو معلوم فإن القضاء أأستعجالي أو قضاة الأمور المستعجلة هو ذلك النوع من القضاء الذي يبيت في القضايا والمسائل التي يخشى عليها من فوات الوقت أو من خطر عاجل.

الفرع الأول: الإجراءات التحفظية

لقد وضع القانون بين يدي صاحب الشأن سلاحاً فعالاً لحماية حقه فبدلاً من أن ينتظر إلى غاية فصل المحكمة في النزاع، أجاز له اتخاذ إجراءات تحفظية سريعة وفعالة وهي

¹ - حمادي زبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، المرجع السابق ص 184

إجراءات وقائية استعجاليه يجوز اتخاذها إثباتا للاعتداء وحفاظا على الحقوق مؤقتا إلى حين الفصل في موضوع النزاع سواء كانت الدعوى مدنية أو جزائية¹، وبما أن عبئ الإثبات يقع على المدعي استنادا لقاعدة البينة على من أدعى واليمين على من أنكر فإنه سعيًا منه لجمع الأدلة يلجئ إلى استصدار أمر على عريضة للمعاينة، ويجوز لرئيس المحكمة الأمر بدفع كفالة قبل مباشرة إجراءات التحفظ للحجز علما أن صاحب الحق ملزم بعد استيفاء هذا الإجراء برفع دعوي في الموضوع في أجل شهر تحت طائلة البطلان لإجراءات الوصف والحجز، مع عدم الإخلال بتعويضات المحتملة حيث تنص المادة 34 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على أنه "يمكن لمالك العلامة بموجب أمر من رئيس محكمة الاستعانة عند الاقتضاء بخبير للقيام بوصف دقيق لسلع التي يزعم أن وضع العلامة قد ألحق به ضرر وذلك بالحجز أو بدونه.

يتم إصدار الأمر على ذيل العارضة بناء على إثبات تسجيل العلامة عندما يتأكد الحجز يمكن أن يأمر القاضي المدعي بدفع كفالة".

يتضح من خلال هذا النص، أنه يجوز لكل صاحب علامة تجارية مسجلة أن يطلب اتخاذ إجراءات تحفظية لإثبات الاعتداء على حقه في العلامة التجارية سواء بتقليدها أو اغتصابها قبل رفع الدعوى لكن بشروط معينة يجب توفرها².

الفرع الثاني : شروط إجراءات تحفظية

نستخلص من نص المادة 34 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات أنه يجب أن تتوفر بعض الشروط لاتخاذ الإجراءات التحفظية اللازمة وتتمثل هذه الشروط فيما يلي:

- يجب أن يكون الإجراء دائما بطلب من صاحب العلامة إذ يعد هذا الإجراء أمرا اختياريا فيجوز له التنازل عنه .

- يجب على صاحب العلامة التجارية إثبات تسجيل علامته التجارية لدى المعهد

الوطني الجزائري للملكية الصناعية وذلك عن طريق تقديم شهادة التسجيل الممنوحة من المعهد.

- أن يرفع الطلب إلى رئيس المحكمة المختص.

¹ - عبد الرزاق السنهوري، المرجع السابق ص 427

² - بن فضة عصام، المرجع السابق ص 75

- تقديم كفالة من صاحب الطلب وهذا الشرط لا يعد ضرورياً إلا أنه يمكن للقاضي أيشترط تقديم كفالة إذا رأى أن هناك ضرورة في ذلك أما بالنسبة للأجانب فإن تقديم كفالة يعد شرط إلزامي.
 - ترك نسخة من الأمر أو نسخة من العقد المثبت لإيداع الكفالة وذلك لأصحاب الأشياء الموضوعة والحجز.
 - اللجوء إلى المحكمة المختصة للفصل في الموضوع في أجل أقصاه شهر من تاريخ طلب الإجراءات التحفظية والإبطال هذه الإجراءات بقوت القانون.
- وهكذا يتعين على كل من يطلب الإجراءات التحفظية لإثبات الاعتداء على ملكية علامته أن تتوفر فيه الشروط وإلا اعتبرت تلك الإجراءات بطلالة بقوة القانون.

الفرع الثالث: إجراءات الحجز والوصف

متى توفرت الشروط السابقة يجوز لصاحب العلامة التجارية أن يستصدر بناء على عريضة مرفقة بشهادة تسجيل العلامة التجارية أمراً من رئيس المحكمة المختصة باتخاذ الإجراءات التحفظية اللازمة¹.

أولاً: إجراءات الوصف المفصل

يقصد بهذا الإجراء تحرير محضر حصر ووصف تفصيلي عن الآلات والأدوات التي تستخدم، أم تكون قد استخدمت، في ارتكاب الجريمة، وعن المنتجات أو البضائع أو عنوان المحل أو الأغلفة أو الأوراق أو غيرها من الأشياء التي تكون قد وضعت عليها العلامة أو البيان موضوع الجريمة وكذلك البضائع المستوردة من الخارج إثر ورودها².

كل هذا يكون بموجب أمر على عريضة يصدره رئيس المحكمة المختصة بعد إثبات تسجيل العلامة ويقوم بتنفيذ الوصف المحضر القضائي في الأصل، كما يمكن الاستعانة عند الاقتضاء بخبير مختص، وفي حالة الإجراء الوصف المفصل للسلع مع ضرب الحجز

¹ - هذا ما تؤكدته المادة 34 الفقرة الثانية من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات المرجع السابق

² - بن فضة عصام، المرجع السابق ص 76

عليها فإن الحجز هنا يعد حجزا تحفظيا وتطبق في شأنه أحكام المواد 650 و659 وما بعدها من قانون الإجراءات المدنية والإدارية¹.

ثانيا: إجراءات الحجز

يتم توقيع الحجز على الأشياء التي تكون قد وضعت عليها العلامة أو البيان موضوع الجريمة وذلك بوضع هذه المنتجات والآل في تحت تصرف القاضي ويجوز للقاضي الاستعانة بخبير أو أكثر لمساعدة المحضر في عمله والهدف من الحجز هو إثبات وقائع يمكن أن تطمس أدلتها².

وقد أجاز القانون الجزائري لرئيس المحكمة عند تأكد الحجز أن يأمر مالك العلامة بدفع كفالة , وهو ما نصت عليه المادة 34 المذكورة سابقا من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات وقد أجاز المشرع الجزائري في قانون الإجراءات المدنية والإدارية للمحضر القضائي أن يستعين بالقوة العمومية لتنفيذ أمر الحجز التحفظي ، إلا أن القضاء الفرنسي اعتبر الحجز تعسفيا عندما يتم استدعاء القوة العمومية وحضورها إجراءات الحجز³.

لقد ألزم المشرع الجزائري طالب الحجز التحفظي من اللجوء إلى الجهة القضائية بالطريق المدني أو بالطريق الجزائي في أجل شهر ، وإلا أصبح الوصف أو الحجز باطلا بقوة القانون، مع إمكانية المطالبة بالتعويض , وبطلان محضر الحجز لا يمس بصفة دعوى الموضوع المرفوعة سواء أمام القضاء المدني أو القضاء الجزائي ، أي أن ذلك لا يؤثر على حق المدعي في رفع الدعوى أمام قاضي الموضوع كون الحجز لا يعد في هذه الحالة سوى دليل من أدلة الإثبات لكن يترتب على هذا البطلان ضرورة استبعاد محضر الحجز من ملف الدعوى⁴.

إن المشرع الجزائري قد ألزم صاحب العلامة باللجوء إلى القضاء المدني أو القضاء الجزائي خلال أجل قدره شهر من توقيع الحجز ولا يوجد مبرر لكل هذه المدة في رفع دعوى

¹ - يجوز لكل من له ابتكار مسجل ومحمي قانونيا , أن يحجز تحفظا على عينة من السلعة أو نموذج من المصنوعات المقلدة يحرر المحضر القضائي ، يبين فيه المنتج أو العينة أو النموذج المحجوز ، ويضعه في حرز مختوم ومشتم ، وإيداع مع نسخ من المحضر بأمانة ضبط المحكمة المختصة إقليميا ، المادة 650 من القانون رقم 09/08 يتضمن قانونا لإجراءات المدنية والإدارية.

² -حمادي زبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، المرجع السابق ص 213

³ -ميلود سلامي المرجع السابق ص 202-203

⁴ - بن فضة عصام ، المرجع السابق ص 77-78

الموضوع، كون القاعدة في الحجز التحفظي في قانون الإجراءات المدنية والإدارية هو ضرورة تثبت الحجز في أجل 15 يوما كما أن أغلب تشريعات قلصت هذه المدة إلى بأقل من 15 يوما فقد حدد المشرع المصري والفرنسي أجلا قدره 15 يوما، بينما ذهب المشرع الأردني إلى أجل ثمانية أيام فقط . ومن ثم فإن أجل 30 يوما الذي حدده المشرع الجزائري يعد أجلا طويلا يتعين على الأقل تقليصها إلى أجل 15 يوما توحيدا للأجال في قانون العلامات وقانون الإجراءات المدنية والإدارية¹.

نستنتج أن أهمية العلامة التجارية وما تعود به من أرباح طائلة على صاحبها قد يجعل في بعض الأحيان الحماية المقررة عن طريق الوسائل السابقة تبقى قاصرة وعاجزة أي الحماية المدنية مقارنة بالخسارة التي تلحق بصاحب العلامة ، والأرباح التي يتحصل عليها المعتدي على تلك العلامة، ما يتطلب ضرورة إيجاد وسيلة تكون مكملة لحماية العلامة التجارية بطريقة أكثر فاعلية والمتمثلة في الحماية الجزائية .

¹ - ميلود سلامي، المرجع السابق ص 204

الفصل الثاني : الحماية الجزائية للعلامات التجارية

نظرا لأهمية العلامة التجارية في بناء الاقتصاد ، قامت التشريعات المختلفة بسن قواعد خاصة لحمايتها جزائيا ضد اعتداءات الغير ، التي أصبحت ظاهرة شائعة بشكل كبير على العلامات في الوقت الحاضر .

إن البحث في الحماية الجزائية للعلامات التجارية يقتضي البحث في الجرائم الواردة في القانون ، من أركانها والعقوبات المنصوص عليها ، وقد نظم المشرع الجزائري حماية العلامة التجارية في المواد 28 إلى 36 من الأمر 57-66 المتعلق بعلامات الصنع والعلامات التجارية ، وعدد الأفعال التي تندرج تحت جريمة تقليد العلامات ، ثم جاء الأمر 06/03 الذي ألغى الأمر السابق ، واكتفى بالنص على جنحة التقليد بمعناها الواسع . كما أورد المشرع الجزائري جريمة عدم وضع العلامة على السلعة أو الخدمة وجريمة وضع علامة تجارية غير مسجلة .

وتعد جرائم التقليد العلامة التجارية ظاهرة تهدد الاقتصاد العالمي ، ومشكلة متزايدة الخطورة نظرا لاستهدافها كافة أنواع السلع والمنتجات وحتى الخدمات ، فلم يعد التقليد مقتصرًا على المنتجات عالية الجودة كالملابس والساعات والعمود وقطع غيار المركبات والأدوية... الخ وإنما امتد ليشمل كل المنتجات ذات الاستهلاك مهما كانت طبيعته ، ونظرا لخطورة الأمر كونه يتعلق بتعريض صحت من يستعمل للخطر ، كان من الواجب مكافحة جميع أشكال تقليد العلامة بصورة فعالة وليس فقط بالنص على عقوبات في القوانين ، وإنما بمنح الهيئات المكلفة بالمراقبة الوسائل المادية والبشرية الملائمة لمكافحة هذه الظاهرة والتي أصبحت مرضا عاما يستهدف الصناعة والتجارة ، ومن هذا المنطلق سنتناول في هذا الفصل جريمة التقليد التي تعتبر أهم جرائم التي تقع على العلامة من خلال التطرق إلى طبيعة وأركان هذه الجريمة في المبحث الأول ، والجزاءات المقررة لها في المبحث الثاني .

المبحث الأول: طبيعة وأركان جريمة تقليد العلامة

إن تحديد طبيعة أو المقصود بتقليد العلامة التجارية يتطلب منا التطرق إلى تعريف التقليد وتبيان كل الجوانب المحيطة به ، والتي من شأنها أن تؤدي في النهاية إلى التعرف على هذا الموضوع، ولهذا فإن محاولة الوصول إلى تعريف تقليد العلامة التجارية يستدعي التطرق لمختلف العناصر والزوايا التي تؤدي بنا إلى فهم وتقليد العلامة وإعطائه معناه الحقيقي.

إذا كان موضوع تقليد العلامة التجارية له من الأهمية الكبيرة سواء بالنسبة لمالك العلامة أو جمهور المستهلكين ، وهو أمر محل إجماع فإن الوصول إلى تعريف جامع مانع له يبقى محل اختلاف ، حيث تنوعت واختلفت التعاريف التي جاءت في هذا الصدد ، وذلك باختلاف الزوايا التي ينطلق منها كل باحث ، وقد ساهمت التطورات التكنولوجية الهائلة لا سيما ما تعلق منها بوسائل الاتصال الحديثة والإشهار على تطور أعمال التقليد وتطور مفهومها فظهرت مصطلحات مشابهة لذلك كالقرصنة والتزوير والمنافسة غير المشروعة¹. ولما كان موضوع تقليد العلامة التجارية يكتنفه الكثير من الجدل والنقاش فإنه يتعين علينا من خلال هذا المبحث محاولة تعريف تقليد العلامة التجارية وصور هذا التقليد في المطلب الأول، ثم تبيان أركان جريمة التقليد العلامة التجارية في المطلب الثاني.

المطلب الأول: مفهوم جريمة تقليد العلامة التجارية

سيتم في هذا المطلب بيان المراد بالتقليد وبصفة خاصة المراد بتقليد العلامة التجارية من خلال نقطتين نتناول في النقطة الأولى تعريف اللغوي والقانوني للتقليد وكذا تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية (الفرع الأول) وصور تقليد العلامة (الفرع الثاني)

الفرع الأول: تعريف تقليد العلامة التجارية

¹ - وهيبه لعوارم بن أحمد، المرجع السابق ص57

أولاً: تعريف التقليد لغة

أصل الكلمة هو الفعل الثلاثي قلد بمعنى قلد الماء في الحوض واللبن في السقاء والسمن في النحي وبقلده قلدًا وجعله فيه وقد قلده قلدًا وتقلدها ومنه التقليد في الدين.¹ وجاء في التعريفات للجرجاني أن للتقليد هو إتباع الإنسان غيره فيما يقول ويفعل معتقداً للأحقية فيه من غير نظر وتأمل في الدليل، كأن هذا المتبع جعل قول الغير أو فعله قلادة في عنقه²، وقيل أيضاً بأن التقليد هو قبول قول الغير بلا حجة ولا دليل.

ثانياً: التعريف الاصطلاحي للتقليد

عرف التقليد بأنه "كل فعل إيجابي ينصب على سلعة معينة أو خدمة ويكون مخالفاً للقواعد المقررة في التشريع أو من أصول البضاعة متى كان من شأنه أن ينال من خواصها أو فوائدها أو ثمنها شرط عدم علو المتعامل الأخر به³"، وكذلك يمكن القول أن التقليد بمعناه الواسع هو تصنيع لمنتج بالشكل الذي يجعله شبيهاً في ظاهره لمنتج أصل، وذلك بنية خداع المستهلك.

ثالثاً: تقليد العلامة فقهاً وقانوناً

إن جريمة الاعتداء على حق في العلامة التجارية المسجلة يطلق عليها بجريمة التقليد، وهي تشمل جرائم التقليد الأصلية وجرائم أخرى مقاربة لها، مثل استعمال علامة مزورة أو مقلدة أو بيع منتجات التي تحمل علامة مقلدة، وقد نصت العديد من التشريعات على جريمة تقليد لعلامة التجارية، فنشير هنا أن المادة (26) من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات الجزائرية تنص على معاقبة كل عمل يمس بالحقوق الإستثنائية لعلامة قام بها الغير خرقاً لصاحب العلامة، كما أن المشرع المصري قد نص على جريمة تقليد العلامة التجارية في المادة (113) من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002 أنه "يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن شهرين وبغرامة لا تقل عن خمسة آلاف جنيه ولا تتجاوز عشرين ألف جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين".

¹ جمال الدين بن منظور، لسان العرب، دار الفكر لبنان 1992، ص357

² محمد الشريف الجرجاني، كتاب التعريفات، دار الكتاب العلمية، لبنان، 1995 ص67

³ سميحة لعجال، جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة الماستر في الحقوق تخصص قانون،

جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2016/2017، ص17

1 كل من زور علامة تجارية تم تسجيلها طبقاً للقانون أو قلدها بطريقة تدعو إلى تضليل الجمهور

2 كل من استعمل بسوء قصد علامة تجارية مزورة أو مقلدة

3 كل من وضع بسوء قصد على منتجات علامة تجارية مملوكة لغيره

4 كل من باع أو عرض لبيع أو للتداول أو حاز بقصد البيع منتجات عليها علامة تجارية مزورة أو مقلدة أو موضوعة بغير حق مع علمه بذلك "

كما نصت المادة (107) من قانون العقوبات اللبناني أيضا على معاقبة كل شخص

صنع علامة تشبه علامة أخرى دون أن يقلدها بقصد الغش وخديعة المشتري.¹

ويتبين لنا مما سبق أن هذه الجريمة تقع إذا ما تم تقليد العلامة التجارية المسجلة بصورة تؤدي إلى الخلط واللبس لدى المستهلكين ، وقد استعملت بعض التشريعات مصطلح التزوير أحيانا وأحيانا أخرى مصطلح التقليد ، ومن هنا لابد من الوقوف على ما يميز تزوير العلامة التجارية عن تقليدها، وكذلك المعايير المتبعة لقيام تقليد العلامة التجارية أو تزويرها .

نجد جانب من الفقه إلى القول بوجود اختلاف بين التزوير والتقليد ، في كون أن التزوير هو نقل علامة تجارية نقلا حرفيا وتاما ، بحيث تصبح العلامة الم زورة علامة طبق الأصل من العلامة الحقيقية، ولا يمكن تفريقها عنها، فهو نقل مطابق للعلامة كلها دون تعديل أو إضافة .

أما إذا اقتصر النقل المكون للجريمة على مجرد نقل العناصر الأساسية للعلامة أو

نقل بعضها نقلا حرفيا مع إضافة شيء ، فإن هذا لا يعد تزويرا للعلامة وإنما تقليدها لها ،²

فتقليد العلامة التجارية ليس إلا وضع علامة مشابهة أو قريبة الشبه في مجموعها بعلامة أخرى، بحيث يصعب التفريق بين كل منها أو تمييزها لها بوجود من لبس أو خلط مما يوقع المستهلك المتوسط الحرص في الخطأ أو عدم القدرة على التمييز بين العلامة الحقيقية والمقلدة.³

¹ -حمدي غالب الجبيري، المرجع السابق، ص235-236

² -سمية القليوبي، الملكية الصناعية، الطبعة الرابعة، دار النهضة، مصر 2013، ص584-585

³ -عبد الله حسين الحشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، طبعة الثانية، دار هومة للنشر، الاردن

وذهب جانب آخر من الفقه إلى القول بعدم وجود أهمية في التفرقة ما بين التزوير والتقليد، فكل منهما يشمل الآخر فالتزوير، وفقا لهذا الرأي قد يكون نقلا تاما وكاملا للعلامة التجارية وقد يكون بنقل الأجزاء الرئيسية منها، بحيث تكاد تكون العلامة المزورة مطابقة الأصلية، فلا يشترط أن يكون التزوير شاملا لجميع العلامة وإنما قد يكون هناك تزوير إذا احتوت العلامة المزورة على الجزء الأساسي المميزة للعلامة الأصلية وان يكون المزور قد قصد من تزويره غش الجمهور وتضليلهم، إما التقليد فيتم بالمحاكاة التي تدعو غالى تضليل الجمهور بوجد شبه قريب ما بين علامة وعلامة أخرى من شأنه إحداث الخلط بينهما والعبرة في تقدير تقليد العلامة المقلدة يكون بالنظر إلى أوجه الشبه وليس النظر إلى ما بين العلامتين من فروق .

والمشرع الجزائري من بين التشريعات التي أخذة بهذا الرأي عكس التشريع العربي كالمصري والأردني اللذان استعملا مصطلح التزوير إلى جانب مصطلح التقليد، فإن المشرع الجزائري لم يذكر إطلاق مصطلح التزوير فلقد اعتبر أن التزوير هو نفسه التقليد بالرغم من أن بعض الفقه يفرق بينهما، ولكن نحن نرى بالاعتماد على الأمر المتعلق بالعلامات باللغة الفرنسية أن المشرع الجزائري اعتبر التقليد مرادفا للتزوير وهو يعني contrefaçon وهو النقل الحرفي للعلامة، أما مصطلح imitation فهو يعني محاكاة أي اصطناع علامة مشابهة بصفة تقريبية للعلامة الأصلية¹.

الفرع الثاني: أسس تقدير التقليد

إن مسألة تقدير العلامة أو تشبيهها مكن الأمور التي تترك لقاضي الموضوع إذ يكون له مطلق السلطة في تقديرها، وقد أكدت محكمة النقض المصرية² على هذا المبدأ في حكم لها جاء فيه "أن تقرير وجود تشابه بين علامتين من شأنه أن يخدع جمهور المستهلكين هو من المسائل التي تدخل في سلطة قاضي الأمور بلا معقب عليه من محكمة النقض، وهذا ما أكده الاجتهاد القضائي الجزائري بقرار 07 فيفري 2007 تحت رقم 378916 حيث أكدت الغرفة التجارية والبحرية لدى المحكمة العليا على الأسبقية في الإيداع ووجود تشابه بين العلامتين بعناصر شكل الجانب الموضوعي في النزاع والذي

¹ - وهيبه لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص140

² - مجبر محمد، التقليد في مفهوم الاجتهاد القضائي على ضوء قرارات التقليد، مجلة المحكمة العليا عدد خاص التقليد، قسم الوثائق 2012 ص9

يخضع لسلطة قضاة الموضوع التقديرية¹، هكذا يكون القضاء قد وضع بعض المعايير التي يمكن على أساسها تقدير التقليد.

أولاً: العبر بأوجه الشبه بين العلامتين

عند المقارنة بين العلامة الأصلية والعلامة المقلد يتم بأوجه التشابه بينهما لا أوجه الاختلاف، فالتقليد عادة إذا ما وصل إلى حد غش الجمهور وإيقاعهم في اللبس بين العلامتين يصرف النظر عن الاختلاف بينهما.²

وفي هذا الإطار رقت المحكمة العليا قرار وجد فيه القضاة اختلافاً التسمية باللغة الفرنسية ما بين Alger و Algérie دون العربية المتشابهة بالنطق للجزائر كعاصمة والجزائر كبلد فكلما جاء القضاة ابتعدوا عن المبدأ المذكور وفتشوا عن نقط الاختلاف بدل من التشابه عرضوا قرارهم للنقض و الإبطال إذا بعد ذلك دفاعا عن علامة على حساب علامة أخرى سابقة لها في الإيداع.³

ثانياً: العبرة بتقدير المستهلك المتوسط للعلامتين الواحدة تلوى الأخرى

يجب عند إجراء المقارنة بين العلامتين بتقدير المستهلك العادي المتوسط ، لا يؤخذ بتقدير المستهلك شديد الحرص الذي يحرص على التدقيق و الفحص ، ولا المستهلك المهمل والغافل الذي لا يتحرى ولا يستطرد في التمعن الذي يقضي به العرف.⁴

وعلى هذا الأساس اعتبرت المحكمة العليا في إحدى قراراتها أن اللبس الذي يقصده المشرع هو ذلك الذي يجعل المستهلك متوسط الانتباه بالخلط بين منتجين ، و باختصار فإن مجموع الخصائص الكتابة كل علامة وكذا النطق بها لا يشكل أي تشابه يمكن إحداث خطر اللبس و الخلط بينهما من طرف المستهلك متوسط الانتباه ،⁵ وينبغي عدم النظر إلى العلامتين وهما متجاورتين بل ينبغي النظر إليهما الواحد تلوى الآخر ذلك انه في الواقع العملي لا تعرض المنتجات التي تحمل علامة أصلية وتلك المقلدة أمام بعضها ، كما أن

¹حمادي زويبير ، الحماية القانونية للعلامات التجارية، المرجع السابق ص 190

²مجبر محمد، المرجع السابق ص9

³زينة غانم عبد الجبار الصفار، المرجع السابق، ص30

⁴ بن يسعد عدراء، حماية العلاء التجارية من التقليد ،مجلة العلوم الإنسانية ،جامعة قسنطينة، عدد46 المجلد أ

ديسمبر 2016، ص567

⁵ بن يسعد عدراء، المرجع نفسه ص567

المستهلك لا يكون معه نموذج للعلامة الأصلية ليقوم بالمقارنة بين ذلك النموذج وبين العلامة الموضوع على المنتج الذي يريد شراءه .

المطلب الثاني: أركان جريمة التقليد للعلامة التجارية

الجريمة فعل غير مشروع فلا قيام الجريمة إذ 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 ، ويقرر له جزاء والركن هو عنصر تكوين وقيام الجريمة فإذا انتفى فلا جريمة على الإطلاق ولقيامها يجب توافر أركان عدة لا ركن واحد فالتحليل الدقيق لفكرة الجريمة يثبت قيامها على أركان ثلاثة ركن شرعي وركن مادي وركن معنوي .

الفرع الأولي: الركن الشرعي لجريمة تقليد العلامة التجارية

تتحقق الجريمة بالفعل الصادر عن الإنسان فيتخذ صورة مادية معينة تختلف باختلاف الفعل ذاته، وهذا ما جعل المشرع يتدخل لتحديد فئة من الأفعال الضارة أو الخطيرة على سلامة أفراد المجتمع، فينهاي عنها بموجب نص قانوني جزائي يجرم هذه الأفعال ويحدد عقوبتها من يأتي على ارتكابها ، فالنص القانوني إذا هو مصدر الجريمة والمعيار الفاصل بين ما هو مباح وما هو منهي عنه تحت طائلة الجزاء.¹

والركن الشرعي للجريمة هو الصفة غير المشروعة للفعل فهو خلاصة تطبيق قواعد القانون على الفعل.

وان يكون المشرع قد حدد له جزاء وهذا تطبيقاً لمبدأ الشرعية الذي نصت عليه المادة الأولى من قانون العقوبات² "لا جريمة ولا عقوبة أو تدابير امن بغير قانون "

وعليه فالركن الشرعي لجريمة التقليد هنا يستمد مشروعيته من نصوص المعاهدات التي انضمت إليها الجزائر ، والتي جاءت من اجل إضفاء حماية قانونية للعلامة المستوفية

¹ -أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائري العام، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع الجزائر طبعة 2003 ص47

² -الأمر 156/66 المؤرخ في 18 صفر 1386 الموافق ل 08 يوليو لعام 1966 المتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم بموجب القانون 23/06 المؤرخ في 20 ديسمبر 2006 الجريدة الرسمية الصادرة في 11 يونيو 1966 عدد 49

للشروط المقررة قانونا، وأهمها اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883¹ واتفاقية مدريد المتعلقة بالتسجيل الدولي للعلامات.

وبالرجوع إلى القوانين الداخلية نجد أن المشرع الجزائري تعرض لموضوع الحماية القانونية للعلامات التجارية من التقليد بصفة غير مباشرة في قانون العقوبات، وبصفة مباشرة في قانون العلامات، وذلك على النحو التالي:

أولا: الأساس القانوني لجريمة التقليد العلامات في قانون العقوبات

- نصت المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري انه "يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة مالية من 20.000 دج إلى 100.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد
- سواء في الطبيعة أو الصفات الجوهرية أو في التركيب أو في نسبة المقومات الأزمة لكل هذه السلع
 - سواء في نوعها أو في مصدرها
 - سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها

وفي جميع الحالات فإن على مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي حصل عليها بدون حق "

فخداع المتعاقد قد يكون بواسطة تغير قد يلحق السلعة في مواصفاتها الجوهرية ويكون جريمة عدم مطابقة السلعة للمواصفات المقررة أو جريمة تزييف البضاعة أو غشها أو جريمة إخفاء البضاعة تحت مظهر خادع من شأنه تضليل المشتري أو جريمة خداع المتعاقد في حقيقة البضاعة نوعها أو ذاتيتها ، وقد يكون جريمة تزوير أو تقليد العلامة التجارية في القانون الحديث للعلامات التجارية².

¹- الأمر 48/66 المؤرخ في 25 فيفري 1966 المتضمن انضمام الجزائر إلى اتفاقية باريس المؤرخ في 20 مارس 1883 المتعلق بحماية الملكية الصناعية المعدل والمتمم الصادر في الجريدة الرسمية بتاريخ 25 فيفري 1966 عدد 16

²- وهيبة لعوارم، المرجع السابق ص123

تنص المادة 26 من قانون العلامات " بعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستشارية لعلامة قام به الغير خرق لحقوق صاحب العلامة يعد التقليد جريمة يعاقب عليها القانون بالعقوبات المحددة في المواد 27 إلى 33 أدناه¹ فالذي استحدثه المشرع الجزائري من خلال المادة أنه أعلن التكييف القانوني لجريمة التقليد، فاعتبرها جنحة بصريح العبارة النص وهو بذلك يكون قد ابتعد عن التكييف الضمني للجريمة كما فعل في المادة 28 من الأمر 57/66 بالاستتباط من مدة الحبس ومقدر الغرامة هو بذلك يكون قد انتهج منهج وسط ، بحيث لم يتم بتهوين الأمر ليجعله مجرد مخالفة ولم يبالغ فيه فيجعله جنائية كما أنه أفرد عقوبات اختلفت عن العقوبات المنصوص عليها بموجب الأمر 57/66 إذ تنص المادة 32 من القانون ذاته " أن كل شخص ارتكب جنحة التقليد يعاقب بالحبس من ستة أشهر إلى سنتين وبغرامة من 2.500.000 دج إلى 10.000.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط مع

- الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة
- مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة
- إتلاف الأشياء محل المخالفة "

فقد رفع الحد الأدنى لمدة الحبس ومقدار الغرامة وقلص من الحد الأقصى للمدة وأدخل شخص الاعتباري في جريمة التقليد ووجد العقوبة بينه وبين الشخص الطبيعي . ولكن الملاحظ كذلك أن المشرع بموجب القانون 02/04 المؤرخ في 23 جوان 2004 والمحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية قد نص على جنحة التقليد وعتبرها من ضمن الممارسات التجارية غير نزيهة ، بقوله في المادة 27 فقرة الثانية على ما يلي " تعتبر ممارسات غير تجارية غير نزيهة في مفهوم هذا القانون لاسيما منها الممارسات التي يقوم من خلالها العون الاقتصادي بتقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجات أو خدمات أو الإشهار الذي يقوم به ، قصد كسب زبائن هذا العون بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك²"

¹ - المادة 26 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات المرجع السابق

² - المادة 27 الفقرة الثانية من القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية

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 ما يبيتون من نوايا طالما لم تبرز إلى العالم الخارجي تترجم عنها¹ كسلوك إجرامي وهو الفعل أو المظهر الخارجي للجريمة ، وقد يكون السلوك الإجرامي إيجابيا يتمثل في الإقدام على فعل ينهى القانون على ارتكابه ، وقد يكون سلوك إجرامي سلبي يتمثل في الامتناع عن فعل بأمر القانون بإقدام عليه وجريمة تقليد العلامة التجارية تتطلب سلوكا إجراميا إيجابيا يتمثل في الاعتداءات المكونة لفعل التقليد . وتستنتج المحاكم عادةً التقليد بطريقة المقارنة بين العلامة الحقيقية والمقلدة ، فالعبرة هي بالصورة العامة أكثر مما هي للتفاصيل الجزئية ، لأنها هي التي تتطوق أو تتطبع في ذهن الزبون، وليس من الضروري أن يكون التقليد تاما بإعادة اصطناع العلامة فهو يتوفر حتى في حالة تغيير تركيب الكلمة أو تغيير أحد حروفها بالحذف أو بالإضافة أو باستبداله، مما يعني أن الفروق الجزئية لا تستقي وجود التقليد لذا نجد أن الفقه قسم في الحقيقة الاعتداء الواردة على العلامة التجارية إلى قسمين رئيسيين : اعتداء مباشر وآخر غير مباشر²

أولا: الاعتداء المباشر

بداية نقول أن فعل التقليد يتحقق باصطناع علامة أو العناصر الأساسية لها اصطناعا كاملا مثله مثل التزوير ، أو إعادة اصطناع العلامة في جانبها الأساسي والمميز بصورة تؤدي إلى انخداع الغير وتضليله ، وبالتالي عدم استطاعته التمييز بين البضائع التي تحمل العلامة المقلدة من العلامة الأصلية.

اتفق الفقه على أن الاعتداءات المباشرة يمكن أن تمس الحق في ملكية العلامة التجارية لا تخرج عن ثلاث:

التقليد بالنسخ التقليد بالتشبيه والتقليد بالوضع بالتدليس

¹- عبد الله سليمان، شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم العام الجزء الأول، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر

2002، ص144

²- وليد كحول، جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري، مجلة المفكر جامعة محمد خيضر بسكرة العدد 11 ص

التقليد بالنسخ الكامل أو الشبه كامل للعلامة الحقيقية أو نقل الأجزاء الرئيسية منها بحيث تظهر العلامة المقلدة لجمهور المستهلكين مثل العلامة التجارية الأصلية ، فعلى خلاف القواعد المقررة في قانون العقوبات التي تفرض العنصرين لقيام الجريمة العنصر المادي والعنصر المعنوي، فإن جريمة التقليد تقوم على العنصر المادي فقط،¹ وهو اصطناع العلامة بغض النظر عن سوء نية المقلد فلا يشترط ضرورة توفر القصد الجنائي الخاص أو نية الاحتيال أو البحث في مدى توفر حسن نية مرتكب الفعل فالعنصر المادي لوحده كافي لقيام الجريمة .²

1/التقليد بالتشبيه ألتدليسي :وفيه يكون فعل التشبيه بطريقة التدليس لعلامة مملوكة للغير تجري محاكاتها عن طريق التغيير أو الإضافة للعلامة الأصلية ، بحيث يصعب التفريق بين كل منهما لوجود اللبس في ذهن المستهلك وهدف المقلد من هذه الجريمة خلق لبس بين المنتجات المغطاة بالعلامة الأصلية وتلك المشبهة وهذا من اجل الاستفادة من سمعة العلامة الأصلية .³

وفعل التشبيه قد حضي بالحماية الجزائية من قبل التشريع القديم ، إذ يبدو أن الأمر 57/66 المتعلق بالعلامات ، لم يستهدف في مقتضياته الجزائية إلا المعاقبة على هذا الفعل وحده، الذي يختلف عن التقليد فيتمثل في المحاكان أو التشبه الذي ينصب على الطابع الأساسي للعلامة الكفيل بخلق اللبس في ذهن المشتري ، وتتم المحاكاة عن طريق التغيير أو الإضافة أو التشويه للعلامة الأصلية بحيث يصعب التفريق بين كل منهما ، وتعتبر مسألة تقدير المحاكاة من عدمها من مسائل الواقع التي تدخل في إطار السلطة التقديرية لقضاة الموضوع، وتخضع الجريمة على ضوءه وعلى خلاف جريمة التقليد لركنين .

ركن مادي يتمثل في المحاكاة وركن معنوي يتمثل في القصد الجنائي أي قصد الغش لدى المحاكي

2/التقليد بوضع علامة تابعة للغير بطريق التدليس :التقليد في هذا النوع هو التقليد بالوضع تحت التدليس يتعلق الأمر بالمنتجات في حدي ذاتها ، بحيث يقدم للمستهلك منتجات تحمل علامة مملوكة للغير غير المنتجات المخصصة لها تلك العلامة تكون إذا

¹ - وهيبة لعوارم بن احمد،المرجع السابق ص 146

² - ميلود سلامي،المرجع السابق ص 168

³ - فرحة زراوي صالح،المرجع السابق ص 261

أمام علامة تجارية أصلية وليست مقلدة قام بتسجيلها الغير حسب الأصول المقررة بذلك إلا أن احد الأشخاص قام باستعمال ذات العلامة لتميز بضاعة أخر من ذات الصنف¹، فالتشبيه أو الوضع تحت التدليس يقوم إذا كان شخص يستل العلامة شخص أخر دون تقليدها أو تغيير جزء منها لأجل تضليل الجمهور وخداعه ، بان هذه البضاعة هي ذات البضاعة الصاحب الأصلي للعلامة إذا ثبت تشبيه للعلامة هو تشبيه غير قانوني ، ويكون كذلك عادة عندما يقوم القائم به بقلع الصورة أو البطاقات الملصقة بالمنتجات الأصلية ووضعها على بضائعه أو منتجاته المشابهة للمنتجات الأصلية ويكون حينها مرتكب لجريمة اغتصاب العلامة التجارية²، كما سماها الفقه *action en usurpation de marque* ويمكن متابعته جزائيا.

ثانيا :الاعتداءات غير المباشرة

وتتمثل هذه الاعتداءات في التقليد بالاستعمال (استعمال علامة مقلدة) بيع سلعة عليها علامة مقلدة بالنسخ التشبيه أو الوضع بالتدليس أو عرضها للبيع

1/ التقليد بالاستعمال : يقوم على استعمال التجاري للعلامة المقلدة بالنسخ لعلامات مطابقة أو المقلدة بالتدليس لعلامات متشابهة ، فيفترض فيها التقليد مسبق وبالتالي يعتبر مجرد استعمال علامة مقلدة جريمة في حد ذاتها

2/ بيع منتج عليه علامة مقلدة³ : يفترض في الفعل وجود بضاعة تحمل علامة مقلدة ثم القيام ببيع تلك البضاعة فمن قام بفعل البيع يعد مرتكبا لهذا الفعل الإجرامي سواء حقق البائع أرباحا أو لم يحقق ، وسواء تم البيع بسعر أقل من السعر الذي تحمله العلامة الحقيقية أو أكثر وسواء كانت السلع مصنوعة داخل الإقليم أو خارجه ، وسواء يراد بيعها داخله أو تصديرها لبيعها إلى الخارج⁴، ولا ينبغي وقوع الفعل أن تكون السلع المباعة ليست بذات درجة الجودة للبضائع المماثلة والتي تحملها العلامة الحقيقية أو حتى أفضل منها .

3/ عرض المنتجات المقلدة للبيع

¹ - صلاح سلمان الأسمر، العلامة التجارية في القانون الأردني والمصري، مكتبة دار الثقافة، الأردن 1986 ص 90-91.

² - سميحة القيلوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية للنشر، مصر 2005 ص220

³ - وهيبة لعوارم بن احمد، المرجع السابق ، ص150

⁴ -صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص414

تتحقق عن طريق وضع بضائع وفي واجهة المحل التجاري أو في داخله أو على رفوفه أو مجرد إرسال عينات أو نشرات من هذه البضائع ، كأن يتم وضعها في مخزن أو مستودع تمهيدا لنقلها إلى المحل التجاري أو فروعه ، سواء كان الحائز مالكا لهذه البضائع أو غير مالك إذ يستوي أن يكون الاعتداء على العلامة من مالك البضاعة أو غيرها وأي كان الغرض من عرضها سواء كان من أجل بيعها أو مجرد العرض ، ولا شك أن عرض بضائع تحمل علامة مقلدة للبيع هي واقعة مادية تستخلص من طرف الحال ، فبعد عرضها للبيع وضع البضاعة في محل تجاري أو في م لكان مفتوح للتجارة¹ ، ومعد لتقديم الأشياء القابلة للاستهلاك إلى المستهلكين كما بعد عرضا واقعة إدخال بضاعة في مدينة ما إذا حصل هذا الإدخال من تاجر أو لحساب تاجر وعرض هذه المنتجات في معرض قد لا يعد بذاته عرضا للبيع، ولكنه يعد على أية حال عرض غير ميداني.

الفرع الثالث: الركن المعنوي

جريمة تقليد العلامة كغيرها من الجرائم يجب أن يتوفر فيها ركن مادي واخر معنوي، وهذا الأخرى إما أن يكون قصد جنائي أي خطأ عمد ، وإما أن يكون خطأ غير عمد ناتج عن إهمال أو رعونة، كما يمكن أن يشترط القانون في بعض الجرائم قصد جنائيا خاصا إلى جانب القصد الجنائي العام وذلك من لخصوصية تلك الجرائم.

اختلافات التشريعات الوطنية حول ما إذا كانت سواء نية الفاعل شرطا من شروط قواعد الجريمة أم لا ، فذهب البعض إلى أن التقليد يعاقب عليه لمجرد وقوعه ولو انتفي القصد الجنائي ، جريمة التقليد لا تتطلب إلا ركنا واحد وهو استنساخ أو اصطناع العلامة ولا أهمية لحسن النية أو لانعدام القصد لدى المصطنع . بينما ذهب رأي آخر إلى أن القصد الجنائي يجب توفره لتمام جريمة التقليد بمعنى أنه لا بد أن يكون الفاعل عالما بأنه يقوم بتقليد علامة².

بالرجوع إلى التشريع الجزائري في المادة 26³ من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات نجد أن المشرع الجزائري لم يشر إلى القصد الجنائي من خلال هذه المادة وإنما ركز على

¹ صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، المرجع السابق، ص145

² سميحة القيلوبي المرجع السابق ص368

³ "يعد جنحة تقليد العلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستشارية للعلامة قام به الغير خرقا لصاحب العلامة".المادة

26 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات المرجع السابق

توفر الركن المادي لجنحة التقليد واعتبر جنحة التقليد كل عمل من شأنه أن يمس بحقوق صاحب العلامة المسجلة مهما كان هذا الفعل يشكل اعتداء مباشرا على العلامة أم كان من الأعمال غير المباشر مادام هذا العمل يمس بمصلحة صاحب العلامة¹، وهذا خلافا لما كان معمولاً به في ظل الأمر 57/66 الذي كان يستخدم تارة مصطلح "عن طريق التدليس" كما جاء في نص المادة 28 من الأمر 57/66 "...الذين يصنعون عن طريق التدليس على منتجاتهم أو على أشياء تابعة لتجارتهم، علامة هي في ملك الغير" ويستخدم تارة آخر مصطلح "عن قصد" كما نجد ذلك في نص المادة 29 من نفس الأمر الذين يبيعون أو يقدمون للبيع عن قصد منتجا واحدا أو عدة منتجات ملبسة بعلامة تجرى محاكاتها بطريق التدليس أو بيانات كافية لخداع المشتري عن نوع المنتج "ولعل الغرض من ذلك هو تسهيل عملية إثبات التقليد من طرف مالك العلامة المسجلة

وبهذا يكون المشرع الجزائري قد اعتبر جنحة التقليد من الجرائم المادية التي يكفي فيها وقوع ركنها المادي دونما حاجة للبحث عن ركنها المعنوي، ومع ذلك يبقى هذا النوع من الجرائم المادية من الجرائم التي يفترض فيها خطأ الجاني (ركن معنوي فلا يصح القول بأن جنحة التقليد لا تحتاج لقيامها إلى ركن معنوي بل الركن المعنوي فيها موجود و يكون مفترضا، أي لا يحتاج أي داعي لوجود التقليد إثبات الركن المعنوي وإنما ينتقل عبر إثبات انعدامه على عاتق القائم بالركن المادي للتقليد.²

¹-كحول وليد، المرجع السابق، ص488

²- كحول وليد، المرجع السابق، ص489

المبحث الثاني: المتابعة والجزاء في جريمة تقليد العلامات التجارية.

نظرا لخطورة مشكلة الاعتداء على العلامة التجارية والتي من طبيعتها إلحاق أضرار معتبرة لصاحبها من جهة ، وغش الجمهور من جهة أخرى. فقد رصد لها المشرع عقوبات جزائية وتعويضات مدنية يقع على المنتج والمستهلك معرفتها ، فالتعدي على العلامة التجارية المسجلة يعطي صاحب الشأن الحق في رفع دعوى جزائية ، يطالب فيها بعقاب المتعدي جزائيا وآخر مدنيا يطالب فيها بعقاب المعتدي مدنيا ، وفي الغالب ترفع الدعوى المدنية بالتبعية للدعوى الجزائية ولا يوجد ما يمنع أن ترفع كل دعوى بصورة مستقلة ، وفي خضم دراستنا لموضوع الجزاء في جريمة التقليد العلامة التجارية ، قبل الوصول أو التحدث عن الجزاء، سنتطرق إلى المتابعة الجزائية ، وذلك في المطلب الأول وفي المطلب الثاني سنتطرق إلى الجزاء المقرر لهذه الجريمة

المطلب الأول: إجراءات المتابعة الجزائية في جريمة تقليد العلامة التجارية

إن المقصود بالمتابعة الجزائية : تلك الإجراءات إلى يتمكن من خلالها المتضرر من الجريمة بموجب القانون من إقامة دعوى عمومية أمام القضاء الجزائي وللمطالبة بحقه والتي تبدأ من خلال تحريك الدعوى العمومية

الفرع الأول: أصحاب الحق في تحريك الدعوى العمومية

الأصل أن تحرك الدعوى العمومية من قبل النيابة العامة حسب مقتضيات المادة 01 من قانون الإجراءات الجزائية سواء من نفسها¹ أو بناء على شكوى مقدمة من قبل المتضرر² بتلك الجريمة

لكن تخوف من تماطلها في تحريك تلك الدعوى، أعطى هذا الحق للمتضرر ذاته بأن يرفع شكواه أمام السيد قاضي التحقيق للإدعاء أمامه مدنيا³، ويمكن التوجه من الجهة المقابلة إلى طريق التكليف بالحضور المباشر أمام المحكمة الجرح ، فالمبدأ أن هذا الطريق مستند من دراستنا لأن المادة 337 من قانون الإجراءات الجزائية حددت خمس حالات على

¹ - التي تنص في فقرتها الأولى "الدعوى العمومية لتطبيق العقوبات يحركها ويباشرها رجال القضاء او الموظفون المعهود إليهم بها بمقتضى القانون ."

² - وهذا ما تؤكدته الفقرة الثانية من المادة أعلاه "كما يجوز أيضا للطرف المضرور أن يحرك الدعوى طبقا للشروط المحددة في هذا القانون ."

³ - وهذا مانصت عليه المادة 72 من قانون الإجراءات الجزائية بالقول "يجوز لكل شخص يدعي انه مضرار بجريمة ، ان يدعي مدنيا بأن يتقدم بشكوى امام قاضي التحقيق المختص ."

سبيل الحصر لا يوجد بها حالة التقليد ولكن استثناء يمكن للمتضرر سلك هذا الطريق في حالة تحصله على ترخيص من النيابة العامة بذلك¹.

نقول إذن بعد أن يصبح الملف جاهز أو بكامل الأدلة التي جمعها رجال الضبطية القضائية يرسل إلى السيد وكيل الجمهورية الذي هو مطالب باتخاذ الإجراء المناسب لما يملك من سلطات بهذا الشأن².

أولاً: النيابة العامة

منح القانون سلطة لقضاة النيابة العامة بصفقتها ممثلة الحق في حماية النظام العام ومتابعة كل من ينتهك القانون بتحريك الدعوى ، التي تحركها وفقا لما يخولها وتقوم بمباشرة الدعوى العمومية بالنسبة لدعوى التي تحركها وفقا لما يخولها القانون أو تلك التي يحركها أشخاص آخريين، وهكذا نجد إلى جانب صاحب العلامة التجارية يمكن لوكيل الجمهورية أن يباشر دعوى التقليد كلما توفرت أركانها وتكاملت أوصافها ، وهذا ما تظهره الناحية العلمية بحيث تتدخل النيابة العامة سواء كطرف منظم في النزاع أو كخصم فيه³.

ثانياً: المتضرر

فبإمكان الضحية تحريك الدعوى طبقا للشروط المحددة لقانون ، فالطريق الاعتيادي هو أنه لا تصل هذه الجرائم إلى علم السلطات القضائية إلا عن طريقها ، باعتبار أن مالك العلامة هو وحده الذي يعرف جيدا علامته والمنتج الموضوع عليها . فلا يمكن للطرف المتضرر من الدعوى إلا تحريكها ، أما مصير مباشرتها ، فمن اختصاص النيابة لوحدها ولا يضع التنازل عن الشكوى حدا للمتابعة الجزائية، بل لا يسقط إلا حقه في التعويضات المدنية إذا تنازل عنها صراحة يعتبر متضررا من جريمة تقليد العلامة التجارية مالك العلامة ويمنح له الحق في رفع دعوى عمومية المتنازل له عن الحق في العلامة المرخص له باستعمال العلامة، بل حتى المستهلك العادي ونقابة العمال وجمعية المستهلكين كما ذهب إليه التشريع الفرنسي وتعرض لهذه الفئات تبعا⁴.

¹ - وهذا ما تؤكد المادة 337 في الفقرة الثانية بالقول "وفي الحالات الأخرى ينبغي الحصول على ترخيص النيابة العامة للقيام بالتكليف المباشر بالحضور ..."

² - مولاي ملياني بغدادي ، الإجراءات الجزائية في التشريع الجزائري ، المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر 1992 ص 20

³ - حمادي زبير ، الحماية القانونية للعلامات التجارية ، المرجع السابق ص 210

⁴ - وهيبه لعوارم بن أحمد ، المرجع السابق ، ص 253

1/صاحب العلامة :يحق لصاحب العلامة التجارية أو ورثته من بعد وفاته أو ممن آله إليه ملكيتها رفع دعوى جزائية لحماية الحق في ملكية العلامة¹ ، ويستفيد صاحب العلامة التجارية من هذه الحماية في فترة سريان السجل وذلك لمدة 10 سنوات تسري ابتداء من تاريخ إيداع الطلب ويمكن تجديد التسجيل لمدة 10 سنوات أخرى لفترات متتالية تسري ابتداء من اليوم الذي يلي تاريخ انقضاء التسجيل ، وهذا حسب مقتضى المادة 50 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات كما يجب الإشارة إلى أن المدعي في دعوى التقليد ليس بحاجة إلى إثبات الضرر ، فالعلامة تشكل حق يمنع كل اعتداء ويستوجب العقاب فيكفي أن يكون هناك مساس بحقه إذ يمكن لصاحب العلامة التجارية المسجلة الحق في رفع دعوى جزائية أمام المحكمة الجنائية، حيث يطالب فيها بعقاب المعتدي جزائيا و آخر حقوقية يطالب فيها بعقاب المعتدي مدنيا والمطالبة بالتعويض ، وفي الغالب ما ترفع الدعوى الحقوقية بالتبعية للدعوى الجزائية ولا يوجد مانع أن ترفع كل دعوى بصورة مستقلة².

2/المتنازل له على الحق في العلامة

ينص قانون العلامات في مادته 14"بمعزل عن التحويل الكلي أو الجزئي للمؤسسة يمكن نقل الحقوق المخولة عن طلب التسجيل أو تسجيل العلامة كليا أو جزئيا " ويعد انتقال الحق باطلا إذا كان الغرض منه تضليل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يتعلق على وجه الخصوص بطبيعة أو مصدر أو بطريقة صنع أو خصائص أو قابلية استخدام السلع أو الخدمات التي تشملها العلامة ، ويثبت الانتقال بدمج المؤسسات أو بأي شكل آخر لحلول المؤسسات بأي وثيقة هذا الانتقال للتشريع الذي ينظم الانتقال ويمكن للمتنازل له اللجوء للقضاء وتحريك الدعوى العمومية ضد كل شخص يمس بالحق في ملكية العلامة، لاسيما إذا تعلق الأمر بتقليد العلامة بشرط أن يكون عقد التنازل عن العلامة يمكنه من القيام بذلك.

3/المرخص له باستعمال العلامة:

¹- هذا عكس دعوى المنافسة غير المشروعة إذ يجوز لأي شخص له الحق في العلامة التجارية أن يرفعها والاستناد إلى قانون العقوبات ، تتقدم دعوى التقليد بمرور 3 سنوات كسائر الجنح من تاريخ قيام الأفعال المتسببة في ذلك لعدم النص على ذلك في قانون العلامات

²- وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق أعلاه ص256

هو كل شخص استفاد من رخصة استغلال علامة مملوكة للمرخص وهذه الرخصة بواسطتها يمنح صاحب العلامة للغير الحق في استغلال علامته كليا أو جزئيا بصورة استثنائية أولا وذلك بمقابل يكون في شكل إتاوات¹ وهو حق شخصي.

ويمكن للمرخص له أن يرفع الدعوى الجزائية غير أن ذلك مشروط بعدم ممارسة مالك العلامة هذه الدعوى بنفسه، حيث تنص المادة 31 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على انه "عدا في حالة النص بالعكس في عقد الترخيص يمكن للمستفيد من حق استثناء في استغلال علامة أن يرفع بعد الأعدار دعوى التقليد إذا لم يمارس المالك هذا الحق بنفسه"²

ثالثا : الجمارك

إضافة إلى أن للجمارك دورا بارز وبالغ الأهمية في ضمان نزاهة المبادلات وحماية المستهلك وتشجيع الاستثمار ومراقبة المنتجات لمدى مطابقتها للمقاييس المعمول بها ، ولهذا فهي تلعب دورا مهم في محاربة التقليد ، الذي أصبح يشكل حاجز في حسن السير .
الاقتصادي و الجبائي فهو من جهة يؤثر في نزاهة المنافسة وفي تشجيع الاستثمار ومن جهة آخر فهو يحرم خزينة الدولة من استحقاق القيمة الجبائية المحصلة من العلامة ، ولقد خول المشرع الجزائري لمصالح الجمارك صلاحية مصادرة البضائع الجزائرية أو الأجنبية المزيفة³ والتي من شأنها أن توهي بأن البضاعة الآتية من الخارج ذات منشأ جزائري وتتدخل مصالح الجمارك لقمع التقليد بحالتين :

- حالة التدخل التلقائي حيث تطالب في أي وقت من صاحب الحق العلامة

معلومات حول السلع متى تبين لها أن السلع مقلدة شريطة إخطاره فورا بقرار الوقف

-الحجز الجمركي بطلب مكتوب يقدمه صاحب الحق في العلامة الدارة الجمارك وفي إطار رقابتها تقوم بالحجز على السلع المزعم أنها مقلدة شرط تقديم دالة كافية لإقناع السلطات الجمركية على وجود تعدي وتقديم وصف دقيق للسلع المزعم وقوع التعدي عليها، وبناء على هذه المعطيات تصدر إدارة الجمارك قرار بوقف الإفراج على السلع

¹-فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص252

²- بو بشطولة بسمه، المرجع السابق، ص53

³- القانون رقم 98-07 المؤرخ في 21 يوليو 1979 المتضمن قانون الجمارك المعدل والمتمم، جريدة الرسمية عدد 30

صادرة في 24 يوليو 1979

الفرع الثاني: أشخاص المتابعة الجزائية

ترفع الدعوى التقليد ضد مرتكب جريمة التقليد بحث يكون فعل هذا الأخير تاما ذلك أن المحاولة أو الشروع لم ينص عليها القانون الخاص بالعلامات صراحة والأشخاص المتابعين هم المقلد (الفاعل الأصلي) والشريك¹.

أولاً: المقلد

هو فاعل الأصلي لجريمة تقليد العلامة التجارية وذلك بقيامه باستنساخ علامة التجارية استنساخ كلي أو جزئياً لعناصر الأساسية المكونة لها² أو تشبيهه ومحاكاة لها في مجموعها وكذا الذي يقوم باستيراد أو تصدير سلعة عليها علامات مقلد أو بيعها أو عرضها للبيع ، ولا يمكن رفع دعوى التقليد على الفاعل الأصلي لوحده إذ كان له شريك أو عدة شركاء

ثانياً: الشريك

لم يتطرق قانون العلامات 06/03 إلى النص على الشريك تارك الأمر إلى القواعد العامة للاشتراك (قانون العقوبات الجزائرية) ، ويعتبر شريكا في جريمة التقليد عند أشخاص للقيام بفعل واحد حيث يساهم كل واحد منهم بدور في تنفيذها ، ويشترط كذلك الرابطة المادية للجريمة لأن مجموع عمل هؤلاء الأشخاص يؤدي إلى تحقيق واقعة إجرامية واحدة³ ، ومنه فإن الشريك يشترط فيه العلم بأن العلامة المقلدة أو العلامة المراد تقليدها مسجلة وبالرجوع إلى المادة 42 ق العقوبات الجزائرية نجد أنها اعتبرت الشريك شخص ساعد أو عاون الفاعل الأصلي على ارتكاب الأفعال والمادة 43 اعتبر الشخص الذي يقدم مسكنه أو ملج⁴ أنه لاجتماع الأشرار الذين يمارسون الجرائم يأخذ حكم الشريك والمادة 44 من القانون السابق النشر جاء فيها أن الشريك له نفس العقوبات المقررة للجاني أو الفاعل الأصلي⁵.

¹-بسمة لعجال، المرجع السابق،ص30

²- وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص252

³- عبد الله سليمان، المرجع السابق، ص156

⁵- بسمة لعجال، المرجع السابق،ص30

الفرع الثالث: الاختصاص القضائي في دعوى التقليد

تكمن أهمية الاختصاص القضائي تبيان المحكمة المختصة التي تتمتع بصلاحيه التحقيق والحكم بمقتضى القانون ودعوى التقليد لذا تحاول تحديد المحكمة المختصة محليا ونوعيا للفصل في دعوى التقليد

أولا: المحكمة المختصة إقليميا

بعد تحديد المحكمة المختصة من بين باقي المحاكم أمر ضروري يتعين القيام به لمباشرة الإجراءات أمامها ويعتبر الاختصاص في المواد الجزئية ذو أهمية بالغة ، حيث ينص المشرع الجزائري على قاعدة عامة تتمثل في اختصاص المحكمة التي يقع في دائرتها مكان ارتكاب الجريمة لكن التساؤل يطرح حينما ترتكب جريمة مكان وتظهر في عدة أماكن أخرى كتقليد علامة تجارية في مكان معين ويتم بيع وعرض البضاعة التي تحمل العلامة المقلدة في أماكن أخرى، أجابت على هذا التساؤل المادة 329 من القانون 14/04 المعدل لقانون الإجراءات الجزائية¹ التي تنص على أنه " تختص محليا بالنظر في الجنحة محكمة محل الجريمة أو محل إقامة أحد المتهمين أو شركائهم أو محل القبض عليهم ولو كان هذا القبض قد وقع لسبب آخر ولا تكون محكمة محل حبس المحكوم عليه مختصة إلا وفق الأوضاع المنصوص عليها في المادتين 552-553 من نفس القانون ، كما تخص بالنظر في الجنح والمخالفات غير قابلة للتجزئة أو المرتبطة"

وبلاحظ من خلال نص المادة 329 من قانون الإجراءات الجزائية المعدل والمتمم أن المحكمة المختصة بجرائم العلامات التجارية هي محكمة مكان تقليد العلامة أي مقر المؤسسة أو الشركة أو المكان الخاص بتجارة التجار ، فالقاعدة العامة هي محكمة مكان ارتكاب الجريمة أو محل إقامة أحد من المتهمين أو شركائهم أما إذا وقع التقليد وغير الجاني مكان قصد بيع البضائع في مكان آخر و تم القبض عليه فمحكمة مكان القبض عليهم هي المختصة ولو كان القبض قد وقع لسبب آخر وإذا وجد ادعاء ضده في قضية أخرى وتبين من خلال المحاكمة أن هناك تقليد فالمحكمة المختصة هي المحكمة الناظرة في الدعوى الأصلية²، غير أنه يجوز تمديد الاختصاص المحلي للمحكمة إلى دائرة اختصاص محاكم

¹ - القانون رقم 04-14 المؤرخ في 10 نوفمبر سنة 2004، المعدل للأمر 66-156 المؤرخ في 08 يونيو 1966

المتضمن قانون الإجراءات الجزائية ، جريدة الرسمية عدد 71 ص104

² - بو بشطولة بسمة، المرجع السابق، ص56

أخرى عن طريق التنظيم أي ما يسمى (الأقطاب الجزائية المتخصصة) في جرائم المخدرات والجرائم المنظمة عبر الحدود الوطنية والجرائم الماسة بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات وجرائم تبييض الأموال والإرهاب والجرائم المتعلقة بالتشريع الخاص بالصرف وهذا ما كفله المرسوم 348-06¹ حيث توجد أربعة محاكم ذات اختصاص محلي موسع (بالجزائر - قسنطينة - وهران - ورقلة) حيث تختص بالجرائم السابق الذكر

ثانيا: المحكمة المختصة نوعيا

الأصل أن المحاكم ذات اختصاص عام في نظر جميع المنازعات باستثناء ما نص عليه القانون بنص خاص وفيها يخص المواد الجزائية ، فإن المحكمة تختص بالنظر في جميع الجناح بما فيها تقليد العلامة التجارية وبالرجوع إلى المادة 329 من قانون إجراءات الجزائية نجدها تنص على اختصاص محلي بحيث وهكذا يحق لكل محكمة أن تنظر في دعوى التقليد دون تحديد أي محكمة مختصة نوعيا².

المطلب الثاني: العقوبات المقررة في جريمة تقليد العلامة التجارية

يعد الجرائم الجنائي التبعة القانونية التي يتحملها الجاني مترتب على الجريمة التي ارتكبتها ، وقد تتمثل في عقوبة أصلية وعقوبة تكميلية تصدر بحكم قضائي في أعقاب محاكم جنائية وسيلتها دعوى عمومية

الفرع الأول: العقوبات الأصلية

يقصد بالعقوبات الأصلية كل عقوبة لا توقع إلا إذا نطق بها القاضي وحدد نوعها ومقدارها وهي السجن أو الحبس أو الغرامة المالية³.
والعقوبات الأصلية حسب المادة 05 من قانون العقوبات الجزائرية والخاصة بالجناح هي الحبس أكثر من شهرين إلى خمس سنوات والغرامة التي تتجاوز 2000 دج وكون جريمة التقليد للعلامة التجارية تعد جناح فإننا سننطلق من عقوبة الحبس ثم الغرامة⁴.

¹ - المرسوم التنفيذي رقم 348-06 المؤرخ في 05 أكتوبر 2005، تتمثل هذه المحاكم في محكمة سيدي أمحمد (الجزائر العاصمة) محكمة قسنطينة محكمة وهران محكمة ورقلة

² - حمادي الزبير، تقليد العلامات في القانون الجزائري ازدواجية في التجريم والعقاب؟ أم ازدواجية المعنى ، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني صادرة عن كلية الحقوق جامعة بجاية مجلة عدد 1 سنة 2010 ص255

³ - عبد الله سليمان، المرجع السابق، ص426

⁴ - وهيبه لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص334

والعقوبات المقررة لجنحة التقليد في البس من (6) أشهر إلى سنتين والغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار (2.500.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط وهذا ما هو مشار إليه في نص المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات فيعاقب كل من ارتكب جنحة التقليد بأية كيفية كانت سواء تقليد العلامة الأصلية أو باستعمال علامة مقلدة أو بيع أو عرض بيع منتجا واحدا أو عدة منتجات ملبسة بعلامة مقلدة¹ كما أضافت المادة 33 من نفس الأمر أنه يعاقب بالحبس من شهرين إلى سنة وبغرامة من خمس مئة ألف دينار (500000 دج) إلى مليوني دينار (2000.000 دج) أو بإحدى هاتين لعقوبتين فقط الأشخاص

هؤلاء الذين خالفوا أحكام المادة 3 من الأمر المتعلق بالعلامات وهم الأشخاص الذين لم يضعوا علامة على سلعهم أو خدماتهم ذلك لأن علامة السلعة أو الخدمة إلزامية لوضعها عليها مباشرة، وعند استحالة ذلك أي إذا لم تسمح طبيعة أو خصائص السلع من وضع العلامة عليها مباشرة، فتوضع على الغلاف أو الحاوية ولا ينطبق هذا الإلزام على السلع التي تحمل تسمية المنشأ.

هذا إضافة إلى أولئك الأشخاص الذين خالفوا أحكام المادة 4 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامة وهم الأشخاص الذين يستعملون علامة تجارية غير مسجلة عبر الإقليم الوطني، وكل شخص لم يقم بالتزامات التسجيل عليه أن يتمثل لذلك خلال سنة ابتداء من تاريخ سريان الأمر².

إذا يعتبر الحبس عقوبة أصلية للحرية ويقصد بها إيداع المحكوم عليه في إحدى المؤسسات العقابية المقررة في الحكم وقد اختلفت التشريعات الخاصة بالعلامة التجارية في مقدار عقوبة الحبس الواجب عرضه على مرتكب أي جريمة من جرائم الاعتداء على العلامة التجارية، وهذا الاختلاف يكون بحسب السياسة الجنائية المشرع في كل دولة، وتكيف جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري على أنها جنحة، والجنح يكون الحبس فيها حسب نص المادة 5 من قانون العقوبات³ السابق ذكرها وهكذا يعتبر الحبس

¹ حمادي زبير، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني المرجع السابق ص 214-215

² "تبقى التسجيلات التي تمت في ظل الأمر 66-57 المتعلق بالعلامات خاضعة له إلى غاية تجديدها وغير ذلك تلغى

أحكام الأمر بصفة رسمية" المادة 39 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات

³ المادة 05 من الأمر 66-156 المتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم المرجع السابق

عقوبة بها كل شخص سواء كان تاجر أم صانعا أم مقدم خدمات يرتكب أحد الأفعال المقررة قانونا بمثابة تعدي على ملكية العلامة المسجلة¹

أما الغرامة فهي عقوبة جزائية مالية تتمثل في إلزام المحكوم عليه بدفع مبلغ مالي مقدرا في الحكم تستحقه خزينة الدولة ، بعكس التعويض الذي يستحقه المضرور ، أما في مسألة المساهمة الجنائية ، فقد فرض القانون عقابا لشريك فضلا عن الفاعل وذلك في أي فعل من الأفعال التي تشكل اعتداء على العلامة التجارية ، وبالنسبة للأشخاص المعنوية فإنها تتحمل المسؤولية في التقليد بغرامة كما أن أفعال التقليد يمكن إثباتها بكافة طرق الإثبات، وللقاضي إمكانية الاستعانة بالخبرة فالمدعى في دعوى التقليد ليس بحاجة إلى إثبات الضرر الحالي ، فالعلامة تشكل حقا محمي من أي اعتداء يستوجب العقاب عليه يكفي فقط وجود مساس بحقه²

فالأصل أنه لا يجوز للقاضي كقاعدة عامة الحكم على المتهم بالحبس والغرامة معا إلا أن لهذه القاعدة استثناءات فيجوز للقاضي أن يقوم بتشديد العقوبات والجمع بين العقوبات بموجب هذا الأمر³ والتي أحالت إليها في قانون العقوبات ، والحكم بالعقوبة القصوى ويجوز مضاعفة العقوبة في حالة العود ويكن العود إذا كان قد صدر على المتهم خلال 05 سنوات السابقة حكم بارتكاب جنحة التقليد وأعادها أضف إلى ذلك أن المادة 209 من قانون العقوبات تجرم وتعاقب بالحبس والغرامة كل من قلد العلامات المعدة لوضعها باسم الحكومة أو أي مرفق عام على مختلف أنواع السلع أو البضائع أو استعمال هذه العلامات المزورة تقليد خاتم أو طابع أو علامة لأية سلطة أو استعمال الخاتم أو الطابع أو العلامة المقلدة ويجوز علاوة على ذلك الحرمان من الحقوق الممنوحة في المادة 14 ويعاقب على الشروع كالجريمة التامة⁴.

أما الظروف المخففة فتتمثل في تلك الوقائع التي تبيح للقاضي الحكم بعقوبة اخف من العقوبة التي قررها القانون للجريمة ، وهي وقائع متروكة أمر تقديرها للقاضي فيمكن له

¹ - حمادي زبير ، الحماية القانونية للعلامات التجارية ، المرجع السابق ص122

² - حمادي غالب الجغبير، المرجع السابق ص326

³ - صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا ص264

⁴ - بو بشطولة بسمة، المرجع السابق، ص60

أن يخفف العقوبة بمجرد إثبات وقوعها ، ونجد أن المشرع الجزائري لم ينص على أي ظرف مخفف بل اكتفى بمنح السلطة التقديرية للقاضي في تكيف الوقائع.

الفرع الثاني: العقوبات التكميلية

يلزم القاضي إضافة إلى العقوبات الأصلية أن يحكم بعقوبات تبعية إلى جانبها تتمثل في مصادرة الأشياء والوسائل المستعملة وإتلاف الأشياء محل الجنحة فضلا عن الغلق النهائي أو المؤقت للمؤسسة.¹

أولاً: مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات المستعملة

أوجبت المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات عند تطبيق عقوبة الحبس أو الغرامة على مرتكب جنحة التقليد أن تأمر بمصادرة جميع الأشياء والوسائل والأدوات المستعملة في أفعال التعدي على العلامة التجارية ، في حين أن المصادرة في الأمر 57/66 الملغى كانت أمر جوازي وليس وجوبي متروك لسلطة المحكمة المطروح أمامها الدعوى.²

والملاحظ أن صيغة الوجوب التي جاء بها نص المادة 32 من الأمر 06/03 التعلق بالعلامات في تطبيق عقوبة المصادرة بعد ثبوت جريمة التقليد ضد مرتكب الفعل وبعد الحكم عليه بعقوبة الحبس أو الغرامة يعد تشديد من المشرع ، إلا انه تشديد يبرره ما للعلامة التجارية من حساسية تتطلب سرعة التصرف،³ إذ أن قيمة العلامة التجارية في سمعتها فمن المعقول أن تأمر المحكمة بمصادرة كافة الأشياء والوسائل والأدوات المستعملة في ارتكاب أفعال التعدي على العلامة التجارية ، إذ أن ذلك من شأنه أن يساعد على إنقاذ سمعة العلامة من التدهور.⁴

وجدير بالذكر أن عقوبة المصادرة كعقوبة تكميلية هي عقوبة جوازية في عديد القوانين كالقانون الفرنسي والمصري والأردني.

¹ - محمد إبراهيم الوالي، قانون الملكية الفكرية في التشريع الجزائري ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 1983، ص120

² -ميلود سلامي، المرجع السابق،ص185

³ -صلاح زين الدين،العلامات التجارية وطنيا ودوليا ، المرجع السابق، ص268

⁴ -عبد الله الخشوم، المرجع السابق،ص217

ثانياً: الإلتلاف

يجب اعتبار أن الحكم بالإلتلاف في التشريع الوطني يعد أمر إلزامياً إلى جانب العقوبة الأصلية نظراً لصياغة النص القانوني إذ تنص المادة 32 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على أنه "يعاقب...مع إلتلاف الأشياء محل المخالفة" فللمحكمة المختصة أن تأمر بإتلاف كافة البضائع ومواد الإعلان واللوحات والطابع والأختام والأغلفة والآلات والأجهزة وغير ذلك من المواد المستعملة في ارتكاب الجرم¹.
و لا يخفى أن في إعطاء المحكمة سلطة التصرف بتلك البضائع والأشياء بالطريقة التي تراها مناسبة مراعاة للمصلحة العامة التي يحرص المشرع على تحقيقها ، ويحكم القاضي بالإلتلاف في جميع الحالات سواء وقع التقليد أم كان وشيك الوقوع ، أما إذا ثبت للمحكمة أن حالة تلك المواد على قدر كبير من الجودة فينبغي أن يكون الحكم غير إلتلاف كالأمر ببيعها وتوزيع ثمنها على المحتاجين أو الاستفادة منها كهبتها إلى إحدى جهات الإحسان.

ثالثاً: الغلق النهائي أو المؤقت للمؤسسة

تماشياً مع مسألة المسؤولية الجنائية لشخص الاعتباري ينص المشرع على عقوبة تكميلية أخرى ملزمة تتمثل في الغلق النهائي أو المؤقت للمؤسسة إضافة إلى العقوبات الأصلية، وهكذا في حالة الحكم على المتهم بعقوبة جزائية يقرر القاضي المطروح أمامه الدعوى غلق المؤسسة التي استعملت لتنفيذ الجريمة ، ويترتب على غلق المؤسسة منع المحكوم عليه من ممارسة النشاط (الصناعي والتجاري) في المحل ذاته الذي ارتكب الجريمة بمناسبة، ويكون غلق المؤسسة إما بصفة دائمة أو مؤقتة لمدة لا تزيد عن 5 سنوات في حالة الإدانة لارتكاب جنحة التقليد.

ويظهر أن المشرع لم يبين في المر المتعلق بالعلامات على غرار نظيره الفرنسي مصير عمال المؤسسة بعد قرار الغلق مؤقتاً كان أو نهائياً ، كما لم يحدد المدة القصوى التي لا يمكن تجاوزها في حالة الغلق المؤقت ، ومن ثم فإن الأمر متروك لسلطة المحكمة

¹ -صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص427 ومحمود على الراشدان المرجع السابق

التقديرية إلا انه تأسيسا على قانون العقوبات الجزائري ، وحسب نص المادة 16 مكرر¹ من يترتب على عقوبة غلق المؤسسة منع المحكوم عليه من ممارسة النشاط الذي ارتكبت الجريمة بمناسبةه ويحكم القاضي بخمس سنوات في حالة الإدانة لارتكابه جنحة التقليد كما يلاحظ في الامر 06/03 المتعلق بالعلامات انه لم يترك أية سلطة تقديرية للقاضي في اتخاذ العقوبات التكميلية بل يجب عليه الحكم بالإتلاف أو المصادرة الغلق النهائي او المؤقت للمؤسسة إلى جانب الحبس أو الغرامة كعقوبة أصلية².

¹-حمادي غالب الجعير ، المرجع السابق ص 335 وحمادي زويير المجلة الأكاديمية للبحث القانوني المرجع السابق

ص123

²-حمادي زويير، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني ،المرجع السابق ص124

الخاتمة.

من خلال دراستنا لموضوع الحماية القانونية للعالمة التجارية، يتبين لنا أن العالمية التجارية هي كل سمة قابلة لتمييز السلع والخدمات التي ينتجها أو يقدمها أشخاص مختلفون من مستثمرين صناعيين، تجار، ومقدمي خدمات، بغرض تعريفها للمستهلك، ولقد نظم أحكامها المشرع الجزائري بموجب الأمر 03-06، و الأصل أن درجة الحماية المكفولة للعلامة التجارية تتوقف في الأساس على أحكام القانون المنظم لها، وحتى ينال الحق في الحماية درجة عالية لا بد أن تحدد النصوص القانونية آليات ضمانها.

و رغم أن المشرع الجزائري لم يكفل أدنى حماية للعالمة غير المسجلة، سواء مدنية أو جزائية، إلا أن المنطق يفرض حماية الع لامة غير المسجلة من منطلق كل ضرر يستوجب التعويض حسب القواعد العامة في القانون المدني، فمن المفروض على المشرع ومسايرة لأغلب التشريعات العربية والأجنبية أن يضمن حماية مدنية للع لامة التجارية غير المسجلة، إذ ما كان هناك اعتداء عليها وهذا ما يدخل في إطار المنافسة غير المشروعة، التي تقوم على أساس المسؤولية التقصيرية، متى توافر الخطأ، والضرر، والعالقة السببية بينهما، أي أنه في حالة عدم وجود نص في قانون الع لامات نطبق الأحكام العامة الواردة في القانون المدني، و يلاحظ أن دعوى المنافسة غير المشروعة أكثر انتشارا في الأوساط التجارية من دعوى التقليد لكون هذه الأخيرة مقيدة بالحالات المنصوص عليها قانونا.

وبخصوص العلامة التجارية المسجلة التي تستوجب توافر التسجيل، وهو شرط أساسي تكاد تجمع عليه كافة التشريعات والاتفاقيات الدولية المتعلقة بالعالمات التجارية، و لقد لاحظنا أن الع لامة المسجلة تحظ في التشريع الجزائري بحماية مزدوجة ،حماية المدنية عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة، و ذلك للحصول على تعويض مناسب عن الأضرار اللاحقة، و تجنب الأفعال التي تعد من قبيل المنافسة غير المشروعة، إضافة إلى حماية جنائية عن طريق دعوى التقليد، ويكون ذلك برفع دعوى جزائية أو دعوى مدنية بالتبعية، وتعد جريمة التقليد مساس جسيم بالع لامة التجارية، تشمل الجريمة ركن شرعي يجرم الفعل، وركن مادي يتحقق به الفعل الإجرامي، وركن معنوي تثبت به النية الإجرامية.

ولقد أدرج القضاء مجموعة من الأسس والمعايير لتقدير التزوير، فالعبرة بأوجه الشبه بين العالمتين، و بالمظهر العام، و العبرة بالمستهلك العادي المتوسط الحرص، ولقد صدرت

في شأن ذلك العديد من القضايا متأرجحة بين إقرار وجود التقليد ونفيه، أما المحكمة المختصة بنظر الدعوى فهي محكمة محل الجريمة، أو محل إقامة أحد المتهمين، أو شركائهم، أو محل القبض عليهم مهما كان السبب .

ولما كانت العلامة التجارية معرضة لمخاطر التقليد والتزوير، فإن ذلك جعل الدول تسعى جاهدة إلى تبني نظام قانوني حمائي يكفل له عدم التعدي على العلامة التجارية وذلك بإصدار نصوص قانونية وطنية وإبرام اتفاقيات دولية لتسليط عقوبات على أفعال التعدي على العلامات التجارية، حيث أن أخطر الجرائم المرتكبة هي جرائم التقليد التي أضحت تؤثر سلباً على المنتجات، وتهدد سلامة وأمن المستهلك الاقتصادي

هذا وقد وفق المشرع الجزائري من خلال قانون العلامات 06/03 الجديد في وضع نظاماً هاماً لمواجهة أعمال التقليد وذلك بتحديد شروط الحماية القانونية للعلامة وتوفير الضمانات الكافية لمالكها حتى يتمكن من رد التقليد ومنعه في المستقبل، إضافة إلى تمكين من المطالبة بالتعويض عن الأضرار اللاحقة به.

وتتميز النظام الجديد لمواجهة التقليد بدقته وتنظيمه المحكم لجميع الوسائل التي يمكن أن يسعى إليها التاجر لحماية حقوقه على العلامة من وسائل تحفظية لإثبات التقليد ومنعه واتخاذ التدابير الحدودية اللازمة للحيلولة دون دخول منتجات تحمل علامات مقلدة لعلامته إلى الأسواق الجزائرية.

وفي الأخير يمكن تقديم الاقتراحات التالية :

- ضرورة تحيين قانون العلامات بما يتوافق مع التطور الحاصل في أشكالها من خلال إدراج علامات الصوت والرائحة والعلامات المجسمة ثلاثية الأبعاد.

- على المشرع الجزائري تنظيم الحماية المدنية للعلامات التجارية في إطار قانون أكثر تفصيلاً من خلال إدماج أحكام جديدة أكثر دقة في قانون العلامات تخص عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية لإضفاء حماية أكثر فعالية من خلال بيان التزامات المرخص له، والتي ترتب المسؤولية العقدية له في حال مخالفتها، وكذا توضيح صور الخطأ والتعدي على العلامة التجارية سواء في إطار تعاقدية أو في إطار أحكام المنافسة غير المشروعة وكذا عناصر التعويض تطبيقاً لنص المادة 124 من القانون المدني الجزائري

وجوب تنصيب الأقطاب القضائية المتخصصة ووجود قضاة ذو كفاءات عالية في مجال الملكية الصناعية عامة والعلامات التجارية خاصة للفصل في النزاعات المتعلقة بالعلامات

- يجب إعادة النظر في الجانب المتعلق بمعاينة الشريك في جريمة تقليد العلامة التجارية، وذلك في القانون الخاص بالعلامات وكذلك تمكين مالك العلامة غير المسجلة من رفع دعوى المنافسة غير الشرعية.

- القيام بتدريب وتطوير وسائل وآليات رجال الشرطة والجمارك وأعاون الرقابة بشكل مستمر داخليا وخارجيا لرفع كفاءتهم، واستحداث مصلحة تعنى بجريمة تقليد العلامة التجارية - العمل بجديق للقضاء على الأسواق الفوضوية ذلك أنها تعتبر المناخ المناسب لبيع وتداول المنتجات المقلدة، لغياب الرقابة فيها.

- ضرورة مساهمة وسائل الإعلام على اختلافها في النوعية بأهمية العلامة التجارية وضرورة تسجيلها، والتحذير من مخاطر التقليد وانعكاساته السلبية على المستهلكين ومالك العلامة والمنافسة المشروعة والاقتصادية وتوعية المستهلكين ودعوتهم للتعاون مع المصالح المعنية بمكافحة جريمة التقليد العلامة التجارية.

- كما ينبغي على المشرع الجزائري تشديد كل من عقوبة الحبس والغرامة المالية ، وهذا كله من أجل عدم تكرار هذه الجريمة من جديد (العود).

أولا: القوانين

1/الدستور

- دستو الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية سنة 1996: الجريدة الرسمية العدد 76 المؤرخ في 08 ديسمبر 1996.معدل ب:القانون رقم 03/02 المؤرخ في 10 أبريل 2002 الجريدة الرسمية العدد 25 المؤرخ في 14 أبريل 2002 والقانون رقم 19/08 المؤرخ في 15 نوفمبر 2008 الجريدة الرسمية العدد 63 المؤرخ في 16 نوفمبر 2008 والقانون رقم 01/16 المؤرخ في 06 مارس 2016 يتضمن التعديل الدستوري الجريدة الرسمية العدد 14 المؤرخ في 07 مارس 2016 .

2/ الأوامر :

- الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات, الجريدة الرسمية الصادرة في 23 يوليو 2003 العدد 44 تاريخ النشر 23 يوليو سنة 2003 .

- الأمر رقم 58/75 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 هـ الموافق ل 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون المدني, المعدل والمتمم الجريدة الرسمية العدد 101 تاريخ النشر 19 ديسمبر 1975

- الأمر رقم 59/75 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 هـ الموافق ل 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون التجاري, المعدل والمتمم الجريدة الرسمية العدد 101 تاريخ النشر 19 ديسمبر 1975

- الأمر رقم 57/66 المؤرخ في 27 ذو القعدة عام 1385 هـ الموافق ل 19 مارس 1966 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية الجريدة الرسمية العدد 23

-الأمر 156/66 المؤرخ في 18 صفر 1386 الموافق ل 08 يوليو لعام 1966 المتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم بموجب القانون 23/06 المؤرخ في 20 ديسمبر 2006 الجريدة الرسمية الصادرة في 11 يونيو 1966 عدد 49

-الأمر 48/66 المؤرخ في 25 فيفري 1966 المتضمن انضمام الجزائر إلى اتفاقية باريس المؤرخ في 20 مارس 1883 المتعلق بحماية الملكية الصناعية المعدل والمتمم الصادر في

الجريدة الرسمية بتاريخ 25 فيفري 1966 عدد 16-قانون رقم 02/04 مؤرخ في 05 جمادى الأولى عام 1425 هـ الموافق ل 23 يونيو سنة 2004,يحدد القواعد المطبقة على

الممارسات التجارية الجريدة الرسمية العدد 41 تاريخ النشر 27 يوليو سنة 2004

3/ القوانين

- قانون رقم 08-09 المؤرخ في 25 فيفري 2008 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية الجريدة الرسمية عدد 21، الصادرة في 23 أبريل 2008
- القانون رقم 12-06 ال 12 مؤرخ في يناير سنة 2012 المتعلق بالجمعيات جريدة الرسمية عدد 02 صادرة في 15 يناير سنة 2012
- القانون رقم 04-14 المؤرخ في 10 نوفمبر سنة 2004، المعدل للأمر 66-156 المؤرخ في 08 يونيو 1966 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية ، جريدة الرسمية عدد 71- القانون رقم 98-07 المؤرخ في 21 يوليو 1979 المتضمن قانون الجمارك المعدل والمتمم، جريدة الرسمية عدد 30 صادرة في 24 يوليو 1979

ثانيا: الكتب والرسائل العلمية و الجامعية

1/ الكتب:

- أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائري العام، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع الجزائر طبعة 2003
- حمد ي غالب الجغبير، العلامات التجارية، الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية ، لبنان 2012،
- حمد مصطفى غرب، المنافسة غير المشروعة في مجال الإعلانات التجارية، دار النهضة العربية، مصر، دون سنة نشر
- حمادي زبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية الطبعة الأولى منشورات الحلبي الحقوقية لنشر والتوزيع لبنان 2012
- جمال الدين بن منظور، لسان العرب دار الفكر لبنان 1992،
- زينة غانم عبد الجبار الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، الطبعة الأولى ، دار الحامد للنشر والتوزيع الأردن 2002
- سميحة القيلوبي، الملكية الصناعية ،دار النهضة العربية للنشر ،مصر 2005

- صلاح سلمان الأسمر، العلامة التجارية في القانون الأردني والمصري، مكتبة دار الثقافة الأردن 1986،
- صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة لنشر والتوزيع، الطبعة الثانية عمان 2010،
- _____، العلامات التجارية وطنيا ودوليا الطبعة الأولى دار الثقافة للنشر والتوزيع الأردن 2006
- عبد الرزاق ال سنهوري: الوسيط في شرح القانون المدني حق الملكية الجزء الثامن دار إحياء التراث العربي لبنان
- عبد الرحمان بربارة، شرح قانون الإجراءات المدنية والإدارية، طبعة الثانية دار منشورات البغدادى الجزائر 2009
- عبد الله حسين الحشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، طبعة الثانية، دار هومة للنشر 2008-
- عبد الله سليمان، شرح قانون العقوبات الجزائري القسم العام الجزء الأول، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2002،
- علاء عزيز حميد الجبوري عقد الترخيص، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع الأردن 2011
- فرحة زراوي صالح: الكامل في القانون التجاري (المحل التجاري والحقوق الفكرية) دار ابن خلدون لنشر والتوزيع القسم الأول الجزائر 2001
- فاضلي إدريس المدخل إلى الملكية الفكرية (الملكية الأدبية والفنية والصناعية) ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 2007-
- محمد الشريف الجرجاني، كتاب التعريفات، دار الكتاب العلمية، لبنان، 1995
- محمد سلمان الغريب، الاحتكار والمنافسة الغير مشروعة، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، مصر 2004.
- محمد على الرشدان، العلامات التجارية الطبعة الأولى دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة الأردن 2009
- معين فندي الشناق، الاحتكار والممارسات المقيدة، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع الأردن، 2010

- محمد مصطفى عبد الصادق: الحماية القانونية للعلامات التجارية إقليمي ودوليا (دراسة مقارنة) دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع مصر 2011
- مولاي ملياني بغدادي ، الإجراءات الجزائية في التشريع الجزائري، المؤسسة الوطنية للكتاب ،الجزائر 1992-
- محمد إبراهيم الوالي، قانون الملكية الفكرية في التشريع الجزائري ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 1983
- هدى جعفر ياسين الموسوي ، الترخيص الإجباري باستغلال براءة الاختراع الطبعة الأولى ، دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع الأردن 2012
- وهيبه العوارم بن أحمد: جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري مكتبة الوفاء القانونية .الصيغة الأولى مصر.
- 2 /الرسائل العلمية والمذكرات**
- أطروحة الدكتوراء**
- ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانوني الجزائري والاتفاقيات الدولية أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتورا في العلوم القانونية فرع قانون خاص قسم الحقوق كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة باتنة 2012/2011
- مذكرات الماستر**
- بسمة بوبشطولة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق تخصص قانون الأعمال جامعة محمد لمين دباغين سطيف -2- 2015/2014-
- رحيمة بن قية: النظام القانوني للعلامات في التشريع الجزائري مذكرة مقدمة لنيل مذكرة ليسانس في الحقوق تخصص قانون أعمال جامعة محمد خيضر بسكرة 2016/2015
- سميحة لعجال، جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الحقوق تخصص قانون، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2017/2016
- عصام بن فضة ، الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل مذكرة شهادة ماستر في الحقوق تخصص قانون أعمال جامعة محمد خيضر بسكرة 2016/2015
- هناء قماري ودليلة هداهدية ,دعوى المنافسة غير مشروعة , مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص قانون أعمال جامعة 08 ماي 1945 قالمة,

3/ المجلات العلمية :

-حمادي الزبير، تقليد العلامات في القانون الجزائري ازدواجية في التجريم والعقاب؟ أم ازدواجية المعني ، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني صادرة عن كلية الحقوق جامعة بجاية مجلة عدد 1 سنة 2010

- رمزي حوحو وكاهينة زاوي التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري (مجلة المنتدى القانوني) جامعة محمد خيضر , بسكرة, العدد الخامس مارس 2006

- بن يسعد عدراء،حماية العلامة التجارية من التقليد ،مجلة العلوم الإنسانية ،جامعة قسنطينة،عدد46 المجلد أ ديسمبر2016،

- مجبر محمد، التقليد في مفهوم الاجتهاد القضائي على ضوء قرارات التقليد، مجلة المحكمة العليا عدد خاص التقليد، قسم الوثائق 2012

- وليد كحول ،جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري ،مجلة المفكر جامعة محمد خيضر بسكرة العدد11

الفهرس

الشكر

الإهداء

مقدمة -أ-

.....6	المبحث التمهيدي: الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية
.....6	المطلب الأول: مفهوم العلامة التجارية
.....6	الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية
.....6	أولاً: التعريف اللغوي للعلامة .
.....7	ثانياً: التعريف الاصطلاحي للعلامة
.....10	الفرع الثاني: تمييز العلامة التجارية عن المفاهيم المقاربة لها
.....10	أولاً: العلامة التجارية والعلامات الجماعية
.....10	ثانياً: العلامة التجارية والاسم التجاري
.....11	ثالثاً: العلامة التجارية والعنوان التجاري
.....12	رابعاً: العلامة التجارية والنموذج والرسم الصناعي.
.....12	خامساً: العلامة التجارية وتسمية المنشأة
.....13	سادساً: العلامة التجارية وبراءة الاختراع
.....13	المطلب الثاني: شروط اعتماد العلامة التجارية
.....13	الفرع الأول : الشروط الموضوعية لاعتماد العلامة التجارية
.....13	أولاً: أن تكون العلامة جديدة
.....14	ثانياً: أن تكون العلامة مميزة
.....15	ثالثاً: أن تكون العلامة مشروعة
.....16	الفرع الثاني: الشروط الشكلية لاعتماد العلامة التجارية

.....16.....	أولاً: إيداع طلب تسجيل
.....17.....	ثانياً: فحص الإيداع
.....17.....	ثالثاً: التسجيل والنشر
.....20.....	الفصل الأول: الحماية المدنية للعلامات التجارية
.....21.....	المبحث الأول: الآليات المدنية الموضوعية لحماية العلامة التجارية
.....21.....	المطلب الأول : المسؤولية العقدية المترتبة عن الاعتداء على الحق في العلامة التجارية
.....21.....	الفرع الأول: عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية
.....22.....	أولاً: تعريف عقد الترخيص
.....23.....	ثانياً: انعقاد عقد الترخيص باستعمال العلامة
.....24.....	الفرع الثاني: آثار عقد الترخيص باستعمال العلامة
.....24.....	أولاً: الحق في الفسخ :
.....25.....	ثانياً: الحق في التعويض
.....25.....	المطلب الثاني : المسؤولية التقصيرية المترتبة عن الاعتداء على حق العلامة التجارية
.....26.....	الفرع الأول : الأساس القانوني للمسؤولية التقصيرية المترتبة عن المساس بالحق في العلامة
.....27.....	الفرع الثاني: شروط قيام المسؤولية التقصيرية المترتبة عن الاعتداء على الحق في العلامة والجزاء المترتب عنها
.....28.....	أولاً : شروط قيام المسؤولية التقصيرية المترتبة عن الاعتداء على الحق في العلامة
.....32.....	ثانياً: جزاء قيام المسؤولية التقصيرية المترتبة عن الاعتداء على الحق في العلامة
.....34.....	المبحث الثاني: الآليات المدنية الإجرائية لحماية العلامة التجارية
.....34.....	المطلب الأول: دعوى المنافسة غير المشروعة
.....34.....	الفرع الأولى: أصحاب الحق في رفع دعوى المنافسة غير مشروعة

.....35.....	أولاً: مالك العلامة
.....36.....	ثانياً: المسوقين والمستهلكين
.....37.....	الفرع الثاني: الجهة القضائية المختصة
.....37.....	أولاً: الاختصاص المحلي
.....39.....	ثانياً: الاختصاص النوعي
.....40.....	الفرع الثالث: آثار دعوى المنافسة غير المشروعة
.....40.....	أولاً: وقف الاعتداء
.....41.....	ثانياً: التعويض
.....41.....	المطلب الثاني : الدعوى الإستعجالية كآلية مدنية لحماية العلامة
.....41.....	الفرع الأول: الإجراءات التحفظية
.....42.....	الفرع الثاني : شروط إجراءات تحفظية
.....43.....	الفرع الثالث: إجراءات الحجز والوصف
.....43.....	أولاً: إجراءات الوصف المفصل
.....44.....	ثانياً : إجراءات الحجز
.....47.....	الفصل الثاني : الحماية الجزائية للعلامات التجارية
.....48.....	المبحث الأول: طبيعة وأركان جريمة تقليد العلامة
.....48.....	المطلب الأول: مفهوم جريمة تقليد العلامة التجارية
.....48.....	الفرع الأول: تعريف تقليد العلامة التجارية
.....49.....	أولاً: تعريف التقليد لغة
.....49.....	ثانياً : التعريف الاصطلاحي للتقليد
.....49.....	ثالثاً: تقليد العلامة فقها وقانونا
.....51.....	الفرع الثاني: أسس تقدير التقليد
.....52.....	أولاً: العبر بأوجه الشبه بين العلامتين

.....52	ثانيا: العبرة بتقدير المستهلك المتوسط للعلامتين الواحدة تلو الأخرى
.....53	المطلب الثاني: أركان جريمة التقليد العلامة التجارية
.....53	الفرع الأولى: الركن الشرعي لجريمة تقليد العلامة التجارية
.....54	أولا :الأساس القانوني لجريمة التقليد العلامات في قانون العقوبات
.....56.....	الفرع الثاني : الركن المادي
.....56.....	أولا: الاعتداء المباشر
.....58.....	ثانيا :الاعتداءات غير المباشرة
.....59.....	الفرع الثالث: الركن المعنوي
.....61	المبحث الثاني: المتابعة والجزاء في جريمة تقليد العلامات التجارية.
.....61	المطلب الأول: إجراءات المتابعة الجزائية في جريمة تقليد العلامة التجارية
.....61	الفرع الأول: أصحاب الحق في تحريك الدعوى العمومية
.....62.....	أولا: النيابة العامة
.....62.....	ثانيا: المتضرر
.....64.....	ثالثا : الجمارك
.....65.....	الفرع الثاني: أشخاص المتابعة الجزائية
.....65.....	أولا: المقلد
.....65.....	ثانيا: الشريك
.....66	الفرع الثالث: الاختصاص القضائي في دعوى التقليد
.....66.....	أولا: المحكمة المختصة إقليميا
.....67.....	ثانيا: المحكمة المختصة نوعيا
.....67	المطلب الثاني: العقوبات المقررة في جريمة تقليد العلامة التجارية
.....67.....	الفرع الأول: العقوبات الأصلية
.....70.....	الفرع الثاني: العقوبات التكميلية

.....70	أولاً: مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات المستعملة
.....71	ثانياً: الإلتلاف
.....71	ثالثاً: الغلق النهائي أو المؤقت للمؤسسة
.....74	الخاتمة.
.....77	أولاً: قائمة المصادر
.....78	ثانياً: قائمة المراجع

الملخص

تناولنا في هذه المذكرة موضوع من مواضيع الملكية الصناعية التجارية وهو الحماية القانونية العلامة والتي لا تتحقق إلا باستقاء الشروط لاعتمادها، سواء كانت موضوعية حيث يجب أن تتوفر في العلامة شرط التميز ، وهو أن تكون العلامة لها صفة فارقة عن غيرها من العلامات المماثلة لها، وكذا أن تكون جديدة لم يسبق استعمالها أو تسجيلها من قبل، أما فيما يتعلق بمشروعية العلامة فيجب أن لا تكون مخالفة لنص قانوني أمر أو للنظام العام والآداب العامة، إضافة إلى قيام صاحب العلامة بالإجراءات اللازمة والتي يمكن اعتبارها شروطا شكلية تتمثل في الإيداع وفحص الطلب ليتم بعد ذلك تسجيل العلامة ونشرها في النشرة الرسمية الخاصة بالعلامات.

بعد اكتساب الحق في العلامة يأتي الدور على القانون لحماية هذا الحق مدنيا وجزائيا، وتتجسد آليات حماية هذا الحق مدنيا من خلال آليات مدنية موضوعية تتمثل في أحكام المسؤولين سواء العقدية أو التصديرية نتيجة التعدي على سمعة العلامة أو غيرها من صور الخطأ وآليات مدنية إجرائية تتمثل أساس في القضاء وذلك برفع دعوى على أساس المنافسة غير المشروعة للمطالبة بالتعويض عن الضرر وكذا له الحق أيضا في رفع دعوى استعجاليه في حالة إذا كان عنصر الاستعجال متوفر للقيام بإجراء تحفظي . كما تتجسد حماية هذا الحق جزائيا من خلال التطرق إلى طبيعة جريمة التقليد العلامة التجارية والتعرف على أسس تقدير هذا التقليد لتبيان أركان هذه الجريمة بشكل واضح المتمثل في الركن الشرعي والركن المادي والركن المعنوي ، هذا ما يؤدي إلى اتخاذ إجراءات المتابعة في هذه الجريمة وعلى إثر ذلك يتم تحديد العقوبات أو الجزاء المقرر لهذه الجريمة

Summary

In this note, we discussed a topic of industrial industrial property which is the legal protection mark, which cannot be achieved except by the conditions for its adoption, whether objective, where the mark must be in the condition of excellence, that the mark has a distinguishing feature from other similar marks, And the validity of the mark shall not be contrary to the provisions of the law or the public order and public morals, in addition to the owner of the mark necessary procedures, which can be considered formal conditions of

filing and examination of the request to be followed Brand generation and dissemination in their own official signs newsletter.

After acquiring the right to the mark, it is up to the law to protect this right, both civil and criminal.

The mechanisms for protecting this right are civil through objective civil mechanisms, which are the provisions of the responsibility, whether contractual or tortuous, as a result of infringing on the reputation of the mark or other forms of error and procedural civil mechanisms that are fundamental in the judiciary by instituting a lawsuit on the basis of unfair competition to claim compensation for the damage, Shall also have the right to bring an urgent action in the event that the element of urgency is available for a precautionary measure.

The protection of this right is also criminalized by addressing the nature of the crime of trademark imitation and identifying the bases of appreciation of this tradition to clearly identify the elements of this crime, namely, the legal corner, the physical location and the moral pillar. This leads to follow-up action in this crime. Define penalties or penalties for this crime.