



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة مولود معمري - تيزي وزو -
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق نظام (ل.م.د)



العلامة التجارية بين الحماية المدنية والحماية الجزائية

مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون
تخصص: قانون الأعمال

إشراف الأستاذ:

د/ بوفراش صفيان

إعداد الطالبين:

- بوسوال كريمة

- إبعوشن سوهيلة

لجنة المناقشة:

الأستاذ: زواني بلحسن، أستاذ محاضر "ب" جامعة مولود معمري، تيزي وزو، رئيسا.

الأستاذ: بوفراش صفيان، أستاذ محاضر "أ" جامعة مولود معمري، تيزي وزو، مشرفا.

الأستاذ: شيهاني عمر، أستاذ مساعد "أ" جامعة مولود معمري، تيزي وزو، ممتحنا.

السنة الجامعية: 2020 - 2021

الشكر والتقدير

اللهم لك الحمد والشكر على ما قدرته بنعمك علينا إننا نسألك خير دعاء، خير نجاح، وخير عمل وخير ثواب.

نتقدم بالشكر الجزيل وعظيم الامتنان لأستاذنا الفاضل المشرف على هذه المذكرة الأستاذ "بوفراش صفيان" نشكره على ما قدمه لنا من عون ونصح وإرشاد وتوجيه وعلى صبره علينا لحين إتمام هذا العمل.

ولا يفوتنا أن نوجه تحية شكر وعرقان لكل من مدّ لنا يد العون والمساعدة وساهم ولو معنويا في إخراج هذا البحث إلى النور لكم جميعا نقدم شكرنا وتقديرنا واحترامنا.

كريمة وسوهيلة

إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع:

إلى أغلى ما عندي في الوجود "أمي" التي وهبتني الحياة، وربّنتني نعم التربية، نبع الحنان والعطف حفظها الله وأطال في عمرها.

إلى أعمدة البيت إخواني: محمد، سعيد، بلقاسم حفظهم الله لنا.

إلى أختي "سامية" وزوجها وأولادها: "هاجر"، "طاهر"، "إيلين" حفظهم الله.

إلى أختي "لويزة" حفظها الله لي.

إلى الشخص الغالي على قلبي، رفيق دربي الذي كان سند لي في مشوار عملي وحياتي أطلب الله أن يحفظه لي.

إلى كل الأصدقاء المقربين.

إلى أختي وصديقتي الغالية على قلبي "سيليا" حفظها الله.

إلى من شاركتني هذا العمل الصديقة "سوهيلة".

إلى كل من تسعهم ذاكرتي لم تسعهم مذكرتي.

كريمة

إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع:

إلى أغلى ما عندي في الوجود "أمي" العزيزة حفظها الله وأطال في عمرها.

إلى من أحسن تربيته "أبي" حفظه الله وأطال في عمره.

إلى أختي نورة وزوجها وأولادها: "سعيد"، "يannis"، "بلال"، "إيلين".

إلى أختي نادية وزوجها وأولادها: "مياس"، "عبد المالك"، "إسلام"، "نيليا".

إلى أخي بلعيد وزوجته.

إلى أخي ياسين.

إلى من شاركتني هذا العمل "كريمة" وعائلتها.

إلى كل الأصدقاء والأحباء.

سوهيلة

قائمة المختصرات

ج.ر: جريدة رسمية.

د.ط: دون طبعة.

د.س: دون سنة.

ص: صفحة.

مقدمة

في العصر الحديث بعد تبني العديد من الدول نظام الاقتصاد الرأسمالي، الذي يقوم على مبدأ الحرية الاقتصادية في إمتلاك وسائل الإنتاج، أصبح بإمكان الشركات الترويج لمنتجاتها وتوزيعه في مختلف أنحاء العالم، بالإضافة إلى إزدياد حدة المنافسة وخوف الشركات من عمليات التقليد لمنتجاتها التي تكبدها خسائر كبيرة، اضطرت إلى إبتكار علامات تضعها على منتجاتها، وتوزعها في مختلف أنحاء العالم. وهذه العلامات تعد وسيلة ضمان للمنتج والمستهلك معا، فهي تمنع إختلاط منتجات تحمل علامة معينة بمنتجات مماثلة تحمل علامة أخرى، كما تساهم في تكوين الثقة في منتجات تحمل علامة موثوق بها. وللحيلولة دون ظهور سلع متشابهة، إتجه المنتجون إلى إستخدام العلامة التجارية للتعريف بمنتجاتهم، والسعي إلى الاتقان في الصنع والحفاظ على العملاء، وإستمرار جودة المنتجات بما يضمن الصمود أمام المنافسين¹.

فالعلامة التجارية هي التي يتخذها الصانع أو التاجر شعار لمنتجاته، أو بضائعه لتمييزها عن المنتجات الأخرى، فهي الوسيلة المهمة التي يلجأ إليها الصانع أو التاجر لضمان المستهلك، وتمكنه من التعرف على سلعة وعدم التضليل فيها.

فالعلامة التجارية تشكل عنصر أساسي من عناصر الملكية الصناعية، فهي تهدف إلى نجاح المشروع التجاري وتشكل قيمة مادية هائلة، فهي تحتل مكانة مميزة بين حقوق الملكية الصناعية.

كانت العلامة التجارية بمثابة الوسيلة التي تستخدم لغرض تمييز المنتجات عن غيرها في الأسواق، فقد أصبحت اليوم هي التي تقوم بتسيير صورة المؤسسة مع زبائنها، فالعلامة

¹ - شعبان نعيمة، سابغ نبيلة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو،

تعتبر المحرك الأساسي في نجاح أي مشروع إقتصادي لارتباطه بها، وقد أصبحت أهم وسيلة للتسويق والمنافسة المشروعة على المستوى المحلي والعالمي.

نظرا لأهميتها على المستوى الإقتصادي من جهة وأهميتها بالنسبة للمستهلك، لا بد من وجود وسيلة لحمايتها من الاعتداء عليها بأي شكل من الأشكال، فتسجيل العلامة لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية تعتبر الوسيلة المثلى لحمايتها القانونية.

إنّ الجزائر لم تشهد تطورا لمفهوم العلامة التجارية إلا بعد الانفتاح الاقتصادي وولوج إقتصاد السوق في أواخر القرن الماضي، والحرية التجارية التي كرسها دستور 1989¹، ومن ثم تعديل دستور 1996²، وآخره تعديل الدستور لسنة 2020³، وترجم ذلك على مستوى القوانين.

عرفت الجزائر أول قانون للعلامة التجارية بموجب الأمر رقم 66-57 المؤرخ في 19/03/1966⁴، واتسم بدور متواضع في حماية العلامات التجارية التي ورثت في أغلبها عن العهد الاستعماري، ولم يكن يستقطب الاهتمام آنذاك، ولم يتوفر له المجال أصلا لتفعيل أحكامه، نظرا للنهج الاقتصادي الذي إعتدته الجزائر المتمثل في سياسة الاقتصاد الموجه

¹ - أنظر الدستور 1989، الصادر بموجب المرسوم الرئاسي رقم 89-18، مؤرخ في 28 فيفري 1989، يتعلق بنشر نص التعديل الدستوري الموافق عليه بموجب إستفتاء 23 فيفري 1989، ج ر عدد 09، الصادرة بتاريخ 01 مارس 1989.

² - أنظر المادة 37 من دستور الجزائر لسنة 1996 الصادر بموجب المرسوم الرئاسي، رقم 438/96 مؤرخ في 07/12/1996، يتضمن إصدار نص الدستور 1996، ج ر عدد 76، الصادرة في 08/12/1996، متم بموجب قانون رقم 03/02 مؤرخ في 10/04/2002، يتضمن تعديل الدستور ج ر عدد 25، الصادرة في 14/04/2002، معدل ومتم بموجب قانون رقم 19/08 مؤرخ في 15/11/2008، يتضمن التعديل الدستوري، ج ر عدد 63 الصادرة في 16/11/2008

³ - أنظر المادة 61 من الدستور 2020، الصادر بموجب المرسوم الرئاسي، رقم 20-442، مؤرخ في 30 ديسمبر 2020، يتعلق بإصدار التعديل الدستوري المصادق عليه في إستفتاء أول نوفمبر 2020 في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، ج ر، عدد 82، الصادرة في 30/12/2020.

⁴ - الأمر رقم 66-57، مؤرخ في 19 مارس 1966، يتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، ج ر عدد 23، الصادرة في 22 مارس 1966.

الذي احتكرت بموجبه الدولة كافة المجالات الاقتصادية والعمليات والأنظمة التجارية والخدماتية.

وذلك بخلاف بقية الدول العربية على رأسها مصر، التي أعدت أول قانون للعلامات التجارية سنة 1954.¹

بعد تبني الجزائر لإقتصاد السوق الذي رافقه تحرير التجارة الخارجية وفتح مجال الشراكة مع الرأسمال الأجنبي، تم على إثره السماح بدخول الشركات الأجنبية التي جلبت معها علاماتها التجارية، مما إستدعى شروعا في تحديث أنظمتها وقوانينها الداخلية، لتوافق التطور الحاصل على المستوى الدولي، ومنه بادرت بإلغاء الأمر رقم 66-57 السالف الذكر، وذلك بموجب الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19/07/2003.²

نظرا لأهمية العلامة التجارية بالنسبة لإقتصاد دول وبالنسبة للمستهلك فإنها تحظى بحماية، وعليه يمكن التساؤل عن الحماية التي أقرها المشرع الجزائري للعلامة التجارية في الجزائر؟.

وللإجابة على هذه الإشكالية لابد من التعرض للقواعد المنظمة للعلامة التجارية في القانون الجزائري (الفصل الاول)، ومن ثم لأوجه الحماية المقررة للعلامة التجارية في القانون الجزائري (الفصل الثاني).

¹ - سماح محمدي، الحماية القانوني للعلامة التجارية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في القانون، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2016، ص 04.

² - الأمر رقم 03-06، مؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بعلامات، ج ر عدد 23، الصادرة في 23/07/2003.

الفصل الأول

القواعد المنظمة للعلامة التجارية

في القانون الجزائري

الفصل الأول

القواعد المنظمة للعلامة التجارية في القانون الجزائري

تعتبر العلامة التجارية مقوم أساسي في المعاملات التجارية، فهي تهدف إلى تمييز المنتجات عن غيرها في الأسواق، كما تعتبر ضماناً لحماية المستهلكين وتسهل عليهم الحصول على المنتجات المطلوب شرائها، فالعلامة التجارية تعتبر وسيلة من وسائل المنافسة المشروعة بين الصناع والمنتجين ومقدمي الخدمات¹.

وتكمن أهمية العلامة التجارية في اعتبارها ضمان للجودة وأداة للدعاية والإعلان لفائدة مالكيها². لذلك تستدعي دراسة الحماية القانونية للعلامة التجارية، التطرق المسبق لتعريف العلامة التجارية وأنواعها، ثم كيفية تسجيلها والآثار المترتبة على هذا التسجيل، ذلك أن تسجيل العلامة التجارية يعتبر شرطاً ضرورياً لإضفاء الحماية القانونية عليها، لا سيما الحماية الجزائرية.

وبناء على ما سبق فسوف نستعرض ضمن هذا الفصل لمبحثين نخصص الأول لماهية العلامة التجارية (المبحث الأول)، فيما نتناول تسجيل العلامة التجارية وأثاره (المبحث الثاني).

¹ - محمود علي الرشدان، العلامات التجارية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2009، ص 11.

² - سماح محيي، الحماية القانونية للعلامة التجارية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة، 2015/2016، ص 12.

المبحث الأول

ماهية العلامة التجارية

تعدّ العلامة التجارية إحدى العناصر الأساسية في المجال التجاري الذي يعتبر ركيزة اقتصاد كل دولة¹، فهي إحدى الوسائل العامة المعتمد عليها في إطار التنافس التجاري. كما أنها تميز المنتجات عن غيرها، فهي تسمح للجمهور بمعرفة أصل المنتج الذي سيشتريه أو الخدمة التي يطلبها، ومن خلالها يستطيع الزبون أن يتجنب أي خداع أو غش.

وعليه سنتعرض في (المطلب الأول) لمفهوم العلامة التجارية وأنواعها وفي (المطلب الثاني) لخصائص وشروط صحة العلامة التجارية.

المطلب الأول

مفهوم العلامة التجارية وأنواعها

في الواقع لقد اختلف كثير من الكتاب في إعطاء تعريف محدد متفق عليه بين فقهاء القانون التجاري والمهتمين بموضوع العلامات التجارية، وعليه نوضح في هذا المطلب التعريفات الفقهية للعلامة التجارية (الفرع الأول) ونبين أنواع العلامة التجارية (الفرع الثاني).

الفرع الأول

تعريف العلامة التجارية

لقد تعددت التعاريف التي قدّمت للعلامة التجارية، إذ نجد منها تعاريف تشريعية (أولاً)، وأخرى فقهية (ثانياً).

¹ - حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، دون دار النشر، بيروت، لبنان، 2012، ص 19.

أولاً: التعريف التشريعي للعلامة التجارية:

لقد اختلفت التشريعات في تعريف العلامة التجارية، بحيث نجد منها:

أ- التشريع الفرنسي:

لقد عرّف المشرع الفرنسي العلامة التجارية بمقتضى القانون رقم 07/91 المؤرخ في 04 جانفي 1991¹ المتعلق بالعلامة الصناعية، التجارية أو الخدمة، على أن: "علامة المصنع، التجارة أو الخدمة رمز قابل للتمثيل الخطي تستعمل لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي.

يمكن القول أن المشرع الفرنسي لم يعتمد في تعريفه للعلامة التجارية على الأشكال التي تتخذها، إذ لم يبين هذا التعريف أيّ دور للعلامة التجارية بالنسبة للصانع أو التاجر بالنسبة للمشتري، بل اكتفى بالإعتراف لكل شخص طبيعي أو معنوي أن يتخذ علامة معينة، بشرط أن تكون قابلة للتمثيل والرّسم البياني، كما أكد على ضرورة قدرة العلامة على تمييز المنتجات، ولم يوضّح إذا كان التمييز يخص جميع المنتجات والخدمات، أو يعني فقط المنتجات والخدمات المماثلة والتي ينتجها أو يقدمها أشخاص آخرون.

ب- التشريع الأردني:

لقد عرف المشرع الأردني العلامة التجارية بأنها إشارة ظاهرة يستعملها أو يرد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره².

¹- 1-Loi n°91-17, du 04 janvier 1991, relative aux marques de fabrique, de commerce ou de service. www.légifrance.fr.

²- أوّسن حنان، الحماية القانونية للعلامة التجارية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016، ص13.

ج- التشريع المصري:

لقد عرّف المشرع المصري العلامة التجارية ضمن نص المادة 63 من القانون رقم 82 لسنة 2002 المتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية¹، بنصه: "العلامة التجارية هي كل ما يميز منتجا سلعة كان أو خدمة عن غيره، وتشمل على وجه الخصوص الأسماء المتخذة شكلا مميزا، والإمضاءات والكلمات والحروف، والأرقام، والرسوم، والرموز، وعناوين المحال، والدمغات، والأختام، والتصوير، 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 للغابات، أو لمستخرجات الأرض، أو أي بضاعة، وإما للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات، وفي جميع الأحوال بتعين أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر".

ويؤخذ على المشرع المصري في هذا القانون ما نص عليه بضرورة أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر، وذلك يعني أن العلامة لا بدّ أن ترى وتدرّك بالبصر، في حين أنه يوجد علامات صوتية لا تدرّك بالبصر، كما هو الشأن في النغمات الصوتية أو الموسيقى².

د- التشريع الجزائري:

قدم المشرع الجزائري تعريفا للعلامة التجارية في نص المادة 02 الفقرة الأولى من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامة التجارية³ والتي نصت على: "العلامات كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام، والرسومات

¹ نظم المشرع المصري أحكام العلامات التجارية ضمن الباب الأول من الكتاب الثاني من قانون حماية الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002 المنشور بالجريدة الرسمية عدد 22، الصادرة في 2002/07/02.

² حمد مصطفى عبد الصادق مرسي، الحماية القانونية للعلامات التجارية، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، فرع بني سويف، 2004، ص13.

³ الأمر رقم 06/03، المؤرخ في 2003/07/19، المتعلق بالعلامات التجارية، السالف الذكر.

أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها، والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره".

ويلاحظ من هذا التعريف أن المشرع الجزائري أخذ بالمفهوم الواسع للعلامة التجارية لأنه أدخل ضمن نطاقها علامات السلع التي توضع على المنتجات، سواء تلك التي قام التاجر بصنعها أو التي يقوم ببيعها، كما شمل علامة الخدمة التي نص عليها لأول مرة ضمن الأمر **03-06** المتعلق بالعلامات التجارية السالف الذكر.

كما أن المشرع الجزائري لم يفرق ضمن هذا التعريف بين العلامة التجارية التي يضعها التاجر على البضاعة التي يقوم ببيعها، والعلامة الصناعية التي يضعها المصنع على السلعة التي يقوم بإنتاجها، وذلك راجع للاختلاف بينهما في التعريف فقط، دون القواعد القانونية وذلك لخضوعهما لنظام قانوني موحد¹.

وبالرجوع للأمر رقم 66-57² المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية الذي كان سائدا قبل إلغائه بالأمر 03-06، فقد نصت المادة الثانية منه على أنه "تعتبر علامة المصنع أو علامات تجارية أو علامات خدمة: الأسماء العائلية أو الأسماء المستعارة أو التسميات الخاصة أو الاختيارية أو المبتكرة والشكل المميز للمنتجات أو شكلها الظاهر والبطاقات والأغشية والرموز والبصمات والطابع والأختام، وطوابع الرسوم المميزة والأشرطة والحواشي وتركيبات أو ترتيبات الألوان والرسوم والصور، أو النقوش الناتئة والحروف والأرقام والشعارات، وبصفة عامة جميع السمات المادية التي تصلح لتمييز المنتجات أو الأشياء أو الخدمات لكل مؤسسة".

¹ - سلامي ميلود، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والإنفاقيات الدولية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011/2012، ص14.

² - الأمر رقم 66-57، المؤرخ في 19/03/1966، المتعلق بعلامات المصنع و العلامات التجارية، السالف الذكر.

ومن خلال هذا التعريف يتّضح أن المشرّع الجزائري ذكر الأشكال التي يجوز أن تتخذ علامة تجارية على سبيل المثال لا الحصر وهو ما يفهم من عبارة "..... وبصفة عامة جميع السمات التي تصلح لتمييز المنتجات....." وبذلك فإن العلامة التجارية يمكن أن تتخذ أشكالا أخرى لم ينص عليها هذا الأمر¹.

ثانيا: التعريف الفقهي.

نجد من بين التعريفات التي قدمها الفقهاء للعلامة التجارية، تعريف الدكتور مصطفى كمال طه الذي عرفها: «العلامة التجارية هي التي يتخذها الصانع أو التاجر شعار لمنتجاته تميزها عن غيرها من المنتجات المماثلة»².

وعرفها الأستاذ البريت شارين «العلامة هي إشارة محسوسة توضع على المنتج أو ترافقه من أجل تمييزه عن المنتجات المشابهة للمنافسين».

كما قدّم الدكتور صلاح زين الدين تعريفا لها على أنها: 'كل إشارة أو دلالة مميزة يتخذها الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة لتمييز صناعته أو بضاعته أو خدماته عن مثيلاته التي يضعها ويتاجر بها ويقدمها للآخرين"³.

الفرع الثاني

أنواع العلامة التجارية

تختلف العلامة التجارية باختلاف موضوعها والغاية من إستعمالها، ف فيما يخص موضوعها إمّا تكون علامة صناعية أو تجارية أو علامة الخدمة، أمّا فيما يخص الغاية من استعمالها، إمّا تكون علامة أصلية أو احتياطية أو مانعة أو علامة جماعية. وقد اعتبر المشرع الجزائري ضمن الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات أن كل من علامة السلعة

¹ - سماح محيي، مرجع سابق، ص 15.

² - أوّشن حنان، مرجع سابق، ص 15.

³ - المرجع نفسه، ص 15.

(التجارية والصناعية) وعلامة الخدمة يجب أن تكون إلزامية¹. وهو ما فعله كذلك المشرع المصري ضمن قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم 82-2002.

وعليه نتعرض للعلامة التجارية حسب موضوعها (أولاً)، ومن ثم للعلامة التجارية حسب الغاية من إستعمالها (ثانياً)، ومن ثم لأنواع العلامات التجارية التي تبناها المشرع الجزائري (ثالثاً).

أولاً: أنواع العلامات حسب موضوعها.

إنّ موضوع العلامات التجارية يمكن أن يكون بغرض تمييز المنتجات الصناعية أو تمييز السلع التجارية أو الخدمات، وبالتالي تصنف العلامات التجارية حسب هذا المعيار إلى ما يلي²:

1- علامة المصنع:

هي العلامة التي يستعملها الصانع على المنتجات الصناعية، أو المنتجات التي تكون نهائية أو أولية³، وهذه الأخيرة يمكن أن تحصل علامة خاصة بها، لهذا فالصانع الذي ينتج المنتج النهائي معتمداً على تلك المواد الأولية، يمكن أن يرفق منتوجه بعلامة تسمى بالعلامة المرفقة.

غير أنّ الناحية العملية لهذه الوضعية يمكن أن تخلق نزاعات بين صاحب العلامة المرفقة وصاحب العلامة الأصلية.

¹ - المادة 03 من الأمر 06/03، المؤرخ في 2003/07/19، المتعلق بالعلامات، السالف الذكر.

² - حمادي زوبير، مرجع سابق، ص 46.

³ - مرجع نفسه، ص 46.

أما المشرع الجزائري فقد جعل علامة المصنع إلزامية، إذ ألزم الصانع بوضع علامة على منتجاته، حتى ولو في الحالة التي يتولى المنتج فيها تسويق منتجاته بنفسه¹، إذ تعد علامة المصنع إلزاما يقع على عاتق الصانع، سواء كان المصنع تابعا للقطاع العام أو القطاع الخاص، وسواء كانت مؤسسة تقوم ببيع هذه المنتجات أو المتاجرة بقطع غيرها².

2- العلامة التجارية:

المقصود بها تلك العلامة التي يستخدمها التاجر على البضائع والسلع التي يتعامل بها، ويهدف التاجر من جراء ذلك لفت إنتباه الجمهور إلى تلك البضائع أو السلع من إنتاجه أو إنتاج غيره.

وينبغي أخذ البضائع أو السلع في هذا المقام بمفهومها الواسع أي سواء كانت ناتجة من عمل صناعي أو من عمل تجاري أو من عمل زراعي أو من استثمار للغابات أو مستخرجات الأرض³.

وهذه العلامات عكس علامات المصنع تعد اختيارية إلا إذا تقررت إلزاميتها بموجب قرارات بالنسبة للمنتجات التي تحددها تلك القرارات، غير أن المشرع لم يوفق في جعل العلامات التجارية اختيارية بالنسبة للتاجر، إذ أن من مصلحة التجار تشخيص منتجاتهم لإتاحة التعرف بها وجذب الزبائن إليها، كما أنه بوسيلة التشخيص هذه يمكن للمستهلك متابعة التاجر في حالة السلع الرديئة التي تشتري وتسبب له ضررا، لهذا كان من الأحسن لو قرّر المشرع الجزائري إلزاميتها⁴.

¹ - أنظر المادة 01 من أمر رقم 66-57، المؤرخ في 19/03/1966، المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، السالف الذكر.

² - حمادي زوبير، المرجع السابق، ص 47.

³ - صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، الطبعة الثالثة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2015، ص 72.

⁴ - حمادي زوبير، مرجع سابق، ص 48.

3- علامة الخدمة:

تستخدم علامة الخدمة من التجار الذين يقدمون خدمات للجمهور، والهدف هو إبراز الخدمة بشكل محسوس، مثل بطاقة على حقائب المسافرين، وتقترب هذه العلامة من الاسم التجاري ويحصل بينهما لبس أحيانا، فهي الإشارة التي يستخدمها مقدم خدمة معينة، لتمييزها عن الخدمات التي يقدمها الآخرون.

توضع علامة الخدمة على الأشياء التي يستخدمها المشروع ولا تظهر على المنتجات، كما توضع رمزا على ملابس العاملين؛ مثال العلامة المميزة لشركة خطوط الجوية الجزائرية Air-Algérie باللون الأحمر، فهذه العلامة توضع على الطائرات وسيارات نقل المسافرين وأدوات الطعام وأزياء العاملين، عادة ما تستعمل هذه العلامة لدى منشآت السياحة ومنشآت الدعاية والإعلان.

اعتبر المشرع الجزائري هذه العلامات نوعا من أنواع العلامات التجارية بنصه في المادة 02 فقرة 01 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات السالف الذكر: "... تستعمل كلّها لتمييز سلع أو خدمات..."¹.

ثانيا: أنواع العلامات حسب الغاية من إستعمالها.

إنّ صاحب المشروع الاقتصادي قد يستعمل علامة تجارية أو أكثر بأحد الهدفين، إمّا بصفة احتياطية، أو بهدف منع الغير من التعدي على علامته، لذا يمكن أن نقسم العلامات التجارية من حيث الغاية من إستعمالها إلى ما يلي:

1- العلامة الأصلية:

يقصد بها تلك العلامة التي يطلب صاحبها تسجيلها، ويقوم باستغلالها فعلا، ومن حقه إضافة أو تعديل هذه العلامة أو تحسينها، ويجب عليه إتباع إجراءات تسجيل العلامة

¹ - أمنة صامت، المسؤولية الجزائرية في جرائم العلامات التجارية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أبو بكر بقايد، تلمسان، الجزائر، 2018/2017، ص 32.

الأصلية، لأجل تسجيل الإضافات الجديدة وتنطبق على تسجيلها ذلك الإجراءات والشروط الشكلية والموضوعية وبذلك تتحول العلامة إلى شكل آخر¹.

2- العلامة الاحتياطية:

يقصد بها تلك العلامة التي يطلب صاحبها تسجيلها لأجل إستغلالها في الوقت الحاضر، وإنما إستغلالها إما في إنتاج قادم سيقوم بإنتاجه أو لادخارها للمستقبل عوضا عن العلامة التي كان يستغلها وتسقط بسبب أحد أسباب السقوط كإنتهاء المدة أو صدور حكم من المحكمة يقضي ببطانها، غير أن هناك من الدول من يمنع مثل هذه العلامات.

أما المشرع الجزائري فقد اتخذ موقفا وسط بإشترط إستغلال صاحب المشروع الاقتصادي للعلامة التجارية خلال سنة من تسجيلها، وإلا فإنّ التسجيل لا ينتج آثاره وقد وفق المشرع الجزائري بإباحة إستغلال مثل هذه العلامات لكن في مدة مقيدة لأن ذلك سيكون حافز للتجار والصنّاع للإسراع بتقديم منتجاتهم أو المتاجرة بها أو تقديم خدماتهم التي ينوون القيام بها، مما قد ينعش الاقتصاد الوطني².

3- العلامة المانعة:

يقصد بالعلامة المانعة، العلامة التي يتم تسجيلها من قبل شخص معيّن، لا لغايات إستعمالها في الحال أو المآل، بل بقصد منع غيره من إستعمالها أو تسجيلها مستقبلا، وبعبارة أخرى، فإن هدف من يسجل علامة مانعة ليس القيام باستعمالها على منتجات أو بضائعه أو خدماته، وإنما يهدف من ذلك التسجيل إلى الحيلولة بين الغير وبين تسجيل أو استعمال تلك العلامة لسبق تسجيلها، وبذلك يكون صاحب العلامة المانعة قد استفاد من أثر التسجيل المتمثل في استنثاره بها ومنع الغير من التعدي عليها بأي صورة من الصور.

¹ - حمادي زوبير، مرجع السابق، ص 49 - 50.

² - المرجع نفسه، ص 50.

غالباً ما تكون العلامة المانعة، نماذج مشتقة و قريبة من علامة أو علامات تجارية مسجلة ومستعملة بقوة من صاحبها. فيلجأ إلى تسجيل علامات كهذه لكي يتجنب منافسة غير محقة متوقعة من الغير إذا ما استعمل نماذج عامات قريبة الشبه من علاماته، خاصة إذا ما علامته المسجلة والمستعملة ذات شهرة محترمة¹.

4- العلامة الجماعية:

يقصد بها العلامة التي يستعملها شخص إعتباري لتصديق مصدر بضائع ليست من صنعه أو المواد المصنوعة منها أو جودتها أو طريقة إنتاجها أو الدقة المتبعة في صنعها أو غير ذلك من مميزات وخصائص تلك البضائع، والهدف من هذا النوع من العلامات هو إظهار أن البضائع التي وضعت عليها هذه العلامة قد جرى فحصها وتصديقها من قبل الجهة الاقتصادية مالكة العلامة الجماعية².

كما أخضع المشرع الجزائري العلامات الجماعية زيادة على الشروط العامة إلى شروط خاصة بها، إذ يجب على الهيئة أو الجماعة التي تطلب حماية علامة جماعية أن يكون بها نظام معين، كما يجب أن يتوفر في نظام العلامة الجماعية اسم الجماعة أو اسم محلها وعنوان العلامة أو بيان مركزها واسم الشخص المرخص بتمثيلها إلى جانب قائمة الأعضاء المرخص لهم بإستعمالها، والشروط المتعلقة بهذا الاستعمال، وتعد العلامات غير قابلة للتنازل، لكن يمكن لأي شخص عضو في الهيئة أن يستعملها. أما بالنسبة لاستغلالها من طرف الغير فيشترط الإذن المسبق³.

¹ - صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص 77-78.

² - مرجع نفسه، ص 74.

³ - حمادي زوبير، مرجع سابق، ص 52-53.

ثالثا: أنواع العلامات التجارية في التشريع الجزائري.

تعرض المشرع الجزائري لأنواع العلامات التجارية في الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، السالف الذكر وتتمثل في:

1- العلامة التجارية:

تعدّ وسيلة التجار والصناع لجلب الزبائن، وتقترن في ذهن المستهلك بمستوى معين ويطلق على هذه العلامة أيضا "علامة التوزيع" هي علامة تميز صانع معين، مثل علامة جنرال موتورز الأمريكية¹. ومثال عن الجزائر علامة sim.

2- علامة الخدمة:

هي تلك العلامة التي يتخذها المشرع رمزا مميزا للخدمات التي يؤديها وقد جعلها المشرع الجزائري إلزامية لكل سلعة أو خدمة مقدمة ببعض بيعت وعرضت للبيع على أنحاء التراب الوطني².

3- العلامة المشهورة:

هي العلامة التي تتجاوز حدود البلد الأصلي، التي سجلت فيه، فشهرتها تصبح عالمية وتكون لتعريف الجمهور بهذه العلامة.

كما توجد علامات أخرى منها: علامة المصنع، العلامة المحجوزة وكذا العلامة المانعة والعلامة الوقائية³.

4- العلامة الجماعية:

تعتبر العلامة الجماعية حسب نص المادة 02 فقرة 02 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامة التجارية أنّ: « العلامة الجماعية هي كل علامة تستعمل لإثبات المصدر

¹- أوثن حنان، مرجع سابق، ص 20.

²- حسين مبروك، المدونة الجزائرية، دار هومة للنشر، الجزائر، بدون سنة النشر، ص 107.

³- أوثن حنان، مرجع سابق، ص 20.

والمكونات والإنتاج أو كل ميزة مشتركة للسلع وخدمات مؤسسات مختلفة عندما تستعمل هذه المؤسسات تحت رقابة مالكيها».

وقد جاءت المادة 22 من نفس الأمر «يحق لذي شخصا معنوي خاضع للقانون العام أو الخاص أن يملك علامة جماعية طبقا لما تم تحديده في المادة 02 فقرة 02»¹.

المطلب الثاني

خصائص العلامة التجارية

تعد العلامة التجارية وسيلة الضمان للمنتج والمستهلك في آن واحد، فهي تمنع إختلاط منتجات تحمل علامة معينة بمنتجات مماثلة تحمل علامة أخرى. فالعلامة تساعد المستهلك بعدة طرق فهي تعطي لمحة عن خصائص السلعة التي يشتريها وتساعدته لتمييز بين السلع.

فالعلامة التجارية خصائص مختلفة نجد منها الخصائص العامة (الفرع الأول) والخصائص الخاصة (الفرع الثاني).

الفرع الأول

الخصائص العامة للعلامة التجارية

إنّ العلامة التجارية تتميز بخصائص عامة نجد منها الطابع الإلزامي للعلامة التجارية (أولا)، والطابع الفردي (ثانيا)، وإستقلالية العلامة التجارية عن المنتج أو الخدمة (ثالثا)، وأن العلامة التجارية مال منقول معنوي (رابعا).

¹ - الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19/07/2003، المتعلق بالعلامات، السالف الذكر.

أولاً: الطابع الإلزامي للعلامة التجارية.

كانت العلامة التجارية من قبل اختيارية حسب الأمر رقم 66-57¹ غير أن الأمر 06-03 ألغى هذا الأمر ونص في المادة الثالثة منه على أن العلامة التجارية علامة إلزامية.

ثانياً: الطابع الفردي.

باعتبار العلامة التجارية ملك شخصاً واحداً طبيعياً أو معنوياً فإنها ذات طابع فردي وهذا ما أكدته إتفاقية باريس، لحماية الملكية الصناعية التي تنص على الطابع الفردي وكذلك الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، بمعنى متطلبات الحياة خلقت وضعيات مشتركة وهنا تطبق أحكام الملكية الشائعة المنصوص عليها في القانون المدني².

ثالثاً: إستقلالية العلامة التجارية عن المنتج أو الخدمة.

للعلامة التجارية طبيعة مستقلة عن المنتج أو الخدمة المطلقة عليه، فحسب المادة الثامنة من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات أنه «لا تكون طبيعة السلع أو الخدمات التي تشملها العلامة بأي حال من الأحوال عائقاً أمام تسجيل تلك العلامة»³. فتلك العلامة الواردة على المنتج غير مشروع يمكنه أن يرفع دعوى تقليد ما دام حقه على العلامة مقبول⁴.

رابعاً: العلامة التجارية مال منقول معنوي.

العلامة التجارية هي مال منقول من نوع خاص، فهي أحد العناصر المعنوية غير المحسوبة للمحل التجاري، حيث للعلامة التجارية مميزات من حق الملكية في المنقول⁵.

¹ - أنظر المادة 01 من الأمر رقم 57/66، المؤرخ في 19/03/1966، المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، السالف الذكر.

² - شعنان نعيمة، سايف نبيلة، مرجع سابق، ص 9-10.

³ - أنظر المادة 08 من الأمر 06-03، المؤرخ في 19/07/2003، المتعلق بالعلامات، السالف الذكر.

⁴ - شعنان نعيمة، سايف نبيلة، مرجع سابق، ص 10.

⁵ - المرجع نفسه، ص 10.

الفرع الثاني

الخصائص الخاصة للعلامة التجارية

لكي تكون العلامة التجارية نموذجية وناجحة وكاملة الأوصاف لتحضى بالقبول من المستهلكين وتساهم في ترويج المنتج أو الخدمة، ولكن تكون الدقة في الاختيار لتتناسب هذه العلامة ما يتناسب النشاط المرغوب فيه، يجب على العلامة التجارية أن تكون تتصف بـ:

- البساطة في الحجم (ذات حجم بسيط).
- مبتكرة خالية المعنى اللغوي.
- سهلة التذكر.
- سهلة النطق.
- بسيطة التصميم.
- بسيطة الشكل وتكون قابلة للتسجيل ولا تحمل عناصر محظورة لتسجيلها¹.

¹ - محمد حسين، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985، ص 540.

المبحث الثاني

تسجيل العلامة التجارية وأثاره

حسب نص المادة الرابعة من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات السالف الذكر، أنه لا يمكن إستعمال علامة لسلع أو خدمات عبر الإقليم الوطني، إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها عند المصلحة المختصة¹.

تحضى العلامة التجارية بالحماية القانونية في كل أنحاء العالم، وعلى غرار التشريعات المقارنة أكد المشرع الجزائري على ضرورة تسجيل العلامة التجارية لدى المصلحة المختصة وهي المعهد الوطني للملكية الصناعية، لكي تحضى بالحماية، ولكي تقوم المسؤولية الجزائرية في حق مرتكب الجرائم على العلامات التجارية. كما يجب أن تكون هذه العلامة ذات صفة مميزة وأن تكون جديدة وأن تسجل في المصلحة المختصة. وعليه سنتطرق في (المطلب الأول) لتسجيل العلامة التجارية وفي (المطلب الثاني) للأثار المترتبة على تسجيل العلامة التجارية.

المطلب الأول

تسجيل العلامة التجارية

لحماية العلامة التجارية إقليميا ودوليا لا بد من أن تكون هناك حماية قانونية تعطى لها، ويشترط أن تتوافر العلامة على الشروط الشكلية وعلى الشروط الموضوعية التي حددها المشرع الجزائري ضمن الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، ولتبيان هذه الشروط نتطرق إلى الشروط الشكلية في (الفرع الأول) والشروط الموضوعية في (الفرع الثاني).

¹ - إذ نصت المادة 04 من المادة الأمر 03-06، المؤرخ في 2003/07/19، المتعلق بالعلامات، السالف الذكر، على "لا يمكن إستعمال أي علامة لسلع أو خدمات عبر الإقليم الوطني، إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها عند المصلحة المختصة".

الفرع الأول

الشروط الشكلية لتسجيل العلامة التجارية

ترتكز الشروط الشكلية لحماية العلامة التجارية في التسجيل وهو شرط أساسي وجوهري حتى تكتسب الحماية الجزائرية، ولكي تسجل وتحظى بالحماية القانونية يجب احترام إجراءات الإيداع (أولا) والتسجيل (ثانيا) والنشر (ثالثا).

أولا: الإيداع.

يعتبر الإيداع أولى مراحل تسجيل العلامة، ويتم إيداع طلب التسجيل مباشرة لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية أو يرسل إليه عن طريق البريد أو بأية طريقة أخرى مناسبة تثبت الاستلام، وتسلم أو ترسل إلى الموعد أو وكيله نسخة من طلب التسجيل تحمل تأشيرة المصلحة المختصة وتتضمن تاريخ وساعة الإيداع.

وإذا كان الموعد مقيما في الخارج فيجب أن يعين وكيل معتمد بالجزائر لإتمام إجراءات الإيداع، حيث لا يفرض على الموعد حضوره الشخصي بل يجوز تمثيله شريطة أن يقدم نائبه وكالة مؤرخة وممضاة وتحمل اسم الوكيل وعنوانه، ويجب أن يحرر الطلب على النموذج الذي تسلمه المصلحة المختصة للمعهد، ويشترط أن يحتوي على بيانات إجبارية خاصة كإسم الموعد وعنوانه بيان السلع أو الخدمات التي تنطبق عليها العلامة¹.

وحسب نص المادة 135 من الأمر رقم 57/66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية² والتي نصت على «يجب على كل من أراد إيداع علامة أن يسلم أو يوجه إلى المصالح المختصة بواسطة رسالة مضمونة مع طلب الإشعار بالتسليم ما يلي:

¹ - رمزي حوحو، كاهنة زاوي، التنظيم القانوني للعلامة في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى القانوني، جامعة بسكرة، العدد الخامس، 2008، ص 38-39.

² - المادة 135 من الأمر 57-66، المؤرخ في 19 مارس 1966، المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، السالف الذكر.

1- طلب تسجيل تشتمل على نموذج العلامة بيان المنتجات أو الخدمات التي تنطبق عليها هذه المادة.

2- ختم العلامة.

3- إثبات دفع الرسوم.

4- وكالة بخط اليد وذلك إذا كان المودع يمثله الوكيل.»

ثانياً: التسجيل.

يقصد بالتسجيل القرار الذي يتخذه مدير المعهد، والذي يؤدي إلى قيد العلامة في فهرس خاص يمسكه المعهد والذي تقيد فيه كل العلامات المقبولة وكافة العقود التجارية والصناعة الأخرى، غير أن المشرع بين أن للتسجيل أثر رجعي، أي أن تاريخ التسجيل هو تاريخ الإيداع، والعبرة في ذلك هو حماية مصلحة المودع ضد تصرفات الغير سيء النية¹.

ولقد تناولت المادة 05 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات ما يلي: "يكتسب الحق في العلامة بتسجيلها لدى المصلحة المختصة"². ومعنى ما جاء بهذه المادة أن صاحب العلامة لا يكتسب حقاً فيها إلا بتسجيلها لدى المصلحة المختصة.

أما على الصعيد الدولي فيجوز تسجيل العلامة وفقاً للاتفاقيات الدولية، أو أثناء المعارض الدولية و هذا ما أكدته المادة 06 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات. فيعتبر من قام بتسجيل العلامة التجارية في مكتب الحماية مالكا لها، وله وحده دون سواه أن يستعملها على بضائعه ومنتجاته، وتصبح ملكية العلامة غير قابلة للمنازعة فيها إذا هو إستعملها بعد تسجيلها.

¹ - راشدي سعيدة، النظام القانوني للعلامات، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم القانونية والإدارية، بن عكنون، الجزائر 2003، ص 66.

² - المادة 05 من الأمر 06/03، المؤرخ في 06/03/2003، المتعلق بالعلامات، السالف الذكر.

مع الإشارة إلى أن مدة تسجيل العلامة هي 10 سنوات تسري بأثر رجعي، إبتداء من تاريخ إيداع الطلب هذا إذا كان التسجيل لأول مرة، فإذا انتهت مدة 10 سنوات فإنه يجوز تجديد التسجيل مرة أخرى بعشر سنوات غير محددة، إذ تستمر الحماية القانونية إذا قام المعني بالأمر بتجديد إيداعه. ويجب ألا يتضمن هذا التجديد أي تعديل جذري في نموذج العلامة التجارية أو إضافة في قائمة السلع¹.

ثالثا: النشر.

وفقا للمادة 13 من الأمر 06/03، تنشر العلامة التجارية حسب الشكليات لدى المصلحة المختصة عن طريق التنظيم²، كما نصت المادة 17 من الأمر 57/66 على أنه: "تباشر المصالح المختصة تسجيل ونشر العلامة المودعة بصفة قانونية ويكون تاريخ التسجيل هو تاريخ الإيداع"³.

ومن خلال ما جاء في هذه المادة فإنه وبعد إيداع طلب التسجيل والتأكد من صحته، تسجل العلامة التجارية وبعدها تسجل بصفة قانونية في النشرة الرسمية للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، وعلى نفقة صاحب العلامة التجارية، وبالتالي إعلام الجمهور بالعلامة المسجلة بعد إرسالها إلى الجزائر والخارج أيضا، وبعدها تأتي مرحلة القيد في دفتر العلامات وتقيد فيه كل التصريحات والعقود والأحكام القضائية التي لها علاقة بالعلامة التجارية.

¹ - بورية سمية، الحماية القانونية للعلامة التجارية والرسم والنموذج، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2013-2014، ص 31-32.

² - المادة 13 من الأمر 06/03، المؤرخ في 06/03/2003، المتعلق بالعلامات، السالف الذكر.

³ - المادة 17 من الأمر 57/66، المؤرخ في 19/03/1966، المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، السالف الذكر.

زيادة على ذلك فإن المشرع المصري اشترط إدراج صورة العلامة التجارية مع الإعلام المنشور، وإذا لم تدرج يجب على المسجل أن يشير في الإعلان المذكور إلى المكان أو الأمكنة التي أدرج فيها للعرض نموذج العلامة التجارية أو صورة عنها. نشر العلامة التجارية وشهرها لا ينشئ حق وإنما هو مجرد وسيلة لإثبات حق موجود من قبل عن طريق الإيداع السابق¹.

الفرع الثاني

الشروط الموضوعية لتسجيل العلامة التجارية

تتعلق الشروط الموضوعية للعلامة التجارية بموضوع العلامة في حد ذاتها، فيجب توافر هذه الشروط حتى تعتبر موجودة قانونا. فيجب أن تكون العلامة ذات طابع مميز (أولا) وأن تكون جديدة (ثانيا) ومشروعة (ثالثا).

أولا: الطابع المميز.

يقصد بالطابع المميز للعلامة أن يتخذ التاجر شكل لعلامة، يمكن للجمهور من التعرف على منتجاته أو خدمة وسط المنتجات، أو الخدمات من نفس الطبيعة التي يعرضها التجار المنافسون، ولتحقيق ذلك يلزم ألا تكون العلامة من ألفاظ، أو غيرها من الأشكال، يكون إستخدامها من الناحية العملية ضروريا بالنسبة للمنافسين لتقديم منتجاتهم أو خدماتهم للجمهور، وذلك حتى لا يترتب على إحتكار هذا الاستخدام إعاقة نشاط هؤلاء المنافسين تماما².

ويشترط في العلامة أن تكون لها ذاتيتها الخاصة التي تميزها عن العلامات الأخرى المستخدمة للسلع والخدمات المماثلة³.

¹ - بورية سمية، مرجع سابق، ص 33.

² - علي البارودي، محمد السيدات الفقهي، القانون التجاري، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 1999، ص 243.

³ - سميحة القيلوبي، الوجيز في التشريعات الصناعية، الجزء الثاني، دار النهضة العربية، 2007، ص 72.

لقد أجمعت معظم التشريعات على ضرورة وجود الصفة المميزة للعلامة التجارية حتى تكون محلا للحماية القانونية، ومنها الجزائرية أيًا كان شكلها. ويتوفر هذا الشرط يمكن أن تقوم المسؤولية الجزائرية في حق مرتكب جرائم التعدي على العلامات التجارية.

وقد كان التشريع الجزائري من التشريعات التي أكدت على شرط الطابع المميز للعلامة التجارية، حيث نص المشرع الجزائري في المادة 02 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات على أن: "العلامات: كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي... التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات...."، كما استبعد المشرع الجزائري الرموز الخاصة بالملك العام أو المجردة من صفة التمييز¹.

ثانيا: شرط الجودة.

يقصد بشرط الجودة أن تكون العلامة التجارية جديدة في شكلها العام، بحيث لم يسبق استعمالها أو تسجيلها على نفس البضائع أو المنتجات أو الخدمات من شخص آخر، ولكن لا يشترط أن تكون المادة المكونة للعلامة التجارية جديدة لأن الألوان والحروف والأعداد وغير ذلك من الأشياء هي ذاتها ومعروفة، ولن تكون جديدة إلى ما لا نهاية، وإنما يجب أن تكون هذه الأشياء في شكل أو طريقة مميزة وجديدة لم يستعملها أو يسجلها الغير².

فشرط الجودة يعتبر من أهم الشروط الموضوعية اللازم توافرها في العلامة التجارية³، لم يشترط المشرع الجزائري هذا الشرط في الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية لكنه يستنبط من نصوصه بحيث يجب أن يتوفر في العلامة بشرط الجودة والإبتكار⁴.

¹ - أمنة صامت، مرجع سابق، ص 43.

² - ناهي صلاح زين الدين، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، دار الفرقان، عمان، 1983، ص 243.

³ - صلاح سليمان الأسمر، العلامة التجارية في القانون الأردني والمصري، مطبعة التوفيق، عمان، 1986، ص 39.

⁴ - سبتي عبد القادر، مرجع سابق، ص 36.

ثالثا: شرط المشروعية.

يجب أن تكون العلامة التجارية مشروعة غير مخالفة للنظام العام والآداب العامة، بحيث أن المادة 07 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات في القسم الخاص بأسباب الرفض إستثنى الرموز المخالفة للنظام العام والآداب العامة، والرموز التي يحظر إستعمالها بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف، التي تكون الجزائر طرفا فيها، وهذا معناه أن التمييز وحده غير كاف لابد من توفر شرط المشروعية، ومن الأمثلة عن العلامات التجارية المخالفة للنظام العام، الإعلام والإشارات والرموز ذات الطابع الديني¹.

وكذلك تعتبر مخالفة للنظام العام العلامات التي شأنها تضليل الجمهور بتضمينها بيانات غير صحيحة عن صفات البضاعة أو مصادرها أو إستعمال الأسماء الجغرافية، إذ نشأ عن هذا الاستعمال لبس فيها يتعلق بمصادر المنتوجات وأصولها².

وتتفق قوانين العلامات المقارنة ومنها قانون العلامات الجزائري على اشتراط أن تكون العلامة التجارية مشروعة، وذلك لغرض تمتعها بالحماية القانونية³.

المطلب الثاني**الأثار المترتبة على تسجيل العلامة التجارية في القانون الجزائري**

يترتب على تسجيل العلامة التجارية آثار قانونية معينة، خاصة فيما يتعلق بملكيته فيكتسب صاحب الملكية حقه في استعمالها بمجرد تسجيل العلامة التجارية لدى المصلحة المختصة، وهي المعهد الجزائري للملكية الصناعية. ويترتب على ذلك اعتبار طالب التسجيل مالكا للعلامة المسجلة، فيكون له حق استعمالها والتصرف فيها، ومنع الغير من استعمالها دون ترخيص مسبق منه؛ فملكية العلامة التجارية تثبت بتسجيلها.

¹ - بورية سمية، المرجع السابق، ص 28 - 29.

² - المرجع نفسه، ص 28 - 29.

³ - آمنة صامت، مرجع سابق، ص 46.

وفي هذا المطلب سنتناول حق ملكية العلامة التجارية في القانون الجزائري في (الفرع الأول) ونتناول حق الترخيص باستغلال العلامة التجارية في القانون الجزائري (الفرع الثاني).

الفرع الأول

حق ملكية العلامة التجارية في القانون الجزائري

بمجرد تسجيل العلامة التجارية في الجزائر، فإن ذلك يكسب صاحبها الحق في ملكيتها الذي يخوله استعمالها، فنصت المادة 05 فقرة 01 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات على أن الحق في العلامة "يكتسب بمجرد تسجيلها لدى المصلحة المختصة"، كما نصت المادة 09 فقرة 01 على أنه: "يخول تسجيل العلامة لصاحبها حق ملكيتها على السلع والخدمات التي يعينها لها..."¹.

فإذا استعمل الشخص علامة معينة لفترة زمنية طويلة دون مبادرة لتسجيلها لدى المصلحة المختصة، ثم قام آخر بتسجيل ذات العلامة لدى المعهد الجزائري للملكية الصناعية، فإنه يصبح المالك الوحيد للحق في استعمال العلامة وهو ما أقرته المحكمة العليا.

فموقف المشرع الجزائري جاء حاسماً إيجاباً من يقوم باستعمال العلامة التجارية دون المبادرة بتسجيلها، وذلك بمنعه من اكتساب أي من الحقوق عليها قبل إتخاذ إجراءات التسجيل، ولقد ذهب أبعد من ذلك، وهذا بمنح حق ملكية العلامة لمن قام بتسجيلها أولاً، مهما كانت مدة الاستعمال السابق، ويهدف المشرع من خلال هذا الإجراء إلى منع استعمال العلامات دون تسجيلها، وبالتالي إلزام أصحابها باتخاذ إجراءات التسجيل، حتى يمكن حصر العلامات الموجودة بصورة قانونية ومنع العلامات المخالفة².

¹ - المادة 05 فقرة 1، من الأمر 06/03، المؤرخ في 19/07/2003، المتعلق بالعلامات، السالف الذكر.

² - سماح محيي، مرجع سابق، ص 54-55.

الفرع الثاني

حق الترخيص باستغلال العلامة التجارية في القانون الجزائري

يترتب على حق ملكية العلامة التجارية، حرية مالك العلامة في استغلالها ومنع الغير من إستعمالها على المنتجات المماثلة، واتخاذ كافة الإجراءات أو القيام بكل التصرفات الناشئة عن هذا الحق، منها حق البيع أو الرهن...إلخ.

كما يمكنه التصرف في العلامة التجارية بصورة مستقلة عن المحل التجاري أو المشروع، لما أصبحت تمثله من قيمة اقتصادية كبرى تفوق في كثير من الأحيان قيمة المحل في حد ذاته، وهو ما أجازته مختلف التشريعات منها الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات¹، والمادة 87 من قانون الملكية الفكرية المصري 82-2002² وذلك بشرط ألا يؤدي هذا التصرف إلى تضليل الجمهور.

نظم المشرع الجزائري أحكام الترخيص باستعمال العلامة ضمن المواد من 09 إلى 18 من 03-06 المتعلق بالعلامات³، فمنع لصاحب العلامة التجارية الترخيص للغير باستعمالها، وذلك بوضعها على المنتجات أو الخدمات المعينة لها، أو إنتاج السلع التي تحمل العلامة بكميات معينة في حدود إقليم معين.

وكان الأمر 66-57 المتعلق بعلامات الصنع الملغى قد نص عليه ضمن المادة 255 منه تحت مسمى "حق امتياز الاستغلال"⁴.

¹ - أنظر المادة 14 من الأمر 06/03، المؤرخ في 19/07/2003، المتعلق بالعلامات، السالف الذكر.

² - المادة 87 من القانون رقم 82 لسنة 2002، المتضمن قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري السالف الذكر.

³ - المواد من 09 إلى 18، من الأمر 06/03، المؤرخ في 19/07/2003، المتعلق بالعلامات، السالف الذكر.

⁴ - سماح محيي، مرجع سابق، ص 58-59.

الفصل الثاني

الحماية المقررة للعلامة التجارية

في القانون الجزائري

الفصل الثاني

الحماية المقررة للعلامة التجارية في القانون الجزائري

أدى التطور التجاري والاقتصادي إلى تنامي أهمية العلامة التجارية، ممّا أدى إلى إزدياد صورة التعدي عليها، الأمر الذي دفع الدول إلى سنّ القوانين التي تجرّم التعدي عليها، وحددت صور وأشكال التعدي على العلامات، وحددت عقوبات على المتعدين، ذلك من أجل توفير الحماية القانونية اللازمة للعلامة التجارية¹.

فالعلامة التجارية المسجلة تتمتع بالحماية القانونية، المدنية والجزائية، فالتعدي على العلامة يعاقب عليها القانون، فيحق لمالك العلامة المطالبة بالتعويض. وفي هذا الفصل سنتطرق إلى الحماية المدنية للعلامة التجارية في (المبحث الأول) وإلى الحماية الجزائية للعلامة التجارية في (المبحث الثاني).

¹ - شعنان نعيمة، ساينغ نبيلة، مرجع سابق ص 30.

المبحث الأول

الحماية المدنية للعلامة التجارية

(دعوى المنافسة)

تقوم حرية التجارة والصناعة على تحقيق الربح بواسطة جذب أكبر عدد من العملاء، وقيام التاجر أو الصانع باستعمال طرق لتشجيع العملاء على التردد على محل، ينتج عنه قيام منافسة بين التجار والصناع الذين يمارسون نشاطا مماثلا، وطالما كانت الوسائل أو الطرق التي يستعملها التاجر مشروعة فلاشكال لا يطرح، لكن الأمر يطرح عند استعمال وسائل غير مشروعة ومنافية للعرف التجاري فيصاب الغير بالضرر¹.

فالحماية المدنية يقصد بها تلك الحماية العامة المقررة لجميع الحقوق أيا كان نوعها². وهذه الحماية تعطى للحق معناه، فأجاز لكل تاجر التمتع بالحماية المدنية.

والحماية المدنية وفقا لقواعد المسؤولية المدنية، هي حماية مقررة لكافة الحقوق وقد كفلتها التشريعات المختلفة، والمسؤولية وفقا للقواعد العامة تقوم على أساس المبدأ القانوني الذي ينص على أن "كلّ إضرار بالغير يلزم فاعله بضمان الضرر"³. بحيث نجد أن أهم وسيلة لحماية العلامة التجارية مدنيا هي دعوى المشروعية التي نتعرض لمفهومها (المطلب الأول) ولأثارها في (المطلب الثاني).

¹ - حمادي زوبير، مرجع سابق، ص 155.

² - حمدي غالب الجغبير، العلامة التجارية، الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، الطبعة الخامسة، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012، ص 366.

³ - صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص 242.

المطلب الأول

مفهوم دعوى المنافسة غير المشروعة

إنّ دعوى المنافسة غير المشروعة تعد وسيلة في يد التاجر من أجل حماية عناصر القاعدة التجارية التي تساهم في تكوين العملاء والاحتفاظ بهم¹.

فقد يستخدم الشخص وسائل تتنافى مع القانون وبها يخرج عن الطريق الذي رسمه القانون له وذلك يكون باستخدامه لتلك الوسائل من أجل منافسة غيره من التجار الذين يمارسون نفس النوع من التجارة أو لتجارة مشابهة من أجل الحصول على أكبر قدر ممكن من العملاء أو جني عدد من الأرباح وهذه الوسائل تسمى منافسة غير مشروعة².

وفي هذا المطلب سنتناول في (الفرع الأول) تعريف دعوى المنافسة غير المشروعة وأساسها القانوني وفي (الفرع الثاني) شروط دعوى المنافسة غير المشروعة.

الفرع الأول

تعريف دعوى المنافسة غير المشروعة

تعد دعوى المنافسة الغير المشروعة من أهم الصور التي ترد على حماية العلامة التجارية لذلك سنبين في هذه الجزئية أهم التعاريف المقدمة لها (أولاً)، ومن ثم لأساسها القانوني (ثانياً).

أولاً: التعاريف المقدمة لدعوى المنافسة غير المشروعة.

نجد من بين هذه التعاريف التعريف القانوني (أ) والتعريف الفقهي (ب).

¹ - بولحية نبيل، حماية العلامة التجارية في القانون الجزائري، مذكرة تخرج، تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في

الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، 2016-2017، ص 27.

² - بورية سمية، مرجع سابق، ص 50-51.

أ- التعريف القانوني:

وجد المشرع المغربي لم يعرف المنافسة غير المشروعة من خلال ظهير 23 يونيو 1916 المتعلق بالملكية الصناعية، وإنما اكتفى بتبيان بعض الأفعال المكونة لها من جهة، وتبيان الأسس القانونية التي تقوم عليها الدعوى من جهة ثانية، ثم تحديد مجال هذه الدعوى من جهة ثالثة، نلاحظ من خلال القانون الجديد رقم 97-17 المتعلق بحماية الملكية الصناعية الصادر بمقتضى ظهير رقم 19-00 بتاريخ 01 فبراير 2000 قد تدارك الموقف وعرفها في المادة 184 التي نصت على أنه « يعتبر عمل من أعمال المنافسة الغير المشروعة، كل عمل منافسة يتنافى وأعراف الشرف في الميدان الصناعي أو التجاري ».

في القانون النموذجي للدول العربية بشأن العلامات التجارية والأسماء التجارية وأعمال المنافسة غير المشروعة، قد عرفتها على أنه يعتبر غير مشروع كل عمل من أعمال المنافسة يتنافى مع العادات الشريفة في المعاملات الصناعية والتجارية¹.

في الجزائر عرفها القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية غير النزيهة تلك الممارسات غير المشروعة التي يقوم بها العون الاقتصادي وهي تقليد العلامات أو تقليد منتجاته أو خدمات².

هذا التعريف القانوني حصر لنا الأعمال التي تعد غير نزيهة في شخص واحد وهو العون الاقتصادي، في حين أن هذا الأخير مصطلح غير واضح ويمكن تعويضه بمصطلح المنتج أو الصانع، كما قد يكون تاجر هذا من جهة ومن جهة أخرى أن هذا التعريف لم يفرق بين المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية ودعوى التقليد، لأن دعوى المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية جاء مضمونها تحت عنوان تقليد علامات أو منتجات

¹ - أو شن حنان، مرجع سابق، ص 83-84.

² - أنظر المادة 27 من القانون رقم 04-02، مؤرخ في 23 يونيو 2004، يتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 41، الصادرة في 27 يونيو 2004.

أو خدمات، هذا ما يخلق لنا صعوبة للتمييز بين الدعويين، أي كان من الضروري وضع تعريف قانون واضح لأن العلامة التجارية تستدعي أن تكون محمية بحسب نوع الاعتداد.

ب- التعريف الفقهي:

قدم الفقه تعريفات عديدة للمنافسة الغير المشروعة نذكر منها على سبيل المثال: تعريف الأستاذ شكري أحمد السباعي بقوله « التزاحم على الحرفاء أو الزبناء عن طريق استخدام وسائل منافية للقانون أو الدين أو العرف أو العادات أو الاستقامة التجارية أو الشرف المهني».

عرفها محمد السلومي: «التي تتحقق بإستخدام التاجر وسائل منافية للعادات والأعراف والقوانين التجارية والمضرة بمصالح المنافسين والتي من شأنها التشويش على السمعة التجارية وإثارة الشك مولد جودة منتجاته لنزع الثقة من منشأته أو وضع بيانات غير صحيحة على السلع بهدف تحليل الجمهور»¹.

عرفها محمد محبوبى بأنها: «كل عمل مناف للقانون والعادات والأعراف والاستقامة التجارية، وذلك عن طريق بث الشائعات والادعاءات الكاذبة التي من شأنها تشويه السمعة التجارية لمنافس أو استخدام وسائل تؤدي إلى اللبس أو الخلط بين الأنشطة التجارية وذلك بهدف اجتذاب زبناء أو صناع منافس»².

ثانيا: الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة

لم ينظم المشرع الجزائري دعوى المنافسة غير المشروعة ولم يبين شروطها ولا أساسها القانوني وانتهى بذكر بعض الممارسات التي اعتبرها ممارسات غير مشروعة، فهي إطار العلامات التجارية. ذكر الشرع أن تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس

¹ - أوثن حنان، المرجع السابق، ص 84 - 85.

² - المرجع نفسه، ص 84 - 85.

أو تقليد منتجات أو خدمات أو الإشهار الذي يقوم به، قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذمة المستهلك بشكل منافسة غير مشروعة¹.

اختلف الفقه والقضاء حول الأساس القانوني التي تقوم عليه دعوى المنافسة غير المشروعة، نظرا لكون المشرع لم يضع أحكاما خاصة لتنظيم المسؤولية الناجمة عن المنافسة غير المشروعة، لذا أرجعها القضاء الفرنسي إلى القواعد العامة والمطبقة في نطاق المسؤولية التقصيرية، إستنادا إلى نص المادة 1382 من القانون المدني الفرنسي التي تقابلها المادة 124 من القانون المدني الجزائري بنصها «كل عمل أيا كان لمرتكب المراء وسبب خطرا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض»².

ومن جهتنا نوافق الرأي القائل بأن أساس دعوى المنافسة غير المشروعة هي المسؤولية التقصيرية التي تقوم على إلتزام واحد وهو عدم الإضرار بالغير ويلزم ما كان سببا بالتعويض.

الفرع الثاني

شروط دعوى المنافسة غير المشروعة

يتعين لتقرير الحماية استنادا إلى دعوى المنافسة غير المشروعة ضرورة توافر شروط معينة، وإذا كانت هذه الشروط تستند باعتبارها إلى قواعد المسؤولية التقصيرية، فيجب لتوافرها نفس الشروط المسؤولية التقصيرية والتي تتمثل في الخطأ (أولا)، والضرر (ثانيا) والعلاقة السببية (ثالثا)³.

¹ - نادية فضيل، القانون التجاري الجزائري، الأعمال التجارية، التاجر المحل التجاري، ديوان المطبوعات الجامعية، ط6، الجزائر، 2007، ص 193.

² - ميلود سلامي، دعوى المنافسة غير المشروعة كوجه من أوجه الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون الجزائري، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد 06، جامعة ورقلة، الجزائر، جانفي 2012، ص 179.

³ - درماش سمية، الحماية المدنية للعلامة التجارية من المنافسة غير المشروعة، مذكرة نهاية الدراسة لاستكمال متطلبات الماستر، كلية الحقوق جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2014/2013، ص 45.

أولاً: ركن الخطأ.

إنّ أساس المسؤولية عن العمل الشخصي هو الخطأ، فلا بد لكي يسأل الشخص عن تعويض الضرر الذي سببه بفعله للشخص أن يكون قد ارتكب خطأ، والتعريف التقليدي للخطأ هو انحراف الشخص في سلوكه عن سلوك الشخص العادي الموجود، في نفس الظروف الخارجية مع إدراكه بهذا الانحراف والتميز، فالمشرع يلزم الناس ببذل عناية في كل في تصرفاتهم، وهذه العناية تتمثل في وجوب يقظة الشخص في سلوكه حتى لا يضر بغيره ويستوى أن يكون الخطأ عمدياً أو غير عمدياً¹.

الخطأ ركن المسؤولية التقصيرية الأول، وهو في نفس الوقت أساسها، ذلك أنّه لا يكفي أن يحدث الضرر بفعل شخص حتى يلزم تعويضه، بل يجب أن يكون ذلك الفعل خطأ، فالخطأ شرط ضروري للمسؤولية المدنية، وقد اشترطه جميع تقنيات البلاد العربية على اختلاف تعبيراتها عنه، والمستقر عليه فقها وقضاء، أنّ الخطأ في المسؤولية التقصيرية هو إخلال بالالتزام قانوني، أي بمعنى الانحراف في سلوك المألوف للشخص العادي، ويتمثل هذا الإلتزام في وجوب أن يصطنع الشخص في سلوكه اليقظة والتبصر حتى لا يضر بالغير، فإذا انحرف عن هذا السلوك الواجب، وكان مدرك لهذا الانحراف كان هذا الخطأ الذي سيتوجب مسؤولية تقصيرية².

والخطأ كما استقر الفقه والقضاء على تعريفه "هو الإخلال بواجب قانوني مقترن المخل إياه"³.

¹ - حمادي زوبير، مرجع سابق، ص 170.

² - بولحية نبيل، مرجع سابق، ص 30.

³ - درماش سمية، مرجع سابق، ص 46.

ثانيا: ركن الضرر.

ذهب معظم الفقه إلى أنه لا يكفي لدعوى المنافسة غير المشروعة توفر ركن الخطأ وحده، وإنما يجب أن يترتب على الخطأ ضرر يصيب المدعي، ولذلك يجب عليه إثبات الضرر وبدون ركن الضرر لا يمكن أن توجد دعوى المنافسة غير المشروعة، ولا يشترط في الضرر حسب الفقه أن يكون جسيما أو طفيفا، وإنما يعتبر هذا الركن متوفرا حتى لو كان الضرر طفيفا.

ويتمثل الضرر في مجال المنافسة غير المشروعة في فقد التاجر لزيائنه ضحية لأعمال غير مشروعة، وأخيرا فإنّ تقدير الضرر بكل دقة في دعوى المنافسة غير المشروعة يكون جد صعب نتيجة وجود عناصر مساعدة على ذلك¹.

كما أنّ دعوى المنافسة غير المشروعة لا تقتصر على تعويض الضرر إذا وجد، ولكنها تهدف إلى حماية التجارة من أعمال المنافسة غير المشروعة بالنسبة للمستقبل، وكذلك يجوز رفع دعوى المنافسة غير المشروعة ولو لم يكن هناك أي ضرر أصاب التاجر، إذا كان يخشى من وقوع هذا الضرر في المستقبل.

وبالتالي فدعوى المنافسة غير المشروعة وظيفة وقائية إضافة لوظيفتها الأصلية المتعلقة بتعويض الضرر، لذا يمكن الحكم بالكف عن الاستمرار في الأعمال غير المشروعة، ولكن لا يجوز رفع دعوى طلب تعويضات استنادا للمنافسة غير المشروعة إذا ثبت أنّ ضررا ما قد أصابه بالقدر اللازم لجبر الضرر².

ثالثا: العلاقة السببية.

يشترط لقيام دعوى المسؤولية المدنية وجود خطأ وضرر وعلاقة سببية بينهما، وبما أنّ الأساس الذي تستند عليه دعوى المنافسة غير المشروعة هو ذات الأساس في المسؤولية

¹ - أوثن حنان، مرجع سابق، ص 98-99.

² - شعبان نعيمة، ساينغ نبيلة، مرجع سابق، ص 37.

المدنية، لذا لا بد من توافر الرابطة السببية بين أفعال المنافسة غير المشروعة، والضرر الذي أصاب التاجر المتغير، وبذلك لا يكون هناك محل للكلام عن الرابطة السببية في دعوى المنافسة غير المشروعة، إلا في الحالات التي تنشأ فيها المدعي ضرر من الأعمال غير المشروعة التي أتاها التاجر المنافس¹.

فالعلاقة السببية هي الركن الثالث من أركان المسؤولية، 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 سببا في حدوث الضرر بالنسبة للمنافس².

المطلب الثاني

أثار دعوى المنافسة غير المشروعة

إذا توافرت شروط دعوى المنافسة غير المشروعة، وأثبت صاحب العلامة وقوع اعتداء على العلامة المملوكة له، فإن الجهة القضائية المختصة تقضي بالعقوبات المدنية المتمثلة في إيقاف أعمال المنافسة غير المشروعة (الفرع الأول) وكذا أن تقضي على المرتكب للفعل غير المشروع بالتعويض (الفرع الثاني).

¹ - عماد الدين محمود سويدات، الحماية المدنية للعلامات التجارية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2012،

ص 125.

² - بورية سمية، مرجع سابق، ص 57.

الفرع الأول

وقف الأعمال

لقد منح المشرع الجزائري سلطات واسعة للقضاء في اتخاذ التدابير اللازمة لإيقاف استمرار المنافسة غير المشروعة، وإتلاف تلك المواد التي تعد مواد جرمية بالنسبة لجريمة التقليد، ومواد معدة للتحضير لأجل القيام بالمنافسة غير المشروعة.

أمّا إذا استمرت المنافسة غير المشروعة بعد صدور الحكم فيمكن للمضرور رفع دعوى جديدة يطالب فيها بالتعويض عن الأضرار اللاحقة لصدور الحكم، وفي هذه الحالة يصدر الحكم بالتعويض زائد الغرامة التهديدية¹.

كما نصت الفقرة الثانية من المادة 29 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، أنه بإمكان المحكمة أن تأمر بمصادرة الأشياء والوسائل التي استعملت في التقليد، مع إمكانية إتلافها عند الإقتضاء، وذلك متى أثبت صاحب تسجيل العلامة بأن المساس بحقوقه أصبح وشيكاً².

وعليه فإنّ ما يتعلق بالإجراءات التي تضمن وقف أعمال المنافسة غير المشروعة المنصوص عليها ضمن القانون 04-02³. المتعلق بالممارسات التجارية، فقد نصت المادة 39 منه على إمكانية حجز البضائع موضوع المخالفات المنصوص عليها ضمن هذا القانون، كما يمكن حجز العتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكابها، كما يمكن الحكم بمصادرة السلع المحجوزة التي كانت محل ارتكاب فعل التقليد⁴.

¹ - حمادي زوبير، مرجع سابق، ص 182.

² - المادة 01/29 من الأمر 03-06، المؤرخ في 2003/07/19، المتعلق بالعلامات، السالف الذكر.

³ - أنظر المادة 39 من الأمر 04-02، المؤرخ في 2004/06/23، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، السالف الذكر.

⁴ - سماح محيي، مرجع سابق، ص 92.

الفرع الثاني

الحكم بالتعويض

يحكم في دعوى المسؤولية بالتعويض النقدي لكل من أصابه الضرر، وتحكم المحكمة بالتعويض عن الضرر الفعلي فقط الذي لحق المتضرر، وطبقا للقواعد العامة في المسؤولية يعين القاضي طريقة التعويض تبعا للظروف، ويقدر التعويض بالنقد، وإن كان ليس ملزما بالحكم بالتنفيذ العيني إلا أنه يتعين عليه أن يحكم بالتعويض لجبر الضرر¹. وقد يطلب المتضرر بالتعويض بسبب ما أصابه في سمعته أو شهرته، سواء كان الضرر ماديا (أولا) أو معنويا (ثانيا).

أولا: التعويض عن الضرر المادي.

تقدر المحكمة هذا التعويض بسبب ما أصاب التاجر المضروب من ضرر جراء الخسارة التي لحقت، أو الفرص التي ضاعت منه. فالسلطة التقديرية في تقدير الضرر تعود لقاضي الموضوع وله أن يستعين بأهل الخبرة، وعلى هذا الأساس قضى قضاة مجلس قضاء الجزائر في قضية "Reve d'Or"، على أن صاحب العلامة "Reve d'Or" ينافس صاحب العلامة "Reve Désiré" منافسة غير مشروعة، ومن ثم حكمت بالتعويض للمضروب. كما تمت الاستعانة بخبراء لتحديد الأضرار اللاحقة بالمنافس وتقدير التعويض².

ثانيا: التعويض عن الضرر المعنوي.

إضافة إلى الضرر المادي، قد يتضرر صاحب العلامة التجارية أو أي تاجر يستغل تلك العلامة بصفة مشروعة، وذلك في سمعته أو شهرته أو شرفه، وهذا ما يسمى بالضرر المعنوي، الذي يمكن تعويضه من قبل المحكمة بمبلغ مالي تقدره حسب السلطة التقديرية

¹ - بولحية نبيل، مرجع سابق، ص 34.

² - حمادي زوبير، مرجع سابق، ص 180.

للقاضي أو الإستعانة بذوي الخبرة حسب ما هو منصوص عليه في قانون الإجراءات المدنية.

وإلى جانب هذا التعويض المالي، يمكن للمحكمة أن تحكم بالتعويض الأدبي الذي يتمثل في نشر الحكم على نفقة المحكوم، إذ تنص المادة 34 من الأمر رقم 57-66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية على أنه "يجوز للمحكمة أن تأمر بإصاق نص الحكم في الأماكن التي تحددها وينشره بتمامه أو بتلخيصه في الجرائد التي تعينها وذلك كله على نفقة المحكوم عليه".

وهذا ما أخذ به القضاء الجزائري بشأن بعض القضايا، فأمر بنشر الأحكام في الجرائد الوطنية، وذلك على نفقة التاجر المحكوم عليه¹.

¹ - حمادي زوبير، مرجع سابق، ص 180-181.

المبحث الثاني

الحماية الجزائية للعلامة التجارية

لا تقوم الحماية الجزائية إلا إذا كانت العلامة مسجلة لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، ومن هنا تظهر أهمية تسجيل العلامة الذي يعد شرط أساسيا لتمتع العلامة بالحماية الجزائية.

وعليه لا تقوم الحماية الجزائية قبل إتمام إجراءات التسجيل القانونية أو عند انتهاء فترة الحماية المقررة قانونا، دون قيام صاحبها بالتجديد، لا تعد فعل الاعتداء عليها جريمة يعاقب عليه القانون، وقد يأخذ الاعتداء على العلامة التجارية أشكالا مختلفة يترتب عليها دعوى جزائية، فقد يكون الاعتداء على العلامة كتقليدها أو تشبيهها¹. وعليه سنتطرق في هذا المبحث إلى الجرائم الواقعة على العلامة التجارية (المطلب الأول) ومن ثم للعقوبات المقررة لهذه الجرائم في (المطلب الثاني).

المطلب الأول

الجرائم الواقعة على العلامة التجارية

الحماية الجنائية للعلامة التجارية مكرسة في القانون رقم 66-57 المتعلق بالعلامات والبيانات التجارية الملغى والذي نظمها في بابه السادس (المواد من 33-36). أما قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002، فهو يعالجها في المادة 113، وعموما فقد نظم المشرع الجزائري قوانين تسائر حماية العلامات كما جاء في الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19/07/2003 ضف إلى ذلك الاتفاقيات الدولية المصادق عليها من طرف الجزائر في مجال العلامات التجارية².

¹ - بورية سمية، مرجع سابق، ص 58.

² - أوثن حنان، مرجع سابق، ص 119.

وعليه سنتناول في هذا المطلب جريمة تزوير العلامة التجارية أو تقليدها (الفرع الأول) وفي (الفرع الثاني) سنتناول جريمة بيع البضائع إستعملت فيها علامة مزورة ومقلدة وفي (الفرع الثالث) سنتناول جريمة استعمال علامة تجارية مملوكة للغير بدون وجه حق.

الفرع الأول

جريمة تزوير العلامة التجارية أو تقليدها

ويقصد به وضع العلامة المزورة أو المقلدة على السلع أو على واجهة المحل التجاري أو الأوراق والمطبوعات الخاصة لمرتكب فعل الاستعمال، وقد يعاقب القانون على الفعل وعده جريمة مستقلة عن تزوير العلامة وتقليدها من أجل الحد من تهرب المتهم.

قد يضبط الفاعل قبل عرض السلع للبيع وأنه لم يتم بتزوير العلامة فيفلت من العقاب، وبذلك فالمشرع لم يقصر في وضع عقوبة على تزوير العلامة أو تقليدها وعقوبة من يبيع السلع التي تحمل علامة مزورة، بل أنه قرر عقوبة للشروع في الفعل وهو استعمال العلامة المزورة أو المقلدة، وعادة ما يقوم المزور أو المقلد باستعمال علامة تجارية ومع ذلك قد يكون استعمالها من شخص لم يسهم في عملية التزوير أو التقليد؛ كما في حالة انتقال ملكية المحل التجاري الذي يحتوي على بضائع تحمل علامات مزورة أو مقلدة لشخص آخر، ورغم علم المشتري بذلك فإنه يستمر في استعمال هذه البضاعة وبيعها أو عرضها للبيع، وهي تحمل علامة مزورة أو مقلدة¹.

هذه الجريمة تعدّ جريمة الأساس في الجرائم التي تقع على الحق في العلامة التجارية، ولجريمة تزوير العلامة أو تقليدها عنصرين: عنصر مادي يتمثل في فعل التزوير أو التقليد (أولاً) وآخر معنوي يتمثل في قصد الاحتيال (ثانياً)².

¹ - درماش سامية، مرجع سابق، ص 18.

² - صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص 251.

أولاً: الركن المادي لجريمة تزوير العلامة التجارية أو تقليدها.

يشترط لقيام هذه الجريمة استعمال علامة تجارية مزورة أو مقلدة، لذلك يجب وجود تزوير أو تقليد سابق لهذه الجريمة، ولا تهم صفة الشخص الذي ارتكب هذا الفعل المجرم فقد يكون هو نفسه مستعمل العلامة أو الغير.

وقد نصّ المشرع الجزائري ضمن الفقرتين 2 و 3 من المادة 95 من قانون العلامات على أنّ تسجيل العلامة يخول صاحبها الحق في منع الغير من استعمال علامته استعمالاً تجارياً، دون ترخيص مسبق منه على سلع أو خدمات مماثلة أو مشابهة تلك التي سجلت العلامة من أجلها، كما يحق له متابعة كل من استعمل لغرض تجاري علامة اسماً تجارياً تكاد تحدث لبس بين سلع وخدمات مطابقة أو مشابهة دون ترخيص المالك.

وبناءً على ذلك يعتبر مجرد استعمال العلامة جريمة قائمة بحد ذاتها معاقب عليها دون أن يكون مستعمل العلامة المزورة أو المقلدة هو ذات الشخص الذي قام بتقليدها أو تزويرها¹.

فالركن المادي في هذه الجريمة وفقاً لما سبق بيانه يتوفر حين يرتكبها شخص يقوم بمجرد استعمال العلامة التجارية المزورة أو المقلدة، بحيث يكون هذا الإستعمال كافياً لتكوين الفعل الاجرامي مستقلاً عن فعل التزوير أو التقليد للعلامة المذكورة².

إن ظاهرة التقليد انتشرت، ولا يمكن مكافحتها بصورة فعالة إلا بالنص على عقوبات مشددة ومنح الهيئة المكلفة بمراقبة الوسائل المادية والبشرية الملائمة³.

¹ - سماح محيي، مرجع سابق، ص 143-144.

² - المرجع نفسه، ص 143-144.

³ - بورية سمية، مرجع سابق، ص 63.

ثانيا: الركن المعنوي.

يتمثل الركن المعنوي في جريمة تزوير العلامة التجارية أو تقليدها (قصد الاحتيال) إذ يلزم لقيام هذه الجريمة توافر نية الاحتيال لدى الفاعل، فالتزوير لا عقاب عليه إلا إذا تمّ بسوء النية، خاصة أنّ جريمة تزوير العلامة أو تقليدها هي من الجرائم ذات نتيجتين التي تتمثل في الاعتداء على الحق في العلامة وفي غش المستهلك وتضليله¹.

فالمشرع الجزائري جعل من المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية أن يتولى نشر كل المعلومات التجارية المسجلة في النشرة الرسمية المخصصة، وبالتالي لا عذر بجهل القانون إذ تعدّ هذه النشرة بمثابة إعلام الجمهور. إلا أنّ هذا الرأي جاء معاكسا للتشريعات المجاورة فالملتزم أن ينفي توفر القصد السيء لديه واثبات حسن نيته، كعدم علمه بملكية العلامة للغير أو موافقة صاحب العلامة على الاستعمال، مع التسليم بأنّ تقديم حسن النية هو من اختصاص محكمة الموضوع التي نستخلصها من ظروف ووقائع الحالة المعروضة عليها².

الفرع الثاني**جريمة بيع البضائع التي إستعملت فيها علامة مزورة ومقلدة**

على خلاف تشريع العلامات الملغى، لم ينص الأمر 03-06 الذي تضمن قانون العلامات الجزائري صراحة على هذه الجريمة، وبالتالي تخضع كيفية الجرائم لنص المادة 26 منه باعتباره فعل من يمس بالحقوق الإستثنائية لصاحب العلامة³.

يعدّ مرتكبا لهذه الجريمة كل من باع بضاعة إستعملت لها علامة تجارية مزورة أو عرضها للبيع أو اقتنائها بقصد البيع أو لأية غاية من غايات التجارة أو الصناعة

¹ - صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص 253.

² - بورية سمية، مرجع سابق، ص 64.

³ - سماح محيي، مرجع سابق، ص 150.

وكان لديه علم مسبق بذلك، لذا يشترط لقيام هذه الجريمة توفر عنصر مادي (أولاً) وآخر معنوي (ثانياً)¹.

أولاً: الركن المادي.

ويتحقق الركن المادي في هذه الجريمة إما بقيام الجاني ببيع أو عرض للبيع أو التداول أو حيازة بقصد بيع منتجات عليها علامة تجارية مزورة أو مقلدة أو موضوعة بغير حق مع علمه بذلك، أو أن يقدم أو يعرض تقديم خدمات تحت علامة تجارية مزورة أو مقلدة أو مستعملة بغير حق مع علمه بذلك.

ويقصد بالعرض وضع البضائع التي تحمل العلامة المزورة أو المقلدة أو المغتصبة بالمتجر أو بالمخازن بغرض بيعها، وتقوم هذه الجريمة سواء كان البائع أو العارض أو الحائز قام بتزوير أو تقليد أو اغتصاب العلامة أم لا.

وتشمل هذه الجريمة واقعة بيع المنتجات أو الخدمات تحت علامة مقلدة أو مغتصبة، سواء حقق البائع أرباحاً من هذا البيع أو لم يحقق، وسواء تمّ البيع بسعر أقل من السعر الذي تحمله العلامة الحقيقية أم أكثر، وسواء كانت السلع المباعة أو الخدمات المعروضة منتجة أو مقدمة في الدولة أو مستوردة من الخارج، وسواء يراد بيعها أو تقديمها داخل الإقليم أو تصديرها إلى الخارج.

لم يتطرق الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات إلى السلع والبضائع المستوردة التي تحمل علامة مقلدة والتي انتشرت بكثرة في الجزائر، إلا أنه تطرق إليها ضمن قانون الجمارك 98-10، وذلك في المادة 2/22 على أنه حضر عند الاستيراد، وتخضع إلى

¹ - صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص 262.

المصادرة البضائع الجزائرية الأجنبية المزيفة، ويقصد بالتزيف في هذه الحالة المزورة أو المقلدة¹.

ثانياً: الركن المعنوي.

يتمثل هذا الركن المعنوي في توافر قصد الاحتيال، بحيث يعلم الفاعل أنّ هذه البضائع المعروفة من قبله بقصد البيع تحمل علامة تجارية مزورة، أو مقلدة ويقوم ببيعها بقصد خداع الجمهور وغشهم والتحايل عليهم، وعلى من يدعي عرض بضائع تحمل علامة مسجلة باسمه وحيازتها دون وجه حق بقصد بيعها إثبات ذلك بكافة طرق الإثبات كونها من الوقائع المادية.

أو يمكن إستخلاص نية الاحتيال من شواهد وظروف الحال التي، قد تبعث على الشك والريبة، كامتناع المتهم عن تقديم الدفاتر التجارية أو وجود الكشط بها بكثرة أو قيود صورية، أو امتناعه عن ذكر مصدر تلك البضائع، أو بيع البضائع التي تحمل علامة مزورة أو مقلدة بأثمان جد منخفضة عن أثمان البضائع التي تحمل العلامة الأصلية². وذلك في سبيل تحقيق نفعة غير مشروعة.

أما فيما يتعلق بالجزاء لهذه العقوبة فهو بالحبس مدة لا تزيد عن سنة واحدة أو بغرامة لا تزيد عن مائة دينار أو بكلتا هاتين العقوبتين³.

يستند فقهاء الجزائر لنصي المادتين 26 و32 من الأمر 03-06 المتضمن لقانون العلامات⁴، للقول بعدم اشتراط المشرع للقصد الجنائي المتمثل في علم المتهم بأنه يحوز

¹ - سماح محيي، مرجع سابق، ص 150-151.

² - الكسواني عامر محمود، الملكية الفكرية، ماهيتها ومفرداتها وطرق حمايتها، دار الجيب للنشر والتوزيع، عمان، 1998، ص 164 - 165.

³ - محمود أحمد عبد الحميد مبارك، قدمت هذه الأطروحة استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في القانون الخاص، بكلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية في نابلس، كلية الدراسات العليا، فلسطين، 2006، ص 87.

⁴ - أنظر المادتين 26 و32 من الأمر 06/03، المؤرخ في 2003/07/19، المتعلق بالعلامات، السالف الذكر.

أو يعرض أو يبيع سلعا أو يقدم خدمات تحمل علامة مزورة أو مقلدة أو مغتصبة، فيكفي قيام التاجر بعرض أو بيع سلع أو خدمات مقلدة أو مزورة أو مغتصبة حتى تتم متابعتها بالجرم، وذلك بغض النظر عن علمه المسبق بتزوير أو تقليد تلك البضائع أو الخدمات، وذلك بخلاف قانون العلامات الملغى 57/66، الذي اشترط العلم المسبق لقيام الجريمة في المادة 03/28 منه¹.

وكذا القانون المصري المشار إليه سابقا، والقوانين المقارنة كالقانون الأردني والفرنسي واللبناني.... إلخ التي تشترط ضرورة العلم بأن المنتجات التي تم بيعها أو عرضها للبيع قد تشابه التزوير أو الغصب أو التقليد².

الفرع الثالث

جريمة وضع علامة مملوكة للغير (إغتصاب العلامة)

يعتبر مرتكبا لجريمة اغتصاب العلامة، الأشخاص الذين يضعون على منتجاتهم أو على الأشياء التابعة لتجارتهم بسوء نية علامة هي ملك لغيرهم، وذلك قصد خداع المستهلك، وتعد جريمة الإغتصاب من أخطر الجرائم التي تمس العلامات، لأنها لا تتطلب مجهودا، فيكفي المغتصب نقل العلامة الأصلية ووضعها على المنتجات المقلدة، أو نزع العلامة مباشرة ووضعها على المنتج الخاص به، وفي هذه الحالة يصعب تمييز المنتج المقلد لأن العلامة صحيحة ولكن المنتج ليس هو نفسه³.

ولقد نصت المادة 28 من الأمر رقم 57/66 المتعلق بعلامات المصنع، على معاقبة الذين يضعون عن طريق التدايس علامة هي ملك للغير على منتجاتهم أو على الأشياء

¹ - أنظر المادة 28 فقرة 03، من الأمر 57/66، المؤرخ في 19/03/1966، المتعلق بعلامة المصنع، المشار إليه سابقا.

² - سماح محيي، مرجع سابق، ص 152-153.

³ - سماح محيي، المرجع نفسه، ص 146.

التابعة لتجارتها، وتقوم هذه الجريمة على ثلاثة أركان منها الركن المادي (أولاً) ويتحقق بفعل من أفعال البيع أو العرض للبيع أو للتداول أو الحيازة بقصد البيع والركن الثاني، هو أن يكون محل الفعل منتجات تحمل علامة مملوكة للغير (ثانياً) أما الركن الثالث، فهو الركن المعنوي أو ما يسمى بالقصد الجنائي (ثالثاً).

أولاً: الركن المادي.

يتمثل الركن المادي لهذه الجريمة في واقعة وضع العلامة، فهو الفعل الأساسي فيها، وترتكب هذه الجريمة في حال بيع منتجات تحمل علامة تجارية مملوكة للغير بدون وجه حق أو سبب مشروع، ويشمل جميع صور البيع لا فرق في ذلك بين ما إذا كان المقابل نقدياً أو عينياً، وبين ما إذا نتج عن البيع ربح أو خسارة، أو كان البيع متكرراً أو وقع مرة واحدة. بالإضافة إلى ذلك عرض المنتجات للبيع أو للتداول عن طريق وضعها في واجهة المحل التجاري أو في أحد الفروع التابعة لها أو بإرسال إعلانات إلى العملاء.

وكذلك تقع الجريمة بحيازة المنتجات بقصد بيعها، كأن يضعها داخل مخازن التاجر أو في مسكنه الخاص إذا وجدت قرائن تدل على أنها تستخدم كمخازن أو مستودعات توضع فيها المنتجات التي تحمل علامة مملوكة للغير دون وجه حق. ويجب أن تحمل هذه المنتجات علامة مملوكة لغير البائع أو العارض أو الحائز أو المتداول، وأن تكون المنتجات من ذات النوع أو الصنف الذي تميزه العلامة الأصلية.

فالمشرع الجزائري قد نص في قانون العلامات الملغى صراحة على معاقبة الأشخاص الذين يضعون عن طريق التدليس علم منتجاتهم أو على الأشياء التابعة لتجارتهم علامة هي ملك للغير¹.

¹ - سماح محيي، مرجع سابق، ص 146 - 147.

وقد عاقب المشرع الفرنسي أيضا كل من وضع علامة مملوكة لغيره على منتجات طبيعية أو مصنعة، بغرض البيع أو العرض للبيع أو بيعها في فرنسا، أو وضع هذه العلامة على أشياء أخرى من شأنها إيجاد الاعتقاد أنها من مصدر مختلف عن حقيقة مصدرها الفرنسي أو الأجنبي¹.

ثانيا: أن يكون موضوع الفعل منتجات تحمل علامة مملوكة للغير.

يكفي لقيام هذا الركن أن يكون موضوع البيع أو العرض للبيع أو للتداول أو حيازة منتجات تحمل علامة مملوكة للغير بدون وجه حق، وأن تكون تلك المنتجات من النوع ذاته أو الصنف الذي تميزه العلامة الأصلية².

ثالثا: الركن المعنوي.

يلزم لقيام هذه الجريمة توافر القصد الجنائي العام، حيث تعتبر هذه الجرائم من الجرائم العمدية، أي انصراف إرادة الجاني إلى ارتكاب الفعل المحقق للجريمة مع علمه بأنه يبيع أو يعرض للبيع أو للتداول أو يجوز بقصد بيع منتجات تحمل وجه حق علامة مملوكة للغير، بمعنى أن يعلم أنّ هذه العلامة الموضوعية لا تخص صاحب المنتجات التي يبيعه بل تخص شخص آخر.

ونشير إلى القوانين المقارنة التي اشترطت في جريمة بيع منتجات تحمل علامة مقلدة توافر القصد الجنائي ولا سيما القصد الخاص كالقانون الأردني والفرنسي، أي أن يكون البيع أو العرض للبيع أو الحيازة بقصد البيع قد تمت بسوء النية، أي بقصد غش وتضليل المستهلك في ذاتية ومصدر المنتجات.

¹ - سبتي عبد القادر، تقليد العلامة التجارية في القانون الجزائري والقانون المقارن، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في

القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر (1)، سنة 2016/2017، ص 115.

² - سبتي عبد القادر، مرجع سابق، ص 115

أما القانون المصري فإنه اكتفى بالقصد العام-المقترن بإرادة الفعل- وهو أن يكون مرتكب الجريمة عالماً أنه يبيع أو يعرض أو يحوز منتجات تحمل بدون وجه حق أو سبب مشروع علامة مملوكة للغير¹.

بالإضافة أي أنّ المشرع الجزائري لم ينصّ على القصد الجنائي بالنسبة لهذه الجريمة، ونسجل عدم تجريم الحيازة بالنسبة للمشرع الجزائري والفرنسي حيث كان من الأجدر النص على ذلك لإيجاد حماية متماسكة للعلامة التجارية، وبالتالي منع كل أشكال الاعتداء على العلامة التجارية. ومن الثابت أن القصد الجنائي لا يفترض وإنما يجب اثباته كما أنّ للمتّهم نفيه، كما في حالة كون المتهم قد اشترى المنتجات من مورّع المصنع الأصلي الذي اعتاد أن يشتري منه منتجات هذا المصنع.

ونلاحظ بأنّ المشرع الجزائري لمّا أعطى للركن المادي لجنة التقليد المعنى الواسع كان يريد من خلال ذلك أن يوسع من دائرة تجريم الأفعال التي من شأنها أن تمسّ بالحقوق الاستثنائية لملك العلامة التجارية، وحتى يسهّل على المتضرر من التقليد مسألة إثبات الخطأ الجرمي المرتكب من طرف المتهم بجنحة التقليد².

إلا أنّ بعض الفقه يرى بأنّ مقتضيات مبدأ شرعية الجرائم يقتضي أن ينص المشرع على مختلف هذه الجرائم بالتفصيل ولاسيما تحديد القصد الجنائي الخاص، وكذا الشروط المطلوبة في حماية العلامة التجارية من الإعتداءات المتكررة والمتنوعة لإقفال باب أمام القياس والتفسير للنصوص الجنائية.

ولمّا كانت جريمة التقليد جريمة عابرة للحدود فإنه يقع على عاتق المشرع التعامل مع مبدأ عالمية النص الجنائي للاستعانة بالجهود الدولية لمكافحة ظاهرة تقليد العلامة دولياً³.

¹ - سبتي عبد القادر، مرجع سابق، ص 115-116.

² - سبتي عبد القادر، المرجع نفسه، ص 116.

³ - المرجع نفسه، ص 116-117.

المطلب الثاني

العقوبات الجزائية المقررة في حالة الاعتداء على العلامة التجارية

نص المشرع الجزائري على العقوبات المقررة في حالة التعدي على العلامات التجارية بالعقوبة فهي جزاء جنائي يقرره القانون ويوقعه القاضي. وللعقوبة أنواع كثيرة فهناك عقوبات أصلية (الفرع الأول) كما نجد عقوبات تكميلية (الفرع الثاني) وكذلك عقوبات مدنية (الفرع الثالث).

الفرع الأول

العقوبات الأصلية

العقوبة الأصلية هي الجزاء الأساسي الذي نصّ عليه المشرع وقدره للجريمة، ولا يمكن تنفيذها إلاّ إذا نصّ عليها القاضي صراحة في حكمه وحدد نوعها ومقدارها، ويمكن أن يقتصر عليها الحكم لأنها الجزاء المقرر في القانون للجرائم لبلوغ الأهداف المتوخات من العقاب. والعقوبات الأصلية المقررة لجرائم الاعتداء على العلامة التجارية تشمل الحبس (أولاً) والغرامة (ثانياً).

أولاً: الحبس.

يقصد بعقوبة الحبس إيداع المحكوم عليه في إحدى المؤسسات العقابية المدّة المقررة في الحكم، وهي على نوعين الأول في مادة الجرح ومدّته تتجاوز شهرين إلى خمس سنوات ماعدا الحالات التي يقرر فيها القانون حدوداً أخرى، والثاني: الحبس في مادة المخالفات ومدّته من يوم واحد على الأقل إلى شهرين على الأكثر.

والحبس من العقوبات المقررة لجرائم الجنح والمخالفات، إذ تعدّ الجريمة من نوع الجنح أو المخالفات إذا كانت العقوبة المقررة لها الحبس أو الغرامة¹.

في هذا الاتجاه فإنّ المشرع الجزائري يلاحظ من خلال المادة 32 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات أنّه قد اعتبر جميع جرائم الاعتداء على العلامة التجارية من نوع الجنح، فعاقب عليها بالحبس من ستّة (06) أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين وخمسمائة دينار (2.500.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط².

ثانياً: الغرامة.

تعتبر عقوبة الغرامة من العقوبات الأصلية الجزائية والمالية، ويراد بها إلزام المحكوم عليه بأن يدفع إلى الخزينة العمومية المبلغ المعين في الحكم.

وفي القانون الجزائري فإنّ الغرامة على نوعين، فقد تكون عقوبة أصلية مباشرة وقد تكون عقوبة أصلية اختيارية، وقد نصّ قانون العلامات الجزائري على عقوبة الغرامة سواء مع عقوبة الحبس أو كعقوبة منفردة، حيث أنّ كل شخص ارتكب جنحة تقليد العلامة، يعاقب بالحبس مع الغرامة أو يعاقب بالغرامة فقط. أي بإحدى العقوبتين. حيث قدرت الغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار (2.500.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج)³.

¹ - أنظر المادة 05 من الأمر رقم 66-156، مؤرخ 08 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات، ج ر عدد 49، الصادرة في 11/06/1966، (معدل ومنتقم).

² - سبتي عبد القادر، مرجع سابق، ص 154-155.

³ - سبتي عبد القادر، مرجع نفسه، ص 156-157.

الفرع الثاني

العقوبات التكميلية

العقوبات التكميلية، هي التي تلحق بالمحكوم عليه نتيجة صدور حكم بعقوبة أصلية، فهي ملحقة بعقوبة أصلية ولا يمكن الحكم بها منفردة، ولا يجوز توقيع هذه العقوبة على المحكوم عليه، إلا إذا نصّ عليها صراحة في حكم القاضي بالإدانة والمتضمن العقوبة الأصلية.

وتكمن هذه العقوبات التكميلية في الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة (أولاً) وكذلك المصادرة (ثانياً) والإتلاف (ثالثاً)¹.

أولاً: الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة.

نصّ على هذه العقوبة في قانون العلامات الجزائري من خلال المادة 32، وقرّر المشرع الحكم بها مع عقوبتي الحبس والغرامة أو مع احدهما، وأجاز للمحكمة أن تستعمل سلطتها التقديرية في أن تقضي بالغلق مؤقتاً أو نهائياً، خاصة إذا كان المتهم في حالة ظرف العود، وحسنا فعل المشرع الجزائري بالنص على هذه العقوبة بحيث لها أثرها الفعّال في الحدّ من تكرار وقوع هذه الجرائم².

لكن لم يبيّن المشرع الجزائري على خلاف نظيره الفرنسي مصير عمّال المؤسسة بعد قرار الغلق مؤقتاً كان أو نهائياً، كما لم يحدد المدّة التي لا يمكن أن يتجاوزها الغلق المؤقت، أمّا بالرجوع إلى القواعد العامة في قانون العقوبات نجد المشرع الجزائري حدد مدّة غلق المؤسسة أو أحد فروعها لمدّة لا تتجاوز خمس سنوات³.

¹ - سبتي عبد القادر، مرجع سابق، ص 158.

² - سبتي عبد القادر، مرجع نفسه، ص 158-159.

³ - أمّنة صامت، مرجع سابق، ص 248.

ثانيا: المصادرة.

نصت المادة 32 من الأمر 03-06 علم مصادرة البضائع المقلدة أو الأشياء أو الوسائل والأدوات التي استعملت في ارتكاب جنحة التقليد والتي ينطق بها القاضي في حالة الحكم بالإدانة، كما يجوز أن يأمر بها القانون في حالة الحكم بالبراءة¹.

والمصادرة كما عرّفها المادة 15 من قانون العقوبات هي الأيلولة النهائية إلى الدولة لمال معين أو أكثر. وحسن فعل المشرع الجزائري بالنص على عقوبة مصادرة الأدوات والوسائل المستعملة في ارتكاب الجنحة الماسة بالعلامة التجارية، لأنه فضلا عن أنّ المصادرة تضمن عدم قيام المتعدي بهذا الفعل مرّة أخرى فإنّه تعرّضه لانهاك مالي زيادة على الغرامة التي تحكم بها المحكمة، لاسيما إذا كانت الوسائل المستعملة في ارتكاب الفعل المجرّم ذات قيمة مالية كبيرة².

ثالثا: الإلتاف.

يسير منهج المشرع في تشريعات العلامة التجارية إلى منح المحكمة سلطة تقرير اتلاف العلامة التجارية المخالفة، أو الأدوات التي استخدمت في جرائم الاعتداء على العلامة التجارية، أو تقرير اتلاف المنتجات ذات الصلة بالعلامة المخالفة، ولكن تتباين مناهج التشريعات في جعل الإلتاف وجوبيا على المحكمة أو اختياريا.

تطرّق المشرع الجزائري لعقوبة الإلتاف في المادة 32 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات³، التي ورد فيها ما يلي: «... فإنّ كلّ شخص ارتكب جنحة تقليد، يعاقب بالحبس من ستة (06) أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار

¹ - بورية سمية، مرجع سابق، ص 68.

² - سماح محيي، مرجع سابق، ص 161.

³ - المادة 32 من الأمر 03-06، المؤرخ في 19/07/2003، المتعلق بالعلامات، السالف الذكر.

2.500.000 دج، إلى عشرة ملايين دينار 10.000.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط مع اتلاف الأشياء محل المخالفة»¹.

الفرع الثالث

العقوبات المدنية

وإلى جانب العقوبات الجزائية أن تكون أفعال التقليد محل جزاءات مدنية عند رفع دعوى مدنية أمام الجهات المختصة أعمالا لمبدأ المسؤولية المدنية القائمة على تحقق كل من: الخطأ، الضرر والعلاقة السببية بينهما طبقا لنفس المادة 124 من القانون المدني المعدل والمتمم: «كل عمل أيا كان، يرتكبه المرء ويسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض».

وتأتي النصوص المنظمة لحقوق الملكية الفكرية لتنص على إمكانية البطالة بتسليط الجزاءات المدنية على مرتكب الفعل والتي تتخلص أساسا في الأمر بوقف الأعمال التقليد وتعويض الضرر الناتج بالنسبة لصاحب الحق².

¹ - أمنة صامت، مرجع سابق، ص 245.

² - أوثن حنان، المرجع نفسه، ص 135.

خاتمة:

ومن خلال دراستنا تظهر لنا مدى أهمية العلامات التجارية في القانون الجزائري، فلقد أصبحت موضع اهتمام وعناية من قبل المشرع، باعتبارها دليل مهم لحماية المستهلك، حيث تمكنه من التعرف على مصدر المنتجات والخدمات التي تفرض عليه دون المساس بحقه في اختيارها وحمايتها قانونا من شتى أنواع الغش والخداع واللبس، التي قد يتعرض إليه بواسطة منتجات مقلدة ومزورة، مما أدى بالدولة للتشدد في الحماية المتوفرة قانونا بشتى أنواعها المدنية والجزائية على حد سواء.

وذلك من أجل وضع حدّ لظاهرة التعدي على أمن البلاد إقتصاديا، ويظهر ذلك من خلال إصدار مجموعة من النصوص القانونية وإبرام معاهدات دولية لتقرير أحكام العقوبات المقررة على التعدي على العلامات التجارية، قد تكون جزاءات مدنية أو عقوبات جنائية.

فبعد تبني الجزائر اقتصاد السوق، في بداية التسعينات صدر الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 2003/07/09 المتضمن قانون العلامات الذي جاء في ظل نظام إقتصادي إتسم بالانفتاح النسبي والمتدرج وتخلي الدولة عموما عن دور المحتكر للنشاط الاقتصادي، ونتيجة لذلك أولى المشرع إهتماما كبيرا لحماية تلك العلامات، فإتسم تشريع العلامات الجديدة بالتوافق مع ما أقرته الاتفاقية الدولية والتشريعات المقاربة، رغم بعض النقائص التي إعتزته، إلا أن تحقيق الأهداف التي رمى إليها المشرع عند وضع هذا القانون والمرجوة منه لا يمكن أن يتم ما لم يطبق بشكل صحيح وفعال على أرض الواقع وهو ما يتطلب توفر بيئة صناعية وتجارية مناسبة تقوم على المنافسة، زيادة على تكوين وتأهيل المورد البشري المخول بتطبيقه وإنفاذ أحكامه.

إن حداثة تبني الجزائر لنظام السوق الحر، وما أفرزه من سلوكيات جديدة في مجال الاستهلاك نتيجة دخول الشركات الأجنبية بقوة بمنتجاتها وخدماتها الحاملة لمختلف العلامات، جعل القضاء الجزائري يتكيف مع الوضع الجديد ويحاول إرساء مبادئ وإجتهد

قضائي يمكن الاعتماد عليه في حل منازعات العلامات وتوظيف لتحسين وتعديل النصوص القانونية.

ورغم إدارة المشرع الجزائري لتطبيق المعايير الدولية في شأن حماية حقوق الملكية الفكرية وذلك من خلال فرض مجموعة من الضوابط والقيود للمحافظة عليها، إلا أن ذلك لم يكفي لإنضمام الجزائر إلى منظمة التجارة العالمية، هذا الانضمام الذي أضحي ضرورة حتمية مفروضة على الأقل حتى لا تبقى في معزل عن النظام الاقتصادي العالمي.

قائمة المراجع

أولاً: اللّغة العربية:

1- الكتب:

1. أوّشن حنان، الحماية القانونية للعلامة التجارية، دار اليازوري لنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
2. الكسواني عامر محمود، الملكية الفكرية، ماهيتها ومفرداتها وطرق حمايتها، دار الجيب لنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 1998.
3. حمادي زوبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012.
4. حمدي غالب الجغبير، العلامة التجارية، الجرائم الواقعة عليها وضمانك حمايتها، ط5، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2012.
5. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، الطبعة الثانية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
6. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2015.
7. صلاح سليمان الأسمر، العلامة التجارية في القانون الأردني والمصري، مطبعة التوفيق، عمان، 1986.
8. علي البارودي، محمد السيدات الفقهي، القانون التجاري، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 1999.
9. عماد الدين، محمود السويّدات، الحماية المدنية للعلامات التجارية، دارس الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2012.

10. سميحة القيلوبي، الوجيز في التشريعات الصناعية، دار النهضة العربية، مصر، 2007.
11. محمود علي الرشدان، العلامات التجارية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، والطباعة، عمان، الأردن، 2009.
12. محمد حسين، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985.
13. ناهي صلاح الدين، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، دار الفرقان، عمان، 1983.
14. نادية فضيل، القانون التجاري الجزائري، الأعمال التجارية، التاجر المحل التجاري، طبعة السادسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.

ثانيا: الرسائل والمذكرات.

أ- رسائل دكتوراه:

1. سماح محدي، الحماية القانونية للعلامة التجارية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، 2015-2016.
2. سبتي عبد القادر، تقليد العلامات التجارية في القانون الجزائري والقانون المقارن، أطروحة لنيل درجة دكتوراه علوم في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2017/2016
3. حمد مصطفى عبد الصادق مرسي، الحماية القانونية للعلامات التجارية، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، فرع بني سويف، 2004.

ب- مذكرة الماجستير:

1. محمود أحمد عبد الحميد مبارك، العلامة التجارية وطرق حمايتها وفق القوانين النفاذة في فلسطين، قدمت هذه الأطروحة استكمال متطلبات درجة الماجستير في القانون

الخاص، كلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية في نابلس، كلية الدراسات العليا، فلسطين، 2006.

2. **راشدي سعيدة**، النظام القانوني للعلامات، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم القانونية والإدارية، بين عكنون، الجزائر، 2003.

ج-مذكرات الماستر:

1. **بولحية نبيل**، حماية العلامة التجارية في القانون الجزائري، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمة لحضر، الوادي، 2016-2017.

3. **شعنان نعيمة**، **سايع، نبيلة**، حماية العلامة التجارية في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2016.

4. **بوروية سمية**، الحماية القانونية للعلامة التجارية والرسم والنموذج، مذكرة تكميلة لنيل شهادة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2013-2014.

5. **درماش سمية**، الحماية المدنية للعلامة التجارية من المنافسة غير المشروعة، مذكرة نهائية الدراسة لاستكمال متطلبات الماستر، كلية الحقوق، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2013/2014.

ثالثا: المقالات.

1. **رمزي حوحو**، كاهنة زراوي، التنظيم القانوني للعلامة في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى القانوني، جامعة بسكرة، العدد الخامس، 2008.

2. ميلود سلامي، دعوى المنافسة غير المشروعة عوجه من أوجه الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون الجزائري، مجلة دفاتير السياسة والقانون، العدد 06، جامعة ورقلة الجزائر، 2012.

3. سعيدة راشدي، حماية العلامة التجارية من جريمة التقليد في القانون الجزائري، المجلة الأكاديمية للبعث القانوني، السنة الثالثة، المجلة 05، العدد 01، 2016، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2012.

رابعاً: النصوص القانونية.

* النصوص القانونية الوطنية.

1-الدساتير:

1- دستور الجزائر لسنة 1989، الصادر بموجب المرسوم الرئاسي رقم 89-18، مؤرخ في 28 فيفري 1989، يتعلق بنشر نص التعديل الدستوري الموافق عليه بموجب إستفتاء 23 فيفري 1989، ج ر عدد 09، الصادرة بتاريخ 01 مارس 1989.

2- دستور الجزائر لسنة 1996 الصادر بموجب المرسوم الرئاسي، رقم 438/96 مؤرخ في 07/12/1996، يتضمن إصدار نص الدستور 1996، ج ر عدد 76، الصادرة في 08/12/1996، متمم بموجب قانون رقم 03/02 مؤرخ في 10/04/2002، يتضمن تعديل الدستور ج ر عدد 25، الصادرة في 14/04/2002، معدل ومتمم بموجب قانون رقم 19/08 مؤرخ في 15/11/2008، يتضمن التعديل الدستوري، ج ر عدد 63 الصادرة في 16/11/2008

3- دستور الجزائر لسنة 2020، الصادر بموجب المرسوم الرئاسي، رقم 20-442، مؤرخ في 30 ديسمبر 2020، يتعلق بإصدار التعديل الدستوري المصادق عليه في إستفتاء أول نوفمبر 2020 في الجريدة الرسمية

للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، ج ر، عدد 82، الصادرة في
2020/12/30.

2- النصوص التشريعية.

1. الأمر رقم 66-57، المؤرخ في 19 مارس 1966، المتعلق بالعلامات المصنع والعلامات التجارية، ج ر، عدد 23، الصادرة بتاريخ 22 مارس 1966.
2. الأمر رقم 66-156، مؤرخ في 08 يونيو 1966، يتضمن قانون العقوبات، ج ر عدد 49، الصادرة في 11/06/1966. (معدل ومتمم).
3. الأمر رقم 03-06 المؤرخة في 19 جمادى الأولى عام 1924هـ، الموافق لـ 19 يوليو سنة 2003، يتعلق بالعلامات، ج ر، عدد 14، الصادرة في 23 يوليو 2009
4. الأمر رقم 02/04، المؤرخ في 23/06/2004، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، جريدة رسمية عدد 41، الصادرة في 27/06/2004.

*** النصوص القانونية الأجنبية.**

1. Loi n°91-17, du 04 janvier 1991, relative aux marques de fabrique, de commerce ou de fabrique, www.légifrance.fr.

فهرس المحتويات

شكر وعران

إهداء

قائمة المختصرات

مقدمة 01

الفصل الأول

القواعد المنظمة للعلامة التجارية في القانون الجزائري

المبحث الأول: ماهية العلامة التجارية 06

المطلب الأول: مفهوم العلامة التجارية وأنواعها 06

الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية 06

أولاً: التعريف التشريعي 07

ثانياً: التعريف الفقهي 10

الفرع الثاني: أنواع العلامة التجارية 10

أولاً: أنواع العلامة التجارية 11

ثانياً: أنواع العلامات حسب الغاية من استعمالها 13

ثالثاً: أنواع العلامات التجارية في التشريع الجزائري 16

المطلب الثاني: خصائص العلامة التجارية 17

الفرع الأول: الخصائص العامة للعلامة التجارية 17

أولاً: الطابع الإلزامي للعلامة التجارية 18

ثانياً: الطابع الفردي 18

ثالثاً: إستقلالية العلامة التجارية في المنتج أو الخدمة 18

رابعاً: العلامة التجارية مال منقول معنوي 18

- 19 الفرع الثاني: الخصائص الخاصة للعلامة التجارية
- 20 المبحث الثاني: تسجيل العلامة التجارية وأثارها
- 20 المطلب الأول: تسجيل العلامة التجارية
- 21 الفرع الأول: الشروط الشكلية لتسجيل العلامة التجارية
- 21 أولاً: الإيداع
- 22 ثانياً: التسجيل
- 23 ثالثاً: النشر
- 24 الفرع الثاني: الشروط الموضوعية لتسجيل العلامة التجارية
- 24 أولاً: الطابع المميز
- 25 ثانياً: شرط الجودة
- 26 ثالثاً: شروط المشروعية
- 26 المطلب الثاني: الأثار المترتبة على تسجيل العلامة التجارية في القانون الجزائري
- 27 الفرع الأول: حق ملكية لعلامة التجارية في القانون الجزائري
- 28 الفرع الثاني: حق الترخيص بإستغلال العلامة التجارية في القانون الجزائري

الفصل الثاني

الحماية المقررة للعلامة التجارية في القانون الجزائري

- 31 المبحث الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية
- 32 المطلب الأول: دعوى المنافسة غير المشروعة
- 32 الفرع الأول: تعريف دعوى المنافسة غير المشروعة وأساسها القانوني
- 32 أولاً: التعريف القانوني
- 34 ثانياً: التعريف الفقهي
- 35 الفرع الثاني: شروط دعوى المنافسة غير المشروعة

- أولاً: ركن الخطأ..... 36
- ثانياً: الضرر 37
- ثالثاً: العلاقة السببية 37
- المطلب الثاني: آثار دعوى المنافسة غير المشروعة 38
- الفرع الأول: وقف الأعمال..... 39
- الفرع الثاني: الحكم بالتعويض 40
- أولاً: التعويض عن الضرر المادي..... 40
- ثانياً: التعويض عن الضرر المعنوي..... 40
- المبحث الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية 42
- المطلب الأول: الجرائم الواقعة على العلامة التجارية 42
- الفرع الأول: جريمة تزوير العلامة التجارية أو تقليدها 43
- أولاً: الركن المادي 44
- ثانياً: الركن المعنوي 45
- الفرع الثاني: جريمة بيع البضائع التي إستعملت فيها علامة مزورة ومقلدة 45
- أولاً: الركن المادي 46
- ثانياً: الركن المعنوي 47
- الفرع الثالث: جريمة وضع علامة مملوكة للغير (اغتصاب العلامة) 48
- أولاً: الركن المادي 49
- ثانياً: أن يكون موضوع الفعل منتجات تحمل علامة مملوكة للغير 50
- ثالثاً: الركن المعنوي 50
- المطلب الثاني: العقوبات الجزائية في حالة الاعتداء على العلامة التجارية 52
- الفرع الأول: العقوبات الأصلية 52

52	أولاً: الحبس.....
53	ثانياً: الغرامة.....
54	الفرع الثاني: العقوبات التكميلية.....
54	أولاً: الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة.....
55	ثانياً: المصادرة.....
55	ثالثاً: الاتلاف.....
56	الفرع الثالث: العقوبات المدنية.....
57	- خاتمة.....
59	- قائمة المراجع.....
64	- فهرس المحتويات.....

ملخص:

تتناول هذه المذكرة موضوعا مهما من مواضيع الملكية الصناعية والذي يتمثل في العلامة التجارية بين الحماية المدنية والحماية الجزائية، فالعلامة التجارية تشكل عنصر أساسي من عناصر الملكية الصناعية، فهي تعدّ الوسيلة التي تستخدم لغرض تمييز المنتجات عن غيرها في الأسواق. وأيضا تعتبر وسيلة من وسائل المنافسة غير مشروعة بين الصناع والمنتجين.

ولتوضيح ذلك، قمنا بتناول الموضوع في إطار القانون الجزائري. وتطرقنا على الحماية اللازمة بتجريم كل الأفعال غير المشروعة وتقرير العقوبات في حالة التعدي على العلامات التجارية.

الكلمات المفتاحية:

علامة تجارية- حماية مدنية- حماية جزائية- تقليد- غش تجاري- التنافس التجاري.