

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة -

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق



# الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الحقوق

تخصص قانون أعمال

تحت إشراف:

الأستاذة الدكتورة/ لشهب حورية

من إعداد الطالب:

فضلاوي فؤاد

السنة الجامعية: 2016/2017

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# شكر و عرفان

أتقدم بأسمى عبارات الشكر والتقدير بعد حمد الله وشكره جلى وعلا

إلى:

الأستاذة الدكتورة **لشهب حورية** التي لم تبخل عليا بما جادت قريحتها  
سواء بالتوجيه أو النصح طيلة المدة التي استغرقتها لإتمام هذه المذكرة  
نفعي الله بعلمها وجزاها كل خير.

إلى كل الأساتذة الذين رافقونا في الدراسة من بدايتها إلى نهايتها

وإلى كل موظفي كلية الحقوق والعلوم السياسية بسكرة.

إلى كل زملائي وزميلاتي في درب العلم والدراسة.

إلى كل من مد لي يد المساعدة لإتمام هذا العمل المتواضع

# الإهداء

مصداقا لقوله تعالى بعد بسم الله الرحمن الرحيم ( "وقضى ربك أن لا تعبد إلا إياه وبالوالدين إحسانا "...).

أولا أهدي ثمرة جهدي المتواضع إلى أعز ما أملك في هذا الكون، هؤلاء الذين عانوا من أجلي سهرا وصبرا لتربيتي وتعليمي، هؤلاء الذين كرمهم الله سبحانه وتعالى، ألا وهما " أبي " و " أمي " الأعزاء ... إليهما أهدي هذا العمل المتواضع.

إلى اللآئى المنيرة في كبدي والنسمات العلية في نفسي والشموع التي تنير حياتي وتلوونها إخوتي حفظهم الله " فوزي \_ جمال \_ عبد الغني \_ سعاد \_ عبد الستار \_ عبد الحلیم \_ سليمة \_ أسامة \_ مسعود ".

إلى الأصدقاء الذين لن أنساهم ما حييت " لحسن - مراد - محمد الصديق - عبد العظيم - شاهين - نور الدين - عبد الكريم - زكرياء - جمال - " .

وإلى كل زملائي وزميلاتي في الدراسة

إلى كل من حوتهم الذاكرة ونسبهم القلم إلى كل من ترك بصمة في حياتي جزاكم الله كل خير.

# فؤاد

حق كفة

## مقدمة

في العصر الحديث بعد تبني العديد من الدول نظام الرأسمال الذي يقوم على مبدأ الحرية في امتلاك وسائل الإنتاج، وأصبح بإمكان المؤسسات الترويج لمنتجاتها وتوزيعه في مختلف أنحاء العالم بالإضافة إلى ازدياد حدة المنافسة وخوف المؤسسات من عمليات التقليد لمنتجاتها التي تكبدها خسائر كبيرة، فاضطرت إلى إبتكار علامات تضعها على منتجاتها لترويجها وتمييزه عن باقي المنتجات وبالتالي مساعدة المستهلكين على عدم الخلط بين المنتجات.

فالعلامة التجارية هي التي يتخذها الصانع أو التاجر شعارا لمنتجاته أو بضائعه تميزا لها عن غيرها من المنتجات والبضائع المماثلة وهي من أهم الوسائل التي يلجأ إليها التاجر والصانع لتمكين المستهلك من التعرف على سلعته أينما وجدت، وضمان عدم تضليل الجمهور.

فاستخدام العلامة التجارية ليس حديث النشأة فالرومانيون هم أول من استعملها ثم تلاهم الإيطاليون في القرن 15، حيث كان استخدام علامات الصناعة إلزامي أين كان يسود نظام الطوائف لتمييز منتجات كل طائفة عن الأخرى، وبعد ثورة 1789 في فرنسا تم إلغاء النظام وإخفاء بالتبعية نظام العلامات الالزامية وأصبح وضع العلامة على منتج إختيار واستمر الوضع على هذا الحال إلى غاية إندلاع الحرب العالمية الأولى وظهر أنواع مختلفة للملكية " الملكية الصناعية، الملكية التجارية، الملكية الاقتصادية "، وتفرعت الملكية إلى صور جديدة " الملكية المادية والملكية المعنوية "، وأصبحت تتمتع بطابع الملكية المعنوية.

إن العلامة كحق من حقوق الملكية الصناعية أصبحت مال معنوي من الممكن تملكه وأضحت تحتل مكانة هامة بالنظر لما تشكله من قيمة مادية كبيرة، إذ تشكل في بعض الأحيان القيمة الأعلى من عناصر المشروع التجاري الذي يقوم على استغلالها، هذه القيمة تحتاج إلى وسيلة فعالة لحمايتها من الاعتداء عليها واستغلال شهرتها بصورة غير مشروعة.

فقد قررت لها التشريعات العالمية تلك الحماية بالنظر للأهمية التي تحتلها، فهي تحدد المصدر الشخصي للمنتجات أو البضائع أي المنتج لها، كما أنها تحدد المصدر الاقليمي أي جهة الانتاج التي تدل على مصدر المنتجات، فيمكن أن يذكر المشتري إسم العلامة التي تحملها السلعة التي يود شرائها دون حاجة لبيان أوصاف وسمات الشيء المراد شراؤه، وهي وسيلة ضمان لجمهور المستهلكين لضمانها لهم المنتجات والبضائع المقصودة لديهم ووسيلة ضمان للصناع والتجار ومقدمي الخدمات، إذ بها يتميزون عن كل الآخرين في ميدان التعامل لأنها تعطي ذاتيتها في المنتجات والبضائع والخدمات.

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

لأجل هذا كله لجأت الكثير من الدول إلى التفكير وبجدية في وجود حماية قانونية فعلية للعلامة التجارية، الامر الذي حثت عليه الكثير من المعاهدات الدولية والتي كانت آخرها معاهدة التريس المتعلقة بالجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية لسنة 1994 فقد نوهت أنه لا يكفي لحماية الحقوق ومنها حقوق العلامة التجارية بسن نصوص تشريعية فحسب، وإنما أن تتضمن تلك النصوص كيفية المعالجة والحماية الجزائية لظاهرة الاعتداء

والاحتيايل وإذا كانت تلك القوانين أو النصوص غير موجودة، فعلى الدول تعديل قوانينها الداخلية لمسايرتها للتطورات العصرية.

## - إشكالية الدراسة

في ظل هذا التبنى لسياسة اقتصاد السوق وازدياد المبادلات التجارية بين الأشخاص وظهور وسائل حديثة لترويج العلامة وتسويق المنتجات والخدمات، سيما وأن اعتناق الجزائر لنظام المنافسة الحرة والاقتصاد الحر، أدى إلى تواجد منتجات محلية مستوردة هائلة تحمل علامة تجارية مختلفة حتى منها المشهورة عالميا في السوق الجزائرية، دون أية حماية فعلية الأمر الذي شجع الكثير من التجار من اللجوء إلى الربح السريع وهذا بالقيام وسلوك مسلك السهل للإدراك بالأموال الطائلة والمتمثل في تقليد وتزوير العلامات التجارية، وعلى كل ورغم تدارك المشرع لهذا الجانب من حيث توفير الحماية للعلامة التجارية من مختل الجرائم، إلا أنه لازال يطرح الاشكال نفسه والذي يتبلور في المشكل الرئيسي:

إلى أي مدى بسط المشرع الجزائري إلى حمايته القانونية على العلامة التجارية من الناحية المدنية والجزائية؟ وهل هما كافيتان لضمان حقوق الأعوان الاقتصاديين من المنافسة غير المشروعة؟

هذه الاشكالية الرئيسية تتبثق منها تساؤلات فرعية وهي كالاتي:

س 1- كيف عالج المشرع الجزائري الأحكام المنظمة للعلامة التجارية؟

س 2- ما التكييف القانوني الذي إعتد عليه المشرع لدعوى المنافسة غير المشروعة؟

س 3- ماهي الجرائم الواقعة على العلامة التجارية؟

س 4- ماهي القواعد الاجرائية الواجب إتباعها حتى يستطيع صاحب العلامة التجارية مباشرتها لتوفير حماية وقتية لعلامته؟



## - أهمية الموضوع

تلعب العلامة التجارية دورا مهما في التعريف بالمنتجات وحمايتها من التقليد والتزوير من خلال تقديم سلع متنوعة من نفس الصنف المنتج يختلف في النوعية والخصائص وبأسعار متفاوتة للمستهلكين، أي إتاحة بدائل للاختيار عن طريق تسمية المنتجات وتمييزها في السوق وهو ما يقصد به تحديدا العلامة التجارية.

وأما في الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة وما يقتضي ذلك من إعداد تشريعات حديثة تراعي متطلبات هذه المنظمة ومتطلبات العصر الحديث، رأّت الجزائر من ضرورة تحديث قوانينها المتعلقة بالعلامات التجارية، وذلك لتغير الأوضاع عما كانت عليه في السابق، إذ أنه في إطار سياسة إقتصاد السوق فقد فرضت معطيات جديدة على الساحة الاقتصادية والتجارية وحتى منها القانونية، فالتطور التكنولوجي وتزايد تنافس المنتجات على الأسواق الدولية أدى ذلك إلى إهتمام التشريع الجزائري المتعلق بالعلامة التجارية بإعتبارها وسيلة للمنافسة غير المشروعة ومنحها الحماية القانونية بنوعيتها المدنية والجزائية الملائمة لهذا التطور.

## - أسباب الدراسة

لعل من أهم الأسباب التي جعلتني أختار هذا الموضوع هو رغبة مني للتعرف على مختلف الاجراءات القانونية لحماية العلامة التجارية في حالة المساس بها لما يكتسبه موضوع العلامة التجارية من أهمية قصوى من الناحية العلمية والعملية، فهو موضوع هام بكافة جوانبه الاقتصادية والاجتماعية والقانونية ولقد تطرقت لهذا الموضوع بالذات لعدة أسباب منها ما هو ذاتي ومنها ما هو موضوعي، أسباب ذاتية تجلت في أن الحماية القانونية موضوع كثير ما يجهل مقصوده ومعناه، وكذلك عدم معرفة مالك العلامة كيفية المحافظة على حقه الوارد على العلامة، وتوسع دائرة البحث فيه والتطلع على ما يحويه من أحكام وقوانين ودراسات قبلية، وأسباب

موضوعية تكمن في كثرة الاعتداءات على العلامة وذلك بتزايد الغش وتقليد العلامة التجارية سواء على الصعيد الوطني أو الدولي من بعض الدول، كذلك من الأسباب قرصنة العلامة أصبحت تجارة مزدهرة مما أدى إلى عدم قدرة الوسائل القانونية الموجودة على التصدي لها.

## - أهداف الدراسة

إن الهدف من دراسة موضوع العلامة التجارية هو إرشاد المستهلك لأن العلامة التجارية تعتبر وسيلة من وسائل حماية المستهلك، كذلك تبين مصدر السلعة المسؤول عنها وتضمن للمستهلك تجانس وحدات السلعة التي يتكرر شراؤها، وبالنسبة لمستعمل العلامة فحمايتها قانونا تعتبر سند للمحافظة على خصائصها الفريدة التي يمكن أن يتصف بها المنتج والتي ربما يتم تقليدها من قبل الغير، أما اقتصاديا فهي تنظم حركة المنتجات في السوق.

## - مناهج الدراسة

تماشيا مع طبيعة الموضوع والإشكالية المطروحة تنوعت المناهج المستخدمة حسب حاجة كل جزء من هذه المذكرة:

- 1- **المنهج التحليلي:** وهو المنهج الذي سيصبحنا على إمتداد أطوار الموضوع وفي كل مرحلة من مراحله، إذ به نتمكن من معرفة النصوص وفهم المعاني وتحليل مضمون المادة الجرائية.
- 2- **المنهج المقارن:** وذلك من خلال الاستدلال به في محاولة المقارنة بين التشريعات الأجنبية والتشريع الجزائري، سيما منه التشريع الفرنسي على أساس أنه يعد المصدر التاريخي - بكل تحفظ- للقانون الجزائري، وكذا لأجل معرفة التطور الذي لحق به القانون الفرنسي في مجال العلامات ومن خلال ذلك تتم تقديم إقتراحات للمشرع الجزائري تتلائم مع المستجدات العالمية والدولية مع مراعاة الظروف الداخلية والاقتصادية للبلاد، وهذا إما بإقتراح تعديل نقطة قانونية في مجال الجريمة أو إيجاد نقطة جديدة.

## - خطة البحث

وللإجابة على الاشكالية والتساؤلات الفرعية المطروحة أقدم بحثي هذا بمزيد من الافاضة والتفصيل حيث ارتأيت تقسيمه كالاتي:

أتطرق في المبحث التمهيدي إلى الأحكام العامة للعلامة التجارية، حيث تناولت فيه ماهية العلامة التجارية (مطلب أول)، واختيار العلامة والإجراءات الواجب استكمالها في (مطلب ثاني)، ثم أتطرق في الفصل الأول عن الحماية المدنية للعلامة التجارية، أتكلم عن أحكام دعوى المنافسة غير المشروعة في (المبحث الأول)، تناولت فيه مفهوم دعوى المنافسة غير المشروعة (كمطلب أول) ثم الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة (كمطلب ثاني)، وفي (المبحث الثاني) قيام دعوى المنافسة غير المشروعة، أتحدث في (المطلب الأول) عن القضاء المختص للنظر في دعوى المنافسة غير المشروعة، وفي (المطلب الثاني) أصحاب الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة، أما في (المطلب الثالث) عن الإثبات في دعوى المنافسة غير المشروعة، أما (المبحث الثالث) فأتكلم فيه عن آثار دعوى المنافسة غير المشروعة، أتناول فيه إزالة الفعل الضار (كمطلب أول)، ثم الجزاء المدني (كمطلب ثاني) وفي (الفصل الثاني) أتطرق إلى الحماية الجزائية للعلامة التجارية، أتحدث في (المبحث الأول) عن الجرائم الواقعة على العلامة التجارية، وفيه أتكلم عن جرائم الإعتداء على ذاتية العلامة (كمطلب أول) ثم جرائم الإعتداء على ملكية العلامة التجارية (كمطلب ثاني)، وفي (المبحث الثاني) إجراءات حماية العلامة التجارية، أتحدث عن الإجراءات التحفظية (كمطلب أول) ثم الإجراءات التنفيذية (كمطلب الثاني) وفي (المطلب الثالث) إلى الإجراءات القمعية، أما في (المبحث الثالث) فأتطرق إلى العقوبات الجزائية للعلامة التجارية بحيث أتطرق في المطلب الأول إلى عقوبة الحبس، وفي المطلب الثاني عقوبة الغرامة المالية.

المبحث التمهيدي

الأحكام العامة للعلامة

التجارية

## المبحث التمهيدي

## الأحكام العامة للعلامة التجارية

يرد حق الملكية الصناعية على منقول معنوي أو مبتكرات جديدة كبراءة الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية، أو على شارات مميزة تستخدم في تمييز المنتجات " العلامات التجارية"، أو بحماية خاصة للتصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة أو في تمييز المنشآت التجارية " الإسم التجاري" وتمكن صاحبها من الاستثناء باستغلال ابتكاره أو علامته التجارية أو اسمه التجاري دون اعتراض أو منازعة من أحد.

فالتشريع الصناعي يعتبر من أحدث الفروع القانونية، وقد ازدادت أهميته منذ القرن 19 على إثر الثورة الصناعية والتجارية التي عرفت أوروبا، أما ظهره الأول فقد كان في القرنين 14 و15 إذ صدر أول قانون لحماية المخترعين عام 1472 بمدينة فينيسيا بإيطاليا.

ومحتوى هذا القانون أن كل من يقوم بأي عمل جديد يحتاج إلى الحذق والمهارة يكون ملزما بتسجيله بمجرد الانتهاء من اعداده على الوجه الأكمل بصورة يمكن معها الاستفادة منه، وأن يحضر على أي شخص آخي أن يقوم بعمل آخر ومثابه له من غير موافقة المخترع وترخيصه وذلك لمدة 10 سنوات، وإذا قام أي شخص آخر بعمل مماثل أو مثابه فيكون للمخترع حق طلب الحكم على المعتدي بدفع تعويض مع إتلاف ماعمله.

وقد توالى بعد ذلك التشريعات في باقي الدول الأخرى ونأخذ على سبيل المثال التشريع الجزائري.

في الجزائر ظل قانون براءة الاختراع الفرنسي الصادر عام 1844 والملغى سنة 1968 وقانون حماية الرسوم والنماذج لعام 1909، وقانون العلامات التجارية الفرنسي لعام 1957 النافذ المفعول إلى ما بعد الاستقلال كما سيرد تفصيل ترتيب الحركة التشريعية في الجزائر المستقلة فيما يأتي من الفقرات.

#### - صدور قوانين الملكية الصناعية في الجزائر

بالإضافة إلى ما ذكر فيما سبق أعلاه بالنسبة للتشريع في الجزائر يمكن التذكير بالأحكام التشريعية التالية:

1- في عام 1963 وبموجب المرسوم رقم 63-248 المؤرخ في 1963 تحت وصاية وزارة الصناعة والطاقة والتجارة، تم تأسيس المكتب الوطني للملكية الصناعية وأن الهدف من إنشائه كان بقصد حماية العلامة التجارية التي كانت تودع لدى الغرفة التجارية ولسد الفراغ حتى صدور الأمر 66-54.

2- وبموجب الأمر 66-54 المؤرخ في 11 ذو القعدة عام 1385 الموافق لـ 1966/03/03 والمتعلق بشهادات المخترعين وبراءات الاختراع.

تعتبر هذه المرحلة مرحلة تحضيرية إذا كانت التسجيلات التي يقوم بها المكتب غير قانونية، إذا لم يكن هناك قانون يوضح ويحدد كيفية التسجيل والأوراق المطلوبة. فكانت أعماله مرتكزة على السجلات التجارية التي كانت تتم تسجيلها على رأس القانون الفرنسي الصادر بتاريخ 23 جوان 1847 الذي أصبح ساري المفعول في الجزائر بمقتضى مرسوم 1864/02/06.

3- بمقتضى الأمر 66-54 المؤرخ في 11 ذو القعدة عام 1385 الموافق لـ 1966/03/03 والمتعلق بشهادات المخترعين وبراءات الاختراع.

- الأمر رقم 66-57 المؤرخ في 1966/03/19 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية.

- الأمر رقم 66-86 المؤرخ في 28/04/1966 المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية وما تلاه بعد ذلك من صدور الأوامر التطبيقية.

وخلال هذه المرحلة تم تسجيل 99 طلب تسجيل براءة اختراع وعلامة تجارية قبل سنة 1966 بالنسبة للأجانب، و 18 طلب براءة اختراع بالنسبة للجزائريين.

4- الأمر 62-73 الصادر بتاريخ 25 شوال عام 1393 الموافق لـ 21 نوفمبر 1973 القاضي بإنشاء المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية، وإنشاء هذا المعهد انتقلت إليه إختصاصات المكتب الوطني للملكية الصناعية مثلما انتقلت أموال وحقوق والتزامات المكتب عدا ما يتعلق بالسجل المركزي للتجارة.

وقد كلف المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية بتمثيل الجزائر في المنظمات الدولية والجهوية، وإنشاء جميع الوثائق التي تهم التوحيد الصناعي والملكية الصناعية والمحافظة عليها ووضعها تحت المصالح العمومية والأفراد.

5- ويمقتضى الأمر رقم 75-02 المؤرخ في ذو الحجة من عام 1394 الموافق لـ 09 يناير 1975 المتضمن المصادقة على اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المبرمة في 20 مارس 1883 المعدلة ببروكسل في 14 ديسمبر 1900، وواشنطن في 02 يوليو لسنة 1911، ولاهاي في 06 نوفمبر سنة 1925، ولندن في 02 يونيو عام 1934، وفي لشبونة بتاريخ 31 أكتوبر 1958 وأستكهولم في 14 يوليو 1967.

وقد نصت المادة الأولى من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية في فقرتها التالية " تشمل حماية الملكية الصناعية براءة الاختراع ونماذج المنفعة والرسوم والنماذج الصناعية والعلامات الصناعية أو التجارية وعلامات الخدمة والاسم التجاري، وبيانات المصدر أو تسميات المنشأ وكذلك قمع المنافسة غير المشروعة، وقد أصبحت هذه الاتفاقية جزءا من التشريع الجزائري.

وبمقتضى أمر رقم 66-48 المؤرخ في 25 فبراير عام 1966 والمتضمن انضمام الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية إلى اتفاقية باريس المؤرخ في 20 مارس 1883 والمتعلقة بحماية الملكية الصناعية، والتي أعيد التصديق عليها بمقتضى الأمر 75-02 السابق الذكر، كما تناولت المادة الثانية في فترتها الثامنة منها، العناصر التي تشمل الملكية الفكرية وهي المصنفات الأدبية والعلمية ومنجزات الفنانين القائمين بالأداء والفنوجرامات وبرامج الاذاعة والتلفزيون والاختراعات في جميع مجالات الاجتهاد وعلامات الخدمة والأسماء والسماوات التجارية والحماية ضد المنافسة غير المشروعة، وجميع الحقوق الأخرى الناتجة من النشاط الفكري في المجالات الصناعية والعلمية والأدبية والفنية والتي تناولها بالحماية التشريع رقم 10-97 المتعلق بالمؤلف والحقوق المجاورة.

6- المرسوم التنفيذي رقم 98-68 المؤرخ في 24 شوال 1418 الموافق لـ 21 فبراير سنة 1998 المتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية وحدد قانونه الاساسي، فأصبح هو المختص باستقبال طلبات إيداع العلامات التجارية هاته الأخير هي محل الدراسة لهذا البحث.



فالعلامة التجارية كحق من حقوق الملكية الصناعية أصبحت مال معنوي من الممكن تملكه وأضحت تحتل مكانة هامة بالنظر لما تشكله من قيمة مادية كبيرة، إذ تشكل في بعض الأحيان القيمة الأعلى من عناصر المشروع التجاري الذي يقوم على استغلالها، هذه القيمة تحتاج إلى وسيلة فعالة لحمايتها من الاعتداء عليها واستغلال شهرتها بصورة غير مشروعة، فلقد قررت لها التشريعات العالمية تلك الحماية بالنظر للأهمية التي تحتلها، وتعتبر العلامة التجارية إحدى وسائل الاعلان المهمة سواء من حيث النوع المرتب للضمان أو طريقة التحضير، مما يؤدي إلى رفع الثقة بالمنتجات والبضائع فتحل محل الثقة للجمهور، و لهذا فإن العلامة التجارية شأنها شأن بقية حقوق الملكية الصناعية أي أنها تتمتع بالحماية المقررة لحقوق الملكية الصناعية وهذا ما أدى إلى دراسة موضوع العلامات التجارية كونها مهمة للتاجر أو الصانع من جهة والمستهلك من جهة أخرى، وعليه قسمت هذا المبحث إلى مطلبين

#### ❖ المطلب الأول: ماهية العلامة التجارية

#### ❖ المطلب الثاني: اختيار العلامة التجارية والإجراءات الواجب استكمالها

## المطلب الأول

### ماهية العلامة التجارية

إن العلامة التجارية تلعب دورا حيويا باعتبارها متميزة ومبتكرة ليس فقط بالنسبة لصاحبها وإنما أيضا بالنسبة للجمهور إذ تعد من الوسائل الهامة لاجتذابه، فالكثير منهم يبحث عن العلامة التجارية أكثر من بحثهم عن المنتج ذاته، فهي تخلق لهم ظاهرة نفسية تحملهم للالتجاء إلى علامة دون أخرى<sup>1</sup>، وتماشيا مع هذا سأتناول ماهية العلامة التجارية كمطلب أول، حيث أتطرق في هذا المطلب إلى مفهوم العلامة التجارية كفرع أول، وأهمية العلامة التجارية كفرع ثاني، أما في الفرع الثالث أتحدث عن أنواع العلامة التجارية.

### الفرع الأول

#### مفهوم العلامة التجارية

يُدرج الحق في العلامة التجارية ضمن حقل الحقوق الفكرية تلك الحقوق التي لا ترد على المادة بل ترتبط بالفكر غير الملموس، واعتبار أن العلامة التجارية هي منقول معنوي غير مادي فإن الحق فيها هو الآخر يصيب عليه الصبغة غير المادية، ولما كانت العلامة التجارية هي منقول معنوي يختلف عن المنقول المادي، فإنه أضحى منهجيا إيراد تعريفها شاملا، إذاً يجب قبل التطرق إلى تعريف المشرع الجزائري يجب تناول تعريف لغوي وفقهي وكذا إعطاء بعض التعريفات في التشريعات الأخرى المقارنة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> زينة غانم عبد الجبار الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية - دراسة مقارنة-، الطبعة 01، الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص64.

<sup>2</sup> وهيبة لعوارم بن أحمد، جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، الطبعة 01، مكتبة الوفاء القانونية، الاسكندرية، 2015، ص19.

## أولاً: تعريف العلامة التجارية

1- **تعريف العلامة لغة:** وهي كل أثر في الشيء للدلالة عليه ومعرفته وتمييزه عن غيره وهي مشتقة من العلم، بمعنى المعرفة، ومثال ذلك علم الدولة للدلالة عليها وتمييزها. ويقال المعلم من العلامة، أي الأثر الذي يستدل به على الطريق وما يعلم به الشيء وما ينصب في الطريق فيستهدي به<sup>1</sup>.

والعلامة هي الأثر أو المنارة أو الجبل الطويل والأمانة والراية. قال تعالى: { وَلَهُ الْجَوَارِ الْمُنشَآتُ فِي الْبَحْرِ كَالْأَعْلَامِ } سورة (الرحمن: 24). كما يقال عن العلامة أنها عبارة عن خطين متقاطعين يستعان بهما عند الإمضاء أحياناً من لا يستطيع الإمضاء<sup>2</sup>.

**التجارية:** فمأخوذة من تجر وتعني تعاطي التجارة، والتجارة: يقصد بها البيع والشراء لغرض الربح<sup>3</sup>.

## 2- تعريف العلامة اصطلاحاً

### تعريف العلامة قانوناً

في الواقع اختلف كثير من الفقهاء في إعطاء تعريف متفق عليه في القانون التجاري والمهتمين بموضوع العلامة التجارية، حتى التشريعات العربية فنذكر على سبيل مثال قانون العلامات التجارية الأردني فقد عرفها في المادة 02 من قانون العلامات التجارية رقم 33

<sup>1</sup> أمانة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية "دراسة مقارنة" الطبعة 1، دار الفكر الجامعي ريم للنشر والتوزيع، الاسكندرية، مصر، 2011، ص 23.

<sup>2</sup> معجم اللغة العربية، المعجم الوجيز، القاهرة، دار التحرير للطبع والنشر، 1989، ص 432.

<sup>3</sup> إيناس مازن فتحي الجبارين، الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً للقوانين الأردنية، رسالة ماجستير كلية الحقوق، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، 2010، ص 24.

لسنة 1952 والمعدل بمقتضى القانون رقم 34 لسنة 1999 العلامة التجارية على أنها " أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يرد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره"<sup>1</sup>.

وعرفها المشرع المصري في المادة 63 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002 على أنها: " العلامة التجارية هي كل ما يميز منتجاً سلعة كان أو خدمة عن غيره وتشمل على وجه الخصوص الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً، والإمضاءات والكلمات والحروف والأرقام والرسوم والرموز، وعناوين المحال، الدامغات والأختام والتصاوير، والنقوش البارزة ومجموعة الألوان التي تتخذ شكلاً خاصاً ومميزاً، وكذلك أي خليط من هذه العناصر إذا كانت تستخدم أو يراد أن تستخدم إما في تمييز منتجات عمل صناعي أو استغلال زراعي أو استغلال للغابات أو لمستخرجات الأرض أو أية بضاعة، وإما للدلالة على مصدر المنتجات أو البضائع، أو نوعها، أو مرتبتها، أو ضمانها، أو طريقة تحضيرها وإما للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات وفي جميع الأحوال يتعين أن تكون العلامة التجارية مما يدرك البصر"<sup>2</sup>.

أما المشرع الجزائري فقد عرّف العلامة التجارية من خلال نص المادة 02 من الأمر 03-06 حيث أنه: " كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبها والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره"<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> أنظر المادة 2 من القانون 34 لسنة 1999 المتعلق بقانون العلامات التجارية الأردني المعدل والمتمم المنشور على الصفحة 4299 من عدد ج ر رقم 4389 بتاريخ 01/11/1999.

<sup>2</sup> المادة 63 من القانون 82 لسنة 2002 المتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية المصري، ج ر عدد 22 مكرر لسنة 2002.

<sup>3</sup> أنظر المادة 02 من الأمر 03-06 المؤرخ في جمادى الأولى عام 1424 هـ الموافق لـ 19 يوليو سنة 2003 يتعلق بالعلامات التجارية، ج ر، عدد 44، 2003.

كذلك وقد جاء في نص المادة 03 من الفقرة الأولى من الأمر 03-06 حيث أنه: "تعتبر علامة السلعة أو الخدمة إلزامية لكل سلعة أو خدمة مقدمة، بيعت أو عرضت للبيع عبر أنحاء التراب الوطني"<sup>1</sup>.

كما عرفت بعض القوانين الأجنبية العلامة التجارية، نأخذ على سبيل المثال المشرع الفرنسي الذي عرفها في المادة الأولى من القانون 91-07 المتعلق بالعلامات على أنها: "علامة الصنع، أو التجارة، أو الخدم، هي رمز قابل للتمثيل الخطي، تستخدم لتمييز سلع أو خدمات شخص ما، طبيعي كان أو معنوي"<sup>2</sup>.

**"la marque de fabrique, de commerce ou de service est un signe susceptible de représentation graphique eniant à distinguer les produits ou service d'une personne physique ou moral"<sup>3</sup>.**

من خلال هذه التعريفات نلاحظ مايلي:

1- اشتراط غالبية التشريعات وخصوصا \_ التشريع الجزائري \_ أن تكون العلامة التجارية قابلة للتمثيل الخطي، أي أن تكون العناصر الداخلية في تركيب العلامة التجارية مما يتم إدراكه بواسطة حاسة البصر، وبالتالي استبعاد العلامات ذات المكونات الغير مادية كالعلامات التي تعتمد على حاسة السمع، أو حاسة الشم.

2- أخذ المشرع الجزائري في تعريفه للعلامات التجارية بالمفهوم الواسع لها، ليشمل علامات السلع سواء كانت منتجا طبيعيا أو زراعيًا أو تقليديًا أو صناعيًا، خامًا أو مصنعا، وكذلك علامة الخدمة، هذه الأخيرة لم تكن إلزامية في الأمر 66-57 الملغى، أما في التعديل الذي تم

<sup>1</sup> أنظر المادة 03 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات

<sup>2</sup> Art. 1<sup>er</sup>.loi no 91-07 du janvier1991. Relative aux marques de fabrique de commerce ou de services. JORF n°5. du 6 janvier 1991.

<sup>3</sup> Albert Chavanne et claudine salomon (Marque de fabrique de commerce ou de service), Encyclopédie, juridique, Dalloz, Paris, 2003, p2.

بموجبه الأمر 03-06 فقد نصت المادة الثالثة الفقرة الأولى منه على إلزاميتها لكل خدمة مقدمة عبر أنحاء التراب الوطني<sup>1</sup>.

ثانيا: **التعريف الفقهي للعلامة التجارية:** عرفها غالبية فقهاء القانون التجاري العلامة التجارية، وسأعرض بعض هذه التعريفات في ما يلي:

عرف الدكتور جميل حسين الفتلاوي العلامة التجارية بأنها: "السمة المميزة التي يضعها التاجر على منتجات محله التجاري، فهي علامة التجار أو الصانع على المنتجات التي يقوم بصنعها، وهي علامة مصنع قصدت تمييزها عن المنتجات الأخرى المشابهة لها والمعروضة في السوق أو كذلك السمة التي تستعملها مؤسسة تقديم خدمات<sup>2</sup>."

اقتصر هذا التعريف على العلامة التجارية تلك المميزة وهذا تعريف مختصر لا يتماشى مع طبيعة العلامة، بحيث أغفلت وضع ضوابط لهذا التعريف وجعلته تعريفا عاما فقط.

وعرفها الدكتور صلاح زين الدين بأن العلامة التجارية هي: "كل إشارة أو دلالة مميزة يتخذها الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة لتمييز صناعته أو بضاعته أو خدماته عن مثيلاتها التي يصنعها أو يتاجر بها أو يقدمها آخرون<sup>3</sup>."

ولم يخرج الفقه اللبناني عن تلك التعريفات فأكد بأنها " كل إشارة يقصد منها حماية المستهلك وحماية صاحب المصنع والتي تفرق هذه الأشياء عن غيرها وتظهر كذلك ذاتية وماهية البضاعة ومصدرها"، " أو هي تلك العلامة التي يتخذها الصانع أو التاجر لتمييز منتجاته أو بضاعته تمييزا لها عن غيرها من المنتجات والبضائع المماثلة<sup>4</sup>."

<sup>1</sup> السعيد غريب، الحماية القانونية للعلامات التجارية في القانون الدولي والقانون الوطني، مذكرة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، الجزائر، 2015، ص9.

<sup>2</sup> سمير جميل حسين الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1988، ص34.

<sup>3</sup> صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية -براءة الاختراع، الرسوم الصناعية، النماذج الصناعية، العلامات التجارية، البيانات التجارية- الطبعة الثانية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، سنة 2010، ص254.

<sup>4</sup> أنطوان الناشف، الإعلانات والعلامات التجارية بين القانون والإجتهد - دراسة تحليلية شاملة- القوانين، الاجتهادات، الدراسات-، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 1999، ص131.

وعرفها الفقه الفرنسي بأنها " كل رمز يوضع على منتج يضمن انتماءه - أصله - ويحدد صفاته". ويقصد بها أيضا " هي الوسيلة المادية الضامنة لمشتريها منشأ أو أصل السلع، أو هي كل رمز يساعد في تمييز ذاتية السلعة سواء صنعت من قبل صانع أو بيعت من قبل تاجر"<sup>1</sup>.

ومن هنا عرفها الفقه الجزائري العلامة التجارية بأنها:

" كل إشارة أو دلالة مميزة يتخذها التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة، شعارا لتمييز بضائعه أو منتجاته عن مثيلاتها التي يملكها الآخريين"<sup>2</sup>.

وعرفتها الدكتورة فرحة زراوي صالح بأنها " هي كل سمة مادية أو إشارة التي يضعها التاجر على المنتجات التي يقوم بصنعها أو بيعها قصد تمييزها عن غيرها من المنتجات المماثلة"<sup>3</sup>.

كما عرفتها الدكتورة نادية فوضيل بأنها " هي التي يتخذها التاجر شعارا لمنتجاته أو بضائعه تمييزا لها عن غيرها من المنتجات والبضائع المماثلة وذلك حتى يتسنى للمستهلك أن يعرف حقيقة السلعة دون لبس أو غموض"<sup>4</sup>.

مما سبق بيانه يتضح أن الفقه اتفق أن العلامة لا تخرج عن كونها " كل إشارة أو رمز أو دلالة يتخذها التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة لتمييز المنتجات أو الخدمات عن مثيلاتها وهذا

<sup>1</sup> Mr Ali Haroun, protection de la marque au Maghreb, Office des Publications Universitaires, Alger, 1979, P 11 .

<sup>2</sup> جمال وادي، العلامة التجارية في التشريع الجزائري - مقالة- ، مجلة دراسات قانونية، العدد 03، دار القبة للنشر والتوزيع، الوادي، الجزائر، 2002، ص50.

<sup>3</sup> فرحة زراوي صالح، علامات المصنع في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية الاقتصادية والسياسية، العدد 04، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1997، ص118.

<sup>4</sup> نادية فوضيل، القانون التجاري الجزائري - الأعمال التجارية، التاجر، المحل التجاري -، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص170.

بإضهار وتبيان ذاتيتها "، وتعد بذلك ملكا له، حق استثنائها والتصرف فيها مثل سائر الحقوق الأخرى، لكن بتحفظات لكون لها خصائص تتميز بها باعتبارها مالا معنويا.

ثالثا: التعريف القضائي للعلامة التجارية: عرفت محكمة الاستئناف المصرية العلامة التجارية بأنها: " العلامات والشارات والبطاقات عبارة عن رموز تستخدم لبيان مصدر وطبيعة الصفات الخاصة للبضائع، أنها تسمح للمستهلكين بتمييز بينها والتعرف بسهولة بين بعضها والبعض الآخر وعلى مختلف الصناعات والتجار".

أما القضاء الفرنسي فعرف العلامة التجارية المحمية بأنها: "تمنح العلامة وكما هو معروف للأسماء المتخذة شكلا متميزا بالإمضاءات والكلمات والحروف والأرقام والرسوم وعناوين المحال والدمغات والأختام والتصاویر والنقوش البارزة أو أية علامة أخرى، أو أي مجموع منها سواء كانت مستخدمة لتمييز تاجر "علامة تجارية" أو صانع "علامة صناعية" أو مقدم خدمة "علامة خدمة".

وعرفت محكمة العدل العليا الأردنية العلامة التجارية والتي جاء في قرارها بأنها " الإشارة التي يريد شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو صفة فارقة موضوعة على شكل يكفل تمييز بضائع صاحبها عن بضائع غيره من الناس والغاية التي هدف المشرع لها من ذلك هي منع وقوع جمهور المستهلكين في الغش وعدم تشجيع المنافسة غير المحققة"<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> ناصر عبد الحليم السلامة، الحماية الجزائرية للعلامات التجارية - دراسة تحليلية مقارنة وفقا لأحدث التشريعات العربية والأجنبية -، الطبعة 01، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008، ص 19-20.



## الفرع الثاني

### أهمية العلامة التجارية

تحظى العلامة التجارية بأهمية تجارية واقتصادية ودعائية متزايدة، وقد أصبحت هذه الأهمية تتحكم في سلوك الشركات الكبرى مالكة العلامات التجارية وليست على ذلك من أن نعرف أن مجموعة الشركات الكبرى تميل إلى سياسة العولمة لعلاماتها مما ييسر لها زيادة سيطرتها على السوق العالمية على حساب رواج العلامات على الصعيد المحلي، لذلك يتجه أصحاب العلامات لعولمة التسجيل منعا للتقليد، وبالتالي تعد العلامات التجارية واجهة الشركات على عدة مستويات لها، مما يتيح لها إمكانية تسويق سلعها أو خدماتها على نحو أفضل، بحيث لا تستعمل العلامات التجارية كأدوات تحديد فقط، بل تعد أيضا ضمانات للجودة المتواصلة، فالمستهلك الذي يرتاح لجودة منتج ما يثابر على شراء ذلك المنتج والإفادة من تلك الخدمة بحثا عن الجودة التي يتوقعها من العلامة التي يعرفها<sup>1</sup>.

يسمح نظام العلامات التجارية ومراقبتها للمنتجين بإنتاج سلع وتسويقها في أنسب الظروف، إحباط جهود مزاولي المنافسة غير المشروعة مثل المقلدين والمزورين الذين يسعون إلى تسويق منتجات رديئة وبالتالي الإساءة إلى سمعة الشركة.

فمثلا العلامة التجارية Coca-cola تبلغ قيمتها حسب آخر تقدير أكثر من 60 مليار

دولار أمريكي، فقيمتها تفوق أصول الشركة مجتمعة.

وترتكز قيمة العلامة التجارية في السوق العالمية على معدلات الأرباح والمبيعات ومكانتها بين العلامات المنافسة، ومدى ثباتها، وفترة بقائها في السوق، وارتفاع معدلات أسعارها في البورصات العالمية، والصور الذهبية الايجابية التي عنها في ذهن المستهلكين.

<sup>1</sup> حمدي غالب الجغبير، العلامات التجارية والجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، الطبعة 01، منشورات الحلبي الحقوقية،

## الفرع الثالث

## أنواع العلامة التجارية

فرق بعض فقهاء القانون بين العلامة التجارية والعلامة الصناعية قولهم "ليست العلامة الصناعية والعلامة التجارية سواء بسواء، فالعلامة الصناعية هي سمة المنتج الذي ينتج السلعة، أما العلامة التجارية فهي سمة يضعها من يتلقى البضاعة من المنتج لكي يبيعه بدوره إلى المستهلك".

بينما اعترف البعض - وبحق - أن التفرقة ليس لها أي قيمة عملية لا يترتب عليها آثار قانونية لأن إشكالية التفرقة بين الأعمال التجارية و الأعمال الصناعية قد حسمها المشرع، واعتبر أعمال الصناعة أعمال تجارية، بحكم ماهيتها الذاتية، و هذا ينطبق على العلامات التجارية والعلامات الصناعية<sup>1</sup>.

وباستقراء أحكام الأمر 06-03 نجد أن المشرع الجزائري قد أضاف تقسيمات جديدة وأشار إلى أنواع أخرى من العلامات كالعلامة الجماعية والعلامة المشهورة، وهناك تقسيمات أقل أهمية كالعلامات الاحتياطية والعلامات المانعة.

أولاً: العلامة الصناعية " **La marque industrielle** ": العلامة الصناعية هي سمة المنتج أو الصانع الذي ينتج أو يصنع السلعة، فيتم وضع العلامة على السلعة بهدف تمييزها عن السلع الأخرى المماثلة لها.

والسلعة كما عرفها المشرع الجزائري بالمفهوم الواسع هي: "كل منتج طبيعي أو زراعي أو تقليدي أو صناعي خاماً أو مصنعا"<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> مصطفى كمال طه، القانون التجاري - الأعمال التجارية والمحل التجاري-، الطبعة 02، دار الجامعية الجديدة للنشر، 1996، ص729.

<sup>2</sup> المادة 2 الفقرة 3 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات.

ووفقا لأحكام الأمر 03-06 تعتبر علامة الصنع علامة إلزامية " تعتبر علامة السلعة أو الخدمة إلزامية لكل سلعة أو خدمة مقدمة، بيعت أو عرضت للبيع عبر أنحاء التراب الوطني"<sup>1</sup>.

ومن أمثلة العلامات التجارية علامة (BMW) للسيارات، وعلامة (SMSUNG) للأجهزة الالكترونية والكهرومنزلية.

ثانيا: العلامة التجارية "La marque commerce": ويقصد بها " تلك السمة التي يضعها التاجر على البضاعة التي يتلقاها من المنتج أو الصانع لكي يبيعهها أو يوزعها، وذلك بهدف تمييزها عن البضائع المماثلة".

والعلامة التجارية تأخذ بمفهومها الواسع هي الأخرى سواء تعلق الأمر بالمنتجات التجارية أو الزراعية أو مواد أولية أو مصنعة<sup>2</sup>.

وعلى غرار العلامة الصناعية تعتبر العلامة التجارية إلزامية لكل سلعة مقدمة للبيع عبر التراب الوطني.

ثالثا: علامة الخدمة " la Marque service": وهي علامة تتخذ شكل شارات معينة لتمييز خدمات معينة، وهذه العلامة لا تظهر على المنتجات لكن توضع على ملابس العاملين وعلى الأشياء والأدوات التي يتم استخدامها في تقديم الخدمة<sup>3</sup>، كالشارات التي تضعها وكالات الأسفار والسياحة، وشركات النظافة وشركات الدعاية والإعلان والفنادق والمطاعم والتأمينات والبنوك... وعرفها المشرع الجزائري الخدمة بأنها: " كل أداء له قيمة اقتصادية"<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> المادة 3 الفقرة 1 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

<sup>2</sup> ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم الساسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011/2012، ص44.

<sup>3</sup> عبد الفتاح بيومي حجازي، الملكية الصناعية في القانون المقارن، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر، 2007، ص20.

<sup>4</sup> المادة 2 الفقرة 4 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

وعرفها المشرع الجزائري كذلك في قانون حماية المستهلك وقمع الغش بأنها: "كل عمل مقدم، غير تسليم السلعة، حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة"<sup>1</sup>.

وبناء على التعريفين السابقين للخدمة، فإن الخدمة المعترف بها هي التي يكون لها مضمون اقتصادي، وبالتالي لا يعترف المشرع الجزائري بالعلامات والشعارات التي يتخذها أصحاب المهن الحرة مثل مكاتب المحاماة، والمهندسين، والأطباء<sup>2</sup>.

رابعا: العلامة الجماعية و الفردية "La marque individuelle et collective": عرف المشرع الجزائري العلامة الجماعية بأنها: "كل علامة تستعمل لإثبات المصدر والمكونات و الإنتاج أو كل ميزة مشتركة لسلع أو خدمات مؤسسات مختلفة، عندما تستعمل هذه المؤسسات العلامة تحت رقابة مالكيها"<sup>3</sup>.

أما العلامة التجارية الفردية: "هي العلامة التي يملكها شخص معين سواء كان شخص طبيعي أو معنوي".

مما سبق يتضح أن دور العلامة الجماعية هو دور رقابي كونها تدل على مواصفات وبيانات المنتجات من حيث النوعية والجودة والمصدر وطريقة الصنع، بمعنى آخر أنها تدل على أن السلع التي منحت لها هذه العلامة قد تم فحصها ومراقبتها من طرف الجهة الاقتصادية مالكة العلامة الجماعية<sup>4</sup>.

وقد خص المشرع الجزائري العلامات الجماعية بأحكام خاصة في الباب السادس من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، فمنح الحق لأي شخص معنوي عام أو خاص أن يملك

<sup>1</sup> المادة 3 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مؤرخ في 25 فبراير 2009، ج ر عدد 15 الصادرة في 8 مارس 2009.

<sup>2</sup> ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 47.

<sup>3</sup> المادة 02 الفقرة 02 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات.

<sup>4</sup> صلاح زين الدين، العلامة التجارية وطنيا و دوليا، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006، ص 86.

علامة جماعية، شرط أن يكون نظام استعمال العلامة الجماعية المتضمن القانون الأساسي لهذه العلامة يتضمن تحديد شروط خاصة باستعمال العلامة الجماعية، وكذا النص على ممارسة رقابة فعلية عند استعمال هذه العلامة.

أما في حالة استعمال مالك العلامة الجماعية أو يسمح أو يفوض باستعمال هذه العلامة بشروط أخرى غير تلك التي يحددها نظام الاستعمال، أو استعمل مالك العلامة أو سمح أو لأجاز استعمال هذه العلامة استعمالاً من شأنه تضليل الجمهور حول أي خاصية مشتركة للسلع أو الخدمات التي سجلت العلامة بشأنها فإن ذلك يؤدي إلى إلغاء العلامة الجماعية، على خلاف العلامة الفردية التي يمكن نقل الحقوق المخولة عن طلب التسجيل أو تسجيل العلامة كلياً أو جزئياً أو رهناً، فإنه لا يمكن أن تكون العلامة الجماعية محل انتقال أو تنازل أو رهن ولا يمكن أن تكون تحت طائلة أي حكم تنفيذ جبري<sup>1</sup>.

**خامساً: العلامة المشهورة "Célèbre Marque"**: وهي تلك العلامة التي يستخدمها التجار في تمييز المنتجات التي يقومون ببيعها بعد شراءها سواء من تاجر الجملة أو المنتج مباشرة بصرف النظر عن مصدر الإنتاج<sup>2</sup>.

فالعلامة التجارية المشهورة هي تلك التي تجاوزت شهرتها حدود الدولة التي سجلت فيها، وفي الأصل ما هي إلا علامة عادية، ثم أخذت تنتشر في الأسواق، بصورة أضحت معها معروفة لمعظم المهتمين في عالم الإنتاج أو التجارة أو الخدمات ومرتبطة بمنتجات أو بضائع أو خدمات ذات جودة مميزة من مصدر محدد ومعلوم<sup>3</sup>.

ومثال العلامات المشهورة كوكاكولا للمشروبات، مايكروسوفت للبرمجيات، وعلامة (SONY) للأجهزة الإلكترونية.

<sup>1</sup> أنظر المواد 22 و 23 و 24 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

<sup>2</sup> سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، الطبعة الرابعة، درا النهضة العربية، القاهرة، سنة 2003، ص 422.

<sup>3</sup> صلاح زين الدين، العلامة التجارية ووطنيا و دوليا، المرجع السابق، ص 79.

لم يعرف الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، العلامة المشهورة إلا أنه أشار إلى ما يستثنى من التسجيل "الرموز المماثلة أو المشابهة لعلامة أو لإسم تجاري يتميز بالشهرة في الجزائر، ويتم استخدامه لسلع مماثلة أو مشابهة تنتمي لمؤسسة أخرى إلى درجة إحداث تضليل بينهما، أو الرموز التي هي بمثابة ترجمة للعلامة أو الإسم التجاري ... ، وخول المشرع لصاحب علامة ذات شهرة في الجزائر حق منع الغير من استعمال علامته دون رضاه<sup>1</sup>.

سادسا: العلامة الاحتياطية " **La marque réserve** " : ويقصد بها تلك العلامة التي يتم تسجيلها بهدف استخدامها على سلع وخدمات لم يتم طرحها بعد في الأسواق، فهي علامات مدخرة احتياطيا للمستقبل، حيث يمكن لصاحب العلامة التجارية المسجلة تسجيل عدة علامات تجارية أخرى فيستخدم عند بداية النشاط إحدى هذه العلامات أو مجموعة منها، ويحتفظ ببقية العلامات المسجلة لاستعمالها مستقبلا على منتجات أخرى ذات صفات جديدة.

بالرجوع لأحكام الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات نجد أن المشرع الجزائري لم ينص صراحة على هذا النوع من العلامات، إلا أنه ربط ممارسة الحق المخول عن تسجيل العلامة بالالتزام بالاستعمال الجدي للعلامة على السلع أو توضيبيها أو على منح مهلة ثلاث (3) سنوات يلتزم خلالها صاحب العلامة باستعمال علامته المسجلة، ويترتب عن حالة عدم استعمال العلامة المسجلة لأكثر من ثلاث (3) سنوات دون انقطاع إبطال العلامة، ويمكن تمديد الأجل إلى سنتين على الأكثر إذا قام مالك العلامة قبل انتهاء الأجل الأول بتقديم الحجة بأن ظروفًا عسيرة حالت دون استعمال العلامة المسجلة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> أنظر المادتين 7 الفقرة 8 والمادة 9 الفقرة 4 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

<sup>2</sup> المادة 11 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

سابعاً: العلامة المانعة " La marque de barrage " : وهي علامة يتم تسجيلها لدى الجهات المختصة تهدف إلى منع الغير من استعمالها، مع عدم وجود نية استعمالها لدى مالكيها<sup>1</sup>.

المشرع الجزائري وإن كان لا يمنع تسجيل هذا النوع من العلامات، إلا أنه ربط ذلك بالالتزام باستعمال العلامة في أجل (3) سنوات، وهذا يتفق مع اتجاه غالبية التشريعات التي أجازت تسجيل هذا النوع من العلامات شريطة استعمالها في أجل معينة.

## المطلب الثاني

### إختيار العلامة التجارية والإجراءات الواجب استكمالها

حتى تتمتع العلامة بالحماية القانونية لابد من إتباع معايير ومراحل في تصميمها حيث اعتمدت في تقسيم المطلب إلى ثلاث فروع، مراحل إختيار العلامة التجارية كفرع أول، وفي الفرع الثاني أتحدث عن تصميم العلامة التجارية وسأتطرق إلى إجراءات تسجيل العلامة التجارية في الفرع الثالث.

## الفرع الأول

### مراحل اختيار العلامة التجارية

تعد مرحلة اختيار شكل أو رمز العلامة التجارية من أهم المراحل التي يلجأ إليها التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة لاختيار علامته التجارية، أي أنه يجب على التاجر أو الصانع البحث عن الشارات أو الأشكال التي يجوز استخدامها كعلامة وبطبيعة الحال يجب استبعاد الرموز التي تكاد تسبب غموض في ذهن المستهلك أي تلك التي تحدث لبسا في المصدر

<sup>1</sup> عبد الله حسين الخرشوم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص138.

الجغرافي للسلع، وتعبير أدق يجب تمييز العلامة عن تسميات المنشأ<sup>1</sup>، ومن خلاله يمكن التفصيل في هذه الشارات كالاتي:

أولاً: الشارات التي يمكن اعتبارها علامة تجاري: حدد المشرع الجزائري من خلال تعريفه للعلامات الرموز التي يمكن اعتبارها علامة تجارية حيث جاء في نص المادة الأولى الفقرة الأولى من الامر 03-06 المتعلق بالعلامات مايلي: " كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره"<sup>2</sup>.

1- الأسماء: تعتبر الأكثر استخداما لعلامة تجارية والمقصود بها أسماء الصناع أو التجار أو مقدمي الخدمات المدنية، أو أسماء المستعارة أو الخيالية المبتكرة أو الأسماء الجغرافية أو أسماء المنشآت، فيجوز اتخاذ من هذه الأسماء علامة تجارية، ولكن لا بد أن تفرغ تلك الأسماء في شكل مميز، ويصبح للاسم شكلا مميزا إذا ما كتب بطريقة هندسية كأن يكتب في شكل مربع أو يكتب بحروف مزخرفة أو مختلفة الألوان والأحجام، كما يصبح للاسم شكلا مميزا إذا ما كتب كاملا مع مجموعة أخرى من أشياء متنوعة<sup>3</sup>، وما يمنع التاجر هنا هو تسجيل أسماء الغير كعلامة تجارية إلا بحصوله على إذن بذلك من الغير أو ورثته، إلا أنه يسمح للصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة تسجيل اسمه كعلامة تجارية.

<sup>1</sup> فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، - الحقوق الفكرية -، ابن خلدون للنشر والتوزيع، وهران، الجزائر، 2006، ص208.

<sup>2</sup> السعيد غريب، المرجع السابق، ص11.

<sup>3</sup> وهيبه لعوارم بن أحمد، جريمة تقليد العلامة التجارية - في ظل التشريع الجزائري - المرجع السابق، ص73-74.



ومن أمثلة العلامات التجارية المستمدة من أسماء الأشخاص علامات السيارات ( Ford, Peugeot, Renault...)، وبالنسبة للعطور علامة (Rexona)، وعلامة (حمود بوعلام و مامي ...) بالنسبة للمشروبات<sup>1</sup>.

ويشترط أن تكون التسمية مبتكرة وإلا كانت باطلة ولكن الابتكار في التسمية يعتبر وحده كافيا دون الحاجة لأن يتخذ هذا الابتكار شكلا معين، ولكن إن استعمال تسمية معينة كعلامة تجارية لا يمنع الغير من استعمال تسمية أخرى لها ذات المعنى، ولكنها تتم بلفظة أخرى كما لو استعمل تاجر تسمية "Sun" واستعمل آخر تسمية "Soleil" فإنه يحق له ذلك ويحق لغيره استعمال تسمية "شمس"<sup>2</sup>.

**2- الحروف والأرقام:** يقصد بالحروف، الحروف بصفة عامة والحروف الأولى من الاسم بصفة خاصة إذ يجوز أن تتخذ من الحروف علامة تجارية، وحتى تكتسب الحروف والأرقام صفة العلامة حتى لا يكون من شأنها تضليل الجمهور وجب توافرها على عنصري الميزة والجدة. يمكن أن تتخذ العلامة المكونة من أحرف وأرقام صورة:

- أ- حرف أو عدة حروف كما في حرفي ( LM ) وهي علامة تستخدم لتمييز نوع من السجائر أو حروف مختصرة لاسم شركة معينة ( سونطراك "SONATRACH").
- ب- رقم أو عدة أرقام كما في (505) وهي علامة تستخدم لتمييز نوع من العطور.
- ت- حروف وأرقام معا كما في ( up7 ) وهي علامة تستخدم لتمييز نوع معين من المشروبات الغازية<sup>3</sup>.

**3- الصور:** قد تكون هذه الصور مستمدة من الطبيعة (كالأشجار أو الحيوانات أو السيارات

<sup>1</sup> السعيد غريب، المرجع السابق، ص12.

<sup>2</sup> أنطوان الناشف، المرجع السابق، ص143.

<sup>3</sup> السعيد غريب، نفس المرجع، ص12-13.

أو الكواكب ... )، ومثال ذلك أن يستخدم التاجر أو الصانع عنقود عنب لتمييز منتجاته من عصير العنب، واستخدام صورة بقرة لتمييز منتجات الألبان<sup>1</sup>.

كما يمكن اتخاذ الصور الفوتوغرافية للإنسان كعلامة على أنه يشترط في حالة كون الصورة الفوتوغرافية تعود للغير الحصول على الموافقة على ذلك. فلا مانع من أن يسجل الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة صورته كعلامة تجارية.

كما يمكن اتخاذ صورة لأشخاص التاريخ علامة تجارية دون الحاجة إلى موافقة أي جهة أما صور المشاهير فيجب أخذ موافقتهم على ذلك إن كانوا أحياء أو ورثتهم إن كانوا أمواتا<sup>2</sup>.

ومن هنا يثور تساؤل حول الحق في استعمال صور الأشخاص التاريخيين؟ كصورة "المهاتما غاندي" أو "كليوباترا" أو الأميرة "ديانا" أو "ياسر عرفات" ... الخ.

ففي هذا الصدد حكم القضاء المصري بأن استعمال صورة "كليوباترا" لتمييز منتجات معينة يكون مانعا للغير من استعمالها في تلك المنتجات.

وفي نفس السياق رفض مكتب تسجيل براءات الاختراع والعلامات التجارية في بريطانيا تسجيل "وجه الأميرة ديانا" كعلامة تجارية، بحجة أن وجه الأميرة ديانا ملك للعالم.

في حين تم قبول تسجيل صورة "مونيكا لوينسكي" كعلامة تجارية لتمييز نوع معين من السجائر<sup>3</sup>.

**4- الألوان:** أجاز المشرع اتخاذ الألوان سواء كانت مفردة أو مركبة كعلامة تجارية، شرط توافر الصفة المميزة وعنصر الجودة. فالألوان التي يمكنها أن تشكل علامة تجارية هي الألوان المتجانسة و المتداخلة و المنظمة... فاللون الواحد يثير صعوبة في مدى اعتباه علامة تجارية

<sup>1</sup> عبد الفتاح بيومي حجازي، المرجع السابق، ص21.

<sup>2</sup> صلاح زين الدين، العلامات التجارية و طنيا و دوليا، المرجع السابق، ص83.

<sup>3</sup> صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص264.

خاصة إذا لم يقترن بلفظ أو رمز أو صورة تميزه عن غيره. يمكن لطالب تسجيل العلامة أن يحدد اللون أو الألوان التي يريد أن يضعها على علامته، أما إذا ما سجلت علامة دون حصرها في ألوان خاصة فتعتبر كأنها مسجلة لجميع الألوان<sup>1</sup>.

**5- الرسوم:** هي عبارة عن تكوين فني يتضمن مناظر محددة وغالبا ما تكون مناظر طبيعية كمنظر نهر، وقد تكون مناظر مشتقة من الخيال توضع في إيطار محدد لإظهار شكل ما، وذلك كله متى أخذت هذه الرسوم صفة الابتكار والتميز والجدة، وهنا تدخل المظاهر العامة للآثار كالأهرامات وغيرها دائرة الاستعمال كعلامة تجارية، إذ من حق الجميع استعمال المنظر العام "الأثر العام" دون أن يعبر ذلك حكرا على شخص معين، إلا أنه يصبح محميا فيما إذا كان منظر الأثر يدخل في تكوين علامة ما، إذ تصبح عليه في هذه الحالة باعتباره جزء من الكل<sup>2</sup>.

**ثانيا: الشارات التي لا يمكن اعتبارها علامة:** لا يمكن اعتبار العلامة التي يخالف استخدامها القانون والنظام العام والآداب العامة والأخلاق علامة تجارية، فالدامغات والأختام والنقوش لا تعتبر علامة تجارية بمعنى الكلمة، وإنما هي وسائل تستخدم لتكوين علامة تجارية توضع على سلع ومنتجات تميزها عن غيرها، فحق التاجر ينشأ في هذه الحالة على الرسوم أو الأسماء أو الأرقام أو الكلمات التي يضعها الختم أو النقش أو الدمغة، لا على الوسائل في ذاتها<sup>3</sup>، وهناك رموز أخرى لا تعتبر علامة تجارية في إحدى الدول مثل الصليبان، فمثلا في الحياة العملية وضع هلال من أجل اشهار مشروب كحولي، وهي بطبيعة الحال موضوع مرفوض تماما من طرف السلطات المختصة لأن الهلال يعتبر شعار للإسلام ولا يمكن وضعه على مشروب محرم في الشريعة الإسلامية<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> عبد الله حسين الخشروم، المرجع السابق، ص148.

<sup>2</sup> سمير جميل حسين الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، المرجع السابق، ص265-266.

<sup>3</sup> وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص80.

<sup>4</sup> محمد نبيل الشيمي مأخوذة من الموقع <http://www.m.ahewar.org/s.asp?aid=193761>

## الفرع الثاني

### تصميم العلامة التجارية

إن الغاية من العلامة التجارية هي وسيلة لجذب الزبائن والعملاء لما تسهله عليهم من يسر في التعرف على ما يفضلونه من سلع وخدمات، بحيث تحيل إلى التاجر أو الصانع إلى وضع طرق ومراحل في إعداد علامته التجارية والتي من خلالها يمكنه تمييز منتوجه أو بضاعته عن غيره من المنتوجات أو البضائع بحيث يمكن ان ينافس بها باقي العلامات التجارية المماثلة، حيث تبدأ هذه المراحل من مرحلة اختيار العلامة إلى مرحلة البحث في العلامة وذلك من خلال اتباع المراحل المعدة لتصميم العلامة التجارية.

**أولاً: عملية اختيار العلامة التجارية:** تعد عملية اختيار العلامة أحد اهم المراحل في حياتها على الإطلاق ولا بد إعطائها قدر كبير من الاهتمام، إذ أن أي خطأ يرتكب في البداية عند اختيارها قد يكون له عواقب يصعب تداركها على الشركة، وقد يترتب عليه ضرورة بذل جهود ونفقات كان بالإمكان توفيرها لنشاط أهم، وهذا كله لدعم العلامة المختارة بشكل خاطئ ومحاولة تجاوز ذلك الخطأ، ولا بد بالتالي عند اختيار العلامة من استشارة مختصين في التسويق والقانون والدعاية والإعلان، فعملية اتباع هذه القواعد والأسس يساعد الشركة في تحقيق الغاية المبتغاة منه لعلامتها التجارية<sup>1</sup>.

**1- تحديد عناصر العلامة:** الخطوة الأولى في اختيار العلامة التجارية تكمن في تحديد العناصر التي ستتكون منها، والتي ترغب الشركة في استخدامها، هل هي كلمات أو رسوم أو أرقام....؟ ولكل واحدة من هذه العناصر ايجابيات وسلبيات فإذا كانت مكونة من الكلمات ذات أهمية كبرى من ناحية رسوخها في الأذهان نظرا لتفاعل الحواس معها، إلا أن اختلاف اللغة من دولة إلى أخرى قد يجعل الاختصار على هذا النوع من العلامات بمثابة حاجز يقف في وجه

<sup>1</sup> عائشة شابي، مروة بن سديرة، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة الماستر، كلية الحقوق والعلوم الساسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2014، ص22 و23.

تسويق المنتج في دولة أخرى، في حين أن العلامة المكونة من لون أو صوت تتجاوز هذه الحواجز<sup>1</sup>.

2- مراعاة تقاليد وقيم المجتمع: يجب أثناء اختيار العلامة التجارية مراعاة تقاليد المجتمع وقيمه التي تتم تسويق المنتجات فيها، إذ أن لها دور كبير من حيث رواج المنتج وشهرة العلامة نفسها فيجب تجنب العلامات التي تخالف آداب وأخلاق المجتمعات المستهدفة فمثلا في السعودية تم رفض أقمصة لأنها تمثل صليباً، وتجنب الألوان التي تثير معان غير محببة في نفوس المستهلكين، فمثلا شركة الكوكاكولا فشلت في ترويج منتجها في أفغانستان لأنها تحمل اللون الأحمر الذي يمثل الاحتلال السوفيتي (الشيوعية)<sup>2</sup>.

ثانياً: ضرورة البحث: بعد أن اختارت الشركة علامتها التجارية وفق المعايير والمراحل السابقة تأتي بعدها مرحلة البحث، فتجاوز هذه المرحلة قد يؤدي إلى تحميل الشركة مبالغ طائلة.

بعد اختيار العلامة لا بد من التحقق من أن هذه العلامة متاحة وغير مسجلة لحساب شركات أخرى تمارس نشاطها في المجال نفسه الذي ترغب الشركة في تسويق المنتج فيه، ففي حالة إهمال البحث قد تتفاجأ الشركة بعد فترة من استخدامها للعلامة بتوجيه إنذار لها أو إقامة دعوى ضدها بطلب منعها من استخدامها للعلامة التي اختارتها لكون العلامة مملوكة للغير وسيكلفها هذا إتلاف جميع أغلفة المنتجات والمواد الدعائية وجميع ما يحمل العلامة التجارية المختارة فضلا عن مصاريف الدعاوى والمحامين، مع إلزامها بدفع تعويضات لصاحب العلامة.

وتتم عملية البحث عن العلامة المسجلة في مكتب حماية وتسجيل العلامات التجارية والتي تسمح بتقديم خدمات البحث للتأكد فيما إذا كانت هناك علامة تجارية مسجلة ومشابهة للعلامة المصممة، وقد سهلت برمجيات الحاسوب عملية البحث هذه، والتي أصبحت تتم في ثوان

<sup>1</sup> محمد نبيل الشيمي الموقع <http://www.m.ahewar.org/s.asp?aid=193761>

<sup>2</sup> عائشة شابي، مروة بن سديرة، المرجع السابق، 23.

معدودة بعد أن كانت تتطلب الغوص في السجلات، والكثير من المكاتب العلامات التجارية حول العالم توفر عبر موقعها إمكانية البحث عن العلامات المسجلة لديها<sup>1</sup>.

### الفرع الثالث

#### إجراءات تسجيل العلامة التجارية

ينص المشرع الجزائري على إجراءات دقيقة في مجال إيداع العلامات التجارية وتسجيلها ونشرها، لكن لا يمكن إتمامها إلا لدى هيئة معينة ينبغي تحديدها لإزالة كل غموض نظرا للتطور التشريعي الذي عرفته هذه المسألة عبر السنين<sup>2</sup>.

هذا وقد أنشئ المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية (I.N.A.P.I) بناء على الأمر رقم 62-72 المؤرخ في 21 نوفمبر 1973 ونتيجة ذلك انتقلت اختصاصات المكتب الوطني للملكية الصناعية في ميدان املكية الصناعية إلى المكتب الجديد<sup>3</sup>، والذي أصبح يتولى استلام وفحص طلبات الإيداع الخاصة بالعلامات وتسجيلها ونشرها. وفيما يخص المكتب الوطني للملكية الصناعية فلقد تغيرت تسميته، فأصبح المركز الوطني للسجل التجاري (C.N.R.C) وانحصرت اختصاصاته في كل ما يتعلق بالسجل التجاري، غير أن المشرع الجزائري تدخل مرة ثانية للقيام بتعديل جوهرى الهدف منه تحويل كافة صلاحيات

المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية المتعلقة بالعلامات، والرسوم والنماذج الصناعية وتسميات المنشأ إلى المركز الوطني للسجل التجاري، لكن الأمر اختلف منذ صدور المرسوم التنفيذي رقم 68-98 المؤرخ في 21 فبراير 1998 الذي يتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويحدد قانونه الأساسي، حيث أن هذا المعهد حل محل المعهد

<sup>1</sup> عائشة شابي، مروة بن سديرة، المرجع السابق، ص24.

<sup>2</sup> فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، المرجع السابق، ص231.

<sup>3</sup> أنظر المادة 3 من الأمر 62-73 الصادر بتاريخ 25 شوال 1393 الموافق لـ 21 نوفمبر 1973 المتعلق بإنشاء المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية.

الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية في أنشطته المتعلقة بالاختراعات، والرسوم والنماذج الصناعية وتسميات المنشأ<sup>1</sup>، وعلى هذا الأساس يجب على كل من يرغب في إيداع علامة أن يستكمل الإجراءات المطلوبة قانونا لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية نظرا لاعتباره الهيئة المكلفة بكافة الملكية الصناعية ماعدا التقييس<sup>2</sup>.

ولاستكمال إجراءات تسجيل العلامة التجارية لا بد من توافر معينة وهي الشروط الموضوعية والشروط الشكلية حتى تكتسب صفة العلامة التجارية.

**أولا: الشروط الموضوعية لتسجيل العلامة التجارية:** لكي تتمتع العلامة التجارية بالحماية المقررة لها قانونا يجب توافرها على الطابع أو الصفة المميزة، التي إلى تمييز وتفریق المنتجات المتعلقة بها عن غيرها من المنتجات المماثلة أيا كانت المكونات التي تتكون منها، إذ يشترط فيها أن تكون لها ذاتية خاصة تميزها عن غيرها من العلامات الأخرى المستخدمة لسلع مماثلة ولكي تصلح الشارة أن تتخذ كعلامة يمكن تسجيلها من الناحية القانونية، فإنه لا يكفي أن تكون مميزة بل يجب أن تكون جديدة ومشروعة<sup>3</sup>.

**1- الطابع المميز للعلامة التجارية:** إن اشتراط هذه الصفة في العلامة التجارية أمر أساسي بالنظر إلى الوظائف التي تؤديها، ولشروط الصفة المميزة مرجعا قانونيا في نصوص قانون العلامات الجزائري سواء تمثل في نصوص القانون القديم، أو نصوص القانون الجديد، فخلو العلامة التجارية من هذه الصفة يجعلها باطلة ولا أثر لها<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> راجع المادة 3 الفقرة 1 من المرسوم التنفيذي رقم 98-68 المؤرخ في 24 شوال 1418 الموافق لـ 21 فبراير 1998 المتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية.

<sup>2</sup> فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، المرجع السابق، ص 232-233.

<sup>3</sup> وهيبية لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص 38.

<sup>4</sup> أنظر المادتين 2 و22 من الأمر 66-57 المؤرخ في 27 ذو القعدة عام 1385 الموافق لـ 19 مارس 1966، يتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية.

فالعلامات غير المميزة قد استثنيت من نظام التسجيل تلك " الرموز التي لا تعد علامة في مفهوم المادة 2 فقرة أولى. الرموز الخاصة بالملك العام أو المجردة من صفة التمييز، الرموز التي تمثل شكل السلع أو غلافها، إذا كانت الطبيعة أو وظيفة السلع أو التغليف تفرضها"<sup>1</sup>. وتطبيقا لذلك لا تعتبر علامات تجارية واجبة الحماية تلك العلامات الخالية من أية صفات تميزها عن غيرها من العلامات الأخرى المماثلة فهي لا تعتبر علامة صحيحة كالتسميات العادية للأشخاص، أو الدالة على نوع من المنتجات أو صفتها أو الغرض منها، أو تلك المتكونة من مكونات عادية كالعلامات التي تتكون من شكل شائع ومألوف كصورة رجل يركب حصان، أو رسم هندسي معين كالمرجع أو الدائر<sup>2</sup>، أو تدل على علامة وصفية على مصدر منتج كما في كلمة (البن) فيقال (البن الجزائري) أو (الجبنة) الجبنة الفرنسية.

وتأخذ حكم العلامة الخيالية من أية صفة مميزة ذكر المعلومات بوزن السلعة أو قيمتها أو أوجه استعمالها أو موقعها الجغرافي، طالما أنه لم يضاف عليها ما يميزها عن غيرها ويجعل لها ذاتيتها وصفاتها الخاصة، فإذا ما ثبت ذلك للعلامة التجارية فإنها تكون مستثناة من نظام التسجيل لدى المصلحة المختصة<sup>3</sup>، هذا النظام الذي يمنح الحق في ملكتها لكن إذا ما صادف ان سجل هذا النوع من الرموز كعلامات تجارية فإنه يجوز للجهة القضائية المختصة إبطال تسجيلها بأثر رجعي من تاريخ الإيداع وذلك بطلب من المصلحة المختصة أو من الغير<sup>4</sup>، ومع ذلك فإنه يجوز لدى الفصل فيما إذا كانت العلامة التجارية المسجلة ذات صفة فارقة أم لا، جاز للمسجل أو للقاضي إذا كانت العلامة التجارية مستعملة بالفعل أن يأخذ بعين الاعتبار طول

<sup>1</sup> راجع المادة 7 الفقرة 1 و2 و3 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

<sup>2</sup> صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص278.

<sup>3</sup> المصلحة المختصة وهي "المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية" أنظر المادة 2 فقرة 6 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات

<sup>4</sup> أنظر المادة 20 فقرة 1 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.



المدى الذي جعل مثل ذلك الاستعمال لتلك العلامة التجارية مميزا فعلا للبضائع المسجلة أو التي ينوي تسجيلها<sup>1</sup>.

خلاصة القول أنه لا يمكن أن تستفيد العلامة من حماية القانون إلا إذا كان لها طابع مميزا وأن الأحكام في هذا الصدد صريحة ويجب الأخذ بعين الاعتبار السمات التي تستعمل لتمييز المنتجات أو الخدمات من أجل التفريق بين غيرها من العلامات الأخرى<sup>2</sup>.

2- شرط الجدة للعلامة التجارية: شرط الجدة في العلامة التجارية لم يرد ذكره بصريح النص بل هو شرط مستنتج من أحكام التشريع، ويقصد به عدم استعمال ذات العلامة من منتج أو تاجر آخر على سلعة مماثلة، وهذا لا يعني وجوب خلق وابتكار العلامة بل المقصود هو الجدة في التطبيق على ذات السلع ولو سبق استعمال ذاتها على نوع آخر من السلع، فالعلامة في هذه الحالة لا تصبح ملكا لصاحبها إلا بالنسبة للمنتجات التي خصصت لتمييزها، كاستعمال شارة الأسد من القهوة إلى الشكلاطة، أو شارة البرتقال من العصير كمشروب إلى المعجون ... إلخ.

تقتصر جدّة العلامة التجارية أو الصناعية حتى تتمتع بالحماية القانونية المقررة أن تتم استعمالها في ولاية أو في جهة من إقليم الدولة. ( في الشرق أو الغرب أو الوسط أو الجنوب) فيتعذر على التاجر أو الصانع والحال في هذه أن يستعمل هذه العلامة في جهة أخرى بحجة أنها مستعملة فقط في جهة معينة من الدولة، فالجدّة تفترض عدم سبق للاستعمال فوق نفس التراب الوطني كما سبقت الإشارة، أما بالنسبة لوضع العلامة خارج إقليم الدولة في مثل هذه الحالة تتمتع بنفس الحماية الواردة في المادة (6-5) من اتفاقية باريس بشرط تسجيلها داخل الجزائر طبقا لأحكام الفقرة 2 من المادة 5 من التشريع بالنسبة للمالك الجزائري<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص278. راجع المادة 20 فقرة 2 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات

<sup>2</sup> فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري، المرجع السابق، ص218.

<sup>3</sup> إدريس فاضلي، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، الطبعة 2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2013، ص170.

3- مشروعية العلامة التجارية: يشترط في العلامة أن لا تكون مخلفة للنظام العام والآداب العامة والأخلاق الحسنة وإلا كانت باطلة، وتعتبر العلامة غير مشروعّة إذا خالفت أحكام الفقرة 4 من المادة 7 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات والتي أوردت تجريم استعمال العلامات التالية " الرموز المخالفة للنظام العام والآداب العامة والرموز التي يحظر استعمالها بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفاً فيها<sup>1</sup>.

وبالرجوع إلى الفقرات 5 و6 و7 من المادة السابعة من الأمر 03-06 نجد أن " الرموز التي تحمل من بين عناصرها نقلاً أو تقليداً لشعارات رسمية أو أعلام أو شعارات أخرى أو اسم مختصر أو رمز أو إشارة أو دمجاً رسمية تستخدم للرقابة والضمان من طرف دولة أو منظمة مشتركة بين الحكومات أنشئت بموجب اتفاقية دولية إلا إذا رفضت لها السلطة المختصة لهذه الدولة أو المنظمة بذلك".

" الرموز التي يمكن أن تضلل الجمهور أو الأوساط التجارية فيما يخص طبيعة أو جودة أو مصدر السلع والخدمات والخصائص الأخرى المتصلة".

" الرموز التي تشكل حصرياً أو جزئياً بيانات قد يحدث لبساً مع المصدر الجغرافي لسلع أو خدمات معينة، وفي حالة ما إذا تم تسجيل هذه الرموز كعلامة بغير حق تعرقل استعمال ذلك البيان الجغرافي من قبل أشخاص آخرين لهم الحق في استعمالها"<sup>2</sup>.

وعليه فإن العلامة التجارية تكون فاقدة لشرط المشروعية إذا ما خالفت النصوص القانونية سواء ورد ذلك في قانون العلامات التجارية أو غير ذلك من القوانين أو الأنظمة السارية المفعول، كما أن العلامة التجارية تكون فاقدة لشرط المشروعية إذا ما خالفت النظام العام والآداب العامة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> إدريس فاضلي، نفس المرجع، ص171.

<sup>2</sup> راجع المادة 7 فقرة 5 و6 و7 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

<sup>3</sup> صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص285.

ثانيا: الشروط الشكلية لتسجيل العلامة التجارية: أجمع الفقه على أن الشروط الشكلية اللازم توافرها في العلامة التجارية تكمن أساسا في التسجيل، وأكد من أن الحق لجميع أصحاب العلامات الذين تباع بضائعهم أو تعرض للبيع في تسجيل علامتهم.

والمشرع الجزائري قد حذا حذو الفقه، فلم يحصر من لهم حق طلب تسجيل العلامة التجارية في فئة معينة، بل جعل الباب مفتوح لكل شخص طبيعيا كان أو معنويا، عاما أو خاصا، تاجرا أو غير تاجر، جزائريا أو أجنبيا ولو لم يكن مقيما في الجزائر، على أن الأجنبي الذي يرغب في تسجيل علامته يجب عليه أن يوكل بتمثيله شخصا مقيما في الجزائر يكون نائبا عنه في إجراءات معاملات التسجيل، وينجم عن هذه الإجراءات المتبعة عدّة آثار متعلقة بملكية العلامة ذاتها<sup>1</sup>.

1- إجراءات تسجيل العلامة التجارية: التسجيل هو عبارة عن إجراءات متتالية تبدأ بتقديم طلب على المصلحة المختصة وتنتهي بنشر العلامة في النشرة الخاصة بالعلامات التجارية، ويتفحص قانون العلامات يلاحظ أن المشرع الجزائري لم يحدد كفاءات إجراءات التسجيل، وترك الأمر للتنظيم مستقبلا<sup>2</sup>، على عكس ما ذهب إليه القانون الملغى، إذ تعرض إلى التسجيل بنوع من الإثراء لذا لا بد من التعرض إلى أحكامه ، ولكون أن إجراءات التسجيل ميدانيا لا تزال تنتهج بنفس المنهج قبل صدور القانون الحالي.

أ- إيداع العلامة التجارية لدى المصلحة المختصة: حددت المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المؤرخ في 02/08/2005 كيفية إيداع العلامة التجارية، وذلك بأن يتقدم صاحب العلامة شخصا أو وكيل عنه بطلب تسجيل العلامة مباشرة إلى المصلحة المختصة (المعهد الوطني للملكية الصناعية)، كما يمكن أن يرسل هذا الطلب عن طريق البريد أو بأية

<sup>1</sup> وهيبية لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص53.

<sup>2</sup> تنص المادة 13 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات على أنه "تحدد شكليات العلامة وكفاءات إجراءات فحصها وتسجيلها ونشرها لدى المصلحة المختصة عن طريق التنظيم".

وسيلة أخرى مناسبة تثبت الاستلام. وبنفس طريقة ورود الطلب أو ترسل إلى صاحب العلامة أو وكيله نسخة من طلب التسجيل مؤشرا عليها من طرف المصلحة المختصة وتتضمن تاريخ وساعة الإيداع<sup>1</sup>.

يتضمن طلب تسجيل العلامة<sup>2</sup> مايلي:

- طلب يقدم في الاستمارة الرسمية يتضمن اسم المودع وعنوانه الكامل.
- صورة من العلامة على أن لا يتعدى مقاسها الإطار لهذا الغرض في الاستمارة الرسمية، وإذا كان اللون عنصرا مميزا للعلامة ويشكل ميزة للعلامة، على المودع أن يرفق الطلب بصورة ملونة للعلامة.
- قائمة واضحة وكاملة للسلع والخدمات.
- وصل يثبت دفع رسوم الإيداع والنشر المستحقة.

وكما يجب أن يرفق الطلب ببعض الوثائق كالوكالة الخاصة لوكيل مودع الطلب المقيم في خارج الجزائر<sup>3</sup>، والتي تكون مؤرخة وممضاة وتحمل اسم الوكيل وعنوانه<sup>4</sup>، والوثائق المتعلقة بأولوية إيداع سابق<sup>5</sup>.

وللإشارة فإنه يمكن للمودع وقبل تسجيل العلامة التجارية طلب استدراك الأخطاء المادية الواردة في الوثائق المودعة<sup>6</sup>.

<sup>1</sup> راجع المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 مؤرخ في 26 جمادى الثانية 1426 الموافق لـ 2 أوت 2005، يحدد كليات إيداع العلامات وتسجيلها.

<sup>2</sup> أنظر المادة 4 من المرسوم التنفيذي 05-277 السابق الذكر.

<sup>3</sup> المادة 6 من المرسوم التنفيذي 05-277.

<sup>4</sup> المادة 7 فقرة 2 من المرسوم التنفيذي 05-277.

<sup>5</sup> المادة 5 من المرسوم التنفيذي 05-277.

<sup>6</sup> المادة 8 من المرسوم التنفيذي 05-277.

ب- **فحص العلامة التجارية:** يلعب الإيداع دورا مهما في اكتساب ملكية العلامة التجارية، لهذا يقوم المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بفحص الملف من ناحية الشكل ومن ناحية الموضوع، تبعا لهذا إذا أعتبر الملف صحيحا من حيث الشكل والموضوع يعد الإيداع مقبولا<sup>1</sup>.

- **فحص العلامة التجارية من حيث الشكل:** بعد إيداع العلامة التجارية من طرف المودع أو وكيله تقوم المصلحة المختصة بدراسة الملف من حيث الشكل، وذلك ما إذا كان الإيداع يستوفي الشروط المحددة في المواد من 4 إلى 7 من المرسوم التنفيذي 05-277 السالف الذكر، هذا ويحق للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية رفض الإيداع في حالة عدم ذكر البيانات الإيجابية وعدم إدراج المستندات في الملف، ويجوز له في حالة مخالفة مادية أو عدم دفع الرسوم منح المودع مهلة شهرين لتصحيح إيداعه، ويقصد بالمخالفة المادية في تكوين الملف مثلا بيان غير دقيق أو غير كاف للأصناف التي تنطبق عليها العلامة، وإذا لم يتم المودع في المهلة الممنوحة له بتصحيح ملفه يحق لمدير المعهد رفض الملف<sup>2</sup>.

- **فحص العلامة التجارية من حيث الموضوع:** في حالة قبول العلامة التجارية شكلا تقوم الهيئة المختصة بالبحث ما إذا كانت العلامة مطابقة للقانون أم لا، أي يجب أن تتأكد من عدم وجود أي سبب من أسباب الرفض المنصوص عليها في النص التشريعي، ومن ثم يجوز لها رفض الملف إذا كانت السمة المختارة من السمات المحظور استعمالها كعلامة تجارية، ومثال ذلك الرموز المجردة من صفة التمييز أو المخالفة للنظام العام والآداب الحسنة، وفي هذه الحالة يتم تبليغ المودع وبطلب منه تقديم ملاحظاته في أجل أقصاه شهرين من تاريخ التبليغ مع إمكانية تمديده عند الضرورة<sup>3</sup>.

ت- **تسجيل العلامة التجارية:** يقصد بالتسجيل القرار الذي يتخذه مدير المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية والذي يؤدي إلى قيد العلامة في فهرس خاص يمسكه المعهد والذي يذكر فيه

<sup>1</sup> فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، المرجع السابق، ص 235.

<sup>2</sup> أنظر المادة 10 الفقرتين 2 و 3 من المرسوم التنفيذي 05-277 السالف الذكر.

<sup>3</sup> أنظر المادة 12 الفقرتين 2 و 3 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277.

كافة العلامات وحقوق الملكية الصناعية والتجارية الأخرى التي تم تسجيلها حسب الأصول<sup>1</sup>، ويتطلب أن يتضمن بصورة إجبارية نموذج العلامة وكافة البيانات الخاصة بالتسجيل كما يجب أن يتذكر فيه كافة العمليات المتعلقة بالعلامات حتى يستطيع صاحبها الاحتجاج بها في مواجه الغير، تأسيسا على هذا يجوز لأي شخص تقديم طلب غلى مدير المعهد للحصول على معلومات متعلقة بالعلامات ولا سيما البحث عن السابقات<sup>2</sup>.

فالتسجيل يختلف عن الإيداع أي أن هذا الأخير هو العملية التي تتضمن تسليم الملف حضوريا أو عن طريق البريد، أما التسجيل فهو الإجراء الذي يقوم به مدير المعهد قصد قيد العلامة في الفهرس العمومي بعد قبول الملف. غير أن المشرع بين أن للتسجيل أثر رجعي<sup>3</sup>، أي أن تاريخ التسجيل هو تاريخ الإيداع والعبرة في ذلك حماية مصلحة المودع ضد تصرفات الغير سيء النية، لكن يجب تمييز إيداع العلامة عن تاريخ استعمالها نظرا لمنح حقوق الأولوية لأول من قام بالإيداع، لهذا تكون نسخة المحضر التي سلمت للمودع بمثابة شهادة تسجيل الأمر الذي يفرض أن تذكر فيها جميع البيانات المتعلقة بالعلامة والمودع<sup>4</sup>.

ث- **نشر العلامة التجارية:** توجد على مستوى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية النشرة الرسمية للعلامات تدون فيها كل ما يتعلق بالعلامات من تسجيل أو تجديدات للعلامة التجارية، كما تسجل كل إلغاء أو إبطال للعلامة التجارية<sup>5</sup>، فالنشر يقصد به عملية شهر إيداع العلامة في النشرة الرسمية للإعلانات القانونية التي يمسكها المركز الوطني للسجل التجاري. وبهذا يتسنى له تقديم الاعتراض على طلب التسجيل أمام المصلحة المختصة، إلا أن النشر لا ينشئ حقا وإنما هو مجرد وسيلة لإثبات حق موجود من قبل عن طريق الغيداع السابق ومن ثم

<sup>1</sup> أنظر المادة 14 من المرسوم التنفيذي 05-277.

<sup>2</sup> أنظر المادة 15 من المرسوم التنفيذي 05-277.

<sup>3</sup> راجع المادة 5 فقرة 2 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

<sup>4</sup> فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 238.

<sup>5</sup> أنظر المادة 29 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 السابق الذكر

فتاريخ الإعتراض على العلامة التجارية من تاريخ التسجيل وليس من تاريخ النشر، أما عن تاريخ تسجيل وإيداع العلامات الدولية في الجزائر فإنها تخضع لنفس الشروط الموضوعية والشكلية اللزوم توافرها في العلامة الوطنية، مع وجود شرط هو أن يكون مقدم طلب التسجيل من رعايا أحد الدول المرتبطة باتفاقية دولية تمنح الحماية المتبادلة للعلامة التجارية المسجلة<sup>1</sup>.

2- الآثار المترتبة عن تسجيل العلامة التجارية: تكتسب ملكية العلامة نتيجة إتمام إجراءات الإيداع والتسجيل فلا يمكن لأي شخص التمسك بحقوق على علامة ما إذا قام باستعمالها دون إيداعها، بينما يتمتع بحماية قانونية في حالة استثناء هذه الاجراءات.

أ- اكتساب ملكية العلامة: نصت المادة 5 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات على أن ملكية العلامة يختص بها من كانت له الأسبقية في إيداعها وليس في إستعمالها، في هذه الحالة يعتبر الإيداع منشئ لحق الملكية، ولا يعتد بالأسبقية في استعمال كواقعة منشأة لحق الملكية عليها كما ذهبت إلى ذلك بعض التشريعات<sup>2</sup>.

فإذا قام صاحب العلامة باستعمالها ظاهرا وعاما وسبقه آخر إلى تسجيل ذات العلامة لتمييز نفس النوع من البضاعة والمنتجات كانت الأفضلية لمن قام بتسجيل العلامة فتثبت له ملكيتها بالرغم من عدم استعمالها.

ب- حق التصرف في ملكية العلامة: نصت المادة 15 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات بأن " تشترط تحت طائلة البطلان الكتابة وإمضاء الأطراف في عقود النقل أو رهن العلامة المودعة أو المسجلة في مفهوم المادة 14 من ذات القانون، وفقا للقانون الذي ينظم هذه العقود".

<sup>1</sup> أنظر المادة 13 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277.

<sup>2</sup> أنظر المادة 5 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات. وبالرجوع إلى المشرع الفرنسي الذي كان رأيه مغايرا إذ ذكر أن ملكية العلامة يكتسبها من بادرة استعمالها. للإطراء أنظر فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص240.

يثبت الانتقال بدمج المؤسسات أو بأي شكل آخر لحلول المؤسسات بأي وثيقة تثبت هذا الانتقال وفقا للتشريع الذي ينظم الانتقال.

تستوجب التصرفات المذكورة والمتعلقة بالعلامة التجارية كنقل ملكيتها أو رهنها أو على منح ترخيص لإستغلالها أو التنازل عن هذا الحق، أ، يتم كتابيا كشرط لإنهقاد وليس للإحتجاج بها في مواجهة الغير<sup>1</sup>.

**ت- حماية العلامة التجارية:** يعتبر اكتساب العلامة التجارية للحماية القانونية أهم أثر لتسجيل العلامة لدى الجهة المختصة إذ يشكل أي اعتداء على العلامة بعد تسجيلها جريمة يعاقب عليها القانون، كما أن لمالك العلامة أن يطالب بالتعويض عن الأضرار التي لحقت به من جراء ذلك الاعتداء من فالحماية التي يوفرها القانون للعلامة التجارية تنقسم إلى نوعين من الحماية جزائية ومدنية، هذا بالنسبة للتشريع الوطني، أما على المستوى الدولي فتستمد الحماية القانونية للعلامات التجارية من الاتفاقيات والمعاهدات الدولية ذات الصلة<sup>2</sup>.

**ث- انقضاء العلامة التجارية:** خص المشرع عملية الإيداع عناية كبيرة لكونها تعد الركن الأساسي في اكتساب ملكية العلامة، لهذا يلاحظ أن أسباب انقضاء العلامة تكاد تجد مصدرها في إرادة صاحبها، إذ يمكن أن يتخلى عنها أو يترك استعمالها، غير أن هناك أسباب خارجة عن إرادته ينبغي ذكرها:

- **عدم تقديم طلب التجديد:** تكتسب العلامة التجارية شهرتها وتزداد قيمتها بمرور زمن 10 سنوات، إلا أنه يجوز لصاحبها تجديد إيداعه حتى تستمر الحماية القانونية، وكما سبق القول ان المشرع لم يضع حد أقصى لعمليات التجديد<sup>3</sup>، وبالتالي يجوز للمعني بالأمر تجديد الإيداع طالما استغل العلامة بصورة جدية، ويستخلص من الأحكام التنظيمية الراهنة أن صاحب العلامة ملزم

<sup>1</sup> إدريس فاضلي، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، مرجع سابق، ص 177-178.

<sup>2</sup> السعيد غريب، المرجع السابق، 31.

<sup>3</sup> أنظر المادة 5 فقرة 2 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.



بطلب تجديد الإيداع في مهلة الستة (6) أشهر التي تسبق انقضاء التسجيل أو الستة (6) أشهر على الأكثر التي تلي هذا الانقضاء وإلا فقد حقوقه عليها<sup>1</sup>.

- **العدول عن العلامة:** يلجأ عادة صاحب العلامة التجارية إلى العدول عن تسجيلها لكل أو جزء من السلع أو الخدمات عندما لا يجد فائدة في الإبقاء عليها مسجلة، ويترتب عن العدول أو التخلي على العلامة كما كان يستعمل هذا اللفظ في التشريع السابق انقضائها، فتصبح من المال العام ويجوز لأي شخص طلب تسجيلها واستغلالها دون حاجة لموافقة المتخلي أو لمن عدل. وطبقا للمادة 25 من المرسوم التنفيذي 05-277 السالف الذكر أنه " يسري مفعول العدول ابتداء من تاريخ تسجيله، وإذا تعلق العدول بعقد ترخيص للعلامة فغنه يتطلب وجوبا موافقة المستفيد من الترخيص<sup>2</sup>.

- **بطلان التسجيل:** إن دعوى إبطال التسجيل ترفع أمام الجهة القضائية المختصة بطلب من المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية أو من الغير، طبقا لنص المادة 20 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، إذ يمكن للجهة القضائية المختصة إبطال تسجي العلامة بأثر رجعي من تاريخ الإيداع، عندما يتبين بأن التسجيل تم مخالف للأحكام القانونية، أي لسبب مذكور في المادة 7 من الفقرة 1 إلى 9<sup>3</sup>.

- **عدم الاستغلال:** ينص المشرع الجزائري على أنه يجب على المودع أن يستعمل علامته في السنة الموالية للإيداع، ماعدا في حالة استثنائية وعند وجود مبرر، وفي حالة عدم استعمال العلامة بعد انقضاء المدة أعلاه يصبح الإيداع عديم الأثر<sup>4</sup>، كانت هذه الأحكام أكثر شدة من تلك المنصوص عليها في التشريع الفرنسي، إذا كان المشرع الجزائري يفرض على صاحب العلامة استعمالها في السنة الموالية للإيداع وإلا سقطت حقوقه<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 242.

<sup>2</sup> راجع المادة 25 من المرسوم التنفيذي 05-277 السابق الذكر.

<sup>3</sup> أنظر المادة 20 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

<sup>4</sup> أنظر المادة 5 الفقرة 2 من الأمر 66-57 السالف الذكر.

<sup>5</sup> فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 247.

## خلاصة المبحث التمهيدي

ختاما لما سبق، وقبل التطرق إلى الحماية القانونية المدنية والجزائية للعلامة التجارية التي وضعها أو قررها قانون العلامة التجارية يكون قد تعرضت إلى أهم النقاط التي تحدد العلامة التجارية بصفة عامة وخاصة من خلال إبرازي لأهم الأحكام العامة للعلامة التجارية والتي بدورها توضح لنا المفهوم القانوني للعلامة وأهميتها وأنواعها.

وعليه نلاحظ بأن المشرع الجزائري وفق في رسم إطار قانوني واضح من خلال وضعه للمراحل التي تكون متبعة في تصميم العلامة والتي نقصد بها الشروط الموضوعية إلى جانب الشروط الشكلية التي فرضها في تسجيل العلامة، وما يترتب على التسجيل من نشوء للحق واستثنائه به من طرف مالك العلامة التجارية.

الفصل الأول

الحماية المدنية للعلامة

التجارية

## الفصل الأول

## الحماية المدنية للعلامة التجارية

تستند الحماية المدنية المقررة للعلامة التجارية إلى القواعد العامة في القانون المدني وهي تخول لصاحبها الحق في المطالبة بالتعويض إذا ما وقع اعتداء علامته عن طريق رفع دعوى المنافسة غير المشروعة، إذ يحق لمن وقع تعدي على حقه في العلامة التجارية أن يرفع دعوى مدنية على المتسبب في ذلك الاعتداء مطالبا إياه بالتعويض تأسيسا على المنافسة غير المشروعة متى توافرت شروطها، وبذلك تعتبر الحماية المدنية بمثابة المظلة التي تستظل بها كافة الحقوق أيا كان نوعها.

وهكذا فإن الحماية المدنية للعلامات التجارية مكفولة بموجب دعوى المنافسة غير المشروعة، ودراسة هذه الدعوى يستلزم التعريف بها وبيان أساسها القانوني والوقوف على شروط مباشرتها وتوضيح إجراءاتها ثم أتطرق إلى آثار دعوى المنافسة غير المشروعة وهو ما سأتناوله في ثلاث مباحث التالية:

- ❖ المبحث الأول: أحكام دعوى المنافسة غير المشروعة
- ❖ المبحث الثاني: قيام دعوى المنافسة غير المشروعة
- ❖ المبحث الثالث: آثار دعوى المنافسة غير المشروعة

## المبحث الأول

## أحكام دعوى المنافسة غير المشروعة

رتب المشرع في قانون المنافسة حماية العلامة التجارية سواء كانت علامة مسجلة أو غير مسجلة، بحيث أضفى هذا القانون الحماية للعلامة غير المسجلة بعد أن كان قانون العلامات التجارية قد اقتصر في هذه الحماية على العلامة المسجلة فقط، فاعتبار أن المادة 2 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية الجزائري عرفت أنها "هي كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها، والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غير".

والعلامات تقوم بوظيفة تمييز المنتجات أو البضائع بالتدليل على المصدر والنوع. كما عرفت المادة 711 فقرة 1 من قانون الملكية الفكرية الفرنسي بنفس المضمون<sup>1</sup>، حيث أن الحماية المدنية للعلامة التجارية تكون عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة وفقا للقواعد العامة للمسؤولية المدنية، وتعود دعوى المنافسة غير المشروعة من أهم صور التي ترد على العلامة التجارية، لم ينظم هذه الدعوى من حيث كيفية رفعها، وكذا لم يبين شروطها، وإنما فقط اكتفى بذكرها دلالة لا صراحة. لدى فإن الامام بمختلف الجوانب الفقهية والقانونية حول هذه الدعوى يعد من الأمور الهامة والتي تقتضي التعريف بها وتحديد طبيعتها القانونية بالإضافة الى بيان خصائصها وشروطها تمييزها عن غيرها من المفاهيم، والعمل على بيان صورها وأساسها القانوني. وعليه تم تقسيم هذا المبحث كالاتي: في المطلب الأول مفهوم دعوى المنافسة غير المشروعة وفي المطلب الثاني الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة.

<sup>1</sup> Article nL 711 Code la propriété intellectuelle, créel par loi 92-597 du 1 juillet 1992.

## المطلب الأول

## مفهوم دعوى المنافسة غير المشروعة

يعود أصل دعوى المنافسة غير المشروعة للفقهاء والقضاء الفرنسيين اللذين كان لهما السبق الأكبر في تأسيسها، حيث يعد المشرع الفرنسي أول من قام بتنظيمها بموجب قانون خاص بها، وذلك نظرا لكثرة الاعتداءات التي وقعت آنذاك على المشاريع الاقتصادية بعض النظر صناعية كانت أو تجارية، وقد حذت حذوه العديد من التشريعات ماعدا المشرع الجزائري فإنه لم يرقم إلى حد الآن بسن تشريع خاص بها عن باقي التشريعات.

فالمنافسة لغة هي : نزعة فطرية تدعو إلى بذل الجهد في سبيل التفوق والوصول دائما إلى الأحسن<sup>1</sup>.

وفي القرآن الكريم وبعد التصوير للنعم التي يلقاها المؤمنون حثهم الله سبحانه وتعالى على التنافس في عمل الخير حتى ينالوها وفي ذلك تقول الآية الكريمة لقوله تعالى:

> ختامه مسك وفي ذلك فليتنافس المتنافسون <.<sup>2</sup> صدق الله العظيم.

ولذا كان مفهوم المنافسة في بداية شيوعه يعني حالة خصومة وتنافس ونزاع وصراع وحالة عدااء مستمر<sup>3</sup>.

أما غير الشرعية فتعني: استعمال الطرق والوسائل المخالفة إما للقانون أو للعادات والتقاليد التجارية.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> صالحة العمري، ظبط أبعاد مصطلح دعوى المنافسة غير المشروعة في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى القانوني، العدد7، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2010، ص264.

<sup>2</sup> الآية 26 من سورة المطففين.

<sup>3</sup> أحمد محرز، القانون التجاري الجزائري، الجزء الأول، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998، ص07.

<sup>4</sup> صالحة العمري، المرجع السابق، ص264.

## الفرع الأول

## التعريفات الاصطلاحية

وعلى هذا سأعرض إلى بعض المفاهيم التي تحدد المقصود بالمنافسة غير المشروعة من تعريف فقهي، تعريف تشريعي، ثم أخيرا التعريف القضائي.

أولاً: **التعريف الفقهي**: ظهرت لأول مرة المنافسة غير المشروعة في فرنسا حوالي سنة 1850<sup>1</sup>، وفيما يلي سأطرق بعض تعريفات المنافسة غير المشروعة:

عرّفتها الدكتورة نادية فوضيل بأنها " المنافسة غير المشروعة تدل على استخدام أساليب غير سليمة يقصد التأثير على العملاء واجتذابهم"<sup>2</sup>.

وعرّفتها الدكتورة سميحة القليوبي بأنها " استخدام الشخص لطرق ووسائل منافية للشرف أو العرف "<sup>3</sup>.

وعرّفها " Allar " كذلك بأنها " كل تصرف أو وسيلة مستعملة لتحقيق غرض معين واغتصاب العملاء من منشأة صناعية أو محل تجاري "<sup>4</sup>.

ويرى الفقيه الفرنسي " Roubier Gudinol " بأنها " اخلال البائع بالتزامه بعدم إقامة محل تجاري مماثل ومنافس يعد من أفعال المنافسة غير المشروعة "<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> نعيمة علوش، العلامات في مجال المنافسة، مذكرة ماجستير في قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة بن عكنون، الجزائر 2001-2002، ص34.

<sup>2</sup> نادية فوضيل، القانون التجاري الجزائري، المرجع السابق، ص193.

<sup>3</sup> محمد سلمان الغريب، الاحتكار والمنافسة غير المشروعة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004، ص67.

<sup>4</sup> سامر محمود عبده الدالعة، مشكلات الحماية المدنية للعلامة التجارية الأجنبية غير المسجلة في القانون الأردني، جامعة البيت المفرق، الأردن، بدون سنة نشر، ص28.

<sup>5</sup> طعمة صفعك الشميري، أحكام المنافسة غير المشروعة في القانون الكويتي، مجلة الحقوق، العدد1، الكويت، 1995، ص20.

وعلى ضوء ما تقدم نجد أن هناك صعوبة في إعطاء تعريف جامع ومانع للمنافسة غير المشروعة، خاصة وأن جل هذه التعريفات تنطلق من اعتبار المنافسة غير المشروعة تمثل كل عمل من شأنه إلحاق الأذى بالغير من التجار عن طريق تظليل المتعاملين معه من الجمهور حول السلعة أو الخدمة التي يقدمها أو البضاعة التي يتاجر بها وتقليد علامة تجارية مشهورة ومسجلة باسم تاجر آخر إذا ما تحقق هذا تقام دعوى المنافسة غير المشروعة.

**ثانياً: التعريفات القانونية:** إن البحث في معظم التشريعات عن تعريف المنافسة غير المشروعة لا يعثر على قانون ينص صراحة على تعريف هذا المصطلح، غير أنه بالرجوع إلى قانون رقم 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية نجد أن المشرع الجزائري قد اعتبر من أعمال المنافسة غير المشروعة في مجال العلامات تقليدها وقد ورد ذلك في نص المادة 27 فقرة 2 من القانون 02-04 بقولها " تعتبر ممارسات التجارة غير النزيهة 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 منتجاته أو خدماته"<sup>1</sup>.

حيث إن بمفهوم المخالفة للمنافسة غير المشروعة، هي حرية التجارة التي تستوجب حرية الأسعار، ( تحدد بصفة حرة أسعار السلع والخدمات اعتماد على قواعد المنافسة)<sup>2</sup>، حيث لا يرتكب الصانع أو التاجر أي عمل منافسة غير مشروعة عند بيع منتجاته بأسعار أدنى من أسعار منافسيه، حيث هذه الأخيرة لا تعد عمل غير مشروع في المنافسة مادامت لا تتجاوز الأعراف التجارية و الثمن ليس زهيد.

**ثالثاً: التعريف القضائي:** صدرت العديد من الأحكام التي تناولت المنافسة غير المشروعة حيث جاء في قرار الصادر عن محكمة النقض المصرية المنافسة غير المشروعة بأنها "

<sup>1</sup> أنظر لمادة 27 فقرة 2 من القانون 02-04 المؤرخ في 23 جوان 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، جريدة رسمية عدد 41.

<sup>2</sup> أنظر الماد 4 من الأمر 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 يتعلق بالمنافسة ج ر عدد 43.



ارتكاب الأعمال المخالفة للقوانين أو العادات، أو استخدام وسائل منافية للشرف و الأمانة والمعاملات متى قصد بها احداث لبس بين منشأتين تجاريتين، أو ايجاد اضطراب بإحداها وكان من شأنه اجتذاب عملاء احدى المنشأتين للأخرى وصرف عملاء المنشأة عنها"<sup>1</sup>.

وقد قرر القضاء الفرنسي في هذا الصدد أن " يعتبر منافسة غير مشروعة ومستوحية للتعويض كل فعل مستخدم لدى محل تجاري يدخل دون اخبار رب العمل، كعضو في شركة تقوم بنفس تجارة المحل بالرغم من بقاءه في المحل "<sup>2</sup>.

يتضح من خلال ما سبق أن القضاء يشترط في ارتكاب الخطأ أن يتم بوسائل منافية للقوانين والعادات السائدة في مجتمع التجارة والشرف الذي يلزم آداب المهنة"<sup>3</sup>.

## الفرع الثاني

### مميزات دعوى المنافسة غير المشروعة

إن الهدف من المنافسة غير المشروعة قد لا يتجه في بعض الأحيان إلى تحقيق مردود مادي يعود على المنافس، وإذا كانت دعوى المنافسة غير المشروعة التي يقيمها صاحب المصلحة المعتمدة لتمييز هذه الدعوى وأهم الخصائص التي تتميز بها.

### أولاً: خصائص دعوى المنافسة غير المشروعة

- تعتبر دعوى المنافسة غير المشروعة جزاء لعدم إحترام واجب قانوني، وتؤسس على القيام بأفعال لا تتفق مع قواعد الأمانة والشرف والنزاهة المتعارف عليها في الوسط التجاري سواء وقعت بسوء نية أم لا.

<sup>1</sup> محمد سلمان الغريب، المرجع السابق، ص 67.

<sup>2</sup> عائشة شابي، مروة بن سديرة، المرجع السابق، ص 41.

<sup>3</sup> محرز أحمد، المرجع السابق، ص 72.

- تثبت لكل من له المصلحة و الصفة و الأهلية، وتقام بمجرد توفر الشروط الخاصة بهذه الدعوى على أن تكون منافسة بين مرتكب العمل والمتضرر، بحيث يزاولان نشاطا تجاريا مماثل أو قريب إليه، ويعود تقدير ذلك إلى محكمة الموضوع، كما قد ترفع دعوى المنافسة غير المشروعة إلى جانب الدعوى الجزائية.
- أنها دعوى عامة تحمي جميع المراكز القانونية، حيث تحمي المعتدى عليه بالتعويض و إزالة الضرر الواقع أو الذي يمكن أن يقع.
- لا تهدف هذه الدعوى دائما إلى تحقيق مردود مادي، و يتمثل الهدف الأساسي لها في منع الاضرار بالغير.
- دعوى المنافسة غير المشروعة دعوى قمعية، فهي ترمي إلى إلزام المنافس إما بالكف عن الفعل غير المشروع أو تعديل الأعمال التي قام بها لوقف الفعل غير المشروع<sup>1</sup>.

**ثانيا: المعايير المعتمدة لتمييز أفعال المنافسة غير المشروعة:** لقد اختلفت الآراء حول تحديد معيار لمعرفة الأفعال المشروعة والأفعال غير المشروعة فظهرت ثلاث مذاهب رئيسية:

- 1- المذهب الشكلي:** يعتمد هذا المذهب على النص القانوني لاعتبار الفعل مشروع أو غير مشروع، حيث يعتمد على مبدأ حرية المنافسة لتحديد الأساليب التي تمس بها، وتضر بحسن سيرها بنص يمنعها صراحة، فإذا كانت وفقا لأساليب غير المنصوص عليها أعتبرت جائزة و بالتالي يعتمد هذا المذهب على النص الصريح لحسم المسألة ومن التشريعات التي أخذت به القانون الألماني والسويسري، وهو اتجاه لا تعتريه أية صعوبة لأنه يرسم للقاضي مسلكا يجب ألا يتعداه<sup>2</sup>، كما أنه لا يتطلب أي جهود منه على الإطلاق بل يلزمه بتطبيق النص فقط.

لكن وجه لهذا المذهب عدة انتقادات أهمها:

<sup>1</sup> صالحة العمري، المرجع السابق، ص 265.

<sup>2</sup> زينة غانم الجبار الصفار، المرجع السابق، ص36.

- أنه ضيق مجال الملاحقة بدعوى المنافسة غير المشروعة وحصرها في حالات محددة فإذا خرجت عنها لا تعتبر منافسة غير مشروعة و لو كانت كذلك.
- أنه لا يستوعب الحالات التي قد تنتج عن التطور التكنولوجي في المجال الاقتصادي، وهو ما قد يؤدي غلى تعديل النص التشريعي باستمرار كلما ظهرت حالة جديدة.

لذلك اتجهت أغلب التشريعات للتخلي عن هذا المذهب، و استبدال النص الخاص بنص عام يلزم كل من يسبب ضرر للغير بالتعويض، وهو ما أخذ به المشرع الجزائري.

**1- المذهب الواقعي:** يستند هذا المذهب إلى القواعد التي تحددها الأعراف و العادات التجارية المهنية، باعتبارها موجبات اجتماعية يتعين على الجميع احترامها والسير وفقا لها، حيث تؤدي مخالفتها لدخولها ضمن أفعال المنافسة غير المشروعة، لكن التساؤل يقع حول من الشخص الذي تمنح سلطة تحديد هذه القواعد؟<sup>1</sup>.

قد توكل هذه المهمة إلى الدولة في هذه الحالة فإن هذا المذهب يصل إلى نفس نتائج المذهب الشكلي، كما قد تستند إلى الهيئات المهنية المتخصصة، وهذا الأمر يؤدي لحد ما لعدم الحيادية من المستحسن أن توكل للقضاء بالاستناد إلى العادات والتقاليد التجارية المتبعة بحيث يتوقف تقديره على مدى استجابة العمل للعادات والتقاليد السائدة في الوسط التجاري، فإذا استنكر باقي الأعوان الاقتصاديين العمل التجاري أعتبر من قبيل المنافسة غير المشروعة، لذلك يتبين أن هذا الإتجاه أكثر مرونة مما سبقه لأنه يعطي إمكانية التجاوب مع المتغيرات الواقعة في الحياة الاقتصادية، على الرغم من ذلك نجد هذا الاتجاه أيضا لم يسلم من النقد، لأنه لم يضع معيار محدد يحصر من خلاله جميع أفعال المنافسة غير المشروعة، فقد اعتمد معيار مرن قد يتعسف القاضي في استعماله، دون وجود أي رقابة عليه سواء من طرف القانون أو القضاء،

<sup>1</sup> صالحة العمري، المرجع السابق، ص 266-267.

يتميز هذا المعيار بعدم الدقة و الوضوح، بحيث يتعسر على القاضي معرفة كل العادات و التقاليد التجارية السائدة في الحياة التجارية لإختلافها من مكان لآخر، ويمكنه تقادي هذا العيب باستشارة خبراء في هذا المجال.

**2- المذهب المثالي:** يركز هذا المذهب على الأساس الأخلاقي لممارسة التجارة و الصناعة، فيعتبر أعمال المنافسة غير المشروعة إخلالا بالتزام أدبي وأخلاقي، وتجد أساسها القانوني في مبادئ القانون العامة وقواعد العدالة، بحيث يصبح الواجب الخلفي واجبا قانونيا، وعليه فقد وسّع من إطارها بكنه في هذه الحالة يجبر القاضي على البحث فيما إذا تم العمل بسوء النية أم لا<sup>1</sup>.

وقد أنتقد هذا المذهب أيضا لأن معياره مرن فهو يعطي للقاضي صلاحية واسعة لتحري عن هذه الأخلاق، كما أنه مذهب يجبر التاجر على أمور مثالية يصعب الالتزام بها خاصة و أن مفهوم الأخلاق واسع ومتغير.

**ثالثا: تمييز المنافسة غير المشروعة عن غيرها من المفاهيم:** يعود إمتداد دعوى المنافسة غير المشروعة للقرون الوسطى، حيث شهدت هذه الفترة تجاوزات مست بحرية المنافسة، لذلك أمر الملك الفرنسي شارل كوين بقطع المعصم الأيمن لكل من يقلد أو يرتكب أفعال المنافسة غير المشروعة ضد علامة الغير، وهكذا توالى التطورات إلى أن وصلت إلى ما هي عليه الآن، و نظرا لأهمية هذه الدعوى فإنه يتوجب علينا التمييز بينها وبين الأعمال المشابهة لها لتجنب أي خلط قد يقع، وذلك لاستبعاد كل عنصر غريب عن هذا المفهوم<sup>2</sup>.

**1- تمييز المنافسة غير المشروعة عن المنافسة المشروعة:** إن المنافسة في الأصل هي أساس تقدم التجارة و تطورها وتعد أمر مباحا ومرغوبا فيه، بحيث تعتمد على إكتساب أكبر

<sup>1</sup> زينة غانم الجبار الصفار، المرجع السابق، ص 38.

<sup>2</sup> صالحة العمري، المرجع السابق، ص 270.

عدد ممكن من العملاء، ولكن إذا انحرفت هذه المنافسة عن الطريق السليم أصبحت تعتمد إلى اقتناص الزبائن من المحلات التجارية الأخرى فإن هذا يعد من المنافسة غير المشروعة.

وفي الأخير يمكننا القول أن المنافسة في الأصل تعد مشروعة مادامت الوسائل المتبعة فيها قانونية، وغير قانونية للعرف والعادة التجارية وإلا فهي منافسة غير مشروعة<sup>1</sup>.

**2- تمييز المنافسة غير المشروعة عن المنافسة الممنوعة:** المنافسة الممنوعة تعني "خطر القيام بنشاط معين إما بمقتضى نص كاشتغال الشخص بأعمال الصيدلة دون الحصول على مؤهلات علمية، أو بمقتضى اتفاق بين المتعاقدين، مثل التزام مؤجر العقار بعدم منافسة المستأجر أو التزام بائع المحل التجاري بعدم انشاء تجارة مماثلة"، أم المنافسة غير المشروعة فلا ينصب المنع فيها على ممارسة النشاط التجاري، ولكنها تدل على استخدام أساليب غير سليمة بقصد التأثير على العملاء واجتذابهم لتخفيض ثمن السلع بشكل كبير<sup>2</sup>.

**3- تمييز المنافسة غير المشروعة عن المنافسة الشفافة:** لقد كرس مبدأ الشفافية في العديد من النصوص منها الأمر الصادر في 1986/12/01 الفرنسي والذي أكد بوضوح هذا المبدأ، المعدل بالقانون الصادر في 1993/01/29، وهذا ما أشار إليه الأمر رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية وذلك في الباب الثاني من الأمر نفسه في المواد 4 إلى 13.

إن مبدأ الشفافية مهم جدا أثناء التفاوض في العقد فكل شريك يجب عليه إعلان كل شروطه العامة لكل شخص قدم طلبا، وهذا ما نصت عليه المادة 33 من القانون الصادر في 1986/12/01 والذي يحدد كيفية تطبيق هذه القاعدة<sup>3</sup>.

ومنه فإن المنافسة غير المشروعة تختلف تماما عن المنافسة الشفافة إذ أن في هذه الأخيرة يكون الكل منافسين ومستفيدين مطلقين تماما على الأسعار والنماذج و الكميات.

<sup>1</sup> نعيمة علوش، المرجع السابق، ص 35.

<sup>2</sup> نادية فوضيل، المرجع السابق، ص 192-193.

<sup>3</sup> نعيمة علوش، نفس المرجع، ص 44-45.

- 4- التمييز بين المنافسة غير المشروعة والمنافسة الإحتيالية: يقصد بالمنافسة الإحتيالية تلك الأفعال التي يقوم بها التاجر أو الصانع لتحويل زبائن غيره من المنافسين بالغش، أو بالادعاءات الكاذبة أو التلميح أو التشهير الذي يمكن اعتباره صورة من الصور الجزائية، لكنها مشروطة بشكوى المتضرر منها<sup>1</sup>، وهي بذلك تستوجب توافر الأركان الواجبة في أي جريمة.
- أ- **الركن المادي:** يجب استعمال وسائل وأساليب مادية غير محددة لغش المستهلكين وزرع الادعاءات الكاذبة المنافية للحقيقة سواء بالتلميح أو بالتصريح لإرساء الأمر في ذهن المستهلكين والوصول إلى نتيجة عملية هي تحويل العملاء.
- ب- **الركن المعنوي:** معرفة الفاعل بعدم مشروعية أفعاله وقصده القيام بذلك، وتقدير هذا الأمر يخضع للقاضي، والمهم هو إثبات وجودها.
- ت- **الركن الشرعي:** وجود نص قانوني يعاقب على هذا الفعل غير المشروع الذي قام به، أما المنافسة غير المشروعة فهي عبارة عن دعوى مدنية لإزالة الضرر وإثباته أمر ضروري لقيامها.<sup>2</sup>

- 5- **تمييز المنافسة غير المشروعة عن المنافسة الطفيلية:** تعرف المنافسة الطفيلية بأنها "محاولة الاستفادة من الشهرة والسمعة الطيبة للغير بصورة غير مشروعة وليس نتيجة لجهده الشخصي، دون أن يؤدي ذلك بالضرورة إلى خطر الالتباس بين المنتجات". وعليه يجب التمييز بين التصرف الطفيلي الذي يتم دون توفر أي عملية منافسة، فهو فعل عادي يقوم به الشخص ليستفيد به أو يسعى للاستفادة من شهرة اكتسبها المتنافس بصفة مشروعة، وقد ظهر هذا النوع من المنافسة في الخمسينيات في فرنسا، أيدها الاجتهاد وقد نما هذا المفهوم مع تطور التجارة الدولية، أما المنافسة غير المشروعة فهي تلك التي يقدم فيها العون الاقتصادي على المنافسة سعياً وراء الاستفادة من الانجازات التي حققها الغير بصورة غير مشروعة قصد إلحاق الضرر مع إمكانية وجود الالتباس عادة بين العلامات، والاختراعات والرسوم والنماذج،

<sup>1</sup> أنطوان الناشف، المرجع السابق، ص 108.

<sup>2</sup> صالحة العمري، المرجع السابق، ص 270.

وتسميات المنشأ، التي تعود لتجار أو منتجين أو صناع آخرين وذلك باستخدام أساليب غير مباحة للوصول إلى هدف مشروع هو كسب الزبائن<sup>1</sup>.

## المطلب الثاني

### الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة

لم يضع المشرع أحكاما خاصة لتنظيم المسؤولية الناشئة عن أعمال المنافسة غير المشروعة مما أفسح المجال أمام الفقه والقضاء لإيجاد الأساس القانوني الذي تقوم عليه دعوى المنافسة غير المشروعة، مما أدى إلى إختلاف وجهات النظر حول هذا الأساس، كما قام الفقه والقضاء بتحديد شروط هذه الدعوى على ضوء القواعد العامة، وهذا ما سنتناوله فيما يلي:

## الفرع الأول

### الطبيعة القانونية لدعوى المنافسة غير المشروعة

لم يعين المشرع الجزائري أو الفرنسي بيان الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة وإذا كان القضاء الفرنسي يؤسس هذه الدعوى على المادتين 1382 و 1383 من القانون المدني الفرنسي، والمقابلتين للمادة 124 من القانون المدني الجزائري، فإن الفقه مختلف في هذا الشأن فمنهم من ذهب مذهب القضاء الفرنسي، ومنهم من أسسها على نظرية التعسف في استعمال الحق، ومنهم من أسسها على حماية الملكية التجارية<sup>2</sup>، ولنعرض فيما يلي هذه الآراء الثلاث على أن نخصص بندا خاصا لكل منها:

<sup>1</sup> صالحة العمري، المرجع السابق، ص 270.

<sup>2</sup> وهيبه لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص 292.

أولاً: أساس دعوى المنافسة غير المشروعة التعسف في استعمال الحق: يذهب جانب من الفقه إلى تأسيس دعوى المنافسة غير المشروعة على أساس التعسف في ممارسة حرية التجارة، فإذا كانت المنافسة في ميدان النشاط التجاري تعد من الحقوق التي تقرها التشريعات التجارية ولكن هذا الحق ليس مطلقاً وإنما لا بد أن يكون له حدود يجب أن لا يتعداها للمساس بحقوق التجار الآخرين الذين يمارسون ذات النشاط أو تعدي على المصلحة العامة وبذلك تعتبر هذه الدعوى من قبيل الجزاء على التعسف في استعمال حق ممارسة التجارة، فإذا قام التاجر بفعل يتنافى مع العادات والأصول المرعية في المعاملات التجارية فإنه يكون قد أساء استعمال حقه في ممارسة النشاط التجاري. ويؤخذ على هذا الاتجاه أن أحكام دعوى المنافسة غير المشروعة لا يمكن أن تعتبر تطبيقاً لأي واحد من المعايير المأخوذة بها في نظرية التعسف في استعمال الحق ولا يمكن أن يصدق عليها.

أظهر معيار للتعسف في استعمال الحق وهو معيار قصد الاضرار وذلك لأن قصد الاضرار بالغير يكمن في صميم كل منافسة ولو كانت منافسة مشروعة<sup>1</sup>.

وقد تبني بعض الفقه في الجزائر هذا الرأي بالقول " لعل الأساس القانوني السديد بدعوى المنافسة غير المشروعة هو نظرية التعسف في استعمال الحق"، كما صاغها المشرع الجزائري في المادة 41 من القانون المدني الجزائري، لأنها شاملة لجميع صور التعسف إذ تنص على أن " يعتبر استعمال الحق تعسفياً إذا وقع بقصد الاضرار بالغير أو إذا كان يرمي إلى الحصول على فائدة قليلة بالنسبة إلى الضرر الناشئ للغير أو إذا كان الغرض منه الحصول على فائدة غير مشروعة"<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> عماد الدين محمود سويدات، الحماية المدنية للعلامة التجارية، الطبعة 1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 116-117.

<sup>2</sup> محمد حسنين، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985، ص 265.



فلا يمكن تطبيق المعايير العادية لنظرية التعسف في استعمال الحق على نظرية المنافسة غير المشروعة، لأنها ليست استعمالاً تعسفياً لحق حرية التجارة، فالمنافس هنا لا يتجاوز الغاية التي من أجلها أنشئ هذا الحق، وإنما يستعمله لتأمين مصالحه الخاصة المشروعة، والهدف الذي يسعى إليه غير مشروع، إنما الوسائل التي يستخدمها لبلوغه هي موضوع انتقاد<sup>1</sup>.

إلا أنه وجهت إليه عدة انتقادات خاصة من طرف الفقيهين ROUBERT و BLANYOL منها:

- لا يمكن تطبيق المعايير العادية لنظرية التعسف في استعمال الحق على المنافسة غير المشروعة، لأن هدف المنافس مشروع وهو أن يؤمن بها مصلحته الخاصة، وقد يستخدم في ذلك وسائل غير مشروعة ولو لم يتعسف في استعمال حقه في حرية المنافسة.
- إضافة إلى أن المنافسة غير المشروعة تبنى على نية سيئة، بحيث يقصد الاضرار بالغير، في حين إساءة استعمال الحق لا تتوفر فيها عنصر النية أو القصد.
- التمييز بين المنافسة غير المشروعة والمنافسة المباحة أمر غير مقبول لأن كلاهما واحد.
- يمكن قبول الضرر الناتج عن المنافسة العادية مع أنه قد ينتج عن تعسف في استعمال الحق<sup>2</sup>.

ثانياً: أساس دعوى المنافسة غير المشروعة حماية الملكية التجارية: يرى جانب من الفقه وفي مقدمتهم الفقيه ROUBERT أن المحل التجاري يتمثل في عنصر العملاء والزبائن، وهي كناية عن مال قابل للتملك مثل بقية البضائع في المحل التجاري، وبالتالي فهو من الحقوق المعنوية ويستندون في رأيهم على أن الزبائن وباعتبارها تشكل عملياً هدف كل منافس فلا يمكن حرمان المنافس المضرور من دعوى تضمن له حق الحفاظ على الزبائن المكتسبة وتتمثل في

<sup>1</sup> جوزيف نخلة سماحة، المزاحمة غير المشروعة، مؤسسة عز الدين للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، بيروت، 1991، ص129-130.

<sup>2</sup> صالحة العمري، المرجع السابق، ص267.

دعوى المنافسة غير المشروعة، والحماية المقررة لهذه الدعوى أقرب إلى دعوى الملكية منها إلى الدعوى المدنية، وذلك لأنها لا تقتصر على تعويض المتضرر كما هو الأمر في الدعوى المدنية، وإنما تعطه الحق أيضا في طلب إتخاذ الإجراءات الوقائية لوقف أعمال المنافسة في الحاضر ومنعها في المستقبل<sup>1</sup>.

ولكن يؤخذ على هذا الإتجاه بأنه يؤسس على دعوى المنافسة غير المشروعة وعلى ما يتمتع به مالك المتجر من حقه ملكية على عملائه ولكن التاجر لا يتمتع بحق ملكية على عملائه ولا يمكن منعهم من التعامل مع التجار الآخرين أو منع التاجر من التعامل معهم وإن هؤلاء من حقهم إختيار من يتعاملون معه ومن حقهم الانصراف عنه الى غيره متى شاءوا<sup>2</sup>. ولقد تعرض هذا الرأي هو الآخر إلى عدة انتقادات:

- أن تتعارض أفكار هذا المذهب وطبيعة الأشياء، حيث جعل الزبائن مال يتنازع عليه ويتم امتلاكه، في حين لا يستطيع إجبارهم على ديمومة التعامل مع منافس واحد دون الآخرين، لأن هذا الأمر راجع إلى القاعدة الذاتية لكل شخص.
  - كما أن هدف دعوى المنافسة غير المشروعة التصدي لبعض الأساليب غير المقبولة في السوق وليس لحماية حق الملكية.
  - والمسؤولية الناجمة عن أعمال المنافسة غير المشروعة قد تترتب خارج نطاق الاستيلاء على الزبائن، فيمكن أن تكون لسبب آخر مستقل عنه.
- والجدير بالذكر أن هذه النظرية تتعارض والهدف من حرية التجارة، المتمثل في جذب العملاء واستقطابهم من طرف المنافس على المنافسين الآخرين دون ترتيب أية مسؤولية على ذلك، فتدني حجم الزبائن قد يعود إلى أسباب عديدة كما أنه لا يخول صاحبه الحق في إقامة أي دعوى لملاحقة منافسيه، فالزبون حر في إختيار مصدرها حاجاته<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> وهيبه لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص 294-295.

<sup>2</sup> عماد الدين محمود سويدات، المرجع السابق، ص 116.

<sup>3</sup> صالحه العمري، المرجع السابق، ص 268.

ثالثاً: أساس دعوى المنافسة غير المشروعة المسؤولية التقصيرية: اعتبر الفقه الكلاسيكي والقسم الأكبر من القضاء في فرنسا أن دعوى المنافسة غير المشروعة هي دعوى مسؤولية مدنية عادية، وذلك بحجة أن رفع دعوى المنافسة غير المشروعة يتطلب أن تتوافر نفس الشروط المتطلبة في دعوى المسؤولية التقصيرية، من ضرورة وجود خطأ وضرر وعلاقة سببية بينهما.

وقد أستند القضاء الفرنسي إلى القواعد العامة في المسؤولية التقصيرية وذلك بتطبيق أحكام المواد 1382 و1383 من التقنين المدني الفرنسي، والتي تقابلها المادة 124 من القانون المدني الجزائري. ويميل القضاء المصري إلى الأخذ بهذا الرأي، فمن بين ما جاء في أحكام محكمة النقض المصرية في هذا الخصوص أن " الدعوى المؤسسة على المنافسة غير المشروعة لا تخرج عن أن تكون دعوى مسؤولية عادية أساسها الفعل الضار، فيحق لكل من أصابه ضرر عن فعل المنافسة غير المشروعة أن يرفع الدعوى بطلب التعويض عما لحقه من جرائها على من شارك في إحداث هذا الضرر متى توافرت شروط تلك الدعوى وهي الخطأ والضرر وعلاقة السببية بين الضرر والخطأ<sup>1</sup>.

ولكن يؤخذ على هذا الاتجاه أنه يقتضي لقيام المسؤولية في دعوى المنافسة غير المشروعة وجود الخطأ والضرر والعلاقة السببية، في حين أن دعوى المنافسة غير المشروعة قد تثبت رغم عدم وجود خطأ أو ضرر وفي بعض الأحيان يصعب إثبات العلاقة السببية بين الخطأ والضرر، بل وقد يتعذر ذلك الأمر الذي يقضي بوجود إختلاف بين دعوى المنافسة غير المشروعة ودعوى المسؤولية التقصيرية<sup>2</sup>.

وقد تعرض هذا الرأي أيضاً للانتقادات لأن تأسيس دعوى المنافسة غير المشروعة على المسؤولية التقصيرية لا يستقيم مع الاعتراف بحق ملكية المتجر، لأن هذه الملكية المعنوية تتطلب حماية خاصة، كما تحمي دعوى الاستحقاق الملكية المادية، ودعوى المنافسة غير

<sup>1</sup> وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص296.

<sup>2</sup> عماد الدين محمود سويدات، المرجع السابق، ص116.

المشروعة ليست كدعوى المسؤولية التقصيرية التي تقتصر على إصلاح الضرر وإزالته، فلها أيضا وظيفة وقائية بالنسبة للضرر المحتمل أن يقع في المستقبل، ويتمثل شروط دعوى مسؤولية التقصيرية في الخطأ والضرر والعلاقة بينهما، في حين دعوى المنافسة غير المشروعة لا تقوم إلا بوجود حالة منافسة إضافة إلى الشروط السابق ذكرها، كما أنه يكفي مجرد احتمال الضرر لرفعها، والتعويض عنها يعتبر أمر ثانوي بالنظر إلى وجود إزالة الضرر.

أما المشرع الجزائري فقد أسس دعوى المنافسة غير المشروعة على قواعد المسؤولية التقصيرية وذلك بناء على المادة 124 من القانون المدني الجزائري مع بعض الخصوصية فيما يتعلق بدعوى المنافسة غير المشروعة<sup>1</sup>.

## الفرع الثاني

### شروط دعوى المنافسة غير المشروعة

لقد استقر الرأي الراجح في الفقه والقضاء على أن دعوى المنافسة غير المشروعة تقوم على الأساس الذي تقوم عليه دعوة المسؤولية عن العمل غير المشروع، فإن شروط مباشرة الدعويين واحدة وذلك مع مراعاة أن لهذه الشروط أوضاعا خاصة في الحياة التجارية، وعليه فإن شروط مباشرة دعوة المنافسة غير المشروعة هي الخطأ والضرر ورابطة السببية.

**أولا: الخطأ ( فعل المنافسة غير المشروعة):** إختلف الفقهاء حول تحديد فكرة الخطأ، فالبعض عرّفه بأنه عمل ضار مخالف للقانون والبعض قال إنه إخلال بالتزام قانوني سابق، كما قيل أنه اعتداء على حق، والبعض يرى لأنه إخلال بالثقة المشروعة، وقيل أيضا أنه انتهاك لحرمة حق لا يستطيع من انتهاك حرمة أن يعارض بحق أقوى أو بحق مماثل، كما قيل أنه إخلال بواجب<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> صالحة العمري، المرجع السابق، ص 268-269.

<sup>2</sup> الكاهنة زواوي، المنافسة غير المشروعة في الملكية الصناعية في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه غير منشورة في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2015، ص 164.

كما يمكن تعريف الخطأ بأنه " إخلال بواجب قانوني مقترن بإدراك المخل إياه و ينشأ عن كل عمل للعرف التجاري مستغلين بذلك حرية التجارة " .

وقد عرفه الفقيه ايمانويل الخطأ بأنه " إخلال بالثقة المشروعة "، وهو يحل هذا التعريف بقوله أنه لكي يعيش الناس مع بعضهم البعض في المجتمع، فإنهم بحاجة إلى الثقة المتبادلة بينهم فإذا خيبت سلوك شخص معين هذه الثقة كان مسؤولاً عن عمله. أما المشرع الجزائري فقد حذى حذو المشرع الفرنسي ولم يقد بإعطاء تعريف للخطأ وإنما اكتفى بنص المادة 124 من القانون المدني الجزائري التي تعتبر الأساس القانوني للمسؤولية التقصيرية والتي تنص على مايلي " كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه، ويسبب ضرراً للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض"<sup>1</sup>.

يستفاد من هذا التعريف أن للخطأ عنصرين أولهما موضوعي ويتمثل في إخلال المخطئ بواجب قانوني، والآخر يتجسد في ضرورة أن يكون المخطئ مدركاً أنه بفعله قد أخل بالواجب القانوني<sup>2</sup>. ولكن للخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة معنى خاص ينصرف بشكل أساسي إلى الإخلال بقواعد الأمانة والشرف والنزاهة في التعامل التجاري ذلك لأن المنافسة في حد ذاتها عمل مشروع ومطلوب لتطوير التجارة ونموها وازدهارها، ولكن المنافسة التي تتحرف عن واجب الالتزام بالأمانة والنزاهة والشرف تعد خطأ يستوجب مسؤولية مرتكب هذا الفعل<sup>3</sup>.

فالعمل الذي يقوم به التاجر أو الصانع الذي يتنافى ومبادئ الاستقامة وتقاليد الأمانة المفروضة في التجارة وفي العلاقات التجارية يمكن إعتبره من أعمال المنافسة غير المشروعة

<sup>1</sup> الكاهنة زاوي، المرجع السابق، ص164-165.

<sup>2</sup> طعمة صفعك الشمري، المرجع السابق، ص60.

<sup>3</sup> نعيمة علوش، المرجع السابق، ص45.

أو غير ذلك، فالأمر متروك للقاضي ويمكن إثبات تلك الأعمال بجميع وسائل الإثبات بما فيها شهادة الشهود والقرائن<sup>1</sup>.

**ثانياً: الضرر:** لا مسؤولية بدون يضرر "pas de responsabilité sans préjudice" فالضرر هو الذي يقدر التعويض بمقداره عادة في المسؤولية التقصيرية<sup>2</sup>.

ومفهوم الضرر الذي يستتبع المسؤولية التقصيرية والتعويض " هو الأذى الذي يصيب الشخص من جراء المساس بحق من حقوقه أو بمصلحة مشروعة له سواء كان ذلك الحق متعلقاً بماله أو جسمه أو عاطفته أو سمعته أو حرّيته" ، وبالتالي فالضرر قد يكون مادي ومعنوي.

الأصل في الضرر التنافسي أنه مشروع، أما في مجال المنافسة غير المشروعة نجد الضرر في الآثار التي تترتب من جراء أفعال المنافسة غير الشروعة، لكن إذا نتج الضرر بين الأعوان الاقتصاديين عن أعمال خارج نطاق المنافسة، فإن ذلك يخضع لأحكام العامة (مسؤولية مدنية أو جزائية تبعا لكل حالة)<sup>3</sup>.

1- أنواع الضرر: قد يكون الضرر الذي ينتج عن أعمال المنافسة غير المشروعة الماسة بحقوق الملكية الصناعية ماديا أو معنويا.

أ- الضرر المادي: "Préjudice Matériel" : هو الذي يصيب المضرور في حق من حقوقه التي يحميها القانون سواء في جسمه أو في ماله أو يصيبه في مصلحة مادية مشروعة. والضرر المادي في المنافسة غير المشروعة يتمثل عادة في خسارة الزبائن وتحولهم عن المضرور إلى الفاعل الذي اعتمد أساليب غير مشروعة، مما ينتج عنه نقص في نسبة المبيعات كذا قيمة الأرباح مما يكلف العون الاقتصادي خسارة مادية جسيمة.

<sup>1</sup> أنظر المادة 30 من الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المعدل والمتمم، يتعلق بالقانون التجاري الجزائري.

<sup>2</sup> علي علي سليمان، النظرية العامة للالتزام "مصادر الالتزام في القانون الجزائري"، الطبعة 03، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1993، ص162.

<sup>3</sup> الكاهنة زاوي، المرجع السابق، ص170.

ب- **الضرر المعنوي: "Préjudice Moral"**: الضرر المعنوي هو الذي يمس المضرور في مشاعره أو شرفه أو عقيدته، وقد تكلم عنه المشرع الجزائري في نص المادة 182 مكرر من القانون المدني الجزائري<sup>1</sup>، التي تنص على أنه "يشمل التعويض عن الضرر المعنوي كل مساس بالحرية أو بالشرف أو السمعة".

2- **شروط وقوع الضرر في دعوى المنافسة غير المشروعة**: من بين الشروط العامة لتوافر الضرر هو أن يكون محققا، والضرر في مجال المنافسة غير المشروعة هو خسارة الزبائن، وبما أن عنصر العملاء يعتبر عنصرا معنويا غير مادي، وغير قابل للتقدير بدقة ويصعب كثيرا على المتضرر إثبات أعداد من الزبائن قد تحولوا إلى المدعى عليه بتأثير أسلوب غير مشروع وهذه المسألة أدت إلى ظهور اتجاهين:

أ- **الرأي الذي يشترط ضرورة وقوع الضرر**: أصحاب هذا الرأي يرون أن الضرر عنصر ضروري ولازم، ولا غنى عن توافره لنجاح دعوى المنافسة غير المشروعة، وسيان أكان هذا الضرر ماديا أو معنويا، كبيرا أو ضئيلا يكفي أن يكون أكيدا، وقابلا للتقدير لأنه لا تعويض عن ضرر غير أكيد في مجال المسؤولية المدنية وإذا انتفى الضرر فلا مسؤولية على المدعى عليه<sup>2</sup>، فبمجرد تسليمنا أن قواعد المسؤولية المدنية تنطبق على دعوى المنافسة غير المشروعة فيجب إذن إخضاعها لنفس الأركان التي تتمثل في الخطأ والضرر والعلاقة السببية بينهما.

وبالنظر إلى نص المادة 124 من القانون المدني الجزائري، يكون أساس رفع دعوى المنافسة غير المشروعة هو الضرر الذي يلحق بالمدعي والذي يلتزم على أساسه المدعى عليه بالتعويض، لا يكفي أن يقع فعل غير مشروع لكي يسأل عنه صاحبه بل يجب أن يحدث هذا الفعل ضررا للغير سواء كان هذا الضرر ماديا أو معنويا، وعلى المدعي أن يثبت إصابته بالضرر من جراء هذا الفعل، ولكن تقابلنا اشكالية تقدير الضرر حتى يمكننا تقدير قيمة

<sup>1</sup> راجع المادة 182 مكرر من القانون المدني الجزائري رقم 75-58 المعدل والمتمم المؤرخ في 29/09/1975 ج ر عدد 71.

<sup>2</sup> جوزيف نخلة سماحة، المرجع السابق، ص102.

التعويض وكذلك كيفية إثبات هذا الضرر، أي هل يمكن للتاجر المتضرر أن يثبت أنه يضمن بقاء عملائه لو لم تتم هذه الأعمال المنافسة للمنافسة غير المشروعة؟.

ومع هذه الاشكالية المطروحة فقد دعى العلامة روبييه ROUBIER إلى أنه لا يجب إثبات الضرر، لأن دعوى المنافسة غير المشروعة هي دعوى مسؤولية من نوع خاص لا يجب أن تخضع للمسؤولية التقصيرية فقط، فهي تهدف أولاً إلى منع بعض أساليب المنافسة غير المشروعة أو وقف استعمالها وإذا كان هناك ضرر فيعتبر التعويض عنه بمثابة جزاء إضافي أو ثانوي وبالتالي فإن إثبات الضرر يكون ضروري في حالة طلب التعويض، ويكون ثانوي في حالة طلب وقف هذه الأعمال.

ومن خلال هذا يتضح أنه لا يمكن الاستناد إلى قواعد المسؤولية التقصيرية وتطبيقاً حرفياً وإلا لما استطعنا تأسيس دعوى المنافسة غير المشروعة عليها، وهذا لعجز المدعي في أحيان كثيرة عن إثبات حجم الضرر أو لأن الضرر قد يكون احتمالياً فقط، وبالتالي أصبح الهدف من مباشرة دعوى المنافسة غير المشروعة ليس الحكم بالتعويض فقط بل الأمر بإيقاف الفعل الضار وذلك حتى لو كان التعويض رمزياً<sup>1</sup>.

**ب- الأخذ بالضرر المستقبلي في دعوى المنافسة غير المشروعة:** نظراً لعدم مسابرة قواعد المسؤولية التقصيرية لأحكام دعوى المنافسة غير المشروعة، فقد وجب على الفقهاء البحث عن مخرج يمكن من خلاله تأسيس الدعوى في حالة عدم حدوث فعلي للضرر، إذ أن هذه الدعوى لا تهدف فقط تعويض للضرر بل تجنب وقوع الضرر في المستقبل. لهذا السبب وجد فقهاء المذهب الحديث في فكرة الضرر المستقبلي مخرجاً لهم شرط أن يكون هذا الضرر مؤكداً الوقوع في المستقبل، فأعطى الحق للتاجر برفع دعوى المنافسة غير المشروعة بمجرد أن هناك ضرراً مستقبلاً قد يلحقه، ولا مجال هنا لإثبات الضرر مادام التعويض غير مطلوب، أما إذا كان

<sup>1</sup> الكاهنة زواوي، المرجع السابق، ص172-173.



الضرر محتمل الوقوع في المستقبل بحيث لا يعرف هل سوف يقع أم لا يقع فهذا هو الضرر المحتمل وهو لا يؤخذ بعين الاعتبار<sup>1</sup>.

وبهذه الصورة فإن الدعوى قد اتبعت أحكام المسؤولية التقصيرية ولكنها غيرت من بعض شروطها، فأصبح تأسيس دعوى المنافسة غير المشروعة هدفه الدفاع عن مصلحة المدعي دون اشتراط تحمله عبء إثبات الضرر غير أن المحكمة لا تحكم بالتعويض إلا بعد تأكدها من وقوع الضرر، وفي حالة حصول هذا الضرر فعليها التأكد أنه ناتج عن فعل المنافسة غير المشروعة، وفي حالة إذا ما كان الضرر مستقبلاً فإنها تكتفي باتخاذ الإجراءات الكفيلة بمنع وقوعه وهذا ما يجعل دعوى المنافسة غير المشروعة تنفرد عن أحكام المسؤولية التقصيرية، بأن لها دوران، فهي دعوى دفاع ودعوى إصلاح.

وبالنسبة للقضاء الفرنسي فقد استقر في نهاية المطاف على مبدأ أن قيام الفعل دليل كافي على توافر الضرر فلا حاجة لإثباته<sup>2</sup>، كما نجد أنه حتى المشرع الجزائري أخذ نظرية الضرر الاحتمالي على سبيل المثال أنه أعطى الحق لصاحب العلامة أن يرفع دعوى مدنية بمجرد أن يثبت أن المساس بحقوقه صار وشيكاً<sup>3</sup>.

**ثالثاً: العلاقة السببية:** وفقاً للقواعد العامة فإنه لا بد من توافر رابطة السببية بين الخطأ والضرر لقيام العمل عن المسؤولية عن العمل غير المشروع، فإذا ما تمكن مرتكب الخطأ من إثبات أن الضرر الذي لحق بالمضرور قد نشأ عن سبب لا يد له فيه بأن يثبت أنه نتيجة سبب أجنبي، كأن يكون قوة قاهرة أو حادث مفاجئ أو فعل الغير أو خطأ المضرور نفسه فإنه ينجح في قطع الرابطة السببية بين خطئه والضرر، ومن ثم يلزم بتعويض المضرور<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> علي علي سليمان، مرجع سابق، ص 184.

<sup>2</sup> الكاهنة زواوي، المرجع السابق، ص 173-174.

<sup>3</sup> أنظر المادة 29 فقرة 2 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

<sup>4</sup> المادة 127 من القانون المدني الجزائري، مرجع سابق.

تتطلب المطالبة بالتعويض عن الضرر وجود علاقة سببية أفعال المنافسة غير المشروعة وبين الضرر الواقع لصاحب العلامة التجارية، وعدم إثبات هذه الرابطة لا يمكن صاحب من الاستفادة من التعويض، والملاحظ اكتفاء الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات بعنصر الضرر<sup>1</sup>، بينما يشترط القانون 04-02 إثبات الضرر الواقع فعلا. كما أن الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات يمكن صاحب العلامة المسجلة المطالبة بالتعويض وفقا للدعوة المدنية بالتبعية للدعوى الجزائية، كما يمكن بالمطالبة بالتعويض بدعوى مدنية مستقلة أمام القضاء.

غير أن الدعوى المدنية المطالبة بالتعويض عن التعدي عن العلامة التجارية سواء استندت إلى الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات أو استندت إلى دعوى المنافسة غير المشروعة وفقا للقانون 04-02 فإنهما تشتركان في اشتراط أن تكون العلامة التجارية المعتدى عليها مسجلة، وعليه لا يمكن المطالبة بالحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة<sup>2</sup>، إلا أن القضاء في مجال دعوى المنافسة غير المشروعة 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 المشروع؟ ضف إلى ذلك أن آثار المنافسة غير المشروعة لا تظهر إلى بعد مرور زمن من الوقت<sup>3</sup>.

## المبحث الثاني

### قيام دعوى المنافسة غير المشروعة

إن إجراءات رفع دعوى المنافسة غير المشروعة هي تلك المتبعة لرفع أي دعوى مادامت هذه الأخيرة مؤسسة على دعوى المسؤولية التقصيرية وبالتالي تخضع للقواعد العامة، عليه نقسم هذا المبحث كالتالي، في المطلب الأول أتطرق إلى القضاء المختص للنظر في دعوى

<sup>1</sup> أنظر المادة 28 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

<sup>2</sup> ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 201.

<sup>3</sup> نعيمة علواش، المرجع السابق، ص 47.

المنافسة غير المشروعة، وفي المطلب الثاني أصحاب الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة، أما المطلب الثالث نتعرض إلى الإثبات في دعوى المنافسة غير المشروعة.

## المطلب الأول

### القضاء المختص للنظر في دعوى المنافسة غير المشروعة

الاختصاص هو السلطة التي يقرها القانون للقضاء في أن ينظر في دعاوى من نوع معين حدده له، فالقاضي تتقيد ولايته بالوظيفة المنوطة به وفي حدود هذه الولاية تخصص وظيفة القاضي بقدر معين ومؤدى ذلك ان المشرع يقسم الجرائم ويحدد الدعاوى المختلفة الناشئة عنها ويبين المحاكم المختلفة التي تختص بكل منها<sup>1</sup>.

## الفرع الأول

### الاختصاص النوعي

يتحدد الاختصاص حسب نوعية الجريمة وجسامتها التي وقعت بها الدعوى، إذا يقوم هذا الاختصاص على أساس تقسيم الجرائم إلى جنائيات وجنح ومخالفات، فقد حددها المشرع الجزائري وفقا لقانون العقوبات إلى محاكم الجنائيات ومحاكم الجنح ومحاكم المخالفات، ولكن يمكن لمحكمة الجنح أن تفصل في المخالفات ويمكن كذلك لمحكمة الجنائيات الفصل في الجنح والمخالفات طبقا لقاعدة "من يملك الكل يملك الجزء".

أما فيما يتعلق بتحديد الجهة القضائية المختصة للفصل في الدعوى المدنية فيبقى الأمر يخضع للقواعد العامة للاختصاص المنصوص في قانون الإجراءات المدنية والإدارية والمتمثل

<sup>1</sup> وهيبية لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، 317.

كأصل عام في المادة 32 منه<sup>1</sup> والتي تنص " المحكمة هي الجهة القضائية ذات الاختصاص العام وتتشكل من أقسام يمكن أن تتشكل من أقطاب متخصصة.

تفصل المحكمة في جميع القضايا لاسيما المدنية والتجارية والبحرية والاجتماعية والعقارية وقضايا شؤون الأسرة والتي تختص بها إقليميا".

يتضح لنا من خلال المادة أعلاه أن الجهة المختصة نوعيا للفصل في الدعوى هي المحكمة غير أن العمل جرى على تخصيص أقسام في المحاكم وكل قسم مختص بمنازعات محددة فمثلا القسم التجاري يختص بالمنازعات التجارية، ونرى مع عموم النص أنه يعتبر أعمالا تجارية بالتبعية الالتزامات الناشئة عن المسؤولية التقصيرية التي تحدث بسبب ممارسة النشاط التجاري على ذلك يعتبر عملا تجاريا الالتزام الناشئ عن مسؤولية التاجر من جراء المنافسة غير المشروعة خاصة في مجال الملكية الصناعية<sup>2</sup>.

## الفرع الثاني

### الاختصاص المحلي (الاقليمي)

والمقصود به ولاية الجهة القضائية بالنظر في الدعاوى المرفوعة أمامها إستنادا إلى معيار جغرافي يخضع للتقسيم القضائي.

بالنظر لما سبق قوله فيما يتعلق بالاختصاص النوعي يطبق أيضا على الاختصاص الاقليمي فيطبق القواعد العامة للاختصاص المنصوص عليها في قانون الاجراءات المدنية والإدارية، ذلك لعدم وجود نصوص خاصة تحدد ما يمكن أن يعتبر من إجراءات لرفع الدعاوى في مجال حقوق الملكية الصناعية وخاصة دعوى المنافسة غير المشروعة، وقد نصت المادة

<sup>1</sup> راجع المادة 32 من القانون رقم 08-09 المؤرخ في 25 فبراير 2008 يتضمن قانون الاجراءات المدنية والإدارية الجزائري، الجريدة الرسمية العدد 21 مؤرخة في 2008/04/23.

<sup>2</sup> نادية فوضيل، المرجع السابق، ص 415.

37 من قانون الاجراءات المدنية والإدارية على: " يؤول الاختصاص الاقليمي للجهة القضائية التي يقع في دائرة اختصاصها موطن المدعى عليه، وإن لم يكن له موطن معروف، فيعود الاختصاص للجهة القضائية التي يقع فيها آخر موطن له، وفي حالة اختيار موطن يؤول الاختصاص الاقليمي للجهة القضائية التي يقع فيها موطن المختار ما لم بنص القانون على خلاف ذلك"<sup>1</sup>.

وباعتبار دعوى المنافسة غير المشروعة تقام من أجل تعويض الضرر الحاصل لمالك العلامة التجارية فإنها مؤسسة على المسؤولية التقصيرية، أما فيما يخص التقادم ففي جميع الأحوال يرجع إلى القواعد العامة وذلك بانقضاء 15 سنة من يوم وقوع الفعل الضار<sup>2</sup>.

## المطلب الثاني

### أصحاب الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة

الأصل في تحريك الدعوى العمومية من قبل النيابة العامة حسب مقتضيات المادة 1 من قانون الاجراءات الجزائية، سواء من تلقاء نفسها أو بناء على شكوى مقدمة من قبل المضرور من تلك الجريمة<sup>3</sup>، وقبل التطرق إلى أصحاب الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة يجب الإشارة أطراف هذه الدعوى.

<sup>1</sup> أنظر المادة 37 من قانون الاجراءات المدنية والادارية، وبالرجوع إلى المادة 38 التي تقضي بـ" في حالة تعدد المدعى عليهم يؤول الاختصاص الاقليمي للجهة القضائية التي يقع في دائرة اختصاصها موطن أحدهم".

<sup>2</sup> أنظر المادة 133 من القانون المدني الجزائري.

<sup>3</sup> وهيبه لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، 250.

## الفرع الأول

### أطراف دعوى المنافسة غير المشروعة

يتمثل أطراف دعوى المنافسة غير المشروعة في طرفين "المدعى" كطرف أول و "المدعى عليه" كطرف ثاني.

**الطرف الأول: "المدعى"** : وهو كل شخص لحقه ضرر من عمل المنافسة غير المشروعة، وفي حالة تعدد المتضررين أمكن رفع هذه الدعوى من طرف مجموعة هؤلاء، إذا كانت تجمع بينهم مصلحة مشتركة، ومن هنا يحق للمضرور إقامة دعوى ضد منافسه وشريكه<sup>1</sup>، ويكون ذلك بإتباع طرق رفع الدعوى المنصوص في قانون الاجراءات المدنية والإدارية.

**الطرف الثاني: "المدعى عليه"** : وهو كل شخص مرتكب للفعل الضار أو مسؤول عنه وقد يكون شخصا ذاتيا أو معنويا، وفي حالة التعدي يمكن توجيه دعوى المنافسة غير المشروعة ضدهم جميعا بصفة تضامنية<sup>2</sup>، وبالرجوع إلى قانون الاجراءات المدنية والإدارية 08-09 فإنه يجب أن يكلف المدعى عليه بالحضور.

## الفرع الثاني

### أصحاب الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة

في حالة التعدي على العلامة التجارية بطريقة غير مشروعة، فإنه يمكن لفئة معينة اللجوء إلى القضاء برفع دعوى مندية للمطالبة بالتعويض جراء هذا التعدي، حيث أن هذه الفئة تتمثل في صاحب العلامة، والرخص له، وأي شخص يتاجر بمنتجات تحمل تلك العلامة بصفة مشروعة، وكذلك المستهلك إذا لحقه ضرر من جراء استعمال العلامة من قبل تاجر يقوم بمنافسة غير مشروعة، ويكون التعويض مثلا بدفع ما قد يستحق للمضرور نظير للضرر الذي

<sup>1</sup> عباس حلمي، القانون التجاري، المرجع السابق، ص74.

<sup>2</sup> سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، المرجع السابق، ص564.

أصابه بسبب خسارة أو ضياع فرصة الربح. كما قد يكون نتيجة إصابته في شهرته أو سمعته يعني سواء كان الضرر مادي تقدره المحكمة يعني السلطة التقديرية، هنا تعود لقاضي موضوع وأصحاب الخبر<sup>1</sup>.

**مثال:** أعتبرت محكمة سطيف وبتاريخ 1998/02/04 من وجود تقليد بين علامة الأصلية المسجلة بالمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية " **كونتي CONTI** " وبين علامة " **كانتي CANTI** " وتتلخص وقائع القضية أن المتهم (ر.س) أمضى عقدا مع شركة " **كونتي** " الممثلة في شخص مديرها دومنيك كودان الكائن مقرها بمدينة موناكو لأجل القيام بتوزيع آلات القهوة المنتجة من قبلها في الجزائر، لمدة عام والحاملة للعلامة التجارية " **كونتي CONTI** " وبعد إنتهاء هذه المدة تم فسخ العقد المبرم بين الطرفين، إلا أن المتهم أسس شركة ذات مسؤولية محدودة تقوم بنفس العملية توزيع آلات القهوة وتم إيداعه لدى المكتب الوطني الجزائري للملكية الصناعية واستبدال حرف "و" من العلامة الأصلية بحرف "أ" لتصبح العلامة التجارية التابعة له هي " **كانتي CANTI** " بدل " **كونتي CONTI** "، تم إستئناف الحكم من قبل المتهم، إلا أن القضاة أكدوا من تواجد التقليد بين العلامتين وهذا بقرار صادر من قبلهم بتاريخ 1998/09/08<sup>2</sup>. وقد تم الاستعانة بخبراء لتحديد الأضرار الناجمة وتقدير التعويض، أما بالنسبة لتعويض الضرر المعنوي تقدره المحكمة حسب السلطة التقديرية للقاضي وذوي الخبرة وذلك حسب المادة 47 و48 من قانون الإجراءات المدنية والادارية، إضافة للتعويض المالي يمكن الحكم بتعويض أدبي، وذلك بواسطة نشر حكم على نفقة المكوم<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> فطيمة كروود، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة الماستر أكاديمي، غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2015، ص14.

<sup>2</sup> حكم صادر من محكمة سطيف، القسم الجزائري، فرع الجنج، الحامل لرقم جدول 4325، رقم فهرس 585 والمؤرخ في 1998/02/04. وكذا القرار الصادر من مجلس قضاة سطيف، الغرفة الجزائرية، رقم فهرس 931، رقم الجدول 899، مؤرخ في 1998/09/08. بين (ر.س) وشركة دومنيك غودان.

<sup>3</sup> فطيمة كروود، المرجع السابق، ص14.

## المطلب الثالث

## الإثبات في دعوى المنافسة غير المشروعة

إذا توافرت شروط دعوى المنافسة غير المشروعة واتضح للمحكمة وقوع الأعمال غير المشروعة، قضت بالتعويض لمن أصيب بالضرر. وطبقا للقواعد العامة يقوم القاضي بتعيين طريقة التعويض تبعا لظروف القضية<sup>1</sup>، وبما أن العلامة من المواضيع التجارية فإنها تخضع لقاعدة حرية الإثبات جائزة فيها، وقد أوردت فيها قوانين حقوق الملكية الصناعية بعض طرق الإثبات نذكر منها:

## الفرع الأول

## انتقال المحكمة للمعاينة

هو إجراء تقوم المحكمة كخطوة لاستجلاء معالم القضية من الوقع وإحالتها على الطبيعة ومحاولة فهمها بعيدا عما يمكن أن يحدث من تعارض أقوال الخصوم وشهودهم لأن هذا الأمر قد يؤدي التشويش على المحكمة وذلك ليتسنى لها موازنة الأدلة بنفسها، وهو إجراء تقوم به المحكمة من تلقاء نفسها إذا رأت عموما في القضية، كما قد يطلبه المدعى الذي وقعت عليه التصرفات والأعمال غير المشروعة بحيث يقدم طلبا بالانتقال إلى مكان حدوثها لمشاهدتها على طبيعتها، وهو أمر جوازي وقبوله أو رفضه يخضع لتقدير قاضي الموضوع، فهو إجراء تحقيقي إضافي نصت عليه المادة 29 من الأمر 03-07 المتعلق ببراءة الاختراع<sup>2</sup>، والمادة 27 فقرة 02 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> نادية فوضيل، المرجع السابق، ص233.

<sup>2</sup> صالحة العمري، الحماية القانونية لحقوق الملكية الصناعية في الجزائر، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2007-2008، ص153.

<sup>3</sup> تنص المادة 27 فقرة 2 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات على أنه " يمكن معاينة الأعمال اللاحقة بتبليغ نسخة من تسجيل العلامة للمقلد المشتبه فيه".



## الفرع الثاني

### محاسن إثبات الحالة

هو إجراء يطلبه المدعي إذا كانت الأعمال غير المشروعة التي قام بها المدعى عليه غير واضحة للعيان أو يخشى زوالها بمرور الزمن، فيتدارك ذلك بتحرير محضر إثبات حالة وهذه المحاضر ليست لها قوة قاطعة في الإثبات، بل تخضع لتقدير القاضي فقد يعتمدها أو يستبعدا حسب مدى إقتناعه بها.

## الفرع الثالث

### ندب الخبراء

وهو استيضاح رأي أهل الخبرة لاستظهار جوانب من الوقائع المادية لا يمكن للقاضي الموضوع إدراكها بنفسه، بمجرد الاضطلاع على أوراق القضية أو في شأن الجوانب الفنية ولهذا الإجراء أهمية كبيرة في مجال بحقوق الملكية الصناعية نظرا لما له من صبغة فنية قد يتعذر على القاضي الوصول إلى تحديد جوانبها لاستخلاص قناعته، فيعتمد في ذلك على رأي أهل الخبرة في هذا المجال، لما لهم من إلمام ودراية أكثر منه<sup>1</sup>، وقد نص عليه المشرع في المادة 26 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات<sup>2</sup>. وقد إشتراط على الطالب دفع كفالة، وترك نسخة لحائزي الأشياء الموصوفة مع جوب التقدم للسلطة القضائية في أجل شهر بهذا الوصف وإلا بطل مفعوله، كما نصت المادة 34 من الأمر 06-03 على ذلك<sup>3</sup>، وهو أمر جوازي ولا يقيد المحكمة أو يلزمها بإتباعه والأخذ به، إلا أن له تأثير كبير على إقتناع القاضي. في جميع الأحوال لا يشترط إثبات سوء نية المدعى عليه عند قيامه بهذه الأعمال المشروعة، وإذا استلزم

<sup>1</sup> صالحة العمري، مرجع سابق، ص154.

<sup>2</sup> أنظر المادة 34 فقرة 1 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات.

<sup>3</sup> راجع المادة 34 فقرة 3 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات.

حل النزاع تقديم مستند أو شيء مودع فإنه يجوز لرئيس المحكمة المرفوعة أمامها الدعوى إلزام طرفي الدعوى بتقديمها<sup>1</sup>.

### المبحث الثالث

#### آثار دعوى المنافسة غير المشروعة

لا يمكن الحكم بوجود مبدأ التعويض إلا إذا ثبت بصورة لا تقبل الشك علاقة سببية بين الأعمال غير المشروعة والضرر الحاصل ولكن في الحالات التي لا يترتب فيها ضرر المدعي من جراء المنافسة غير المشروعة، ويكون الغرض من الدعوى الحكم بإزالة الوضع غير المشروع في المستقبل، لأن دعوى المنافسة غير المشروعة يجب الإقرار لها بوظيفة وقائية إلى جانب وظيفتها العلاجية، بحيث يسعى القاضي إلى تحديد مقدار التعويض الذي يكون نسبياً و متفاوتاً وفقاً لطبيعة الضرر الحاصل. وهذا ما سنعرفه من خلال تقسيم هذا المبحث كالتالي: في المطلب الأول نتطرق إلى إزالة الفعل الضار (وقف الأعمال) وفي المطلب الثاني إلى الجزاء المدني.

#### المطلب الأول

##### إزالة الفعل الضار (وقف الأعمال)

لكي لا يستمر الضرر وجب إيقاف المنافسة غير المشروعة حيث يجوز للمحكمة أن تأمر بوقف أعمال المنافسة غير المشروعة ومنع وقوع الضرر في المستقبل، بمعنى آخر إلزام المدعي عليه باتخاذ التدابير اللازمة لإزالة آثار عمل المنافسة غير المشروعة ومثال ذلك منع استعمال علامة أو إتلاف أو إجراء تعديل أو منع كل ما من شأنه خلق الالتباس، وهذا الجزاء يمكن إيقافه حتى ولو إنعدم الضرر فهو جزاء ذو طابع وقائي أكثر منه جزائي يحكم به حتى

<sup>1</sup> صالحة العمري، مرجع سابق، ص154.

في حالة الضرر الاحتمالي<sup>1</sup>، وفيما يلي سنعرض التدابير اللازمة لإزالة آثار عمل المنافسة غير المشروعة والتي تتجلى في التدابير الوقائية قبل اللجوء إلى القضاء كفرع أول، ثم إلى التدابير الوقائية عند اللجوء إلى القضاء كفرع ثاني.

## الفرع الأول

### التدابير الوقائية قبل اللجوء إلى القضاء

أجاز المشرع لمالك العلامة التجارية اتخاذ إجراءات متعددة قبل اللجوء على القضاء كالاتجاه الودي أو الوساطة والتحكيم أو الاعتراض أو المصالحة.

**أولاً:** بالنسبة للاحتجاج الودي فعلى مالك العلامة الذي تعرضت علامته لأي نوع من أنواع الاعتداءات المنصوص عليها في قانون العلامات مع الاحتجاج ودياً على مقلد أو مزور العلامة بهدف إصلاح الوضع، وبعد هذا الإجراء عملاً إيجابياً كونه يحد اختصاراً للوقت بدلاً من اللجوء إلى المحكمة ثم الخبرة والتي تحتاج إلى وقت طويل.

**ثانياً:** أما فيما يخص الوساطة أو التحكيم فيمكن لمالك العلامة ضمن هذا الإجراء - أن يلجأ إلى جهة وساطة أو تحكيم لها القدرة العلمية في مجال العلامات في تقدير وقوع جريمة التقليد، وتقدير الخط الذي قد يقع فيه المستهلك بين العلامة الحقيقية والعلامة المقلدة إلا أن هذه الطريقة هي الأكثر استعمالاً لكن في مجال براءات الاختراع، الشيء الذي يحتاج الاستجد بأشخاص ذات معرفة علمية أو تقنية في المجال<sup>2</sup>.

**ثالثاً:** أما فيما يخص المصالحة فإنه تجدر الإشارة في هذا المقام من أن قانون الممارسات التجارية منح رخصة للقائم بالتقليد من عدم إحالته إلى الجهات القضائية لمتابعته، إذ أن المادة 2 من المادة 60 من قانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية مكنت للمدير الولائي

<sup>1</sup> نادية فوضيل، المرجع السابق، ص 196.

<sup>2</sup> وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص 309-310.

المكلف بالتجارة من قبل مرتكبي التقليد بمصالحة المنهية للمتابعة القضائية، ويحق لهؤلاء معارضة غرامة المصالحة أمام المدير الولائي المكلف بالتجارة أو الوزير المكلف بالتجارة ويحدد أجل معارضة الغرامة بـ 8 أيام ابتداء من تاريخ تسليم المحضر لمرتكب التقليد ويمكن الوزير المكلف بالتجارة وكذلك المدير الولائي المكلف بالتجارة تعديل مبلغ غرامة المصالحة من قبل الموظفين المؤهلين الذين حرروا محضر المخالفة، في حدود العقوبات المالية المنصوص عليها<sup>1</sup>.

## الفرع الثاني

### التدابير الوقائية عند اللجوء إلى القضاء

هناك من التدابير الوقائية المستعملة عند اللجوء القضاء ما يسمى الاعتراض الإداري وكذل إلزام المدعي عليه بالتوقف عن ممارسته غير المشروعة.

**أولاً: الاعتراض الإداري:** وهو الذي يعتمد عليه بعض الدول يقصد به اللجوء إلى القضاء الإداري من أجل الاعتراض على تسجيل علامة مشابهة لعلامة المنتج أو الخدمة المقدمة، وهذا الاعتراض يجب أن يقدم خلال آجال محددة يتم حسابها مباشرة بعد نشر التسجيل للعلامة ويعد هذا الاجراء عملي وسريع خاصة وأنه لا يسمح بروج السلعة التي تحمل بضاعة مقلدة في السوق بشكل واسع<sup>2</sup>.

**ثانياً: إزالة الفعل الضار (وقف الأعمال):** إن من أهم التدابير الوقائية في معظم حالات الإدانة بالمنافسة غير المشروعة، وهو إلزام المدعى عليه بالتوقف عن ممارساته غير المشروعة واتخاذ التدابير الملائمة لإزالة آثارها تحت طائلة الإكراه المالي بموجب غرامات تهديدية عن كل يوم تأخير عن تنفيذ الحكم، وبعض هذه التدابير تكون ذات طابع حاسم، كحالة الأمر بإتلاف كل

<sup>1</sup> راجع المادة 60 الفقرة 2 والمادة 61 من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية.

<sup>2</sup> وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص311.

ما يحمل العلامة التجارية المقلدة ومنع استعمال وإبطال تسجيلها وشطبها، أو كمنع استعمال العلب التي تحمل رسومات وصور تشبه العلب المقلدة، وقد يصل الأمر إلى حد إغلاق المحل التاجر أو المنشأة<sup>1</sup>.

يصطدم أحيانا إجراء وقف الفعل الضار بإستحالة قانونية أو مادية مما يدفع القاضي على الأمر بتعديل أو تغيير الوضع الشاذ والملاحقات الأكثر شيوعا من قبل المحاكم الفرنسية، نجدها إطار العلامات الفارقة من أجل القضاء على خطر الالتباس أين يتم اسم العائلة كعلامة تجارية، حيث أدان القضاء الفرنسي هذا التصرف ولجأ إلى تنظيم هذا الاستعمال وقد أوجد لهذا التصرف الغرض ما يسمى بنظرية الأسماء المتشابهة، واستنادا إلى هذه النظرية أعطى القضاء لنفسه صلاحية اتخاذ ما يراه مناسبا من اجراءات لإزالة الالتباس أو لتلاقي أي احتمال لحصوله ومن ذلك إلزام أحد الطرفين، وغالبا ما يكون الأقل شهرة أو الأحدث عهدا في استعمال العلامة موضوع النزاع بإضافة اسمه الخاص أو باستعمال أكثر من اسم، إلى اسم العائلة أو تعيين حجم الأحرف ونوعها وألوانها...<sup>2</sup>، كما يجوز للمحكمة أن تأمر بإدخال تعديلات الأولى لم تكن كافية لمنع الخلط، فلا تسري قاعدة حجية الشيء المقضي به في هذه الحالة.

## المطلب الثاني

### الجزء المدني

إذا توافرت شروط دعوى المنافسة غير المشروعة واتضح للمحكمة وقوع الأعمال غير المشروعة قضت بالتعويض لمن أصيب بالضرر، وطبقا للقواعد العامة يقوم القاضي بتعيين طريقة التعويض تبعا لظروف القضية ويكون التعويض عادة بالنقد، ويتعين على القاضي لتقدير مبلغ التعويض أن يأخذ بعين الاعتبار عناصر التعويض المنصوص عليها في المادة

<sup>1</sup> جوزيف نخلة سماحة، المرجع السابق، ص124.

<sup>2</sup> جوزيف نخلة سماحة، نفس مرجع، ص167.

182 من القانون المدني الجزائري وبمراعاة هذه العناصر يمكن للقاضي تحديد مقدار التعويض الذي يكون نسبيا ومتفاوتا وفقا لطبيعة الضرر الحاصل.

## الفرع الأول

### عناصر تقدير التعويض

إن تقدير التعويض وتحديدته يخضع للسلطة التقديرية للقاضي إلا أن هذه السلطة غير مطلقة بل مقيدة بتبيان العناصر المعتمدة في ذلك ومخالفة ذلك يعد خرقا للقانون، وهذا ما ورد في قرار جزائري صادر عن المحكمة العليا بتاريخ 1994/05/24 تحت رقم 109568 جاء فيه " إنه من المبادئ العامة للقانون أن التعويضات المدنية يجب أن تكون مناسبة للضرر الحاصل، وعلى القضاة أن يبيّنوا في أحكامهم الوسائل المعتمدة لتعويض تلك التعويضات، ومن ثم فإن القضاء بخلاف ذلك يعد خرقا للقانون، ولما ثبت في قضية الحال أن قضاة الموضوع منحوا تعويضات هامة دون تحديد العناصر التي إعتدوا عليها في تقديرهم للتعويض يكونوا بذلك خرّقوا القواعد المقررة قانونا ومتى كان كذلك إستوجب النقض"<sup>1</sup>.

يتضح مما سبق أن القانون لم يترك للقاضي الحرية المطلقة في تقديم التعويض حسب ميوله الشخصي، بل وضع له معايير يتبعها وأوجب أن يقدر التعويض بمدى ما أصاب المضرور من ضرر فلا يزيد عنه أو ينقص منه ويجب أن يكون معياره الأساسي، هو ما لحق المضرور من خسارة وما فاتته من كسب، مع مراعاة الظروف الملابسة<sup>2</sup>، فعليه أن يثبت الخسارة الفعلية التي تكبدها، ويعود للقاضي البحث عن عناصره لتقديره من ظروف القضية المعروضة عليه، وبما أن الأمر يتعلق فقط بتعويض الخسارة الناتجة عن الفعل الضار وليس المعاقبة عليه، فيجب أن لا تؤثر جسامة الخطأ وحسن أو سوء نية الفاعل في تقدير مبلغ التعويض<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> أنظر المادتين 131 و182 من القانون المدني الجزائري.

<sup>2</sup> عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في مصادر الالتزام، الجزء 1، بيروت، 1973، ص1098-1099.

<sup>3</sup> وهيبه عوارم بن أحمد، جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص359-360.

## الفرع الثاني

## كيفية تقدير التعويض

يصطدم قضاة الموضوع في بعض الحالات بصعوبة واستحالة مادية في التقدير الحقيقي للضرر، هذه الاستحالة المادية لا يجب أن تحول دون القضاء والنظر إلى طلب التعويض، فغالبا ما يلجأ القاضي إلى الحكم بتعويض رمزي أو مبدئي، وذلك لأن المدعي يرى في مجرد ربحه للدعوى التي أقامها ترضية تامة لما يبتغيه من وراء اقامتها حتى ولو لم يستفيد منها ماديا، أو لأن هذا التعويض الرمزي يسمح للقاضي بالحكم بجزاءات أخرى تكميلية كالمنع والنشر والاصق. فقد يمنح القاضي تعويضات حتى ولو تم التأكد من أن فعل التقليد أو أي عمل غير مشروع للعلامة التجارية لم يسبب أي ضرر مادي، وذلك من أجل إصلاح الضرر المعنوي، وقد كان المجلس الأعلى قاطعا في عدم إخضاع التعويض عن الضرر المعنوي للمعيار المالي المنصوص عليه في المادة 182 من القانون المدني الجزائري في قراره الصادر بتاريخ 1981/12/10، إن قاض الموضوع ليس ملزما بتعليل حكمه عن الضرر المعنوي، وإذا كان ملزما بذكر مختلف العناصر التي استند إليها فعلا للحكم بالتعويض عن الضرر المادي، فهو غير ملزم بذلك في حكمه عن الضرر المعنوي لأنه يتركز على العنصر العاطفي الذي لا يحتاج إلى تعليل<sup>1</sup>.

نلاحظ أن القضاء قد إستعمل إجراءات النشر والتعليل كتدابير تكميلية مضافة إلى جزاءات أصلية في دعوى المنافسة فير المشروعة فالاصق في القرار القضائي عبارة عن إشهار موجة لإخطار الزبائن وإعلامهم بإدانة التاجر المدعى عليه القائم بأعمال المنافسة غير المشروعة من ناحية، ومن ناحية أخرى حتى يسترجع التاجر ثقة زبائنه به ويرد اعتباره أمامهم<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> علي علي سليمان، ص362.

<sup>2</sup> وهيبه لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص361-362.

## خلاصة الفصل الأول

من خلال دراستنا لما سبق للحماية المدنية للعلامة التجارية والتي تتجلى في دعوى المنافسة غير المشروعة أن هذه الأخيرة أصبحت لقضاياها موقعا متميزا وسط إهتمامات الدول والمجتمع الدولي بأسره نظرا لما يشهده العصر من تطور تكنولوجي في صناعة المعلومات وعملية ممارسة النشاطات التجارية، ولذلك أصبحت هذه الأخيرة شريكا رئيسيا في مسيرة التنمية فاستدعى هذا التطور مدّ نطاق هذه الدعوى إلى جميع المنتجات والقطاعات لاعتمادها على المعلومات والمعرفة، إضافة إلى وجوب التعامل بحزم مع المتعاملين والبضائع المستوردة من الأسواق العالمية والسعي إلى تطبيق هذه المشاريع المطورة في الأسواق المحلية، ونتيجة لما لهذه الدعوى من أثر في تطوير المجتمعات خاصة وأن الأفكار التجارية والصناعية تتزايد يوميا، والحقيقة أن إهتمام الجهات التشريعية قد إنصب في العشرية الأخيرة على هذه الجزئية التي تتمحور حول الأطر المعنوية هذا ما أدى إلى المطالبة بضرورة إيجاد تنظيم قانوني متطور لتنظيم المنافسة غير المشروعة، وذلك لمحاولة مواكبة الموضوع بكل تطوراته، ولذلك كان إلزاما على المشرع الجزائري أن يفكر في سن قانون ينظم فكرة المنافسة غير المشروعة في الجزائر مثله في ذلك بقية المشرعين في معظم دول العالم.



الفصل الثاني

الحماية الجزائية للعلامة

التجارية

## الفصل الثاني

### الحماية الجزائرية للعلامة التجارية

إن الاعتداء على العلامة التجارية سواء بتقليدها أو بتزييفها أو بأي شكل من أشكال التعدي عليها والتي نص عليها القانون، يشكل فعلا ضارا بالنسبة لمالك العلامة وللمستهلكين وكذلك بالنسبة للدولة، فمن جهة يسيء لمالك العلامة من خلال الخسارة التي تلحقه عن عرض سلعه وخدماته، كما أنه يسيء للمستهلك لأن التقليد سوف يغير من جودة السلع وخاصة في مجال الصناعات الغذائية أو الدوائية، مما يشكل خطرا على الصحة العامة ووجود التقليد أو التزييف للعلامات يؤدي كذلك للإضعاف فرص الاستثمار وخاصة الأجنبية في الدولة.

ومن أجل إضفاء حماية جزائية للعلامة كان المشرع الجزائري في الأمر السابق والملغى 57-66 قد أورد جملة من العقوبات الخاصة بمجموعة من الجرائم الواقعة على العلامة، إلا أنه ومع التطور الحاصل في شتى المجالات الصناعية والتجارية، أضحي ذلك التحديد قاصرا دون تحقيق الهدف المسطر من ورائه، وهذا ما تداركه المشرع الجزائري في الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات لما أقر حماية لكل الحقوق الاستثنائية المخولة عن تسجيل العلامة وبالتالي حماية مالك العلامة من جهة، والمستهلكين الذين يقعون ضحية هذا التقليد من جهة أخرى، وكذلك توفير حماية للمصلحة العامة و المتمثلة في حماية الاقتصاد الوطني من الآثار السلبية لجريمة التقليد.

ولغرض إكمال نطاق هذه الدراسة وتحديد نطاق الحماية الجزائرية للعلامة التجارية قسمت هذا الفصل إلى ثلاث مباحث:

- ❖ المبحث الأول: جرائم الاعتداء على العلامة التجارية
- ❖ المبحث الثاني: إجراءات حماية العلامة التجارية
- ❖ المبحث الثالث: العقوبات الجزائرية للعلامة التجارية

## المبحث الأول

## جرائم الاعتداء على العلامة التجارية

أدى التطور التجاري والاقتصادي إلى تنامي أهمية العلامة التجارية مما أدى إلى ازدياد صور التعدي عليها، الأمر الذي دفع الدول إلى سن القوانين والتشريعات التي تجرم الاعتداء عليها وحددت صور التعدي على العلامة التجارية وعقاب المعتدي، وذلك من أجل توفير الحماية القانونية لهذه العلامة، وبذلك فقد أضفت التشريعات الحماية الجزائية على العلامة التجارية من خلال فرض عقوبات بحق مرتكب أي اعتداء، وبينّ المشرع الجزائري الأفعال التي تعتبر اعتداء على ملكية العلامة أو قيمتها.

وعليه يمكن أن يكتسي الاعتداء على العلامة أشكالاً مختلفة بعضها يكون اعتداء مباشر كونه يمس موضوع الحماية ويتمثل في الاعتداء على الحق في العلامة، وبعضها الآخر يكون اعتداء غير مباشر يتمثل في الاعتداء على قيمة العلامة التجارية، وعليه سيتم تقسيم هذا المبحث إلى مطلبين، بحيث يتم في المطلب الأول منها تناول جرائم الاعتداء على ذاتية العلامة التجارية وفي المطلب الثاني يتم التطرق إلى جرائم الاعتداء على ملكية العلامة التجارية.

## المطلب الأول

## جرائم الاعتداء على ذاتية العلامة التجارية

يقصد بجرائم الاعتداء على ذاتية العلامة التجارية تحديد الأفعال المعاقب عليها التي تنص على ذاتية العلامة التجارية، وبيان الأفعال التي تلي وقائع الاعتداء على ذاتية العلامة التجارية، حيث تنصب على استعمال هذه الذاتية المزيفة حيث يقوم الجاني بتوجيه أفعاله مباشرة على ذاتية العلامة<sup>1</sup>.

وعلى هذا فإن جرائم الاعتداء على ذاتية العلامة التجارية يضم جرمي تزوير العلامة التجارية وتقليدها، وقد تناولت كافة التشريعات الخاصة بالعلامة التجارية الجريمتين، وحددت لهما جزاء لهذا سيتم تناول هاتين الجريمتين على التوالي لمعرفة مدى تدخل المشرع الجزائي في توفير الحماية الجزائية في حالة التزوير أو التقليد، وللوقوف على هاتين الجريمتين تم تقسيم هذا المطلب إلى فرعين، في الفرع الأول جريمة تقليد العلامة التجارية وفي الفرع الثاني جريمة تزوير العلامة التجارية.

## الفرع الأول

## جريمة تقليد العلامة التجارية

الجريمة فعل غير مشروع فلا قيام لجريمة إذا كان الفعل مشروعاً أما إذا ثبت أنه غير مشروع فإن الجريمة إذا ما توافرت أركانها فهي إذن بوجه عام " إتيان عمل أو امتناع عن عمل يعاقب عليه القانون ويقرر له الجزاء"<sup>2</sup>، والركن هو عنصر تكوين وقيام الجريمة فإذا انتفى فلا جريمة على الإطلاق، ولقيامها يجب توافر ركنين أساسيين لا ركن واحد لكونها ذات

<sup>1</sup> ناصر عبد الحليم السلامات، المرجع السابق، ص 286.

<sup>2</sup> وهيبة لعوارم بين أحمد، المرجع السابق، ص 87.

طبيعة مختلطة ولها على الأقل جانبان، جانب مادي يتمثل فيما يصدر عن مرتكبها من أفعال وما يترتب عليها من آثار، وجانب نفسي يتمثل فيما يدور في نفس مرتكبها.

**أولاً: الركن المادي:** من المبادئ المسلم بها أنه لا سلطان للقانون على ما يدور في ضمائر الأفراد من أفكار أو ما يعتقدونه من عزائم أو يبيتونه من نيات طالما أنها تبرز إلى العالم الخارجي تترجم عنها<sup>1</sup>، فقانون العقوبات لا يعاقب على الأفكار رغم قباحتها ولا على النوايا رغم سوءها ما لم تظهر إلى الوجود الخارجي بفعل أو عمل، ويشكل الفعل أو العمل الخارجي الذي يعبر عن النية الجنائية أو الخطأ الجزائي ما يسمى بالركن المادي للجريمة، فهو الفعل أو الامتناع عن الفعل الذي بواسطته تنكشف الجريمة ويكتمل جسمها، ولا توجد جريمة دون ركن مادي، ويلزم لقيامها أن يصدر عن الجاني سلوكاً إجرامياً معيناً وقد يكتفي بهذا السلوك بالنسبة لبعض الجرائم وقد يتطلب بالنسبة لفئة أخرى من الجرائم - كالجريمة موضوع الدراسة - إلى جانب السلوك تحقق نتيجة إجرامية معينة مع وجود رابطة سببية بينهما<sup>2</sup>.

**1- مفهوم التقليد:** عرّف الفقه التقليد -بصفة عامة- على أنه "اصطناع ختم أو دمغة أو علامة مزيفة للأشياء الصحيحة، أي مشابهة لها في شكلها، سواء أكان الاصطناع متقناً أو غير متقن، وكل ما يشترط أن يكون كافياً لخداع الجمهور عن الحقيقة الزائفة"<sup>3</sup>، وبالرجوع إلى الجرائم التي تناولها المشرع في قانون العقوبات الجزائري، وذلك في المواد 197 إلى 231 نلاحظ أنه تناول فيها تزوير النقود وتقليد أختام الدولة والدامغات والطابع والعلامات<sup>4</sup>، وبالتالي يمكن القول -ووفقاً للمعجم القانوني الجزائري- " أن التزوير عموماً هو التزييف أو تغيير أو

<sup>1</sup> عبد الله سليمان، شرح قانون العقوبات الجزائري القسم العام، الجزء الأول -الجريمة- ديوان المطبوعات الجمعية، بن عكنون، الجزائر، 2002، ص144.

<sup>2</sup> فتوح عبد الله الشاذلي، المسؤولية الجنائية -أساس المسؤولية، المسؤول جنائياً، إمتناع المسؤولية، أثر المسؤولية- دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2001، ص285-286.

<sup>3</sup> وهيبية لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص136.

<sup>4</sup> راجع المواد من 197 إلى 231 من القانون رقم 66-156 المتعلق بقانون العقوبات الجزائري، المؤرخ في 08/06/1966، المعدل والمتمم، ج ر عدد 71.

إدخال تعديل على شيء صحيح في الأصل، أما التقليد فهو اصطناع تلك الأوراق أو العملات أو العلامات كما هي دون تغيير مادي فيها<sup>1</sup>.

بالرجوع لقانون العلامات 03-06 نجد أن المادة 26 فقرة 1 تنص على أنه " يعد جنحة التقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة".

وتعرض القضاء إلى تعريف التقليد في جرائم العلامات التجارية فقد ذهبت محكمة النقض المصرية إلى تعريف التقليد بأنه " صنع علامة تشبهه في مجموعها العلامة المقلدة بحيث يصعب على المستهلك المتوسط الحرص والانتباه التمييز بينهما"<sup>2</sup>.

2- الاعتداءات المكونة لفعل التقليد: يمكن أن يكتسي الاعتداء على العلامة أشكالاً مختلفة بعضها يكون اعتداءً مباشراً كونه يمس موضوع الحماية، ويتمثل في الاعتداء على الحق في العلامة، ومثال ذلك التقليد أي استعمال رموز مطابقة أو مشابهة للعلامة المسجلة والبعض الآخر يتمثل في الاعتداء على قيمة العلامة، وهو اعتداء غير مباشر، ومثال ذلك تصرف التاجر الذي يضع على منتجاته علامة مشهور هي ملك الغير<sup>3</sup>، لدى نجد أن الفقه قسم في الحقيقة الاعتداءات الواردة على العلامة التجارية إلى قسمين رئيسيين اعتداءات مباشرة وأخرى غير مباشرة.

أ- الاعتداءات المباشرة: يقصد بهذا النوع من الجرائم أن يوجه فيها الجاني أفعاله مباشرة على ذاتية العلامة التجارية وذلك إما بنقل العلامة المسجلة نقلاً كاملاً مطابقاً للأصل ووضعها على سلعة مشابهة بقصد خداع وتضليل المستهلك في مصدر تلك السلعة كما هو الحال في جريمة تزوير العلامة التجارية أو أن يجري تعديلاً طفيفاً عليها، بحيث يصل التشابه في

<sup>1</sup> ابتسام القرام، المصطلحات القانونية في التشريع الجزائري، قصر الكتاب، البلدة، الجزائر، 1998، ص 130.

<sup>2</sup> ناصر عبد الحليم السلامة، المرجع السابق، ص 306.

<sup>3</sup> وليد كحول، الكاهنة زاوي، الحماية الجزائية للعلامات في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى القانوني، العدد 6، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2009، ص 276.

المظهر العام بين العلامة الأصلية والعلامة المشوبة بالتقليد إلى درجة يؤدي إلى الخط بين العلامتين، كما هو الحال في جريمة التقليد<sup>1</sup>.

أ - **1- تقليد العلامة بالنقل:** يقصد بتقليد العلامة بمعناه الضيق نقل العلامة نقلا مطابقا، أو نقل الأجزاء الرئيسية منها، فالتقليد بالنقل هو اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الاصلية، أو صنع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية بحيث أنه يمكن للعلامة الجديدة أن تضلل المستهلك وتجذبه إليها ظنا منه أنها العلامة الاصلية، وإذا لم يكن النقل كليا لعناصر العلامة فيمكن أن يكون نقلا لأهم العناصر الأساسية المميزة لها وبالتالي يكون التقليد كذلك بإظهار العنصر الأساسي من علامة معينة ونقله إلى علامة جديدة والعبرة في تقليد العناصر المحمية والتي تم إيداعها بشكل قانوني، وسواء كانت اسمية أو أشكال أو رموز ، أما إذا وقع التقليد على عناصر غير مهمة فلا مجال للقول بوجود التقليد<sup>2</sup>.

وبناء على ما تقدم فإن التقليد يتحقق باصطناع علامة مطابقة تماما للعلامة الأصلية أو بنقل الأجزاء الرئيسية منها بحيث تقترب العلامة المقلدة من العلامة الأصلية، إذ يعد الشخص بأنه قدّ علامة إذا صنع تلك العلامة أو أيّة علامة قريبة الشبه منها بصورة تؤدي إلى الانخداع والتضليل<sup>3</sup>.

أ - **2- تقليد العلامة بالتشبيه:** تعد جريمة التقليد بالتشبيه الجريمة الأكثر حضورا إن لم نقل الجريمة الوحيدة المتداولة في الاجتهاد القضائي الجزائري، ويبدو أن الأمر 66-57 السابق المتعلق بالعلامات الملغى، كان لا يستهدف في مقتضياته الجزائية إلا المعاقبة على هذه الجريمة وحدها، إذ يعمد المنافسون إلى خلق علامة تشبه علامة منافسة تحظى بسمعة ورواج كبير في وسط المستهلكين من أجل إيقاعهم في اللبس وجذبهم إلى العلامات المقلدة، وهذا ما

<sup>1</sup> ناصر عبد الحليم السلامات، المرجع السابق، ص286.

<sup>2</sup> وليد كحول، الكاهنة زاوي، المرجع السابق، ص286.

<sup>3</sup> صلاح زين الدين، العلامة التجارية وطنيا ودوليا، المرجع السابق، ص251.

يسمى بالتقليد بالتشبيه، ويقصد به اصطناع علامة مشابهة لصورة تقريبية للعلامة الأصلية من أجل خداع المستهلكين أي تضيف بعض العناصر الأساسية لعلامة مسجلة في تشكيل علامة مغايرة، فنتشابه معها على نحو يؤدي إلى خلق الالتباس في ذهن الجمهور.

ويجب عدم الخلط بين التقليد بالنقل والتقليد بالتشبيه، ففي الحالات التي يجري فيها اعتماد نفس العلامة فهذا تقليد بالنقل تام، ومع إدخال تغييرات طفيفة عليها لا تكاد تثير الانتباه فإننا بصدد تقليد بالنقل جزئي، أما عندما يتم اتخاذ شارة معينة مغايرة من حيث بعض العناصر التي تتشكل منها، غير أنه مع ذلك تكون أوجه شبه مع العلامة الأصلية على نحو يخلق الالتباس لدى الجمهور<sup>1</sup>.

من أحدث القضايا أمام المحاكم الجزائرية<sup>2</sup>، قضية مصنع "بيمو" للشكولاتة ومصنع "لرويقال" للشكولاتة، ادعى الأول أن مقابله قام بتقليد الشكل الخارجي لتغليف قطعة الشكولاتة وقد تبين لمحكمة الحراش بوجود تشابه بين العلامتين، وبعد استئناف قرر مجلس قضاء الجزائر تأييد الحكم المستأنف<sup>3</sup>، ليتوصلوا إلى أن التقليد قائم والتشابه موجود على أساس الشكل الخارجي للعلامة.

وقد كان المشرع الجزائري في المادة 29 من الأمر 57-66 يفرض أن يكون التشبيه من شأنه أن يخدع المشتري<sup>4</sup>، ويرى الفقيه Roubier أنه يشترط في التشبيه تحقيق هذين العنصرين الغش واللبس فتقوم على عنصرين مادي ومعنوي.

- **العنصر المادي:** المرتكز على تشبيه ذي طابع جوهري، من شأنه خلق اللبس.
- **العنصر المعنوي:** أي أن يكون مرتكب الفعل قد قام بالتشبيه عن قد التدليس، على عكس التقليد الذي يتحقق بمجرد فعل التقليد أي تحقق الركن المادي دون اشتراط الركن المعنوي

<sup>1</sup> الكاهنة زواوي، المرجع السابق، ص71.

<sup>2</sup> حكم صادر عن محكمة الحراش، القسم التجاري، بتاريخ 1997/06/04 بين مصنع "بيمو" ومصنع "لرويقال"

<sup>3</sup> قرار صادر عن مجلس قضاء الجزائر، الغرفة التجارية، بتاريخ 1998/04/20، بين مصنع "بيمو" ومصنع "لرويقال"

<sup>4</sup> الكاهنة زواوي، نفس المرجع، ص71-72.



والاستغناء عن هذا الركن نجده في قانون العقوبات العام، أي ما يسمى بالجرائم المادية البحتة<sup>1</sup>.

**ب- الاعتداءات غير المباشرة:** تختلف جرائم الاعتداء غير المباشرة عن تلك التي يوجه فيها فعل الاعتداء مباشرة على ذاتية العلامة، إذ ينصب هذا الفعل على استعمال هذه الذاتية المزورة أو المقلدة، وتشمل جرائم الاعتداء غير المباشرة على جريمتين، الأولى هي جريمة استعمال علامة مقلدة أو مشبهة، والثانية جريمة التقليد باستعمال علامة للغير.

**ب-1- استعمال علامة مقلدة أو مشبهة:** يقصد بهذه الجريمة بأن يقوم الجاني بوضع العلامة المزورة أو المقلدة على بضائع أو منتجاته المشابهة أو المماثلة للبضائع أو المنتجات التي تحمل العلامة الأصلية، إذ لا يشترط في هذه الجريمة أن يكون الجاني قد قام بفعل التزوير أو التقليد وبل يكفي أن يقوم باستعمال العلامة المزورة المقلدة لأن ذلك سيؤدي حتما إلى غش وتضليل المستهلك<sup>2</sup>. وبيّنت المادة 26 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات بأن يعاقب كل من قام بعمل شأنه أن يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة وتشمل هذه الأعمال الماسة بحقوق صاحب العلامة استعمال علامة مقلدة سواء بالنقل أو التشبيه، أي استعمال علامة مماثلة أو مشابهة.

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

<sup>1</sup> الكاهنة زواوي، المرجع السابق، ص73.

<sup>2</sup> ناصر عبد الحليم السلامات، المرجع السابق، ص 309-310.

<sup>3</sup> أنظر المادة 9 فقرتين 2 و3 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

التي تم تسجيل العلامة من أجلها لا يجرمها القانون، باستثناء الحالة التي يتعلق فيها الأمر بالعلامات المشهورة<sup>1</sup>.

ومن ثم يمكن القول بأن جنحة استعمال علامة مقلدة يجب أن تتوفر على عنصر مادي هو ضرورة وجود تقليد مسبق ولا يهيم إذا كان القائم بتقليد العلامة يختلف عن القائم باستعمالها إذ تعد جنحتين متميزتين، لهذا أعتبر أن جنحة الاستعمال لا تقع بمجرد وضع علامة مقلدة كعنوان للمتجر أو كاسم تجاري، ويجب إعادة ذكر أن جنحة استعمال علامة مقلدة لا تستلزم عنصر القصد، تبعا لهذا لا يسمح للمقلد أن يتمسك بحسن نيته فهو يخضع للعقوبة المنصوص عليها قانونا<sup>2</sup>.

**ب-2- التقليد باستعمال علامة الغير:** تناولنا في العنصر السابق جريمة استعمال علامة مقلدة سواء بالنقل أو بالتنشيبه إلا أن الاستعمال لا يقتصر على تلك العلامة المقلدة فحسب، بل يعاقب القانون كذلك حتى عن استعمال العلامة الأصلية المملوكة للغير، لأن ذلك من شأنه أن يمس بحقوق صاحب العلامة، ألا وهي الحق الاستثنائي والاحتكاري استعمال العلامة على كل السلع والخدمات المسجلة من أجلها أو المشابهة، والتي من شأنها أن تحدث لبسا في ذهن المستهلك<sup>3</sup>.

وبناء على ذلك فإنه يعاقب جزائيا الاشخاص الذين يضعون على منتجاتهم أو الاشياء التابعة لتجارتهم، علامة هي في ملك الغير<sup>4</sup>، يتعلق الأمر مثلا بالصانع الذي يستعمل قنينات خاصة بعلامة مشهورة لملئها بمشروبات من صنعه قصد خداع المستهلك. ليست هذه العملية تقليد العملية تقليد علامة الغير، بل هي وضع علامة أصلية على منتجات غير صادرة عن

<sup>1</sup> راجع المادة 7 فقرة 8 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

<sup>2</sup> فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري، الحقوق الفكرية، مرجع سابق، ص 270.

<sup>3</sup> وليد كحول، الكاهنة زاوي، المرجع السابق، ص 278.

<sup>4</sup> أنظر المادتين 26 و32 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

صاحب تلك العلامة الأصلية، وعلى خلاف ما كان مشترطاً سابقاً فلا تتطلب هذه الجنحة حالياً، نظراً لعمومية النص القانوني توافر عنصر القصد أي الركن المعنوي، فيكفي أن يتم وضع العلامة الأصلية على منتجات ليست تحت حمايتها كوضع المنتجات في زجاجات أو في علب تحمل تلك العلامة الأصلية عليها، فلا يتوجب على المدعي أو على النيابة العامة لإثبات أن مرتكب الفعل كان يهدف من وراء هذا التصرف الاستفادة من المزايا المتعلقة العلامة الأصلية<sup>1</sup>.

**ب-3- بيع منتجات عليها علامة مقلدة أو مشبهة أو عرض هذه المنتجات للبيع:** يعاقب جزائياً الأشخاص الذين يبيعون أو يعرضون للبيع منتجات ملبسة بعلامة مقلدة أو مشبهة حتى عند عدم مشاركتهم في صنعها، لا يميز المشرع بين بيع المنتجات وعرضها للبيع أي تعد الجنحة مرتكبة إذا تحقق البيع وحتى في حالة عدم تحقيقه، يكفي أن تكون المنتجات قد تم عرضها في الأسواق أو المعارض أو بواسطة الدعاية، إن هاتين العمليتين يعاقب عليهما جنائياً<sup>2</sup>:

• **بيع بضائع تحمل علامة تجارية مزورة أو مقلدة:** تفترض هذه الصورة وجود بضائع تحمل علامة مزورة أو مقلدة ثم يقوم المتهم ببيع تلك البضائع، ويعتبر من قام بفعل البيع مرتكباً لهذه الجريمة سواء حقق من وراء ذلك ربحاً أو لحقته خسارة حتى ولو حدث البيع مرة واحدة، ويقع الجرم على البائع وحده دون المشتري إلا إذا قام هذا الأخير بإعادة بيع تلك البضائع وهو يعلم بحقيقتها أي يعلم أنها تحمل علامة مزورة أو مقلدة، إذ أن هذه الجريمة -عادة- يسبقها فعل تزوير العلامة أو تقليدها<sup>3</sup>.

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

<sup>2</sup> فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 272.

<sup>3</sup> صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 414-415.

• **عرض المنتجات المقلدة للبيع:** يتحقق فعل العرض في هذه الصورة عن طريق وضع بضائع في واجهة المحل التجاري أو في داخله أو على رفوفه أو مجرد ارسال عينات أو نشرات من هذه البضائع كأن يتم وضعها في مخزن أو مستودع تمهيداً لنقلها إلى المحل التجاري أو فروعه، سواء كان الحائز مالكا لهذه البضائع أو غير مالك إذ يستوي أن يكون الاعتداء على العلامة من مالك البضائع أو من غيره، وأيا 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 ظروف الحال فيع عرضا للبيع وضع البضاعة في محل تجاري أو في مكان مفتوح لتجارة ومعد لتقديم الأشياء القابلة للإستهلاك إلى المستهلكين، كما يعد عرض واقعة إدخال بضاعة في مدينة ما إذا حصل هذا الإدخال من تاجر أو لحساب تاجر<sup>1</sup>.

**3- صور التقليد:** إن للتقليد صور متعددة وكثيرة الأنواع والمظاهر تحصل عن طريق لإضافة أو حذف حرف أو أكثر أو زيادة كلمة أو أكثر، أو عن طريق استبدال حرف بآخر أو كلمة بأخرى، بل أن التقليد ذاته دخل إلى عالم الأنترنت.

**أ- التقليد بإضافة أو إنقاص حرف أو أكثر أو الإستبدال:** من بين أهم الأحكام القضائية التي قضت بتوافر جريمة تقليد العلامة التجارية عن طريق زيادة عنصر للعلامة، ما حكم به القضاء الفرنسي في قضية مواد التنظيف والغسيل بين علامة "NET" وعلامة "O'NET" بإضافة حرف "O" وكذلك بين علامة "marini" وعلامة "martini" بإضافة حرف "T"<sup>2</sup>.

كما أن التقليد يتم في حالة حذف حرف من أحرف الكلمة الأصلية، فاعتبار أن العلامة الفارقة "شواوا" تقليد للعلامة الفارقة "شيووا" إذ أن حذف حرف الياء من هذه الأخيرة لم يغير من إيقاع اللفظ الذي ظل نفسه في التسميتين، فضلا على أنه ليس من شأنه أن يلفت نظر المستهلك العادي والصورة المبسطة التي تحتفظ بها ذاكرته.

<sup>1</sup> صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 415.

<sup>2</sup> وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص 155-156.

وقرر القضاء العربي من وجود تقليد بإستبدال حرف بآخر كما في " PAMPYS " والعلامة الأصلية " PAMPERS " كون هناك تماثلا في الشطر الأول من كل كلمة منها في اللغة الانجليزية ووقعا متقاربا لحرف " Y " و " E " من حيث اللفظ بالانجليزية، ثم وقع " S " المتردد في الكلمتين، بالرغم من اختلاف كل من العلامتين أخذ بعين الاعتبار الناحية السمعية والبصرية التي تعتبر العنصر الأهم في موضوع التقليد للإنطباع الذي تتركه الأذن والذاكرة في ذهن المستهلك دون الالتفات إلى المعنى والأثر الذي يتركه<sup>1</sup>.

ب- **التقليد الجزئي للعلامة التجارية:** يقصد بالتقليد الجزئي للعلامة قيام الصانع أو التاجر بإستعارة عنصر من عناصر العلامة الأصلية، مع إجراء تعديلات طفيفة على هذا العنصر وذلك بهدف توقيح المستهلك في غلط.

ورغم غياب نص يجرمه إلا أن القضاء سار على نحو يسوي فيه بينه وبين التقليد الكلي للعلامة والقاضي في تقديره لتوافر جرم التقليد الجزئي يكفيه أن يجري مقارنة على أساس أوجه الشبه القائم بين العلامتين، فإذا وجد تشابه بين أحد عناصر العلامة التجارية من شأنه أن يقع المستهلك في خلط فعليه أن يحكم بتوافر جرم تقليد العلامة، ولكن ما الفرق بين جرم التقليد الجزئي للعلامة وبين جرم الشروع في التقليد؟

للإجابة عن هذا التساؤل ننوه بداية أن جريمة التقليد تقوم بجميع عناصرها المقررة قانونا ويسأل من ساهم فيها بصفته فاعلا أصليا أو شريكا، إلا أنه ليس بالضرورة أن تتحقق جميع تلك العناصر، فإذا كان القانون يوجب دائما فعلا ماديا في الجريمة فإنه لا يشترط أن يترك هذا الفعل آثارا مادية، فحتى إذا لم ينتج الفعل آثاره الجرمية فإنه يشكل ركنا ماديا للجريمة كما في حالة الشروع، وفيها يقوم الجاني بسلوكه المحظور ولكنه لا يكمله والنتيجة لا تتحقق<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص156.

<sup>2</sup> أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائي العام، دار هومو للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2003، ص81.

فالشروع لا يمكن تصوره إلا في الجرائم المادية ذات النتيجة، أما الجرائم الشكلية فلا يتصور قيامه فيها كما لا يتصور قيامه إلا في الجرائم العمدية<sup>1</sup>. والشروع هو البدء في تنفيذ الجريمة بأفعال لا لبس فيها تؤدي مباشرة إلى ارتكاب الجريمة وهذا وفقا للمعيار المتخذ من قبل المشرع الجزائري حسب صدر المادة 30 من قانون العقوبات الجزائري، وقد عبر عليه بمصطلح "المحاولة" وهو يقوم على ركنين البدء في التنفيذ، وانعدام العدول الارادي<sup>2</sup>.

ولكن إذا اعتمدنا في تكييف جريمة تقليد العلامة التجارية على قانون العقوبات وخاصة المادة 429 منه، فإن الشروع في الجريمة يكون معاقبا عليه طبقا لنص المادة 430 منه<sup>3</sup>.

وعلى ضوء ما سبق بيانه فإن التقليد الجزئي مستقل تماما عن الشروع في التقليد، كون أن الأول هو جريمة تامة يعاقب عليها بعقوبة التقليد الكلي، على خلاف الشروع فلا عقاب عليه.

**ج- التقليد عبر الأنترنت:** تعرف التجارة الإلكترونية بأنها عملية بيع وشراء السلع والخدمات من خلال الشبكات الحاسوبية المفتوحة كالأنترنت بإعتبارها شبكة عالمية شبكة تربط شبكات حواسيب آلية متعددة وفق بروتوكول عالمي يكفل تبادل المعلومات فيما بينها بشفافية تامة، فقد أدى تسابق العديد من المنتجين ومقدمي الخدمات إلى عرض منتجاتهم وخدماتهم عبر هذه الوسيلة، وهذا بإتخاذ إسم الشركة في شبكة الأنترنت وعنوانها الإلكتروني الذي بواسطته يمكننا الدخول عليها ومتابعة آخر المستجدات بخصوصها وهو ما اصطلح على تسميته إسم الدومين Nom de domaine إلى ظهور عدة نزاعات في هذا المجال حول إمكانية إعتبار إسم الدومين بمثابة علامة تجارية تستعمل عبر الأنترنت لترويج وعرض مختلف المنتجات. بداية نقول أنه واعتبار أن الكثير من المتنافسين يقومون بإستعمال أسماء الدومين لعرض وبيع

<sup>1</sup> عبد الله سليمان، المرجع السابق، ص 165-387-388.

<sup>2</sup> أحسن بوسقسعة، لمرجع السابق، ص 92.

<sup>3</sup> راجع المادتين 429 و 430 من قانون العقوبات الجزائري.

المنتجات والخدمات عبر الأنترنت، الأمر الذي يوحي إلينا أن إسم كشأن العلامة التجارية يتخذ للتمييز بين المنتجات والخدمات التي تعرض عبر الشبكة.

يعتبر إسم الدومين الأكثر شهرة في عالم الأنترنت حيث أنه يشكل عنوان الصفحة أو الموقع على الأنترنت، وهو يتكون من : ( http:// www. ) -Préfixe

Extention appelée domaine de premier niveau générique (.Com, net, org) ou, national ( .fr, .de, ...)

وعلى سبيل المثال للدخول إلى موقع cnn على الأنترنت لا بد من معرفة عنوانها وهو:

http:// www. Cnn. Com وإسم الدومين في هذه الحالة هو cnn. Com

أما في الجزائر فيتم تسجيل أسماء الدومين لدى مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني الذي أنشئ في شهر أفريل 1986، وكانت مهمته الأساسية آنذاك العمل على إقامة شبكة وطنية وربطها بشبكات إقليمية ودولية، وبصدر قانون العقوبات سيما الفصل الثالث من الباب الثاني من الكتاب الثالث منه والمتعلق بالجنايات والجنح وعقوباتها قد جرم الأفعال المؤدية إلى المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات<sup>1</sup>، والتي يمكن إدراجها تحتها جريمة تقليد العلامة التجارية عبر الأنترنت وأعتبرها جنحة ولكن درج عقوبات تلك الجنح حسب خطورتها وجسامتها، فقد نص في المادة 394 مكرر من قانون العقوبات الجزائري " يعاقب بالحبس من ثلاثة أشهر إلى سنة وبغرامة من 50,000 دج إلى 100,000 كل من يدخل أو يبقى عن طريق الغش في كل أو جزء من منظومة للمعالجة الآلية للمعطيات أو يحاول ذلك، وتضاعف العقوبة إذا ترتب على ذلك حذف أو تغيير لمعطيات المنظومة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> أنظر المادة 2 فقرة 1 من القانون رقم 04-09 يتضمن القواعد الخاصة للحماية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال.

<sup>2</sup> وهيبة لعوارم بن أحمد، جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 161-162-167-168.

**ثانياً: الركن المعنوي:** لا يكفي لقيام الجريمة توافر ركنها المادي فقط وإنما يجب إلى جانب ذلك أن يتوافر الركن المعنوي، والذي قد يأخذ صورة القصد أو صورة الخطأ وجوهر هذا الركن في صورته يتمثل في علاقة تربط بين ماديات الجريمة وشخصية مرتكبها، وهي علاقة محل للوم القانوني وفيها تتمثل سيطرة الجاني على ماديات، فإذا كانت السيطرة كاملة وممتدة إلى الفعل وآثاره فإنه يتوفر القصد الجرمي، أما إذا كانت ناقصة فإن الخطأ يكون غير عمدي ولكن إذا انتفت هذه السيطرة الأمر الذي يعني انتفاء الركن المعنوي وبالتالي انتفت الجريمة كقاعدة عامة<sup>1</sup>. ويتخذ الركن المعنوي في الجرائم العمدية -جريمة تقليد العلامة التجارية- صورة القصد الجنائي أو العمد بعنصره العلم والارادة، ويتنوع القصد الجنائي إلى عدة أنواع، فقد يكفي كأصل عام بالقصد العام العادي لكن قد يتطلب إضافة إلى ذلك قصداً جنائياً خاصاً، وقد يكون القصد مباشراً أو غير مباشر، محددًا أو غير محدد<sup>2</sup>.

1- **عناصر القصد الجنائي:** لم يعرف المشرع الجزائري القصد الجنائي على غرار غالبية التشريعات واكتفى بالنص في الجرائم على العمد، وأمام صمت التشريعات الجزائية اجتهد الفقه في تعريف القصد الجنائي، وقد اختلف في تعريفه وتحديد جوهره وانقسم إلى نظريتين تقليدية وأخرى واقعية.

- ترى النظرية التقليدية من أنه "إنصراف إرادة الجاني إلى ارتكاب الجريمة مع العلم بأركانها كما يتطلبها القانون" فيتكون القصد الجنائي من عنصرين: إتيان إرادة الجاني نحو ارتكاب الجريمة والعلم بتوافر أركان الجريمة كما يتطلبها القانون، فتتحقق الجريمة العمدية بمجرد توافر إرادة للقيام بعمل غير شرعي ومتى توافرت إلى السبب أو الدافع<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> ناصر عبد الحليم السلامات، مرجع سابق، ص 261.

<sup>2</sup> فتوح عبد الله الشاذلي، المرجع السابق، ص 357.

<sup>3</sup> إعتنق هذا المبدأ القضاء الفرنسي وذلك بصدور قانون العقوبات الفرنسي الجديد 1992 والذي بدأ سريانه سنة 1994.

- ولقد أختار المشرع الجزائري وأخذ بمذلول النظرية التقليدية على غرار المشرع الفرنسي حيث تم فصله بين النية والباعث سواء فيما يتعلق بقيام الجريمة أو بقمعها...، للإطلاع أكثر أنظر وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص 219.



- أما النظرية الواقعية فترى من أن النية ليست مجردة وإنما هي إرادة محددة بسبب أو باعث ومن ثم يتعين تحليل هذا الباعث والبحث عما إذا كان إجتماعيا أم لا، ولا يكون الفعل معاقبا عليه إلا إذا كانت الغاية منه مخافة للنظام الإجتماعي<sup>1</sup>.

أ- **عنصر العلم:** القاعدة أنه لكي يتوافر العلم الذي يقوم عليه القصد الجنائي إلى جانب الإرادة يتعين أن يحيط الجاني علما بجميع العناصر القانونية للجريمة، أي بأركان الجريمة بسبب الجهل أو الغلط إنتفى القصد بدوره<sup>2</sup>.

فالعلم - إذن - يعرف من أنه تحديد للوقائع والأمر التي يتعين أن يحيط بها الجاني حتى يعد القصد الجنائي متوفرا، وتمييزها عما يستوي في نظر القانون العلم والجهل به ولم يتضمن قانون العقوبات الجزائري على غرار بقية القوانين نصوصا تحسم ذلك، وبالرجوع إلى القواعد العامة التي تقتضي إحاطة العلم بكل واقعة ذات كيان مادي أو تكييف قانوني، بمعنى علم الجاني بصلاحيته فعله لإحداث الاعتداء على موضوع الحق وتوقعه النتيجة التي تنجم عن هذه الاعتداء، وكذا العلم بتوافر أركان الجريمة كما يتطلبها القانون سواء تمثل هذا الأخير في قانون العقوبات أو القوانين المكملة له وهو مفترض لدى العامة، وبالتالي لا يجوز الدفع بالجهل به، كما تحرص غالبية الدساتير على بيانه<sup>3</sup>.

ب- **عنصر الإرادة:** يشترط لتحقيق المسؤولية الجزائية تقليد العلامة التجارية أن تتجه إرادة الجاني إلى استعمال العلامة المقلدة في تمييز منتجاته أو بضائعه المماثلة أو المشابهة لمنتجات أو بضائع مالك العلامة لغرض غش المستهلك أو تضليله حول مصدر تلك المنتجات إذ تعتبر جريمة تقليد العلامة التجارية من الجرائم العمدية. وقد اشترطت جميع التشريعات

<sup>1</sup> أخذ بهذه النظرية قانون العقوبات السويسري لسنة 1937 في المادة 63، وقانون العقوبات الإيطالي في المادة 133.

<sup>2</sup> فتوح عبد الله الشاذلي، المرجع السابق، ص362.

<sup>3</sup> وهيبة لعوارم بن أحمد، المرصع السابق، ص220.

الخاصة بالعلامات التجارية توافر عنصر الإرادة لتحقيق هذه الجريمة وذلك من خلال النص على اعتبار من يقدم على تقليد علامة تجارية بأنه فعلاً يستوجب العقاب<sup>1</sup>.

تعتبر الإرادة بمثابة نشاط نفسي يتجه إلى تحقيق غرض عن طريق وسيلة معينة، فهي ظاهرة نفسية والمحرك لأنواع من السلوك ذات طبيعة مادية تحدث في العالم الخرجي من الآثار ما يشبع به الإنسان حاجاته المتعددة، والإرادة المعتبرة قانوناً هي الإرادة الإجرامية التي تصدر عن وعي وإدراك مفترضا العلم بالغرض المستهدف وبالوسيلة التي يستعان بها لبلوغ هذا الغرض، واتجاه الإرادة إلى الفعل مفترضة لأن الإنسان لا يصدر عنه فعل إلا بإرادته كما أن سلطة الإدعاء غير مكلفة بإقامة الدليل على وجود هذه الإرادة، ولكن هذه القرينة غير قاطعة وقابلة لإثبات العكس فيجوز للجاني دوماً أن يثبت بأنه لم يرد الفعل الذي صدر منه<sup>2</sup>.

فالإرادة تختلف عن الغرض والباعث والغاية، فالأولى هو الهدف القريب الذي تتجه إليه الإرادة، أما الغاية فهي الهدف البعيد لتلك الإرادة الذي يتمثل في إشباع حاجة معينة، والباعث عبارة عن العلة التي تحمل الفاعل على الفعل، أو العلة النفسية للفعل<sup>3</sup>.

**2- صور القصد الجنائي:** يتنوع القصد الجنائي وتعدد صورته وتختلف الواحدة عن الأخرى فقد يكون قصداً جنائياً عاماً أو خاصاً، وقد يكون قصداً مباشراً أو غير مباشر، كما قد يتخذ شكل القصد المحدد أو غير المحدد.

**أ- القصد الجنائي العام والقصد الجنائي الخاص:** القصد الجنائي العام هو الذي يتكون من العلم والإرادة بالتحديد السابق أي العلم بكافة عناصر الجريمة مع إتجاه الإرادة إلى السلوك الإجرامي والنتيجة الإجرامية، وهذا هو القصد العام بالنسبة لأغلب الجرائم، ولكن هناك فئة من

<sup>1</sup> ناصر عبد الحليم السلامة، المرجع السابق، ص 264.

<sup>2</sup> نظام توفيق المجالي، شرح قانون العقوبات، - القسم العام -، الكتاب الأول، النظرية العامة للجريمة، دراسة تحليلية في

أركان الجريمة، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 1998، ص 431.

<sup>3</sup> فتوح عبد الله الشاذلي، المرجع السابق، ص 375.

الجرائم يتطلب قيام القصد بشأنها توافر قصد خاص إلى جانب القصد العام فلا يكفي القصد العام لتوافر مثل هذه الجرائم، وإنما يلزم أن يضاف إليه قصد خاص. والقصد الخاص بالمعنى السابق بالمعنى السابق ينطوي هو الآخر على علو وإرادة لا ينصرفان إلى أركان الجريمة وإنما إلى وقائع أخرى لاتدخل ضمن عناصر الجريمة<sup>1</sup>، فهو الغاية التي يقصد بها الجاني من ارتكاب الجريمة فضلا عن إرادته الواعية لمخالفة القانون الجزائي، فلا قيام له بغير تواجد قصد عام.

**ب- القصد المباشر والقصد الإجمالي (غير المباشر):** هو علم يقيني بعناصر الجريمة وإتجاه الإرادة إلى السلوك الإجرامي مع الرغبة في وقوع النتيجة الإجرامية كأثر حتمي ولازم لهذا السلوك<sup>2</sup>، وهو الذي يميز الجرائم العمدية التي تستلزمه دائما عند الجرائم غير العمدية التي لا تستلزمه، أما القصد الإجمالي فهو قصد يلزم لتوافره العلم والإرادة أيضا ولكن ليس علة نحو يقيني ولازم كما في القصد المباشر، فعلم الجاني في القصد غير المباشر يتوقف عند حد النتيجة الإجرامية أما إرادته فتتصرف إلى قبول تلك النتيجة فقط، وعلى هذا يمكن تعريفه بأنه "العلم بعناصر الجريمة مع توقع نتيجتها وإتجاه الإرادة إلى السلوك الإجرامي مع قبول تلك النتيجة الإجرامية دون الرغبة في تحقيقها"<sup>3</sup>.

أو هو أن يقدم الجاني على نشاط إجرامي معين فنتحقق نتيجة أشد جسامة مما توقع بجريمته<sup>4</sup>، وبما أن جريمة تقليد العلامة التجارية هي من الجرائم العمدية فيشترط فيها قصدا مباشرا لا احتماليا، لأن إرادة الجاني تتجه مباشرة إلى إحداث لبس يقع فيه المستهلك بين العلامة الحقيقية والمقلدة.

**ت- القصد المحدد والقصد غير المحدد:** يتوقف التمييز بين القصد المحدد وغير المحدد على موضوع النتيجة الإجرامية، فإذا كان موضوع تلك النتيجة محددًا يكون القصد محددًا، وإذا كان

<sup>1</sup> فتوح عبد الله الشاذلي، المرجع السابق، ص 381.

<sup>2</sup> عبد الله سليمان، المرجع السابق، ص 267.

<sup>3</sup> وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص 229-230.

<sup>4</sup> عادل قورة، محاضرات في قانون العقوبات، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص 156.

غير محددًا يكون القصد غير محدد، فالقصد المحدد هو القصد الذي تتجه فيه الإرادة إلى تحقيق النتيجة الإجرامية في موضوع محدد، أما القصد غير المحدد فهو القصد الذي تتجه فيه الإرادة إلى تحقيق النتيجة الإجرامية دون تحديد لموضوعها، أي يستوي لدى الجاني تحققها في أي موضوع<sup>1</sup>.

## الفرع الثاني

### جريمة تزوير العلامة التجارية

تناولت كافة التشريعات الخاصة بالعلامة التجارية ومنها التشريع الجزائري هذه الجريمة وحددت العقوبة الواجب إيقاعها على كل من يقوم بتزوير العلامة. يتعين لقيام جريمة تزوير العلامة التجارية طبقاً لقوانين العلامة التجارية أن يكون محل الجريمة - محل الإعتداء - علامة تجارية مسجلة طبقاً للإجراءات القانونية المقررة بهذا الإعتداء على حق يحميه القانون، متى كان الحق مسجلاً طبقاً للقانون<sup>2</sup>.

**أولاً: مفهوم التزوير:** يقصد بتزوير العلامة اصطلاحاً علامة مطابقة تماماً للعلامة الأصلية أي اقتباسها بشكل تام وحرفي دون تغيير، ولهذا يرى بعض الفقه أن التزوير يقصد به "نقل العلامة بشكل حرفي وتام بحيث تصبح العلامة المزورة صورة طبق الأصل من العلامة الحقيقية"<sup>3</sup>، والتزوير "هو تحريف مفتعل للحقيقة في الوقائع والبيانات التي يراد إثباتها بصك أو مخطوط يحتج بهما نجم أو يمكن أن ينجم عن ضرر مادي أو كمعنوي أو إجتماعي"<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> عبد الله سليمان، المرجع السابق، ص 266.

<sup>2</sup> ناصر عبد الحليم السلامات، المرجع السابق، ص 289.

<sup>3</sup> آمنة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامة التجارية، المرجع السابق، ص 149.

<sup>4</sup> ناصر عبد الحليم السلامات، المرجع السابق، ص 290.

وبشكل عام نقول أن التزوير سواء بصورته التقليدية أو بصورته الحديثة (المعلوماتية) هو كذب مكتوب أو تغيير حقيقة محررا أو مستند أو بيانات أو وقائع معينة باستخدام الوسائل المنصوص عليها في القانون<sup>1</sup>.

ويفرق هؤلاء بين التزوير والتقليد فيقولون بأن الفرق بين التزوير والتقليد هو أن الأول عبارة عن نقل مطابق للعلامة المسجلة نقلا حرفيا وتاما بحيث تبدوا مطابقة تماما للعلامة الاصلية، بينما التقليد فهو إتخاذ علامة تشبه في مجموعها العلامة الأصلية، مما قد يؤدي إلى تضليل الجمهور أو خداعه لضعفه أن العلامة أصلية<sup>2</sup>.

**ثانيا: الركن المادي:** إن تزوير علامة معناه اصطناع مطابقة للعلامة الأصلية وهو كعمل مادي ينصب على عملية صنع (طبع) العلامة فقط لذا فإن الجريمة تتم بمجرد ارتكابه ويكفي مجرد صنع الختم الذي يستخدم لوضع العلامة أو صناعة الشريط المتضمن العلامة أو الزجاجات ... إلخ، فلا تعد الأفعال السابقة مجرد شروع في ارتكاب الجريمة ولكنها تكون الجريمة ذاتها، لذلك فإن قوام الركن المادي في جريمة تزوير علامة تجارية هو فعل التزوير

والذي يتطلب فيه توافر أمران، أولهما أن يتم هذا الفعل بصورة تؤدي إلى خداع غيره وتضليله وبالتالي عدم استطاعته التمييز بين البضائع التي تحمل علامة مزورة وتلك التي تحمل العلامة الأصلية، وثانيهما أن يتم ذلك بدون موافقة صاحب العلامة أما إذا تم بموافقه فإن ذلك لا يشكل تزويرا وبالتالي تنفي عنه صفة الإتياء، ويقع عبء إثبات موافقة صاحب العلامة على اللتهم<sup>3</sup>. وتطبيقا لذلك قضي بأن جريمة تزوير العلامة التجارية تكون إذا أضاف المزور إلى

<sup>1</sup> عامر محمود الكسوان، التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية، الطبعة 1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص151.

<sup>2</sup> عامر محمود الكسوان، نفس المرجع، ص145-146.

<sup>3</sup> آمنة صامت، المرجع السابق، ص152.

علامة الغير إسمه الشخصي أو أية علامة أخرى إضافية، وأنه لا يلزم استعمال العلامة المزورة<sup>1</sup>.

**ثالثا: الركن المعنوي (القصد الجنائي):** يظهر الركن المعنوي لجريمة تزوير العلامة التجارية في صورة الإحتيال بمعنى لزوم أن يتوافر لدى الفاعل في هذه الجريمة نية التحايل والخداع، حيث لا تقع جريمة تزوير العلامة التجارية إلا إذا تمت بسوء نية أما إذا تمت بحسن نية فلا عقاب عليها وذلك على إعتبار أن تزوير العلامة التجارية لا تقع إلا تحقيقا لهدفين لا ثالث لهما، يتمثل أولهما في مجرد التعدي على العلامة التجارية ذاتها، بينما يتمثل الثاني في النية السيئة في خداع المستهلك وتضليله<sup>2</sup>، ويحتوي ضمن طياته القصد الجنائي العام والقصد الجنائي الخاص على النحو التالي:

أ- **القصد الجنائي العام:** يتمثل هذا القصد في توفر إرادة النشاط الجرمي (فعل التزوير) لدى الفاعل (المزور) مع علمه الكامل بكافة عناصر وأركان هذا النشاط، وبتطبيق ما تقدم على جريمة تزوير علامة تجارية مسجلة نرى أن هذا القصد يظهر متى توفر لدى المزور إرادة القيام بفعل تغيير الحقيقة مع علمه الأكيد بأن تغيير الحقيقة هذا يتم على علامة تجارية مسجلة رسميا ومن خلال إحدى الطرق والوسائل المنصوص عليها في القانون وأن من شأن هذا التغيير في حقيقة هذه العلامة يترتب عليه ضررا معيناً حتى ولو كان هذا الضرر إحتمالياً وليس محققاً وعاماً وليس خاصاً<sup>3</sup>.

ب- **القصد الجنائي الخاص:** ذهب جانب من الفقه إلى القول أن القصد الجنائي الخاص مفترض في هذه الجريمة، وذلك في أن تسجيل العلامة التجارية قرينة على العلم بها خاصة بالنسبة للتاجر والذي يفترض فيه أن يكون عاما بمجموع العلامة التجارية المسجلة وذلك بحكم

<sup>1</sup> ناصر عبد الحليم السلامة، المرجع السابق، ص293.

<sup>2</sup> عامر محمود الكسوان، المرجع السابق، ص217.

<sup>3</sup> عامر محمود الكسوان، المرجع السابق، ص218.

العرف التجاري، في حين ذهب جانب آخر من الفقه إلى أن القصد الجنائي مفهوم ضمنا في كل جرائم التعدي على العلامة التجارية، حيث ذهب أصحاب هذا الرأي إلى وجوب اشتراط القصد الجنائي في جريمة تزوير العلامة التجارية إذ أنه ليس من المقبول أن يحاسب الأفراد عن أفعال لم تصدر منهم عن رغبة حقيقية بالإجرام والأذى، وأن حرمان مرتكب التزوير من اثبات حسن نيته واتخاذ واقعة تسجيل العلامة قرينة قاطعة على علمه بالعلامة لا يخلو من العنت، وبذلك تكون هناك مفاجئة للعدالة<sup>1</sup>، وبهذا نميل إلى الرأي الأول وذلك لصريح النص ولأن حمكة التشريع تميل إلى الأخذ به إذ يفترض قيامنا بصنع علامة جديدة أن يكون على علم بالعلامات السابقة التي تميز منتجات منافسة وأن التزوير معاقب عليه في حد ذاته دون الحاجة لإثبات سوء النية.

## المطلب الثاني

### جرائم الاعتداء على ملكية العلامة التجارية

تختلف جرائم الاعتداء على ذاتية العلامة التجارية عن تلك التي تقع على ملكية العلامة ذلك أنه في الجرائم الأولى يكون الاعتداء واقعا على ذاتية العلامة، في حين في الثانية يكون واقعا على مادية العلامة، ويتمثل ذلك في إغتصاب لعلامة الغير بغير تزوير أو تقليد، أو بعبارة أخرى الاستيلاء عليها واستعمالها على بضائع وسلع مشابهة دون وجه حق<sup>2</sup>.

لدى سيتم تقسيم هذا الجرائم كالاتي: جرائم مباشرة تقع على ملكية العلامة التجارية وجرائم غير مباشرة.

<sup>1</sup> سميحة القلبوبي، الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص 542-543.

<sup>2</sup> ناصر عبد الحليم السلامة، المرجع السابق، ص 301-302.

## الفرع الأول

## جرائم الاعتداء المباشرة على ملكية العلامة التجارية

تتميز جرائم الاعتداء المباشرة على ملكية العلامة بأن العلامة محل الجريمة هي علامة تجارية مسجلة ومشروعة، أي أن هذه العلامة في هذه الجريمة لم تكن محلا للتزوير أو التقليد وإنما استخدمت فيها العلامة الحقيقية وأن هذا النوع من الجرائم يؤدي إلى وقوع المستهلك في الغش والخداع، وهاته الجرائم تتمثل في جريمة الاستعمال الباطل للعلامة التجارية بدون وجه حق، وجريمة بيع بضائع تحمل علامة مملوكة للغير أو عرضها للبيع أو التداول أو حيازتها بقصد البيع<sup>1</sup>.

**أولاً: جريمة استعمال علامة تجارية مملوكة للغير بدون وجه حق:** المقصود في هذه الجريمة هو أننا لسنا أمام علامة مزورة أو مقلدة، بل أمام علامة أصلية يتم استعمالها بدون وجه حق أو سبب مشروع، أي أن الأمر لا يتعلق بتزوير أو تقليد علامة تجارية بل الاستيلاء على علامة حقيقية واستعمالها بدون وجه حق<sup>2</sup>، ولكي تقوم هذه الجريمة يلزم توافر عنصر مادي وآخر معنوي.

**1- الركن المادي:** يتمثل الركن المادي في هذه الجريمة في وضع علامة حقيقية على البضائع والمنتجات التي تتمتع بحق استخدام تلك العلامة بشرط أن تكون البضائع والمنتجات من نفس الصنف، لذي يعد مرتكباً لهذه الجريمة من قام بنزع العلامة الحقيقية أو البضاعة الملصقة على المنتجات ووضعها على منتجاته أو بضائعه المماثلة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> ناصر عبد الحليم السلامة، مرجع سابق، ص 328.

<sup>2</sup> صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 417.

<sup>3</sup> آمنة صامت، المرجع السابق، ص 170.



قد يأخذ الركن المادي لهذه الجريمة أكثر من صورة، صورة الاستعمال، إذا يتوافر هذا العنصر بحق كل من يستعمل علامة تجارية مسجلة أو علامة مقلدة لها على ذات الصنف من البضاعة التي سجلت من أجلها حتى ولو كان هذا الاستعمال لمجرد قصد الاعلان عن تلك البضائع، وتقع هذه الجريمة غالبا على العلامات التجارية التي تتخذ بصورة نماذج أو أشكال مميزة كما هو الحال في نموذج الزجاجات المستخدمة لتعبئة المشروبات الروحية أو المياه الغازية أو العطور<sup>1</sup>.

ففي التشريع الجزائري يعقب جزائيا الأشخاص الذين يضعون على منتجاتهم أ، على الأشياء التابعة لتجارتهم علامة هي ملك غيرهم، فيتعلق الأمر مثلا بالصانع الذي يستعمل قنينات خاصة بعلامة مشهورة لمأها بمشروبات من صنعه قصد خداع المستهلك أو نماذج الزجاجات التي تستخدم لتعبئت العطور<sup>2</sup>. وتختلف هذه الجريمة عن جريمة استعمال علامة مزورة أو مقلدة في أنها تمثل استعمال علامة حقيقية ولكن مملوكة للخبر لتمييز منجات مماثلة خلافا المخصصة لها العلامة الحقيقية<sup>3</sup>.

وبالإجمال يمكن القول أن العنصر المادي في هذه الجريمة، يتوفر بحق كل من يقوم باستعمال علامة تجارية مملوكة للغير أو علامة مقلدة لها ذات الصنف من البضاعة التي سجلت تلك العلامة من أجلها، كما تتوافر بحق من يبيع أو يشتري بقصد البيع أو يعرض للبيع بضاعة تحمل علامة بدون وجه حق، كما يتوافر بحق كل من يستعمل علامة مسجلة لحساب شخص معين بقصد الإعلان عن بضائع من صنف البضاعة التي تستعمل تلك العلامة في تمييزها.

<sup>1</sup> عبد الله حسين الخرشوم، المرجع السابق، 214.

<sup>2</sup> أنظر المادتين 26 و32 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

<sup>3</sup> آمنة صامت، المرجع السابق، ص171.

2- **الركن المعنوي (القصد الجنائي):** هذه الجريمة من الجرائم العمدية أي ترتكب بقصد الغش فلا يكفي لقيام هذه الجريمة إيتان الفاعل بصورة من صور العنصر المادي، بل لا بد أن يكون لديه القصد السيئ ولا شك أنه يجب إثبات هذا القصد السيئ وللمتهم أن ينفى توافر القصد السيئ لديه وإثبات حسن نيته، كعدم علمه بملكية العلامة للغير أو موافقة صاحب العلامة على الاستعمال، مع التسليم بأن تقدير حسن النية هو من اختصاص محكمة الموضوع التي تستخلصها من ظروف ووقائع الحالة المعروضة عليها<sup>1</sup>.

أما المشرع الجزائري فلم يتطلب في هذه الجنحة توافر عنصر القصد نظرا لعمومية النص القانوني<sup>2</sup>، فيكفي أن يتم وضع العلامة الأصلية على منتجات ليست تحت حمايتها كوضع المنتجات في زجاجات أو في علب تحمل تلك العلامة الأصلية عليها، فلا يجب على المدعي أو على النيابة إثبات أن مرتكب الفعل كان يهدف من وراء هذا التصرف الاستفادة من المزايا المتعلقة بالعلامة الأصلية<sup>3</sup>.

**ثانيا: جريمة بيع بضاعة تحمل علامة مملوكة للغير أو عرضها للبيع أو التداول أو حيازتها بقصد البيع:** تشترك هذه الجريمة مع جريمة بيع منتجات تحمل علامة مزورة أو مقلدة فالركن المادي يتحقق بفعل من أفعال البيع أو العرض للتداول أو الحيازة بقصد البيع، وكون محل الفعل منتجات تحمل علامة مملوكة للغير، وركن معنوي هو القصد الجنائي لذا يتطلب لقيام هذه الجريمة توافر الأركان التالية:

**1- الركن المادي:** تقع هذه الجريمة في حال بيع منتجات تحمل علامة تجارية مملوكة للغير بدون حق أو سبب مشروع، ويشمل جميع صور البيع ولا فرق في ذلك إذا كان البيع مقابل نقدي أم لا، وبين ما إذا نتج عن البيع ربح أو خسارة أو كان لمرة واحدة أم متكررة، وكذلك تقع

<sup>1</sup> صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، مرجع سابق، ص419.

<sup>2</sup> راجع المادة 26 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

<sup>3</sup> أمينة صامت، المرجع السابق، ص172.

عن طريق عرض تلك المنتجات للبيع أو التداول عن طريق وضعها في واجهة المحل التجاري أو إحدى الفروع التابعة له، أو بإرسال نشرات إلى العملاء وكذلك في حالة حيازة المنتجات بقصد بيعها كأن يضعها داخل مخازن التاجر أو في مسكنه الخاص إذا وجدت قرائن تدل على أنها تستخدم كمخازن أو مستودعات فيها المنتجات التي تحمل علامة مملوكة للغير دون وجه حق<sup>1</sup>.

تعاقب المادة 38 من قانون العلامات التجارية الأردني بقولها " يعاقب... كل من ارتكب بقصد الغش... باع أو إقتنى بقصد البيع أو عرض للبيع بضاعة تحمل علامة تجارية يعتبر استعمالها جرماً<sup>2</sup>.

2- **القصد الجنائي:** يتمثل القصد الجنائي لهذه الجريمة " قصد الاحتيال" إذ يلزم لقيامها أن تتوافر لدى المتهم نية الاحتيال، وتستخلص من هذه الأخيرة من شواهد وظروف الحال التي قد تبعث على الشك والريبة، كإمتناع المتهم عن تقديم الدفاتر التجارية أو وجود الكشط فيها بكثرة أو قيود صورية أو إمتناع عن ذكر مصدر تلك البضائع أو ذكر مصدر صوري لها. وقد تستفاد نية الاحتيال لدى المتهم من قيامه ببيع البضائع التي تحمل العلامة المزورة أو المقلدة بأثمان جد منخفضة عن أثمان البضائع التي تحمل العلامة الأصلية، وذلك كله لا يخرج عن كونه مجرد قرائن على قصد الاحتيال لدى المتهم ولكنها قرائن بسيطة يجوز إثبات عكسها<sup>3</sup>.

أما بالنسبة للتشريعين الجزائري والفرنسي فقد أغفلا تجريم الحيازة حيث كان من الصواب أن يسلكا مسلك المشرع المصري الذي ذهب إلى عدم اشتراط توافر سوء القصد أو الغش لقيام هذه الجريمة وإكتفى بتوافر العلم لدى الجاني بأنه يعلم أنه يبيع أو يعرض للبيع أو للتداول أو

<sup>1</sup> ناصر عبد الحليم السلامة، المرجع السابق، ص335.

<sup>2</sup> عبد الله حسين الخرشوم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص216.

<sup>3</sup> صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص416.

يحوز بضاعة تحمل علامة تجارية مملوكة لغيره، وهذا حتى يتم تحقيق حماية قصوى للعلامة التجارية وإقفال الباب على كل من تسول له نفسه الاعتداء على العلامة بشكل من الأشكال ثم يتملص من العقاب، ويلاحظ كقاعدة تقريبا بأن المشرع الفرنسي قد قرر عقوبات لهذه الجرائم مماثلة للعقوبات المقررة لجريمة الخداع، وهنا إتجه الفقه في مجال القانون التجاري إلا أنه على الرغم من أن المشرع المصري لم يذكر صراحة شرط التسجيل إلا في البند رقم 1 بشأن تزوير أو تقليد العلامة التجارية ولم يكرر هذا الشرط في البنود الأخرى، أي إن المشرع لم يقصد إلا حماية العلامة المسجلة ولم يشأ أن يذكر هذا الشرط في كل جريمة على حد منعا للتكرار وبالتالي فإن بقية الجرائم الأخرى غير التزوير أو التقليد يشترط فيها أن يقع على علامة مسجلة<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني

#### جرائم الاعتداء غير المباشرة على ملكية العلامة التجارية

جاءت التشريعات الخاصة بالعلامة التجارية لتوفير الحماية القانونية لهذه العلامة وقد أوردت غالبية قوانين العلامات المقارنة نصوصا تحظر وتمنع تسجيل علامات معينة، إضافة إلى أنها تدخل بإيراد نصوصا تتعلق ببيانات ضرورية وأساسية يشترط تعبئتها عن تسجيل العلامة التجارية، لذا سيتم تناول هاتين الجريمتين الأولى استعمال علامة ممنوعة قانونا وكذلك جريمة وضع بيانات غير صحيحة عند تسجيل العلامات التجارية<sup>2</sup>.

**أولا: العلامات الخاصة الممنوع استعمالها قانونا ذات الصلة بشعار الدولة والعلامات المخلة بالنظام العام والآداب العامة:** اختلفت مواقف التشريعات المقارنة من توفير الحماية الجزائية للعلامات ذات الصلة بشعار الدولة أو تلك العلامة التي تكون مخلة بالنظام العام والآداب

<sup>1</sup> أمانة صامت، المرجع السابق، ص176.

<sup>2</sup> ناصر عبد الحليم السلامة، المرجع السابق، ص337.

العامة، حيث أن بعض هذه التشريعات قد حظرت استخدام مثل هذه العلامات دون أن تورد نص عقابي في حالة استخدامها، وبالتالي لم توفر الحماية الجزائية لمثل هذا النوع من العلامات، في حين أن تشريعات أخرى تنبتهت إلى ذلك ونصت على عقاب كل من يقوم باستخدام أو استعمال علامة يمنع تسجيلها قانوناً<sup>1</sup>، ولذلك فإنه يشترط لتحقيق مثل هذه الجرائم أن يتوفر فيها أركان الجريمة والتي تختلف باختلاف استخدام العلامة المحظورة، وهذه الأركان هي:

1- **الركن المادي:** يتمثل الركن المادي في هذه الجريمة في استعمال علامة ممنوعة قانوناً ذلك أن المشرع قد نص صراحة على حضر تسجيل بعض أنواع العلامات كعلامات تجارية<sup>2</sup>. ويتمثل الركن المادي في هذه الجريمة باختلاف صور استخدام العلامات المحظورة العلامات المحظورة، ويمكن إجمالها على النحو التالي:

أ- **استخدام العلامة المخلة بالنظام العام أو الآداب العامة:** ويتمثل الركن المادي في هذه الصورة بأن يقوم الجاني باستخدام علامة معينة تخل بالنظام العام أو الآداب العامة، كأن يقوم بوضع صورة امرأة عارية على منتجات معينة، فإن ذلك الفعل يعد مخالفاً للآداب العامة في تلك الدولة وأن هذه المسألة هي تقديرية وتخضع للعرف السائد في الدول، ويستخلصها قاضي الموضوع من ظروف ووقائع الدعوى.

ب- **استخدام الشعارات العامة وأعلام الدول ورموزها واستخدام أعلام المنظمات الإقليمية ورموزها:** يتمثل الركن المادي في هذه الصورة بأن يقوم الجاني باستخدام الشعارات العامة والأعلام والرموز سواء كانت للدولة المقيم فيها أو لدول أخرى أو حتى لمنظمات إقليمية، وأن الغاية من تجريم هذا الاستخدام هو الثقة في هذه الرموز والشعارات والأعلام، وصورتها بأن يقوم الجاني بوضع علم الدولة كعلامة تجارية على منتج، إذ لا يشترط لتحقيق مثل هذه

<sup>1</sup> ناصر عبد الحليم السلامات، المرجع السابق، ص338.

<sup>2</sup> أنظر الفقرة 4 المادة 7 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

الجريمة أن يكون الاستعمال على المنتجات والبضائع فقط، فقد يتصور قيام الشخص بوضع علو الدولة التي يقيم فيها أو أعلام دولة أخرى على واجهة محله التجاري، فإن هذا الاستخدام يعتبر جرماً يعاقب عليه.

**ج- استخدام البيانات الخاصة بدرجات الشرف:** حيث يتمثل الركن المادي في مثل هذه الصورة بأن يقوم الجاني باستعمال بيانات مخصصة لدرجات الشرف سواء كانت تلك البيانات تعود له أو لشخص آخر، وأن يستخدم مثل هذه البيانات على بضائع أو منتجات معينة، وأن قيام الجاني بوضع تلك البيانات المتعلقة بدرجات الشرف التي منحت له أو لغيره على منتجات أو بضائع أو خدمات وقوام الركن المادي لمثل هذه الصورة.

**د- استخدام رموز الصليب الأحمر أو الهلال الأحمر أو غيرها من الرموز المشابهة:** يتمثل الركن المادي في هذه الصورة بأن يقوم الجاني باستخدام رموز الصليب الأحمر أو الهلال الأحمر حتى ولو كان مقلداً على بضائع أو منتجات<sup>1</sup>.

**هـ- استخدام أية علامة أو مؤشر جغرافي أو بيان كاذب عن مصدر المنتجات أو حتى عن صفاتهم أو استخدام علامة تحتوي على بيان اسم تجاري وهمي مقلد أو مزور:** الركن المادي في هذه الصورة يتمثل بأن يقدم الجاني على استعمال علامة من شأنها أن تؤدي إلى خداع وتضليل المستهلك في مصر المنتجات والبضائع، وبالتالي فإن تضليل المستهلك وخداعه هو قوام الركن المادي في هذه الصورة إضافة إلى أن يقوم الجاني بوضع بيان كاذب يتعلق سواء بمصدر البضاعة أو المنتج أو صفته تؤدي بالنتيجة إلى تضليل المستهلك وخداعه في مصدر تلك البضائع

**2- الركن المعنوي:** تعتبر جرائم استخدام علامة تجارية ممنوعة قانوناً من الجرائم العمدية التي يشترط لتحقيقها توافر القصد الجرمي لدى الجاني، ذلك أن الركن المعنوي في هذه الجريمة

<sup>1</sup> ناصر عبد الحليم السلامة، المرجع السابق، ص 342-343.

يتمثل في علم الجاني أنه يستعمل علامة حضر المشرع تسجيلها كعلامة تجارية أو حتى كعنصر منها ورغم ذلك يقوم باستخدامها، وبذلك فإنه يكتفي بالقصد الجرمي إذ لا يشترط توافر القصد الجرمي الخاص في مثل هذه الجرائم، وعليه فإن القصد الجرمي في مثل هذه الجرائم مفترض لدى مرتكب الفعل، كون القاعد العمة تقضي بافتراض العلم بأحكام القانون لدى الكافة<sup>1</sup>.

**ثانياً: جريمة الادعاء بتسجيل علامة تجارية:** يفترض لقيام هذه الجريمة أن يقوم صاحب علامة تجارية غير مسجلة بوضع بيان على علامة يقصد به توليد اعتقاد لدى الآخرين بأن هذه العلامة مسجلة لدى الجهات المختصة، مما يدعو الآخرين إلى الإقبال على هذه البضائع معتقدين بسبب وجود بيان على هذه العلامة بأنها مسجلة<sup>2</sup>. يقصد بتجريم هذا الفعل الحيلولة دو حدوث الاعتقاد بتسجيل العلامة على خلاف الحقيقة وذلك من أجل حماية نظام تسجيل العلامات وبالتالي عدم تضليل وخداع الجمهور وضمان صحة البيانات الدالة على حدوث التسجيل.

يتطلب لقيام جريمة الادعاء بتسجيل علامة تجارية توافر ركن مادي وركن معنوي:

أ- **الركن المادي:** قوام هذا الركن في هذه الجريمة أن يقوم شخص يملك علامة تجارية غير مسجلة بوضع بيان غير صحيح يفيد للمستهلك العادي بأن هذه العلامة مسجلة، ولا فرق في ذلك باستخدام أية ألفاظ سواء كانت صريحة أو ضمنية مادام تدل على وقوع التسجيل لتلك العلامة.

ب- **الركن المعنوي:** يشترط لقيام هذه الجريمة توافر سوء النية لدى مرتكبها إذ يكفي مجرد وقوع الفعل لإفتراض القصد الجرمي للجاني لأنه يقتض في كل تاجر علمه بحقيقة بضائعه وصحة البيانات التي يضعها، وذلك يعني أن مجرد إتيان الركن المادي لهذه الجريمة فإنه

<sup>1</sup> ناصر عبد الحلیم السلامات، المرجع السابق، ص 343-344.

<sup>2</sup> راجع المادة 33 من قانون العلامات التجاري الأردني.

يكفي لثبوت سوء نية الفاعل. في حين أن جانب من الفقه قد ذهب إلى وجوب توافر سوء النية لدى مرتكب هذه الجريمة حتى تتحقق المسؤولية الجزائية، واشترط أصحاب هذا الرأي أن يعلم الجاني عند إتيان السلوك الجرمي بعدم صحة بيان الادعاء بالتسجيل، وسندهم في ذلك أن مجرد ثبوت التسجيل مجرد استنتاج وبالتالي لا يمكن الاعتماد عليه كدليل لإدانة المتهم<sup>1</sup>.

## المبحث الثاني

### إجراءات حماية العلامة التجارية

تعد عناية المشرع بشأن حماية حق مالك العلامة عناية خاصة حيث لم يقتصر على منح المعنى بالأمر حق رفع دعوى مدنية أو جزائية، بل نص كذلك على إجراءات يجوز له اتخاذها قبل رفع دعوى التقليد أو التزوير حتى يتمكن من إثبات هذا الفعل<sup>2</sup>، وتتمثل هذه الإجراءات في إجراءات تحفضية والتي من خلالها يطالب المستهلك بطلب الحجز على العلامة المقلدة، وإجراءات تنفيذية وأخرى إجراءات قمعية لحماية المستهلك من جرائم التقليد والتزوير وعليه تم تقسيم هذا المبحث كما يلي: في المطلب الأول نتحدث عن الإجراءات التحفضية وفي المطلب الثاني الإجراءات التنفيذية أما المطلب الثالث نتطرق إلى الإجراءات القمعية.

### المطلب الأول

#### " les mesures préventives " الإجراءات التحفضية

خص المشرع الاعتداء على العلامة التجارية ببعض الإجراءات التحفضية الخاصة بحماية لحقوق صاحب العلامة، وجعل الفصل فيها لرئيس المحكمة. تنص المادة 34 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات على أنه " يمكن لمالك العلامة، بموجب أمر من رئيس المحكمة،

<sup>1</sup> سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، مرجع سابق، ص552.

<sup>2</sup> فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، 247.



الاستعانة، عند الاقتضاء بخبير للقيام بوصف دقيق للسلع التي يزعم أن وضع العلامة عليها قد ألح به ضرراً وذلك بالحجز أو بدونه". فيمكن لصاحب العلامة المتضرر من التقليد أن يلجأ مباشرة إلى رئيس المحكمة للحجز على البضائع، كون البضائع تحمل علامته التجارية وهذا للحد من نطاق الجريمة بأسره وقت ممكن على اعتبار أن مالك العلامة الأصلية يمكنه أن يتقطن للجرم وهذه المكنة تتيح له حجز هذه البضائع للدلالة على التقليد أمام القضاء<sup>1</sup>.

ويصطلح على هذه العملية فقها بـ "حجز المقلد".

### الفرع الأول

#### شروط حجز المقلد

"يتم إصدار الأمر على ذيل عريضة بناء على إثبات تسجيل العلامة"، فيتوجب على صاحب العلامة أن يقدم ما يثبت تسجيل العلامة مما يعني استبعاد أصاب المراحل السابقة عن التسجيل النهائي للعلامة مخلة بالحقوق المرتبطة بها، غير أنه يمكن معاينة ومتابعة الأعمال اللاحقة بتبليغ نسخة من تسجيل العلامة للمقلد المشتبه فيه، كما نص المشرع عن الكفالة التي يدفعها المدعي حيث أجاز للقاضي عندما يتأكد الحجز أن يأمر صاحب العلامة بدفع كفالة حماية للغير من تعسف صاحب العلامة في حالة إثبات القضاء عكس إدعائه<sup>2</sup>.

### الفرع الثاني

#### إجراءات حجز المقلد

إن مالك العلامة عليه أن يودع العريضة لدى كتاب ضبط رئيس المحكمة، يقوم فيها بطلب إجراء حجز على البضائع التي تحمل علامة مقلدة، ويقدم ضمن عريضته مجموعة من

<sup>1</sup> السعيد غريب، الحماية القانونية للعلامات التجارية في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص98.

<sup>2</sup> السعيد غريب، نفس المرجع، ص99.

الوثائق تثبت أنه المالك الحقيقي للعلامة منها " محضر تسجيل العلامة، تبيان مفصل للمنتجات الذي يدعي على أنها مقلدة ومن شأنها إحداث لبس أو خلط في ذهن المستهلك"<sup>1</sup>.

ويجب أن بين العارض في عريضته نوع الحجز الذي يجب القيام به لكونه يحتمل الوصفين حجز وصفي أو حجز حقيقي للمنتجات المقلدة كما سماها المشرع الفرنسي أو كما سماه المشرع في القانون الملغى بالوصف والمصادرة، أو الوصف والحجز في القانون الحالي ففي الحالة الأولى فالمنتجات تبقى في أيدي الحاجز الذي توضع تحت تصرفه، أما في الحالة الثانية فالأشياء محل التقليد يمكن وضعها عند كتابة ضبط المحكمة<sup>2</sup>.

- بعد أن يودع المالك للعلامة العريضة لدى كتاب ضبط رئيس المحكمة يقوم هذا الأخير بدراسة طلبات العارض المتعلقة بالحجز، ويصدر أمرا على ذيل عريضة بناء على إثبات تسجيل العلامة [امر من خلاله بالحجز ويطلب فيه من المحضر القضائي بإتمام هذه العملية، ويمكن أن يرفق لعملية الحجز خبير مختص في مجال العلامات، إذ يجوز أن يشمل الأمر الصادر من القاضي بنذب خبير أو أكثر لمعاونة المحضر في مهامه<sup>3</sup>.

- ويقوم المحضر القضائي بعملية الحجز وبعدها يحرر محضر للوصف أو الحجز حسب الحالة، ويقع عليه أن يقدم نسخة من المحضر إلى المحجوز عليه بعدها يودع الأشياء المحجوز عليها لدي كتاب ضبط المحكمة وعليه أن يترك للمنفذ ضده الحجز، نسخة من الأمر المصرح وعند الحاجة عقد المثبت إيداع الكفالة تحت طائلة العقاب لبطلان الحجز<sup>4</sup>، عليه أيضا ترك محضر ضبط للحجز وعندما يتعلق الأمر بمعاينة استبدال المنتجات على السيد

<sup>1</sup> وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص196.

<sup>2</sup> الحجز الحقيقي أو التنفيذ في نظام قانون 1964 الفرنسي لا يمكن أن يحمل سوى العناصر الأساسية لدليل التقليد، أما تقنين الملكية الفكرية فوسع من الدائرة التي تكون مغنبة فيها كل المنتجات أو حتى الخدمات.

<sup>3</sup> وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص197.

<sup>4</sup> راجع المادة 38 فقرة 4 من الأمر 66-57 المتعلق بالعلامات، ويلاحظ الغياب الكلي لهذا الإجراء في القانون الجديد أمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

المحضر أن لا يستظهر الأمر المفوض له إلا بعد المعاينة، المحضر يتقدم مثل زبون عادي هي الوسيلة الوحيدة للقيام والتحصيل على دليل المخالفة، مع التنويه أن محاضر الضبط للمحضر تكون في كل مرة حتى تسجيل والتحصيل على التدليس ويتعلق الأمر بوقائع التقليد. وقد اشترط المشرع أن يقوم صاحب العلامة خلال شهر بتحريك الدعوى المدنية، أو الدعوى الجزائية تحت طائلة البطلان، إذ يترتب على عدم التحريك إمكانية حصول المحجوز عليه على التعويضات المستحقة، وهذا ما نص عليه المشرع الجزائري بقوله " يعد الوصف أو الحجز باطلا بقوة القانون إذا لم يلتمس المدعي الطريق المدني أو الجزائي خلال أجل شهر وذلك بصرف النظر عن تعويضات الأضرار التي يمكن طلبها"<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني

#### "les mesures opérationnelles" التنفيذية

اختلفت مواقف التشريعات الخاصة بالعلامات التجارية من أخذها بالإجراءات التنفيذية كأصل عام والمتمثل في العقوبات التكميلية كعقوبة وجوبية أم جوازية، حيث يلاحظ أن بعض التشريعات قد أخذت بعقوبات تكميلية في حين أن تشريعات أخرى لم تأخذ بها، وأن العقوبات التكميلية الواردة في تشريعات العلامات التجارية هي المصادرة والإتلاف والإغلاق.

### الفرع الأول

#### " la confiscation " المصادرة

تعرف المصادرة بأنها تملك الدولة أشياء مضبوطة ذات صلة بالجريمة جبرا عن صاحبها وبغير مقابل، وهي عقوبة إختيارية تكميلية في الجنايات والجنح إلا إذا نص القانون غير ذلك وقد تكون المصادرة وجوبية يقتضيها النظام العام لتعلقها بشيء خارج بطبيعته عن دائرة التعامل وهي على هذا الاعتبار تدبير وقائي لا محيص من اتخاذه في مواجهة الكافة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> راجع المادة 35 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

<sup>2</sup> ناصر عبد الحليم السلامة، المرجع السابق، ص 396-397.

بالمصادرة أيضا نقل ملكية المال المصادر قهرا وبدون مقابل وبموجب الحكم القضائي من ملكية صاحبه إلى ملكية الدولة<sup>1</sup>.

فالمصادرة عقوبة مالية حيث ترد على مال محدد مملوك للجاني لتضيفه على ملكية الدولة بلا مقابل، وتعد من العقوبات الفعالة إذ يترتب عليها من ناحية خسارة سيما للشخص المعنوي للمال المصادر ومن ناحية أخرى لا يترتب على نزع ملكية هذا المال أي خصم في مقدار الضرائب المستحقة على الشخص المعنوي، والمصادرة تعد عادة من عقوبة الجنايات والجنح، وقد بينت المادة 15 من قانون العقوبات الجزائري مفهوم المصادرة بنصها " المصادرة هي الأيلولة النهائية إلى الدولة لمال أو لمجموع أموال ...<sup>2</sup>.

ونصت المادة 35 من الأمر 57-66 المتعلق بالعلامات على المصادرة وعلاوة على العقوبات المنصوص عليها في المواد 28-29-30، يجوز للمحكمة أن تأمر ولو في حالة تبرئة من الاتهام بمصادرة المنتوجات والأدوات التي تكون موضوع ارتكاب جنحة وتأمر وتأمّر المحكمة في جميع الحالات بإتلاف الأختام " الكليشيات " وعلامة المعنى بها، كما نصت المادة 38 منه على " يجوز صاحب العلامة أن يطلب بمقتضى أمر من رئيس المحكمة، إجراء الوصف المفصل بمساعدة خبير عند الإقتضاء، مع المصادرة أو بدونها للمنتوجات التي يدعي أنها بعلامة تسبب له ضررا ...".

وباستقراءنا للمادة 35 من الأمر 57-66 نستخلص أن المصادرة هي تدبير أمن وليست عقوبة كون التدبير هو معاملة فردية قسرية ينص عليها القانون لمواجهة الخطورة الإجرامية والدفاع عن المجتمع<sup>3</sup>. ونصت على عقوبة المصادرة في قانون العلامات الحالي 03-06 في المادة 32 فقرة 3 بقولها " ... مع مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في

<sup>1</sup> عبد الله سليمان، شرح قانون العقوبات الجزائري، المرجع السابق، ص 580.

<sup>2</sup> أنظر المادة 15 من قانون العقوبات الجزائري.

<sup>3</sup> راجع المادتين 35 و38 من الأمر 57-66 المتعلق بالعلامات.

المخالفة<sup>1</sup>. كما نصت عليها المادة 18 مكرر فقرة 2 من قانون العقوبات عن استحداثه لعقوبة الشخص المعنوي بقوله " مصادرة الشيء الذي استعمل في ارتكاب الجريمة أو نتج عنها " وهي ذات العبارة إحتوتها المادة 177 مكرر فقرة 1 من ذات القانون عن تكلمه عن عقوبة جريمة تكوين جمعية الأشرار<sup>2</sup>. ونص عليها قانون الممارسات التجارية 04-02 في المادة 44 منه فيمكن للقاضي أن يأمر بمصادرة السلع المحجوزة التي عليها علامات مقلدة ويصبح مبلغ بيعها مكتسب للخزينة العمومية<sup>3</sup>.

### الفرع الثاني

#### " la destruction " الإتلاف

الإتلاف هو إعدام نسخ أو صور العلامة محل الاعتداء، ووضع حد للسلع والأشياء المقلدة وجعلها غير صالحة للاستعمال أو الاستهلاك<sup>4</sup>. ويسير منهج المشرع في تشريعات العلامة التجارية إلى منح المحكمة سلطة تقرير إتلاف العلامة التجارية المخالفة أو الأدوات التي استخدمت في جرم التعدي على العلامة التجارية أو تقرير إتلاف منتجات ذات صلة بالعلامة المخالفة، ولكن تتباين مناهج التشريعات في جعل الإتلاف وجوبيا على المحكمة أم إختياريا.

أولا: منهج التشريعات التي تجعل الإتلاف وجوبيا: نأخذ على سبيل المثال المشرع المصري الذي تناول الإتلاف كعقوبة تكميلية في المادة 117 من قانون حماية الملكية الفكرية والتي ورد فيها "... وتأمّر المحكمة بإتلاف العلامة المخالفة ويجوز لها -عند الاقتضاء- الأمر بإتلاف المنتجات أو البضائع أو عناوين المحال أو الأغلفة أو الفواتير أو المكاتب أو وسائل الإعلان

<sup>1</sup> أنظر المادة 32 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

<sup>2</sup> أنظر المادتين 18 مكرر فقرة 1 والمادة 177 مكرر فقرة 1 من قانون العقوبات الجزائري.

<sup>3</sup> راجع المادة 44 من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية.

<sup>4</sup> وليد كحول، الكاهنة زاوي، الحماية الجزائية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 283.

أو غير ذلك ما يحمل تلك العلامة أو يحمل بيانات أو مؤشرات جغرافية بالمخالفة بأحكام هذا الكتاب وكذلك إتلاف الآلات والأدوات التي استعملت بصفة خاصة في عملية ارتكاب الجريمة "... .

ويستفاد من هذا النص أن الشرع المصري قد جعل إتلاف العلامة بالمخالفة هو أمر وجوبي على المحكمة، وليس لها سبيل في ذلك أي سلطة تقديرية إذ يتوجب عليها أن تأمر بإتلاف العلامة المخالفة وأن هذا الإلزام يكون إما خلال إجراءات التقاضي أو عند صدور الحكم<sup>1</sup>. ونجد أن المشرع الجزائري حد حذو المشرع المصري فزيادة عن المصادرة تأمر المحكمة بإتلاف الأختام ونماذج العلامات، أي كل الأشياء والأدوات التي استعملت لارتكاب الجنحة، وتجدر الإشارة هنا إلى أن الإتلاف كان أمرا جوازيا في الأمر 57-66 المتعلق بالعلامات<sup>2</sup>. وبالرجوع إلى الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات نجد أن الإتلاف يعد أمرا إلزاميا نظرا لصياغة النص القانوني، حيث تقضي المادة 32 منه يتوقيع عقوبة الحبس والغرامة أو بإحدهما فقط مع إتلاف الأشياء محل المخافة<sup>3</sup>.

**ثانيا: منهج التشريعات التي تجعل الإتلاف تخييريا:** نأخذ على سبيل المثال المشرع الفرنسي الذي كان عكس ما جاء به المشرعين المصري والجزائري، وقد نص المشرع الفرنسي على الإتلاف من خلال قانون 31-12-1964 وكذلك في قانون الملكية الفكرية الحالي في المادة 716-14 الفقرة 3، ويلاحظ أن الحكم بإتلاف تلك الأشياء كلها أو بعضها، أمر متروك لسلطة المحكمة التقديرية إذ أن أمر الإتلاف جوازي وليس إلزامي<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> ناصر عبد الحليم السلامة، المرجع السابق، ص 401-402.

<sup>2</sup> أنظر المادة 35 من الأمر 57-66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية

<sup>3</sup> وليد كحول، الكاهنة زاوي، المرجع السابق، ص 283.

<sup>4</sup> وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص 349.

## الفرع الثالث

## الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة

يقصد بغلق المحل أو المؤسسة منع ممارسة النشاط الذي كان يمارس فيه قبل الحكم بالإغلاق<sup>1</sup>، وقد نص المشرع الجزائري على عقوبة تكميلية أخرى والتي تتمثل في الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة وتحديدًا في نص المادة 32 فقرة 2 وقرر " ... الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة"<sup>2</sup>. ويعتبر الغلق هنا إلزاميًا كما هو الحال بالنسبة للمصادرة والإتلاف نظرا لصياغة النص القانوني وعليه فإنه في حالة الحكم على المتهم بعقوبة جزائية، يقرر القاضي غلق المؤسسة التي استعملت لتنفيذ جنحة التقليد، لكن لم يبين المشرع الجزائري على خلاف نظيره الفرنسي مصير عمال المؤسسة بعد قرار الغلق سواء كان غلق مؤقتًا أو نهائيًا، كما يحدد المدة التي لا يمكن أن يتجاوزها الغلق المؤقت<sup>3</sup>.

هذه العقوبات الأصلية منها والتكميلية توقع على من أدين بجنحة التقليد أو التزوير باختلاف أنواعها، ويبقى التساؤل مطروح حول إمكانية المعقبة على الشروع في جنحة التقليد؟

وبالرجوع إلى قانون العقوبات نجده يعتبر الشروع في الجنحية كالجناية نفسها، ويعاقب عليها بنفس العقوبات في حين لا يعاقب على الشروع في الجنحة إلا بنص صريح في القانون<sup>4</sup>، وتكون العقوبة مثل عقوبة الجريمة التامة<sup>5</sup>، إلا أنه بالرجوع إلى الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات نجد أن المشرع لم ينص على جنحة التقليد بصريح العبارة، ولكنه أشار إلى ذلك في المادة 28 من الأمر 03-06 حيث قال " ويستعمل نفس الحق تجاه كل شخص

<sup>1</sup> وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص 357.

<sup>2</sup> راجع المادة 32 فقرة 2 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

<sup>3</sup> فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري، المرجع السابق، ص 283.

<sup>4</sup> راجع المادتين 30 و 31 فقرة 1 من قانون العقوبات الجزائري.

<sup>5</sup> أحسن أبو سقيعة، الوجيز في القانون الجزائري العام، مرجع سابق، ص 102.

إرتكب أو يرتكب أعمالاً لا توحى بأن تقليداً سيرتكب، وعليه فإن القانون يعطي الحق لصاحب العلامة في رفع دعوى قضائية ضد كل شخص قام بالشروع في تقليد علامته المسجلة وذلك بأي صورة من صور الاعتداء على حقه الإستثنائي المخول له عن التسجيل<sup>1</sup>.

### المطلب الثالث

#### " les mesures répression " الإجراءات القمعية

إذا كان قانون العقوبات يهدف إلى حماية القواعد التي يرى المشرع ضرورتها لحسن سير المجتمع كله بفرض الجزاءات الرادعة إذا تم مخالفة هذه القواعد، فإن أهمية الحاجة إليه تزداد وخاصة في الوقت الحاضر، في الوقت التي أدت الظروف الاقتصادية والسياسية والاجتماعية إلى ظهلا بعض الجرائم التي تضر المستهلك وبالذات في المواد الغذائية والمنتجات والعقاقير الطبية في أي مرحلة من مراحل الإنتاج وحتى الاستهلاك، كذلك تدخل الدولة بتشريعاتها من أجل ضمان سلامة المستهلك ولدرء المخاطر التي تهدده نتيجة استعماله هذه السلع، وتعدى تدخل الدول الحدودو الضرورية لضمان السلامة البدنية للمستهلك من مخاطر السلع والمنتجات الاستهلاكية إلى البحث عن السلامة المعنوية لهذا المستهلك، حيث فرضت قواعد تشريعية وتنظيمية مختلفة لتوفير أفضل الشروط التي تكفل للمستهلك سلامة رضاه وحرية إرادته بمنأى عن تلاعب بعض المنتجين أو الموزعين للسلع، وللحيلولة دون وقوع المستهلك ضحية التضليل أو الخداع. وأما هذا التدخل من الدول لحماية المستهلك الذي هو بالنتيجة جميع أفراد المجتمع كونهم حتماً سيكونون مستهلكين في سلع وبضائع، وعلى اعتبار أن المستهلك هو محل الحماية غير المباشرة في تجريم الاعتداء على العلامة التجارية<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> وليد كحول، الكاهنة زاوي، المرجع السابق، ص 284.

<sup>2</sup> ناصر عبد الحليم السلامة، المرجع السابق، ص 435-436.



وبالرجوع إلى المشرع الجزائري والذي نص في مادته 57 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بقولها " إذا رفض المتدخل المعني القيام بالإجراءات، فإذا كنا أمام منتج قابل للإستهلاك يوجه مجاناً حسب حالته إلى مركز ذي منفعة عامة أو يوجه للإتلاف إذا كان مقلداً أو غير صالح للإستهلاك يعلم وكيل الجمهورية بذلك فوراً<sup>1</sup>.

ومن هنا إذا قررت الإدارة المعنية إتلاف المنتجات فيتم ذلك من طرف المتدخل بحضور أعوان قمع الغش، وقد يتمثل الإتلاف أيضاً في تشويه طبيعة المنتج، وهذا وقد يتم في إطار القيام بالإجراءات القمعية والتحفظية وبموجب إقتراح يطرح على الوالي غلق المحل مكان مزاولته نشاطه، ولا يتم هذا الإجراء إلى بعد موافقته.

### المبحث الثالث

#### العقوبات الجزائية للعلامة التجارية

إن العقوبات في القانون الجنائي العام تعني الجزاء الذي يقرره القانون ويوقعه القاضي ويكون هذا الجزاء مناسباً مع الضرر الذي قد يحدثه الجاني، بحيث تهدف العقوبة إلى تحقيق مجموعة من الأغراض وهي الردع العام والردع الخاص، فيقصد بالأول إنذار كافة الناس بسوء عاقبة الإجرام حتى ينفروا منه، ويقصد بالثاني تأهيل المجرم وإصلاحه حتى يعود إلى المجتمع مواظناً صالحاً يساهم في نموه وتطوره، كما تهدف إلى تحقيق العدالة والتوازن بين أفراد المجتمع<sup>2</sup>. وتتعدد صور العقوبات وتتنوع فقد تكون سالبة للحياة (الإعدام) أو سالبة للحرية (الأشغال الشاقة أو السجن)، أو مقيدة لهذه الحرية (كالوضع تحت مراقبة الشرطة أو حظر الإقامة في أماكن معينة أو إرتياد أماكن معينة). فالعقوبة إما أن تمس بدنه كالحبس أو تمس ذمته المالية كالغرامة أو تكون ماسة بالشرف والاعتبار مثل حرمان المحكوم عليه بالإدلاء

<sup>1</sup> أنظر المادة 57 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

<sup>2</sup> عبد الله سليمان، المرجع السابق، ص 401 إلى 406.

بشهادته أمام القضاء، ونشر الأحكام الصادرة بالإدانة بالصحف أو غيرها من طرق النشر، وقد قسم الفقه هذه العقوبات إلى عدة أقسام لعل أهمها تقسيمها إلى عقوبات جنائيات وجنح ومخالفات وتقسيمها أيضا إلى عقوبات تكميلية والتي سبق ذكرها والتي تمثلت في الإجراءات التنفيذية، وعقوبات أصلية<sup>1</sup> والتي هي محل الدراسة في هذا المبحث، حيث سنعتمد في هذا التقسيم كالتالي في المطلب الأول سأتناول عقوبة الحبس ومن ثم المطلب الثاني إلى عقوبة الغرامة المالية.

## المطلب الأول

### عقوبة الحبس

يقصد بعقوبة الحبس إيداع المحكوم عليه إحدى المؤسسات العقابية المدة المقررة في الحكم وقد اختلفت مواقف التشريعات الخاصة بالعلامة التجارية في مقدار عقوبة الحبس الواجب فرضه على مرتكب أيا من جرائم الاعتداء على العلامة التجارية، وهذا الاختلاف يكون بحسب السياسة الجنائية للمشرع في كل دولة<sup>2</sup>.

- **موقف التشريعات:** لقد جاءت مواقف تشريعات العلامة التجارية متغايرة فيما بينها بالأخذ بعقوبة الحبس كجزاء لجرائم التعدي على العلامة التجارية، حيث ذهبت غالبية التشريعات إلى الأخذ بهذه العقوبة في حين أن بعض التشريعات لم تنص على عقوبة الحبس كجزاء على التعدي على العلامة التجارية، إضافة إلى أن التشريعات اختلفت فيما بينها في مدة الحبس كعقوبة أصلية في حالة الإعتداء على العلامة التجارية، واختلفت أيضا في إقتران هذه العقوبة بعقوبة الغرامة. فقد ذهب المشرع المصري في المادة 113 من قانون حماية الملكية الفكرية إلى

<sup>1</sup> العقوبة الأصلية " هي تلك التي يجوز الحكم بها دون أن تقترن بها أية عقوبة أخرى " أنظر المادة 4 من قانون العقوبات الجزائي رقم 66-156.

<sup>2</sup> الحبس " هو عقوبة مؤقتة سالبة الحرية تلزم المحكوم عليه أحيانا بالعمل (الحبس مع الشغل) خلال المدة المحكوم بها أو عليه، أو تعفيه من هذا الالتزام (الحبس البسيط) "، راجع أمانة صامت، مرجع سابق، ص 247.

النص على هذه العقوبة كعقوبة أصلية في حال ارتكاب أي شخص لأي صورة التعدي على العلامة التجارية، والتي حددتها المادة المذكورة، حيث جعل العقوبة بالحبس لمدة لا تقل عن شهرين وأقرن هذه العقوبة بعقوبة الغرامة التي لا تقل عن 5 آلاف جنيه ولا تزيد عن 20 ألف جنيه وكذلك اجاز المشرع المصري في ذات المادة للقاضي أن يحكم بهاتين العقوبتين<sup>1</sup>.

ويستفاد من المادة 113 من قانون حماية الملكية الفكرية المصري بأن المشرع قد حدد الحد الأدنى لعقوبة الحبس وهذا يستفاد من عبارة ( بالحبس مدة لا تقل عن شهرين)، في حين أن المشرع الفرنسي ذهب إلى عقاب كل من يعتدي على العلامة التجارية بالحبس مدة سنتين وبغرامة مقدارها مليون فرنك أو إحدى العقوبتين، وذلك في الفقرتين التاسعة والعاشر من المادة 716 من مجموعة قوانين الملكية الفكرية<sup>2</sup>، وبذلك فإن سياسة المشرع الفرنسي في توفير الحماية الجزائية للعلامة التجارية بالنظر إلى عقوبة مرتكب أي من أفعال التعدي على العلامة التجارية لم تختلف عن سياسة المشرع المصري وهذا يتضح من خلال إقراره بعقوبة الحبس مدة سنتين مقترنة بالغرامة والتي مقدارها مليون فرنك فرنسي، وكذلك منح المشرع الفرنسي سلطة تقديرية للمحكمة في تقدير العقوبة. أما المشرع الجزائري فقد ميّز بموجب القانون القديم 66-57 المتعلق بالعلامات بين أفعال التعدي على العلامة التجارية والمكونة من جرائم، إمتدّ هذا التمييز إلى حد إدراج عقوبات مختلفة بالنظر إلى فعل التعدي ذاته سواء تعلق الأمر بعقوبة الحبس أو الغرامة<sup>3</sup>.

ونظرا لأهمية الانتقادات العديدة التي وجهت لمدة عقوبة الحبس لعدم تواكبها وتناسقها مع جسامة الجريمة ولحد من ظاهرة التقليد التي أصبحت تمس الاقتصاد الوطني، ناهيك عن

<sup>1</sup> ناصر عبد الحليم السلامة، المرجع السابق، ص 389-390.

<sup>2</sup> Herve Pelletier et Jean Perfetti, Code Penal, Litec, 2004, Paris, P5821.

<sup>3</sup> نص القانون 66-57 المتعلق بالعلامات في المادة 28 على عدة جرائم وأفرد لها عقوبة موحدة وهي الحبس من 3 أشهر إلى 3 سنوات، بينما نصت المادة 29 من ذات الأمر على عقوبات أخرى ولكن مختلفة عن العقوبة الأولى من الأفعال الجرمية وحدد العقوبة بالحبس من شهر إلى سنة.

مصالح صاحب العلامة فقد تبلور الأمر في استحداث قانون جديد مسير إلى حد ما مع النمط الاقتصادي المنتج في البلاد وهو أمر 03-06 المتعلق بالعلامات، وبالرجوع إليه يستشف وحسب نص المادة 32 منه وأن المشرع يكون قد رفع من الحدين الأدنى والأقصى لعقوبة الحبس، فقد أقر أن كل شخص إرتكب جنحة التقليد من دون حصر للأفعال الجرمية لفعل التقليد - يعاقب بالحبس من (6) ستة أشهر إلى سنتين -.

وبذلك فإن المشرع الجزائري قد قام بتخفيض مدة العقوبة المقررة لجريمة التقليد إذ حدد أقصى عقوبة لها سنتين بدلا من (3) ثلاث سنوات<sup>1</sup>. وقد جاء موقف المشرع التونسي متغيرا مع تشريعات العلامة التجارية حيث أنه لم يرد في قانون العلامات التجارية التونسي رقم 36 لسنة 2001 بأن عقوبة الحبس كجزاء في حال الاعتداء على العلامة التجارية إلا في حالة واحدة وهي في حالة تكرار، حيث نصت المادة 53 من ذات القانون على أنه " في صورة العود بالنسبة إلى المخالفات النصوص عليها في الفصولين 51 و52 من هذا القانون يمكن الحكم بالسجن من شهر إلى ستة (6) أشهر وذلك بقطع للنظر عن الحكم بالخطيئة التي ترفع إلى الضعف"<sup>2</sup>.

#### - عقوبة تقليد العلامة التجارية عبر الأنترنت

تختلف العقوبة المقررة على تقليد العلامة التجارية في الواقع عن تلك العقوبة المقررة في تقليد العلامة التجارية عبر الأنترنت، حيث أن المشرع الجزائري نص في قانون العقوبات الحالي 04-15 المعدل والمتمم للأمر 66-156 سيما في الفصل الثالث من الباب الثالث من الكتاب الثالث منه والمتعلق بالجنايات والجنح وعقوباتها قد جرم الأفعال المؤدية إلى المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات والتي يمكن إدراجها تحت جريمة تقليد العلامة التجارية عبر الأنترنت واعتبرها جنحة، ولكن درج عقوبات تلك الجنح حسب خطورتها وجسامتها، فقد نص

<sup>1</sup> أنظر المادة 32 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

<sup>2</sup> أنظر الدكتور ناصر عبد الحليم السلامة، المرجع السابق، ص392.

في المادة 394 مكرر منه على أنه " يعاقب بالحبس من ثلاث (3) أشهر إلى سنة وبغرامة من 50.000 دج إلى 100.000 دج كل من يدخا أو يبقي عن طريق الغش في كل أو جزء من منظومة للمعالة الآلية للمعطيات أو يحاول ذلك".

وتضاعف العقوبة إذا ترتب على ذلك حذف أو تغيير لمعطيات المنظومة<sup>1</sup>. فإذا ما تبين القائم بالتقليد قد دخل للمنظومة الآلية للمعطيات في كلها أو جزئها وبطريقة الغش أو حاول ذلك أو بقي هناك دون أن يقوم بأي فعل جرمي آخر فإنه يعاقب وفقا للقانون بالحبس من ثلاث (3) أشهر إلى سنة، وبغرامة من 50.000 دج إلى 100.000 دج وتضاعف هذه العقوبة إذا عدل أو غير من تلك المعطيات وهنا يمكن القول وفقا للقواعد المتبعة في تقليد العلامة أن يقول من أن فعل التقليد قائم عند تعديل معطيات بالحذف لعلامة تجارية بطريقة الغش مملوكة للغير بغية تضليل المستهلك<sup>2</sup>. ولكن إذا كان التعديل التغير بالإضافة للعقوبة قد غيرها المشرع وفقا للمادة 394 مكرر 01 إلى الحبس من (6) أشهر إلى (3) ثلاث سنوات وبغرامة من 500.000 دج إلى 2.000.000 دج وكان التغيير دائما بطريقة الغش.

وإذا كان القائم بالتقليد أو آخرين لهم علاقة بالفعل الجرمي السابق لم يتوقفوا عند هذا من التقليد بل نشروا وقاموا بالاتجار في المعطيات المخزنة والتي ارتكب بصدها تقليد العلامة التجارية، فإنه يعاقب وفقا للمادة 394 مكرر 02 بالحبس من شهرين إلى (3) ثلاث سنوات وبغرامة من 1.000.000 دج إلى 5.000.000 دج كل من يقوم عمدا بذلك وعن طريق الغش، ويعاقب بالعقوبة ذاتها إذا كان هناك استعمالا للعلامة التجارية الموضوعة بطريقة الغش أو التقليد، وفقا لذات المادة فقرتها الثانية<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> أنظر المادة 394 مكرر من قانون العقوبات الجزائري رقم 66-156.

<sup>2</sup> وهيبة لعوارم بن أحد، المرجع السابق، ص 168-169.

<sup>3</sup> أنظر للمادة 394 مكرر 1 والمادة 394 مكرر 2 من قانون العقوبات الجزائري.

## المطلب الثاني

## عقوبة الغرامة المالية

عقوبة الغرامة من العقوبات المالية التي يراد بها إلزام المحكوم أن يدفع إلى الخزينة العامة المبلغ المعين في الحكم، والغرامة بوصفها عقوبة أصلية مباشرة في الجرح والمخالفات وتكون هي الغرامة الوحيدة للجريمة<sup>1</sup>.

نص المشرع الجزائري في المادة 32 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات كذلك مثلما فهل في عقوبة الحبس، فقد رفع من حدى الغرامة الأدنى والأقصى وقرر عى أن تكون من مليونين وخمسمائة ألف دينار (2.500.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج). وهذا على خلاف ما كان عليه الأمر السابق الذي كانت تتراوح فيه الغرامة من ألف دينار (1.000 دج) إلى عشرين الف دينار (20.000 دج)، حسب نوع الجريمة المرتكبة<sup>2</sup>.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن كل من عقوبة الحبس أو الغرامة المنصوص عليهما في المادة 32 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات تكون اختيارية، أي أن القاضي قد يوقع عقوبة الحبس أو الغرامة وقد يطبق كل من العقوبتين معا. وإذا ما قارنا بين هذه الأحكام مع ما كان منصوص عليه في التشريع السابق، نلاحظ أن المشرع قد قام بخفض مدة الحبس، ورفع مبلغ الغرامة وهذا ما جعل الموقف غريب وقابل للنقد<sup>3</sup>، إلا أننا نقول بأنه صحيح أن المشرع خفض من عقوبة الحبس ومن ينظر ذلك من الوهلة الأولى يقول أنه تساهل مع مرتكب جنحة التقليد،

<sup>1</sup> ناصر عبد الحليم السلامة، المرجع السابق، ص393.

<sup>2</sup> نصت المادة 28 من الأمر 66-57 على الغرامة المالية المعاقب بها في الأفعال المنصوص عليها من عشرة آلاف دينار (10.000 دج) إلى عشرين ألف (20.000 دج)، كما نصت المادة 29 من ذات الأمر على الغرامة المالية للأفعال الجرمية الأخرى والتي تتراوح ما بين ألف دينار (1.000 دج) إلى خمس عشرة ألف دينار (15.000 دج).

<sup>3</sup> فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص258.

إلا أنه عند الرجوع إلى مبلغ الغرامة التي فرضها والتي نلاحظ بأنها تضاعفت بشكر كبير جدا عما كانت عليه، نلمس من خلالها توجه المشرع إلى ردع مرتكبي جنحة التقليد ولعل كل ذلك يرسم السياسة التي انتهجها المشرع الجزائري عندما خفف قليلا من مدة الحبس وضاعف من مبلغ الغرامة، فهذا يجعلنا نقول بأن عقوبة الحبس لم تلق قبولا كبيرا لدى المشرع والذي يحبذ فرض غرامات مالية.

ونرى بأن رفع مبلغ الغرامة أفضل من رفع مدة الحبس لأن المقلد عند قيامه بتقليد العلامة المملوكة للغير يهدف إلى تحقيق ربح سريع على حساب الغير، ولذلك فالغرامة التي سيعاقب بها تردعه أكثر من عقوبة الحبس التي توقع عليه وبالتالي سيجد نفسه مهدد في حالة ما اكتشف أمره بخسائر كبيرة وخاصة أن المشرع الجزائري لم يعد يشترط في جنح التقليد توافر سوء النية لدى المقلد، مما سهل إدانة المقلد بجرم التقليد هذا بالإضافة إلى ما تلحقه ظاهرة التقليد من خسائر بالنسبة للاقتصاد الوطني بسبب إفشال عمليات الاستثمار وخاصة بالنسبة للأجانب<sup>1</sup>، كما نلاحظ من جهة أن الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات نص على أن الظروف المشددة والمخففة على خلاف ما كان منصوص عليه في الأمر 66-57 والمتعلق بعلامات المصنع والعلامة التجارية، وهذا يعني أن المشرع الجزائري ترك ذلك للسلطة التقديرية للقاضي وذلك بالرجوع إلى القواعد العامة، وهذا ما تنص عليه المادة 53 وما يليها من قانون العقوبات الجزائري<sup>2</sup>، وتجدر الإشارة إلى أن المشرع المصري قد حدد غرامة لا تقل عن 5 آلاف جنيه ولا تتجاوز 20 ألف جنيه، كما سلك المشرع المصري نفس مسلك نظيره المشرع الجزائري حيث استخدم نفس العبارة في المادة 113 من قانون حماية الملكية الفكرية المصري بقولها " ... أو بإحدى هاتين العقوبتين"<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> وليد كحول، الكاهنة زاوي، المرجع السابق، ص283.

<sup>2</sup> راجع المواد من 53 إلى 53 مكرر 8 من قانون العقوبات الجزائري.

<sup>3</sup> أمانة صامت، المرجع السابق، ص252.

## خلاصة الفصل الثاني

من خلال دراستنا لما سبق يتبين أن المشرع الجزائري أدرك خطورة جريمة الاعتداء على الحق في العلامة ومدى تأثيرها على حق مالكيها من جهة، وما تسببه من ضرر بالنسبة للمستهلك وللدولة بصفة عامة، وذلك من خلال تجريمه لكل الأفعال الماسة بالحقوق الاستثنائية لعلامة مسجلة وإدراجها تحت جنحة التقليد، وتعزيزا له لحماية العلامة وما يرتبط بها من مصالح، فقد اعتبر جنحة التقليد أو التزوير قائمة لتوافر الركن المادي فقط دون اشتراط توافر الركن المعنوي، فالقصد ليس شرطا لازما لإثبات وجود الجنحة وذلك نت أجل أن يتمكن مالك العلامة من اثبات التقليد بسهولة. ولتقوية الحماية المقررة فقد أخضع كذلك كل التصرفات التي تمس بحقوق مالك العلامة لنفس العقوبة وما خفض المشرع الجزائري من عقوبة الحبس ومضاعفته في عقوبة الغرامة، إلا لتتماشى تلك العقوبات مع جريمة التقليد على اعتبار أنها تؤثر على الدخل التجاري لصاحب العلامة، وتؤثر سلبا على الاقتصاد الوطني بالإضافة إلى خطورتها على المستهلك.



الخلاصة

### الخاتمة

إن الأهمية التي يتصف بها موضوع العلامات التجارية تقتضي التشدد في الحماية المتوفرة قانونا على المستوى الوطني، حيث تعتبر العلامة دليل مهم للمستهلك يمكنه من التعرف على مصدر المنتجات والخدمات وتمييزها، وبالتالي تسهيل العملية التسويقية على أنها معرضة لمخاطر التزوير والتقليد مما جعل الدول تسعى جاهدة إلى تبني نظام حمائي يكفل لها عدم التعدي على العلامة التجارية وذلك بإصدار نصوص قانونية وإبرام معاهدة دولية، والجزائر على غرار الدول نجد الحماية المقررة للعلامة التجارية من خلال الأمر 03-06 المؤرخ في 19 جويلية 2003 الذي ألغى الأمر السابق 66-57، حيث أن المشرع الجزائري كما ارتأينا في هذه المذكرة ألمّ فيما يخص الحماية القانونية للعلامة التجارية بوسيلتين من الحماية، فأقر على حماية مدنية من جهة، وهي تتمتع بها أي علامة تجارية سواء كانت مسجلة أو غير مسجلة وتتمثل في اعتراف المشرع للمالك بالحق في مباشرة دعوى المنافسة غير المشروعة، أما من جهة أخرى نص المشرع الجزائري على عدة أفعال تعد جناحا يعاقب عليها القانون متى تم الاعتداء على ملكية العلامة بالتزوير أو التقليد أو الاغتصاب أو استعمال علامة تجارية مملوكة للغير، فيجوز لصاحب العلامة أن يرفع دعوى جزائية أمام المحكمة المختصة، وفضلا عن ذلك يجوز للمحكمة في كل الأحوال باتخاذ إجراءات قانونية لمنع السلع والبضائع التي تحمل علامة مقلدة أو مزورة في الأسواق من جهة، وحماية المستهلك من جهة أخرى.

### 1- النتائج

1. أخذ المشرع الجزائري بالمفهوم الواسع للعلامة التجارية من خلال تحديد أشكالها وعناصرها على خلاف المشرع الفرنسي الذي أعطى لها تعريف في سنة 1991 .
2. يمكن لكل متضرر من جراء الاعتداء على علامة تجارية أن يطلب التعويض عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة، استنادا إلى القواعد العامة للمسؤولية المدنية، ولا محل للخلط

بين دعوى المنافسة غير المشروعة والضرر الذي أصاب المدعى، لكن هناك حالات لا يترتب عنها في جراء المنافسة غير المشروعة إلا الحكم بإزالة الوضع غير المشروع بالنسبة للمستقبل، إذا تكون هذه الحالة دعوى وقائية ولا يقتصر دورها في التعويض.

3. ذهبت كل التشريعات وخاصة التشريع إلى حسم مسألة تمنح العلامة التجارية الحماية الجزائية، حيث أوردت نصوص صريحة استوجبت أن تكون العلامة التجارية قد تم تسجيلها طبقا للقانون، أي أن الحماية الجزائية للعلامة تدور وجودا وعدما مع التسجيل، واشتراط ركن التسجيل لشمول هذه العلامة بالحماية الجزائية على خلاف الحماية المدنية التي توقع على العلامة المسجلة وغير المسجلة.

4. حماية العلامة التجارية لا تقتصر على صاحب الحق في ملكية العلامة التجارية وإنما تمتد لتشمل حق المستهلك في عدم استعمال العلامة فيما يؤدي إلى غشه وخداعه في مجال التعامل التجاري.

5. جمع المشرع الجزائري صور الاعتداء على العلامة التجارية تحت عنوان واحد وهو جرم تقليد العلامة.

6. السبب في تفشي ظاهرة تزوير وتقليد العلامة يعود إلى عدم تناسب العقوبات والغرامات مع الفوائد والأرباح التي قد يجنيها المتعدي على العلامة.

## 2- الاقتراحات

1. في إطار السعي للانضمام لمنظمة التجارة العالمية ومواكبة لما جاءت به بعض الاتفاقيات الدولية حين أجازت تسجيل العلامات الصوتية وعلامة الرائحة تقترح تعديل المادة 2 من الأمر 03-06 لتشمل تلك الأنواع من العلامات.

2. شمول العلامة التجارية المستعملة والغير المسجلة بالحماية القانونية عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة.

3. فسح المجال لصاحب العلامة التجارية للحصول على التعويضات وتوقيع العقوبات على المعتدين، باتخاذ إجراءات ردية في حق المعتدي.
  4. وضع قانون خاص بالمنافسة غير المشروعة.
  5. الرفع من قيمة الغرامات المقررة، وكذا العقوبات السالبة للحرية والإكراه البدني.
  6. ندعو المشرع الجزائري أن يتدخل بإضافة نص على المادة 32 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات يتضمن أنه "لا يجوز استبدال عقوبة الحبس بالغرامة"، لأننا نعتقد أنه حتى تكون عقوبة الحبس رادعة وبالتالي توفير الحماية للعلامة أن يضيف عبارة أو فقرة تتضمن عدم جواز استبدال عقوبة الحبس بالغرامة.
  7. لموضوع الحماية القانونية العلامات التجارية العديد من الجزئيات المهمة التي يجدر بالباحثين تناولها ودراستها فرديا وجماعيا مثل عقود الامتياز التجاري والترخيص التجاري، معايير شهرة العلامة التجارية المشهورة، الحماية القانونية للعلامة التجارية غير المسجلة.
- وبهذا الشكل أكون قد أنهيت هذا العمل المتواضع، أملا أن أكون قد ألقى الضوء ولو على جزء من الجوانب المتعلقة بموضوع الحماية القانونية للعلامة التجارية، من جرائم الاعتداء إلى جانب حماية المستهلك من تضليل وخداع ولاسيما من الجانب القضائي، على أنه يبقى موضوعا شاسعا يستحق المزيد من الدراسة لحصره في مسار قانوني دقيق، وأدعو الله الكريم أن يوفقني لما يحبه ويرضاه.

قائمة المصادر

والمراجع

القرآن الكريم

أولاً: النصوص القانونية

أ. القوانين

- 1 - القانون رقم 99-34 يتضمن قانون العلامات التجارية الأردني المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية رقم 4389، الصادرة بتاريخ 01 نوفمبر 1999.
- 2 - القانون رقم 02-82 يتعلق بحماية حقوق الملكية الفكرية المصري، الجريدة الرسمية عدد 22 مكرر، مؤرخة في 2002.
- 3 - القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية عدد 41 الصادرة في 27 يونيو 2004.
- 4 - القانون رقم 08-09 المؤرخ في 25 فيفري 2008، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، الجريدة الرسمية عدد 21، الصادرة في 23 أبريل 2008.
- 5 - القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية عدد 15، الصادرة في 08 مارس 2009.
- 6 - القانون رقم 09-04 المؤرخ في 05 أوت 2009، يتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها، الجريدة الرسمية العدد 47، الصادرة في 16 أوت 2009.

II. الأوامر

- 1 - الأمر رقم 66-57 المؤرخ في 19 مارس 1966 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، الجريدة الرسمية العدد 23، الصادرة في 22 مارس 1966.
- 2 - الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 08 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات الجزائري المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية عدد 49، الصادرة في 11 يونيو 1966.
- 3 - الأمر 73-62 المؤرخ في 21 نوفمبر 1973، المتعلق بإنشاء المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية، الجريدة الرسمية عدد 95، الصادرة في 27 نوفمبر 1973.
- 4 - الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المعدل والمتمم، المتضمن القانون التجاري الجزائري، الجريدة الرسمية عدد 101، الصادرة في 19 سبتمبر 1975
- 5 - الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني الجزائري المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية عدد 78، الصادرة في 30 سبتمبر 1975.
- 6 - الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية عدد 44، الصادرة في 23 يوليو 2003.
- 7 - الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية عدد 44، الصادرة في 20 يوليو 2003.

III. المراسيم

- 1 - المرسوم التنفيذي رقم 98-68 المؤرخ في 1998/02/21، المتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية و يحدد قانونه الأساسي، الجريدة الرسمية عدد 11 الصادرة في 01 مارس 1998.

2 - المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المؤرخ في 02 أوت 2005 الذي يحدد كفيات إيداع العلامات وتسجيلها، الجريدة الرسمية عدد 54، الصادرة في 07 أوت 2005.

**ثانيا: الكتب**

1- ابتسام القرام، المصطلحات القانونية في التشريع الجزائري، قصر الكتاب، البلية، الجزائر، 1998.

2 - أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائري العام، دار هومه للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2003.

3 - إدريس فاضلي، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، الطبعة 2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2013.

4 - آمنة صامت، الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية "دراسة مقارنة" الطبعة 1، دار الفكر الجامعي ريم للنشر والتوزيع، الاسكندرية، مصر، 2011.

5 - أنطوان الناشف، الإعلانات والعلامات التجارية بين القانون والإجتهد - دراسة تحليلية شاملة- القوانين، الاجتهادات، الدراسات-، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 1999.

6 - جوزيف نخلة سماحة، المزاحمة غير المشروعة، الطبعة 1، مؤسسة عز الدين للطباعة والنشر، بيروت، 1991.

7 - حمدي غالب الجعير، العلامات التجارية والجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها، الطبعة 01، منشورات الحلبي الحقوقية، 2012.

8 - زينة غانم عبد الجبار الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية - دراسة مقارنة-، الطبعة 01، الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2002،



- 9 - سامر محمود عبده الدالعة، مشكلات الحماية المدنية للعلامة التجارية الأجنبية غير المسجلة في القانون الأردني، جامعة البيت المفرق، الأردن، بدون سنة نشر.
- 10 - سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، الطبعة الرابعة، درا النهضة العربية، القاهرة، سنة 2003.
- 11 - سمير جميل حسين الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1988.
- 12 - صلاح زين الدين، العلامة التجارية وطنيا و دوليا، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006.
- 13 - صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية - براءة الاختراع، الرسوم الصناعية، النماذج الصناعية، العلامات التجارية، البيانات التجارية - الطبعة الثانية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، سنة 2010.
- 14 - عادل قورة، محاضرات في قانون العقوبات، القسم العام - الجريمة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992.
- 15 - عامر محمود الكسوان، التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية، الطبعة 1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- 16 - عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في مصادر الالتزام، الجزء 1، بيروت، 1973.
- 17 - عبد الفتاح بيومي حجازي، الملكية الصناعية في القانون المقارن، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر 2007.
- 18 - عبد الله حسين الخرشوم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.

- 19 - عبد الله سليمان، شرح قانون العقوبات الجزائري القسم العام، الجزء الأول - الجريمة- ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2002.
- 20 - علي علي سليمان، النظرية العامة للالتزام "مصادر الالتزام في القانون الجزائري"، الطبعة 03، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1993.
- 21 - عماد الدين محمود سويدات، الحماية المدنية للعلامة التجارية، الطبعة 1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
- 22 - فتوح عبد الله الشاذلي، المسؤولية الجنائية -أساس المسؤولية، المسؤول جنائيا، إمتناع المسؤولية، أثر المسؤولية- دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2001.
- 23 - فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، - الحقوق الفكرية -، ابن خلدون للنشر والتوزيع، وهران، الجزائر، 2006.
- 24 - محرز أحمد، القانون التجاري الجزائري، الجزء الأول، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998.
- 25 - محمد حسنين، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985.
- 26 - محمد سلمان الغريب، الاحتكار والمنافسة غير المشروعة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004.
- 27 - مصطفى كمال طه، القانون التجاري -الأعمال التجارية والمحل التجاري-، الطبعة 02، دار الجامعية الجديدة للنشر، 1996.
- 28 - نادية فوضيل، القانون التجاري الجزائري - الأعمال التجارية، التاجر، المحل التجاري - ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.

29 - ناصر عبد الحليم السلامة، الحماية الجزائرية للعلامات التجارية - دراسة تحليلية مقارنة وفقا لأحدث التشريعات العربية والأجنبية -، الطبعة 01، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008.

30 - نظام توفيق المجالي، شرح قانون العقوبات، - القسم العام -، الكتاب الأول، النظرية العامة للجريمة، دراسة تحليلية في أركان الجريمة، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 1998.

31 - وهيبة لعوارم بن أحمد، جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، الطبعة 01، مكتبة الوفاء القانونية، الاسكندرية، 2015.

**ثالثا: الرسائل الجامعية**

1 - إيناس مازن فتحي الجبارين، الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقا للقوانين الأردنية، رسالة ماجستير كلية الحقوق، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، 2010.

2 - السعيد غريب، الحماية القانونية للعلامات التجارية في القانون الدولي والقانون الوطني، مذكرة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، الجزائر، 2015.

3 - صالحة العمري، الحماية القانونية لحقوق الملكية الصناعية في الجزائر، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2007-2008.

4 - عائشة شابي، مروة بن سديرة، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2014.

5 - فطيمة كرو، الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة الماستر أكاديمي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، الجزائر، 2015.

6 - الكاهنة زاوي، المنافسة غير المشروعة في الملكية الصناعية في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2015.

7 - ميلود سلامي، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم الساسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012/2011.

8 - نعيمة علوش، العلامات في مجال المنافسة، مذكرة ماجستير في قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة بن عكنون، الجزائر 2001-2002.

**رابعا: المجلات القانونية**

1 - جمال وادي، العلامة التجارية في التشريع الجزائري - مقالة - ، مجلة دراسات قانونية، العدد 03، دار القبة للنشر والتوزيع، الوادي، الجزائر، 2002.

2 - صالحة العمري، ظبط أبعاد مصطلح دعوى المنافسة غير المشروعة في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى القانوني، العدد7، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2010.

3 - طعمة صفعك الشميري، أحكام المنافسة غير المشروعة في القانون الكويتي، مجلة الحقوق، العدد1، الكويت، 1995.

4 - فرحة زراوي صالح، علامات المصنع في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية الاقتصادية والسياسية، العدد 04، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1997.

5 - وليد كحول، الكاهنة زاوي، الحماية الجزائرية للعلامات في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى القانوني، العدد 6، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2009.

خامسا: الأحكام والقرارات

- 1 - حكم صادر من محكمة سطيف، القسم الجزائري، فرع الجنح، الحامل لرقم جدول 4325، رقم فهرس 585 والمؤرخ في 1998/02/04.
- 2 - حكم صادر عن محكمة الحراش، القسم التجاري، بتاريخ 1997/06/04.
- 3 - القرار الصادر من مجلس قضاة سطيف، الغرفة الجزائرية، رقم فهرس 931، رقم الجدول 899، مؤرخ في 1998/09/08.
- 4 - قرار صادر عن مجلس قضاء الجزائر، الغرفة التجارية، بتاريخ 1998/04/20.

سادسا: المراجع باللغة الفرنسية

1 - المصادر

- 1- Loi no 91-07 du janvier 1991, **Relative aux marque de fabrique de commerce ou de services**, JORF n°5 du 6 janvier 1991.
- 2- Loi no 92-597 du 1 juillet 1992, **la propriété intellectuelle de française**.

2 - الكتب

- 3 - Albert Chavanne et claudine salomon (**Marque de fabrique de commerce ou de service**), Encyclopédie, juridique, Dalloz, Paris, 2003.
- 4 - Mr Ali Haroun, **protection de la marque au Maghreb**, Office des Publications Universitaires, Alger, 1979.

ثامنا: المواقع الإلكترونية

- 1 - <http://www.m.ahewar.org/s.asp?aid=193761>

الفهرس

أ	مقدمة
ح	خطة البحث
8	مبحث تمهيدي: الأحكام العامة للعلامة التجارية
13	المطلب الأول: ماهية العلامة التجارية
13	الفرع الأول: مفهوم العلامة التجارية
20	الفرع الثاني: أهمية العلامة التجارية
21	الفرع الثالث: أنواع العلامة التجارية
26	المطلب الثاني: إختيار العلامة والإجراءات الواجب استكمالها
26	الفرع الأول: مراحل إختيار العلامة التجارية
31	الفرع الثاني: تصميم العلامة التجارية
33	الفرع الثالث: إجراءات تسجيل العلامة التجارية
45	خلاصة المبحث التمهيدي
47	الفصل الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية
48	المبحث الأول: أحكام دعوى المنافسة غير المشروعة
49	المطلب الأول: مفهوم المنافسة غير المشروعة
58	المطلب الثاني: الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة
69	المبحث الثاني: قيام دعوى المنافسة غير المشروعة
70	المطلب الأول: القضاء المختص للنظر في دعوى المنافسة غير المشروعة
72	المطلب الثاني: أصحاب الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة

75	المطلب الثالث: الإثبات في دعوى المنافسة غير المشروعة
77	المبحث الثالث: آثار دعوى المنافسة غير المشروعة
77	المطلب الأول: إزالة الفعل الضار (وقف الأعمال)
80	المطلب الثاني: الجزاء المدني
83	خلاصة الفصل الأول
85	الفصل الثاني : الحماية الجزائية للعلامة التجارية
86	المبحث الأول: الجرائم الواقعة على العلامة التجارية
87	المطلب الأول: جرائم الاعتداء على ذاتية العلامة التجارية
106	المطلب الثاني: جرائم الاعتداء على ملكية العلامة التجارية
115	المبحث الثاني: إجراءات لحماية العلامة التجارية
115	المطلب الأول: الإجراءات التحفظية
118	المطلب الثاني: الإجراءات التنفيذية
123	المطلب الثالث: الإجراءات القمعية
124	المبحث الثالث: العقوبات الجزائية للعلامة التجارية
125	المطلب الأول: عقوبة الحبس
129	المطلب الثاني: عقوبة الغرامة المالية
131	خلاصة الفصل الثاني
133	الخاتمة
137	قائمة المصادر والمراجع
146	الفهرس



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى معالجة موضوع الحماية القانونية للعلامة التجارية بشقيها المدني والجزائي وذلك في ظل التشريع الجزائري، والذي ينظم العلامة التجارية سواء الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات أو القانون 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، حيث يعتبر العلامة التجارية كحق من حقوق الملكية الصناعية ذات قيمة مالية ومعنوية كبيرة، إذ تعد إحدى الوسائل التي تميز كل منتج عن غيره وبالتالي تبعد المستهلك عن تضليل وتكسبه الثقة في المنتج ونظرا لهذه القيمة أضحت عرضة للإعتداء عليها لاسيما عن طريق التقليد الأمر الذي ألزم المشرع الجزائري أن يوفر لها الحماية القانونية اللازمة بتجريمه لهذه الأفعال وتقريره عقوبات رادعة ضد المعتدين للحد منها.

This study aims to address the issue of legal protection for the trademark of civil, both the criminal and in light of the Algerian legislation, which regulates the brand, whether Ordinance No. 03-06 relating to trademarks or 04-02 law, which defines the rules applicable to business practices, where is the brand as a right of industrial property rights with significant financial and moral value, as it is one of the means by which distinguishes each product from the other, and thus far the consumer mislead and gain confidence in the product and in view of this value has become vulnerable to attack them, especially through which committed the Algerian legislature to provide for tradition The legal protection necessary for criminalizing these acts and his deterrent penalties against offenders to reduce them.