



جامعة قاصدي مرياح - ورقلة -  
كلية الحقوق و العلوم السياسية  
قسم: الحقوق



مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ليسانس أكاديمي  
الميدان: الحقوق والعلوم السياسية  
الشعبة: حقوق  
التخصص: قانون خاص

ياسين رقي

إعداد الطالب:

بعنوان:

## حماية العلامة التجارية

نوقشت و أجزيت بتاريخ.....

أمام اللجنة المكونة من السادة:

الأستاذ: حسان طوايبة.....أستاذ مساعد " أ " جامعة قاصدي مرياح ورقلة رئيسا  
الأستاذ: عيسى زرقاط.....أستاذ مساعد " أ " جامعة قاصدي مرياح ورقلة مشرفا  
الأستاذ: نور الدين زرقون.....أستاذ مساعد " أ " جامعة قاصدي مرياح ورقلة مناقشا

السنة الجامعية: 2013/2012

# شكر وتقدير

يتوجب على الإقرار بالشكر الأول والأخير لله عز وجل الذي أعانني ووفقتي لإعداد هاته المذكرة .

أتقدم بعبارات الشكر والعرفان إلى أستاذي المشرف على هذا البحث الأستاذ زرقاط عيسى الذي كانت لتوجيهاته وارشاداته العلمية القيمة الفضل الكبير في إنجاز هذه المذكرة .

كما أتقدم بالشكر إلى كل من قدم لي يد المساعدة من قريب أو من بعيد في إنجاز هذا البحث المتواضع .

ولا يفوتني أن أتوجه بجزيل الشكر و الامتنان إلى كل الأساتذة الكرام في قسم الحقوق و الذين أكن لهم كل التقدير والاحترام .

رقي ياسين

# الإهداء

إلى من أوصاني بهما ربي برًا واحسانًا ... إلى والديا حفظهما الله وأطال في  
عمرهما ومتعهما بدوام الصحة و تمام العافية .

إلى كل أفراد عائلتي إخوتي ( مخلوف ، حمزة ، محمد ) وأختي الصغيرة (  
أية )، إلى كل الأصدقاء و الزملاء.

أهدي ثمرة جهدي

ياسين

## مقدمة:

تعد العلامة التجارية وسيلة الضمان والمستهلك في أن واحد فهي تمنع اختلاط منتجات بعينها عندما تحمل علامة موثوق بها وللحيلولة من ظهور سلع متشابهة، اتجه المنتجون إلى استخدام العلامة التجارية للتعريف بمنتجاتهم والسعي إلى الإتيان في الصنع كما أنها تلعب دورا مهما ضمن منظومة السياسة التسويقية والتي تتبعها الشركات سواء للترويج عن نفسها أو عن خدماتها منتجاتها مما يساهم بشكل أو بآخر في تنظيم دور الشركات صاحبة العلامة في تأثير على دوافع الشراء لزيائنها وتحقيق ميزة تنافسية عالية من خلال توظيف الأموال للحفاظ على الجودة والتحسين المستمر مما يضمن السمعة الحسنة والشهرة.

وقد حدد المشرع الجزائري أحكاما دقيقة بموجب الأمر 06/03 المؤرخ في 19 جمادى الأول عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003، الجريدة الرسمية العدد 44، المتعلق بعلامات التجارية، فيما يخص حق ملكية العلامة التجارية وإيداعها وتسجيلها ونشرها وتحويلها وبطلانها، كما نص على عقوبات تطبق على جنح مختلفة من بينها تقليد العلامة التجارية أو استعمالها عن طريق التدليس. ومن هنا فإن أهمية هذا البحث يكمن في الاهتمام الكبير للفقهاء والتشريعات ومناداتهم بضرورة توفير الحماية اللازمة لها ليس على الصعيد المحلي فقط بل وعلى الصعيد الدولي أيضا، فالمنتبع للاتفاقيات الدولية المتعلقة بموضوع عناصر الملكية التجارية والصناعية، يجد على الفور مدى الاهتمام الدولي بالعلامات التجارية من خلال اتفاقيات باريس ومدريد .

والمنهج الذي قمت باتباعه هو المنهج التحليلي العقلي أو الاستدلالي ، ذلك أن الاستدلال هو عبارة عن التسلسل المنطقي في الأفكار وينطلق الباحث في المعطيات الأولية وصولا إلى نتائج يستخلصها عن طريق التحليل العقلي ، فالمنهج المتبع راجع لطبيعة هذا الموضوع.

وعليه فإن الإشكالية التي نطرحها في موضوع بحثنا هي : ما مدى فاعلية الحماية المكرسة

قانوناً للعلامات التجارية ؟

وللإجابة عن هذه الإشكالية نطرح التساؤلات التالية:

- ما هي طرق حماية العلامات التجارية الوطنية والدولية ؟

- ما هي الجرائم الواقعة عليها ؟

وسنعالج هذا البحث في مبحثين : نتطرق في المبحث الأول إلى الحماية الوطنية للعلامة

التجارية، أما في المبحث الثاني نتطرق إلى الحماية الدولية للعلامة التجارية.

## المبحث الأول: الحماية الوطنية للعلامة التجارية .

تختلف حماية العلامة التجارية بحسب إذا كانت العلامة مودعة أم غير مودعة، فإذا كانت العلامة

غير مودعة لا يجوز لصاحبها أن يتمتع إلا بحماية المدنية، أو بتعبير آخر لا تتمتع بالحماية

الجنائية إلا إذا كانت مودعة وعلى ذلك يعاقب جزائيا الشخص الذي يعتدى على العلامة بأي وجه من

أوجه الاعتداء . لكن يجوز كذلك لصاحب العلامة المودعة في هذه الحالة رفع دعوى مدنية مبينة

على المنافسة غير المشروعة أو اغتصاب العلامة.

ونتطرق لكل حماية على حدى في المطلبين الآتيين:

المطلب الاول: الحماية المدنية للعلامة التجارية.

المطلب الثاني: الحماية الجنائية للعلامة التجارية.

## المطلب الاول: الحماية المدنية للعلامة التجارية.

إن العلامة التجارية هي الاكثر انتشارا واتصالا بالتجارة والاقتصاد مما جعلها تحتل مكانة هامة ومميزة بين حقوق الملكية الصناعية والتجارية بحيث اصبح لها قيمة اضافية تضاف المحل التجاري ذاته، الامر الذي استدعى توفير الحماية القانونية الملائمة مدنيا وجنائيا ، محليا ودوليا جراء التعدي على العلامة التجارية (1).

نصت المادة 20 من الامر 06-03 " يمكن الجهة القضائية المختصة إبطال تسجيل العلامة باثر رجعي من تاريخ الايداع وذلك بطلب من المصلحة المختصة أو من الغير عندما يتبين بأنه كان لا ينبغي تسجيل العلامة لسبب من الاسباب المذكورة في الفقرات 1 وإلى 9 من المادة 7 من هذا الأمر.

لا يمكن إقامة دعوى الابطال إذا اكتسبت العلامة صفة التمييز بعد تسجيلها، وتتقدم هذه الدعوى بخمس سنوات ابتداء من تاريخ تسجيل العلامة ويستثنى من هذا طلب التسجيل الذي تم بسوء النية ". (2) ويجوز لصاحب العلامة رفع دعوى مدنية أمام المحكمة لطلب لتعويض الضرر اللاحق بسبب تقليد العلامة.

" إذا اثبت صاحب العلامة أن تقليد قد ارتكب أو يرتكب ،فإن الجهة القضائية المختصة تقضي بالتعويضات المدنية، وتامر بوقف أعمال التقليد وتربط اجراء المتابعة بوضع كفالة تعويض مالك العلامة أو صاحب حق الاستثناء بالاستغلال... " (3)

---

1 -د/ عبد الله حسين الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، طبعة 01، دار وائل للنشر الاردن، 2005، صفحة 168.

2 -المادة 20 من الامر رقم 06-03 مؤرخ في 19 جمادى الاولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003، صفحة 25 .

3 -انظر المادة 29 من الأمر 06-03.

إذا كانت الدعوى المدنية مرفوعة بطريق التبعية للدعوى الجنائية أمام المحكمة الجنائية، ودفع المتهم بعدم ملكية المدعي المدني للعلامة، ففي هذه الحالة تفصل المحكمة الجنائية أيضا، وهذا تطبيقا لأصل من اصول الاجراءات ، وهو ان قاضي الدعوى هو قاضي الدفع. (1)

كذلك يجوز لصاحب العلامة التجارية رفع دعوى مدنية أمام المحكمة لطلب تعويض الضرر اللاحق به بسبب تقليد العلامة أو تشبيهها مثلا. إن هذه الدعوى مكفولة لصاحب العلامة غير المسجلة من جهة، ولصاحب العلامة المسجلة من جهة أخرى. (2) ونظرا لتطبيق الاحكام العامة المتعلقة بالمسؤولية المدنية، فلا تحتاج القضية المقدمة أمام قاضي القسم المدني إلى إثبات سوء نية المغتصب، فمن المتفق عليه اليوم أنه يجوز لضحية الاعتداء رفع دعوى المنافسة غير المشروعة لطلب تعويض الضرر اللاحق بها. (3)

حق أن الدعوى المؤسسة على تقليد العلامة، لا يجوز رفعها إلا من صاحب العلامة أو صاحب الترفيض ضد من قام بالتقليد، بينما إذا كان الامر يتعلق بدعوى مؤسسة على المنافسة غير المشروعة يجوز لكل من لحقه ضرر من جراء هذا التصرف أن يرفع هذه الدعوى. (4)

- 
- 1 -د/ محمد حسنين، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985، الصفحة 290.
  - 2 -د/ فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية، حقوق الملكية الصناعية والتجارية، حقوق الملكية الادبية والفنية، ابن خلدون لنشر والتوزيع، 2006، صفحة 255.
  - 3 -فرحة زراوي صالح، نفس المرجع، صفحة 256.
  - 4 -فرحة زراوي صالح، نفس المرجع، صفحة 256.



كما أننا نجد بأن قانون المنافسة غير المشروعة والاسرار التجارية الاردني رقم 15 لسنة 2000 اعتبر من قبيل اعمال المنافسة غير المشروعة تلك المتعلقة بعلامة تجارية مستعملة في الاردن سواء كانت مسجلة او غير مسجلة في المملكة مادامت تؤدي إلى تضليل الجمهور. وبالتالي فإن الإعتداء على علامة تجارية مسجلة أو غير مسجلة في المملكة يعطي الحق لصاحب هذه العلامة المطالبة بالتعويض استناداً لدعوى المنافسة غير المشروعة. (1)

يمارس صاحب العلامة التجارية غير المسجلة، الحماية المدنية للحق في علامته من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة، فهذه الأخيرة تُشكل وسيلة صاحب العلامة التجارية غير المسجلة في حماية علامته من تعد الغير. (2)

شروط دعوى المنافسة غير المشروعة هي ذات شروط دعوى المسؤولية عن العمل غير المشروع والتي تتمثل في الخطأ والضرر، وعلاقة السببية بين الخطأ والضرر، وسنبحث هذه الشروط تباعاً.

**الفرع الأول : الخطأ:** هو إخلال بواجب قانوني مقترن بادراك المخل لذلك الواجب. (3)

يتضح من هذا التعريف ان الخطأ يتكون من عنصرين: الاول موضوعي يتمثل في الاخلال بواجب قانوني والثاني شخصي يتمثل في توافر التمييز لدى المخل بهذا الواجب.

---

1 -د/ عبد الله حسين الخشروم ، المرجع السابق، ص 170.

2 -د/ صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية: براءات الاختراع- الرسوم الصناعية - النماذج الصناعية - العلامات التجارية - البيانات التجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2012، ص 386 .

3 -صلاح زين الدين، نفس المرجع، ص 386.

على ان الخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة معنى خاص يختلف عن معناه في دعوى المسؤولية عن العمل غير المشروع، فالتعريف على معنى الخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة يتطلب ان تكون هناك منافسة بين شخصين وان يرتكب احدهما خطأ في هذه المنافسة، ويتحقق الخطأ في عمل المنافس سواء لدى المنافس قصد الاضرار بالغير وسوء النية، أو كان غير عمدي مبعثه الالهام بحقيقة المنافس.

يقتضي لتوفر عنصر الخطأ، أن تكون هناك منافسة وان تكون هذه المنافسة غير مشروعة، والواقع أنه لا يوجد معيار محدد لاعتبار المنافسة غير مشروعة، إلا أن المنافسة غير مشروعة تكون عادة باستخدام وسائل منافية للعادات والتقاليد المتبعة في مهنة التجارة، فالعمل الذي يقوم به التاجر أو الصانع الذي يتنافى مع مبادئ الاستقامة وتقاليد الامانة المفروضة في التجارة وفي العلاقات التجارية يمكن اعتباره من أعمال المنافسة غير المشروعة، ولا يخفي أن مسألة اعتبار المنافسة فيما إذا كانت مشروعة أو غير مشروعة أو غير ذلك، أمر متروك للقاضي ويمكن اثبات الاعمال غير المشروعة بجميع وسائل الاثبات بما فيها شهادة الشهود والقرائن.

ومن الجدير بالملاحظة ان المشرع الاردني لم يضع معياراً عاماً يمكن أن يعتد به في تحديد معنى الخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة، الا اننا نجد تطبيقات له في القوانين الخاصة التي تنظم النشاط الاقتصادي على وجه الاجمال، من شأنه أن يلحق الضرر بالمتجر الذي ارتكب الخطأ بحقه وأدى إلى انصراف عملائه عنه. (1)

## الفرع الثاني: الضرر.

لا مجال لإقامة دعوى المنافسة غير المشروعة ما لم ينجم عن فعل التعدي على العلامة التجارية ضرر يصيب التاجر المنافس الذي وقع الاعتداء على علامته التجارية، إذ أن إقامة دعوى المنافسة غير المشروعة بدون تحقق الضرر يؤدي إلى ردها إذ لا دعوى بلا مصلحة. وهذا الضرر قد يكون مادياً يصيب التاجر في أمواله أو معنوياً يصيبه في سمعته وسمعة منتجاته. والضرر المادي هو ذلك الضرر الذي يصيب المضرور في ماله أي هو الضرر أو التلف الذي يصيب الأشياء والأموال المتعلقة بالمضرور وهذا الضرر المتعلق بالأشياء قد يؤدي إلى انعدام الفائدة والقيمة الاقتصادية التي تمثلها هذه الأشياء وإما مجرد انقاص هذه القيمة.

و يشترط في الضرر المادي ان يكون ناشئاً عن مصلحة مشروعة كتملك علامة تجارية او حتى استعمالها لفترة من الزمن كما يشترط ان يكون الضرر الواجب التعويض عنه محقق الوقوع اي ثابت على وجه اليقين سواء اكان الضرر حالاً بان يكون قد وقع بالفعل أو سيقع حتماً في المستقبل. كما يمكن ان يكون الضرر معنوياً لا يمس مصلحة مالية مباشرة للمتضرر وإنما يصيبه في معنوياته كالاعتداء على السمعة وخدش الشرف والحط من الكرامة . والتعويض عن الضرر المعنوي لا يهدف إلى جبر الضرر كما في التعويض عن الضرر المادي إذ يصيب تقدير الضرر المعنوي تقديراً مالياً مباشراً ولكن يمكن جبر الضرر بطريق غير مباشر من خلال اعطاء المضرور تعويضاً مالياً يحقق له قدراً من الرضا والسعادة والهدوء النفسي تخفف عنه المساس بسمعته وشهرته. (1)

1- د/ عبد الله حسين الخشروم، المرجع السابق، ص 189 .

والاعتداء على العلامة التجارية لتاجر يلحق بالضرورة ضرراً مادياً ومعنوياً في نفس الوقت، فواقعة الاعتداء على العلامة التجارية وان لم تلحق ضرراً مادياً مباشراً بمالك العلامة التجارية إلا أنها

تؤثر على سمعة المنتج او الخدمة التي يقدمها مالك العلامة التجارية وتؤثر مستقبلا في نظرة العميل لهذا المنتج او الخدمة وتحد من رغبته على التعامل معها مما سيؤثر حتما على تسويق ذلك المنتج أو تلك الخدمة وبالتالي يترجم الضرر المعنوي الى ضرر مادي ملموس، ويشترط كذلك في الضرر المعنوي ان يكون الضرر محقق الوقوع غير احتمالي.

ويقع عبء اثبات الضرر على عاتق المدعي طالب التعويض جراء التعدي على علامته التجارية ويمكن اثبات الضرر في دعوى المنافسة غير المشروعة جراء التعدي على علامة تجارية من خلال تحول العملاء عن منتجات المدعي الى منتجات نتيجة للوسائل غير المشروعة التي قام بها المدعي عليه.

### الفرع الثالث: العلاقة السببية بين الخطأ والضرر.

العلاقة السببية أو الرابطة السببية هي عنصر لازم لانعقاد المسؤولية المدنية وتحديد مداها أي لتحديد مدى التعويض الناجم عن هذه المسؤولية فلا يكفي لإلزام شخص ما بالتعويض أن يتوافر لنا الفعل والضرر في جانبه بل لابد أن يكون من شأن الفعل أن يؤدي إلى هذا الضرر، بمعنى أن يكون الضرر مترتبا على هذا الفعل . ولا تثير رابطة السببية أية مشكلة إذا كانت النتيجة النهائية للفعل قد تمت من خلال فعل المعتدي وحده ولكن المشكلة تثور إذا اجتمعت عدة أسباب ساهمت في تحقيق النتيجة كمشاركة فعل المضرور أو الغير في تحقيقها.

ولإقامة دعوى منافسة غير مشروعة جراء التعدي على علامة تجارية لا بد من توافر علاقة سببية بين فعل التعدي الذي ارتكبه أو تسبب به المعتدي عليها.

فإذا لم يكن بالإمكان إثبات هذه العلاقة السببية ما بين الخطأ والضرر فلا يمكن المطالبة بالتعويض عن الضرر الذي لحق بمالك العلامة التجارية كأن يكون الضرر الذي قد نشأ عن فعل منافسة مشروعة لأنه حتى المنافسة المشروعة تلحق ضرراً بالتجار المنافسين ولكنه ضرر متسامح به ولا يمكن المطالبة بتعويضه ، أو أن يكون الضرر الذي لحق بصاحب العلامة التجارية قد تأتى جراء فعل الغير وليس فعل المدعى عليه أو جراء خطأ مالك العلامة التجارية الشخصي<sup>(1)</sup>.

### المطلب الثاني: الحماية الجنائية للعلامة التجارية.

بين المشرع الأفعال التي تعتبر اعتداء - مباشر أو غير مباشر - على ملكية العلامة أو قيمتها، أي حدد جنحة التقليد بالمعنى الواسع لكلمة بالنظر إلى الاعتداءات التي يقوم بها الغير خرقاً للحقوق الاستثنائية المعترف بها لصالح صاحب العلامة المودعة، لكن لا تعد الأفعال السابقة لنشر تسجيل العلامة مخلة بحقوق صاحب العلامة، أما الأفعال اللاحقة فيمكن متابعتها في حالة تبليغ نسخة من تسجيل العلامة للمقلد المشتبه فيه، وكهذا تتطلب إجراءات المتابعة وجدود علامة مسجلة وصحيحة .

(2)

---

(1) د/ عبد الله حسين الخشروم ، المرجع السابق ، ص 191.

(2) د/ فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 256.

وعلى ذلك، نتناول فيما يلي انواع الاعتداء على العلامة والجزاءات المحددة قانونا مع بيان الاجراءات التحفظية التي يجوز اتخاذها.

### الفرع الأول: الاعتداء على العلامة.

يمكن ان يكتسي الاعتداء على العلامة اشكالا مختلفة، البعض منها يتمثل في الاعتداء على الحق في العلامة ( atteinte au droit à la marque ) وهو الاعتداء مباشرة لأنه يسمى موضوع الحماية القانونية ومثال ذلك التقليد، أي استعمال رموز مطابقة أو مشابهة للعلامة المسجلة والبعض الاخر يتمثل في اعتداء على قيمة العلامة ( atteinte à la valeur de la marque ) وهو اعتداء غير مباشر، ومثال ذلك تصرف التاجر الذي يضع على منتجاته علامة مشهورة هي ملك للغير.<sup>(1)</sup>

وعلى ذلك يعاقب مرتكبي الافعال الاتية : تقليد العلامة أو تشبيهها، استعمال علامة مقلدة أو مشبهة، اغتصاب علامة مملوكة للغير، بيع منتجات عليها علامة مقلدة أو مشبهة، عرض هذه المنتجات للبيع وعدم وضع علامة الزامية على المنتجات أو تقديم خدمات لا تحمل علامة.

كما يمكن متابعة الأشخاص الذين يضعون على منتوجاتهم أو خدماتهم علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها، وتعد هذه الجنح تلك التي كان منصوصا عليه في التشريع الفرنسي القديم والتي احتفظ بها حين تدوين قانون الملكية الفكرية الجديد الذي عرف مؤخرا تعديلات قصد النص على عقوبات أكثر صرامة، ولعل الجنحة الأكثر انتشارا في الجزائر في وقتنا الحالي هي نقل علامة الغير دون تقليدها تماما وجعل صورة مشابهة من شأنها خداع الجمهور.

**أولاً : جنحة تقليد العلامة أو تشبيها :** كل شخص ارتكب جنحة تقليد ،يعاقب بالحبس من ستة

(06) أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين إلى خمسمائة ألف دينار ( 2.500.000 دج) إلى عشرة

ملايين دينار (10.000.000 دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط". (1)

تحدث هذه الجنحة متى قام مرتكبها بتغيير الحقيقة في العلامة التجارية المعتمد عليها وضع

علامة مشابهة أو قريبة الشبه من العلامة المسجلة، وهو ما اصطلح على تسميته بالتقليد الذي يتم

عن طريق التغيير أو الإضافة أو التعديل في شكل العلامة أو مضمونها .

ويشترط بالطبع لقيام هذه الجنحة أن يؤدي التقليد أو التشبيه الواقع على العلامة التجارية المسجلة إلى

غش الجمهور وخداعهم حتى ولو كان حدوث ذلك أمداً محتمل الوقوع .

إن ظاهرة التقليد انتشرت، ولا يمكن مكافحتها بصورة فعالة إلا بالنص على عقوبات أكثر شدة

ومنح الهيئة المكلفة بالمراقبة الوسائل المادية والبشرية الملائمة. (2)

**1-جنحة العلامة :** لم يكن المشرع الجزائري يحدد في ظل الامر 66-57 مفهوم التقليد ،لكن من

المعلوم أن التقليد هو اصطناع علامة مطابقة تطابقاً تاماً للعلامة الأصلية . (3) أو " صنع علامة

تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية، بحيث يمكن للعلامة الجديدة ان تظلل المستهلك وتجذبه اليها ظناً

منه انها العلامة الأصلية، أما التشبيه فهو اصطناع علامة متشابهة بصفة تقريبية للعلامة الاصلية

من أجل خداع المستهلكين ". (4)

---

1 -انظر المادة 32 من الامر 03-06.

2 -د/ فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص258.

3 - د/ مصطفى كمال طه، القانون التجاري: الأعمال التجارية ، التاجر، الشركات التجارية ، الملكية الصناعية والتجارية ،  
الدار الجامعي للطباعة والنشر ، بيروت 1982.

4 -د/ فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 260.

تأسيسا على هذا تكون جنحة التقليد للاصطناع المادي للعلامة الأصلية بصرف النظر عن استعمالها.  
- إن جنحة التقليد تكتشف عادة بسبب استعمال العلامة وتعتبر الجنحة مرتكبة اعتبارا من تاريخ نقل العلامة الأصلية وينجم عن ذلك أن عملية الايداع تكفي في حد ذاتها لإثبات وجود التقليد طالما يكون الايداع متعلق بعلامة هي في الحقيقة نقل لعلامة الغير.

إن النقل عنصر كان لبيان وجود التقليد ولا يهم إذا كانت هذه العلامة قد استعملت فعلا أم لا، كما لا يهم إذا كانت قد استعملت كعلامة، أو بالعكس كاسم تجاري أو شعار، أو إذا كان وضعت بالفعل على المنتجات، إن الحياة العملية سمحت في مجال العطور بإظهار "لوائح المطابقة" لتجني الخطر القانوني.

يتعلق الأمر في صنع عطرو لبيعها تحت تسمية عادية أو تحت رقم مع بيان في لائحة العلامات المشهورة التي تقابلها، وبالرغم أن بعض المحاكم الفرنسية اعتبرت أن هذا التصرف يكون جنحة "استعمال علامة" يجب بالعكس وصفه "كجنحة تقليد علامة" حيث لا يشترط لارتكاب هذه الاخيرة وضع للعلامة على المنتجات.

هذا وتعتبر جنحة التقليد قليلة الانتشار في عالم التجارة، إذا يفضل التاجر أو الصانع المنافس استعمال علامة تشابه العلامة الاصلية المشهورة لكن دون تقليدها بصورة مطلقة. لذا تعد جنحة تشبيه علامة وجنحة استعمال علامة مشبهة علامتين منتشرتين.

كما يجب أن نشير إلى أن تقليد العلامة يعاقب جزائيا في حد ذاته، اي يكفي لوجود الجنحة اثبات ان الفعل يتمثل في اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الاصلية. فلا يشترط توافر العنصر المعنوي، فالعنصر المادي كاف وهكذا ليس القصد شرطا لازما لإثبات وجود الجنحة أي لا



يفرض البحث عن نية مرتكب الفعل الضار، جنحة كانت أو سيئة، ولا تتضمن الاحكام القانونية عبارة "التدليس" أو "القصد" بالنسبة بجنحة التقليد.

كما يعتبر مكونا لجريمة التزوير والتقليد إذا ما تم تقليد العلامة أو تزويرها فعلا، ولو لم تستخدم أو توضع على المنتجات لاختلاطها مع البضائع والمنتجات التي توضع عليها العلامة الحقيقية، فلا يشترط لتوافر اركان الجريمة أن يقع الخلط أو اللبس فعلا بين جمهور المستهلكين، كما لا يشترط سوء نية مرتكب لتزوير والتقليد. (1)

لكن نص المشرع الجزائري شأن الجنح الاخرى على وجوب توافر عنصر القصد نظرا لاستعماله العبارة "تعمدوا" (2)

وعلى كل يلاحظ أن المحاكم الجزائرية تقدر التقليد بالنظر إلى التشابه الاجمالي أي العناصر الجوهرية المميزة للعلامة المحمية أكثر من الفروق الجزئية أو الطفيفة التي لا يستطيع المستهلك تحديدها وللتذكير فإن تسمية (BANITA) الممنوحة للعطر معين اعتبرت تقليدا للتسمية (HABANITA)، كما اعتبر تقليدا كل استعمال قنينات أي زجاجات لها نفس الشكل. (3)

---

1- د/ فايز نعيم رضوان، مبادئ القانون التجاري: طبقا لأحكام قانون التجارة الجديد رقم 17 لسنة 1999، ط 02، دار النهضة العربية القاهرة، سنة 2000-2001، ص 434.

2 - د/ فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 261 .

3 - د/ فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 262.

أما المحاكم الفرنسية، فهي تعاقب التقليد الشامل لعلامة ما بذاته حتى إذا لم يعرض المستهلك للخلط بين العلامتين الاصلية وغير الاصلية، ويعاقب التقليد المستهلك الجزئي شريطة أن يكون الجزء المقلد مميزا ومحميا، اعتبر كذلك تقليدا حذف عنصر من العلامة الاصلية المركبة إذا كانت العناصر السابقة هي العناصر الجوهرية والمميزة للعلامة الاصلية. (1)

غير أن القضاء الفرنسي كان قد استبعد جنحة التقليد كلما كان العنصر المقلد المأخوذ من علامة مركبة قد فقد فرديته وطابعه المميز نظرا لاندماجه في مجموع ما، لكن يعتبر تقليداً إضافة ببيانات مبتذلة، نوعية أو نعتية، تبعا لهذا يكون جنحة التقليد كل تصرفات يتمثل في أخذ علامة الغير ولو أضيف اليها الاسم لشخص التاجر لان هذه العملية لهدف قبل كل شيء إلى خداع الجمهور.

## 2- جنحة تشبيه العلامة: يعد مرتكب لجنحة التشبيه التدلّيس لعلامة ما كل من اصطنع علامة

مشابهة بصورة تقريبية للعلامة الاصلية، وعلى هذا الاساس تختلف هذه الجنحة عن جنحة التقليد لكونها نفترض وجود عنصرين: العنصر المادي الذي يركز على تشبيه ذي طابع جوهري من شأنه أن يؤدي بالجمهور الى الخلط بين العلامتين، والعنصر المعنوي إذا يجب ان يكون مرتكب الفعل قد قام بالتشبيه عن قصد ليخدع المستهلك والقاضي يأخذ بعين الاعتبار التشبيهات الإجمالية وليست التمييزات الجزئية أي يؤسس قراره على التشبيهات التي من شأنها أن تؤدي بالمشتري العادي إلى الخلط بصفة إجمالية بين العلامتين. ولا تكون الجنحة موجودة إلا إذا كان هذا الاختلاط ممكنا.

---

1 -د/ فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 262 .

والجدير بالذكر ان المشرع الجزائري نص بوضوح على انه يجب أن تكون التشبيه من شأنه أن يخدع المشتري. ويتبين استعمال العبارة " من شأنه" أنه لا يشترط أن يكون الاختلاط قد وقع فعلا

ولقضاة الموضوع سلطة مطلقة في تقدير الوقائع، ومن ثم اعتبر قضاة محكمة الجزائر أنه يوجد احتمال خلط بين " SINGER " وعلامة " CLINCIERE"، بينما قرر المجلس القضائي عكس ذلك أي انه لا يمكن للمشتري المحتمل ان ينخدع بالظواهر، كما أن التسمية " Rêve " للتسمية " Ranage " وعلى خلاف ذلك اعتبر أنه يوجد تدليس وإمكانيات الاختلاط تبقى قليلة في ميدان الأدوية لأن المستهلك لا يستعمل مبدئياً إلا بناء على إرشادات الطبيب الذي يخطط بينها.

- نشير ان القضاء الاردني حكم أنه " لا مجال للقول بان القول بأن اي القول بأن أي

تشابه

على فرض وجوده بين العلامة Ruscid والعلامة Rulid يؤدي إلى غش الجمهور المستهلك للدواء، لتعلق العلامتين بدواء للاستعمال البشري وإن استعمال محصور بين الطبيب الذي يكتب الوصفة الطبية، والصيدلي الذي يصرّفها والمريض" (1) والأول والثاني من اهل الاختصاص.

- وصفوة الكلام ان التشبيه يحدد بحسب الصفات الإجمالية للعلامة وبحسب المستهلك العادي أو ذي الثقافة البسيطة أو الأمي ، فضلا عن ذلك لا يجد المشتري أمامه يوم عملية الشراء العلامتين لمقارنتهما، ولقد سبق القول بأن التقليد الجزئي يعاقب عليه شريطة أن تكون الجزء المقلد مميزاً أو محمياً لذا يجد التساؤل فيما إذا كان التشبيه الجزئي ممنوعاً، يقضي المنطق بمنعه إذا كان هذا الجزء يشكل العنصر الجوهري للعلامة الاصلية، وعلى غرار التقليد، فإن حذف عنصر يمنع من وجود الجنحة إذا كان

---

1- د/ صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص 408.

مرتكب الفعل قد احتفظ بالعناصر الجوهرية للعلامة الأصلية، كما يجب تطبيق نفس القاعدة في حالة إضافة عنصر". (1)

وكما سلف القول يجب يكون التشبيه التدليس ، على خلاف جنحة التقليد مبنيا على سوء نية المعني بالأمر الذي يهدف قبل شيء إلى خداع الجمهور ، ولهذا يتمتع قضاة الموضوع سلطة تقديرية واسعة في البحث عن " القصد التدليسي " وإن عدم إثبات عنصر القصد التدليسي لا يسمح بمتابعة القائم بالعمل أمام محكمة الجنح ، بينما يختلف الأمر في حالة رفع دعوى مدنية إذا يمكن الحكم عليه من حيث المسؤولية المدنية ، يلقي في هذه الحالة أن يثبت صاحب العلامة الاصلية أن تشبيه العلامة يسبب في ذهن المستهلك خطأً بين العلامتين، ولأنه تشبيه غير مباح، يجوز المدعي رفع دعوى اغتصاب العلامة . Action en usurpation de marque .

**جنحة استعمال علامة مقلدة أو مشبهة:** يعاقب المشرع كل الذين يستعملون علامة مقلدة أي " يعد التقليد جريمة يعاقب عليها العقوبات المحددة في المواد 27 الى 33 ادناه " (2)، من نفس الامر 06-03، ومن ثم " يجب أن تتوافر الجنحة على عنصر مادي هو ضرورة وجود تقليد مسبق، ولا يهم كان القائم بتقليد العلامة يختلف عن القائم ب استعمالها، وإذا تعد جنحتين متميزتين لهذا، اعتبر ان جنحة الاستعمال (Le délit d' usage) لا يقع بمجرد وضع العلامة ... لأن كلا من هذين الفعلين جنحة مستقلة" (3) ولا شك أن الاستعمال يعاقب عليه مهما كان ومثال ذلك استعمال علامة مقلدة كعنوان للمتجر أو لكاسم تجاري.

---

1 -د/ فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص269.

2 -انظر المادة 26 من الامر 06-03.

3 -د/ فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 270.

ويجب إعادة ذكر أن جنحة استعمال علامة مقلدة تستلزم عنصر القصد، تبعاً لهذا لا يسمح

للمقلد أن يتمسك بحسن نيته، فهو يخضع للعقوبة المنصوص عليها قانوناً.

أما جنحة استعمال علامة مشبهة، فيجب بالعكس ان يتوافر فيها العنصران المادي أي يشترط وجود علامة مشبهة من شأنها خداع المستهلك، ولا تهم طريقة استعمال العلامة، وهكذا إذا كانت جنحة استعمال علامة مقلدة لا تستلزم عنصر القصد فالأمر يختلف بالنسبة لجنحة استعمال علامة مشبهة حيث يعاقب عليها جنائياً إلا إذا أثبت القصد التدليسي.

### ثانياً: جنحة اغتصاب علامة مملوكة للغير ووضع علامة هي ملك الغير:

" وتتم هذه الجريمة بقيام شخص بوضع علامة تجارية مسجلة مملوكة للغير على منتجات لم تخصص لها كما هو الحال عندما يتم نزع العلامة التجارية الحقيقية وتوضع على منتجات أو بضائع مماثلة للمنتجات أو البضائع المخصصة لها لا يهام جمهور المستهلكين بأنها المنتجات أو البضائع التي تميزها العلامة الحقيقية". (1)

- يعاقب جزائياً الأشخاص الذين يضعون على منتجاتهم أو على الأشياء التابعة لتجارتهم علامة هي في ملك غيرهم، ليست هذه العملية تقليد علامة الغير بل هي وضع علامة أصلية على منتجات غير صادرة عن صاحب تلك العلامة الأصلية وعلى ذلك تستوجب هذه الجنحة عنصر مادياً وعنصر معنوياً فالأول ينجم إما عن وضع المنتجات في زجاجات أو علب تحمل تلك العلامة الأصلية عليها، فلا يتوجب على المدعي أو على النيابة العامة إثبات أن مرتكب الفعل كان يهدف من وراء هذا التصرف الاستفادة من المزايا المتعلقة بالعلامة الأصلية.

---

1- د/ فايز نعيم رضوان، المرجع السابق، ص 435 .

- يعاقب جزائياً الأشخاص الذين يبيعون أو يعرضون للبيع منتجات ملبسة بعلامات مقلدة أو مشبهة حتى عند عدم عرضها 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 عليها جنائياً. (1)

لكن يشترط لقيام الجنحة توافر سوء القصد في العمليتين أي إرادة المعني بالأمر في خداع المشتري.

### الجنح الأخرى غير التقليد:

إلى جانب الجنح السابق دراستها والرامية إلى حماية حقوق مالك العلامة الأصلية المسجلة،

اهتم المشرع بجنح أخرى خاضعة لعقوبات أقل صرامة، وهكذا ينبغي التذكير بأن علامة السلعة أو

الخدمة تعد إلزامية بالنسبة لكل سلعة أو خدمة ثم تقديمها أو بيعها أو عرضها للبيع عبر كافة أنحاء

التراب الوطني، وهاته الأحكام مرة والمنطقي إخضاع كل من قام بفرقتها لعقوبة جزائية.

هذا ما جاء به المشرع في المادة 33 من أمر 03-06 : " يعاقب بالحبس من شهر إلى سنة وبغرامة

من خمسمائة ألف دينار ( 500.000 دج) إلى مليوني دينار ( 2.000.000 دج) أو بإحدى هاتين

العقوبتين فقط. الأشخاص

1-الذين خالفوا أحكام المادة 3 من هذا الأمر بعدم وضع علامة على سلعهم أو خدماتهم أو الذين

تعمدوا بيع أو عرضوا للبيع سلعة أو أقدموا خدمات لا تحمل علامة " . وعلى غرار الجنح السابقة

تفرض هذه الجنحة توافر العنصر المادي، أي وجود منتجات لا تحمل علامة أو بيعها أو عرضها

للبيع ، ولكنها

---

1- د/ فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 272.

تتطلب كذلك توافر العنصر المعنوي ، أي سوء النية نظرًا لاستعمال العبارة " عمدوا " في النص

القانوني، ويتمتع القضاة الموضوع بسلطة واسعة في تقدير الوقائع. (1)

كما يعاقب بنفس العقوبة المذكورة أعلاه الأشخاص الذين وضعوا على سلعهم أو خدماتهم علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها ، ويعاقب هذا التصرف لكونه يكاد يسبب ضرراً للمستهلك نتيجة ترويج منتجات دون بيان صاحبها أو مصدرها .

وهذا ما يسمح بالقول أن الجرح المنصوص عليها في المادة 33 من الأمر رقم 03-06 تختلف من تلك السالف دراستها لأنها تهدف إلى حماية المستهلك أكثر من حماية صاحب العلامة .

### الفرع الثاني : الإجراءات التحفظية والجزاء المتعلقة بالاعتداء على ملكية العلامة .

إن عناية المشرع بشأن حماية حق مالك العلامة التجارية تعد عناية خاصة حيث لم يقتصر على منح المعني بالأمر حق رفع دعوى مدنية أو جنائية بل نص كذلك على إجراءات تحفظية يجوز له اتخاذها قبل رفع دعوى التقليد ليتمكن من إثبات هذا الفعل ، وفيما يخص الجزاءات المتعلقة بالاعتداء على ملكية العلامة فالمشرع نص عليها عقوبات مختلفة .

#### 1- الإجراءات التحفظية : لقد تطرق المشرع المصري إلى إجراءات التحفظية المتعلقة

بالاعتداء على ملكية العلامة على انه " لرئيس المحكمة المختصة بأصل نزاع بناء على طلب كل ذي شأن، وبمقتضى أمر يصدر على عريضة أن يأمر بإجراء أو أكثر من الإجراءات التحفظية المناسبة وعلى وجه الخصوص :

---

1 -د/ فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 273.

1- إثبات واقعة الاعتداء على الحق محل الحماية .

2- إجراء حصر وصف تفصيلي للآلات والأدوات التي تستخدم في ارتكاب الجريمة... مما تكون قد وضعت عليها العلامة أو البيان موضوع الجريمة.

3- توقيع الحجز على الأشياء المذكورة، ولرئيس المحكمة في جميع الأحوال أن يأمر بندب خبير أو أكثر لمعاونة المحضر المكلف بالتنفيذ وأن يفرض على الطلب إيداع كفالة مناسبة " . (1)

نفس الشيء تقريبا تطرق إليه المشرع الجزائري بهذا الشأن حيث تنص المادة 34 من قانون العلامات " يمكن مالك العلامة، بموجب أمر من رئيس المحكمة، الاستعانة عند الاقتضاء بخبير للقيام بوصف دقيق للسلع التي يزعم أن وضع العلامة عليها قد ألحق به ضررا وذلك بالحجز أو بدونه.

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

عندما يتأكد الحجز، يمكن أن يأمر القاضي المدعي بدفع الكفالة " .

" ولا يمكن الحجز في إجراء وصف مفصل للآلات أو المنتجات التي تنطبق عليها التقليد،

غير أنه لا يمكن اتخاذ هذا الإجراء إلا إذا اثبت الطالب نشر تسجيل العلامة أو قام بتبليغ نسخة من

تسجيل العلامة للمقلد، وفيما يخص حجز الأشياء المقلدة. فإنه يجوز للمحكمة أن تأمر به بناء على

طلب المدعي ويجوز لها في هذه الحالة أن تلزمه بدفع الكفالة. ويجب تحت طائلة البطلان أن تسلم

لأصحاب الأشياء الموصوفة في حالة الحجز الوصفي Le saisie descriptive أو التي تم حجزها

في حالة

---

1- د/ مصطفى كمال طه ووائل انور بندق، اصول القانون التجاري، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، سنة 2006، ص

الحجز العيني La saisie réelle، نسخة من أمر رئيس المحكمة، مرفوقة عند الاقتضاء بنسخة من

العقد المثبت لإيداع الكفالة " . (1)



وأخيراً يتوجب على صاحب الالتماس الالتجاء إلى السلطة القضائية بالطريق المدني أو بالطريق الجنحي في مهلة شهر وإلا أصبح الوصف أو الحجز باطلا بقوة القانون وذلك مع عدم الإخلال بما قد يطلب من تعويض.

## 2 الجزاءات المتعلقة بالاعتداء على العلامة:

ينص المشرع الجزائري على عقوبات مختلفة في حالة الاعتداء على العلامة التجارية ويمكن تقسيمها إلى: عقوبات جزائية وعقوبات مدنية ، عقوبات ذات طابع خاص .

أ -**العقوبات الجزائية:** وفقا للمادة 28 من الأمر 03-06 " لصاحب تسجيل العلامة الحق في رفع دعوى قضائية ضد كل شخص ارتكب أو يرتكب تقليداً للعلامة المسجلة ويستعمل نفس الحق تجاه كل شخص ارتكب أو يرتكب أعمالا توهي بان تقليدا سيرتكب".

وفي هذه الحالة تطبق على مرتكب الفعل عقوبة الغرامة وبالحبس أو بإحدى هاتين العقوبتين، كما يجوز في حالة العود مضاعفة العقوبات المحددة قانونا.

---

1 -د/ فرحة زواري صالح، المرجع السابق، ص 275.

أ -**العقوبات المدنية:**

يجوز للقاضي أن يأمر بوقف التقليد أو التشبيه أو الجنحة من الجنح الأخرى ووضع حد لاستعمال العلامة ، " ولهذا تتضمن الأحكام القضائية في غالبية الأحوال تهديدًا ماليًا ليحترم المحكوم عليه الالتزام الذي تقرره ويهدف هذا التهديد قبل كل شيء إلى منع إعادة ارتكاب الجنحة في المستقبل، وهكذا يحكم القاضي بمنع استعمال العلامة أو الامتناع عن التصرفات الإجرامية كما يجوز له الحكم بإبطال كيفية كتابة الاسم الذي يكون العلامة أو التعبئة الخاصة بالمنتجات ،ويحكم في بعض الأحيان على المعنيين بالأمر بتعديل احد عناصر العلامة المقلدة أو المشبهة لتميزها من العلامة الأصلية"

(1).

وترفع هذه الدعوى بطبيعة الحال أمام القسم المدني ولقضاة الموضوع سلطة واسعة في تقدير الضرر اللاحق بالمدعي، حيث يجب أن يكون التعويض مناسباً للضرر اللاحق بصاحب العلامة الأصلية . لهذا الغرض يجوز لهم تعيين خبير يكلف بهذه المهمة " ولتحديد التعويضات يأخذ القاضي عوامل شتى منها على وجه الخصوص: حجم التقليد، سمعة العلامة المقلدة، جودة المنتجات التي تحمل العلامة الأصلية " (2) الأرباح التي لم يحققها صاحب العلامة الأصلية على منتجات دون أية قيمة، التكاليف التابعة للإجراءات القضائية التي ألزم صاحب العلامة الأصلية القيام بها، كذلك فقدان الزبائن المتعلقين بالعلامة الأصلية غير أن المحكمة ليست مقيدة بالمبلغ المطلوب.

---

1 -فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 279.

2 -فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص279.

أن اهتمام المشرع بحماية حقوق صاحب العلامة أدى به إلى أخذ بعض التدابير الغرض منها وضع حد للفعل الضار، فالعقوبات ذات الطابع الخاص هي العقوبات الإضافية أو الفرعية التي يجب على القاضي الحكم بها ويتعلق الأمر خاصة بالمصادرة والإتلاف والإعلان.

#### • المصادرة:

للمحكمة أن تقرر مصادرة البضائع ومواد الرزم والإعلان وغير ذلك من الأدوات والمواد المستعملة بصورة رئيسة في طبع العلامة التجارية على البضائع أو التي ارتكب فعل التعدي بها أو نشأ منها " ،<sup>(1)</sup> ولا يهم إن كان القاضي قد حكم بتبرئة المتهم على أساس عدم توافر عنصر القصد مثلاً. غير أن القاضي ليس ملزم بالحكم بالمصادرة، ولكونها اختيارية نظراً لاستعمال العبارة "يجوز" في النص القانوني<sup>(2)</sup> كما يمكن للمحكمة أن تصدر الحكم بمصادرة المنتجات إذا كان المتهم قد ارتكب خلال الخمس سنوات السابقة جنحة من إحدى الجنح المنصوص عليها في المادة 30 من قانون العلامات".<sup>(3)</sup>

#### • الإتلاف:

زيادة عن المصادرة " فإن الجهة القضائية المختصة تفصل في موضوع المساس بالحقوق وتأمّر بمصادرة الأشياء والوسائل التي استعملت في التقليد وإتلافها عند الاقتضاء"<sup>(4)</sup>، أي هنا تأمر المحكمة بإتلاف في عند الاقتضاء، وهكذا يلاحظ أن الإتلاف يعد على خلاف المصادرة إلزامياً.

---

1 - عبد الله الخشروم، المرجع السابق، ص 217.

2 - فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 281.

3 - مصطفى كمال طه، المرجع السابق، ص 761.

4 - انظر المادة 29 ف 02 من الامر رقم 03-06.

#### • الإعلان:

يجوز الحكم بهذه العقوبة إما لصالح الطرف المدني الذي لحق به ضرر وإما لصالح المدعى عليه أو المتهم إذا كانت الدعوى غير مبنية على أساس قانوني أو إذا كانت الإجراءات مضايقة<sup>(1)</sup>. فلا يمكن للمحكمة أن تأمر بنشر الحكم بأكمله أو مستخرج منه في جريدة أو تعليقه في أماكن معينة إلا في الحالات التي يحددها القانون. تأسيساً على هذا، يجب اعتبار أن عقوبة "الإعلان" أصبحت غير قابلة للتطبيق على جنحة تقليد العلامة.

---

1 - فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 282.

**المبحث الثاني : الحماية الدولية للعلامة التجارية .**

يتمتع صاحب العلامة التجارية زيادة عن الحماية الوطنية (مدنية كانت أو جنائية ) ب حماية

دولية بمقتضى اتفاقية باريس المتعلقة بحماية الملكية الصناعية المؤرخة في 20 مارس 1883

و المعدلة، حيث كانت الجزائر من بين المشاركين فيها و كذا اتفاقية مدريد المبرمة في 14 أبريل

1891 و اللتين سنتناولهما في المطلبين الآتيين :

المطلب الأول : الحماية المكرسة للعلامة التجارية في اتفاقية باريس.

المطلب الثاني : الحماية المكرسة للعلامة التجارية في اتفاقية مدريد.

المطلب الأول : الحماية المكرسة للعلامة التجارية في إتفاقية باريس .

أبرمت هذه الاتفاقية في 20 مارس 1883 و المتعلقة بحماية الملكية الصناعية حيث

انضمت الجزائر لاتفاقية إتحاد باريس و صادقت عليها. (1)

وتهدف اتفاقية باريس إلي حماية الملكية الصناعية بمعناها الواسع لهذا فهي لا تسري علة العلامة التجارية أو الصناعية وعلامات الخدمة فقط بل تنطبق كذلك على الرسوم و براءة الاختراع و النماذج الصناعية و تسميات المنشآت و الأسماء التجارية .

وتتبي خاصة على مبدأ المعاملة بالمثل لرعايا دول الإتحاد في المادة الثانية من الاتفاقية بحيث "يتمتع رعايا كل دولة من دول الإتحاد في جميع دول الإتحاد الأخرى بالنسبة لحماية الملكية الصناعية بالمزايا التي تمنحها حاليا أو قد تمنحها مستقبلا قوانين تلك الدول للمواطنين، وذلك دون الإحلال بالحقوق المنصوص عليها بصفة خاصة في هذه الاتفاقية ... " (2)

كما تضمنت اتفاقية باريس أحكام خاصة بشروط تسجيل للعلامات و " بحماية العلامات المشهورة " (3) " ووضعت المادة 6 من الاتفاقية قاعدة أصلية بمقتضاها تكون علامة ضع مسجلة وفقا للأصول في بلد المنشأ مقبولة للإيداع و محمية كما لو كانت في بلد الإتحاد الأخرى " . (4)

---

1 - سميحة القيلوبي، الوجيز في التشريعات الصناعية، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية القاهرة، سنة 1967، ص 302.

2 - محمود على الرشدان، العلامات التجارية، ط 01، دار المبرة للنشر والتوزيع، سنة 2009، ص 167.

3 - راجع المادة 06 (ثانيا) من اتفاقية باريس.

4 - ج. ريبير -رروبلو، المطول في القانون التجاري، ط 01، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، سنة 2007، ص 683.

وكذلك بالخطر الخاص بشعارات الدولية و علامات الرقابة الرسمية و شعارات المنظمات الدولية الحكومية<sup>(1)</sup> و قد استعملت إتفاقية باريس على عدة مبادئ نذكرها و هي :

### **المبدأ الأول: مبدأ قبول تسجيل جميع العلامات التجارية الأجنبية المسجلة في بلدها**

**الأصلي:** نصت المادة 6 "خامسا" من إتفاقية باريس على تقرير حماية العلامات المسجلة في إحدى دول الإتحاد الآخر يوم لتسهيل تمتع العلامات بالحماية في غير بلدها الأصلي و تقتضي هذه المادة بأن كل علامة تجارية أو صناعية مسجلة تسجيلًا صحيحًا في بلدها الأصلي يقبل تسجيلها و تتمتع بالحماية بحالتها في بقية دول الإتحاد وعلى ذلك تلتزم دول الإتحاد بتسجيل و حماية كل العلامات المسجلة تسجيلًا صحيحًا في بلد الأصلي متى كان هذا البلد من دول الإتحاد.<sup>(2)</sup>

ويقصد بالبلد الأصل للعلامة، الدولة التي توجد بإقليمها المنشأة الرئيسية للعلامة فإذا لم تكن هناك منشأة كموطن مالك العلامة و إلا فجنسيته، و اشترط صحة تسجيل العلامة في بلدها الأصلي مرجعه إلى اعتبار تمتع هذه العلامة بالحماية في الخارج امتداد لحماية قائمة في بلدها الأصلي وهي لا تكون كذلك إلا إذا كانت مسجلة تسجيلًا صحيحًا .

و من ذلك فثمة حالات حصرتها المادة 6 "خامسا" فقرة ب من الإتفاقية لا تتمتع فيه العلامة بالحماية في دول الإتحاد رغم تسجيلها في بلدها الأصلي تسجيلًا صحيحًا و هي العلامات التي تتضمن اعتداء على حقوق الغير و العلامات المجردة من كل طابع مميز و مؤدي هذا الرفض حماية العلامات النوعية و الوفية، و يؤخذ مبدأ التفسير الضيق لهذا الاستثناء و إلا نقضى عملا على مبدأ حماية

---

1 - راجع المادة 06 (ثالثًا) من إتفاقية باريس.

2 - محمد حسنين ، المرجع السابق ، ص 210.

العلامة بحالتها و أخيراً العلامات المخالفة للنظام العام و الآداب مع الأخذ بمبدأ التفسير الضيق أيضاً بالنسبة للنظام العام .

**المبدأ الثاني: حق الأسبقية :** تقتضي المادة 4 من اتفاقية باريس بأن من تقدم بطلب تسجيل علامة تجارية في إحدى دول الإتحاد يتمتع فيها يختص بالتسجيل في الدول الأخرى بحق أسبقية في خلال ستة شهور من تاريخ تقديم الطلب، و إذا كان البلد الأصلي يأخذ بمبدأ الفحص قبل التسجيل فإن حق الأسبقية لا يتأكد إلا إذا أُجيب طلب التسجيل و إذا كانت العلامة في البلد الأصلي من قبل تقديمه طلب التسجيل في البلد الأصلي فإنها لا تعتبر علامة جديدة في البلد الأجنبي و يجوز الاحتجاج عليه بذلك. (1)

**المبدأ الثالث : مبدأ استقلال العلامات :** تقتضي المادة السادسة من فقرة 03 من الاتفاقية " تعتبر العلامة التي سجلت طبقاً للقانون في إحدى دول الإتحاد مستقلة عن العلامات التي سجلت في دول الإتحاد الأخرى بما في ذلك دولة المنشأ (2) أي تقتضي المادة بمبدأ استقلال العلامات مادامت قد سجلت تسجيلاً صحيحاً في بلدها الأصلي فإنها تعتبر مستقلة و قائمة بذاتها في البلاد الأخرى و عدم تجديد العلامة في بلدها الأصلي بعد ذلك لا يستتبع زوال حمايتها في سائر دول الإتحاد ولا يستتبع تسجيل العلامة في بلدها الأصلي سريانا تلقائياً في سائر دول الإتحاد.

**المبدأ الرابع: مبدأ المساواة :** يتمتع رعايا كل دولة ما دول الإتحاد بحقوق المواطنين في جميع دول الإتحاد الأخرى وفق تشريعها الداخلي فيما يتعلق بحماية الملكية الصناعية، سواء الحقوق الممنوحة حالياً أو التي قد تمنح مستقبلاً وبصفة خاصة مع عدم الإخلال بالحقوق المنصوص عليها في الاتفاقية فيكون لهم حق الحماية والتظلم من أي مساس بحقوقهم بالشروط و الإجراءات المفروضة على المواطنين، ومن ذلك ما نصت عليه المادة التاسعة من اتفاقية باريس وهو أن: " كل منتج يحمل بطريق غير مشروع علامة صناعية أو تجارية أو اسماً تجارياً يصادر عنه الاستيراد في دول الإتحاد التي يكون فيها هذه العلامة أو الاسم حق الحماية القانونية وتوقع المصادرة

---

1 - محمد حسنين، المرجع السابق، ص 211.

2 - محمود على الرشدان، المرجع السابق، ص 168.



أيضاً في الدولة التي وضعت فيها العلامة بطريق غير مشروع أو في الدول التي تم استيراد المنتج إليها.

وتقع المصادرة بناءً على طلب النيابة العامة أو أية سلطة مختصة أخرى أو من صاحب مصلحة سواء كان شخصاً طبيعياً أو معنوياً، وهذا وفقاً للتشريع الداخلي في كل دولة " و" بذلك يتمتع رعايا دول الاتحاد في أية دولة من دول الاتحاد بحماية علاماتهم التجارية وأسمائهم التجارية الموضوعة بطريقة غير مشروع على منتجات المستوردة وذلك وفقاً للتشريع الداخلي لكل دولة." (1)

### المطلب الثاني: الحماية المكرسة للعلامة التجارية في اتفاقية مدريد.

تناولت اتفاقية مدريد المبرمة في 14 أبريل 1891 النظام القانوني للتسجيل الدولي للعلامات (2) حيث نصت أي معاهدة مدريد على إنشاء اتحاد من دول الموقعة عليها والمنظمة لها والتي يقوم بين أعضائها نظام دولي للتسجيل.

لقد انضمت الجزائر إلى اتفاق مدريد لسنة 1891، المتعلق بالتسجيل الدولي للعلامات، بموجب الأمر رقم 72-10 المؤرخ في 22 مارس 1972. (3)

---

1 - محمد حسنين، المرجع السابق، ص 212.

2 - اعيد النظر في هذه الاتفاقية في لشبونة بتاريخ 1954/10/31 ، كذلك اتفاق استوكهولم بتاريخ 1967/07/01 والاتفاقية المبرمة في نيس بتاريخ 1957/06/15 والمتعلقة بالايدياع الدولي للمنتجات والخدمات بقصد تسجيل العلامات.

3 - الامر 72-10 المؤرخ في 22 مارس 1972 في الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية.

4 - وطبقا لإحكام هذه المعاهدة يتم التسجيل الدولي للعلامة المسجلة عن طريق تقديم طلب بذلك

من مصلحة الملكية الصناعية أو إدارة تسجيل العلامات التجارية في بلدها الأصلي إلى مكتب الدولي لحماية الملكية الصناعية، ويقوم هذا المكتب بإبلاغ دول الإتحاد بمجرد وصول الطلب، كما يقوم بقاء العلامة التجارية في السجل الدولي المخصص لذلك ثم يتولى النشر عن هذه العلامات في نشرته الدولية التي توزع على جميع الدول الأعضاء في الاتفاقية.

ويجوز لدول الإتحاد أن ترفض التسجيل الدولي للعلامة إذا كانت تتضمن اعتداء على حقوق الغير أو مجردة من كل طابع مميزاً أو مخالفة للنظام العام والآداب على أن يبلغ الرفض وأسبابه إلى المكتب الدولي في خلال سنة، ويقوم المكتب الدولي بدوره بإخطار الدولة طالبة التسجيل.

ومن ثم التسجيل الدولي للعلامة التجارية، في جميع الدول الموقعة على اتفاقية مدريد ومن تاريخ تسجيلها دولياً، بالحماية المقررة في تشريعاتها ولمدة عشر سنوات وهذا بموجب المادة الرابعة من الاتفاقية.

وقد أخذت اتفاقية مدريد بمبدأ عدم استقلال العلامات بحيث أنه إذا فقدت حمايتها في بلدها لعدم احترامها لقوانين العلامة التجارية مثلا كعدم تجديد التسجيل ، فإنها تفقد كذلك الحماية الدولية وهذا النص منتقد لمخالفته لمبدأ استقلال العلامات. (1)

للإشارة " فإن الدول التي تعد طرف في اتفاقية مدريد و/ أو البروتوكول تكون اتحاد مدريد union de madrid الذي أصبح يضم أربع وسبعين ( 74 ) دولة إلا أن الجزائر التي انضمت إلى اتفاقية مدريد عام 1972، لم تصادق إلى حد الآن على البروتوكول الجديد ". (2)

---

1 - محمد حسنين، المرجع السابق، ص 213.

2 - فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 286.

## الختامة:

من خلال بحثنا هذا يتجلى لنا أن العلامة التجارية تعتبر دليل مهم للمستهلك يمكنه من التعرف على مصدر المنتجات والخدمات وتميزها وبالتالي تسهيل العملية التسويقية عليها، إلا أنها معرضة لمخاطر التزوير والتقليد، مما جعل الدول تسعى جاهدة إلى تبني نظام حمائي يكفل لها عدم على العلامات التجارية، وذلك بإصدار نصوص قانونية وطنية مثل: الأمر 06/03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 يتعلق بالعلامات ، وكذا إبرام معاهدات دولية للبحث في أحكام العقوبات المقرر على مختلف الجنح الناتجة عن تقليد العلامات التجارية مثل الحماية الدولية من خلال اتفاقيتين باريس ومدريد.

وعموماً فكل هذه العقوبات أو مع ذلك يبقى التقليد ظاهرة لأثر سلباً على المنتجات أو الدولية، لما تتعرض لسلامة وأمن الدولة اقتصادياً، وهذا يستوجب المزيد من التشديد على الأسواق والمنتجات.

## قائمة المراجع:

### - الكتب الفقهية:

1. ج. ريبير - رروبلو ، المطول في القانون التجاري، الطبعة 01 ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ، سنة 2007.
2. د/ سميحة القيلوبي ،الوجيز في التشريعات الصناعية ، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية القاهرة ، سنة 1967.
- 3 د/ صلاح زين الدين ، الملكية الصناعية والتجارية: براءة الاختراع ، الرسوم الصناعية، النماذج الصناعية ، العلامات التجارية ، البيانات التجارية، دار الثقافة لنشر والتوزيع 2012.
- 4 د/ عبد الله حسين الخشروم ، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، الطبعة الأولى ، دار وائل للنشر الاردن ، 2005.
- 5 د/ فايز نعيمة رضوان ، مبادئ القانون التجاري: طبقاً لأحكام القانون التجارة الجديد رقم 17 لسنة 1999 ، طبعة 02 ، دار النهضة العربية ، القاهرة، سنة 2000-  
2001

6- د/ فرحة زراوي صالح ، الكامل في القانون التجاري الجزائري: الحقوق الفكرية ،  
حقوق الملكية الصناعية والتجارية، حقوق الملكية الأدبية والفنية ، ابن خلدون لنشر  
والتوزيع، 2006.

7- د/ محمد حسنين ، الوجيز في الملكية الفكرية ، المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر،  
1985.

8- د/ محمد على الرشدان ، العلامات التجارية ، الطبعة 01 ، دار المبرة للنشر  
والتوزيع، سنة 2009.

9- د/ مصطفى كمال طه، القانون التجاري: الأعمال التجارية ، التاجر، الشركات  
التجارية ، الملكية الصناعية والتجارية ، الدار الجامعي للطباعة والنشر ، بيروت 1982.

10 - د/ مصطفى كمال طه ود/ وائل انور بندق ، أصول القانون التجاري ،  
دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية ، سنة 2006.

#### النصوص القانونية:

01 - الأمر 72-10 المؤرخ في 22 مارس 1972 في الجريدة الرسمية  
الجزائرية.

02 - الأمر رقم 03 - 06 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق

19 يوليو سنة 2003 ، المتعلق بالعلامات ، الجريدة الرسمية ، العدد 44

## الفهرس:

مقدمة.....(أ)

المبحث الأول: الحماية الوطنية للعلامة التجارية.....(04)

- (05).....المطلب الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية.
- (07).....الفرع الأول: الخطأ.
- (09).....الفرع الثاني: الضرر.
- (10).....الفرع الثالث: العلاقة بين الخطأ والضرر.
- (11).....المطلب الثاني: الحماية الجنائية للعلامة التجارية.
- (12).....الفرع الأول: الاعتداء على العلامة.
- الفرع الثاني: الإجراءات التحفظية والجزاءات المتعلقة بالاعتداء على ملكية العلام.
- (21).....
- (27).....المبحث الثاني: الحماية الدولية للعلامة التجارية.
- (28).....المطلب الأول: الحماية المكرسة للعلامة التجارية في اتفاقية باريس.
- (31).....المطلب الثاني: الحماية المكرسة للعلامة التجارية في اتفاقية مدريد.
- (33).....الخاتمة.
- (34).....قائمة المراجع.
- (36).....الفهرس.