وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي

الميدان :الحقوق والعلوم السياسية
الشعبة :حقوق
التخصص: قانون شركات

من اعداد الطالبة: كرود فطيمة
بعنون:

الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري

نوقشت واجيزت بتاريخ: 2015/06/02
امام اللجنة المناقشة المكونة من السادة :

الأستاذ قريشي محمد (أستاذ محاضر ب) جامعة ورقلة.....رئيسا.
الدكتور محمد بن محمد(أستاذ محاضر ا)جامعة ورقلة.....مشرفا.
الأستاذ بأمون لقمان (أستاذ مساعد أ)جامعة ورقلة.....مناقشا.

السنة الجامعية:
2015 -2014

الإهداء

إلى كل المخلصين حيثما كانوا,إلى من علمني كيف تخط الحروف

إلى روح جدي وجدتي المجاهدان

إلى فخري الغالي أبي المجاهد الذي لطالما كان الدرع الحامي لي ولي إخوتي

إلى رمز الحنان والملاك الحارس

أمي الغالية التي علمتني الصمود ولم تبخل عليا بدعواتها

إلى جرعة الدعم والدافع القوي خالتي العزيزة,إلى أملي في الحياة

إخوتي وأخواتي الأعزاء إلى كافة

عائلة "كرود "وعائلة" صادقي",إلى زوجي المستقبلي" جمال"

إلى رمز الصداقة المثالية

"بسمة,حياة,جمعة ..."

إلى كافة طلبة سنة ثانية ماستر حقوق"قانون شركات"

دفعة 2014_2015

"إلى كل هؤلاء اهدي ثمرة جهدي"

الشكر والتقدير

لايسعني في هذه المرحلة إلا أن أقدم بخالص شكري وتقديري إلى كل من ساعدني من قريب أو بعيد على انجاز هذا العمل المتواضع واخص بالذكر لكل من " أستاذي المؤطر الدكتور بن محمد محمد " , الذي شرفني بإشرافه على هذه المذكرة , والى الاستاذ

بالطيب بشير على كل المجهودات التي بذلها والعطاء الفياض الذي لم يبخل به علينا وباعتباره لعب دور المنهاج المنير في دراستي هذه.

إلى الطاقم العامل بمكتبة مجلس قضاء اليزي وبالأخص إلى السيد النائب العام والى خالتي العاملة بالمجلس التي كانت لي سندا قويا, كما لا انسى تقديم الشكر والتقدير لعمال المكتبة الجامعية بكلية الحقوق كما أقدم امتناني إلى كل من علمني حرفا على اختلاف المراحل الدراسية الذين تعاقبوا على دراستي خلال

الفترة الجامعية والى كل أستاذ علمني قانونا أو منهجية في المجال

الدراسي الذين ما توانوا لحظة عن تقديم جل ما يملكون من ثمرات علمية

إلى كل هؤلاء أقدم تشكراتي

"كرود فطيمة"

الملخص:

تتمتع العلامة التجارية المسجلة اوغير المسجلة بالحماية القانونية كأصل عام, فإذا كانت مسجلة فإنها تتمتع بالحماية الجزائية والمدنية معا, اما اذا كانت غير مسجلة فإنها تتمتع بالحماية المدنية فقط, وهذا صادقت عليه الجزائر في الاتفاقيات الدولية الخاصة بحماية العلامة التجارية .

Résumé:

Les marques commerciel diposé ent génralement une protection jurdique . Pour la premiére une protection pénale et civile. tandis que la deuxieme n a qué une protection civile. pour ce la l algerie a aprobé au lccords international de la protection de la marque commerciel .

Abstract

The basic general issue with respect of the trademark is the legal protections status, whether being registered or unregistered .If the trademark is registered , then shall enjoy both civil and penal protection, but if the trademark is unregistered, consequently, shall only enjoy civil protection ,and This was ratified by Algeria in international agreements to protect brand .

الكلمات المفتاحية:

علامة التجارية, حماية مدنية, حماية الجزائية, قانون تجاري,حماية دولية , سجل تجاري, تقليد .

Key words:

Trade mark,Civil Protection, Penal protection,Commercial Law ,International Protection , Commercial Register, Tradition .

mots clés:

marque, protection Civile, protection pénale, droit Commercial , protection internationale,Registre Du Commerce, tradition .

مقدمة

مقدمة

لقد سعى المستثمرون وأصحاب المشاريع وكل الأعوان الاقتصاديين على فرض مكانتهم في السوق واخذ الجميع يعطي لنفسه علامات تميزه عن غيره داخل السوق،ويتم ذالك عن طريق استخدام شارات أواشكال أو صور التي تتولد عن هذه الأخيرة أصناف للعلامة التجارية بحسب الشكل _علامات اسمية وأخرى تصويرية _ كما لها أصناف بحسب النوع _علامات تجارية،صناعية،فردية جماعية،محلية ومشهورة. حيث يجب تسجيل العلامة التجارية لضمان تحقيق الحماية القانونية لها ولتحقيق ذلك يلتزم توفر شروط موضوعية للعلامة،وهو شرط الميزة والجدة وشرط المشروعية،إضافة إلى توفر الشروط شكلية تجعلها تتمتع بالحق في الحماية القانونية،حيث تتمثل هذه الشروط في اجراءات التسجيل،من إيداع طلب التسجيل لدى المصالح المختصة_ المعهد الوطني للملكية الصناعية_ وقيام هذه الأخيرة بفحص الطلب من الناحية الموضوعية ومن الناحية الشكلية،وبعدها إصدار قرار بقيد ونشر التسجيل في حالة قبوله .

حيث من اجل تحقيق ذالك كان لابد من وجود تنظيم قانوني محكم يضمن مصلحة أصحاب هذه العلامات في منافسة مشروعة عند استعمالها وطرحها في السوق من جهة،ومن جهة أخرى ضمان عدم المساس بالمصلحة العامة .

مما يترتب عليه اعتبار العلامة التجارية حقا لصاحبها ذات قيمة مالية طائلة في بعض الأحيان،وغنى عن ذالك القول إن هذا الحق قد يتعرض إلى شتى صور الاعتداء مما جعل الدول تتسارع في وضع تشريعات تكفل حماية العلامة التجارية وتنظيمها،فينتج عن هذا التسارع في خلق وسائل حماية مدنية من جهة وحماية جزائية من جهة أخرى،وهذا مايقتصر موضوع بحثنا حول الإلمام والإحاطة بكافة الوسائل التي تضمن حماية العلامة التجارية من إي اعتدا .

ولقد حدد المشرع الجزائري أحكاما دقيقة بموجب الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية،فيما يخص حق الملكية 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.

أهمية الدراسة:

ومن هنا تكمن أهمية البحث في الاهتمام الكبير للفقه والتشريعات ومناداتهم بضرورة توفير الحماية اللازمة لا ليس على الصعيد الداخلي فحسب وإنما على الصعيد الدولي أيضا،فالمتتبع للاتفاقيات الدولية المتعلقة بموضوع عناصر الملكية التجارية والصناعية، يجد على الفور مدى الاهتمام الدولي بالعلامات التجارية من خلال اتفاقيات باريس ومدريد ونيس.

اسباب الدراسة:

1 – الاسباب الذاتية:

ـ الميل الى المواضيع المرتبطة بالمستهلك نظر لامكانية اسقاطها على الواقع .

2 – الاسباب الموضوعية:

ـ تزايد غش وتقليد العلامات التجارية سواء على الصعيد الداخلي او الدولي من بعض الدول .

ـقرصنة العلامات اصبحت تجارة مزدهرة ،مما ادى الى عدم قدرة الوسائل القانونية الموجودة على التصدي لها .

أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى الإحاطة بالجوانب القانونية المهمة الخاصة بالعلامة التجارية،كما تهدف أيضا إلى الإلمام في توفير حماية قانونية للعلامة من ناحية الحماية المدنية بالوقوف على الوسائل المدنية،إضافة إلى الحماية الجزائية عن طريق توضيح النظام القانوني المتكامل للعلامات التجارية،وتبين نطاق الحماية الوطنية الجزائية لهااضافى لتعرض للحماية الدولية للعلامة التجارية وفق الاتفاقيات الدولية.

خامسا الإشكالية:

وعليه ارتأينا إلى صياغة الإشكالية على النحو التالي:

ماهي الآليات القانونية التي وضعها المشرع الجزائري لحماية العلامة التجارية ؟ومدى فعاليتها؟

منهج البحث :

سنعتمد في دراستنا لهذا الموضوع على:

المنهج التحليلي : من خلال ذكر واستقراء النصوص القانونية ومن ثم تحليلها و معالجة الاجتهادات القضـــائية في هذه المسالة. من خلال التعرض للاجتهادات القضائية في العديد من الدول، إضافة إلى مضمون الاتفاقيـــات الدولية .

هيكل الدراسة:

مقدمة: تتضمن الإطار ألمفاهيمي للعلامة التجارية من تعريف وأصناف وتسجيل العلامة،وأهـــداف وأهميـــة البحث،والمنهج المتبع، إضافة إلى إشكالية البحث .

الفصل الأول: عالج فيه الحماية الوطنية للعلامة التجارية،من حيث الحماية المدنية التي تضمنت الوسائل المدنية من دعوى المنافسة الغير مشروعة واجراءت تحفظية،إضافة إلى الحماية جزائية للعلامة من حيث الجرائم الواقعـــة عليها، والسياسة العقابية المقرر لهذه الجرائم.

الفصل الثاني: تناولنا فيه الحماية الدولية للعلامة التجارية من خلال الاتفاقيات الدولية المصادق عليها من قبـــل الجزائر التي تضمنت موضوع الدراسة، إضافة إلى أهم المبادئ والسياسات التي تقوم عليها هذه الاتفاقيات التي تعكس المسؤولية الدولية في أيطار حماية العلامة التجارية.

الخاتمة: تضمنت ملخص البحث،إضافة إلى أهم النتائج الخاصة بالموضوع.

الفصل الأول

الحماية الداخلية(الوطنية) للعلامة التجارية

إن حماية العلامة التجارية نقطة مهمة و حاسمة لحماية هوية أعمال التاجر حيث بدون حماية يمكن لأي شخص الاستفادة من جهود الآخرين ويتحصل على فوائد من جراء استعمال علامات بغير حق، و لذلك احتاجت الدول إلى قوانين لحماية العلامات التجارية، حيث أصدرت الجزائر قوانين لحماية العلامات التجارية و هذه القوانين تجسدت في عدة وسائل و هو ما يعرف بوسائل الحماية القانونية الوطنية، حيث تختلف العلامة التجارية بحسب إذا كانت العلامة مودعة أم غير مودعة،فإذا كانت العلامة غير مودعة اومودعة يجوز لصاحبها أن يتمتع بحماية مدنية،وبحماية جزائية إلا إذا كانت مودعة،وعلى ذالك يعاقب جزائيا الشخص الذي يتعدى على العلامة بأي وجه من أوجه الاعتداء.لكن كذالك يجوز لصاحب العلامة رفع دعوى مدنية مبنية على المنافسة الغير مشروعة أو اغتصاب العلامة .

ونتطرق لكل حماية على حدة في مبحثين على النحو الأتي :

المبحث الأول : الحماية المدنية للعلامة التجارية .

المبحث الثاني : الحماية الجزائية للعلامة التجارية .

المبحث الأول : الحماية المدنية للعلامة التجارية .

إن الحق في حماية العلامة التجارية ثابت و مضمون من طرف المصالح المختصة،[1] بمجرد ثبوت صحة إيداع العلامة على مستوى الجهاز المختص قانونا، الأمر الذي ينتج عنه منح شهادة تسجيل و التي تشكل سند الملكية للعلامة .

و إن اتمام عملية تسجيل العلامة التجارية بشكل المنصوص عليه في القانون ينتج عنه اعتراف قانوني بهذه العلامة

و يتجسد من هذا الاعتراف الاستفادة من الحماية القانونية التي يرتبها القانون لتلك العلامة المسجلة و تتجلى هذه الحماية من خلال وسائل مدنية و لهذا سيتم تقسيم الدراسة في هذا المبحث إلى مطلبين :

المطلب الأول : حماية العلامة التجارية برفع دعوى المنافسة غير مشروعة .

المطلب الثاني : الحماية بشطب العلامة و منع الضرر .

المطلب الأول : حماية العلامة برفع دعوى المنافسة غير مشروعة .

إن المشرع في قانون المنافسة الغير مشروعة، قد رتب حماية العلامة التجارية سواء كانت علامة مسجلة أو غير مسجلة، بحيث يكون هذا القانون قد أضفى الحماية للعلامة الغير المسجلة بعد أن كان قانون العلامات التجارية قد اقتصر في هذه الحماية على العلامة المسجلة فقط،باعتبار أن المادة 2 من الأمر 03-06 الخاص بالعلامات التجارية الجزائري عرفتها على أنها : "هي كل الرموز القابلة للتمثيل لاسيما الكلمات فيها الأسماء الأشخاص و الأحرف و الأرقام و الرسومات الصور و الأشكال المسيرة للسلع أو وتصنيفها و الألوان بمفردها أو مركبةأو الصور و الأشكال المميزة للسلع و خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع أو خدمات غيره" والعلامات تقوم بوظيفة تميز المنتجات أو البضائع بالتدليل على المصدر والنوع[2] .

[1] – المصالح المختصة: المعهد الوطني المملكة الصناعية قسم العلامات التجارية.

[2] – احمد سعيد الزقرد,الحماية المدنية من الدعاية التجارية,دار الجامعة الجديدة للنشر,الإسكندرية مصر,طبعة 2007, ص 17.

كما عرفتها المادة 711 الفقرة 1 من قانون الملكية الفكرية الفرنسي بنفس المضمون .[1]حيث أن الحماية المدنية للعلامة التجارية تكون عن طريق رفع دعوى المنافسة الغير مشروعة وفق للقواعد العامة للمسؤولية المدنية،وتعد دعوى المنافسة الغير مشروعة من أهم صور التي ترد على حماية العلامة التجارية، إلا أن قانون العلامات التجارية لم ينظم هذه الدعوى من حيث كيفية رفعها، و كذلك لم يبين شروطها، و إنما فقط اكتفى بذكرها دلالة لا صراحة، ما فتح باب واسعا للاجتهادات في التكيف القانوني لهذه الدعوى و الشروط الواجب توافرها حتى يتم رفعها، و لكن قبل الخضوع في تلك الاجتهادات لابد من التطرق لتعريف بهذه المنافسة الغير مشروعة و من ثم مناقشة الأساس القانوني للدعوى،و هذا ما يتم التطرق إليه في الفروع التالية :

الفرع الأول: ماهية المنافسة غير مشروعة .

يمكن تعريف المنافسة الغير مشروعة بموجب عام بأنها استخدام التاجر لطرق منافية للقوانين و العادات أو الشرف،[2] كما تعتبر مزاحمة بين عدد من الأشخاص أو بين عدة قوى تتابع نفس الهدف .[3]

كما تعد من الأعمال المنافسة الغير مشروعة كل منافسة تتعارض مع الممارسات الشريفة في الشؤون الصناعية و التجارية .

كما عرفها قانون التجارة المصري رقم 17 لسنة 1999 في المادة (66-1) المنافسة غير المشروعة بأنها: "كل فعل منافي للعادات و الأصول الفرعية في المعاملات التجارية".[4]

حيث إن بمفهوم معاكس للمنافسة الغير مشروعة، هي حرية التجار التي تستوجب حرية الأسعار، (تحدد بصفة حرة أسعار السلع و الخدمات اعتماد على قواعد المنافسة)،[5] حيث لا يرتكب الصانع أو التاجر أي عمل منافسة

[1] -Article n L711 Code de la propriété intellectuelle , Créé par Loi 92-597 1992-07-01 frouns annexe JORF 3 juillet 1992

[2] – مصطفى طه، القانون التجاري، دار النهضة العربية، بيروت، 1975، ص 559.

[3] – صبري مصطفى حسن السبك، دعوى المنافسة غير المشروعة، مكتبة الوفاء القانونية،الإسكندرية طبعة أولى، 2012، ص 26.

[4] – إيناس مازن فتحي، حماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفق القوانين الأردنية، مذكرة تخرج درجة الماجستير في قانون، الأردن،ط10 20 ص 60.

[5] – المادة 4 من الأمر رقم 03-03 المعدل و المتمم بالقانون رقم 08-12 الخاص بقانون المنافسة .جريدة الرسمية 43,المؤرخة في 2003.07.20.

غير مشروعة عند بيع منتجاته بأسعار ادني من أسعار منافسيه، حيث هذه الأخيرة لا تعد عمل غير مشـــروع في المنافسة مادامت لا تتجاوز الأعراف التجارية والثمن ليس زهيد .

ومن منطلق تعريف المنافسة الغير مشروعة، يتضح صورها غير أن هذه الأخيرة سيتم التطـــرق إليهـــا في المبحث الثاني من هذا الفصل باعتبارها من جرائم التعدي على العلامة التجارية، حيث يحق لصاحب العلامة التجارية أو أي تاجر يتاجر بمنتجات تحمل تلك العلامة, أن يلجأ إلى القضاء لحماية علامته عن طريق دعوى المنافسة الغير مشروعة،[1] باعتبار أن العلامة التجارية إحدى وسائل المنافسة الحرة لجذب العمـــلاء و التعريـــف بالمنتجات. فان أي إساءة إليها بوسائل غير مشروعة تجعل من حق صاحب المصلحة أن يرفع دعوى المنافســـة الغير مشروعة، و تقوم هذه الأخيرة على ذات الأساس الذي تقوم عليه المسؤولية التقصرية مع مراعاة الطبيعية الخاصة لبعض أحكامها و تطبيقاتها التي تخرج فيها عن هذه الأسس في دعوى المســـؤولية التقصـــرية و لكـــن بشكل عام فان شروط ممارسة الدعويين واحدة و على ذلك يتعين أن يقوم الشخص بعمل من أعمال المنافسة الغير مشروعة و أن يرتب على هذا العمل ضرر للغير وان توجد علاقة سببية بين العمل المنـــافس و الضـــرر الذي يترتب عنه و هذه الشروط هي :

1-الخطأ:

يعتبر الخطأ هو إخلال بواجب قانوني مقترن بادراك المخل لذلك الواجب، و يتضح من هذا أن الخطـــأ يشتمل على عنصرين، الأول(موضوعي) و هو الإخلال و الثاني (شخصي) وهو توافر التميز لدى المخل بهـــذا الواجب .[2] و يلاحظ من هذا انه يشترط إلى جانب الإخلال بواجب قانوني وجود الإدراك، إلا أننا لا نـــرى أن أفعال المنافسة الغير المشروعة تقع كلها على وجود قصد مسبق بإتيان هذه الأفعال, فقد تحصل نتيجة إهمال و عدم اكتراث التاجر بالأعمال التي يقوم بها و التي تشكل منافسة غير المشروعة، باعتبار أن الأصل في ممارسة النشاط التجاري هو حرية المنافسة، و لكن ضمن نطاقها المشروع، لذلك لابد من التساؤل عن أمر في غايـــة الأهمية و هو متى تعد المنافسة خطأ يستوجب المسؤولية ؟ أو بصياغة أخرى التساؤل حول طبيعة المنافسة الغير

[1] – حمادي زبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت لبنان,طبعة أولى، 2012، ص 155.

[2] – صلاح الزين، الملكية الصناعية و التجارية، دار الثقافة للنشر و التوزيع،عمان الأردن, طبعة 2012، ص 376-368.

المشروعة .[1] و جدير بالذكر أن هناك نوعين من المسؤولية، مسؤولية تعاقدية، و أخرى تقصيرية، و التي تترتب عن الخطأ بصرف النظرعن كونه متعمد أو مجرد إهمال لذالك لا مجال للتفريق بين الخطاء الذي يتولد عن سوء النية ما دام أن هذه الدعوى تسند إلى ذات الأساس التي تستند إليه دعوى المسؤولية المدنية بصفة عامة.[2]

و نظرا لعدم تحديد فكرة الخطأ في القوانين المقارنة عند تنظيمها للمسؤولية عن العمل الغير المشروع،و ترك الأمر للاجتهاد الفقه و القضاء، فقد تعددت الاتجاهات في تحديد معنى الخطأ، فيرى جانب من الفقه بان الخطأ يتكون عند الإخلال بالالتزام، سواء كان الالتزام فرديا أم جماعيا، و بشكل عام فان الإخلال بالواجبات العامة المقصودة

منها عدم الإدراك لمصالح الآخرين كما يرى جانبا من الفقه الفرنسي إلى اعتبار الخطأ تقصيرا عن الواجب، و لقد استقر الرأي فقهيا على اعتبار الخطأ إخلال بواجب قانوني مقترن بادراك المخل إياه .[3]

و قد لا تقتصر صور الخطأ على الأفعال المادية، فقد يعتبر اتهام إهمال التاجر المنافس بعدم الحرية في مزاولة عمله في حالة عدم تقديم سلع و خدمات بإتقان أو إخلاص، أو حالة اتهام مالك المحل التجاري المنافس باستخدام علامة غير مسجلة، حيث أن هذه الاتهامات تأخذ شكل التزوير و التقليد تأخذ شكل المنافسة الغير مشروعة على الشخص المنافس .

2-الضرر:

حيث أن دعوى المنافسة الغير مشروعة لا تخرج عن أن تكون دعوى مسؤولية عادية أساس الفعل الغير مشروع، فيحق لكل من أصابه ضرر من فعل المنافسة غير المشروعة أن يرفع دعوى المسؤولية و يطالب بالتعويض ما أصابه من ضرر، فلا محل للمسؤولية إلا إذا ترتب على المنافسة غير المشروعة ضرر، سواء كان ماديا (يشمل أمواله) أوأدبيا (يشمل سمعته) أو كان صغيرا أو كبيرا كما يجب أن يكون التعويض مساوي للضرر،و هذا يقتضي أن يكون الضرر محقق الوقوع .[4]

[1] – محمود علي الراشدان، العلامة التجارية، دار الميسرة للنشر و التوزيع، عمان الأردن، طبعة أولى، 2009، ص 129.

[2] – عماد الدين محمود سويدان، الحماية المدنية للعلامات التجارية، دار المكتبة حامد للنشر و التوزيع،عمان الأردن, طبعة أولى، 2012، ص 123-129.

[3] – زينة غانم عبد الجبار الصفار,المنافسة الغير مشروعة للملكية الصناعية,دار حامد لنشر والتوزيع,الطبعة الثانية, الأردن,2007,ص137

[4] – صلاح الزين الدين، مرجع سابق، ص 388.

و عليه في حين أن دعوى المسؤولية المدنية تهدف إلى تعويض الضرر نجد أن دعوى المنافسة غير المشروعة لا تقتصر على تعويض الضرر إذا وجد و لكنها تهدف إلى حماية التجار من أعمال المنافسة غير المشروعة.

و بالنسبة للمستقبل كذلك يجوز رفع دعوى المنافسة غير المشروعة ولو لم يكن هنالك أي ضرر أصاب التاجر في حالة خشية هذا الأخير من وقوع الضرر في المستقبل، و بالتالي دعوى المنافسة الغير مشروعة، وظيفة وقائية إضافة لوظيفتها الأصلية المتعلقة بالتعويض, لذلك يمكن الحكم بالكف عن الاستمرار في الأعمال الغير مشروعة, و لكن لا يجوز رفع دعوى طلب التعويضات استناد للمنافسة غير المشروع إلا إذا ثبت أن ضرر ما قد أصابه بالقدر اللازم، و هنا نقول أن قانون المنافسة لا تقتصر الحماية المفروضة فيه على مجرد المطالبة بالتعويض عن الضرر بل تمتد الحماية إلى رفع دعوى وفق أو منع التعدي .[1]

3-العلاقة السببية:

لابد من وجود رابطة سببية بين أفعال المنافسة المشروعة و الأضرار التي لحقت التاجر المنافس، حيث تتبع القواعد العامة في القانون المدني، لذلك يشترط في دعوى المنافسة الغير مشروعة، أن يثبت المدعي أن الضرر كان بسبب فعل من الأفعال المخالفة للقانون، لكي يكون هناك منافسة غير مشروعة فلابد من التحقق من كونه السبب المباشر في إحداث الضرر أو احتمال وقوعه، فلا سبيل للمدعي عليه التهرب من المسؤولية، إلا إذا اثبت مشروعية الفعل أو نفي صدروه منه، حيث يقصد بالرابطة السببية أن الضرر الحاصل كان نتيجة الخطأ .[2]

يعني يتوجب وجود رابطة بين الخطأ الذي ارتكبه، أو تسبب به المعتدي على العلامة التجارية و بين الضرر الذي لحق صاحب العلامة .[3]

كما لاحظنا أن دعوى المسؤولية يشترط لقيامها وجود خطأ و ضرر و علاقة سببية بينها و بما أن الأساس الذي تسند عليه دعوى المنافسة غير المشروعة هو ذات الأساس في المسؤولية المدنية لذا لابد من توافر الرابطة بين أفعال

[1] – الفرق بين دعوى التعويض منع التعدي، في دعوى منع التعدي الضرر مفترض (قريب الاحتمال أو وشيك الوقوع) أما دعوى التعويض أن يكون الضرر محقق الوقوع (قد وقع فعلا)، عماد السويدان، مرجع سابق، ص 125.

[2] – زينة غانم، مرجع سابق، ص 114.

[3] – صلاح الزين، مرجع سابق، ص 390.

المنافسة غير مشروعة و الضرر الذي أصابه التاجر المتضرر و بذلك لا يكون هناك محل الكلام عن رابطة السببية

في دعوى المنافسة غير المشروعة إلا في الحالات التي تنشأ فيها للمدعي ضرر من الأعمال غير المشروعة التي أتاها التاجر المنافس لاسيما و أن هناك حالات لا تترتب عليها للمدعي أي ضرر و إنما يكون المقصود منها الحكم بإزالة الوضع غير المشروع بالنسبة إلى المستفيد .[1]

غير انه يمكن تقصي منه المسؤولية, بإثبات المدعي عليه أن الخطأ الذي ارتكبه لم يكن منتجا للضرر الذي لحق التاجر أو الصانع المنافس و ذلك وفق للمادة 127 من القانون المدني الجزائري[2] كوجود قوة قاهرة مثلا.

و أخيرا يمكن القول أن التاجر الذي ارتكب خطأ يعد بمثابة منافسة غير مشروعة، و كان هذا الخطأ الأخير سببا لضرر التاجر المنافس له، يجوز لهذا الأخير رفع دعوى منافسة غير مشروعة للمطالبة بالتعويض وفق تلك الأعمال كما في حالة تعدد التجار و المتضررين فيتقرر الحق لكل شخص على انفراد, و تعود السلطة التقديرية في ذلك للقاضي .

الفرع الثاني: الأساس القانون لدعوى المنافسة غير مشروعة.

إن الأساس القانوني لدعوى المنافسة الغير مشروعة يتم تبنيه من خلال التطرق إلى موقف مختلف التشريعات بالنسبة لدعوى المنافسة الغير مشروعة، و معرفة دور هذه الأخيرة في تحقيق الحماية للعلامة التجارية باعتبارها من وسائل الحماية المدنية لها.

حيث يتم تبين ذلك من خلال التطرق إلى الجهة القضائية المختصة المرفوعة إليها الدعوى من جهة, و من جهة أخرى أصحاب الحق في رفع هذه الدعوى.

أولا: الجهة القضائية المختصة.

تنص المادة 20 من الأمر 03-06على انه : "يمكن للجهة القضائية المختصة إبطال تسجيل العلامة بأثر رجعي من تاريخ الإيداع وذالك بطلب من المصلحة المختصة أو من الغير عندما يتبين بأنه كان لا ينبغي تسجيل

[1] – عماد محمود سويدان، مرجع سابق، ص 125.

[2] – الأمر رقم 58/75,المؤرخ في 26_09_1975,يتضمن القانون المدني,المعدل والمتمم,الجريدة الرسمية ل30 سبتمبر 1975,العدد 78,ص 990.

العلامة للأسباب المذكور في الفقرات 1الى 9من المادة 7 من هذا لأمر،لا يمكن إقامة دعوى إبطال إذا اكتسبت العلامة صفة التميز بعد تسجيلها،وتتقادم هذه الدعوى بخمس سنوات ابتداء من تاريخ تسجيل العلامة" .[1]

و هذا يعني أن المحاكم هي المختصة بالفصل في مثل هذه النزاعات إلا إذا ارتبطت الدعوى المدنية بالدعوى الجزائية، لهذا يجب تحديد المحكمة المختصة نوعيا و محليا للفصل في دعوى المنافسة غير المشروعة .

ويعني إذا كانت الدعوى المدنية المرفوعة بطريق التبعية للدعوى الجزائية أمام المحكمة الجزائية,ودفع المتهم بعدم ملكية المدعي المدني للعلامة, ففي هذه الحالة تفصل المحكمة الجنائية أيضا وهذا تطبيقا لأصل الأصول الإجراءات, وهو إن قاضي الدعوى هو الدفع .[2]

فالنسبة للاختصاص النوعي للمحكمة, فالمشرع الجزائري بسط التنظيم القضائي جاعلا المحكمة ذات اختصاص عام في نظر كل المنازعات ما عدا ما استثنى بنص خاص,وهي تفصل في جميع القضايا المدنية و التجارية أو دعاوى الشركاء. فبما أن دعوى المنافسة الغير مشروعة من الدعاوى التجارية فان المحاكم هي صاحبة الاختصاص، لكن المشرع الجزائري يحدد أي اختصاص نوعي للمحاكم في هذا الشأن يعني في حالة التعدي أو الإساءة إلى سمعة العلامات التجارية بطرق غير مشروعة .

إذا كل ما في الأمر، يمكن للمحكمة أن تحتوي على قسم تجاري و لكن اختصاصه لا يعد من النظام العام، و إنما مجرد تنظيم داخلي للمحكمة، و السبب في ذلك يرجع إلى انه قد لا نجد لقسم معين غرفة تقابله على مستوى المجلس القضائي و هذا عكس النظام الفرنسي الذي يعرف تعدد المحاكم ذات الدرجة الأولى، إذ يؤول اختصاص النزاعات الناتجة من العلامات التجارية إلى المحاكم التجارية أو محاكم المرافعة الكبرى التي يعد اختصاصها في مثل هذه القضايا نوعيا .[3] أما بالنسبة للاختصاص المحلي للمحكمة هي أن المشرع الجزائري نص على قاعدة عامة للاختصاص المحلي, فالأصل يعود الاختصاص للمحكمة الواقع في دائرة اختصاصها موطن المدعي عليه و في حالة العدم ,إذا كان موطن غير معروف فيعود الاختصاص للمحكمة الواقعة في دائرة اختصاصها محل إقامته و في حالة انعدام هذا الأخير يكون اختصاص للمحكمة الواقع في دائرتها أخر

[1] – الامر 03-06 المؤرخ في 19جمادى الاول عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 الجريدة الرسمية, الجزائر,عدد 67, 5نوفمبر 2003ص25.

[2] – محمد حسين, الوجيز في الملكية الفكرية, المؤسسة الوطنية للكتاب, الجزائر,1985,ص290.

[3] – حمادي زوبير، حماية قانونية للعلامة التجارية، مرجع سابق، ص 159.

موطن له،و على هذا الأساس في حالة التضرر جراء أعمال المنافسة غير مشروعة ترفع دعـــوى إلى محكمـــة موطن المنافس منافسة غير المشروعة

إذا كان شخص طبيعي أما إذا كان معنوي يعود إلى محكمة مقر الشركة، و يمكن لصاحب العلامة رفع دعوى استعجالية لوقف أعمال المنافسة غير مشروعة حسب المادة 299 ق إ م إ[1].

ثانيا: أصحاب الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة.

في حالة التعدي على العلامة التجارية بطريقة غير مشروعة، فانه يمكن إلى فئة معينة اللجوء إلى القضـــاء برفع دعوى مدينة للمطالبة بالتعويض جراء هذا التعدي، حيث أن هذه الفئة تتمثـــل في صـــاحب العلامـــة، و المرخص له، و أي شخص يتاجر بمنتجات تحمل تلك العلامة بصفة مشروعة, و كذلك المستهلك إذا لحقـــه ضرر من جراء استعمال العلامة من قبل تاجر يقوم بمنافسة غير مشروعة، و يكون التعويض ممثلا بدفع ما قـــد يستحق للمضرور

نظير للضرر الذي أصابه بسبب خسارة أو ضياع فرصة الربح، كما قد يكون نتيجة إصـــابته في شـــهرته أو سمعته، يعني سواء كان الضرر مادي تقدره المحكمة. يعني السلطة التقديرية هنا تعـــود لقاضـــي موضـــوع و أصحاب الخبرة.

مثال: قضى قضاة مجلس قضاء الجزائر في قضية " Rêve d'or " على أن صاحب هذه العلامة يعد منـــافس لصاحب علامة "Rêve Désire " منافسة غير مشروعة، و عليه حكمت عليه بـــالتعويض للمضـــرور، [2]كما تمت الاستعانة بخبراء لتحديد الأضرار الناجمة و تقديم التعويض .

أما بالنسبة للتعويض الضرر المعنوي تقدره المحكمة حسب السلطة التقديرية للقاضي و ذوي الخبرة و ذلك حسب المادة 47 و 48 من قانون الإجراءات المدنية و إدارية، إضافة للتعويض المالي يمكن الحكم بتعويض أدبي و ذلك بواسطة نشر حكم[3] على نفقة المحكوم .

[1] - قانون رقم 08-09, المؤرخ في 25 فيفري2008,الموافق ل18 صفر عام 1429,المتضمن قانون الإجراءات المدنية الإدارية الجريدة الرسمية رقم 21 بتاريخ 2008.04.23.

[2] -Haroun (A), La protection de la maque au Maghreb, OPU Alger, 1979, p 413 -

[3] – تنشر أحكام في الجريدة الوطنية بالنسبة للقضاء الجزائري.

المطلب الثاني: حماية العلامة بالشطب و منع الضرر.

سنتناول في هذا المطلب على الشطب باعتباره وسيلة او الية من اليات الحماية المدنية للعلامة التجارية، اضافة الى منع الضرر باعتبارها من الاجراءات التحفضية.

الفرع الأول : شطب العلامة محل الاعتداء

يتجه إلى شطب العلامة التجارية كوسيلة من وسائل الحماية المدنية للعلامة التجارية في الأحوال أو الحالات التي يتم فيها تسجيلها في سجل العلامات التجارية دون مراعاة أحكام قانون العلامات التجارية، كاستعمال بضائع لنوع مختلف غير الذي تم تسجيله، أو أن تكون مخالفة للشروط التسجيل الشكلية أو الموضوعية، أو تم تسجيلها من باب الخطأ, بحيث تنشأ عن تسجيلها استعمالها منافسة غير مشروع .[1] و عليه يمكن شطب العلامة التجارية بإحدى الطريقتين :

الأولى: الشطب الإداري.

و يتم من خلال مسجل العلامات تجارية في أي من الحالات التالية :

- في حالة تقصير التسجيل على إتمام إجراءات تسجيل العلامة بعد تقديم الطلب.
- في حالة صاحب العلامة لم يقم بتقديم طلب التجديد بعد انتهاء الأجل.
- بناء على إرادة صاحب العلامة بالشطب شريطة عدم وجود ترخيص بالاستعمال العلامة و في حالة العكس يجب الحصول على موافقة خطية من المستفيد منها .

الثانية: الشطب القضائي.

لصاحب المصلحة الحق في طلب من مسجل العلامات التجارية إلغاء تسجيل علامة مسجلة لغيره.[2] في حالة هذا الأخير لم يقدم باستعمالها بصورة جدية لمدة 3 سنوات دون انقطاع، ما لم يثبت وجود ظرفا جديا [3].

[1] – عماد الدين محمود سويدان، مرجع سابق، ص 74.

[2] – د. منير عبد الله الروحاني، الملكية الفكرية و الصناعية (مجموعة تشريعات)، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، طبعة 2009، ص 25.

[3] – سائد أحمد الخولي، الملكية الصناعية في الفقه و القانون المعاصر، دار الفجر للنشر و التوزيع،لبنان طبعة 2012، ص 71-72.

و في حالة شطب العلامة التجارية سواء لعدم تجديد فترة الحماية أو لعدم استعمالها فانه لا يجوز إعادة تسجيل العلامة المشطوبة للغير إلا بعد مرور مدة ثلاث سنوات من تاريخ شطبها .[1]

حيث أن شطب العلامة تخضع لإجراءات تختلف حسب حالات الشطب .[2]

و عليه فان اعتبار شطب العلامة التجارية وسيلة من وسائل الحماية المدنية المقررة في قانون العلامات التجارية، و ذلك بهدف تعقيم الحياة التجارية من أسس مخالفة للمنافسة المشروعة و ذلك بهدف تميز بضائع و سلع المقدمة

للجمهور و ضمان عدم غش جمهور المستهلكين، حيث أن الدعوى أو طلب شطب العلامة تعتبر من أهم تطبيقات فكرة المنافسة الغير مشروعة و كيفية محاربتها، إضافة إلى وسائل حماية التي يفرضها قانون المنافسة غير المشروعة، حيث في العديد من البلدان، يتم نشر العلامات التجارية في رسالة إخبارية، وفي حالة معارضة التسجيل خلال الفترة المحددة يتم شطبها. وهذا هو الحال بالنسبة للجزائر، يتم نشر العلامات التجارية التي تم تسجيلها فقط, وبعد ذلك من الممكن طلب شطب التسجيل في المحكمة خلال فترة محددة.[3]

الفرع الثاني: منع الضرر

أما بالنسبة للإجراءات التحفظية و التي تشمل وفق التعدي (الضرر)، الحجز التحفظي على بضائع محل ارتكاب التعدي إضافة إلى المحافظة على أدلة ذات صله بالتعدي و اعتبار هذه الإجراءات في مثابة وسائل الحماية للعلامة التجارية التي أجازها القانون، حيث أن هذه الإجراءات يطلبها مالك العلامة التجارية من المحكمة المختصة للقيام بإجراءات قانونية بهدف الحفاظ على حقه في العلامة تجاه المعتدي عليه أو احتمال الاعتداء عليها وتكون هذه الطلبات لدى إقامة مالك العلامة التجارية دعوى مدنية أو جزائية ضد المعتدي على علامته، كما يجوز تقديم الطلبات أثناء الدعوى أو قبل إقامة الدعوى, و في هذه الأخير يجب عدم إبلاغ الخصم، شريطة في الحالتين تكون مشفوعة بكفالة مصرفية أو نقدية، و في حالة عدم تقديم الدعوى من قبل مالك العلامة

[1] – منير محمد ألجنيهي، العلامات و الأسماء التجارية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، طبعة 2000، ص 34.

[2] – شذى أحمد عساف، شطب علامة التجارية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، دون طبعة،عمان, ص 176.

3- Amor bouhnik ; créer et développent une marque en Algérien ;Manuel de développement de la propriété intellectuelle ; Algérien INAPI. Pag27 .

التجارية خلال 8 أيام من تاريخ قبول المحكمة لطلبه فتعتبر هذه الإجراءات باطلة، و يغرم المدعي بتعويض نتيجة عدم صحة دعواه أو عدم تقديمها خلال المدة المقررة في هذا الصدد.

المبحث الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية.

تتمحور الحماية الجزائية للعلامة التجارية وجودا وعدما مع التسجيل، فان تم التسجيل قامت الحماية الجزائية، وأن انعدم التسجيل انعدمت الحماية الجزائية، حيث أن البحث في هذه الأخيرة يقتضي البحث في الجرائم التي يمكن أن تقع على العلامة التجارية المسجلة و العقوبات المقررة لها، و بالتالي سنقسم هذا المبحث إلى مطلبين:

المطلب الأول: نخصصه للجرائم التي تقع على العلامة التجارية .

المطلب الثاني: فنورد فيه العقوبات المقررة لهذه الجرائم.

المطلب الأول: الجرائم الواقعة على العلامة التجارية.

إن الاعتداء على العلامة التجارية يعد جريمة.[1] كالجرائم المنصوص عليها في القانون لها صور مختلفة.

و لتحديد نوع الجريمة تكون العبرة بما ينص عليه القانون لا بما يقضي به القاضي .

الفرع الأول: جرائم الاعتداء على العلامة التجارية.

إن صور الاعتداء على العلامة التجارية يمكن أن تتجسد في الاعتداء على ذاتيتها كما يمكن أن تتجسد في الاعتداء على ملكيتها.[2] و هذا ما يتم التطرق له.

[1] – عرفت الجريمة بصفة عامة: "كل فعل أو امتناع عن فعل يعاقب عليه القانون جزائيا، سواء كان هذا الفعل أو الامتناع يكون مخالفة أو جنحة أو جناية".

[2] – أمنة صامت، مرجع سابق، ص 133.

1- جريمة تزوير العلامة التجارية:

تعد هذه الجريمة أساس الجرائم التي تقع على العلامة التجارية،[1] حيث تحدث هذه الجريمة متى قام مرتكبها بتغير الحقيقة في علامة المتعدي عليه بنقلها حرفيا من البضائع المسجلة عليها إلى بضائع أخرى، بحيث يؤدي ذلك إلى تطابق العلامة الثانية المزورة، مع العلامة الأولى تطابقا تاما.[2]

و عليه يقصد بتزوير[3] العلامة "اصطناع علامة مطابقة تماما للعلامة الأصلية، أي اقتباسها بشكل تام و حرفي دون تغير".و يبدو انه لم يكن من الملائم استخدام مصطلح التزوير في مجال المساس بالعلامات التجارية في التشريع المصري، و الاكتفاء فقط بمصطلح التقليد كوسيلة للتغيير في اغلب صور الاعتداء المساس بالعلامة التجارية، حيث انه لم يستخدم مصطلح التزوير في المادة 208 من قانون العقوبات المصري عند تجريمه المساس بالأختام أو العلامات، فجاء النص صراحة عقابا على كل من "قلد"، مع انه ذكرته المادة السالفة في باب التزوير، إلا إن المشرع المصري حصر فعل التزوير و التقليد في نص المادة 206من نفس القانون .

كما أن المشرع الفرنسي أيضا لم يستخدم مصطلح التزوير بالمعنى المعروف بقانون العقوبات لديه، فاستخدم مصطلحات أخرى لا تمت بصلة لمصطلح التزوير لعدم اختلاطه بالمعنى أو الحكم، حيث استخدم مصطلح نسخ العلامة التجارية "La reproduction" و مصطلح المحاكاة "L'imitation"، إلا أنه كان حريصا على عدم إقحام مصطلح التزوير في هذا المجال، لعله ابتغى من وراء ذلك التميز بين العلامة التجارية كموضوع للتقليد و المحرر بصفة عامة كموضوع للتزوير .

غير أن المشرع الجزائري اقتصر على ذكر جنحة التقليد في المادة 32 من الأمر 03-06 [4] المتعلق بالعلامات التجارية، مما يدعوا على إغفاله على ذكر باقي الجرائم التعدي على العلامة التجارية، غير انه ذكر في المادة 26 من الأمر ذاته انه يعد جنحة تقليد العلامة المسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستئثارية لعلامة ما قام بها الغير

[1] – صلاح زين الدين، العلامة التجارية و وطنيا دوليا، دار الثقافة للنشر و التوزيع، طبعة 2006،الأردن, ص 251.

[2] – عامر محمود الكسواني، الملكية الفكرية (دراسة مقارنة)، طبعة الأولى 2011، دار وائل للنشر،الأردن, ص 303.

[3] – التزوير لغة: ذكر بين الكذب، و هي كلمة مشتقة من الزور، و الزور من ابرز معانيه الكذب،والكذب هو الأخبار عن الشيء بخلاف على ماهو عليه,احمد السعيد الزقرد,المرجع السابق,ص 58.

[4] -الأمر 2003-06 السالف الذكر,المؤرخ ص 4.

بالحقوق صاحب العلامة، و هذا يعني أن أي فعل يقع على العلامة التجارية المسجلة يمس حقوق صاحب العلامة يعد جريمة يعاقب عليها القانون .[1]

حيث كل جريمة تتضمن عنصران ,احدها مادي والأخر معنوي وعليه فان جريمة التزوير تتضمن هذان العنصران :

أ- العنصر المادي:

يكمن العنصر المادي في هذه الجريمة هو فعل التزوير الذي يتحقق باصطناع علامة مطابقة تماما للعلامة الأصلية، بصورة تؤدي إلى الانخداع دون موافقة صاحبها، و عليها حتى يتوفر العنصر المادي في هذه الجريمة يجب توفر أمرين :

الأول: يتم بصورة تؤدي إلى انخداع الغير و تضليله .

الثاني: يتم دون موافقة صاحب العلامة .

أما إذا كان الفعل لا يؤدي إلى خداع و كان بموافقة صاحب العلامة، فلا يشكل تزوير و عندها تنتفي صفة الاعتداء، و يقع عبء إثبات موافقة صاحب العلامة على المتهم .[2] و طالما أن العبرة بالفعل المادي أي صنع العلامة، لذا فان العقوبة تفرض على كل من قام بصنع العلامة المزورة، فالرسام أو صاحب المطبعة الذي يقوم عن علم برسم و إعداد التزوير , المزور بتكليف من المنتج و العامل أو الصانع يعد مرتكبا للجريمة، مع مراعاة وقوع الفعل المادي فعليا، و يمكن أن يقع التزوير بشكل كلي (حرفي)، أو أن يكون جزئي (شبه حرفي)، و لهذا اتجهت التشريعات إلى تعميم المسؤولية لتشمل "المنتج، الرسام، صاحب المطبعة".[3]

حيث تعتبر جريمة التزوير تقوم على هدفين، الأول الاعتداء على العلامة، والثاني يتمثل في غش المستهلك و تضليله، لهذا استقر الفقه على ثبوت وقوع التزوير حتى و لو لم يترتب على هذا الأخير أضرار مادية، و أنها أضرار معنوية تترتب بمجرد المساس بحق مالك العلامة، لذلك ليس للمحكمة أن تبحث في مدى حصول الضرر أو احتمالية حصوله .

و لهذا يمكن اعتقاد انه حتى و لو لم يتم وقوع أضرار مادية يمكن حدوث أضرار المعنوية جراء المساس بالحق صاحب العلامة، و لهذا على المحكمة أن تراعي هذا، لان مهمة القانون حماية مصلحة الفرد و الجماعة .

---

[1] – أمنة صامت، مرجع سابق، ص 151.

[2] – صلاح زين الدين، العلامة- و وطنيا و دوليا، مرجع سابق، ص 252.

[3] – أمنة صامت، مرجع سابق، ص 153.

ب- الركن المعنوي (القصد الجنائي):

يتمثل العنصر المعنوي في جريمة تزوير العلامة التجارية بـــ (قصد الاحتيال)، إذ يلزم لقيام هـــذه الجريمـــة توافر الاحتيال لدى مرتكب الفعل، فالتزوير لا عقاب عليه إلا متى تم بسؤ النية، و تكون نية الاحتيال في هذه الجريمة مفترضة، إذ يعتبر تسجيل العلامة قرينة على علم الغير بها[1] خاصة بالنسبة للتـــاجر إذ يفتـــرض لهـــذا الأخير أن يكون على علم بجميع العلامات التجارية المسجلة التي يحكمها ثم يســـجيلها في الجريـــدة الرسمية بحكم مقتضيات العرف التجاري .[2]

و باعتبار جريمة التزوير من الجرائم العمدية، فهي تقوم على قصدين، أولا جنائي عام و هو انصراف الجاني إلى ارتكابها بعني اتجاه إرادته إلى ارتكاب الفعل و الثاني القصد الجنائي الخاص هو تسجيل العلامـــة التجاريـــة قرينة على العلم باعتبار فعل التزوير من باب المصادفة .

2- جريمة تقليد العلامة التجارية:

تناولت جميع تشريعات العلامة التجارية جريمة التقليد بإحدى صور التعدي علـــى العلامـــة التجاريـــة و حددت لها الجزاء المناسب حسب المادة 32 من الأمر 03-06،المتعلق بالعلامات التجارية حيـــث يقصـــد بالتقليد هو وضع علامة مشابهة أو قريبة الشبه إلى العلامة التجارية الأصلية، حيث يشترط فيهـــا أن تكـــون العلامة المقلدة مستوفية للشروط القانونية,إضافة إلى تسجيلها لدى المصلحة المختصة .كما اشـــترط المشـــرع الجزائري حيث قال "....يعد جنحة التقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستئثارية لعلامة قام بـــه الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة...."[3].

[1] – عبد الله حسين خشروم، الملكية، مرجع سابق، ص 212.

[2] – زين صلاح الدين، العلامة دوليا و وطنيا، مرجع سابق، ص 253.

[3] – راجع المادة 26 من الأمر 2003-06 السالف الذكر.

إلا أن هذه التشريعات لم تحدد أركان هذه الجريمة، مما يعزم الرجوع إلى القواعد العامة لتحديد أركانها و هي :

أ- الركن المادي:

يقوم الركن المادي على فعل التقليد الذي يفترض نقل الجزء الجوهري في علامة تخص الغير و وضعها في إطار جديد[1] و ليس من شان الإضافات البسيطة أن تنفي فعل التقليد كما ليس من شأن إضافة ألفاظ مثل تشبيه أو مشبه، أو نوع أو صنف أن تنفي قيام جريمة التقليد .

حيث أن المشرع الجزائري في ظل الأمر رقم 66-57المتعلق بالعلامات المصنع والعلامات التجارية, لم يحدد مفهوم التقليد، إلا انه تدارك هذا الفراغ و نص عليه في المادة 26 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية، حيث تبنى بهذه الأحكام إلى المفهوم الواسع و الضيق للتقليد، غير أن التعديلات التي قام بها المشرع الفرنسي بعد التوجيهات الاروبية رقم 104/89 المؤرخة في 21 ديسمبر إلى جمع كافة الاعتداءات تحت مصطلح التقليد .

ب- الركن المعنوي (القصد الجنائي):

أما الركن المعنوي فيقوم على علم الفاعل بأنه يقوم بتقليد علامة خاص بالغير، و لا ينفي مسؤولية إذا لم تنشر العلامة وفق للأصول وقت ارتكاب الفعل إذا ثبت انه كان يعلم بتسجيل تلك العلامة .[2]

غير أن هناك من يعتبر أن في جريمة التقليد تكفي لوجود الجنحة إثبات آن الفعل يقتصر في اصطناع علامة مطابقة للعلامة الأصلية، فلا يشرط توافر العنصر المعنوي، بوجود العنصر المادي .

3- جريمة استعمال علامة مقلدة أو مزورة أو مسجلة للغير دون وجه حق:

لقد أشار كل من قانون العلامات التجارية و قانون علامات البضائع إلى جريمة استعمال علامة تجارية مسجلة للغير دون وجه حق، حيث تقوم هذه الجريمة على أساس الاستيلاء على علامة أصلية و الاستعمال دون وجه حق أو سبب مشروع، أي لا يتعلق الأمر بتزوير أو تقليد علامة تجارية، حيث أن هذه الجريمة أيضا تقوم على عنصرين:

[1] – علي محمد جعفر، المبادئ الأساسية في قانون العقوبات الاقتصادي و حماية المستهلك، طبعة أولى 1430-2009، مجد مؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع، ص 159.

[2] – علي محمد جعفر، مرجع سابق، ص 161.

أ- الركن المادي:

تقوم هذه الجريمة على الاستعمال الباطل للعلامة تجارية مملوكة للغير، حيث أن الاستعمال يعتبر جريمة في حد ذاته. و يأخذ هذا الركن أكثر من صورة فقد يأخذ صورة الاستعمال ,إذ يتوفر هذا العنصر بحق من يستعمل علامة تجارية مسجلة أو مقلدة، حتى و لو كان هذا الاستعمال قصد الإعلان عن تلك البضائع، و تقع هذه الجريمة عادة على العلامات التي تتخذ صورة نماذج أشكال مميزة مثل زجاجات العطور أو المياه الغازية و يقصد بالاستعمال في هذه الجريمة هو وضع العلامة المزورة أو المقلدة على سلعة تقود إلى خداع الجمهور، و هذه الأخيرة يعاقب عليها المشرع الجزائري من خلال ما نص عليه في المادة 26 من الأمر 03-06 التي تشمل كل التصرفات التي تؤدي إلى إضرار بصاحب العلامة .

ب- الركن المعنوي (القصد الجنائي):

يقوم الفقه الجزائري على اعتبار أن جريمة استعمال العلامة المزورة, استعمال العلامة الأصلية دون وجد حق هي جنحة لا تستلزم عنصر القصد، مما لا يسمح للمقلد التمسك بحسن نيته و خضوعه لعقوبة مقررة قانونا على عكس المشرع الفرنسي الذي نص على توفر العنصرين مادي و معنوي" مهما كانت طريقة الاستعمال، أما بالنسبة للتشريع المصري يعتبر هذه الجريمة من الجرائم العمدية القائمة على القصد الجنائي آلا و هو علم المقلد بالعلامة المزورة و استعمالها بهدف اعتداء على الغير بسوء النية، حسب ما نص عليه في المادة 113 من قانون العقوبات المصري .[1]

4- جريمة بيع بضاعة ذات علامة مزورة آو مقلدة أو حيازتها بقصد البيع:

وردت هذه الجريمة في المادة 38 من قانون العلامات التجارية،[2] و عليه فان هذه الجريمة بطبيعة الحال تقوم على ركنان مادي آو معنوي.

[1] - زين صلاح الدين مرجع سابق، ص 260-261.

[2] - منير عبد الله الروحاني , المرجع السابق, ص30.

أ- الركن المادي: يقوم على إحدى الصور التالية:

أولا: بيع البضاعة الحاملة للعلامة المزورة آو المقلدة.

تقوم هذه الجريمة على أن يقوم المتهم ببيع بضائع تحمل علامات مزورة آو مقلدة بتحقيق ربح آو دونه (خسارة)، حيث تنحصر هذه الجريمة على البائع دون المشتري إلا في حالة قيام هذا الأخير بإعادة بيعها مع علمه بتزوير أو التقليد .

ثانيا: عرض البضاعة للبيع.

و يكون العرض عن طريق وضع البضائع و المنتجات في مواجهة المحل التجاري آو عرضها للبيع لطريقة غير مباشرة، و لا يشترط للقيام هذه الجريمة، أن يتم بيعها مقابل ثمن، بل يمكن آن تتم عن طريق المقايضة، آو دون مقابل (عرضها كعينات) .[1]

ثالثا: حيازة البضائع بغرض البيع.

الحيازة هي سلطة فعلية أو واقعية يباشرها الحائز على شيء بحيث تكون في مظهرها الخارجي، و في قصد الحائز مزاولة للملكية آو لحق عيني أخر،[2] و هي ثلاثة صور للحيازة كاملة، ناقصة و عرضية .[3]

و تكون هذه العلامة قائمة بمجرد الحيازة على البضائع المقلدة أو المزورة حتى و لو لم يتم عملية البيع فعليا.

حيث عاقب المشرع الجزائري على مرتكبي هذه الجريمة في نص المادتين 2/9 و 26 الأمر 03-06 السابق الذكر كما أشار إليها المشرع المصري في المادة 113/فقرة 1 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري .

2- الركن المعنوي (القصد الجنائي):

القصد الجنائي اختلف بين التشريعات[4]، إذ يراها البعض من الجرائم العمدية التي تتطلب توفر القصد الجنائي العام و هو قصد الاحتيال إضافة إلى القصد الجنائي الخاص هو سوء النية بالغش، غير أن المشرع الجزائري خالفه ذلك و لم يشرط لقيام الجنحة توفر القصد في هذه الجريمة .[5]

---

[1] – عامر محمود الكسواني، مرجع سابق، ص 306.

[2] – عبد المنعم فرج صده، الحقوق العينية الأصلية، بيروت، دار النهضة العربية، 1982، ص 498.

[3] – للحيازة عنصران: الأول مادي يخول السيطرة للتصرف في الشيء بالانتفاع أو الحبس أو نقل الملكية، و الثاني معنوي يمكن قاعدة أداء الحائز محل الشيء.

[4] – التشريعات: اللبنانية، السورية، الأردنية، اتفقت على توفر النية لدى الجاني و المتمثلة في خداع المستهلك في ذاته البضاعة و مصدرها الأصلي.

[5] – أحكام المادة 2" من أمر 2003-06 السالف الذكر.

الفرع الثاني: الجرائم الملحقة بالعلامة.

إضافة إلى الجرائم الاعتداء السالفة الذكر، يوجد جرائم الملحقة بالعلامة التجارية التي يعطى لها طابع غش الجمهور باعتبارها وسيلة من وسائل ذلك و هي :

أولا: استعمال بيان تجاري مخالف للحقيقة.

يعرف البيان التجاري على أنه الإيضاح الذي يتعلق بصفة مباشرة أو غير مباشرة بعدد أو مقدار أو مقاس أو كيل، وزن البضاعة، أو الجهة أو البلد الصانع و الطريقة المصنوع فيها(الإيضاحات اللازمة لإعلام المستهلكين عن البضائع) إذ تعتبر العلامة بيانا تجاريا،[1] إذ تقع الجريمة بمجرد مخالفة البيان للحقيقة و لهذا حرص المشرع

الفرنسي على معاقبة مرتكبي هذه الجريمة و عدد أساليب تغيير البيانات الحقيقية الموضوعة على المنتج إذ انه لم يشترط وضع بيانات غير حقيقية على ذات المنتجات و إنما يمكن تغييرها بواسطة إعلانات آو منشورات أو بواسطة تقرير شفوي .[2]

و عليه بطبيعة الحال هذه الجريمة تتكون كغيرها من الجرائم على ركنين:

أ- الركن المادي:

تكمن الواقعة المادية في مخالفة التاجر أو الصانع للبيانات الحقيقية و وضعها على منتجات والفواتير أو وسائل الإعلام....و غيرها و هذا يؤدي إلى تضليل الجمهور.

ب- الركن المعنوي (القصد الجنائي):

المشرع لم ينص صراحة على القصد الجنائي، و هذا لا يعني انه نفى اشتراطه في الجريمة و إنما جعله مفترضا في كل تاجر على أن هذا الأخير يكون عالما بحقيقة سلعته.

ثانيا: جريمة الخداع .

[1] – عبد المنعم موسى، إبراهيم, حماية المستهلك, منشورات الحلبي الحقوقية، طبعة أولى 2007,بيروت,لبنان,ص 208.

[2] – أمنة صامت,مرجع سابق,ص183.

لقد ألزم المشرع المصري كل مورد بان يمد المعلن و المستهلك بالمعلومات الصحيحة و الحقيقية على جـــودة المنتج و خصائصه و تجنب ما قد يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك أو وقوعـــه في خلط

حسب المادة 6 من قانون حماية المستهلك المصري لسنة 2006،[1] حيث آن القـــانون العقوبـــات الفرنســـي و الجزائري قاما بتجريم الغش و نص على بعض جرائمه.

أ- الركن المادي للجريمة:

يقوم على الأفعال الخادعة الخاصة بالعلامة التجارية التي من شأنها إيقاع المستهلك في خـــداع عـــن طريـــق الكذب و التضليل (سلوك مادي بهدف للتضليل) .

ب- الركن المعنوي القصد الجنائي:

تعتبرمن الجرائم العمدية التي تتطلب قصد جنائي عام و هو انصراف إرادة الجاني إلى الواقعـــة مـــع تـــوفر أركانها و علمه بمعاقبة القانون عليها إضافة القصد الجنائي الخاص و هو تعمد إدخال الغش على المتعامل.

بالتطرق للجريمة الخداع لا يمكن الإغفال عن التطرق إلى جهة الشروع في جريمة الخداع.

و لما كانت جريمة الخداع تفرض خداع شخص معين, لذلك الشروع فيها لا يكون إلا عند البدء في الإتيـــان بطرق احتيالية موجهة ضد شخص معين، و معنى ذلك انه يجب توفر شرطان لاعتبار وجود حالـــة شـــروع معاقب عليها في حالة العلامة المغتصبة و هما:

- حصول اغتصاب العلامة.
- تعرض العلامة المغتصبة مع البضاعة على شخص معين.[2]

ثالثا: جريمة عدم المشروعية.

تعتبر العلامة التجارية وسيلة من وسائل الاعتداء على شعور العام سوء بمخالفة النظام العام أو الآداب العامة، في حالة توفر ركنين الجريمة.

أ- الركن المادي:

[1] - أمنة صامت ، ص 186.

[2] - المرجع نفسه، ص 192.

يقوم في حالة تعدد صور استخدام العلامة المحظورة يعني حالة استخدام علامة مخلة بالنظـــام العـــام و الآداب العامة مثال وضع صورة امرأة عارية على منتج معين، أو في استخدام شعارات أو إعلام دولـــة أو اســـتخدام بيانات خاصة لدرجات الشرف، أو استخدام رموز الصليب الأحمر أو الهلال الأحمر.

ب- الركن المعنوي:

باعتبارها من الجرائم العمدية، فهي تتطلب القصد الجنائي العام لدى الجاني (العلم) دون اشـــتراط القصـــد الخاص، و عليه يقوم عبء الإثبات هنا على المدعي (النيابة العامة) و عليه فان مرجع مخالفة العلامة للنظام العام أو الآداب العامة هو القانون العام أي قانون العقوبات، غير أن المشرع الجزائري لم يستحدث نـــص عقـــابي على استخدام علامة ممنوعة قانونا في خلاف انه حضر تسجيل بعض العلامات تجارية دون تجريم استخدامها .

رابعا: جريمة ادعاء تسجيل علامة تجارية.

تكون في حالة قيام صاحب علامة تجارية بوضع بيان عليها دون أن تكون مسجلة و ذلك بغايـــة إدخـــال في معتقد المستهلك بتسجيلها لدى الجهات المختصة.[1]

و هذا ما يشمل الركن المادي في هذه الجريمة وفق للمادة(4)[2] من الأمـــر 03-06 المتعلـــق بالعلامـــات التجارية، أما الركن المعنوي القصد الجنائي أي سوء النية .

المطلب الثاني: السياسة العقابية للجرائم العلامة التجارية.

لقد تحدثنا عن مختلف صور جرائم العلامات التجارية أركانها المادية و المعنوية (القصد الجنائي)، دون ذكـــر العقاب لكل واحدة منها على إحدى و هذا ما سيتم التعرف عليه في الفرعين الآتين:

الفرع الأول: العقوبات الأصلية، الفرع الثاني: عقوبات تكمليه .

الفرع الأول: العقوبات الأصلية.

[1] – الجهات المختصة، المعهد الوطني الجزائري، قسم العلامات التجارية، خاصة بتسجيل العلامة التجارية.

[2] – المادة 4 من أمر 2003-06 السابق الذكر "لا يمكن استعمال أي علامة لسلع أو خدمات عبر الإقليم بعد تسجيلها او إيداع طلب التسجيل بشأنها عند المصلحة المختصة".

نص القانون على معاقبة كل من يعتدي على علامة تجارية تعود لغيره بالحبس و الغرامة[1] و عليه فان العقوبات الأصلية تقوم أساسا على الحبس بالدرجة الأولى و الغرامة بالدرجة الثانية باعتبار أن العقوبات الأصلية هو الجزاء

الأساسي الذي خوله المشرع للجريمة، حيث لا يمكن تنفيذها إلا بعد خضوعها للسلطة التقديرية للقاضي من حيث النوع و المقدار و الحكم.

حيث نص المشرع الجزائري في المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري على الحبس من شهرين إلى ثلاثة سنوات و بغرامة من 20000 إلى 100000 دج في حالة جرائم الاعتداء على العلامة التجارية، كما شدد المشرع الجزائري العقوبة[2] حيث رفع مدة الحبس إلى خمس سنوات و الغرامة إلى 500000 دج إذا كانت الجريمة أو الشروع فيها المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات في حالة الخداع أو الشروع فيه.

كما نص في المادة 33 من الآمر 03-06 على انه: "يعاقب بالحبس من شهر إلى سنة و بغرامة من خمسمائة ألف دينار إلى مليوني دينار جزائري ، في حالة خداع بتسجيل العلامة غير مسجلة حسب مادة 4 من نفس الأمر".[3]

و يمكن استخلاص من ذلك أن العقوبات المقررة على الجرائم الاعتداء على العلامة التجارية تخدم المستهلك أكثر من خدمة صاحب العلامة .

كما نصت المادة 32 من أمر نفسه كعقوبة أصلية للاعتداء على علامة التجارية بالحبس من ستة أشهر إلى سنتين و غرامة من 250000 دج إلى 1000000 دج.

[1] – نزيه نعيم شلال، دعاوى تزوير و استعمال المزور–منشورات الحلبي بيروت، طبعة 2009، ص 125.

[2] – المادة 430 من الآمر رقم156/66 المؤرخ في 08 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات الجزائري, المعدل والمتمم بقانون رقم 23.06 لسنة2006,الجريدة الرسميةالعدد 78.

[3] – المادة 4 من أمر 03–06 "لا يمكن استعمال أي إلا بعد تسجيلها آو إيداع طلب التسجيل "

الفرع الثاني: العقوبات التكميلية لجرائم التعدي على العلامة التجارية.

إضافة إلى العقوبات الأصلية الحبس و الغرامة فقد أوردت التشريعات الخاصة بالعلامات التجارية عقوبات تكميلية لجرائم الاعتداء عليها, و اعتبارا أن العقوبات التكميلية لا يجوز الحكم بها مستقلة عن العقوبة الأصلية ما لم ينص القانون عليها صراحة حتى يمكن أن تكون هذه العقوبات إجبارية آو اختيارية[1] حيث يتم دراستها على التوالي :

1- المصادرة:[2]

يجوز للمحكمة التي تحاكم أي شخص بمقتضى المادة 38 من قانون العلامات التجارية أن تأمر بمصادرة كافة البضائع والمواد و الملفات والإعلان واللوحات والطوابع الخشبة والأختام و غير ذلك من المواد الأخرى التي ارتكب الجرم بشأنها .[3]

أي يكون ذلك بناء على آمر من المحكمة المختصة، و قد يكون أثناء محاكمة أي شخص متهم بجريمة من الجرائم العلامة التجارية .[4]

حيث نص المشرع الجزائري على ذلك في المادة 32 من الأمر رقم 03-06 على إحدى عقوبات تكميلية يجوز للمحكمة أن تقررها من طرف القاضي في حالة ارتكاب الجنحة فعلا،[5]

حيث التشريعات الراهنة خالفت التي سبقها، حيث في هذه الأخيرة كان القاضي غير ملزم بالمصادرة باعتبارها اختيارية، لكن حاليا يعاقب الشخص مرتكب جريمة التقليد بالحبس أو الغرامة أو بإحدى هاتين العقوبتين مع مصادرة الأشياء محل الجنحة، يعني بهذا أن ارتباط المصادرة بحكم جزائي .

حيث أن المشرع المصري في المقابل أضاف على المشرع الجزائري، في كون حكم المصادرة يكون وجوبيا دون أن ترجع السلطة التقديرية للقاضي، و يكون قرار حكم بمصادرة أشياء المضبوطة في الجريمة نافذا إلا في حالة عدم ضبط الأشياء في حينها يكون حكم المصادرة ليس محله و ملخص ذلك المادة 113 من قانون حماية الملكية

---

[1] – مضمون المادة 2/4 من ق.ع الجزائري، كما نص عليها المشرع المصري في المادة 24 من ق.ع و أعطاها اسم العقوبات التبعية.

[2] – المصادرة جزاء مالي ضمن نقل الملكية العلامة التجارية بجرائم التزوير إلى محل المحكوم له دون مقابل.

[3] – عامر محمود الكسواني، مرجع سابق، ص 310.

[4] – سبق شرح و بيان الجرائم العلامة التجارية بتفصيل "تزوير ، تقليد... "

[5] – لا يمكن الحكم ببعض العقوبات التكميلية إلا إذا نص القانون صراحة على ذلك حسب المادة 3/15 من ق.ع الجزائري.

الفكرية المصري أما في التشريع الفرنسي يكون المصادرة لأشياء محل الجريمة جوازي أي السلطة التقديرية هنا تكون للمحكمة بمصادرتها، حيث أن تنطق بذلك صراحة في الحكم . و هذا نرى المشرع المصري كان على صواب أكثر من التشريعات الأخرى في حكم بمصادرة الأشياء و المنتجات المضبوطة محل الجريمة سواء استعملت في الجريمة أو الشروع فيها، باعتبار أن هذا الاتجاه يخدم حماية الجزائية للعلامة التجارية أكثر .

2- الإتلاف:

أجازت المشرع الأردني في المادة 39 من قانون العلامات التجارية الأردني على إتلاف الأشياء و الطوابع الخشية و الأختام و غير ذلك المستعملة في ارتكاب جرائم العلامة التجارية، و هذا يعني أن الحكم بإتلاف الأشياء كلها أو بعضها، أمر متروك لسلطة المحكمة التقديرية إذا أن الأمر بإتلاف جوازي و ليس إلزامي .[1]

حيث أن لها سلطة التصرف في أشياء حسب المصلحة العامة، فقد يكون الإتلاف مخالف للمصلحة العامة، لا تأمر بإتلاف نظر للجودة الأشياء المصادرة، بل غير ذلك مثاله بيعها آو توزيع ثمنها على المحتاجين أو هبتها إلى المؤسسات الخيرية . أما بالنسبة للمشرع المصري فجعل إتلاف العلامة محل الجريمة أمر وجوبي على المحكمة حسب سلطتها التقديرية حسب المادة 117 من قانون الملكية الفكرية المصري. في حين المشرع الجزائري نهج مسلك المشرع المصري في حكم الإتلاف يكون وجوبيا (إلزاميا), للمحكمة السلطة التقديرية في تحديد ذلك حسب المادة 32 من الأمر 03-06 باعتبار الحكمة من هذه العقوبة حماية المستهلك من تعاطي سلع قد تكون مضرة لصحته[2]; في حين المشرع الفرنسي كان في اتجاه معاكس للمشرع الجزائري .

3- الإغلاق:[3]

أجاز المشرع المصري في المادة 113 من قانون الملكية الفكرية المصري للمحكمة بعد إجراءات التقاضي و ثبوت الجرم، تصدر في قرار حكم نهائي أمر يتضمن إغلاق المنشأة المستغلة في ارتكاب الجريمة، مدة أقصاها 6 أشهر و خروجا عن الحكم السابق تحددها دون تحديد حد أقصى. آن يكون الغلق وجوبيا أم بالنسبة

[1] – زين صلاح الدين، الملكية الصناعية و التجارية، مرجع سابق، ص 429.

2- Le droit des marques et la santé, Mémoire réalisé par Amélie Favreau, 2003/2004. http://www.caprioli-avocats.com

[3] – تزيف الغلق: منع من استمرار أو استغلال منشأة محل تجاري، مصنع، مكتب ...."، اذاكان محلا أو أداة لأفكار مخالفة للنظام العام.

للمشرع الجزائري نص على عقوبة الغلق النهائي أو المؤقت كعقوبة تكميلية. في حالة الحكم بعقوبة جزائية يقرر القاضي

المؤسسة المستعملة لتنفيذ الجنحة، حيث بعد هذا القرار اختياريا في التشريع الفرنسي، لكن المشرع الجزائري لم يحدد مصير عمال المؤسسة بعد قرار غلقها (مؤقت، نهائي) و عدم تحديد مدة إمكانية تجاوزها في الغلق المؤقت.[1]

4-نشر الحكم الصادر بالإدانة :

يتم الحكم الصادر بالإدانة سواء بالشهر على واجهة المحلات أو نشرها في الصحف, ويقضي غالبا بشهر الأحكام الصادرة بالإدانة في المجال الاقتصادي والاجتماعي والتجاري عن طريق لصق صورة الحكم أو الملخص له على الأماكن التي يحددها الحكم على حساب المحكوم عليه.

نص على النشر المشرع المصري في المادة 117 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري حيث أن المحكمة جوازايا تأمر بنشر حكم الإدانة في جريدة واحدة آو أكثر، على نفقة المتهم في حين المشرع الادرني لم يتطرق لهذه العقوبة. أما في التشريع الجزائري أصبحت فيه عقوبة الإعلان غير قابلة للتطبيق على جرائم الاعتداء على العلامة التجارية، اعتبار أن الأحكام الراهنة لا تتضمن ذكر عقوبة الإعلان الحكم كعقوبة تكميلية، بينما سابقا كان

التشريع الجزائري يجيز للمحكمة الحكم بعقوبة الإعلان على نفقة المحكوم عليه، أو لصالح الطرف المدني الملحوق به الضرر إذا كانت الدعوى غير مبنية على أساس قانوني.

و عليه فان عقوبة الإعلان أو نشر الحكم لها فوائد أهمها:

- كشف أمر المتهم للجمهور و تحذيره من التعامل مع مرتكب الجريمة.
- تعويض معنوي لصاحب العلامة على الأضرار الأدبية.

[1] - أمنة صامت, مرجع سابق ,ص258.

صدرت الجزائر قوانين كحماية للعلامات التجارية وعملت من خلال الجمارك على محاربة التقليد، فمحاربة التقليد تمثل مهمة أساسية لدى الجمارك في إطار التنظيم التجاري الخارجي خلال مراقبة البضائع عند الدخول أو الخروج أو التداول عبر التراب الوطني ،هذه المهمة تنشئ على التعاون النشيط بين الشركات الضخمة والسلطات .

فالتقليد العلامات يعاقب عليه القانون الجزائري بعقوبات أصلية أو تكميلية، وتشير إلى انه يمكن لأي متضرر من استخدام علامة تجارية ما إن يرفع دعوى قضائية ،تكون جنائية إن كان صاحب العلامة فعلا ومدنية أن كان الشخص المتضرر مدني ليس له علاقة بالتجارة .

الفصل الثاني

الحماية الدولية للعلامة التجارية

إن حماية العلامة التجارية لا تقتصر على الحماية الداخلية بشقيها الجزائي و المدني فقط، حيث أن للعلامات التجارية نطاقات دولية واسعة، و هو ما يجعلها مادة و محلا للعديد من الاتفاقيات الدولية التي وضعت خصيصا لتوفير حد ادني لحمايتها لا على الصعيد الداخلي فقط بل و على الصعيد الدولي أيضا، و هو ما يجعلنا نتناول مسألة الحماية الدولية للعلامات التجارية لنجد هل هذه الاتفاقيات قامت بمعالجة و الإحاطة بموضوع الحماية القانونية للعلامة التجارية، و عليه سوف نحصر الدراسة بالنسبة للحماية الدولية للعلامة التجارية على الاتفاقيات التي صادقت عليها الجزائر بخصوص حماية العلامة التجارية، و عليه تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث و كل مبحث تضمن اتفاقية من الاتفاقيات المصادق عليها من قبل الجزائر الخاصة بحماية العلامة التجارية، و هي ثلاث اتفاقيات على التوالي:

المبحث الأول: اتفاقية باريس 1883.

المبحث الثاني: اتفاقية مدريد1981.

المبحث الثالث: اتفاقية نيس 1957.

المبحث الأول: حماية العلامة التجارية وفق اتفاقية باريس 1883.

تعتبر اتفاقية باريس، أول اتفاقية دولية [1]لحماية الحقوق الملكية الصناعية و التجارية التي تم إقرارها، و عليه سوف يتم التطرق في هذا المبحث على أهم ما تضمنته هذه الاتفاقية من أغراض، و آليات الحماية الخاصة بالعلامة التجارية .

المطلب الأول: التعريف باتفاقية باريس و أغراضها.

الفرع الأول: التعريف باتفاقية باريس1883.

تعد اتفاقية باريس الدعامة الرئيسية التي يرتكز عليها نظام الحماية القانونية للعلامة التجارية، حيث تم إقرار هذه الاتفاقية في 20 مارس 1883 باعتبارها الأساس المنظم لكافة مفردات الملكية الفكرية بما فيها العلامات التجارية، حيث ضمت اتفاقية باريس اكبر الدول المصنعة و التي لها اقتصاد حر و عدد من الدول الاشتراكية مثل تشيكوسلوفاكيا و يوغسلافيا و بولونيا و عدد كبير من الدول العربية بما فيها الجزائر[2]، و مصر و الأردن، لبنان و المغرب و موريتانيا و تونس، حيث صادقت الجزائر على نصها الأصلي سنة 1966، بواسطة الأمر رقم 66-48 المؤرخ في 25 فيفري **1966**[3]، بينما صادقت على تعديلاتها بواسطة الأمر رقم 75-02 المؤرخ في 9 جانفي 1975 المتعلقة بالمصادقة على اتفاقية باريس لحماية البيئة المعدلة في بروكسل في 14 ديسمبر 1900

[1] – الأمر رقم 10/72, المؤرخ في 22مارس 1972, الذي يتضمن انضمام الجزائر إلى الاتفاقيات الدولية, الجريدة الرسمية العدد32 لسنة 1972.

[2] - الأمر رقم 48/66, المؤرخ في 25 مارس 1966, المتضمن انضمام الجزائر إلى اتفاقية باريس للملكية الصناعية, الجريدة الرسمية, العدد16 لسنة1966.

[3] - ـ الأمر رقم 02/75, المؤرخ في 9جانفي 1975, يتضمن المصادقة على اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية, المبرمة في 20مارس 1883, المعدلة ببروكسل في 14ديسمبر 1900,واشنطن في 2 يونيو 1911, ولاهاي في 26 نوفمبر 1925,ولندن في 02يونيو 1934, ولشبونة 31اكتوبر 1958,الجريدة الرسمية العدد 10 لتاريخ 4 فيفري 1975..

بواشنطن في 20 جوان 1911، بلاهاي في 6 نوفمبر 1925، بلندن في 20 جوان 1934، بلشبونة في 31 أكتوبر 1958، و بستوكهولم في 14 جويلية 1967 و المنحقة في 20 اكتوبر 1979 .[1]

و لقد أسست هذه الاتفاقية الوحدة من اجل حماية الملكية الصناعية، و هي عبارة عن جمعية من الدول و التي تملك أجهزة مركزية دائمة و مسيرة من طرف المنظمة العالمية للملكية الصناعية (OMPI)، و التي يقع مقرها بجنيف "Jeneve"، حيث يمتد مجال تطبيق اتفاقية باريس إلى مجموعة من الحقوق الخاصة المتعلقة بحماية الرموز المتميزة التي تحتوي العلامات الصناعية و التجارية و الأسماء التجارية و تسميات المنشأة و المنافسة التجارية غير المشروعة .[2]

الفرع الثاني: أغراض اتفاقية باريس 1883.

أوجبت اتفاقية باريس في المادة الأولى للفقرة 03 أن تؤخذ الملكية الصناعية بأوسع معانيها فلا تقتصر تطبيقها على الصناعة و التجارة بمعناها الحرفي، و إنما تطبق كذلك على الصناعات والموارد الزراعية و الاستخراجية و على جميع المنتجات الطبيعية أو المصنعة .

تهدف اتفاقية باريس إلى حماية الملكية الصناعية بمعناه الواسع,لهذا فهي لا تسري على العلامة التجارية أو العلامة الصناعية أو علامة الخدمة فقط,بل تنطبق كذالك على الرسوم وبراءة الاختراع والنماذج الصناعية وتسميات المنشاءات والأسماء التجارية .

كما قامت الاتفاقية على تحقيق تنظيم وتسهيل حماية حقوق الملكية الصناعية على المستوى الدولي,وذالك أن التشريعات الدولية تقصر حماية هذه الحقوق على إقليم الدولة وفق لمبدأ إقليمية القوانين .

حيث كان الغرض الرئيسي من إبرام اتفاقية باريس هو أن يكون لكل شخص تابع أو مقيم في إحدى الدول الأطراف في الاتفاقية و له منشأة تجارية فيها، الحق في حماية اختراعاته أو رسومه أو نماذجه الصناعية أو علامته التجارية أو باقي صور الملكية الصناعية الأخرى التي ذكرتها المادة الأولى من الاتفاقية في كل من دول اتحاد

[1] – حسابي علي، براءة الاختراع اكتشافها و حمايتها، دار الجامعة الجديدة، طبعة 2010، ص 218.

[2] – رياض عبد الهادي منصور عبد الرحيم، التقسيم الدولي لحماية الملكية الفكرية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، طبعة 2010، ص 44.

باريس، عن طريق معاملته بخصوص حماية تلك الحقوق على قدم المساواة مع مواطني كل دولة من الدول الأعضاء

في الاتحاد و وفقا لقانونها الوطني، خاصة بخصوص حماية العلامات التجارية، حيث و بمجرد مصادقة الدول على اتفاقية باريس تصبح نصوص الاتفاقية جزءا من القانون الوطني في تلك الدولة دون حاجة إلى أن تصدر الدولة قانونا يتضمن القواعد الواردة في الاتفاقية، و هذا يعني أن الأجانب يستمدون حقوقا مباشرة من الاتفاقية و يجوز
لهم التمسك بأحكامها أمام القضاء الوطني في كل الدول الأعضاء في اتحاد باريس بغض النظر على التشريع الوطني، و لذلك فان نصوص الاتفاقية ذاتية التنفيذ (على خلاف اتفاقية تربس) .[1]

المطلب الثاني: آليات حماية العلامة التجارية وفق اتفاقية باريس 1883.

إن اتفاقية باريس لم يكن الهدف من إبرامها إلزام الدول الأطراف فيها بان تضع في تشريعاتها الوطنية معايير معينة لحماية الملكية الصناعية، و إنما كان الهدف من ابرامها هو حماية رعايا كل دول من الدول الأعضاء في اتحاد باريس في كافة البلدان الأخرى الأعضاء في الاتحاد، عن طريق المبادئ التي أقرتها الاتفاقية و أهمها مبدأ المعاملة الوطنية و استقلال العلامات ومبدا الاسبقية، و اعتبار هذه المبادىء في مثابة الوسائل أو آليات حماية العلامة التجارية، و هذا ما يتم التطرق من خلال الفروع أسفلها .

الفرع الأول: مبدأ المعاملة الوطنية لقاعدة المعاملة الاتحادية لرعايا الاتحاد.

نصت المادة 6 من اتفاقية باريس على حماية العلامات المسجلة في إحدى الدول الاتحاد الأخر لتسهيل تمتع العلامات بالحماية في بلدها الأصلي, وتقتضي هذه المادة بان كل علامة تجارية أو صناعية مسجلة تسجيلا صحيحا في بلدها الأصلي يقبل تسجيلها وتتمتع بالحماية بحالتها في بقية الدول الاتحاد, وعلى ذالك تلتزم دول

[1] – حسام الدين الصغير، عميد كلية حقوق المنوفية جمهورية مصر عربية، ندوة الويبو دون الإقليمية عن العلامات التجارية و نظام مدريد، 2004، ص 3-4.

الاتحاد بتسجيل وحماية كل العلامات المسجلة تسجيلا صحيحا في بلد الأصلي متى كان هذا البلد من دول الاتحاد .

ويقصد بالبلد الأصلي للعلامة, الدولة التي توجد بإقليمها المنشاة كموطن مالك العلامة أو جنسيته,واشتراط صحة تسجيل العلامة في بلدها الأصلي مرجعه إلى اعتبار تمتع هذه العلامة بالحماية في الخارج امتداد للحماية القائمة في بلدها الأصلي وهي تكون كذالك إلا إذا كانت مسجلة تسجيلا صحيحا.

يعني بناء على الأحكام الخاصة بالمعاملة الوطنية، تقضي الاتفاقية على أن الدول الأعضاء لا تملك الحق في التميز بين مواطنيها و مواطني الدول الأخرى الأعضاء في الاتفاقية فيما يتعلق بحماية العلامة التجارية، إلا أن عقد المبدأ يمنح في طياته بالضرورة الحق لكل دولة برفض حماية العلامة التجارية لمواطني و شركات الدول غير الأعضاء في الاتفاقية باريس .[1]

كما إن المادة 6 في الفقرة ب حصرت الدول التي لا تتمتع بالحماية في الدول الاتحاد رغم تسجيلها في البلد الأصلي تسجيلا صحيحا وهي العلامات التي تضمن اعتداء على حقوق الغير والعلامات المجردة من كل طابع مميز ومؤدي.

و بناء على أحكام المادة الثانية في اتفاقية باريس فانه يجب على كل دولة متعاقدة أن تمنح مواطني الدول المتعاقدة الأخرى الحماية نفسها التي تمنحها لمواطنيها فيما يتعلق بحماية الملكية الصناعية، كما تقضي بان يتمتع مواطنو الدول غير المتعاقدة بالحماية إذا كانوا يقيمون في دولة متعاقدة أو يملكون فيها مؤسسة صناعية أو تجارية حقيقية و فعلية، و عليه فان اتفاقية باريس تعطي لرعايا الدول المنظمة و إليها الحق بالتمتع في المزايا الممنوحة أو التي تمنحها في المستقبل قوانين تلك الدول لمواطنيها دون الإخلال بالحقوق المنصوص عليها في هذه الاتفاقية.[2]

و هذا يعني أن الحماية التي تمنحها اتفاقية باريس لا تقتصر على رعايا دول الأعضاء في اتفاقية فحسب، و إنما تمتد إلى رعايا الدول الغير أعضاء في الاتفاقية، شريطة آن يكون الرعايا مقيمون في دول أعضاء اتفاقية باريس, أو يملكون مؤسسة صناعية أو تجارية فعلية لا صورية أو وهمية فيها، كما يستفيد الشخص المعنوي من الحماية، و تطبيقا لذلك فان كل شخص يتمتع بجنسية أي دولة من دول الأعضاء اتفاقية باريس، أو مقيمون في تلك

[1] – عدنان غسان برانبو، التنظيم الدولي للعلامة التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، دون سنة طبعة، ص 967.

[2] – حساني علي، براءة اختراع، مرجع سابق، ص 225.

الدول أو يملكون منشأة صناعية و تجارية فيها، الحق في الحصول على حماية العلامات التجارية في الجزائر، و عندما يتمتع بكافة الحقوق و الامتيازات المتمتع بها الجزائري في هذا الصدد .

لذالك فان الأشخاص الذين لهم حق الاستفادة من مبدأ المعاملة الوطنية وهم:

1-الأشخاص الذين يتمتعون بجنسية إحدى الدول الأعضاء في اتفاقية باريس .

2- الأشخاص الذين يقيمون في دولة عضو في هذه الاتفاقية .

3- الأشخاص الذين يملكون مؤسسة صناعية أو تجارية في دولة عضو في هذه الاتفاقية .

وفي حالة تعارض أحكام القانون الداخلي (الوطني) مع أحكام الاتفاقية الدولية, بشان الحماية فيكون لرعايا دول الاتفاقية – ومن ياخد حكمهم – أن يتمسكوا بأحكام هذه الاتفاقية, ذالك أن للاتفاقية الدولية قوة القانون

الداخلي بعد إبرامها والتصديق عليها ونشرها وفقا للأصول المقررة في هذا الصدد, الأمر الذي يعني أن الاتفاقيات والمعاهدات تسموا على القوانين الوطنية . وذالك على سبيل الاستثناء على مبدأ إقليمية القوانين من جهة ,ولمبدأ سيادة الدولة من جهة أخرى .

الفرع الثاني: مبدأ استقلال العلامات التجارية.

و هذا المبدأ يقضي أن الحق في العلامة التجارية الممنوح في إحدى الدول الأعضاء مستقل عن الحقوق في العلامات التجارية الممنوحة في جميع الدول الأعضاء الأخرى، مما يعني أن مالك العلامة التجارية يخضع بشكل حصري للقانون الوطني لكل دولة من الدول التي قام بتسجيل علامته التجارية، و آن القانون الموضوعي الخاص بالحقوق الممنوحة لمالكي العلامات التجارية يبقى وطنيا .[1]

حيث يستدل من الاتفاقية أنها تقضي باعتبار كل علامة تم تسجيلها وفق للأصول القانونية المتبعة في بلدها الأصلي و من ثم قدم طلب تسجيلها في دولة أو أكثر من الدول الأعضاء في الاتفاقية، بأنها علامة مستقلة تماما على العلامة المسجلة في البلد الأم، حسب المادة 3/6 من الاتفاقية .

[1] – عدنان غسان برانيوا، مرجع نفسه، ص 967.

و ما تقدم يفيد بأنه إذا انتهت مدة تسجيل العلامة في إحدى الدول الأعضاء فان ذلك لا يعني انتهائها في بقية الدول،[1] كما أن تجديد التسجيل في إحدى الدول الأعضاء لا يعني تجديده في بقية الدول، و نفس الحكم فيما يتعلق بالشطب العلامة و إلغائها .[2]

غير أن اتفاقية باريس تضمن أيضا أحكام موضوعية عامة تضمنت حق الأسبقية للذين قاموا بتسجيل علامتهم التجارية في إحدى الدول الأعضاء و يرغبون بتسجيلها في دولة أخرى عضو في الاتفاقية، إضافة إلى أن هذه الاتفاقية منحت حماية خاصة للعلامات التجارية المشهورة، حيث مكنت من قام بتسجيل علامة مشهورة في دولة أعضاء إقامة دعوى إلغاء ضد من قام بتسجيل نفس العلامة في دول أعضاء الأخرى بناء على شرعية التسجيل الأول، كما أن هذه الأحكام تعتبر القواعد العامة التي يجب على الدول المتعاقدة إتباعها، يعني هي الحدود الدنيا للحماية التي يجب أن يضمنها تشريع كل دولة .

الفرع الثالث:مبدأ الأسبقية

تقتضي المادة 4 من اتفاقية باريس بان ما تقدم بطلب تسجيل علامة تجارية في إحدى الدول الاتحاد يتمتع فيما يختص بالتسجيل علامة تجارية في إحدى الدول الاتحاد يتمتع فيها بحق الأسبقية في التسجيل في دول أخرى,خلال ستة أشهر من تاريخ تقديم الطلب, وإذا كان البلد الأصلي ياخد بمبدأ الفحص قبل التسجيل فان حق الأسبقية لا يتأكد إلا إذا أجيب طلب التسجيل,وإذا كانت العلامة في البلد الأصلي من قبل تقديمه طلب التسجيل في البلد الأصلي فإنها لا تعتبر علامة جديدة في البلد الأجنبي ويجوز الاحتجاج عليه بذالك .[3]

[1] – عامر محمود كسواني، مرجع سابق، ص 322.

[2] – عبد الفتاح بيومي حجازي، الملكية الصناعية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، طبعة 2008، ص 58.

[3] - محمد حسنين,المرجع السابق,ص 211.

المبحث الثاني: اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات سنة 1981.

كما إن اتفاقية مدريد شانها شان اتفاقية باريس,تعتبر عماد من أعمدة التي نصت على حماية العلامات التجارية ولهذا سيتم التطرق على أغراض الاتفاقية مدريد والياتها الحمائية للعلامة في المطالب أدناه .

المطلب الأول: التعريف بالاتفاقية مدريد و أغراضها.

الفرع الأول: التعريف بالاتفاقية مدريد1981.

تم التوقيع على اتفاقية مدريد الخاصة بالتسجيل الدولي للعلامات التجارية، في 14 نيسان 1981 م، و أصبحت سارية المفعول و النفاذ في 15 تموز 1982، و قد جرى تعديلها عدة مرات،[1] و باب العضوية في هذه الاتفاقية مفتوحة لكل طرف من أطراف اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية،[2] حيث انضمت عدة دول لهذه الاتفاقية، منها دول عربية و أخر أجنبية، و لقد انضمت الجزائر إلى اتفاق مدريد لسنة 1981، المتعلق بالتسجيل الدولي للعلامات، بموجب الأمر 10/72 المؤرخ في 22 مارس 1972 المتضمن انضمام الجزائر إلى مجموعة من الاتفاقيات التي تنص إلى إمكانية إيداع الطلب على مستوى المكتب الدولي للمنظمة العالمية للملكية الصناعية (OMPI) آما بالنسبة للجزائر فان المعهد الوطني لحماية الملكية الصناعية (INAPI) هو الذي يتكفل بإيداع طلبات المنتجين .

[1] – في واشنطن 1925، و في بروكسل سنة 1900، و في لاهاي سنة 1925، و في لندن سنة 1935، و في باريس 1957، و في استو كهولم سنة 1967، و تعديله أخر مرة 1979.

[2] – الدول الآتية الذكر و البالغ عددها 46 دولة هي طرف في هذا الاتفاق حتى أول جانفي 1997 و هي: الاتحاد الروسي، أذربيجان، ارمينا، اسبانيا، ألبانيا، اوزبكستان، أوكرانيا، ايطاليا، البرتغال، بلجيكا، بلغاريا، و البوسنة، الهرسك، بولندا، بيلاروس، الجزائر، جمهورية تشيك، كوريا الشعبية، مقدونيا، اليوغسلافيان، مولدا فيا، رومانيا، سامرينو، سلوفاكيا، سلوفينيا، السودان، سويسرا، الصين، طاجاكستان، فرنسا، و فيتنام، قيرغيزستان، كازاخستان، أوكرانيا، كوبا، لكسمبورغ، لاتفيا، مصر، المغرب، منغوليا و موناكو، النمسا، هنغاريا، هولندا، يوغسلافيا، و ليختنشتاين.

الفرع الثاني: إغراض اتفاقية مدريد 1981.

يهدف اتفاق مدريد لتأمين نظام تسجيل للعلامات التجارية، و قد حاول القيام بذلك من خلال وضع آلية تمكن مالكي العلامات التجارية في الدول الأعضاء من الحصول على تسجيل لعلاماتهم التجارية في الدول الأخرى من خلال تقديم طلب واحد في مكتب تسجيل العلامات التجارية للدولة الأصل .[1]

و هذا يعني أن التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة الذي يرغب في حماية علامته التجارية في عدد من الدول يخضع عادة لكثير من الإجراءات الشكلية المتبعة في المكاتب الوطنية لتسجيل العلامات التجارية في كل دولة وحدها كالحاجة لتقديم الطلب بلغات متعددة، ووجود فترات حماية متفاوتة ناتجة عن تواريخ التجديد المختلفة، و الحاجة لتعين وكيل محلي في بعض الحالات فضلا عن أن تقديم الطلبات المحلية في كل دولة يؤدي إلى تحمل تكاليف باهظة جدا لطالب التسجيل كل بالرسوم المحلية، و رسوم الوكلاء المحلين و تكاليف الترجمة في كل دولة و عليه، يتضح أن الغرض من اتفاقية مدريد يتمثل في :

1- تسهيل تسجيل العلامات التجارية على المستوى الدولي.

2- التخلص من صعوبات التسجيل الفردي المتعدد.

3- التوفير في الرسوم و النفقات و المصاريف.

4- المحافظة على الوقت.

5- توفير حماية للعلامة على نطاق واسع.[2]

و هذا يعني أن هذه الأخيرة تعتبر مزايا،[3] تمنحها هذه الاتفاقية، و هي بمجرد تسجيل العلامة في الدولة المتعاقدة التي هي بلد المنشأة لا يبقى على صاحب العلامة سوء التقدم بطلب بلغة واحدة (اللغة الفرنسية) و أن يسدد الرسوم المطلوبة لمكتب واحد (مكتب الدولي) بدلا من إيداع طلبات منفصلة بلغات متعددة لدى المكاتب الوطنية للعلامات التجارية التابعة لمختلف الدول الأعضاء، و دفع الرسوم لكل مكتب منها .[4]

---

[1] – عدنان غسان برانبوا، التنظيم القانوني للعلامة التجارية، مرجع سابق، ص 968.

[2] – صلاح الزين الدين، العلامات التجارية، مرجع سابق، ص 290-291.

[3] – يعود التسجيل الدولي بالفائدة على المكاتب الوطنية للعلامات، حيث انه يخفف من حجم العمل الذي يستوجب عليها القيام به، كما أن جزء من الرسوم التي يتم دفعها إلى المكتب الدولي يحول إلى الدول التي يطلب فيها الحماية ناهيك عن الأرباح التي توزع على الدول.

[4] – عامر محمود كسواني، الملكية الفكرية، مرجع سابق، ص 325.

و لهذا فان الغرض من إنشاء اتفاقية مدريد هو تخفيف من عقبات التي يتعرض لها التسجيل الفـــردي للعلامـــة بتعدد جهات التسجيل و توفير الوقت و الجهد و النفقات و حماية للعلامة .

المطلب الثاني: آليات الحماية العلامة في ايطار اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات.

الفرع الأول: التسجيل الدولي للعلامات التجارية وفق اتفاقية مدريد 1981.

تقبل تسجيل كل علامة تجارية أو صناعية سجلت في بلدها الأصلي و فق للأوضاع القانونيـــة، في هـــذه الشأن و أن تمنحها الحماية التي هي عليها، و تبعا لذلك تلتزم دول الاتحاد بقبول تسجيل علامة أجنبية مـــا دامت تلك العلامة قد استوفت شروط تسجيلها بحسب قانون بلد الأصل، و هذا يعني أن اتفاقية مدريد نصت على قاعدة أمرة إلا و هي واجب تسجيل العلامة في دولة المنشأة قبل تسجيلها دوليا، و المقصود هنـــا انـــه لا يسمح لرعايا الدول الأعضاء بإيداع علاماتهم في دولة أخرى إلا إذا تم تسجيلها في دولة منشأة، و عليه فـــان التسجيل الوطني للعلامة في هذه الأخيرة يتم عن طريق إرسال الطلب في بلد الأصلي أولا، حيث يتم تدقيقـــه (فحصه) و التصديق على العلامة التجارية المرفقة به قد تم إدخالها في السجل الوطني للعلامـــات التجاريـــة في البلد الأصلي باسم طالب التسجيل و صاحب المنتجات أو البضائع أو الخدمات نفسها و بعد ما يتم إرســـال الطلب إلى المكتب الدولي مصحوبا بالرسوم المقررة،[1] ليتحقق التسجيل الدولي بواسطة إجراء موحـــد لـــدى المنظمة العالمية للملكية الفكرية (OMPI) و هو قيد العلامة لديه وفق أحكام مقررة بهذا الشأن، و بعد ما يتم مراقبة انتظام الإيداع و ذلك عن طريق فحص طلب التسجيل الدولي من قبل مكتب الـــدولي، مـــن حيـــث استيفاؤها الشروط اتفاقية مدريد و أنظمتها، و بعدها يتم تسجيل العلامة و إعـــلان الإدارات الوطنيـــة للدول المعنية و نشرها في المجلة ذات العلامة، أما إذا كان الطلب غير مستوفي للشروط المطلوبة يقوم المكتـــب الدولي بإرجاء التسجيل و من ثم إشعار المكتب الوطني المحلي، بذلك لتدارك النواقص في الطلب مـــع طالـــب التسجيل، و في حالة تحقق عكس ذلك في غضون ثلاثة أشهر من تاريخ الإشعار، قابلة للتمديد لمدة ثلاثة أشهر أخرى من قبل المكتب الدولي، و يتم إعلان كل

[1] – باقدي دوجة,عقد التنازل على العلامة التجارية ,مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في الملكية الفكرية,كلية الحقوق ين عكنون, الجزائر,2004.2005.ص 78.

من طالب التسجيل أو وكيله إضافة للمكتب الوطني بذلك، و في حالة فوات مدة الإشعار و مدة تمديد حينها يتم إلغاء الطلب و إرجاع رسوم التسجيل المدفوعة سابقا لطالب التسجيل.

ويجوز لدول الاتحاد أن ترفض التسجيل الدولي للعلامات التجارية إذا كانت تتضمن أي اعتداء على حقوق الغير أو مجرد من كل طابع مميز أو مخالف للنظام العام والآداب العامة,على أن يبلغ الرفض وأسبابه إلى المكتب الدولي في خلال سنة ويقوم المكتب الدولي بدوره بإخطار الدولة صاحبة طلب التسجيل .

ومن تم تتمتع كل الدول الاتحاد في اتفاقية مدريد بالحماية من تاريخ تسجيلها دوليا,حسب التشريعات المقررة لمدة عشر سنوات وهذا بموجب المادة الرابعة من اتفاقية .

والأسباب التي يمكن أن يستند إليها المكتب الوطني, المعنية بالرفض التسجيل الدولي لعلامة تجارية, هي عادة نفس الأسباب التي يستند إليها في الرفض التسجيل الوطني, ومن قبيل أسباب الرفض ما يلي:

أولا: العلامات التي من شانها المساس بالحقوق المكتسبة للغير في الدول التي تطلب فيها الحماية .

ثانيا: العلامات المجردة من أية صفة مميزة .

ثالثا: العلامات المخالفة للنظام العام والآداب العامة وعلى الأخص العلامات التي من شانها تضليل الجمهور .

ويقوم المكتب بإجراء فحص عادي لأي إشعار رفض مرسل إليه, من أي مكتب تسجيل وطني لتأكد من موافقته للأصول القانونية, ثم يقوم بقيد الرفض في التسجيل الدولي, وترسل نسخة من إشعار الرفض إلى مكتب التسجيل الوطني والى مالك العلامة أو وكيله .

ومع ذالك, يبقى مالك التسجيل الدولي يتمتع في الدولة التي أعلنت الرفض بنفس الحماية القانونية التي يتمتع بها مالك التسجيل الوطني, أما إذا لم يستلم المكتب الدولي إشعار بالرفض خلال الفترة المحدد, والبالغة سنة واحدة, أو لم يذكر في الإشعار أسباب الرفض, أو كانت أسباب الرفض مذكورة في الإشعار غير القانونية فلا يتم الرفض في السجل الدولي .[1]

ولقد اخدت اتفاقية مدريد بمبدأ عدم استقلال العلامات التجارية بحيث إذا فقدت العلامة حمايتها في بلدها الأصلي لعدم احترامها لقوانين العلامات التجارية مثلا كعدم تسجيل العلامة, فإنها تفقد كذالك حمايتها الدولية وهذا النص منتقد لمخالفته لمبدأ استقلال العلامات التجارية .[2]

[1] - صلاح زين الدين, مرجع سابق, ص 296 .
[2] - محمد حسنين, مرجع سابق,ص 213.

الفرع الثاني: أثار التسجيل الدولي للعلامات.

تكمن أهمية إيداع الدولي في تبسيط إجراءات الإيداع، إذا ينتج إيداع واحد لدى المكتب الدولي نفس الآثار التي ينتجها الإيداع الوطني في الدول الأعضاء و تحدد مدة حماية العلامة بعشرين سنة، حيث تقوم الحماية الدولية للعلامة التجارية على الحماية الوطنية، يعني أنها تبقى متصلة بالحماية الوطنية خلال خمسة سنوات يعني أن العلامة المسجلة دوليا تستمد حمايتها من تسجيلها محليا خلال خمس سنوات الأولى التالية لتاريخ التسجيل الدولي، يعني في حالة فقدان الحقوق على العلامة الوطنية يؤدي مباشرة إلى فقدانها على العلامة الدولية، و بعد انتهاء المدة هذه (خمسة سنوات)، يستقل التسجيل الدولي لعلامة عن التسجيل الوطني (ينفصلان)، عندها الحماية التي يوفرها التسجيل الدولي للعلامة في دول الاتحاد مدريد، لن يتأثر بفقدان الحماية الوطنية للعلامة لأنها تصبح تحت صلة الحماية الدولية الناتجة عن التسجيل الدولي للعلامة وفقا لأحكام اتفاقية مدريد .

لا تهدف هذه الاتفاقية إلى إنشاء علامة دولية، و إنما تسهيل مهمة المؤسسات بتركيز عملية الإيداع لتفادي، تعدد الإيداعات في كل الدول و هو الأمر العسير الذي يتطلب نفقات باهظة،[1]

غير أن الانتقادات التي وجهت إلى اتفاقية مدريد، دفع بالمنظمة العالمية للملكية افكرية من خلال إشرافها عليها إلى إبرام اتفاق حول التسجيل الدولي للعلامات المعروف بتسمية بروتوكول مدريد المؤرخ في 27 جويلية 1989 و الذي دخل حيز التطبيق في أول افريل 1996.[2]

وللإشارة فان الدول التي تعد طرف في اتفاقية مدريد أو البروتوكول تكون اتحاد مدريد union de Madrid الذي أصبح يضم اربعة وسبعين (74) دولة إلا أن الجزائر التي انضمت إلى اتفاقية مدريد لم تصادق لحد ألان على هذا البروتوكول الجديد .

حيث تم إبرام هذا البروتوكول بهدف جعل نظام مدريد أكثر مرونة و توافق مع التشريعات الوطنية لدول معينة حيث أن هذا الاتفاق لم يتضمن أي دولة عربية،[3] و هذا يعني أن الجزائر كانت خارج نطاق إبرام هذا البروتوكول مما جعل هذا يأخذ حيزا صغيرا في هذه الدراسة و ذلك بهدف الإشارة إليه دون المرور عليه دون الإشارة له

باعتبار أن الجزائر لم تصادق على هذا البروتوكول .

---

[1] – فتحي نسيمة، الحماية الدولية للملكية الفكرية، مذكرة سابقة، ص 31.

[2] – زواوي فرحة صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الحقوق الفكرية، حقوق الملكية صناعية، ابن خلدون للنشر و التوزيع، الجزائر، 2006، ص 285.

[3] – هذه الدول هي: اسبانيا، ألمانيا، دانمارك، السويد، الصين، فلنداه، كوبا، المملكة المتحدة، النرويج.

المبحث الثالث: اتفاق نيس الخاص التصنيف الدولي للسلع و الخدمات لإغراض التسجيل العلامات لسنة 1957.

إن اتفاق نيس يعتبر من الاتفاقيات التي صادقت عليها الجزائر بغرض حماية العلامات التجارية, من خلال تضمنها على أغراض واليات بهذا الخصوص التي سيتم التطرق إليها في المطالب أدناه .

المطلب الأول: التعريف بالاتفاقية نيس و أغراضها.

الفرع الأول: التعريف بالاتفاقية نيس 1957.

أبرمت اتفاقية نيس في عام 1957، و ادخل عليها عدد من التعديلات في عام 1967 و عام 1977 و كان أخر تعديل في عام 1979، و هي اتفاقية مقترحة بجميع الدول الأعضاء في اتفاقية باريس للانضمام إليها،[1] حيث انضمت الجزائر إلى اتفاقية نيس سنة 1957 المتعلقة بالتصنيف الدولي للمنتجات و الخدمات، بموجب الأمر 72-10 المؤرخ في 22 مارس 1972، و تكون الدول الأعضاء في هذا الاتفاق وحدة مصغرة الهدف منها انجاز و تسيير تصنيف دولي للعلامات، تبني هذا التصنيف من قبل دول الأعضاء.

حيث يستند تصنيف نيس بشان معاهدة الأطراف تديرها المنظمة العالمية للملكية الفكرية.هذه المعاهدة دخلت حيز التنفيذ في 15 يونيو 1957 في مدينة نيس الفرنسية ويسمى "اتفاق نيس بشان التصنيف الدولي للسلع والخدمات لإغراض تسجيل العلامات", كما يشار إلى هذا التصنيف عادة باسم "تصنيف نيس"

حيث أن هذا الاتفاق-اتفاق نيس- متاح لكل الدول الأطراف في اتفاقية باريس، و يجب إيداع وثائق التصديق أو الانضمام لدى المدير العام للويبو، حيث أن هذه الاتفاقية تضم الدول الأعضاء حوالي 78 دولة .

[1] - رياض عبد الهادي منصور عبد الرحيم، مرجع سابق، ص 46.

ومع أن عدد الدول الأعضاء في اتفاقية نيس لا يتعدى 83 دولة, إلا أن مكاتب العلامات التجارية لنحو 65 دولة أخرى, فضلا عن المكتب الدولي لوابيو والمنظمة الإفريقية للملكية الفكرية ومنظمة البنولكس للملكية الفكرية ومكتب الاتحاد الاروبي للتنسيق في السوق الداخلية (العلامات التجارية والتصاميم) تستخدم فعلا هذا التصنيف.

الفرع الثاني: أغراض أو أهداف اتفاقية نيس 1957.

الغرض من هذا الاتفاق، هو إنشاء تصنيف عالمي للعناصر التصورية أو الرمزية التي تتكون منها العلامات التجارية، و لا يشمل هذا التصنيف كافة العلامات التجارية، بل تلك العلامات التي تحوي على عناصر تصورية أو رمزية فقط، و من عناصر هذه الأخيرة على سبيل المثال "النجوم أو الأشخاص أو الحيوانات أو النباتات...الخ"، و هكذا ليسمح تصنيف العناصر الرمزية بتصنيف كافة العلامات التجارية أو أجزاء منها تتكون من شعارات أو تصاميم أو شارات أو صور، و تظهر أهمية ذلك لدى إجراء عملية البحث و التحري بالنسبة للعلامات التجارية التي سبق تقيدها في السجل و تحوي عناصر رمزية .

حيث أن الالتزام الرئيسي للدول المتعاقدة هو تطبيق التصنيف الدولي الذي أسس بموجب اتفاقية فينا، و يكون لهذه الدول المتعاقدة الحق بالمشاركة في القرارات المتخذة حول إحدى أي تغيرات في التصنيف الدولي،[1] و التي يتم تقريرها من لجنة خبراء تتمثل فيها كافة الدول المتعاقدة، و لقد انشىء هذا الاتفاق تصنيف السلع و الخدمات بهدف تسجيل العلامات التجارية و علامات الخدمة، و على مكاتب العلامات في الدول المتعاقدة أن تبين رموز الأصناف بالاقتران بكل تسجيل .

كما كل دولة طرف في اتفاق نيس ممثلة في لجنة الخبراء المنشاة بموجب الاتفاق.ومند عام 2012, تعقد اللجنة دورتها مرة في السنة. وتبت الجنة في كل التغيرات التي تدخل على تصنيف نيس, والتي تنشر لاحقا في شكل طبعات جديدة كل خمس سنوات وفي شكل نسخ جديدة كل سنة .

[1] – صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص 302.

حيث إن ميزة استخدام تصنيف نيس يكمن في تنسيق طلبات العلامات التجارية مع الإشارة إلى نظام تصنيف واحد وبالتالي تبسيط الإيداع إلى حد كبير كما سيتم تصنيف السلع والخدمات التي اعتمدها هـذا النظـام. وان تصنيف نيس موجود في عدة لغات كما يحفظ المتقدمين قدرا كبير من العمل عند تقديمه دوليا .

المطلب الثاني: آلية الحماية العلامة في اتفاقية نيس 1957.

يتم حماية العلامة التجارية في اتفاقية نيس 1957 عن طريق التصنيف الدولي للسلع و الخـدمات حيـث أن مسألة التصنيف كانت قبل التوصل إلى معاهدة باريس، نتيجة مسائل الاختلاف بين الـدول، و العوائـق التسجيل الدولي للعلامات التجارية، فهناك دول لا تملك تصنيفا أصلا وأخرى كانت تصنيفاتها متباينة، و ثانية تصنيفها ليس منطقيا دائما، و أن تصنيف المنتجات و السلع و البضائع و الخدمات ملحق ضروري لأي قانون للعلامات خاصة في الدول التي تجري فحصا أوليا للعلامات التي قدمت طلبات تسجيلها، و هذا يعني أن إرساء تصنيف دولي للمنتجات و السلع و البضائع و الخدمات مسألة أكثر صعوبة من السعي لإرساء تصنيف وطني.[1] لهذا أنشأت اتفاقية نيس 1957 تصنيفا للبضائع و الخدمات لإغراض تسجيل العلامات التجارية و علامـات الخدمة، و بموجب هذه الاتفاقية تلزم مكاتب تسجيل العلامات التجارية للدول المتعاقدة بالإشـارة في جميـع الوثائق الرسمية و شهادات التسجيل الخاصة بكل علامة إلى الفئة أو الفئات التي تم تسجيل العلامـة التجاريـة ضمنها.

و يتكون تصنيف نيس الدولي من قائمة تحتوي عددا من الفئات، حيث يوجد حاليا 34 فئة للبضـائع و 11 فئة للخدمات، كما تحتوي قائمة أبجدية بالبضائع و الخدمات تتكون من حوالي إحدى عشـر ألـف عنصـر (11000)، و تتم عملية تعديل هاتين القائمتين من وقت لأخر من قبل مجموعة من الخبراء الممـثلين للـدول المنظمة لاتفاقية، و النسخة المعمول بها حاليا من التصنيف هي النسخة التاسعة، و التي دخلت حيـز التنفيـذ في أول عام 2007 .

[1] – صلاح زين الدين, نفس المرجع سابق ، ص 301.

و إن مكاتب تسجيل العلامات التجارية في معظم دول العالم تعتمد على هذا التصنيف لتسجيل العلامات التجارية لديها، فضلا عن المكتب الدولي للمنظمة العالمية للملكية الفكرية، و المنظمة الإفريقية للملكية الفكرية، و مكتب تسجيل العلامات التجارية الأوروبية .[1]

و قد انشأ اتفاق نيس اتحادا، و لهذا الاتحاد جمعية، و كل دولة عضو في الاتحاد و ملزمة بوثيقة لستوكهولم أو وثيقة جنيف لاتفاق نيس هي عضو في الجمعية، و من أهم المهمات التي تضطلع بها الجمعية اعتماد برنامج الاتحاد و ميزانيته لفترة سنتين .

كما تحدد مدة الحماية للعلامة التجارية بعشرة سنوات تبدأ من تاريخ تسجيل العلامة, كما تسري مدة العشرة سنوات في حالة بيعها أو رهنها أو الانتفاع بها أو الحجز عليها,على المالك الجديد أو من آلات إليه الملكية اتحاد أما بالنسبة لهيكل التصنيف اتفاق نيس يتكون من عناوين الطبقة والإيضاحات وقائمة أبجدية السلع والخدمات,حيث عناوين الطبقة هي الأسماء الرسمية الوصفية للفئات الأحد عشر من الخدمات.يرافق هذه عند الاقتضاء مذكرات تفسيرية التي تضمنت وصفا تفصيليا لأنواع المنتجات أو الخدمات ضمن الطبقات المعنية, أما بالنسبة للقائمة الابجدية هي تعداد أبجدي من حوالي 10 ألاف سلعة وخدمة حوالي 1,000 [2]إجراءات التجديد, وفي حالة الأخيرة لم يقم بذلك يجوز للمالك اتخاذ تلك الإجراءات,كما تمتد مدة العشرة سنوات المقررة لحماية العلامة التجارية,لمدة أو مدد مماثلة بناء على طلب صاحبها أو من تقرر له ذالك الحق وذالك خلال السنة التاسعة من مدة الحماية .[3]

[1] – رياض عبد الهادي، مرجع سابق، ص 46.

[2] -www.ar.m.wikipdia.org/wiki/

[3] - أنور طلبة,حماية حقوق الملكية الفكرية ,مكتب الجامعي الحديث,الإسكندرية,دون سنة نشر ,ص120-121.

وعليه فان اتفاقيات الدولية لعبت دور الوسائل الدولية للحماية العلامات التجارية،كما أن هنـــاك اتفاقيـــات دولية غير التي تم ذكرها ،منها اتفاقية فينا واتفاقية لشبونة وأهمها اتفاقية تربس ،وسبب عدم ذكرها في هـــذه الرسالة كونها لم يتم المصادقة عليها من قبل الجزائر . واقتصرت الدراسة على الاتفاقيات المصادقة عليها مـــن طرف الجزائر، غير انه لا يمكن إغفال عن ذكر أن الجزائر قامت بمبادرات للانضمام إلى اتفاقية تربس رسميا في سنة 1987،ولكن الأحداث التي شاهدتها خلال تللك الفترة والتي اعتبرت فترة انتقالية عصيبة عطلت علـــى انضمامها للاتفاقية.

خاتمة

خاتمة

من خلال دراستنا لموضوع الحماية القانونية للعلامة التجارية في القانون الجزائري بصفة خاصة، والـذي نضم أحكامها بموجب الأمر رقم 03_06 المتعلق بالعلامات التجارية،حيث أن هذه النصوص المتعلقة بحمايـة العلامات التجارية مازالت سارية المفعول . وجعلها المشرع الجزائري وسيلة دفاع في يـد صـاحب العلامـة لحماية ملكيته لهذه العلامة من أي اعتداء، إذ يمكن له أن يمنع كل شخص من استعمال علامته دون تصـريح منه .

حيث أن المشرع الجزائري كما ارتأينا في هذه الرسالة، الم فيما يخص الحماية القانونية للعلامـة التجاريـة بوسيلتين من الحماية،فاقر على حماية مدنية من جهة, وهي تتمتع بها أي علامة تجارية سواء كانت مسـجلة أو غير مسجلة وتتمثل في اعتراف المشرع للمالك بالحق في مباشر دعوى المنافسة الغير مشروعة، أما مـن جهـة أخرى نص المشرع الجزائري على عدة أفعال تعد جنحا يعاقب عليها القانون متى تم الاعتـداء علـى ملكيـة العلامة، بالتزوير أو التقليد أو الاغتصاب أو استعمال علامة تجارية مسجلة ومملوكة للغير، فيجـوز لصـاحب العلامة أن يرفع دعوى جزائية أمام المحكمة، وفضلا عن ذلك يجوز للمحكمة في كل الأحوال الحكمة باتخـاذ إجراءات تحفظية لمنع تداول السلع والبضائع التي تحمل علامة مقلدة أو مزورة في الأسواق .

كما انضمت الجزائر إلى عدة اتفاقيات دولية لحماية العلامة التجارية، بقصد توسيع مجال الحماية القانونيـة للعلامات التجارية، فانضمت إلى اتفاقية باريس المؤرخة في 20مارس1883م، المتعلقة بحماية الملكية الصناعية في سنة 1966، وصادقت عليها الجزائر بموجب الأمر 02/75،حيث تعد هذه الاتفاقية بمثابة الإطـار العـام لنظام الحماية، كما صادقت أيضا على اتفاق مدريد المتعلق بتسجيل الدولي للعلامات التجارية،واتفاق نـيس المتعلق بالتصنيف الدوالي للسلع والخدمات من اجل تسجيل دولي للعلامات بموجب الأمر رقم 10/72 .

وبهدف تحاشي تكرار ما سبق ذكره وصعوبة تلخيص الرسالة أو مأتم التعرض له في بحثنـا في الحيـز الضـيق للخاتمة,وشاء إلى إلمام ذالك في بعض النتائج العلامة التجارية وهي كالأتي :

1_ أخد المشرع الجزائري إضافة إلى المشرع المصري بالمفهوم الواسع للعلامة التجارية، مـن خـلال تحديـد 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 من طريق دعوى المنافسة الغير مشروعة، استناد إلى القواعد العامة للمسؤولية المدنية،ولا محل للخلط بين دعوى المنافسـة الغـير المشـروعة والضرر

خاتمة

الذي أصاب المدعي،لكن هناك حالات لايترتب عنها من جراء المنافسة غير المشروعة إلا الحكم بإزالة الوضع غير المشروع بالنسبة للمستقبل،إذا تكون في هذه الحالة دعوى وقائية ولا يقتصر دورها في التعويض.

3_ ذهب كل التشريعات وخاصة التشريع الجزائري إلى حسم مسالة 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 مسجلة .

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 . .

وبهذا الشكل تكون قد انهينا عملنا المتواضع هذا ، أملين أن تكون قد القينا الضوء ولو على جزء من الجوانب المتعلقة بموضوع الحماية القانونية للعلامة التجارية، من جرائم الاعتداء , إلى جانب حماية المستهلك من تضليل وخداع,لاسيما من الجانب القضائي، على انه يبقى موضوعا شاسعا يستحق المزيد من الدراسة لحصره في مسار قانوني دقيق. وندعو الله أن يوفقنا لما يحب ويرضاه .

قائمة المراجع

قائمة المراجع

1-النصوص القانونية:

1- الأمر رقم 4/66، المؤرخ في 25 مارس 1966، المتضمن انضمام الجزائر إلى اتفاقية باريس للملكية الصناعية, الجريدة الرسمية، العدد16 لسنة1966.

2_ الآمر رقم156/66 المؤرخ في 08 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات الجزائري، المعدل والمتمم بقانون رقم 23.06 لسنة2006، وزارة العدل ,الديوان الوطني للاشتعال التربوية، الجزائر .

3_ الأمر رقم 10/72، المؤرخ في 22مارس 1972، الذي يتضمن انضمام الجزائر إلى الاتفاقيات الدولية، الجريدة الرسمية العدد32 لسنة 1972 .

4_ الأمر رقم 02/75، المؤرخ في 9جانفي 1975، يتضمن المصادقة على اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المبرمة في 20مارس 1883، المعدلة ببروكسل في 14ديسمبر 1900، واشنطن في 2 يونيو 1911 ولاهاي في 26 نوفمبر 1925,ولندن في 02يونيو 1934, ولشبونة 31اكتوبر 1958,الجريدة الرسمية العدد 10 لتاريخ 4 فيفري 1975.

5_ الأمر رقم 58/75,المؤرخ في 26_09_1975,يتضمن القانون المدني,المعدل والمتمم,الجريدة الرسمية ل30 سبتمبر 1975,العدد 78,ص 990.

6_ الأمر رقم 06/95, المؤرخ في 25جانفي 1995,المتعلق بالمنافسة الجريدة الرسمية,عدد9 لسنة 1995.

7_ الأمر رقم 18,2003 ،المؤرخ في 4 نوفمبر 2003والمتضمن الموافقة على الأمر 2003-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 و المتعلق بالعلامات التجارية، الجريدة الرسمية، الجزائر،عدد 67، 5نوفمبر 2003.

8 _ الأمر رقم 03/03، المؤرخ في 19 جمادى الأولى 1424 الموافق ل19 يوليو سنة 2003,يتعلق بالمنافسة، جريدة الرسمية 43،المؤرخة في 2003.07.20 ،المعدل والمتمم، القانون رقم 12/08 المؤرخ في 21 جمادى الثانية 1429 الموافق ل25 يونيو 2008،الجريدة الرسمية 36 المؤرخة في 2008.07.02 .

9- قانون رقم 08-09، المؤرخ في 25 فيفري2008،الموافق ل18 صفر عام 1429،المتضمن قانون الإجراءات المدنية الإدارية،الجريدة الرسمية رقم 21،المؤرخة ب 2008.04.23.

قائمة المراجع

أولا : الكتب باللغة العربية:

1–احمد سعيد الزقرد،الحماية المدنية من الدعاية التجارية،دار الجامعة الجديدة للنشر،الإسكندرية مصر،طبعة 2007.

2_ أمنة صامت،الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية،دار ريم لنشر والتوزيع ،الطبعة الأولى ،2011.

3–أنور طلبة،حماية الحقوق الملكية الفكرية،المكتب الجامعي الحديث،دون سنة طبع.

4– جلال وفاء محمدين، حماية القانونية للملكية الصناعية، دار الجامعة الجديدة لنشر،الإسكندرية،2004.

5– حساني علي,براءة الاختراع ،اكتسابها وحمايتها القانونية، دار الجامعة الجديدة الازريطة مصر، 2010.

6– حمادي الزوبير،الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية،بيروت لبنان، الطبعة الأولى 2012 .

7– رياض عبد الهادي منصور عبد الرحيم ،التنظيم الدولي لحماية الملكية الفكرية،دار الجامعة الجديدة الإسكندرية،2012 .

8– زينة غانم عبد الجبار الصفار،المنافسة الغير المشروعة للملكية الصناعية،دار حامد لنشر والتوزيع، الطبعة الثانية الأردن،2007.

9– سائد احمد الخولي،الملكية الصناعية في الفقه والقانون المعاصر،دار الفجر للنشر والتوزيع،2012.

10– شذى احمد عساف، شطب العلامة التجارية، دار الثقافة لنشر والتوزيع عمان،دون سنة نشر.

11– صبري مصطفى حسن السبك، دعوى المنافسة الغير المشروعة،مكتبة الوفاء القانونية الإسكندرية،الطبعة الأولى،2012.

12– صلاح زين الدين،العلامات التجارية وطنيا ودوليا،دار الثقافة لنشر والتوزيع،عمان ،الطبعة الأولى 2005.

13– صلاح زين الدين،الملكية الصناعية والتجارية،دار الثقافة لنشر والتوزيع ،عمان الأردن طبعة 2012.

14– عامر محمود الكسواني,الملكية الفكرية,دار وائل لنشر والتوزيع, عمان,الطبعة الأولى 2011.

15– عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك،منشورات الحلبي الحقوقية،بيروت لبنان،طبعة الأولى 2007.

16– عبد المنعم فرج صدة،الحقوق العينية الأصلية،بيروت لبنان،دار النهضة العربية،1982.

17- عبد الله حسين الخشروم،الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية،دار وائل للنشر الطبعة الأولى،2005

18- عبد الفتاح بيومي حجازي،الملكية الصناعية في القانون المقارن،دار الفكر الجامعي الاسكندرية،2002.

19- عماد الدين محمود سويدات،الحماية المدنية للعلامات التجارية، دار حامد لنشر والتوزيع عمان،الطبعة الأولى،2012.

20- علي محمود جعفر ،المبادئ الأساسية في قانون العقوبات الاقتصادي وحماية المستهلك،مجد المؤسسة الجامعية لدراسات والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى،2009.

21- عدنان غسان برا نبو، التنظيم القانوني للعلامة التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية لبنان، دون سنة نشر.

22- فرحة زاوي صالح، الكامل في القانون التجاري، الحقوق الفكرية، ابن خلدون لنشر والتوزيع، وهران، الطبعة 2003.

23- فواز عبد الرحمان علي دوده، الحماية القانونية للعلامة التجارية في الجمهورية اليمنية، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية،دون سنة نشر.

24- محمد حسين،الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر،1985.

25- محمود علي الراشدان ،العلامات التجارية، دار الميسرة لنشر والتوزيع عمان، الطبعة الأولى،2009.

26- مصطفى كمال طه,أصول القانون التجاري, ، دار النهضة العربية، بيروت، 1975.

27- منير عبد الله الرواحنة, الملكية الفكرية والصناعية, دار الثقافة لنشر والتوزيع عمان, الطبعة الأولى,2009.

28- منير محمد الجنبيهي ومحمود محمد الجنبيهي، العلامات والأسماء التجارية، دار الفكر الجامعي الإسكندرية.

29- نزيه نعيم شلال، التزوير واستعمال المزور، منشورات الحلبي الحقوقية بيروت لبنان، طبعة 2000.

30- لويس قوجال، المطول في القانون التجاري ،ترجمة منصور القاضي، مجد المؤسسة الجامعية لدراسات والنشر والتوزيع بيروت، لبنان، الطبعة الثانية 2011.

الرسائل:

1- إيناس مازن فتحي الجبارين، الحماية المدنية للعلامة التجارية الغير مسجلة وفق للقوانين الأردنية، رسالة ماجستير ق.خ، كلية الحقوق جامعة الشروق الأوسط، 2010 .

2- باقدي دوجة،عقد التنازل على العلامة التجارية ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في الملكية الفكرية،كلية الحقوق بن عكنون، الجزائر،2004.2005.

3_فتحي نسيمه، الحماية الدولية لحقوق الملكية الفكرية، رسالة ماجستير، مدرسة الدكتورة للقانون الأساسي والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزوزي، الجزائر، 2012.

المقالات والندوات:

1_ حسام الدين الصغير، عميد كلية الحقوق، جامعة منوفية مصر، ندوة الويبو دون الإقليمية على العلامات التجارية ونظام مدريد، أكتوبر 2004.

ثانيا: المراجع باللغة الفرنسية

1-OUVRAGE :

1- Ali Haroun, Protection de la Marque au Maghreb : contribution à l'étude de la propriété industrielle en Algérie en Tunisie et au Maroc, Ed. L'office des publications universitaire 1979.

2- Amor bouhnik ; créer et développent une marque en Algérien ;Manuel de développement de la propriété intellectuelle ; Algérien INAPI

***2*-Mémoires de master et theses**

1-- Le droit des marques et la santé, Mémoire réalisé par Amélie Favreau, 2003/2004.

3-Web bibliographie :

1-http://www.inp.fr

2- http://www.caprioli-avocats.com

3- www.ar.m.wikipdia.org/wiki/-

4- Les textes légales :

1- Article L711 Code de la propriété intellectuelle , Créé par Loi 92-597 1992-07-01 annexe JORF 3 juillet 1992.

الفهرس

الموضوع الصفحة

الاهداء
الشكر
الملخص
مقدمة العامة.....2
2-الفصل الاول:الحماية الوطنية للعلامة التجارية.....05
مقدمة الفصل الاول:.....06
*المبحث الاول:الحمايةالمدنية للعلامةالتجارية.....07
ا-المطلب الاول:دعوى المنافسة الغير مشروعة.....07
~الفرع الاول:تعريف الدعوى
وشروطها.....08
~الفرع الثاني:الاساس القانوني لدعوى المنافسة الغير مشروعة.....12
ب-المطلب الثاني:حماية العلامة بالشطب والاجراءات التحفظية.....14
~الفرع الاول:شطب العلامة التجارية محل الاعتداء.....14
~الفرع الثاني:منع الضرر.....16
*المبحث الثاني:الحماية الجزائية للعلامة التجارية.....17
ا-المطلب الاول:الجرائم الواقعة على العلامة التجارية.....17
~الفرع الاول:جرائم الاعتداء على العلامة التجارية.....17
~الفرع الثاني:جرائم الملحقة بالعلامة التجارية.....24
ب-المطلب الثاني:العقوبات المقررة لجرائم الاعتداء على العلامة التجارية.....26
~الفرع الاول: العقوبات الاصلية 26
~الفرع الثاني:العقوبات التكملية.....28
خاتمة الفصل الاول:.....31
3*الفصل الثاني: الحماية الدولية للعلامة التجارية.....32
مقدمة الفصل الثاني:.....33
المبحث الاول:حماية العلامة وفق اتفاقية باريس1883.....34
أ-المطلب الاول:التعريف باتفاقية باريس واغراضها.....34
~الفرع الاول:تعريف اتفاقية باريس 1883.....34
~الفرع الثاني:اغراض اتفاقية باريس1883.....35
ب-المطلب الثاني:اليات الحماية وفق اتفاقية باريس 1883.....36

~الفرع الاول:مبدا المعاملة الوطنية (قاعدة المعاملة الاتحادية لرعايا الاتحاد) 36
~الفرع الثاني:مبدا استقلال العلامات التجارية.....38
الفرع الثالث: مبدا الاسبقية.....39
المبحث الثاني: حماية العلامة وفق اتفاقية مدريد1981بشان التسجيل الدولي 40
ا–المطلب الاول:التعريف باتفاقية مدريد وتحديد اغراضها.....40
~الفرع الاول:التعريف ياتفاقية مدريد1981 40
~الفرع الثاني: اغراض اتفاقية مدريد1981.....41
ب–المطلب الثاني:الآثار التسجيل الدولي للعلامات التجارية حسب اتفاقية مدريد.....42
~الفرع الاول:التسجيل الدولي للعلامات التجارية وفق اتفاقيات مدريد 1981.....42
~الفرع الثاني:اثار التسجيل الدولي للعلامات وفق اتفاقية مدريد1891.....44
ج–المبحث الثالث:حماية وفق اتفاق نيس الخاص بالتصنيف الدولي لسلع والخدمات لاغراض التسجيل العلامات 1957.....45
ا_المطلب الاول:التعريف باتفاق نيس 1957 واغراضها.....45
~الفرع الاول:تعريف اتفاق نيس 1957 45
الفرع الثاني :اغراض واهداف اتفاق نيس 1957.....46
ب–المطلب الثاني: اليات حماية العلامة وفق اتفاق نيس 1957 47
خاتمة الفصل الثاني:.....49
الخاتمةالعامة:.....51
قائمة المراجع.....54
5–الفهرس:.....58