

## حماية العلامة في القانون الجزائري

د . بن عياد جلييلة

كلية الحقوق والعلوم السياسية

جامعة أحمد بوقرة -بومرداس -

### مقدمة :

إن الأسواق حاليا تتميز بكثرة ووفرة المنتوجات الوطنية والأجنبية ، فنجد الكثير من السلع تحمل مختلف العلامات ، لذا فإن المستهلك يجد نفسه أمام خيارات كثيرة و هو ما يؤدي إلى فتح باب المنافسة الغير الشريفة على مصراعيه فيكثر التقليد والتزييف وهو ما يؤثر سلبا على المستهلك بالدرجة الأولى وكذا الاقتصاد الوطني بالدرجة الثانية ، هذا ما أدى إلى ضرورة وضع أحكام قانونية لتحديد العلامة التي تتمتع بالحماية قانونا . لذلك فالتساؤل الذي يطرح ما هي الشروط الواجب توفرها في العلامة حتى تتمتع بالحماية في القانون الجزائري .

للإجابة على الإشكالية المطروحة سنقوم بتقسيم البحث إلى محورين :  
نتناول بالمحور الأول تعريف العلامة وشروط تمتعها بالحماية وبالمحور الثاني آثار تسجيل العلامة وحمايتها .

### المحور الأول :

#### تعريف العلامة وشروط تمتعها بالحماية

استخدمت العلامة التجارية منذ القدم للدلالة على السلع والممتلكات ، هذا ما جعل المؤرخون يرجعون العناية بها إلى بداية القرون الوسطى عندما استخدمها الرومان ، ومع تطور أنماط التجارة أصبحت تستخدم لتمييز بيع تشكيلة واسعة من المنتجات التي ينتجها متنافسون وقيامهم بإرسال منتجاتهم لتسويقها خارجيا ، هذا ما

جعل دور العلامة ينتقل من مجرد التعريف بالملكية إلى وظائف أخرى ومن الاستخدام الإلزامي لتتحول إلى أصل هام من أصول المؤسسة الاقتصادية .

### أولا: تعريف العلامة:

إن الاهتمام بالعلامة التجارية يعود إلى عصر الرومان حيث استخدمت العلامة للحيلولة دون سرقة المنتجات ، ثم استخدمت بشكل إلزامي في القرون الوسطى في ظل نظام الطوائف لتمييز كل طائفة عن الأخرى ، وقد كانت هناك علامات أخرى خاصة بكل من الصانع داخل الطائفة الواحدة حتى يسهل معرفة صانعها ومدى جودتها بحيث كانت تحطم أو تصادر كل سلعة ليس عليها علامة ضمانا لحماية المستهلكين .

ومع قيام الثورة الصناعية التي بدأت في بريطانيا في القرن 18 وأدت إلى تحويل الاقتصاد الزراعي إلى اقتصاد صناعي وانتقال المنتجات من إنتاجها بشكل تقليدي داخل المنازل والورش الصغيرة إلى الإنتاج الكبير بمصانع عملاقة والتي كان من الضروري أن تجد طريقا للأسواق الخارجية ، ومن ثم نمت المبادلات التجارية واتسع مجالها ، و عليه لعبت العلامات التجارية دورا مهما في التعريف بالمنتجات وحمايتها من التقليد من خلال تقديم سلع متنوعة من نفس الصنف المنتج يختلف في النوعية والخصائص وبأسعار متفاوتة للمستهلكين أي إتاحة بدائل للاختيار عن طريق تسمية المنتجات و تمييزها في السوق وهو ما يقصد به تحديدا العلامة التجارية .

تعتبر العلامة حق من حقوق الملكية الفكرية ويمكن تعريفها أنها ما يتخذ من تسميات أو كلمات أو حروف أو أعداد أو صور أو رسوم مميزة أو رموز أو مجموعات الألوان أو أي مزيج منها توضع على البضائع التي يبيعها التاجر أو يصنعها أو يقوم بإصلاحها أو تجهيزها أو خدمتها لتمييزها عن بقية المبيعات أو الخدمات وللدلالة على أن الشيء المراد وضع العلامة عليه يعود لصاحب العلامة بداعي صنعه أو الاتجار به أو للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات .

فالعلامة هي كل إشارة أو دلالة يتخذها التاجر أو الصانع أو المشروع فردا كان أو شركة خاصة أو عامة شعارا لبضائعه أو خدماته التي يؤديها كالنقل أو السينما أو

منتجاته الصناعية أو الزراعية أو الطبية تميزها عن مثيلاتها فلا تلبس بها في السوق  
1.

## 1\_ أهمية العلامة:

تحتل العلامة التجارية مكانة هامة ومميزة بين حقوق الملكية الصناعية والتجارية الأخرى بحيث أصبح لها قيمة إضافية تضاف لقيمة المحل التجاري ، ولعل السبب في ذلك يعود إلى انتشار العلامة التجارية و اتصالها الوثيق بالتجارة والاقتصاد أكثر من باقي حقوق الملكية الصناعية والتجارية الأخرى ، ذلك أن ازدياد المنافسة بين التجار و قيام المستهلك بالشراء بالاعتماد على نوعية المنتج أو الخدمة دفع التجار إلى استخدام علامات تميز منتجاتهم وخدماتهم عن غيرها من المنتجات والخدمات المشابهة 2.

تخدم العلامة أغراضا عديدة ، فمن وجهة نظر الشخص الراغب في شراء السلع ترشده العلامة في اختيار مشترياته على أساس الخصائص المترقبة للسلع من حجم و وزن ولون ورائحة وطعم ، ومدة دوامها ودرجة فعاليتها في العمليات التي تستعمل فيها السلع... الخ ، ويمكن القول باختصار أن ما ينشده المشتري من نوعية معينة .

كما تسمح العلامة لصانع السلع بالتعرف عليها بعدما لا تصبح في حوزته وإنما في حوزة الغير كالمحلات التي تبيعها مثلا .

فالوظيفة الرئيسية هي ضمان جودة المنتج ، إذ تضمن العلامة التجارية نوعية البضاعة أو الخدمة ليكون المستهلك مطمئنا لما يشتريه كما تساعد المنتج على الاحتفاظ بعملائه و جذب عملاء آخرين ، وهذا من شأنه أن يشجع على المنافسة المشروعة بين التجار مما ينعكس على نوعية الإنتاج ، لذلك فهي وسيلة ضمان للمنتج والمستهلك في آن واحد فهي تعمل على تكوين الثقة في منتجات بعينها كما تحول دون ظهور سلع متشابهة هذا ما يجعل المنتج يسعى إلى الإتقان في الصنع للحفاظ على عملائه واستمرار جودة المنتجات مما يضمن البقاء أمام المنافسين .

بالإضافة إلى ذلك فإن العلامة تمكن السلطات المسؤولة من مراقبة نوعية السلع المباعة تحت علامة معينة ، وكذا التعرف على صاحب العلامة ، ولذلك فإن الاعتداء على العلامة بتقليدها وتزييفها هو جرم يستوجب إقامة دعوى مدنية وجزائية .

2\_ أنواع العلامة :

العلامة التجارية أو الصناعية وسيلة من وسائل المنافسة المشروعة بين المنتجين و التجار شأنها شأن بقية حقوق الملكية الصناعية بحيث إذا اتخذ احد التجار أو المنتجين علامة تجارية أو صناعية معينة تميزا لبضائعه أو منتجاته فإنه يمتنع على غيره من التجار أو المنتجين استخدام نفس هذه العلامة لتمييز سلع متماثلة<sup>3</sup> أو منتجات و حتى خدمات ، لذا يجب التمييز بين العلامة التجارية وعلامة المصنع وعلامة الخدمة .

فالعلامة التي يضعها التاجر على منتجات محله التجارية هي العلامة التجارية و توضع على منتجات معينة لمشروع محدد لتمييزها عن سائر المنتجات المطابقة أو المشابهة التي يقدمها المنتجون المنافسون أما التي يضعها الصانع على المنتجات التي يقوم بصنعها فهي علامة المصنع ، أما التي تستعملها مؤسسة لتقديم خدمات فردية كانت أو جماعية لتشخيص الخدمات المقدمة فهي هنا علامة الخدمة وهي لا تستعمل في تمييز منتجات بل في تمييز كافة الأدوات والمعدات المستخدمة في أداء خدمات مشروع معين كعلامات الفنادق مثلا .

وقد تتخذ العلامة التجارية أشكالا مختلفة كالأسماء العائلية أو الأسماء المستعارة أو التسميات المبتكرة أو الرموز أو الرسوم وكذا الشعارات وبصفة عامة جميع السمات المادية التي تصلح لتمييز المنتجات أو الأشياء أو الخدمات لكل مؤسسة .

فيجوز للمودع أن يستعمل اسمه العائلي كعلامة ، لكن لا يمكن استعمال الاسم العائلي للغير \_ خاصة إذا كانت عائلته مشهورة \_ إلا بموافقتهم أو إذا كان من الممكن تجنب الاختلاط بين الأسماء .

وإن كانت العلامة اسما فإنه يجب الحصول على ترخيص من المعني بالأمر إذا ثبت أن هذا الأخير اكتسب حقا على الاسم المستعار نتيجة استعماله بصورة ظاهرة منذ زمن طويل .

أما التسميات المبتكرة وهي على سبيل المثال افري ، رامي ، راني ، بالإضافة إلى الحروف والأرقام التي أجاز المشرع استخدامها كعلامة ، وفي جميع الأحوال يتعين أن تكون العلامة مما يدرك بالبصر .

وعلى ذلك فإنه يمكن القول بأن الأسماء والإمضاءات والحروف والأرقام والرموز والرسوم والصور والدمغات والأختام والنقوش والبطاقات والأغلفة والأشرطة والأشكال والألوان والتسميات (الكلمات) ليست إلا عبارة عن نماذج للعلامة التجارية أو للعناصر التي يجوز أن تدخل في تركيبها ، وذلك كله مشروط بجملة من الشروط موضوعية وشكلية ، هذه الشروط حددها المشرع الجزائري بموجب الأمر 03/06 المتعلق بالعلامات .

### ثانيا :الشروط الواجب توفرها في العلامة

يتجسد موضوع الحماية في العلامة و صاحبها ، فلا يمكن تسجيل العلامة ما لم تتوفر شروط موضوعية وشكلية وهي شروط صحة .

#### 1 \_ الشروط الموضوعية الواجب توفرها في العلامة

الشروط الموضوعية هي الشروط الواجب توفرها في العلامة وتسجل العلامة وفقا للقانون الجزائري متى كانت مميزة وجديدة ومشروعة .

#### أ \_ أن تكون العلامة مميزة وجديدة

لا يمكن أن تستفيد العلامة من حماية القانون إلا إذا كان لها طابعا مميزا 4، و يقصد بذلك ، أن يكون للعلامة شكلا مميزا خاصا بها ، وبمعنى آخر أن تتصف العلامة بطبيعة ذاتية تمنع من الخلط بغيرها ويجعل من اليسر معرفتها ، وتكون العلامة مميزة متى تم وضعها بطريقة هندسية معينة ، كأن تتخذ شكلا دائريا أو مربعا أو مسدسا مميزا أو متى تم رسمها بشكل زخرفي معين ، أو متى تمت كتابتها بحروف مختلفة مميزة ، أو متى تم حفرها بشكل بارز مميز أو بأي شكل آخر له صفة مميزة (فارقة)5.

وعليه فإن العلامة المجردة من أية صفة مميزة (فارقة) لا تعد علامة صحيحة6. و خلاصة القول ، أنه يكفي لاعتبار العلامة جديدة ، ألا تؤدي إلى اللبس أو التضليل

مع علامة أخرى مستعملة لتمييز نفس المنتجات أو البضائع أو الخدمات أو مستعملة في نفس الإقليم (المساحة الجغرافية)، ويرجع السبب في ذلك ، إلى أن المشرع لم يقصد بشرط جدة العلامة ، الجدة المطلقة تماما ، أي لم يسبق استعمالها نهائيا ، بل الجدة النسبية التي تمنع اللبس أو التضليل في مصدر المنتجات أو البضاعة .

ويلاحظ أن شرط جدة العلامة شرط غير مطلق ، وإنما هو شرط مقيد في مناحي ثلاث : من حيث نوع المنتجات ، من حيث المكان ومن حيث الزمان 7.

ولنجاح العلامة يجب فهم احتياجات ورغبات الزبائن وتوقعاتهم ، ويكون ذلك عن طريق وضع وإظهار العلامة التجارية الخاصة بالمالك في كل نقطة اتصال بالجمهور .

#### ب \_ أن تكون العلامة مشروعة

لا يكفي أن يختار التاجر \_ أو الصانع \_ علامة من بين السمات الواردة في التعداد القانوني ، بل ينبغي زيادة على ذلك أن تكون العلامة المختارة ذات طابع مشروع ، وهكذا يجب أن لا تكون العلامة مخالفة للنظام العام والأخلاق الحسنة 8.

من حيث المبدأ فإن للشخص مطلق الحرية في اختيار علامته أو العناصر التي تتركب منها تلك العلامة انسجاما مع الحرية الشخصية للتجارة والصناعة ، ولكن السؤال الذي يفرض نفسه في هذا المجال هو هل من المصلحة العامة ترك هذه الحرية للشخص نفسه بصورة مطلقة أم لابد من وضع شروط مقيدة لها ؟ .

لقد أخذت معظم التشريعات بالمبدأ المذكور كأصل عام ، ولكن تفاوتت في مواقفها من القيود والاستثناءات التي وضعتها عليه ، فمن التشريعات من ضيق من تلك القيود والاستثناءات على ذلك المبدأ كالتشريع الفرنسي الذي حظر استعمال دمغة الحكومة وشعارها ، وكذلك العلامة التي تؤدي إلى خداع الجمهور باحتوائها على علامات كاذبة ، ومن التشريعات من وسع في تلك القيود والاستثناءات على المبدأ ، كالتشريع الألماني ، الذي حظر استعمال الحروف والأعداد ، وكذلك الشعارات والرموز والنياشين 9.

وعلى العموم لا يوجد معيار ثابت لتحديد النظام العام والآداب العامة ، فهو يختلف من دولة إلى أخرى ومن مجتمع إلى آخر ، فالعلامة التي تمس المشاعر الدينية

تعد في دولة مخالفة للنظام العام وفي أخرى لا تعد كذلك ، وإذا كان هناك علامة تخل بالحياء العام لأنها تتعارض مع الآداب العامة فلا تكون في دولة أخرى 10، فيجب في اختيار العلامة مراعاة تقاليد وقيم المجتمع .

أما بالنسبة للمشرع الجزائري فتعتبر العلامة غير مشروعة متى خالفت أحكام المادة 7 من الأمر 03/06 المتعلق بالعلامات فلا يكفي المظهر المميز للعلامة بكونها جديدة بل يجب أن تكون مشروعة بمعنى لا تخالف النظام العام والآداب العامة.

## 2\_ الشروط الشكلية الواجب توفرها في العلامة

بالإضافة للشروط الموضوعية الواجب توفرها في العلامة ، لا بد من توفر شروط شكلية لتسجيلها وتمتعها بالحماية القانونية .

فإن كان توافر الشروط الموضوعية للعلامة وجود واقعي ، فإنه يترتب على توفر الشروط الشكلية وجود قانوني لها .

### أ\_ الإيداع

أخذ المشرع الجزائري بنظام الإيداع البسيط ، المتمثل في أن يقوم صاحب العلامة بعملية الإيداع بتقديم الطلب إلى المصلحة المختصة المتمثلة في المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ، أو بإرساله عن طريق البريد الموصى عليه مع العلم بالوصول ، مع وجوب أن يشتمل الطلب على البيانات المذكورة في المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 05/277 .

تسلم أو ترسل إلى المودع أو وكيله نسخة من طلب التسجيل تحمل تأشيرة المصلحة المختصة وتتضمن تاريخ وساعة الإيداع .

ويجب الإشارة إلى أن المصلحة المختصة 11 تقوم بفحص الإيداع من حيث الشكل والمضمون، فإذا تبين أن الإيداع يستوفي شكلا ومضمونا الشروط المحددة فإنه يقبل الطلب 12.

تختص الإدارة بتحصيل الرسوم المقررة للإجراءات التي تتم بموجب قانون العلامات ، واستلام طلبات تسجيل العلامات وفحصها و البث فيها إما بالقبول أو

الرفض وقيد العلامات في سجل العلامات ، إصدار النشرة الدورية للعلامات التجارية ، تلقي طلبات الاعتراض على تسجيل العلامات ودراستها و الفصل فيها ، تلقي طلبات تجديد الحماية للعلامات المسجلة ، تعديل في بيانات أصحاب العلامات المسجلة ، التعديل في قائمة المنتجات المسجلة عنها العلامات ، انتقال ملكيات العلامات ورهنها ، عقود الترخيص باستعمال العلامات المسجلة ، شطب تسجيل العلامات وفحصها والتأشير بها في سجل العلامات التجارية ، استلام طلبات الشكاوى بشأن التعدي على العلامة التجارية المسجلة .

#### ب \_ طالب العلامة

الأصل أن يقوم بإيداع تسجيل العلامة صاحب الحق فيها ويكون جزائريا ، لكن قد يكون غير جزائري يقيم أولا يقيم بالجزائر ويقوم بإيداعها وفقا للإجراءات القانونية . وقد ألزم المشرع الجزائري طالبوا الإيداع المقيمين في الخارج تمثيلهم من قبل وكيل ، على ان يرفق طلب تسجيل العلامة بوكالة تكون مؤرخة وممضاة وتحمل اسم الوكيل وعنوانه .

### المحور الثاني : آثار تسجيل العلامة وحمايتها

#### أولا : آثار تسجيل العلامة وانقضاؤها

يترتب على تسجيل العلامة التجارية عدة آثار كالكسب ملكية العلامة وحق التصرف فيها بجميع الطرق.

#### 1 \_ آثار تسجيل العلامة

تسجيل العلامة منثى لملكية العلامة ، ويعتبر تسجيل العلامة قرينة على ملكيتها لمن سجلت باسمه وهذا ما يسمح لمالكها بالتصرف فيها مع المؤسسة أو منفصلة عنها .

#### أ \_ ملكية العلامة التجارية

العلامة ملك للشخص الأول الذي استوفى الشروط المحددة لصحة الإيداع أو الشخص الذي أثبت أقدم أولوية لإيداعه حسب مفهوم اتفاقية باريس .

تنص المادة 9 / 1 من الأمر 03/06 على أنه « يخول تسجيل العلامة لصاحبها حق ملكيتها على السلع والخدمات التي يعينها لها ».

فيكفل تسجيل العلامة التجارية لصاحبها الحماية إذ يضمن حقا استثنائيا في الانتفاع بها أو التصريح لشخص آخر بالانتفاع بها بمقابل مالي .

فترتب على اكتساب ملكية العلامة التجارية استثناء لصاحبها باستعمالها في تمييز البضائع التي صدرت شهادة العلامة لتمييزها .

إن حق ملكية العلامة حق نسبي يقتصر على استثناء استعمال العلامة على نوع من البضائع والمنتجات المخصص لوضع العلامة عليها لتمييزها عن غيرها دون الأنواع الأخرى من البضائع ، وبالتالي يستطيع الغير استعمال ذات العلامة لتمييز نوع آخر من البضائع دون أن يكون ذلك اعتداء على حق ملكية صاحب العلامة .

كما أن حق استثناء العلامة حق نسبي من حيث المكان ، حيث ينحصر فقط داخل إقليم الدولة التي تسجل فيها هذه العلامة وبالتالي لا تمتد الحماية القانونية المقررة خارج إقليم الدولة ، فلا تتمتع العلامة بالحماية في الخارج إلا إذا كانت مسجلة في ذلك البلد .

### ب \_ التصرف في العلامة

تنص المادة 14 من الأمر 06 / 03 « بمعزل عن التحويل الكلي أو الجزئي للمؤسسة ، يمكن نقل الحقوق المخولة عن طلب التسجيل أو تسجيل العلامة كليا أو جزئيا أو رهنها ».

يستفاد من نص المادة أنه أصبح بالإمكان نقل ملكية العلامة أو التنازل عنها أو رهنها دون نقل المحل التجاري ، ذلك أن العلامة أداة تضمن توافر صفات وخصائص معينة في المنتجات أو الخدمات المقدمة وعليه يمكن التصرف بالعلامة بمعزل عن المؤسسة .

لقد حددت المادة 22 من المرسوم التنفيذي رقم 05/277 أن النقل الجزئي أو الكلي أو رهن العلامة تتطلب:

1. الكتابة : تشترط الكتابة كشرط للانعقاد .

2. التسجيل : يجب قيد نقل الحقوق المتعلقة بالعلامة في سجل العلامات من قبل

المصلحة المختصة بناء على طلب أحد الأطراف المعنية .

2 \_ انقضاء العلامة:

تنقضي العلامة في الحالات الآتية :

أ \_ عدم تقديم طلب التجديد

يكتسب الحق في العلامة بتسجيلها لدى المصلحة المختصة لمدة 10 سنوات حسب

المادة 05 من الأمر 03/06 ، وبما أن أهمية وشهرة العلامة تزداد مع مرور الزمن فإن

صاحب العلامة يقوم بتجديدها بعد مرور 10 سنوات .

فيجب أن يقدم طلب التجديد مع دفع رسوم التجديد في مهلة الستة (6) أشهر التي

تسبق انقضاء التسجيل أو الستة (6) أشهر على الأكثر التي تلي انقضاء التسجيل ، فإذا

انقضت المهلة ، جاز لكل شخص طلب تسجيلها باسمه .

ب \_ العدول

يلجأ عادة صاحب العلامة إلى العدول الجزئي أو الكلي عن التسجيل عندما يرى أن

لا فائدة من تسجيل العلامة .

ج \_ إبطال العلامة

إن من صلاحيات المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية أن يتقدم بإبطال

العلامة أمام الجهة القضائية المختصة ، كما يمكن للغير أن يتقدم بطلب الإبطال و

هذا عندما يتبين بأنه كان لا ينبغي تسجيل العلامة لسبب من الأسباب المذكورة في المادة

7 من الأمر 03/06 .

و يشمل إبطال تسجيل العلامة الجزء فقط من السلع أو الخدمات التي سجلت

من أجلها العلامة، فتبطل العلامة متى سجلت رغم أنها لا تتوفر على الشروط المحددة

بموجب الأمر 03/06.

ويشترط لإقامة دعوى البطلان أن لا يمر على طلب تسجيل العلامة مدة 5 سنوات ويستثنى من هذا الإجراء طلب التسجيل الذي تم بسوء النية. ويمكن أن تصدر الجهة القضائية بإبطال العلامة بأثر رجعي من تاريخ الإيداع، و يجب أن يقيد الحكم القضائي النهائي القاضي بإبطال العلامة في سجل العلامات.

#### د \_ الإلغاء

حسب المادة 21 من الأمر 03/06 تلغي الجهة القضائية المختصة تسجيل العلامة بناء على ما يلي :

1 \_ طلب من المصلحة المختصة أو من الغير الذي يعنيه الأمر إذا نشأ بسبب من الأسباب المذكورة في المادة 7 الفقرات 3 و 5 إلى 7 من الأمر 03/06 بعد تسجيل العلامة وظل قائما بعد قرار الإلغاء ، إلا أنه إذا كان سبب الإلغاء ناتجا من المادة 7/2 فإن التسجيل لا يلغى إذا اكتسبت العلامة صفة التمييز بعد تسجيلها .

2 \_ طلب من الغير الذي يعنيه الأمر إذا لم تستعمل العلامة وفقا للمادة 11 من الأمر 03/06.

#### ثانيا : حماية العلامة :

العلامة التجارية من الأموال المعنوية وهي بهذا الاعتبار يمكن أن تكون محلا لحق الملكية ، وهذا الحق تجب له الحماية ، ويقصد بتوفير الحماية لهذا الحق تزويد الصانع والتجار بأداة فعالة تكفل لهم الوقاية من نتائج تضليل الجمهور الذي قد يرتكبه بعض المنافسين غير المكترئين إضرارا بهم 13.

تساعد العلامات التجارية على النهوض بروح المبادرة على الصعيد العالمي من خلال مكافأة أصحاب العلامات التجارية بالاعتراف و الفوائد المالية ، وتشكل حماية العلامات التجارية حاجزا أمام جهود المنافسة غير المشروعة ، مثل التقليد للانتفاع بالإشارات المميزة ذاتها لتسويق سلع أو خدمات مختلفة أو أقل جودة ، و من ثم تحمي

حقوق صاحب العلامة داخل التراب الوطني و خارجه حيث تجاوز استغلال العلامة في بعض الأحيان حدود إقليم البلاد.

### 1 \_ الحماية الوطنية:

للعلامة التجارية أهمية كبرى في ميدان المنافسة التجارية حيث يتمكن التاجر من ترويج بضاعته لجمهور المستهلكين<sup>14</sup> ، و كل دول العالم تقريبا تسجل العلامات التجارية بالتالي تحميها ، فنجد لدى كل مكتب سجلا للعلامات التجارية تسجل فيه كل الطلبات و التجديدات ، فيجعل من عملية الفحص و البحث و الاعتراض المحتمل من الأشخاص الآخرين سهلا ، لذا أصدر المشرع الجزائري قانون كفيل بحماية العلامة التجارية ، فنصت المادة 26 / 1 من الأمر 03/06 « مع مراعاة أحكام المادة 10 أعلاه ، يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الإستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة ».

يفهم من نص المادة أن المشرع الجزائري أقر حماية للعلامة المسجلة وبالتالي لا يمكن المساس بالعلامة المسجلة و لا يمكن الاعتداء عليها بأي شكل من أشكال الاعتداء .

### أ \_ الحماية المدنية

من المسلم به أن الحق ، أي حق ، يتمتع بحماية مدنية ، استنادا إلى القواعد العامة في المسؤولية ، إذ تعتبر هذه الأخيرة بمثابة المظلة التي تستظل بها كافة الحقوق أيا كان نوعها .

و المسؤولية وفقا للقواعد العامة تقوم على أساس النظرة القانونية القائلة بأن « كل أضرار بالغير يلزم فاعله بضمان الضرر »<sup>15</sup> ، فما هو موقف المشرع الجزائري من هذه المسألة ؟ هل أبقى على الحماية المدنية للحق في العلامة الغير المسجلة عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة وفقا للقواعد العامة في المسؤولية ؟

الجواب على ذلك نجد في المادة 27 / 1 من الأمر 03/06 المتعلق بالعلامات « لا تعد الأفعال السابقة لنشر تسجيل العلامة مخلة بالحقوق المرتبطة بها »

يتضح من هذا النص أن المشرع الجزائري قد منع إقامة دعوى مدنية بطلب تعويضات عن أي تعد . مهما كانت صورته . على العلامة ما دامت هذه العلامة غير مسجلة في تراب الجمهورية الجزائرية .

لا جدال في ذلك أن هناك مخالفة واضحة لقواعد المسؤولية المدنية و خروجاً صارخاً عليها ، و بذلك يكون المشرع الجزائري قد حرم العلامة الغير المسجلة من الوسيلة الوحيدة التي يمكن أن تستظل بها ، ذلك أن الأصل أن كل إضرار بالغير يلزم فاعله بضمان الضرر ، فيحق لكل من أصابه ضرر أن يطالب مرتكبه بالتعويض ، لكن السؤال المطروح ما هي الحكمة من تغيير المشرع الجزائري لموقفه ، و عدم إقرار حماية للعلامة الغير المسجلة ؟

بالرجوع إلى الأمر 03/06 خاصة المادة 3 منه يتضح بأن المشرع الجزائري اعتبر علامة السلعة أو الخدمة إلزامية ، بمعنى يترتب على عدم تسجيل العلامة التجرد من كافة الحقوق .

مما يعني أن المشرع الجزائري بنصه هذا سعى إلى تشجيع مالك العلامة على تسجيل علامته ، بمفهوم المخالفة حرمان صاحب العلامة الغير المسجلة من الاستفادة من أي حماية على أي اعتداء يقع عليها .

#### ب \_ الحماية الجنائية

حدد المشرع الجزائري من خلال الأمر 03/06 بدقة الأفعال التي تعتبر اعتداء على ملكية العلامة، كما حدد العقوبات التي تطبق على المعتدي عليها .

حسب المواد 32 و 33 من الأمر 03/06 يتضح أنه يكتسي الاعتداء على العلامة أشكالاً مختلفة .

#### \_ جنحة تقليد العلامة

لم يحدد المشرع الجزائري مفهوم التقليد ، لكن من المعلوم أن التقليد هو اصطناع علامة مطابقة تطابقاً تاماً للعلامة الأصلية أو صنع علامة تشبه في مجموعها العلامة

الحقيقية بحيث يمكن للعلامة الجديدة أن تضلل المستهلك وتجذبه إليها ظنا منه أنها العلامة الأصلية، وهذا يعتبر مساس بالحق الإستثنائي لمالك العلامة ويلاحظ أنه حتى يشكل فعل التقليد هذا ركنا ماديا في جريمة تقليد العلامة لابد من توفر شرطين :

الشرط الأول: أن يتم بصورة تؤدي إلى انخداع الغير و تضليله و بالتالي عدم استطاعته التمييز بين البضائع التي تحمل العلامة المقلدة أو البضائع التي تحمل علامة أصلية .

و يتم التقليد بأحد الطرق الآتية :

كأن يقوم المقلد بتغيير بعض الحروف أو إضافة حروف بحيث لا يتغير نطق الكلمة مما يجعل التباس بها أو من الناحية البصرية كأن يقوم المقلد بتقديم علامة تحتوي على نفس التركيب و البناء من ناحية الألوان و الأشكال و الرموز المكونة للعلامة الأصلية كما قد يستعمل المقلد المحاكاة الذهنية و ذلك بخلق تقارب ذهني بين العلامة الأصلية و المقلدة و ذلك باستعمال المرادفات أو المتناقضات للكلمات التي تدخل ضمن تركيب العلامة .

**الشرط الثاني : أن يتم بدون موافقة صاحب العلامة.**

وقد حدد المشرع جزاءات تتمثل في الحبس من ستة (6) أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين و خمسمائة ألف دينار (2500000 دج ) إلى عشرة ملايين دينار ( 10.000.000 دج ) أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط .

و نظرا للأضرار التي تلحق بصاحب العلامة فأعطى للقاضي الحق في :

\_ الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة.

\_ مصادرة الأشياء و الوسائل و الأدوات التي استعملت في المخالفة.

\_ إتلاف الأشياء محل المخالفة .

\_ جنحة عدم وضع العلامة على السلعة أو الخدمة أو جنحة تعمد بيع أو عرض للبيع سلعة أو أكثر أو قدموا خدمات لا تحمل علامة

\_ جنحة عدم وضع العلامة على السلعة أو الخدمة :

لقد نصت المادة 3 من الأمر 03/06 على إلزامية وضع العلامة على السلعة أو الخدمة لكل سلعة أو خدمة مقدمة ، مما يعني أن للنيابة العامة الحق في رفع دعوى لحماية المصلحة العامة .

و توضع العلامة على الغلاف أو على الحاوية عند استحالة ذلك ، وذلك إذا لم تسمح طبيعة وخصائص السلع من وضع العلامة عليها مباشرة .

\_ جنحة تعمد بيع أو عرض للبيع سلعة أو أكثر لا تحمل علامة :

لقد حرص المشرع على معاقبة كل من يتعمد بيع أو عرض للبيع سلعة أو أكثر لا تحمل علامة وهذا ما يبين إرادة المشرع في معاقبة التاجر أو الصانع أو أي شخص يقوم بترويج هذه المنتجات في السوق .

ولكي تقوم هذه الجنحة فلا بد من توافر العنصر المادي أي وجود منتجات في السوق لا تحمل علامة بقصد بيعها أو عرضها للجماهير .

فالعنصر المادي في هذه الجريمة يتمثل في بيع بضاعته أو عرض بضاعة لا تحمل علامة ويتمثل العنصر المعنوي في هذه الجريمة بأن يتوفر لدى الفاعل « علم مسبق بذلك » أي أن يكون لديه علم بأن البضاعة التي يتعاطى بها لا تحمل علامة .

\_ جنحة وضع علامة على سلعة أو خدمة غير مسجلة أو لم يطلب تسجيلها :

لقد نصت المادة 4 من الأمر 03/06 على أنه لا يمكن استعمال أي علامة لسلع أو خدمات عبر الإقليم الوطني إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها عند المصلحة المختصة .

تسجيل العلامات التجارية ثقافة اقتصادية تبدأ بمعرفة انعكاسها الضامن لحقوق المالك ، فيترتب على مخالفة أحكام المادة 4 من الأمر 03/06 عقوبات قررها

المشروع في المادة 33 تتمثل في الحبس من شهر إلى سنة وبغرامة من خمسمائة ألف دينار (500.000 دج) إلى مليوني دينار (2.000.000 دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين . ويجب عدم الخلط بين الغرامة والتي هي حق للدولة ، و التعويض الذي هو حق مالك العلامة نتيجة الضرر الذي لحق به.

### ثانيا :الحماية الدولية للعلامة:

الأصل تبعا لمبدأ إقليمية القوانين أن حماية العلامة التجارية تخضع لقانون الدولة و باعتبار أن الحماية الإقليمية لا تبسط عليها حماية فعالة لأن السلع والخدمات التي ينتجها المشروع تنتقل عبر الحدود من دولة إلى دولة أخرى أجنبية تحملها تيارات التجارة الخارجية من صادرات و واردات و لما كانت المنافسة المشروعة في السوق الداخلي وفي الأسواق الخارجية تقتضي حماية المنتج عن طريق امتداد حماية علامته التجارية خارج اقليم الدولة مما اقتضى تنسيق الجهود الدولية لتوفير حماية دولية لذا نظمت اتفاقية باريس التي تعتبر الدستور الدولي لحماية العلامات و جاء تباعا لذلك اتفاقيات أخرى تهدف إلى نفس الغرض و تصب في نفس المحتوى .

### 1 \_ اتفاقية باريس:

إن اتفاقية باريس تعد الدعامة الرئيسية التي يركز عليها نظام الحماية الدولية لحقوق الملكية الصناعية 61 ، فقد قررت الاتفاقية حماية العلامة ، بل ونصت في المادة 3 /1 على أن تؤخذ الملكية الصناعية بأوسع معانيها فلا يقتصر تطبيقها على الصناعة و التجارة بمعناها الحرفي ، وإنما تطبق كذلك على الصناعات الزراعية و الاستخراجية و على جميع المنتجات الطبيعية أو المصنعة .

إن الغرض الرئيسي من إبرام اتفاقية باريس هو أن يكون لكل مقيم بإحدى الدول الأطراف في الاتفاقية أوله منشأة تجارية فيها ، الحق في حماية علامته في كل دولة من دول الإتحاد ، عن طريق معاملته بخصوص حماية تلك الحقوق على قدم المساواة مع مواطني كل دولة من الدول الأعضاء في الإتحاد على حده و وفقا لقانونها الوطني

، لهذا أقرت مجموعة من المبادئ وهي مبدأ المعاملة الوطنية ومبدأ الأسبقية ومبدأ الاستقلالية وقاعدة عدم التعارض.

فمبدأ المعاملة الوطنية يقصد به مساواة الأجنبي بالوطني في المعاملة والتصرفات فتطبق عليهم الإجراءات والنظم نفسها ، فهم يتمتعون بنفس المزايا ، أما مبدأ الأسبقية فبموجبه يتمتع مودع الطلب بأسبقية التسجيل في الدول الأخرى المنضمة إلى الإتحاد ، بينما مبدأ الاستقلالية فتكون العلامة مستقلة عن بعضها البعض من حيث تاريخ التسجيل إذا ما سجلت في الدولة الأم ودولة أخرى ، أما قاعدة عدم التعارض فمفادها تقرير حق الدول في عقد اتفاقات خاصة ثنائية أو متعددة الأطراف لتنظيم مسألة أو أكثر خاصة بحماية مختلف عناصر الملكية الصناعية 71 .

و بمصادقة الجزائر على اتفاقية باريس بموجب الأمر 20 / 57 تصبح نصوص الاتفاقية جزءا من القانون الوطني دون حاجة لإصدار قانون يتضمن القواعد الواردة في الاتفاقية .

## 2 \_ اتفاق مدريد:

ترعى نظام التسجيل الدولي للعلامات معاهدتان هما اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات المبرم سنة 1891 و بروتوكول اتفاق مدريد الذي تم اعتماده سنة 1989 ودخل حيز التنفيذ في الأول من ديسمبر 1995 وبدأ العمل به في أفريل 1996 ، و دخلت اللائحة التنفيذية المشتركة للاتفاق أو البروتوكول حيز التنفيذ في التاريخ نفسه وانضمت الجزائر لمعاهدة مدريد بموجب الأمر 10 / 72 .

يجوز لكل دولة طرف في اتفاقية باريس بشأن حماية الملكية الصناعية أن تصبح طرفا في الاتفاق أو البروتوكول أو في كليهما ، ويجوز أيضا لكل منظمة حكومية دولية أن تصبح طرفا في البروتوكول إذا كانت دولة واحدة على الأقل من الدول الأعضاء فيها طرفا في اتفاقية باريس وكان لتلك المنظمة مكتب إقليمي لأغراض تسجيل العلامات ويكون التسجيل نافذا في أراضيها .

ويطلق على الدول الأطراف في الاتفاق أو البروتوكول اصطلاح الأطراف المتعاقدة ، وتشكل الأطراف المتعاقدة معا إتحاد مدريد وهو اتحاد خاص انشئ بناء على المادة 19 من اتفاقية باريس.

يقوم المكتب الدولي بجنييف بتسجيل العلامات التجارية وإعلانها في نشرته الدولية بعد وصول الطلب القادم من طرف المكتب الدولي لحماية الملكية الصناعية من طرف المصلحة المختصة في البلد الأصلي للعلامة ( التسجيل يتم في المكتب الدولي ) ، فإذا وصل تسجيل البلد الأصلي إلى المكتب الدولي خلال شهرين فهو يحمل التاريخ نفسه ، وإذا كان عكس ذلك يحمل تاريخ وروده .

من أهداف نظام مدريد ، تسهيل الحصول على الحماية للعلامات في أراضي الأطراف المتعاقدة ، فمن شأن تسجيل العلامة في السجل الدولي أن يستتبع في الأطراف المتعاقدة التي عينها المودع في طلبه الأثار نفسها التي يرد وصفها ، كما يجوز لمودع الطلب أن يعين أطرافا متعاقدة أخرى لاحقا .

كما يضمن نظام مدريد تسهيل الحماية بشكل ملموس لأن التسجيل الدولي يعادل مجموعة من التسجيلات الوطنية فيمكن تجديد تسجيل واحد وقيد التغييرات في ملكية العلامة أو اسم صاحبها أو عنوانه أو الانتقاص من قائمة السلع والخدمات مثلا عن طريق إجراء مركزي واحد لدى المكتب الدولي للويبو .

ولا يجوز إيداع طلب التسجيل الدولي إلا للشخص الذي يملك مؤسسة صناعية أو تجارية حقيقية و جدية في أحد البلدان الأطراف في اتفاق مدريد أو بروتوكوله أو يكون من المقيمين فيه ، أو من مواطنيه أو لكل شخص طبيعي أو معنوي يملك مؤسسة من ذلك القبيل في أراضي منظمة حكومية دولية تكون طرفا في البروتوكول أو يكون من المقيمين في أراضيها أو من مواطني دولة عضو في تلك المنظمة كما لا يجوز لشخص لا تربطه بأحد أعضاء اتحاد مدريد أي من الروابط اللازمة ، سواء بامتلاك مؤسسة أو الإقامة أو الجنسية ، أن ينتفع بنظام مدريد للتسجيل الدولي ، ولا يجوز الانتفاع بالنظام لحماية العلامات خارج اتحاد مدريد .

فيعود نظام التسجيل الدولي بمزايا عديدة على صاحب العلامة ، فبمجرد تسجيل العلامة أو إيداع طلب لتسجيلها لدى مكتب المنشأ ، لا يبقى عليه إلا أن يودع طلبا واحدا بلغة واحدة ويسدد رسما واحدا بدلا من إيداع طلبات عدة بلغات عدة لدى مكاتب العلامات التابعة لمختلف الأطراف المتعاقدة ودفع رسوم لكل مكتب من تلك المكاتب .

والميزة المهمة الأخرى للتسجيل الدولي هي أنه يتيح قيد التغييرات اللاحقة ، كتغيير اسم صاحب العلامة أو عنوانه أو تغيير ملكية العلامة ( جزئيا أو كليا ) أو الانتقاص من قائمة السلع والخدمات في عدة أطراف متعاقدة معينة وإنفاذها فيها باتخاذ إجراء بسيط واحد وتسديد رسم واحد ، ويضاف إلى ذلك أن التسجيل الدولي لا ينطوي إلا على تاريخ واحد لانتهاء الحماية ولا يقتضي إلا إجراء واحد للتجديد .

كما أن لهذا النظام فائدة تعود على مكاتب الأطراف المتعاقدة المعنية ، فهو يوفر عليها عناء التحقق من استيفاء الطلب للشروط الشكلية أو تصنيف السلع والخدمات أو نشر العلامات ويكفل تعويضها عن العمل الذي تؤديه بفضل الرسوم المسددة وهي الرسوم الفردية أو الرسوم التكميلية والإضافية التي توزعها الويبوسنويا على الأطراف المتعاقدة التي لا تحصل الرسوم الفردية .

## الخاتمة :

العلامة دليل مهم للمستهلك تمكنه من التعرف على مصدر المنتجات والخدمات و تميزها عن غيرها وبالتالي تسهيل عملية تسويقه ، إلا أنها معرضة كثيرا للتزوير والتقليد، مما جعل الدول تسعى جاهدة لتبني نظام لأجل حمايتها وذلك بإصدار نصوص قانونية وطنية وكذا إبرام اتفاقيات دولية وهذا لكون السلع والمنتجات تتعدى الحدود الوطنية. وبما أن التقليد ظاهرة تؤثر سلبا على المنتجات الوطنية وسلامة المواطن وأمن البلد فقد أولى لها المشرع الجزائري أهمية بالغة وهذا بتنظيمها قانونيا ، حيث حدد شروط دقيقة من اجل الاعتراف بعلامة معينة ، وإحاطتها بالحماية القانونية اللازمة وذلك باهتمامه بالشروط الشكلية إلى جانب الشروط الموضوعية وما يترتب على ذلك من نشوء للحق واستثنائه من طرف مالك هذه العلامة .

## الهوامش

- (1) محمد حسنين : الوجيز في الملكية الفكرية ، المؤسسة الوطنية للكتاب الجزائر 1985، ص 198.
- (2) عبد الله حسين الخشروم : الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية ، داروائل للنشر ، الطبعة الأولى 2005 ، ص 140.
- (3) محمد حسنين ، المرجع السابق ، ص 197.
- (4) د. فرحة زراوي صالح : الكامل في القانون التجاري ( الحقوق الفكرية ) ابن خلدون للنشر والتوزيع الجزائر 2006، ص 222.
- (5) صلاح زين الدين : الملكية الصناعية والتجارية ، براءات الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية الطبعة الأولى 2001 ، ص 277.
- (6) نفس المرجع السابق ، ص 278.
- (7) نفس المرجع السابق ، ص 280 .
- (8) د. فرحة زراوي صالح ، المرجع السابق ، ص 228.
- (9) صلاح زين الدين ، المرجع السابق ، ص 284.
- (10) نوري حمد خاطر : شرح قواعد الملكية الفكرية ، داروائل للنشر الطبعة الأولى 2005 ص 296.
- (11) أنظر المادة 8 من المرسوم التنفيذي رقم 98/68 المتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويحدد قانونه الأساسي .
- (12) أنظر المواد 10 و 11 من المرسوم التنفيذي 277 /05 .
- (13) عزت عبد القادر : القانون التجاري 1997، ص 95.
- (14) كامران الصالحي : بيع المحل التجاري في التشريع المقارن ، مكتبة دارالثقافة للنشر والتوزيع 1998، ص 59.
- (15) انظر المادة 124 من الأمر 75 \_ 58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم .
- (16) أنظر المادة 1/2 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المؤرخة في 20 مارس 1883 والمعدلة.
- (17) أنظر المواد 2 و 3 من اتفاقية باريس .
- (18) أنظر المادة 4/1 من اتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات .