

الحماية القانونية للعلامة التجارية والصناعية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية

د. فتاحي محمد

جامعة أدرار

ملخص باللغة العربية

عالجت الدراسة الحماية القانونية للعلامة التجارية والصناعية في القانون الجزائري وفي الإتفاقيات الدولية، وبينت أن هناك شروطا يجب توافرها حتى تتمتع العلامة بالحماية القانونية كما بينت الدراسة أن الحق في العلامة يثبت من تاريخ الإيداع لدى المعهد الجزائري الوطني للملكية الصناعية. كما بينت أن هناك حماية مدنية للعلامة التجارية والصناعية، وحماية جنائية في القانون الجزائري. أما على المستوى الدولي فعالجت الدراسة الحماية المقررة في إتفاقية باريس وفي إتفاقية منظمة التجارة العالمية.

Résume :

L'étude porte sur la protection juridique de la marque commerciale et industrielle dans la législation algérienne et les conventions internationales.

Notre étude montre qu'il y a des conditions qui doivent être fournis simplement pour profiter de marque de protection juridique.

Elle montre également qu'il existe une protection civile de la marque et une protection pénale dans la législation algérienne.

Au niveau international, ce travail met en exergue la protection dans la convention de paris et l'accord de l'OMC.

مقدمة:

تحتل العلامة التجارية والصناعية أهمية كبيرة في الحياة التجارية والصناعية حتى أن قيمتها في بعض الأحيان تفوق قيمة المؤسسة التجارية، والعلامة التجارية والصناعية من أهم الوسائل التي يستخدمها المنتجين والتجار والصناع لجذب المستهلكين وتمكينهم من التعرف على بضائعهم ومنتجاتهم وخدماتهم. ولقد تزايد في الوقت الحاضر التعدي على العلامة التجارية والصناعية سواء على المستوى المحلي أو على المستوى الدولي، مما سبب أضرار بالمنتجين أصحاب العلامات التجارية والصناعية.

وإستشعارا من المشرع الجزائري بخطورة الظاهرة سن قانونا جديدا للعلامات بسط فيه حماية لها من التعدي والتقليد، كما تضافرت الجهود الدولية على وضع إتفاقيات لمحاربة ظاهرة التعدي على العلامة التجارية والصناعية. وتأتي هذه الدراسة لتعالج الحماية التي قررها المشرع الجزائري للعلامات التجارية والصناعية مجيبة على إشكاليتين جوهريتين الأولى: ما مفهوم العلامة التجارية والصناعية؟ والثانية: ما مدى الحماية المقررة للعلامات التجارية والصناعية؟ وللإجابة على هاتين الإشكاليتين إعتمدت على المنهج التحليلي، كما قسمت الدراسة إلى مبحثين، قسم بدوره إلى مطلبين، الأول يعالج مضمون العلامات التجارية والصناعية والمطلب الثاني تطرقت فيه لثبوت الحق في ملكية العلامات التجارية والصناعية.

أما المبحث الثاني فقد قسم هو أيضا إلى مطلبين، الأول عالج الحماية المقررة للعلامات التجارية والصناعية في ضوء التشريع الجزائري، والمطلب الثاني درست فيه الحماية المقررة في ضوء إتفاقية اتحاد باريس لسنة 1883،

واتفاقية منظمة التجارة العالمية في الجوانب المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية
تريبس.

المبحث الأول: تحديد مفهوم العلامة التجارية والصناعية

في هذا المبحث سوف نتناول بالدراسة لمضمون العلامة التجارية والصناعية،
كما سوف نعالج الحق في ملكية العلامة التجارية والصناعية وذلك في مطلبين
على النحو التالي.

المطلب الأول: مضمون العلامة التجارية والصناعية

لتحديد مضمون العلامة التجارية والصناعية سوف نقوم بتعريفها من ناحية، ومن
ناحية أخرى نبين الشروط القانونية للعلامة التجارية في فرعين على النحو
التالي.

الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية والصناعية

عرف المشرع الجزائري العلامة التجارية والصناعية بقوله "هي كل
الرموز القابلة للتمثيل الخطي لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص
والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها
والألوان بمفردها أو مركبة ، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص
طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره"¹.

¹ - المادة 02 من الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات مؤرخ في: 19 يوليو 2003، جريدة رسمية عدد 44،
سنة 2003، ص22.

وفي الفقه تعرف العلامة التجارية والصناعية بأنها " كل إشارة أو رمز يتخذ شعارا لتمييز منتجات منشأة تجارية أو صناعية أو شعارا لتمييز الخدمات التي تقوم بها منشأة معينة"¹

ويعرفها جانب آخر من الفقه بأنها " رمز يوضع على المنتجات، أو يتخذ شعارا للخدمات ويهدف إلى تيسير التعرف على مصدر صناعة المنتجات أو مصدر بيعها أو مصدر الخدمات مما يساعد على اجتذاب الجمهور"².

ومن التعاريف السابقة يتبين أن الهدف من العلامة التجارية والصناعية تمييز بضائع المنتج أو التاجر عن بضائع غيره من المنتجين أو التجار بحيث لا يقع خلط بين المنتجات لما لها من أهمية في اجتذاب العملاء والزبائن إلى السلعة أو البضاعة أو الخدمة التي يقدمها التاجر أو المنتج ، وتساعد على التعرف على البضائع والمنتجات³.

ومن ناحية ثانية فإن المنتج أو الصانع يستعمل علامة لتمييز البضائع التي ينتجها وتسمى في هذه الحالة بالعلامة الصناعية، كما تستعمل بعض المصانع والمنشآت علامة لتمييز الخدمات التي تقدمها للمستهلكين، وتعرف بعلامة الخدمة ومثال ذلك الخدمات التي تقدمها شركات الطيران وبعض المنشآت السياحية⁴.

¹ - نبيل محمد صبح، حماية العلامات التجارية والصناعية في التشريع المصري وفي ظل إتفاقيات الجات، دار النهضة العربية، القاهرة، 1999، ص25.

² - حمد الله محمد حمد الله، الوجيز في حقوق الملكية التجارية والصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة، 1997، ص85، عزيز العكيلي، القانون التجاري، دار الثقافة، عمان، 1995، ص146.

³ - حسني المصري، القانون التجاري الكويتي، الكتاب الأول، دار النهضة العربية، القاهرة، 1992، ص270.

⁴ - نبيل صبيح، المرجع السابق، ص26.

ومما تجدر الإشارة إليه أنه لا أهمية عملية للتفرقة بين هذه العلامات، وتفسير ذلك أن المشرع الجزائري كفل حماية قانونية لهذه العلامات في حالة توافر الشروط التي يتطلبها المشرع على النحو الذي سوف نبين لاحقا. وأخيرا فإن العلامات التجارية والصناعية تكتسي أهمية كبيرة وشهرة عالية، ففي كثير من الأحيان نجد أن قيمة العلامة تفوق قيمة المحل التجاري وذلك بسبب انتشار المنتجات في الأسواق العالمية ولجوء المنتجين والصناع إلى وسائل الإشهار للدعاية إلى منتجاتهم وخدماتهم¹.

الفرع الثاني: الشروط القانونية للعلامة التجارية

أولاً: مشروعية العلامة

يشترط لصحة العلامة التجارية والصناعية أن تكون مشروعة أي غير مخالفة للنظام العام والآداب العامة. وتأسيسا على ذلك لا يجوز تسجيل علامة يدخل في تكوينها العلم الجزائري أو أعلام دول تعامل الجزائر معاملة المتل. كما لا يجوز تسجيل علامة تعبر عن وضع خليع. ومما تجدر الإشارة إليه أن إعتبار علامة تجارية أو صناعية تخالف النظام العام أو الآداب العامة يخضع للسلطة التقديرية لقاضي الموضوع، وذلك بسبب أن فكرة النظام العام والآداب العامة فكرة مطاطة تتغير بتغير الزمان والمكان. ويترتب على عدم مشروعية العلامة بطلانها وعدم تمتعها بالحماية القانونية.

¹ - حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص58.

ثانيا: أن تكون العلامة جديدة

يقصد بشرط الجدة أن لا يكون قد سبق استعمالها في إقليم الدولة من طرف تاجر أو منتج منافس آخر لتمييز سلع أو منتجات مماثلة أو مشابهة ، لذلك لا ينفي شرط الجدة إذا كان قد سبق استخدام العلامة لتمييز منتجات أو بضائع من نوع مختلف¹.

ومما تجدر الإشارة إليه أن شرط الجدة ليس مطلقا بل هو نسبي من حيث نوع التجارة ومن حيث الزمان ومن حيث المكان².

من حيث نوع التجارة فلا مانع من استعمال علامة تجارية وصناعية لنوع معين من العصائر كعلامة مميزة لنوع من الملابس أو الأحذية أو المأكولات³.

كما أنه لا مانع من استعمال علامة تجارية لنوع معين من السيارات كعلامة مميزة لنوع من الأجهزة الكهربائية أو الأدوات المنزلية أو السجائر⁴، على أن بعض الفقه يرى أنه يجوز رفض تسجيل علامة تجارية مشابهة لعلامة سبق تسجيلها أو استعمالها عن منتجات غير مشابهة متى كان من شأن تسجيل العلامة واستعمالها الحط من قيمة وسمعة المنتجات التي تستعمل العلامة فعلا

¹ - حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص92.

² - نبيل محمد صبيح، المرجع السابق، ص38 و39.

³ - اكثم أمين الخولي، قانون التجارة اللبناني المقارن، ج01، ط02، القاهرة، 1967، ص421، فايز نعيم رضوان، مبادئ قانون العلامات التجارية لدولة الإمارات العربية المتحدة، ط02، دار النهضة العربية، القاهرة، 1993، ص409، علي سيد قاسم، قانون الأعمال، دار النهضة العربية، القاهرة، 1997، ص424.

⁴ - نبيل محمد صبيح، المرجع السابق، ص38.

⁵ - محمود سمير الشرقاوي، القانون التجاري، ج01، دار النهضة العربية، القاهرة، 1978، ص534.

لتمييزها. ويلاحظ أن للقاضي السلطة التقديرية في تحديد أمر التشابه أو الاختلاف بين المنتجات والخدمات¹.

وبالإضافة إلى ذلك فإن جودة العلامة نسبية من حيث الزمان، وتفسير ذلك أنه يجوز استعمال علامة سبق إستعمالها من طرف شخص آخر ثم عدل عن إستعماله لمدة طويلة من الزمان و انتهت مدة الحماية القانونية المترتبة على التسجيل دون أن يطالب بتجديد العلامة².

كما أن جودة العلامة نسبية من حيث المكان، وتفسير ذلك انه لا يتمتع بالحماية القانونية إلا العلامات المسجلة في الإقليم الجزائري، أما على المستوى الدولي فان العلامة المسجلة في دولة أجنبية دون أن تسجل دوليا فيجوز استعمالها في الجزائر، ما لم يكن قصد المستعمل في الجزائر هو الغش وإيهام المستهلكين والخلط بين المنتج الوطني والمنتج الأجنبي.

كذلك فإنه يجب مراعاة أحكام الاتفاقيات الدولية التي تكفل لرعايا الدول المتعاقدة حماية علاماتهم في بلد كل منها وبصفة خاصة اتفاقية اتحاد باريس التي تحقق كما سوف نبين حماية علامات رعايا كل دولة من دول الاتحاد في جميع الدول الأخرى للاتحاد³.

ثالثا: أن تكون العلامة مميزة

حتى تتمتع العلامة التجارية والصناعية بالحماية القانونية يجب أن تكون مميزة، ومعنى ذلك أن تكون لها خصائصها وصفاتها وذاتيتها الخاصة بها.

¹ - نبيل محمد صبح، المرجع السابق، ص39.

² - حمد الله محمد حمد الله، المرجع السابق، ص92.

³ - نبيل محمد صبيح، المرجع السابق، ص40

والحكمة من هذا الشرط أنه حتى تحقق العلامة التجارية الغاية منها في تمييز المنتجات والسلع والخدمات وحتى تحمي صاحبها من منافسة الآخرين يجب أن تكون مميزة¹.

وتأسيسا على ما سبق فإنه لا تتمتع بالحماية القانونية العلامة التي تستند إلى شكل شائع أو على بيانات ورموز مستعملة بصورة عادية في التجارة للدلالة على صفات المنتجات².

المطلب الثاني: الحق في ملكية العلامة التجارية والصناعية

سوف نعالج في هذا المطلب للإجراءات التي يتطلبها المشرع لتسجيل العلامة التجارية والصناعية من ناحية، ومن ناحية أخرى سوف ندرس الحق في العلامة في فرعين على النحو التالي

الفرع الأول: إجراءات تسجيل العلامة التجارية والصناعية

لثبوت الحق في ملكية العلامة وجب تسجيلها. وقد نظم المرسوم التنفيذي رقم 277/2005 إجراءات التسجيل³.

وتبدأ هذه الإجراءات بعملية الإيداع أي تسليم ملف يتضمن نموذج العلامة مرفقا معه تعداد المنتجات والخدمات التي تنطبق عليها العلامة، ويتم الإيداع من قبل صاحب العلامة أو من ينوب عنه⁴، ويتم الإيداع لدى المعهد

¹ - القليوبي سميحة، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة، 1996، ص297.

² - فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري- الملكية الفكرية- دار ابن خلدون، الجزائر، 2006، ص218.

³ - المرسوم التنفيذي رقم 277/2005، المؤرخ في: 02/08/2005، المتعلق بتطبيق أحكام الامر 06/03 المتعلق بالعلامات، جريدة رسمية عدد54، سنة 2005، ص11.

⁴ - المادة 02/03 من المرسوم التنفيذي السابق الذكر

الوطني الجزائري للملكية الصناعية بواسطة رسالة موسى عليها مع العلم بالوصول أو أية وسيلة أخرى تثبت الاستلام¹. وبعد استلام الملف يقوم المعهد بفحص الملف من الناحية الشكلية ومن الناحية الموضوعية، فإذا ثبت أن الملف مستوفي الشروط الشكلية والموضوعية اعتبر الإيداع مقبولا بحيث يقوم المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بتحرير محضر يثبت تاريخ الإيداع ومكانه وزمانه ورقم التسجيل².

وإذا تم الإيداع صحيحا أنتج أثره القانوني أي حماية العلامة لمدة عشر 10 سنوات كما تبقى العلامة محمية قانونا في حالة تجديد الإيداع مقابل دفع الرسوم المقررة ويجب أن يتم التجديد في مهلة السنة 06 أشهر التي تسبق انقضاء التسجيل³.

وأخيرا يتم تسجيل ونشر العلامة، فالتسجيل يتم بصدور قرار عن المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية يتضمن قيد العلامة في فهرس خاص يتضمن كافة العلامات وحقوق الملكية الصناعية والتجارية الأخرى والتي تم تسجيلها سابقا⁴. ويكون للتسجيل أثر رجعي أي يعتبر تاريخ التسجيل هو تاريخ الإيداع، والحكمة من ذلك حماية العلامة، أما أشهر فهو إيداع العلامة في النشرة الرسمية للعلامات لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية.

¹ - المادة 03/03 من المرسوم التنفيذي السابق الذكر

² - المادتين 11 و 12 من المرسوم التنفيذي السابق الذكر

³ - المادة 02/05 والمادة 03/05 من أمر 06/2003 السابق الإشارة إليه والمادة 18 من المرسوم التنفيذي 277/2005 السابق الذكر.

⁴ - المادة 14 من المرسوم التنفيذي السابق الذكر

الفرع الثاني: الحق في ملكية العلامة

يثبت الحق في ملكية العلامة لمن قام بإجراءات الإيداع أو الشخص

الذي اثبت أقدم أولوية للإيداع حسب مضمون اتفاقية باريس¹.

ومما تجدر الإشارة إليه أن عرض سلعة معينة أو منتج اوخدمة تحت علامة معينة في معرض دولي رسمي أو معترف به رسميا لا يمنع صاحب العلامة من طلب تسجيلها، وله الحق في طلب الأولوية عليها، وعلى صاحب العلامة أن يقوم بإجراء التسجيل في مدة ثلاثة 03 أشهر من انتهاء المعرض².

وهكذا فإن الحق في ملكية العلامة يثبت بالإيداع على أنه يجب على

صاحب العلامة استعمال العلامة، فإذا لم يتم باستعمال العلامة في مدة ثلاث 03 سنوات دون إنقطاع سقط حقه في العلامة ولم تعد مشمولة بالحماية³.

المبحث الثاني: الحماية القانونية للعلامة التجارية والصناعية

سوف نعالج في هذا المبحث الحماية المقررة للعلامة التجارية والصناعية

في ظل التشريع الجزائري من ناحية، ومن ناحية أخرى ندرس الحماية المقررة على المستوى الدولي.

المطلب الأول: الحماية في ضوء التشريع الجزائري

ندرس في هذا المطلب الحماية المدنية للعلامة التجارية والصناعية من

جهة، ومن جهة أخرى نبين الحماية الجنائية للعلامة التجارية والصناعية في فرعين على النحو التالي.

¹ - المادة 02/06 من أمر 06/2003 السابق الذكر

² - المادة 02/06 من أمر 06/2003 السابق الذكر.

³ - المادة 02/11 من امر 06/2003 السابق الذكر، وللتوسع في إنقضاء العلامة وانتقال ملكيته انظر: فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص 242 وما يليها.

الفرع الأول: الحماية المدنية* دعوى المنافسة غير المشروعة

نظرا لعدم توافر قواعد خاصة بتنظيم المسؤولية عن أعمال المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية والتجارية، فإن دعوى المنافسة غير المشروعة تؤسس على القواعد العامة في المسؤولية التقصيرية¹. فالمشرع الجزائري لم ينظم بأحكام خاصة دعوى المنافسة غير المشروعة. وتقوم هذه الدعوى على العناصر التالية.

أولاً: الخطأ

يعتبر الخطأ من أدق عناصر المنافسة غير المشروعة وأكثرها أهمية، وتفسير ذلك أنه في العلامات التجارية المبدأ السائد هو لمنافسة باعتبارها حقا لكل تاجر².

والرأي الراجح في الفقه يرى ضرورة الإعتماد على الأعراف التجارية والعادات لتحديد ما إذا كان الفعل يعد منافسة غير مشروعة. وفي ضوء ذلك فكل ما لا يتفق مع قواعد الأمانة يعد خطأ موجبا للمسؤولية، ولا يشترط سوء نية الفاعل فالقضاء مستقر على ذلك³.

ثانياً: الضرر

لا يمكن رفع دعوى المنافسة غير المشروعة إذا لم يصب المدعي عليه سواء كان هذا الضرر ماديا ينصب على حق من حقوق الذمة المالية، ومثال ذلك الخسارة المادية التي تصيب التاجر المنافس نتيجة تقليد علامته التجارية أو

¹ - زينة الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، ط01، دار الجامعة للنشر، عمان، 2002، ص140

² - علي البارودي، القانون التجاري اللبناني، ج01، م طبعة عيتاني الجديدة، بيروت، 1989، ص522

³ - علي حسن يونس، المحل التجاري، دار الفكر العربي، القاهرة، 1974، ص136.

الصناعية. ويمكن أن يكون الضرر أدبي يصيب حقا من الحقوق غير المادية التي لا تعد من عناصر الذمة المالية، مثال ذلك السمعة التجارية وألشهرة التي تتمتع بها منتجاته أو خدماته¹.

ويقع عبء إثبات الضرر على المدعي سواء كان ضررا ماديا أو كان ضررا أدبيا صغيرا أو كبيرا حالا أو مستقبلا.

ثالثا: العلاقة السببية

لا بد من وجود العلاقة السببية بين أفعال المنافسة غير المشروعة والأضرار التي لحقت بالتاجر المنافس. فعلى المدعي أن يثبت أن الضرر كان بسبب فعل من الأفعال المخالفة للقانون فلا بد من التحقق من كونه السبب المباشر في إحداث الضرر أو احتمال وقوعه.

ويقصد بالرابطة السببية أن الضرر الحاصل كان نتيجة للخطأ.

وإذا أراد المدعي عليه أن ينفي المسؤولية، فما عليه إلا أن يثبت أن الضرر وقع بفعل الغير أو بسبب أجنبي تطبيقا للقواعد العامة في المسؤولية التقصيرية². ومما تجدر الإشارة إليه أن تقدير توافر علاقة السببية يعود إلى محكمة الموضوع.

رابعا: التعويض عن الضرر

يقع على المدعي عليه في دعوى المنافسة غير المشروعة تعويض المدعي عن كافة الأضرار التي لحقت به. ويكون معيار تقدير الأضرار وفقا للقواعد العامة في المسؤولية المدنية، أي الكسب الفائت والخسارة اللاحقة.

¹ - زينة الصفار، المرجع السابق، ص140.

² - احمد إبراهيم البسام، مبادئ القانون التجاري، مطبعة العاني، بغداد، بدون رقم طبعة، 1961، ص186.

ومما تجدر الإشارة إليه أن محكمة الموضوع لها السلطة التقديرية في تقدير التعويض إستنادا إلى الأدلة المقدمة لها، وقد تستعين بأهل الخبرة لتقدير مقدار التعويض¹.

كما تجدر الإشارة إلى أن التعويض في دعوى المنافسة غير المشروعة غالبا ما يكون مبلغا نقديا، حيث تأمر المحكمة بالتعويض عن كافة الأضرار المادية والمعنوية التي لحقت بالمدعي وقد يكون التعويض عينيا. وللمحكمة السلطة التقديرية في الحكم إما بالتعويض النقدي أو التعويض العيني.

الفرع الثاني: الحماية الجنائية للعلامة التجارية والصناعية

جرم المشرع الجزائري بعض الأفعال التي تشكل إعتداء على العلامة التجارية والصناعية وأول الأفعال المجرمة هو فعل تقليد العلامة حيث قرر المشرع² عقوبة الحبس من سنته 06 أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين وخمس مائة ألف دينار إلى عشرة ملايين دينار أو بإحدى هاتين العقوبتين، هذا كعقوبة أصلية أما العقوبات التكميلية فقد قرر المشرع إمكانية الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة، كما يمكن مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي أستعملت في تقليد العلامة، وأخيرا يمكن الحكم بإتلاف الأشياء المستعملة في التقليد. وبالإضافة إلى ذلك عاقب المشرع الجزائري³ بالحبس من شهر إلى سنة وبغرامة من خمسمائة ألف دينار إلى مليوني دينار أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من لم

¹ - محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة، 1969، ص231.

² - المادة 32 من الامر 06-2003 السابق الذكر.

³ - المادة 33 من الامر 06-2003 السابق الذكر.

يضع علامة تجارية على سلعه أو خدماته أو الذين يبيعون أو يعرضون للبيع سلعة أو أكثر أو قدموا خدمات لا تحمل علامة. كما يعاقب بنفس العقوبة الأشخاص الذين يضعون على سلعهم أو خدماتهم علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها.

وما يلاحظ على نهج المشرع أنه لم يشدد العقوبة وخاصة عقوبة الحبس بالقدر اللازم لردع كل من يعتدي على العلامات التجارية والصناعية، لذلك نرى ضرورة تعديل النصوص بتشديد عقوبة الحبس حماية للعلامة نظرا لدورها الهام في التجارة.

المطلب الثاني: الحماية القانونية للعلامة على المستوى الدولي

سوف ندرس في هذا المطلب الحماية المقررة للعلامة التجارية والصناعية في ضوء إتفاقية باريس لسنة 1883، كما نبين الحماية المقررة في ضوء إتفاقية منظمو التجارة العالمية في فرعين على النحو التالي.

الفرع الأول: الحماية القانونية للعلامة في ضوء إتفاقية باريس لسنة 1883

كفلت إتفاقية باريس حماية معتبرة للعلامة التجارية والصناعية من خلال تكريسها لجملة من المبادئ وهي:

أولاً: مبدأ المساواة

ويقصد بالمبدأ¹ أن كل شخص تابع لإحدى دول إتحاد باريس له أن يطلب من الدول الأخرى أن تطبق بشأنه إما القانون الوطني للدولة التي ينتمي إليها أو

¹ - المادة 02 من إتفاقية باريس لسنة 1883.

أحكام إتفاقية باريس بحيث تتمتع العلامة التجارية والصناعية بحماية دولية خارج حدود الدولة إلى جانب الحماية الوطنية التي يوفرها التشريع الوطني¹. وبالإضافة إلى ذلك يجب ألا تقل المزايا التي يمنحها التشريع الوطني عن تلك التي تمنحها اتفاقية باريس.

ثانيا: مبدأ استقلال العلامات

ومفاد هذا المبدأ² أنه إذا تم تسجيل علامة تجارية طبقا للنصوص القانونية في بلدها الأصلي ثم تم تسجيلها في دولة أخرى من دول إتحاد باريس فتعتبر كل من هذه العلامات الأصلية مستقلة عن بعضها البعض من حيث تاريخ تسجيلها، وتخضع لأحكام التشريع الداخلي في كل بلد سجلت فيه.

ثالثا: مبدأ الأسبقية

ويعني هذا المبدأ³ أن كل من تقدم بطلب تسجيل علامة تجارية في إحدى دول إتحاد باريس يتمتع فيما يختص بالتسجيل في الدول الأخرى بحق الأسبقية في خلال ستة شهور من تاريخ تقديم الطلب الأول. ولا يشترط تسجيل العلامة في دولة الأصل وإنما يقدم طلب التسجيل إلى إحدى دول إتحاد باريس حتى ولو لم تكن دولة الأصل. ويتمتع طالب التسجيل بالحماية من تاريخ أول طلب يقدم لتسجيل العلامة في إحدى دول إتحاد باريس.

¹ - نبيل محمد صبيح، المرجع السابق، ص 87.

² - المادة 06 من اتفاقية باريس.

³ - المادة 04 من اتفاقية باريس.

رابعاً: مبدأ قبول تسجيل العلامات الأجنبية المسجلة في بلدها الأصلي

والغاية من هذا المبدأ¹ تسهيل تسجيل العلامات التجارية في جميع دول إتحاد باريس، أي يتم قبول تسجيل أي علامة تجارية مسجلة في بلدها الأصلي وتمنح لها الحماية القانونية. ويقصد بالبلد الأصلي حسب مفهوم إتفاقية باريس أي بلد من بلدان إتحاد باريس يوجد فيه لطالب التسجيل مؤسسة تجارية أو صناعية، فإن لم يكن له مؤسسة، فإن البلد الأصلي هو البلد الذي يوجد فيه لمقدم طلب التسجيل موطناً، فإن لم يكن له موطن كان البلد الذي ينتمي إليه بجنسيته إذا كان من رعايا دولة من دول إتحاد باريس².

الفرع الثاني: الحماية القانونية للعلامة التجارية والصناعية في ضوء إتفاقية الجات.

كفلت إتفاقية الجات أو الإتفاقية المعروفة بإتفاقية التجارة في الجوانب المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية لحماية للعلامة التجارية من خلال تكريس المبادئ التالية.

أولاً: مبدأ المعاملة الوطنية

ومعنى هذا المبدأ³ أن تعامل كل دولة عضو في منظمة التجارة العالمية المواطنين الأجانب الذين ينتمون إلى دولة أخرى عضو في الإتفاقية معاملة لا تقل عن تلك التي تمنحها لمواطنيها في مجال حقوق الملكية الفكرية.

¹ - المادة 06 من إتفاقية باريس.

² - القليوبي سميحة، المرجع السابق، ص 383.

³ - المادة 01 من إتفاقية منظمة التجارة العلمية في الجوانب المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية تريبس المبرمة في: 1947 ودخلت حيد التنفيذ في 1948.

ولا شك أن هذا المبدأ يحقق حرية التجارة من خلال تجسيده المساواة في المعاملة بين المنتجات الوطنية أو السلع أو الخدمات أو التجارة المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية وتلك المماثلة لها.

ثانيا: مبدأ الدولة الأولى بالرعاية

ويعني هذا المبدأ¹ منح كل طرف في الإتفاقية جميع المزايا والحقوق والإعفاءات التي يتم منحها لأي بلد آخر عضو في الإتفاقية ودون حاجة إلى إتفاق جديد أي عدم التمييز بين الدول الأعضاء في الجات في ظروف المنافسة بالأسواق الدولية.

ثالثا: الحماية ضد تقليد المنتجات

وهذا المبدأ² يعني حماية المنتجات من الإعتداء عليها ويجرم تقليدها بحيث تلتزم الدول الأعضاء الموقعة على الإتفاقية بحماية العلامة التجارية والصناعية على المنتجات وإدراج هذه الحماية في تشريعاتها الوطنية وتجريم تقليد العلامات التجارية والعمل على حماية المستهلكين³

خاتمة

عالجت الدراسة الحماية القانونية للعلامة التجارية والصناعية في القانون الجزائري وفي الاتفاقيات الدولية. وبينت أن العلامة التجارية هي رمز يوضع على المنتجات أو يتخذ شعارا للخدمات، ويهدف إلى تسهيل التعرف على مصدر

¹ - المادة 04 من اتفاقية الجات السابق الإشارة إليها

² - المادة 09 من اتفاقية الجات- تريبيس- السابقة الذكر

³ - القليوبي سميحة، المرجع السابق، ص 26

صناعة المنتجات ومصدر بيعها أو مصدر الخدمات مما يساعد على إجتذاب المستهلكين.

كما بينت الدراسة أن هناك شروط يجب توافرها في العلامة حتى تتمتع بالحماية القانونية بان تكون مشروعة وأن تكون جديدة وأن تكون مميزة.

كما بينت الدراسة أن الحق في ملكية العلامة يثبت لصاحبه من تاريخ الإيداع الصحيح وتسجيل العلامة لدى المعهد الجزائري الوطني للملكية الصناعية.

وبخصوص الحماية القانونية للعلامة، فقد بينت الدراسة أن هناك حماية وطنية تتمثل في الحماية المدنية التي تتمثل في دعوى المنافسة غير المشروعة في حالة التعدي على العلامة أما من الناحية الجنائية فإن المشرع يجرم فعل تقليد العلامة.

وعلى المستوى الدولي فإن العلامة تتمتع بحماية أيضا. ففي ضوء إتفاقية باريس لسنة 1883

تتمتع العلامة بحماية من خلال المبادئ المكرسة في الإتفاقية نفس الأمر ينطبق على إتفاقية الجات. وخرجت الدراسة بالتوصيات التالية:

1- نوصي بأن تسارع الجزائر بالإنضمام إلى منظمة التجارة العالمية حتى تستفيد العلامات التجارية والصناعية الجزائرية من الحماية المقررة في إتفاقيات الجات

2- نوصي بتعديل المادتين 32 و33 من أمر 06/03 المتعلق بالعلامات بحيث يشدد المشرع العقاب في حالة التعدي على العلامة التجارية أو الصناعية لضمان حماية أكبر للعلامات.

قائمة المراجع

- 1- القليوبي سميحة، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة، 1996.
- 2- أكثم أمين الخولي، قانون التجارة اللبناني المقارن، ج01، ط02، القاهرة، 1967.
- 3- فايز نعيم رضوان، مبادئ قانون المعاملات التجارية لدولة الإمارات العربية المتحدة، ط02، دار النهضة العربية، القاهرة، 1993.
- 4- علي سيد قاسم، قانون الأعمال، دار النهضة العربية، القاهرة، 1997.
- 5- محمود سمير الشرفاوي، القانون التجاري، ج01، دار النهضة العربية القاهرة، 1978.
- 6- فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، دار ابن خلدون، الجزائر، 2006.
- 7- نبيل محمد صبيح، حماية العلامة التجارية والصناعية في التشريع المصري وفي ظل إتفاقيات ألجات، النهضة العربية، القاهرة، 1999.
- 8- حمد الله محمد حمد الله، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار النهضة العربية، القاهرة، 1992.
- 9- حسني المصري، القانون التجاري الكويتي، الكتاب الأول، بدون دار نشر، القاهرة، 1992.
- 10- عزيز العكيلي، القانون التجاري، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 1995 .
- 11- زينة الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، دار الجامعة للنشر، عمان، 2002.
- 12- علي حسن يونس، المحل التجاري، دار الفكر العربي، القاهرة، 1974.
- 13- علي البارودي، القانون التجاري اللبناني، ج01، مطبعة عيتاني، بيروت، بدون سنة نشر
- 14- احمد إبراهيم البسام، مبادئ القانون التجاري، مطبعة العاني، بغداد، 1961.
- 15- محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، ط01، دار النهضة العربية، القاهرة، 1969.