مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية
ISSN: 2352-975X ELBAHITH for Academic Studies EISSN: 2588-2368
المجلد: 07 / العدد: 02 / السنة: 2020 / ص ص: 836 ـ 853

آثار تسجيل العلامة التجارية في التشريع الجزائري

The Legal Impacts Of Trade Mark Registration In The Algerian Legislation

تاريخ الإرسال:2020/01/23 تاريخ القبول:2020/06/04

رقيق ليندة (*)
جامعة باتنة1- الجزائر
lindawajih2005@gmail.com

ملخص:

تعتبر العلامة التجارية "رمز الاقتصاد الحديث" لما تلعبه من دور مهم في التنمية الاقتصادية، تبرز أهميتها في كونها عامل فعال للترويج عن السلع والبضائع والخدمات وتمييزها والإشهار عنها يتزامن مع التأثير على سلوكات المستهلك لاقتناء السلع والبضائع والخدمات محل العلامة دون غيرها.

وتصنف العلامة التجارية ضمن الممتلكات الفكرية، يتمسك صاحبها بملكيتها بعد تسجيلها لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية وفقا لإجراءات إدارية، ليكتسب بعدها جملة من الآثار القانونية تثبت له دون سواه، وهي الحق في احتكار استغلال العلامة والحق في التصرف فيها وحمايتها.

الكلمات المفتاحية: العلامة التجارية؛ تسجيل العلامة؛ الملكية الصناعية؛ حق التصرف؛التنمية الاقتصادية.

Abstract:

The trade marks is considered to be "The symbol of the modern economy", for it plays an important role in the economic development. It is thought to be a very dominant factor to promote goods and services by ways of advertising and facilitates their recognition as many other products and services, and ultimately influences the consumers behavior to acquire them rather than others. The trade mark is classified as an intellectual property, which can be registered through administrative procedures, in the Algerian National Institute of Industrial Property in order to prove its owners by its holder.

The registration will result with some legal impacts, that will make the holder a sole owner and give him the rights to monopolies, exploit, pledge or sell it.

Keywords: *Trademarks; Economy; Intellectual Property; Industrial Property; Registreation.*

(*)- المؤلف المُراسل.

مقدمة:

تعد العلامة التجارية من أهم حقوق الملكية الصناعية، وتعود فكرة وضع إشارات تمييزية على الأشياء المصنعة إلى العصور القديمة، حيث أحصى علماء الآثار حوالي 6000 علامة كانت تستعمل في صناعة الفخار. ولم تكن هذه العلامات بالمعنى التجاري لأنها لم تكن تهدف إلى جذب العملاء وإنما كانت وظيفتها تكمن في معرفة أصل الأواني الفخارية ومنع سرقتها.

ومع تطور الحياة التجارية والعلاقات الدولية الاقتصادية في العصر الحديث تطور مفهوم العلامة التجارية في النصف الثاني من القرن التاسع عشر نظرا للدور الفعال الذي أصبحت تلعبه في التأثير على المعاملات الاقتصادية والتجارية، إذ تعتبر العلامة التجارية أحد أهم الأصول التي تمتلكها المؤسسات لأنها تعمل على نقل صورة جيدة تعكس جودة السلع والبضائع والخدمات المقدمة إلى جمهور المستهلكين، وتنبع أهمية العلامة التجارية من خلال الوظائف التي تؤديها للصانع والتاجر ومقدم الخدمة وحتى المستهلك على حد السواء، مما يؤدي إلى تعزيز الثقة وتوطيدها بين هذا الأخير وهاته السلع والبضائع والخدمات المقدمة إليه والإقبال عليها دون سواها مما يتواجد في ذات السوق.

ومع اتساع تطور المجال الاقتصادي والتجاري اتسع نطاق استهلاك العلامة التجارية وأصبحت إلزامية وضرورية في كل التشريعات الوطنية، الأمر الذي استوجب حمايتها عن طريق تنظيم قانوني يكفل لصاحبها حمايتها ومنع التعدي عليها أو تقليدها من قبل المنافسين في نفس المجال، وضمان حماية المستهلك من الغش والتضليل واقتناء السلع والبضائع المغشوشة والمقلدة.

فعلى المستوى الدولي كانت اتفاقية باريس لحماية حقوق الملكية الصناعية لسنة 1883 الركيزة الأولى لحماية هاته الحقوق على المستوى الدولي، والتي مهدت الطريق للاتفاقيات الدولية اللاحقة عليها لحماية العلامات التجارية.

أما على الصعيد الوطني فقد اهتم المشرع الجزائري بتنظيم العلامة التجارية من خلال التشريع رقم 57/66 المؤرخ في 19 مارس 1966 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، وبالرغم من التغيرات الاقتصادية التي شهدتها الجزائر والتوجه

نحو اقتصاد السوق، إلا أن قانون العلامات لم يعرف تعديلات إلا بعد مدة طويلة، فصدر الأمر رقم 06/03 المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003 المتعلق بالعلامات، المنشور في الجريدة الرسمية العدد 44 المؤرخ في 2003/07/23، الذي عرف العلامة التجارية بمقتضى المادة الثانية منه بالقول: " العلامات هي كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع وتوضيبها، والألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره."

ووفقا للتشريع الجزائري فإن اكتساب الحق في العلامة التجارية يتم وفقا للأصول المتبعة في هذا الخصوص عن طريق تسجيلها لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، الذي يتحقق من مدى توافر الشروط الموضوعية التي أقرها المشرع الجزائري من الجدة والصفة المميزة والمشروعية، تليها عملية القيام بإجراءات شكلية التي تتمثل في ايداع طلب التسجيل وفحصه من الجهة المختصة للتأكد من استيفاء الشروط الموضوعية والشكلية، بعدها يتم تسجيل العلامة في سجل العلامات الذي تمسكه المصلحة المختصة ثم نشره عن طريق القيد في النشرة الرسمية لإعلانات ليتم بعدها تقرير جملة من الحقوق القانونية لصاحبها الذي قام بتسجيلها يبدأ سريانها من تاريخ الإيداع، ويترتب على عملية تسجيل العلامة التجارية جملة من المزايا والآثار والتي ستكون محل دراستنا.

من خلال ما سبق نطرح الإشكالية التالية: ماهي الآثار القانونية الناجمة عن تسجيل العلامة التجارية في القانون الجزائري؟

ولمعالجة الإشكالية المطروحة نقترح الخطة التالية :

المحور الأول: اكتساب الحق في ملكية العلامة.

المحور الثاني: الحماية القانونية.

المحور الأول: اكتساب حق ملكية العلامة

يخول تسجيل العلامة التجارية لصاحبها حق ملكيتها على السلع والخدمات التي يعينها طبقا لنص المادة التاسعة من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات. ويترتب على ملكية

EISSN: 2588-2368 ——— ISSN: 2352-975X

العلامة حقوقا يستأثر بها صاحب العلامة طبقا للفقرة الثانية من نفس المادة، وهي الحق في احتكار استغلال العلامة (أولا) والحق في التصرف فيها (ثانيا).

أولا-الحق في احتكار استغلال العلامة التجارية :

إن الحق في استعمال العلامة التجارية كأهم الآثار المترتبة على تسجيل العلامة تناولها المشرع الجزائري في الباب الثاني من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، حيث ألزم مالكها باستغلالها شخصيا (أولا)، كما أجاز له الترخيص لحامل الرخصة باستعمالها (ثانيا).

1- حق الاستعمال الشخصي للعلامة: إن الاستئثار باستغلال العلامة هو حق حصري لصاحب العلامة المسجلة، والانفراد باستعمالها على إقليم الدولة مانحة شهادة التسجيل، ومنع الغير من استغلالها من دون ترخيص منه.

غير أن الحق في احتكار استغلال العلامة يقتصر على بضاعة أو خدمة معينة دون أن يتعداه إلى سلع وخدمات مخالفة لا تشبه تلك التي يقدمها صاحب العلامة، وهذا ما يعرف بنسبية العلامة، لأن المنافسة غير المشروعة لا تنطبق إلا على منافسة تجارة أو صناعة من نفس النوع. وعليه لا يجوز لصاحب العلامة منع استغلال علامته إذا ما استعملت لتمييز تجارة أو صناعة تختلف من حيث النوع على تجارته أو صناعته[1] بخلاف العلامة المشهورة التي تخرج عن هذا المبدأ.

وحق مالك العلامة في احتكار استخدام علامته يترتب عليه حق آخر يتمثل في حقه في منع الغير من استخدام علامة مشابهة أو مقلدة لعلامته دون موافقته، ومنعه أيضا من بيع أو استيراد أو تصدير أو توزيع المنتجات التي تتعلق بها العلامة[2] .

ويقصد باستعمال العلامة المسجلة اعتمادها بصورة فعلية كأداة لتمييز سلع وبضائع وخدمات صاحبها عن غيرها. وطبقا لنص المادة 11 من الأمر 06/03 يشترط المشرع الجزائري جدية استعمال العلامة ويعني بالجدية الاستعمال المنتظم وبصورة دائمة، ولا يفقد عنصر الجدية عند وجود ظروف عسيرة حالت دون استعمال العلامة كما أوضحته الفقرة الثانية من المادة المذكورة أعلاه، كما ربط المشرع استعمال العلامة بالعلامة المسجلة وجعل مناط استعمالها الحصول على شهادة التسجيل، بالإضافة إلى ذلك ربط استعمالها أيضا بأجل قانوني قدره عشر سنوات المقررة لحماية هذه العلامة.

EISSN: 2588-2368————————ISSN: 2352-975X

وتجدر الإشارة أن المشرع الجزائري لم يشترط الاستعمال الفوري للعلامة نظرا لما يتطلبه هذا الاستعمال من إمكانيات مادية ومالية، ومنح لصاحبها مدة تقدر بثلاث سنوات من تاريخ تسجيلها ليكون بعدها صاحب العلامة أمام حالة عدم الاستعمال التي يترتب عليها ابطال العلامة كما تنص المادة 11 الآنفة الذكر[3]، وقد يسمح بتمديد الأجل إلى سنتين على الأكثر إذ ما أثبت صاحب العلامة بأن ظروفا عسيرة حالت دون استعمال العلامة [4].

2- حق منح التراخيص لاستغلال العلامة: إن الحق في إبرام عقود التراخيص لاستغلال العلامات التجارية أملته التطورات التجارية والاقتصادية لتغير المفهوم السابق للعلامة على أنها مجرد إشارة تدل على سلعة وتميزها عن غيرها من السلع إلى مدلول تجاري واقتصادي كبير، وأصبحت العلامة التجارية مقومة بالمال وتقدر قيمتها بمبالغ ضخمة.

فالترخيص باستغلال العلامة يعطي لمالكها فرصة توسيع استثمار واستغلال علامته عن طريق التعاقد مع الغير لاستخدام تلك العلامة تجاريا وفق شروط محددة سلفا، إما استغلالا كليا أو جزئيا، إما بمقابل مالي أي عن طريق الحصول على نسبة من متحصلات الاستغلال التي يقوم بها المرخص له[5].

إذن فعقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية كأحد النتائج المترتبة عن تسجيل العلامة يُعطي لصاحبها الحق في منع الغير من استغلالها دون ترخيص منه، فما هو عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية وما هي أنواعه.

أ- تعريف عقد الترخيص باستعمال العلامة: يعريف عقد الترخيص باستعمال العلامة بأنه: "العقد الذي يمكن فيه لمالك العلامة التجارية أن يرخص لشخص أو أكثر بموجب عقد خطي موثق باستعمال علامته التجارية لجميع بضائعه أو بعضها، ولمالك العلامة حق الاستمرار في استعمالها ما لم يتفق على خلاف ذلك، ولا يجوز أن تزيد مدة الترخيص باستعمال العلامة على المدة المقررة لحمايتها وقت تسجيله"[6].

ويعرف عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية أيضا بأنه: " عقد يخول بموجبه صاحب العلامة لغيره باستعمال العلامة خلال مدة معينة في مقابل أجر معلوم، مع بقاء صاحب العلامة محتفظا بملكيتها".

وتجدر الإشارة أن هذا العقد لا ينشئ للمرخص له سوى حق شخصي لاستغلال العلامة ولا يمس حق الملكية في العلامة[7].

ولم يعرف المشرع الجزائري عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية وإنما اكتفى بالنص عليه في نص المادة 16 من قانون العلامات الجزائري بالقول: " يمكن أن تكون الحقوق المرتبطة بالعلامة موضوع رخصة استغلال واحدة أو استئثارية أو غير استئثارية لكل أو لجزء من السلع أو الخدمات التي تم إيداع أو تسجيل العلامة بشأنها".

ويشترط تحت طائلة البطلان أن يتضمن العقد مدة الترخيص والمنطقة المحددة له، مع تعيين السلع والخدمات محل الترخيص، كما يستوجب قيد رخصة الترخيص وفقا لأحكام المادتين 23 و24 من المرسوم التنفيذي رقم 277/05.[8]

ب- أنواع عقد الترخيص باستغلال العلامة: عدد المشرع الجزائري أنواع عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية في نص المادة 16 من قانون العلامات السابقة الذكر، وهي تباعا عقد الترخيص الاستئثاري وغير الاستئثاري، وعقد الترخيص الكلي والجزئي.

- **عقد الترخيص الاستئثاري**: عقد الترخيص الاستئثاري لاستغلال العلامة التجارية معناه استئثار المرخص له ولوحده باستغلال العلامة التجارية محل الترخيص ولجميع ما تشتمله من منتجات أو بعضها حسب بنود العقد، دون أن يتجاوز الاستغلال المدّة أو المنطقة المحددتين له. وتجدر الإشارة أنه لا يحق للمرخص استغلال العلامة محل الترخيص أو أن يمنح حق استغلالها لغير المرخص له [9].

- **عقد الترخيص غير الاستئثاري**: في هذه الحالة لا يملك المرخص له حق منح ترخيص باستغلال السلع والبضائع والمنتجات محل العلامة إلى شخص آخر، بل يستأثر بهذا الحق المرخص صاحب العلامة فقط[10].

- **عقد الترخيص الكلي**: يعتبر عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية كليا إذ ما كان محله الحق في استعمال كافة السلع والبضائع والخدمات المتعلقة بالعلامة المسجلة من طرف المرخص له [11].

- **عقد الترخيص الجزئي**: يكون عقد الترخيص باستغلال العلامة التجارية جزئيا عندما ينحصر محله في جزء فقط من السلع، أو في سلعة وحيدة معينة بالذات ومحددة

EISSN: 2588-2368————————ISSN: 2352-975X

الصفات. ويكون المرخص له مرتكبا لجنحة التقليد إذا ما تجاوز حدود الترخيص، وعليه الالتزام باستعمال السلعة محل الترخيص فقط[12].

ثانيا- الحق في التصرف في العلامة التجارية:

بما أن صاحب العلامة التجارية يعتبر مالكا لها بعد تسجيلها يستأثر باستغلالها دون غيره، فإنه يتمتع كذلك بحق التصرف في علامته. إذ تتيح العلامة المسجلة لصاحبها إمكانية إبرام كافة التصرفات القانونية التي تكون محلها العلامة باعتبارها مالا منقولا معنوي في حد ذاته، وتشمل هذه التصرفات الأشكال المعتادة للتصرف في بيع العلامة ورهنها والتنازل عنها.

1- بيع العلامة التجارية ورهنها:

أ- بيع العلامة التجارية: يعرف عقد بيع العلامة التجارية بأنه: " عقد يلتزم بمقتضاه مالك العلامة التجارية بالتنازل عن حقوق ملكيته التي له على هذه العلامة إلى تاجر آخر لقاء عوض"[13].

ويمكن للعلامة التجارية أن تكون محلا لعقد البيع بالمعنى القانوني المنصوص عليه في المادة 35 من القانون المدني، فيقع على عاتق صاحب العلامة التزام بنقل ملكيتها إلى المشتري[14]، ويجوز بيع العلامة كليا أو جزئيا كما يجوز بيعها بشكل مستقل عن المحل التجاري أو بشكل تبعي[15]. وهذا ما أكده المشرع الجزائري في المادة 24 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات.

فمتى بيعت العلامة مع المحل التجاري، فإن المشتري يتمتع بجميع الحقوق على المنتجات والبضائع محل العلامة، وله أن يمنع الغير من استعمالها. كما يمتنع البائع نفسه في الاستمرار في استعمالها حتى ولو كانت مستمدة من اسمه الشخصي[16].

ولا تنتقل العلامة إلى المشتري إلا بعد موافقة وزير الصناعة طبقا انص المادة 25 من الأمر أعلاه، كما اشترطت ذات المادة تثبيت عقد البيع كتابيا وتسجيله في السجل الخاص بالعلامات. وفي حالة ما إذا كان بيع العلامة مقترنا ببيع المحل التجاري، فإن تسجيل البيع في السجل التجاري لا يغني عن تسجيل العلامة في السجل الخاص بالعلامات، وهذا حسب ما ورد في المادتين 99 و147 من القانون التجاري[17].

EISSN: 2588-2368 ISSN: 2352-975X

ب- رهن العلامة التجارية: أجاز المشرع الجزائري رهن العلامة التجارية بمقتضى المادة 14 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات إما بشكل منفرد بمثابة رهن حيازي تطبق عليه القواعد العامة للرهون الحيازية المنصوص عليها في المواد 948 وما يليها من القانون المدني الجزائري، كما يمكن رهنها في إطار المحل التجاري، وحتى يكون هذا الرهن صحيحا يستوجب أن ينص عليه في الرهن الخاص بالمحل التجاري إعمالا لأحكام المادة 119 من القانون التجاري.

وتشترط الكتابة في عقد رهن العلامة، وأن يكون موقعا من الطرفين، وأن يتم قيده لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية تطبيقا لأحكام المادة 99 من القانون التجاري.

وإذا ما تمت عملية رهن العلامة التجارية بصورة صحيحة وتوافرت الشروط اللازمة لانعقاد عقد الرهن، فإنه يحق للدائن المرتهن أن يحصل على سند الرهن يثبت له حقه غير أنه لا يحق له استغلالها ولا يملك حق حبس العلامة لأنها أحد عناصر الإنتاج، وأن حبسها يؤدي حتما إلى حرمان صاحب العلامة من استغلالها والانتفاع بها[18].

كما أجاز المشرع الجزائري تقديم العلامة كإسهام في شركة قائمة أو عن طريق التأسيس، وتعتبر وضعية الشركة في هذه الحالة شبيهة بوضعية المرخص له. وللإشارة فإن عملية الرهن في هذه الحالة تخضع للأحكام العامة المشتركة للشركات التجارية المتعلقة بالأموال المقدمة عينا، فيمكن بذلك تقديمها على سبيل الانتفاع فتسري عليها أحكام عقد الإيجار، كما يمكن تقديمها على سبيل الملكية فتطبق عليها أحكام عقد البيع [19].

أما فيما يتعلق بالأحكام الخاصة برهن العلامة، وبناءً على طلب يقدم من الدائن المرتهن، يتم التأشير على الرهن في سجل العلامات وفقا للإجراءات الخاصة بنقل الملكية، ويشهر في الجريدة الرسمية، مع الإشارة إلى أن صاحب العلامة قد يطلب شطب الرهن مصحوبا بالمستندات الدالة على انقضاء الرهن [20].

2- التنازل عن العلامة: إن التنازل عن العلامة كشكل من أشكال التصرفات القانونية المترتبة عن العلامة المسجلة نضمها المشرع الجزائري بمقتضى المادة التاسعة من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات. ويختلف التنازل الكلي الذي يمس جميع السلع

EISSN: 2588-2368 ISSN: 2352-975X

والخدمات التي تشملها العلامة عن التنازل الجزئي الذي يكون محله سلعة واحدة أو أكثر والتي يرغب صاحبها في التنازل عنها[21].

وبهذا الشكل يعتبر التنازل جزئيا عندما تكون العلامة التجارية مسجلة من أجل تمثيل عدة أنواع من السلع أو البضائع أو الخدمات، ويقوم صاحبها بالتنازل عن البعض منها فقط، ويكون التنازل كليا في حالة عدم وجود قيد أو شرط فيما يخص المنتجات والخدمات محل العلامة أو فيما يخص كيفية استغلالها. ومن أبرز تصرفات التنازل التي قد ترد على العلامة التجارية عقد الهبة أو الوصية[22].

إن الحقوق الاستئثارية المقررة للعلامة نسبية وغير مطلقة وعرضة للسقوط فكيف نظم المشرع الجزائري طرق انقضائها؟

ثالثا- انقضاء الحق في العلامة:

حدد المشرع الجزائري في الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات حالات سقوط الحق في العلامة، إذ يسقط الحق في العلامة بناءً على إرادة صاحبها عن طريق ترك استغلال العلامة أو عدم تجديد التسجيل أو العدول عنها، كما قد يسقط الحق في العلامة أيضا لأسباب خارجة عن إرادة صاحب العلامة وتتمثل أساسا في طلب إلغاء العلامة أو إبطالها.

1- سقوط الحق في العلامة بإرادة صاحبها: يسقط الحق في العلامة بإرادة صاحبها طبقا للحالات التالية:

أ- عدم الاستعمال: يترتب على عدم استعمال العلامة إبطالها ما عدا في الحالات الآتية:

- إذا لم يستغرق عدم الاستعمال أكثر من ثلاث سنوات دون انقطاع.
- إذا لم يقم مالك العلامة قبل انتهاء هذا الأجل بتقديم الحجة بأن ظروفا عسيرة حالت دون استعمالها، ففي هذه الحالة يسمح بتمديد الأجل إلى سنتين أو أكثر[23].

فمن خلال هذا النص ألزم المشرع الجزائري صاحب العلامة استعمال علامته خلال ثلاث سنوات من تاريخ بدأ تسجيلها وإلا تسقط العلامة في الدومين العام وبذلك يستطيع الغير استعمال هذه العلامة دون مساءلة من صاحبها.

EISSN: 2588-2368 ——— ISSN: 2352-975X

وفي نفس المادة أجاز المشرع الجزائري تمديد فترة الانقطاع عن استعمال العلامة لمدة سنتين إذا ما أثبت صاحبها أن ظروفا عسيرة حالت دون استعمال العلامة، ودون أن يبين هاته الظروف.

ب- عدم تجديد العلامة: تكتسب العلامة المسجلة الحماية القانونية طبقا لنص المادة 5 الفقرة الثانية من الأمر 06/03 لمدة عشر سنوات متتالية غير محددة.

ويمكن تجديد التسجيل لفترات متتالية تقدر بعشر سنوات، على أن يسري التجديد ابتداءً من اليوم الذي يلي تاريخ انقضاء التسجيل[24].

وتضيف المادة 17 من المرسوم التنفيذي 277/05 أنه لا يجب أن يتضمن تجديد العلامة المنصوص عليها أي تعديل جذري في نموذج العلامة أو إضافة قائمة من السلع أو الخدمات المعينة.

وللإشارة فإن كل تعديل في نموذج العلامة أو إضافة في قائمة السلع أو الخدمات يعتبر إيداعا جديدا مع بقاء أولوية التسجيل السابق سارية[25].

وعليه يلتزم صاحب العلامة بتجديد التسجيل وإلا سقط حقه في الحماية القانونية التي تنقضي بعدم تقديم طلب التجديد إلى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية في المدة المحددة قانونا، أي إذا مرت ستة أشهر التي تسبق انقضاء التسجيل أو ستة أشهر على الأكثر التي تلي هذا الانقضاء[26].

ج- العدول عن العلامة: يمكن العدول عن تسجيل العلامة لكل أو لجزء من السلع أو الخدمات التي سجلت من أجلها[27]. اذ يجوز لصاحب العلامة من خلال نص المادة أعلاه أن يطلب شطب علامته أو جزء منها عن طريق طلب العدول للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، وفي حالة ما إذ قُدم طلب العدول من قبل الوكيل، يرفق الطلب بوكالة خاصة مؤرخة وممضاة من الوكيل وعنوانه[28].

ويقيد العدول في سجل العلامات، ولا يكون نافذا في حق الغير إلا بعد تسجيله[29] ليكون حجة لطلب تسجيلها أو استغلالها من الغير دون الحاجة لموافقة المتخلي عن العلامة لأنها سقطت في الدومين العام. وقد يعمد صاحب العلامة إلى التخلي عن العلامة كليا أو جزئيا لكي يتخلص من دفع الرسوم أو عندا لا يجد فائدة من وجود تسجيلها[30].

EISSN: 2588-2368————————ISSN: 2352-975X

كما قد يكون التخلي عن العلامة ضمنيا عندما يتخذ صاحب العلامة موقفا سلبيا اتجاه الغير الذي قام باستعمال علامته ولم يقم بأي اعتراض رغم مرور فترة طويلة على هذا الاستعمال[31]. وكذلك يتضح التخلي الضمني عن العلامة من خلال الشواهد التي توحي بأن الغير قام بتقليد العلامة لفترة من الزمن من دون أن يتخذ مالك العلامة موقفا أو يتصدى لهذا التقليد دفاعا عن علامته[32].

2- سقوط الحق في العلامة بغير إرادة صاحبها: يمكن للجهة القضائية المختصة إبطال تسجيل العلامة بأثر رجعي من تاريخ الإيداع وذلك بطلب من المصلحة المختصة أو من الغير عندما يتبين بأنه كان لا ينبغي تسجيل العلامة لسبب من الأسباب المذكورة في الفقرات 1 إلى 9 من المادة 7 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات.

ونقصد بإبطال تسجيل العلامة الإجراء القضائي الذي يتخذ في شكل حكم بإبطال العلامة بأثر رجعي من تاريخ الإيداع. وهذا النوع من البطلان يمس العلامة المسجلة والتي في الأصل هي مستثناة من التسجيل بموجب نص المادة السابعة الآنفة الذكر[33]شرط إلا تكتسب صفة التمييز بعد التمييز بعد تسجيلها، وتتقادم هذه الدعوى بعد خمس سنوات ابتداءً من تاريخ تسجيل العلامة، ويُستثنى من هذا الإجراء طلب التسجيل الذي تم بسوء النية[34].

ويمكن إرجاع حالات إبطال العلامة إلى:

أ- إذا ما اتخذت العلامة رمزا غير قابل للتمثيل الخطي.

ب- إذا ما كانت العلامة شبيهة أو مقلدة لرمز عمومي، أو نقل لشعار رسمي أو دمغة رسمية تستخدم للرقابة والضمان من قبل الدولة.

جـ- إذا ما استعملت العلامة رمزا مشابها لرمز دولي، أو رمزا يضلل الجمهور بشأن مصدر أو جودة السلع.

د- إذا كانت العلامة مخالفة للنظام العام والآداب العامة.

هـ- إذا ما كانت العلامة تشكل حالة لبس مع المصدر الجغرافي للسلع والخدمات

و- كما تبطل العلامة إذا ما استعملت رمزا مشابها لاسم تجاري مشهور في الجزائر أو علامة مسجلة أو كانت مجرد ترجمة لعلامة مسجلة أو اسم تجاري[35].

EISSN: 2588-2368 ISSN: 2352-975X

المحور الثاني: الحماية القانونية

أوجد المشرع الجزائري قواعد قانونية تكفل حماية العلامة التجارية المسجلة بموجب المواد 26 إلى 35 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات. حيث منح مالك العلامة جملة من الوسائل القانونية تمكنه من حماية حقه في حالة الاعتداء على علامته، إما عن طريق اللجوء إلى القضاء الجزائي أو القضاء المدني، بالإضافة إلى إمكانية القيام ببعض الإجراءات التحفظية التي تمكنه من المحافظة على حقوقه.

أولا- الحماية المدنية:

يجوز لصاحب العلامة المسجلة رفع دعوى مدنية أمام المحكمة لطلب تعويض الضرر اللاحق به بسبب تقليد علامته أو تشبيهها عن طريق رفع دعوى المنافسة غير المشروعة دون الحاجة إلى إقامة إثبات سوء نية مغتصب العلامة أمام القاضي القسم المدني بتطبيق الأحكام العامة المتعلقة بالمسؤولية المدنية طبقا للمادة 124 من القانون المدني الجزائري[36].

تعتبر دعوى المنافسة غير المشروعة الصورة النموذجية للدعوى المدنية التي يمكن أن تلبي لصاحب العلامة المطالبة بحقه إذا ما قام منافسه بأفعال تجارية تستدعي الحماية القانونية، وذلك عن طريق إقامة دعوى قضائية تستدعي في المقام الأول إيقاف كل فعل يقوم به منافسه يكون مخالفا للقانون أو العادات أو الأعراف ومبادئ الشرف في المعاملات، وقد تؤدي أو من المحتمل أن يؤدي إلى اجتذاب الزبائن أو الاساءة إلى منتجاته أو سلعه محل العلامة[37].

وتظهر أهمية الحماية المدنية للعلامة المسجلة في حالة ما إذا حدث وحكم بالبراءة على أساس انتفاء القصد الجنائي الخاص لدى مقلد العلامة أو المستعمل أو البائع، فإن حكم البراءة هذا لا يمنع الحكم بالتعويض لصاحب العلامة على أساس الفعل الضار، سواء كان خطأ المعتدي على العلامة عمديا أم غير عمدي، لأنه في هذه الحالة يكون الالتزام بالتعويض أساسه الأفعال الضارة سواء توافرت أركان جريمة التقليد بكافة صورها أم لا[38].

EISSN: 2588-2368————————ISSN: 2352-975X

ثانيا- الدعوى الجزائية:

لكي تتمتع العلامة التجارية بالحماية الجزائية لا بد من توافر شرط رئيسي وهو تسجيل العلامة لدى الجهة المختصة وفقا للأصول المقررة في هذا الشأن. وعليه فإن الحماية الجزائية تدور وجودا وعدما مع التسجيل، فإذا ما سجلت العلامة قامت الحماية الجزائية وتنعدم في حالة عدم التسجيل. إذن فمجرد تسجيل العلامة يكفي لقيام الحماية الجزائية دون أن يتم وضعها على البضائع[39]. وقد نص المشرع الجزائري على فئتين من الأفعال التي تعتبر مساسا بحق صاحب العلامة وهي تقليد العلامة وعدم وضع علامة أو تعمد عدم وضعها عند البيع أو عند العرض للبيع.

1- تقليد العلامة: وبالرجوع إلى نصوص الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات نجد المشرع الجزائري قد حصر الجرائم التي تمس العلامة التجارية في جريمة واحدة وهي جنحة تقليد العلامة طبقا لنص المادة 26 من الأمر أعلاه التي تنص على أنه: " مع مراعاة أحكام المادة 10 أعلاه، يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الإستئثارية لعلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة".

غير أنه بالرجوع إلى النصوص الفقهية يتضح أن جنحة تقليد العلامة التجارية قد ذُكرت بوجه عام في القانون الجزائري، إذ قد يندرج تحتها جملة من الجرائم التي قد تمس بحقوق صاحب العلامة أهمها جريمة استعمال علامة تجارية مقلدة وجريمة بيع بضائع عليها علامة مقلدة أو عرضها أو إحرازها لغرض البيع وأيضا جريمة اغتصاب علامة تجارية مملوكة للغير[40].

ونقصد بتقليد العلامة التجارية وضع علامة قريبة الشبه أو مشابهة في مجموعها بعلامة أصلية، بحيث يصعب التمييز بينهما لما يوجد من لبس أو خلط بينهما، يؤدي إلى تضليل المستهلك، أي صنع علامة شبيهة في مجموعها للعلامة الحقيقية. ويلجأ عادة المقلد إلى إزالة جزء من العلامة أو إضافة أشياء طفيفة أو يغير في ألوانها أو حروفها حتى يوهم الغير أنه أدخل تغييرات على العلامة الحقيقية[41].

وقوام الركن المادي في هذه الجريمة هو نقل التزوير الذي يتحقق بنقل الأجزاء الرئيسية منها أو اصطناع علامة مطابقة تماما للعلامة الأصلية بدون موافقة صاحبها، بصورة تؤدي إلى الانخداع بها[42]. كما يتمثل الركن المادي في إضافة شيء على

EISSN: 2588-2368 ISSN: 2352-975X

العلامة أو نقل بعضها بحيث تتشابه العلامة المقلدة في مجموعها مع العلامة الأصلية بطريقة تصعب على المستهلك العادي التفرقة بينهما لما في ذلك الشبه من خداع وتضليل، ويرجع تقدير التقليد من عدمه إلى السلطة التقديرية لمحكمة الموضوع(43)، أما الركن المعنوي فلا يشترط توافره لإثبات هذه الجنحة.

وقسم المشرع الجزائري العقوبات في جنحة التقليد إلى عقوبات أصلية وعقوبات تكميلية حسب ما أكدته المادة 32 من الأمر 06/03 المتعاق بالعلامات، فبخصوص العقوبات الأصلية تتمثل في الحبس من ستة أشهر إلى سنتين وبغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار(2.500.000دج) إلى عشرة ملايين دينار(10.000.000دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط.

وتتمثل العقوبات التكميلية في الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة ومصادرة الأشياء والوسائل والأدوات المستعملة في المخالفة، وتجدر الإشارة أن المصطلح الأنسب هو الجنحة بدل المخالفة.

2- عدم وضع علامة: اعتبر المشرع الجزائري وفقا لنص المادة 33 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات مساسا بالحقوق الاستئثارية للعلامة المسجلة كل شخص لم يضع علامة على سلعه أو خدماته أو تعمد بيع أو عرض للبيع سلعا أو قدم خدمات لا تحمل علامة وقرر له عقوبة الحبس من سنة وبغرامة من خمسمائة ألف دينا (500.000دج) إلى مليوني دينار (2.000.000دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط

خاتمة:

في الوقت الراهن لا يمكن تصور نجاح منشأة تجارية أو اقتصادية أو تلك التي تقدم خدمات معينة دون الاعتماد على انتشار العلامة التجارية والإعلان عنها والترويج لها لاستقطاب أكبر عدد ممكن من المستهلكين .

وتلعب العلامة التجارية دورا مهما في ضمان حقوق المستهلك من الغش والاحتيال حول مواصفات الصناعات والبضائع والخدمات وحمايتهم من اقتناء السلع والبضائع المغشوشة والمقلدة. وتعمل أيضا على تشجيع المنافسة الحرة والنزيهة بين التجار والمنتجين ومقدمي الخدمات مما ينعكس إيجابا على خفض الأسعار وتحسين جودة السلع والبضائع والخدمات المقدمة وكسب ثقة جمهور المستهلكين.

EISSN: 2588-2368 ISSN: 2352-975X

كما تهدف العلامة التجارية إلى جذب العملاء والتشهير بجودة السلع والبضائع والخدمات وتمييزها عن مثيلاتها المتواجدة في الأسواق، وتكفل لصاحبها الذي سبق إلى تسجيلها جملة من الحقوق والامتيازات، وعلى إثر ذلك نقدم جملة من النتائج والاقتراحات.

أولا- النتائج:

يترتب على سبق تسجيل العلامة التجارية لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية كسند ملكية العلامة حق الاستئثار باستغلالها شخصيا من طرف مالكها عن طريق استعمالها على بضائعه أو سلعه أو منتجاته التي يقدمها لجمهور المستهلكين للتعريف بها والاعلان عن جودتها ومميزاتها.

ويمكن لصاحب العلامة أن يبرم عقود ترخيص باستغلال علامته للغير إذا ما أراد توسيع تجارته أو عندما لا يستطيع استغلالها بنفسه، على أن لا يمنح تراخيص أخرى لغير المرخص له.

يقع على عاتق المرخص له الالتزام بحدود عقد الترخيص الزماني والمكاني، الكلي أو الجزئي، ويقع تحت طائلة العقاب إذا ما تجاوز حدود الترخيص ويعتبر في هذه الحالة مقلدا للعلامة محل الترخيص.

كما يترتب أيضا على تسجيل العلامة التجارية حق التصرف في العلامة، فلصاحبها الحق في إبرام كافة التصرفات القانونية التي تكون محلها العلامة المسجلة كبيعها منفردة أو مع المحل التجاري، أو رهنها أو التنازل عنها.

بما أن الحق في استئثار استغلال العلامة المسجلة والتصرف فيها ليس أبديا فإنها تكون عرضة للانقضاء إما بإرادة صاحبها عن طريق التخلي أو الترك وإما بغير ٰرادته عن طريق إبطالها.

أيضا يتمتع صاحب العلامة المسجلة بالحق في الحماية القانونية لمدة عشر سنوات قابلة للتجديد تسري بأثر رجعي ابتداءً من تاريخ إيداع طلب الحماية.

ثانيا- الاقتراحات:

- النظر في شرط استعمال العلامة وربطه بتسجيل العلامة الذي يجعل التسجيل منشئ لحق الاستعمال، مما يؤثر على حقوق صاحب العلامة المستعملة وغير المسجلة.

EISSN: 2588-2368 ——— ISSN: 2352-975X

- إفراد أحكام خاصة بإبرام التصرفات القانونية محل العلامة في قانون العلامات وتنظيمها بشكل مستقل، حتى لا يتيه صاحب الحق في البحث عنها ضمن أحكام القانون المدني والتجاري.

- من المستحسن أن يحدد المشرع طبيعة الظروف العسيرة المذكورة في الفقرة الثانية من المادة 11 من الأمر 06/03 وعدم تركها للاجتهاد القضائي.

- تعديل مصطلح الإبطال المتعلق بالجزاء المترتب عن عدم استعمال العلامة المذكور في المادة 11 من الأمر 06/03 بمصطلح الإلغاء المعتمد في المادة 26، لتفادي الخلط مع مصطلح البطلان المنصوص عليه في ذات الأمر.

الهوامش والمراجع:

(1)- سمير جميل حسين الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ب س ط، ص 302 ص 303.

(2)- حميد محمد علي اللهبي، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية في اطار منظمة التجارة العالمية، المركز القومي للإصدارات القانونية، ط2، القاهرة، 2016، ص 221.

(3)- عجة الجيلالي، العلامة التجارية خصائصها وحمايتها، موسوعة حقوق الملكية الفكرية، الجزء الرابع، منشورات زين الحقوقية، بيروت، 2015، ص 93 ص 94.

(4)- انظر الفقرة الثانية من المادة 11 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات.

(5)- حميد محمد علي اللهبي، المرجع السابق، ص 225.

(6)- أحمد الأمين قرماط، الالتزام بالضمان في عقد الترخيص باستغلال العلامة، مجلة العلوم الانسانية، عدد 51، جوان 2019، ص 431.

(7)- نسرين شريقي، حقوق الملكية الفكرية-حقوق المؤلف والحقوق المجاورة-حقوق الملكية الصناعية، دار بلقيس للنشر، الجزائر، 2014، ص155 ص156.

(8)- نسرين شريقي، المرجع السابق، ص155 ص156.

(9)- سمير جميل الفتلاوي، المرجع السابق، ص309.

(10)- سمير جميل الفتلاوي، نفس المرجع، ص 310.

(11)- عجة الجيلالي، المرجع السابق، ص 101.

(12)- عجة الجيلالي، نفس المرجع، ص 101.

(13)- فواز يوسف كايد معاري، انتقال الحق في العلامة التجارية " دراسة مقارنة"، رسالة ماجستير، قانون خاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2017، ص 20.

(14)- عجة الجيلالي، المرجع السابق، ص 91.

EISSN: 2588-2368————————ISSN: 2352-975X

(15)- سمير جميل حسين الفتلاوي، المرجع السابق، ص 305.

(16)- سميحة القيلوبي، الوجيز في التشريعات الصناعية، مكتبة القاهرة الحديثة، مصر، 1967، ص258.

(17)- نعيمة علواش، العلامات في مجال المنافسة، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2013، ص40

(18)- سمير جميل حسين فتلاوي، المرجع السابق، ص 310.

(19)- فضيلة الوافي، دور القضاء في حماية العلامة التجارية في الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم القانونية، تخصص ملكية فكرية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة1، 2016، ص 106.

(20)- أسامة نائل، الوجيز في حقوق الملكية الفكرية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ط2، 2011، ص 36.

(21)- عجة الجيلالي، المرجع السابق، ص 92.

(22)- الوافي فضيلة، المرجع السابق، ص 103 ص 104.

(23)- انظر المادة 11 من الأمر 06/03.

(24)- انظر المادة 5 من الأمر 06/03.

(25)- انظر المادة 20 من المرسوم التنفيذي 277/05.

(26)- نسرين الشريقي، المرجع السابق، ص 156.

(27)- انظر المادة 19 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات.

(28)- سمير جميل حسين الفتلاوي، المرجع السابق، ص 312.

(29)- انظر المادة 25 من المرسوم التنفيذي رقم 277/05.

(30)- سمير جميل حسين الفتلاوي، المرجع السابق، ص313.

(31)- عجة الجيلالي، المرجع السابق، ص 93.

(32)- علواش نعيمة، المرجع السابق، ص 43.

(33)- عجة الجيلالي، المرجع السابق، ص 113.

(34)- انظر الفقرة 2 المادة 20 من الأمر 06/03.

(35)- عجة الجيلالي، المرجع السابق، ص 115.

(36)- نسرين شريقي، المرجع السابق، ص 162.

(37)- نسيم خالد الشواوره، العلامة التجارية وحمايتها من أعمال المنافسة غير المشروعة" دراسة مقارنة"، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، عمان، 2017، ص 193.

(38)- سميحة القيلوبي، المرجع السابق، ص 271 ص272.

EISSN: 2588-2368————————ISSN: 2352-975X

(39)- صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية " براءات الاختراع-الرسوم الصناعية-النماذج الصناعية-العلامات التجارية-البيانات التجارية"، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ط2، ص 397.

(40)- ليندة بومحراث، الحماية الجزائية للعلامة التجارية وفاعليتها يالنسبة للعلامات المتداولة إلكترونيا، مجلة المعيار/ مجلد 23، العدد 47، السنة 2019، ص 526.

(41)- سميحة القيلوبي، المرجع السابق، ص 278.

(42)- صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص 402.

(43)- نسيم خالد الشواوره، المرجع السابق، ص 261.

EISSN: 2588-2368————————————ISSN: 2352-975X