People's Democratic Republic Of Algeria
Ministry Of Higher Education And Scientific Research
Constantine 1 Mentouri Brothers University

Faculty of law

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة قسنطينة 1 الإخوة منتوري

كلية الحقوق

المجلس العلمي

قسنطينة في:.....04 ماي 2026

المرجع 17/م.م.ع/2026

مستخرج من محضر اجتماع المجلس العلمي

بتاريخ : 19 /04 /2026

يشهد السيد رئيس المجلس العلمي لكلية الحقوق بجامعة قسنطينة1 الإخوة منتوري بأن المجلس العلمي في اجتماعه بتاريخ **19 أفريل 2026** قد صادق على المطبوعة البيداغوجية للدكتور **قرماط احمد الأمين** تحت عنوان : **محاضرات في مقياس قانون الملكية الصناعية (موجهة لطلبة السنة الثانية ماستر،تخصص قانون عام اقتصادي).**

سلم هذا المستخرج لاستخدامه فيما يسمح به القانون.

رئيس المجلس العلمي

أ.د لعور حسان حمزة
رئيس المجلس العلمي
كليـــة الحقـــوق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قسنطينة 1 – الاخوة منتوري

كلية الحقوق

قسم القانون الخاص

مطبوعة بيداغوجية بوسومة ب:

محاضرات في مقياس قانون المكية الصناعية

موجهة لطلبة السنة ثانية ماستر

تخصص قانون عام اقتصادي

السنة الجامعية 2026/2025

مقدمة :

إن محاضرات مقياس قانون الملكية الصناعية هي محاضرات موجهة لطلبة السنة الثانية ماستر تخصص قانون عام اقتصادي ، تدخل من ظمن متطلبات مقررات السداسي الثالث لهذا التخصص، تعتبر مقياسا استكشافيا يمنح الطالب نظرة شاملة على عنصر من عناصر المحل التجاري المعنوية ، والتي تمثل عنصرا مهما جدا في التعريف بالمشروع التجاري او الشكة التجارية على المستويين المحلي والدولي.

على المستوى الدولي تعتبر اتفاقية باريس لسنة 1883 الركيزة الاساسية لحماية عناصر الملكية الصناعية، تستند إليها معظم الدول في سن قوانينها، تجد أساسها النظري في أنها حق من الحقوق الذهنية والتي مثلت تكورا بارزا في العصور الوسطى، حيث لجأ المشرع في هذا الوقت الى سن يحمي أفكار التجار وابتكاراتهم من التقليد، وتسارع تطور هذا القانون مع دخول العالم مرحلة الثورة الصناعية ، والتي نشأ عنها العديد من الاتفاقات ابرزها اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883.

في الجزائر لا يوجد قانون واحد لحماية الملكية الصناعية وإنما نجدها متفرقة في العديد من القوانين والمراسيم ابتداء بالقانون 66-57 المتعلق بحماية العلامات والذي عدل سنة 2003 بموجب الامر 03-06، نفس الشيئ بالنسبة لبراءات الاختراع التي ينظمها الامر 03-07 والأمر كذلك بالنسبة للرسومات والدوائر المتكاملة بموجب الامر 03-08 ، والتي تم اصدار مراسيم التنظيمية سنة 2005 بموجب المرسوم 05-275 المتعلق بكيفيات ايداع براءات الاختراع، والمرسوم 05-276 المتعلق بكيفيات ايداع الرسومات والتصاميم المتكاملة، ونفس الأمر بالنسبة لكيفيات ايداع العلامات بموجب المرسوم 05-277.

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على عناصر الملكية الصناعية وإعطائها إطار دولي الذي يكفل حمايتها خاصة في ظل التطور التكنولوجي والرقمي، إضافة الى بيان الاعتداءات الواقعة عليها وتوحيد الجهود الدولية لوضع نظام قانوني يحمي أصحاب براءات الاختراع على غرار اتفاقيتي "باريس" و "تريس" فتحتل

مركزا هاما في الحياة الاقتصادية نظرا للآثار الناجمة عن استغلالها. وتعتبر من أهم قوانين الملكية الصناعية لما يترتب عليها من اثار قانونية واجتماعية، وتعد عناصر الملكية الصناعية من أكثر المواضيع اثارة للجدل لارتباطها المباشر بحماية التكنولوجيا المتطورة التي تدخل في مختلف الصناعات. كذلك بيان مكانتها في ظل التشريعات المختلفة وكيف آل الوضع القانوني سواء على المستوى الوطني أو الدولي من صفة اتفاقيات ومعاهدات الى صفة منظمات دولية.

يثير موضوع عناصر الملكية الصناعية إشكالية هامة، تتجلى في:

ماهي الأطر القانونية الوطنية والدولية التي نظمت عناصر الملكية الصناعية ظل نظام دولي أساسه العولمة؟

وللإجابة على هذه الإشكالية نطرح التساؤلات الفرعية التالية:

فيما تتمثل نظم عناصر الملكية الصناعية ؟

ما أنواع الحماية المكفولة لها على المستويين الوطني والدولي ؟

بغية الإجابة على مجمل الإشكاليات، اعتمدنا على أكثر من منهج بغرض الوصول إلى حل للإشكاليات المطروحة، حيث استعنا بالمنهج التحليلي وذلك لتحليل اتفاقيتي باريس وتربس، بالإضافة إلى المنهج الوصفي لما تقتضيه الدراسة من تعاريف قانونية، كما استعملنا شيئا من المنهج المقارن لمقارنة المواقف المتباينة بين مختلف التشريعات لمفهوم براءات الاختراع وكذا في ترتيبات الحماية المقررة لها.

الفصل الاول: نظام براءة الاختراع

يعتبر النظام القانوني لبراءة الاختراع الإطار المفاهيمي العام لهذا العنصر المهم من عناصر المشروع التجاري أو المحل التجاري، باعتباره عنصرا أساسيا ترتكز عليه فكرة التطور التكنولوجي والاقتصادي للأمم المعاصرة ، وعليه – ومن الناحية القانونية، تعتبر اتفاقية باريس لسنة 1883 المتعلقة بحماية الملكية الصناعية هي المصدر الأساسي لكل تشريعات العالم حول براءات الاختراع، ومنها بطبيعة الحال الجزائر التي انضمت إلى هذه الاتفاقية بموجب الأمر 66-48 المؤرخ في 25 فبراير 1966 و المصادق عليه بموجب الأمر 75-02 المؤرخ في 09 يناير 1975، وبعد المرسوم التشريعي 93-17 المؤرخ في 07 ديسمبر 1993 المتعلق بحماية الاختراعات، أول تشريع جزائري في مجال براءات الاختراع والذي جاء تماشيا مع دخول الجزائر للنظام الاقتصادي الجديد والسير نحو تحرير الاقتصاد الجزائري، وبعده صدر الأمر 03-07 المتعلق ببراءات الاختراع، واحتوى هذا الأمر على 65 مادة قانونية جاءت في تسعة أبواب خصص الباب الأول منها للتعريفات والباب الثاني للأحكام العامة المتعلقة ببراءات الاختراع، أما الباب الثالث فتناول الإيداع والفحص والإصدار والباب الرابع تناول السجل والنشر ، وتناول الباب الخامس انتقال الحقوق والباب السادس سقوط الحقوق والباب السابع المساس بالحقوق والعقوبات ، وخصص البابان الأخيران للأحكام الانتقالية والختامية على التوالي.

المبحث الاول: مفهوم براءة الاختراع

المطلب الأول: تعريف براءة الاختراع:

الفرع الاول : التعريف اللغوي:الاختراع لغة، هو كشف القناع عن شيء لم يكن موجودا بذاته، أو بالوسيلة إليه، أو بعبارة أخرى، هو الكشف عن شيء لم يكن مكتشفا أو إيجاد شيء لم يكن موجودا

البراءة: مصدر ويوصف به، وهو الاعتذار والإنذار.

براءة الاختراع: هي شهادة تعطى للمخترع الذي سجل اختراعه

الفرع الثاني: التعريف الاصطلاحي: من أجل تعريف عقد ترخيص براءة الاختراع تعريفا اصطلاحيا، وجب التطرق إلى تعريف كل المصطلحات التي تكون عنوان هذا العقد على حدا، ثم تعريفها لجملة مركبة.

1- **الاختراع:** هو كشف فكرة أصلية وتنفيذها ماديا، ويضيف هذا الرأي أن الفكرة الأصلية هي الشق النظري للاختراع، أما التنفيذ المادي فهو الشق التطبيقي له.

عرف بعض الفقه أيضا الاختراع بأنه: "كل اكتشاف أو ابتكار جديد قابل للاستغلال الصناعي ، سواء تعلق ذلك الاكتشاف أو الابتكار بالمنتج النهائي أو وسائل الإنتاج وطرقه"

2- **البراءة:** هي المقابل نتيجة لكشف المخترع عن سر اختراعه لتفيد منه.

3- **براءة الاختراع:** حق المخترع على اختراعه ، تمنحه الدولة له مقابل إذاعة سر اختراعه ويكون له استئثار باستغلاله حسبما يشاء خلال المدة التي يحددها القانون.

وعرفها الفقه أيضا بأنها "الوثيقة التي تصدرها الدولة للمخترع اعترافا منها بحقه في ما اخترع ، فبراءة الاختراع شهادة رسمية تصدرها جهة إدارية مختصة في الدولة إلى صاحب الاختراع، يستطيع هذا الأخير

بمقتضى هذه الشهادة احتكار استغلال اختراعه لمدة محددة وبقيود معينة، كما يكون لصاحب البراءة أن يتمسك بالحماية القانونية للاختراع في مواجهة الغير"

عرفتها الأستاذة (آني شامولو ترابي) Annie chamoulaud-trapiers بأنه: براءة الاختراع هي سند ملكية الصادرة عن المعهد الوطني للملكية الصناعية ، تضفي على صاحبها الحق الحصري في استغلال اختراعه لمدة عشرين عام

كما عرفها الأستاذ (ألبير شافان) Albert Chavannes بأنها : سند ملكية صادرة من قبل الدولة التي تعطي حاملها الحق الحصري في استغلال الاختراع الموضوع.

الفرع الثالث: التعريف القانوني:عرفت المادة الثانية من الأمر 03-07 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق ببراءات الاختراع على ما يلي:

" يقصد بمفهوم هذا الأمر بما يأتي:

- **الاختراع:** فكرة لمخترع، تسمح عمليا بإيجاد حل لمشكل محدد في مجال التقنية

البراءة أو براءة الاختراع:وثيقة تسلم لحماية اختراع..."

المطلب الثاني: المبادئ التي تحكم حقوق صاحب براءة الاختراع:

الفرع الأول: حق الأولوية :

يتمتع بهذا الحق كل من أودع . قانوناً . طلباً للحصول على براءة اختراع فى إحدى دول الاتحاد ، كما يتمتع به خلفه من بعده ، وذلك كله بالنسبة للإيداع فى الدول الأخرى ، ومواعيد الأولوية هى 12 شهراً لبراءة

الاختراع ، وتسرى هذه المواعيد ابتداء من تاريخ إيداع الطلب الأول ولا يدخل يوم الإيداع فى حساب المدة ، كما يمتد الميعاد فى حالة وقوع اليوم الأخير منه عطله رسمية .

في هذه الحالة عبء الإثبات يقع على من يدعى أولوية طلب سابق ، إذ عليه أن يحدد رقم هذا الإيداع

الفقرة الاولى: جواز تجزئة طلب براءة الاختراع وأثره على حق الأولوية :

يجوز للطالب أن يجزئ طلب براءة الاختراع إلى عدد معين من الطلبات الجزئية فى إحدى حالتين

(أ)إذا تبين من الفحص أن طلب البراءة يشتمل على أكثر من اختراع .

(ب)من تلقاء نفسه .

وفى هاتين الحالتين يحتفظ الطالب بتاريخ الطلب الأول لكل طلب جزئى وكذا التمتع بحق الأولوية إن وجد .

الفقرة الثانية:استقلال البراءات التى يحصل عليها المخترع من دول مختلفة عن ذات الاختراع :

وذلك سواء كانت هذه الدول المختلفة أعضاء أم غير أعضاء فى الاتحاد ، وأثر ذلك أن تكون البراءات التى تطلب خلال مدة الأولوية مستقلة من حيث أسباب البطلان والسقوط ومن حيث مدة الدوام العادية لهذه البراءات .

للمخترع الحق فى ذكر أسمه بهذه الصفة فى براءة الاختراع .

استحقاق البراءة وإبطالها وإسقاطها والترخيص الإجبارى بإنتاج المنتجات محلها :

لا يجوز رفض منح براءة اختراع ، كما لا يجوز إبطال براءة اختراع استناداً إلى أن القانون الوطنى يحد من بيع المنتج الذى تحميه براءة أو أنتج وفقاً لطريقة محمية ببراءة .

.لا يجوز إسقاط البراءة إذا استورد مالكها فى دولة الحماية أشياء مصنعة فى أية دولة عضو فى الاتحاد

يجوز للدول أن تنص فى تشريعاتها على منح تراخيص إجبارية لمواجهة التعسف فى مباشرة الحق الاستئثارى الناتج عن البراءة .

.إذا تبين أن الترخيص الإجبارى لم يكن كافياً لتدارك التعسف جاز النص على سقوط البراءة ، على أنه لا يجوز اتخاذ أية إجراءات لإسقاط البراءة أو إلغائها قبل سنتين من منح الترخيص الاجبارى .

.لا يجوز أن يكون الترخيص الاجبارى استئثاريا ، كما لا يجوز انتقاله إلا بخصوص جزء المشروع أو المحل التجارى الذى يستغل هذا الترخيص .

لا يجوز طلب الترخيص الاجبارى على سند من عدم الاستغلال للاختراع محل البراءة أو عدم كفاية هذا الاستغلال قبل انقضاء أربع سنوات من تاريخ إيداع طلب البراءة أو ثلاث سنوات من تاريخ منحها أيهما أبعد ، ويرفض منح هذا الترخيص إذا اثبت صاحب البراءة أن توقفه يعود إلى أسباب مشروعة .

الفقرة الثالثة: الاستثناءات على حقوق مالك البراءة :

استعمال المنتجات موضوع البراءة على ظهر السفن التابعة للدول الأخرى الأعضاء فى الاتحاد عند دخولها بصفة مؤقتة أو عرضية فى مياهها بشرط أن يكون هذا الاستعمال قاصراً على احتياجات السفينة .

استعمال المنتجات موضوع البراءة فى صنع أو تشغيل المركبات الجوية أو البرية التابعة للدول الأخرى الأعضاء فى الاتحاد أو فى إنتاج قطع غيارها عند دخولها بصفة مؤقتة أو عرضية فى الدولة المذكورة .

الفقرة الرابعة: الحماية المؤقتة فى المعارض الدولية :

تمنح دول الاتحاد حماية مؤقتة للاختراعات التى يمكن أن تكون موضوعاً لبراءات أو نماذج منفعة أو رسوم ونماذج صناعية وكذا العلامات التجارية وذلك عن المنتجات التى تعرض فى المعارض الدولية الرسمية أو المعترف بها رسميا والتى تقام على إقليم أية دولة عضو .

ولا يترتب على تلك الحماية امتداد المواعيد المتعلقة بحق الأولوية ، إذ يجوز لكل دولة . فى حالة مطالبتها بحق الأولوية . أن تجعل سريان المبعاد يبدأ من تاريخ إدخال المنتج فى المعرض ، مع حقها فى أن تطلب ما تراه لازما من المستندات التى تثبت ذاتية المعروض وتاريخ إدخاله المعرض .

الفقرة الخامسة : مبدأ المعاملة الوطنية :

تنص اتفاقية تريبس على مبدأ المعاملة الوطنية بأن يطبق كل عضو على مواطنى سائر الدول الأعضاء الأخرى المعاملة المنصوص عليها فى الاتفاقية وذلك وفقاً للحقوق المماثلة المنصوص عليها فى اتفاقية باريس واتفاقية برن واتفاقية روما ومعاهدة الملكية الفكرية فيما يتصل بالدوائر المتكاملة . وتراعى اتفاقية تريبس الاستثناءات الواردة فى الاتفاقيات المعنية . ويطبق هذا المبدأ على جميع الحقوق الخاصة بالملكية الصناعية وتستثنى أيضاً من هذا المبدأ الإجراءات المنصوص عليها فى الاتفاقيات متعددة الأطراف المبرمة تحت رعاية المنظمة العالمية للملكية الفكرية والخاصة باكتساب حقوق الملكية الفكرية أو الحفاظ عليها (المادة 5) .

الفقرة السادسة : مبدأ الدولة الأكثر رعاية

تضيف اتفاقية تريبس مبدأ الدولة الأكثر رعاية ، والذى لم يرد سابقاً فيما يتعلق بالملكية الفكرية ، وفى الاتفاقيات المتعددة الأطراف على الأقل . وينص هذا المبدأ على أن أى ميزة أو مزية أو أفضلية أو حصانة يمنحها عضو لمواطنى أى بلد آخر (عضواً كان أو غير عضو) يجب منحها فوراً ودون أى شرط لمواطنى سائر

الأعضاء ، مع وجود بعض الاستثناءات المحددة (المادة 4) وكما هو الحال فى مبدأ المعاملة الوطنية ،

تستثنى من هذا المبدأ الإجراءات المنصوص عليها فى الاتفاقيات المتعددة الأطراف المبرمة تحت رعاية المنظمة العالمية للملكية الفكرية والخاصة باكتساب حقوق الملكية الفكرية أو الحفاظ عليها (المادة 5) .

المبحث الثاني: أهلية الاختراع للحصول على البراءة.

المطلب الأول: الشروط الموضوعية

لقد نظم المشرع الجزائري موضوع براءة الاختراع من خلال الأمر 03-07 المتعلق بحماية البراءات المؤرخ في 19 جويلية 2003 وألحق به المرسوم التنفيذي 05-275 المؤرخ في 04 اوت 2005المتعلق بكيفيات إيداع البراءة ، ونص من خلالهما على مجموعة من الشروط الواجب توفرها لكي يتم منح البراءة للمخترع ، ويجب التنويه إلى تماشي القوانين الجزائرية في هذا المجال مع معاهدة باريس لحماية الملكية الصناعية 1883 وباقي الاتفاقيات الدولية في هذا المجال. هذا ولكي يكون الاختراع أهلا للحصول على البراءة اشترط المشرع الجزائري مجموعة من الشروط نص عليها في المواد من 03 إلى 09 من الأمر 03-07 السالف الذكر اتبعها بمجموعة من الإجراءات القانونية الشكلية في المواد من 32 إلى 35 من نفس الأمر.

الفقرة الاولى: ضرورة وجود اختراع L'exigence d'une invention:

ينبثق هذا الشرط من الالتزام القانوني الذي يفرض ولا تكون قابلة للبراءة إلا المنشات التي تتصف بمميزات الاختراع ، الأمر الذي على أساسه يجب استبعاد كل المنشات التي لا تنطبق عليها هذه الصفة، ولا يعد اختراعا اكتشاف منتوج طبيعي ، بينما يختلف الأمر إذا في حالة تدخل يد الإنسان إذ تضفي على المنشات الطابع الاختراعي ، وعلى ذلك يجب التأكد من طبيعة المنجزات المطلوب حمايتها قبل البحث عن توافر الشروط القانونية فيها. إن المشرع الجزائري اعترف على غرار نظيره الفرنسي بالطابع الإلزامي والجوهري لعنصر الجدة، والعبرة في ذلك وضع تعريف دقيق للمنشات موضوع الحماية القانونية.

الاختراع هو عمل الإنسان الذي يؤدي إلى كشف ما كان غير معروف سابقا أو عمل الإنسان الذي يؤدي إلى إنشاء شيء جديد.

يجب أن يكون الاختراع صناعيا في موضوعه، ويعتبر كذلك عندما يكون في مجال الصناعة

- يجب أن يكون الاختراع صناعيا في تطبيقه، ويكون الاختراع في التطبيق الصناعي عندما يتناسب مع التحقيق الصناعي.

-يجب أن يكون الاختراع الصناعي في نتائجه.

الفقرة الثانية: شرط الجدة:

L'exigence de la nouveauté de l'invention

إن من بين الشروط الموضوعية الأساسية التي لا بد من توافرها شرط الجدة ، وهذا الشرط يعتبر أساس موضوع الاختراع، إذ لولا توافر الجدة لما كنا أصلا أمام اختراع بحاجة إلى حماية قانونية تترتب عليه كافة الآثار لهذا الاختراع.

نصت المادة 04 من الأمر 03-07 على: " *يعتبر الاختراع جديدا إذا لم يكن مدرجا في حالة تقنية ، وتتضمن هذه الحالة كل ما وضع في متناول الجمهور عن طريق وصف كتابي او شفوي أو استعمال أو اي وسيلة أخرى عبر العالم ، وذلك قبل يوم إيداع طلب الحماية او تاريخ مطالبة الأولية بها*"

إن الجدة شرط ضروري للتقدم لكنه غير كاف ، يقترح جانب من الفقه الفرنسي الأخذ بعين الاعتبار "التقدم" أو « le progrès » بدلا من الاكتفاء بعنصر الجدة .

لا بد أن يكون الاختراع المراد تسجيله جديدا لم يسبق الإفصاح عنه قبل التقدم بطلب البراءة منه، وعليه إذا ما علم بسر الاختراع قبل تقديم طلب البراءة عنه أصبح مشاعا للجميع، ويحق عندئذ لأي شخص استغلال الاختراع دون أن يعتبر ذلك اعتداء على حق صاحبه الأصلي ، لان هذا الأخير لم يحرص على كتمان سر اختراعه.

إن وجوب توافر الجدة في الاختراع شرط منصوص عليه في كافة التشريعات التي تقبل حماية هذه المنجزات الفكرية بواسطة براءة ، ولذلك يجب أن يكون الاختراع المطلوب حمايته جديدا، والمقصود هنا أن المخترع ملزم بكشف عناصر غير معروفة للجمهور ، ولم يسبق نشرها أو استعمالها ، فالمنطق يقضي بعدم منح براءة للمخترع إذا كان اختراعه تحت تصرف المجتمع، فإذا منحت له براءة مقابل منشأته تصبح هذه العملية مخالفة للقانون لأنها تمس بمصالح المجتمع.

هذا ويوجد ارتباط وثيق بين شرط السرية والجدة، وهو أنه يجب أن يكون الاختراع جيدا مع توافر السرية، وذلك لأن قيمة الاختراع تكمن بكونه جديدا لم يسبق المخترع أحد من قبله لهذا الاختراع وذلك حتى يتم تقديم الطلب عنه، فالجدة هي:"عدم علم الغير بسر الاختراع قبل طلب البراءة منه، فلا يكفي أن يكون الاختراع جديد في الموضوعية أو أن يقوم على فكرة ابتكار شيء جديد، فيجب أن هذا الابتكار الجديد غير معروف سره إلى الغير قبل طلب البراءة ، فإذا علم سر الاختراع بعد اكتشافه إلى الجميع قبل الحصول على البراءة أصبح هذا الاختراع ملكا للجميع ، وكان للغير حق استغلاله واستعماله دون الرجوع إلى المخترع الأصلي ودون أن يعتبر استغلاله لهذا الاختراع اعتداء على حق ملكية صناعية يحتكره شخص ما.

وهذا وللجدة عدة أشكال يمكن تلخيصا في :

- اختراع منتج جديد: يعتبر المنتج جديدا إذا كان متميزا عن سائر الأشياء المشابهة له نظرا لهيكله الذاتي أو مكوناته الخاصة وليس نظرا لاستعماله.
- اختراع طريقة جديدة: يقصد بالطريقة مجموعة العناصر الكميائية أو الميكانيكية المستعملة للحصول على شيء مادي يسمى المنتج أو على اثر غير مادي يسمى النتيجة، ويجب لحصول طريقة ما على البراءة في البحث في عنصر الجدة بالنظر إلى مجموعة المكونات أو الوسائل المستعملة .

يقصد بهذه الصورة أن تكون هناك وسيلة معروفة تتبع للوصول إلى نتيجة معينة ، فينصب الابتكار على استخدام هذه الوسيلة لإحداث نتيجة جديدة ، أو تكون النتيجة التي يحصل عليها ليست نتيجة جديدة، ولكن الجديد هو استخدام هذه الوسيلة للوصل إلى هذه النتيجة المعروفة.

- اختراع تطبيق جديد لوسائل معروفة: ويتعلق الأمر في هذه الحالة باستعمال وسيلة معروفة أو منتج معروف للحصول على نتيجة أو نتائج غير معروفة سابقا بالنسبة لهذه الوسيلة أو هذا المنتج ومن ثمة يلاحظ أن الاختراع لا يتعلق بالوسيلة أو المنتج لأنها مبدئيا معروفة ولا بالنتيجة في حد ذاتها لأنه يمكن الوصول إلى نتيجة معروفة فالجدة هنا تكمن في العلاقة الموجودة بين الوسيلة أو المنتج والنتيجة، والمقصود هنا الحصول على نتيجة مجهولة بالنسبة لهذه الوسيلة بالذات أو هذا المنتج بالذات..

- اختراع تركيب جديد: يقصد بالتركيب الجديد عملية جمع إي تركيب وسائل معروفة للحصول على نتيجة إجمالية جديدة ولا يهم أن تكون الوسائل المستعملة معروفة بصور متعزلة بل المهم أن تستعمل للحصول نتيجة مشتركة .

أجل أن يكون الاختراع جديدا يجب أن لا يكون ي "في حالة تقنية"، وهذا يعني، أنه لم يكن في متناول الجمهور قبل تاريخ تقديم الطلب

الفقرة الثالثة: أن يكون الاختراع ناتج عن نشاط اختراعي

L'exigence d'une activité inventive

في فرنسا تم عرض هذا الشرط لأول مرة بموجب قانون 02 يناير 1968 إلى حالته الابتدائية .هذا الابتكار يهدف إلى جعل القانون الفرنسي قريبا من عدد من التشريعات الاجنبية التي تعرف هذا الشرط منذ

مدة طويلة[1] .ووفقا لقانون الملكية الفكرية الفرنسي وفي المادة 611 هناك نشاط اختراعي إذا صدر من رجل المهنة.

أما في الجزائر فقد نصت المادة 05 من الأمر 03-07 السالف الذكر على "*يعتبر الاختراع ناتجا عن نشاط اختراعي إذا لم يكن ناتجا بداهة من حالة التقنية*"

يشترط في الاختراعات أن تكون ناجمة عن نشاط اختراعي ، ومن ثمة يلاحظ أن المشرع الجزائري استفاد في هذا المجال من المجادلات الفقهية ومن مضمون الأحكام القضائية التي صدرت في فرنسا بالنسبة لعنصر الجدة ، وهكذا حدد المشرع الجزائري على غرار نظيره الفرنسي هذا المفهوم بالنص على أن الاختراع يعتبر ناتجا عن نشاط اختراعي إذا لم يكن ناجما بصفة واضحة من حالة التقنية ، كما يجب تقدير النشاط ألاختراعي بالنظر إلى رجل الحرفة أي المهنة ، واستنادا إلى هذا الإطار القانوني اعتبر جانب من الفقه الفرنسي أن التشريع الفرنسي اقترب من بعض القوانين الأجنبية كالتشريع الألماني والتشريع الأمريكي. هذا ويجب لتحديد شرط النشاط ألاختراعي النظر إلى حالة التقنية، حيث يجب مقارنة الاختراع المطلوب حمايته بحالة التقنية، والجدير بالملاحظة أن حالة التقنية تشمل على غرار ما قيل في حالة الجدة كافة المعلومات التي وصلت إلى العموم قبل تاريخ إبداع طلب البراءة أو تاريخ الأسبقية المطالب به.

الفقرة الرابعة : التطبيق الصناعي للاختراع.

L'exigence d'une application industrielle

نصت المادة 06 من الأمر 03-07 السالف الذكر على: " يعتبر الاختراع قابلا للتطبيق الصناعي إذا كان موضوعه قابلا للصنع أو الاستخدام في أي نوع من الصناعة"

يعتبر الاختراع قابلا للتطبيق الصناعي إذا كان يمكن الاستفادة منه عمليا عن طريق استعماله او استغلاله في اي من المجالات الصناعية ، فالابتكارات التي لا يمكن استغلالها صناعيا تستبعد من نطاق البراءة فلا يجوز منح براءة اختراع عن فكرة مجردة أو نظرية محضة.

كان التشريع الفرنسي القديم يجعل من الطابع الصناعي شرطا إجباريا لاعتبار الاختراع قابلا للبراءة وكان الاختراع يعتبر ذا طابع صناعي إذا ساهم بفضل غرضه وتطبيقه ونتيجته في إنتاج منتجات أو تحقيق نتائج تقنية ، لكن الأحكام الراهنة تختلف عن الأحكام السابقة بصورة ملحوظة حيث استبدل المشرع الفرنسي العبارة" الطابع الصناعي " بعبارة " التطبيق الصناعي.

وهو ما ذهب إليه المشرع الجزائري من خلال المادة 06 من الأمر 03-07

يعتبر الاختراع قابلة للتطبيق الصناعي "إذا كان يمكن أن يصنع أو يستخدم في أي نوع من الصناعة . بما في ذلك الزراعة "

ويعرف هذا الشرط على نطاق واسع بما فيه الكفاية لأنه يكفي لاستخدام أو الصناعة التحويلية

الفقرة الخامسة: أن يكون الاختراع مشروعا.

نصت المادة 08 من الامر 03-07 على " *لا يمكن الحصول على براءة اختراع بموجب هذا الأمر بالنسبة لما ياتي: ...*

2) الاختراعات التي يكون تطبيقها على الإقليم الجزائري مخلا بالنظام أو الآداب العامة.

3) الاختراعات التي يكون استغلالها على لإقليم الجزائري مضرا بصحة وحياة الاشخاص والحيوانات أو مضرا بحفظ النباتات أو يشكل خطرا جسيما على حماية البيئة".

المطلب الثاني: الشروط الشكلية لتسليم البراءات.

علاوة على الشروط الموضوعية اللازم توافرها للحصول على براءة الاختراع ، فانه يجب توافر الشروط الشكلية تتمثل في إجراءات إدارية يتطلبها القانون ، حتى تتم عملية تسجيل الاختراع أو الحصول على البراءة ، وتتمثل تلك الإجراءات في تقديم طلب من صاحب الشأن او وكيله إلى الجهة المختصة بتسجيل الاختراعات ومنح البرايات وفق نموذج معد لهذه الغاية ، ولا يشترط في مقدم الطلب ان يكون من مواطني الدولة أو أجنبيا أو من أشخاص القانون الخاص أو العام أو شخصا طبيعيا او معنويا ، كما لا يشترط القانون في مقدم الطلب أن يكون هو المخترع نفسه ، وإنما يجوز تقديمه ممن آلت إليه حقوق الاختراع سواء تم ذلك عن طريق التنازل أو الميراث او الترخيص أو الشراء أو بأي وسيلة قانونية أخرى، ولكن يشترط في مثل هذه الحالات إثبات ان مقدم الطلب له الحق في الاختراع موضوع البراءة، كما يشترط في الطلب ان يكون مرفقا بجميع التفاصيل عن الاختراع المراد حمايته، كنوع الاختراع وطريقة الاستغلال وكيفية استعماله وتقديم مخططات وعينات أو نماذج له كما يجب تقديم بيان واضح وجلي بشان وصفا تفصيليا للاختراع يتناول اسم المخترع وموضوع الاختراع وبيان الفكرة الجديدة في الاختراع.

يتم إيداع ومراقبة طلب الحصول على براءة الاختراع أمام المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية والذي انشأ بموجب المرسوم التنفيذي 98-68 المؤرخ في 21 فيفري 1998.

الفرع الأول: إيداع الطلب لدى المركز الوطني الجز ائري للملكية الصناعية:

المادة 02 من المرسوم 05-275 المتعلق بكيفيات إيداع براءات الاختراع.

يتم ايداع طلب الحصول على البراءة لدى المركز الوطني الجزائري للملكية الصناعية من طرف صاحب البراءة أو ممن يخوله القانون تلك العملية بشرط توافر الشروط القانونية كالوكيل مثلا.

الفرع الثاني: مضمون الطلب البراءة:

حسب المادة 03 من نفس المرسوم طلب التسليم ووصف الاختراع مع الرسومات إذا كانت ضرورية ومختصر وصفي لا يتجاوز 250 كلمة وكذلك دفع الرسوم الخاصة بالإيداع والنشر.تدفع وكالة في حالة ما اذا كان المودع ليس المخترع.

المبحث الثالث: حقوق والتزامات صاحب الحق على البراءة:

المطلب الأول: حقوق صاحب الحق على البراءة

تخول البراءة لصاحبها حقا احتكاريا بموجبه يحق له منع الغير من تصنيع المنتج أو استعمال الطريقة الصناعية موضوع براءة الاختراع ، وهذا الحق ليس حقا أبديا بل هو محدد بمدة معينة، وهي في معظم التشريعات المقارنة 20 سنة تبدأ اعتبارا من تاريخ إيداع طلب الحصول على البراءة[1] . وبانتهاء مدة حماية البراءة تسقط في الملك العام ، ويجوز لأي شخص من الغير أن يستعمل الاختراع أو يستغله بدون موافقة مالك البراءة لانقضاء مدة الحماية . يوجب المشرع الجزائري على مالك البراءة استغلال الاختراع شأنه في ذلك شأن كثير من التشريعات المقارنة . والحكمة من وراء ذلك هو توفير المنتج المشمول بالحماية في السوق تلبية لحاجة البلاد ، على أن المشرع لم يفرض على صاحب البراءة أن يستغل الاختراع بنفسه ، بل يكفيه أن يرخص للغير باستغلال الاختراع وتوفير المنتج في السوق، وإذا أخل صاحب البراءة بالتزامه بالاستغلال جاز لجهة الإدارة أن تمنح للغير ترخيصا إجباريا باستغلال البراءة وفقا للشروط التي يحددها القانون .

الفرع الأول:الاستئثار بالاستغلال le monopole d'exploitation

لصاحب البراءة أو ممثليه الحق في استغلال براءة الاختراع بصفة حصرية تسري من تاريخ تقديم الطلب لدى الهيئة المختصة ، ولمدة عشرون سنة ، فيمكن لصاحب البراءة استغلال اختراعه بنفسه أو عن طريق الغير فياطار عقد ايجار يأو ما يسمى "بترخيص الاستغلال". إن بيع براءة الاختراع يؤدي إلى فقدان الحق الحصري في استغلالها من طرف المخترع أو صاحب الحق عليها، غير أن التراخيص بالاستغلال يجب أن تكون مكتوبة تحت طائلة البطلان، فتكون نافذة اتجاه الغير بمجرد تسجيلها ونشرها في السجل الوطني للبراءات الاختراع.

الفرع الثاني: حماية الاختراع

لا يمكن للغير تصنيع أو وضع منتجات في السوق أو استيراد منتجات محمية ببراءة الاختراع من دون الحصول على إذن من صاحب البراءة، إذا كانت هذه هي العمليات التي يتم على براءة اختراع .يجوز للغير استخدام الاختراع لأغراض شخصية أو منزلية، وكل عمل آخر يمس استغلال براءة الاختراع من طرفهم يمثل عملية تقليد .

المطلب الثاني: التزامات مالك البراءة.

الفرع الأول: واجب الاستغلال:

الالتزام بالاستغلال الفعلي للاختراع موضوع البراءة : ان منح براءة الاختراع يترتب عليه حق مالك البراءة في منه الغير من القيام باستغلال الاختراع موضوع البراءة اذ يقتصر حق استغلال الاختراع عليه وحده باعتباره ملكا له ، الا ان هذا الحق قيده القانون بشرط قيام مالك البراءة باستغلال اختراعه استغلال فعليا تحقيقا للمصلحة العامة . وإلا كان اختراعه محلا لاستغلال الغير عن طريق منح ترخيص إجباري او قيام الدولة بإلغاء البراءة.

الفرع الثاني: حق الاستئثار بالبراءة

منح القانون لمالك البراءة حقا استئثاريا في الاستفادة من الاختراع موضوع البراءة . وهذا الحق يقتصر عليه وحده دون غيره . ولا يجوز لغيره الاستئثار بهذا الحق دون موافقته، فلمالك البراءة احتكار صناعة المنتجات وبيعها وعرضها للبيع وتصديرها . وكذلك احتكار تطبيق الطريقة الصناعية موضوع البراءة أو غير ذلك من طرق الاستفادة المشروعة.

إلا أن هذا الحق هو حق نسبي وليس مطلق ، من حيث الزمان والمكان ، فالقانون ينص على مدة براءة الاختراع وهي مدة حماية قانونية لبراءة الاختراع ، وذلك تحقيقا للمصلحة العامة في المجتمع ، أما من حيث المكان فان الاختراع محي فقط في إقليم الدولة التي تسجيل الاختراع بها ولا يتجاوز حدودها ، إلا إذا قام بالتسجيل الدولي للاختراع وفقا لاتفاقية باريس 1883 المعدلة وكذا اتفاقية التعاون بشان البراءات لسنة 1970.

الفرع الثالث: حق التصرف في البراءة

يحق لمالك البراءة التصرف في الاختراع موضوع البراءة بكافة التصرفات الجائزة قانونا ، فله الحق في بيع الاختراع أو استغلاله أو استعماله أو التنازل عنه أو الترخيص للغير باستغلاله أو رهنه أو هبته.

الفرع الرابع: الالتزام بدفع الرسوم المقررة قانونا.

يلتزم المخترع بدفع الرسوم القانونية عند تقديمه طلبا للحصول على البراءة بعد استكمال شروط التسجيل ، وغالبا ما تكون هذه الرسوم تصاعدية ، إذ تكون منخفضة في السنوات الأولى من عمر الاختراع ، وتكون مرتفعة في السنوات اللاحقة ، للأخذ بعين الاعتبار نفقات الاختراع المرتفعة ، ولتشجيع المخترع في استغلال اختراعه، ويرى البعض بان التزام المخترع بدفع الرسوم المستحقة عليه لأغراض تسجيل اختراعه إنما هي مقابل للحماية التي يوفرها الدولة لصحب البراءة ، وإذا لم يقم مالك البراءة بدفع الرسوم المستحقة فان هذا يؤدي إلى سقوط البراءة وتحويلها إلى مال مباح.

لحفاظ على براءة اختراع سارية المفعول، يجب على صاحبها دفع الرسوم السنوية لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية. في حالة عدم دفعه لها فهذا من شأنه أن يفقد حقه في البراءة، إلا أن القانون يعطيه الحق في إعادة حقوقه خلال فترة ثلاثة أشهر إذا كان يمكن أن يبرهن على وجود عذر شرعي لعدم دفع الحقوق

الفصل الثاني : التنظيم القانوني للعلامة

تعتبر العلامة عنصر من عناصر الملكية الصناعية، فهي وسيلة للدلالة على المنتجات والسلع الموضوعة عليها، وضمان المنتج في آن واحد، فهي تمنع اختلاط منتجات تحمل علامة معينة بمنتجات مماثلة تحمل علامة أخرى، كما تعمل على تكوين الثقة في منتجات بعينها عندما تحمل علامة موثوق بها، وللحيلولة من ظهور سلع مشابهة، ثم الاتجاه إلى وضع علامة للتعريف بمنتجاتهم والسعي إلى الإتقان في الصنع، وذلك للحفاظ على الاستمرار والجودة، وبالتالي أدى ذلك إلى تعدد المفاهيم حولها، وترجع للأهمية التي تتمتع بها تنوعها نظرا للنشاط الممارس والشروط الواجب توفرها لتكوينها للاستفادة من الحماية القانونية التي كرسها المشرع الجزائري في الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، وعليه، فمن خلال هذا الفصل سوف نتطرق لدراسة التنظيم القانوني للعلامة، من خلال مبحثين، حيث جاء الأول منه تحت عنوان: مفهوم العلامة، ويتم في دراسة العلامة من مختلف جوانبها، في حين أن المبحث الثاني يتكلم عن تسجيل العلامة، من الشروط إلى الآثار.

التساؤل عن دور الملكية الفكرية في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية لأي مجتمع متقدم، نام، أو أقل نموا، أصبح الآن ذا طابع نظري أكاديمي، لأنه لا يمكن الآن لأي دولة أن تتصور نفسها دون إطار قانوني معين لحماية الملكية الفكرية فيها . ولكن الاعتقاد بأهمية حماية الملكية الفكرية لم يكن ثابتا ومستقرا منذ البداية، بل تمت إثارة الكثير من التساؤلات حول هذه الأهمية و حول المستفيد الحقيقي من وراء هذه الحماية .

ففي بادئ الأمر كان الاهتمام منصبا حول ما إذا كان من المصلحة العامة منح المبدعين و المخترعين حقوق احتكارية مؤقتة، يمكن أن يعطيهم مراكز متفوقة في عملية المنافسة التي يفترض أن تكون حرة

بشكل مطلق، إلى أن استقرت الحماية و أخذت بعدا دوليا،و لم يبق أي شك لدى جميع الدول بأن الحماية تخدم المصلحة الاقتصادية والاجتماعية .

ومن جراء ذلك تفرق عادة بين معيارين للحماية، الأول: الابتكار، وهو شرط لحماية المصنفات المشمولة بالحماية بالملكية الأدبية والفنية والتي تهدف إلى حماية الإنتاج الفكري والأدبي والفني إلى جانب حماية الحقوق المرتبطة بحق المؤلف مثل حقوق المؤديين،والثاني: هو الجدة وهو شرط للحماية في مجال الملكية الصناعية.ويتميز الأول أنه استحداث مما هو موجود، أما الثاني فهو استحداث من عدم.

ولعل من أهم ما يحظى باهتمام الكثير و هو العلامة، خاصة و أنها على حد تعبير المختصين و الخبراء في المادة ، فهي التي لا تفارقنا إطلاقا ، بداية من المقتنيات اليومية للمستهلك العادي و الحاملة للعلامات إلى العلاقات الاقتصادية الشائكة ذات البعد الدولي و التي ينصب موضوعها حول العلامة

المبحث الأول: ماهية العلامة

تعتبر العلامة دليل للتعرف على مصدر المنتجات والخدمات وتميزها وبالتالي تسهيل العملية التسويقية على المستهلك، إلا أنها معرضة لمخاطر التزوير والتقليد، مما جعل الدول تسعى جاهدة إلى تبني نظام حمائي يكفل لها حمايتها، وذلك بإصدار نصوص قانونية وطنية وإبرام معاهدات دولية للبث في أحكام العقوبات المقرر على مختلف الجنح الناتجة عن تقليد العلامات.

وعليه، فمن خلال هذا المبحث سوف نتعرف على الآتي:

المطلب الأول: مفهوم العلامة

مما لا شك فيه أنه للإحاطة بمفهوم العلامة يتوجب علينا البحث في أدبيات الدراسة لضبط تعريف العلامة، فنحدد معنى ومدلول مصطلح العلامة من خلال هذا المطلب، ثم نعرج للتعرف عن ما يميزها عن ما يشابهها.

الفرع الأول: تعريف العلامة

أولا- التعريف اللغوي: فالعلامة لغة هي جمع علم أو علامات "السمة أو الإمارة"، ما ينصب فهدي به، ويقال الإشارة[1]، والعلامة يعني الاعلومة: ما ينصب في الأرض فهتدي به وهو فصل بين الأرضيين[2].

-العلامة والعلم شيء ينصب في الفلوات فهتدي به الضالون[3]، والعلامة هي الأثر أو المنارة أو الجبل الطويل والإمارة والراية[4].

ثانيا- التعريف الفقهي للعلامة: أورد الفقه الكثير من التعريفات للعلامة، ومنها على سبيل المثال:

- يعرفها نعيم مغبغب على أنها: علامة يمكن أن تظهر بصورة خطية وتستخدم لتفريق البضائع أو الخدمات العائدة للشخص الطبيعي أو المعنوي[5].

-ومن جهة أخرى يعرفها "David A. AAKER" على أن لها قيمة ذهنية بالنسبة للمؤسسة وللمستهلك، حيث تعرف المستهلك بمصدر وصحة منتج المؤسسة، كما تحمي المؤسسة من خطر التقليد[1].

---

[1]. علي بن الحسن البنّاني الأزدي، **المنجد في اللغة والإعلام**، تحقيق: أحمد مختار عمر، ضاحي عبد الباقي، الطبعة الثانية، عالم الكتب، القاهرة، 1988 م، ص 523.

[2]. إبراهيم مصطفى وأخرون، **المعجم الوسيط**، ج 2، دار الدعوة، إسطنبول، 1998، ص624.

[3]. أبي الفضل جمال الدين ابن منظور، **لسان العرب**، المجلد العاشر، ط01، دار صادر، بيروت، 2005، ص264.

[4]. علي بن الحسن البنّاني الأزدي، مصدر سابق، ص ص 451 و 452.

[5]. نعيم مغبغب، **المارکات التجارية والصناعية**، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2005، ص 12.

-ويعرفها أنطوان الناشف: على أنها الشعار الذي يتخذه الصانع أو التاجر لمنتجاته أو بضائعه، تميزا لها عن غيرها من مثيلاتها[2].

ثالثا- التعريف القانوني للعلامة: وردت عدة تعريفات قانونية في العلامة ولعل ن بينها نذكر على سبيل المثال:

-العلامة هي الرموز القابلة للتمثيل الخطي لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبها والألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره[3].

- وقد عرفها المشرع الجزائري في نص المادة 02 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات على أنها: "الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام، والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توقيبها، والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات وغيره[4].

رابعا- تعريف العلامة في الاتفاقيات الدولية: تعتبر اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، واتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس)، من أهم الاتفاقيات التي تعرضت للعلامة التجارية، إلا أن اتفاقية باريس لم تضع تعريفا للعلامة التجارية وتركت المجال للتشريعات الداخلية للدول.

---

[1] Edition Dalloz, Paris,1994, p12.. Aaker, **Le management du capital marque**.

[2] أنطوان الناشف، **الإعلانات والعلامات التجارية بين القانون والاجتماع**، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، ص31.

[3] عبد الله حسين الخشروم، **الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية**، ج01، دار وائل للنشر، الأردن، 2005 ، ص 13.

[4] الأمر رقم 06/03 المؤرخ في 19 جمادي الأول عام 1424 هـ الموافق لـ 19 يوليو سنة 2003 المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية، عدد 44، الصادر في 23 يوليو 2003، ص 23.

فعرف القضاء الفرنسي العلامة بأنها: "تمنح العلامة، وكما هو معروف للسمات المتخذة شكلا متميزا الإمضاءات والكلمات والحروف والأرقام والرسوم وعناوين المعال والدمغات والأختام والصور والنقوش البارزة أو أي علامة أخرى أي مجموعة منها سواء كانت مستخدمة لتمييز تأجر علامة تجارية أو صانع علامة صناعية أو مقدم خدمة علامة خدمة"[1].

وأما اتفاقية تربيس فعرفت العلامة على أنها: كل ما يسمح بتمييز السلع أو الخدمات التي ينتجها أو يقدمها مشروع تجاري عن منتجات مشروع آخر[2].

الفرع الثاني: تمييز العلامة عن ما يشابهها

تتشابه العلامة مع بعض التسميات والشارات الأخرى، وعليه سنحاول تمييزها عن هذه التسميات في الآتي:

أولا- العلامة والاسم التجاري: فالاسم التجاري يهدف إلى تميز المحل التجاري عن غيره من نفس الطبيعة في حين العلامة تهدف إلى تميز المنتجات والخدمات الصادرة عن المحل التجاري، وينشأ الاسم التجاري بأول استعمال وتنشأ العلامة عن الإيداع ولا يحمل المحل إلا اسماً تجاريا واحدا في حين يمكن أن يملك المشروع ذاته علامات متعددة.

ثانيا-العلامة والعنوان التجاري: إن العنوان التجاري أو عنوان المحل، هو تسمية أو إشارة أو رمز أو عبارة مبتكرة، تسمح بتمييز المتجر عن غيره، وشروط العنوان التجاري بوصفه تسمية مبتكرة هي شروط العلامة، لكنه يختلف من حيث الغرض مع العلامة، فالغرض من العلامة هو تمييز السلع والخدمات عن

---

[1]. أنظر المادة 04 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، مؤرخ في 20 مارس 1883، المعدلة ببروكسل في 14 ديسمبر 1900، وواشنطن في 02 يونيو 1911 ولاهاي في 06 نوفمبر 1925 ولندن في 02 يونيو 1934 ولشبونة 31 أكتوبر 1958 وإستكهولم في 14 يوليو 1967 و المنقحة في 02 أكتوبر 1979.

[2]. أنظر: المادة 15 الفقرة الأولى، من و اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (TRIPS) (ADPIC)، المبرمة في 1994.

مثيلاتها، بينما الغرض من العنوان التجاري هو تمييز المحل التجاري عن غيره أمام جمهور العملاء، وتعود ملكية العنوان لمن استعمله أولا، بينما تعود ملكية العلامة إلى الأسبق في تسجيلها[1].

ثالثا- العلامة وتسمية المنشأ (المؤشر الجغرافي): التسمية تضمن مكان صنع المنتج لكن قد تحتوي العلامة مؤشرا جغرافيا يكون عنصرا من عناصرها.

رابعا-العلامة والابتكار: لا يوجد رابط جوهري بين العلامة والابتكار الأدبي أو الصناعي أو الفني ولكن يوجد تداخل بينهما، فالمنتج الذي يحمل اختراعا يمكن أن يحمل علامة صناعية[2].

خامسا- العلامة والرسم الصناعي: ويقصد بالرسم الصناعي كل شيء قابل للتشكيل ومركب بألوان أو بدونها أو كل شيء صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية يمكن استعماله كصورة أصلية لصنع وحدات أخرى ويمتاز عن النماذج المشابهة له بشكله الخارجي[3]، والعلامات تشترك مع الرسوم الصناعية في وظيفة تمييز المنتجات الصناعية عن بعضها البعض، فالشكل الخارجي للمنتجات الصناعية يؤدي إلى ذات الوظيفة التي تؤديها العلامة في تمييز السلعة أو الخدمة عن غيرها[4].

سادسا-تمييز العلامة عن البيان التجاري: البيان التجاري هو الإيضاح الذي يضعه التاجر أو الصانع على منتوجاته أو بضائعه لبيانها كما وكيفا ونوعا ومصدرا[5].

سابعا- تمييز العلامة عن العنوان الإلكتروني: العنوان الالكتروني هو عنوان للمشروعات عبر شبكة الانترنت، وهو إفتراضي لأنه لا يحدد موافع المشروعات على أرض الواقع ولكنه يحددها على شبكة الانترنت، وتقوم المشروعات بإختيار عنوانها الالكتروني من حروف سهلة وبسيطة ترتبط بعلامتها الأصلية المعروفة بها

---

[1]. سمير فرنان بالي، **قضايا القرصنة التجارية والصناعية والفكرية**، الجزء01، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2001، ص 19.

[2]. محمد حسنين، **الوجيز في الملكية الفكرية**، ج 01، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985، ص 540.

[3]. أنظر: المادة الأولى الفقرة الثانية من الأمر 86/66 المؤرخ في 28أبريل 1966 المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية، الجريدة الرسمية، العدد35، الصادرة في:03 مايو 1966.

[4]. نوري حمد خاطر، **شرح قواعد الملكية الفكرية، الملكية الصناعية**، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص157.

[5]. منير محمد الجنبيهي، **العلامات والأسماء التجارية** ، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، (د.س.ن)، ص 36.

حتى تضمن إرتباط المستهلك بعنوانها الالكتروني، فهذا الإرتباط بين العلامة التجارية والعنوان الالكتروني يترك أثره الجيد في نفس المستهلك وسلوكه، ويربطه جيدًا بعنوان المشروع، إلا أن العلامة التجارية تميز المنتجات والخدمات التي تقدمها المشروعات عن غيرها، على خلاف ذلك بالنسبة للعنوان الالكتروني الذي يقوم بدور المحدد والمميز للمشروع ذاته لا منتجات هذا المشروع، كذلك الحال بالنسبة لنطاق الحماية للعلامة التجارية فتختلف عن نطاق الحماية للعنوان الإلكتروني[1].

الفرع الثالث: أهمية العلامة

وبخصوص أهمية العلامة فإنها تظهر من خلال الوظائف التي يمكن تقديمها ، و التي تتمثل أساسا في تحديد مصدر السلع و الخدمات ، من خلال تحديد المصدر الإقليمي ، حيث يستطيع المستهلك تميز هذه السلع و الخدمات مع تلك التي تعود لأشخاص أخرين .و أكثر من ذلك فهي ضمان لجمهور المستهلكين من الغش و الخداع الناتج عن استعمال بعض التجار للوسائل الاحتيالية .

كما أنها أساس نجاح المشاريع الاقتصادية باعتبارها وسيلة لجلب الزبائن في مجال المنافسة المشروعة و الحرة حيث يحرص أصحابها على تحسين السلع و الخدمات التي ترمز إليها العلامة من أجل كسب ثقة الغير وتوليد الشهرة و توثيقها في إطار المنافسة المشروعة .

الفرع الرابع :الإطار التشريعي الوطني للعلامة .

الجدير بالذكر أن تدخل المُشرع الجزائري في ميدان العلامات بدأ بعدالاستقلال بناءًا على الأمر 57/66 المؤرخ في 19 مارس 1966 المتعلق بالعلامات، الذي ألغي بمقتضى الأمر 06/03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات.

---

[1]. محمود أحمد عبد الحميد مبارك، العلامة التجارية وطرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين، مذكرة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2006.

لا شك في أنالنصوص التشريعية الراهنة المتعلقة بالعلامات، تحاول إيجاد حل لبعض الإشكاليات التي يعاني منها الميدان التجاري، و المقصود بهذا هو محاربة التجاوزات الناجمة عن الممارسات التجارية . كما يلاحظ إدخال بعض المفاهيم الجديدة منها العلامة المشهورة، و عبارة " إحداث لبس " و " إحداث تضليل " قصد إستبعاد الرموز التي من شأنها خداع المستهلك عن مصدر المنتجات أو نوعيتها مثلا.

على كل يظهر من استقراء التشريع الحالي للعلامات حرص المُشرع على تحديد نظام العلامات

و بالأخص بيان الرموز المستبعدة، و لإبراز آثار المساس بحقوق صاحب العلامة.

المطلب الثاني: تصنيف العلامة

ميز المشرع الجزائري إلى جانب المشرع المصري بين ثلاثة أنواع أساسية للعلامة، كما بين أشكال العلامات. وعليه، فمن خلال هذا المطلب نتعرف على أنواع وأشكال العلامات.

الفرع الأول: أنواع العلامة

تختلف أنواع العلامات باختلاف استعمالاتها، فمنها العلامة التجارية التي تميز المنتجات التي يعرضها التجار، ومنها العلامة الصناعية التي يستخدمها الصناع لتمييز منتجاتهم عن غيرها، وعلامة الخدمة التي ترمز لخدمة معينة، إضافة إلى أنواع أخرى.

أولا- العلامة التجارية: وهي تلك العلامة التي يستخدمها التاجر في تمييز المنتجات التي يقوم ببيعها بعد شرائها سواء من تاجر الجملة أو المنتج مباشرة، بصرف النظر عن مصدر البيع، لذلك نجد أن بعض الفقه يطلق عليها تسمية علامة التوزيع، كونها تعبر عن موزع السلعة بغض النظر عن مصدر المنتج في حد

ذاته[1]، وتستخدم هذه العلامات عادة في المتاجر الكبرى ذات الشهرة الواسعة، كمتاجر المخصصة للألبسة ومستحضرات التجميل ومتاجر ببيع الأثاث المنزلي.

ثانيا- العلامة الصناعية: وهي التي يضعها الصانع لتمييز المنتجات التي يقوم بصناعتها عن مثيلاتها من المنتجات الأخرى، وهي تشير إلى مصدر الإنتاج أو الصنع، وتأخذ العلامة الصناعية حيزا كبيرا في مجال العلامات التجارية، ومن أمثلتها علامة آبل للأجهزة الإلكترونية، وعلامة كوكاكولا للمشروبات الغازية...

ثالثا- علامة الخدمة: وهي الإشارة التي تستعملها المؤسسات التي تعرض الخدمات[2]، وهي غير مرتبطة بسلع أو بضائع، كالخدمات التي تقدمها البنوك أو شركات التأمين وشركات النقل ووكالات السياحة والخطوط الجوية...، فهي الرمز الذي تضعه الهيئة أو الشركة التي تقوم بالخدمة، كوكالات تأجير السيارات التي تقوم بوضع علامة على السيارات التي تقوم بتأجيرها وهي تشير إلى صاحب الخدمة، أو شركات نقل الأشخاص أو البضائع[3].

ما يمكن قوله إجمالا عن أنواع العلامات أن العلامة التجارية تشير إلى البيع والعلامة الصناعية تشير إلى الإنتاج، وعلامة الخدمة تشير إلى الخدمة.

وعليه، فإنه يمكن تقسيم العلامات إلى علامات إحتياطية وأخرى مانعة (وقائية)، فالأولى تعني العلامة ذات الهدف الاحتياطي المتمثل في الاحتياط لحماية السلع أو الخدمات أو المنتجات التي لم يصنعها التاجر بعد ويحتفظ بها لإستعمالها على منتجات أخرى، وأما العلامات المانعة فالقصد منها منع الغير من إمكانية تسجيل أو إستعمال علامة شبيهة من العلامة الأصلية، فيؤدي إلى تضليل المستهلك بين العلامتين،

---

[1]. سلامي ميلود، **النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية**، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2012/2011، ص44.

[2]. حمدي غالب الجعبير، **العلامات التجارية الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها**، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، (د.ب.ن)، 2012، ص90.

[3]. Albert Chavanne, Modèles et Marques de fabrique, Dalloz, 1974, p 117.

كقيام شخص بتسجيل علامة بإسم "أوليفينا" لتمييز منتجات الزيوت، ثم يقوم بتسجيل علامة أخرى بإسم "أوليفيتا" أي علامة مانعة، والهدف منها هو منع الغير من تسجيل أو إستعمال العلامة "أوليفيتا" على منتجات مشابهة لمنتجاته[1].

باعتبارأن العلامة هي السمة المميزة التي يضعها التاجر على منتجات محله التجاري، فهي في هذه الحالةعلامة تجاريةأما التي يضعها الصانع على المنتجات التي يصنعهافهي علامة مصنع أو صنع.

أما العلامة التجارية و هي التي يستخدمها التاجر في تمييز المنتجات التي يقوم ببيعها بعد شرائها سواء من تاجر الجملة أو من المنتج مباشرة بصرف النظر عن مصدر الإنتاج .

وباعتبارها علامة تميز تاجر معين حريص على جذب العملاء بوضع علامة متميزة تدل على حسن اختياره و انتقاءه لما يعرضه من منتجات؛ فإنه يطلق عليها أحيانا علامة التوزيع.

أما بخصوص العلامة الصناعية و باعتبارها تميّز منتجات صانع معين مثل "I.B.M" (بالنسبة لأجهزة و برامج الحاسوب)، يمكنها أيضا أن تكون مميزة لمادة أولية يستخدمها صانع آخر في إعداد منتجه النهائي مثل علامة مرسيدس التي توضع على محركات السيارات و التي تستخدم في صناعة سيارة أخرى.

فيكون من حق صاحب العلامة الثانية وضع علامة الصانع على هذه المحركات. و في هذه الحالة قد تلحق الإساءة صاحب العلامة الواردة على المنتج الأولي و المستعملة في صناعة المنتج النهائي - وهو ما يعرف بالعلامة المصاحبة .2

و قد جمع المُشرع هذين النوعين من العلامات تحت عبارة علامة السلعة، و هي التي تجمع بين العلامة التجارية و علامة الصنع.

---

[1]. محمود أحمد عبد الحميد مبارك، مرجع سابق، ص10.

[2]وجدير بالذكر أن علامات الصنع تنطبق على جميع أنواع الصناعات.

و هناك نوع آخر من العلامات و هي التي تستعملها مؤسسة ما بغرض تقديم خدمات و تسمى هنابعلامة الخدمة.

وهي كل إشارة تستعملها مؤسسات و شركات تعرض الخدمات كالفنادق، و الخطوط الجوية، وغيرها من مؤسسات و شركات لتمييز خدماتها عن خدمات غيرها، فوظيفة علامة الخدمة هي نفس وظيفة العلامة التجارية و الصناعية، بفارق بسيط هو أنها تطبق على الخدمات و ليس على المنتجات أو السلع .

و يمكننا أن نجد نوع آخر من العلامات نص عليها المُشرع في المادة 2، و هو العلامات الجماعية، حيث عرّفها بكونها" كل علامة تستعمل لإثبات المصدر والمكونات و الإنتاج أو كل ميزة مشتركة لسلع أو خدمات مؤسسات مختلفة، عندما تستعمل هذه المؤسسات العلامة تحت رقابة مالكها"، و مثال ذلك علامة "I.S.O. 9000"[2]

و قد وصفت هذه العلامات ، بعلامات رقابة، لأن المؤسسات التي تمتلكها تمنع إنتاج السلع أو تقديم الخدمات بنفسها بل يقتصر دورها على رقابة صفات المنتجات، و لأن العلامة الجماعية رمز رقابة صفات معينة .

بالإضافة إلى هذه الأنواع الرئيسية للعلامات، أصبح الواقع العملي يفرض صور أخرى، تسجل في ظلها العلامة و لأغراض محددة و منها :

أ/العلامات الاحتياطية :

و هي ذات هدف وقائي لحماية السلع و الخدمات التي لم تطرح بعد في الأسواق، حيث يمكن لصاحب العلامة المسجلة تسجيل علامات تجارية أخرى قريبة الشبه لاستعمالها لمنتجات و خدمات

و سلع أخرى ذات صفات جديدة .

ب/العلامات المانعة :

و هي التي يستهدف صاحبها مجرد منع الغير من استخدامها، دون أن تكون لديه الرغبة بداية في استغلالها، و هذه العلامة ينطوي تسجيلها على تعسف في استعمال الحق[1].

ج/العلامات الدفاعية:

و هي علامة لا يرغب صاحبها في استغلالها شأنها في ذلك شأن العلامة المانعة، و لكن ما يميزها أنها مقترنة بعلامة مستغلة بالفعل و أن الهدف من تسجيلها هو جعل مهمة المقلدين صعبة أو عسيرة.

و عادة ما يلجأ إلى تسجيل العلامات الدفاعية لحماية العلامات الضعيفة .

وفيما يتعلق بالعلامات التي تسجل ولكن دون أي إرادة في الاستعمال فقد أبطل القضاء الجزائري علامة "عطري" "مون برفان" لصاحبها الذي سجلها ولكن لم يستعملها.

وبالتالي رتب عليها القضاء أثر الإبطال كونها علامة وهمية، وهي بذلك تشكل حاجزا وعرقلة لمشاريع الشركات المنافسة وهي الشركات التي موضوعها صنع وتسويق العطور[2].

الفرع الثاني: أشكال العلامة

تجيز التشريعات للصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة أن يتخذ شكلا للعلامة لتميزها عن غيرها، وتتمثل هذه الأشكال في حروف أو أرقام أو كلمات، وكذا صور أو رسومات، أو أسماء ذات أشكال مميزة[3].

---

[1] *وبلغة الأرقام فقد تم الوصول إلى أن عدد العلامات المانعة يصل إلى قرابة 80% من العلامات المسجلة.*

[2] *الحكم بالإبطال صادر عن مجلس قضاء الجزائر، محكمة باب الوادي القسم المدني 2 بتاريخ 11 أكتوبر 1997 تحت رقم 97/1425، رقم الفهرس 7/1933.*

[3] عبد الفتاح بيومي حجازي، **الملكية الصناعية في القانون المقارن**، دار الفكر الجامعي، (د.ب.ن)، 2007، ص20.

أولا- الأسماء والإمضاءات: ويقصد بها أسماء الصناع أو التجار أو مقدمي الخدمة، أو أسماء المناطق التي يمارسون فيها نشاطهم، كاستعمال اسم فورد كعلامة لمصنع سيارات (الاسم العائلي لصاحب العلامة)، أو اسم مون بلان"MONT BLAN" وهو اسم منطقة جبلية في فرنسا، لتمييز نوع من الأجبان، أو " نقاوس" للمشروبات الغازية أو " إفري" للمياه المعدنية، وقد يكون الاسم مكتوبا بشكل هندسي معين أو بخط مزخرف، كما يمكن للتاجر أو الصانع أن يستعمل إمضائه[1].

ثانيا- التسميات المبتكرة: وهي الكلمات التي قد يستخدمها الصانع أو التاجر أو مقدمة الخدمة لتمييز منتجاتهم أو بضائعهم أو خدماتهم، وقد تكون التسمية (الكلمة) جديدة ومبتكرة، وقد تكون مقتبسة من تركيب وجودة المنتجات أو البضائع، ولا تكون الكلمات بحد ذاتها علامة تجارية بل يجب لإعتبارها كذلك أن تكون جديدة ومبتكرة وغير شائعة الإستعمال[2]. فهذا الشكل الأكثر شيوعا في مجال العلامات، وقد أجازت مختلف التشريعات اتخاذ تسميات مبتكرة لم تكن معروفة سابقا لتمييز منتجات أو خدمات[3]، كعلامة "كوكا كولا" للمشروبات الغازية، أو "ماك دونالدز" للأطعمة السريعة.

ثالثا- الحروف والأرقام: يمكن استعمال الحروف والأرقام والكلمات للدلالة على علامة ما، ويمنع على الغير من المنافسين استعمال نفس العلامة لتمييز سلعهم أو منتجاتهم أو خدماتهم، وقد تتخذ العلامة شكل حروف فقط، أو أرقام، أو كلاهما معا[4].

رابعا- الرسوم والصور والألوان: يقصد بالرسوم كل صورة مبتكرة قد يكون لها مدلول ووجود فعلي أم لا، كاتخاذ الرسم لشكل الشجرة أو الهرم أو السيارة، أما الصورة فيقصد بها الصور الفوتوغرافية، سواء كانت لإنسان أو حيوان، أو منظر طبيعي إلى غير ذلك، وفي حالة اتخاذ صورة أحد الأشخاص كعلامة

---

[1]. صلاح زين الدين، **شرح التشريعات الصناعية والتجارية**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، (د.ب.ن)، 2006، ص120.

[2]. محمود أحمد عبد الحميد مبارك، مرجع سابق، ص ص16، 17.

[3]. حمادي زوبير، **الحماية القانونية للعلامات التجارية**، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، (د.ب.ن)، 2012، ص56.

[4]. Schmidt Szalewski (J) et Pierre (J L),Droit de la propriété industrielle, Litec 1996, p191.

يجب الحصول على إذن صاحب الصورة إذا كان على قيد الحياة، أو ورثته في حالة وفاته[1]. وأما الألوان قد تتم حمايتها بشرط ألا تكون مودعة بشكل مجرد، بل لابد من تنسيقها بحيث يتخذ كل لون حيزا مكانيا خاصا به، كرسم خطين منفصلين من لون واحد أو لونين مختلفين، أو أشكال هندسية متداخلة كل منها بلون مختلف، ويعتبر إيداع ألوان في شكل مبهم أو غير محدد إيداعا غير مقبول، كما يشترط لاعتماد اللون كعلامة تجارية ألا يكون اللون المعتمد هو اللون الطبيعي للمنتج، لأنه لا يمكن الاستئثار باستعماله لما في ذلك إضرار لمستعملي ذات المنتج[2].

خامسا- الرموز المبتكر والأختام والنقوش: الرمز هو الرسم المرئي المجسم، كصورة الشمس أو القمر أو الطائرة ... إلخ، وقد يستخدم ختم أو نقش بارز كعلامة تجارية، وقد يكون النقش على الخشب أو على النحاس، أو على مادة شمعية، وتكتسب العلامة تميزها من طريقة صنع النموذج ووضعه على المنتجات والبضائع والخدمات[3].

سادسا- علامات الرائحة والصوت: يكون التعبير عن الرائحة بكتابة بيانات رقمية، وهو أسلوب تقني علمي، أما تسجيل علامات الصوت والموسيقى، فيكون عن طريق كتابة النوتة الموسيقية الخاصة بها وتسجيلها[4]، وتسجل العلامات ذات الأصوات بواسطة تمثيل بياني يعتمد على نوع الصوت، أو عن طريق تسجيل الصوت وتقديم الشريط لإدارة العلامات التجارية لتسجيله[5]، وأما تسجيل العلامات الخاصة بحاسة الشم فهو أكثر تعقيدا ويعتمد على بيانات رقمية يتم تسجيلها، وقد تم تسجيل عطر الأزهار

---

[1]. فرحة زراوي الصالح، **الكامل في القانون التجاري الجزائري الحقوق الفكرية**، ابن خلدون للنشر والتوزيع، (د.ب.ن)، (د.س.ن)، ص214.

[2]. فؤاد معلال، **الملكية الصناعية والتجارية (دراسة في القانون المغربي والاتفاقيات الدولية)**، الطبعة الأولى، دار الآفاق المغربية للنشر والتوزيع، (د.ب.ن)، 2009، ص449.

[3]. صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص ص121، 122.

[4]. محمد مصطفى عبد الصادق مرسي، **الحماية القانونية للعلامات التجارية**، رسالة دكتوراه، فرع بني سويف، جامعة القاهرة، مصر، 2004، ص22.

[5]. عدنان غسان برانبو، **التنظيم القانوني للعلامة التجارية - دراسة مقارنة-**، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2012، ص186.

المستمد من زهرة بلوميريا ويستعمل في خيوط الحياكة والغزل والتطريز وذلك في الولايات المتحدة الأمريكية[1].

بالنسبة للأشكال التي يمكن استخدامها كعلامة، هي" كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي "، و مصطلح " كل" هنا يفيد العموم، وما يؤكد ذلك، هي الأمثلة التي ضربها المشرع في الجملة الموالية، و التي تبدأ بعبارة " لاسيما"، مفاد ذلك هو التأكيد على أن أشكال العلامة جاءت على سبيل المثال و ليس على سبيل الحصر.

و الأمثلة التي قدمها المشرع بخصوص أشكال العلامات هنا، يمكننا تقسيمها إلى ثلاث فئات :

الفئة الأولى : العلامات الاسمية.

و قد اعتبرها المُشرع بأنها تلك الرموز القابلة للتمثيل الخطي مثل الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص و الأحرف و الأرقام.

و بالتالي يمكن لمودع طلب التسجيل إيداع طلبه لاستعمالاسمه العائلي كعلامة، بشرط عدم تسبيب ضرر للغير – مثل القضية المطروحة أمام محكمة وهران، القسم التجاري، 18 جوان 21977، ، في قضية بين "NESTLE" و "Société Industrielle Oranaise"باعتبار أن "MEHOR" هو اسم عائلي، و علامة "KHOLER" هي علامة مميزة، و بالمقارنة بين علامة "KHOLER"و الإسم العائلي "MEHOR" موضوع على غلاف المنتوج، يتضح بأن صاحب علامة "MEHOR" بذل جهدا من أجل تقليد علامة "KHOLER" من خلال طريقة الكتابة المتطابقة ، و ذلك لم يكن عفويا .

بخصوص الاسمفهناك عدة حالات أو أوجه ، وفي حالةالاسم المدني يستوي أن يكون استعماله لأنهالاسم الخاص بالمودع أو متطابق صدفة مع اسم الغير.

---

[1]. سميحة القليوبي، **الملكية الصناعية**، الطبعة السادسة، دار النهضة العربية، (د.ب.ن)، 2007، ص462.

[2] *المجلة الجزائرية 1978 ، العدد الأول، صفحة 227.*

أما بخصوص الاسم المستعار ، فيجب أن يكون هذا الاسم خاصا بالطالب و يتعامل به بالفعل، حيث يكون له الحق في طلب تسجيل هذا الاسم بحسن نية كعلامة تجارية يحرم أي شخص من الحق في طلب تسجيله كعلامة. و طبعا إذا سبق لأي شخص تسجيل هذا الاسم المستعار بحسن نية كعلامة يحرم الغير من الحق في طلب التسجيل طبقا لمبدأ الأسبقية.

و في حالة الاسم الخيالي فإنه يجوز استخدامهكعلامة مستمدة من اسم خيالي مبتكر ورد في مصنف أدبي أو مصنف سمعي أو سمعي بصري، على أن يكون ذلك بموافقة مسبقة من صاحب حقوق المؤلف و الحقوق المجاورة ، أو ذوي الحقوق[1].

دائما في سياق العلامات الاسمية يمكنها أن تكون على شكل أحرف أو على شكل أرقام أو الإثنين معا مثل علامة :7UP .

الفئة الثانية : الرسومات، الصور و الألوان .

قد يستخدم المودع رمزا معينا كعلامة تجارية لتمييز منتجاته و قد يكون هذا الرمز عبارة عن رسم مستمد مثلا من الطبيعة.

و قد تتخذ صورة معينة كعلامة، مثل إستخدام صورة معينة لأحد الأشخاص، بشرط استئذان صاحب الصورة[2]، في حال حياته و من ورثته في حال وفاته، مثل رسم صورة أحد اللاعبين أو أحد الزعماء على الملابس.

---

[1] مثل الوزارة أو الديوان الوطني لحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة باعتباره صاحب الإدارة الجماعية لحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة .

[2] باعتبارها حق لصيق بالشخصية

حيث أن الألوان كذلك يمكنها أن تكون الصفة الفارقة في العلامة، و هي حماية مستحدثة بمقتضى الأمر 06/03 و لم تكن محمية من قبل ،وبالتالي أصبح بالإمكان أن تقتصر العلامة كليا أو جزئيا على لون واحد أو أكثر من الألوان 1.

الفئة الثالثة : الأشكال المميزة للسلع أو التوضيب .

قد تتكون العلامة من شكل خاص لتغليف المنتجات أو العلب أو الزجاجات التي توضع فيها السلع طالما كان لها شكل متميز، كما هو الحال بالنسبة لزجاجات العطور أو المياه الغازية أو المعدنية؛ أو توضيب أو تغليف سلع لها شكل خاص.

كما قد تصدر السلعة في شكل معين خاص بها، فهل يجوز أن تتكون العلامة من هذا الشكل الذي تتكون منه السلعة ذاتها ؟

الواقع أنه إذا كان الشكل من مستلزمات السلعة، بمعنى أنه لا يجوز إنتاج السلعة إلا في هذا الشكل، فلا يمكن اتخاذ هذا الشكل علامة تجارية تؤدي إلى احتكار صاحبها استعمالها و حرمان الآخرين أبديا من إنتاجها، حيث يؤدي احتكار العلامة إلى منع الغير من إنتاج ذات السلعة.

أما إذا كان شكل السلعة ليس من مستلزمات إنتاجها، فيصلح كعلامة تجارية حسب المشرع الجزائري متى كان شكل السلعة يصلح بذاته علامة مميزة للمنتجات.

وهنا يكون المشرع الجزائري قد اعتمد مبدأ "معيار الشكل القابل للفصل عن الوظيفة"،و مفاده أن الرمز المتمثل في التوضيب و التغليف يمكن حمايته كعلامة متى كانت طبيعة السلعة لا تفرضه ، أما إذا كانت طبيعة السلعة تفرضه فلا يحمى كعلامة .

---

[1] *وأهم صور العلامة اللونية إثارة للجدل هي علامة اللون الواحد و كيف يمكنها أن تكون محلا للحماية .و إن كان عمليا فإن اللون الواحد يمكنه أن يضفي صفة التميز عن العلامة .*

و بالتالي لا يوجد مانع من اعتبار الشكل أو التوضيب محمي على أساس علامة، متى كان هذا الشكل مميزا و يصلح علامة لتمييز المنتجات عامة، إلى جوار اعتباره نموذجا أو رسمًا صناعيًا و خضوعه بالتالي لكلتا الحمايتين ، من جهة الحماية على أساس العلامة ومن جهة أخرى الحماية على أساس الرسم و النموذج الصناعي.

المبحث الثاني: تسجيل العلامة

مما لا شك فيه أنه للحفاظ على العلامة وجب تسجيلها في السجل التجاري، والذي يعتبر سجل عما تمسكه حصة رسمية معدة لتدوين جميع البيانات التي تتعلق بالمؤسسات التجارية والتجار، لإثبات ما يطرأ على هذه المؤسسات وعلى أصحابها من تغييرات مادية وقانونية[1].

المطلب الأول: شروط تسجيل العلامة وأهميته

لتسجيل العلامة شروط واجب توفرها وتتمثل هذه الشروط في الآتي:

الفرع الأول: شروط تسجيل العلامة

لتسجيل العلامة يجب توفر الشروط التالية:

- **تميز العلامة:** أي أن تكون لها ذاتية خاصة تميزها عن غيرها من العلامات الأخرى المستخدمة للسلع المماثلة، والعلامة لا يمكن أن تؤدي وظائفها إلا إذا اشتملت فعلا على بعض الخصائص التي تميزها عن غيرها من العلامات المماثلة، فالتميز هو أساس الحماية والحكمة من استلزامه هو تحقيق الغاية الأساسية من العلامة التجارية بتمييز المنتجات والسلع والخدمات[2].
- **جدة العلامة:** أي أن تكون العلامة جديدة في شكلها العام، بحيث لم يسبق استعمالها أو تسجيلها داخل إقليم الدولة على سلع أو منتجات أو خدمات واحدة من طرف شخص آخر[3]، فالجدة المقصودة في هذا الخصوص ليست الجدة المطلقة في خلق وابتكار العلامة وإنما المقصود وهو الجدة في التطبيق على

---

[1]. قحطان سلمان رشيد، **الحماية القانونية لحق المخترع ومالك العلامة التجارية**، الجاظ، بغداد، ص 66.

[2]. ج.ربير، ر.روبلو، **المطول في القانون التجاري**، ترك منصور القاضي، ط02، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2011، ص658.

[3]. حسام الدين عبد الغني الصغير، **الجديد في العلامات التجارية**، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008، ص91.

نفس السلع، وألا تكون العلامة قد تم استعمالها من جانب منافس آخر، وينتج عن ذلك أن العلامة تعتبر جديدة، ولو سبق استعمالها على نوع آخر من السلع أو الخدمات، كما لا تفقد العلامة التجارية عنصر الجدة إذا سبق استعمالها وتم التخلي عنها من طرف صاحبها أو لم يقم بتجديد تسجيله[1]، كما أن شرط الجدة محصور بنوع معين من المنتجات ومربوط بحيز زماني ومقيد بقيد زماني، حتى يتم فتح المجال لصاحب العلامة للمطالبة بحق الأسبقية فيها، وذلك من حيث:

1- **نوع المنتجات:** فيشترط أن لا تكون العلامة قد سبق استعمالها للدلالة على منتجات مماثلة أو شبيهة لها أو حتى من صنفها، فاستخدام علامة لتمييز منتجات معينة لا يمنع الغير من استخدامها لتمييز منتجات أخرى متى كانت مختلفة عنها، لأنه لا ينشأ عن هذا الاستعمال أي خلط أو التباس في ذهن الجمهور، غير أنه لا يجوز استخدام علامة يستعملها الغير لسلعة مختلفة من حيث طبيعتها إذا كان يخشى أن يعتقد الجمهور بوحدة مصدر السلعتين.

2- **من حيث الزمان:** فالعلامة وإن استعملت من شخص آخر حتى ولو على نفس المنتج تعد جديدة وتتمتع بالحماية متى تخلى صاحبها الأول عن استعمالها فترة من الزمن أو لم يقم بتجديد تسجيلها وفقا للشروط القانونية الخاصة بتسجيل العلامات[2].

3- **من حيث المكان:** من الضروري ألا تكون العلامة قد سبق استعمالها في نفس الإقليم، فالجدة تقدر بالنظر إلى إقليم الدولة بكامله، وليس بالنظر إلى مكان إنتاجها، لأن تصريف المنتجاتلا يقتصر على مكان إنتاجها بل يشمل إقليم الدولة بأسره، والعلامة المودعة ببلد ما لا تحول دون استخدامها في بلد آخر إلا في حالة وجود اتفاقية دولية تقضي بغير ذلك[3].

- **مشروعية العلامة:** ويقصد بالمشروعية عدم مخالفة العلامة للنظام العام والآداب العامة أو ممنوعة قانونا، فلا يمكن أن تتضمن العلامة عبارات أو صور مخلة بالآداب، وتعتبر العلامة غير مشروعة

---

[1]. حمادي زوبير، مرجع سابق، ص66.

[2]. حمدي غالب الجغبير، مرجع سابق، ص ص73، 74.

[3]. حمادي زوبير، مرجع سابق، ص67.

متى كانت مخالفة للنظام العام أو الآداب العامة في الدولة المراد تسجيلها بها، حتى وإن لم تكن كذلك في دولتها الأصلية[1]، كما تعتبر العلامة غير مشروعة إذا انطوت على غش، كأن تحتوي على بيانات كاذبة عن مصدر السلعة أو أوصافها حتى يسهل تسويقها[2]، لأن ذلك يؤدي إلى تضليل الجمهور.

• **قابلية العلامة للتمثيل الخطي:** لقد نصت المادة 2 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، أن العلامات هي كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، أي أن تكون مكتوبة من جهة، وظاهرة بصورة مادية ملموسة من جهة ثانية[3]، والمشرع الجزائري يشترط إذا كانت العلامة التجارية مكونة من كلمة أو كلمات أن تكون مكتوبة سواء أكانت الكتابة باللغة العربية لوحدها أو مقترنة بلغة أجنبية[4].

الفرع الثاني: أهمية تسجيل العلامة

لتسجيل العلامة أهمية بالغة تكمن في:

✓ السجل التجاري يعتبر أولا أداة استعلامية هامة إذ أنه يبيح للغير الحصول على معلومات عن كل مؤسسة تجارية أو مشروع تجاري فردي أو جماعي لغرض الاطمئنان على سلامة المعاملات والعقود قبل إبرامها من المؤسسة أو المشروع التجاري.

✓ يعتبر السجل التجاري من جهة أنه أداة إحصائية فعالة للدولة، إذ تتمكن من خلاله الصول على إحصاءات دقيقة عن حالة التجارة من حيث أهمية رؤوس الأموال المستعملة فيها ونسبة المؤسسات التجارية.

✓ يؤدي السجل التجاري كذلك وظيفة اقتصادية تلعب دورا ملموسا في عملية التخطيط الاقتصادي.

---

[1]. صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص142.

[2]. Albert Chavanne, Jean-Jacques Burst, op. cit, p 538.

[3]. سلامي ميلود، مرجع سابق، ص76.

[4]. محمد حسين إسماعيل، **الحماية الدولية للعلامة التجارية**، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، 1978، ص87.

✓ يؤدي السجل أخيراً وظيفة إشهار في المواد التجارية(الوظيفة القانونية) إذا تعبير البيانات المدونة فيه بالضرورة حصة على الغير وبالمقابل فإنه لا يمكن الاحتجاج ببيان لم يقيد في السجل على الغير مالم يكن يعلمه عن طريق أخر.

✓ من الضروري قيام تشريعات جديدة لحماية البضاعة والتجارة[1].

المطلب الثاني: آثار تسجيل العلامة

يترتب على تسجيل العلامة آثار قانونية هامة، سنتطرق إليها في الفروع التالية:

الفرع الأول: اكتساب الحق في العلامة

-عند استيفاء جميع الشروط الموضوعية والشكلية للتسجيل يصبح صاحب العلامة متمتعا بحماية قانونية لحقه في العلامة وهو ما يخوله جملة من الحقوق عليها كاحتكار استغلالها والتصرف فيها كافة التصرفات الجائزة قانونا.

أولا- استئثار استغلال العلامة: إن من قام بتسجيل العلامة لدى المصلحة المختصة هو مالك لها، وله الحق وحده أن يستعملها على السلع والخدمات، التي يعينها لها طيلة المدة القانونية المحددة بعشر 10 سنوات قابلة للتجديد وهذا بنص المادة 05 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات في التشريع الجزائري[2]، لذلك فإن حق احتكار العلامة يعتبر حقا مؤقتا وليس دائما وحق نسبي وليس مطلق[3]، أي أن المشرع يبقى الحق في العلامة محدد ومقترن بعملية التجديد فإذا لم يقم صاحب العلامة بإعادة تسجيلها ودفع الرسوم المستحقة يؤدي ذلك إلى شطبها وزوال الاستئثار بها[4].

---

[1]. فحطان سلمان رشيد، مرجع سابق، ص ص67-78.

[2]. أنظر نص المادة 05 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات.

[3]. فرحة زراوي الصالح، مرجع سابق، ص 253.

[4]. حمادي زبير، مرجع سابق، ص 106.

ثانيا- حق التصرف في العلامة: هناك اختلافات في الآراء الفقهية حول إمكانية التصرف في العلامة، فنجد جانب من الفقه تبنى فكرة التصرف في العلامة وحدها دون أن يرتبط ذلك بالمحل التجاري، ويستندون في ذلك على أن التصرف في العلامة بصفة مستقلة عن المحل التجاري لا تؤدي إلى خطر غش الجمهور أو تضليله، في حين يذهب جانب إلى عدم التصرف في العلامة بصورة مستقلة عن المحل التجاري ويبررون ذلك بالقضاء على اللبس أو الغش، وهناك اتجاه أخر يقف موقفا وسطا بين الاتجاهين السابقين، يرى أنه يجوز التصرف في العلامة بصورة مستقلة عن المحل التجاري، بشرط أن لا يحدث ذلك لبسا فيؤدي إلى خداع المستهلكين، وهذا ما ذهب إليه المشرع الجزائري فهو يقر التصرف في العلامة بصورة مستقلة عن المحل التجاري لكن دون أن يكون الغرض منه تضليل الجمهور أو الأوساط التجارية، وهذا ما نستنتجه من نص المادة 14 من الأمر 06/03، وترد على العلامة عدة تصرفات فيمكن التنازل عن العلامة أو رهنها كما يمكن أن تكون موضوع رخصة.

1- **انتقال الحق في العلامة:** لقد اشترط المشرع الجزائري لانتقال الحق في العلامة تحت طائلة البطلان الكتابة وإمضاء الأطراف في عقود النقل أو رهن العلامة، وذلك وفقا لنص المادة 14 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، كما أنه يمكن أن تنتقل العلامة إلى الورثة عند وفاة مورثهم باعتبارها أحد حقوق الملكية الصناعية فيجوز أيضا التصرف بها، كما أوجب قيد نقل تلك الحقوق في سجل العلامات لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، ولا يكون النقل نافذا في مواجهة الغير إلا منذ تاريخ تسجيله في سجل العلامات الذي يمسكه المعهد[1].

2- **رهن العلامة:** يجيز المشرع الجزائري لصاحب العلامة أن يتنازل عن حقوقه المتصلة بها، بصورة مستقلة أو مقرونة بالعناصر الأخرى التابعة للمتجر، كما يجيز أيضا انتقال العلامة عن طريق الرهن، إما أثناء التنازل عن المتجر أو رهنه، لكونها عنصرا من عناصره المعنوية وإما بصورة مستقلة عنه[2]، ويعتبر

---

[1]. أنظر: المادة 14 من الأمر 06/03 المتعلق العلامات.

[2]. حمادي زوبير، مرجع سابق، ص 106.

المشرع الجزائري أنه في حالة ما إذ لم يعين صراحة، وعلى وجه الدقة في العقد ما يتناوله الرهن، فإنه لا يكون شاملا إلا العنوان والاسم التجاري و الحق في الإيجار والزبائن والشهرة التجارية، أما إذا احتوى الرهن على المحل التجاري وفروعه فيجب تعيينها ببيان مركزها على وجه الدقة، ويتم تسجيلها في السجل التجاري، كما يتم إجراء قيدها وفقا للتشريع المتعلق بالملكية الصناعية، وفي حالة مخالفة هذا الإجراء فيعد الرهن باطلا، وإذ تم رهن العلامة بصورة صحيحة يكون للدائن المرتهن حق الحصول على سند الرهن يثبت له حقه، وليس له حق حبس العلامة لأنها احد عناصر الإنتاج كما أنه ليس من حق الدائن المرتهن استغلالها[1].

3- **رخصة استغلال العلامة:** في ظل المواد 16، 17، 18 من الأمر 03 -06 المتعلق بالعلامات يمكن أن تكون العلامة محلا لعقد الترخيص، والذي بموجبه يسمح صاحب الحق في العلامة للمرخص له باستغلال العلامة بعوض أو بغير عوض، ويمكن أن يكون الترخيص كليا أو جزئيا، ويجب أن يتضمن عقد الترخيص المبرم العلامة ومدة الترخيص والإقليم الذي يمكن استعمال العلامة في مجاله، كما يجب قيد الرخصة في سجل العلامات لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية[2].

4- **تقديم العلامة كإسهام في الشركة:** أي يجوز تقديم العلامة مقترنة بالمحل التجاري، ويكتسب الشريك أو صاحب العلامة بذلك حصة من الشركة، وتخضع هذه العملية للإحكام العامة المشتركة للشركات التجارية المتعلقة بالأموال المقدمة عينا، كما يجوز تقديم العلامة إما على سبيل الملكية فتسري عليها أحكام البيع، وإما على سبيل الانتفاع، فتطبق عليها أحكام عقد الإيجار، ويترتب على ذلك أنه قد تخرج الحصة من ذمة صاحب العلامة لتدخل في ذمة الشركة، فلا يحق للمعني عند انحلال اخذ العلامة من جديد، كما قد لا تكتسب الشركة في هذه الحالة إلا الحق في استغلالها: ويحق لمالكها عند انحلال العلامة التجارية أن يتصرف في علامته وفق شروط وإجراءات معينة[3].

---

[1]. فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص 253.

[2]. كحول وليد، **العلامة ووسائل حمايتها في التشريع الجزائري**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2007، ص 63.

[3]. حمادي زوبير، مرجع سابق، ص 109.

الفرع الثاني: انقضاء الحق في العلامة

إن الحق في العلامة حق مؤقت وليس دائم، كما قد يتمتع بصفة الاستمرارية أي الاحتفاظ به إلى ما لا نهاية ما دام صاحب العلامة يقوم بالإجراءات التي يتطلبها القانون لحفظ ذلك الحق بصفة دورية، وهي إجراءات تجديد تسجيل العلامة حسب الأصول المقررة في هذا الشأن، إلا أن الحق في العلامة قد ينقض لسبب أو لآخر وقد تكون أسباب إرادية أو لأسباب خارجة عن إرادة صاحبها[1].

أولا- أسباب إرادية: وقد تكون بـ:

1- **عدم تجديد التسجيل:** تجري حماية ملكية العلامة لمدة عشر سنوات (وفقا للتشريع الجزائري)، إلا أنه يجوز لصاحبها تجديد إيداعه حتى تستمر الحامية القانونية، فصاحب العلامة ملزم بطلب تجديد الإيداع في مهلة (06) ستة أشهر التي تسبق انقضاء التسجيل أو الستة أشهر على الأكثر التي تلي هذا الانقضاء، وإلا فقد حقوقه.

2- **التخلي عن العلامة:** يجوز لصاحب العلامة أن يطلب من المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية التخلي أو العدول عن تسجيل العلامة لكل أو جزء من السلع أو الخدمات التي سجلت من أجلها، وذلك بشرط أن يتم تسجيله في سجل العلامات، ثم نشره من أجل إعلام الغير ويسري مفعول التخلي ابتداء من يوم تسجيله، ويلجأ صاحب العلامة إلى التخلي عن علامته كليا أو جزئيا إذ رأى عدم فائدة من وجود تسجيلها وأنها أصبحت غير فعالة في تمييز سلعه أو خدماته أو عند تغييره لنشاطه فيصبح لا معنى لها[2].

ثانيا- انقضاء العلامة لأسباب خارجة عن إرادة صاحبها: يمكن أن ينقضي الحق في العلامة لسبب خارج عن إرادة صاحبها عندما يحتج ضده بعدم صحة الإجراءات الإيداع أو التسجيل فيؤدي ذلك إلى

---

[1]. فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص ص 242.

[2]. رمزي حوحو، كاهنة زواوي، **التنظيم القانوني للعلامة في التشريع الجزائري**، مجلة المنتدى القانوني، العدد الخامس، جامعة بسكرة، 2008، ص 42.

فقدان حقوقه التي كان يتمتع بها إذا ما صدر قرار بطلان التسجيل من الجهة القضائية المختصة، وقد تسقط حقوقه في حالة عدم استغلاله للعلامة.

1- **بطلان التسجيل:** وفق ما جاءت به للمادة 20 من الأمر 06/03 فإنه يمكن الجهة القضائية المختصة إبطال تسجيل العلامة بأثر رجعي من تاريخ الإيداع وذلك بطلب من المصلحة المختصة أو من الغير عند تبيين بأنه كان لا ينبغي تسجيل العلامة لسبب من الأسباب المذكورة في المادة 07 من هذا الأمر[1]، ويجب أن يكون التسجيل صحيحا حتى يتمتع صاحب العلامة بحقوق شرعية على السمة المختارة كعلامة قصد تمييز منتجاته أو خدماته[2]، حيث أنه لا يمكن للمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية أن يقوم من تلقاء نفسه بإبطال علامة مسجلة إلا بموجب حكم قضائي[3]. في حين إذا كانت هناك علامة فاقدة لشرط التميز قبل تسجيلها، ثم انتسبت هذه الصفة بعد قيد تسجيلها في سجل العلامات لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية فإنه لا يمكن إقامة دعوى لإبطال تسجيل هذه العلامة على أساس أنها لم تكن تتمتع بصفة التميز[4].

2- **عدم الاستعمال** حسب ما جاء في نص المادة 11 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات فإنه إذا لم يقم مالك العلامة المسجلة باستعمالها استعمالا جديا لمدة تزيد عن 03 ثلاث سنوات متتالية دون انقطاع، ترتب عن ذلك إبطالها، ويسقط حقه في العلامة إلا إذا قدم مالك العلامة مبرر قبل انتهاء هذا الأمل، أما إذا أثبت مالك العلامة أن ظروفا عسيرة لم تسمح له باستعمالها وقدم الحجة على ذلك قبل انتهاء الآجال القانونية، يمكن أن يمنح له أجل إضافي لاستعمالها لا يتجاوز السنتين،[5]. والاستعمال الجدي للعلامة يجب

---

[1]. أنظر: المادتين 07، 20 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات.

[2]. فرحة زراوي، مرجع سابق، ص 244.

[3]. سمير جميل حسن الفتلاوي، **الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، (د.س.ن)، ص313.

[4]. أنظر المادة 20 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات.

[5]. أنظر المادة 11 من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات.

أن لا يكون استعمالا رمزيا فقط بل يجب أن يكون استعمالا يجسد الوظيفة الأساسية للعلامة التي تضمن للمستهلك التعريف لحقيقته السلع أو الخدمات[1].

المطلب الثالث : شروط العلامة .

الفرع الأول :الشروط الموضوعية

حتى تتمتع العلامة بالحماية المقررة لها قانونا، يجب أن تتوفر فيها مجموعة من الشروط تكسبها وجودا واقعيا و بالتالي تتمتع بالحماية من أي تعد عليها، و منه يجب أن تكون قابلة للتمثيل الخطي ذات صفة مميزة و أن تكون جديدة لم يسبق استعمالها. إضافة إلى وجوب كونها مشروعة، لا تخالف القانون أو النظام العام أو الآداب العامة و هذه الشروط تعتبر من الشروط الموضوعية الواجب توافرها في العلامة التجارية حتى تكون خاضعة للحماية المقررة قانونا، إذ إن المبدأ في قانون العلامات يكمن في حماية الجمهور من الغش و الخداع و التضليل الذي قد يتعرض له نتيجة أي اعتداء عليها و حماية مالك العلامة.

الفقرة الاولى: القابلية للتمثيل الخطي :

نظرا أن كل أشكال العلامات التي تطرقنا لها يمكن إدراكها عن طريق حاسة النظر، بحيث يتم التعرف عليها باستخدام هذه الحاسة؛ إلا أنه يُثار التساؤل حول مدى إمكانية تسجيل العلامات الصوتية أو العلامات الخاصة بحاسة الشم ؟

و باعتبار أن التعريف الذي أعطاه المُشرع للعلامة هو "كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي" فهو استبعاد ضمني للعلامة الخاصة بالشم و العلامة الصوتية من الحماية1.

---

[1]. رمزي حوحو، كاهنة زواوي، مرجع سابق، ص 43.

و من الأنسب لو أضفى المُشرع الحماية على العلامات الصوتية لأنها سهلة التمييز، خاصة

و أنه في بعض الحالات يمكن تكييفها كمصنفات حق المؤلف و الحقوق المجاورة، و بالتالي فهي سهلة الإدراك، و بالإمكان أن تتمتع بحماية مضاعفة.

عكس العلامة الخاصة بحاسة الشم، فسياسة المشرع الجزائري هنا هي سياسة محمودة، نظرا لاستثنائه لهذا النوع من العلامات من الحماية ، خاصة مع التشابه بين روائح العديد من العطور.

و من أجل التمييز بين هذه الروائح يجب الاتصاف بسمة عالية من المعرفة المتوفرة لدى الخبير فقط، و غير متوفرة لدى جمهور المستهلكين الذين يشترط فيهم الحرص المتوسط و ليس الانطواء على جانب كبير من التقنية.

الفقرة الثانية:الصفة المميزة

و مفاد هذا الشرط أن العلامة أيا كان شكلها أو صورتها يجب أن تتصف بصفات تميزها. فيشترط في العلامة أن تكون لها ذاتيتها الخاصة تميزها عن العلامات الأخرى المستخدمة للسلع و الخدمات المماثلة.

و اشتراط هذه الصفة للعلامة أمر أساسي حتى تؤدي العلامة الغرض من استخدامها. فوظيفة العلامة هيالتمييز لجمهور المستهلكين و تمكينهم من التعرف على السلع و الخدمات التي يفضلونها بما تحمله من علامة مميزة. كما أن من وظيفتها حماية صاحبها من منافسيه الذين ينتجون أو يبيعون سلعًا

ويرى جانب من الفقه بأن منح علامات الرائحة و الصوت حماية القانون لايجب أن يطرح أي إشكال، كما أنه يمكن التمسك بضرورة التعبير عنها بشكل قابل للإدراك بالبصر أو التمثيل الخطي، ويكون ذلك من خلال التعبير عن الرائحة أو الصوت بكتابة بيانية و رقمية ، إلا أن هذا الرأي لا يمكنه أن يلقى صدى من خلال التطبيقات القضائية، و لا حتى التسجيلات أمام المصلحة المختصة ، باعتباره مستبعد بداية من قبل المشرع.

ويقدمون خدمات مماثلة. و من والواضح أن العلامة لا يمكن أن تؤدي هذه الوظائف إلا إذا اشتملت فعلا على بعض الخصائص التي تميزها عن غيرها من العلامات المماثلة.

و بناءا على ذلك لا تكون العلامة محلا للحماية القانونية، إلا إذا كانت ذات صفة مميزة فلا تعد علامة صحيحة العلامة المجردة من أية صفة مميزة تتألف من أشكال شائعة.

و ذلك بأن لا تكون العلامة شائع استعمالها و أن يكون لها ذاتيتها و صفاتها الخاصة لمنع وقوع العملاء في الخلط بين المنتجات التي تحمل علامة مشابهة.

و من قبيل العلامات التي لا تكون قابلة للحماية القانونية ما تسمى بالعلامات الضرورية لأنها تعتبر جزءا من اللغة التي يمتلك الجميع حق استعمالها و هي عادة تستعمل في التجارة للدلالة على المنتجات التي تتكون من التسمية المعتادة ذلك أنه لا يمكن منع الغير من استعمال مثل هذه التسمية التي تعرف بها السلعة لدى الجمهور.ومثال ذلك وضع علامة parfumعلى منتج العطر ، ويطلق عليها العلامة الوصفية أي العلامة التي تحمل اسم المنتج.

وهذه العلامات محظورة حتى لا يكون احتكار لصاحب العلامة الوصفية على العلامات المنافسة.

و يلحق بهذه العلامة تلك التي تفقد شهرتها لتصبح دلالة على المنتج ذاته خصوصا في المستحضرات الطبية و الأدوية التي تحمل علامة أسماءها الكيميائية المستمدة من العناصر الأساسية الداخلة في تركيبها ، مثل العلامة "أسبيرين" في مجال الأدوية حيث فقدت وظيفتها لتمييز هذا النوع من المسكنات و أصبحت دلالة على أي مسكن آخر من أنواع المسكنات. لذلك تحرص الشركات الكبرى صاحبة العلامات المشهورة على عدم فقد تمييزها للمنتجات محل العلامة خشية أن تصبح دلالة على منتج فقط .

كذلك و تفاديا لتضليل الجمهور بشأن المصدر فلا يجوز وضع علامة "أمريكا" على منتج جزائري حتى لا يولد التباس في ذهن المستهلك يمكنه أن يؤدي إلى تضليله بخصوص السلعة أو الخدمة هل هي سلع و خدمات جزائرية أم أجنبية .

و بالتالي فلا تعتبر من قبيل العلامات القابلة للحماية العلامات التي تتكون من بيانات أو شارات تدل على صفة المنتجات أو مصدرها أو العناصر المكونة لها .

و إذا لم تكن العلامة مميزة فقدت الشرط الأساسي للحق في العلامة و بالتالي فقدت استحقاقها للحماية القانونية.

و لا يقصد من اشتراط تمييز العلامة أن تتخذ شكلا مبتكرا أو عملا فنيا مبهرا و إنما كل ما يقصد هنا هو تمييز العلامة عن غيرها من العلامات التي توضع على ذات السلع لمنع حصول لبس لدى المستهلك العادي.

و لما كانت العلامة التجارية وسيلة لتمييز المنتجات و السلع وهذا ما يتحقق بالمغايرة بين العلامات التي تستخدم في تمييز سلعة معينة بحيث لا يقع المستهلك بالتضليل و الخداع، و من أجل ذلك وجب لتقدير ما إذا كانت للعلامة ذاتية خاصة متميزة عن غيرها بالنظر إليها في مجموعها، إذ العبرة بالصورة التي تنطبع بالذهن نتيجة لتركيب هذه الحروف أو الرموز أو الصور مع بعضها، و بالشكل الذي تبرز به علامة أو أخرى بصرف النظر عن العناصر التي تركبت منها و عما إذا كانت الواحدة منها تشترك في جزء أو أكثر مما تحتويه الأخرى.

و لتقدير ما إذا كانت العلامة مميزة و لها ذاتيتها الخاصة، فهو أمر يرجع للمحكمة ، و عليها في ذلك أن تنظر إلى العلامة التجارية في مجموعها لا إلى العناصر التي تتكون منها. فقد تشترك علامتان في عناصرهما

أو ألوانهما و مع ذلك لكل منهما أوضاع ذاتية معينة تميزها عن الأخرى. و يراعى أن تقدير ذاتية العلامة يكون وقت تسجيلها.

وبخصوص العناصر الاحتكارية للعلامة و المشكلة للتميز فإن عبارة (كوكونوت) مثلا لا يمكن اعتبارها علامة صنع، لأنها تعني (جوز الهند) الذي يدخل ضمن المركبات الأساسية التي تحتويها المستحضرات التجميلية والذي يشترك فيه جميع منتجي هذه المستحضرات ، ولا يجوز احتكاره من طرف أي شركة[1] .

الفقرة الثالثة: الجدة:

يشترط لاكتساب العلامة للحماية المقررة أن تكون جديدة، بحيث لا تشبه أي علامة سبق تسجيلها داخل إقليم الدولة على نفس البضائع. فإذا استخدمت علامة لتميز منتجات معينة فلا يجوز استخدامها لتميز منتجات مماثلة أو مشابهة لها، و إن جاز استعمالها لتميز سلعة مختلفة عنها.

وبخصوص المشرع الجزائري وعند تبنيه للجدة من خلال المادة 07 فقد اشترط عدم سبق الاستعمال حتى إذا تعلق الأمر بالعلامات الساقطة في الميدان العمومي ، فلا يجوز تسجيلها كعلامة جديدة .

---

[1] *ضف إلى ذلك فإن التركيب الأساسي المستعمل لإنشاء المستحضر يجب أن يلاحظ بصفة غير مبهمة ودقيقة ملصق على العلبة المحتوية على مستحضرات تصفيف الشعر .*

وباعتبار أن علامة (كوكونوت) ليست علامة وإنما مركب أساسي فإنها لا يمكن أن تكون احتكارية لشركة (إيلايس) ضد شركة (أنالانطا)، وذلك ما توصلت إليه المحكمة العليا من خلال القرار رقم 254727 الصادر بتاريخ 2001/06/20و القاضي بقبول الطعن شكلا و رفضه موضوعا ، وذلك بعدما طعنت الشركة ذات المسؤولية المحدودة (ك.ا) عن طريق النقض بتاريخ 2000/06/04 في القرار الصادر عن مجلس قضاء الجزائر في 1998/10/19 القاضي بتأييد الحكم المستأنف الصادر في 1997/10/18 عن محكمة باب الوادي الذي قضى برفض دعوى المدعي لعدم التأسيس .

تفاصيل القضية في المجلة القضائية لسنة 2003، العدد 2، ص208.

فالجدة المقصودة في هذا الخصوص ليست الجدة المتمثلة في خلق و ابتكار العلامة و إنما المقصود هو الجدة في التطبيق على ذات السلعة أو الخدمة أي عدم سبقاستعمالها على المنتجاتو الخدمات"l'Absenced'antériorité".وينتج عن ذلك :

أن العلامة تعتبر جديدة حتى ولو سبق استعمالها على نوع آخر من السلع. فالعبرة باستعمال العلامة على ذات السلع و الخدمات المراد وضعها عليها أي السلع و الخدمات المماثلة. و بناءا على ذلك لا تفقد العلامة جدتها إلا إذا سبق استعمالها على السلع المماثلة أو المتشابهة من منتج أو تاجر منافس مثلا. أما مجرد نقل العلامة التجارية السابق استعمالها في نوع آخر مخالف تماما للسلع المراد وضعها عليها فلا يفقد عنصر الجدة المطلوب توافرها في العلامة التجارية.

ويشترط في العلامة التجارية حتى تتمتع بالحماية جدتها من حيث المكان و الزمان :

الجدة من حيث المكان : يشترط في العلامة التجارية حتى تتمتع بالحماية الجزائية جدتها من حيث المكان، و تقدير الصفة النسبية لجدة العلامة يكون بالنظر لإقليم الدولة، و ليس بالنظر لمكان معين كمكان الإنتاج مثلا، بحيث تعتبر العلامة جديدة إذا لم يسبق استعمالها داخل إقليم الدولة بأكمله، فإذا استخدمت مثلا العلامة التجارية على سلعة معينة في دولة "أ" فلا يحول دون استخدامها لتمييز سلعة مماثلة من ذات النوع في دولة "ب" .

الجدة من حيث الزمان : يتخذ شرط الجدة طابعا مطلقا من حيث الزمان ويلزم أن تكون العلامة جديدة كل الجدة ولم يسبق استعمالها، بل لا تعتبر جديدة إذا كان قد سبق استعمالها من قبل شخص آخر ثم أوقف هذا الاستعمال لفترة طويلة أو سبق أن انتهت مدة حماية العلامة المترتبة على تسجيلها دون أن يطالب مالكها بتجديد تسجيلها بعد أن يقع على عاتق المستعمل السابق للعلامة، وبالتالي فلا تكون

حسب المُشرع الجزائري مدة التخلي العلامة أو عدم استعمالها كفيلة بتمييز المستهلك بين السلعة التي كانت تستخدم عليها العلامة في الماضي و السلعة الجديدة التي يراد وضع العلامة عليها[1].

الفقرة الرابعة: المشروعية :

لا يكفي أن تكون العلامة مميزة ، جديدة وقابلة للتمثيل الخطي، و إنما يشترط أيضا أن تكون العلامة مشروعة. وتعتبر العلامة التجارية غير مشروعة إذا ما خالفت نصا قانونيا آمرا أو جاءت مخالفة للنظام العام أو حسن الآداب.

و تقضي التشريعات المتعلقة بالعلامات ومن بينها المشرع الجزائري2 برفض تسجيل الرموز المخالفة للنظام العام و للآداب. ويشير القانون النموذجي "للوايبوW.I.P.O"على هذا السبب لرفض التسجيل طبقا للمادة 1/5هـ . ويذكر هذا القانون على سبيل المثال الصور المخلة بالآداب وشعارات السلطات العامة و فضلا عن ذلك تحمي الدولة بصفة عامة أعلامها الوطنية و اسمها الرسمي و أسماء مؤسساتها الرسمية. و تقضي المادة 3/6 من اتفاقية باريس لعام 1883 بضرورة التزام الدول الأعضاء بحماية الإشارات أو الرموز التي تعلن عنها الدول الأعضاء و المنظمات الدولية الحكومية الأخرى الأمر الذي يترتب عليه عدم جواز استعمال هذه الإشارات كعلامة 3.

و كمثال آخر عن الرموز التي استثناها المشرع الجزائري من التسجيل وباتخاذ نفس النهج الذي اتخذته المنظمة العالمية للملكية الفكرية و اتفاقية باريس هي الرموز التي تنقل أو تقلد شعارات رسمية أو أعلام تمثل احتكارا على أصحابها، فهي إشارات أو رموز رسمية للدول أو المنظمات الدولية و الإقليمية فلا

---

[1] سبق توضيح الفكرة فيما يتعلق باشتراط الجدة حتى إذا تعلق الأمر بتسجيل الرموز المطابقة للعلامات الساقطة في الميدان العمومي .

[2] وفي حالة تسجيل الرمز بالرغم من مخالفته للنظام العام و الآداب العامة يترتب على ذلك جزاء الإبطال من قبل القضاء و سيتم الرجوع لهذه الحالة عند التطرق لزوال الحقوق أو سقوطها .

[3] و يلاحظ أن مفهوم النظام العام و الآداب قد يختلف من دولة لأخرى و من زمن لآخر.

يجوز مطلقا استخدامها لتمييز أي منتجات أو خدمات أيا كانت قيمتها أو نوعها أو طبيعة استخدامها إلا بترخيص مسبق.

إلا أن المشرع الجزائري خالف المشرع المصري و الذي حظر استعمال الإشارات الدينية أو ذات الأمر الديني كاستخدام أي شعار يمس أو يتعلق بديانة معينة، و ذلك حرصا على مشاعر الجمهور لرموزهم المقدسة لجميع المعتقدات الدينية.

و بالإضافة إلى حظر تسجيل رموز الهلال الأحمر أو الصليب الأحمر أو غيرها من الرموز المشابهة كعلامات .

و يهدف التشريع المصري من حظر استخدام هذه الرموز و الإشارات كعلامة إلى عدم إثارة اللبس بين خدمات هذه الجهات و المعروفة عالميا و بين أية خدمات أو منتجات أخرى بالإضافة إلى احترام و تبجيل هذا النوع من الخدمات التي تشير إليها هذه الرموز.

و بتوفر هذه الشروط الموضوعية يجب إتباع إجراءات معينة تتمثل في الشروط الشكلية .

الفرع الثاني :الشروط الشكلية .

من أجل احتكار الحق في العلامة لا بد من إتباع الإجراءات اللازمة أمام الإدارة المختصة و هي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية « I.N.A.P.I » ، والمتمثلة في الإيداع، التسجيل و النشر، و التي تم تناولها في الأمر 03-06 السالف الذكر و المرسوم التنفيذي 277/05 المؤرخ في 2 أوت 2005.

الفقرة الاولى: الإيداع

يتعلق بطلب التسجيل و إيداعه إما مباشرة أمام المصلحة المختصة أو عن طريق إرسال الطلب بشتى الطرق. أما بخصوص صاحب الطلب المقيم بالخارج فيجب أن يكون ممثلا من قبل وكيل.

الفقرة الثانية: الفحص

هو الإجراء الموالي للإيداع و الذي يكون من قبل الإدارة المختصة عن طريق التأكد من استيفاء الشروط الشكلية من جهة ، و من جهة أخرى استيفاء الشروط الموضوعية والتأكيد من خلوّ الرمز المودع من أسباب الرفض المنصوص عليها بالمادة 7 من الأمر 06/03.

و الواقع أنه يوجد ثلاثة نظم خاصة بفحص طلب تسجيل العلامات، فهناك النظام البريطاني الذي يعتمد على حصر دور مكتب التسجيل في فحص الأسباب الشكلية و أيضا الموضوعية و التحقق من الاعتراض على طلب التسجيل. و هذا النظام مطبق في بعض بلدان أوروبا الشمالية و أيضا في البرتغال و إسبانيا. و قد انتهجته الجزائر كنظام في تسجيل العلامات.

وهناك النظام الثاني الذي لا يقوم فيه المكتب المختص إلا بفحص الطلبات من الناحية الشكلية أي مدى توافر شروط الطلب الشكلية. و لا تنص هذه التشريعات على حق المكتب في إجراء الاعتراضات و إنما لصاحب المصلحة أي صاحب الحقوق الأولية على العلامة حق رفع دعوى إلغاء العلامة أمام المصلحة المختصة.

أما النظام الثالث، وهو النظام الوسط بين النظامين السابقين، فيقوم على أساس التزام المكتب أو الجهة الإدارية بفحص طلبات تسجيل العلامة من حيث توافر الشروط الشكلية مع الحق في الاعتراض الإداري الذي يمكن بمقتضاه لصاحب المصلحة من الاعتراض على الطلب الذي يرى فيه اعتداء على حقوقه . ويكون الاعتراض أمام الجهة الإدارية، و هو إجراء بسيط و غير مكلف لصاحبه. وعلى رأس هذا النظام الوسط ألمانيا.

أما إذا كانت مستثناة من التسجيل طبقا لمقتضيات المادة السابعة (07)، فيقدم مودعها ملاحظاته في أجل أقصاه شهرين (02) من تاريخ التبليغ، مع إمكانية التمديد لنفس المدة إذا كان الطلب معلل.

و لتقدير التشابه المنصوص عليه في المادة 7، تلجئ المصلحة المختصة إلى الأخذ بعين الاعتبار الموافقة الكتابية لصاحب الحق الأسبق1.

الفقرة الثالثة: التسجيل

هو الإجراء الموالي للإيداع و الفحص، و يكون عن طريق قيد التسجيل في سجل العلامات تمسكه المصلحة المختصة. مع التوضيح بأن المُشرع قد أعطى للتسجيل أثرا رجعيًا، يبدأ سريانه من تاريخ الإيداع؛ و الغرض من ذلك هو امتداد الحماية بخصوص المساس بحقوق صاحب العلامة.

وهو ما يمكن أن نلمسه من خلال حالة تسجيل علامة سبق تسجيلها فإن الآثار المترتبة تتمثل أساسا في زوال الحقوق ، والمتمثلة في شطب العلامة.

وفي هذا السياق فقد توصلت محكمة الجزائر إلى إصدار حكم بتاريخ 1997/02/25، والقاضي بأمر المركز الوطني للسجل التجاري بشطب إيداع العلامتين "الصفحات الصفراء " و"الدليل الأصفر " المودعتين لديه باسم شركة أرماكوم2.

وفي مقام آخر و بخصوص التسجيل القائم على أولوية الإيداع وفي سياق أولوية الإيداع ، فقد شطب القضاء تسجيل علامة "لحظة" المسجلة من قبل المؤسسة العمومية "إنابال " وهي مؤسسة وطنية للتموين بالمواد الغذائية إلا أن تسجيلها جاء لاحق للتسجيل الذي قامت به الشركة الفرنسية "برولكسيم"

---

[1] و هنا يطرح التساؤل أليس من الأنسب لو كان اللجوء إلى الخبرة، خاصة و أن الاستعانة بالخبرة تصبغه الموضوعية، عكس اللجوء لصاحب الحق الأسبق الذي غالبا مايكون موقفه منطوي على جانب كبير من الذاتية. الهدف من وراءها هو استبعاد كل إمكانية للمنافسة و المزاحمة في السوق من خلال استبعاد العلامات المنافسة.

[2] و ذلك بموجب محضر الإيداع رقم 56065 المسجل تحت رقم 50439 بتاريخ 1996/05/07 وبموجب محضر الإيداع رقم 968/680 المسجل تحت رقم 50440 بتاريخ 1996/05/07 وهوتلخص ما توصل إليه مجلس قضاء الجزائر الغرفة التجارية من خلال تأييد الحكم المستأنف حسب القرار الصادر بتاريخ 1997/01/24 تحت رقم 97/2856 ورقم الفهرس 97/6028.

وذلك بالرغم من استعمال شركة إنابال لعلامة لحظة لمدة تقارب 30سنة، إلا أن العبرة حسب مبدأ الأولوية هي بتاريخ الإيداع1.

الفقرة الرابعة: لنشر

وهو آخر إجراء بخصوص الشروط الشكلية و يخص تسجيل العلامة و تجديدها و يكون ذلك عن طريق القيد في النشرة الرسمية للعلامات.

و باكتمال هذه الإجراءات الشكلية يكون لصاحب العلامة حق استئثاري على علامته ، وقد ربط المشرع إمكانية الاستعمال بشرط التسجيل أو إيداع طلب التسجيل .

غير أن هذا الحق في الاستئثار بالعلامة يكون في مدة محددة و هي عشر (10) سنوات مع إمكانية التجديد في مهلة الستة (06) أشهر السابقة لانقضاء التسجيل أو على الأكثر الستة (06) أشهر الموالية للانقضاء.مع ضرورة إرفاق طلب التجديد بإثباتات استعمال العلامة، خلال السنة السابقة لانقضاء التسجيل .

هذا فيما يتعلق باكتساب حق العلامة ، أي الحقوق الاحتكارية المتعلقة بالعلامة ، أما عن انقضاء حق العلامة ، فيمكنه أن يكون بإرادة المودع بأن يعدل عن تسجيل العلامة ، أي يتخلى عن التسجيل لكل الخدمات و السلع المسجل فيها أو البعض منها فقط .

---

[1] *ومن أجل تفاصيل القضية الرجوع لحكم محكمة الجزائر ، القرع التجاري ، الصادر بتاريخ 2000/11/26 تحت رقم 2000/181 ورقم الفهرس 2000/2583 والذي يقضي بإلزام المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بإبطال العلامة التجارية لحظة المسجلة لفائدة المؤسسة العمومية الاقتصادية "انابال" وشطب تسجيل العلامة وقيده في السجل الخاص بالعلامات ونشر هذا الإبطال في المنشور الرسمي للملكية الصناعية وإلزام المدعي المؤسسة الاقتصادية والعمومية "انابال" بدفع للمدعية مبلغ قدره 500.000 دج كتعويض عن الضرر.*

كما يمكنه أن يكون بإرادة وطلب الغير أو المصلحة المختصة لإبطال التسجيل أمام القضاء المختص ، شرط أن لا تكتسب العلامة صفة التميز بعد التسجيل و يكون السبب مستمد من الحالات التي نص عليها المشرع في الاستثناء من التسجيل في المادة 07 .

مع العلم أن هذه الدعوى تتقادم بمرور خمس سنوات من تاريخ التسجيل ، إلا إذا تم طلب التسجيل بسوء نية . وفي نفس سياق الأسباب الناجمة عن المادة 07 (الفقرات 7،6،5،3) و في حالة بقاءها قائمة إلى غاية قرار الإلغاء فإنه يسري عليها الإلغاء من القضاء المختص و بطلب من المصلحة المختصة أو الغير ، شرط عدم اكتساب العلامة صفة التميز بعد التسجيل .

إلا أن هذا الشرط الأخير ، أي شرط التميز ، لا يأخذ به في حالة عدم استعمال العلامة الذي يكون بطلب من الغير بفوات مدة ثلاث سنوات دون استعمال ، مع إمكانية التمديد لسنتين في حالة الظروف العسيرة[1] .

[1] مع الإشارة أننا بالرجوع لنص المادة 11 نجدها تنص عن الإبطال ، إلا أن الأصح و المقصود هنا هو الإلغاء ، كون النص الفرنسي استعمل مصطلح révocation و هو الإلغاء ، هذا من جهة ، و من جهة أخرى فإن المادة21 التي أحالت للمادة 11 تتعلق بالإلغاء و ليس بالإبطال .

المبحث الثالث :التنازل عن الحقوق .

باعتبار أن حق ملكية العلامة هو حق نسبي كونه يقتصر على استثمار استعمال العلامة على نوع من السلع و الخدمات المخصص لوضع العلامة عليها لتمييزها عن غيرها دون الأنواع الأخرى من السلع و الخدمات .و بالتالي يستطيع الغير استعمال ذات العلامة لتمييز نوع آخر من البضائع دون أن يكون ذلك اعتداء على حق ملكية صاحب العلامة .

كما أن حق استئثار صاحب العلامة هو حق نسبي أيضا من حيث المكان حيث ينحصر فقط داخل إقليم الدولة التي تسجل فيها العلامة ، و بالتالي لا تمتد الحماية المقررة قانونا خارج إقليم الدولة ، فلا تتمتع العلامة بالحماية في الخارج إلا إذا كانت مسجلة وفق المعاهدات الدولية التي وضعت للحماية الدولية للعلامات أو كانت لها شهرة خاصة.

المطلب الأول: الحقوق المكتسبة من تسجيل العلامة

و يستطيع مالك العلامة أن يستمر في التمتع بالحماية القانونية طالما قام بتجديد تسجيل العلامة وحسب التشريع الجزائري المتعلق بالعلامات ومن نص المادة 14 فإنه بالإمكان نقل ملكية العلامة أو التنازل عنها أو رهنها دون نقل المؤسسة ، و بذلك فقد تبنى المشرع الجزائري نظرية الضمان و التي تقوم العلامة بموجبها بدور تحديد صفات المنتجات و تبيان خصائصها ، فالعلامة أداة تضمن توافر صفات و خصائص معينة في المنتجات و تبيان خصائصها ، فالعلامة أداة تضمن توافر صفات و خصائص معينة في المنتجات و الخدمات المقدمة . وعليه يمكن التصرف بالعلامة بمعزل عن المؤسسة .بموجب عقد الترخيص الاتفاقي الذي يعطي المرخص له إنتاج السلع التي تحمل نفس العلامة التي تميز السلعه .

و هو الموقف المتخذ من اتفاقية التربس من خلال نصها على حق صاحب العلامة في التنازل عنها للغير مع أو بدون المنشأة التي تعود العلامة إليها لصاحب العلامة الجديد .

و باعتبار أن عقد الترخيص هو عقد بين مالك العلامة التجارية (المرخص) و بين الشخص الأخر (المرخص له) بموجبه يسمح مالك العلامة لشخص أو أكثر بالاستعمال العلامة على كل أو بعض المنتجات أو الخدمات المسجلة عنها العلامة بمقابل ، فإن المشرع الجزائري من خلال نص المادة[16]

المطلب الثاني: الترخيص الاتفاقي للعلامة

الفرع الاول : الترخيص الحصري

هو عقد بين مالك العلامة التجارية يسعى المرخص و بين شخص آخر يرغب في استخدام تلك العلامة، بمقتضاه يكون للمرخص له وحده إستعمال العلامة محل العقد في منطقة جغرافية محددة و على منتجات معينة و بمقابل يتم الاتفاق عليه بين الطرفين.

و لا يجوز للمرخص أن يمنح ترخيصا آخر لذات العلامة على ذات المنتجات لشخص آخر. ولا أن يقوم المرخص نفسه باستغلالها على ذات المنتجات في نفس المنطقة الجغرافية و كذا في المدة الزمنية المتفق عليها.

الفرع الثاني : الترخيص غير الحصري

وفيه يجوز للمرخص أن يمنح ترخيصا آخر لذات العلامة على ذات المنتجات في نفس المنطقة الجغرافية لشخص أو لأشخاص أخرين.

الفرع الثالث : الترخيص الوحيد

ويعد هذا الترخيص بمثابة حل الوسط بين النوعين السابقين، حيث لا يجوز فيه للمرخص أن يمنح ترخيصا آخر لذات العلامة على ذات المنتجات لشخص أو لأشخاص آخرين في ذات المنطقة الجغرافية المتفق عليها و لكن يحق للمرخص نفسه أن يستعمل تلك العلامة على ذات المنتجات محل الترخيص أو غيرها في نفس المنطقة الجغرافية و المدة الزمنية المتفق عليها.

و بخصوص عقد الترخيص باستعمال العلامة فإن التشريعات الحديثة ومن بينها التشريع الجزائري يشترط الكتابة في العقد ، حتى يمكن قيده و تسجيله و النشر عنه في السجلات المخصصة لذلك. و ذلك حتى يكون عقد الترخيص حجة في مواجهة الغير .

وهذا العقد كبقية العقود يرتب التزامات في مواجهة أطرافه ، حيث يترتب على هذا العقد حق مالك العلامة في أن يرخص للغير باستعمال العلامة سواء عن بعض أو كل المنتجات و الخدمات المسجلة فيها . بمعنى أنه يجوز لمالك العلامة أن يقصر حق المرخص له في استعمال علامته على جزء فقط من المنتجات و الخدمات .

و يتضمن عقد الترخيص مدة العقد و تحديد النطاق الجغرافي لتسويق المنتجات أو تقديم الخدمات داخله دون غيره من المناطق . كما يتضمن التزام المرخص له بالامتناع عن جميع الأعمال التي قد يترتب عنها التقليل أو الإساءة من قيمة المنتجات أو الخدمات التي تميزها العلامة أو تحملها .

و يلتزم أيضا المرخص له بإعذار المرخص على الاعتداءات الواقعة على العلامة ، و عادة يتم الاتفاق في عقد الترخيص على تفويض و توكيل المرخص له قانونا برفع دعاوى حماية العلامة و الدفاع عنها و اتخاذ الإجراءات القانونية للحفاظ عليها ضد المعتدي . و يشترط عادة أيضا في عقد الترخيص على حق المرخص في مراقبة جودة السلع و الخدمات محل الترخيص باستخدام العلامة و متابعة هذا الاستخدام .

الفرع الرابع: عقد الترخيص وعقد الفرانشيز

وتجدر الإشارة إلى عدم الخلط بين عقد الترخيص باستغلال العلامة و عقد السماح الشامل أو كما يطلق عليه عقد الفرانشيز و الذي يرتبط بنقل التكنولوجيا من المانح إلى الممنوح إليه فيكون لهذا الأخير حق استخدام طرق ووسائل مانح الترخيص .بمعنى أن يكون له الحق باستعمال نظام تجاري متكامل بواسطة العلامة من جهة، و بواسطة الطرق و الوسائل التكنولوجية أو أسرار الصناعة و التجارة من جهة أخرى .

وهذا العقد منتشر خصوصا في مجال علامات الخدمة حيث يحصل الممنوح له على حق استعمال طرق فنية و إدارية مملوكة للمانح ، و عادة تستمر العلاقة العقدية بين طرفي العقد عن طريق إمداد الممنوح له بالمعرفة الفنية أو سر الصناعة أو التجارة . ونظرا لطبيعة عقد الفرانشيز و ارتباطه بتقديم المعرفة الفنية إلى الممنوح له فإن المانح ملزم بتقديم التكنولوجيا المتفق عليها مثل مجموع أسرار الخدمات و الإدارة و تدريب العاملين و طرق البيع التجارية ووسائله و هو ما يطلق عليه المعرفة الفنية ، أي كل الوسائل التي من شأنها تحقيق النجاح 1.

وبخصوص الاستغلال خارج إطار التنازل عن استغلال حقوق العلامة فإننا نقف عند القضية الشهيرة وهي " قضية أورنجينا" وتتلخص وقائعها وتنحصر حول نزاع أو خلاف بين كل من "الشركة المالية لمنتجات أورنجينا " هذا من جهة ومن جهة ثانية "مؤسسة المشروبات الغازية الجزائية "(ج.م) ومن جهة

---

[1] وقد تأثرت بذلك اتفاقية التريبس مؤكدة في المادة 39 فقرة أولى بشكل أكثر وضوحا من اتفاقية باريس على حماية المعلومات السرية (الأسرار التجارية والصناعية) عن طريق قواعد المنافسة غير المشروعة التي تنص عليها المادة 10 مكرر من اتفاقية باريس ، فلم يعد هناك محل لأي خلاف .

حيث تناولت المادة 39 (2) من اتفاقية التريبس الشروط العامة لحماية المعلومات غير المفصح عنها . وأوجبت توافر شروط معينة في المعلومات حتى يمكن حمايتها قانوناً وهي :

الشرط الأول : سرية المعلومات .

الشرط الثاني: القيمة التجارية للمعلومات نظرا لسريتها .

الشرط الثالث : اتخاذ حائز المعلومات تدابير جدية للمحافظة على السرية .

أخرى المؤسسة ذات المسؤولية المحدودة المسماة "أورنجينا الجزائر" وفحوى ومحل هذا النزاع هو ملكية العلامة1.

حيث أن علامة أورنجينا هي تابعة للشركة الفرنسية ، وتم إيداعها عام 1953 بالجزائر أي قبل الاستقلال ، وهذا في فئة أو صنف المشروبات الغازية من طرف الشركة المالية لمنتجات أورنجينا الفرنسية وبذا فبمجرد تسجيلها اكتسبت العلامة الحماية القانونية كونها أودعت في الجزائر ، وتشمل هذه الحماية كل القطر الجزائري منذ لحظة ميلادها2.

وبعد ذلك صدر الأمر رقم 56/66 المؤرخ في 19 مارس 1966 والمتعلق بالعلامات ثم تلاه صدور الأمر 02/75 والذي بموجبه صادقت الجزائر على اتفاقية باريس للملكية الصناعية ، ومنه أصبح للمالك آنذاك (الشركة الفرنسية) حقوق استشارية على استغلال العلامة والتمتع بالحماية القانونية من أي تعد أو مساس بها ، وكما أن التجديد الدوري للتسجيل مكنها من تمديد أمد الحماية.

وعليه فإن الشركة الفرنسية أبرمت اتفاقين مع مؤسسة المشروبات الغازية الجزائرية (ج.م) وأقرت الشركة الفرنسية ملكية العلامة ل (ج.م) وذلك بمقتضى الاتفاق الأول والمبرم بتاريخ 1977/04/14، وإعمالا بهذا الاتفاق فيتجسد نسبة العلامة المتنازل عنها لصالح (ج.م) على مستوى الجزائر، وإدراج شرط في هذا الاتفاق وهو يتماشى مع أصل الحماية القانونية للعلامة والمنبثق عن مبدأ إقليمية العلامة.

---

[1] *حيث تتمحور إجراءات القضية في صدور قرار عن مجلس قضاء البليدة بتاريخ 2004/03/09 والذي قضى بضم القضية رقم 2001/3591 إلى القضية رقم 2001/3590 تنفيذا لقرار المحكمة العليا المؤرخ في 2001/05/15 وفي الموضوع تأييد الحكم المستأنف الصادر عن محكمة البليدة بتاريخ 1998/06/27 مبدئيا ، و إلغائه والقول بأن علامة أورنجينا ملك لكل من الطاعن في قضية الحال أي (ج.م) والمطعون ضده (الشركة الفرنسية) وطعن في هذا القرار بالنقض أمام المحكمة العليا الغرفة التجارية والبحرية بتاريخ 2004/12/14 والذي انتهى بصدور القرار بتاريخ 07 جوان 2006 تحت رقم 377589 والقاضي بقبول الطعن شكلا وإلغائه موضوعا .*

[2] *والميلاد المقصود هنا الميلاد القانوني أي تسجيلها لدى المصلحة المختصة آنذاك وليس الميلاد الواقعي أو الفعلي.*

وهذا الاتفاق الأول جوهر ولب حل النزاع ، إذ أن التكييف وإعطاء الوصف الصحيح لمعطيات القضية هو الذي يوجهنا إلى التطبيق السليم للقاعدة القانونية ، حيث أن الشركة الفرنسية لم تبرم عقود استغلال أو تراخيص مع الطاعن، بل تنازلت له عن ملكية العلامة في الإقليم الوطني إذا بمنظور المنطق القانوني يعد (ج.م) هو المالك الوحيد للعلامة. و ذلك عكس ما جاء في القرار لما أشرك الشريك الفرنسي – باعتباره المالك السابق – في حقوق الملكية لعلامة أورنجينا . وإخضاع العلامة المتنازع عنها إلى نظام الملكية المشتركة.

ومن جهة مقابلة ، فإن بوادر الشقاق بدأت لما أودعت وسجلت علامة أورنجينا من طرف أورنجينا الجزائر " (الزعيم) ، ونازعها (ج.م) على أساس أن عقد الاستغلال المبرم بينهما انتهت مدته إلا أن التساؤل يتمحور حول تدخل الشركة الفرنسية التي ليست لها الصفة بدعوى الحال، كونها لم تعد المالك للعلامة بالجزائر وبما أن العلامة سجلت لصالح (ج.م) قبل أورنجينا الجزائر فإنه حسب مبدأ الأولوية فإن ملكية العلامة تعود للشخص الذي يسبق في إيداع العلامة .وكما ذكرناه سابقا فإنه من بين الشروط الموضوعية لتسجيل العلامة، نجد شرط الجدة، إلا أن المصلحة المختصة بالتسجيل، قامت بتسجيل نفس العلامة مرة ثانية، متجاهلة بذلك السابقة التي تهدر عنصر الجدة[1].

[1] وذلك يتماشى مع النظام الذي كانت تنتهجه المصلحة آنذاك والمتمثل في التسجيل الآلي (المباشر) دون القيام بعملية الفحص المسبق.

المبحث الرابع : الحماية القانونية للعلامة

العلامة حق معنوي له قيمة مالية تمكن صاحبها من احتكار استغلاله اقتصاديا، ولعل من أهم الحقوق التي تثبت لصاحب العلامة بعد عملية تسجيل العلامة لدى المصالح المختصة، هو حق تقرير الحماية القانونية من كل اعتداء قد يمس أو يقع على حقوقه المشروعة، فحماية العلامة نقطة مهمة وحاسمة لحماية هوية أعمال صاحبها حيث بدون الحماية يمكن لأي شخص الاستفادة من جهود الآخرين بحيث يتحصل على فوائد بشكل سهل من جراء استعمال علامات لا تخصه، ولذلك احتاجت الدول إلى قوانين لحماية العلامات.

والمشرع الجزائري كباقي الدول وضع أسس حمائية من أجل حماية العلامة من كل أشكال المساس والتعدي، وهذا للإدراك التام لما تشكله العلامة من أهمية بالغة في الحياة اليومية، فقد قرر المشرع الجزائري ضمن أحكام الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات حماية العلامة وخصها بحماية مدنية وهذا ما سنراه من خلال المبحث الأول تحت عنوان: الحماية المدنية للعلامة في التشريع الجزائري، وحماية جنائية من جنحة التقليد وأكد أنه بعد استيفاء جميع الشروط الموضوعية والشكلية للتسجيل، يصبح صاحب العلامة متمتعا بحماية قانونية لحقه في العلامة وهو ما يخوله جملة من الحق عليها من حق ملكيتها إلى حق التصرف فيا، وهذا ما سنراه من خلال المبحث الثاني الذي عنون بـ الحماية الجزائية للعلامة في التشريع الجزائري.

المطلب الأول: الحماية المدنية للعلامة في التشريع الجزائري

يقصد بالحماية المدنية للعلامات: تلك الحماية العامة المقررة لجميع الحقوق أيا كان نوعها[1]، وهي مكفولة بموجب دعوى المنافسة غير المشروعة، وعليه، فمن خلال هذا المبحث سوف ندرس هذه الدعوى فنتطرق لمفهومها من خلال المطلب الأول، ثم قيامها وآثارها من خلال المطلب الثاني، في الآتي:

الفرع الأول: مفهوم دعوى المنافسة غير المشروعة

من خلال هذا المطلب سوف نتكلم في مفهوم دعوى المنافسة غير المشروعة على التعريف بها وبيان خصائصها، وأساسها القانوني وشروطها، وذلك وفقا للآتي:

الفقرة الأولى: تعريف دعوى المنافسة غير المشروعة

أولا- التعريفات الفقهية:

-وتعرف على أنها: "هي استخدام التاجر لطرق منافية للقوانين والعادات أو المبادئ الشرف والأمانة والمعاملات"[2].

-وعرفت أيضا بأنها: "استخدام الشخص لطرق ووسائل منافية للقانون أو العرف أو العادات أو الشرق"[3].

- وعرفتها الأستاذة نادية فضيل على أنها: "استخدام التاجر لأساليب غير سليمة بقصد التأثير على العملاء واجتذابهم"[1].

---

[1]. حمدي غالب الجعبير، مرجع سابق، ص366.

[2]. مصطفى كمال طه، **القانون التجاري**، الدار الجامعية، القاهرة، 1991 ، ص 633

[3]. الكاهنة زواوي، **المنافسة غير المشروعة في التشريع الجزائري**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون خاص، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2007، ص07.

ثانيا- تعريف المشرع الجزائري

لم ينص المشرع الجزائري على هذا المصطلح (دعوى المنافسة غير المشروعة) سواء في قانون المنافسة أو القانون التجاري أو غيرها، بل اكتفى بالنص على الممارسات والتصرفات المنافية لشفافية ونزاهة المنافسة، غير أنه بالرجوع إلى قانون 02/04 المتعلق بالممارسات التجارية نجد أن المشرع الجزائري قد اعتبر من أعمال المنافسات غير المشروعة في مجال العلامات وتقليدها وقد ردد ذلك في نصب المادة 27 في الفقرة 02 بقوله: " تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في مفهوم أحكام هذا القانون، لاسيما منها الممارسات التي يقوم من خلالها العون الاقتصادي بما يلي: تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته[2].

ومنه، نستطيع القول بأن دعوى المنافسة غير المشروعة تعد وسيلة في يد التاجر من أجل حماية عناصر القاعدة التجارية التي تسهم في تكوين العملاء والاحتفاظ بهم.

الفقرة الثانية: خصائص دعوى المنافسة غير المشروعة

لدعوى المنافسة غير المشروعة العديد من الخصائص ولعل من أهمها ما يلي:

- أنها تنطوي أساسا على طرق منافية للقوانين واللوائح والعادات والأمانة والشرف.
- أن مفهومها مرن، واسع وغير دقيق ومتغير باستمرار.
- أن مبادئها وقوانينها كانت نتيجة ممارسات الاجتهاد وتجارية والتي تكريسها من طرف القضاء[3].
- إلحاق ضرر بالتاجر من جراء هذه الوسائل المنافية للقوانين والأعراف التجارية.

---

[1]. نادية فضيل، القانون التجاري الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001، ص183.

[2]. أنظر: القانون 02/04 المؤرخ في 23 يونيو 2004، المحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، (ج.ر)، العدد10، 2004.

[3]. عباس حلمي، القانون التجاري والأعمال التجارية، التاجر، المحل التجاري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1989، ص72.

- أن الهدف منها لا يتجه في بعض الأحيان إلى تحقيق الأرباح التي تعود على التاجر المنافس، بل إلحاق الإضرار بالغير دون أرباح[1].
- أنها لا تكفي لتكون سبباً تترتب عليه المسؤولية بل يجب أن يتحد الخطأ مع المنافسة، أي وجود منافسة غير مشروعة ترتكز على خطأ من قام به.
- أنها قد تكون غير مشروعة إما قانونا وإما اتفاقا.
- أن تكون هذه المنافسة بين مرتكب العمل والمتضرر وهذا يفترض حتماً أنهما ي ا زولان نشاطا تجاريا متشابه أو قريب إلى حد ما[2].

الفقرة الثالثة: الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة

إن المشرع الجزائري لم يصنع أحكاما خاصة لتنظيم المسؤولية الناجمة عن المنافسة غير المشروعة، ما دعاه للأخذ بما جاء به القضاء الفرنسي بما يخص القواعد العامة والمطبقة في نطاق المسؤولية التقصيرية استنادا إلى نص المادة 1382 قانون مدني الفرنسي، التي تقابلها المادة 124 من القانون المدني الجزائري بقوله: " كل عمل أيا كان يرتكب المرء وبسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض"[3]، وبالرغم من الاختلاف القائم بين الفقه والقضاء حول هذه النقطة، إلا أنه استند بعض الفقه هذه الدعوى إلى القواعد العامة من باب المسؤولية التقصيرية، ورأى آخرون أن المسؤولية عن فعل المنافسة غير المشروعة يعد من قبيل الجزاء عن التعسف في استعمال الحق ورأى جانب آخر من الفقه أن أساس هذه الدعوى يبين الحق المقرر للتاجر في حماية حق ملكية متجره ويتجه الرأي الراجح في الفقه، ويكاد يجمع القضاء على أن دعوى المنافسة غير المشروعة تستند إلى أحكام المسؤولية التقصيرية كما هو

---

[1]. زينة غانم عبد الجبار الصفار، **المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية**، ط02، دار الحامد للنشر، (د.ب.ن)، 2002، ص ص22- 30.

[2]. إيناس مازن فتحي الجبارين، **الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة وفقاً للقوانين الأردنية**، رسالة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2010، ص62.

[3]. نادية فضيل، **القانون تجاري الجزائري، الأعمال التجارية، التاجر، المحل التجاري**، ديوان المطبوعات الجامعية، ط09، الجزائر، 2007، ص 193.

مقرر في القواعد العامة باعتبار أن المنافسة غير المشروعة ما هي إلا عمل مشروع ومن ثم فهي تعد خطأ يستوجب التزام مرتكبيه بتعويض المتضرر[1].

الفقرة الرابعة: شروط دعوى المنافسة غير المشروعة

لدعوى المنافسة غير المشروعة ثلاث شروط تكمن في الخطأ والضرر والعلاقة السببية:

أولا- الخطأ: وهو بمعنى الانحراف في السلوك المألوف للشخص العادي، ويعتبر الخطأ ركن المسؤولية التقصيرية الأولى، وهو شرط ضروري لقيام المسؤولية المدنية[2].

ومن العناصر الواجب توافرها حتى نقول أن هناك خطأ: أن تكون هناك منافسة بين الأعوان الاقتصاديين وأن تستعمل في هذه المنافسة أساليب وطرق غير مشروعة ومخالفة للعادات والأعراف التجارية فبدون هذان العنصران لا ينشأ الخطأ[3].

وبالرجوع إلى نص المادة 27 من القانون04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية فإن: "تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في مفهوم أحكام هذا القانون لاسيما منها الممارسات التي يقوم من خلالها العون الاقتصادي بما يأتي: " تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك..."[4].

---

[1]. طعمة صعفك الشمري، **أحكام المنافية غير المشروعة في القانون الكويتي**، (د.د.ن)، 1990، ص 55.

[2]. بلحاج العربي، **النظرية العامة للالتزام في القانون المدني**، الجزء الثاني، ط04، (د. د.ن)، الجزائر، (د.س.ن)، ص ص62، 63.

[3]. الكاهنة زواوي، مرجع سابق، ص77.

[4]. أنظر: المادة 27 من القانون04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

وعليه، فإن توفر الخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة أمر ضروري، وأنه يتكون من عنصرين هما التعدي والإدراك، غير أنه لا يشترط وجوب توافر الإدراك، فقد يحصل الخطأ نتيجة إهمال أو تقصير، ويقع باستخدام العون الاقتصادي لوسائل منافية للقوانين والعادات والشرف[1].

ثانيا- الضرر: وهو المساس بحق من حقوق الشخص أو بمصلحة مشروعة له[2]، إذ يحق لكل من أصابه ضرر من فعل المنافسة غير المشروعة أن يرفع دعوى المسؤولية ويطالب بالتعويض على كل ما أصابه من ضرر، فلا محل للمسؤولية إلا إذا ترتب عن المنافسة غير المشروعة ضررا، سواء كان هذا الضرر ماديا ينال المتضرر في أمواله أو أدبا يمس بسمعته واعتباره المالي[3].

ثالثا- العلاقة السببية: علاقة السببية هي علاقة السبب بالنتيجة ويقصد بها أن يكون الضرر قد نشأ عن السلوك الخاطئ الذي ارتكبه المعتدي، بمعنى أن يكون فعل المنافسة غير المشروعة سببا في حدوث الضرر بالنسبة للمنافس[4]، ويشترط في المسؤولية المدنية أن توجد رابطة سببية بين الخطأ والضرر وطالما إن دعوى المنافسة غير المشروعة تستند إلى نفس الأساس فإنه يجب أن تتوافر علاقة السببية بين فعل المنافسة غير المشروعة والضرر الذي أصاب المدعي بمعنى أن توجد علاقة مباشرة بين الخطأ الذي ارتكبه المنافس والضرر الذي يصيب المضرور[5].

الفرع الثاني: قيام دعوى المنافسة غير المشروعة و أثارها

تعد إجراءات رفع الدعوى المنافسة غير المشروعة هي نفسها الإجراءات المتبعة في رفع أي دعوى، وعليه فهي تخضع للقواعد العامة، وعلى هذا الأساس سنتناول في الفرع الأول المحكمة المختصة للنظر في

---

[1]. بسكري رفيقة، **الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري**، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد 06، العدد 02، ماي 2019، ص414.

[2]. حمادي زوبير، مرجع سابق، ص175.

[3]. نوارة حسين، **الملكية الصناعية في القانون الجزائري**، دار الأمل للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2015 ، ص 138.

[4]. حمدي غالب الجفيير، مرجع سابق، ص406.

[5]. محمد حسن عباس، **الملكية الصناعية والمحل التجاري**، دار النهضة العربية، القاهرة، 1998، ص 269.

دعوى المنافسة غير المشروعة، وبالفرع الثاني من له حق رفع دعوى المنافسة غير المشروعة، وبالفرع الثالث سوف نتعرف على آثار دعوى المنافسة غير المشرعة، وذلك وفقا للآتي:

الفقرة الأولى: المحكمة المختصة للنظر في دعوى المنافسة غير المشروعة

ونميز بين شكلين من الاختصاص: نوعي، ومحلي:

أولا- الاختصاص النوعي: فبالنسبة للجهة القضائية المختصة للفصل في الدعوى المدنية يبقى أمرها يخضع للقواعد العامة للاختصاص المنصوص عليها في المادة 32 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية الجزائري والتي جاء فيها: "المحكمة هي الجهة القضائية ذات الاختصاص العام وتتشكل من أقسام، يمكن أيضا أن تتشكل من أقطاب متخصصة، تفصل المحكمة في جميع القضايا، لا سيما المدنية والتجارية والبحرية والاجتماعية والعقارية وقضايا شؤون الأسرة والتي تختص بها إقليميا"[1].

ثانيا-الاختصاص المحلي: نظرا لعدم وجود نصوص خاصة تحدد ما يمكن أن يعتبر من إجراءات لرفع الدعاوى في مجال حقوق الملكية الصناعية وخاصة دعاوى المنافسة غير المشروعة يتم تطبق القواعد العامة للاختصاص المنصوص عليها في القانون الإجراءات المدنية والإدارية الجزائري، حيث تنص المادة 37 من القانون الإجراءات المدنية والإدارية الجزائري على أنه: " يؤول الاختصاص الإقليمي للجهة القضائية التي يقع في دائرة اختصاصها موطن المدعي عليه، وإن لم يكن له موطن معروف، فيعود الاختصاص للجهة القضائية التي يقع فيها آخر موطن له، وفي حالة اختيار موطن، يؤول الإقليمي للجهة القضائية التي يقع فيها الموطن المختار، ما لم ينص القانون على خلاف ذلك[2].

الفقرة الثانية: من له حق رفع دعوى المنافسة غير المشروعة

---

[1]. أنظر: المادة 32 من القانون رقم 02-09 المؤرخ في 25 فبراير 2008، المتضمن الإجراءات المدنية والإدارية، جريدة الرسمية العدد 21، ص13.

[2]. أنظر: المادة 37 من القانون الإجراءات المدنية والإدارية، مرجع نفسه.

رفع دعوى المنافسة غير المشروعة يجوز لكل من يملك مصلحة قائمة يقرها القانون، فكل من أصابه ضرر بسبب خطأ الغير يمكنه رفع هذه الدعوى للمطالبة بالتعويض، بغض النظر إن كان مالكا للعلامة أو لا، فالتاجر الذي يتعامل في منتجات تحمل علامة معينة يتضرر إذا لجأ تاجر آخر لوضع ذات العلامة على منتجاته دون وجه حق[1].

كما ترفع دعوى المنافسة غير المشروعة من الطرف المتضرر على مرتكب الخطأ ولو ثبتت براءة هذا الأخير من جنحة تقليد العلامة لانتفاء القصد الجنائي في حقه، لأن حكم البراءة لا يعفي من المسؤولية المدنية القائمة على أساس الفعل الضار[2].

الفقرة الثالثة: آثار دعوى المنافسة غير المشروعة للعلامة

إذا أثبت صاحب العلامة وقوع اعتداء على العلامة المملوكة له، فإن الجهة القضائية المختصة تقضي بالعقوبات المدنية المتمثلة في التعويض وكذا إيقاف أعمال المنافسة غير المشروعة.

أولا- التعويض: تقدر المحكمة المختصة التعويض المستحق للطرف المتضرر من جراء الاعتداء على علامته وفق ما نصت عليه المادة 29 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، كما نصت على وضع كفالة لضمان تعويض مالك العلامة أو صاحب حق الاستئثار بالاستغلال، ويمكن للقاضي الاستعانة بذوي الخبرة والاختصاص لتقدير الأضرار اللاحقة بالمنافس وكذا التعويض المستحق[3]، وتقضي المحكمة في حال إثبات الضرر بالتعويض النقدي وإن استمر المحكوم عليه في القيام بأعمال المنافسة غير المشروعة فإن ذلك يعد خطأ جديدا ويجوز رفع دعوى جديدة بناء عليه، كما قد تقضي بناء على طلب المدعى عليه بإبطال أو إلغاء تسجيل العلامة المقلدة.

---

[1] عبد الرحمن السيد قرمان، الاتجاهات الحديثة في حماية العلامة التجارية المشهورة، ط02، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008، ص202.

[2] عبد الفتاح بيومي حازي، مرجع سابق، ص321.

[3] أنظر: المادتين 29 و30 من القانون 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

ثانيا- إجراءات وقف استمرار أعمال المنافسة غير المشروعة: فإذا تأكد القاضي من وجود أعمال منافسة غير مشروعة مست العلامة، فبإمكانه أن يحكم إلى جانب التعويضات المادية بإيقاف كافة أعمال التقليد، مع تحديد كفالة لضمان تعويض مالك العلامة أو صاحب حق الاستغلال، تتمثل في غرامة تهديدية يدفعها المحكوم ضده عن كل يوم تأخير في تنفيذ الحكم القضائي، كما يمكن قد يحكم القاضي بناء على طلب المدعى عليه بإبطال أو إلغاء تسجيل العلامة المقلدة إعمالا بنص المادة 30 من القانون 03-06 المتعلق بالعلامات[1].

وقد نصت المادة 39 من القانون 04-02 على إمكانية حجز البضائع موضوع المخالفات المنصوص عليها ضمن هذا القانون، كما يمكن حجز العتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكابها، كما يمكن الحكم بمصادرة السلع المحجوزة التي كانت محل ارتكاب فعل التقليد[2].

في حين أنه بإمكان المحكمة أن تأمر بمصادرة الأشياء والوسائل التي استعملت في التقليد، مع إمكانية إتلافها عند الاقتضاء، وذلك حين يثبت صاحب تسجيل العلامة أن المساس بحقوقه أصبح وشيكا، وذلك حسب ما جاءت به المادة 29 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات[3].

كما يجوز رفع دعوى المدنية من الغير بحيث تقضي المادة 31 من الأمر 06/03 أنه: "عدا في حالة النص بالعكس في عقد الترخيص يمكن للمستفيد من حق استشار في استغلال علامة أن يرفع بعد الإعذار دعوى تقليد إذا لم يمارس المالك هذا الحق بنفسه"[4]. وإذا تعدد الأشخاص المتضررين حق لكل واحد منهم أن يقيم الدعوى منفردا لكنه لا يحصل على تعويض إلا إذا لحق ضرر شخصي.

---

[1]. أنظر: المادة 30 من القانون 03- 06 المتعلق بالعلامات، مرجع نفسه.

[2]. أنظر: المادة 39 من القانون 04-02، المتعلق بالممارسات التجارية، مرجع سابق.

[3]. أنظر: المادة 29 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

[4]. أنظر : المادة 31 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

هذا وتربط الجهة القضائية المختصة المتابعة المدنية بوضع كفالة لضمان تعويض مالك العلامة أو صاحب حقد الاستئثار بالاستغلال، وتقضي المحكمة متى اقتنعت بأدلة الإثبات بإصلاح الضرر المادي الذي أصاب المضرور عن طريق التعويض النقدي وإن استمر المحكوم عليه في القيام بأعمال المنافسة غير المشروعة فإن ذلك يعد خطأ جديدا ويجوز رفع دعوى جديدة بناء على ذلك.

وقد تقضي المحكمة بإزالة الوضع غير المشروع وإعادة الشيء إلى أصله، ومادام أن الأمر يتعلق بعلامة مقلدة فإن المحكمة تأمر المدعي عليه بالامتناع عن استعمال وتحكم عادة بالغرامة التهديدية عن كل يوم تأخير.

وكخلاصة نشير إلى أنه وبصفة عامة إذا رفعت دعوى التقليد الجزائية ثم تبين أن الأفعال موضوع الدعوى لا تكون جريمة ولا تدخل تحت معنى التقليد الجزائي وأنها مجرد منافسة غير مشروعة أي خطأ مدني فلا يجوز للمحكمة الجزائية أن تقضي في موضوع الدعوى المدنية أمام القضاء الجزائي، وإنما تقضي بعدم قبولها إلا أن هذا الحكم لا يمنع من رفع دعوى أخرى مدنية على أساس المنافسة غير المشروعة ولا محل هنا للاحتجاج بحجة الأمر المقضي لأن الدعويين يختلفان في السبب[1].

[1]. أميرة رحمون، وناسة رحماني، الجرائم الواقعة على العلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، قسم العلوم القانونية والإدارية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945م، قالمة، 2015/ 2016، ص ص38، 39.

المطلب الثاني: الحماية الجزائية للعلامة في التشريع الجزائري

تعد العلامة إحدى الوسائل الهامة المعتمد عليها في إطار التنافس التجاري، حيث أن التاجر يسعى دائما إلى تمييز بضائعه أو منتجاته عن الغير عن طريق العلامة التجارية وهو ما يستوجب توفير الحماية لهذه الأخيرة خصوصا وأن الحماية المدنية لوحدها لا تكفي لمنع الاعتداء بل توسع المشرع في الحماية القانونية يضيف عنصر العقاب على المعتدي وهو ما يعرف بالحماية الجزائية، كما أن الحماية الجزائية مقصورة على العلامة المسجلة، أي أن يكون صاحب العلامة التجارية قد قام بكافة الإجراءات القانونية اللازمة لتسجيل علامته لدى الجهة المختصة، وهو المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، وتبقى الحماية الجزائية للعلامة التجارية طيلة المدة المقررة لها وهي عشرة سنوات قابلة للتجديد، بحيث تتمتع العلامة المسجلة بحماية قانونية مزدوجة، جزائية ومدنية، وهي تعطي لمالكها الحق في متابعة كل شخص يقوم بالاعتداء على العلامة والمطالبة بمعاقبته جزائيا، كما أنها تمنح لمالكها الحق في المطالبة المدنية بالتعويض عن الضرر اللاحق به بسبب المساس بالعلامة. وعليه، فمن خلال هذا المبحث سوف نتعرف على الحماية الجزائية كيف تتم وفقا للمشرع الجزائري ضمن مطلبين تضمن الأول صور الاعتداء على العلامة، في حين احتوى المطلب الثاني على الإجراءات التحفظية والتنفيذية والعقوبات الجزائية.

وقبل التطرق للمطلبين، كان لابد من إعطاء تعريف عام للحماية الجزائية حيث تعرف على أنها: "الحماية التي تتخذ من قواعد القانون الجنائي الموضوعية موضوعا لها"[1].

وقد نظر المشرع الأمر 06/03 المتعلق بالعلامة والحماية الجنائية للعلامات في المواد من 26 إلى 36 حيث تناولت هذه المواد الأفعال التي تشكل اعتداء على ملكية العلامة المسجلة، كما نظمت إجراءات رفع

[1]. بولحية نبيل، **حماية العلامة التجارية في القانون الجزائري**، مذكرة ماستر في الحقوق، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، 2017/2016، ص35.

الدعوى الجزائية ضد الاعتداءات الواقعة على ملكية العلامة أو تقليدها كما قررت الجزاء الخاص لتلك الأفعال، وكل هذا ضمانا لحمايتها ومن بين الجرائم التي نظمها المشرع نجد جريمة تقليد العلامة[1].

الفرع الأول: صور الاعتداء على العلامة

تتمثل صور الاعتداء على العلامة في جرائم الاعتداء على ذاتية العلامة التي سنتطرق إليها في الفرع الأول، وجرائم الاعتداء على ملكية العلامة ونتعرف عليها في الفرع الثاني، وذلك على التوالي:

الفقرة الاولى: جرائم الاعتداء على ذاتية العلامة

أولا- جريمة تقليد العلامة: يقصد بتقليد العلامة اصطناع علامة مطابقة تماما للعلامة الصناعية أو التجارية، باعتبار العلامة إحدى عناصر المحل التجاري، فإنها تكون عرضة للاعتماد عليها من أصحاب المتاجر المنافسة وغيرهم، ويعد هذا الاعتداء فعلا من أفعال المنافسة غير المشروعة[2].

وبالنسبة للمشرع الجزائري فجريمة التقليد حسب نص المادة 26 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات: تتمثل في كل عمل يمس بالحقوق الاستئثارية للعلامة قام بها الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة[3].

أي أن المشرع الجزائري لم يعدد الأفعال التي تعتبر اعتداء غير مباشر على ملكية العلامة والعقوبات المخصصة لها كما فعل في التشريع للعلامات، حيث أنه في تشريع الراهن حدد جنحة التقليد بالمعنى الواسع للكلمة بالنظر إلى الاعتداءات، التي يقوم بها الغير، خرقا للحقوق الاستئثارية المعترف بها لصاحب العلامة المودعة.

---

[1]. نور الدين مزهود، ياسين مقدم، **الآثار القانونية للعلامة التجارية المسجلة في التشريع الجزائري**، المجلة الجزائرية لقانون الأعمال، العدد 02، ديسمبر 2020، ص ص108، 109.

[2]. كيموش نوال، **حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية**، مذكرة التخرج لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، الجزائر، 2011/2010، ص42.

[3]. أنظر: المادة 26 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

وبالرغم من أن كل التشريعات حدد صور الاعتداء على العلامة وكذا الجزاء، إلا أنها لم تحدد أركان هذه الجريمة، ومع ذلك فهي لا تتطلب إلا ركنا واحدا في الغالب، وهو استنساخ العلامة، ولا أهمية لحسن النية أو لانعدام القصد لدى المصطنع، فالركن المعنوي غير ضروري لقيام الجريمة، واصطناع العلامة يكفي لتجسيد الركن المادي في جريمة التقليد[1].

ثانيا-جريمة تزوير العلامة: التزوير هو تقليد شيء أصلي بنية التضليل أو الاحتيال، وقد استقر القضاء على أن جريمة تزوير العلامة تقوم إلى إضافة المزور إلى علامة الغير اسمه الشخص أو أية علامة أخرى، وانه لا يلزم استعمال العلامة المزورة فعله ويقوم التزوير من جانب التاجر، الذي يضع علامة المنتج على سلع تم إنتاجها لدى هذا المنتج[2].

ولعل الفرق بين التزوير والتقليد يكمن في أن التزوير عبارة عن نقل مطابق للعلامة كلها دون تعديل أو إضافة، أما التقليد فهو وضع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية[3]، ومع ذلك اقتصر المشرع الجزائري في المادة 26 من الأمر 03-06 التي أشرنا إليها في الجزئية المتعلقة بالتقليد على جريمة التقليد فقط وأغفل عن باقي الجرائم الماسة بالعلامة

وككل جريمة، تقوم جريمة تزوير العلامة على ركنين المادي والمعنوي:

***الركن المادي:** تقوم جريمة تزوير العلامة بمجرد القيام بعملية التزوير فعلا حتى ولو لم تستخدم أو توضع على المنتجات أو الخدمات لتميزها، فعملية نقل العلامة التجارية تشكل عنصرا كافيا لبيان وجود

---

[1]. شيبوب يومدين، **العلامات التجارية**، مجلة دورية تصدر عن منظمة المحامين لناحية تلمسان، العدد 01، 2007، ص ص157، 158.

[2]. بولحية ليلى، مرجع سابق، ص38.

[3]. شيبوب يومدين، مرجع سابق، ص158.

التزوير، ويمكن اكتشاف التزوير الواقع على العلامة عند إيداعها لدى المصلحة المختصة قصد تسجيلها وذلك لسبق وجود علامة مسجلة مطابقة لها تطابقا تاما[1].

***الركن المعنوي**: وينقسم إلى عنصرين وهما:

-**القصد العام**: أي اتجاه إرادة الجاني نحو إحداث النشاط الإجرامي، مع علمه بكافة عناصر الركن المادي لجريمة التزوير والسابق بيانها.

-**القصد الخاص**: أي أنه لا يكفي لقيام جريمة التزوير توفر القصد العام لدى الجاني بل لابد لقيامها من توفر القصد الخاص لدى هذا الجاني بمعنى أن يكون ارتكابه لجريمة التزوير منبثقة عن نية أكيدة وغاية مستوحاة من قبله تتمثل في استعمال المحرر الذي قام بتغيير حقيقته[2]، وقد اعتبرت المادة 26 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، بأن القيام بأي عمل يمس بحقوق صاحب العلامة جنحة معاقب عليها قانونا ولم تشترط لقيام ذلك ضرورة توافر العمد أو سوء النية

الفقرة الثانية: صورالاعتداء على ملكية العلامة

أولا- استعمال علامة مشابهة: يقصد باستعمال علامة مشابهة، اصطناع علامة تشبه في مجموعها العلامة الأصلية بحيث من شأن ذلك تضليل المستهلك ووقوعه في الخلط بين العلامتين لوجود اللبس بينهما[3]،

---

[1]. والي عبد اللطيف، سلامي ميلود، **الحماية الجزائية للعلامة التجارية في القانون الجزائري**، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، العدد 07، جانفي 2018، ص95.

[2]. بولحية نبيل، مرجع سابق، ص39.

[3]. بوشعيب البوعمري، **العلامة التجارية في ضوء القانون والاجتهاد القضائي**، محاضرة ملقاة في مؤتمر التقليد في ضوء القانون والاجتهاد القضائي، المنعقد في 2021/04/11، المحكمة العليا، الجزائر، ص 16.

اعتبر المشرع الجزائري في المادة 28 من الأمر 56/66 المتعلق بعلامات الصنع والعلامات التجارية أن فعل استعمال علامة مقلدة أو مشبهة جريمة يعاقب عليها القانون، ولم ينص صراحة على ذلك في التشريع الراهن، إلا أنه يعتبر فعل معاقب عليها قانونا، إذ من شأنه الإضرار بحقوق صاحب العلامة[1].

ثانيا- استعمال علامة ملك للغير: نص المشرع الجزائري صراحة على توقيع عقوبة جزائية على الأشخاص الذين يضعون على منتجاتهم أو على الأشياء التابعة لتجارتهم علامة مملوكة للغير، ويتعلق الأمر هنا بوضع علامة أصلية وليست مقلدة لمرافقة منتجات بدون وجه حق، بمعنى منتجات غير صادرة من مالك العلامة الأصلية، وأما أركان الجريمة، فيتمثل الركن المادي في واقعة وضع العلامة، فهي الواقعة الأساسية في هذه الجريمة، ويجب أن تتم جريمة وضع علامة مملوكة للغير لغرض تجاري وفي إطار تخصيص العلامة، أما بالنسبة للركن المعنوي فعلى غرار التصرفات السابقة فلا يشترط في هذه الجنحة توافر عنصر القصد لذات السبب، كما أن طبيعة الوقائع كقبيلة سوء النية لدى الفاعل[2].

الفرع الثاني: الإجراءات التحفظية والتنفيذية والعقوبات الجزائية

إلى جانب حق رفع دعوى مدنية أو جزائية من طرف المعني بالأمر هناك أيضا إجراءات تحفظية وتنفيذية نتطرق إليها في الفرع الأول، وعقوبات جزائية نتعرف عليها في الفرع الثاني، على التوالي:

الفقرة الأولى: الإجراءات التحفظية والتنفيذية

لمالك العلامة المعتدى عليها وسيلة أخرى لحماية حقه تتمثل في اتخاذ إجراءات تسمح له بإثبات مختلف أفعال التعدي على العلامة قبل رفع دعوى التقليد حسب المشرع الجزائري، ولعل هذه الإجراءات تتمثل في:

---

[1]. انظر: المادة 28 من الأمر 57/66، المؤرخ في 1966/03/19 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، (ج.ر)، العدد23، 1966.

[2]. راشدي سعيدة، **العلامات في القانون الجزائري الجديد**، أطروحة دكتوراه في القانون، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014، ص227.

أولا- الإجراءات التحفظية: تنص المادة 38 من الأمر57/66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، على أنه: "يجوز لصاحب علامة أن يطلب بمقتضى أمر من رئيس المحكمة إجراء الوصف المفصل، بمساعدة خبير عند الاقتضاء، مع المصادرة أو بدونها للمنتجات التي يدعي أنها معلمة بعلامة تسبب لها ضررا، ويصدر الأمر بذلك بناء على مجرد طلب وبعد إثبات تسجيل العلامة، وإذا طلبت المصادرة فيجوز للقاضي أن يطلب كفالة من صاحب الالتماس، غير أن هذه الكفالة تكون مفروضة دائما على الأجانب الذين ينحتم عليهم إيداعها وتترك لأصحاب الأشياء الموصوفة أو المصادرة نسخة من الأمر وعند الاقتضاء نسخة من العقد المثبت لإيداع الكفالة وإلا كان الطلب باطلا وجرت بمطالبة بالتعويض[1]"، وعليه، استنادا لما جاء في هذا النص أنه يجوز لكل صاحب علامة تجارية مسجلة أن يطلب اتخاذ إجراءات تحفظية لإثبات الاعتداء على حقه في العلامة التجارية سواء بتقليدها أو اغتصابها قبل رفع دعوى بشروط معينة يجب توافرها

وعليه يستطيع مالك العلامة أن يطلب الحجز من المحكمة المعتمدة على السلع التي تحمر علامة مقلدة أو مشابهة وعلى الوسائل والأدوات المستخدمة لإنتاجها إذا اثبت أن هناك اعتداء على حقه وانه يخشى من اختفاء الأدلة مع الإشارة أن الحجز هي وسيلة هامة تمكن المدعي في إثبات الاعتداء وإيقافها، وعليه لا يعد إجراء إلزام ويتم اتخاذ الإجراءات التحفظية بإصدار أمر من رئيس المحكمة، وذلك بتقديم طلب من قبل صاحب العلامة يكون مرفقا بما يثبت نشر تسجيل علامته لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، أو قام بتبليغ نسخة من تسجيل العلامة المقلدة، ويتم إصدار الأمر على ذلك العريضة.

ومن شروط إجراء التحفظ نذكر[2]:

- يجب أن يكون الإجراء دائما بطلب من صاحب العلامة.

---

[1]. أنظر: المادة 38 من الأمر 57/66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، مرجع سابق.

[2]. أنظر: المادة 34 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق.

- يجب على صاحب العلامة إثبات تسجيل علامته لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية.
- أن يرفع الطلب إلى رئيس المحكمة المختصة.
- تقديم كفالة من صاحب الطلب، وهذا الشرط لا يعد ضروريا إلا أنه تمكن للقاضي أن يشترط تقديم كفالة إذا رأى أن هناك ضرورة في ذلك، أما بالنسبة للأجانب فإن تقديم الكفالة يعد شرطا إلزاميا.
- ترك نسخة من الأمر أو نسخة من العقد المثبت لإيداع الكفالة وذلك لأصحاب الأشياء الموصوفة أو الحجز.
- اللجوء إلى المحكمة المختصة للفصل في الموضوع، في أجل أقصاه شهر من تاريخ طلب الإجراءات التحفظية وإلا بطلت هذه الإجراءات بقوة القانون.

ثانيا- الإجراءات التنفيذية: وسطرها المشرع الجزائري في ثلاث إجراءات تمثلت في:

***المصادرة:** نص المشرع الجزائري في المادة 32 من الأمر رقم 03-06 عقوبة المصادرة كإحدى العقوبات التكميلية التي يجوز للمحكمة أن تقررها، حيث يحكم القاضي بمصادرة المنتجات والأدوات التي تكون موضوع ارتكاب الجنحة، ولتطبيق هذه العقوبة يجب أن تكون الجنحة قد ارتكبت وأثبتت، فإذا كان القاضي في التشريع السابق غير ملزم بالحكم بالمصادرة لكونها اختباريه، وذلك لاستعمال عبارة (يجوز) في النص القانوني فالأمر يختلف في الأحكام الراهنة إذا جاء فيها أن مرتكب جنحة التقليد يعاقب بالحبس والغرامة أو بإحدى هاتين العقوبتين مع مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في ارتكاب الجنحة، فلا يمكن النطق بالمصارحة إلا في حالة الحكم بعقوبة جزائية.

*الإتلاف: وهو ما نصت عليه المادة 32 الفقرة الأخيرة من الأمر رقم 03-06: "إتلافا فالأشياء محل المخالفة" والحكم بإتلاف الأشياء محل المخالفة أمر متروك لسلطة المحكمة التقديرية، فهو أمر موازي وليس إلزامي[1].

* الإغلاق: وينص عليه المشرع الجزائري (المؤقت أو النهائي للمؤسسة) وفي حالة الحكم على المنهم بعقوبة جزائية، يقرر القاضي غلق المؤسسة التي استعملت لتنفيذ الجنحة، إلا أن المشرع الجزائري لم يبين مصير عمال المؤسسة بعد قرار الغلق المؤقت أو النهائي، كما لم يحدد المدة التي لا يمكن أن يتجاوزها الغلق المؤقت[2]

الفقرة الثانية: العقوبات الجزائية

نميز بين نوعين من العقوبات، حددها المشرع الجزائري في تنظيمه لأحكام العلامات، تتمثل في: العقوبات الأصلية والعقوبات التكميلية.

أولا- العقوبات الأصلية: العقوبات المقررة لجرائم الاعتداء على العلامة، حسب ما جاء في الأمر الجزائري رقم03-06 هي عقوبتي الحبس والغرامة، حيث نص في المادة 32 منه على هذه العقوبة كعقوبة أصلية في حال ارتكاب شخص لأي صورة من صور التعدي على العلامة التجارية، فجعل العقوبة الحبس من ستة أشهر إلى سنتين وأقرنها بعقوبة الغرامة من مليونين وخمسمائة ألف دينار(2.500.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار(10.000.00 دج)، وكذلك أجاز المشرع الجزائري في ذات المادة للقاضي أن يحكم بهاتين العقوبتين، وتشدد العقوبة حسب المادة 69 من القانون رقم 09 - 03 المؤرخ في 25 / 02 / 2009 المتعلق

[1]. أنظر : المادة 32 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

[2]. بولحية نبيل، مرجع سابق، ص43

بحماية المستهلك وقمع الغش الجزائري ، لترفع إلى خمس (05) سنوات حبسا وغرامة مالية تقدر بخمسمائة ألف (500.000) دينار جزائري[1].

ثانيا- العقوبات التكميلية: وتتمثل في الآتي:

* **إتلاف السلع المقلدة:** حيث تأمر المحكمة بإتلاف السلع والمنتجات المقلدة وإتلاف الآلات والأدوات التي استعملت في تقليدها وذلك أمر جوازي، فلا ينبغي إتلاف المنتجات إلا في حالة الضرورة أي مثلا الحالات الخاصة بالدواء أو الغذاء الذي لم تتوفر فيهما المواصفات الصحية المطلوبة وعدم الصلاحية والاستفادة منهما[2].

فبالرغم من وبالرغم من إلغاء عبارة "في جميع الحالات" فإنه يعتد بإلزامية الحكم بالإتلاف، حسب ما جاء في الفقرة الأخيرة من المادة 32 من الأمر رقم 03-06 المعق بالعلامات[3]، مع أن المشرع الجزائري واضح في ضرورة إتلاف الأشياء المستعملة في أعمال التقليد، بما في ذلك البضائع والمنتوجات محل التقليد، إلا أن هذا الموقف لا يجد ما يبرره[4].

* **المصادرة:** يجوز للقاضي ولو في حالة التبرئة أن يحكم بمصادرة الأشياء المقلدة وعند الضرورة الأدوات التي استعملت خصيصا لصناعتها، ويجوز تسليم الأشياء المصادرة إلى صاحب العلامة وذلك بعدك الإخلال بما قد يستحق من تعويض، فالمصادرة ترمي إلى منع المقلد من مواصلة استغلال العلامة، أو منعه من إعادة صنع هاته الأشياء، كما قد تقوم المحكمة ببيعها ودفع الغرامات والتعويضات من ثمنها، كما قد تقوم بالتصرف فيها بأي طريقة تراها مناسبة.

---

[1]. صامت آمنة، الحماية الجزائية للعلامة التجارية من جريمة التقليد، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، العدد13، جانفي 2015، ص91.

[2]. بولحية نبيل، مرجع سابق، ص44.

[3]. أنظر: المادة 32 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، مرجع سابق

[4]. والي عبد اللطيف، سلامي ميلود، مرجع سابق، ص113.

* **نشر الحكم القضائي**: النشر دليل على ارتكاب جريمة التقليد، وحدوث إدانة بارتكابه من قبل الجهة المختصة، ويجوز النشر في جريدة واحدة أو أكثر على نفقة المحكوم عليه، وذلك بهدف تعويض المتضرر وإعلام الغير المتعامل مع المقلد بوجود جنحة التقليد العلامة حيث نصر المشرع الجزائري على جواز نشر الحكم القضائي بقوله: "... ومن نشر الحكم عند الإقتضاء"[1].

المطلب الثالث: صور المساس بالعلامة .

باعتبار أن العلامة هي حق من حقوق الملكية الفكرية عموما ، و الملكية الصناعية خصوصا ، و كغيرها من الحقوق يمكنها أن تكون محل اعتداء ، يستوجب دفعه عن طريق إتباع الحماية المقررة .

لقد نص المشرع الجزائري على ثلاث فئات من الأفعال التي تعتبر مساسا بحق العلامة . تتمثل أساسا في التقليد ، عدم وضع العلامة أو الوضع بدون وجه حق .

لقد كان من خطورة ظاهرة التقليد أن انبرت المنظمات الدولية المختصة كالمنظمة العالمية للملكية الفكرية إلى عقد مناظرات و تشكيل لجان للخبراء ، في سبيل مكافحة التقليد و تحسيس الرأي العام العالمي بجسامة النتائج المترتبة و دعوة الدول عن طريق تشريعاتها إلى اتخاذ ما يناسب من تدابير رادعة.و ذلك سواء تعلق الأمر بمكافحة التقليد الوارد على السلع و الخدمات في صورته التقليدية ، أو في صورته المستحدثة ، و المتمثلة في التقليد الوارد على السلع المسوّقة عبر الانترنت 2.

مما يستدعي في مقام أول إلزامية الوقوف عند مسألة تكييف هذه الظاهرة ، أو بتعبير آخر معايير ضبط التقليد، قصد الحد منه .

---

[1] بولحية نبيل، مرجع سابق، ص45.

[2] -و أبرز مثال هو استجابة فرنسا لتعليمات المنظمة العالمية للملكية الفكرية ، من خلال « La charteBrochand – Sirinelli » الموقعة في ديسمبر 2009 بوزارة الاقتصاد و المالية بفرنسا ، الهدف منها متابعة تقليد العلامات عبر الانترنت ، بداية بالتوعية كخطوة أولى ثم إعذار المقلد بخطورة العمل الذي أقبل عليه ، وذلك قبل سحب السلع المقلدة ، و معاقبة المقلد في آخر مرحلة .

بخصوص أحكام الأمر 03-06 ، تحاول إعطاء حلول ، خاصة تلك المتعلقة بالتقليد ، بالإضافة إلى تبني بعض المفاهيم الجديدة كعبارة "إحداث اللبس" ، "إحداث تضليل" ، "تضليل الجمهور"، و الغرض من ذلك هو استثناء العلامات التي تهدف إلى تغليط المستهلك و تضليله من الحماية .

إلا أن المشرع الجزائري وبتبنيه لهذا النهج الجديد اكتفى بالنص على تعريف العلامة و النص على تعريف جنحة التقليد للعلامة المسجلة وهي المساس بالحقوق الإستئثارية لصاحب العلامة، دون النص على أشكال تقليد العلامة ،بل ترك النص على عمومه مع منح السلطة التقديرية للقضاة لتقييم التقليد من عدمه 1.

ومن بين الصور التي يمكن للتقليد أن يتخذها في ميدان العلامات هي إما النقل الحرفي أي المطابقة الكلية للعلامة الأصلية أو النقل الجزئي للعلامة الأصلية بإدخال بعض التعديلات و هذه الصورة غالبا ما نجدها في العلامات الحرفية ، مثل علامة smarties التي قلدت في بعلامة smart.

و أيضا علامةaspirin و علامة ampirineبتماثلهما في الحرف الأول (أ-A) و في المقطع الأخير لكل منهما و هو "بيرين" أو "pirin" و بالرغم من اختلافهما في المقطع الأخير و هو حرف (س-s)

و حرف (م –m) إلا أن الجرس الصوتي عند سماع كلتا العلامتين يؤدي إلى التشابه بين العلامتين وبالتالي اللبس وخداع جمهور المستهلكين .

وفي غياب النصوص التشريعية المحددة لمعايير ضبط التقليد ، فإنه جرت العادة على اعتماد القضاة للمعايير التالية :

---

[1] مع ضرورة الإشارة أننا إذا رجعنا لنص المادة 27 الفقرة 2 من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية ، و الذي تناول بدوره مسألة تقليد العلامة ، و إذا قرءنا نص المادة باللغة العربية نجدها تنص عن التضليل بواسطة تقليد العلامة ، أما إذا قرءناها باللغة الفرنسية نجدها تنص gimite les signesdistinctifs d'un agent économique concurrent معناه النص عن التضليل عن طريق الإشارات المميزة وليس العلامات ، حيث أن الإشارات المميزة أوسع و تشمل العلامات و تسميات المنشأ - اسم لمنطقة معينة تميز منتوجا ناشئ فيها - وبالتالي فإذا طبقنا النص العربي فنكتفي بتجريم تقليد العلامة فقط ، أما إذا طبقنا النص الفرنسي فيكون التطبيق أوسع ليشمل تسميات المنشأ إلى جانب العلامات . إذن يجب على المشرع أن يتدارك الخطأ في الترجمة الذي وقع فيه في الفقرة 2 من المادة 27 .

أن التشابه في الشكل العام هو الذي يؤدي إلى تضليل المستهلك، وليس الفروقات البسيطة التي لاتغير من المظهر العام لعلامتين محل النزاع.

أي النظر إلى الشكل العام للمنتج المحمي في مجموعه والذي تدل عليه السمات البارزة فيه دون التفاصيل، أو بالصورة العامة التي تنطبع في الذهن بغض النظر عن العناصر التي تتركب منه. ذلك أن المستهلك لا يعقد المقارنة بين منتجين متجاورين،و لا يقوم بالفحص الفني الدقيق، و لكن يقتني المنتج المشوب بالتقليد بمجرد النظرة العامة أو السمع مع الاستعانة بالذاكرة التي تمده بصورة غامضة غير دقيقة للمنتج الأصلي، ومتى كان الخلط محتملا طبعا توافرت عناصر الجريمة .

ويقصد بالتشابه هنا التماثل في الجزء الأكبر من العناصر، أو الأشياء التي يتكون منها المنتج المحمي، و لا بد في هذا المجال من بيان أن القاعدة المعمول بها عند بحث موضوع التشابه هي أوجه الشبه، وليس من الضروري وضع الشيئين المحميين أو المنتجين للمقارنة بينهما في وقت واحد للتعرف على أوجه الاختلاف بينهما.

وبخصوص إعادة نفس عناصر العلامة ، لدينا النزاع القائم بين "السيد وارتي نسيم" و"مخابر قارنيي" ، حيث أن لب هذا الشقاق أو محله يتمثل في إبطال علامة "مفيدة" المسجلة بالمركز الوطني للسجل التجاري 1، لإحداثها لبس وتشابه مع العلامة مفيدا " الراجعة ملكيتها للمخبر الفرنسي (قارنيي)

حيث أن جوهر النزاع يتمثل في كون الشركة قانيي قامت بتسجيل العلامة movida لدى المنظمة العالمية للملكية الفكرية بتاريخ 1994/02/24 لتغطية فئة أو صنف من المنتجات المتعلقة بالعطارة والغسيل.

---

[1] *وتجدر الإشارة أن التسجيل القانوني في تلك الفترة كان يتم على مستوى المركز الوطني للسجل التجاري ، حيث أن هذه المصلحة كانت تختص بتسجيل العلامات، الرسومات والنماذج إلا أن البراءات كانت تسجل على مستوى المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية. ولكن مع صدور المرسوم التنفيذي رقم 98-68 المؤرخ في 21 فيفري 1998 والذي يتضمن المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويحدد قانونه الأساسي، فقد أصبحت كل حقوق الملكية الصناعية سالفة الذكر تسجل على مستوى هذا المعهد.*

وكما نعلم أن للعلامة أثر نسبي وهي متعلقة بمبدأ الإقليمية وفحواه ارتباط العلامة بالإقليم المسجلة فيه، إلا أن المادة 06 من الأمر 06/03 والتي تقابلها المادة 05 من الأمر 57/66 المؤرخ في 19 مارس 1966 والمتعلق بالعلامات ، فإن ملكية العلامة تحدد بالأولوية في الإيداع، وأن علامة "مفيدة" محل النزاع تم إيداعها لدى المصلحة المختصة في 1995/11/05 تحت رقم 951.338 لتغطي مستحضرات الغسيل والعطور ومواد التجميل للشعر ، وهي نفس الطائفة المسجلة فيها علامة "موفيدا".

وعملا باتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية والتي أحالت إليها المادة 6، لتطبيق مفهوم الأولوية ، ولتمنح الأفضلية للعلامة الذي أودع أولا ، وبإسقاط المفاهيم التي تتضمنها هذه الأخيرة فإن علامة " موفيدا" تم إيداعها على مستوى المنظمة العالمية للملكية الفكرية في 1994/02/24، إذ أن لها تسجيل دولي ولها الأحقية بملكية العلامة والراجعة لمخبر قارني ، إلا أن السيد وارتي قام بعد ذلك بتسجيل العلامة "مفيدة" لدى المصلحة المختصة في 1995/11/05، أي في تاريخ لاحق.

وبتطبيق مبدأ الأولوية فإن مجلس قضاء الجزائر اعتبر هذه العلامة الأخيرة كعلامة مقلدة ومستعملة بطريقة غير شرعية [1].

وبخصوص التشابه بين العلامات والجرس الصوتي عند سماع كل علامة نجد مثال علامة "داني" وعلامة "دانيس".

حيث تتمثل وقائع القضية في كون الشركة الفرنسية "جارفي دانون" سجلت علامة "داني" لتغطية المواد الغذائية من صنف 30 لدى المصلحة المختصة بتاريخ 1997/08/20 في حين أن شركة البقرة الظريفة أودعت علامتها "دانيس" لدى المركز الوطني للسجل التجاري بتاريخ 1997/08/20.

---

[1] *حيث أنه تم الطعن في الحكم الصادر بتاريخ 1997/11/04 من طرف محكمة الجزائر ، بموجب عريضة استئناف مؤرخة في 1998/02/23 والذي قضى في منطوقه بإبطال علامة "مفيدة" المودعة من طرف المستأنف مع إلزام هذا الأخير بالتعويض ، وعلى إثر ذلك صدر القرار المؤرخ في 1998/10/05 تحت رقم 98/956، والذي أيد الحكم المستأنف.*

وبالتالي فإن كتابة العلامتين باللغة الفرنسية يؤدي إلى لبس وخلط بين العلامتين، كونهما تتشابهان من حيث الشكل والنطق 1.

و دائما في سياق التشابه فقد وصل القضاء إلى التشابه الكبير بين علامة سيليا وسينيا وذلك سواء من حيث الكتابة أو الرسم وحتى الألوان الرئيسية ، وأن اختلاف حرف واحد لا تأثير له على ذهنية المستهلك ، لأن تغيير أو إضافة حرف أو حرفين لا يعد كافيا لإبعاد وقوع خلط بين العلامتين2.

و هو نفس الإشكال الذي ثار بين علامة « TAOS » و علامة « TAOUS »3 . و كتابة العلامة يمكنها أن تولد خلط لدى ذهنية المستهلك و بالتالي تكيف كتقليد . خاصة مع استعادة نفس الأحرف كعلامة

---

[1] وقد رفعت شركة " جارفي دانون " صاحبة علامة " دانى " ، دعوى ضد مؤسسة البقرة الظريفة لإبطال علامتها " دانيس" وصدر الحكم بتاريخ 2002/06/25 عن محكمة وهران والذي قضى بأمر المعهد الوطني للملكية الصناعية أن يسحب وديعة دانيس الحاملة لرقم 53180 المؤرخ في 1997/08/20 المنجزة من طرف شركة الجبن البقرة الظريفة مع الأمر بوقف المتاجرة في المواد الغذائية تحت صنف 30 الحاملة لهذه العلامة مع إلزام المدعى عليها شركة الجبن البقرة الظريفة بأن تدفع مبلغ 10000 دج لشركة جارفي دانون كتعويض عن الضرر.

استأنفت شركة البقرة الظريفة الحكم السابق بتاريخ 2003/06/21 وصدر القرار عن مجلس قضاء وهران، الغرفة التجارية، في 2004/03/27 تحت رقم 03/2711 وقد قضى بإلغاء الحكم والتصدي من جديد رفض الدعوى لعدم التأسيس.

[2] وقد توصلت محكمة وهران القسم التجاري التابعة لمجلس قضاء وهران في حكمها الصادر بتاريخ 2004/11/22 ، تحت رقم 03/1345 ورقم الفهرس 04/506 إلى إلغاء العلامة التجارية سينيا التابعة لمؤسسات بسعد بصفتها مدعى عليها والمودعة لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية تحت رقم 030163 في 2003/02/04 ونتيجة لذلك الحكم على المدعى عليها بالتوقف الفوري عن كل إنتاج أو توزيع لمنتجاتها الحاملة لعلامة " سيليا" مع إتلاف كل الكميات المخزونة من هذا المنتوج والوثائق التي تحمل هذه العلامة .

إضافة إلى الحكم على مؤسسات بسعد بمبلغ 3.000.000 دج تعويض للمدعية .

[3] -حيث أنه بالرجوع لقرار المحكمة العليا ب 04 أفريل 2007 تحت رقم 404570 ، نجد أن المجلس صادق على حكم وجد اختلافا جوهريا فيما بين كيس الكسكس " طاوس" برسم طائر كعلامة تجارية للطاعن ، أما مقابله فقد اختار في تقليده قدرا و أسماه " طاووس" على أمه و تم قبول إيداعه لذات العلامة بالمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية .

وقد ذهب قضاة الموضوع في تسبيب قرارهم لوصف الألوان مع التركيز على الأغلفة و الترزيمات ، لإبراز الاختلاف و دون التطرق للنطق كأساس للتشابه بين العلامتين ، فوجدوا أن " "TAOS كطائر تختلف عن « TAOUS »كاسم شخص ، و بالعربية " طاوس" تكتب بواو واحد ، أما الاسم " طاووس" فبواوين .

الأمر الذي أدى بالمحكمة العليا ، الغرفة التجارية و البحرية ،إلى نقض القرار على أساس أن اللبس يقدر من قبل قضاة الموضوع تسمية و نطقا أيضا .

goodwill المقلدة لعلامة goodwill الأصلية ، حتى مع تغير طابع الكتابة باعتبار أن العلامة الأصلية كتبت وفق طابع مائل ، و العلامة الثانية كتبت وفق طابع عادي 1.

هذا و لا يشترط في المستهلك أن يكون خبيرا عند قيامه بممارسة أعماله اليومية ، لهذا لا يجوز افتراض أن المستهلك يقوم بفحص المنتج فحصا دقيقا، كون المعيار المتبع في تحديد الشخص الممارس لعملية الاقتناء هو:معيار الرجل العادي و ليس المستهلك الحريص، وذلك لأنه في حالة تنافس المنتجات للتأثير على انتباه المستهلك في السوق ، فيتعين أن يعتد بمعيار الشخص العادي في هذه السوق.

والمحكمة ملزمة أيضا لدى وجود محاكاة أن تتحقق من التشابه بنفسها أو تندب خبيرا لذلك، و ذلك من أجل الوصول إلى حماية مصالح المضرور، و يتعين على المحكمة دائما أن تعمل رقابتها الموضوعية على أساس أن تقدير مسألة التقليد يرجع للسلطة التقديرية لمحكمة الموضوع .

وجدير بالذكر أن الخبير لا يصح انتدابه إلا لفض مسألة فنية، يصعب على المحكمةإدراكها، و ذلك حسب قانون الإجراءات الجزائية ،خاصة و أننا أمام نصوص جزائية .

و هو نفس الموقف الذي اتخذته المحكمة العليا في القرار رقم 35146 الصادر بتاريخ 2005/10/05 الذي اعتبر أن قضاة المجلس عرضوا قرارهم للنقض كونهم لم يبينوا العناصر التقنية التي اعتمدوها و التي هي من اختصاص الخبير لتقدير التشابه الكبير بين العلامتين وبالتالي وصول القضاة لسوء النية من أجل إيقاع المشتري في لبس أكيد . ومنه نقض القرار على أساس انعدام الخبرة بخصوص العناصر التقنية و إحالته إلى نفس المجلس مشكل بتشكيلة أخرى .

إلا أنه بمفهوم المخالفة فمتى كان القاضي أمام مواصفات تمكنه من تقدير التشابه بين العلامتين ، فإن ذلك يدخل تحت سلطته التقديرية ، و لا داعي في هذا الشأن إلى انتداب خبير 1.

---

[1] *Fabrice PICOD, prise en compte d'un droit d'agir en usurpation au sujet du signe Basmati , La semaine juridique –édition générale , 06fevrier 2012 , n°06, p.259.*

وبالتالي فإن القاضي ملزم بالرجوع لكل المعايير سابقة التناول في تقديره للتقليد ، مع إلزامية احترامه لمبدأ التخصص ، و الذي مفاده حماية العلامة من التقليد بالنسبة للسلع و الخدمات التي سجلت في ظلها العلامة ، أي أنه لا يمكن حماية العلامة من التقليد باعتبارها مسجلة في عدد من السلع و الخدمات، في حين أنه تم استعمال نفس العلامة على سلع و خدمات مغايرة تماما لتلك التي سجلت فيها العلامة الأولى ، و ذلك بالرجوع إلى اتفاق نيس المتعلق بالتصنيف الدولي للمنتجات و الخدمات ، باعتبار أن الجزائر صادقت على هذا الاتفاق 2 .

و ما على القاضي في هذه الحالة إلا التأكد من الصنف الذي سجلت فيه العلامة ، و ذلك بالرجوع للوثائق التي تثبت تسجيل العلامة و تثبت أيضا الصنف الذي سجلت في ظله هذه العلامة .

خاصة و أن نص المادة 02 من المرسوم التنفيذي 05-277 المحدد لكيفيات إيداع العلامات و تسجيلها جاء كالتالي :

"يتم تعيين السلع و الخدمات عند إيداع العلامات ، طبقا للتصنيف الدولي للسلع و الخدمات لغرض تسجيل العلامات المحدد بموجب اتفاق نيس ".

---

[1]- القرار رقم 501204 ، الصادر بتاريخ 2009/04/01 عن المحكمة العليا ، الغرفة التجارية و البحرية ، في القضية بين (ب.س) ضد (ج.ب)

[2]- و يتأكد لنا ذلك من خلال الرجوع للأمر رقم 72-10 المؤرخ في 22 مارس 1972 المتضمن الانضمام إلى بعض الاتفاقيات الدولية ، ج ر 21 أفريل 1972 ، عدد 32 ، ص 467 .

حيث نصت المادة 3/1 من الأمر نفسه على انضمام الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية للاتفاقية المبرمة في نيس بتاريخ 15 يونيو 1957 و المتعلقة بالتصنيف الدولي للمنتجات و الخدمات بقصد تسجيل العلامات ، و التي أعيد النظر فيها باستوكهولم في 14 يوليو 1967 .

و منه نتوقف عند الملاحظة المتمثلة في كون إلزامية القاضي بالتقيد بمبدأ التخصص إنما هي إلزامية خاصة بتقليد العلامات غير المشهورة ، لأنه في حالة تقليد علامة كيفها القاضي بكونها علامة مشهورة ، يجد القاضي نفسه أمام إلزامية استبعاد مبدأ التخصص[1] .

وباعتبار أن التقليد هو مساس بالحقوق الاستئثارية فإن المشرع وضع إطارا خاصا بدعوى التقليد، وهي دعوى جزائية تحرك من قبل وكيل الجمهورية أو صاحب تسجيل العلامة و حتى المرخص له بعد إعذار مالك العلامة إذا لم يمارس هذا الحق بنفسه .إلا إذا نص عقد الترخيص على عكس ذلك فيجب التقيد ببنود العقد[2] .

و باعتبارنا أمام دعوى جزائية فنرجع للمادة 329 من قانون الإجراءات الجزائية التي تنص على الاختصاص المكاني و الذي يكون بمكان ارتكاب الجريمة أو محل إقامة أحد المتهمين أو محل القبض .

أما بخصوص الإثبات فيتم بشتى الطرق و قد نصت المادة 34 من الأمر 03-06 على إمكانية الاستعانة بخبير قصد الوصف الدقيق للسلع التي يزعم التضرر جراء وضع العلامة عليها و يكون ذلك متبوعا بالحجز أو بدونه ، وفي حالة الحجز يمكن للقاضي أن يأمر المدعي بدفع كفالة .

و يعتبر هذا الوصف أو الحجز باطلا بقوة القانون في حالة عدم اتخاذ المدعي لا الطريق المدني و لا الجزائي خلال أجل شهر من تاريخ الوصف أو الحجز[3] .

أما عن العقوبات التي قررها المشرع لجنحة التقليد فتنقسم إلى عقوبات أصلية و عقوبات تكميلية .

بخصوص العقوبات الأصلية تنجزأ بدورها إلى عقوبات سالبة للحرية ، أي بالحبس من ستة (06) أشهر إلى سنتين ، وإلى عقوبات مالية تتمثل في الغرامة من مليونين و خمسمائة ألف دينار

---

[1] و ذلك على المنوال الذي سوف يتم تناوله لاحقا .

[2] الرجوع للمادة 31 من الأمر 03-06.

[3] الرجوع للمادة 35 من الأمر 03-06.

(2.500.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج) ، و للقاضي أن يحكم بهاتين العقوبتين معا أو بإحداهما .

بخصوص العقوبات التكميلية فتتمثل فيما يلي :

- الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة .

- مصادرة الأشياء و الوسائل و الأدوات المستعملة في الجريمة .

- إتلاف الأشياء محل الجريمة[1] .

الفئة الثانية : عدم وضع العلامة أو الوضع بدون وجه حق .

لقد سبق التوضيح أن استعمال العلامة عبر الإقليم الوطني يجب أن يكون مقترنا بالتسجيل أو إيداع طلب التسجيل ، وذلك حتى يمكن لصاحبها الاستئثار بها .

وفي نفس السياق و حسب التشريع الجزائري فإنه يعتبر مساسا بالحقوق الإستئثارية للعلامة ما يلي :

عدم وضع العلامة أو تعمد عدم الوضع عند البيع أو العرض للبيع .

وضع العلامة غير المسجلة أو لم يطلب تسجيلها .

و قد قرر المشرع في هذه الحالة العقوبة المتمثلة في الحبس من شهر إلى سنة و بغرامة من خمسمائة ألف دينار (500.000دج) إلى مليوني دينار (2.000.000دج) ، أو الحكم بإحدى العقوبتين 2.

---

[1] مع التوضيح أنه أتى النص في المادة 32 على المخالفة إلا أن الأصح و المقصود من المشرع هو الجريمة و ليست المخالفة .
[2] المادة 33 من الأمر 03-06.

المطلب الرابع: الحماية الخاصة للعلامات المشهورة .

إن حماية العلامات المشهورة من التقليد ، و باعتبارها تخرج عن الإطار العام لحماية العلامات من التقليد ، فقد خصصت لها التشريعات الوطنية و الدولية حماية انفردت بها . و يشترط في ذلك أن تكون بداية هذه العلامة المقلدة مشهورة (1) ،مع استبعاد مبدأ التخصيص في تقدير التقليد (2). بالمقابل فإن المسألة التي تثور بحدة عند تطرقنا لموضوع تقليد العلامات المشهورة هي التنازع الممكن وقوعه بين العلامة المشهورة و العنوان الإلكتروني (3) .

1 / العلامة المشهورة .

في سياق شرط التميز المتعلق بالعلامة و الذي سبق التطرق له فإنه حسب المادة السابعة (07) من الأمر 03-06 ، يحظر تسجيل الرموز المماثلة أو المشابهة لعلامة تتصف بالشهرة في الجزائر .

نلاحظ أن المشرع الجزائري هنا اشترط الشهرة في الجزائر ، و يمكننا تفسير ذلك بكون تحديد النطاق الاقليمي إنما هو لسبب اقتصادي محض ، يرمي إلى حماية العلامات المشهورة التي تقوم باستغلال علاماتها في الجزائر ، و بمفهوم المخالفة فعدم الاستغلال في الجزائر يعتبر إقصاء لحماية العلامات المشهورة . الهدف من وراء ذلك هو جلب المستثمر الاجنبي ، صاحب العلامة الأجنبية المشهورة عن

طريق استغلال علامته في الجزائر . إلا أنه يوجد حالة خاصة ، يمكن من خلالها للعلامة أن تتسم بالشهرة في الجزائر دون أن يكون هناك أدنى استغلال للعلامة على الاقليم الجزائري ، أي دون أي استثمار في الجزائر 1إذا كانت العلامة أجنبية، و تتمثل في حالة شهرة العلامة في الجزائر عن طريق الانترنت .

---

[1] . خاصة و أن التشريع الخاص بالاستثمار ، و المتمثل في الأمر 01-03 المؤرخ في 20 أوت 2001 المتعلق بتطوير الاستثمار، ج.ر 22 أوت 2001 ، عدد 47 ، ص .04. ينص من خلال مادته الأولى على ما يلي: " يحدد هذا الأمر النظام الذي يطبق على الاستثمارات الوطنية و الأجنبية المنجزة في النشاطات الاقتصادية المنتجة للسلع و الخدمات ..."

و قد تفطن القضاء الفرنسي لهذه الحالة ، و تمثل موقفه في استبعاد حماية العلامات المشهورة في فرنسا

بسبب الانترنت ، و بدون اسغلال فعلي للعلامة المشهورة في فرنسا 1.

و ما على المشرع الجزائري إلا التفطن لهذه المسألة ، من خلال التعديلات المستقبلية ، عن طريق إلزامية الاستغلال الفعلي للعلامة المشهورة في الجزائر حتى تحمى من التقليد ، و ذلك قصد استبعاد حماية العلامات المشهورة في الجزائر عن طريق الانترنت .

أما بخصوص المشرع التونسي فقد وسع في مفهوم الشهرة ، و جعله مطابقا لمقتضيات الاتفاقيات الدولية المصادق عليها 2.

و بالرجوع للمادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 07-08 المؤرخ في 11 يناير 2007 المتعلق بتحديد قائمة النشاطات و السلع و الخدمات المستثناة من المزايا المحددة في الأمر 01-03 المؤرخ في 20 أوت 2001 و المتعلق بتطوير الاستثمار ، ج.ر 14 يناير 2007 ، عدد 04 ، ص 09. نجدها تنص على ما يلي:" لحاجات تطبيق هذا المرسوم ، يقصد بالسلع و الخدمات التي تدخل مباشرة في إطار إنجاز الاستثمار ما يأتي :

أ- كل الممتلكات ، المنقولة أو العقارية أو المادية أو غير المادية أو المقتناة أو المستحدثة من أجل التكوين أو التطوير أو إعادة التنظيم أو إعادة تأهيل النشاطات الاقتصادية لإنتاج السلع و الخدمات الموجهة للاستعمال المستديم بنفس الشكل.

ب- كل الخدمات المرتبطة بالقتناء السلع المذكورة في الفقرة "أ" أعلاه .

و بالتالي فأمام المادة 01 من الأمر 01-03 التي اعتبرت أن الاستثمار يتعلق بالسلع و الخدمات و المادة 02 من المرسوم التنفيذي 07-08 التي اعتبرت أنه من بين السلع و الخدمات نجد الممتلكات غير المادية – و التي يمكن أن تندرج تحتها العلامة ، باعتبارها مال معنوي- تتضح لنا العلاقة الوطيدة بين الاستثمار و العلامة نظرا لاعتبارين :

الاعتبار الأول : و يتمثل في كون السلع و الخدمات و المتعلقة بالاستثمار تخضع لتصنيف قانوني مرتبط بالعلامات و هو التصنيف الدولي للسلع و الخدمات بمقتضى اتفاق نيس ، و الذي انضمت إليه الجزائر بمقتضى الأمر 72-10 سالف الذكر ، و قد ألزمت المادة 02 من المرسوم التنفيذي 05-277 سابقة التناول الرجوع لتصنيف اتفاق نيس لتسجيل العلامات .

الاعتبار الثاني : بالرجوع لتعريف العلامة من خلال المادة 02 من الأمر 03-06 ، نجدها تعتبر العلامة كونها كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي .... المميزة لسلع و خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع و خدمات غيره .

و بالتالي تتأكد لنا متانة العلاقة بين العلامة باعتبارها توضع على السلع و الخدمات ، و الاستثمار باعتباره متعلق بتلك السلع و الخدمات

1- Michel VIVANT, Propriété intellectuelle , lexprotectionis et loi réelle , Recueil Dalloz , 06 octobre 2011 , n°34 , p.2351.

2- حسب الفصل 24 من القانون التونسي المتعلق بعلامات الصنع و التجارة و الخدمات ، ينص على ما يلي:

" ينتج عن استعمال علامة تحظى بشهرة بالنسبة إلى منتوجات أو خدمات غير مشابهة للتي تم بيانها في التسجيل تحميل صاحب هذا الاستعمال المسؤولية المدنية إذا كان ذلك من شأنه أن يلحق ضررا بمالك العلامة أو إذا كان هذا الاستعمال يشكل استغلالا غير مبرر لهذه العلامة .

و العلامة ذائعة الشهرة أو المشهورة ليست في جوهرها إلا علامة تخضع من حيث شروطها للأحكام العامة للعلامة ، فيجب أن تكون مميزة ، قابلة للتمثيل الخطي ، جديدة في مجالات استخدامها بالإضافة إلى ضرورة عدم مخالفتها للنظام العام و حسن الآداب و ذلك وفقا للتفصيل السابق شرحه في شأن أحكام العلامة .

على أن هناك من العلامات ما يكتسب شهرة فائقة تتعدى حدود إقليم تسجيلها نتيجة عدة عوامل تؤثر في ذيوعها و انتشارها مما يجعلها ذات سمعة عالمية مقارنة بغيرها من العلامات الوطنية.

و قد تضمنت اتفاقية باريس المتعلقة بالملكية الصناعية و المبرمة عام 1883 في المادة السادسة (6) منها بعض الأحكام المتعلقة بالعلامة المشهورة 1.

و أكدت الأحكام المشار إليها في اتفاق "التربس" بالمادة 2/16 و3 2 . و تبدأ العلامة مشوار شهرتها الفائقة بتخطي نطاق الإقليمية نتيجة عدة عوامل لعل أهمها قدم استخدامها على المنتوجات أو الخدمات

و تنطبق أحكام الفقرة الأولى من هذا الفصل على استعمال علامة مشهورة على معنى الاتفاقيات الدولية المصادق عليها من قبل الجمهورية التونسية ".

1- حيث تنص المادة السادسة ثانيا من اتفاقية باريس على أنه:

1- تتعهد دول الإتحاد سواء من تلقاء نفسها إذا أجاز تشريعها ذلك، أو بناءا على طلب صاحب الشأن، برفض أو إبطال التسجيل و بمنع استعمال العلامة الصناعية أو التجارية التي تشكل نسخا أو تقليدا أو ترجمة يكون من شأنها إيجاد لبس بعلامة ترى السلطة المختصة في الدولة التي تم فيها التسجيل أو الاستعمال أنها مشهورة باعتبارها فعلا العلامة الخاصة بشخص يتمتع بمزايا هذه الأحكام إذا كان الجزء الجوهري من العلامة يشكل نسخا لتلك العلامة المشهورة أو تقليدا لها من شأنه إيجاد لبس بها.

2- يجب منح مهلة لا تقل عن خمس سنوات من تاريخ التسجيل للمطابقة بشطب مثل هذه العلامة. و يجوز لدول الإتحاد أن تحدد مهلة يجب المطالبة بمنع استعمال العلامة خلالها.

3- لا يجوز تحديد أي مهلة للمطالبة بشطب أو منع استعمال العلامات التي سجلت أو استعملت بسوء نية.

2- حيث تنص الفقرة الثانية (2) من المادة 16 من هذه الاتفاق على أنه :

تطبق أحكام المادة 6 مكرر من معاهدة باريس (1967)، على الخدمات و عند تقرير ما إذا كانت العلامة التجارية معروفة جيدا تراعي البلدان الأعضاء مدى معرفة العلامة التجارية في قطاع الجمهور المعني بما في ذلك معرفتها في البلد العضو نتيجة ترويج العلامة التجارية.

و أضافت الفقرة الثالثة من المادة ذاتها أنه :

محل الحماية بمقتضى العلامة. ويقصد بقدم الاستخدام، المدة الطويلة لاستعمال العلامة على المنتوجات أو الخدمات المخصصة لها في منطقة نشأتها.

و تمر العلامة بعد ذلك بمرحلة انتشار و كثرة في توزيع المنتوجات أو الخدمات التي تميزها، وأهمية هذا التوزيع جغرافيا على عدة مستويات من المناطق المختلفة بالإضافة إلى مكانة هذه العلامة في السوق العالمي و مجهودات الإعلان عنها و درجة الانتشار و جودة الإنتاج أو انتظام الخدمة.

يثار التساؤل عما إذا كان يشترط لاعتبار العلامة ذائعة الشهرة، اعتبارها معروفة على مستوى الجمهور بكامله أم في قطاع و مجال استخدام السلع أو الخدمات التي تميزها، و في هذا الخصوص وَضع اتفاق "تربس" (المادة 2/16)، معيارًا في تقدير ما إذا كانت العلامة معروفة جيدا أي مشهورة من عدمه، و هو معرفة العلامة و ذيوعها في قطاع الجمهور المعني بالمنتوجات أو الخدمات محل هذه العلامة و ليس معيار الشهرة على مستوى المجتمع ككل بصفة عامة. و بمقتضى هذا المعيار نلاحظ أن اتفاق "تربس" توسع في مفهوم العلامات ذائعة الشهرة، حيث لا يجوز التشدد و اشتراط الشهرة على مستوى المجتمع كله[1]

.

و بخصوص المشرع الجزائري فقد اشترط المطابقة و المشابهة مع العلامات المشهورة حتى بالنسبة للسلع و الخدمات التي لم تسجل فيها العلامة المشهورة. و هذا الموقف التشريعي يستنتج من نص المادة 08/07 من الأمر 03-06 و التي لم تأت محسومة و يلاحظ بخصوصها تذبذب في الصياغة ، إلا أننا نستنتج

تطبق أحكام المادة 6 مكرر من معاهدة باريس (1967) مع ما يلزم من تبديل، على السلع أو الخدمات غير المماثلة لتلك التي سجلت بشأنها علامة تجارية، شريطة أن يدل استخدام تلك العلامة التجارية بالنسبة لتلك السلع أو الخدمات على صلة بين تلك السلع أو الخدمات و صاحب العلامة التجارية المسجلة و شريطة احتمال أن تتضرر مصالح صاحب العلامة التجارية المسجلة من جراء ذلك الاستخدام.

[1]-وهذا التوسع في معيار الشهرة للعلامة لا يخدم في الواقع الدول النامية أو الأقل نموا حيث يمتلك عادة العلامات ذائعة الشهرة كبرى الشركات العالمية متعددة الجنسيات، و هي بذلك تتمتع بحماية قانونية تفوق مستوى الحماية للعلامات العادية، و على النطاق الواسع أو غير مسجلة و سواء تعلقت الحماية القانونية بالمنتجات أو الخدمات المماثلة محل العلامة المشهورة أم لا.

نهاية بأن المشرع يستثني من التسجيل الرموز المطابقة أو المشابهة للعلامة المشهورة ، حتى إذا كانت إرادة المودع تمتد إلى التسجيل في فئة السلع و الخدمات المغايرة لتلك الفئة التي سجلت فيها العلامة المشهورة 1.

و التساؤل أيضا عن معايير اعتبار العلامة التجارية ذائعة الشهرة أو بمعنى آخر العوامل الاسترشادية التي يمكن على أساسها اعتبار العلامة ذائعة الشهرة من عدمه في مجال التجارة أو الخدمات .

فالواقع أن اعتبار العلامة مشهورة و إن كان من إطلاقات قاضي الموضوع إلا أنه يجب تأسيس ذلك على شواهد و عوامل تؤكده. فهناك من العلامات التي لا يختلف الكثير عن اعتبارها ذائعة الشهرة نتيجة الاستمرارية و الدعاية الفائقة بكافة وسائل الإعلام بالإضافة للانتشار و تاريخ المنتوج أو الخدمة و الجودة كما هو الشأن بالنسبة للعلامة " مرسيدس" أو « B.M.W » في مجال السيارات أو علامة « HILTON » أو « MARIOTTE » في مجال الخدمات الفندقية أو علامة « LIPTON » بالنسبة للشاي.

و قد وضعت المنظمة العالمية للملكية الفكرية "الوايبو "مع الجمعية العامة لإتحاد باريس لحماية الملكية الصناعية في دورة مشتركة 2، قواعد استرشادية في شأن التعرف على العلامة ذائعة الشهرة سواء عالميا أو في القطاع المعني من الجمهور.

من هذه العوامل في سبيل معرفة الشهرة في القطاع المعني من الجمهور ، الدراسات و الإحصائيات للأنماط الاستهلاكية واستطلاع آراء الجمهور من المستهلكين ، النطاق الجغرافيو مجالات استعمال العلامة، بالإضافة إلى مدة الدعاية و الإعلان عن العلامة و عرض المنتوجات

---

[1] - و ذلك لأن صياغة الفقرة الثامنة من المادة السابعة للأمر 03-06 ، و التي تناولت حظر التسجيل بخصوص الشهرة ، جاءت كالتالي:

8/ الرموز المماثلة أو المشابهة لعلامة أو لاسم تجاري يتميز بالشهرة في الجزائر و تم استخدامه لسلع مماثلة و مشابهة تنتمي لمؤسسة أخرى إلى درجة إحداث تضليل بينهما ، أو الرموز التي هي بمثابة ترجمة للعلامة أو الاسم التجاري.

تطبق أحكام هذه الفقرة ، مع ما يلزم من تغيير ، على السلع أو الخدمات التي لا تعد مطابقة أو مشابهة لتلك التي طلب تسجيل العلامة من أجلها ، بشرط أن يكون استعمال هذه العلامة من أجل سلع و خدمات مطابقة يدل على صلة بين هذه السلع و الخدمات و مالك العلامة المسجلة ، في هذه الحالة و بشرط أن يكون من شأن هذا الاستعمال إلحاق ضرر بمصالح صاحب العلامة المسجلة .

[2] - *خلال سلسلة الاجتماعات ال 34 لجمعيات الدول الأعضاء في " الوايبو" ، خلال الفترة من 20 إلى 29 سبتمبر عام 1999.*

أو الخدمات محل العلامة في الأسواق والمعارض الدولية. كذلك الشأن بالنسبة لحجم الإنتاج و رقم المبيعات. و لعل من العوامل الرئيسية في شهرة العلامة هو عدد الدول السابق تسجيل العلامة فيها و مدة حمايتها منذ تسجيلها و كذلك قيمة العلامة في السوق التجاري أو الخدمي.

و جاء تفصيل العوامل سالفة الذكر و التي يمكن للسلطات المختصة أن تستخلص منها أن العلامة مشهورة كالتالي :

1/مدى شهرة العلامة أو معرفتها لدى قطاع الجمهور المعني[1] ، ومن الممكن تحديد مدى معرفة العلامة لدى قطاع الجمهور المعنى عن طريق الدراسات الاستقصائية للأنماط الاستهلاكية واستطلاع آراء المستهلكين.

2/ مدة استعمال العلامة في أي وجه من وجوه الاستعمال، ومجالات الاستعمال ونطاقها الجغرافي، ومن الجدير بالذكر أنه لا يشترط لاعتبار العلامة مشهورة استعمالها في الدولة التي يراد فيها حمايتها، إذ يكفي لاعتبارها كذلك أن تكون معروفة نتيجة لحملات الدعاية والإعلان.ومع ذلك، فقد يكون من المفيد لإثبات معرفة الجمهور بالعلامة في دولة معينة تقديم ما يدل على استعمال العلامة في دولة مجاورة، أو في أراضي دولة لها علاقات تجارية وثيقة بها ، أو دولة تمتد إليها وسائل الإعلام الخاصة بالدولة التي يراد فيها حماية العلامة كعلامة مشهورة.ويدخل في عداد استعمال العلامة استعمالها على شبكة الانترنت.

---

[1]-أوضحت المادة 2 (أ).(ب) 1 من التوصية المشتركة بشأن الأحكام المتعلقة بحماية العلامات المشهورة أن من عوامل تحديد شهرة العلامة مدى معرفتها أو التعرف عليها في القطاع المعنى من الجمهور.

وجاءت الفقرة 2 من المادة 2 لتوضيح المقصود بالقطاع المعنى من الجمهور فذكرت أن القطاعات المعنية من الجمهور تشمل، على سبيل المثال وليس الحصر، ما يلي:

1-المستهلكين الفعليين المحتملين لنوع السلعة أو الخدمة التي تميزها العلامة.

2-الأشخاص المعنيين في قنوات توزيع نوع السلع والخدمات التي تميزها العلامة.

3-الأوساط التجارية التي تتعامل في نوعية السلع والخدمات التي تميزها العلامة.

3/مدة الدعاية والترويج للعلامة بأي وجه من الأوجه ودرجة نجاح حملات الدعاية والإعلان ونطاقها الجغرافي، وعرض المنتجات التي تميزها العلامة في الأسواق والمعارض الداخلية والدولية، وكمية المنتجات المطروحة في الأسواق، وحجم المبيعات.

4/عدد البلدان التي سجلت فيها العلامة أو طلبات التسجيل ونطاقها الجغرافي، والمدة الزمنية التي مضت على تسجيلها.ولا يشترط أن تكون العلامة مسجلة في كل البلدان باسم صاحب العلامة، فقد تكون العلامة مملوكة لعدة شركات مختلفة تعمل في بلدان متفرقة ولكنها تنتمي إلى مجموعة واحدة، أو تربطها صلات وثيقة أو علاقات مشاركة وتعاون.

5/ ما يدل على نجاح إنفاذ الحقوق المتصلة بالعلامة في الدول المجاورة ، ولاسيما إقرار السلطات المختصة بأنها علامة مشهورة .وينبغي تفسير كلمة الإنفاذ تفسيرا واسعا يشمل إجراءات الاعتراض التي يمنع فيها مالك العلامة المشهورة تسجيل علامة تشابه علامته.

6/قيمة العلامة ، وهناك أساليب مختلفة لتقدير قيمتها .وقد يستفاد من القيمة المرتفعة للعلامة أنها علامة مشهورة.

من الغني عن البيان أن العوامل المتقدمة التي ذكرتها المادة 2 من التوصية المشتركة بشأن الأحكام المتعلقة بحماية العلامات المشهورة لم ترد على سبيل الحصر، بل وردت على سبيل المثال.وهي مجرد عوامل استرشادية لتحديد مدى اعتبار العلامة مشهورة ، ولكنها ليست عوامل حاسمة.

حيث أن تلك العوامل المتعلقة بالشهرة ليست شروطا مسبقة يتوقف البت في كل حالة على الظروف الخاصة بتلك الحالة وفي بعض الحالات قد تكون كل العوامل مفيدة للبت ، وفي حالات أخرى قد يكون بعضها فقط مفيدا، وفي حالات أخرى ، قد لا يكون أي من تلك العوامل مفيدا وقد يقوم القرار على عوامل

إضافية غير واردة وقد تكون العوامل الإضافية مفيدة وحدها أو مع عامل واحد أو أكثر من العوامل السالفة الذكر.

هذا وقد نتج عن الدورة المشتركة عوامل أخرى، سميت "بالعوامل غير المشترطة " وهي على نقيض الأولى ، العوامل التي لا يجوز للدولة العضو أن تشترطها للبت فيها إذا كانت العلامة شائعة الشهرة ومن بينها:

1/أن العلامة كانت موضع انتفاع في الدولة العضو أو تم تسجيلها أو إيداع طلب تسجيلها في تلك الدولة أو بالنسبة إليها.

2/ أو أن العلامة معروفة جدا لدى الجمهور عامة في الدولة العضو.

بخصوص هذه العوامل وتلك فإن المشرع الجزائري سكت عليها ، وترك السلطة التقديرية للقاضي الذي لديه مطلق الحرية في استبعادها أو الأخذ بها جميعها أو بعضها وفق طبيعة النزاع المعروض.

و قد جاء نص المادة 08/07 من الأمر 03-06 ، و المتعلق بحظر تسجيل الرموز المطابقة للعلامات المشهورة كالتالي:

" تستثنى من التسجيل :

الرموز المماثلة أو المشابهة لعلامة أو لاسم تجاري يتميز بالشهرة في الجزائر، وتم استخدامه لسلع مماثلة ومشابهة تنتمي لمؤسسة أخرى إلى درجة إحداث تضليل بينهما، أو الرموز التي هي بمثابة ترجمة للعلامة أو الاسم التجاري.

تطبيق أحكام هذه الفقرة ،مع ما يلزم من تغيير على السلع أو الخدمات التي لا تعد مطابقة أو مشابهة لتلك التي طلب تسجيل العلامة من أجلها بشرط أن يكون استعمال هذه العلامة من أجل سلع

وخدمات مطابقة يدل على صلة بين هذه السلع والخدمات ومالك العلامة المسجلة في هذه الحالة وبشرط أن يكون من شأن هذا الاستعمال إلحاق ضرر بمصالح صاحب العلامة المسجلة."

وأمام هذا التذبذب التشريعي كما أسلفنا الذكر ، إلا أنه يظهر جليا بأن المشرع الجزائري استنبط نص الفقرة الثامنة للمادة السابعة من المادة الرابعة من الدورة المشتركة .

حيث نصت المادة الرابعة من التوصية المشتركة على أنه بصرف النظر عن السلع والخدمات التي يشملها الانتفاع بالعلامة أو تكون موضع تسجيل أو طلب تسجيل فإن تلك العلامة تعتبر منازعة لعلامة شائعة الشهرة متى كانت العلامة أو جزء أساسي نسخا أو تقليدا أو ترجمة أو نقلا حرفيا للعلامة شائعة الشهرة أو كان أحد الشروط التالية على الأقل مستوفى:

1/من شأن الانتفاع بتلك العلامة أن يتبين وجود علاقة بين السلع والخدمات التي يشملها الانتفاع بالعلامة أو تكون موضع تسجيل أو طلب تسجيل ومالك العلامة شائعة الشهرة ومن المرجح أن يضر بمصالحه.

2/ومن المرجح أن ينال الانتفاع بتلك العلامة من الصفة المميزة للعلامة شائعة الشهرة أو يضعفها بشكل غير مشروع.

3/ومن شأن الانتفاع بتلك العلامة أن يؤدي إلى الاستفادة بطريقة غير مشروعة من الصفة المميزة للعلامة شائعة الشهرة.

وبالتالي فإن المشرع الجزائري لم يدمج الحالات الواردة في الفقرات 2 و 3 من المادة الرابعة للتوصية المشتركة1.

وبخصوص معيار الشهرة وتطبيقه على مستوى القضاء الجزائري، فقد ثار نزاع بين م.م "كوسميساف " لمنتوج من مواد التجميل "داكار" وبين شركة " بارفان قيلاروش" وطرح على المحكمة العليا التي توصلت إلى أن علامة داكارغيرمعروفة وغير مشهورة في الجزائر ، و بالتالي فبما أنها مسجلة من طرف شركة "بارفان قيلاروش" فإن قضاة المحكمة قد أصابوا في حكمهم برفض الدعوى لعدم التأسيس وأن قضاة المجلس لما قضوا بإلغاء الحكم فقد أخطأوا2.

2 / الاستثناء الوارد على تقدير تقليد العلامات المشهورة:استبعاد مبدأ التخصص .

إن أحد المبادئ الأساسية التي تطبع قانون العلامات هو مبدأ وحدة نوعية المنتوجات أو التخصص بالمنتوجات ، والمقصود به أنه من حيث المبدأ ، يتم حماية العلامة والاعتراف بالحق الاحتكاري لمالكها فقط بالنسبة للمنتوجات أو الخدمات التي تستعمل العلامة بالنسبة إليها. وبناء عليه فإن استعمال ذات العلامة من غير مالكها بالنسبة لمنتوجات أو خدمات مختلفة عن تلك التي تستعمل العلامة أو سجلت بشأنها لا

1- حيث تحدث وقد أوغندا إبابة عن المجموعة الإفريقية والتي تشتمل الجزائر ، وصرح بأنه وبينما تعالج التوصيات المشتركة بعض اهتماماتها، فإن مجموعته تؤيد النص المقترح من باب التسوية .

البند 10 من جدول الأعمال الموحد. الوارد عن جمعيات الدول الأعضاء في الويبو. حسب سلسلة الاجتماعات الرابعة والثلاثون. جنيف من 20 إلى 29 سبتمبر 1999 (الوثيقة A/34/16).

2- تم رفع الدعوى من شركة "بارفان قيلاروش" ، ضد شركة "كوسميساف" وصدر الحكم عن محكمة سيدي أحمد بتاريخ 2000/11/14 يقضي بعدم قبول الدعوى .

ثم أستأنف الحكم من طرف شركة "بارفان قيلاروش" ، وصدر قرار عن مجلس قضاء الجزائر بتاريخ 2003/03/02 يقضي بإلغاء الحكم المستأنف والقضاء من جديد بإبطال علامة "داكار" المودعة في 1997/04/30 تحت رقم 052615 وإتلاف جميع النماذج وكل شبهات علامة "داكار" ونشر القرار في النشرة الرسمية للملكية الصناعية وتعويض المستأنفة مبلغ 200.000 دج عن الضرر.

إلا أن شركة "كوسميساف" طعنت بالنقض ضد القرار الصادر عن مجلس قضاء الجزائر ، وصدر قرار عن المحكمة العليا الغرفة التجارية والبحرية بتاريخ 2005/10/05 تحت رقم 350164 يقضي بقبول الطعن شكلا وموضوعا ونقض وإبطال القرار المطعون فيه، وإحالة القضية والأطراف على نفس المجلس مشكلا تشكيلة أخرى .

يشكل اعتداء على الحق الاحتكاري لمالك العلامة .وهذا المبدأ يجد أساسه في تطور قانون العلامات انطلاقا من قانون المنافسة بمفهومه الواسع ، فقانون العلامات ما هو إلا أحد القوانين التي وضعت من أجل تنظيم المنافسة في السوق ، وحيث أن المنافسة تكون فقط عندما يقوم شخصان بممارسة نفس النشاط الاقتصادي والتعامل بمنتوجات أو خدمات مماثلة متنافسة، فإن العلامات التي تستخدم كوسيلة للمنافسة تحمي فقط بالنسبة للمنتوجات أو الخدمات المتماثلة المتنافسة .و هذا ما تم التعبير عنه بالقول بأن وظيفة العلامة هي بالأساس الدلالة على مصدر المنتوجات في عملية المنافسة لتميزها عن غيرها من المنتوجات المماثلة المنافسة لها.

نتيجة للتطورات الاقتصادية والاتصالات ووسائل الإعلان والإعلام، أصبحت الكثير من العلامات المشهورة تحمل قوة إيمانية وتسويقية لدى المستهلكين تتجاوز نوع المنتوجات أو الخدمات الأساسية التي استخدمت هذه العلامات بخصوصها ، وأصبح استعمال هذه العلامات على منتوجات أو خدمات غير مماثلة وغير منافسة للمنتوجات أو الخدمات الأساسية المرتبطة بها من شأنه أن يخلق لبسا لدى المستهلكين بخصوص هذه المنتوجات غير المنافسة وبين العلامة المشهورة .مما أدى إلى ظهور الحاجة إلى حماية العلامات المشهورة ضد المخاطر المذكورة والتي يمكن أن تنجم عن استعمالها على منتوجات أو خدمات غير مماثلة أو منافسة لتلك التي استعملت العلامة المشهورة أو سجلت أساسا بالنسبة لها.

هذه الحماية بدأت كاستثناء على مبدأ وحدة نوعية السلع أو التخصص المذكور أعلاه والذي يعتبر أحد المبادئ الأساسية لقانون العلامات في المرحلة الأولى بدأت هذه الحماية عن طريق قرارات أصدرتها المحاكم في بعض الدول مثل ألمانيا ، فرنسا ، وغيرها إلى أن تكرست في التشريعات الوطنية للكثير من الدول ، وكذلك قانون الإتحاد الأوربي وقوانين الدول الأوربية كلها مثلا : المادة 4 (3) من التعليمات رقم 104/89/ي ي س الصادرة عن الإتحاد الأوربي بتاريخ 1988/12/21 والتي تم إدخالها في قوانين الدول

الأوربية بما فيها فرنسا، ألمانيا، بلجيكا، وغيرها1.كما تم تبنيها في اتفاق تربس من خلال المادة (16)(3) وهي ذات الحماية التي جاءت مكرسة بوضوح في التشريع الجزائري وذلك يظهر من خلال المادة السابعة في فقرتها الثامنة من الأمر 03-06 والتي استثنت مبدأ التخصص واستبعاد تطبيقه على العلامات المتميزة بالشهرة في الجزائر.

و هي تنص على أن : " تطبيق أحكام المادة 6 مكررة من معاهدة باريس (1968) مع ما يلزم من تبديل ، على السلع أو الخدمات غير المماثلة لتلك التي سجلت بشأنها علامة تجارية ، شريطة أن يدل استخدام تلك العلامة التجارية بالنسبة لتلك السلع أو الخدمات على صلة بين تلك السلع أو الخدمات وصاحب العلامة التجارية المسجلة ، وشريطة احتمال أن تتضرر مصالح صاحب العلامة التجارية المسجلة من جراء ذلك الاستخدام."

بذلك فإن التشابه بين علامة BIC وعلامة BYC أدى بالقضاء إلى الحكم بإبطال العلامة BYC ، وذلك على أساس أنها تستعيد حرفين من العلامة BIC وذلك بالإضافة إلى التشابه المطلق بين العلامتين عند سماع كل علامة على حدى وهذا التطابق يؤدي إلى تضليل المستهلك ظن منه أن العلامة BYC هي نفسها العلامة BIC.ومن جهة مقابلة فإن علامة BIC هي مشهورة عالميا ، الأمر الذي يضع حدا أمام كل إمكانية تسجيل لعلامة مطابقة أو مشابهة لها حتى في فئات وأصناف السلع والخدمات المغايرة2 .

-إشكالية التنازع بين العلامة المشهورة والعنوان الإلكتروني.

---

[1]- كنعان الأحمر ،ندوة الويبو الوطنية عن الملكية الفكرية لأعضاء هيئة التدريس وطلاب الحقوق في الجامعة الأردنية " عمان من 6 إلى 8 أفريل 2004 حماية العلامات التجارية شائعة الشهرة.

[2]- وذلك ما توصلت إليه محكمة سيدي امحمد القسم التجاري (2) بمجلس قضاء الجزائر من خلال حكمها الصادر بتاريخ 2004/02/18 تحت رقم 2003/2609 ورقم الفهرس 1364 ، والقاضي بإبطال علامة (BYC) المسجلة تحت رقم 058257 لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية من طرف شركة BYC.CO.LTD باعتبارها مدعى عليها ، وإلزامها بدفع مبلغ 100.000 دج للمدعية كتعويض عن الضرر.

أظهر استخدام الانترنت مشكلات قانونية متعددة تتصل بحقوق الملكية الفكرية من أهمها فيما يتعلق بالعلامات ، كيفية تنظيم تسجيل العناوين الإلكترونية واستخدامها بشكل لا يتعارض مع حقوق أصحاب العلامات ، وخاصة بعد انتشار ظاهرة القرصنة التي تعرضت لها العلامات التجارية المشهورة.وقد أثار ذلك التساؤل عن مدى أحقية صاحب العلامة المشهورة في منع الغير من اتخاذها كعنوان إلكتروني. كما أثار استخدام العلامات في الانترنت التساؤل بشأن كيفية تسوية المنازعات المتعلقة بتسجيل واستخدام عنوان إلكتروني بشكل قد يتعارض مع حقوق أصحاب العلامات . بالإضافة إلى مشكلة تحديد القانون الواجب تطبيقه إذا أخذنا في الاعتبار عدم صلاحية قوانين العلامات الوطنية للتطبيق على تلك المنازعات على اعتبار أنها قوانين ذات صبغة محلية لا تسرى خارج الحدود الإقليمية للدولة المعنية ، بينما لا يرتبط استخدام عناوين الكترونية بالحدود الجغرافية لأي دولة ، ومن ثم فإن القواعد التي تنظمها يجب أن تصطبغ بالصبغة العالمية.هذا و قد تعرضت العلامات المشهورة لعمليات قرصنة عن طريق تسمية عدد من المواقع بعناوين إلكترونية تطابق أو تشابه علامات مشهورة وتسجيلها بقصد منع أصحاب هذه العلامات من تسجيل عناوين إلكترونية لمواقعهم على الشبكة تطابق علاماتهم المشهورة ، وابتزازهم إذا رغبوا في الحصول على تلك العناوين عن طريق طلب مبالغ مالية باهظة مقابل التنازل عنها من المعتدين .وقد أطلق على هذا النوع من الاعتداء على العلامات التجارية اصطلاحCybersquatting.

ولإصلاح هذا الوضع فقد اقترحت الإدارة الوطنية للمعلومات والاتصال عن بعد The national telecommunication and information administration(N.T.I.A)في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1998 إنشاء مؤسسة خاصة لا تهدف إلى تحقيق الربح يعهد إليها بالإشراف على نظام العناوين الإلكترونية وتسجيلها وسميت هذه المؤسسة :

وقد حلت هذه The internet corporation for assignednames and numbers(I.C.A.N.N) المؤسسة محل الهيئة الحكومية The internet assignednumbersauthority(I.A.N.A) التي كانت تتولى الإشراف على تسجيل العناوين الإلكترونيةمن قبل1.

كما طلبت الإدارة الأمريكية المعنية بشؤون التجارة THE US DEPARTMENT OF COMMERCE المشهورة من المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الوبيو) لوضع نظام موحد يمكن قبوله على المستوى الدولي لتنظيم العناوين الإلكترونية وتسوية المنازعات المتعلقة بالتداخل بينها وبين العلامات .وبالإضافة إلى ذلك فقد طلبت الدول الأعضاء في الوبيو إعداد دراسة حول هذا الموضوع واقتراح الحلول الملائمة لمعالجة المشكلات التي ظهرت في التطبيق فيما يتعلق بالتداخل بين العناوين الإلكترونية والعلامات .

وقد أعدت الوبيو دراسة تفصيلية حول هذا الموضوع بعد استطلاع آراء المتخصصين في العديد من الدول الأعضاء وأسفرت الدراسة عن مجموعة من التوصيات واقترحت نظاما لتسوية المنازعات المتعلقة بالعناوين الإلكترونية والعلامات تضمنه تقريرها الذي نشر في 30 أبريل سنة 1999.

وتضمنت أهم التوصيات الواردة بتقرير الوبيو ما يلي:

---

[1] - وجدير بالذكر أن ال (ICANN) هي الجهة التي تشرف على تنفيذ السياسة الموحدة الموضوعة لتسوية المنازعات المتعلقة بالعناوين الإلكترونية (Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy)(UDRP وهي تتضمن تسوية منازعات العناوين الإلكترونية عن طريق التحكيم بالطريق الإلكتروني من خلال مركز الوبيو للتحكيم والوساطة أو عن طريق أحد مقدمي الخدمة المعتمدين
و تم انتهاج هذا النظام من طرف المنظمة العالمية للملكية الفكرية منذ عام 1999 ، و في سنة 2009 طرح 2107 نزاع متعلق بالتنازع بين العلامة و العنوان الالكتروني مقابل 2329 سنة 2008.
و بالنظر إلى جنسيات أطراف النزاع نجد النزاعات مطروحة من قبل 114 دولة سنة 2009. تأتي في المقدمة الولايات المتحدة الأمريكية ثم فرنسا ، المملكة المتحدة و ألمانيا .
ومن أبرز النزاعات التي طرحت سنة 2009 هي تلك المتعلقة بالمجال الرياضي ، من خلال المساس بالعنوان الالكتروني :www.fifaworldcup2010.com
Josef JEHL , Cybersquattage internet : quand l'électronique gagne la procédure , J.C.P G , 19 avril 2010 , n°16, p.830.

1/التأكيد على ضرورة تقديم طالب عنوان إلكتروني لكافة البيانات الخاصة بالتعرف عليه والاتصال به.

2/عدم تسجيل عناوين إلكترونية تماثل العلامات المشهورة أو المعروفة جدا إلا إذا كان طالب التسجيل هو صاحب العلامة، أو كان التسجيل بموافقته.

3/أن يطلب من المتقدم لتسجيل العنوان الإلكتروني إتباع إجراءات التقاضي والوسائل البديلة لتسوية المنازعات المتعلقة بالعنوان إلكتروني.

4/أن يقبل طالب التسجيل السياسة الموحدة لتسوية المنازعات uniformdomain

name dispute resolutionpolicy (UDRP) التي يتم اعتمادها ، وهي تنظيم إجراءات فض المنازعات المتعلقة بالعناوين الإلكترونية بطريقة عملية ومبسطة.

أما بخصوص المشرع الجزائري ، وإن كان قد سكت على هذه المسألة محتملة الوقوع ، من خلال القانون 04-02 إلا أننا لما نعود للنصوص الخاصة بهذا الموضوع نجدها تتناول المسألة بوضوح.

فباعتبار أن network internet center.dz هو الجهاز المكلف بتسجيل أسماء الميادين في الجزائر 1dzهوجهاز تابع ل ICANN سالفة الذكر ، وبالتالي فهو يخضع لشروط التسجيل الموضوعية من قبل هذه الهيئة.

ضف إلى ذلك فإننا لما نعود لميثاق جهاز NETWORK INTERNET CENTER .DZ لتسجيل عنوان إلكتروني DZ. والذي يهدف إلى توضيح وتبيان قواعد تسجيل عنوان إلكتروني DZ وكيفية سير إجراءات

---

[1] - *Selon la définition terminologique donnée par la charte ;sous-domaine de DZ : les sous domaines de DZ sont :com.dz, gov.dz, org.dz, asso.dz, pol.dz, edu.dz, net.dz.*

التسجيل1، نجده يلقي المسؤولية الكاملة على الأشخاص التي تسجل أسماء الميادين DZ . ، مع المساس بحقوق الملكية الفكرية .وقصد تفادي التداخل بين العلامة والعنوان الإلكتروني فإنه يطلب من صاحب العنوان الإلكتروني تقديم إثباتات من بينها دلائل تسجيل العلامة أمام المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية أو المنظمة العالمية للملكية الفكرية 2.

ما يلاحظ بأن "la charte de nommage" أو ما يعرف بالميثاق أو مشارطة تسجيل العناوين الإلكترونية تعفى من خلالها الشركات المختصة بالتسجيل ،وفي الجزائر network internet center.dz من كل مسؤولية أو إجراءات البحث عن الأسبقية .وبالتالي فإن عبئ البحث والمسؤولية تلحق بطالب التسجيل.

كل ذلك حتى لا نكون أمام حالة القرصنة الإلكترونية أو السطو الإلكتروني وهو ما يعرف ب 3cybersquatting، والتي من خلالها يعمد القرصان في بيع العنوان الذي سجله قصد الإضرار بصاحب العلامة المشهورة المملوكة للغير والتي سجل العنوان باسمها ،ومن جهة مقابلة السعي نحو خلق اللبس في

---

[1] - *"la :Selon l'article 01 de la charte de nommage du .DZ de juin 2011 intitulé :" objectif de la convention "et qui stipule que présente charte de nommage du .DZ a pour objectif de définir les règles de l'enregistrement d'un nom de domaine internet sous le domaine .DZ et de déterminer les modalités pour le déroulement de la procédure d'enregistrement ainsi que l'opérations de la maintenance des noms de domaines enregistrés".*

[2] - *Selon l'artile 11 de la charte de nommage , intitulé " responsabilité et noms de domaine " , qui stipule que :" les droits d'utilisation directe ou indirecte d'un nom de domaine sont placés sous l'entière responsabilité des entités requérantes, elles s'engagent également a ne violer les droit de propriété intellectuelle d'une quelconque tierce partie ... l'enregistrement du nom de domaine demandé par le requérant s'effectue après présentation d'un document justifiant la propriété du nom (registre de commerce , décret officiel, document d'enregistrement de marque chez l'INAPI ou l'OMPI) et attestant de son appartenance au demandeur.*

[3] - *و أبرز مثال هو تسجيل العنوان الالكتروني ALTA VISTA.fr في فرنسا ، بالرغم من جود علامة تحمل نفس التسمية ووجود نفس العنوان الالكتروني و الذي يعتبر من أشهر العناوين الالكترونية في العالم ، إلا أن القضاء الفرنسي حكم في 28 جانفي 2000 لصالح الشركة صاحبة التسجيل الأول للعلامة و العنوان ، و كان الحكم كالتالي :" عند اختيار أو حجز اسم موقع مطابق لاسم موقع أو علامة مشهورة دوليا في عالم الانترنت فإن الشخص مسجل الموقع يعتبر متعسفا ، و ذلك بتسجيله اسم الموقع و حجزه . و هذا التصرف يكون مصدر تشويش تجاري على الشركة المالكة للعلامة ALTA VISTA المشهورة و المستغلة في العديد من الدول منها : أوربا و القارة الأمريكية " .*
تفاصيل أكثر : آمين بوشعبة ، تسوية المنازعات بين أسماء المواقع على الانترنت و العلامات التجارية المشهورة ، مجلة المحكمة العليا ، العدد الأول 2012، ص 81.

ذهنية المستهلك ، الذي سوف يظن بأن العنوان الإلكتروني ملك لصاحب العلامة المشهورة الأمر الذي يؤدي بصاحب العلامة المشهورة بالتفاوض مع صاحب العنوان –أو القرصان- قصد استرداد هذا العنوان بمبالغ باهظة ، سعيا من صاحب العلامة وحرصا منه على سمعة علامته.ويعتبر بيع العنوان الإلكتروني بعد تسجيله من أهم المؤشرات التي تدل على سوء نية من يقوم بعملية القرصنة أو السطو الإلكتروني. فقيام مسجل هذا العنوان بإعادة بيعه إلى المالك الشرعي له أو لأحد منافسيه بثمن مغالى فيه يتجاوز بكثير النفقات التي أنفقها في تسجيل هذا العنوان يوضح نية المتاجرة لدى مسجل العنوان.الواقع أن بيع العناوين الإلكترونية بأثمان مبالغ فيها لأصحابها الحقيقيين أصبح ظاهرة وواقعا لا يمكن إنكاره، بحيث يمكن القول بأنها أصبحت تشكل "سوقا لبيع العناوين الإلكترونية". فهناك العديد من المواقع على شبكة الانترنت مختصة ببيع العناوين الإلكترونية بحيث يكتب به العنوان وملحق به الثمن.وأبرز مثال على ذلك هو شراء شركة Air-France للعنوان الإلكتروني airfrance-delta.com من الشركة van vijk الأمريكية[1] .

المطلب الخامس :الحماية الدولية للعلامة .

لقد برزت فكرة وضع اتفاقيات دولية لحماية الملكية الصناعية بشكل عام بما فيها العلامات من خلال مؤتمر باريس الدولي الذي عقد عام 1878 ، حيث انبثقت اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية عام 1883 ، و التي تمثل العمود الفقري في حماية الملكية الصناعية دوليا 2.

ومن أهم المبادئ التي أتت بها الاتفاقية هي :

مبدأ المعاملة الوطنية لرعايا الاتحاد :

---

[1]-وذلك بالإضافة إلى عناوين إلكترونية عديدة تم بيعها لشركات تسوق علامات مشهورة سواء كانت علامات تجارية، صناعية أو علامة خدمة ومن بينها : شراء شركة compaq للعنوان الإلكتروني altavista.com وشراء شركة E-compagnies للعنوان الإلكتروني business.com تفاصيل أكثر: شريف محمد غنام، حماية العلامات التجارية عبر الانترنيت في علامتها بالعنوان الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، 2007، ص105.

[2]وقد أبرمت اتفاقية باريس في 20 مارس 1883 و انضمت إليها الجزائر بمقتضى الأمر رقم 66-48 المؤرخ في 1966/02/25 .

حيث تلتزم الدول المتعاقدة بمنح رعايا الاتحاد نفس الحماية التي تمنحها لمواطنيها ، كما يمكن لرعايا الدول غير المتعاقدة التمتع بالحماية شرط الإقامة في إحدى الدول المتعاقدة أو امتلاك مؤسسة صناعية أو تجارية حقيقية و فعلية .

مبدأ الأسبقية :

و مفاده أن من أودع طلبا للحصول على علامة في إحدى دول الاتحاد يتمتع في الدول الأخرى بحق الأولوية خلال ستة(06) أشهر من إيداع الطلب الأول ، فإذا قدم طلبا خلال هذه المدة في إحدى دول الاتفاقية فإن تاريخ تقديم الطلب الأول هو تاريخ تقديم الطلب في البلد الآخر .

مبدأ قبول تسجيل العلامات الأجنبية :

و يتمثل هذا المبدأ في التزام دول الاتحاد بقبول تسجيل العلامة التي سجلت في بلدها الأصلي وفقا للأوضاع القانونية و بالحالة التي هي عليها ، متى استوفت شروط تسجيلها بحسب قانون بلد الأصل . إلا أن اتفاقية باريس أوردت بعض الاستثناءات على سبيل الحصر عن هذا المبدأ .

أ/ رفض تسجيل العلامة الأجنبية في بلد معين إذا كانت هذه العلامة مسجلة من طرف شخص آخر في نفس البلد .

ب/ إذا كانت العلامة غير مميزة .

ج/ إذا كانت العلامة مخالفة للنظام العام و الآداب .

و بعد ذلك تعاقبت الاتفاقيات الدولية التي تكفل حماية العلامة بداية باتفاق مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات لعام 1891 [1]، حيث يجب على مودع الطلب أن يسجل علامته بداية لدى المكتب

---

[1] انضمت إليه الجزائر بمقتضى الأمر 72-10 المؤرخ في 22 مارس 1972 المتضمن الانضمام لبعض الاتفاقيات الدولية .

الوطني للعلامات و في الجزائر هو المعهد الوطني الجزائري لحماية الملكية الصناعية ، ثم يمكنه تقديم طلب لدى المكتب الدولي للمنظمة العلمية للملكية الفكرية بجنيف من أجل الحصول على التسجيل الدولي .

ثم جاء اتفاق نيس بشأن التصنيف الدولي للسلع و الخدمات لسنة 11957، و على الإدارات المختصة بتسجيل العلامات في الدول المتعاقدة أن تبين رموز الأصناف و الفئات المتعلقة بكل تسجيل .

إلى أن لحقت معاهدة نيروبي لحماية الرمز الأولمبي 2– خمس حلقات متشابكة – و حظر استخدامه لأغراض تجارية في غياب التصريح من اللجنة الدولية الأولمبية .

هذا فيما يتعلق بالاتفاقيات و المعاهدات التي انضمت إليها الجزائر ، أما عن تلك التي لم تنضم إليها بعد و المتمثلة في " اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية " (تريبس)

لعام 31994و التي تديرها المنظمة العالمية للتجارة ، فنتطرق بخصوصها لمختلف المواضيع التي تناولناها في إطار الحماية الوطنية ، من أجل تسليط الضوء على هذه المواضيع في إطار الحماية الدولية وفق اتفاقية تريبس مع مقارنتها أحيانا باتفاقية باريس .

و بذلك يتسنى فهم هذا الموضوع و تكوين رؤية مستقبلية لدى القاضي حتى قبل صدور التعديلات القانونية في هذا الشأن ، خاصة و أن التعديل إلزامي ، وذلك تحضيرا و تمهيدا لانضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة .

أولا :في مجال المواد القابلة للحماية.

---

[1] يتكون التصنيف من قائمة تتكون من 34 صنفا للسلع و 8 أصناف للخدمات ، وقد انضمت إليه الجزائر بمقتضى الأمر 72-10 المؤرخ في 22 مارس 1972 المتضمن الانضمام لبعض الاتفاقيات الدولية .

[2] و هذه المعاهدة معتمدة في نيروبي 26 سبتمبر 1981 و انضمت إليها الجزائر بمقتضى المرسوم رقم 84-85 المؤرخ في 21 أفريل 1984 .

[3] وقد تم التوصل إلى مصطلح الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية في دورة أوروغواي (1986-1994) .

جاء تحديد العلامات التجارية محل الحماية في الفقرة الأولى من المادة 15 من اتفاقية " التربس". و تكشف لنا هذه الفقرة بوضوح كيفية استجابة اتفاقية " التربس" للتطورات التي صاحبت العلامات التجارية في الآونة الأخيرة، والتي دفعت بواضعي الاتفاقية إلى تبني تعريف واسع للعلامات التجارية، لم يرد له مثيل في أي من الاتفاقيات التي تناولت هذا الموضوع قبل اتفاقية " التربس".

و قد جاء النص في المادة 1/15 من اتفاقية " التربس" على ما يلي " تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع و الخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة لأن تكون علامة تجارية. و تكون هذه العلامات، لاسيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية و حروفا و أرقاما وأشكالا ومجموعات ألوان و أي مزيج من هذه العلامات مؤهلة للتسجيل كعلامة تجارية. و حين لا يكون في هذه العلامات ما يسمح بتمييز السلع و الخدمات ذات الصلة، يجوز للبلدان الأعضاء أن تجعل الصلاحية للتسجيل مشروطة بالتمييز المكتسب من خلال الاستخدام. كما يجوز اشتراط أن تكون العلامات المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر، كشرط لتسجيلها."

و النص على هذا النحو قد أستحدث في مجال تحديد العلامات التجارية التي تصلح أن تكون موضوعا للحماية عددا من النقاط من أبرزها :

1- توسعت اتفاقية " التربس" في شأن المعيار الذي يصلح لتسجيل العلامة التجارية، إذ نصت على أن كل علامة تصلح لتمييز السلع و الخدمات ذات الصلة تعد علامة تجارية مؤهلة للتسجيل و بالتالي توفير الحماية لها. وقد ساقت المدة المذكورة عددا من الأمثلة لأهم صور العلامات التجارية، حيث خصّت بالذكر العلامات التي تحتوي على كلمات تشمل أسماء شخصية و حروفا و أرقاما و أشكالا و مجموعات ألوان.

لكن لما كان هذا التخصيص قد جاء على سبيل المثال كما ذكرنا، فلا مانع إذن من قابلية أية علامة للتسجيل طالما كان لها القدرة على أن تميز سلعة أو خدمة عن غيرها.

ولم تغفل الاتفاقية الفرض الذي تكون فيه العلامة غير قادرة في ذاتها على تمييز السلع و الخدمات، حيث لم تغلق باب التسجيل أمامها نهائيا، و إنما رهنت تسجيل هذه العلامة بالاستعمال الذي يصلح لتمييزها عن غيرها. وكأن الاتفاقية بذلك قد استبدلتالاستعمال بشكل العلامة كشرط للتسجيل في هذه الحالة. فإن كان في استعمال العلامة ما يكفي لتمييزها، كان ذلك كافيا لتسجيلها.

2- المظهر الثاني الذي يظهر لها توسع اتفاقية " التربس" عن غيرها في مجال تحديد المواد لقابلة للحماية هو ما أجازته الاتفاقية للدول الأعضاء فيها من أن تشترط قابلية العلامة للإدراك بالبصر لتسجيلها، فلا تسمح بالتالي بتسجيل العلامات التي تقوم على الصوت أو الرائحة فقط دون إمكانية النظر إليها. وإذا كان الواقع العملي ينبئ عن ندرة وجود مثل هذا النوع من العلامات التجارية، فإن نص الاتفاقية قد جعل من هذا الحكم أمرا جوازيا للدول الأعضاء فيها، مما يعني منحها الحرية في إدراج هذا الشرط من بين شروط تسجيل العلامات التجارية في قوانينها الداخلية، دون أن تكون عليها مخالفة إن لم تدرجه .

و بإدراج المشرع الجزائري لشرط القابلية للتمثيل الخطي في المادة 02 من الأمر 03-06يكون قد أدرج شرط القابلية للإدراك بالبصر .

ثانيا : في مجال التسجيل.

اعتبرتاتفاقية " التربس" موضوع تسجيل العلامة التجارية من الموضوعات الهامة التي يتعين التصدي لها، و بيان الأحكام الخاصة بها، و تنظيمه على نحو يحد من سلطة الدولة في تقييد إجراءاته. و في هذا الصدد استحدثتالاتفاقية عددا من الأحكام من أبرزها ما يلي :

1- أن اتفاقية " التربس" قد ربطت بين تسجيل العمة التجارية و بين توافر متطلبات الحماية في العلامة. فإذا توافرت متطلبات الحماية في علامة على نحو ما نظمته الفقرة الأولى من المادة 15 السابق

إيضاحها، فإن الفقرة الثانية من ذات المادة تحظر على الدول الأعضاء في الاتفاقية أن ترفض تسجيل هذه العلامة.

إلا أن هذه الفقرة قد راعت مع ذلك ما جاء في اتفاقية (باريس 1967) من حالات وردت في المادة 5/6، و التي أجازت فيها اتفاقية باريس للدول الأعضاء رفض تسجيل العلامة التجارية إذا ما توافرت إحداها. وبالتالي، فإنه يجوز وفقا لاتفاقية " التربس" أن ترفض إحدى الدول الأعضاء فيها تسجيل علامة تجارية و إن توافرت فيها متطلبات الحماية إذا كانت هذه العلامة :

أ/من شأنها الإخلال بالحقوق المكتسبة للغير في الدولة التي تطلب فيها الحماية.

ب/مجردة من أية صفة مميزة أو كان تكوينها قاصرا على إشارات أو بيانات يمكن أن تستعمل في لتجارة للدلالة على نوع المنتجات و جودتها أو كميتها أو الغرض منها أو قيمتها أو محل منشأ المنتجات أو زمن الإنتاج، أو إذا كانت قد أصبحت شائعة في اللغة الجارية أو للعادات التجارية المشروعة والمستقرة في الدولة التي يطلب فيها الحماية.

ج/إذا كانت مخالفة للآداب أو النظام العام، و لا سيما من طبيعة يترتب عليها تضليل الجمهور.

2- أن اتفاقية " التربس" قد أجازت للدول الأعضاء فيها ربط تسجيل العلامة بالاستخدام الفعلي. بما يعني أن للدول الأعضاء الحق في أن تسمح بتسجيل العلامة حتى وإن لم يكن هناك استخدام فعلي من قبل المتقدم للتسجيل في حال تقدمه بطلبه، وذلك لأن هذا الأمر جوازي للدول. إلا أن ترفض طلب التسجيل لمجرد أنه لم يكن هناك استخدام للعلامة لفترة ثلاث سنوات تبدأ من تاريخ تقديم الطلب، وذلك حسبما جاء في المادة 3/15 من الاتفاقية.

كما قدرت الاتفاقية أن مدة ثلاث سنوات متواصلة هي أيضا مدة كافية لإلغاء تسجيل العلامة التجارية إذا هي لم تستخدم خلال هذه المدة، و ذلك بدءا من تاريخ تسجيلها، و قد نصت على ذلك المادة

1/19 من الاتفاقية. على أن ذات المادة قدرت أنه في حالات معينة تكون هناك عقبات تحول دون استخدام صاحب العلامة التجارية لعمته، و لا تقود هذه العقبات إلى عوامل إرادية خاصة به و إنما إلى أسباب خارجية، و ذلك كما لو صدر قانون أو لائحة تحول دون استغلال علامته التجارية لفترة معينة، ففي مثل هذه الحالات سمحت الاتفاقية بتجاوز مدة الثلاث سنوات المنصوص عليها، و أجازت استمرار تسجيل العلامة حتى بعد انقضاء هذه الفترة.

ولم تفرق الفقرة الثالثة من المادة السابقة بين استخدام العلامة من قبل صاحبها أو من قبل أي شخص آخر كشرط للتسجيل، طالما أن الاستخدام خاضع لسيطرة مالك العلامة، و من أبرز الأمثلة على هذه الحالة استخدام المرخص له باستغلال العلامة تحت رقابة المرخص صاحب العلامة الأصلي.

و الواقع أن إجراء مقارنة بين كل من اتفاقيتي " التريس" و " باريس" في هذا الشأن يكشف لنا أن اتفاقية " التريس"، بتحديدها لمدة معينة يتعين استغلال العلامة خلالها كشرط لاستمرارية التسجيل، وتكون قد خرجت عما جاءت به اتفاقية " باريس" من ترك هذه المسألة لكل دول لتحدد فترة معقولة ينبغي خلالها استغلال العلامة.

3- مسألة أخرى تشير إليها في هذا الموضوع تتعلق بمدى التزام الدول الأعضاء في اتفاقية " التريس" بتسجيل نوع معين من العلامات، و نعني به علامات الخدمة. و الظاهر من نص المادة 4/15 من هذه الاتفاقية أنها لم تفرق بين العلامات الخاصة بالسلع أو الخدمات فيما يتعلق بإمكانية تسجيل أي منها، و هو أمر جاءت به اتفاقية " التريس" لتعدل ما استقر عليه الوضع وفق حكم المادة 6 من اتفاقية " باريس".

4- أخيرا، وضعت اتفاقية " التريس" تنظيما خاصا بنشر العلامات التجارية و الاعتراض عليها، وهو ما ورد في الفقرة الخامسة و الأخيرة من المادة 15 من هذه الاتفاقية، و التي نظمت هذه المسألة على النحو التالي :

فرضت التزاما على كافة الدول الأعضاء في الاتفاقية بنشر كل علامة تجارية، و إن لم تفرض موعدا معينا يتعين خلاله إتمام هذا النشر، بل قد ذكرت صراحة أن النشر يمكن أن يتم قبل التسجيل أو بعده فورا.

كما فرضت التزاما آخر على الدول الأعضاء بإعطاء فرصة معقولة لتقديم الالتماسات بإلغاء التسجيل، و ذلك إذا ما كان لأحد مصلحة في ذلك.

وأخيرا، أجازت للدول الأعضاء أن تتيح فرص الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية، و هو أمر جوازي للدول أن تقرره إذا رأت لذلك ما يبرره.

ثالثا : في مجال الحقوق الممنوحة .

جاءت اتفاقية " التربس" بنص هام بشأن الحقوق التي يتمتع بها صاحب العلامة التجارية المسجلة، و هو نص للمادة 16 منها، و الذي خلت اتفاقية " باريس" من نص مماثل له رغم أهمية الموضوع الذي يتناوله، و لعل هذا هو ما دفع واضعي اتفاقية " التربس" إلى إدراجه ضمن نصوصها. و بالرجوع إلى المادة المذكورة، تبين لنا أنها قد استحدثت في المجال الذي نظمته عددا من الأمور أهمها :

1- مضمون الحقوق الممنوحة : و تتمثل بصفة أساسية في الحق المطلق لصاحب العلامة المسجلة في منع الغير، ممن لم يحصل على موافقة صاحب العلامة، من استخدام ذات العلامة أو علامة مماثلة في الأعمال التجارية الخاصة بالسلع و الخدمات ذاتها أو المماثلة لتلك التي سجلت بشأنها العلامة التجارية، وذلك إذا ما كان من الممكن أن يسفر عن مثل هذا الاستخدام حدوث لبس لذي المستهلكين حول المصدر الحقيقي للسلعة. و لم تخالف الاتفاقية كثيرا واقع الأمور حينما افترضت وجود مثل هذا اللبس لسلع و خدمات من ذات الطبيعة. وأكدت الاتفاقية أن أي حق تقرره لا يعني الإضرار بأية حقوق سابقة قائمة وقت

وضعها، أو أن هذه الحقوق يمكن أن تؤثر على إمكانية منح الدول الأعضاء حقوقا في العلامات التجارية على أساس الاستخدام (المادة 1/16).

2- الاستثناءات المقررة على الحماية : إذا كان لاتفاقية " التربس" السبق في إقرار حماية موضوعية لأصحاب العلامات التجارية، فإن ذات الاتفاقية لم تشأ أن تطلق هذه الحقوق بلا ضابط أو معيار في تحديدها. و هو ما عبرت عنه المادة 17 منها حين أجازت للدول الأعضاء فيها أن تمنح استثناءات محدودة من الحقوق المقررة لصاحب العلامة التجارية لكنها اشترطت في ذات الوقت ألا تؤدي هذه الاستثناءات الممنوحة إلى الإضرار بالمصالح المشروعة لصاحب العمة التجارية أو الغير. و هو أمر يتفق مع المنطق و العدالة، فليس المقصود من منح استثناء ما إلا تحقيق مصلحة مشروعة دون حدوث أي ضرر منه و إلا فلا قيمة له.

و في هذا الصدد ذكرت المادة 17 من الاتفاقية مثالا لحالة يمكن فيها منح استثناءعن الحماية المقررة لعلامة ما، و هي حالة الاستخدام المنصف لعبارات الوصف، و ذلك كاستخدام عبارات وصفية لسعة ما لبيان تركيبتها أو درجة جودتها، أو استخدام أسماء شخصية للدلالة على منشأ سلعة أو خدمة أو غير ذلك بما يحفظ لأصحاب الحقوق المشروعة مصالحهم.

مدة الحماية : وضعت اتفاقية " التربس" حدا أدنى للمدة التي يجب أن تحظى فيها العلامة التجارية بالحماية و ذلك في المادة 18 منها، و التي اعتبرت أن أقل مدة للحماية هي سبع (7) سنوات، وذلك من تاريخ تسجيل العلامة. إلا أن الاتفاقية لم تضع حدا أقصى للحماية حين ذكرت أن تسجيل العلامة يكون قابلا للتجديد لمرات غير محددة؛ أي أن العلامة تظل محمية إلى أجل غير مسمى طالما توافرت لها مقومات الحماية.

رابعا : في مجال الترخيص و التنازل .

وضعت اتفاقية " التربس" في المادة 21 منه أحكاما خاصة بكل من مدى الترخيص باستخدام العلامة التجارية و مطاق التنازل عنها. و في كل من هذين المجالين، كان الخروج عما ورد في اتفاقية " باريس" بشأنهما واضحا، وذلك علة النحو التالي:

1- في مجال التراخيص : الترخيص باستخدام العلامة التجارية يعني تخويل المرخص له حق إنتاج السلعة التي تحمل العلامة وفق الضوابط والشروط الواردة في الترخيص.

و الترخيص في العلامات التجارية، قد يكون إختياريا و قد يكون إجباريا. و لم تكن اتفاقية " باريس" من قبل تفرق بين النوعين من حيث إمكانية إصدارهما، على أن يخضع تنظيم مثل هذا الإصدار للقواعد الموضوعية و الإجرائية المنصوص علها في دول الإتحاد.

ولم تخرج اتفاقية " التربس" عن هذا الاتجاه فيما يتعلق بالتراخيص الاختيارية إذ أجازت إصدارها وفق شروط الاستخدام التي تضعها الدول الأعضاء فها، إلا أنها خالفت اتفاقية "باريس" فيما يتعلق بالتراخيص الإجبارية، حيث حظرت على الدول إصدار هذا النوع من التراخيص بشأن العلامات التجارية ، و قد اتبع المشرع الجزائري هذا النهج حيث نلاحظ خلو الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات من النصوص الخاصة بالتراخيص الإجبارية حيث تم النص فقط على التراخيص الاختيارية .

واتجاهاتفاقية " التربس" في هذا الشأن له ما يبرره، فلا توجد المصلحة الملحة التي تستوجب إصدار ترخيص إجباري بشأن علامة تجارية، بل على العكس، إن مثل هذا الإصدار غالبا ما سيؤدي إلى تضليل الجمهور حول المصدر الحقيقي للسلعة، تم إنه لا ضير على المجتمع من جراء امتناع صاحب العلامة من استخدامها أو حتى التصريح للغير باستخدامها، إذ يستطيع هذا الغير أن يبتكر علامة أخرى جديدة يبث من خلالها الثقة لدى عملائه حول السلعة التي يستعملها بشأنها.

2- في مجال التنازل: جاءت الاتفاقية بحكم جديد في مجال التنازل عن العلامات التجارية، فبعد أن أقرت إمكانية التنازل عن العلامة، صرحت بأن هذا التنازل يمكن أن يتم للغير سواء مع نقل المنشأة أو المحل التجاري إليه، أو بدون انتقال المنشأة إليه. أي بعبارة أخرى، جواز التنازل عن العلامة التجارية استقلالا عن المجل التجاري. و هذا الوضع الجديد الذي تبنته اتفاقية " التربس" يمثل خروجا و لا شك ليس فقط عما جاء في اتفاقية "باريس" في هذا الصدد، و إنما عما درجت عليه التشريعات الداخلية لأكثر من الدول من عدم جواز التنازل عن العلامة التجارية استقلالا عن المحل التجاري الذي تتبعه.

فبالرجوع إلى المادة 4/6 من اتفاقية "باريس" (تعديل 1967) يتضح لنا أن اتفاقية "باريس" قد اعترفت أن التنازل عن العلامة لا يعتبر صحيحا إلا إذا كان مقترنا بانتقال المشروع أو المحل التجاري الذي تخصه العلامة، مع منح المتنازل إليه حقا استثناريا في أن يصنع أو يبيع المنتجات التي تحمل العلامة التنازل عنها. و لعل اتفاقية "باريس" بهذا الحكم أرادت القضاء على اللبس الذي قد ينشأ لدى الجمهور من جراء الفصل بين علامة المتجر و المنتجات التي ينتجها، و من ثم يتعين الربط بينهما دائما.

إلا أن اتفاقية " التربس"قد أصرت على النظر إلى العلامة التجارية على أنها أصل من الأصول التي يجوز التصرف فيها على وجه الاستقلال، و هو ما عبرت عنه في المادة 21 منها كما ذكرنا ، وهو نفس الموقف المتخذ من قبل المشرع الجزائري .

الفصل الثالث: الرسوم والنماذج الصناعية

تشتمل العناصر الأساسية للمعايير المتكاملة بإتاحة حقوق التصميمات الصناعية ونطاقها والانتفاع بها على الآتى :

تلتزم البلدان الأعضاء بمنح الحماية للتصميمات الصناعية المبتكرة بصورة مستقلة الجديدة أو الأصلية ويجوز للأعضاء تحديد بعض معايير منح الحماية (المادة 1.25) .

ينبغى ألا تسفر شروط منح الحماية لتصميمات المنسوجات ، والتى قد ترد فى قانون الرسوم والنماذج الصناعية أو قانون حق المؤلف، عن أضعاف غير معقول لفرص الحصول على هذه الحماية ، ولا سيما أى شروط تتعلق بالتكلفة أو الفحص أو النشر (المادة 25) .

لصاحب التصميم الصناعى المتمتع بالحماية حق منع الأطراف الثالثة من صنع أو بيع أو استيراد السلع المحتوية و المجسدة لتصميم متمتع بالحماية ، حين يكون القيام بذلك لأغراض تجارية ، مع جواز منح استثناءات محدودة (المادة 2.26) .

تدوم مدة الحماية الممنوحة ما لا يقل عن عشر سنوات (المادة 3.26) .

المبحث الاول: مفهوم الرسم أو النموذج الصناعى

المطلب الاول: تعريف الرسم أو النموذج الصناعي

يقصد بالرسوم أو النموذج الصناعى كل ترتيب للخطوط أو كل شكل مجسم بألوان أو بغير ألوان يستخدم فى الإنتاج الصناعى بوسيلة آلية أو يدوية أو كيميائية . وتستخدم الرسوم والنماذج الصناعية فى تجميل المنتجات .

يقصد بالرسوم أو النموذج الصناعى كل ترتيب للخطوط أو كل شكل مجسم بألوان أو بغير ألوان يستخدم فى الإنتاج الصناعى بوسيلة آلية أو يدوية أو كيميائية . وتستخدم الرسوم والنماذج الصناعية فى تجميل المنتجات .

ومن أمثلة تلك الرسوم الصناعية مجموعة الخطوط والألوان الزخرفية التى تظهر على السجاد ، والخطوط التى توضع على سطح المنتجات فتضفى عليها رونقا جماليا. أما النماذج الصناعية فهى القالب الخارجى الذى تتخذه المنتجات فيعطيها شكلا مبتكرا . وقد يوضع الرسم على المنتجات بطريقة يدوية كالرسم بالألوان على الأوانى والتطريز على القماش ، أو حفر النقوش على السلع الخشبية أو المعدنية وتطعيمها بالعاج أو الأصداف أو المعادن . وقد توضع الرسوم أو تصنع المنتجات بطريقة آلية كالطباعة على المنسوجات أو صب المنتجات فى قوالب ، وقد تلون المنتجات بطريقة كيميائية كالصباغة (1) .

وتختلف تشريعات الدول فى حمايتها للرسوم والنماذج الصناعية اختلافا بينا . ففى أوروبا تتبع تشريعات بعض الدول فى حمايتها للرسوم والنماذج الصناعية منهجا يقترب فى كثير من الوجوه من المنهج الذى تتبعه فى حمايتها لحق المؤلف كفرنسا وألمانيا، بينما هناك دول أوروبية أخرى تحمى الرسوم والنماذج الصناعية وتتبع فى إجراءات فحصها منهجا أقرب إلى نظام براءات الاختراع مثل الدول الاسكندنافية. وفى الولايات المتحدة الأمريكية تحمى الرسوم والنماذج الصناعية عن طريق قانون براءات الاختراع (2) .

وفى مصر كانت الرسوم والنماذج الصناعية تحمى بموجب القانون رقم 132 لسنة 1949 بشأن براءات الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية . وقد وضع قانون حماية حقوق الملكية الفكرية الجديد أحكاماً لحمايتها فى الباب الثانى من الكتاب الثانى (المواد من 119-137) .

---

(1) د. حسنى عباس ، ص227

(2) Annette Kur, TRIPs and Design Protection, in: Friedrich – Karl Beier and Gerhard Schricker (eds.), From GATT to TRIPs. IIC Studies. Max Planck Institute Publications. p 141

ومن أمثلة تلك الرسوم الصناعية مجموعة الخطوط والألوان الزخرفية التى تظهر على السجاد ، والخطوط التى توضع على سطح المنتجات فتضفى عليها رونقا جماليا. أما النماذج الصناعية فهى القالب الخارجى الذى تتخذه المنتجات فيعطيها شكلا مبتكرا . وقد يوضع الرسم على المنتجات بطريقة يدوية كالرسم بالألوان على الأوانى والتطريز على القماش ، أو حفر النقوش على السلع الخشبية أو المعدنية وتطعيمها بالعاج أو الأصداف أو المعادن . وقد توضع الرسوم أو تصنع المنتجات بطريقة آلية كالطباعة على المنسوجات أو صب المنتجات فى قوالب ، وقد تلون المنتجات بطريقة كيميائية كالصباغة (1) .

وتختلف تشريعات الدول فى حمايتها للرسوم والنماذج الصناعية اختلافا بينا . ففى أوروبا تتبع تشريعات بعض الدول فى حمايتها للرسوم والنماذج الصناعية منهجا يقترب فى كثير من الوجوه من المنهج الذى تتبعه فى حمايتها لحق المؤلف (وعلى وجه الخصوص فى فرنسا وألمانيا) ، بينما هناك دول أوروبية أخرى تحمى الرسوم والنماذج الصناعية وتتبع فى إجراءات فحصها منهجا أقرب إلى نظام براءات الاختراع مثل الدول الاسكندنافية وفى الولايات المتحدة الأمريكية تحمى الرسوم والنماذج الصناعية عن طريق قانون براءات الاختراع (2) .

وفى مصركانت الرسوم والنماذج الصناعية تحمى بموجب القانون رقم 132 لسنة 1949 بشأن براءات الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية . وقد وضع قانون حماية حقوق الملكية الفكرية الجديد أحكاما لحمايتها فى الباب الثانى من الكتاب الثانى (المواد من 119-137) .

يقصد بالرسوم أو النموذج الصناعى كل ترتيب للخطوط أو كل شكل مجسم بألوان أو بغير ألوان يستخدم فى الإنتاج الصناعى بوسيلة آلية أو يدوية أو كيميائية . وتستخدم الرسوم والنماذج الصناعية فى تجميل المنتجات .

---

(1) د. حسنى عباس ، ص227

(2) Annette Kur Trips and design Protection , P.141 –142 : Friedrich – Karl Beier and Gerhard schricker (Eds.) , IIC Studies , " From Gatt to Trips" (Max Planck Institute Publications)

ومن أمثلة تلك الرسوم الصناعية مجموعة الخطوط والألوان الزخرفية التى تظهر على السجاد ، والخطوط التى توضع على سطح المنتجات فتضفى عليها رونقا جماليا. أما النماذج الصناعية فهى القالب الخارجى الذى تتخذه المنتجات فيعطيها شكلا مبتكرا . وقد يوضع الرسم على المنتجات بطريقة يدوية كالرسم بالألوان على الأوانى والتطريز على القماش ، أو حفر النقوش على السلع الخشبية أو المعدنية وتطعيمها بالعاج أو الأصداف أو المعادن . وقد توضع الرسوم أو تصنع المنتجات بطريقة آلية كالطباعة على المنسوجات أو صب المنتجات فى قوالب ، وقد تلون المنتجات بطريقة كيميائية كالصباغة (1) .

المطلب الثاني: شروط حماية الرسم والنموذج الصناعى :

الفرع الأول: الشروط الموضوعية لحماية الرسم ةوالنموذج الصناعي

يشترط لحماية الرسم والنموذج الصناعى ما يلى :

1-أن يكون الرسم أو النموذج جديدا . والمقصود بالجدة هنا أن يكون للرسم أو النموذج الصناعى طابعا خاصا يميزه عن غيره من الرسوم والنماذج الصناعية المشابهة فلا يكون مماثلا لرسم أو نموذج سابق .فإذا اتخذت زهرة القطن أيضا أو صورة حيوان موضوعا لرسم صناعى فإنه يجوز أن تكون زهرة القطن أو صورة ذات الحيوان موضوعا لرسم صناعى آخر دون أن يفقد كل منهما عنصر الجدة طالما أن كل رسم مظهر متميز ومختلف عن الآخر (2) .

ولا يشترط لتوافر الجدة أن يكون الرسم أو النموذج جديدا فى كل عناصره ، بل يكفى أن يتميز بتعبير خاص ، ولو كانت عناصره مستمدة من صور الطبيعة أو الأشياء الشائعة أو النماذج المألوفة أو القديمة . وبناء على ذلك يجوز تسجيل الرسوم الفرعونية القديمة كرسم صناعى متى اتسمت الرسوم

---

(1) د. حسنى عباس ، ص227

(2) د. سميحة القليوبى ص 211

بتعبير مبتكر . أما إذا كان الرسم أو النموذج الصناعى مجرد نقل لرسم أو نماذج الطبيعة أو الأشياء القديمة ، فلا ينشأ حق احتكار لمن سجلها ، لأنها فاقدة للابتكار والجدة (1) .

2-ألا يرتبط الرسم أو النموذج بالجانب الوظيفى للمنتج. فلا يجوز حماية الرسوم والنماذج الصناعية التى ترتبط بوظيفة المنتج ، إذ تقتصر الحماية على الناحية الجمالية . فعلى سبيل المثال لا يصلح الشكل الانسيابى للطائرة للتسجيل كنموذج صناعى طالما أن اتخاذ الطائرة لهذا الشكل الانسيابى يساعد على الطيران .

3-أن يعد الرسم أو النموذج للتطبيق على المنتجات الصناعية . والمقصود بالمنتجات الصناعية التى تطبق عليها الرسوم والنماذج الصناعية ، هى السلع التى تنتجها المشروعات الصناعية . ومن ثم تستبعد الرسوم الخاصة بالإنشاءات والمبانى ، بمعنى أن تصميمات المبانى لا تعد رسوما صناعية، وتحمي هذه الرسوم الإنشائية فى أغلب التشريعات عن طريق القوانين التى تحمى حق المؤلف .

ويبنى على ما تقدم أن الرسم الصناعى ليست له قيمة فى حد ذاته، اذ يفقد قيمته متى فصل عن المنتجات (2) .

وتختلف تشريعات الدول فى حمايتها للرسوم والنماذج الصناعية اختلافا بينا . ففى أوروبا تتبع تشريعات بعض الدول فى حمايتها للرسوم والنماذج الصناعية منهجا يقترب فى كثير من الوجوه من المنهج الذى تتبعه فى حمايتها لحق المؤلف كفرنسا وألمانيا، بينما هناك دول أوروبية أخرى تحمى الرسوم والنماذج

---

(1) د. حسنى عباس ، المرجع السابق ، ص 231

(2) د. حسنى عباس ، المرجع السابق ، ص 228

الصناعية وتتبع فى إجراءات فحصها منهجا أقرب إلى نظام براءات الاختراع مثل الدول الاسكندنافية. وفى الولايات المتحدة الأمريكية تحمى الرسوم والنماذج الصناعية عن طريق قانون براءات الاختراع (1) .

وفى مصر كانت الرسوم والنماذج الصناعية تحمى بموجب القانون رقم 132 لسنة 1949 بشأن براءات الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية . وقد وضع قانون حماية حقوق الملكية الفكرية الجديد أحكاماً لحمايتها فى الباب الثانى من الكتاب الثانى (المواد من 119-137) .

شروط حماية الرسم والنموذج الصناعى :

يشترط لحماية الرسم والنموذج الصناعى ما يلى :

1-أن يكون الرسم أو النموذج جديدا . والمقصود بالجدة هنا أن يكون للرسم أو النموذج الصناعى طابعا خاصا يميزه عن غيره من الرسوم والنماذج الصناعية المشابهة فلا يكون مماثلا لرسم أو نموذج سابق .فإذا اتخذت زهرة القطن أو صورة حيوان موضوعا لرسم صناعى فإنه يجوز أن تكون زهرة القطن أو صورة ذات الحيوان موضوعا لرسم صناعى آخر دون أن يفقد كل منهما عنصر الجدة طالما أن كل رسم له مظهر متميز ومختلف عن الآخر (2) .

ولا يشترط لتوافر الجدة أن يكون الرسم أو النموذج جديدا فى كل عناصره ، بل يكفى أن يتميز بتعبير خاص ، ولو كانت عناصره مستمدة من صور الطبيعة أو الأشياء الشائعة أو النماذج المألوفة أو القديمة . وبناء على ذلك يجوز تسجيل الرسوم الفرعونية القديمة كرسم صناعى متى اتسمت الرسوم

---

[1] Annette Kur, TRIPs and Design Protection, in: Friedrich – Karl Beier and Gerhard Schricker (eds.), From GATT to TRIPs. IIC Studies. Max Planck Institute Publications, p 141

[2] د. سميحة القليوبى، الملكية الصناعية، الطبعة الرابعة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2003، ص 588

بتعبير مبتكر . أما إذا كان الرسم أو النموذج الصناعى مجرد نقل لرسم أو نماذج الطبيعة أو الأشياء القديمة ، فلا ينشأ حق احتكار لمن سجلها ، لأنها فاقدة للابتكار والجدة (1) .

2-ألا يرتبط الرسم أو النموذج بالجانب الوظيفى للمنتج. فلا يجوز حماية الرسوم والنماذج الصناعية التى ترتبط بوظيفة المنتج ، إذ تقتصر الحماية على الناحية الجمالية . فعلى سبيل المثال لا يصلح الشكل الانسيابى للطائرة للتسجيل كنموذج صناعى طالما أن اتخاذ الطائرة لهذا الشكل الانسيابى يساعد على الطيران .

3-أن يعد الرسم أو النموذج للتطبيق على المنتجات الصناعية . والمقصود بالمنتجات الصناعية التى تطبق عليها الرسوم والنماذج الصناعية ، هى السلع التى تنتجها المشروعات الصناعية . ومن ثم تستبعد الرسوم الخاصة بالإنشاءات والمبانى ، بمعنى أن تصميمات المبانى لا تعد رسوما صناعية، وتحمى هذه الرسوم الإنشائية فى أغلب التشريعات عن طريق القوانين التى تحمى حق المؤلف .

وينبنى على ما تقدم أن الرسم الصناعى ليست له قيمة مستقلة فى حد ذاته، إذ يفقد قيمته متى فصل عن المنتجات (2) .

يشترط لحماية الرسم والنموذج الصناعى ما يلى :

1-أن يكون الرسم أو النموذج جديدا . والمقصود بالجدة هنا أن يكون للرسم أو النموذج الصناعى طابعا خاصا يميزه عن غيره من الرسوم والنماذج الصناعية المشابهة فلا يكون مماثلا لرسم أو نموذج سابق .فإذا اتخذت زهرة القطن أو صورة حيوان موضوعا لرسم صناعى فإنه يجوز أن تكون زهرة القطن أو

---

(1) د. حسنى عباس ، المرجع السابق ، ص 231

(2) د. حسنى عباس ، المرجع السابق ، ص 228

صورة ذات الحيوان موضوعا لرسم صناعى آخر دون أن يفقد كل منهما عنصر الجدة طالما أن كل رسم له مظهر متميز ومختلف عن الآخر (1) .

ولا يشترط لتوافر الجدة أن يكون الرسم أو النموذج جديدا فى كل عناصره ، بل يكفى أن يتميز بتعبير خاص ، ولو كانت عناصره مستمدة من صور الطبيعة أو الأشياء الشائعة أو النماذج المألوفة أو القديمة . وبناء على ذلك يجوز تسجيل الرسوم الفرعونية القديمة كرسم صناعى متى اتسمت الرسوم بتعبير مبتكر . أما إذا كان الرسم أو النموذج الصناعى مجرد نقل لرسم أو نماذج الطبيعة أو الأشياء القديمة ، فلا ينشأ حق احتكار لمن سجلها ، لأنها فاقدة للابتكار والجدة (2) .

2-ألا يرتبط الرسم أو النموذج بالجانب الوظيفى للمنتج. فلا يجوز حماية الرسوم والنماذج الصناعية التى ترتبط بوظيفة المنتج ، إذ تقتصر الحماية على الناحية الجمالية . فعلى سبيل المثال لا يصلح الشكل الانسيابى للطائرة للتسجيل كنموذج صناعى طالما أن اتخاذ الطائرة لهذا الشكل الانسيابى يساعد على الطيران .

3-أن يعد الرسم أو النموذج للتطبيق على المنتجات الصناعية . والمقصود بالمنتجات الصناعية التى تطبق عليها الرسوم والنماذج الصناعية ، هى السلع التى تنتجها المشروعات الصناعية . ومن ثم تستبعد الرسوم الخاصة بالإنشاءات والمبانى ، بمعنى أن تصميمات المبانى لا تعد رسوما صناعية، وتحمى هذه الرسوم الإنشائية فى أغلب التشريعات عن طريق القوانين التى تحمى حق المؤلف .

وينبنى على ما تقدم أن الرسم الصناعى ليست له قيمة مستقلة فى حد ذاته، إذ يفقد قيمته متى فصل عن المنتجات (3) .

---

(1) د. سميحة القليوبى، الملكية الصناعية، الطبعة الرابعة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2003، ص 588

(2) د. حسنى عباس ، المرجع السابق ، ص 231

(3) د. حسنى عباس ، المرجع السابق ، ص 228

الفرع الثاني: الشروط الشكلية لتسجيل الرسم أو النموذج الصناعي

ينشأ الحق فى ملكية الرسم أو النموذج الصناعى لمن ابتكره . وفى الدول التى تأخذ بنظام الإيداع تتولى إدارة الرسوم والنماذج الصناعية المختصة فحص طلبات التسجيل لبحث مدى توافر شروط الحماية من الناحية الشكلية.

وينشأ عن التسجيل حق استئثارى لمالك الرسم أو النموذج فى منع الغير من تصنيع المنتجات التى تتضمن الرسم أو النموذج المسجل ، وان يحتكر بيعها واستيرادها. ولا يعتبر الرسم أو النموذج الصناعى دليلا قاطعا على توافر الابتكار والجدة و أن من أودع الطلب هو مالك الرسم أو النموذج،ولكن يقتصر أثر التسجيل على أنه قرينة على أن من سجل الرسم أو النموذج باسمه هو مالكه، وهذه القرينة قرينة بسيطة تقبل إثبات العكس .

الفقرة الاولى: تسجيل الرسم أو النموذج الصناعى و أثر التسجيل :

ينشأ الحق فى ملكية الرسم أو النموذج الصناعى لمن ابتكره . وتتولى إدارة الرسوم والنماذج الصناعية المختصة فحص طلبات التسجيل لبحث مدى توافر شروط الحماية من الناحية الشكلية ، فى الدول التى تأخذ بنظام الإيداع.

وينشأ عن تسجيل الرسم أو النموذج الصناعى حق احتكارى لمالك الرسم أو النموذج فى منع الغير من تصنيع المنتجات التى تتضمن الرسم أو النموذج المسجل ، وان يحتكر بيعها واستيرادها .

ولا يعتبر الرسم أو النموذج الصناعى دليلا قاطعا على توافر الابتكار والجدة و أن من أو دع الطلب هو مالك الرسم أو النموذج ،ولكن يقتصر أثر التسجيل عى انه قرينة على أن من سجل الرسم أو النموذج باسمه هو مالكه ، وهذه القرينة قرينة بسيطة تقبل إثبات العكس .

ينشأ الحق في ملكية الرسم أو النموذج الصناعي لمن ابتكره . وفي الدول التي تأخذ بنظام الإيداع تتولى إدارة الرسوم والنماذج الصناعية المختصة فحص طلبات التسجيل لبحث مدى توافر شروط الحماية من الناحية الشكلية.

وينشأ عن التسجيل حق استئثاري لمالك الرسم أو النموذج في منع الغير من تصنيع المنتجات التي تتضمن الرسم أو النموذج المسجل ، وان يحتكر بيعها واستيرادها. ولا يعتبر الرسم أو النموذج الصناعي دليلا قاطعا على توافر الابتكار والجدة و أن من أودع الطلب هو مالك الرسم أو النموذج،ولكن يقتصر أثر التسجيل على أنه قرينة على أن من سجل الرسم أو النموذج باسمه هو مالكه، وهذه القرينة قرينة بسيطة تقبل إثبات العكس . 1

تمثل الرسوم والنماذج الصناعية ابداعات شكلية مخصصة لغرض صناعي معين الهدف منها هو تمييز المنتجات وإعطائها مظهرا جماليا وإبداعي مميز، وبذلك فهي تندرج ضمن فئة الفن الصناعي وعلى هذا الأساس هل يمكن اعتبار هذه الرسوم والنماذج مجرد أنواع من المصنفات الفنية فتخضع بذلك لقواعد حماية حقوق الملكية الفنية والأدبية، وبناءا على مبدأ وحدة الفن فإن أي انشاء لزخرفة يترجم في نموذج أو رسم يعتبر من قبيل الفن الذي يستحق الحماية القانونية استنادا لحق المؤلف 1.2.2 .شرط الأصالة كأساس للحماية بموجب قانون المؤلف تنص المادة 3 من الامر 03/05 على انه يمنح كل صاحب ابداع أصلي لمصنف أدبي أو فني الحقوق المنصوص عليها في هذا الأمر ومن هنا يتضح لنا أن المشرع الجزائري قد اعتبر الأصالة شرطا أساسيا لحماية المصنفات الأدبية والفنية وبذلك فإن شروط الحماية تقتصر على شرط موضوعي واحد هو شرط الاصالة، ودون الحاجة لأي اجراء شكلي آخر على خلاف ما هو مقرر في القانون 66/86 الخاص بالرسوم والنماذج الصناعية الذي سيأتي التفصيل فيه لاحقا .ويقصد بشرط الأصالة أن تكون بصمات المؤلف الشخصية واضحة ومميزة في المصنف ،وغيابها يفقد الحماية،ويتم

---

[1] اجامعة علي لونيسي البليدة،لحماية القانونية المزدوجة للرسوم و النماذج الصناعية وفق قواعد الملكية الفكرية بين النظام الخاص ونظام حقوق المؤلف "دراسة مقارنة"

التحقق عنها في الأسلوب ،وبذلك فإن الأصالة في مفهوم قانون المؤلف تقوم على 34 التعبيري للمصنف انطباع المصنف ببصمة وشخصية مؤلفه وهذا الطابع الشخصي هو الأساس في استحقاق الحماية،وعليه فإنه في ظل التشريع الجزائري اذا ما تحقق شرط الأصالة وفق هذا المفهوم تمنح الحماية القانونية للمؤلف ويكون ذلك دون الحاجة لأي إجراء شكلي كالتسجيل مثلا وهذا ما تؤكد عليه المادة 3 في فقرتها الثانية من القانون 03/05 بقولها : "... تمنح الحماية مهما يكن نوع المصنف ونمط تعبيره ودرجة استحقاقه ووجهته بمجرد ايداع المصنف سواء أكان المصنف مثبتا أم لا بأية دعامة تسمح بإبلاغه الى الجمهور" ، والجدير بالذكر أن حق المؤلف لا يحمي الأفكار النظرية والمفاهيم والمبادئ والمناهج وبالتالي فإنه لا يمكن أن تتحقق الحماية القانونية للرسوم والنماذج الصناعية عن طريق حق 35المؤلف إذا لم تتخذ شكلا معينا ملموسا و ليس مجرد فكرة ذهنية .وفي هذا الصدد يذهب الاجتهاد القضائي الى اعتبار الأصالة ابداع شخصي لمؤلف المصنف ، وفي ذات الشأن نجد أن القضاء الفرنسي هو الأخر قد أخذ في كثير من أحكامه بفكرة حماية الرسوم والنماذج الصناعية على أساس شرط الأصالة ومن بين تلك الأحكام نجد القرار الصادر عن محكمة استئناف باريس بخصوص نموذج سوار،يتسم بعدم انتظام سطحه وكذا التميز في اختيار أحجامه، ورأت المحكمة بأن هذه المجوهرات تحمل بلا شك البصمة الشخصية 36لمصممها وبالتالي تكون محمية بموجب قانون المؤلف

الفقرة الثانية: مدة الحماية

كانت مدة الحماية المقررة للرسوم والنماذج الصناعية فى القانون الملغي رقم 132 لسنة 1949 بشأن براءات الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية هى 5 سنوات تبدأ من تاريخ إيداع طلب التسجيل (المادة 1/44 من القانون) . ويجوز تجديد مدة الحماية مرتين متتاليتين كل منهما خمس سنوات متى قدم مالك الرسم أو النموذج طلبا بالتجديد فى خلال السنة الأخيرة من كل مدة (المادة 2/44) . غير أن المادة 26 من اتفاقية التربس أوجبت على الدول الأعضاء فى منظمة التجارة العالمية حماية الرسوم والنماذج الصناعية

(التصميمات الصناعية) لمدة 10 سنوات على الأقل . ولذلك فقد قررت المادة 126 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصرى الجديد أن مدة حماية الرسم أو النموذج عشرة سنوات تبدأ من تاريخ تقديم طلب التسجيل فى مصر ، و أجازت تجديد الحماية لمدة 5 سنوات أخرى إذا قدم مالك الرسم أو النموذج طلبا بالتجديد.

كانت مدة الحماية المقررة للرسوم والنماذج الصناعية فى القانون المصرى الملغي رقم 132 لسنة 1949 بشأن براءات الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية هى 5 سنوات تبدأ من تاريخ إيداع طلب التسجيل. ويجوز تجديد مدة الحماية مرتين متتاليتين كل منهما خمس سنوات متى قدم مالك الرسم أو النموذج طلبا بالتجديد فى خلال السنة الأخيرة من كل مدة (المادة 44 من القانون) . غير أن المادة 26 من اتفاقية التربس أوجبت على الدول الأعضاء فى منظمة التجارة العالمية حماية الرسوم والنماذج الصناعية (التصميمات الصناعية) لمدة 10 سنوات على الأقل . ولذلك فقد قررت المادة 126 من قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصرى الجديد أن مدة حماية الرسم أو النموذج عشر سنوات تبدأ من تاريخ تقديم طلب التسجيل فى مصر ، وتجدد الحماية لمدة 5 سنوات أخرى إذا قدم مالك الرسم أو النموذج طلبا بالتجديد.

الفقرة الثالثة: التسجيل الدولي للرسوم والنماذج الصناعية (لسنة 1925)

يسري في الوقت الحاضر مفعول وثيقتين لاتفاق لاهاي، هما وثيقة سنة 1999 ووثيقة سنة 1960. وفي سبتمبر 2009، تقرر تجميد تطبيق وثيقة سنة 1934 لاتفاق لاهاي تبسيطا وتيسيرا لإدارة نظام التسجيل الدولي للرسوم والنماذج بصفة عامة.

ولا يمكن أن يحصل على التسجيل الدولي لرسم أو نموذج إلا شخص طبيعي أو معنوي تربطه شركته أو إقامته أو جنسيته أو – بموجب وثيقة سنة 1999 – مسكنه المعتاد بطرف متعاقد في أي من الوثيقتين.

ويسمح اتفاق لاهاي لمودع الطلب تسجيل نموذج صناعي عن طريق إيداع طلب لدى المكتب الدولي للويبو، يسمح لأصحاب النموذج الصناعي بحماية نماذجهم بأقل الإجراءات في العديد من البلدان والأقاليم. ويبسط اتفاق لاهاي إدارة تسجيل النماذج الصناعية إذ من الممكن تسجيل تغييرات لاحقة وتجديد التسجيل الدولي من خلال خطوة إجرائية واحدة.

ويمكن أن يكون الطلب الدولي خاضعا لوثيقة سنة 1999 أو وثيقة سنة 1960 أو كلتيهما، بحسب الطرف المتعاقد الذي يرتبط به مودع الطلب طبقا لما ورد أعلاه (دولة المنشأ). وفي الوقت الحالي.

ويجوز إيداع طلب التسجيل الدولي لرسم أو نموذج صناعي لدى المكتب الدولي للويبو مباشرة أو عن طريق مكتب الملكية الصناعية في دولة المنشأ إذا كان قانون تلك الدولة يجيز ذلك أو يقتضيه. وفي الممارسة العملية، تودع كل الطلبات الدولية فعليا لدى المكتب الدولي مباشرة، ويودع معظمها باستخدام نظام الإيداع الإلكتروني على موقع الويبو على الإنترنت.

ومن الممكن أن تشمل الطلبات الدولية حتى 100 نموذج أو رسم صناعي شريطة أن تكون ضمن نفس الفئة في التصنيف الدولي للرسوم والنماذج الصناعية (تصنيف لوكارنو). ويوسع مودعي الطلبات أن يودعوا الطلب بالإنكليزية أو الفرنسية أو الإسبانية. ويتعين أن يلحق بالطلب نسخة واحدة أو عدة نسخ من الرسم أو النموذج الصناعي وأن يعين على الأقل طرفاً متعاقداً واحداً.

وتُنشر التسجيلات الدولية في النشرة الدولية للرسوم والنماذج، التي تصدر أسبوعياً على الإنترنت، وبحسب الطرف المتعاقد المعين، يجوز لمودع الطلب أن يلتمس تأجيل نشرها لفترة لا تتجاوز 30 شهرا اعتبارا من تاريخ التسجيل الدولي أو تاريخ الأولوية في حال المطالبة بالأولوية.

ويجوز لكل طرف متعاقد يعينه مودع الطلب أن يرفض الحماية خلال فترة لا تتجاوز ستة أشهر، أو 12 شهرا في ظل وثيقة سنة 1999، اعتبارا من تاريخ نشر التسجيل الدولي. ولا يمكن رفض الحماية إلا

بالاستناد إلى شروط القانون المحلي المختلفة عن الإجراءات الشكلية والإدارية التي يتخذها بناء على ذلك القانون مكتب الطرف المتعاقد الذي يرفض الحماية.

فإذا لم يرد إخطار بالرفض من الطرف المتعاقد المعين خلال المهلة الزمنية المنصوص عليها (أو إذا ورد الإخطار بالرفض ثم تم سحبه)، يسري التسجيل الدولي كضمان للحماية في ذلك الطرف المتعاقد بموجب القانون المعمول به فيه.

وتمتد فترة الحماية خمس سنوات، ويمكن تجديدها لفترة خمس سنوات واحدة على الأقل بموجب وثيقة سنة 1960، أو لفترتين مماثلتين بموجب وثيقة سنة 1999. وإذا نص التشريع المحلي في أحد الأطراف المتعاقدة على فترة حماية أطول، يمنح ذلك الطرف المتعاقد الحماية للرسوم والنماذج موضوع التسجيل الدولي لنفس الفترة بناء على التسجيل الدولي وتجديداته. ولتسهيل قدرة مبدعي الرسوم والنماذج من البلدان الأقل نموا على النفاذ إلى نظام لاهاي، تم تخفيض الرسوم على الطلبات الدولية في حالة هذه البلدان إلى 10 بالمائة من الرسوم المقررة.

الفقرة الرابعة: وثيقة سنة 1934

جُمد العمل بوثيقة سنة 1934 اعتبارا من 1 يناير 2010، بمعنى أنه اعتبارا من ذلك التاريخ أوقف إدخال أي تسجيل أو تعيين جديد في السجل الدولي بموجب وثيقة 1934. إلا أن تجديد التعيينات القائمة في ظل وثيقة سنة 1934 وتدوين أي تغيير يؤثر على هذه التعيينات في السجل الدولي سيبقى ممكنا إلى حين انتهاء الحد الأقصى لفترة الحماية بموجب وثيقة سنة 1934 (15 سنة).

معاهدة الرياض لقانون التصاميم (2024)

التصميم هو فئة من فئات الملكية الفكرية التي تشمل مظهر المنتج أو جوانبه الزخرفية. وعادةً ما تُحمى التصاميم من خلال إجراءات التسجيل أو الحصول على براءة تصميم. وتختلف إجراءات الحماية من ولاية قضائية إلى أخرى، مما يصعّب على المصمّمين حماية تصاميمهم.

وتضع معاهدة الرياض لقانون التصاميم إطار عمل حديث وديناميكي ومبسّط لإجراءات حماية التصاميم، مما يساعد المصممين على حماية أعمالهم.

تبسيط الإجراءات

توفير إطار عمل يمكن التنبؤ به لمتطلبات طلبات التصاميم: تحدد المعاهدة واللائحة التنفيذية بوضوح جميع البيانات والعناصر التي قد يلزم تضمينها في طلب تسجيل/منح براءة تصميم. وكجزء من هذه القائمة المغلقة للعناصر، تنص المعاهدة بشكل خاص على أنه يجوز للطرف المتعاقد أن يقتضي، إن سمح القانون المطبق بذلك، تضمين الطلب بياناً بشأن المعلومات المتعلقة بأشكال التعبير الثقافي التقليدي والمعارف التقليدية، التي لها صلة بأهلية تسجيل التصميم الصناعي.

اختيار كيفية عرض التصميم: يتاح للمودعين اختيار شكل عرض تصاميمهم في الطلب، إما من خلال صور شمسية أو صور بيانية أو أي تصوير مرئي آخر (مثل ملفات الفيديو) يقبله مكتب الطرف المتعاقد، أو أية توليفة من العناصر المذكورة أعلاه، في حال كان القانون المطبّق للطرف المتعاقد يسمح بذلك.

تضمين عدة تصاميم صناعية في نفس الطلب: تتاح للمودعين، ضمن شروط معيّنة، إمكانية تضمين عدة تصاميم في طلب واحد، عوضاً عن إيداع طلب منفصل لكل تصميم على حدة. ويساعد ذلك على تقليل تكاليف الإيداع بالنسبة للمودعين. وتكفل المعاهدة الاحتفاظ بتاريخ الإيداع الأصلي في حال عدم قبول أحد التصاميم والحاجة إلى تقسيم الطلب.

تسهيل الحصول على تاريخ إيداع: تاريخ الإيداع هو عنصر أساسي في طلب التصميم؛ فهو النقطة الزمنية الحاسمة لتقييم الجدّة والتاريخ الذي تستند إليه المطالبة بالأولوية في الطلبات اللاحقة. ومن أجل مساعدة المودعين على تأمين تاريخ الإيداع والتقليل من مخاطر تأجيله أو فقدانه، فإن المعاهدة تبقي قائمة شروط تاريخ الإيداع في حدها الأدنى، وهي: "1" بيان صريح أو ضمني يفيد بأن المقصود من تلك العناصر أن تكون طلباً؛ "2" وبيانات تسمح بإثبات هوية مودع الطلب؛ "3" وعرض واضح بما فيه الكفاية للتصميم الصناعي؛ "4" وبيانات تسمح بالاتصال بمودع الطلب أو بممثله إن وجد. وفي حالات معيّنة، يجوز للطرف المتعاقد أن يطلب عدداً محدوداً من الشروط الإضافية المنصوص عليها في المعاهدة، مثل مطالبة أو وصف موجز.

إنشاء إطار عمل يمكن التنبؤ به لإجراءات ما بعد التسجيل/المنح: جميع البيانات أو العناصر التي قد تطلب في التماس تسجيل معاملات معينة، مثل التجديد أو تغيير الملكية أو الترخيص، محددة بوضوح في المعاهدة واللائحة التنفيذية.

تسهيل الحماية

إيداع طلب بشأن تصميم بعد الكشف العلني: في العموم، إن التصميم الذي يكشف عنه للجمهور قبل إيداع طلب الحماية لا يُعتبر جديداً وبالتالي لا يمكن حمايته. وبغرض تقليل مخاطر فقدان المودعين للحماية، تنص المعاهدة على فترة إمهال إلزامية ومنسقة مدتها 12 شهراً بعد الكشف الأول عن التصميم، لا يخل فيها هذا الكشف بجدة التصميم أو أصالته أو طابعه الفردي أو عدم بداهته.

الاحتفاظ بتصميم غير منشور لمدة ستة أشهر على الأقل بعد إيداع الطلب: تسمح المعاهدة للمودعين بالتحكّم في تاريخ نشر التصميم، حتى بعد تأمين تاريخ الإيداع. وسيمكّنهم ذلك من اتخاذ قرار أفضل بشأن موعد تسويق المنتج الذي يتضمن تصميمهم لأول مرة.

توفير تدابير وقف الإجراءات: في حال عدم الامتثال لمهلة زمنية بشأن إجراء أمام مكتب طرف متعاقد، تنص المعاهدة على تدابير لوقف الإجراءات تحول دون فقدان مودعي الطلبات لحقوقهم. وإضافة إلى ذلك، تنص المعاهدة على إمكانية تصحيح المطالبة بالأولوية أو إضافتها وردّ حق الأولوية.

إنشاء إطار لمواصلة تطوير قانون التصاميم

هيكل من مستويين: تتألف معاهدة الرياض لقانون التصاميم من 34 مادة (المعاهدة) و18 قاعدة (اللائحة التنفيذية). وتُؤسس المعاهدة جمعية للأطراف المتعاقدة، يجوز لها تعديل اللائحة التنفيذية، مما ينشئ إطاراً ديناميكياً لتطوير قانون التصاميم.

دعم تنفيذ المعاهدة: تتضمن المعاهدة حكمًا بشأن المساعدة التقنية وأنشطة تكوين الكفاءات لتنفيذ المعاهدة.

المبحث الرابع : معايير الحماية الدولية في مجال التصاميم والتصاميم الشكلية

تمثل حقوق الملكية الفكرية أسمى صور حقوق الملكية على وجه الإطلاق لاتصالها باسمى ما يملكه الإنسان وهو العقل فى إبداعاته وتجلياته الفكرية .

قائمة المراجع:

قائمة المراجع

أولا: باللغة العربية

أ. الدساتير، النصوص القانونية، والتنظيمية

أ-1: النصوص الدستورية

- الدستور الجزائري لسنة 1996، الجريدة الرسمية رقم 76 المؤرخة في 8 ديسمبر 1996 المعدل بالقانون رقم 02-03 المؤرخ في 10 أبريل 2002 الجريدة الرسمية رقم 25 المؤرخة في 14 أبريل 2002، والقانون رقم 08-19 المؤرخ في 15 نوفمبر 2008 الجريدة الرسمية رقم 63 المؤرخة في 16 نوفمبر 2008، والقانون رقم 16-01 المؤرخ في 06 مارس 2016 الجريدة الرسمية رقم 14 المؤرخة في 7 مارس 2016.

أ-2: النصوص التشريعية

- القوانين

(1) - القانون 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية العدد: 41 لسنة 2004 الصادرة في 27 جوان 2004، ص03.

(2) - القانون 06-02 المؤرخ في 2006.02.20 المتضمن تنظيم مهنة الموثق، الجريدة الرسمية العدد: 14 لسنة 2006.

(3) - القانون 16-01 المؤرخ في 06 مارس 2016 المعدل والمتمم للدستور الجزائري، جريدة رسمية رقم:14 لسنة 2016 الصادرة في 07 مارس 2016.

(4) - القانون 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية، الجريدة الرسمية العدد: 28 لسنة 2018، الصادرة في 16 ماي 2018، ص04.

- الأوامر

(5) - الأمر 66-48 المؤرخ في 25 فبراير 1966 والمتعلقة بانضمام الجزائر إلى اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883، الجريدة الرسمية العدد:16 لسنة 1966 الصادرة في 25 فبراير 1966.

(6) - الأمر 72-10 المؤرخ في 1972.03.22 المتضمن انضمام الجزائر إلى بعض الاتفاقيات الدولية، الجريدة الرسمية العدد: 32 لسنة 1972 المؤرخ في 1972.04.21.

(7) - الأمر 75-02 المؤرخ في 09 جانفي 1975 المتضمن المصادقة على انضمام الجزائر إلى بعض الاتفاقيات الدولية، الجريدة الرسمية رقم: 10 لسنة 1975 الصادرة في 04 فبراير 1975، ص12.

(8) - الأمر 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني الجزائري، الجريدة الرسمية العدد: 78 لسنة 1975 الصادرة في 30 سبتمبر 1975، ص992.

(9) - الأمر 75-59 المتضمن القانون التجاري الجزائري الصادر في 1975.09.26 المتضمن القانون التجاري، الجريدة الرسمية العدد: 101 لسنة 1975 الصادرة في 1975.12.19، ص 1306.

(10) - الأمر 03-03 المؤرخ في 19 جويلية2003 المتعلق المنافسة المتعلق بقانون المنافسة، جريدة رسمية العدد: 43 الصدارة بتاريخ 20 جويلية 2003، ص 25.

(11) - الأمر 03-06 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية العدد: 44 لسنة 2003 الصادرة في 2003.07.23، ص22.

(12) - الأمر 03-07 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق ببراءات الاختراع، الجريدة الرسمية العدد: 44 لسنة 2003 الصادرة في 23 جويلية 2003، ص29.

(13) – الأمر 05-10 المؤرخ في 20 جوان 2005، المعدل للأمر 75-58 المتضمن القانون المدني الجزائري، الجريدة الرسمية العدد: 44 لسنة 2005.

(14) - الأمر 07-05 الصادر في 2007.05.13، المعدل للأمر 75-58 المتضمن القانون المدني الجزائري، الجريدة الرسمية العدد: 31 لسنة 2007 المؤرخة في 2007.05.13.

(15)- الأمر 08-09 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية المؤرخ في 2008.02.25، الجريدة الرسمية العدد: 23 لسنة 2008، المؤرخة في 2008.02.25.

- المراسيم التشريعية

(16)– المرسوم التشريعي 93-17 المؤرخ في 07 ديسمبر1993 المتعلق بحماية الاختراعات، الجريدة الرسمية العدد: 81 لسنة 1993 الصادرة في 08 ديسمبر 1993.

أ-3- النصوص التنظيمية

(17)- المرسوم التنفيذي 98-68 المتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، الجريدة الرسمية العدد 11 لسنة 1998 المؤرخ في 1998.02.21.

(18) - المرسوم التنفيذي رقم: 05-175 مؤرخ في 12 مايو 2005، يحدد كيفيات الحصول على التصريح بعدم التدخل بخصوص الاتفاقيات ووضعية الهيمنة على السوق، جريدة رسمية عدد: 03 لسنة 2005.

(19)- المرسوم التنفيذي 05-275 المؤرخ في 02 اوت 2005 يحدد كيفيات إيداع براءات الاختراع وإصدارها، الجريدة الرسمية العدد 54 لسنة 2005 الصادرة بتاريخ 07 اوت2005.

(20)- المرسوم التنفيذي 05-277 المتعلق بكيفيات إيداع العلامات وتسجيلها الصادر في 2005.08.02، الجريدة الرسمية العدد: 54 لسنة 2005 الصادرة بتاريخ 2005.08.07.

(21) - المرسوم التنفيذي 06-306 المؤرخ في 10 سبتمبر 2006، المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، الجريدة الرسمية العدد: 56 لسنة 2006، الصادرة في 11 سبتمبر 2006، ص 07.

ب- الكتب

ب 1: باللغة العربية

(1) – **إبراهيم المنجي**، عقد نقل التكنولوجيا، دون طبعة، منشأة المعارف، الإسكندرية ، جمهورية مصر العربية، سنة 2000.

(2) - **أحمد شرف الدين**، فكرة القانون الاقتصادي، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 1988.

(3) - **أحمد عبد الرحمان الملحم**، الاحتكار والأفعال الاحتكارية، الطبعة الأولى، مجلس النشر العلمي مطبوعات جامعة الكويت، 1997.

(4) - **أحمد عبد الكريم سلامة**، قانون العقد الدولي، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة مصر، 2001.

(5) - **أحمد نشأت**، رسالة الإثبات، الجزء الأول، دون طبعة، دار الفكر العربي، 1986.

(6) - **الغوثي بن ملحة**، قواعد وطرق الإثبات ومباشرتها في القانون المدني الجزائري، الديوان الوطني للأشغال التربوية، الطبعة الأولى، الجزائر، 2001.

(7) - **آمال زيدان عبد اللاه**، الحماية القانونية للأسرار التجارية في عقود نقل التكنولوجيا، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2009.

(8) - **إدريس فاضلي**، المدخل إلى الملكية الفكرية الملكية الأدبية والفنية والصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، دون طبعة، الجزائر، 2007.

(9) - **بلقاسم اعراب**، القانون الدولي الخاص الجزائري، دار هومة للطباعة النشر والتوزيع، دون طبعة، الجزائر، 2002.

(10) - **بلقاسم بوذراع**، الوجيز في القانون التجاري، مطبعة الرياض، دون طبعة، قسنطينة، 2005.

(11) - **جلال علي عدوي**، أصول أحكام الالتزام والإثبات، منشأة المعارف للنشر، دون طبعة، الإسكندرية، مصر، 1996.

(12) - **حسام الدين عبد الغني الصغير**، حماية المعلومات غير المفصح عنها والتحديات التي تواجه الصناعات الدوائية في الدول النامية، دار الفكر الجامعي،دون طبعة، الإسكندرية، مصر،2003 .

(13)- **حسام محمد عيسى**، نقل التكنولوجيا، دراسة في الآليات القانونية للتبعية الدولية، دار المستقبل العربي، دون طبعة، القاهرة مصر،1987.

(14) **حميد محمد على اللبي**، الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية، المركز الوطني للإصدارات القانونية، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2001 .

(15)- **خالد العامري**، كيف تجري مفاوضات ناجحة، دار الفاروق للنشر، دون طبعة، عمان الأردن 2000.

(16)- **خالد يحي الصباحين**، شرط الجدة في براءة الاختراع، دراسة مقارنة بين التشريعين المصري والأردني والاتفاقات الدولية، دار الثقافة، الطبعة الأولى، عمان الأردن، 2009.

(17)- **رجب عبد الكريم عبد الله**، التفاوض على العقد، دراسة تحليلية مقارنة، دار النهضة المصرية، دون طبعة، القاهرة، مصر، 2000.

(18)– **ريم سعود السماوي**، براءات الاختراع في الصناعات الدوائية، التنظيم للتراخيص الاتفاقية في ضوء منظمة التجارة العالمية (W.T.O)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، عمان الأردن، 2012.

(19)- **سيد محمد السيد عمران**، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، دراسة مقارنة، منشأة المعارف، دون طبعة، الإسكندرية، مصر، 1998.

(20)- **سينوت حليم دوس**، دور السلطة العامة في مجال براءات الاختراع، منشاة المعارف، دون طبعة، الإسكندرية، مصر، 1983.

(21)- **شهاب الدين أحمد بن إدريس القرافي**، شرح تنقيح الفصول في اختصار المحصول في الأصول مكتبة البحوث والدراسات لدار الفكر، بيروت، لبنان، 2004.

(22)- **صالح بن عبد الله بن عطاف العوفي**، المبادئ القانونية في صياغة عقود التجارة الدولية، مركز الطباعة والنشر بمعهد الإدارة العامة، دون طبعة، الرياض، المملكة العربية السعودية، 1998.

(23) - **صالح فرحة زراوي**، الكامل في القانون التجاري، القسم الثاني الحقوق الفكرية، ابن خلدون للنشر والتوزيع EDIK، دون طبعة، الجزائر،2001.

(24)- **صلاح الدين الناهي**، الوجيز في الملكية الصناعية والتجارية، دار الفرقان، عمان، الطبعة الأولى، الأردن، 1983.

(25)- **صلاح الدين جمال الدين**، عقود نقل التكنولوجيا، دار الفكر العربي، دون طبعة، الإسكندرية، مصر، 2004.

(26)- **صلاح زين الدين**، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، دار الثقافة، الطبعة الأولى، عمان الأردن، 2006.

(27)- **صلاح زين الدين**، المدخل إلى الملكية الفكرية، مكتبة دار الثقافة للمنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2004.

(28)- **عادل محمد خير**، عقود البيع الدولي للبضائع من خلال اتفاقية فينا، دار النهضة العربية، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 1994.

(29)- **عاطف عبد الحميد حسن**، حماية المستهلك، دار النهضة العربية، دون طبعة، القاهرة، مصر 1996.

(30)- **عامر محمود الكسواتي**، الملكية الفكرية، ماهيتها مفرداتها وطرق حمايتها، دار الحبيب للنشر والتوزيع، دون طبعة، عمان، الأردن، 1998.

(31)- **عبد الزراق السنهوري**، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد نظرية الالتزام، المجلد الأول منشورات الحلبي، الطبعة الثالثة الجديدة، بيروت لبنان، 1998.

(32)- **عبد الغني محمود**، الإطار القانوني لنقل التكنولوجيا في القانون الدولي العام، دار النهضة العربية، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 1991.

(33)- **عدنان باقي عبد اللطيف**، التنظيم القانوني للمنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية، دراسة مقارنة دار الكتب القانونية، المحلة الكبرى، مصر، 2012.

(34)- **علاء عزيز حميد الجبور**، عقد الترخيص دراسة مقارنة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2003.

(35)- **علي بن محمد السيد الشريف الجرجاني**، التعريفات، حققه مصطفى أبو يعقوب، مؤسسة الحسنى، الطبعة الأولى، الدار البيضاء المغرب، 2006.

(36)- **علي علي سليمان**، النظرية العامة للالتزام، مصادر الالتزام، ديوان المطبوعات الجامعية الطبعة السادسة، الجزائر، 2005.

(37)- **عمار عمورة**، الوجيز في شرح القانون التجاري الجزائري، دار المعرفة، دون طبعة، الجزائر 2000.

(38)– **فايز نعيم رضوان**، عقد الترخيص التجاري، مطبعة الحسين الإسلامية، الطبعة الأولى، القاهرة مصر، 1990.

(39)- **ماجد عمار**، عقد نقل التكنولوجيا، دار النهضة العربية، دون طبعة، القاهرة، مصر، 1987.

(40)- **محسن شفيق**، نقل التكنولوجيا من الناحية القانونية، مطبعة جامعة القاهرة والكتاب الجامعي، دون طبعة، القاهرة، مصر، 1984.

(41)- **محمد بودالي**، الشروط التعسفية في العقود في القانون الجزائري، دراسة مقارنة مع قوانين فرنسا وألمانيا ومصر، دار هومة للطباعة والنشر، دون طبعة، الجزائر، 2007.

(42)- **حسام محمد عيسى**، نقل التكنولوجيا، دراسة في الآليات القانونية للتبعية الدولية، دار المستقبل العربي، دون طبعة، القاهرة، مصر، 1987.

(43)- **محمد حسام محمود لطفي**، آثار اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تربس) على تشريعات البلدان العربية، دون دار النشر، الطبعة الثالثة، القاهر، مصر، 2002.

(44)- **محمد حسام محمود لطفي**، الملكية الأدبية والفنية، دار النهضة العربية، دون طبعة، القاهرة مصر، 2001.

(45)- **محمد حسن قاسم**، الإثبات في المواد المدنية والتجارية، دار الجامعية، دون طبعة، القاهرة مصر.

(46)- **محمد سلمان الغريب**، الاحتكار والمنافسة غير المشروعة، دار النهضة العربية، دون طبعة القاهرة، 2004.

(47)- **محمد محسن إبراهيم النجار**، عقد الامتياز التجاري دراسة مقارنة في نقل المعارف، دار الجامعة الجديدة للنشر، دون طبعة، الإسكندرية، مصر، 2001.

(48)- **محمود الكيلاني**، الموسوعة التجارية والمصرفية، عقود التجارة الدولية في مجال نقل التكنولوجيا، المجلد الأول، دار الثقافة، الطبعة الأولى، عمان الأردن، 2008.

(49)- **محمود الكيلاني**، عقود التجارة الدولية في مجال نقل التكنولوجيا، دار الفكر العربي، الطبعة الثانية، القاهرة، مصر، 1995.

(50)- **محمود نجيب حسني**، قانون العقوبات، القسم الخاص، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 1981.

(51)- **مراد محمود المواجدة**، المسؤولية المدنية في عقود نقل التكنولوجيا، دار الثقافة، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2010.

(52)- **معين فندي الشناق**، الاحتكار والممارسات المقيدة للمنافسة في ضوء قوانين المنافسة والاتفاقات الدولية، دار الثقافة، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2010.

(53)- **نعيم أحمد نعيم شنيار**، الحماية القانونية لبراءة الاختراع في ظل حماية حقوق الملكية الفكرية، دراسة مقارنة بالفقه الإسلامي، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2010.

(54)- **نعيم مغبغب**، الماركات التجارية والصناعية دراسة في القانون المقارن، دون دار النشر، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 2005.

(55)- **نور الدين الإبراهيمي**، الأحكام القانونية لعقود الترخيص باستغلال براءة الاختراع والمفاوضات التمهيدية المهدة لها، دراسة مقارنة ، مطبعة النجاح، دون طبعة، الدار البيضاء المغرب، 2013.

(56)- **هشام خالد**، جدوى اللجوء إلى التحكيم التجاري الدولي، منشأة المعارف، دون طبعة، الإسكندرية مصر، 2005.

(57)- **وفاء مزيد فلحوط**، المشاكل القانونية في عقود نقل التكنولوجيا إلى الدول النامية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت لبنان، 2008.

(58)- **وليد عودة الهمشري**، عقود نقل التكنولوجيا، الالتزامات المتبادلة والشروط التقييدية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، دون طبعة، عمان، الأردن، 2009.

(59)- **يحي بكوش**، أدلة الإثبات في القانون المدني الجزائري و الفقه الإسلامي، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع ، دون طبعة، الجزائر.

ب 2- باللغة الأجنبية

(1) - **ANNIE CHAMOULAUD-TRAPIERS** ,Droit des affaire, édition briel, paris 2001.

(2) - **ALBERT CHAVANNES ET JEAN JAQUES – BUERST**, Droit de la propriété industrielle, Dalloz-delta 5eme édition, Paris, 1998.

(3) - **DOMINIQUE BASCHET,** le savoir faire dans le contrat de franchise gazpal ,1994.

(4) -**JEAN-PIERRE BERTREL**, acquisition et fusions des sociétés commerciales, 2eme partie, litec,1989.

(5) – **PHILIPPE LE TOURNEAU,** Le Franchisage, Edition , Economica, Paris ,France, 1994.

(6) – **PIERRE RÉGIBEAU and KATHARINE ROCKETT**, The Relationship Between Intellectual Property Law and; Competition Law: An Economic Approach» University of Essex and CEPR.UK, June 2004

ج - المعاجم

(1) - **أيوب بن موسى الحسيني القريمي الكوفوي**، الكليات، معجم في المصطلحات والفروق اللغوية،حققه : عدنان درويش و محمد المصري، مؤسسة الرسالة، الطبعة الثانية، دمشق سوريا، 2012.

(2) - **ابن منظور**، لسان العرب، المجلد الثالث و الرابع والخامس والسادس والسابع، دار الحديث، دون طبعة، القاهرة، مصر،2013.

(3) - **لويس معلوف**، معجم المنجد في اللغة، الطبعة 35، دار المشرق، بيروت، لبنان، 1986.

د- الرسائل الجامعية

(1) - **إبراهيم قادم**، الشروط المقيدة في عقود نقل التكنولوجيا ودورها في تكريس التبعية التكنولوجية على المستوى الدولي، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، جامعة عين شمس كلية الحقوق،القاهرة مصر، 2002.

(2) - **عرعارة عسالي**، التوازن العقدي عند نشأة العقد" أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في القانون كلية الحقوق، جامعة الجزائر1، 2015.

(3) - **لينا حسن ذكي**، الممارسات المقيدة للمنافسة والوسائل القانونية في مواجهتها، أطروحة دكتوراه جامعة حلوان، مصر، 2004.

(4) - **محمد متولي محمد عبد الجواد**، المنافسة والاحتكار بين الشريعة والاقتصاد، أطروحة دكتوراه مقدمة إلى كلية الشريعة والقانون في جامعة الأزهر، القاهرة، مصر ، 1979.

هـ - المقالات

(1) – **أبو العلا علي النمر**، (الالتزام بالمحافظة على الأسرار في عقود نقل التكنولوجيا)، بحث منشور في **مجلة العلوم القانونية والاقتصادية**، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، العدد الرابع عشر، السنة الثامنة والأربعون، 2006.

(2) - **أحمد رابحي**، (أثر التفوق الاقتصادي للمحترف في فرض الشروط التعسفية في القانون الجزائري والقانون المقارن)، مقال منشور **بمجلة اقتصاديات شمال إفريقيا**، الصادرة عن جامعة الشلف، العدد 05 لسنة 2012، ص346.

(3) - **أحمد عبد الرحمان الملحم**، (التقييد الافقي للمنافسة مع التركيز على اتفاق تحديد الأسعار)، بحث مقدم في **مجلة الحقوق الكويتية**، السنة التاسعة عشر، العدد الرابع، ديسمبر،1995.

(4) – **حمدي بارود**، (المبادئ التي تحكم المفاوضات في عقود نقل التكنولوجيا)، مقال منشور في **مجلة القانون والاقتصاد للبحوث القانونية والاقتصادية**، تصدر عن أساتذة كلية الحقوق بجامعة القاهرة، العدد 74، سنة 2004 .

(5) - **سماح حسين علي**،(حماية الأسرار التجارية من المنافسة غير المشروعة)، مقال منشور **بمجلة العلوم الإنسانية**، كلية التربية للعلوم الإنسانية، جامعة بابل، العراق مجلد 33، العدد الثاني، جوان 2015، ص881.

(6) - **محمد المسلومي**، (دور براءة الاختراع في نقل التكنولوجيا)، مقال منشور **بمجلة الملف**، جامعة الجديدة، المغرب، العدد العاشر، افريل 2007، ص 64.

(7) - **معتصم بالله العرباني**، (دور القاعدة القانونية في ضوء مبادئ مدرسة التحليل الاقتصادي للقانون) مجلة **دراسات قانونية**، جامعة أبو بكر بلقايد، كلية الحقوق، تلمسان، العدد:04، سنة 2007.

(8) - **هادي سعيد عرفه**، (حسن النية في العقود في الشريعة الإسلامية والقانون المدني)، بحث منشور في مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، جامعة القاهرة، العدد الأول، السنة الأولى، 1986.

الفهرس

مقدمة : 02

الفصل الاول: نظام براءة الاختراع.....05

المبحث الاول: مفهوم براءة الاختراع.....06

المطلب الأول: تعريف براءة الاختراع: 06

المطلب الثاني: المبادئ التي تحكم حقوق صاحب براءة الاختراع:.....07

المبحث الثاني: أهلية الاختراع للحصول على البراءة. 12

المطلب الأول: الشروط الموضوعية.....12

المطلب الثاني: الشروط الشكلية لتسليم البراءات. 18

المبحث الثالث: حقوق والتزامات صاحب الحق على البراءة: 20

المطلب الأول: حقوق صاحب الحق على البراءة.....20

المطلب الثاني: التزامات مالك البراءة. 21

الفصل الثاني : التنظيم القانوني للعلامة.....23

المبحث الأول: ماهية العلامة.....24

المطلب الأول: مفهوم العلامة.....25

المطلب الثاني: تصنيف العلامة.....30

المبحث الثاني: تسجيل العلامة.....41

المطلب الأول: شروط تسجيل العلامة وأهميته.....41

المطلب الثاني: آثار تسجيل العلامة.....44

المطلب الثالث : شروط العلامة . .....49.

المبحث الثالث :التنازل عن الحقوق 61

المطلب الأول: الحقوق المكتسبة من تسجيل العلامة.....61.

المطلب الثاني: الترخيص الاتفاقي للعلامة.....62

المبحث الرابع : الحماية القانونية للعلامة.....67

المطلب الأول: الحماية المدنية للعلامة في التشريع الجزائري.....68

المطلب الثاني: الحماية الجزائية للعلامة في التشريع الجزائري.....77

المطلب الرابع: الحماية الخاصة للعلامات المشهورة 95

المطلب الخامس :الحماية الدولية للعلامة 111

الفصل الثالث: الرسوم والنماذج الصناعية.....122

المبحث الاول: مفهوم الرسم أو النموذج الصناعى 122

المطلب الاول: تعريف الرسم أو النموذج الصناعي.....122

المطلب الثاني: شروط حماية الرسم والنموذج الصناعى : 125

الخاتمة:..... 139

قائمة المراجع: 140

الفهرس.....152

أ.د نعور حسان حمزة
رئيس المجلس العلمي
كلية الحقوق