

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق

الآليات القانونية لحماية العلامة التجارية

مذكرة مقدمة لاستكمال مقتضيات نيل شهادة الماستر تخصص قانون أعمال

تحت إشراف الأستاذ:

-أ/ حجاب عبد الله

إعداد الطالبين:

-برايح علاء الدين

-قارة عبد الحليم

السنة الجامعية

2022/2021



27 ديسمبر 2020

ملحق بالقرار رقم 10821... المؤرخ في .....  
الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مؤسسة التعليم العالي والبحث العلمي: جامعة محمد بوضياف المسيلة - كلية الحقوق والعلوم السياسية

نموذج التصريح الشرقي

الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

أنا الممضي أسفله،

السيد (ة): بترابح علاء الدين ..... الصفة: طالب. أمقاذا. باحث ..... طالب  
الحامل (ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 496 ..... والصادرة بتاريخ: 2019/07/28  
المسجل (ة) بكلية / معهد الحقوق والعلوم السياسية قسم الحقوق  
والمكلف (ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه).  
عنوانها: الآليات القانونية لحماية العلامة التجارية

أصرح بشرفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية  
المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه .

التاريخ: 2021/07/01

توقيع المعني (ة)



ملحق بالقرار رقم 10821... المؤرخ في 27 ديسمبر 2020  
الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مؤسسة التعليم العالي والبحث العلمي: جامعة محمد بوضياف (طبيلة) - كلية الحقوق والعلوم السياسية

نموذج التصريح الشرقي  
الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

أنا الممضي أسفله،

السيد(ة): قارعة عبدالمسيح ...الصفة: طالب. أمجاز. باحث طالمت  
الحامل (ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 1696773 والصادرة بتاريخ: 2017/107/19  
المسجل (ة) بكلية / معهد الحقوق والعلوم السياسية قسم الحقوق  
والمكلف(ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج. مذكرة ماستر. مذكرة ماجستير. أطروحة دكتوراه).  
عنوانها: التأثير القانوني لحماية العلامة التجارية

أصرح بشرفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية  
المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه .

التاريخ: 2021/107/01

توقيع المعني (ة)

# شكر و عرفان

نشكر الله سبحانه وتعالى أولاً على توفيقه لنا لإنجاز هذه المذكرة

المتواضعة.

وعملاً بقوله عليه الصلاة والسلام: "من استعانكم بالله فأعينوه ومن

سألكم بالله فأعطوه ومن دعاكم فأجيبوه ومن صنع إليكم معروفا فكافئوه

فإن لم تجدوا ما تكافئوه فادعوا له حتى تروا أنكم قد كافأتموه" رواه أحمد

وداود والنسائي.

فإننا نتقدم بالشكر الجزيل وأسمى عبارات التقدير والاحترام، إلى

الأستاذ المشرف: حجاب عبد الله، لتفضله علينا وتوجيهه وتقييمه ولقاء

نصائحه وتوجيهاته.

كما لا يفوتنا أن نشكر كل الأساتذة الذين درسونا و دعمونا خلال انجاز

هذا العمل و خلال مراحل دراستنا المختلفة وكل الزملاء الذين جمعنا بهم

الدراسة.

## إهداء:

الحمد لله الذي لا إله إلا هو الواحد الأحد، الفرد الصمد لم يلد ولم يولد ولم يكن له كفؤاً  
أحد.

والصلاة والسلام على رسوله الكريم وبعد:

نهدي هذا العمل المتواضع إلى الوالدين الكريمين نبراسنا في الحياة الذين لم يدخرا جهداً في  
دفعنا لمواصلة النجاح.

إلى إخوتنا وأخواتنا وأصدقائنا الذين لم يبخلوا علينا ومدوا لنا يد العون من قريب أو بعيد.

ومني أنا علاء الدين وبكل حب إلى رفيقة دربي زوجتي الغالية وفلذة كبدي ابني جواد.

ولا يمكن أن ننسى أساتذتنا الكرام الذين كان لهم الفضل الكبير والدور الأول في مساندتنا

وتوضيح العديد من المعلومات الهامة والقيمة بالنسبة لنا.

إلى كل من يقدر رسالة العلم ويعلي شأن المتعلمين.

إلى كل من يعتز بلغة الضاد ويضمّر حبا دفيناً للأمة الإسلامية.

إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة جهدي.

## مقدمة:

تعتبر العلامة التجارية وسيلة ضمان للمنتج والمستهلك في آن واحد، فهي تمنع اختلاط منتجات تحمل علامة معينة لمنتجات مماثلة تحمل علامة أخرى، كما تعمل على تكوين الثقة في منتجات بعينها عندما تحمل علامة موثوق بها، وللحيلولة من ظهور سلع متشابهة إتجه المنتجون إلى استخدام العلامة التجارية للتعريف بمنتجاتهم والسعي إلى الاتقان في الصنع للحفاظ على العملاء واستمرار جودة المنتجات بما يضمن الصمود أمام المنافسين.

كما تلعب العلامة دورا مهما ضمن منظومة السياسة التسويقية والتي تتبعها الشركات، مما يسهم بشكل أو بآخر في تنظيم دور الشركات صاحبة العلامة في التأثير على دوافع الشراء لزيائنها وتحقيق ميز تنافسية عالية من خلال توظيف الأموال للحفاظ على الجودة والتحسين المستمر مما يضمن السمعة الحسنة والشهرة .

فهي ذات صلة مباشر بالتجارة والاقتصاد، بل أصبحت سمة مميزة لأي مشروع تجاري أو خدماتي، وفي نفس الوقت تشكل حماية لصاحبها، فتمنع الاعتداء على منتجه، وتفرض حماية خاصة لعدم التعدي عليه، ولما لها من أهمية فإن الاهتمام بها من قبل التجار والصناع يعود إلى أمد بعيد حيث

أن الرومانيين هم أول من استعمل العلامة التجارية، إذ كانت هذه العلامة تستخدم في مجال صناعة الفخار لحماية المنتجات من السرقة أو التقليد وغيرها من المصنفات التي كانت لها قيمة كبيرة من طرف الأمراء والسلاطين.

و يعتبر وضع العلامة التجارية على السلع في العصور الوسطى بمثابة دليل على أن الطائفة قد قامت بمعاينة هذه السلعة أو ذلك المنتج، وقد كان يعتبر دليلا على دفع الرسوم المفروضة على تلك السلعة من قبل الطائفة، إذ كانت تقوم بمصادرة واتلاف كل السلع التي لا تحمل علامة، من

أجل فرض سيطرة الطائفة على الصناع، وتعد بمثابة ضمان لتحصيل رسوم مالية مقابل وضع العلامة على السلع والمنتجات، حيث كان وضعها من طرف الصناع إجباريا. أما في القرون الوسطى فقد أصبحت العلامة التجارية توضع على المنتجات لحماية المستهلكين بالدرجة الأولى، وضمان جودة تلك المنتجات، وقد كانت العلامة التجارية في تلك العصور تستخدم لتمييز السلع والبضائع العائدة لطائفة ما، فكانت كل طائفة لها علامة خاصة بها، ولكل من الصناع المهر في تلك الطائفة علامتهم الخاصة أيضا.

وبعد الثورة الفرنسية أصبح وضع العلامة التجارية على المنتجات والسلع ضروريا، بسبب زوال نظام الطوائف، فأصبحت تهدف لحماية الجمهور والصناع والتجار لمنع المنافسة غير المشروعة. ويعتبر البريطانيون أول من أعطى هذا الموضوع الأهمية التي يستحقها، وجاءت أحكام القضاء البريطاني قاسية على كل من غش أو قام بتقليد علامة تجارية تخص شخصا آخر.

وقد تطورت الأوضاع بظهور الثورة الصناعية منتصف القرن التاسع عشر وبدء عصر التكنولوجيا ورواج التجارة، وشد المنافسة بين المنتجين والصناع مما ترتب عليه ظهور مصالح اقتصادية جديدة تطلبت سن تشريعات قانونية ذات طبيعة خاصة تواكب تطورات العصر، وهي التشريعات الصناعية والتجارية لدى الدول الصناعية، ويعتبر التشريع الفرنسي الذي ظهر في 1957 أول قانون منظم للعلامات التجارية.

أما في الجزائر فقد تم العمل بقانون العلامات الفرنسي ذاته، لكن بعد الاستقلال صدر الأمر 66-57 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، إلا أنه ألغي بالأمر 03-06 الذي حل محله.

وللأهمية التي تحملها العلامة، ودورها الكبير في زياد التنافس على تسويق المنتجات والسلع في السوق كان من الطبيعي أن تتعرض العلامات التجارية إلى الاعتداء عليها بشتى الطرق مما استلزم تقرير حماية قانونية لها على المستويين الدولي و الداخلي وهو ما يمثل موضوع هذا العمل المتواضع.

## أهمية الدراسة:

- تنبثق أهمية الدراسة من أهمية موضوع العلامة التجارية و تأثيره على التجارة والاقتصاد من جانب و على المستهلك من جانب آخر.
- التحايل و التضليل و التقليد لمختلف العلامات التجارية و التأثير السلبي لذلك على مختلف الجهات المعنية.

## أهداف الدراسة:

تهدف هذا الدراسة بالأساس إلى:

- محاولة تحليل مختلف الاتفاقيات دولية و القوانين الداخلية التي جاءت لحماية العلامة التجارية للوقوف على مدى هته الحماية.

## أسباب اختيار الموضوع:

تتلخص دوافع اختيارنا للموضوع في:

أسباب موضوعية:

- أهمية الموضوع و حاجته لمزيد من الدراسة بشكل يجمع كل أنواع الحماية على المستويين الدولي و الداخلي.

أسباب ذاتية:

- الرغبة و الميل الشخصي لدراسة هذا الموضوع لأهميته في الاقتصاد الداخلي و الدولي.

## الإشكالية:

من خلال ماسبق من تقديم طرح الإشكالية الآتية:

بما أن العلامة التجارية أصبحت تلعب دورا فارقا وتكتسي أهمية كبرى في التجارة والاقتصاد على المستويين الداخلي و الدولي فانه من اللازم احاطتها بحماية تضمن حمايتها و استقرار الاقتصاد تبعا لذلك:

فإلى أي مدى وفرت مختلف النصوص القانونية الحماية المطلوبة للعلامة التجارية و بالتالي للاقتصاد و المصالح الاقتصادية المرتبة بها؟

## المنهج المتبع:

بغرض الإجابة عن الإشكالية السابقة الطرح و الوصول بالدراسة إلى أهدافها المرجوة فإننا اعتمدنا المنهج التحليلي من خلال تحليل المواد المعنية في التشريعين الدولي و الداخلي .

## خطة الدراسة:

تماشيا مع طبيعة الموضوع و إشكالية البحث المطروحة سابقا فقد تم تناول هذا البحث في خطة تتشكل من فصلين:

الأول تناولنا فيه الحماية الدولية للعلامة التجارية، من خلال مبحثين عني الأول بالاطار القانوني لهته الحماية من خلال أبرز الاتفاقيات التي تناول العلامة التجارية بالحماية على راسها اتفاقيتي ترينس و باريس، بينما المبحث الثاني تناولنا فيه بالدراسة الاطار المنظماتي الدولي لحماية العلامة التجارية و المتمثل في منظمة الويبو.

أما الفصل الثاني فقد تم فيه دراسة حماية اعلامه التجارية على المستوى الداخلي، من خلال مبحثين رصد أحدهما للحماية المدنية في القوانين ذات الصلة و الثاني للحماية الجزائية طبقا لذات القوانين.

## الفصل الأول: حماية العلامة التجارية على المستوى الدولي

خلال النصف الثاني من القرن التاسع عشر أخذ الاهتمام بالعلامة التجارية على مستوى التشريع في النمو على الصعيد الوطني والدولي على حد سواء.

وتعد معاهدة باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883 الوثيقة العظمى التي يركز عليها قانون العلامة التجارية التي ما ازلت سارية المفعول بالرغم من الدمار الذي لحق بالتجارة والاقتصاد الدوليين وقد أكدت تلك المعاهدة أسس اكتساب الحقوق في العلامة التجارية كما أمهدت الطريق أمام إبرام الاتفاقيات والمعاهدات الدولية في مجال العلامات التجارية.

كما تعد المنظمة العالمية للملكية الفكرية الجهاز الدولي الذي يسهر على حماية العلامة التجارية والإطار المنظم للمعاهدات والاتفاقيات المبرمة في هذا الشأن.

ولإحاطة بموضوع هاته الحماية قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين ، تطرقنا في مبحثه الأول إلى الأساس القانوني للحماية الدولية للعلامة التجارية ، و الثاني تناولنا فيه الإطار المنظماتي للحماية أين تكلمنا عن المنظمة العالمية للملكية الفكرية.

## المبحث الأول: الاطار القانوني الدولي لحماية العلامة التجارية

لأهمية العلامة التجارية و تأثيرها في التجارة والاقتصاد الدوليين فقد عقدت عدة اتفاقيات

### المطلب الأول: اتفاقية باريس ومدريد

من اهم الاتفاقيات الرامية لحماية العلامة التجارية اتفاقية باريس و نظام مدريد.

### الفرع الأول: اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية

ابرمت بعض الدول اتفاقية باريس<sup>1</sup> لحماية الملكية الصناعية في 20 مارس سنة 1883، و

تعتبر هذه الاتفاقية أول اتفاقية دولية لبسط الحماية الدولية على حقوق الملكية الصناعية بما

فيها العلامات التجارية، و قد عدلت الاتفاقية عدة مرات<sup>2</sup>، وترتب على هذه الاتفاقية قيام نظام

دولي لحماية العلامات التجارية في كل دول الاتحاد الدولي للملكية الصناعية و الذي يعرف اختصاراً

باتحاد باريس، و بذلك تقررت حماية دولية للعلامات التجارية<sup>3</sup>.

وقد قررت اتفاقية باريس -و التي هي بحق الركيزة الأساسية لحماية حقوق الملكية

الصناعية- مجموعة من المبادئ بين دول الاتحاد لتكريس حماية العلامة على الخصوص.

### أولاً-مبدأ المساواة:

<sup>1</sup> انضمت إليها الجزائر في ، 01/03/1966 بموجب أمر ، 66/48 المؤرخ في، 25/02/1966 الجريدة الرسمية ، العدد 16 والمصادق عليها بموجب أمر 75/2 المؤرخ في 9/1/1975 الجريدة الرسمية، العدد ، 10 المؤرخ في 0/02/1975

<sup>2</sup> أول هذه التعديلات كان ببروكسل في 13 ديسمبر 1900، ثم تعديل واشنطن في 02 جوان 1911، و تلاه تعديل لاهاي في 06 نوفمبر 1925، ثم تعديل لندن في 02 جوان 1934، و تلاه تعديل لشبونة في 31 أكتوبر 1958، وأخيراً تعديل استوكهولم في 14 جويلية 1967 و هو آخر التعديلات الجوهرية للاتفاقية قبل نفاذ اتفاقية انشاء منظمة التجارة العالمية، و تم تنقيحه في 02 أكتوبر 1979.

<sup>3</sup> خالد صفوت بهنساوي، جريمة تقليد العلامات التجارية في ضوء أحكام القانون المصري و الاتفاقيات الدولية، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة الأولى، 2019، ص ص 12، 13.

بناء على الأحكام الخاصة بالمعاملة الوطنية، تنص الاتفاقية على أنه يجب على كل دولة متعاقدة أن تمنح مواطني الدول المتعاقدة الأخرى الحماية نفسها التي تمنحها لرعاياها في مجال الملكية الصناعية. كما تقضي بأن يتمتع مواطنو الدول غير المتعاقدة بحقوق المعاملة الوطنية إذا كانوا يقيمون في دولة متعاقدة أو يملكون فيها مؤسسة صناعية أو تجارية حقيقية وفعلية<sup>1</sup>.

ويلاحظ أنه وفقا للفقرة الثانية من ذات المادة لا يجوز أن يفرض على رعايا دول الاتحاد أي قيد بالإقامة أو التوطن في الدولة التي تطلب فيها الحماية، و معنى ذلك أنه يجوز لأي فرد من رعايا الاتحاد طلب تسجيل علامته بمصر أيا كانت جهة اقامته أو توطنه<sup>2</sup>.

#### ثانيا-مبدأ الاسبقية:

وتنص الاتفاقية على حق الأولوية فيما يخص براءات الاختراع (ونماذج المنفعة عند الاقتضاء) والعلامات والرسوم والنماذج الصناعية. وبناء على ذلك، يجوز لمودع الطلب الذي يودع أول طلب قانوني في إحدى الدول المتعاقدة أن يتمتع بمهلة معينة (12 شهرا للبراءات ونماذج المنفعة و6 أشهر للرسوم والنماذج الصناعية والعلامات) ليلتمس الحماية في أية دولة متعاقدة أخرى .

وعندئذ تعتبر الطلبات اللاحقة كما لو أنها قدمت في تاريخ إيداع الطلب الأول نفسه. وبعبارة أخرى، تحظى الطلبات اللاحقة بالأولوية (ومن هنا تعبير "حق الأولوية") بالنسبة إلى الطلبات التي يودعها أشخاص آخرون بشأن الاختراع ذاته أو نموذج المنفعة ذاته أو العلامة ذاتها أو الرسم الصناعي ذاته أو النموذج الصناعي ذاته خلال المهلة المذكورة. وعلاوة على ذلك، لا تتأثر الطلبات اللاحقة بأي حدث يقع في هذه الأثناء، كنشر الاختراع أو بيع السلع التي تحمل العلامة أو تجسد الرسم أو النموذج الصناعي نظرا إلى استنادها إلى الطلب الأول. ومن أهم المزايا العملية لهذا الحكم أن مودع

<sup>1</sup> المادة الثانية من اتفاقية باريس.

<sup>2</sup> سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دارالنهضة العربية، القاهرة، الطبعة الرابعة، 2003، ص 563.

الطلب الذي يلتمس الحماية في عدة بلدان لا يضطر إلى تقديم كل طلباته في آن واحد، بل يمنح مهلة زمنية تتراوح بين 6 أشهر و12 شهرا لاختيار البلدان التي يرغب في الحصول على الحماية فيها واتخاذ التدابير اللازمة لضمان الحماية بكل عناية<sup>1</sup>.

### ثالثا-مبدأ استقلال العلامات:<sup>2</sup>

اشارت اتفاقية باريس الى مبدأ استقلال العلامات في المادة السادسة فقرة (د) بقوله أنه إذا سجلت العلامة طبقا للأوضاع القانونية في بلدها الأصلي ثم سجلت في دولة أو أكثر من دول الاتحاد فتعتبر كل هذه العلامات الأصلية من تاريخ تسجيلها مستقلة عن العلامة في البلد الأصلي بشرط أن تكون مطابقة للتشريع الداخلي لبلد الاستيراد.

و بناء على ذلك تعتبر كل علامة مسجلة في أكثر من دولة مستقلة تمام الاستقلال عن الأخرى، فاذا فرض و انتهت مدة التسجيل للعلامة في احدى الدول فإن هذا لا يستتبع حتما انتهاء مدة التسجيل في بقية الدول. كما أن تجديد التسجيل في إحدى الدول لا يترتب عليه حتما تجديد التسجيل في جميع البلاد المسجلة بها العلامة التجارية.

مايلاحظ أن اتفاقية باريس لا تنظم شروط إيداع العلامات وتسجيلها، حيث يحدد القانون المحلي في كل دولة متعاقدة تلك الشروط. ونتيجة لذلك، لا يجوز رفض أي طلب يودعه مواطن من مواطني إحدى الدول المتعاقدة لتسجيل علامة ما أو إبطال تسجيلها بسبب عدم إيداع تلك العلامة أو تسجيلها أو تجديدها في بلد المنشأ. ولا يرتبط تسجيل علامة ما في إحدى الدول المتعاقدة بإمكانية تسجيلها في أي بلد آخر بما في ذلك بلد المنشأ. وبالتالي، لا يؤثر إبطال تسجيل العلامة في إحدى الدول المتعاقدة أو إلغاؤه في صلاحية تسجيلها في سائر الدول المتعاقدة.

<sup>1</sup> المادة الرابعة من الاتفاقية.

<sup>2</sup> سميحة القليوبي، مرجع سابق، ص 587.

وإذا سجلت علامة ما على نحو صحيح في بلد المنشأ يجب قبول طلب إيداعها وحمايتها في شكلها الأصلي في الدول المتعاقدة الأخرى. على أنه يجوز رفض التسجيل في حالات محددة، لا سيما إذا مست العلامة حقوق الغير المكتسبة أو افتقرت إلى سمة مميزة أو كانت مخالفة للمبادئ الأخلاقية أو النظام العام أو كان من شأنها تضليل الجمهور.

## الفرع الثاني: اتفاقية مدريد لحماية العلامات التجارية

حينما نتكلم عن هذه الاتفاقية فذلك يشمل كلا من:

- 1-اتفاقية مدريد التي أبرمت سنة 1891 وتم تنقيحها في بروكسل سنة 1900 وفي واشنطن سنة 1911 وفي لاهاي سنة 1925 وفي لندن سنة 1934 وفي نيس سنة 1957 وفي استوكهولم سنة 1967 وعُدِّل سنة 1979.
  - 2-بروتوكول اتفاق مدريد الذي أبرم سنة 1989 بهدف جعل اتفاقية مدريد أكثر مرونة واتساقا مع التشريعات المحلية في بعض البلدان أو المنظمات الدولية الحكومية التي لم يكن بإمكانها الانضمام إلى الاتفاق.
- ويشار إلى جميع الدول والمنظمات الأطراف في نظام مدريد بعبارة الأطراف المتعاقدة. ويسمح النظام بحماية العلامة في عدد كبير من البلدان عن طريق التسجيل الدولي الذي يسري في كل من الأطراف المتعاقدة المعينة.

**أولا: الغرض من اتفاقية مدريد الخاصة بالتسجيل الدولي للعلامات لسنة 1891**

لقد تم التوقيع على اتفاقية مدريد الخاصة بالتسجيل الدولي للعلامات في 14 نيسان 1891 وأصبحت سارية النفاذ في 15 تموز 1892 وقد جرى تعديلها عدة مرات وباب العضوية في هذه الاتفاقية مفتوح لكل الأطراف في اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، كما تعتبر اتفاقية مدريد أول اتفاقية تتعامل مع التسجيل الدولي للعلامات. وضعت اتفاقية مدريد نظاما للتسجيل الدولي عرفة حركة واسعة، يضمن حماية العلامات في كل دولة بنفس الطريقة كما لو كانت العلامة سجلت و اودعت فيها مباشرة، فيكون لكل

شخص تابع لاحدى الدول المتعاقدة أن يكفل حماية لعلامته التجارية، وعليه يتضح أن الغرض من اتفاقية مدريد يتمثل في التخلص من صعوبات التسجيل الفردي من جهة، والتوفير في الرسوم و النفقات والمصاريف من جهة أخرى، وفي عدم هدر الوقت بلا طائل من جهة ثالثة، وفي توفير أقصى حماية للعلامة من جهة رابعة.<sup>1</sup>

ثانيا: التسجيل الدولي للعلامات وفق اتفاقية مدريد:<sup>2</sup>

تقبل تسجيل كل علامة تجارية أو صناعية سجلت في بلدها الأصلي وفق الأوضاع القانونية في هذا الشأن وأن تمنحها الحماية بالحالة التي هي عليها ، وتبعاً لذلك تلتزم دول الاتحاد بقبول تسجيل العالمة الأجنبية ما دامت تلك العالمة قد استوفت شروط تسجيلها بحسب قانون بلدها الأصلي .وبغية تسهيل إجراءات التسجيل للعلامات التجارية في جميع الدول أعضاء الاتحاد الدولي لحماية حقوق الملكية الصناعية وضعت اتفاقية مدريد نظاماً للتسجيل الدولي للعلامات التجارية ، بمقتضاه يكون لكل شخص تابع إحدى الدول المتعاقدة أن يكفل حماية عالته التجارية المسجلة في بلدها الأصلي في جميع دول الاتحاد ، ويتم ذلك بإيداع العلامات المسجلة بالمكتب الدولي لحماية الملكية الصناعية في برن ويتم الإيداع عن طريق تقديم طلب إلى مكتب الملكية الصناعية في بلد العلامة الأصلية . وعليه فإن التسجيل الوطني ضرورة حتمية لدى مكتب الملكية الصناعية في البلد الأصلي قبل تسجيلها دولياً.

<sup>1</sup> بوبشطولة بسمة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الاعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، السنة الجامعية 2014-2015، ص96.

<sup>2</sup> ميسة عبد الوهاب، سعداني كمال، حماية العلامات التجارية في القانون الدولي، مذكرة مقدمة لاستكمال مقتضيات نيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، السنة الجامعية 2016-2017، ص 43، 42.

## المطلب الثاني: اتفاقية ترينس

إن اتفاقية ترينس، لم تنسخ أحكام الاتفاقيات الدولية الرئيسية التي سبق إبرامها في مختلف مجالات الملكية الفكرية، بل شملت و استغرقت وطورت أحكام هذه الاتفاقيات وكما ذكرت سابقا أن اتفاقية ترينس، نصت على التزام الدول الأعضاء فيها بمراعاة تطبيق الأحكام الموضوعية التي سبق وأن تضمنتها اتفاقية باريس عام 1967، ولذلك نجدها قد أحالت حسب المادة 02فقرة 01 إلى المواد من 01 إلى 21 من اتفاقية باريس لحماية حقوق الملكية الفكرية والصناعية، للإشارة فقط أن اتفاقية ترينس، تم التوقيع عليه بعد جولة من المفاوضات واستغرقت ما يزيد عن 07سنوات، وانتهت بالتوصل إلى صيغة الوثيقة الختامية في المؤتمر الوزاري الذي عقد في مدينة مراكش بالمغرب، في الفترة ما بين 12 و 16أفريل 1994، وتضمنت الوثيقة الختامية، كافة نتائج الجولة وتشمل 28اتفاقية أهمها اتفاقية مراكش بإنشاء منظمة التجارة العالمية، وتعد هذه الاتفاقية الأهم والأهم لكافة الاتفاقيات الأخرى، وقد تضمنت الملحق 01 من الوثيقة الختامية اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية.

و سنتطرق لاتفاقية ترينس بشيء من التفصيل وذلك لأهميتها في مجال حماية العلامة.

أولا: الأحكام العامة والمبادئ الأساسية لاتفاقية ترينس.

01-الأحكام العامة: تناول الجزء الأول من اتفاقية الترينس المبادئ الأساسية التي تقوم

عليها في المواد من 01 إلى 08 وتتضمن ما يلي:

1- طبيعة ونطاق الالتزام: المادة الأولى من الاتفاقية تناولت تحديد طبيعة ونطاق

التزامات الدول الأعضاء ، فقد ألزمت الفقرة الأولى من هذه المادة الدول الأعضاء بمراجعة قوانينها ولوائحها وكافة القواعد الداخلية المنظمة لحقوق الملكية الفكرية لمراعاة توافقها مع أحكام الاتفاقية ، وما يلاحظ أن الاتفاقية لم تفرض على الدول الأعضاء قواعد موضوعية أو إجرائية موحدة تتعلق بحقوق الملكية الفكرية ، بل ألزمتها بتوفير حد أدنى من حقوق الملكية ومعايير الحماية ، وأيضا اتفاقية التريس لا تخاطب سوى الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية ولا تلزم سواها، فنصوص الاتفاقية ليست ذاتية التنفيذ ، وثم فإن رعايا الدول الأعضاء لا يكتسبون حقوقا مباشرة من نصوص الاتفاقية ، ولا يجوز لهم التمسك بأحكامها واستبعاد أحكام القوانين الوطنية ، وتختلف في هذا الخصوص عن اتفاقية باريس ، حيث تعتبر هذه الأخيرة ذات نصوص ذاتية التنفيذ ، وتعتبر أحكامها جزء من القانون الداخلي بمجرد المصادقة عليهما.

## 2- علاقة اتفاقية تريس بالمعاهدات المبرمة في شأن الملكية الفكرية:

مما قلنا سابقا اتفاقية التريس لم تنسخ أحكام الاتفاقيات الدولية الرئيسية التي سيق إبرامها في مختلف مجالات الملكية الفكرية، بل شملت واستغرقت و طورت أحكام هذه الاتفاقيات ، وقد أحالت اتفاقية تريس إلى القواعد الموضوعية التي قررتها الاتفاقيات الدولية الرئيسية المبرمة من قبل في شأن حقوق الملكية وألزمت الدول الأعضاء بمراعاة أحكام المواد ، وعلى سبيل المثال:

-المواد من 01 إلى 12 والمادة 19 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الفكرية والصناعية وفقا لتعديل استكهولم ، 1967 (المادة 02 فقرة 01 اتفاقية التريس) ، وهي تتضمن القواعد المقررة لحماية مختلف صور الملكية الصناعية التي عالجتها الاتفاقية بما في ذلك قواعد حماية العلامة التجارية ، وأوجبت اتفاقية التريس على جميع الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية تطبيق أحكام الاتفاقيات الدولية التي أحالت إليها دون التفرقة بين الدول

التي انضمت إلى هذه الاتفاقيات الدولية والدول التي لم تنضم إليها ، وهكذا جمعت اتفاقية ترينس أحكام الاتفاقيات الدولية الرئيسية في مجال الملكية الفكرية في وثيقة واحدة فحققت الترابط فيما بينها بعد أن كانت هذه الأحكام متفرقة ومبعثرة في الاتفاقيات الدولية المختلفة.<sup>1</sup>

### 3:المبادئ الأساسية للاتفاقية ترينس .

تقوم اتفاقية ترينس على عدة مبادئ نذكر منها:

#### أ- مبدأ المعاملة الوطنية :<sup>2</sup>

المادة 03فقرة 01بقولها أنه يلتزم كل من البلدان الأعضاء بمنح مواطني البلدان الأخرى الأعضاء، معاملة لا تقل عن المعاملة التي تمنحها لمواطنيها فيما يتعلق بحماية الملكية الفكرية، مع مراعاة الإستثناءات المنصوص عليها في كل من معاهدة باريس 1967 وحسب هذا النص فإنه تلتزم البلدان الأعضاء في منظمة التجارة العالمية – الجات- بأن تعامل مواطني البلدان الأخرى ومن في حكمهم، فيما يتعلق بحقوق الملكية الفكرية ، ومنها الحق المقرر على العلامة التجارية ، معاملة لا تقل عن تلك المعاملة المقررة لمواطنيها، ولذلك تمنحهم على الأقل نفس المزايا التي يتمتع بها رعاياها وتخضعهم لنفس الالتزامات .

#### ب- مبدأ الدولة الأولى بالرعاية:

المادة 04فقرة الأولى 01تنص: "فيما يتعلق بحماية الملكية الفكرية ، فإن أي ميزة أو تفضيل أو حصانة يمنحها بلد عضو لمواطني جميع البلدان الأعضاء الأخرى" حسب هذا المبدأ تلتزم الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية ، بأن لا تميز في المعاملة

<sup>1</sup> حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية ، في ضوء قانون حماية حقوق الملكية الفكرية الجديد واتفاقية التريس، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، سنة 2005، ص36

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 37.

بين رعايا الدول الأعضاء الأخرى ومن في حكمهم ، أي المساواة بين مواطني ورعايا جميع الدول الأعضاء ، في الحقوق والالتزامات ، ويطبق هذا المبدأ لأول مرة في مجال الملكية الفكرية ومنها الحق على العلامة التجارية ، إذا لم يسبق لأي اتفاقية دولية في مجال الملكية الأخذ به.<sup>1</sup>

### ج- الحماية بين حديها الأدنى والأعلى<sup>2</sup>:

حسب مبدأ المعاملة الوطنية فإنه يجب على كل دولة عضو في الاتفاقية أن تمنح كل المنتمين إلى دولة أخرى من الدول الأعضاء في اتفاقية ترينس ، حماية قانونية لا تقل عن تلك التي توفرها لمواطنيها حسب القوانين الوطنية .

لكن تطبيق هذه القاعدة في بعض الأحوال ، قد يكون غير فعال في حماية حقوق الملكية الفكرية ، لأن التشريعات الوطنية لدى إحدى دول الأعضاء الاتفاقية تكون قاصرة عن أن تبلغ الحدود الدنيا المقررة في اتفاقية ترينس ، وفي هذه الحالة يجب على الدول الأعضاء في هذه الاتفاقية المسارعة بتعديل قوانينها الوطنية حتى تستجيب لمقتضيات الحدود الدنيا للحماية ، والتي نصت عليه الاتفاقية وعدم النزول عنها أو مخالفتها ، ولعل ذلك كله جاء تطبيقاً لنص الفقرة 01 من المادة 03 من اتفاقية ترينس ن والت نصت بضرورة أن تطبق الدول الأعضاء المعاملة المنصوص عليها في هذه الاتفاقية على مواطني الدول الأعضاء الأخرى.

### ثانياً : معايير حماية العلامة في اتفاقية ترينس

<sup>1</sup> جلال وفاء محمد ، الحماية القانونية للملكية الصناعية ، وفقاً لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية ، ترينس ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية ، سنة 2004 ، ص 25.

<sup>2</sup> المرجع نفسه ، ص 27.

تناولت اتفاقية التريس المعايير المتعلقة بحماية الحقوق الناشئة عن العلامة التجارية في القسم الثاني من الجزء الثاني من الاتفاقية في المواد من 15 إلى 21 وقد تضمنت هذه المواد ما يلي :

### 1- المواد القابلة للحماية<sup>1</sup>

المادة 15 فقرة 01: "تعتبر كل علامة تجارية تكون قادرة على تمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة ما ، عن تلك التي تنتجها منشأة أخرى وتدخل في عداد العلامة التجارية الكلمات التي تشمل على أسماء شخصية والحروف والأرقام والأشكال ومجموعات الألوان أو أي مزيج منها ، وهي تصلح جميعها للتسجيل كعلامة تجارية ، ومن الغني عن البيان أن التعداد المتقدم وارد على سيل المثال لا على سبيل الحصر ،وقد عدلت اتفاقية التريس وطورت ما تضمنته اتفاقية باريس للملكية الصناعية ، فيما يتعلق بالعلامة التجارية من عدة وجوه أهمها:

-اتفاقية تريس لم تقتصر العلامة على علامة السلعة ، بل أضافت إلى مفهوم العلامة التجارية علامة الخدمة.

-إن اتفاقية التريس أبرزت خاصية العلامة في تمييز السلع والخدمات واتخذت خاصية التمييز كأساس تقوم عليه العلامة التجارية.

### 2-الحقوق الممنوحة<sup>2</sup>

وفقا للفقرة الأولى من المادة 16 من اتفاقية التريس ، يتمتع صاحب العلامة التجارية المسجلة بالحق المطلق من منع الغير من استعمال علامته التجارية ، أو أي علامة مشابهة لها بصدد السلع والخدمات التي تميزها العلامة ، أو السلع المماثلة التي يؤدي استعمال

<sup>1</sup> المادة 15 من الاتفاقية

<sup>2</sup> المادة 16 من الاتفاقية

العلامة بصدها إلى احتمال حدوث لبس ، وهذا الحكم يضمن لصاحب العلامة التجارية حد أدنى من الحقوق ولم يكن لهذا الحكم مقابل في اتفاقية باريس للملكية الصناعية ، التي لم تحدد مضمون حق صاحب العلامة التجارية .

### 3-الاستثناءات:<sup>1</sup>

أجازت المادة 17 من الاتفاقية للبلدان الأعضاء أن تمنع استثناءات محدودة من الحقوق المقدرة لصاحب العلامة التجارية ، شريطة مراعاة المصالح المشروعة لصاحب العلامة والغير، من أمثلة هذه الاستثناءات جواز الاستخدام العادل للعبارات الوصفية للسلعة أو الخدمة بمعرفة الغير، وقد تتضمن هذه العبارات الوصفية التعريف بالسلعة ومواصفاتها ودرجة جودتها وكذلك استخدام الأسماء الشخصية والأسماء الجغرافية بحسن نية ومنشأ السلعة تشترط النص لجواز منح هذه الاستثناءات أن تكون محدودة، وأن تراعي المصالح المشروعة لصاحب العلامة التجارية .

### 4-مدة الحماية<sup>2</sup>

وفقا للمادة 18 من إتفاقية تريبس فإن أقل مدة لحماية العلامة التجارية هي 07 سنوات ، ومن حق المالك أن يطلب تجديد العلامة مرة أو عدة مرات متلاحقة إلى أجل غير مسمى.

### 5-وجوب استعمال العلامة<sup>3</sup>

وفقا للمادة 01/19 من الاتفاقية ، إذا كان استعمال العلامة التجارية شرطا لازما لاستمرار تسجيلها، فلا يجوز شطب تسجيل العلامة إلا بعد مضي 03سنوات متواصلة دون استعمال ، ما لم يثبت صاحبها بمبررات وجيهة تستند إلى وجود عوائق تحول دون

<sup>1</sup> المادة 17 من الاتفاقية

<sup>2</sup> المادة 18 من الاتفاقية

<sup>3</sup> المادة 19 من الاتفاقية

استعمالها.

#### 6- تقييد استخدام العلامة بشروط أخرى<sup>1</sup>

حضرت المادة 20 من الاتفاقية على الدول الأعضاء في المنظمة العالمية لتجارة تقييد استخدام العلامة التجارية بشروط خاصة ، وعلى سبيل المثال اشتراط و تقييد استخدام العلامة التجارية إلى جانب علامة أخرى.

#### 7- الترخيص والتنازل<sup>2</sup>

أجازت المادة 21 من الاتفاقية من الدول الأعضاء في ال - جات - أن تضع شروطا للترخيص باستخدام العلامة التجارية، أو التنازل عنها غير أنها حضرت الترخيص الإجباري باستخدام العلامة التجارية، وقد أجازت أيضا لصاحب العلامة أن يتنازل عنها بصفة مستقلة عن المنشأة.

#### ثالثا : تسوية المنازعات وفق اتفاقية ترس

آلية تسوية المنازعات بين الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية حول حقوق الملكية ، ومنها العلامة التجارية في حالة وقوع نزاع بين الدول الأعضاء، وذلك ضمن الجزء الخامس من هذه الاتفاقية وذلك كما يلي<sup>3</sup> :

1- تلزم الدول الأعضاء ، بمبدأ الشفافية بنشر قوانين حماية الملكية الصناعية واللوائح التنظيمية المتصلة بها ، والأحكام القضائية أو القرارات الإدارية التي تخص هذا المجال كما تلزم الدول الأعضاء بتبادل التشريعات الخاصة بحماية الملكية الصناعية فيما بينها لإعلامها بها ، وتستثنى من ذلك البيانات التي قد تلحق ضرر بمصالح الدولة التجارية

<sup>1</sup> المادة 20 من الاتفاقية

<sup>2</sup> المادة 21 من الاتفاقية.

<sup>3</sup> وفقا للمواد 63 و 64 من الاتفاقية

والمشروعة (المادة 63 من اتفاقية تريس).

- 2- حسب المادة 64 من الاتفاقية، يتبع النظام المنصوص عليه في المادتين 32 و33 من اتفاقية الجات ، في شأن مذكرة التفاهم بخصوص تسوية المنازعات بين الدول الأعضاء في مجال الملكية الفكرية وهو جهاز تسوية المنازعات، ويتمتع هذا الجهاز بسلطة إنشاء فرق التحكيم و اعتماد تقارير استئناف قرارات فرق التحكيم .
  - 3- وتتدرج مراحل النزاع وفق للاتفاقية إلى عدة مراحل تبدأ بالتشاور بحسن نية بين الطرفين خلال مدة لا تتجاوز 30 يوم ، من تاريخ تلقي الطلب ويترتب على عدم احترام هذا الميعاد حق الطرف مقدم الطلب في اللجوء إلى المرحلة الثانية وهي طلب تشكيل فريق تحكيم وذلك في حالة إخفاق المشاورات المحددة لها مدة 60 يوم ، وقد تقصر المدة إلى 10 أيام من تاريخ تسليم الطلب والالتجاء إلى التحكيم خلال 20 يوم وفي الحالات العاجلة ، ويختار المجلس العام لمنظمة التجارة أفراد فريق التحكيم الذي يعرض على الدول أطراف النزاع ، ويجب على فريق التحكيم رفع تقريره إلى الجهاز خلال مدة لا تزيد عن 06 أشهر محسوبة من تاريخ تشكيل الفريق وتقصر المدة إلى 03 أشهر في الحالات العاجلة .
  - 4- وفي حالة استئناف قرار المحكمين ، وهذه هي المرحلة الثالثة لتسوية النزاعات ، يشكل هذا الفريق من قبل جهاز تسوية المنازعات من سبعة 07 أشخاص بصفة دائمة ، يختار منهم ثلاثة لكل قضية على حدا ، وينحصر دوره في التفسير القانوني للاتفاق المتصل بالنزاع كما يقوم بالشهر القانوني لهذه الأحكام ولا تنطبق إلى النظر في الموضوع ويعتمد فريق الاستئناف 07 - أعضاء- قرارات فريق التحكيم موضوع الاستئناف إما بإقرارها أو رفضها أو تعديلها في حدود الاتفاقيات ذات العلاقة ، ويعتمد جهاز تسوية المنازعات تقرير فريق الاستئناف ، وبالتالي تصبح توصياته نهائية قابلة للتنفيذ .
- والعقوبات التي يقضي بها قد تكون تعويضا مدنيا أو أن يعلق الطرف المضروب التزاماته

في القطاع ذاته موضوع النزاع ، في مجال الملكية الفكرية قبل الطرف الأخر، أو يعلق التزاماته في قطاعات أخرى وواضح أن الجزاءات مرنة تلاءم طبيعة الاعتداء على حقوق الملكية الفكرية وتعطي مرونة للطرف المضروب في اتخاذ ما يراه.

### المبحث الثاني: الاطار المنظماتي الدولي لحماية العلامة التجارية ( وبيو)

قبل إنشاء المنظمة العالمية للملكية الفكرية wipo لم تكن هناك منظمة عالمية موحدة تفي بشؤون الملكية الفكرية دائما تضمنت الاتفاقيات الدولية المتعددة هيكله لاتحاداتها المتخصصة بصفة خاصة اتحادي باريس و برن الأول خاص بالملكية الصناعية والثاني في مجال الملكية الأدبية و الفنية و منذ 1970 حلت المنظمة wipo محل هاته الاتحادات و مباشرة جمع اختصاصاتها لذا وجب التعريف بالمنظمة .

## المطلب الأول: التعريف بالمنظمة

للتعرف على المنظمة العالمية للملكية الفكرية نتطرق إلى أهداف ووظائف المنظمة أولاً ثم بيان أجهزتها.

### الفرع الأول: أهداف ووظائف المنظمة

المنظمة العالمية للملكية الفكرية هي منظمة دولية تهدف إلى تقديم المساعدة من أجل ضمان حماية حقوق المبدعين و أصحاب الملكية الفكرية في جميع أنحاء العالم و بالتالي الاعتراف للمؤلفين و المخترعين و مكافأتهم، تعتبر الحماية الدولية حافزا يشجع أصحاب العمل على الإبداع و يزيل الحواجز و العقبات أمام العلوم و التكنولوجيا على وجه الخصوص.<sup>1</sup>

و قد نشأت هذه المنظمة باتفاقية في 14/07/1967، و تكمن أهمية هاته المنظمة في أنها جمعت بين اتحادات مختلفة أين وحدت الجهة المختصة للملكية الفكرية دعماً لحماية عناصرها المذكورة في الفقرة الثامنة من المادة الثانية من للاتفاقية و تهدف المنظمة بنص المادة الثالثة إلى دعم حماية الملكية الفكرية في جميع أنحاء العالم عن طريق التعاون بين الدول و التعاون مع أي منظمة دولية أخرى متى كان ملائماً و كذلك ضمان التعاون الإداري بين الاتحادات و تحقيقها لهاته الأغراض.

<sup>1</sup> غسان رباح: الوجيز في قضايا حماية الملكية الفكرية و الفنية ، منشورات الحلبي الحقوقية، ط1، لبنان، 2008، ص175.

- و تطرقت المادة الرابعة منها إلى وظائف المنظمة بواسطة أجهزتها المختصة وهي كالتالي<sup>1</sup> :
- 1- العمل على دعم اتخاذ الإجراءات الهادفة لتيسير الحماية الفعالة للملكية الفكرية في جميع أنحاء العالم و إلى التنسيق بين التشريعات الوطنية في هذا المجال.
  - 2- القيام بالمهام الإدارية لاتحاد باريس و الاتحادات الخاصة المنشئة فيما يتعلق بذلك الاتحاد.
  - 3- جواز قبول مهام إدارية تنفيذاً لأي اتفاق دولي يهدف لدعم حماية الملكية الفكرية أو المشاركة في مثل هذه المهام.
  - 4- تشجيع إبرام اتفاقيات دولية الهادفة لتدعيم حماية الملكية الفكرية.
  - 5- عرض خدماتها للدول التي تتطلب المساعدة القانونية و الفنية في مجال الملكية الفكرية
  - 6- جمع المعلومات الخاصة لحماية الملكية الفكرية و نشرها و إجراء الدراسات في هذا المجال و تشجيعها و نشر نتائج تلك الدراسات.
  - 7- القيام بتوفير خدمات الميسرة للحماية الدولية للملكية الفكرية و النهوض بأعباء التسجيل في هذا المجال و نشر البيانات الخاصة بالتسجيلات متى كان ذلك مناسباً.
  - 8- اتخاذ أي إجراء آخر ملائم يتعلق بمسائل الملكية الفكرية.
- و إضافة إلى المهام المتعلقة بإدارة المنظمة للمعاهدات الداخلة في نطاق اتحاداتها و التعاون مع المنظمات الأخرى و كذلك المهام المتعلقة بالتسجيل الدولي تقوم المنظمة بتقديم خدمات هامة خاصة للدول النامية يمكن إجمالها في<sup>2</sup>:

- 1- برنامج المنظمة الخاصة للتعاون القانوني الفني للدول النامية
- 2- تقديم مساعداتها بواسطة خبراءها و مؤرخيها في مجال إعداد مشاريع القوانين و المعاهدات

<sup>1</sup> الطيب زيروتي، القانون الدولي للملكية الفكرية (تحاليل ووثائق) ، مطبعة الكاهنة ، ط1، الجزائر، ص84.

<sup>2</sup> الطيب زيروتي، مرجع سابق، ص91

بمجال الملكية الفكرية و كذا الاتفاقيات في مجال التعاون ما بين الدول النامية

## الفرع الثاني أجهزة المنظمة

يتشكل هيكل المنظمة من الأجهزة الآتية:

### أولاً: الجمعية العامة<sup>1</sup>

و تتشكل من الدول الأعضاء في الاتفاقية و تمثل كل حكومة بمندوب واحد يكون ممثلاً لإلدولة واحدة فقط بصوت واحد و يجوز أن تشارك الدول الأطراف في هذه المعاهدة و التي ليست أعضاء في أي من الاتحادات في اجتماعات الجمعية العامة بصفة مراقبين.

أما النصاب القانوني للاجتماعات هو 50% و تجتمع مرة كل ثلاث سنوات في دورة عادية و لها الحق في الاجتماع عن طريق دورة استثنائية بدعوة من المدير العام بناء على طلب لجنة التنسيق أو 1/4 من الدول الأعضاء في الجمعية ، و تبت في قراراتها بأغلبية ثلثي الأصوات المشتركة في الاقتراع مبدئياً.

و في بعض المسائل تشترط إما أغلبية 3/4 من الأصوات المشتركة في الاقتراع أو 10/9 منها.

و يتطلب تعيين المدير العام و الموافقة على الإجراءات المقترحة منه لتنفيذ الاتفاقات الدولية و نقل المقر إذ لا تقتصر توفر الأغلبية المطلوبة في الجمعية العامة فحسب بل أيضا في

<sup>1</sup> ميسة عبد الوهاب، سعيداني كمال، مرجع سابق، ص53.

جمعية اتحاد باريس و جمعية اتحاد برن (حسب نص م 6فقرة 3من الاتفاقية) و من مهام الجمعية العامة:

- تعيين المدير العام و البت في تقاريره الخاصة و اعتمادها
- تعد ميزانية المنظمة لمدة ثلاث سنوات و تعتمد لائحتها المالية
- تعتمد الإجراءات التي يتخذها المدير العام لتنفيذ الاتفاقيات الدولية
- تتولى تحديد من يسمح له حضور اجتماعاتها كمراقبين من الدول غير الأعضاء من المنظمة و من المنظمات الدولية الأخرى
- كما يجوز لها أن تباشر أي مهام أخرى تدخل في نطاق الاتفاقية

#### ثانيا: المؤتمر

و يتشكل من كل دول أطراف الاتفاقية و تمثل كل الحكومة بصوت واحد عن طريق مندوبها و يجتمع المؤتمر في دورة عادية كل ثلاثة سنوات و في دورة استثنائية في نفس الوقت و المكان الذي تجتمع فيه الجمعية العامة.

أما النصاب القانوني المطلوب في المؤتمر هو 1/3 عدد الدول الأعضاء و من مهام هذا المؤتمر:

- مناقشة الموضوعات ذات الأهمية العامة في مجال الملكية الفكرية
- اتخاذ التوصيات المناسبة بشأنها دون التجاوز على اختصاصات الاتحادات و استقلالها الذاتي
- وضع برنامج لمدة ثلاثة سنوات للمساعدة القانونية الفنية في حدود الميزانية المخصصة
- كما يجوز له مباشرة أي مهام أخرى مناسبة تخص هذه الاتفاقية

### ثالثا: لجنة التنسيق<sup>1</sup>

تشكل من الدول الأطراف في هاته الاتفاقية و يمثل كل حكومة مندوب واحد يصوت باسمها فقط. و تتميز مهام لجنة التنسيق بالطابع التقني و الإجرائي فهي تقدم المشورة في أجهزة الاتحادات و الجمعية العامة و المؤتمر و المدير العام ، و تعد مشروع جدول أعمال الجمعية العامة و جدول أعمال المؤتمر و ترشح لمنصب المدير العام أين تعرض اسمه على الجمعية العامة كما تعين المدير العام بالنيابة في حالة شغور منصب المدير العام بين دورتين للجمعية العامة.

تجتمع لجنة التنسيق مرة واحدة سنويا في دورة عادية كما تجتمع في دورة استثنائية بدعوة من المدير العام تكون بمبادرة منه و بناء على طلب من رئيس اللجنة أو 1/4 عدد أعضائها.

أما النصاب القانوني المطلوب يتطلب الأغلبية البسيطة +1% 50 للأصوات المشتركة في الاقتراع

### رابعا: المكتب الدولي<sup>2</sup>

و يمثل سكرتاريا المنظمة و يسيره المدير العام الذي تعينه الجمعية العامة و يعين لمدة ستة سنوات قابلة للتجديد لمدة محددة.

و تتمثل مهام المدير العام في:

-كونه الرئيس التنفيذي للمنظمة و ممثلها القانوني

-يقدم للجمعية العامة تقريره و يعمل وفق توجيهاتها فيما يخص المسائل الداخلية أو الخارجية

للمنظمة

-يعد مشاريع البرامج و الميزانيات و تقارير نشاط المنظمة و يبلغها إلى حكومات الدول المعنية و إلى

الأجهزة المختصة في الاتحادات و المنظمة

-يعين الموظفين و احد نوابه بعد موافقة لجنة التنسيق

<sup>1</sup> الطيب زيروتي، مرجع سابق، ص 88.

<sup>2</sup> ميسة عبد الوهاب، سعيداني كمال، مرجع سابق، ص 54.

-يتولى مهام تنظيمية بإخطار جميع الدول ب: دخول الاتفاقية حيز التنفيذ، توقيعات و إيداعات وثائق التصديق و الانضمام و غيرها.

### المطلب الثاني: دور الويبو في حماية العلامة التجارية

قصد حماية العلامة التجارية سيما بعد التطور التكنولوجي في مجال الانترنت قامت الويبو بإصدار تقارير خاصة لأسماء المواقع الالكترونية ، كما يلعب مركز التحكيم و الوساطة الذي أنشأته الويبو دورا فعالا في حل النزاعات بين العلامة التجارية و أسماء المواقع.

## الفرع الأول: التقارير المنشورة من طرف الويبو لحماية العلامة التجارية<sup>1</sup>.

ظهر التقرير الأول للمنظمة في 1999/04/30 وتضمن مجموعة من التوصيات الرئيسية

التي يجب أن تراعى أثناء تسجيل العناوين الالكترونية و من هذه التوصيات:

1- إنشاء عناوين الكترونية جديدة تسمح بتمثيل أكثر للعلامات التجارية على شبكة الانترنت أين تشير

إلى العديد من التسجيلات المتعسفة على حقوق مالكي العلامات التجارية

2- استثناء العلامة المشهورة بضرورة وضع نظام استثنائي للعلامات عند تمثيلها على شبكة الانترنت

حتى تحقق لها الحفظ لشهرتها على المستوى الدولي و يتمثل هذا النظام في منع تسجيل هذه العلامات

إلا من جانب مالك هذه العلامة فقط.

3- الإجراء الإداري و تسوية النزاع بين مالك العنوان الالكتروني و العلامة التجارية و تتمثل هذه

الوسيلة في تنظيم إجراءات إدارية تحت إشراف الشركة الأمريكية المختصة بتسجيل و إدارة

نظام العناوين الالكترونية ICANN لتسوية النزاعات المتعلقة بالعناوين الالكترونية.

<sup>1</sup> ميسة عبد الوهاب، سعيداني كمال، مرجع سابق، ص 55.

## الفرع الثاني : مركز التحكم بالوساطة:

بغية حماية العلامة التجارية ، أسست الويبو هذا المركز من اجل تقديم المساعدة لتسوية

المنازعات القائمة بين الأفراد والشركات من أي بلد في العالم.

وقد أنشأ هذا المركز في جنيف بسويسرا عام ، 1994 ويمتلك هذا الأخير قائمة تضم أكثر من

800 وسيط أو محكم من 70 بلدا مختلفا ، يتولى هؤلاء الوسطاء والمحكمون توجيه الإجراءات لتسوية

المنازعات وفقا لقواعد الويبو ومن بين هاته الإجراءات:<sup>1</sup>

### أولا-التحكيم :

وهو أي إجراء تتفق عليه أطراف النزاع اختيار محكمة فرد أو هيئة تحكيم كل النزاع ويصدر في النهاية

قرار يكون ملزم لكل الأطراف ولا يستطيع احد من الأطراف أن ينسحب من هذا الإجراء لأنه اختاره منذ

البداية بإرادته الحرة.

### ثانيا-التحكيم السريع :

<sup>1</sup> كوثر مازوني، قانون الملكية الفكرية في مواجهة التكنولوجيات الحديثة (التجربة الجزائرية)، دار هومة، الجزائر، دس، ص

153، ص154.

ويفرض وجود تعديلات جوهرية في نظام التحكيم السابق تهدف إلى صدور قرار التحكيم في وقت قصير وبتكلفة اقل وبغية تحقيق هاته النتائج لبعض الإجراءات مع وقوع النزاع لمحكم وحيد بدلا من خضوعه لهيئة تحكيم تتضمن أكثر من محكم وتحديد مدة قصيرة لاتخاذ الإجراءات ضمانا لصدور قرار سريع في النزاع.

### ثالثا: الوساطة:

التي يتبعها التحكيم : هذا الإجراء مزدوج لكونه يبدأ بالوساطة وينتهي بالتحكيم ما عند عدم الوصول بقرار من الوساطة واذا اختار الاطراف هذا الاجراء فيعني أنهم سيبدلون في وسعهم للوصول إلى حل ودي للنزاع ، وفي حالة عدم الوصول إلى هذا الحل في غضون 20 إلى 90 يوما يحال النزاع بناء على طلب احد الأطراف أو كليهما إلى التحكيم.

وتتم الوساطة من خلال وسيط محايد يساعده الأطراف للوصول إلى حل يرضي الطرفين

ويقتصر دور الوسيط على المساعدة فقط دون أن يعرض عليهم حل معين ، ويجوز للأطراف التحلل من الوساطة في أي وقت أرادوا ذلك.

ويكون اللجوء إلى مركز التحكيم والوساطة التابع للمنظمة من خلال شرط تحكيم يدرج في العقد يمنح الاختصاص لنظر المنازعات التي تثور بصدد تنفيذه إلى مركز التحكيم والوساطة ولتسهيل الأمر على المتعاقدين أعدت المنظمة شرطا نموذجيا لكل شكل من أشكال التحكيم .

كما يقدم المركز خدمة الاستشارة إلى ذوي الشأن لتسوية المنازعات ويساعد العديد من الهيئات

والمؤسسات في دفع نظم خاصة بها ويعمل المركز مع اتحاد ما يسمى Application Service

provider CONSORTUM ، كما يضم أكثر من 400 مشروع تسيير في العالم ، وقد فصل المركز في

قضيتين وهما:

قضية شركة TF1 الخاصة الفرنسية ، وقضية Dior ذات العلامة المشهورة الخاصة بالعمطور .

وقد حدد التقرير حالات اللجوء إلى هذا الإجراء عن سوء نية مسجل العنوان الاليكتروني أو

حالات التسجيل المتعسف له مخالف بذلك حقوق مالك العلامة التجارية.

كما أوصى التقرير النهائي أن يكون هذا الاجراء الإداري سريعا وفعالا وقليل التكلفة ، يتم بشكل كلي على شبكة الانترنت وتقتصر القرارات الصادرة على هذا الإجراء على إلغاء العنوان الاليكتروني أو نقله من صاحبه إلى مالك العلامة التجارية.

كما عمدت الويبو في إنشاء برنامج يخص العناوين الالكترونية الوطنية عن طريق مؤتمر عقد في جنيف (سويسرا) في فبراير 2001تضمن مجموعة من المبادئ والتوصيات للهيئات المختصة بتسجيل العناوين الاليكترونية تنصب من مجملها في تبيان بعض الشروط والبيانات الخاصة بعقود تسجيل العناوين الاليكترونية من اجل حماية مالكي العلامات التجارية من هاته البيانات..

كما أوصت المنظمة في برنامجها أن تشير هاته البيانات إلى اسم العنوان الاليكتروني وتاريخ تسجيله في قاعدة بيانات معروفة لدى الجميع.

## الفصل الثاني: حماية العلامة التجارية على المستوى الداخلي

تهدف العلامات التجارية لتمييز منتجات صاحبها عن غيرها، وتسهل للعميل معرفة المنتجات بمجرد النظر إلى علاماتها، التي تحدث في نفسه مقدار جودتها ومدى ملائمتها واشباعها لحاجة ورغبة حسب ما تعود عليها إذا كان قد سبق له شرائها ، إزاء هذا كله أضحت حماية حقوق مالك العلامة مواصفاتها ومميزاتها شرطا ضروريا لاستمرار عملية الابداع بأشكاله المختلفة، وتعد بمثابة شرط لتنظيم عملية المنافسة بشكل عادل ويقتضي بحث الحماية القانونية للعلامة التجارية على المستوى الداخلي تقسيم هذه الدراسة إلى مبحثين: مبحث أول دراسة الحماية المدنية، ومبحث ثاني الحماية الجزائية.

### المبحث الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية في الأمر 06-03

أقر المشرع الجزائري من خلال الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات حماية مزدوجة- جزائية

ومدنية-.

ويتجلى دور القضاء المدني الجزائري في حماية العلامة التجارية وفقا للأمر رقم 06-03 المتعلق

بالعلامات، من خلال تمكين صاحب العلامة من رفع دعوى التعويض أمام القضاء المدني للمطالبة

بتعويض الأضرار الناجمة عن الاعتداء على حقه في علامته المسجلة، إلى جانب تمكينه من رفع دعوى

الإبطال للمطالبة بإبطال كل علامة سجلت تشبه علامته أو يمكن أن تحدث لبسا معها.

## المطلب الأول: دعوى التعويض

يجوز لمالك العلامة التجارية المعتدى عليها، أن يطالب المعتدي عليها بالتعويض أمام القضاء الجزائري تبعاً للدعوى الجزائية، فتطبيقاً لمبدأ قاضي الدعوى هو قاضي الدفع، فإن المحكمة الجزائية يمكن أن تفصل في الدعوى المدنية بطريق التبعية، ويشترط في هذه الحالة أن يصدر الحكم في دعوى التقليد بإدانة المعتدي.<sup>1</sup>

كما يجوز له اللجوء إلى القضاء المدني بدعوى أصلية، للمطالبة بالتعويض عن الأضرار اللاحقة به، والناجمة عن التعدي على علامته التجارية بأي فعل من الأفعال المشككة لجنحة التقليد، والتي تشمل كل تصرف أو عمل يقوم به الغير يمس بالحقوق الاستثنائية لصاحب العلامة<sup>2</sup>، ولا يمنع مالك العلامة من رفع الدعوى المدنية أن تكون الدعوى الجزائية قد رفعت وحكم فيها ببراءة المتهم لاختلاف موضوع الدعويين.<sup>3</sup>

تقتضي دراسة دعوى التعويض التطرق إلى الأساس القانوني الذي تستند إليه في قيامها، ثم دراسة الشروط الواجب توافرها لرفع هذه الدعوى، ومن ثم تناول الآثار التي تنجم

<sup>1</sup> بارة سعيدة، حماية الملكية الصناعية للمستثمر الأجنبي: العلامة التجارية نموذجاً، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، تخصص قانون عام للاعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد ارحمان ميرة، بجاية، 2018/2017، ص 141.

<sup>2</sup> المادة 26 من الامر 03-06.

<sup>3</sup> حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008، ص 5.

## الفرع الأول: الأساس القانوني لدعوى التعويض:

تعتبر أحكام المادتين 28 و 29 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات الأساس القانوني الذي تستند إليه

دعوى التعويض، إذ تنص المادة 28 منه على أنه " لصاحب تسجيل العلامة الحق في تجاه كل

شخص ارتكب أو يرتكب أعمالا توهي بأن تقليدا سيرتكب ".

كما تنص المادة 29 من نفس الأمر على ما يأتي " إذا أثبت صاحب العلامة أن تقليدا قد ارتكب أو

يرتكب، فإن الجهة القضائية المختصة تقضي بالتعويضات المدنية، وتأمربوقف أعمال التقليد."

ومن استقراء هذه النصوص يتضح لنا أن المشرع الجزائري قد أعطى الحق لصاحب العلامة التجارية

المسجلة لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، وفقا لأحكام الأمر رقم 03-06 المتعلق

بالعلامات والمرسوم التنفيذي رقم 05-277 المحدد لكيفيات إيداع العلامات وتسجيلها المطالبة

بالتعويض، ووقف أعمال التقليد والاعتداء على علامته التجارية المسجلة، وبمفهوم المخالفة فإن ذلك

محظور على أي مالك لعلامة تجارية غير مسجلة، حيث أن الأمر رقم 03-06 وجد أصلا لتحديد

إجراءات وشروط تسجيل العلامات التجارية ومن ثم تقرير الحماية لها<sup>1</sup>.

ويعتبر مالكا للعلامة التجارية الشخص الطبيعي أو المعنوي سواء كان محليا أو مستثمرا أجنبيا، والذي

سجلت العلامة باسمه كونه استوفى إجراءات التسجيل لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية، والذي

عليه إثبات هذه الملكية وحق الأسبقية في الإيداع، باعتبار الإيداع بمثابة دليل إثبات يعتمد عليه مالك

العلامة، بل وان صح التعبير بمثابة امتياز على الحق في علامته<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> بارة سعيدة، مرجع سابق، ص 142

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 144

كما منح المشرع الجزائري من خلال الأمر رقم 03-06 للمرخص له ترخيصا استثنائيا في استغلال العلامة بعد إعدار مالك العلامة رفع دعوى التعويض، بما أنّها ترفع ضد مرتكبي أفعال التقليد وهذا في حالة عدم رفعها من طرف مالك العلامة، ما لم ينص عقد الترخيص على خلاف ذلك ، حيث نص على أنه " :عدا في حالة النص بالعكس في عقد الترخيص، يمكن المستفيد من حق استثنائي في استغلال علامة أن يرفع، بعد الإعدار، دعوى التقليد إذا لم يمارس المالك هذا الحق بنفسه."<sup>1</sup> والملاحظ أن المشرع الجزائري قصر الحق في رفع دعوى التعويض على المرخص له استثنائيا، وهذا ما تفيد به عبارة .."يمكن المستفيد من حق استثنائي في استغلال علامة"، مما يعني بمفهوم المخالفة عدم جواز رفع هذه الدعوى من طرف المرخص له في أنواع الترخيص الأخرى كالترخيص غير الاستثنائي .

<sup>1</sup> المادة 31 من الامر 03-06.

## الفرع الثاني: آثار دعوى التعويض:

يترتب على رفع دعوى التعويض أمام القضاء المدني من طرف المستثمر الأجنبي صاحب العلامة التجارية المعتدى على حقه فيها، الحكم بوقف هذا الاعتداء والتعويض عن جميع الأضرار الناجمة عنه.

### أولا-وقف الاعتداء على الحق في العلامة:

لا يمكن للتعويض المالي مهما بلغ مقداره أن يعوض مالك العلامة عن الضرر الذي يصيبه إذا ما استمرت أفعال الاعتداء على علامته، لما في ذلك من تضليل للمستهلكين وإيقاعهم في الالتباس حول مصدر المنتجات التي يشترونها أو الخدمات التي يستفيدون منها، والخط من شأن العلامة وانعدام ثقة المستهلكين بها، لذلك يلزمه الأمر أن يطلب من المحكمة منع المعتدي على العلامة من الاستمرار في اعتداءه عليها في الحاضر والمستقبل<sup>1</sup>.

غير أنه لا يمكن للمحكمة الفاصلة في دعوى التعويض أن تحكم بوقف أفعال الاعتداء على العلامة التجارية من تلقاء نفسها، وإنما يكون ذلك بطلب من ارفع دعوى التعويض سواء كان مالك العلامة التجارية أو صاحب حق الاستئثار بالاستغلال<sup>2</sup>.

ونحن نرى أن غاية وهدف المشرع الجزائري حين نص على وجوب الحكم بالعقوبات التكميلية والمتمثلة في الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة، مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة، واتلاف الأشياء محل المخالفة ، إنما هي الحيلولة دون استمرار الاعتداء على العلامة وردع المعتدي<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> بارة سعيدة، مرجع سابق، ص 147.

<sup>2</sup> سلامي ميلود، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه ، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة ، 2012، ص 189.

<sup>3</sup> المواد 2/29 و 32 من الامر 06-03.

## ثانيا-التعويض:

يترتب على قيام المسؤولية المدنية للمعتدي على العلامة التجارية والتي تستند إلى ارتكاب الجرم الجزائي المنصوص عليه في المادة 26 من الأمر رقم، 03-06 والذي يشمل كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لصاحب العلامة، إلى جانب التزامه بوقف الاعتداء وعدم الاستمرار فيه، كذلك تعويض المعتدى على علامته عن الأضرار التي أصابته جراء اعتدائه طبقاً للفقرة الأولى من المادة 29 سالفه الذكر.

تعتبر دعوى التعويض عن التعدي على العلامة التجارية أهم صور حماية العلامة التجارية المسجلة من الناحية المدنية، كونها تقابل التعويض الذي يستحقه الشخص الذي تمّ الاعتداء على علامته المسجلة بما يقابل الضرر الذي لحق به<sup>1</sup>.

ويختلف الأساس في تقدير مدى استحقاق صاحب العلامة للتعويض من دولة لأخرى، إذ هناك مثلاً من الدول الغربية كالألمانيا وإنجلترا التي تتطلب من صاحب العلامة إثبات مقدار الضرر والخسارة التي أصابته حتى يحكم له بالتعويض، وعادة ما يكون إثبات الضرر المادي بتقديم حسابات وأرقام تثبت الخسارة ومقدارها، كإثبات انخفاض رقم مبيعات مالك العلامة بسبب الاعتداء.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> عماد الدين محمود سويدات، الحماية المدنية للعلامات التجارية، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 91.

<sup>2</sup> بارة سعيدة، مرجع سابق، ص 149.

## المطلب الثاني: الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون 04-02<sup>1</sup> (دعوى المنافسة غير

المشروعة)

### الفرع الأول: شروط حماية العلامة من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة

نظرا لتأسيس القضاء الجزائري لدعوى المنافسة غير المشروعة قبل صدور القانون رقم 04-02 سالف الذكر على أساس المسؤولية التقصيرية، وذلك استنادا إلى أحكام المادة 124 من القانون المدني الجزائري<sup>2</sup>، فإن لمالك العلامة الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة بغرض توفير الحماية المدنية لعلامته التجارية كان مشروطا إلى جانب توافر شرط المنافسة بتوافر أركان المسؤولية التقصيرية، والتي تتمثل في الخطأ الذي يتسبب في ضرر يلحق بالمالك جراء المساس أو التعدي على حقه في علامته، وبطبيعة الحال وجوب توافر علاقة السببية بين الخطأ والضرر حتى يستحق التعويض.

### أولا- شرط المنافسة

يجمع الفقه والقضاء على أن الشرط الأول والبدائي لإقامة دعوى المنافسة غير المشروعة هو قيام حالة منافسة بين مرتكب فعل أو أكثر من أفعال المنافسة غير المشروعة والمضروب منها، ومفاد هذا الشرط هو أن التصرف لا يمكن تصنيفه ضمن قائمة أفعال المنافسة غير المشروعة إلا إذا كان يدخل في خضم المجالات التنافسية، ويفترض ذلك أن يمارس المتنافسون نشاطا مماثلا

<sup>1</sup> القانون رقم 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المؤرخ في 23 جوان 2004، ج ر العدد 41 الصادرة في 2004/06/27.

<sup>2</sup> بوقميجة نجيبة، المنافسة غير المشروعة في ميدان الملكية الفكرية، أطروحة لنيل درجة دكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، بن عكنون، 2014، ص 232.

سواء أكان في القطاع التجاري أو الصناعي أو الخدماتي<sup>1</sup>، بل وكذلك النشاط الزراعي، أما إذا كانت خارج هذا النطاق فلا مجال لتطبيق مفهوم المنافسة غير المشروعة مثل المهن الحرة، ويعد هذا الشرط منطقيًا للقول بوجود منافسة غير مشروعة إذ لا بد أن يكون النشاط متماثلاً حتى يستفيد التاجر مثلاً من انصراف العملاء من منافسه إليه.

وهو نفس الأمر بالنسبة للمنافسة غير المشروعة في المجال الإلكتروني، إذ استقرت أحكام القضاء الفرنسي على إدانة تصرف صاحب العنوان الإلكتروني، إذا نشأ عنه خلط أو لبس في أذهان الجمهور نتيجة ممارسة نشاط مماثل أو مشابه<sup>2</sup>.

وبالتالي يمكن على الأقل أن يمارس المتنافسون نشاطاً مشابهاً متى كان من شأن ذلك التأثير على عملاء المنافس الآخر واستقطابهم، إذ عادة ما يكون الغرض من ارتكاب أفعال المنافسة غير المشروعة هو الاستيلاء على عملاء أحد المنافسين<sup>3</sup>، وبالتالي تنتفي دعوى المنافسة غير المشروعة في غياب منافسة بين طرفيها، وتبقى مسألة تقدير مدى توافر شرط المنافسة من عدمه خاضعة للسلطة التقديرية لقاضي الموضوع.

### ثانياً- أركان المسؤولية التقصيرية

إضافة إلى شرط المنافسة تستلزم حماية علامة المستثمر الأجنبي عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة توافر أركان المسؤولية التقصيرية، والمتمثلة في الخطأ والضرر والعلاقة السببية.

#### 1- الخطأ:

يستلزم قيام دعوى المنافسة غير المشروعة أن يكون هناك خطأ، ويمكن تعريف الخطأ على أنه

مغيبغ نعيم، الماركة التجارية علامة فارقة أم مميزة: دراسة في القانون المقارن، منشورات حلي الحقوقية، بيروت، 2014، ص 215.

<sup>2</sup> بارة سعيدة، مرجع سابق، ص 166.

<sup>3</sup> قبيقة جوييدة، " قانون المنافسة والملكية الصناعية "، مجلة القضاء والتشريع، مركز الدراسات القانونية والقضائية، عدد 1، تونس، 2008، ص 54.

إخلال بواجب قانوني من شخص يعتد القانون بتصرفه ،<sup>1</sup>مما يفيد أن للخطأ ركنين: أولهما الانحراف أو الإخلال بواجب قانوني وهو عنصر موضوعي وركن مادي، والثاني عنصر الإدراك والتميز لدى الشخص ليعتد القانون بتصرفاته وهو عنصر شخصي وركن معنوي ومناطق المسؤولية<sup>2</sup>

ويتجسد الخطأ الذي تقوم عليه دعوى المنافسة غير المشروعة في إتيان عمل من أعمال المنافسة غير مشروعة، وذلك باستخدام وسائل منافية للقوانين والعادات والشرف والأمانة، ولا يلزم لتوافر المنافسة غير المشروعة أن تتوفر لدى المنافس سوء النية وقصد الإضرار ، بل يكفي حدوث الخطأ نتيجة إهمال الشخص أو عدم احتياظه وفطنته لقيام مسؤوليته المدنية<sup>3</sup>.

كما تتعدد صور الخطأ في المنافسة غير المشروعة عند ممارسة الأنشطة التجارية كتشويه منتجات أو خدمات المشاريع المنافسة، والادعاءات، والبيانات غير المطابقة للحقيقة على المنتجات والخدمات، والخلط والتضليل الذي يتولد في أذهان المستهلكين جراء الاعتداء على العلامة التجارية أو أحد عناصر الملكية التجارية لأحد المنافسين، أما في مجال التعاملات الإلكترونية فإن أهم صور المنافسة غير المشروعة هي إحداث اللبس والتضليل لدى المستهلكين، وذلك باستخدام مثلا العلامة التجارية المملوكة للغير وفقا لإحدى الطرق الإلكترونية كتسجيلها بصورة مطابقة كعنوان إلكتروني بما يحدث الخلط لدى المستهلكين حول هذه العلامة ويجذب عملاء تلك العلامة<sup>4</sup>.

والملاحظ هو أن التشريعات -ومن بينها التشريع الجزائري- لم تحدد أنواع الخطأ في قيام المنافسة غير المشروعة، وان كانت بعضها قد أشارت إليها إلا أن ذلك لا يتعدى أن يكون على سبيل

<sup>1</sup> زكي زكي حسين زيدان، حقوق الملكية الفكرية ووسائل حمايتها في الفقه الإسلامي والقوانين الوضعية، دار الكتاب القانوني، الإسكندرية، 2009، ص 136.

<sup>2</sup> براهي فضيلة، " دعوى المنافسة غير المشروعة"، أعمال الملتقى الوطني حول الملكية الفكرية بين مقتضيات العولمة وتحديات التنمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، بجاية، يومي 28 و 29 أفريل، 2013، ص 493.

<sup>3</sup> شادلي نور الدين، القانون التجاري: الأعمال التجارية -التاجر-المحل التجاري، دار العلوم للنشر والتوزيع، 2003، ص 144.

<sup>4</sup> ابارة سعيدة، مرجع سابق، ص 168.

المثال لا الحصر، نظرا لعدم إمكانية الإلمام بكل أنواع وأشكال الخطأ والتي تتطور بسرعة كبيرة مع تطور النشاطات التجارية وتشعبها.

وبالرجوع إلى اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية نجدها قد جاءت بمفهوم عام للمنافسة غير المشروعة، إذ تنص على أنه " يعتبر من أعمال المنافسة غير المشروعة كل منافسة تتعارض مع العادات الشريفة في الشؤون الصناعية أو التجارية ". كما نصت على بعض الأعمال المحظورة بصفة خاصة تتمثل فيما يلي:<sup>1</sup>

-كافة الأعمال التي من طبيعتها أن توجد بأية وسيلة كانت لبسا مع منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري.

-الادعاءات المخالفة للحقيقة في مزاوله التجارة والتي من طبيعتها نزع الثقة عن منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري.

-البيانات أو الادعاءات التي يكون استعمالها في التجارة من شأنه تضليل الجمهور بالنسبة لطبيعة السلع أو طريقة تصنيعها أو خصائصها أو صلاحيتها للاستعمال أو كميتها .

## 2- الضرر:

لا يكفي توافر الخطأ وحده لإقامة دعوى المنافسة غير المشروعة، وإنما يلزم إلى جانب ذلك أن يترتب على هذا الخطأ ضرر يصيب المتنافس، وذلك عملا بالقاعدة العامة القائلة بأنه: " لا دعوى بلا مصلحة "، ويعرف الضرر بأنه الأذى الذي يصيب الشخص في ماله أو نفسه أو هو كل أذى يصيب الشخص في حق من حقوقه أو في مصلحة مشروعة<sup>2</sup>.

ولا يشترط أن يكون الضرر قد وقع بالفعل أي الضرر المحقق والفعلي، بل يكفي أن يكون محتمل الوقوع، كما لا يشترط فيه أن يكون حالا بل يكفي أن يكون مستقبليا، ويعد ضرر مستقبليا

<sup>1</sup> انظر اتفاقية باريس المادة 10.

<sup>2</sup> زكي زكي حسين زيدان، مرجع سابق، ص 134.

الضرر الذي تقوم أسبابه في الحال وتتراخى آثاره أو بعضها في المستقبل، إذ يمكن للمضرور رفع هذه الدعوى حتى قبل وقوع الضرر الفعلي باعتبار هذه الحماية تعتمد على القواعد العامة للمسؤولية المدنية<sup>1</sup>، ولا يشترط في الضرر أيضا أن يكون جسيما أو طفيفا، سواء كان هذا الضرر ماديا يصيب المنافس المضرور في أمواله كإنصراف جزء من العملاء مما يؤدي إلى انخفاض رقم أعماله، أو أن يكون العمل غير المشروع قد قوّت فرصة أو ربّحا على المضرور، أم كان ضرار أدبيا كالمساس بسمعة التاجر وشهرته من خلال الإدعاءات الكاذبة مما ينال من اعتباره الاجتماعي، ويقع عبء إثبات الضرر على من يدعيه وذلك بالاعتماد على كافة وسائل الإثبات، إلا أن مسألة إثبات الضرر في دعوى المنافسة غير المشروعة تعاني صعوبة كبيرة، خاصة عندما يتعلّق الإثبات بالضرر المستقبلي أو تحويل العملاء.

وفي المقابل صعوبة تحديد مقدار الضرر لتحديد مقدار التعويض الملائم، مما جعل الارتباط الوثيق بين الضرر والتعويض قد بدأ يتلاشى في دعوى المنافسة غير المشروعة، وأصبح بالإمكان الحكم بالتعويض من طرف القضاة دون معرفة مقدار الضرر فعليا، وذلك عن طريق القيام بتقديره بصورة جزافية، إذ أصبح الهدف من مباشرة دعوى المنافسة غير المشروعة ليس الحكم بالتعويض بحّد ذاته ولكن في الأمر بإيقاف الفعل الضار، وذلك حتى ولو كان التعويض رمزيا<sup>2</sup>.

### 3- العلاقة السببية بين الخطأ والضرر:

تقضي القواعد العامة بضرورة توافر رابطة السببية بين الخطأ والضرر لقيام المسؤولية عن العمل غير المشروع، وهو ما يجب توافره كذلك في دعوى المنافسة غير المشروعة، إذ على المدعي أن يثبت

<sup>1</sup> سائد أحمد الخولي، الملكية الصناعية في الفقه والقانون المعاصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012 ص80.  
<sup>2</sup> زعموم إلهام، حماية المحل التجاري-دعوى المنافسة غير المشروعة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2004 ص60.

وجود علاقة سببية بين العمل غير المشروع الذي قام به المنافس المدعى عليه والضرر الذي أصابه كإصراف العملاء مثلا، وعليه فمن الضروري وجود علاقة سببية بين عمل المنافسة غير المشروعة والضرر، إذ لا تعتبر منافسة غير مشروعة إذا قام التاجر مثلا بسرقة سيارة منافسه الخاصة، باعتبار الدعوى في هذه الحالة جنائية وليست دعوى منافسة غير مشروعة<sup>1</sup>.  
غير أن ذلك ليس بالأمر الهين إذ لا يمكن للمدعي أن يضمن وفاء وبقاء عملائه في حالة غياب أعمال المنافسة غير المشروعة، بحيث يبقى الأمر متعلقا في أي وقت بحريتهم الشخصية في التعامل مع هذا العون المنافس أو غيره، وعليه فمن الصعب إثبات علاقة سببية بين عمل المنافسة غير المشروعة الذي قام به المنافس المدعى عليه والضرر الذي لحق بالمنافس المضرور، وبالتالي كيف يمكن التأكد بأن العمل غير المشروع الصادر من طرف المدعى عليه هو السبب الوحيد الذي ألحق ضرار بالمدعي<sup>2</sup>.

ولهذا ظهر إتجاه حديث يقّر قيام دعوى المنافسة غير المشروعة حتى في حالات ارخي أو انعدام رابطة السببية، بحيث أصبح من الممكن أن يحكم القاضي في حالة وقوع خطأ مرتكب ولكن الضرر لم يحصل بعد، لكن هناك احتمال لوقوعه، بإزالة هذا الوضع أو التصرف، فمادام أن العنصر الثاني أي الضرر لم يتم بعد، فلا مجال إذن للكلام عن العنصر الثالث وهو رابطة السببية<sup>3</sup>.  
وفي المقابل يستطيع المدعى عليه أن يدفع عن نفسه المسؤولية بإثبات أن الضرر الذي أصاب المدعي ليس له علاقة بالخطأ الذي صدر منه، كأن يثبت بأن الضرر حدث نتيجة لسبب أجنبي، مثل القوة القاهرة أو الحدث المفاجئ أو فعل أو خطأ المضرور نفسه، وبذلك يكون قد نجح في قطع

<sup>1</sup> زعموم الهام، مرجع سابق، ص 60

<sup>2</sup> بارة سعيدة، مرجع سابق، ص 170.

<sup>3</sup> زعموم الهام، المرجع السابق، ص 66.

رابطة السببية بين عمله غير المشروع وبين الضرر، ومن ثم فلا يلتزم بتعويض الضرر الذي أصاب

المدعي<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> بوقميحة نجيبة، الملكية الفكرية والمنافسة غير المشروعة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق-بن عكنون، جامعة الجزائر، 2005، ص71.

## الفرع الثاني: آثار دعوى المنافسة غير المشروعة

تقوم دعوى المنافسة غير المشروعة بتوافر الشروط سالفة الذكر، والتي تقر مسؤولية

العون المنافس المدنية عن عمله غير المشروع، مما يترتب عليها تعويض المضرور عن الأضرار الناجمة عن العمل غير المشروع، وإيقاف الاستمرار في هذا العمل باعتباره منافسة غير مشروعة، وعليه تعتبر دعوى المنافسة غير المشروعة دعوى قمعية وجزاء لعدم احترام واجب قانوني.

### أولا-التعويض:

يعدّ التعويض الجزاء المترتب عن رفع دعوى المنافسة غير المشروعة، والذي يهدف لجبر كل عناصر الضرر الذي أصاب صاحب العلامة التجارية من خسارة وما فاتته من كسب، وعليه يمكن أن يشمل التعويض الضرر سواء كان ماديا أو معنويا، باعتبار دعوى المنافسة غير المشروعة دعوى تعويضية تهدف إلى إيقاف الضرر الناجم عن الفعل الضار، وبالتالي إصلاح الضرر المادي والمعنوي الذي لحق بالمضرور<sup>1</sup>.

### 1- التعويض عن الضرر المادي:

يعود تقدير التعويض عن الضرر المادي للسلطة التقديرية لقاضي الموضوع، وذلك بالاعتماد على مجموعة من المعايير، خاصة منها المتعلقة بما لحق المضرور من خسارة وما فاتته من ربح أو كسب، وذلك بالاستناد إلى المستندات والدلائل المتوفرة لديه وفق ظروف وملايسات كل دعوى إذ يمكن الاعتماد مثلا على انخفاض رقم أعمال المضرور<sup>2</sup>، غير أن ذلك لا يعكس -كما رأينا آنفا- الضرر الناجم عن الاعتداء على

<sup>1</sup> بوقميحة نجيبية، المنافسة غير المشروعة في ميدان الملكية الفكرية، مرجع سابق، ص 244.

<sup>2</sup> محمد مصطفى عبد الصادق، الحماية القانونية للعلامات التجارية إقليميا ودوليا-دراسة مقارنة-، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، المنصورة، 2014، ص 345.

العلامة، إذ يمكن أن تؤدي إلى هذا الانخفاض أسباب أخرى ، وعادة ما يكون التعويض عن الضرر المادي تعويضا نقديا حيث يحكم القاضي بمبلغ جزافي لتعويض الضرر. كما يذهب الجانب الغالب من الفقه الحديث لوجوب اشتغال مبلغ التعويض للمصاريف القضائية التي تكبدها المضرور، ومنها الثمن الذي دفعه هذا الأخير للمحامي الذي تولى الدفاع عنه في القضية المعنية.<sup>1</sup>

## 2- التعويض عن الضرر المعنوي<sup>2</sup>:

إضافة إلى الضرر المادي الذي يصيب صاحب العلامة التجارية، سواء كان منتجا أو تاجرا أو مقدم خدمات، جَراء أعمال المنافسة غير المشروعة، قد يلحقه ضرر معنوي يمس في شهرته أو سمعته التجارية مما قد يحول الزبائن عنه، وعليه يستلزم الضرر المعنوي التعويض والذي يرجع تقديره كذلك للسلطة التقديرية لقاضي الموضوع، غير أنه من الملاحظ غالبا نسيان أو إهمال الضرر المعنوي واقصائه من التعويض، كما أنه في كثير من الأحيان يعتبر حك ار على الشخص الطبيعي دون الشخص الاعتباري . وعادة ما يهدف صاحب العلامة التجارية من وراء رفعه لدعوى المنافسة غير المشروعة إلى الدفاع عن سمعته وشهرته ورد الاعتبار لها أكثر من الحصول على مجرد التعويض النقدي، لذا يحكم القضاة بنشر الحكم في بعض الجرائد الوطنية أو لصقه في الأماكن العمومية أو الأماكن التي يرى القاضي أن نشر أو لصق الحكم فيها ضروريا لرد الاعتبار لسمعة صاحب العلامة التجارية.

## ثانيا-وقف أعمال المنافسة غير المشروعة:

يجب بغرض الحيلولة دون استمرار الضرر ومنع وقوعه في المستقبل الحكم بإزالة ووقف

<sup>1</sup> بارة سعيدة، مرجع سابق، ص 172.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 172، 173

أعمال المنافسة غير المشروعة، والذي يعدّ الجزاء الطبيعي للمنافسة غير المشروعة الذي يفترضه المنطق، إذ تحكم المحكمة بإزالة العمل غير المشروع ووقفه، غير أن هذا لا يعني إزالة الحرفة بصفة نهائية لأن ذلك لا يكون إلا في حالة المنافسة الممنوعة، وأنما يقصد بذلك قيام المحكمة باتخاذ الإجراءات اللازمة لمنع استمرار الوضع غير القانوني<sup>1</sup>. ونظرا لعدم اقتصار دعوى المنافسة غير المشروعة -على خلاف دعوى المسؤولية المدنية- على تعويض الضرر، بل تتعدى ذلك إلى الحماية والوقاية من أفعال المنافسة غير المشروعة التي قد تقع في المستقبل، كالحكم بإجراء تعديلات لعلامة يمكن أن تحدث مستقبلا التباسا مع علامة تجارية قائمة، وعليه يمكن الحكم بوقف أعمال المنافسة غير المشروعة حتى في حالة انعدام ضرر فعلي بل يكفي توافر ضرر احتمالي وهو ما يجسد الطابع الوقائي لدعوى المنافسة غير المشروعة إلى جانب تعويض الأضرار اللاحقة بصاحب العلامة من جراء هذه الأفعال<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> محبوب محمد، " حماية حقوق الملكية الصناعية والتجارية من المنافسة غير المشروعة "، المجلة المغربية لقانون الأعمال والمقاولات، ع5، الدار البيضاء، 2004، ص61.

<sup>2</sup> بارة سعيدة، مرجع سابق، ص173.

### الفرع الثالث: الإشكالات القانونية المتعلقة بدعوى المنافسة غير المشروعة

الإشكال الذي يمكن أن يثور حول هذه النقطة هو العلامة التجارية المشمولة بالحماية

وفقا لدعوى المنافسة غير المشروعة في ظل القانون رقم 04-102 المحدد للقواعد المطبقة على

الممارسات التجارية فهل تقتصر الحماية على العلامة التجارية المسجلة فقط، أم تمتد لتشمل

كذلك العلامة التجارية غير المسجلة، بالإضافة إلى مدى إمكانية رفع هذه الدعوى في حالة الاعتداء

على العلامة التجارية المشهورة عن طريق أعمال المنافسة غير المشروعة.

أولا- نطاق دعوى المنافسة غير المشروعة من حيث تسجيل العلامة التجارية:

منح المشرع الجزائري في الأمر رقم 03-106 المتعلق بالعلامات لصاحب العلامة المسجلة سواء

كان مستثمرا محليا أو أجنبيا دون غيره، الحق في رفع دعوى مدنية للمطالبة بالتعويض عن الأضرار

التي لحقت به جراء المساس بحقوقه الإستثنائية على علامته التجارية،<sup>1</sup> وذلك في نص المادة 28 منه

كالآتي:

"لصاحب تسجيل العلامة الحق في رفع دعوى قضائية ضد كل شخص ارتكب أو يرتكب تقليدا

للعلامة المسجلة. ويستعمل نفس الحق تجاه كل شخص ارتكب أو يرتكب أعمالا توهي بأن

تقليدا سيرتكب".

بل ذهب المشرع الجزائري من خلال نفس القانون إلى أبعد من ذلك حين حظر استعمال

أي علامة سلع أو خدمات عبر الإقليم الوطني، إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها لدى

المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية.

<sup>1</sup> سلامي ميلود، "دعوى المنافسة غير المشروعة كوجه من أوجه الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون الجزائري"، دفاتر السياسة والقانون، جامعة ورقلة، ع6، 2012، ص 180.

غير أن هذا الموقف من المشرع الجزائري أثار الانتقاد كونه يقصر الحماية المدنية المستندة لأحكام الأمر رقم 06-03 على العلامة التجارية المسجلة دون غيرها<sup>1</sup>، إذ أن هناك من الفقهاء من يرى أنه من الأولى منح الحق على الأقل لصاحب العلامة التجارية غير المسجلة في حماية علامته عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة، وذلك بما يتوافق مع أحكام اتفاقية تريبس التي لم تشترط ضرورة تسجيل العلامة التجارية حتى يمكن المطالبة بالتعويض عن التعدي الواقع عليها، خاصة وأن الجزائر تسعى جاهدة للانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة وبالتالي إلى هذه الاتفاقية، وبما يتوافق مع القواعد العامة في المسؤولية المدنية، والتي تعتبر الحماية المدنية وفقها مظلة تستظل بها كافة الحقوق كانت طبيعتها.

وعليه فبالرجوع إلى القانون رقم 04-02 المحدث للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، نجده -عكس الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات- لم ينص صراحة على مدى اشتراط تسجيل العلامة التجارية حتى تحظى بالحماية وفقا لدعوى المنافسة غير المشروعة، إذ جاءت الفقرة الثانية من نص المادة 27 منه بصيغة عامة وغامضة من حيث هذه النقطة، وذلك كالآتي "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 منتوجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به، قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزعم شكوك وأوهام في ذهن المستهلك". وهذا ما جعل البعض يعتقد أن المشرع الجزائري قد تدارك الأمر من خلال أحكام هذا القانون وقام ببسط الحماية على العلامة التجارية غير المسجلة وفقا لدعوى المنافسة غير المشروعة، غير أننا نرى عكس ذلك و أن هذا الموقف مردود عليه، إذ أنه من غير المنطقي أن يقوم المشرع الجزائري

<sup>1</sup> المادة 04 من الامر 06-03.

بحظر إتيان فعل أو الامتناع عن إتيانه وبعد سنة واحدة يصدر قانونا آخر يحمي ما كان محظورا في ظل القانون الأسبق دون تعديله أو إلغائه، والآء هذا تناقضا صارخا في المنظومة القانونية الجزائرية، حيث حظر المشرع في الأمر المتعلق بالعلامات استعمال علامة غير مسجلة أو لم يطلب تسجيلها ورتب على استعمالها عدة عقوبات، فلا يمكن أن يحمي هذا الاستعمال غير المشروع وفقا للقانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية<sup>1</sup>. وعليه فلا تحظى العلامة التجارية غير المسجلة في الجزائر بأية حماية لا وفقا للأمر المتعلق بالعلامات ولا وفقا للقانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وهذا باستثناء العلامة التجارية المشهورة والتي تحظى بالحماية رغم عدم تسجيلها، بحيث لا تنشأ هذه الحماية من تسجيل العلامة ولا حتى من استعمالها، وإنما تنشأ من مجرد كونها مشهورة في الدولة التي ي ارد حمايتها فيما ولو لم تكن مسجلة<sup>2</sup>.

ثانيا- نطاق دعوى المنافسة غير المشروعة من حيث شهرة العلامة التجارية:

سبق وأن عرّفنا العلامة التجارية المشهورة على أنّها تلك العلامة التي يعرفها عدد كبير من جمهور المستهلكين، والتي تتمتع بسمعة طيبة ودعاية على المستوى العالمي حيث تتجاوز شهرتها حدود الإقليم الوطني، ولها قيمة مالية في السوق سواء في مجال السلع المادية أو في مجال الخدمات<sup>3</sup>.

وهناك جملة من المعايير التي يمكن الاستناد إليها لتحديد مدى شهرة العلامة، لاسيما تلك الناتجة عن الاجتماعات التي عقدها الجمعية العامة لاتحاد باريس لحماية الملكية الصناعية، والجمعية

<sup>1</sup> بارة سعيدة، مرجع سابق، ص176.

<sup>2</sup> عبد الرحمن السيد قرمان، "حماية العلامة التجارية المشهورة"، مجلة الأمن والحياة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ع334، 2010، ص69.

<sup>3</sup> نهي خالد عيسى، "العلامة التجارية المشهورة- دراسة مقارنة"، مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية، المجلد 21، ع1، 2013، ص43.

العامة للمنظمة العالمية للملكية الفكرية في دورة مشتركة لجمعيات الدول الأعضاء في الويبو من 20 إلى 25 سبتمبر 1999 بشأن الأحكام الخاصة بالعلامات التجارية المشهورة، حيث وضعت هذه التوصية المشتركة عدّة قواعد أو معايير يمكن الاسترشاد بها لتحديد متى تعد العلامة التجارية مشهورة، والتي يمكن تقسيمها إلى قسمين: معايير موضوعية ومعايير شخصية<sup>1</sup>.

ومن المعايير الموضوعية نذكر: مدة استعمال العلامة، مدى نجاح حملات الدعاية والإعلان الخاصة بالعلامة ونطاقها الجغرافي، قيمة العلامة في الأسواق التجارية والخدمات وغيرها. أما المعايير الشخصية فتتمثل أساسا في أن تكون العلامة معروفة لدى الجمهور المعني.

ونظرا لاعتبار مبدأ إقليمية العلامة تهديدا لمالك العلامة المشهورة عالميا، والذي قد يكون مستثمرا أجنبيا، حيث يستطيع غيره وضع هذه العلامة على منتجات مماثلة أو مشابهة لتلك التي تميزها، وهو بذلك يستفيد من الشهرة التي تتمتع بها هذه العلامة دون مقابل، ولا يتعرّض لأي عقاب جنائي لأن هذا العقاب يرتبط بالعلامات المسجلة، وللتغلب على ذلك بدأت الجهود الدولية الرامية لحماية العلامة المشهورة على المستوى الدولي، بموجب اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية حيث وضعت المادة السادسة (ثانيا) منها أحكاما خاصة لحماية العلامة المشهورة، إذ أوجبت على الدول الأعضاء في اتحاد لعلامة باريس أن ترفض طلب تسجيل أو تبطل تسجيل أو تمنع استعمال أي علامة تشكل نسخا أو تقليدا لعلامة ترى السلطة المختصة في الدولة العضوة في الاتحاد أنّها علامة مشهورة، إذا كان استعمال تلك بصدد منتجات مماثلة أو مشابهة يؤدي إلى وقوع لبس أو تضليل، وهذا الحكم يقرر حماية من نوع خاص للعلامة المشهورة ولو لم تكن مسجلة،<sup>2</sup> إذ تعتبر استثناء على مبدأ إقليمية أو وطنية قانون العلامات التجارية، والذي يقتضي بأن الحق المكتسب على علامة

<sup>1</sup> نبي خالد عيسى، مرجع سابق، ص 44.

<sup>2</sup> عبد الحرمان السيد قرمان، مرجع سابق، ص 68، ص 69.

تجارية والمُعترف به في بلد معيّن لا يكون له مفعول من حيث المبدأ إلا في هذا البلد<sup>1</sup> . وهو ما أخذ به المشرع الجزائري حين استثنى في المادة 8/7 من الأمر 03-06 سالف الذكر من إمكانية 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 .". وكذلك في المادة 4/9 من الأمر نفسه والتي تنص على أنه : " لصاحب علامة ذات شهرة في الجزائر حرق منع الغير من استعمال علامته دون رضاه وفقا للشروط المنصوص عليها في المادة ( 7 الفقرة 8) أعلاه".

غير أن اتفاقية تريبس نصت في المادة 2/16 منها على أنه تطبق أحكام المادة 6 من اتفاقية باريس، مع ما يلزم من تعديل على السلع أو الخدمات غير المماثلة لتلك التي سجلت بشأنها علامة تجارية، شرط أن يدل استخدام تلك العلامة التجارية بالنسبة لتلك السلع أو الخدمات على صلة بين تلك السلع أو الخدمات وصاحب العلامة التجارية المسجلة، مع وجود احتمال أن تتضرر مصالح صاحب العلامة التجارية المسجلة من جراء ذلك الاستخدام.

وعليه تعتبر العلامة المشهورة إلى جانب كونها استثناء على مبدأ الإقليمية استثناء على مبدأ خصوصية العلامة كذلك، أو كما يسميه البعض مبدأ وحدة نوعية المنتجات أو التخصيص بالمنتجات، فإذا كانت الحماية الممنوحة للعلامة التجارية تمتد فقط إلى المنتجات أو الخدمات المحددة أثناء إيداع طلب تسجيلها طبقا لمبدأ خصوصية العلامة ، إلا أن الأمر فيما يتعلق بالعلامات المشهورة مختلف باعتبارها استثناء على هذا المبدأ، بحيث تمتد الحماية المقررة لها إلى المنتجات والخدمات المختلفة والمغايرة عن تلك التي تغطيها العلامة المشهورة، وذلك شريطة أن تكون مسجلة<sup>2</sup>، إذ نجد المادة 8/7 من الأمر رقم 03-06 سالف الذكر تنص على أنه " :تطبق أحكام

<sup>1</sup>بارة سعيدة، مرجع سابق، ص 178.

<sup>2</sup>المرجع نفسه ، ص 179.

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 يدّل 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"

وعليه يثور التساؤل حول ما إذا كانت الحماية المقررة للعلامة التجارية وفقا لدعوى المنافسة غير المشروعة في ظل القانون رقم 02-04 المّحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية تشمل العلامات التجارية المشهورة أم لا ؟.

باعتبار أن نص المادة 27 من القانون رقم 02-04 جاء كما سبق وأن قلنا غامضا من حيث مدى اشتراط التسجيل لتحظى العلامة بالحماية المقررة فيه، بالإضافة إلى أن القانون 02-04 قد جاء بعقوبات جزائية على تقليد العلامة التجارية مختلفة عن الجزاءات الواردة في الأمر رقم 03-06 والمقررة لتقليد العلامة التجارية المسجلة، إذ أنه من غير المنطقي وجود جزاءات مختلفة لجريمة واحدة في قانونين، وفي نفس الوقت عدم إمكانية حماية العلامة التجارية غير المسجلة بما أن استعمالها يمثل جريمة في ظل الأمر رقم 03-06، فإننا نرى أن العلامة التي تحظى بالحماية وفقا لدعوى المنافسة غير المشروعة في ظل القانون المّحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية هي العلامة التجارية المشهورة غير المسجلة في الجزائر، بغرض توسيع الحماية المقررة لها من مدنية إلى جزائية، مع إمكانية رفع مالك العلامة المسجلة لهذه الدعوى دون دعوى التقليد والذي يبقى خيارا بالنسبة إليه.

غير أن البعض يرى بأنه من الأجدر إيجاد دعوى جديدة لحماية العلامة المشهورة، وعليه ظهرت نظرية التشويش بحيث يمكن لمالك العلامة المشهورة رفع دعوى تشويش بدلا من دعوى المنافسة

غير المشروعة أمام القضاء<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> محبوب محمد، " حماية العلامة التجارية المشهورة"، المجلة المغربية لقانون الأعمال والمقاولات، ع3، الدار البيضاء، 2003، ص23.

## المبحث الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية

لا تقوم الحماية الجزائية إلا إذا كانت العلامة مسجلة لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، ومن هنا تظهر أهمية تسجيل العلامة الذي يعد شرطاً أساسياً لتمتع العلامة بالحماية الجزائية وعليه لا تقوم الحماية الجزائية قبل إتمام اجراءات التسجيل القانونية أو عند انتهاء فترة الحماية المقررة قانوناً دون قيام صاحبها بالتجديد لا تعد فعل الاعتداء عليها جريمة يعاقب عليه القانون، وقد يأخذ الاعتداء على العلامة التجارية أشكالاً مختلفة يترتب عليها دعوى جزائية فقد يكون الإعتداء على العلامة ذاتها كتقليدها أو تشبيهاها، وقد يتعلق الاعتداء بخرق أحكام قانونية جاء بها المشرع في شأن العلامة وخاصة عدم وضع علامة على سلعة مقدمة للبيع أو معروضة للبيع عبر كافة التراب الوطني.

## المطلب الأول: الجرائم التي تقع على العلامة التجارية.

لقد تناول المشرع الجزائري الجرائم الخاصة بالعلامات التجارية في المواد 33 :، 32، 26، 9 من الأمر 03-06 .

يمكن أن يكتسب الاعتداء على العلامة أشكالاً مختلفة، البعض منها يتمثل في الاعتداء على الحق في العلامة، وهو اعتداء مباشر لأنه يمس موضوع الحماية القانونية ومثال ذلك التقليد أي استعمال رموز مطابقة أو مشابهة للعلامة المسجلة، والبعض الآخر يتمثل في الاعتداء على قيمة العلامة، وهو اعتداء غير مباشر ومثال ذلك تصرف التاجر الذي يضع على منتجاته علامة مشهورة وهي ملك الغير، وعلى ذلك يعاقب مرتكبي الأفعال التالية، تقليد العلامة أو تشبيهها، استعمال علامة مقلدة أو مشابهة، عرض هذه المنتجات للبيع وعدم وضع علامة إلزامية على المنتجات أو تقديم خدمات لا تحمل علامة.

## الفرع الأول: جريمة تقليد العلامة

إن تجارة السلع المشهورة هي ظاهرة عالمية، ومشكلة متزايدة الأهمية، وخاصة إذا كانت السلع تحمل علامة مشهورة ومعروفة، فهي تكون مستهدفة من المزورين أو المقلدين، فقد يكون التزوير على قطاع من السلع مثل الساعات والملابس والعطور والتي تحمل علامة تجارية مشهورة لأنها تكون ذات سعر عالي جدا، وهذا يوفر حافزا قويا للمزورين على تقليد تلك العلامة من أجل الحصول على أرباح أكثر، ولكن المشكلة الكبرى هي في حالة تزوير أو تقليد السلع الاستهلاكية مثل الأغذية والمشروبات والصيدلانية والأدوية التي قد تعرض حياة الأفراد للخطر ومن هنا اهتمت الدول بمكافحة تزوير وتقليد العلامات التجارية.<sup>1</sup>

وهذه الجريمة تعد الأساس في الجرائم التي تقع على الحق في العلامة التجارية ولجريمة تزوير العلامة أو تقليدها عنصريين، عنصر مادي يتمثل في فعل التزوير أو التقليد، وآخر معنوي يتمثل في قصد الاحتيال.<sup>2</sup>

### أولاً: الركن المادي.

يقصد بالركن المادي اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الأصلية أو وضع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية، بحيث يمكن للعلامة الجديدة أن تضلل المستهلك وتجذبه إليها ظنا منه أنها العلامة الأصلية، أو هو ذلك الإصطناع لعلامة مشابهة بصفة تقريبية للعلامة الأصلية من أجل خداع المستهلك،<sup>3</sup> ويمكن القول أيضا أن التقليد هو إصطناع الختم أو دمغة أو علامة مزيفة تقليدا للأشياء الصحيحة، أي مشابهة لها في شكلها سواء كان تقليدا متقنا أو غير متقن، بل كل ما يشترط

<sup>1</sup> فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الجزء الثاني، ب ط، ب س، الجزائر، ص 257

<sup>2</sup> بورية سمية، الحماية القانونية للعلامة التجارية و الرسم والنموذج، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2013/2014، ص 62.

<sup>3</sup> حمادي زويير، الحماية القانونية للعلامة التجارية، ب ط، ب س، بيروت، ص 188.

فيه أن يكون كافيا لخداع الجمهور عن حقيقته الزائفة وقد يكون التقليد باصطناع الختم أو الدمغة أو العلامة، أي الألة المحدثه لهذه الأشياء أو الأثر والطابع المأخوذ منها<sup>1</sup>.

المشروع الجزائري جعل لهذه الجريمة وجهان<sup>2</sup>:

أحدهما التزوير والآخر التقليد وما يلاحظ أن المشروع قد جعل من فعل التزوير صورة من صور العنصر المادي لجريمة تزوير العلامة، كما قد جعل من فعل التقليد صورة أخرى من صور ذلك العنصر، رغم أن كلا منهما يمثل الآخر، من الناحية العملية- وجهان لجريمة واحدة- مع الأخذ في الاعتبار أن اكتشاف تقليد العلامة أقل صعوبة من تزويرها.

إن ظاهرة التقليد انتشرت، ولا يمكن مكافحتها بصورة فعالة إلا بالنص على عقوبات أكثر شدة ومنح الهيئة المكلفة بالمراقبة الوسائل المادية والبشرية الملائمة.

ثانيا: الركن المعنوي.

إن أي جريمة يجب توفر النية الإجرامية فيها، إلا أنه وبالنسبة للمشروع الجزائري لم ينص على النية الإجرامية، بل اكتفى بتقرير الجزاء، وبإثبات الفعل المتمثل في اصطناع علامة مطابقة تطابقا تاما للعلامة الاصلية واصطناع علامة مشابهة لها<sup>3</sup>.

إن المشروع الجزائري جعل من المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية يتولى نشر كل العلامات التجارية المسجلة في النشرة الرسمية المخصصة، وبالتالي لا عذر بجهل القانون إذ تعد هذه النشرة بمثابة إعلام الجمهور إلا أن هذا الرأي جاء معاكسة للتشريعات المجاورة فللمتهم أن ينفي توفر القصد السيء لديه وإثبات حسن نيته، كعدم علمه بملكية العلامة للغير أو موافقة صاحب العلامة على

<sup>1</sup> رفيق شاوش، الحماية الجنائية للعلامة التجارية في التشريع الجنائي المقارن، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في القانون الجنائي الدولي، المركز الجامعي عباس لغرور، خنشلة، 2010/2011، ص 49.

<sup>2</sup> بورية سمية، مرجع سابق، ص 63.

<sup>3</sup> حمادي زويير، مرجع سابق، ص 189.

الاستعمال، مع التسليم بأن تقديم حسن النية هو من اختصاص محكمة الموضوع التي نستخلصها من ظروف ووقائع الحالة المعروضة عليها.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> بورية سمية، مرجع سابق، ص64.

## الفرع الثاني: اغتصاب علامة مملوكة للغير أو وضع علامة هي ملك الغير:

تنص المادة 28 من الأمر رقم 57/66 على معاقبة الذين يضعون عن طريق التديليس على منتجاتهم أو على الأشياء التابعة لتجارتهم، علامة هي ملك للغير والركن الشرعي متوفر ومتمثل في النص القانوني.<sup>1</sup>

ويمكننا أن نقول أنها جريمة التقليد التديليسي ويقصد بها المحاكاة التي تدعو إلى تضليل الجمهور، ويتم ذلك عن طريق اتخاذ الصانع أو التاجر علامة مشابهة للعلامة الاصلية لوضعها على منتوجه دون أن يستعير جزء من العناصر التي تتكون منها العلامة الأصلية بحيث يؤدي هذا الفعل إلى إحداث خلط في ذهن الجمهور وتعد هذه الجريمة الأكثر انتشارا في الأوساط التجارية ويتطلب لتوافرها الركن المادي و الركن المعنوي.<sup>2</sup>

### أولا: الركن المادي:

يتمثل في وضع العلامة الأصلية على المنتجات التي لم تسجل من أجلها تلك العلامة، أو وضع منتجات في زجاجات أو في علب تحمل تلك العلامة الأصلية، أو يتمثل في محاكاة تنصب على التأثير في الطابع الأساسي للعلامة الكفيلة بخلق اللبس في ذهن المشتري.<sup>3</sup>

### ثانيا: الركن المعنوي:

هذا الركن يتمثل في القصد الجنائي، الذي يوصل إلى اللبس والخلط لدى الجمهور فالقضاء في هذه الحالة يتمتع بالسلطة التقديرية في تقدير مدى حسن النية أو سوء النية، وعن القضاء الجزائي فقد صدر حكم عن محكمة الجزائر بتاريخ 1969/05/09 بين الشركة ذات المسؤولية المحدودة

<sup>1</sup> حمادي زويبر، مرجع سابق، ص 196، ص 197.

<sup>2</sup> بورية سمية، مرجع سابق، ص 65.

<sup>3</sup> حمادي زويبر، المرجع السابق، ص 197.

"حمود بوعلام" ضد "زروقي وزرقة" حين قامت الشركة الأولى مالكة العلامة selecto برفع دعوى من أجل المحاكاة التدلسية أو غير الشرعية لعلامتها ضد المدعو "زروقي" مالك مصنع مشروبات ZARK الذي أودع لاحقا علامة SELECTO لتسويق مشروب غازي بطعم التفاح وقضت المحكمة أن علامة SELECTO معروفة ولها صيت ذائع ومستعملة منذ مدة طويلة وأن للطريقة وللتسميتين التي تقدم المنتوجات بها أوجه تشابه بخصوص الطبعة والاستعمال وأن تواجد العلامتين معا، التشابه بينهما كفيلا بإحداث اللبس في ذهن المستهلكين ومن ثم احتمال وقوع اللبس بين العلامتين.<sup>1</sup>

هذا بالإضافة إلى وجود جرائم أخرى من بينها:

ما ذكر في المادة 33 من الأمر 03-06 والمادة 429 من قانون العقوبات الجزائري:

-البيع والعرض للبيع عمدا لسلعة أو أكثر أو تقديم خدمة لا تحمل علامة.

-وضع على السلعة أو الخدمة علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها.

<sup>1</sup> بورية سمية، مرجع سابق، ص 65، ص 66.

## المطلب الثاني: الإجراءات التحفظية والجزاءات المقررة لجرائم العلامات التجارية في

### التشريع الجزائري.

نظرا لخطورة جريمة الاعتداء على العلامات التجارية في الأسواق التجارية وما تحقق من أرباح للمعتدي وخسائر للمعتدي عليه، فقد أجاز المشرع لمالك العلامة التجارية التي يعتدي عليها اتخاذ الإجراءات التحفظية التي يكون من شأنها إثبات وقوع الجريمة، وأيضا طلب إيقاع بعض الجزاءات التي يمكن تطبيقها في حالة ارتكاب جرائم الاعتداء على العلامة التجارية.

## الفرع الأول: الإجراءات التحفظية .

ويظهر هذا جليا من خلال المادة 34 من الأمر 06-03 "يمكن لمالك العلامة بموجب أمر من رئيس المحكمة، الاستعانة عند الاقتضاء بخبير للقيام بوصف دقيق للسلع التي يزعم أن وضع العلامة عليها قد ألحق به ضررا وذلك بالحجز أو بدونه<sup>1</sup>، يتم إصدار الأمر على ذيل عريضة بناء على إثبات تسجيل العلامة عندما يتأكد الحجز، يمكن أن يأمر القاضي المدعي بدفع كفالة"

ومن خلال هذه المادة يتضح لنا أن مالك العلامة يستطيع طلب إجراء وصف دقيق للسلع التي يزعم بأنها تحمل علامة تسبب له ضرر بموجب أمر من رئيس المحكمة، وهذا بناء على عريضة يرفق بها ما يثبت تسجيل العلامة، وكذلك إيداع الكفالة، والا كان الجزاء البطلان مع التعويضات كما أن المادة 35 من الأمر 06-03 تنص على أنه "يعد الوصف أو الحجز باطلا بقوة القانون إذا لم يلتمس المدعي الطريق المدني أو الجزائي خلال أجل شهر وذلك بصرف النظر عن تعويضات الأضرار التي يمكن طلبها" ومعنى هذا أنه يجب رفع الدعوى المدنية أمام المحكمة الجزائية في مدة شهر، وأن المدني إذا لم يلتمس هذا الطريق خلال شهر فإن محضري الحجز والوصف يسقطان بقوة القانون بصرف النظر عن تعويض الأضرار التي يمكن طلبها، ومن هذا المنطلق فإن لكل صاحب علامة تجارية أن يطلب الاجراءات التحفظية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> رفيق شاوش مرجع سابق، ص 73

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 74.

## الفرع الثاني:العقوبات

تنقسم العقوبات الى عقوبات اصلية للجريمة و أخرى تكميلية قد يحكم بها القاضي وفقا لقضية الحال.

### أولا:العقوبات الأصلية:

العقوبة الأصلية هي الجزاء الأساسي الذي نص عليه المشرع وقدرت للجريمة ولا يمكن تنفيذها إلا إذا نص عليها القاضي صراحة في حكمه وحدد نوعها ومقدارها ويمكن أن يقتصر عليها الحكم لأنها الجزاء المقرر في القانون للجرائم ببلوغ الأهداف من العقاب ولقد حدد المشرع الجزائي عقوبة أصلية على الجرائم التي تقع على العلامات التجارية فقد نص في المادة 32 من الأمر 03-06 بأن لكل شخص قام بجنحة تقليد يعاقب بالحبس من ستة أشهر إلى سنتين وغرامة محددة من مليونين وخمسمائة ألف 2500.000د.ج إلى عشرة ملايين 10.000.000د.ج.<sup>1</sup>

ومن هذا المنطلق للقاضي السلطة التقديرية في وضع الجزاء فبإمكانه أن يقضي بأحد العقوبتين أو كلاهما، إلا أن المشرع الجزائي قد قام بتخفيض معدل الحبس كما قام برفع معدل الغرامة، ومن خلال المادة 32 والمادة 33 من الأمر 06/03 تلاحظ أن المشرع الجزائي حدد العقوبة على الفاعل الأصلي كما فرضها على الشريك<sup>2</sup>

### ثانيا:العقوبات التكميلية.

إن إهتمام المشرع بحماية حقوق صاحب العلامة أدى به إلى أخذ بعض التدابير الغرض منها وضع حد للفعل الضار، وهي العقوبات الاضافية أو الفرعية، التي يجوز للقاضي الحكم بها ويتعلق الأمر

<sup>1</sup> المادة 32 من الامر 03-06.

<sup>2</sup> بورية سمية، مرجع سابق، ص 68.

خاصة بالمصادرة، والاتلاف وغلق المؤسسة.

- 1- المصادرة: نصت المادة 32 من الأمر 06/03 على مصادرة البضائع المقلدة أو الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في ارتكاب جنحة التقليد والتي ينطلق بها القاضي في حالة الحكم بالإدانة، كما يجوز أن يأمر بها القاضي حتى في حالة الحكم بالبراءة.
- 2- غلق المؤسسة: وهي عقوبة تتعلق بالشخص المعنوي خاصة إذا استعمل الجرائم المذكورة لصالح المؤسسة لأجل ترويج منتجاتها أو استعملها أشخاص لصالح المؤسسة فيأمر القاضي بالغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة بعد حكم الإدانة.<sup>1</sup>
- 3- الاتلاف: طبقاً للمادة 32 من الأمر 06/03 تأمر المحكمة بإتلاف لنماذج العلامة المقلدة والمواد المستعملة بصفة رئيسية في طبع العلامة المقلدة، كما يجوز أن تأمر بإتلاف البضائع محل الجريمة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> فرحة زراوي صالح، مرجع سابق، ص 282.

<sup>2</sup> بورية سمية، مرجع سابق، ص 69.

## الخاتمة

من خلال دراستنا لموضوع اليات الحماية القانونية للعلامة التجارية والتي نظم أحكامها المشرع الجزائري بموجب الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات و بعد تناولنا لأبرز الاتفاقيات الدولية ذات الصلة.

### النتائج:

1. المجتمع الدولي عني بموضوع العلامة التجارية بشكل مطرد مع انفتاح السوق الدولية و التوجه العالمية نحو الرأسمالية واقتصاد السوق.
2. المشرع الجزائري كفل حماية العلامة المسجلة فقط، و رغم أن المشرع الجزائري لم يكفل أدنى حماية للعلامة غير المسجلة، سواء مدنية أو جزائية، إلا أن المنطق يفرض حماية العلامة غير المسجلة من منطلق كل ضرر يستوجب التعويض حسب القواعد العامة في القانون المدني، فمن المفروض على المشرع أن يضمن حماية مدنية للعلامة التجارية غير المسجلة، إذ ما كان هناك اعتداء عليها وهذا ما يدخل في إطار المنافسة غير المشروعة، أي أنه في حالة عدم وجود نص في قانون العلامات نطبق الاحكام العامة الواردة في القانون المدني.
3. بشأن العلامة التجارية المسجلة التي تستوجب توافر التسجيل، وهو شرط أساسي تكاد تجمع عليه كافة التشريعات والاتفاقيات الدولية المتعلقة بالعلامات التجارية، ولقد لاحظنا أن العلامة المسجلة تحظى في التشريع الجزائري بحماية مزدوجة مدنية و جزائية
4. والحماية القانونية للعلامة التجارية لا تقتصر على الحدود الوطنية فقط، نظرا للطابع الدولي للعلامة، فإلى جانب هذه الحماية الداخلية فقد اتضح لنا أن العلامة تتمتع أيضا بحماية دولية تتعدى حدود الاقليم الوطني، وقد ترجمت بمختلف الاتفاقيات الدولية،

ولقد انضمت الجزائر إلى معظم الاتفاقيات دولية في هذا الشأن، على غرار اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، واتفاقيات مدريد.

5. أصدرت الجزائر قانون لحماية العلامات التجارية، غير أن هذا لم يكن كافياً لضمان حماية العلامات التجارية، وذلك في ظل ظهور اعتداءات متكررة على العلامات، وانتشار هذه الاعتداءات ليس فقط داخل الوطن بل حتى خارجه، وعليه ظهرت الحاجة إلى توفير المزيد من الحماية من خلال سن قوانين أخرى، والاعتماد على مؤسسات وجهات تسعى لتوفير الحماية اللازمة والمثل للعلامة التجارية.

6. المشرع الجزائري لا يراعي مسألة التنسيق بين مختلف النصوص القانونية خاصة منها تلك النصوص المتداخلة المواضيع، فعلى سبيل المثال موضوع العلامات التجارية مرتبط ارتباطاً وثيقاً بقانون المستهلك، فهذا يعني أن القانون الذي ينظمها لابد أن يكون متناسقاً مع القانون الذي يحمي المستهلك، كما أن قانون العلامة مرتبط بقانون الممارسات التجارية وبمختلف القوانين ذات الصلة بالمجال الصناعية و التجاري و المجال الاقتصادي عامة.

7. لم يتضمن التشريع الجزائري أية نصوص تتعلق بالمسؤولية الجنائية أو المساهمة الجنائية، أو مسؤولية الشخص المعنوي في جرائم العلامات التجارية.

## التوصيات:

1. لا بد من تحديث نظم الحماية استجابة للتغيرات الراهنة، وذلك بضرورة التوسع في مفهوم جريمة التقليد، بحيث لا يقتصر مفهومها على النقل الحرفي والكامل للعلامة الأصلية بل يشمل أية علامة أخرى تسبب خلط في ذهن المستهلك، إضافة إلى تشديد العقوبات الرادعة التي يمكن تسليطها في حق كل من يقوم بممارسة أي شكل من أشكال التعدي على حقوق الآخرين.
  2. المؤسسات الوطنية اليوم ملزمة بتنظيم نفسها لمواجهة المنافسة الحرة، وذلك في ظل التحولات الكبيرة للسوق الاقتصادي العالمي وللإقتصاد الوطني، كما عليها أن تتأقلم مع المحيط الاقتصادي، وأن تأخذ بعين الاعتبار أنظمة الحماية المعروفة في العالم، والمتعلقة بضمان أمان المعاملات التجارية، مع قمع الأعمال التي تعتبر أعمال منافسة غير مشروعة.
  3. تعديل النصوص القانونية بما يتماشى مع الوضعية الحالية التي تعرف بانفتاح الأسواق العالمية، والتي يمكن أن تصبح معرقلا كبيرا لدخول الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة.
  4. يتعين على الجزائر أن تضع تشريعات دقيقة وعصرية من جهة، و اتباع سياسة قانونية رشيدة لمواجهة الاعتداء على العلامات التجارية من جهة أخرى، كما يجب عليها الإسراع للانضمام لأهم الاتفاقيات الدولية خاصة اتفاقية تريبس.
- أخيرا يمكن القول أن العلامة التجارية تتمتع بحماية قانونية مزدوجة وطنية، تتمثل في الحماية المدنية و الجزائية، وأخرى دولية تقوم وفقا للاتفاقيات الدولية

## قائمة المراجع:

### • النصوص القانونية

#### أ- الاتفاقيات الدولية:

1- اتفاقية باريس بشأن حماية الملكية الصناعية لسنة 1883 المعدلة ببروكسل في 1911

ثم واشنطن، 1911 ثم لاهاي، 1925 ولندن، 1934 ولشبونة، 1958 وستوكهولم

1967 وتم التنقيح الأخير في 1979 متوفرة على الموقع الالكتروني،

[www.wipo.int/treaties/ar/ip/paris.pdf](http://www.wipo.int/treaties/ar/ip/paris.pdf)

2- اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، 1891 المعدلة ببروكسل في 1911

ثم واشنطن، 1911 ثم لاهاي، 1925 ولندن، 1934 ولشبونة، 1958 وستوكهولم

1967 وتم التنقيح الأخير في 1979 متوفر على الموقع الالكتروني،

[www.ipsudan.gov.sd/Agreements/Madrid\\_ar.pdf](http://www.ipsudan.gov.sd/Agreements/Madrid_ar.pdf)

3- اتفاقية تريبس لسنة 1994 متوفرة على الموقع الالكتروني،

[www.trips.egent.net](http://www.trips.egent.net)

#### ب- القوانين والأوامر:

1- القانون رقم 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المؤرخ في

23 جوان 2004، ج ر العدد 41 الصادرة في 2004/06/27.

2- الأمر 06-03 المتعمق بالعلامات المؤرخ في 19 جويلية 2003 ج ر العدد 44 الصادرة في

2003/07/23.

3- المرسوم التنفيذي رقم 05-277 يحدد كيفية إيداع العلامات وتسجيلها، المؤرخ

في 02 أوت 2005 ج ر عدد 54 الصادرة في 2005/08/07

● الكتب:

- 1- الطيب زيروتي، القانون الدولي للملكية الفكرية (تحاليل ووثائق) ، مطبعة الكاهنة ، ط1، الجزائر
- 2- جلال وفاء محمددين ، الحماية القانونية للملكية الصناعية ، وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية ، تريس ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية ، سنة 2004.
- 3- حمادي زويبر، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012.
- 4- حسام الدين عبد الغني الصغير، الجديد في العلامات التجارية ، في ضوء قانون حماية حقوق الملكية الفكرية الجديد واتفاقية التريس، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، سنة 2005.
- 5- خالد صفوت بهنساوي، جريمة تقليد العلامات التجارية في ضوء أحكام القانون المصري و الاتفاقيات الدولية، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة الأولى، 2019.
- 6- زكي زكي حسين زيدان، حقوق الملكية الفكرية ووسائل حمايتها في الفقه الإسلامي والقوانين الوضعية، دار الكتاب القانوني، الإسكندرية، 2009
- 7- عماد الدين محمود سويدات، الحماية المدنية للعلامات التجارية، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2012
- 8- غسان رباح: الوجيز في قضايا حماية الملكية الفكرية و الفنية ، منشورات الحلبي الحقوقية، ط1، لبنان، 2008
- 9- سائد أحمد الخولي، الملكية الصناعية في الفقه والقانون المعاصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012،

- 10-سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة الرابعة، 2003.
- 11-شادلي نور الدين، القانون التجاري: الأعمال التجارية –التاجر-المحل التجاري، دار العلوم للنشر والتوزيع، 2003
- 12-فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائرية، الجزء الثاني، ب ط، ب س، الجزائر.
- 13- محمد مصطفى عبد الصادق، الحماية القانونية للعلامات التجارية إقليميا ودوليا-دراسة مقارنة-، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، المنصورة، 2014
- 14-مغيب نعيم، الماركة التجارية علامة فارقة أم مميزة: دراسة في القانون المقارن، منشورات حلبي الحقوقية، بيروت، 2014
- 15-كوثر مازوني، قانون الملكية الفكرية في مواجهة التكنولوجيات الحديثة (التجربة الجزائرية)، دار هومة، الجزائر.

### • الدراسات والمذكرات:

- 1- بارة سعيدة، حماية الملكية الصناعية للمستثمر الأجنبي: العلامة التجارية نموذجا، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، تخصص قانون عام للاعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد ارحمان ميرة، بجاية، 2017/2018.
- 2- بوقميحة نجيبة، المنافسة غير المشروعة في ميدان الملكية الفكرية، أطروحة لنيل درجة دكتوراه في العلوم: تخصص قانون، كلية الحقوق-بن عكنون، جامعة الجزائر، 2014.
- 3- سلامي ميلود، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2002.

- 4- بوبشطولة بسمة، الحماية القانونية للعلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الاعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، السنة الجامعية 2014-2015،
- 5- بوقميحة نجيبة، الملكية الفكرية والمنافسة غير المشروعة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق-بن عكنون، جامعة الجزائر، 2005.
- 6- رفيق شاوش، الحماية الجنائية للعلامة التجارية في التشريع الجنائي المقارن، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في القانون الجنائي الدولي، المركز الجامعي عباس لغرور، خنشلة، 2010/2011.
- 7- زعموم إلهام، حماية المحل التجاري-دعوى المنافسة غير المشروعة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2004.
- 8- بورية سمية، الحماية القانونية للعلامة التجارية و الرسم والنموذج، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أمالبواقي، 2013/2014.
- 9- ميسة عبد الوهاب، سعداني كمال، حماية العلامات التجارية في القانون الدولي، مذكرة مقدمة لاستكمال مقتضيات نيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، السنة الجامعية 2016-2017،

#### ● المجالات والدوريات المختصة:

- 1- سلامي ميلود، "دعوى المنافسة غير المشروعة كوجه من أوجه الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون الجزائري"، دفاتر السياسة والقانون، جامعة ورقلة، ع6، 2012

- 2- عبد الرحمن السيد قرمان، " حماية العلامة التجارية المشهورة، " مجلة الأمن والحياة،  
جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ع334، 2010
- 3- قيقة جويده، " قانون المنافسة والملكية الصناعية، " مجلّة القضاء والتشريع، مركز  
الدراسات القانونية والقضائية، عدد1، تونس، 2008.
- 4- محبوب محمد، " حماية حقوق الملكية الصناعية والتجارية من المنافسة غير  
المشروعة، " المجلة المغربية لقانون الأعمال والمقاولات، ع5، الدار البيضاء، 2004
- 5- محبوب محمد، " حماية العلامة التجارية المشهورة، " المجلة المغربية لقانون الأعمال  
والمقاولات، ع3، الدار البيضاء، 2003.
- 6- نهى خالد عيسى، " العلامة التجارية المشهورة- دراسة مقارنة، " مجلة جامعة بابل  
للعلوم الإنسانية، المجلد21، ع1، 2013.

● الملتقيات والندوات العلمية:

- 1- <sup>1</sup> براهي فضيلة، " دعوى المنافسة غير المشروعة"، أعمال الملتقى الوطني حول الملكية  
الفكرية بين مقتضيات العولمة وتحديات التنمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية،  
بجاية، يومي 28 و29 أبريل 2013.

الفهرس:

الصفحة	العنوان
	شكرو عرفان
	الاهداء
	مقدمة
05	الفصل الاول : حماية العلامة التجارية على المستوى الدولي
06	المبحث الاول : الاطار القانوني الدولي لحماية العلامة التجارية
06	المطلب الاول : اتفاقية باريس ومدريد
06	الفرع الاول : اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية
06	أولاً: مبدأ المساواة
07	ثانياً: مبدأ الأسبقية
08	ثالثاً: مبدأ استقلال العلامات
10	الفرع الثاني : اتفاقية مدريد لحماية العلامات التجارية
10	أولاً: الغرض من اتفاقية مدريد الخاصة بالتسجيل الدولي للعلامات
11	ثانياً: التسجيل الدولي للعلامات وفق اتفاقية مدريد
12	المطلب الثاني: اتفاقية تريبس
12	أولاً: الاحكام العامة والمبادئ الاساسية لاتفاقية تريبس

15	ثانيا : معايير حماية العلامة في اتفاقية تريبس
17	ثالثا: تسوية المنازعات وفق اتفاقية تريبس
20	المبحث الثاني: الاطار المنظماتي الدولي لحماية العلامة التجارية (ويبو).
21	المطلب الاول : التعريف بالمنظمة
22	الفرع الاول : اهداف ووظائف المنظمة
23	الفرع الثاني : اجهزة المنظمة
23	اولا: الجمعية العامة
24	ثانيا: المؤتمر
24	ثالثا: لجنة التنسيق
25	رابعا: المكتب الدولي
26	المطلب الثاني : دور الويبو في حماية العلامة
27	الفرع الاول : التقارير المنشورة من طرف الويبو لحماية العلامة التجارية
28	الفرع الثاني : مركز التحكم بالوساطة
28	اولا: التحكم
28	ثانيا: التحكيم السريع
28	ثالثا : الوساطة

31	الفصل الثاني : حماية العلامة التجارية على المستوى الداخلي
32	المبحث الاول : الحماية المدنية للعلامة التجارية في الامر 06-03
33	المطلب الاول : دعوى التعويض
34	الفرع الاول : الاساس القانوني لدعوى التعويض
36	الفرع الثاني : اثار دعوى التعويض
36	اولا: وقف الاعتداء على الحق في العلامة
37	ثانيا : التعويض
38	المطلب الثاني : الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون 02-04(دعوى المنافسة غير المشروعة )
38	الفرع الاول: شروط حماية العلامة من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة
38	اولا : شروط المنافسة
39	ثانيا اركان المسؤولية التقصيرية
45	الفرع الثاني: اثار دعوى المنافسة غير المشروعة
45	أولا: التعويض
46	ثانيا: وقف أعمال المنافسة غير المشروعة
48	الفرع الثالث : الاشكالات القانونية المتعلقة بدعوى المنافسة غير المشروعة
48	اولا: نطاق دعوى المنافسة غير المشروعة من حيث تسجيل العلامة التجارية

50	ثانيا : نطاق دعوى المنافسة غير المشروعة من حيث شهرة العلامة التجارية
55	المبحث الثاني : الحماية الجزائية للعلامة التجارية
56	المطلب الاول : الجرائم التي تقع على العلامة التجارية
57	الفرع الاول : تقليد العلامة
57	اولا: الركن المادي
58	ثانيا:الركن المعنوي
60	الفرع الثاني: اغتصاب علامة مملوكة للغير او وضع علامة هي ملك الغير
60	اولا: الركن المادي
60	ثانيا:الركن المعنوي
62	المطلب الثاني : الاجراءات التحفظية والجزاءات المقررة لجرائم العلامات التجارية في التشريع الجزائري
63	الفرع الاول : الاجراءات التحفظية
64	الفرع الثاني: العقوبات
64	أولا:العقوبات الاصلية
64	ثانيا:العقوبات التكميلية
66	الخاتمة
69	قائمة المراجع

74	الفهرس
----	--------

اللغة العربية:

لا يخفى بحال ما للعلامة التجارية من أهمية على الصعيدين الدولي و الداخلي، باعتبارها علامة فارقة و مميزة لإنتاج و ابداع المتعاملين داخل السوق الدولية و المحلية، و هو ما يمس مصالح الدول و الافراد على السواء و يحدد ديناميكية السوق فيهذا المجال، مما يفرض على الدول توفير أقصى حماية ممكنة لها وتجسيد ذلك من خلال ترسانتها القانونية و المنظماتية.

اللغة الإنجليزية:

The importance of the brand, both internationally and internally, is no secret, As a distinct and distinctive mark for the production and creativity of dealers within the international and local market, This affects the interests of states and individuals alike, and determines the market dynamics in this field, This requires states to provide them with the maximum possible protection and to embody this through their legal and organizational.