الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

كلية الحقـــوق و العلـــوم السياسية

قســـم:الحقـــــــــــــوق

رقم: .....

ميدان: الحقـــوق و العلـــوم السياسية

فرع: الحقـــــوق

تخصص: قانـــــون أعمـــــــال

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمـي

إعداد الطالب(ة) : سميحـــة لعجـــــــال

تحت عنوان

جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري

لجنة المناقشة:

الأستاذ مراد يرمش	جامعة المسيلة	رئيســا
الأستاذة ليلى إبراهيم العدواني	جامعة المسيلة	مشرفا و مقررا
الأستاذة ليلى بن حليمة	جامعة المسيلة	مناقشا

السنة الجامعية:2016 /2017

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة محمد بوضياف- المسيلة
كلية الحقوق و العلوم السياسية
قسم الحقوق

Université Mohamed Boudiaf M'sila
Faculté de Droit et de sciences politiques
Département de Droit

تصريح شرفي
خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية

طبقا للقرار الوزاري رقم 933 المؤرخ في 2016/07/28 الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها لاسيما المواد (07 ، 35 ، 36 ، 37 ، 38).

أنا الممضي أدناه الطالب:

الإسم واللقب :.....

الحامل ل(بطاقة التعريف الوطنية ،رخصة السياقة،.....)

رقم : ..... الصادرة بتاريخ: ..... عن.....

المسجل بكلية الحقوق والعلوم السياسية بقسم الحقوق تحت رقم : .....

والمكلف بإنجاز مذكرة ماسترتخصص: .....

بعنوان: .....

تحت إشراف الأستاذ: .....

أصرح بشرفي أني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور أعلاه

التاريـــخ: .....

إمضاء المعني

الإهـــــداء

أهدي ثمرة جهدي إلى أعزّ ما أملك في الوجود إلى منبع الحنان والسعادة ...

أمي الحبيبة وأبي الغالي ..حفظهما الله وأمدّ في عمرهما..

إلـى أحـب وأقـرب النـاس إلـى قلبي أختيّ الغاليتين راضيـة وسهـام

إلى قـرة عيني وسنـدي في هـذه الحياة أخـي بـلال...

إلى كـل مـن عـائلة لــعجال وعـائلة زعيتـر ...

إلى كل زملائـي وزميـلاتـي وأخص بالذكر.. عـز الديـن، مليـة، فطيمـة، فايـزة، غـادة

إلى كـل مـن انتظـر نجـاحـي وقدم لي دعمه...

إلى كل هؤلاء أهدي هذا البحث المتواضع....

شكـر وعـرفـان

في البداية أشكر اللّـه عز وجـل وأحمـده كما يليق بجلال شأنه وعظيم سلطانه على أن وفقني لإتمام هـذا العمـل المتـواضـع، الذي أسأله أن يجعله خالصا لوجهه الكريم.

وعملا بقوله صلى الله عليه وسلم:"**من لم يشكر الناس لم يشكر الله**".

فإنّي أتقدم بخالص الشكر إلى كل من قدم لي يد العون وساهم في إنجاز هذا البحث وأخص بالذكر..

المشرفة على هذا البحث الأستاذة ليلى إبراهيم العدواني على ما أفادتني به من توجيهات جزاها اللّـه خيراً.

لجنـة المنـاقشة التي تجشمت عناء قراءة هذه المذكرة ونقدها بغيـــة تصحيحها وتصويب أخطائها.

جميـع أساتذة قسم الحقوق الذيـن تعلمت على أيديهم طيلــة مشـواري الدراسـي .

جميع عمال مكتبة كلية الحقوق والعلوم السياسية بالمسيلة على مساعدتهم.

وكـل من مجلـس قضـــاء المسيلــة والمكتبـة العمومية للمطالعة بالمسيلة على فتح أبوابهما لنـــا وتقديم المساعدة اللازمة للباحثين والقراء.

كما أشكر كـــل مـن قـدم لـي يـد العـون مـن قريـب أو مـن بعيـد لإنجـــاز هـــذا البحث وإخراجه في هذه الحلة. جزاهم الله عني خير الجزاء.

رموز البحث:

باللغة العربية:

ط: الطبعة

دط: دون طبعة

دت: دون تاريخ النشر

دم: دون مكان النشر

دن: دون ناشر

ج: الجزء

ص: الصفحة

ج ر ج: الجريدة الرسمية الجزائرية

ع: العدد

س: السنة

ق.ع.ج: قانون العقوبات الجزائري

ق.إج.ج: قانون الإجراءات الجزائية الجزائري

باللغة أجنبية:

P : Page

مقـــــــدمـــــــــة

مـــــقدمـــة:

أولا: التعريف بالموضوع

تعتبر العلامة التجارية من أهم عناصر الملكية الصناعية هذه الأخيرة التي تشمل براءة الاختراع والنماذج، والرسوم الصناعية، إلى جانب الملكية الأدبية، والملكية التجارية التي تحوي الأسماء التجارية والعنوان التجاري إضافة إلى العلامة التجارية موضوع الدارسة؛ والملاحظ أنّ وجود العلامة التجارية ضارب في التاريخ، ذلك أنّ الإنسان جبل على حب التملك مما جعله يعمل على تمييز ممتلكاته عن ممتلكات غيره من الأفراد، وبالعودة إلى التاريخ نجد أنها وجدت بسيطة ثم تطورت بالتدرج عبر الزمن متماشية مع التطورات الحاصلة على جميع الأصعدة خاصة الصعيد الاقتصادي، لاسيما وأنّ العلامة التجارية تحتل اليوم مكانة هامة في الاقتصاد العالمي وفي دفع عجلة الابتكار والإبداع.

فكان أول استخدام للعلامة التجارية عند الرومان ثم الإيطاليون في القرن الخامس عشر، حيث كان استخدام العلامات إلزامي، أي كان يسود نظام الطوائف لتمييز منتجات كل طائفة عن الأخرى، ومع بروز سمات العصر الحديث وقيام الثورة الصناعية ظهرت الحاجة إلى تطوير أساليب التوزيع لإيصال المنتجات للمستهلك فصاحب ذلك استعمال العلامة التجارية التي أصبحت تأخذ صورا عديدة؛ نتيجة ذلك أصبح هناك فيض من مئات الآلاف من العلامات التجارية فظهرت علامة كوكاكولا عام 1886م وبعدها علامة كوداك سنة 1888م ..الخ[1]، وقد اتضح أن صفة التمييز للعلامة التجارية أكسبتها أهمية بالغة لتشمل كل ما يؤديه المحل التجاري من وظائف فهي تبرز شخصية التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة وتؤدي دورا مهما في تحديد سمعته في مجال التجارة، كما تعد وسيلة المستهلك ودليله في تحديد مصدر المنتجات والسلع والخدمات معتمدا على صفة التمييز، وتعتبر همزة وصل بين مالك العلامة والمستهلك.

ونتيجة لتطور الحياة الاقتصادية والعلاقات الدولية التي أدت إلى انفتاح الأسواق الوطنية والدولية على بعضها البعض، زيادة على التطور العلمي والتكنولوجي وظهور العولمة كلها ساهمت بشكل كبير في سهولة تقليد العلامة التجارية وانتشاره بشكل ملفت للانتباه، مما أوجب التدخل التشريعي للحد من هذه الممارسات الضارة بجمهور المستهلكين ومالك العلامة، وهذا ما قام به المشرع الجزائري من خلال سنّه للأمر 57/66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية، الذي يتضمن العديد من الأحكام التي تهدف إلى تنظيم العلامات وتوفير الحماية لها، إلا أن تعدد أشكال التعدي على العلامات جعل المشرع يتدخل لإصدار قانون جديد وهو الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية، وهذا لتلاءم ويتماشى والمتطلبات الاقتصادية على المستوى الوطني والدولي.

وفي هذا الإطار يأتي موضوع هذا البحث الموسوم بـ "**جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري**".

ثانيا: أسباب اختيار الموضوع:

تكمن أسباب اختيار هذا الموضوع ليكون محلا للدراسة فيما يلي:

[1] - وهيبة لعوارم بن أحمد، **جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري**، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، ط 1، 2015م، ص7.

-أسباب ذاتية: ترجع إلى الرغبة الملحة لتوسيع معلوماتي حول موضوع العلامة التجارية بصفة عامة وجريمة تقليدها بصفة خاصة.

- أسباب موضوعية: ترجع أهمها إلى؛ الرغبة في الوقوف على الحماية القانونية التي أقرها المشرع الجزائري للعلامة التجارية من جريمة التقليد، بالإضافة إلى الرغبة في بيان صور تقليد العلامة التجارية.

باعتباره من المواضيع المتجددة التي تفرض نفسها دائما كأولوية جديرة بالدراسة نظرا لارتباطه بالاقتصاد والإبداع والابتكار والمستهلك، كما أنّ التطور التكنولوجي دائما يفرض تجديد الترسانة القانونية بما يمكنها من مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية.

ثالثا: أهمية الدراسة:

العلامة التجارية أصبحت لها أهمية دعائية واقتصادية وتجارية مما أدىّ إلى تزايد جريمة تقليدها بشكل ملفت للانتباه، وأصبحت السلع المقلدة تكتسح الأسواق الداخلية والدولية، مع ما تشكله من خطورة على الحقوق الإستئثارية لصاحب العلامة الأصلية، وعلى أمن وسلامة وصحة المستهلك وعلى المنافسة المشروعة، وعلى الاقتصاد الوطني والدولي، مما يجعل هذا الموضوع يستحق البحث والدراسة والاهتمام.

رابعا: أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى؛

- تسليط الضوء على جريمة تقليد العلامة التجارية بتعريفها وبيان صور تقليدها وآثار ذلك، ثم تحديد أركان هذه الجريمة وإبراز جهود المشرع الجزائري لحماية العلامة التجارية من التقليد، وكذا بيان دور الأجهزة المعنية بمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية. وبيان ضرورة التعاون الدولي في مجال مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية.

خامسا: الإشكالية:

على ضوء ما سبق فإن الإشكالية الأساسية لهذا البحث تكمن في الإجابة على السؤال الرئيس الآتي: فيما تتمثل الآليات التي وضعها المشرع الجزائري لمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية وما مدى نجاعتها؟

- ويتفرع عن هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات التالية:
- ما مفهوم جريمة تقليد العلامة التجارية؟.
- ما هي صور تقليد العلامة التجارية؟
- ما هي الآثار المترتبة على جريمة تقليد العلامة التجارية؟

سادسا: المنهج المتبع:

في سبيل الإجابة عن إشكالية الدراسة، وسعيا لتحقيق الأهداف المذكورة وأخذا بعين الاعتبار طبيعة موضوع البحث، فقد اعتمدت المنهج التحليلي، وذلك من خلال تحليل الآراء الفقهية والنصوص القانونية، كما اعتمدت المنهج الاستقرائي من خلال تتبع جزئيات الموضوع في التشريع الجزائري وكذا الاتفاقيات وكل ما يتعلق بالأجهزة المختصة بمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية.

سابعا: الدراسات السابقة:

هناك دراسات تطرقت إلى موضوع العلامة التجارية وإن كانت كل دراسة تناولته من جانب من الجوانب، أما دراسة جريمة تقليد العلامة التجارية، فقد عثرت على دراسة لوهيبة لعوارم تحمل عنوان جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، وهي تختلف عن دراستي للموضوع من حيث الإشكالية ومن حيث تناولي لبعض المسائل التي لم تتطرق إليها ويتعلق الأمر بالأجهزة الوطنية والدولية المختصة بمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية، ومذكرة لبلهواري نسرين بعنوان تجريم وإثبات أفعال التقليد في القانون الجزائري ركزت فيها على الأركان التي على أساسها جرّم فعل التقليد وكيف يتم إثباتها. ومذكرة ماجستير لآيت شعلال لياس، بعنوان حماية حقوق الملكية الصناعية من جريمة التقليد، وقد تطرقت فيها إلى حقوق الملكية الصناعية بصفة عامة بما فيها العلامة التجارية، بالإضافة إلى مذكرة ماجستير لحليمة بن دريس والموسومة بـ جريمة تقليد العلامة التجارية. وتختلف دراستي عن هذه الدراسات في كونها تحاول الوقوف على الآليات المعتمدة من قبل المشرع الجزائري ومدى قدرتها على مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية.

ثامنا: الصعوبات:

من أبرز الصعوبات التي واجهتني أثناء إنجاز هذا البحث، تشعب الموضوع فكل جزئية من جزئياته تحتاج إلى تحليل وتعمق وتحديد حجم المذكرة حال دون قدرتي على فعل ذلك، كما أنّ ضيق الوقت الممنوح لإنجاز المذكرة لم يسمح لي بالإطلاع على مزيد من المراجع، هذا فضلا عن قلة المراجع التي تتناول الأجهزة خاصة الوطنية التي تتولى مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية.

تاسعا: الخطة المتبعة:

لقد اقتضت طبيعة البحث تقسيمه إلى فصلين كما يلي:

-الفصل الأول: ماهية جريمة تقليد العلامة التجارية

قسمته إلى ثلاث مباحث تناولت في المبحث الأول مفهوم العلامة التجارية. وفي المبحث الثاني الاعتداء على العلامة التجارية وآثاره. وفي المبحث الثالث أركان جريمة تقليد العلامة التجارية.

- الفصل الثاني: جهود مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري

وقد قسمته إلى ثلاث مباحث، تناولت في المبحث الأول الحماية الجزائية والمدنية للعلامة التجارية من جريمة التقليد، وفي المبحث الثاني جهود الاتفاقيات الدولية في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية. في حين تم تخصيص المبحث الثالث لـ جهود الأجهزة المعنية بمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية.

وأنهيت البحث بخاتمة ضمنتها أهم النتائج والتوصيات.

الفصل الأول:

ماهية جريمة تقليد العلامة التجارية

المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية

المبحث الثاني: الاعتداء على العلامة التجارية بالتقليد وآثاره

المبحث الثالث: أركان جريمة تقليد العلامة التجارية

تمهيد:

تكتسي حقوق الملكية الفكرية في عالم اليوم أهمية بالغة، الأمر الذي يفسر سعي الدول المستمر وعملها الدؤوب على حمايتها من خلال توفير آليات قانونية فعالة لمنع وقوع أي اعتداء عليها،لأنّ أي اعتداء سينعكس سلبا على الناتج المحلي ويؤثر في مستويات رفاهية الشعوب، ويعتبر تقليد العلامات التجارية من أخطر الجرائم التي تعرض اقتصاديات الدول للخطر والخسائر الفادحة، كما أنّ لها آثارا سلبية على المنافسة المشروعة والمستهلكين وعلى التاجر صاحب العلامة، مما يستدعي فعلا تكثيف الجهود من قبل المشرع الجزائري لحماية العلامة التجارية من أي اعتداء خاصة التقليد، لكن قبل التطرق إلى هذه الجهود التي وفرها المشرع الجزائري ينبغي أولا بيان المراد بالعلامة التجارية وأنواعها وأشكالها وصور التقليد التي تقع عليها وانعكاساته وأركان جريمة التقليد، وعليه تم تقسيم هذا الفصل كما يلي:

المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية

المبحث الثاني: الاعتداء على العلامة التجارية بالتقليد وآثاره

المبحث الثالث: أركان جريمة تقليد العلامة التجارية

المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية

ينبغي الإحاطة بمفهوم العلامة التجارية من ناحية تعريفها، وبيان أنواعها وأشكالها وكذا شروط تسجيلها وآثار ذلك، وعليه سيتم تناول هذه العناصر في ثلاث نقاط، حيث نتناول تعريف العلامة التجارية في (**المطلب الأول**)، وأنواع وأشكال العلامة التجارية في(**المطلب الثاني**). وشروط تسجيل العلامة التجارية وآثاره في (**المطلب الثالث**).

المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية

يقتضي الأمر في المقام الأول التطرق إلى تعريف العلامة التجارية، لما له من أهمية في إجلاء الغموض عن معناها وتوضيحها وتفريقها عما سواها من المصطلحات المتداخلة معها، وسيتم ذلك من خلال نقطتين نتناول في النقطة الأولى؛ تعريف العلامة التجارية لغة(**الفرع الأول**)، وفي النقطة الثانية، تعريف العلامة التجارية في الفقه والقانون (**الفرع الثاني**).

الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية لغة

حيث أنّه يستحيل تعريف العلامة التجارية ككل متكامل، فإنّه سيتم التطرق أولا إلى المراد بالعلامة لغة ثم بعدها التجارية وهذا كما يلي:

أولا: تعريف العلامة لغة

أصل الكلمة من الفعل الثلاثي عَلِمَ عِلْماً، عَرَفهُ[1]،وعَلَمَهُ يَعْلُمُهُ عِلْماً وَسَمَهُ وعَلَّمَ نفسه وأَعْلَمَهَا وسمها بسِمَا الحرف والعلامة السّمَةُ[2]، وعَلَّمَ له عَلاَمَةً جعله أمَارَة يعرفها، أي ما يُعَلَّمُ به الشيء[3].

ثانيا: تعريف التجارية لغة

أصل الكلمة من الفعل الثلاثي تَجَرَ، يَتْجُرُ تَجْراً و تِجَارَةً، أي مارس البيع والشراء واشتغل بالتجارة[4]، والتجارة حرفة التاجر الذي يمارس الأعمال التجارية على وجه الاحتراف[5].

الفرع الثاني: تعريف العلامة التجارية في الفقه والقانون الجزائري

بعد التطرق إلى تعريف العلامة التجارية من الناحية اللغوية، يستدعي الأمر تعريفها في الفقه والقانون وهذا كما يلي:

أولا: تعريف العلامة التجارية في الفقه

لا يوجد تعريف فقهي موّحد للعلامة التجارية ويعود السبب في ذلك إلى اختلاف الزاوية التي ينظر منها إلى العلامة التجارية، إلا أنها في مجملها تدور حول معنى واحد، وسيتم التطرق إلى بعض التعريفات الفقهية للعلامة التجارية وهذا على النحو الآتي:

عُرفت العلامة التجارية بأنها:"كل إشارة أو دلالة يتخذها التاجر أو الصانع أو المشروع فردا كان أو شركة خاصة أو عامة، شعارا ببضائعه أو خدماته التي يؤديها، تمييزا لها عن مثيلاتها"[6].

وعرفت أيضا بأنها:"إشارة توسم بها البضائع والسلع والمنتجات والخدمات أو تعلم تمييزا لها عما يماثلها من بضائع أو سلع أو خدمات"[7].

وكذلك عرفت على أنها:"كل ما يتخذ من تسميات أو رموز أو أشكال توضع على البضائع التي يبيعها التاجر أو يضعها المنتج، أو يقوم بإصلاحها أو تجهيزها أو خدمتها، لتمييزها عن بقية المبيعات أو المصنعات أو الخدمات"[8].

---

[1]- مجمع اللغة العربية، **المعجم الوجيز(الميسر)**، دار الكتاب الحديث، الكويت، ط1، 1414هـ، 1993م، ص364.

[2]-ابن منظور، **لسان العرب**،مراجعة وتدقيق:يوسف البقاعي وآخرون، دار المتوسط والتوزيع،تونس، ط1،1426هـ ،2005م،مادة"عَلِمَ"، ج3، ص2744، 2745.

[3]-مجمع اللغة العربية، **المعجم الوجيز (المبسط)**،دار الكتاب الحديث، د م،ط1، 1413هـ، 1993م، ص501.

[4]-ابن منظور، المرجع السابق،مادة "تجر"، ج1،ص319.

[5]-مجمع اللغة العربية،**المعجم الوجيز (الميسر)**،المرجع السابق،ص70.

[6]- محمد حسين، **الوجيز في الملكية الفكرية**، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، دط، 1985م،ص198،199.

[7]-عبد الله حسين الخشروم،**الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية**،دار وائل للنشر، عمان، ط2، 2008م،ص135.

[8]- سمير جميل حسين الفتلاوي،**الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دط، 1985م، ص253.

ثانيا: تعريف العلامة التجارية في القانون الجزائري

على الرغم من أنّ المشرّع الجزائري ليس من مهامه إعطاء تعريف للعلامة التجارية فهذه مهمة الفقهاء، لذلك نجده في الأمر الملغى 57/66 المتعلق بعلامات الصنع والعلامات التجارية[1] لم يتطرق إلى تعريف العلامة التجارية، وإنما اكتفى بتبيان ما يصلح وما لا يصلح كعلامة لتمييز المنتجات أو الخدمات. إلا أنّه تراجع عن ذلك وارتأى تعريفها في المادة (1/2) من الأمر06/03 المتعلق بالعلامات، ويعود السبب في ذلك ربما إلى عدم الاتفاق حول تعريف موحد لها، وقد جاء في المادة السالفة الذكر أنّ العلامة التجارية هي:" كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات، أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبها والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات وغيره"[2].

من خلال التعريف يمكن القول أن المشرع الجزائري عرّف العلامة بأنها كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي والتي تستخدم لتمييز السلع والخدمات التابعة لشخص طبيعي أو معنوي. كما نلاحظ أيضا أنّ المشرّع الجزائري توسّع في تعريف العلامة التجارية حيث أضاف إليها علامة الخدمة.

أما الاتفاقيات الدولية فنجد أنّ اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883م[3]، لم تتطرق إلى تعريف العلامة التجارية، ولم تحدد الأشكال والصور التي يمكن أن تتخذها العلامة التجارية تاركتًا ذلك إلى التشريعات الداخلية لكل دولة الموقعة عليها.

بينما حددت اتفاقية تريبس المتعلقة بالجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية لسنة 1994م، المراد بالعلامة التجارية في مادتها (1/15) حيث جاء فيها أنّه:" تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات، تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة لأن تكون علامة تجارية. وتكون هذه العلامات، لا سيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية وحروفا وأرقاما وأشكالا ومجموعة ألوان وأي مزيج من هذه العلامات، مؤهلة للتسجيل كعلامات تجارية..."[4]. ويعتبر هذا التعريف أول خطوة نحو تعريف العلامة التجارية في إطار اتفاقيات دولية متعددة الأطراف.

---

[1]- الأمر رقم 57/66،المؤرخ في 27 ذي القعدة عام 1385هـ، الموافق 19مارس 1966، المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية. ج رج ، ع23، س3، 30 ذو القعدة 1385هـ، الموافق 22 مارس1966.

[2]- الأمر06/03 المؤرخ في 19جمادى الأول عام 1424هـ، الموافق لـ 19جويلية 2003م، المتعلق بالعلامات، ج رج،ع44، س40، 23جمادى الأولى 1424هـ، الموافق 23 جويلية2003،ص23.

[3]- ينظر اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المؤرخة في 20مارس1883، والمعدلة في بروكسل، في 14ديسمبر 1900،وواشنطن في02جوان1911،ولاهاي في 06نوفمبر 1925،ولندن في02جوان1934،ولشبونة في31أكتوبر 1958،وستوكهولم في 14 جوان 1967، منشورة على موقع المنظمة العالمية للملكية الفكرية. الرابط: www.wipo.int.

[4]- اتفاقية تريبس المتعلقة بالجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية، الملحق 1(ج)، منشورة على موقع المنظمة العالمية للملكية الفكرية. الرابط: www.wipo.int.

وانطلاقا من كل ما سبق يمكن القول أن العلامة هي إشارة التي تميز السلع والخدمات عن غيرها المماثلة، وكذلك ضمانة لبيان مصدرها، وتعتبر وسيلة لجذب العملاء. كما يلاحظ أنّه لا يوجد فرق كبير في تعريف العلامة التجارية في اللغة والقانون والفقه.

المطلب الثاني: أنواع وأشكال العلامة التجارية

تصنف العلامة التجارية إلى أنواع وأشكال بناء على اعتبارات مختلفة، ومن خلال هذا المطلب سيتم التطرق إلى أنواع العلامة التجارية مع الإشارة إلى الأنواع التي نص عليها المشرع الجزائري، وكذلك الأمر بالنسبة إلى أشكال العلامة، وعليه سيتم تناول هذا الأمر من خلال نقطتين، نتناول في النقطة الأولى، أنواع العلامة التجارية(**الفرع الأول**)، وفي النقطة الثانية، أشكال العلامة التجارية(**الفرع الثاني**).

الفرع الأول: أنواع العلامة التجارية

سنتطرق إلى أنواع العلامة التجارية، مع بيان الأنواع التي تطرق إليها المشرع الجزائري وذلك كما يلي:

أولا: نوع العلامة التجارية حسب طبيعة النشاط

صنف المشرع الجزائري العلامة التجارية حسب طبيعة النشاط وذلك في الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات كما يلي:

1- علامة الصنع: وهي العلامة التي تستخدم من طرف المنتج أو الصانع، والتي من خلالها يميز بين سلعه ومنتجاته عن غيرها من السلع والمنتجات المماثلة لها[1].

2- علامة تجارية: يقصد بها العلامة التي يستخدمها التاجر على البضائع والسلع المصنوعة[2]، إذا هي العلامة التي يستخدمها التاجر لتمييز منتجاته التي يقوم ببيعها بعد شرائها بغض النظر عن مصدر الإنتاج فهي تشير إلى مصدر البيع.

3- علامة الخدمة:نص عليها المشرع الجزائري في المادة (03) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات واعتبرها إلزامية[3]، وهي السمة التي يستخدمها مقدّموا الخدمات لتمييز خدماتهم عن غيرها التي يقدموها[4]، ومثال ذلك الخدمات الفندقية...الخ.

ثانيا: نوع العلامة التجارية حسب أصحابها

تنقسم العلامة التجارية وفق هذا المعيار إلى علامتين فردية وجماعية، سيتم التطرق إلى كل منهما كما يلي:

---

[1]-AmorBouhnik, Créer et développer une marque en Algérie, Manuel de développement de la propriété intellectuelle, Algérie, P15.

[2]-صلاح زين الدين،**شرح التشريعات الصناعية والتجارية**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ط1،2007م،ص129.

[3]-حيث جاء في المادة أنّه:" تعتبر علامة السلعة أو الخدمة إلزامية لكل سلعة أو خدمة مقدمة، بيعت أو عرضت للبيع عبر أنحاء التراب الوطني". الأمر 06/03،المتعلق بالعلامات، المرجع السابق، ص23.

[4]-صلاح زين الدين، **العلامات التجارية وطنياً و دولياً**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2430هـ، 2009م،ص72، 73.

1- العلامة الفردية: هي العلامة التي يمتلكها شخص معين سواء كان شخصاً طبيعياً أو معنوياً، وقد تكون علامة تجارية أو علامة صناعية[1]، وهذا ما نصت عليه المادة (1/02) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات والتي جاء فيها:" ...التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره"[2]، والعلامة الفردية يمكن تحويلها أو التنازل عنها.

2- العلامات الجماعية:عرفها المشرع الجزائري في المادة (2/02) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات علي أنها علامة يثبت استعمالها بمصدرها أو إنتاجها أو كل ميزة مشتركة لسلع أو خدمات مؤسسات مختلفة، عندما تستعمل هذه المؤسسات العلامة تحت رقابة مالكها[3]، وهي العلامة التي تعود ملكيتها إلى أكثر من جهة كالعلامة المملوكة لمجموعة مؤسسات أو نقابات[4]، وهي العلامة التي لا يمكن تحويلها أو التنازل عنها.

ثالثا: نوع العلامة التجارية حسب الامتداد الجغرافي

تنقسم العلامة حسب الامتداد الجغرافي إلى:

1- العلامة المحلية: هي العلامة التي تم تسجيلها في بلدها وأصبحت معروفة فيه، سواء كانت هذه العلامة علامة تجارية أو علامة سلعة أو علامة خدمة، وسواء كانت ملك لشخص طبيعي أو معنوي[5]، ومن العلامات الوطنية في الجزائر على سبيل المثال ماء سعيدة.

2- العلامة المشهورة: لم يعرفها المشرع الجزائري وإنما اكتفى بالإشارة في المادة (8/07) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات إلى أن العلامة المشهورة تستثنى من التسجيل إذا استخدمت على سلع مماثلة ومشابهة لمؤسسة أخرى إلى درجة إحداث تضليل بينهما، وأشارت المادة (4/09) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات أنه لصاحب العلامة المشهورة في الجزائر الحق في منع الغير من استعمال علامته دون رضاه[6]، ولقد فرضت العلامة المشهورة نفسها بقوة على الاتفاقيات الدولية، والقوانين الوطنية من أجل حمايتها.

رابعا: العلامة التجارية من حيث طبيعتها و تركيبها

سيتم التطرق إلى هذين النوعين من العلامة التجارية كما يلي

1- من حيث طبيعتها: تنقسم العلامة التجارية من حيث طبيعتها إلى:

---

[1]- رمزي حوحو، كاهنة زواوي، "**التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري**"، مجلة المنتدى القانونية، صادرة عن كلية الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، ع5، مارس2008م، ص35.

[2]- الأمر06/03،المتعلق بالعلامات، المرجع السابق، ص23.

[3]-المرجع نفسه، ص23.

[4]-محمود أحمد عبد الحميد مبارك، **العلامات التجارية وطرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين**، مذكرة ماجستير فيالقانون الخاص غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2006م، ص11.

[5]-عادل علي مقدادي، "**الحماية القانونية للعلامة التجارية في القانون الأردني**"،تاريخ الإطلاع 2017/02/21 الساعة16:30. ينظر الرابط: winfowww.arabla،

[6]- ميلود سلامي، "**العلامة التجارية المشهورة في الجزائر**"، مجلة دفاتر السياسة والقانون، صادرة عن جامعة ورقلة، الجزائر، ع4، جانفي2011، ص165.

أ- العلامة الشفوية: هي العلامة التي تلفظ مثل اسم كلمة أو مجموعة من الحروف أو رقم أو عدد[1]، ومثال ذلك 7up.

ب-العلامة الشكلية: هي علامة متعددة ومتنوعة ومتى تم اتخاذها يحضر على الغير اتخاذ ذات الصور أو الرسوم لتمييز ذات السلع والخدمات التي خصصت لها[2]، أي أن العلامة تتكون من الرسوم والصور.

ت-العلامة اللامادية: هي علامة سمعية تتكون من الصوت أو تكون علامة شمية عن طريق الشم أو الذوق أو اللمس[3]، وهذه العلامة غير معترف بها في الجزائر.

2- من حيث تركيبها: تنقسم العلامة التجارية من حيث تركيبها إلى:

أ- العلامة البسيطة: قد تكون شفوية كالحروف والأرقام أو شكلية كالرسم[4]، ومن الأمثلة الدالة على ذلك أسد يزأر.

ب- العلامة المركبة: هي العلامة التي تتكون من عنصرين فأكثر من العناصر الشفوية أو العناصر الشكلية أو العناصر الشكلية والشفوية معاً[5].

الفرع الثاني: أشكال العلامة التجارية

باستقراء نص المادة (2/02)من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات نجد أنها تضمنت تعداداً لعناصر العلامة التجارية الأكثر شيوعاً.

أولا: العلامة الاسمية: هي كل كلمة أو لفظ يختارها التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة لتمييز سِلعه أو خدماته بحيث يكون قادراً على إثارة انتباه من يراه أو من يتردد على سمعه[6]، و يجب أن يكون الاسم شكله مميزاً، وتتمثل العلامة الاسمية في:

أ- المصطلحات المبتكرة: قد تكون ذات معنى وموجودة أصلاً مثل Apple وهي تعني تفاحة،وقد يكون بدون معنى مثل: Kodakلأجهزة التصويرية ومعداته[7]، لكن يجب أن تكون الأسماء غير مبهمة.

ب-الحروف والأرقام والمختصرات: يجوز أن تتخذ الحروف والأرقام والمختصرات كعلامة تجارية لتمييز منتجات أو خدمات، كما يمنع من التاجر والمنتجين استعمال هذه الأرقام في تمييز سلع مماثلة أو حروف مشابهة تثير

---

[1]- ميلود سلامي، **النظام القانوني للعلامات التجارية في التشريع الجزائري والاتفاقيات الدولية**، مذكرة دكتوراه في القانون الخاص غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2012/2011م، ص57.

[2]- راشدي سعيدة، **العلامة في القانون الجزائري الجديد**، مذكرة دكتوراه غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2014م، ص98.

[3]- آمنة صامت، **الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية (دراسة مقارنة)**، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ط1، 2011م، ص38.

[4]- عامر محمود الكسواني، **التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية**، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، ط1، 1435هـ، 2014م، ص109.

[5]- كريمة جعيجع، **أهمية العلامة التجارية في حماية المستهلك**، مذكرة ماستر في قانون الأعمال غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2013،2014م، ص16.

[6]- Albert Chavanne, Jean Jacques burst, droit de la propriété industrielle, Edition Cinqdalloz,_Paris, 1998, P 450.

[7]- عدنان غسان برانبو، **التنظيم القانوني للعلامات التجارية (دراسة مقارنة)**، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ط1،2012م، ص107،

الخلط وعليه قد تكون العلامة مكونة من أرقام أو حروف[1]، مثال عن الأرقام 555 للعطور وعن الحروف BMW للدلالة على نوع من السيارات.

ت–الأسماء العائلية والأسماء الجغرافية: فالأسماء العائلية يمكن إيداعها كعلامة تجارية بشرط أن تكون مميزة فقد يكون الاسم لصاحب العلامة التجارية أو الغير، وفي حالة وفاة الشخص يجب طلب الإذن من خلفه لأنه حق من الحقوق الشخصية[2]. أما الأسماء الجغرافية فيمكن أن تكون علامة تجارية بشرط أن يكون هذا الاسم ذو طابع مميز أي أن تبرز أسماء الأماكن في شكل خاص[3]، وهذا ما أخذ به المشرع الجزائري بشرط أن لا يشكل خلطاً مع تسميات المنشأ و بيانات المصدر.

ثانيا: العلامة التصويرية (الشكلية): وهي علامات ترميزية موجهة إلى البصر وتتمثل في ما يلي:

أ– العلامة الرمزية:وهي الرسوم المرئية المجسمة كصورة نجمة أو وجه إنسان أو غيرها[4]، كما يجب أن يتبع الاسم الرمز وهذا من أجل تجنب اللبس في حالة ما إذا استعمل شخص الرمز وآخر الاسم وحتى يكتسب الرمز صفة العلامة يجب أن يكون مميزا.

ب–الرسوم والصور: الرسوم هي عبارة عن تكوين فني من وحي الخيال توضع في إطار محدد لإظهار شكل ما، وهذا من أجل اتخاذ الرسوم الصفة المميزة للسلع والخدمات التي تستعمل فيها[5]، كما يجوز أن تتخذ صورة من الصور.

ثالثا: علامة الألوان والعلامة ثلاثية الأبعاد: يمكن أن تتخذ العلامة التجارية شكلها من الألوان أو العلامة ثلاثية الأبعاد.

أ– **تركيب وترتيب الألوان:**يقصد بترتيب الألوان جمع عدة ألوان أو خلطها مما يشكل مظهراً يميزها عن غيرها[6]، أما التركيب هو طريقة تنسيق الألوان بشكل يضفي عليها طابعاً مميزاً و يجوز احتكارها كعلامة، كما نجد المشرع الجزائري قد أجازها كعلامة تجارية.

ب– **العلامة ثلاثية الأبعاد:** هي العلامة التي تكون في شكل مجسم[7]، و هي من العلامات المستحدثة يمكن تسجيلها و حمايتها.

رابعا: العلامة الصوتية والشمية

تعتبر الشارات الصوتية والشمية في بعض الدول علامة تجارية.

---

[1]-محمود أحمد عبد الحميد مبارك، المرجع السابق، ص15.

[2]-عبد الله حسين الخشروم، المرجع السابق، ص157.

[3]- محمود أحمد عبد الحميد مبارك، المرجع السابق، ص15.

[4]-صلاح زين الدين، **شرح التشريعات الصناعية والتجارية**، المرجع السابق،ص121.

[5]-محمود أحمد عبد الحميد مبارك، المرجع السابق، ص16.

[6]-نعيم مغبغب، **الماركات التجارية والصناعية**، دن، دم، ط1،2005م، ص40.

[7]-المرجع نفسه، ص47.

أ- العلامة الصوتية : هي كل إشارة مكونة من لحن أو جمل موسيقية معينة تستخدم لتمييز بضائع أو سلع أو خدمات معينة[1].

ب- العلامة الشمية:هي العلامة التي يعبر عنها بكتابة بيانية أو رقمية بشكل يكون قابل للإدراك بالبصر و إلا تعذر تسجيلها بصفة قانونية[2].

أما المشرع الجزائري فلم يعترف بهاتين العلامتين؛ إلا أنها معترف بها في الدول المنظمة إلى المنظمة العالمية للتجارة.

المطلب الثالث: شروط تسجيل العلامة التجارية وآثاره

لكي تحظى العلامة التجارية بالحماية القانونية اللازمة نص الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات على نظام لتسجيلها، باعتباره إجراء يصب في مصلحة صاحب العلامة، وحتى يتم التسجيل بشكل صحيح نص المشرع الجزائري على ضرورة توافر شروط معينة، وعليه سيتم التطرق إلى هذا الأمر في نقطتين، نتناول في النقطة الأولى، شروط تسجيل العلامة التجارية في القانون الجزائري(**الفرع الأول**)، وفي النقطة الثانية، الآثار المترتبة عن تسجيل العلامة التجاريةفي القانون الجزائري(**الفرع الثاني**).

الفرع الأول: شروط تسجيل العلامة التجارية في القانون الجزائري

سيتم من خلال هذا الفرع تناول الشروط التي ينبغي توافرها حتى يكون التسجيل صحيحا وهذا كما يلي:

أولا: الشروط الموضوعية

تتعلق هذه الشروط بموضوع العلامة التجارية في حد ذاتها وتتمثل في:

1 . الصفة المتميزة: تعتبر الصفة المتميزة للعلامة التجارية أمراً أساسياً حتى تكون محلاً للحماية القانونية، وهذا ما يؤكده نص المادة (02) من الأمر06/03 فهي تشترط أن تكون تلك السمات قادرة على تمييز سلع وخدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع و خدمات غيره المماثلة لها[3]، وهذا من أجل حماية المستهلكين ومنعهم من الوقوع في اللبس. كما نجد المادة (7/ 2) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات قد استثنى من التسجيل الرموز الخاصة بالملك العام و الخالية من صفة التمييز والتي تمثل شكل شائع أو بيان متداول[4].

وعليه يمكن القول أن صفة التمييز هي التي تمنح العلامة التجارية طابع خاص بها، كما أنها تخرج من مجال الحماية إذا فقدت صفة التمييز.

---

[1]-عامر محمود الكسواني، المرجع السابق، ص103.

[2]-راشدي سعيدة، المرجع السابق، ص107.

[3]-الأمر06/03..،المتعلق بالعلامات، المرجع السابق، ص23.

[4]- وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق،ص43.

2 . الجدَّة: يقصد بها أنه لم يسبق استعمال ذات العلامة على السلع والخدمات المراد استخدام العلامة التجارية عليها داخل إقليم الدولة ككل[1]، وشرط الجدّة غير مطلق أي نسبي ومقيد وذلك من ثلاث نواحي وهي:

أ . من حيث نوع المنتجات: العلامة هنا تبقى ذاتها بالنسبة للمنتجات المتبادلة ولا تتأثر لاختلاف المنتجات والبضائع والخدمات[2].

ب . من حيث المكان: تعتبر العلامة التجارية جديدة إذا لم يسبق استعمالها داخل إقليم الدولة المسجلة بها[3]، وفي حالة استعمالها في منطقة أو جزء من الدولة فهذا يؤدي إلى فقد عنصر الجدّة فيها[4].

ج . من حيث الزمان:تعتبر العلامة التجارية جديدة إذا حصل استعمالها في السابق وتركت لفترة طويلة من الزمان أو انتهت مدة الحماية القانونية ولم يقم صاحبها بتجديدها[5]، ومن ثم يجوز استعمالها من طرف الغير.

3 . شرط المشروعية: يجب أن تكون هنا العلامة التجارية غير مخالفة للنظام العام والآداب العامة*، غير أن المشرع الجزائري وضع استثناءات على العلامات التي يتم إيداع طلب تسجيلها في المادة (6،5،4/07) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات وهي الرموز المخالفة للنظام العام والآداب العامة[6]، والرموز المحظورة الاستعمال والرموز المخالفة لنص قانوني آمر، والرموز التي تتضمن رمز من رموز الدولة، والرموز التي تؤدى إلى إيقاع المستهلك في اللبس[7]. ولقد نصت اتفاقية باريس لحماية الملكية الفكرية لعام 1883، في مادتها (06/ثالثا) على إلزام الدول المنظمة إليها بأن ترفض وتحضر العلامات إذا تضمنت دون تصريح شعارات أو إشارات أو دمغات رسمية لإحدى الدول، أو تضمنت العلامات شعارات وأعلام وإشارات ومختصرات بعض المنظمات الدولية[8].

---

[1]- صلاح زين الدين،**الملكية الصناعية والتجارية**، دار الثقافة للنشر والتوزيع،عمان،ط1، 2000م، ص279.

[2]- صلاح زين الدين، **شرح التشريعات الصناعية والتجارية**،المرجع السابق،ص140.

[3]- مصطفى كمال طه، **أصول القانون التجاري**، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، دط،2006، ص735.

[4]- وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص46.

[5]- المرجع نفسه، ص48.

[6] - أنطوان ناشف، **الإعلانات والعلامات التجارية بين القانون والاجتهاد(دراسة تحليلية شاملة)**، مراجعة: نوال ثلج المسعود، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، دط، 1999م، ص141.

[7]- مرسوم تنفيذي رقم 277/05، المؤرخ في26 جمادى الثانية 1426هـ،الموافق لـ 02أوت 2005، الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، ج رج، ع54، س42، الصادرة في 2 رجب 1426هـ، الموافق 07أوت 2005، ص13.

[8]- اتفاقية باريس لحماية الملكية الفكرية لعام1883م، المرجع السابق، ص8.

ثانيا: الشروط الشكلي

هناك إجراءات دقيقة في مجال إيداع وتسجيل ونشر العلامة، والتي تكون لدى الجهة المختصة، كما أنه لم يحدد الأشخاص الذين يحق لهم طلب تسجيل العلامة بل جعل الحق لكل شخص طبيعي أو معنوي[1]، وإجراءات التسجيل نص عليها المرسوم التنفيذي 277/05 الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها وهي إجراءات متبادلة.

1 . إيداع طلب التسجيل: هو أول مرحلة في تسجيل العلامة التجارية حيث يتم إيداع طلب التسجيل مباشرة لدى المصلحة المختصة، أو يرسل عن طريق البريد أو بأي طريقة أخرى تثبت الاستلام، وتسلم أو ترسل إلى المودع أو وكيله نسخة من طلب التسجيل تحمل تأشيرة المصلحة المختصة[2]، و تتضمن تاريخ وساعة الإيداع طبقاً للمادة (03) من المرسوم التنفيذي 277/05 الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، حيث يتضمن طلب التسجيل شروط تتمثل في تقديم الطلب في استمارة رسمية تتضمن اسم المودع وعنوانه كاملاً، بالإضافة إلى صورة العلامة على أن لا يتعدى مقاسها الإطار المحدد لهذا الغرض وإذا كان اللون عنصر مميزاً فعلى المودع أن يرفق الطلب بصورة ملونة للعلامة، ويجب كذلك تقديم قائمة واضحة وكاملة للسلع والخدمات مع تقديم وصل يثبت دفع رسوم الإيداع والنشر المستحقة وهذا ما نصت عليه المادة (04) من المرسوم التنفيذي 277/05 الذي يحدد كيفيات إبداع العلامات و تسجيلها[3].

2 . فحص الإيداع: تقوم الجهة المختصة بفحص الإيداع شكلاً ومضموناً[4]، فإذا كان الفحص إيجابي من الناحيتين يعد الإيداع مقبولاً[5].

أ . فحص الشكل: نصت عليه المادة (10) من المرسوم التنفيذي277/05 الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات و تسجيلها[6]، وإذا تبين أن الفحص الشكلي إيجابي تنتقل الجهة المختصة لفحص المضمون.

ب . فحص المضمون: وهو التأكد من أن العلامة المودعة مطابقة للقانون أم لا، وذلك بقيام المصلحة المختصة من التأكد من أن العلامة غير مستثناة[7]، وهذا ما جاء في نص المادة (12) من المرسوم التنفيذي 277/05 الذي يتعلق بالعلامات و تسجيلها[8].

---

[1]- عامر محمود الكسواني، المرجع السابق، ص60.

[2]- محمد حسين، المرجع السابق، ص203.

[3]- مرسوم تنفيذي رقم 277/05،الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، المرجع السابق، ص12.

[4]- أمينة صامت، **الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية**، المرجع السابق، ص99.

[5]- فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص235.

[6]- مرسوم تنفيذي 05رقم /277،الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، المرجع السابق، ص12.

[7]- وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص55،56.

[8]- مرسوم تنفيذي رقم 277/05،الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجسلها، المرجع السابق، ص 12،13.

أما بخصوص العلامات الدولية والتي تمتد حمايتها في الجزائر في إطار الاتفاقيات الدولية التي انضمت إليها الجزائر فهي تخضع للفحص التلقائي.

3 . **التسجيل**: وهو من بين الإجراءات ويقصد به القرار الذي يتخذه مدير الجهة المختصة قصد تقييد العلامة التجارية في سجل خاص تملكه هذه الجهة المختصة وحدها[1]، ويذكر فيه جميع الآليات والعمليات المتعلقة بالعلامة حتى يتمكن صاحبها من الاحتجاج بها في مواجهة الغير، ومن ثم يحصل المودع أو وكيله على شهادة التسجيل لكل علامة مسجلة[2]، وهذا التسجيل تحدد مدته بـ (10) سنوات، تحسب من تاريخ الإيداع بأثر رجعي حسب المادة (05) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات[3]، وهذا بهدف حماية المودع من التصرفات الغير سيء النية ولمعرفة من له الأسبقية في التسجيل في حالة وجود نزاعات حول ملكية العلامة.

4 – النشر: هي مرحلة تأتي بعد التسجيل يتكفل بها المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية[4]، و يقصد به عملية شهر إيداع عناصر الملكية الصناعية في النشرة الرسمية الإعلانات القانونية وتقع مصاريف النشر على عاتق المؤسسة أو صاحب عنصر الملكية الصناعية[5].

الفرع الثاني: الآثار المترتبة عن تسجيل العلامة التجارية في القانون الجزائري

يترتب على تسجيل العلامة التجارية أثار قانونية أهمها توفير الحماية للعلامة المسجلة دون سواها وهذا ما أشار إليه المشرع الجزائري، وكذلك بعض الحقوق المترتبة لمالك العلامة بمجرد تسجيلها،وسيتم تناولها من خلال هذا الفرع كما يلي:

أولا: احتكار استغلال العلامة التجارية

يعتبر من قام بتسجيل العلامة التجارية لدى المصلحة المختصة مالكا لها ملكا استئثاريا، حيث يمكنه استعمالها على السلع والخدمات التي يعنها لها طيلة فترة تسجيلها وقد حددها المشرع بعشرة سنوات تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ الإيداع، وقابلة للتجديد لفترات غير محددة المادة (5) من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، ويعتبر احتكار العلامة مؤقت إذ يمكن انقضاؤه بتوقف صاحب العلامة عن استغلالها توقفا غير مبرر، أو بعدم تجديد التسجيل[6]، لذا عليه الحرص على الاستعمال الجدي للعلامة وتجديد تسجيلها حتى يضمن لنفسه دوام استغلالها[7].

---

[1]- أمينة صامت، **الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية**، المرجع السابق، ص104.

[2]- عائشة شابي، مروة بن سديرة، **الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري**، مذكرة ماستر قانون أعمال غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة 08ماي 1945، قالمة ، الجزائر، 2013، 2014م، ص30.

[3]- الأمر06/03، المتعلق بالعلامات، المرجع السابق، ص23.

[4]- محمد حسين ، المرجع السابق، ص204.

[5]- وليد كحول، **المسؤولية القانونية عن جريمة التعدي على العلامات في التشريع الجزائري**، مذكرة دكتوراه قانون أعمال غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2015م، ص39.

[6]- للمزيد من المعلومات ينظر المواد 2/5-3 و 11 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

[7]- وليد كحول، المرجع السابق، ص46.

ثانيا: حق التصرف في العلامة التجارية

نصت المادة (1/14) من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات على أنّه:"بمعزل عن التحويل الكلي أو الجزئي للمؤسسة، يمكن نقل الحقوق المخولة عن طلب التسجيل أو تسجيل العلامة كليا أو جزئيا أو رهنها"[1].

وعليه يمكن التصرف في العلامة ونقل ملكيتها ببيعها كليا أو جزئيا، أي بجميع السلع والخدمات التي سجلت من أجلها أو جزء منها فقط[2]، ولانتقال الحق في العلامة اشترط المشرع الجزائري تحت طائلة البطلان، الكتابة وإمضاء الأطراف في عقود نقل الحق في العلامة المودعة أو المسجلة، بالإضافة إلى الشروط الشكلية والموضوعية التي يتطلبها القانون في كل عقد من تلك العقود وهذا طبقا لنص المادة (15) من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات[3]. إلى جانب ذلك نص المشرع الجزائري في المادة (14) من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات على إمكانية رهن العلامة مقرونة برهن المحل التجاري باعتبارها من عناصره المعنوية وإما استقلالا عنه، غير أنّه يجب تحت طائلة البطلان أن يكون عقد رهن العلامة مكتوبا وممضيا من قبل أطرافه المتعاقدة، وتسجل عملية الرهن في سجل العلامات لدى المصلحة المختصة المادة (15) من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات[4].

وأجازت المادة (16) من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات أن تكون الحقوق المرتبطة بالعلامة موضوع رخصة استغلال واحدة أو استثنارية لكل أو لجزء من السلع والخدمات التي تم إيداع أو تسجيل العلامة من أجلها. وعليه فإنّه يمكن لمالك العلامة أن يبرم عقد ترخيص يمنح من خلاله للغير حق استغلال العلامة في مقابل مالي على شكل إتاوات[5]، وقد يكون الترخيص حسب المادة(16) أعلاه أحاديا* أو استثناريا** أو غير استثناري***. وحتى ينتج عقد الترخيص أثره ينبغي تقييد الرخصة في سجل لدى المصلحة المختصة المادة (17) الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات[6].

---

[1]- الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

[2]- سمير جميل حسين الفتلاوي، المرجع السابق، ص307، 308.

[3]- وليد كحول، **المسؤولية القانونية عن جريمة التعدي على العلامات في التشريع الجزائري**، المرجع السابق، ص50.

[4]- الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق، 23، 24.

[5]- فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص48.

*- الترخيص الأحادي هو: الذي يستفيد منه مرخص له واحد فقط، فاستعمال العلامة يكون من حق المرخص والمرخص له فقط، ولا يستطيع أي منهما منح ترخيص آخر طيلة المدة المحددة في الترخيص الأحادي. وليد كحول، **المسؤولية القانونية عن جريمة التعدي على العلامات في التشريع الجزائري**، المرجع السابق، ص48.

**- الترخيص الاستثناري أو الحصري هو: أن يكون المرخص له محتكرا لحق استغلال العلامة محل الترخيص ويمكنه بذلك منح ترخيص لشخص آخر، ولا يمكن لمالك العلامة او المرخص أن يستعمل هذه العلامة ولا أن يمنح ترخيصا باستعمالها طيلة مدة الترخيص. المرجع نفسه، ص48.

***- الترخيص غير الاستثناري هو: وهو الترخيص الذي يمكن المرخص من منح ترخيص لشخص آخر. المرجع نفسه، ص48.

[6]- المرجع نفسه، ص48.

المبحث الثاني: الاعتداء على العلامة التجارية بالتقليد وآثاره

تتعرّض العلامة التجارية لأنواع شتى من الاعتداء من أبرزها التقليد، الذي يترتب عنه خسائر كبيرة وآثار سلبية سواء على العلامة ذاتها أو المؤسسة أو الاقتصاد الوطني والدولي أو المنافسة المشروعة، وبناء عليه سيتم التطرق إلى كل هذه الأمور من خلال ثلاث نقاط، نتناول في النقطة الأولى تعريف التقليد(**المطلب الأول**)، وفي النقطة الثانية صور تقليد العلامة التجارية (**المطلب الثاني**)، وفي النقطة الثالثة آثار تقليد العلامة التجارية (**المطلب الثالث**).

المطلب الأول: تعريف التقليد

سيتم في هذا المطلب بيان المراد بالتقليد وبصفة أخص المراد بتقليد العلامة التجارية من خلال نقطتين، نتناول في النقطة الأولى، تعريف اللغوي والقانوني للتقليد (**الفرع الأول**)، وفي النقطة الثانية، تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية(**الفرع الثاني**).

الفرع الأول: تعريف اللغوي والاصطلاحي للتقليد

قبل بيان المراد بجريمة تقليد العلامة التجارية سنتناول في البداية تعريف التقليد بصفة عامة من الناحية اللغوية والقانونية وهذا كما يلي:

أولا: تعريف التقليد لغة

أصل الكلمة هو الفعل الثلاثي قَلَدَ، بمعنى قَلَدَ الماء في الحوض و اللبن في السقاء و السمِن في النحي ويَقْلِدُه قَلْداً جعله فيه، و قد قَلدَه قَلِداً و تَقَلَّدها و منه التقليدُ في الدين و تقليدُ الوُلاةِ الأعمال[1]، وجاء في التعريفات للجرجاني أنّ التقليد هو إتباع الإنسان غيره فيما يقول ويفعل معتقدا للحقية فيه، من غير نظر وتأمل في الدليل، كأن هذا المتبع جعل قول الغير أو فعله قلادة في عنقه، وقيل أيضا بأنّ التقليد هو قبول قول الغير بلا حجة ولا دليل[2].

ثانيا التعريف الاصطلاحي للتقليد

عرف التقليد بأنّه:"كل فعل إيجابي ينصب على سلعة معينة أو خدمة، ويكون مخالفا للقواعد المقررة في التشريع، أو من أصول البضاعة متى كان من شأنه أن ينال من خواصها أو فائدتها، أو ثمنها بشرط عدم علم المتعامل الآخر به"[3]. وكذلك يمكن القول أنّ التقليد بمعناه الموسع هو تصنيع لمنتوج بالشكل الذي يجعله شبيها في ظاهره لمنتوج أصلي وذلك بنية خداع المستهلك[4].

الفرع الثاني: تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية

بعد التطرق إلى معنى التقليد بصفة عامة سيتم بيان المراد بجريمة تقليد العلامة التجارية كما يلي:

---

[1]- ابن منظور، المرجع السابق، مادة "قَلَدَ"، ج3، ص3299،3298.

[2]- الجرجاني، **معجم التعريفات**، تحقيق: محمد صديق المنشاوي، دار الفضيلة، القاهرة، دط، دت، ص58.

[3]- رؤوف عبيد صب، **جرائم التزييف والتزوير**، دار الفكر العربي، القاهرة، دط، 1978م، ص67.

[4]- بلهواري نسرين، **النظام القانوني للتدخل الجمركي لمكافحة التقليد**، مذكرة ماجستير في القانون غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2008، 2009م، ص7.

أولا: تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية في الفقه

عرف معوض عبد التواب جريمة تقليد العلامة التجارية بأنها:" ..المحاكاة التي تدعو إلى تضليل الجمهور والعبرة في استظهارها هي بأوجه الشبه بين العلامتين الأصلية و المقلدة دون أوجه الاختلاف"[1].

يمكن القول أن تعريف التقليد انصب على مصطلح المحاكاة –الذي يعني التشبيه أو التمثيل– بين الأصل والتقليد، وبالتالي التعريف اقتصر على تعريف تقليد العلامة التجارية بالتشبيه، كما أنّ المشرع الجزائري لم يأخذ بهذا المصطلح.

ويعرفها عبد الحميد الشواربي بقوله:" التقليد هو ذلك الاعتداء الذي يقع على العلامة التجارية، والعبرة فيه بأوجه الشبه لا بأوجه الاختلاف وأن المعيار في أوجه الشبه هو بما ينخدع به المستهلك المتوسط الحرص والانتباه"[2]. هذا التعريف يبدوا أشمل من سابقه إذ تطرق إلى صور التقليد المعروفة.

ثانيا: تعريف جريمة[3] تقليد العلامة التجارية في القانون

لم يتطرق المشرع الجزائري فيالأمر رقم 57/66،المؤرخ 19مارس 1966 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية الملغى بموجب الأمر 03-06.إلى تعريف التقليد بل اكتفى بذكر العقوبات المخصصة للتقليد، غير أنه تدارك ذلك في الأمر03-06 المتعلق بالعلامات، وأشار إلى تقليد العلامة في المادة (26)منه بأنّه:" تعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الإستئثارية لعلامة قام به الغير خرقاً لحقوق صاحب العلامة"[4]. والملاحظ أنّ المشرع الجزائري اعتبر تقليد العلامة بصفة عامة جنحة، كما أنّه لم يفرق بين الأفعال التي تعتبر اعتداء مباشر على العلامة والتي تعتبر اعتداء غير مباشر، ويلاحظ أنّ القانون الجزائري يفرض الحماية القانونية على العلامة المسجلة فقط المادة(27) من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

المطلب الثاني: صور تقليد العلامة التجارية

سيتم التطرق من خلال هذا المطلب إلى صور تقليد العلامة التجارية وهذا من خلال نقطتين، حيث نتناول في النقطة الأولى، تقليد العلامة التجارية بالنقل(**الفرع الأول**)، وفي النقطة الثانية، تقليد العلامة التجارية بالتشبيه(**الفرع الثاني**).

---

[1]-معوض عبد التواب،**الوسيط في شرح جرائم الغش والتدليس وتقليد العلامة التجارية من الناحيتين الجنائية والمدنية**، عالم الفكر والقانون للنشر والتوزيع، دم، ط6، 2001م، ص458.

[2]-عبد الحميد الشواربي، الجرائم **المالية والتجارية، جرائم التهريب الجمركي، الشركات، جرائم الضرائب، جرائم الكسب غير مشروع، جرائم البنوك والائتمان، جرائم الإفلاس، الشيك**، منشأة المعارف للنشر، الإسكندرية، دط، 1996م، ص618.

[3]-**جريمة لغة**: أصل الكلمة من الفعل الثلاثي جَرَمَ، جُرمَهُ يَجْرِمُه جَرَماً أي القطع، و أجْرَمَ ارتكب جُرَماً و اجْتَرَمَ أي الذنب ارتكبه. ابن منظور، المرجع السابق، مادة "جَرَمَ"، ج1، ص585. وكذلك: مجمع اللغة العربية، **المعجم الوجيز(المبسط)**، المرجع السابق، ص130.

[4]-الأمر 06/03، المتعلق بالعلامات، المرجع السابق، ص26.

الفرع الأول: تقليد العلامة التجارية بالنقل

تقليد العلامة بالنقل(La Contrefaçon par reproduction)هو نقل العلامة نقلاً مطابقاً أو نقل الأجزاء الرئيسية منها بحيث تكون العلامة المقلدة مطابقة للعلامة الأصلية[1]، حتى وإن لم يتم النقل كلياً لعناصر العلامة التجارية واقتصر على العناصر الأساسية والمهمة لتمييز العلامة فهنا نكون أمام جنحة تقليد العلامة بالنقل[2]، أما إذا وقع التقليد على عناصر غير مهمة فلا مجال للقول بوجود التقليد[3].

ومنه فجريمة تقليد العلامة التجارية بالنقل هي قليلة الانتشار في الأوساط التجارية.

الفرع الثاني: تقليد العلامة التجارية بالتشبيه

التقليد بالتشبيه (La Contrefaçon par imitation)هو اصطناع علامة مشابهة بصورة تقريبية للعلامة الأصلية من أجل خداع جمهور المستهلكين[4]، وهي من الجرائم الأكثر انتشاراً وتداولاً في الأوساط التجارية.

وبالرجوع إلى الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات نجد أنّه لم يفرق بين التقليد بالتشبيه والتقليد بالنقل ، فقد اعتبر كلا الصورتين جنحة تقليد لعلامة ما مسجلة كل فعل يقوم به الغير يسبب ضررا بالحقوق الاستئثارية لصاحب العلامة وهذا ما يفهم من نص المادة (26) من الأمر السابق ذكره.

المطلب الثالث: آثار تقليد العلامة التجارية

يترتب عن تقليد العلامة التجارية جملة من الآثار، سيتم تناولها في هذا المطلب من خلال ثلاث نقاط، حيث نتناول في النقطة الأولى، آثار تقليد العلامة التجارية على العلامة نفسها والمؤسسة(**الفرع الأول**)، وفي النقطة الثانية، آثار تقليد العلامة التجارية على المستهلك(**الفرع الثاني**)، وفي النقطة الثالثة، آثار تقليد العلامة التجارية على الاقتصاد والمنافسة المشروعة(**الفرع الثالث**).

الفرع الأول: آثار تقليد العلامة التجارية على العلامة نفسها والمؤسسة

يُؤثر التقليد على العلامة التجارية من خلال فقد الثقة فيها من طرف المستهلك أو المشتري، كما يمتد أثره إلى المؤسسة و ذلك بانخفاض رقم أعمالها وحصصها السوقية التي جاهدت على مر السنين لتكوينها[5].

الفرع الثاني: آثار تقليد العلامة التجارية على المستهلك

المستهلك هو أول ضحايا التقليد لأن المنتجات المقلدة تُشكل خطر على صحته وأمنه [6]، وهذا كله بسبب عجز المستهلك على إدراك السلع الأصلية من السلع المقلدة.

---

[1]- فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص260.

[2]-وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص145.

[3]-نعيم مغبغب، المرجع السابق، ص160.

[4]- معوض عبد التواب، المرجع السابق، ص347.

[5]-عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص70.

[6]-فروج محمد أمين، **التقليد ودور تكنولوجيا المعلومات في حماية القنوات التسويقية(دراسة تطبيقية لسوق مستحضرات التجميل والعطور)**، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2007، 2008م، ص15.

الفرع الثالث: آثار تقليد العلامة التجارية على الاقتصاد والمنافسة المشروعة

يُؤثر التقليد على الاقتصاد الوطني بحرمان الدولة من الحصول على العملة الأجنبية الصعبة وكذلك تعرض العمال للمخاطر[1]،وعلى المستوى الاقتصادي العالمي تؤدي عمليات التقليد إلى التأثير السلبي في اتجاه الشركات نحو الابتكار وإلى تراجع معدلات نموها، ومن ثمّ معدلات النمو على المستوى الكلي. إضافة إلى أنّ التقليد يؤدي إلى فقدان الحكومات الإيرادات الضريبية المختلفة التي تحصل عليها في مراحل عمليات إنتاج وبيع وتصدير المنتجات في مواطن إنتاجها الرسمية، ويصعب عمليا تقدير تكلفة تقليد العلامات التجارية أو تحديد حجم الخسائر الناجمة عن قرصنة حقوق الملكية الفكرية على المستوى العالمي، بسبب أنّ أنشطة التقليد غالبا ما تتم في الخفاء والسلع المقلدة غالبا ما يتم تهريبها عبر الحدود، للتهرب من المواصفات والمقاييس التي يجب استيفاؤها في المنتجات المماثلة، وبالتالي لا تسجل ضمن بيانات التجارة الخارجية الرسمية للدول، وفي الغالب تتم عمليات التجارة في هذه السلع من خلال التهريب لتفادي الجمارك، وتعتبر الصين أكبر مقلد للعلامات التجارية في العالم، فقد أشار مركز التجارة الدولي في دراسة له إلى أن انتهاك الصين لحقوق الملكية الأمريكية كلف الاقتصاد الأمريكي في عام 2009م فقط نحو مليون وظيفة وخسارة نحو 48.2 مليار دولار في صورة نقص في المبيعات من السلع المقلدة وخسائر حقول الملكية ورسوم التراخيص، وفي دراسة حديثة للجنة حقوق الملكية الفكرية الأمريكية قدرت هذه الخسائر بنحو 320 مليار دولار سنويا، فالخسائر ضخمة تلحق بالاقتصاديات التي تشكل فيه حقوق الملكية دورا مهما[2].

أما فيما يخص آثارها على المنافسة المشروعة فإنّ التقليد يؤدي إلى عرقلة حرية المنافس أو الحد منها أو الإخلال بها خاصة ما تعلق منها باقتسام الأسواق أو مصادر التموين أو عرقلة تحديد الأسعار بارتفاعها أو انخفاضها[3]، ومنه فالتقليد يفتح باب المنافسة غير مشروعة من خلال تأثيره على الإبداع الفكري وتعطيل الإنتاج الذهني.

---

[1]-عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص71.

[2]-محمد إبراهيم السقا، "**اقتصاديات تقليد العلامات التجارية**"، تاريخ الإطلاع 2017/03/31م الساعة: 15:30ينظر الرابط:
http://www.aleqt.com/2014/04/18/article_842101.html

[3]-ميلود سلامي، **دعوى المنافسة غير المشروعة**، دفاتر السياسة والقانون، كلية الحقوق، جامعة باتنة، الجزائر، ع6، جانفي2006م، ص179.

المبحث الثالث: أركان جريمة تقليد العلامة التجارية

حتى نكون بصدد جريمة يتطلب القانون توافر أركان معينة لها، بحيث أنه إذا اكتملت هذه الأركان أصبحنا بصدد جريمة تامة، أما إذا انتفي أحد الأركان فلا تقوم الجريمة من الناحية القانونية وبما أننا بصدد دراسة وتحليل جريمة تقليد العلامة التجارية، فسوف يتم دراسة أركانها من خلال ثلاث نقاط، نتناول في النقطة الأولى الركن الشرعي في جريمة تقليد العلامة التجارية(**المطلب الأول**)، وفي النقطة الثانية، الركن المادي في جريمة تقليد العلامة التجارية (**المطلب الثاني**)، وفي النقطة الثالثة، الركن المعنوي في جريمة تقليد العلامة التجارية(**المطلب الثالث**).

المطلب الأول: الركن الشرعي في جريمة تقليد العلامة التجارية

الركن الشرعي في جريمة تقليد العلامة التجارية يستمد مشروعيته من قانون العقوبات الجزائري والأمر06/03 المتعلق بالعلامة التجارية والاتفاقيات الدولية التي صادقت عليها الجزائر، وبناء عليه سنتطرق إلى الركن الشرعي لجريمة تقليد العلامة التجارية من خلال ثلاث نقاط، نتناول في النقطة الأولى، الأساس القانوني لتجريم تقليد العلامة التجارية في قانون العقوبات الجزائري(**الفرع الأول**)، وفي النقطة الثانية، الأساس القانوني لتجريم تقليد العلامة التجارية في قانون العلامة التجارية الجزائري(**الفرع الثاني**)، وفي النقطة الثالثة، الأساس القانوني لتجريم تقليد العلامة التجارية في الاتفاقيات(**الفرع الثالث**).

الفرع الأول: الأساس القانوني لجنحة تقليد العلامة التجارية في قانون العقوبات الجزائري

نصت المادة(429)ق.ع.ج أنّه:"يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 20.000 إلى 100.000دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط، كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد:

- سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب، أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع.
- سواء في نوعها أو مصدرها.
- سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها.

وفي جميع الحالات فإنّ على مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي حصل عليها بدون حق"[1].

الملاحظ أنّ خداع المتعاقد بواسطة تغيير يلحق بالسلعة في مواصفاتها الجوهرية قد يكون جريمة تقليد العلامة التجارية، أو جريمة عدم مطابقة السلعة للمواصفات المقررة، أو إخفاء البضاعة تحت مظهر خادع من شأنه غش المشتري[2]. أي أنّ المشرع الجزائري استخدم مصطلحات عامة.

---

[1]- قانون رقم 06-23 مؤرخ في 29 ذي القعدة عام 1427هـ، الموافق 20 ديسمبر 2006م، يعدل ويتم الأمر رقم 66- 156 المؤرخ في 18 صفر عام 1386هـ، الموافق 8 يونيو 1966م، المتضمن قانون العقوبات. ج.رج، ع84، س43، 4 ذو الحجة 1385هـ، الموافق 24 ديسمبر2006م.

[2]- وليد كحول، "**جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري**"، **مجلة المفكر**، صادرة عن كلية الحقوق والعلوم السياسية، محمد خيضر بسكرة، الجزائر، ع11، دت،ص485. ينظر الرابط:

http://fdsp.univ-biskra.dz/images/revues/mf/r11/kahoule.pdf

ونص المشرع الجزائري في المادة (394)مكرر ق.ع.ج أنّه:"يعاقب بالحبس من ثلاثة (3) أشهر إلى سنة (1) وبغرامة من 50.000دج إلى 200.000دج كل من يدخل أو يبقى عن طريق الغش في كل أو جزء من منظومة للمعالجة الآلية للمعطيات أو يحاول ذلك.

تضاعف العقوبة إذا ترتب عن ذلك حذف أو تغيير لمعطيات المنظومة"[1].

يمكن من خلال المادة أعلاه إدراج جنحة تقليد العلامة التجارية عبر الإنترنت ضمن جرائم المعالجة الآلية للمعطيات، متى قام الفاعل بالتغيير في العلامة سواء بزيادة حرف أو إنقاصه أو استبداله، أو حتى إن كان التغيير يمس ميزة للعلامة الأصلية كاللون مثلا[2]. مع ذلك فإنّ الأمر يحتاج إلى وجود نص صريح يتناول جريمة تقليد العلامة التجارية عبر الانترنت.

الفرع الثاني: الأساس القانوني لجنحة تقليد العلامة التجارية في الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات

جرم تقليد العلامة التجارية في المادة (26) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات والتي جاء فيها أنّه:"..يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الإستئثارية لعلامة قام به الغير خرقاً لحقوق صاحب العلامة يعد التقليد جريمة يعاقب عليها بالعقوبات المحددة في المواد27 إلى 33 أدناه"[3].الملاحظ من هذا النص القانوني أن المشرع الجزائري جرم تقليد العلامة التجارية المسجلة فقط واعتبرها جنحة.

الفرع الثالث: الأساس القانوني لتجريم تقليد العلامة التجارية في الاتفاقيات

نصت اتفاقية باريس بشأن حماية الملكية الصناعية لعام 1883، على بعض التدابير لمواجهة التعديات على العلامات التجارية و تقليدها في المادتين (06/ثانيا) و(09) من الاتفاقية[4]، تاركتاً أمر أمور التجريم والعقاب لكل دولة من دول الاتحاد عن طريق تشريعاتها الداخلية، واكتفتفقط بإبرام تعهد بين جميع دول الاتحاد برفض تسجيل العلامة التجارية وحظر الانتفاع بها إذا كانت تشكل صورة مستنسخة أو تقليداً من شأنه خلق التباس مع علامة تجارية أخرى[5].

كذلك نصت اتفاقية مدريد بشأن قمع بيانات مصدر السلع الزائفة أو المضللة لعام 1891م، في المادة (01) على مايلي:"كل السلع والبضائع التي تحمل بياناً زائفاً وكاذباً عن مصدرها يذكر فيه مباشرة أو غير مباشرة

---

[1]- قانون رقم06/ 23 ..المتضمن قانون العقوبات الجزائري، المرجع السابق.

[2]- سارة بن صالح، "**جريمة تقليد العلامة التجارية**"، **مجلة دفاتر السياسة والقانون**، ع15، جوان 2016م، ص391. ينظر الرابط:
https://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/bitstream/123456789/11397/1/D1527.pdf

[3]-الأمر06/03، المتعلق بالعلامات، المرجع السابق، ص26.

[4]-اتفاقية باريسلحماية الملكية الصناعية، المرجع السابق.

[5]-وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص105.

أحد البلدان المتحدة أو مكان واقع في أحدها هو المكان أو البلد الأصلي لها يجب حجزها عند الاستيراد ضبطها في كل بلد من البلدان المذكورة أو حظر استيرادها أو اتخاذ التدابير أو العقوبات الأخرى في هذا الشأن"[1].

والملاحظ من نص المادة أنها تحظر استيراد كل بيانات الدعاية التي قد تخدع الجمهور فيما يخص مصدر السلع عند بيعها أو عرضها للبيع.

إضافة إلى أنّ اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس) لعام 1994م (لم تصادق عليها الجزائر)، عالجت إنفاذ حقوق الملكية الفكرية في الجزء الثالث منها في المواد من (41) إلى (61)، إذ تناولت وسائل جديدة لصيانة هذه الحقوق من التعدي وحمايتها من الغش والتقليد ومنها العلامات، وتضمنت هذه المواد الالتزامات العامة المادة(41)، الإجراءات والجزاءات المدنية والإدارية في المواد من (42) إلى (49)، التدابير الوقائية المادة (50)، التدابير الحدودية المواد من (51) إلى (61)، والإجراءات الجنائية في المادة(61)[2].من خلال نصوص هذه الاتفاقية نجدها نصت على توفير الحماية للعلامة التجارية من جريمة تقليدها.

المطلب الثاني: الركن المادي في جريمة تقليد العلامة التجارية

لكل جريمة مادياتها والتي تتمثل في المظهر الخارجي الذي يكشف عن ارتكابها، فقانون العقوبات لا يعاقب على الأفكار رغم قباحتها، ولا على النوايا رغم سوئها، ما لم تظهر إلى العالم الخارجي بفعل أو عمل[3]. ويتكون الركن المادي في جريمة تقليد العلامة التجارية من ثلاث عناصر وهذا ما سيتم التطرق إليه من خلال ثلاث نقاط، نتناول في النقطة الأولى، السلوك الإجرامي(**الفرع الأول**)، وفي النقطة الثانية، النتيجة الإجرامية(**الفرعالثاني**)، وفي النقطة الثالثة، العلاقة السببية (**الفرع الثالث**).

الفرع الأول: السلوك الإجرامي

السلوك الإجرامي هو الفعل أو المظهر الخارجي للجريمة و قد يكون السلوك الإجرامي إيجابي يتمثل في الإقدام على الفعل ينهي القانون على ارتكابه، وقد يكون السلوك الإجرامي سلبي يتمثل في الامتناع عن فعل بأمر القانون بإقدام عليه[4]. وجريمة تقليد العلامة التجارية تتطلب سلوكاً إجرامياً إيجابياً[5]، يتمثل في فعل التقليد عن طريق إضافة أو إنقاص عنصر من عناصر العلامة الأصلية وهي تعني التغير الذي يحدثه كأثر للسلوك الإجرامي الذي قام به الجاني[6]. وتتفق التشريعات الوطنية والاتفاقيات الدولية المتعلقة بحماية العلامة على عدم اشتراط وجود تطابق تام بين

---

[1]–اتفاق مدريد، المتعلقة بقمع مصدر السلع الزائفة أو المضللة، الموقعة في 14أفريل1891، أعيد النظر فيها في لشبونة، بتاريخ31أكتوبر1958، تم بوثيقة أستوكهولم بتاريخ14جويلية1967، وهي منشورة على موقع المنظمة العالمية للملكية الفكرية www.wipo.int .

[2]–اتفاقية تريبس المتعلقة بالجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية، المرجع السابق.

[3]–أمين مصطفى محمد، **قانون العقوبات القسم العام (نظرية الجريمة)**، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ط1، 2010م، ص223.

[4]– المرجع نفسه، ص225.

[5]– وليد كحول، "**جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري**"، المرجع السابق، ص486.

[6]–وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص133.

العلامتين الأصلية والمقلدة، بل يكفي لقيام جريمة تقليد العلامة التجارية وجود غش للمستهلك وتضليله، نتيجة وجود تشابه بين العلامتين، فإذا انتفى التشابه انتفت حالة الغش والتضليل وبالتالي انتفت جريمة تقليد العلامة[1].

الفرع الثاني: النتيجة الإجرامية

النتيجة في جريمة تقليد العلامة التجارية لديها مدلولين مادي وقانوني، فالمدلول المادي يتجسد في الأثر الطبيعي لجريمة تقليد العلامة التجارية وهو وقوع المستهلك في خلط يؤدي به إلى شراء منتوج غير حقيقي، أما المدلول القانوني في جريمة تقليد العلامة التجارية يتمثل في الحق المراد حمايته وهو حق ملكية العلامة في إطار المنافسة المشروعة[2].

وعليه يمكن القول أن النتيجة الإجرامية هي ما توصل إليه الجاني بعد قيامه بسلوك إجرامي.

الفرع الثالث: العلاقة السببية

إن العلاقة السببية بين السلوك الإجرامي والنتيجة الإجرامية في جريمة تقليد العلامة التجارية لا تشكل أي إشكال لأنها تعود إلى السلطة التقديرية لقاضي الموضوع، حيث يقوم بتقدير التقليد بالمقارنة بين أوجه التشبيه المتواجدة بين العلامة الأصلية والعلامة المقلدة والتي من شأنها توقيع المستهلك في اللبس والغموض بين العلامتين[3].

ويستنتج من كل ما سبق أن القاضي يقوم بإسناد الجريمة إلى فاعلها بشرط قيام الرابطة السببية مباشرة بين الفعل والجريمة لإسناد الفعل إلى الجاني.

المطلب الثالث:الركن المعنوي في جريمة تقليد العلامة التجارية

يتمثل الركن المعنوي في القصد الجنائي الواجب توفره في الجرائم بشكل عام وهو يختلف من جريمة إلى أخرى، وقداكتفى المشرع الجزائري بالنص في الجرائم على العمد[4]، و منه يستخلص القصد الجنائي من الأصول النفسية المرتبطة بماديات الجريمة و نفسية فاعلها[5]. سيتم التطرق إلى الركن المعنوي من خلال نقطتين نتناول في النقطة الأولى القصد الجنائي العام (**الفرع الأول**)، وفي النقطة الثانية القصد الجنائي الخاص (**الفرع الثاني**).

الفرع الأول: القصد الجنائي العام

إن جريمة تقليد العلامة التجارية تتطلب توافر القصد الجنائي العام، لأن التقليد يعتبر جريمة عمدية والقصد الجنائي يتحقق بالعلم والإرادة لدى الفاعل.

---

[1]- وليد كحول، "**جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري**"، المرجع السابق، ص486.

[2]- وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص133

[3]- وليد كحول، **جريمة تقليد العلامة التجارية في التشريع الجزائري**، المرجع السابق، ص487.

[4]- وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص218.

[5]- عبد اللطيف مجناح، **الحمابة القانونية للعلامة التجارية ودورها في حماية المستهلك**، مذكرة ماستر قانون أعمال غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2015، 2016م، ص110.

فالعلم هو أن يحيط الجاني علماً بجميع العناصر القانونية للجريمة، وهو العلم بأن العلامة المراد تقليدها في ملك للغير و محمية قانوناً من خلال تسجيلها، أما الإرادة هي نشاط نفسي يتجه إلى تحقيق غرض غير مشروع وهو إحداث الخلط واللبس في ذهن المستهلك لاقتناء سلعة أو الإقبال على خدمة تحمل علامة مقلدة[1].

وينتفي العلم في جريمة تقليد العلامة التجارية بسبب الجهل والغلط وتنتفي الإرادة الحرة بسبب وجود مانع من موانع المسؤولية الجزائية كحالة الصبي دون سن التمييز أو المجنون[2]، ومنه فجريمة تقليد العلامة التجارية تحتاج إلى سن البلوغ و تحتاج أيضاً إلى الذكاء، كما أن القصد الجنائي العام لا يكفي مما يستدعي الأمر إلى إضافة قصد جنائي خاص.

الفرع الثاني: القصد الجنائي الخاص

إن القصد الجنائي الخاص في جريمة تقليد العلامة التجارية هو كذلك ينطوي على العلم و الإرادة، إلا أنهما لا ينصرفان إلى أركان الجريمة و إنما إلى وقائع أخرى لا تدخل ضمن عناصر الجريمة، فهو الباعث أو الغاية التي يقصدها الجاني من ارتكاب الجريمة لتحقيق نتيجة معينة، فضلا عن إرادته الواعية لمخالفة القانون الجزائي[3].

وعليه فإن القصد الجنائي الخاص لجريمة تقليد العلامة التجارية يتمثل في التقليد مع وجود نية إيهام المستهلكين على أنها العلامة الأصلية[4].

نخلص للقول أن فعل التقليد يستبعد منه عنصر حسن النية فلا يمكن تصور أن يكون الجاني حسن النية عند قيامه بتقليد العلامة التجارية.

---

[1]- وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص220، 225.

[2]- حليمة بن دريس، **جريمة تقليد العلامة التجارية**، مذكرة ماجستير قانون خاص غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2008/2007م، ص22.

[3]- وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق،ص 226، 227.

[4]- حليمة بن دريس، المرجع السابق، ص22.

ملخص الفصل الأول:

المشرع الجزائري منح التاجر والصانع ومقدم الخدمة الحرية في اختيار الرمز الذي يتخذه كالعلامة بشرط أن يكون قابلا للتمثيل الخطي ولديه صفة التميز بين السلع والخدمات المتشابهة، كما تتنوع العلامات التجارية بتنوع النشاط التجاري إلى علامة الصنع، السلع والخدمة، وحسب صاحب العلامة إلى فردية وجماعية، وتتنوع حسب الامتداد الجغرافي إلى علامة محلية وعلامة مشهورة، ومن حيث الطبيعة والتركيب تنقسم إلى شفوية وشكلية واللامادية وبسيطة ومركبة.

ويمكن أن تتخذ العلامة العديد من الأشكال كالأسماء والأحرف والأرقام والرسومات والصور أو خليط منها، إلا أنه يشترط في الشكل أن يكون قد تم إدراكه بالبصر أو على الأقل تمثيلها خطيا حتى يكون لها القدرة على تمييز المنتجات والخدمات، وحتى تكون هذه العلامة قانونية يجب أن تكون مستوفية للشروط الموضوعية من صفة مميزة وجدّة ومشروعية، وشروط شكلية متمثلة في إيداع الطلب وفحصه وتسجيله ونشره،ويترتب على هذه الشروط آثار قانونية تتمثل في احتكار استغلال العلامة والتصرف فيها.

وما يلاحظ على هذه العلامة أنها معرضة للاعتداء من طرف الغير وذلك بتقليدها عن طريق نقل العناصر الأساسية والجوهرية للعلامة الأصلية ووضعها على العلامة المقلدة، حيث يتخذ التقليد صورتين النقل والتشبيه،كما يعتبر ظاهرة خطيرة نتيجة لما يرتبه من آثار سلبية على العلامة الأصلية والمؤسسة وصحة المستهلك وأثره على الاقتصاد والمنافسة المشروعة، وحتى نكون أمام جريمة تقليد العلامة التجارية يجب أن تكون الجريمة كاملة من حيث الأركان الثلاثة.

الفصل الثاني:

جهود مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية في القانون الجزائري

المبحث الأول: الحماية الجزائية والمدنية للعلامة التجارية من جريمة التقليد

المبحث الثاني: جهود الاتفاقيات الدولية في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

المبحث الثالث: الآليات الإدارية المتخصصة في مجال مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

تمهيد:

سعي الجزائر إلى تحقيق نمو اقتصادي وثقافي يسمح لها بالاندماج في الاقتصاد الدولي المعاصر، دفعها إلى وضع آليات من شأنها حماية الملكية الفكرية بما فيها حماية العلامة التجارية من كل ما يمكن أن يؤدي إلى المساس بها بما في ذلك تقليدها، حيث نجدها على الصعيد التشريعي سنّت نصوصا قانونية كفيلة بمتابعة كل من يقلد العلامة التجارية، كما أنّها صادقت على الاتفاقيات التي تحمي العلامة التجارية، وهذا في إطار التعاون الدولي الذي فرضته المتغيرات التكنولوجية، أما على الصعيد الميداني فنجدها أنشأت أجهزة تتكفل بحماية العلامة التجارية من جريمة التقليد، كما أنّها انضمت إلى أجهزة ذات صبغة دولية تتكفل بمكافحة الجرائم بما فيها جريمة تقليد العلامة التجارية، وعليه سيتم تناول كل هذه المسائل من خلال تقسيم هذا الفصل كما يلي:

المبحث الأول: الحماية الجزائية والمدنية للعلامة التجارية من جريمة التقليد في التشريع الجزائري

المبحث الثاني: جهود الاتفاقيات الدولية في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

المبحث الثالث: الآليات الإدارية المتخصصة في مجال مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

المبحث الأول: الحماية الجزائية والمدنية للعلامة التجارية من جريمة التقليد في التشريع الجزائري

تتمتع العلامة التجارية بحماية قانونية مزدوجة تختلف حمايتها عند تقليدها بحسب ما إذا كانت هذه العلامة مودعة أم غير مودعة، وهذا ما سنحاول بيانه من خلال نقطتين نتناول في النقطة الأولى، الحماية الجزائية للعلامة التجارية من جريمة التقليد (**المطلب الأول**). وفي النقطة الثانية، الحماية المدنية للعلامة التجارية من جريمة التقليد(**المطلب الثاني**).

المطلب الأول: الحماية الجزائية للعلامة التجارية من جريمة التقليد

إن التعدي على العلامة التجارية المسجلة يعطي صاحب الشأن الحق في رفع دعوى جزائية، تتمثل في دعوى التقليد يطالب فيها بعقاب المعتدي جزائياً، وعليه سيتم التطرق إلى ذلك من خلال نقطتين، حيث نتناول المتابعة الجزائية في(**الفرع الأول**) والعقوبات المقررة لجريمة تقليد العلامة التجارية في (**الفرع الثاني**).

الفرع الأول: المتابعة الجزائية

سيتم التطرق من خلال هذا الفرع إلى أساس المتابعة الجزائية ومن لهم الحق في المتابعة ومن هم الأشخاص المتابعون وهذا كما يلي:

أولا: أساس المتابعة الجزائية

تتم المتابعة في جريمة تقليد العلامة التجارية بناء على نص المادة(429)ق.ع.ج، وكذلك المادة (32) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، حيث كيّفت جريمة التقليد جنحة، ولكي تتم المتابعة الجزائية لابد من تتحقق جملة من الشروط هي:

1-أن تكون العلامة مسجلة: ويقصد بذلك أن يكون صاحب العلامة قد قام بكافة الإجراءات القانونية اللازمة لتسجيل علامته لدى الجهة المختصة، فالتسجيل شرط أساسي لتمتع العلامة بالحماية الجزائية دون أن يتم استعمالها على السلع أو الخدمات[1].ولا يكتسب التسجيل الحجية في مواجهة الغير إلا من تاريخ النشر، ومنه فإن الأفعال التي تسبق التسجيل والنشر لا تعد اعتداء على تلك العلامة حسب المادة (27) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات[2].

2- الحماية الجزائية للعلامة تقتصر على السلع أو الخدمات المعينة لها: يجب على طالب تسجيل العلامة أن يحدد نوع السلع والخدمات التي يرغب في تسجيلها[3]، وهذا ما نستشفه من نص المادة (09) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات والتي تنص على أنه:" يخول تسجيل العلامة لصاحبها حق ملكيتها على السلع والخدمات التي يعينها لها"[4].الملاحظ من نص المادة أن الحماية الجزائية للعلامة التجارية لا تمتد على جميع أنواع السلع والخدمات الأخرى التي لم يعينها لها.

3- الحماية الجزائية للعلامة مقيدة من حيث الزمان والمكان: تتمتع العلامة التجارية بالحماية الجزائية من حيث الزمان لمدة (10 سنوات) قابلة للتجديد لفترات متتالية، تسري بأثر رجعي من تاريخ الإيداع وهذا حسب نص المادة (05) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات[5]، أما من حيث المكان فتقتصر على إقليم الدولة التي سجلت فيها العلامة مع عدم الإخلال بالاتفاقيات التي انضمت إليها الجزائر وهذا ما يستشف من نص المادة (13) من المرسوم التنفيذي 277/05) الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها[6].ويمكن القول أن الحماية الجزائية للعلامة المقيدة من حيث الزمان وذلك بفترة التسجيل والتجديد، ومقيدة من حيث المكان وذلك حسب الحدود الجغرافية للبلد المسجلة فيه.

ثانيا: أصحاب الحق في رفع الدعوة العمومية

وفي هذا الصدد نجد ثلاث أطراف يباشرون دعوى التقليد وهم:

1- **مالك العلامة:**هو الشخص الذي قام بتسجيل العلامة أولاً ويعتبر ضحية، ويحق له رفع دعوى عمومية وهذا ما يستشف من نص المادة(28) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، بقولها أنه يحق لصاحب تسجيل العلامة رفع دعوى قضائية ضد كل شخص ارتكب أو يرتكب تقليداً للعلامة المسجلة[7].

---

[1]- صلاح زين الدين، **الملكية الصناعية والتجارية**، المرجع السابق، ص396.

[2]- الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق.

[3]- عبد الله حسين الخشروم، المرجع السابق، ص201.

[4]- الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق، ص24.

[5]- المرجع نفسه، ص23.

[6]- المرسوم التنفيذي 277/05 الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، المرجع السابق، ص13.

[7]- الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق، ص26.

2- المرخص له باستعمال العلامة: هو كل شخص استفاد من رخصة استغلال علامة مملوكة للمرخص، وهذه الرخصة بواسطتها يمنح صاحب العلامة للغير الحق في استغلال علامته كلياً أو جزئياً بصورة استثنارية أو لا وذلك بمقابل يكون في شكل إتاوات[1]، وهو حق شخصي.

3- النيابة العامة: هي المخول لها بتحريك الدعوى العمومية ورفعها ومباشرتها أمام القضاء نتيجة لجريمة ترتكب قد ينشأ عنها ضرر عام، وللنيابة العامة سلطة الملاءمة في مباشرة الدعوى أولا إثر تلقيها محاضر الضبطية القضائية التي تعاين الجرائم أو شكاوي أصحابها[2].

ثالثا: الأشخاص المتابعون جزائياً

ترفع دعوى التقليد ضد مرتكب جريمة تقليد بحيث يكون فعل هذا الأخير تاماً، ذلك أن المحاولة أو الشروع لم ينص عليها القانون الخاص بالعلامات صراحة، والأشخاص المتابعون هم المقلد (الفاعل الأصلي) والشريك.

1- **المقلد:** هو الفاعل الأصلي لجريمة تقليد العلامة التجارية وذلك بقيامه باستنساخ العلامة التجارية استنساخاً كلياً أو جزئياً للعناصر الأساسية المكونة لها[3]، ولا يمكن رفع دعوى التقليد على الفاعل الأصلي لوحده إذ كان له شريك أو عدة شركاء.

2- الشريك: لم يتطرق قانون العلامات03 /06 إلى النص على الشريك، تاركاً الأمر إلى القواعد العامة للاشتراك (قانون العقوبات الجزائري)، ويعتبر شريكاً في جريمة التقليد عند اتفاق عدة أشخاص على القيام بفعل واحد، حيث يساهم كل واحد منهم بدور في تنفيذها، ويشترط كذلك الرابطة المادية للجريمة لأن مجموع عمل هؤلاء الأشخاص يؤدي إلى تحقيق واقعة إجرامية واحدة[4]، ومنه فإن الشريك يشترط فيه العلم بأن العلامة المقلدة أو العلامة المراد تقليدها مسجلة.

وبالرجوع إلى المادة (42) ق.ع.ج نجدها اعتبرت الشريك كل شخص ساعد أو عاون الفاعل الأصلي على ارتكاب الأفعال، والمادة(43) ق.ع.ج اعتبرت الشخص الذي يقدم مسكنه أو ملجئه لاجتماع الأشرار الذين يمارسون الجرائم يأخذ حكم الشريك، والمادة (44)ق.ع.ج جاء فيها أنّ الشريك له نفس العقوبة المقررة للجاني أي الفاعل الأصلي[5].

---

[1]- فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص252.

[2]- وهيبة لعوامر بن أحمد، المرجع السابق، ص252.

[3]-المرجع نفسه، ص269.

[4]-عبد الله سليمان، **شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم العام (الجريمة)**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، 1998م، ج1، ص156، 157.

[5]- ينظر الأمر رقم: 66-156 المؤرخ في 18 صفر 1386هـ الموافق 8 يونيو سنة 1966م يتضمن قانون العقوبات.ج ر ج،ع49، س3، السبت 21 صفر 1386هـ، الموافق 11 يونيو 1966م.

رابعا: المحكمة المختصة بنظر الدعوى

نصت المادة (329) ق.إ ج.ج على أنّ المحكمة المختصة بنظر الجنحة هي المحكمة محل الجريمة، او محل اقامة أحد المتهمين، أو شركائهم، أو محل القبض عليهم وإن كان هذا القبض قد تم لسبب آخر.

وبالتالي طبقا للقاعدة العامة فإنّ المحكمة المختصة بنظر جنحة تقليد العلامة التجارية هي محكمة مكان ارتكاب الجريمة، أي مكان وقوع الفعل الضار، أو مكان إلقاء القبض على أحد المتهمين، وإذا ارتكبت الجريمة في مكان وظهرت نتائجها في عدّة أمكنة مثل تقليد علامة واستغلالها على أوسع نطاق، فإنّ المحكمة المختصة بنظرها هي محكمة مكان تقليد أحد عناصر الملكية الصناعية أو الملكية الأدبية والفنية[1].

الفرع الثاني: العقوبات المقررة لجريمة تقليد العلامة التجارية

نص المشرع الجزائري على عقوبات سالبة للحرية والمالية في حالة تقليد العلامة التجارية، وعلى عقوبات مدنية، تتمثل أساساً فيما يلي:

أولا: العقوبات الأصلية

تتمثل العقوبات الأصلية في الحبس والغرامة المالية.

1- الحبس: يعاقب بها كل شخص سواء كان تاجراً أو صانعاً أو مقدم خدمات ارتكب جنحة التقليد[2]، وهذا ما ذهب إله المشرع الجزائري في المادة (32) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، حيث اعتبر الحبس عقوبة أصلية في حالة التقليد تتراوح مابين ستة (06) أشهر إلى سنتين، ونص في المادة(33) من نفس الأمر على استثناء في عقوبة الحبس التي تتراوح مابين شهر إلى سنة بالنسبة للأشخاص الذين لم يقوموا بوضع علامة على سلعهم أو خدماتهم أو الذين تعمدوا بيع أو عرضوا سلعة أو أكثر أو قدموا خدمات لا تحمل علامته، ونفس العقوبة بالنسبة للأشخاص الذين وضعوا على سلعهم أو خدماتهم علامة لم تسجل أو لم يطلب تسجيلها[3]، وإلى جانب هذه العقوبة نص المشرع على عقوبة الغرامة المالية.

2- الغرامة المالية:تتمثل هذه العقوبة في دفع المحكوم عليه مبلغ من المال لصالح خزينة الدولة والتي يحددها القاضي بمقدار يرسمه القانون[4]، حيث نجد المشرع قد حددها في المادة (32) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات بـ مليونين وخمسمائة ألف دينار جزائري (2.500.000دج) إلى عشرة ملايين دينار جزائري (10.000.000دج)، ونجده كذلك أشار إلى استثناء في الغرامة المالية وهذا ما جاء في المادة (32) حيث خفض من مقدار الغرامة بوضع خمسمائة ألف دينار جزائري (500.000دج) كحد أدنى ومليوني دينار جزائري (2.000.000دج) كحد أقصى[5].ومن كل ما سبق يكن القول أن للقاضي السلطة التقديرية في معاقبة الجاني

---

[1]- سمير جميل حسين الفتلاوي، المرجع السابق، ص 396، 397.

[2]- . زبير حمادي،**الحماية القانونية للعلامة التجارية**، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ط1، 2012م، ص217.

[3]- الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق، ص27.

[4]- حمدي غالب الجغبير، **العلامات التجارية (الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها)**، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ط1، 2011م، ص326.

[5]- الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق، ص27.

المقلد بالحبس والغرامة معاً، أو بإحدى العقوبتين، كما نجد المشرع في الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات لم يتطرق إلى حالة العود أي تكرار ارتكاب جريمة تقليد العلامة التجارية. كما نجد أنّه رفع قيمة الغرامة وهذا ربما نظرا للعائدات الكبير التي تعود على المقلدين.

ثانيا– العقوبات التكميلية:

يقصد بها كل عقوبة ترتبط بالجريمة ذاتها دون العقوبات الأصلية[1]، ولقد أجاز المشرع الجزائري للمحكمة المختصة فرض عقوبات تكميلية أو تبعية المقررة لجريمة تقليد العلامة وذلك في نص المادة (32) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات وهي تتمثل في عقوبة الغلق والمصادرة والإتلاف[2]، حيث نتطرق إلى شرح كل واحد على حدا.

1– الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة: هي عقوبة جوازية تستهدف غلق المؤسسة أو الشركة أو المحل الذي يستغله المُقلِد أو شركاؤه، وذلك للحد من التقليد ويكون مؤقت أو نهائي بحسب جسامة الاعتداء والأضرار الناتجة عنه ويكون الغلق في حالة الحكم على المتهم بعقوبة جزائية[3].

والملاحظ من نص المادة (32) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات أن المشرع لم يحدد مدة الغلق المؤقت، وكذلك لم يحدد مصير العمال في حالة غلق المؤسسات والمحلات والشركات التي تمارس فيها هذه الجريمة.

2– المصادرة: يحق للمحكمة أن تأمر بمصادرة كل البضائع والأشياء والأدوات المستخدمة في ارتكاب جريمة التقليد حتى ولو تم ذلك قبل انتهاء محاكمة المتهم، إذ يساعد ذلك في إنقاذ سمعة العلامة[4]، ولا يمكن النطق بحكم المصادرة إلا في حالة الحكم بعقوبة جزائية.

3– الإتلاف: زيادة عن المصادرة تأمر المحكمة بإتلاف الأشياء محل المخالفة، أي المنتجات التي تحمل العلامة المقلدة والأشياء والأدوات التي استعملت لارتكاب جريمة التقليد وتعتبر إلزامية[5]، ومنه تعتبر عقوبة الإتلاف في نظر القانون إلزامية لأنها تحمي صحة المستهلك من تناول السلع التي تحمل علامات مقلدة والتي قد تكون تحتوي على مواد خطرة، ويؤخذ على المشرع الجزائري عدم نصه على النشر رغم أهميته.

ثالثا: العقوبات المدنية

نص المشرع الجزائري على عقوبات مدنية إلى جانب العقوبات الجزائية وذلك في نص المادة (29) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات على أنه في حالة ما إذا أثبت صاحب العلامة أن تقليداً قد ارتكب أو يرتكب فإن الجهة القضائية المختصة تقضي بالتعويضات المدنية، وتأمر بوقف التقليد[6]، وهذا ما سوف يتم التطرق إليه.

---

[1]- وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص345.

[2]- الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق، ص27.

[3]- آمنة صامت، **الحماية الجنائية للعلامة التجارية من جريمة التقليد**، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، جامعة الشلف، ع13، جانفي 2015م، ص92.

[4]- سارة بن صالح،**جريمة تقليد العلامة التجارية**، **دفاتر السياسة والقانون**، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قالمة، ع15، جوان 2016م، ص394.

[5]- وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص349.

[6]- الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق، ص26.

1- **وقف أعمال التقليد:** يحق للقاضي المختص بالحكم بوقف التقليد في حالة ما إذا ثبت أن هناك تقليداً قد ارتكب أو يرتكب، ويمكن أن يتضمن هذا الحكم غرامة تهديدية لإلزام المحكوم عليه بتطبيق ما حكم عليه، كما يجوز الحكم في بعض الأحيان على المعني بالأمر بتعديل إحدى عناصر العلامة المقلدة لتمييزها عن العلامة الأصلية[1]، ومنه لا يمكن وقف التقليد إلا بحكم قضائي.

2- **التعويضات:** يمكن تعويض المتضرر إذا أصابه ضرر من جريمة التقليد، وهذا ما تضمنته المادة(29) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات بصريح العبارة بأن الجهة المختصة تقضي بالتعويضات المدنية إذا أثبت صاحب العلامة أن تقليداً ارتكب أو يرتكب[2]، ومنه يمكن التعويض وفق المسؤولية المدنية على الضرر المباشر، والضرر المحتمل وقوعه.

ويعتمد القاضي على عدة عوامل لتحديد التعويضات وتتمثل في؛ حجم التقليد، سمعة العلامة المقلدة، جودة المنتجات التي تحمل العلامة المقلدة بالنظر إلى جودة المنتجات التي تحمل العلامة الأصلية، نقص قيمة العلامة الأصلية بعد تقليدها، تكاليف المتابعة القضائية التي ألزمت صاحب العلامة الأصلية، فقدان الزبائن[3].

المطلب الثاني: الحماية المدنية للعلامة التجارية من جريمة التقليد

تعد الحماية المدنية بمثابة المظلة التي تستظل بها كافة الحقوق وفقاً للقواعد العامة للمسؤولية[4]، ويعتبر الحق في العلامة من بين الحقوق التي تندرج تحت هذه المظلة، ومنه يفترض لصاحب العلامة المسجلة والغير مسجلة رفع دعوى مدنية طالباً التعويض عن تقليد علامته، وعليه سنتناول هذا الأمر في نقطتين، حيث نتناول في النقطة الأولى، المتابعة المدنية (**الفرع الأول**) وفي النقطة الثانية،آثار دعوى المنافسة غير المشروعة (**الفرع الثاني**).

الفرع الأول: المتابعة المدنية

إن تقليد العلامة يخول لكل شخص أصابه ضرر من هذا التقليد في متابعة الشخص المقلد مدنيا وهذاعن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة[5]، لكن هل هذا الأمر يتعلق بالعلامة المسجلة وغير المسجلة أم بالعلامة المسجلة فقط هذا ما سيتم معرفته من خلال هذا الفرع، حيث سنتطرق إلى تعريف دعوى المنافسة غير المشروعة،وأساسها القانوني، ثم شروطها القانونية وهذا كما يلي:

أولا: تعريف دعوى المنافسة غير المشروعة

تعتبر دعوى المنافسة غير المشروعة آلية قضائية لقمع المنافسة غير المشروعة، وتكون دعوى أساسية في حالة عدم تكامل عناصر دعوى التقليد وذلك متى توافرت عناصر دعوى المنافسة غير المشروعة، وتعرف المنافسة غير

---

[1]- راشدي سعيدة، المرجع السابق، ص264 ،265.

[2]- الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق، ص26.

[3]- فرحة زراوي صالح، المرجع السابق، ص279، 280.

[4]- عدنان غسان برانبو، المرجع السابق، ص800.

[5]- السيد عبد الوهاب عرفة، **حماية حقوق الملكية الفكرية (براءة الاختراع، العلامات التجارية وتقليدها مع ملحق الاتفاقيات الدولية)**، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، دط، 2015م، ص134.

المشروعة بأنها كل عمل مخالف للعادات الشريفة التي تقوم عليها التجارة[1]، وهدفها ضمان حماية لمالك العلامة حيث يحق له استرجاع حقوقه المعتدى عليها بواسطة دعوى المنافسة غير المشروعة[2].والملاحظ من تعريف دعوى المنافسة غير المشروعة أنها تتمحور حول القيام بأعمال تتنافى مع الأصول والعادات الشريفة في التجارة والصناعة وتهدف إلى حماية حرية المنافسة.

والأصل أنّ رفع دعوى المنافسة غير المشروعة لا يقتصر على مالك العلامة التجارية، طالما أنّ القانون منح لصاحب العلامة المسجلة إمكانية حماية علامته عن طريق الدعوى المدنية التي تستند إلى أحكام الأمر 06/03 المتعلّق بالعلامات، والمشرع يكتفي في ذلك بمجرد احتمال وقوع ضرر لمالك العلامة، ومن ثمّ فإنّ دعوى المنافسة غير المشروعة يمكن أن يرفعها كل من أصابه ضرر جراء المنافسة غير المشروعة سواء أكان المنتج للعلامة أو الموزع لها، كما يمكن للمستهلكين رفع هذه الدعوي للتعويض عما لحقهم من ضرر[3].إلا أنّ المشرع الجزائري بناء على الأمر 06/03 المتعلّق بالعلامات، والقانون 02/04 المحدّد للقواعد المطبّقة على الممارسات التجارية، اشترط لرفع الدعوى المدنية الأصلية وحتى دعوى المنافسة غير المشروعة أن تكون العلامة التجارية مسجلة، كما أنّه لا يمكن رفع كلا الدعويين إلا لمالك العلامة التجارية المسجلة[4].

ثانيا: الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة

لم ينظم المشرع الجزائري الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة، تاركاً الأمر للفقه الذي أعطى أساس قانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة مستمد من الأحكام العامة للمسؤولية المدنية، وذلك كما يلي:

1-**أساسها التعسف في استعمال الحق:**أسسها فريق من الشراح من بينهم جوسران، حيث اعتبروا أن المنافسة غير المشروعة هي بمثابة جزاء عن تعسف في استعمال الحق، وذلك باعتبار التاجر يمتلك حق المنافسة المشروعة وفقاً للأساليب السليمة التي استقر عليها العرف أو العمل في التجارة[5]، ويكون قد تعسف في استعمال حقه في حالة تجاوز الشروط والضوابط.

2- **أساسها المسؤولية التقصيرية:** لقد اعتبر الفقه الكلاسيكي أن دعوى المنافسة غير المشروعة لها نفس الشروط المتطلبة في دعوى المسؤولية التقصيرية، وهي ضرورة وجود خطأ وضرر وعلاقة سببية بينهما[6].

3- **أساسها حماية الملكية التجارية:** أسسها فريق من الشراح من بينهم ريبيو حيث يستندون إلى أن الزبائن هم هدف كل منافسة، فلا يمكن حرمان المنافسة المضرور من دعوى المنافسة غير المشروعة التي تضمن له حقه

---

[1]- المرجع نفسه، ص136.

[2]- وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص281.

[3]- ميلود سلامي، **دعوى المنافسة غير المشروعة**، المرجع السابق، ص180، 181.

[4] – المرجع نفسه، ص186.

[5]- محمود حسين عباس، **الملكية الصناعية والمحل التجاري**، دار النهضة العربية، الإسكندرية، ط1، 1969م، ج2، ص131.

[6]- أحمد محرز، **الحق في المنافسة غير المشروعة**، منشورات النسر الذهبي، القاهرة، ط1، 1994م، ص272.

في المحافظة على الزبائن وهذه الحماية أقربها إلى دعوى الملكية منها إلى دعوى المدنية، لأنها تعطيه الحق في طلب اتخاذ الإجراءات الوقائية لوقف أعمال المنافسة غير المشروعة في الحاضر ومنعها في المستقبل[1]

ثالثا: شروط دعوى المنافسة غير المشروعة

تتمثل شروط دعوى المنافسة غير المشروعة فيما يلي:

1- **الخطأ**:يتطلب الخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة أن تكون هناك منافسة بين شخصين وأن يرتكب أحدهما خطأ في هذه المنافسة،ويتحقق الخطأ عمدا وعن مجرد إهمال وعدم التبصر وبتوفر عنصر الخطأ بالمنافسة غير المشروعة[2]،ومنه فالخطأ هو القيام بأفعال تتنافى مع قواعد النزاهة في التجارة.

وقد أورد المشرع الجزائري في القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية الحالات التي تكون فيها المنافسة غير مشروعة[3].

2-الضرر: يستوجب لقيام دعوى المنافسة غير المشروعة أن يكون هناك ضرر ناشئ عن الفعل غير المشروع الذي قام به التاجر ضد منافسه، ولا يشترط في الضرر أن يكون جسيما أو طفيفا، وإنما يجب أن يكون ناشئا عن إخلال بمصلحة مشروعة للمضرور له[4]، ومنه يمكن القول أن الضرر هو نتيجة عن الخطأ.

2- **العلاقة السببية**:وهو وجود رابطة بين الخطأ والضرر، فإذا تمكن من إثبات هذه الرابطة يكون له الحق بإقامة دعوى المنافسة غير المشروعة[5]، وإن لم يتمكن مالك العلامة التجارية من إثبات هذه العلاقة بين فعل الاعتداء والضرر الواقع فلا يمكنه الاستفادة من التعويض عن الضرر، والملاحظ أنّ الأمر 06/03 المتعلّق بالعلامات

---

[1]- وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص294،295.

[2]- صلاح زين الدين، **الملكية الصناعية والتجارية**، المرجع السابق،ص388.

[3]- حيث جاء في المادة (27) منه أنّه:" تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في مفهوم أحكام هذا القانون، لاسيما منها الممارسات التي يقوم من خلالها العون الاقتصادي بما يأتي:

1- تشويه سمعة عون اقتصادي منافس بنشر معلومات سيئة تمس بشخصه أو بمنتوجاته أو خدماته.

2- تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتوجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به، قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك.

3- استغلال مهارة تقنية أو تجارية مميزة دون ترخيص من صاحبها.

4- إغراء مستخدمين متعاقدين مع عون اقتصادي منافس خلافا للتشريع المتعلق بالعمل.

5- الاستفادة من الأسرار المهنية بصفة أجير قديم أو شريك للتصرف فيها قصد الإضرار بصاحب العمل أو الشريك القديم.

6- إحداث خلل في تنظيم عون اقتصادي منافس وتحويل زبائنه باستعمال طرق غير نزيهة كتبديد أو تخريب وسائله الاشهارية واختلاس البطاقيات أو الطلبيات والسمسرة غير القانونية وإحداث اضطراب بشبكته للبيع.

7-الإخلال بتنظيم السوق وإحداث اضطرابات فيها، بمخالفة القوانين و/أو المحظورات الشرعية وعلى وجه الخصوص التهرب من الالتزامات والشروط الصرورية لتكوين نشاط أو ممارسته أو إقامته.

8- إقامة محل تجاري في الجوار القريب لمحل منافس بهدف استغلال شهرته خارج الأعراف والممارسات التنافسية المعمول بها". قانون رقم 02/04 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425هـ الموافق ل 23 يونيو 2004 يحدد القواعد المطبّقة على الممارسات التجارية. ج.رج، ع 41، س41، الأحد 9 جمادى الأولى عام 1425هـ الموافق ل 27 يونيو 2004م، ص6.

[4]- زبير حمادي، المرجع السابق، ص175.

[5]- عبد الله حسين الخشروم، المرجع السابق، ص190.

يتيح لمالك العلامة التجارية المطالبة بالتعويض وبوقف أعمال الاعتداء حتى قبل وقوعها، إلا أنّه في دعوى المنافسة غير المشروعة وفقا للقانون 02/04 المحدّد للقواعد المطبّقة على الممارسات التجارية فلا يمكن المطالبة بالتعويض إلا بعد وقوع الضرر، وإثبات المضرور علاقة السببية بين أفعال المنافسة والضرر الواقع له، كما أنّ الأمر 06/03 ينص على أنّه يكفي إثبات الأفعال التي توحي بأنّ تقليدا سيرتكب، في حين أنّ القانون 02/04 يشترط إثبات وقوع الضرر فعلا دون الضرر الاحتمالي[1].

الفرع الثاني: آثار دعوى المنافسة غير المشروعة

سبق القول أنه إذا توافرت شروط قيام المنافسة غير المشروعة يجوز للتاجر المضرور رفع دعوى قضائية للمطالبة بالتعويض، وعليه سيتم دراسة التعويض أولا ثم نتطرق إلى أنواعه.

أولا: التعويض

يكون التعويض متمثلا بدفع ما قد يستحق للمضرور مقابل الضرر الذي أصابه بسبب خسارة أو فوات فرصة ربح، وفد يكون بسبب ما أصابه في سمعته أو شهرته وسواء كان الضرر ماديا أو معنويا [2]، وهذا التعويض يرمي إلى جبر الضرر مهما كانت درجة الخطأ وإعادة الوضع إلى ما كان عليه سابقا.

ثانيا : أنواع التعويض

يمكن أن يكون هذا التعويض عينيا وفي حالة التعذر، فلا بد من اللجوء إلى تعويض آخر وهو غير عيني أي تعويض نقدي.

1- التعويض العيني:هو تعويض مباشر يعيد الحالة إلى ما كانت عليه قبل ارتكاب الخطأ الذي أدى إلى وقوع الضرر، ويتقرر التعويض العيني في حالتين هما حالة الضرر الفعلي وهو إجراء علاجي وفي حالة الضرر المستقبلي وهو إجراء وقائي[3].

2- التعويض النقدي: وهو تعويض غير مباشر يتمثل في مبلغ من المال يقدره قاضي الموضوع وذلك تبعاً للظروف والملابسات التي رافقت الاعتداء ويجب أن يكون الضرر حقيقيا ولا يكون التعويض النقدي مستقبليا [4]، إن هذا النوع من التعويض يكون عند عدم إصلاح الضرر بطريقة التعويض العيني.

---

[1]- ميلود سلامي، **دعوى المنافسة غير المشروعة**، المرجع السابق، ص184.

[2]- الزبير حمادي، المرجع السابق،ص180.

[3]- سمير جميل حسين الفتلاوي، المرجع السابق،ص440.

[4]- المرجع نفسه،ص438.

المبحث الثاني: جهود الاتفاقيات الدولية في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

نظرا للتطورات التكنولوجية وما أفرزته العولمة بالنسبة للتقليد استدعى الأمر توفير حماية للعلامة التجارية تتجاوز إقليم كل دولة، وأهم وسيلة للحماية الدولية من جريمة تقليد العلامة التجارية هي الاتفاقيات الدولية، التي هي عبارة عن معاهدات تبرم بين عدة دول من أنحاء العالم، ويسمح للدول الانضمام إليها متى استوفت شروط معينة، وعليه سيتم التطرق إلى الاتفاقيات المتعلّقة بحماية العلامة التجارية التي انضمت إليها الجزائر والتي تحاول الانضمام إليها من خلال الحماية، حيث نتناول ، اتفاقية باريس في(**المطلب الأول**) واتفاقية مدريد في(**المطلب الثاني**) واتفاقية تريبس في(**المطلب الثالث**).

المطلب الأول: اتفاقية باريس

تعد اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية دعامة من الدعامات الرئيسية التي يرتكز عليها نظام حماية العلامة التجارية، وعليه سيتم التطرق إلى هذه الاتفاقية من خلال نقطتين، نتناول في النقطة الأولى، لمحة موجزة عن اتفاقية باريس ومبادئها(**الفرع الأول**)، وفي النقطة الثانية، آليات اتفاقية باريس لمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية (**الفرع الثاني**).

الفرع الأول: لمحة عن اتفاقية باريس ومبادئها

سيتم التطرق أولا إلى التعريف باتفاقية باريس ثم أبرز مبادئها وذلك كما يلي:

أولا: التعريف باتفاقية باريس

تعتبر اتفاقية باريس أقدم وأشهر الاتفاقيات التي اهتمت أساسا بتنظيم وحماية الملكية الصناعية، وهي تشكل المظلة الدولية لحماية الحقوق الفكرية على وجه العموم[1]،ولقد أبرمت هذه الاتفاقية في 20 مارس 1883م ودخلت حيز التنفيذ في 07 جوان 1884م وأعيد النظر فيها ببروكسل عام 1900 وفي واشنطن عام1911، وفي لاهاي عام 1935، وفي لندن سنة 1934 وفي لشبونة سنة 1958، وستوكهولم عام 1967، ونم تعديلها سنة 1967[2]، وانضمت إليها الجزائر بموجب الأمر 02/75 المتضمن المصادقة على اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية[3]، ومنه فإن اتفاقية باريس تعد المرجع الأساسي وحجر الزاوية الذي يبنى عليه نظام الحماية الدولية لهذه الحقوق.

ثانيا: مبادئ اتفاقية باريس

تقضي اتفاقية باريس بأن لكل دولة من الدول الأطراف فيها أن تمنح مواطني الدول الأعضاء الأخرى المبادئ نفسها ومن أهم المبادئ التي قررتها هذه الاتفاقية نجد.

---

[1]- صلاح زين الدين، **العلامات التجارية وطنيا ودوليا**، المرجع السابق، ص278.

[2]- صلاح زين الدين، **شرح التشريعات الصناعية و التجارية**، ص256.

[3]- ينظر: ج رج، ع10، س12، الثلاثاء 22 محرم عام 1395هـ الموافق 4 فبراير سنة1975 م.

1- مبدأ المساواة: بناء على الأحكام الخاصة بالمعاملة الوطنية تقضي اتفاقية باريس في المادتين (2) و(3) على وجوب منح كل دولة متعاقدة مواطني الدول المتعاقدة الأخرى الحماية نفسها التي تمنحها لمواطنيها فيما يتعلق بالملكية الصناعية؛ كما تمنح نفس الحماية التي تمنحها لمواطني الدول الغير متعاقدة إذا كانوا يقيمون في الدول المتعاقدة أو يملكون فيها منشأة تجارية حقيقية أو فعلية، ومنه فإن الدولة المنظمة إليها تتمتع بالمزايا الممنوحة أو المستقبلية دون الإخلال بالحقوق المنصوص عليها في اتفاقية باريس[1]، ومنه يعتبر هذا المبدأ قاعدة أساسية لحماية الملكية الصناعية.

2- مبدأ الأسبقية: جاءت المادة(4)من الاتفاقية مؤكدة على مبدأ الأسبقية لكل من قدم طلب الحصول على براءة اختراع، أو حماية نماذج أو رسوم صناعية، أو تسجيل علامة تجارية، في أحد دول الإتحاد هو وخلفه، فيما يختص الإيداع في الدول الأخرى[2]،وفيما يتعلق بالعلامة التجارية يكون لكل من تقدم بطلب تسجيل علامة تجارية أو صناعية في أحد دول الإتحاد حق الأسبقية في باقي دول الإتحاد بالنسبة لتسجيل العلامة خلال ستة (06) أشهر من تاريخ تقديم طلب التسجيل الدولي[3]، ومنه فإن فعل الغير المتمثل في تقديم طلب التسجيل أو استعمال علامته لا يعتد به ولا أثر له خلال هذه المدة.

3- مبدأ استقلال العلامات: نصت المادة (3/6) على أن العلامة المسجلة طبقا للقانون في دول الإتحاد هي مستقلة تماما عن العلامة المسجلة في دول الإتحاد الأخرى، والعلامة التي سجلت في بلدها الأصلي[4]،ومنه يمكن القول أن العلامة المسجلة في أكثر من دولة مستقلة تمام الاستقلال عن الأخرى.

3- **مبدأ قبول تسجيل جميع العلامات الأجنبية المسجلة في بلدها الأصلي:** لقد قررت اتفاقية باريس في مادتها (6/خامسا/1) تسهيل تسجيل العلامات التجارية في جميع دول الإتحاد، أي قبول إيداع العلامة التي سجلت في بلدها الأصلي وفقا للأوضاع القانونية، وتمنحها الحماية حسب حالتها، ويجوز لتلك الدول أن تطلب قبل إجراء التسجيل تقديم شهادة صادرة من جهة الاختصاص تثبت التسجيل في البلد الأصلي[5]، وبناء على ذلك تلتزم جميع دول الإتحاد بقبول تسجيل أي علامة سبق تسجيلها في البلد الأصلي كمبدأ عام[6].

الفرع الثاني: آليات مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية في اتفاقية باريس

جاءت اتفاقية باريس بأحكام تضمن حماية فعالة للعلامة في دول الأعضاء، إذ هناك التزامات متعلقة بالعلامات موضوع الحماية، وأخرى متعلقة بتوفير الحماية القضائية والحماية المؤقتة إضافة إلى إنشاء مصالح وطنية خاصة بالملكية الصناعية، كما وضعت نظام لتسوية النزاعات، وسيتم التطرق إلى ذلك كما يلي:

---

[1]- ينظر اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883م، المرجع السابق، ص1.

[2]- المرجع نفسه، ص2.

[3]- سمير جميل حسين الفتلاوي، المرجع السابق، 446.

[4]- ينظر اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883م، المرجع السابق، ص 8.

[5]- المرجع نفسه، ص11.

[6]- حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص434.

أولا: التزامات متعلقة بالعلامة موضوع الحماية

نصت اتفاقية باريس في المادة (6/خامسا، سادسا) على التزام الدول بضمان حماية للعلامات سواء تعلق الأمر بالعلامات الصناعية أو العلامات التجارية المسجلة في إحدى دول الإتحاد في دول الإتحاد الأخرى، أو علامات الخدمة دون أن تلتزم الدول بتسجيلها[1]، أما بخصوص شروط تسجيل العلامة حسب الاتفاقية فإنّها تخضع لشروط إيداع وتسجيل العلامة حسب التشريع الداخلي لكل دولة.

ثانيا: توفير الحماية القضائية والإدارية

أوردت اتفاقية باريس بعض الإجراءات الملائمة لقمع كافة الأعمال غير المشروعة وهذا لضمان حماية فعالة لرعايا دول الإتحاد[2]، بحيث تقوم الدولة بإجراءات المصادرة حسب المادة (3/9) من اتفاقية باريس، وذلك بتقديم طلب إلى السلطة المختصة أو النيابة العامة أو من صاحب المصلحة سواء شخص طبيعي أو معنوي ووفق التشريع الداخلي لكل دولة[3]، ومنه فإن دول الأعضاء تكفل وسائل الطعن الملائمة لرعايا دول الإتحاد الأخرى لقمع الأفعال غير المشروعة.

ثالثا: التزام بضمان حماية فعالة ضد المنافسة غير المشروعة

ألزمت اتفاقية باريس حسب نص المادة (10/ثانيا) دول الإتحاد على توفير حماية فعالة ضد المنافسة غير المشروعة لرعايا دول الإتحاد الأخرى[4].

رابعا: الحماية المؤقتة للعلامة أثناء المعارض

نصت اتفاقية باريس في المادة (11) على الحماية المؤقتة للعلامة الصناعية والتجارية أثناء المعارض الدولية الرسمية أو المعترف بها رسميا أو التي تقام على إقليم دولة منها ووفق التشريع الداخلي لدول الإتحاد[5]، وبالرجوع إلى المشرع الجزائري نجده نص في المادة (2/6) من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، على أنه يحق لكل شخص يقوم بعرض السلع والخدمات أثناء معرض الدولي رسمي أو معترف به رسميا، يمكن له طلب تسجيلها والمطالبة بحق الأولوية فيها ابتداء من تاريخ العرض وذلك في أجل ثلاث (03) أشهر من انتهاء العرض[6]، ومنه فإنّ اتفاقية باريس توفر الحماية المؤقتة للعلامة طوال فترة إقامة المعرض.

---

[1]- ينظر اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883م، المرجع السابق، ص 8.

[2]- وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص103.

[3]- ينظر اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883م، المرجع السابق، ص13.

[4]- المرجع نفسه، ص14.

[5]- المرجع نفسه، ص15.

[6]- الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، المرجع السابق، ص23.

خامسا: إنشاء المصالح الوطنية الخاصة بالملكية الصناعية

لقد تعهدت والتزمت دول الإتحاد بإنشاء مصلحة مختصة للملكية الصناعية، وإنشاء مكتب مركزي لإطلاع الجمهور على العلامات الصناعية والتجارية حسب نص المادة (12) من اتفاقية باريس[1]، ومنه فإن هذه المصالح تتولى جميع الإجراءات الخاصة بعناصر الملكية الفكرية.

سادسا: نظام تسوية النزاعات في إطار الاتفاقية

تسوى النزاعات في اتفاقية باريس طبقا للمادة (28)بالمفاوضات، وفي حالة عدم الحل بالمفاوضات تعرض على محكمة العدل الدولية ما لم تتفق الدول المعنية على طريق أخرى للتسوية[2].

على الرغم من أهميّة قواعد الحماية التي جاءت بها اتفاقية باريس إلا أنّها اعتمدت نظاما هشا لتسوية المنازعات والمتمثل في محكمة العدل الدولية، وعمليا فشل لكونه لم تلجأ له أي دولة، كما وجهت انتقادات عديد لها كون قواعدها الموضوعية تؤثر في التشريعات الوطنية للحماية بغض النظر عن مستوى مختلف الاقتصاديات العالمية بين متقدمة ونامية، فقد عارضت بعض الأنظمة هذا النظام خاصة فيما يتعلّق بحماية الاختراعات، واعتبرت دول أمريكا اللاتينية أنّ هذه الاتفاقية لا تقيم أي اعتبار لمصالح الدول النامية[3]. ومع ذلك فإنّ القواعد التي جاءت بها بقيت معمول بها، وأكدت عليها اتفاقية تريبس التي أحالت على بعض من موادها.

المطلب الثاني: اتفاقية مدريد والبروتوكول الملحق بها

سيتم التطرق في هذا المطلب إلى اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي وبروتوكول مدريد الملحق بها، وذلك من خلال نقطتين، نتناول في النقطة الأولى، لمحة عن اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات والبروتوكول الملحق بها (**الفرع الأول**)، ونتناول في النقطة الثانية، تقيم اتفاقية مدريد بشان التسجيل الدولي للعلامات التجارية والبروتوكول الملحق بها (الفرع الثاني).

الفرع الأول: لمحة عن اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات والبروتوكول الملحق بها

في سبيل تسجيل العلامات التجارية في جميع دول الأعضاء للإتحاد الدولي لحماية حقوق الملكية الصناعية[4]، تم وضع نظام دولي موحد لسير تسجيل العلامة التجارية دوليا ويتمثل في اتفاقية مدريد بشان التسجيل الدولي للعلامات والتي تم التوقيع عليها في 14 أفريل1891م[5]،حيث أنه بمقتضى هذه الاتفاقية يعود لكل شخص تابع لدول الإتحاد المتعاقدة أو الموقعة أو مقيم فيها أو له محل عمل أن يطلب إيداع علامته إيداعا دوليا في المكتب الدولي

---

[1]- ينظر اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية لسنة 1883م، المرجع السابق، ص15.

[2]- المرجع نفسه، ص26.

[3]-فتحي نسيمة، **الحماية الدولية لحقوق الملكية الفكرية**، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم السياسة، فرع قانون التعاون الدولي، جامعة تيزي وزو، 27 جوان 2012م، ص15، 16.

[4]- حمدي غالب الجغبير، المرجع السابق، ص437.

[5]- ينظر اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، الموقعة بتاريخ 14 أفريل1891م، والتي أصبحت سارية النفاذ في 15 جويلية1892م، وقد تم تعديلها أكثر من مرة، في بروكسل 14 ديسمبر1900م، ثم واشنطن جوان1911، ثم لندن 2جوان1934م، ثم نيس 15 جوان1957م، ثم في ستوكهولم 14 جويلية1967م، وكان أخر تعديل لها 28 سبتمبر 1979م.

لحماية الملكية الصناعية[1]، وانضمت إليها الجزائر عام1972م بموجب الأمر 10/72 المؤرخ في 22 مارس1972م[2].

وفي العقد الأخير تمت عدة محاولات من طرف المنظمة العالمية للملكية الفكرية حول إيجاد نظام جديد للتسجيل العالمي للعلامات التجارية[3]، وفي سنة 1989 تم إنجاز البروتوكول كملحق لاتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات التجارية وذلك بتنظيم وإشراف من الويبو[4]، وانضمت الجزائر إلى بروتوكول اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات التجارية المعتمد بمدريد بموجب المرسوم الرئاسي 420/13[5]،وبناء عليه يعتبر البروتوكول مكملا لاتفاقية مدريد.

الفرع الثاني: تقيم اتفاقية مدريد بشان التسجيل الدولي للعلامات التجارية والبروتوكول الملحق بها

تعد اتفاقية مدريد لعام 1891م أول اتفاقية تتعامل مع التسجيل الدولي الذي يكون على مستوى المكتب الدولي للمنظمة العالمية للملكية الفكرية بجنيف[6]، وهذا لتفادي صعوبة الإجراءات الشكلية المتبعة في المكاتب الوطنية لتسجيل العلامات التجارية في كل دولة لوحدها وذلك من خلال تقديم طلب واحد بلغة واحدة وتسديد الرسوم والنفقات والمصاريف لجهة واحدة وعدم هدر الوقت وتوفير الحماية[7]، وهذا كله من أجل عدم إيداع طلبات منفصلة وبلغات ولمكاتب متعددة.

كما قام البروتوكول بإدخال بعض التغيرات في نظام التسجيل الدولي للعلامات وفق اتفاقية مدريد، والتي تتمثل في إزالة بعض الصعوبات التي تحول دون انضمام بعض البلدان إلى اتفاقية مدريد، مع إمكانية إيداع طلبات التسجيل الدولي للعلامات بناء على البروتوكول باللغة الإنجليزية فضلا عن اللغة الفرنسية[8]، كما أجاز البروتوكول تحويل ثم رفض وإبطال طلب التسجيل الدولي بعد تسجيله بـ (5سنوات)من تاريخ التسجيل الدولي إلى طلب إقليمي تستفيد من تاريخ إيداعه وأولويته إن وجد[9]،وهذا كله لم يكن موجود في اتفاقية مدريد وتم إيجاده من أجل تلافي الانتقادات التي وجهت للاتفاقية، التي جاءت من أجل تسهيل مهمة المؤسسات بتركيز عملية الإيداع.

---

[1]- أنطوان ناشف، المرجع السابق، ص145.

[2]- الأمر 10/72 المؤرخ في7 صفر عام 1392هـ الموافق لـ 22 مارس1972، المتضمن انضمام الجزائر لاتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات التجارية، ج رج، ع32، س9، الصادرة بتاريخ7 ربيع الأول عام 1392هـ الموافق لـ 21 أفريل1972م.

[3]- صلاح زين الدين، **العلامات التجارية وطنيا ودوليا**، المرجع السابق، ص308.

[4]-صلاح زين الدين، **الملكية الصناعية والتجارية**، المرجع السابق، ص457.

[5]- مرسوم الرئاسي رقم 420/13، المؤرخ في 12 صفر 1435هـ الموافق لـ 15 ديسمبر2013م، المتضمن انضمام الجزائر إلى بروتوكول مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات المعتمد بمدريد في 27 جوان1989م، المعدل في 3 أكتوبر2006م وفي 12نوفمبر2007م، ج رج، ع21، س52، الصادرة بتاريخ 7 رجب1436هـ الموافق لـ 26 أفريل2015م.

[6]- وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص105.

[7]- صلاح زين الدين، **العلامات التجارية وطنيا ودوليا**، المرجع السابق، ص291.

[8]- وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص111.

[9]- صلاح زين الدين، **العلامات التجارية وطنيا ودوليا**، المرجع السابق، ص309.

المطلب الثالث: اتفاقية تريبس

تعتبر اتفاقية تريبس من أهم الاتفاقيات التي أسفرت عنها منظمة التجارة العالمية وهي حديثة في مجال الملكية الفكرية، وهي الاتفاقية التي تسعى الجزائر للانضمام إليها من هذا الباب سيتم التطرق إليها وهذا بالتعريف بهذه الاتفاقية من خلال نقطتين، نتناول لمحة عن الاتفاقية ومبادئها في (**الفرع الأول**)، وآليات اتفاقية تريبس في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية في(**الفرع الثاني**).

الفرع الأول: لمحة عن اتفاقية تريبس ومبادئها

من خلال هذا الفرع سيتم التعريف باتفاقية التريبس وأهم المبادئ التي اشتملت عليها وذلك كما يلي:

أولا:التعريف باتفاقية تريبس

تعد اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية والمشهورة باسم التريبس الملحق رقم (ج) لاتفاقيات منظمة التجارة العالمية الموقعة في مراكش بتاريخ 1994/04/15[1]، حيث جمعت شقي الملكية الفكرية (الملكية الأدبية والفنية، والملكية الصناعية والتجارية)، وتعتبر أهم الاتفاقيات الحديثة في مجال الملكية الفكرية، وجاءت بـ 73 مادة موزعة على سبع أجزاء[2]، وبناء على كل ما سبق فإن اتفاقية تريبس تعتبر تكملة للاتفاقيات السابقة، وتجدر الإشارة أنّ الجزائر لم تنضم إليها بعد وهي تسعى جاهدة إلى الانضمام إليها.

ثانيا: المبادئ الأساسية لاتفاقية تريبس

اشتملت اتفاقية تريبس على جملة من المبادئ التي تعتبر بمثابة الإطار القانوني الاتفاقي الذي تلتزم بمقتضاه الدول الأعضاء بتقديم الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية وتتمثل في:

1- مبدأ المعاملة الوطنية: هي فكرة قديمة[3]، نصت عليه اتفاقية تريبس في مادتها (03) حيث ألزمت كل دولة بمنح مواطني الدول الأعضاء معاملة لا تقل عن تلك الممنوحة لمواطنيها بالنسبة لحماية حقوق الملكية الفكرية[4]، ومنه فإن هذا المبدأ يضمن نوع من المساواة بين المواطنين والأجانب.

2- مبدأ المعاملة الخاصة بالدولة الأولى بالرعاية: يعتبر هذا المبدأ مستحدث من طرف اتفاقية تريبس وذلك بإدراجها لشرط الدولة الأولى بالرعاية[5]، وهذا ما نصت عليه المادة (04) من الاتفاقية حيث يفهم منها أن مضمون هذا المبدأ هو عدم التفرقة في المعاملة بين مواطني الدول الأعضاء، فلو حدث أن دولة عضو منحت دولة أخرى معاملة تفضيلية فيتوجب عليها أن تمنح نفس الحماية لجميع دول الأعضاء الأخرى[6].

---

[1]- صلاح زين الدين، **العلامات التجارية وطنيا ودوليا**، المرجع السابق، ص312.

[2]- وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص112.

[3]- صلاح زين الدين، **التشريعات الصناعية والتجارية**، المرجع السابق، ص275.

[4]- ينظر اتفاقية تريبس المتعلقة بالجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية1994م، المرجع السابق، ص5.

[5]- عبد الله حسين الخشروم، المرجع السابق، ص31.

[6]- ينظر اتفاقية تريبس المتعلقة بالجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية1994م، المرجع السابق، ص6.

الفرع الثاني: آليات مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية في اتفاقية تريبس

حرصت اتفاقية تريبس على وضع حدود تفصيلية دقيقة للحد الأدنى للإجراءات التطبيقية الموجودة والمناسبة لإنفاذ الاتفاقية، وإلزام الدول الأعضاء بالتقيد الصارم بها وذلك من خلال ما تضمنته من آليات تتمثل في:

أولا: الحماية القانونية المؤقتة

هذه الإجراءات المؤقتة تتخذها السلطة القضائية لمنع حدوث أي تعدٍ على حقوق الملكية الفكرية[1]، كما يحق لصاحب المصلحة حسب المادة (50) من اتفاقية تريبس أن يطالب بالحماية المؤقتة وذلك للحيلولة دون حدوث تعدي عليه وتتمثل الإجراءات في:

1-منع السلع المستوردة من دخول القنوات التجارية في مناطق اختصاصها.

2- حماية وصون الأدلة ذات الصلة بالتعدي المزعوم.

3- اتخاذ تدابير مؤقتة دون علم الطرف الأخر خاصة إذا كان من شأن الأخير إلحاق أضرار صعبة التعويض[2].

وعلى ضوء ما تقدم فإن الحماية المؤقتة من طرف اتفاقية تريبس جاءت من أجل تجنب أي ضرر محتمل الوقوع لإتلاف الأدلة.

ثانيا: الحماية المدنية

تمنح دول الأعضاء في اتفاقية تريبس لأصحاب حقوق الملكية الفكرية إجراءات قضائية مدنية لمعالجة الأفعال التي تشكل اعتداء على الحقوق[3]، حيث نصت المادة (45) من الاتفاقية على أن للسلطة القضائية صلاحية أن تأمر المتعدي على العلامة أن يدفع لصاحب الحق تعويضات مناسبة عن الضرر اللاحق به[4]، والملاحظ من اتفاقية تريبس أنها ألزمت الدول الأعضاء بضرورة منح تعويض يتناسب مع الضرر الذي يلحق صاحب الحق المعتدى عليه.

ثالثا: الحماية الجنائية

نجد اتفاقية تريبس كيفت التقليد على أنه جنحة وذلك في المادة (61) من الاتفاقية وذلك في حالة التقليد المتعمد للعلامات التجارية المسجلة وفي حالة انتحال حقوق المؤلف، وتتمثل الجزاءات الجنائية في الحبس والغرامة المالية وحجز السلع المخالفة ومصادرتها وإتلافها[5]، وهذه العقوبات تعتبر ملزمة للدول الأعضاء في اتفاقية تريبس.

---

[1]- عبد الله حسين الخشروم، المرجع السابق، ص44.

[2]- ينظر اتفاقية تريبس المتعلقة بالجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية1994م، المرجع السابق، ص33،34.

[3]- عبد الله حسين الخشروم، المرجع السابق، ص43.

[4]- ينظر اتفاقية تريبس المتعلقة بالجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية1994م، المرجع السابق، ص32.

[5]- المرجع نفسه، ص39.

المبحث الثالث: الآليات الإدارية المتخصصة في مجال مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

تؤدي الأجهزة الدولية والإقليمية المعنية بمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية دورا هاما في مجال حماية العلامة، حيث تتمثل الأجهزة الوطنية في المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية وإدارة الجمارك ومصلحة مراقبة الجودة وقمع الغش والمصالح الأمنية وتتمثل الأجهزة الدولية في الشرطة الجنائية الدولية والمنظمة العالمية للملكية الفكرية والمنظمة العالمية للجمارك، وسنتناول كل هذه الأجهزة في نقطتين نتناول في النقطة الأولى، الأجهزة الوطنية المعنية بمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية (**المطلب الأول**)، وفي النقطة الثانية، الأجهزة الدولية المعنية بمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية(**المطلب الثاني**).

المطلب الأول: الآليات الوطنية المعنية بمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

لقد سعى المشرع الجزائري إلى إنشاء مؤسسات وطنية ومراكز متخصصة لتوفير حماية للعلامة التجارية، رغم اختلاف تسميات هذه المؤسسات والمراكز إلا أن هدفها واحد وهو ضمان حماية فعالة للعلامات التجارية، سنتناولها في أربع نقاط، نتناول في النقطة الأولى، المعهد الوطني للملكية الصناعية (**الفرع الأول**) وفي النقطة الثانية، إدارة الجمارك (**الفرع الثاني**)، وفي النقطة الثالثة،مصلحة مراقبة الجودة وقمع الغش(**الفرع الثالث**)، وفي النقطة الرابعة، المصالح الأمنية (**الفرع الرابع**).

الفرع الأول: المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية

لقد عرفته المادة (1)من المرسوم التنفيذي 68/98 الذي يتضمن إنشاء المعهد الوطني للملكية الصناعية (I.N.A.P.I) وتحديد قانونه الأساسي حيث جاء في مضمونها أنه مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري لها شخصية معنوية واستقلال مالي[1]، وسيتم التطرق إلى كل ما يتعلق به كما يلي:

أولا: تنظيم المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية وصلاحياته

سيتم بيان تنظيم المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية وصلاحياته كما يلي:

1- تنظيم المعهد: يتكون من تنظيم إداري وتنظيم مالي، حيث جاء في مضمون المادتين(11)و (20) من المرسوم التنفيذي 68/98المتضمن إنشاء المعهد الوطني للملكة الصناعية وتحديد قانونه الأساسي، حيث ينظمهكل من المدير العام الذي يكون مسؤولا عن السير العام ويمثله قانونا، ويساعده مجلس الإدارة المكلف بدراسة كل تدبير يتعلق بتنظيم المعهد وسيره إذ يداول ويفصل طبقا للقوانين والتنظيمات المعمول بها[2]، ويعين باقتراح من الوزير وتنتهي مهامه بنفس الطريقة ويمكن أن يساعده مدير عام مساعد،أما بخصوص التنظيم المالي فالمعني به هو محافظ الحسابات

[1]- مرسوم التنفيذي 68/98، المؤرخ في 24 شوال 1418هـ الموافق لـ21 فيفري م1998، المتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويحديد قانوني الأساسي، ح رج،ع11، س 53، الصادرة في2 ذو القعدة عام 1418هـ الموافق لـ01 مارس م1998، ص21.

[2]- المرجع نفسه، ص23، 24.

المعني بمراقبة حسابات المعهد، الذي يكون حضوره في شكل استشاري، كما يقوم بإعلام مجلس الإدارة بإرسال نتائج المراقبة وتقاريره الخاصة بالحساب في نهاية كل سنة مالية[1].

2- صلاحيات المعهد: نصت على صلاحياته المادة (6) من المرسوم التنفيذي 68/98 السالف الذكر، ويمكن إجمالها فيما يأتي[2]:

-توفير حماية الحقوق في الملكية الصناعية.

- حفز ودعم القدرة الإبداعية والإبتكارية، لاسيما تلك التي تتلاءم وضرورة التقنية للمواطنين وذلك باتخاذ الإجراءات التشجيعية المادية والمعنوية.

- تسهيل الوصول إلى المعلومات التقنية الموجودة في وثائق البراءات بانتقائها وتوفيرها والتي تمثل حلولا بديلة لتقنية معينة يبحث عنها المستعملون من المواطنين والصناعيين ومؤسسات البحث والتطوير والجامعات...

- تحسين ظروف استيراد التقنيات الأجنبية إلى الجزائر بالتحليل والرقابة وتحديد مسار انتقاء التقنيات الأجنبية مع مراعاة حقوق الملكية الصناعية ودفع أتاوى هذه الحقوق في الخارج.

- ترقية وتنمية قدرة المؤسسات الجزائرية لتسهيل العلاقات التجارية البعيدة عن المنافسة غير المشروعة مع حماية وإعلام الجمهور ضد الملابسات حول مصدر السلع والخدمات والمؤسسات المتاجرة التي من شأنها توقيعه في المغالطة.

بالإضافة إلى ذلك فإن المعهد يضع في متناول الجمهور كل الوثائق والمعلومات المتصلة بميدان اختصاصه وهذا حسب المادة (8) من المرسوم التنفيذي 68/98 السالف الذكر، والمتمثلة فيما يلي[3]:

- دراسة طلبات حماية الاختراعات وتسجيلها وعند الاقتضاء نشرها ومنح سندات الحماية طبقا للتنظيم.
- دراسة طلبات إيداع العلامات والرسومات والنماذج الصناعية وتسميات المنشأ ثم نشرها.
- تسجيل العقود الخاصة بحقوق الملكية الصناعية وعقود الترخيص وعقود بيع هذه الحقوق.
- تنفيذ أي إجراء يهدف إلى تحقيق الرقابة على نحو التقنيات وإدماجها في جوانبها المتعلقة بالملكية الصناعية.
- تطبيق أحكام الاتفاقيات والمعاهدات الدولية في ميدان الملكية الصناعية التي تكون الجزائر طرفا فيها، وعند الاقتضاء المشاركة في أشغالها.

ثانيا: جهود المعهد في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

يكمن دور المعهد في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية بإتباع جملة من الإجراءات تتمثل في الإيداع، التسجيل والنشر، وهي إجراءات هامة لحماية العلامة من التقليد، وقد سبق التطرق إلى هذه الإجراءات في الشروط الشكلية لتسجيل العلامة التجارية.

---

[1]- لياس آيت شعلال، **حماية حقوق الملكية الصناعية من جريمة التقليد**، مذكرة ماجستير قانون الدولي للأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمر، تيزي وزو، الجزائر، 2016م، ص98.

[2]- مرسوم التنفيذي 68/98 المتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية وتحديد قانونها الأساسي، المرجع السابق، ص22.

[3]- المرجع نفسه، ص23.

والملاحظ أنّه لا يوجد على مستوى المعهد جهازي رقابي أو جهاز يتولى فض النزاعات الناجمة عن التقليد، ومنه في حال وجود أي نزاع فإنّه يتم اللجوء فيما يتعلق به إلى القضاء.

الفرع الثاني: إدارة الجمارك الجزائرية

سيتم التطرق إلى تعريف إدارة الجمارك أولا ثم دورها في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية، وذلك كمـــا يلي:

أولا: تعريف إدارة الجمارك

هي مصلحة عمومية ذات طابع إداري تحت وصاية وزارة المالية ولها إطار واسع بالنسبة لعملها عند تدخلها في كل العمليات الخارجية وذلك بمراقبة الصادرات والواردات، وتقوم بعدة مسؤوليات من خلال نظامها المتمثل في القوانين واللوائح والقرارات والمنشورات المحددة لأهدافها التي تعد في حد ذاتها أهداف الدولة التي تنشدها من وراء وجود الجهاز الجمركي[1]، وعليه فإن إدارة الجمارك تعتبر أهم أجهزة الرقابة التي تعتمد عليها الدولة في محاربة تقليد العلامة التجارية في الحدود الإقليمية للدولة الجزائرية.

ثانيا: دور إدارة الجمارك في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

يكمن دورها في حماية المجال الاقتصادي ومراقبة السلع المقلدة ومنع تدفقها إلى الأسواق الوطنية وذلك عن طريق فرض الضرائب والرسوم والتحديد الكمي للبضائع وتحسين رصيد الخزينة العمومية،كما تقوم بحجز البضائع المقلدة عند الاستيراد والتصدير وهذا ما جاء في مضمون المادة (22) من قانون الجمارك[2].

وتقع الجريمة الجمركية في حدود جغرافية معينة كأصل عام، لأن القانون الجمركي يكون ساري المفعول في الحدود الجغرافية فإذا اجتازت البضائع الحدود فإنها لا تصبح محلا للمتابعة، كما نجد المادة (51) من قانون الجمارك ألزمت المصدر والمستورد بإحضار البضائع أمام مكتب الجمارك المختص قصد المراقبة[3]، ويكون عند وصول البضائع إلى الإقليم الجمركي، وحتى يتحقق الاختصاص الإقليمي لإدارة الجمارك لمعاينة السلع المقلدة لابد من توافر أربع شروط هي[4]:

-وجود السلع المشكوك في أنها سلع مقلدة داخل الإقليم الجمركي.

- أن تكون السلع مقلدة مصرح بها قصد وضعها للاستهلاك.

- اكتشاف السلع المزيفة بمناسبة رقابة أجريت داخل المكتب الجمركي.

- وضع السلع المقلدة تحت نظام جمركي اقتصادي.

---

[1]- نادية زواني،**الاعتداء على حق الملكية الفكرية التقليد والقرصنة**، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2002م،2003، ص122.

[2]- قانون 10/98، المؤرخ في29 ربيع الثاني1419هـ الموافق لـ 22 أوت 1998م، يعدل ويتمم القانون 07/79 المؤرخ في 26 شعبان 1939 هـ الموافق لـ 21 جويلية 1979م، المتضمن قانون الجمارك، ج رج، ع 61، س35، صادرة بتاريخ أول جمادى الأولى 1419هـ الموافق ل 23 غشت 1998م، ص 19.

[3]- المرجع نفسه، ص23.

[4]- أحسن بوسقيعة، **المنازعات الجمركية**، دار النشر النخلة، الجزائر، ط1، 2002م، ص96.

والملاحظ هنا أن إدارة الجمارك يسهل دورها في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية عند الحدود الجغرافية للدولة الجزائرية في حين تصعب مهمتهم عند دخول السلع المقلدة وانتشارها عبر التراب الوطني.

الفرع الثالث: مصلحة مراقبة الجودة وقمع الغش

يتمحور محتوى الفرع الثالث في بيان تدخل مصالح مكافحة الغش أولا ثم الأساس القانوني الذي يدعمها ثانيا، وأخيرا جهود هذه المصلحة في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية.

أولا: تعريف مصلحة مراقبة الجودة وقمع الغش

هي مصلحة عمومية لها طابع إداري تحت وصاية وزارة التجارة، يتجلى عملها حول عمليات التجارة سواء الداخلية أو الخارجية عن طريق فرض رقابة على السلع والمنتجات ومدى مطابقتها[1]، وذلك قصد تفادي المخاطر المهددة لصحة المستهلك وأمنه وكذا مصالحه المادية.

ثانيا: الأساس القانوني لتدخل أعوان مراقبة الجودة وقمع الغش

يستمد أعوان مراقبة الجودة وقمع الغش أساسه القانوني من قانون حماية المستهلك، وكذا قانون مراقبة الجودة وقمع الغش.

1- قانون حماية المستهلك: بالرجوع إلى القانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك وفي مادته (15) منه تمنح للأعوان المكلفين بالرقابة صلاحية التدخل في أي وقت وأي مكان لرقابة مدى مطابقة المنتجات للقوانين[2]، وتعتبر المحاضر التي يحررها الأعوان موثوق بها حتى يثبت العكس.

2- قانون مراقبة الجودة وقمع الغش: نجد المرسوم التنفيذي315/01 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، وفي مادته (05) نصت على الصلاحيات الأساسية المخولة للأعوان المكلفين بالرقابة أن يطلعوا على المنتوجات والخدمات واكتشاف عدم المطابقة للمقاييس المعتمدة أو المواصفات القانونية والتنظيمية التي يجب أن تتميز بها[3]، وهذا المرسوم أجاز للأعوان تنفيذ الحجز بدون إذن قضائي في حالة التقليد.

ثالثا: جهود مصلحة مراقبة الجودة وقمع الغش في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

تتمثل جهود مصلحة مراقبة الجودة وقمع الغش في مواجهة جريمة تقليد العلامة التجارية فيما يأتي:

1- ممارسة الرقابة: تكون بالمعاينة المباشرة والفحص البصري للوثائق والمستندات وكذلك الاستماع إلى الأشخاص المسؤولين أو بأخذ العينات[4]، وتتم المعاينة عن طريق اقتطاع عينات من المنتجات وتحليلها.

---

[1]- نادية زواني، المرجع السابق، ص126.

[2]- قانون 02/89 المؤرخ في 01 رجب 1409هـ الموافق لـ 07 فيفري 1989م، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج رج، ع 6، س26، 2 رجب 1409هـ الموافق لـ 08 فيفري 1989م، ص156.

[3]- مرسوم التنفيذي 315/01 المؤرخ في 28 رجب 1422هـ الموافق لـ 16 أكتوبر 2001م، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي 39/90 المؤرخ في3 رجب1410هـ الموافق لـ 30 جانفي 1990م، المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش ، ج رج، ع 61، س38، صادرة بتاريخ 4 شعبان1422هـ الموافق لـ 21 أكتوبر 2001م.

[4]- نسرين بلهواري، المرجع السابق،ص186،187.

2- التدابير الإدارية: في حالة عدم تطابق العينة للمواصفات الواجب توافرها في البضائع، فيجب على السلطة الإدارية المختصة أن تتخذ التدابير التحفظية أو الوقاية من أجل حماية المستهلك[1]،وتتمثل هذه التدابير في الحبس المؤقت أو النهائي للمنتوجات، وكذلك الحجز والإتلاف، وهذا في حالة عدم تطابق المنتوج للمقايس.

الفرع الرابع: دور المصالح الأمنية في مكافحة تقليد العلامة التجارية

تتدخل المصالح الأمنية في محاربة الجريمة المنظمة بمختلف أشكالها، ومن هذه الجرائم نجد جريمة تقليد العلامة التجارية، حيث سيتم التركيز في دراستنا هذه على المديرية العامة للأمن الوطني والدرك الوطني.

أولا: المديرية العامة للأمن الوطني

تسهر مصالح الأمن الوطني على تكوين فرق لمحاربة جريمة تقليد العلامة والمتمثلة في إنشاء فرع تابع لمديرية الأمن الوطني يتمركز في النقاط الحدود التي تتمركز بها حركة مرور البضائع والأشخاص من وإلى الخارج،ويبرز دور المديرية العامة للأمن الوطني في مكافحة جريمة تقليد العلامة من خلال:

-تحديد عناوين المخالفين والمدانين قضائيا إثر ارتكابهم لمخالفات جمركية معينة.

- حجز السلع المقلدة قبل انتشارها.

- معاقبة المجرمين سواء كانوا فاعلين أصليين أو شركاء في مثل هذه الجرائم[2].

ثانيا: الدرك الوطني

يساهم الدرك الوطني بفرعيه (حراس الحدود وفرق الدرك الوطني) في محاربة جريمة التقليد لاسيما الحدود كون نشاط حراس الحدود يمتد على طول الشريط الحدودي، ويظهر دوره في مكافحة جريمة التقليد من خلال تكوين فرق لمكافحة التهريب، لأن هذا الأخير غالبا ما يشكل قناة معينة لإدخال البضائع المقلدة إلى التراب الوطني[3].

وخلاصة القول أن المصالح الأمنية باختلاف أنواعها ورغم المجهودات التي بذلنها ولازالت تبذلها إلا أنها تبقي محدودة نوعا ما نظرا لضعف تكوين هذه المصالح في مجال الملكية الفكرية، غير أن هذا لا ينقص من تلك المجهودات خاصة في جريمة تقليد العلامة التجارية.

المطلب الثاني: الآليات الدولية المعنية بمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

إضافة إلى الأجهزة الوطنية المكلفة بالحماية من جريمة تقليد العلامة التجارية، هناك أجهزة دولية تساهم في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية، وسيتم من خلال هذا المطلب التطرق إلى هذه الأجهزة من خلال ثلاث نقاط، حيث نتناول في النقطة، المنظمة العالمية للشرطة الجنائية (الأنتربول) (**الفرع الأول**) وفي النقطة الثانية، المنظمة العالمية للملكية الفكرية (**الفرع الثاني**)، وفي النقطة الثالثة، المنظمة العالمية للجمارك (**الفرع الثالث**).

---

[1]- نادية زواني، المرجع السابق، ص129.

[2]- نسرين بلهواري، المرجع السابق، ص154.

[3]- المرجع نفسه، ص155،156.

الفرع الأول: المنظمة العالمية للشرطة الجنائية (الأنتربول)

إن محاربة جريمة تقليد العلامة التجارية تدخل ضمن عمل الشرطة الجنائية العالمية، ولمعرفة دور جهاز الأنتربول لابد من التعريف بهذا الجهاز.

أولا: تعريف الشرطة الجنائية العالمية (الأنتربول)

تعتبر من الأجهزة التابعة لمنظمة الأمم المتحدة، وتعمل تحت إشرافها، ولقد أنشأت عام 1956 وبقرار من منظمة الأمم المتحدة وفي دورتها (25) والتي عقدة في العاصمة النمساوية أصدرت ميثاقا أساسي للشرطة العالمية، وأصبح هذا القرار نافذ المفعول ابتداء من 1956/06/13[1]، ومن ثم أصبح عملها بشكل دائم ومستقر.

ثانيا: دور الشرطة الجنائية العالمية في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

يتضح دور الشرطة العالمية في مكافحة جريمة تقليد العلامة في التعاون الدولي و المتمثل في مداهمة الأسواق والمتاجر والمستودعات، والقيام بعمليات التفتيش على المراكز الحدودية وترمي أنشطتها التدريبية على الصعيدين الدولي والإقليمي إلى تعزيز قدرة إنفاذ القانون على مكافحة جريمة التقليد[2]، والذي يوضح دول الانتربول في مجال مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية هو قضية دامت 12 سنة مست الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا واليابان، حيث شملت عملية حجز المصنفات، أكثر من 5000 لوحة مقلدة للرسام سلفادور دالي تتضمن لوحات طباعة على الحجر وحفر مائي تمثل 250 صورة مختلفة، وحوالي 20.000 نسخة للفنان ميرو تتضمن لوحات طباعة على الحجر وحفر مائي تمثل حوالي 250 صورة مختلفة، وأكثر من 5000 نسخة للفنان شجال تحتوي حوالي 25- 30 صورة مختلفة، وقد تم تنظيم اجتماعين للعمل ضم محققين من الولايات المتحدة الأمريكية وسبع دول أوروبية أشرف عليها الأنتربول في مدينة ليون الفرنسية 1991م ونيويورك 1993 هذه الاجتماعات مكنت المحققين من كشف المسؤولين عن عمليات التوزيع والبيع للقطع المقلدة وتم التوصل بعد البحث إلى مسؤولية عائلة تدير دارنشر وبيع كتب بضواحي نيويورك والموزعين يتواجدون في كل من الولايات المتحدة الأمريكية والدنمارك والسويد وفرنسا[3].

هذه العملية توضح أهمية الدور الهام الذي تقوم به الأنتربول في إطار التعاون الدولي من أجل مكافحة الجرائم العابرة للحدود الوطنية بما فيها جريمة تقليد العلامة التجارية، حيث يسمح بتبادل المعلومات التي تسمح بكشف الجرائم، وترتبط الشرطة الدولية ارتباطا واضحا بالجريمة المنظمة.

الفرع الثاني: المنظمة العالمية للملكية الفكرية

يقتضي الأمر في هذا الفرع التطرق إلى تعريف المنظمة العالمية للملكية الفكرية ودورها في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية وذلك كما يلي:

---

[1]- خلود الياسين، **الأنتربول شرطة دولية بلا قوات**، بتاريخ 2017/04/06، الساعة02:30، الرابط .www.annaharkw.com

[2]- الأنتربول،**برنامج مكافحة الاتجار بالسلع غير المشروعة والتقليد**، بتاريخ 2017/04/06،الساعة02:30، الرابط .www.INTERPOL.int

[3]- Nicolas topor: La Contrefaçon et les oeuves d'art, (de droit pénale)univerté de monpellier, 2001-2002, p33-34.

أولا: تعريف المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)

أنشأت هذه المنظمة في ستوكهولم لسنة 1967، ودخلت حيز التنفيذ سنة 1970 مقرها جنيف وهي تظم 171 دولة[1]، وتعتبر أول منظمة دولية متخصصة في ضمان حماية لحقوق المبدعين وأصحاب الملكية الفكرية في جميع أنحاء العالم[2]، وانضمت إليها الجزائر بموجب الأمر 02/75 مكرر المؤرخ في 21جانفي 1975، ومنه فتعتبر جهاز دولي لدعم الدول النامية.

ثانيا: دور المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

يتجلى دورها في تحديث المكاتب الوطنية للملكية الفكرية وتوسيع نطاقها ومساعدة أعضاء منظمة التجارة العالمية على تنسيق تشريعاتها المتعلقة بالملكية الفكرية وهيئاتها الإدارية، وكذلك تقوم بتسهيل الانتفاع بأنظمة تسجيل الملكية الفكرية على الصعيدين الوطني والإقليمي[3]، وتسوية المنازعات القائمة بين الأفراد والشركات[4].

والملاحظ من كل ما سبق أن المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، لا تعتبر المنظمة الوحيدة في مجال حماية الملكية لجريمة تقليد العلامة التجارية.

الفرع الثالث: المنظمة العالمية للجمارك

سيتم من خلال هذا الفرع التطرق إلى دور المنظمة العالمية للجمارك في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية وذلك كما يلي:

أولا: تعريف المنظمة العالمية للجمارك

كانت تسمى سابقا مجلس التعاون الجمركي وأصبحت تسمى المنظمة العالمية للجمارك، ولقد أسست بموجب اتفاقيات دولية موقع عليها ببروكسل بتاريخ 15 فيفري 1950 وتعتبر منظمة دولية مابين الحكومات مكلفة خصيصا وبدون منافسة بالمسائل الجمركية على المستوى العالمي، من مهامها الأساسية تنسيق وتوحيد الأنظمة الجمركية والتكفل بالوسائل المتعلقة بالتقنيات والإجراءات الجمركية، كما تقوم المنظمة العالمية للجمارك بتقديم المساعدة التقنية للدول الأعضاء قصد إعداد تشريعاتها الجمركية وضمان توزيع المعلومات المتعلقة بمسائل جمركية والدعم في شكل برامج تكوين وتنظيم دروس وملتقيات لصالح موظفي الجمارك[5].

ثانيا: دور المنظمة العالمية للجمارك في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية

يبرز دور المنظمة العالمية للجمارك من خلال النشاطات البارزة التي قامت بها خلال السنوات الأخيرة، وتلك المتعلقة بوضع مخطط إصلاح وعصرنة الإدارات الجمركية لمواجهة التحديات التي قد تواجهها تلك الإدارات وذلك بإصلاح مناهج العمل والهيكلة وتكيفها مع المتطلبات الجديدة، وإدخال آليات تسيير عصرية من شأنها تسهيل

---

[1]- عبد الله حسين الخشروم، المرجع السابق، ص23.

[2]- صلاح زين الدين،**التشريعات الصناعية والتجارية**، المرجع السابق، ص295.

[3]- المرجع نفسه، ص296،295.

[4]- نادية زواني، المرجع السابق، ص151.

[5]- نسرين بلهواري، المرجع السابق، ص221.

وتبسيط المبادلات الدولية، ولقد وفرت دليل لمعايير انتقاء الرقابة في إطار عملية تسيير المخاطر المتعلقة بالتقليد بالإضافة إلى برامج الدعم التقنية ة التكوين لصالح الدول الأعضاء[1].

الملاحظ من كل ما سبق أن التدخل الجمركي لمكافحة ظاهرة التقليد التي أجذت في الاتساع يما بعد يوم يتم حاليا وفق ترسانة قانونية جد متكاملة، غير أن دورها في هذا المجال يبقى مرتبط بتدخل صاحب الحق للمطالبة بحقه وتوقيف البضائع في انتظار تدخل السلطات القضائية وانطلاق دعوى التقليد لبسط العقوبات المقررة قانونا لهذه الجريمة.

[1]- نسرين بلهواري، المرجع السابق، ص222.

ملخص الفصل الثاني:

نستخلص من خلال ما سبق عرضه أن جهود مكافحة جريمة تقليد العلامة يكون في إطار حماية قانونية مزدوجة وطنية ودولية؛إذ تنحصر الحماية الداخلية في سن القوانين وفرض العقوبات الجزائية والمدنية،فتكون الحماية الجزائية على أساس دعوى التقليد، والحماية المدنية على أساس دعوى المنافسة غير المشروعة، كما تم الاستعانة عمليا بأجهزة وطنية معنية بمكافحة جريمة تقليد العلامة، من بينها المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، إدارة الجمارك، مصلحة مراقبة الجودة وقمع الغش، المصالح الأمنية.

ونظرا للتطورات التكنولوجية الحاصلة التي جعلت من العالم قرية صغيرة وألغت الحدود، تم توسيع نطاق الحماية دوليا، عن طريق إبرام اتفاقيات دولية في مجال حماية الملكية الصناعية منها اتفاقية باريس، اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات التجارية والبروتوكول الملحق بها، اتفاقية تريبس المتعلقة بالجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية. إلى جانب ذلك توجد أجهزة دولية معنية بحماية العلامة التجارية وتتمثل في الشرطة الجنائية الدولية، المنظمة العالمية للملكية الفكرية،المنظمة العالمية للجمارك.

خـــــــاتـــــمة

خاتمة: بعد عرض مختلف جوانب البحث والذي حاولت من خلاله الإجابة عن الإشكالية المطروحة في مقدمة الدراسة خلصت إلى جملة من النتائج أهمها:

– تعتبر جريمة تقليد العلامة التجارية من أخطر الجرائم الماسة بالعلامة، ويتم التقليد عن طريق التشبيه أو عن طريق النقل، ويترتب على تقليد هذه العلامة آثارا سلبية على المستهلك وعلى المنافسة المشروعة وعلى الاقتصاد الوطني والدولي وعلى العلامة ذاتها وهذا بزرع الشك في قيمتها لدى المستهلكين؛ مع الإشارة إلى أنّ التقليد يختلف من دولة إلى دولة تبعا لتقدمها وتخلفها كما أنّه يزداد بازدياد حجم التجارة العالمية.

–لقد حدد المشرع الجزائري في التشريع الراهن مفهوم التقليد بالمعني الواسع للكلمة بالنظر إلى الاعتداءات التي يقوم بها الغير خرقا للحقوق الإستئثارية المعترف بها لصاحب العلامة المودعة، وهذا على خلاف التشريع السابق الذي قام بتعداد الأفعال، كما أنّ المشرع الجزائري في التشريع الحالي ترك المجال مفتوحا في تحديد جرائم تقليد العلامة التجارية.

–تعتبر جريمة التقليد من الجرائم المادية التي لا تحتاج للبحث فيها عن سوء أو حسن النية فبمجرد إثبات الاصطناع يكون دليل على قيام هذه الجريمة.

– استحداث المشرع الجزائري بموجب الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات علامة الخدمة التي لم تكن موجودة في الأمر 57/66 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية الملغى،مع عدم اعتراف المشرع الجزائري ببعض العلامات التجارية كعلامة الشم وعلامة الصوت.

–نص المشرع الجزائري على شروط موضوعية تتمثل في الصفة المميزة، الجدة، المشروعية، وشروط شكلية تتمثل في إيداع طلب التسجيل، فحص الإيداع من ناحية الشكل والمضمون، التسجيل والنشر، وهذا من أجل قبول تسجيل العلامة التجارية، والملاحظ عدم قيام المشرع بتحديد عدد التجديدات.

–المشرّع الجزائري اعتمد جملة من الآليات لمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية تتمثل في الحماية الجزائية عن طريق دعوى التقليد والحماية المدنية عن طريق الدعوى المدنية الأصلية ودعوى المنافسة غير المشروعة، غير أنّه سمح باللجوء إلى هذه الدعاوى فقط فيما يخص العلامة المسجلة أما غير المسجلة فلم ينص عليها على خلاف العديد من التشريعات التي سمحت برفع دعوى المنافسة غير المشروعة عندما تكون العلامة غير مسجلة. هذا فضلا عن أخذه بما جاءت به الاتفاقيات الدولية التي صادق عليها، وأنشأ أجهزة يمكنها المساهمة في حماية العلامة التجارية ويتعلق الأمر بالمعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، مصلحة مراقبة الجودة وقمع الغش، الجمارك، ومصالح الأمن، هذا فضلا عن تعاونه مع الأجهزة الدولية المتمثلة في الشرطة الجنائية الدولية والمنظمة العالمية للملكية الفكرية والمنظمة العالمية للجمارك.

–أما بخصوص العقوبات نجد المشرع الجزائري قد رفع مبلغ الغرامة المالية في حين خفف عقوبة الحبس وهذا عكس ما كان موجودا في التشريع المسبق، وربما أراد المشرع من خلال ذلك إلى المساس بالأرباح التي يحققها مرتكبوا جريمة تقليد العلامة التجارية. مع ذلك كان الأجدر تشديد العقوبات السالبة للحرية.

خاتــمة:.....

-المشرع الجزائري أغفل العود إلى الجريمة في التشريع الحالي وهذا عكس التشريع الملغى الذي كان ينص على العود (أي تكرار ارتكاب الجريمة)، فكان الأجدر لو نص على العود من أجل تشديد العقوبات.

– أوجد المشرع الجزائري مصالح وأجهزة تعنى بمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية، مع ذلك فإنّ جريمة التقليد مازالت مستمرة في التزايد، لذلك يحتاج الأمر إلى بذل مزيد من المجهودات من خلال رفع كفاءة العاملين في هذه الأجهزة، من خلال الدورات التكوينية الوطنية والدولية من خلال التعاون مع أجهزة عالمية.

المقترحات: لا شك أن كل هذه النتائج تبلور بصورة واضحة رغبة المشرع في حماية العلامة التجارية غير أن هذه الحماية تبقى غير فعالة، ومازال المشرع الجزائري بحاجة على بذل المزيد من المجهودات، وعليه يمكن طرح مجموعة من الاقتراحات التي تساهم في حماية العلامة التجارية من جريمة التقليد يمكن إيجازها في النقاط التالية.

– قيام المشرع الجزائري بوضع محاكم متخصصة وتكوين القضاة لهم خبرة في مجال الملكية الفكرية، وهذا لتسهيل عملهم ولكي يكونوا أكثر دقة.

– يجب إعادة النظر في الجانب المتعلق

-بمعاقبة الشريك في جريمة تقليد العلامة التجارية، وذلك في القانون الخاص بالعلامات. وكذلك تمكين مالك العلامة غير المسجلة من رفع دعوى المنافسة غير المشروعة.

– القيام بتدريب وتطوير وسائل وآليات رجال الشرطة والجمارك وأعوان الرقابة بشكل مستمر داخليا وخارجيا لرفع كفاءتهم، واستحداث مصلحة تعنى بجريمة تقليد العلامة التجارية.

– العمل بجدية على القضاء على الأسواق الفوضوية ذلك أنّها تعتبر المناخ المناسب لبيع وتداول المنتوجات المقلدة، لغياب الرقابة فيها.

– ضرورة مساهمة وسائل الإعلام على اختلافها في التوعية بأهمية العلامة التجارية وضرورة تسجيلها، والتحذير من مخاطر التقليد وانعكاساته السلبية على المستهلكين ومالك العلامة والمنافسة المشروعة والاقتصاد. وتوعية المستهلكين ودعوتهم للتعاون مع المصالح المعنية بمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية.

-كما ينبغي على المشرع الجزائري تشديد كل من عقوبة الحبس والغرامة المالية، وهذا كله من أجل عدم تكرار هذه الجريمة من جديد (العود).

– كذلك ينبغي على المشرع الجزائري إجازة تسجيل العلامات الصوتية والشمية والاعتراف بها.

خاتــمة:.....

قائمة المراجع

قـائـمة الـمراجــع

أولا: المراجع باللغة العربية

1- الكتب:

- أحسن بوسقيعة: المنازعات الجمركية، دار النشر النخلة، الجزائر، ط2، 2002م.
- أحمد محرز: الحق في المنافسة غير المشروعة، منشورات النسر الذهبي، القاهرة، ط1، 1994م.
- آمنة صامت: الحماية الجنائية الموضوعية للعلامات التجارية (دراسة مقارنة)، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ط1، 2011م.
- أمين مصطفى محمد: قانون العقوبات القسم العام (نظرية الجريمة)، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ط1، 2010م.
- حمدي غالب الجغبير: العلامات التجارية (الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها)، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ط1، 2011م.
- رؤوف عبيد صب: جرائم التزييف والتزوير، دار الفكر العربي، القاهرة، دط، 1978م.
- زبير حمادي: الحماية القانونية للعلامة التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ط1، 2012م.
- سمير جميل حسين الفتلاوي: الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دط، 1985م.
- السيد عبد الوهاب عرفة: حماية حقوق الملكية الفكرية (براءة الاختراع، العلامات التجارية وتقليدها مع ملحق الاتفاقيات الدولية)، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، دط، 2015م.
- صلاح زين الدين: التزوير المعلوماتي للعلامة التجارية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، ط1، 1435هـ، 2014م.
- صلاح زين الدين: شرح التشريعات الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ط1،2007م.
- صلاح زين الدين: العلامات التجارية وطنياً ودولياً، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2430هـ، 2009م.
- صلاح زين الدين: الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2000م.
- عبد الحميد الشواربي: الجرائم المالية والتجارية، جرائم التهريب الجمركي، الشركات، جرائم الضرائب، جرائم الكسب غير مشروع، جرائم البنوك والائتمان، جرائم الإفلاس، الشيك، منشأة المعارف للنشر، الإسكندرية، دط، 1996م.
- عبد الله حسين الخشروم: الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر، عمان، ط2، 2008م.

قـائمـة المـراجع:.....

- ❖ عبد الله سليمان: شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم العام (الجريمة)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، 1998م، ج1.
- ❖ عدنان غسان برانبو: التنظيم القانوني للعلامات التجارية (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ط1.
- ❖ محمد حسين: الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، دط، 1985م.
- ❖ محمود حسين عباس: الملكية الصناعية والمحل التجاري، دار النهضة العربية، الإسكندرية، ط1، 1969م، ج2.
- ❖ معوض عبد التواب: الوسيط في شرح جرائم الغش والتدليس وتقليد العلامة التجارية من الناحيتين الجنائية والمدنية، عالم الفكر والقانون للنشر والتوزيع، دم، ط6، 2001م.
- ❖ نعيم مغبغب: الماركات التجارية والصناعية، دن، دم، ط1، 2005م.
- ❖ وهيبة لعوارم بن أحمد: جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، ط 1، 2015م.

2- المقالات:

- ❖ آمنة صامت: الحماية الجنائية للعلامة التجارية من جريمة التقليد، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، جامعة الشلف، ع13، جانفي 2015م.
- ❖ رمزي حوحو، كاهنة زواوي: "التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري"، مجلة المنتدى القانونية، صادرة عن كلية الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، ع5، مارس2008م.
- ❖ سارة بن صالح: جريمة تقليد العلامة التجارية، دفاتر السياسة والقانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قالمة، ع15، جوان 2016م.
- ❖ ميلود سلامي: دعوى المنافسة غير المشروعة، دفاتر السياسة والقانون، كلية الحقوق، جامعة باتنة، الجزائر، ع6، جانفي2006م.
- ❖ ميلود سلامي: "العلامة التجارية المشهورة في الجزائر"، مجلة دفاتر السياسة والقانون، صادرة عن جامعة ورقلة، الجزائر، ع4، جانفي2011.
- ❖ وليد كحول: "جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري"، مجلة المفكر، صادرة عن كلية الحقوق والعلوم السياسية، محمد خيضر بسكرة، الجزائر، ع11، دت.

3- المذكرات والأطروحات الجامعية:

- ❖ محمود أحمد عبد الحميد مبارك: العلامات التجارية وطرق حمايتها وفق القوانين النافذة في فلسطين، مذكرة ماجستير في القانون الخاص غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2006م.
- ❖ ميلود سلامي: النظام القانوني للعلامات التجارية في التشريع الجزائري والاتفاقيات الدولية، مذكرة دكتوراه في القانون الخاص غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2012/2011م.

❖ راشدي سعيدة: العلامة في القانون الجزائري الجديد، مذكرة دكتوراه غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2014م.

❖ كريمة جعيجع: أهمية العلامة التجارية في حماية المستهلك، مذكرة ماستر في قانون الأعمال غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2013،2014م.

❖ عائشة شابي، مروة بن سديرة: الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر قانون أعمال غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة 08ماي 1945، قالمة ، الجزائر، 2013، 2014.

❖ وليد كحول: المسؤولية القانونية عن جريمة التعدي على العلامات في التشريع الجزائري، مذكرة دكتوراه قانون أعمال غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2015م.

❖ بلهواري نسرين: النظام القانوني للتدخل الجمركي لمكافحة التقليد، مذكرة ماجستير في القانون غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2008، 2009م.

❖ فروج محمد أمين: التقليد ودور تكنولوجيا المعلومات في حماية القنوات التسويقية(دراسة تطبيقية لسوق مستحضرات التجميل والعطور)، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2007، 2008م.

❖ عبد اللطيف مجناح: الحمابة القانونية للعلامة التجارية ودورها في حماية المستهلك، مذكرة ماستر قانون أعمال غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2015، 2016م.

❖ حليمة بن دريس: جريمة تقليد العلامة التجارية، مذكرة ماجستير قانون خاص غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2008/2007م.

❖ لياس آيت شعلال: حماية حقوق الملكية الصناعية من جريمة التقليد، مذكرة ماجستير قانون الدولي للأعمال غير منشورة، كلية الحقوق، جامعة مولود معمر، تيزي وزو، الجزائر، 2016م.

❖ نادية زواني: الاعتداء على حق الملكية الفكرية التقليد والقرصنة، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2002م،2003م.

❖ نسيمة فتحي: الحماية الدولية لحقوق الملكية الفكرية، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، فرع قانون التعاون الدولي، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر،27 جوان2012م.

4- النصوص القانونية:

أ- الأوامر والقوانين:

❖ الأمر06/03 المؤرخ في 19جمادى الأول عام 1424هـ، الموافق لـ 19جويلية 2003م، المتعلق بالعلامات، ج رج، ع44، س40، 23جمادى الأولى 1424هـ، الموافق 23 جويلية 2003.

❖ قانون 02/04 المؤرخ في 05 جماد الأول1425هـ الموافق لـ 23 يونيو 2004م، يحدد القواعد المطبّقة على الممارسات التجارية، ج رج،ع41، س41، الصادرة الأحد 9جماد الأول عام 1425هـ الموافق لـ 27 يونيو 2004م.

❖ الأمر رقم 57/66، المؤرخ في 27 ذي القعدة عام 1385هـ، الموافق 19مارس 1966، المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية. ج رج ، ع23، س3، 30 ذو القعدة 1385هـ، الموافق 22 مارس1966.

❖ الأمر 156/66 المؤرخ في 18 صفر 1386هـ الموافق لـ 8 يونيو عام 1966م، المتضمن قانون العقوبات، ج رج، ع49، س3، الصادرة بتاريخ 21 صفر 1386هـ الموافق 11 يونيو 1966م.

❖ الأمر 10/72 المؤرخ في 7 صفر عام 1392هـ الموافق لـ 22 مارسم1972، المتضمن انضمام الجزائر لاتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات التجارية، ج رج، ع32، س9، الصادرة بتاريخ 7 ربيع الأول 1392هـ الموافق لـ 21 أفريل1972م.

❖ 02/75 المتضمن المصادقة على اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية ينظر: ج رج، ع10، س12، الثلاثاء محرم عام 1395هـ الموافق لـ4 فبراير سنة 1975م.

❖ قانون 02/89 المؤرخ في 01 رجب 1409هـ الموافق لـ 07 فيفري 1989م، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج رج،ع 6، س26، 2رجب 1409هـ الموافق لـ 08 فيفري 1989م.

❖ قانون 10/98، المؤرخ في 29 ربيع الثاني1419هـ الموافق لـ 22 أوت 1998م، يعدل ويتمم القانون 07/79 المؤرخ في 26 شعبان 1939 هـ الموافق لـ 21 جويلية 1979م، المتضمن قانون الجمارك، ج رج، ع 61، س35، الصادرة بتاريخ 1 جمادة الأول 1419هـ الموافق لـ23 غشت 1998.

❖ قانون رقم 23/06 مؤرخ في 29 ذي القعدة عام 1427هـ، الموافق 20 ديسمبر 2006م، يعدل ويتم الأمر رقم 156/66 المؤرخ في 18 صفر عام 1386هـ، الموافق 8 يونيو 1966م. المتضمن قانون العقوبات. ج.رج، ع84، س43، 4 ذو الحجة 1385هـ، الموافق 24 ديسمبر2006م.

ب– المراسيم:

– المراسيم الرئاسية:

❖ مرسوم الرئاسي رقم 420/13، المؤرخ في 12 صفر 1435هـ الموافق لـ 15 ديسمبر2013م، المتضمن انضمام الجزائر إلى بروتوكول مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات المعتمد بمدريد في 27 جوان1989م، المعدل في 3 أكتوبر2006م وفي 12نوفمبر2007م، ج رج، ع21، س52، الصادرة بتاريخ 7 رجب1436هـ الموافق لـ 26 أفريل2015م.

– المراسيم التنفيذية:

❖ مرسوم تنفيذي رقم 277/05، المؤرخ في26 جمادى الثانية 1426هـ، الموافق لـ 02أوت 2005، الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، ج رج، ع54، س42، الصادرة في 2 رجب 1426هـ، الموافق 07 أوت 2005.

❖ مرسوم التنفيذي 68/98، المؤرخ في 24 شوال 1418هـ الموافق لـ 21 فيفري م1998، المتضمن إنشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية وتحديد قانوني الأساسي، ح رج،ع11، س 53، الصادرة في 2ذو القعدة عام 1418هـ الموافق لـ01 مارس م1998.

❖ مرسوم التنفيذي315/01 المؤرخ في 28رجب 1422هـ الموافق لـ 16 أكتوبر 2001م، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي 39/90 المؤرخ في 3 رجب1410هـ الموافق لـ 30 جانفي 1990م، المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش ، ج رج، ع 61، س38، الصادرة بتاريخ 4شعبان 1422هـ الموافق لـ 21 أكتوبر 2001م.

5- الاتفاقيات الدولية:

❖ ينظر اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المؤرخة في 20مارس1883، والمعدلة في بروكسل، في 14ديسمبر 1900، وواشنطن في02جوان1911، ولاهاي في 06نوفمبر 1925،ولندن في02جوان1934، ولشبونة في31اكتوبر 1958، وستوكهولم في 14 جوان 1967، منشورة على موقع المنظمة العالمية للملكية الفكرية. الرابط: www.wipo.int

❖ ينظر اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات، الموقعة بتاريخ 14 أفريل1891م، والتي أصبحت سارية النفاذ في 15 جويلية1892م، وقد تم تعديلها أكثر من مرة، في بروكسل 14 ديسمبر1900م، ثم واشنطن جوان1911، ثم لندن 2جوان1934م، ثم نيس 15 جوان1957م، ثم في ستوكهولم 14 جويلية1967م، وكان أخر تعديل لها 28 سبتمبر 1979م.

❖ اتفاق مدريد، المتعلقة بقمع مصدر السلع الزائفة أو المضللة، الموقعة في 14أفريل1891، أعيد النظر فيها في لشبونة، بتاريخ31أكتوبر1958، تم بوثيقة أستوكهولم بتاريخ14جويلية1967، وهي منشورة على موقع المنظمة العالمية للملكية الفكرية. الرابط: www.wipo.int

❖ اتفاقية تريبس المتعلقة بالجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية لسنة 1994م، الملحق 1(ج)، منشورة على موقع المنظمة العالمية للملكية الفكرية. الرابط: www.wipo.int

6- المواقع الإلكترونية:

❖ عادل على مقدادي، "الحماية القانونية للعلامة التجارية في القانون الأردني"، بتاريخ 2017/02/21، الساعة 16:30، الرابط: www.araba winfo

❖ محمد إبراهيم السقا، "اقتصاديات تقليد العلامات التجارية"، بتاريخ: 2017/03/31م الساعة: 15:30أنظر الرابط:

http://www.aleqt.com/2014/04/18/article_842101.html

❖ خلود الياسين، الأنتربول شرطة دولية بلا قوات، بتاريخ 2017/04/06، الساعة02:30، الرابط: www.annaharkw.com .

❖ الأنتربول، برنامج مكافحة الاتجار بالسلع غير مشروعة والتقليد، بتاريخ 2017/04/06، الساعة 02:30، الرابط: www.INTERPOL.int

7- معاجم اللغة العربية:

- ابن منظور، لسان العرب، مراجعة وتدقيق: يوسف البقاعي وآخرون، دار المتوسط والتوزيع، تونس، ط1، 1426 هـ، 2005 م،ج1، ج3.
- الجرجاني، معجم التعريفات، تحقيق: محمد صديق المنشاوي، دار الفضيلة، القاهرة، دط، دت.
- مجمع اللغة العربية، المعجم الوجيز (المبسط)، دار الكتاب الحديث، د م، ط1، 1413هـ، 1993م.
- مجمع اللغة العربية، المعجم الوجيز(الميسر)، دار الكتاب الحديث، الكويت، ط1، 1414هـ، 1993م.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

Premièrement: Articles

- Amor Bouhnik, Créer et développer une marque en Algérie,

Manuel de développement de la propriété intellectuelle, Algérie.

- Albert Chavanne, Jean Jacques burst, droit de la propriété industrielle, Edition Cinq dalloz,_Paris, 1998.
- Nicolas topor: La Contrefaçon et las oeuves d' art,(de droit pènale) univertè de monpellier, 2001,2002.

فـهرس المحتويات:.....

فهرس المحتويات

الموضوع **الصفحة**

الإهداء

الشكر والعرف

قائمة الرموز

مقدمة.....(أ-ج)

الفصل الأول: ماهية جريمة تقليد العلامة التجارية.....5

المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية..... 5

المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية..... 5

الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية لغة.....5

أولا:تعريف العلامة لغة..... 6

ثانيا: تعريف التجارية لغة..... 6

الفرع الثاني: تعريف العلامة التجارية في الفقه والقانون الجزائري.....6

أولا: تعريف العلامة التجارية في الفقه.....6

ثانيا: تعريف العلامة التجارية في القانون الجزائري.....7

المطلب الثاني: أنواع وأشكال العلامة التجارية..... 8

الفرع الأول: أنواع العلامة التجارية.....8

أولا: نوع العلامة التجارية حسب النشاط.....8

ثانيا: نوع العلامة التجارية حسب أصحابها.....8

ثالثا:نوع العلامة التجارية حسب الامتداد الجغرافي.....9

رابعا: نوع العلامة التجارية من حيث طبيعتها وتركيبها.....9

الفرع الثاني: أشكال العلامة التجارية.....10

أولا: العلامة الاسمية.....10

ثانيا: العلامة التصويرية (الشكلية).....11

ثالثا: علامة الألوان والعلامة ثلاثية الأبعاد.....11

رابعا: العلامة الصوتية والشمية.....11

المطلب الثالث: شروط تسجيل العلامة التجارية وآثاره.....12

الفرع الأول: شروط تسجيل العلامة التجارية في القانون الجزائري.....12

أولا: الشروط الموضوعية.....12

ثانيا: الشروط الشكلية.....14

فـهرس المحتويات:.....

الفرع الثاني: الآثار المترتبة عن تسجيل العلامة التجارية في القانون الجزائري..... 15
أولا: احتكار استغلال العلامة التجارية..... 15
ثانيا: حق التصرف في العلامة التجارية.....16
المبحث الثاني: الاعتداء على العلامة التجارية بالتقليد وآثاره.....17
المطلب الأول: تعريف التقليد.....17
الفرع الأول:التعريف اللغوي والاصطلاحي للتقليد.....17
أولا: تعريف التقليد لغة.....17
ثانيا: التعريف الاصطلاحي للتقليد.....17
الفرع الثاني: تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية.....17
أولا: تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية في الفقه.....18
ثانيا: تعريف جريمة تقليد العلامة التجارية فيالقانون الجزائري.....18
المطلب الثاني: صور تقليد العلامة التجارية.....18
الفرع الأول: تقليد العلامة التجارية بالنقل.....19
الفرع الثاني:تقليد العلامة التجارية بالتشبيه.....19
المطلب الثالث: آثار تقليد العلامة التجارية.....19
الفرع الأول: آثار تقليد العلامة التجارية على العلامة نفسها والمؤسسة..... 19
الفرع الثاني: آثار تقليد العلامة التجارية على المستهلك..... 19
الفرع الثالث: آثار تقليد العلامة التجارية على الاقتصاد والمنافسة المشروعة.....20
المبحث الثالث: أركان جريمة تقليد العلامة التجارية.....21
المطلب الأول: الركن الشرعي في جريمة تقليد العلامة التجارية.....12
الفرع الأول: الأساس القانوني لجنحة تقليد العلامة التجارية في قانون العقوبات الجزائري.....21
الفرع الثاني:الأساس القانوني لجنحة تقليد العلامة التجارية في قانون العلامة التجارية الجزائري.....22
الفرع الثالث: الأساس القانوني لجنحة تقليد العلامة التجارية في الاتفاقيات.....22
المطلب الثاني: الركن المادي في جريمة تقليد العلامة التجارية.....23
الفرع الأول: السلوك الإجرامي.....23
الفرع الثاني: النتيجة الإجرامية.....24
الفرع الثالث: العلاقة السببية.....24
المطلب الثالث: الركن المعنوي في جريمة تقليد العلامة التجارية.....24
الفرع الأول: القصد الجنائي العام.....24
الفرع الثاني: القصد الجنائي الخاص.....25

فـهرس المحـتويات:.....

ملخص الفصل الأول.....26
الفصل الثاني: جهود مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية في القانون الجزائري.....28
المبحث الأول: الحماية الجزائية والمدنية للعلامة التجارية من جريمة التقليد في التشريع الجزائري.....28
المطلب الأول:الحماية الجزائية للعلامة التجارية من جريمة التقليد.....28
الفرع الأول: المتابعة الجزائية.....28
أولا:أساس المتابعة الجزائية 28
ثانيا:أصحاب الحق في رفع الدعوى العمومية 29
ثالثا:الأشخاص المتابعون جزائيا 30
رابعا:المحكمة المختصة بنظر الدعوى 30
الفرع الثاني:العقوبات المقررة لجريمة تقليد العلامة التجارية.....31
أولا العقوبات الأصلية 31
ثانيا:العقوبات التكميلية.....32
ثالثا : العقوبات المدنية 32
المطلب الثاني : الحماية المدنية للعلامة التجارية من جريمة التقليد.....33
الفرع الأول : المتابعة المدنية 33
أولا: تعريف دعوى المنافسة غير المشروعة 33
ثانيا: الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة 34
ثالثا: شروط دعوى المنافسة غير المشروعة 35
الفرع الثاني :آثار الدعوى المنافسة غير المشروعة.....36
أولا: التعويض.....36
ثانيا : أنواع التعويض.....36
المبحث الثاني :جهود الاتفاقيات الدولية في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية 37
المطلب الأول: اتفاقية باريس 37
الفرع الأول لمحة عن اتفاقية باريس ومبادئها.....37
أولا :التعريف باتفاقية باريس 37
ثانيا: مبادئ اتفاقية باريس 37
الفرع الثاني :آليات مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية في اتفاقية باريس.....38
أولا :التزامات متعلقة بالعلامة موضوع الحماية 39
ثانيا : توفير الحماية القضائية والادارية 39
ثالثا :التزام بضمان حماية فعالة ضد المنافسة غير المشروعة 39

فـهرس المحتويات:.....

رابعا: الحماية المؤقتة للعلامة أثناء المعارض.....39
خامسا : إنشاء المصالح الوطنية الخاصة بالملكية الصناعية 40
سادسا : نظام تسوية النزاعات في إطار الاتفاقيات.....40
المطلب الثاني : اتفاقية مدريد والبروتوكول الملحق بها 40
الفرع الأول : لمحة عن اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات والبروتوكول الملحق بها 40
الفرع الثاني :تقييم اتفاقية مدريد بشأن التسجيل الدولي للعلامات والبروتوكول الملحق بها.....41
المطلب الثالث :اتفاقية تريبس 42
الفرع الأول : لمحة عن اتفاقية تريبس ومبادئها 42
أولا :التعريف باتفاقية تريبس.....42
ثانيا :المبادئ الأساسية لاتفاقية تريبس 42
الفرع الثاني :آليات مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية في اتفاقية تريبس.....43
أولا : الحماية القانونية المؤقتة.....43
ثانيا : الحماية المدنية 43
ثالثا: الحماية الجنائية 43
المبحث الثالث: الآليات الإدارية المتخصصة في مجال مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية.....44
المطلب الأول: الآليات الوطنيةالمعنية بمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية..... 44
الفرع الأول: المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية.....44
أولا: تنظيم المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية وصلاحياته.....44
ثانيا: جهود المعهد في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية.....45
الفرع الثاني: إدارة الجمارك.....46
أولا: تعريف إدارة الجمارك.....46
ثانيا: دور إدارة الجمارك في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية.....46
الفرع الثالث: مصلحة مراقبة الجودة وقمع الغش.....47
أولا: تعريف مصلحة مراقبة الجودة وقمع الغش.....47
ثانيا: الأساس القانوني لتدخل أعوان مراقبة الجودة وقمع الغش..... 47
ثالثا: جهود مصلحة مراقبة الجودة وقمع الغش في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية.....47
الفرع الرابع: دور المصالح الأمنية في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية.....48
أولا: المديرية العامة للأمن الوطني 48
ثانيا: الدرك الوطني 48
المطلب الثاني: الآليات الدولية المعنية بمكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية.....48

فـهرس المحـتويات:.....

الفرع الأول: المنظمة العالمية للشرطة الجنائية (الإنتربول).....49
أولا: تعريف الشرطة الجنائية العالمية (الإنتربول).....49
ثانيا: دور الشرطة الجنائية العالمية في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية..... 49
الفرع الثاني: المنظمة العالمية للملكية الفكري (الويبو).....49
أولا: تعريف المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو).....50
ثانيا: دور المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية.....50
الفرع الثالث: المنظمة العالمية للجمارك.....50
أولا:تعريف المنظمة العالمية للجمارك.....50
ثانيا: دور المنظمة العالمية للجمارك في مكافحة جريمة تقليد العلامة التجارية.....50
ملخص الفصل الثاني.....52
خاتمة:.....54
قائمة المراجع:.....57
فهرس المحتويات:.....63
ملخص البحث:.....

ملخص بالعربية:

تعتبر العلامة التجارية أحد عناصر الملكية الصناعية وإحدى الوسائل التي تميز كل منتوج عن غيره وبالتالي فهي تخدم كل من مصلحة صاحب العلامة ومصلحة المستهلك على حد سواء، ونظرا لأهميتها وانفتاح الأسواق الداخلية والدولية على بعضها البعض أدى إلى تعرضها إلى الاعتداء لاسيما جريمة التقليد التي تتمثل في اصطناع علامة مطابقة تماما للعلامة الأصلية بحيث يؤدي هذا التطابق بين العلامتين إلى تضليل المستهلكين وإحداث الخلط بين المنتجات، وهذه الجريمة تأثر سلبا على العلامة نفسها والمؤسسة أولا ثم المستهلك ثانيا وعلى الاقتصاد والمنافسة المشروعة ثالثا، الأمر الذي أدى إلى سعي التشريعات الداخلية والدولية إلى إيجاد حماية واسعة وفعالة ضد جريمة التقليد وذلك بتقرير عقوبات رادعة ضد المعتدي على العلامة، كما سعتي بعض الأجهزة المعنية بمكافحة جريمة التقليد وذلك عن طريق التوعية وتسوية المنازعات.

الكلمات المفتاحية: العلامة التجارية– الحماية القانونية للعلامة التجارية– جريمة تقليد العلامة التجارية.

RESUME

La marque commerciale est considérée comme l'un des éléments composant la propriété industrielle et comme l'un des moyens qui la distingue des autres produits. En conséquence elle sert à la fois l'intérêt du titulaire de la marque et celui du consommateur, compte tenu de l'importance de l'ouverture des marchés tant au plan national qu'international par des échanges, la marque fut l'objet d'atteinte notamment par la commission d'infraction de '' contre façon '' qui consiste en la reproduction de marque similaire semblable totalement aux marques originales, au point qu'il est difficile de déceler la marque contrefaite de la marque originale, les consommateurs sont alors l'objet de tromperie et se trouvent dans la confusion face à ces produits contrefaits.

Il est à noter que cette infraction a un effet négatif sur la marque elle-même et l'entreprise en premier lieu ensuite le consommateur en second lieu et l'économie ainsi que la concurrence licite en troisième position.

Cette situation a amené les législations tant internes qu'externes de penser à une protection aussi large qu'efficace contre la contrefaçon voir même par des dispositions pénales à l'égard de toute atteinte affectant la marque commerciale.

Aussi les organes concernés par la lutte contre ce genre d'infractions, participent à cette lutte par voie de sensibilisation et règlement des contentieux.

MOTS- Clés: Marques commerciales- protection des marques commerciales- crime de imitation la marques commerciales.