الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف –المسيلة–

كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحـــقوق

ميدان الحقــوق
تخصص قانون أعمال

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي

بعنوان

# الحماية القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري

إعداد الطالب:
– فايد سليم

تحت إشراف الأستاذ:
– بليل حكيم

| الرقم | اسم ولقب الأستاذ | الرتبة العلمية | الجامعة | الصفة |
|---|---|---|---|---|
| 1 | د.برابح السعيج | أستاذ محاضر أ | جامعة المسيلة | رئيسا |
| 2 | د. بليل حكيم | أستاذة محاضرة أ | جامعة المسيلة | مشرفا ومقررا |
| 3 | د.مهدي رضا | أستاذ مساعد أ | جامعة المسيلة | ممتحنا |

السنة الجامعية: 2024/2023

# الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

## وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مؤسسة التعليم العالي والبحث العلمي:

### نموذج التصريح الشرفي
### الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

أنا الممضي أسفله،

السيد(ة): فايد سليم ..... الصفة: طالب، أستاذ، باحث .....

الحامل(ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 109687337 والصادرة بتاريخ: 2016/11/09

المسجل(ة) بكلية / معهد: الحقوق والعلوم السياسية قسم: الحقوق

والمكلف(ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه)،

عنوانها: المعايير القانونية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري -

.....

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

التاريخ: 2024.06.30

توقيع المعني (ة)

شوهد على التوقيع
السيد .....
حمام الضلعة في: 30 جوان 2024

ولاية المسيلة
08
بلدية حمام الضلعة

عن رئيس المجلس الشعبي البلدي
ونيابة منه التصرف القانوني
عمراي فيصل

# إهداء

**الحمد لله وكفى والصلاة والسلام على سيد الخلق حبيبنا ونبينا المصطفى وأهله ومن وفى وبعد:**

**إلى أعز ما أملك في الوجود أمي وأبي اللذان ساعداني في حياتي ولم يبخلا علي بدعائهما حفظهما الله وأطال في عمرهما**

**إلى عائلتي الصغيرة زوجتي وأولادي يونس وتسنيم**

**إلى من دعموني في مساري الدراسي وشاركوني فرحة النجاح**

**إخوتي وأخوتي أدامهم الله سندا لي في حياتي ودربي**

**إلى كل الأصدقاء والزملاء الذين رافقتهم طيلة مشواري الدراسي**

**إلى كل من مد لي يد العون والمساعدة ولو بالدعاء بظهر الغيب**

**إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة جهدي**

# شكر وتقدير

**الحمد لله حمدا يليق بجلال وجهه وعظيم سلطانه أن وفقني في إتمام هذا البحث، راجيا دوام النعمة منه.**

**وانطلاقا من قوله تعالى: "** هَلْ جَزَاءُ الْإِحْسَانِ إِلَّا الْإِحْسَانُ "(الرحمن:60)، **وطمعا بقوله تعالى: "** وَسَيَجْزِي اللَّهُ الشَّاكِرِينَ" (أل عمران:144) **وامتثالاً لقول رسول الله صلى الله عليه وسلم: " من لم يشكر الله لا يشكر الناس " واعترافا مني بضرورة رد الجميل إلى أهله، فإنّي أتقدم:**

**بجزيل الشكر والعرفان للمشرف الدكتور بليل حكيم على تفضله بالإشراف على هذا البحث، فكانت توجيهاته وتقديم نصائحه، الفضل بعد الله في إنجاز هذا البحث وإخراجه على هذه الحالة، فالله أسأل أن يوفقه الله ويجزيه خير الجزاء وأن يجعل ذلك في ميزان أعماله.**

**كما أتوجه بالشكر والتقدير للجنة المناقشة على تفضلها بقراءة هذه المذكرة ونقدها نقدا بناء بغية إثراءها وإخراجها في حالة أفضل.**

**كما أتوجه بالشكر والتقدير لكل أساتذتي في مختلف الأطوار التعليمية وخاصة أساتذة كلية الحقوق في جامعة محمد بوضياف**

**كما أتوجه بالشكر للموظفين والإداريين والعمال في مقدمتهم عمال مكتبة كلية الحقوق والعلوم السياسية.**

**وفي الأخير أسأل الله عز وجل أن يتقبل هذا المجهود بقبول حسن ..**

# قائمة المختصرات

| ص | الصفحة |
| --- | --- |
| ج | الجزء |
| ط | الطبعة |
| د ط | دون طبعة |
| دت | دون سنة النشر |
| ج ر | جريدة رسمية |
| مج | المجلد |
| ع | العدد |

**ملخص**

**تتمتع العلامة التجارية المسجلة أو غير المسجلة بالحماية القانونية كأصل عام، فإذا كانت مسجلة فإنها تتمتع بالحماية المدنية والجزائية معا، أما إذا كانت غير مسجلة فإنها تتمتع بالحماية المدنية فقط، وهذا ماصادقت عليه الجزائر في الاتفاقيات الدولية الخاصة بحماية العلامة التجارية.**

**Résumé:**

Les marques commerciales disposé en généralement une protection juridique. Pour la première une protection pénale et civile. Tandis que la deuxième n'a qu'une protection civile. Pour cela l'Algérie a aprobé aux accords internationaux de la protection de la marque commercial.

**Abstract**

The basic general issue with respect of the trademark is the legal protections status, whether being registered or unregistered. If the trademark is registered, then shall enjoy both civil and penal protection, but if the trademark is unregistered, consequently, shall only enjoy civil protection, and This was ratified by Algeria in international agreements to protect brand.

**الكلمات المفتاحية:**

علامـة تجاريـة، حمايـة مدنيـة، حمايـة الجزائيـة, قـانون تجـاري، حمايـة دوليـة، سـجل تجاري، تقليد.

**Key words**

Trade mark, Civil Protection, Penal protection, Commercial Law, International Protection, Commercial Register, Tradition.

**Mots Clés :**

Marque, protection Civile, protection pénale, droit Commercial, protection internationale, Registre Du Commerce, tradition.

# مقدمة

## مقدمة

لم تعد العلامة التجارية اليوم مجرد وسيلة للتمييز بين المنتجات أو الخدمات بل أصبحت وسيلة قانونية في خدمة إستراتيجية المؤسسات لتوسع أسواقها في كل مناطق العالم، كما تظهر أهمية العلامة باعتبارها قيمة مالية.

لذلك سعى المستثمرون وأصحاب المشاريع وكل الأعوان الاقتصاديين على فرض مكانتهم في السوق وظهور علامات تميزهم عن غيرهم داخل السوق، وذلك باستخدام شارات أو أشكال أو صور التي تتولد عنها أصناف للعلامة التجارية بحسب الشكل _علامات اسمية وأخرى تصويرية كما أنها أصناف بحسب النوع علامات تجارية، صناعية محلية ومشهورة.

حيث يجب تسجيل العلامة التجارية لضمان تحقيق الحماية القانونية لها ولتحقيق ذلك يلتزم توفر شروط موضوعية للعلامة، وهو شرط الميزة والحدة وشرط المشروعية، إضافة إلى توفرها على شروط شكلية تجعلها تتمتع بالحق في الحماية القانونية، حيث تتمثل هذه الشروط في إجراءات التسجيل، من إيداع طلب التسجيل لدى المصالح المختصة_ المعهد الوطني للملكية الصناعية_ وقيام هذه الأخيرة بفحص الطلب من الناحية الموضوعية ومن الناحية الشكلية، وبعدها إصدار قرار بقيد ونشر التسجيل في حالة قبوله.

حيث من أجل تحقيق ذلك كان لابد من وجود تنظيم قانوني محكم يضمن مصلحة أصحاب هذه العلامات في منافسة مشروعة عند استعمالها وطرحها في السوق من جهة، ومن جهة أخرى ضمان عدم المساس بالمصلحة العامة.

مما يترتب عليه اعتبار العلامة التجارية حقا لصاحبها ذات قيمة مالية طائلة في بعض الأحيان، وغني عن ذلك القول إن هذا الحق قد يتعرض إلى مختلف صور الاعتداء كالغش والتقليد مما جعل الدول تتسارع في وضع تشريعات تكفل حماية العلامة التجارية وتنظيمها، فنتج عن هذا التسارع في خلق وسائل حماية مدنية من جهة وحماية جزائية من جهة أخرى، وهذا ما يقتصر موضوع بحثنا حول الإلمام والإحاطة بكافة الوسائل التي تضمن حماية العلامة التجارية من أي اعتداء.

ولقد حدد المشرع الجزائري أحكاما دقيقة بموجب الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية، فيما يخص حق الملكية للعلامة التجارية وإيداعها وتسجيلها ونشرها وتحويلها وبطلانها، كما نص على عقوبات تطبق على جنح مختلفة من بينها تقليد العلامة التجارية أو استعمالها عن طريق التدليس.

**أهمية الدراسة:**

تكمن أهمية البحث في الاهتمام الكبير للفقه والتشريعات وحرصهم على ضرورة توفير الحماية اللازمة للعلامة التجارية على الصعيدين الداخلي والدولي فالمتتبع للاتفاقيات الدولية المتعلقة بموضوع عناصر الملكية التجارية والصناعية يجد مدى الاهتمام الدولي بالعلامات التجارية وهذا ما أسفرت عنه عدة اتفاقيات دولية كإتفاقيات باريس ومدريد ونيس.

أسباب الدراسة:

**1 - الأسباب الذاتية:**

الميل إلى المواضيع المرتبطة بمحاربة والحد من مظاهر الغش والتقليد التي تنتج عنها مخاطر صحية وأضرار مادية بالمستهلك، وتشكل خطورة على حياته ، ونظرا لإمكانية إسقاطها على الواقع خاصة بعد انتشارها السريع .

**2 - الأسباب الموضوعية:**

- تزايد غش وتقليد العلامات التجارية سواء على الصعيد الداخلي أو الدولي من بعض الدول.
- قرصنة العلامات أصبحت تجارة مزدهرة ما أدى إلى عدم قدرة الوسائل القانونية الموجودة على التصدي لها.

**أهداف الدراسة:**

تهدف هذه الدراسة إلى الإحاطة بالجوانب القانونية المهمة الخاصة بالعلامة التجارية، كما تهدف أيضا إلى الإلمام في توفير حماية قانونية للعلامة من ناحية الحماية المدنية بالوقوف على الوسائل المدنية، إضافة إلى الحماية الجزائية عن طريق توضيح النظام القانوني المتكامل للعلامات التجارية، وتبيين نطاق الحماية

الوطنية الجزائية لها إضافة إلى التعرض للحماية الدولية للعلامة التجارية وفق الاتفاقيات الدولية.

**خامسا الإشكالية:**

وعليه ارتأيت إلى صياغة الإشكالية على النحو التالي:

ماهي الآليات القانونية التي وضعها المشرع الجزائري لحماية العلامة التجارية؟ ومدى فعاليتها ونجاعتها؟

**منهج البحث :**

تم الاعتماد في دراسة هذا الموضوع على:

المنهج التحليلي: من خلال ذكر واستقراء النصوص القانونية ومن ثم تحليلها إضافة إلى مضمون الاتفاقيات الدولية.

**هيكل الدراسة:**

**مقدمة:** تتضمن الإطار المفاهيمي للعلامة التجارية من تعريف وأصناف وتسجيل العلامة، وأهداف وأهمية البحث والمنهج المتبع، إضافة إلى إشكالية البحث.

**الفصل الأول:** تم التطرق فيه إلى الحماية الوطنية للعلامة التجارية، من حيث الحماية المدنية التي تضمنت الوسائل المدنية من دعوى المنافسة الغير مشروعة وإجراءات تحفظية كالحجز التحفظي على العلامة التجارية، إضافة إلى الحماية الجزائية للعلامة من حيث الجرائم الواقعة عليها، والسياسة العقابية المقرر لهذه الجرائم.

**الفصل الثاني:** تم التطرق فيه إلى الحماية الدولية للعلامة التجارية من خلال الاتفاقيات الدولية المصادق عليها من قبل الجزائر التي تضمنت موضوع الدراسة، إضافة إلى أهم المبادئ والسياسات التي تقوم عليها هذه الاتفاقيات التي تعكس المسؤولية الدولية في إطار حماية العلامة التجارية.

**الخاتمة:** تضمنت ملخص البحث، إضافة إلى أهم النتائج الخاصة بالموضوع.

# الفصل الأول:

# الحماية في القوانين للعلامة التجارية

إن حماية العلامة التجارية نقطة مهمة وحاسمة لحماية هوية أعمال التاجر حيث بدون حماية يمكن لأي شخص الاستفادة من جهود الآخرين ويتحصل على فوائد من جراء استعمال علامات بغير حق، ولذلك احتاجت الدول إلى قوانين لحماية العلامات التجارية، حيث أصدرت الجزائر قوانين لحماية العلامات التجارية وهذه القوانين تجسدت في عدة وسائل وهو ما يعرف بوسائل الحماية القانونية الوطنية، حيث تختلف العلامة التجارية بحسب إذا كانت العلامة مودعة أم غير مودعة، فإذا كانت العلامة غير مودعة أو مودعة يجوز لصاحبها أن يتمتع بحماية مدنية، وبحماية جزائية إلا إذا كانت مودعة، وعلى ذلك يعاقب جزائيا الشخص الذي يتعدى على العلامة بأي وجه من أوجه الاعتداء. لكن كذلك يجوز لصاحب العلامة رفع دعوى مدنية مبنية على المنافسة الغير مشروعة أو اغتصاب العلامة،أواتخاذ تدابير تحفظية كآلية وقائية لحمايتها.

ونتطرق لكل حماية على حدة في مبحثين على النحو الآتي:

المبحث الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية.

المبحث الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية.

إن الحق في حماية العلامة التجارية ثابت ومضمون من طرف المصالح المختصة، بمجرد ثبوت صحة إيداع العلامة على مستوى الجهاز المختص قانونا الأمر الذي ينتج عنه منح شهادة تسجيل والتي تشكل سندا لملكية العلامة.

وإن إتمام عملية تسجيل العلامة التجارية بالشكل المنصوص عليه في القانون ينتج عنه اعتراف قانوني بهذه العلامة ويتجسد عن هذا الاعتراف الاستفادة من الحماية القانونية التي يرتبها القانون لتلك العلامة المسجلة وتتجلى هذه الحماية من خلال وسائل مدنية ولهذا سيتم تقسيم الدراسة في هذا المبحث إلى مطلبين:

**المطلب الأول:** حماية العلامة التجارية برفع دعوى المنافسة غير مشروعة.

**المطلب الثاني:** الحماية بشطب العلامة ومنع الضرر والحجز التحفظي كآلية وقائية لحمايتها.

## المبحث الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية

### المطلب الأول: حماية العلامة برفع دعوى المنافسة غير مشروعة.

إن المشرع في قانون المنافسة الغير مشروعة، قد رتب حماية العلامة التجارية سواء كانت علامة مسجلة أو غير مسجلة، بحيث يكون هذا القانون قد أضفى الحماية للعلامة الغير المسجلة بعد أن كان قانون العلامات التجارية قد اقتصر في هذه الحماية على العلامة المسجلة فقط باعتبار أن المادة 02 من الأمر 03-06 الخاص بالعلامات التجارية الجزائري عرفتها على أنها: "هي كل الرموز القابلة للتمثيل لاسيما الكلمات فيها الأشياء الأشخاص والأحرف والأرقام و الرسومات الصور والأشكال المسيرة للسلع أو وتصنيفها والألوان بمفردها أو مركبة أو الصور والأشكال المميزة للسلع و خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع أو خدمات غيره"

والعلامات تقوم بوظيفة تمييز المنتجات أو البضائع بالتدليل على المصدر والنوع[1]، ويتم التطرق لتعريف المنافسة الغير مشروعة و من ثم مناقشة الأساس القانوني للدعوى، وهذا ما يتم تناوله في الفروع التالية :

1 احمد سعيد الزقرد، الحماية المدنية من الدعاية التجارية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية مصر، طبعة 2007، ص07.

**الفرع الأول: ماهية المنافسة غير مشروعة.**

يمكن تعريف المنافسة الغير مشروعة بموجب عام بأنها استخدام التاجر لطرق منافية للقوانين والعادات أو الشرف[1]، كما تعتبر مزاحمة بين عدد من الأشخاص على نفس الهدف .

كما تعتبر من أعمال المنافسة الغير مشروعة كل منافسة تتعارض مع الممارسات الشريفة في الشؤون الصناعية والتجارية.

ومن منطلق تعريف المنافسة الغير مشروعة، يتضح صورها غير أن هذه الأخيرة سيتم التطرق إليها في المبحث الثاني من هذا الفصل باعتبارها من جرائم التعدي على العلامة التجارية، حيث يحق لصاحب العلامة التجارية أو أي تاجر يتاجر بمنتجات تحمل تلك العلامة، أن يلجأ إلى القضاء لحماية علامته عن طريق دعوى المنافسة الغير مشروعة، باعتبار أن العلامة التجارية إحدى وسائل المنافسة الحرة لجذب العملاء والتعريف بالمنتجات. فإن أي إساءة إليها بوسائل غير مشروعة تجعل من حق صاحب المصلحة أن يرفع دعوى المنافسة الغير مشروعة، وتقوم هذه الأخيرة على ذات الأساس الذي تقوم عليه المسؤولية التقصرية مع مراعاة الطبيعة الخاصة لبعض أحكامها وتطبيقاتها و التي تخرج فيها عن هذه الأسس في دعوى المسؤولية التقصرية ولكن بشكل عام فان شروط ممارسة الدعويين واحدة وعلى ذلك يتعين أن يقوم الشخص بعمل من أعمال المنافسة الغير مشروعة وأن يرتب على هذا العمل ضرر للغير وأن تواجد علاقة سببية بين العمل المنافس والضرر الذي يترتب عنه وهذه الشروط هي:

**1-الخطأ:**

يعتبر الخطأ هو إخلال بواجب قانوني مقترن بادراك المخل لذلك الواجب ويتضح من هذا أن الخطأ يشتمل على عنصرين، الأول(موضوعي) وهو الإخلال والثاني (شخصي) وهو توافر التمييز لدى المخل بهذا الواجب[2]، ويلاحظ من هذا أنه يشترط إلى جانب الإخلال بواجب قانوني وجود الإدراك، إلا أننا لا نرى أن أفعال المنافسة الغير المشروعة تقع كلها على وجود قصد مسبق بإتيان هذه الأفعال، فقد تحصل نتيجة إهمال وعدم اكتراث التاجر بالأعمال التي يقوم بها والتي تشكل منافسة غير المشروعة، باعتبار

[1] مصطفى طه، القانون التجاري، دار النهضة العربية، بيروت، 1975، ص 559.

[2] صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، طبعة 2012، ص376-368.

أن الأصل في ممارسة النشاط التجاري هو حرية المنافسة ولكن ضمن نطاقها المشروع، لذلك لابد من التساؤل عن أمر في غاية الأهمية وهو متى تعد المنافسة خطأ يستوجب المسؤولية ؟ أو بصياغة أخرى التساؤل حول طبيعة المنافسة الغير المشروعة[1] .

وجدير بالذكر أن هناك نوعين من المسؤولية، مسؤولية تعاقدية، وأخرى تقصيرية، والتي تترتب عن الخطأ بصرف النظر عن كونه متعمد أو مجرد إهمال لذالك لا مجال للتفريق بين الخطأ الذي يتولد عن سوء النية ما دام أن هذه الدعوى تسند إلى ذات الأساس الذي تستند إليه دعوى المسؤولية المدنية بصفة عامة[2]، ونظرا لعدم تحديد فكرة الخطأ في القوانين المقارنة عند تنظيمها للمسؤولية عن العمل الغير المشروع، وترك الأمر للاجتهاد الفقه والقضاء، فقد تعددت الاتجاهات في تحديد معنى الخطأ، فيرى جانب من الفقه بأن الخطأ يكون عند الإخلال بالالتزام سواء كان الالتزام فرديا أم جماعيا، وبشكل عام فان الإخلال بالواجبات العامة المقصودة منها عدم الإدراك لمصالح الآخرين كما يرى جانبا من الفقه الفرنسي إلى اعتبار الخطأ تقصيرا عن الواجب، ولقد استقر الرأي فقهيا على اعتبار الخطأ إخلال بواجب قانوني مقترن بادراك المخل إياه[3].

وقد لا تقتصر صور الخطأ على الأفعال المادية، فقد يعتبر إتهام التاجر المنافس بعدم الحرية في مزاولة عمله في حالة عدم تقديم سلع وخدمات بإتقان أو إخلاص، أو حالة إتمام مالك المحل التجاري المنافس باستخدام علامة غير مسجلة، حيث أن هذه الاتهامات تأخذ شكل التزوير والتقليد تأخذ شكل المنافسة الغير مشروعة على الشخص المنافس.

**2-الضرر:**

حيث أن دعوى المنافسة الغير مشروعة لا تخرج على أن تكون دعوى مسؤولية عادية أساسها الفعل الغير مشروع، فيحق لكل من أصابه ضرر من فعل المنافسة غير المشروعة أن يرفع دعوى المسؤولية و يطالب بالتعويض عما أصابه من ضرر، فلا محل للمسؤولية إلا إذا ترتب على المنافسة غير المشروعة ضرر، سواء كان ماديا( يشمل

[1] محمود علي الراشدان، العلامة التجارية، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، طبعة أولى، 2009، ص129.

[2] عماد الدين محمود سويدان، الحماية المدنية للعلامات التجارية، دار المكتبة حامد للنشر، عمان الأردن، طبعة أولى، 2012، ص123-129.

[3] زينة غائم عبد الجبار الصفار، المنافسة الغير مشروعة للملكية الصناعية، دار حامد لنشر والتوزيع، الطبعة الثانية الأردن،2007، ص137.

أمواله أو أدبيا يشمل سمعتم أو كان صغيرا أو كبيرا كما يجب أن يكون التعويض مساوي للضرر، وهذا يقتضي أن يكون الضرر محقق الوقوع.[1]

في حين أن دعوى المسؤولية المدنية تهدف إلى تعويض الضرر كما أن دعوى المنافسة غير المشروعة لا تقتصر على تعويض الضرر إذا وجد ولكنها تهدف إلى حماية التجار من أعمال المنافسة غير المشروعة. وبالنسبة للمستقبل كذلك يجوز رفع دعوى المنافسة غير المشروعة ولو لم يكن هناك أي ضرر أصاب التاجر في حالة خشية هذا الأخير من وقوع الضرر في المستقبل، وبالتالي دعوى المنافسة الغير مشروعة، وظيفة وقائية إضافة لوظيفتها الأصلية المتعلقة بالتعويض, لذلك يمكن الحكم بالكف عن الاستمرار في الأعمال الغير مشروعة، ولكن لا يجوز رفع دعوى طلب التعويضات استناد للمنافسة غير المشروعة إلا إذا ثبت أن ضرر ما قد أصابه بالقدر اللازم، وهنا نقول أن قانون المنافسة لا تقتصر الحماية المفروضة فيه على مجرد المطالبة بالتعويض عن الضرر بل تمتد الحماية إلى رفع دعوى وقف أو منع التعدي.[2]

**3-العلاقة السببية:**

لابد من وجود رابطة سببية بين أفعال المنافسة المشروعة والأضرار الي لحقت التاجر المنافس، حيث تتبع القواعد العامة في القانون المدني، لذلك يشترط في دعوى المنافسة الغير مشروعة، أن يثبت المدعي أن الضرر كان بسبب فعل من الأفعال المخالفة للقانون، لكي يكون هناك منافسة غير مشروعة فلابد من التحقق من كونه السبب المباشر في إحداث الضرر أو احتمال وقوعه، فلا سبيل للمدعى عليه التهرب من المسؤولية، إلا إذا أثبت مشروعية الفعل أو نفي صدروه منه، حيث يقصد بالرابطة السببية أن الضرر الحاصل كان نتيجة الخطأ[3].

يعني يتوجب وجود رابطة بين الخطأ الذي ارتكبه، أو تسبب به المعتدي على العلامة التجارية و بين الضرر الذي لحق صاحب العلامة[4].

---

[1] صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، ص 388.

[2] الفرق بين دعوى التعويض منع التعدي، في دعوى منع التعدي الضرر مفترض (قريب الاحتمال أو وشيك الوقوع) أما دعوى التعويض أن يكون الضرر محقق الوقوع ( قد وقع فعلا)، عماد السويدان، مرجع سابق، ص 125.

[3] زينة غانم، مرجع سابق، ص 114.

[4] صلاح زين الدين، نفس المرجع، ص 390.

كما لاحظنا أن دعوى المسؤولية يشترط لقيامها وجود خطأ وضرر وعلاقة سببية بينها وبما أن الأساس الذي تسند عليه دعوى المنافسة غير المشروعة هو ذات الأساس في المسؤولية المدنية لذا لابد من توافر الرابطة بين أفعال المنافسة غير مشروعة والضرر الذي أصابه التاجر المتضرر وبذلك لا يكون هناك محل الكلام عن رابطة السببية في دعوى المنافسة غير المشروعة إلا في الحالات التي تنشئ فيها للمدعي ضرر من الأعمال غير المشروعة التي أتاها التاجر المنافس لاسيما و أن هناك حالات لا تترتب عليها للمدعي أي ضرر وإنما يكون المقصود منها الحكم بإزالة الوضع غير المشروع بالنسبة إلى المستفيد[1].

غير أنه يمكن للمدعي عليه إثبات أن الخطأ الذي ارتكبه لم يكن منتجا للضرر الذي لحق التاجر أو الصانع المنافس وذلك وفق للمادة 127 من القانون المدني الجزائري[2] كوجود قوة قاهرة مثلا.

وأخيرا يمكن القول أن التاجر الذي ارتكب خطأ يعد بمثابة منافسة غير مشروعة، وكان هذا الخطأ الأخير سببا لضرر التاجر المنافس له، يجوز لهذا الأخير رفع دعوى منافسة غير مشروعة للمطالبة بالتعويض وفق تلك الأعمال كما في حالة تعدد التجار والمتضررين فيتقرر الحق لكل شخص على انفراد، وتعود السلطة التقديرية في ذلك للقاضي.

**الفرع الثاني: الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير مشروعة.**

إن الأساس القانوني لدعوى المنافسة الغير مشروعة يتم تبنيه من خلال معرفة دورها في تحقيق الحماية للعلامة التجارية باعتبارها من **وسائل الحماية المدنية** لها.

حيث يتبين ذلك من خلال التطرق إلى الجهة القضائية المختصة المرفوعة أمامها الدعوى من جهة، ومن جهة أخرى أصحاب الحق في رفع هذه الدعوى.

**أولا: الجهة القضائية المختصة.**

تنص المادة 20 من الأمر 06/03 على أنه: " يمكن للجهة القضائية المختصة إبطال تسجيل العلامة بأثر رجعي من تاريخ الإيداع وذلك بطلب من المصلحة المختصة

[1] عماد محمود سويدان، مرجع سابق، ص 125.

[2] الأمر رقم 75/58,المؤرخ في 26-09-1976، يتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية الصادرة 30 سبتمبر 1975، العدد 78، ص 990.

أو من الغير عندما يتبين بأنه كان لا ينبغي تسجيل العلامة للأسباب المذكور في الفقرات 01 إلى 09 من المادة 7 من هذا لأمر لا يمكن إقامة دعوى إبطال إذا اكتسبت العلامة صفة التميز بعد تسجيلها، وتتقادم هذه الدعوى بخمس سنوات ابتداء من تاريخ تسجيل العلامة"[1].

وهذا يعني أن المحاكم هي المختصة بالفصل في مثل هذه النزاعات إلا إذا ارتبطت الدعوى المدنية بالدعوى الجزائية، هنا يجب تحديد المحكمة المختصة نوعيا ومحليا للفصل في دعوى المنافسة غير المشروعة ويعني إذا كانت الدعوى المدنية المرفوعة بطريق التبعية للدعوى الجزائية أمام المحكمة الجزائية، ودفع المتهم بعدم ملكية المدعي المدني للعلامة، ففي هذه الحالة تفصل المحكمة الجنائية أيضا وهذا تطبيقا لأصل الأصول الإجراءات، وهو إن قاضي الدعوى هو الدفع[2].

فالنسبة للاختصاص النوعي للمحكمة, فالمشرع الجزائري بسط التنظيم القضائي جاعلا المحكمة ذات اختصاص عام في نظر كل المنازعات ما عدا ما استثني بنص خاص، وهي تفصل في جميع القضايا المدنية والتجارية أو دعاوى الشركاء. فبما أن دعوى المنافسة الغير مشروعة من الدعاوى التجارية فإن المحاكم هي صاحبة الاختصاص، لكن المشرع الجزائري يحدد أي اختصاص نوعي للمحاكم في هذا الشأن يعني في حالة التعدي أو الإساءة إلى سمعة العلامات التجارية بطرق غير مشروعة.

إذا كل ما في الأمر، يمكن للمحكمة أن تحتوي على قسم تجاري ولكن اختصاصه لا يعد من النظام العام، وإنما مجرد تنظيم داخلي للمحكمة، وهذا عكس النظام الفرنسي الذي يعرف تعدد المحاكم ذات الدرجة الأولى، إذ يؤول اختصاص النزاعات الناتجة من العلامات التجارية إلى المحاكم التجارية أو محاكم المرافعة الكبرى التي يعد اختصاصها في مثل هذه القضايا نوعيا[3].

أما بالنسبة للاختصاص المحلي للمحكمة هي أن المشرع الجزائري نص على قاعدة عامة للاختصاص المحلي، فالأصل يعود الاختصاص للمحكمة الواقع في دائرة

---

[1] الأمر 06/03 المورخ في 19 جمادى الاول عام 1424 الموافق، 9 يوليو سنة 2003، الجريدة الرسمية، الجزائر عدد 67، 5 نوفمبر 2003، ص25.

[2] محمد حسين، الوجيز في الملكية الفكرية، الموسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985، ص290.

[3] حمادي زوبير، حماية قانونية للعلامة التجارية، مرجع سابق، ص 159.

اختصاصها موطن المدعي عليه و في حالة العدم، إذا كان موطن غير معروف فيعود الاختصاص للمحكمة الواقعة في دائرة اختصاصها محل إقامته وفي حالة انعدام هذا الأخير يكون اختصاص للمحكمة الواقع في دائرتها أخر موطن له، وعلى هذا الأساس في حالة التضرر جراء أعمال المنافسة غير مشروعة ترفع دعوى إلى محكمة موطن المنافس منافسة غير المشروعة إذا كان شخص طبيعي أما إذا كان معنوي يعود إلى محكمة مقر الشركة، و يمكن لصاحب العلامة رفع دعوى استعجالية لوقف أعمال المنافسة غير مشروعة حسب المادة 299 ق إ م أ[1].

**ثانيا: أصحاب الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة.**

في حالة التعدي على العلامة التجارية بطريقة غير مشروعة، فإنه يمكن إلى فئة معينة اللجوء إلى القضاء برفع دعوى مدنية للمطالبة بالتعويض جراء هذا التعدي

حيث أن هذه الفئة تتمثل في صاحب العلامة، والمرخص له، وأي شخص يتاجر بمنتجات تحمل تلك العلامة بصفة مشروعة، وكذلك المستهلك إذا لحقه ضرر من جراء استعمال العلامة من قبل تاجر يقوم بمنافسة غير مشروعة، و يكون التعويض ممثلا بدفع ما قد يستحق للمضرور نظيرا للضرر الذي أصابه بسبب خسارة أو ضياع فرصة الربح، كما قد يكون نتيجة إصابته في شهرته أو سمعته، يعني سواء كان الضرر مادي تقدره المحكمة، هنا السلطة التقديرية تعود لقاضي موضوع وأصحاب الخبرة.

مثال: قضى قضاة مجلس قضاء الجزائر في قضية "Rêve D'or " على أن صاحب هذه العلامة يعد منافس لصاحب علامة" Rêve Désire ".منافسة غير مشروعة

وعليه حكمت عليه بالتعويض للمضرور[2]، كما تمت الاستعانة بخبراء لتحديد الأضرار الناجمة وتقديم التعويض أما بالنسبة للتعويض عن الضرر المعنوي تقدره المحكمة حسب السلطة التقديرية للقاضي و ذوي الخبرة و ذلك حسب المادتين47 و48 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية، إضافة للتعويض المالي يمكن الحكم بتعويض أدبي وذلك بواسطة نشر حكم[3] على نفقة المحكوم .

**المطلب الثاني: حماية العلامة بالشطب ومنع الضرر وبالحجز التحفظي كآلية وقائية.**

[1] قانون رقم 09-08، المؤرخ في 25 فيفري 2008، الموافق لـ 18 صفر عام 1429، المتضمن قانون الإجراءات المدنية الإدارية، الجريدة الرسمية رقم 21 بتاريخ 2008.04.23.

[2] Haroun (A), La protection de la maque au Maghreb, OPU Alger, 1979, p 413.

[3] تنشر أحكام في الجريدة الوطنية بالنسبة للقضاء الحزائري.

تم تناول في هذا المطلب الشطب باعتباره وسيلة أو آلية من آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية، إضافة إلى منع الضرر والحجز التحفظي كآلية وقائية .

**الفرع الأول : شطب العلامة محل الاعتداء**

يتجه إلى شطب العلامة التجارية كوسيلة من وسائل الحماية المدنية للعلامة التجارية في الأحوال أو الحالات التي يتم فيها تسجيلها في سجل العلامات التجارية دون مراعاة أحكام قانون العلامات التجارية، كاستعمال بضائع لنوع مختلف غير الذي تم تسجيله، أو أن تكون مخالفة لشروط التسجيل الشكلية أو الموضوعية، أو تم تسجيلها من باب الخطأ, بحيث تنشأ عن تسجيلها استعمالها منافسة غير مشروع[1].

وعليه يمكن شطب العلامة التجارية بإحدى الطريقتين:

**الأولى: الشطب الإداري.**

ويتم من خلال مسجل العلامات تجارية في أي من الحالات التالية:

- في حالة تقصير التسجيل على إتمام إجراءات تسجيل العلامة بعد تقديم الطلب.
- في حالة صاحب العلامة لم يقم بتقديم طلب التجديد بعد انتهاء الأجل.
- بناء على إرادة صاحب العلامة بالشطب شريطة عدم وجود ترخيص بالاستعمال للعلامة وفي حالة العكس يجب الحصول على موافقة خطية من المستفيد منها.

**الثانية: الشطب القضائي.**

لصاحب المصلحة الحق في طلب من مسجل العلامات التجارية إلغاء تسجيل علامة مسجلة لغيره[2].

حالة هذا الأخير لم يقم باستعمالها بصورة جدية لمدة 3 سنوات دون انقطاع ما لم يثبت وجود ظرفا جديا[3].

وفي حالة شطب العلامة التجارية سواء لعدم تحديد فترة الحماية أو لعدم استعمالها فانه لا يجوز إعادة تسجيل العلامة المشطوبة للغير إلا بعد مرور مدة ثلاث سنوات من

[1] عماد الدين محمود سويدان، مرجع سابق، ص 74.

[2] د. منير عبد الله الروحان، الملكية الفكرية و الصناعية (محموعة تشريعات دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، طبعة 2009، ص 25.

[3] سائد أحمد الخولي، الملكية الصناعية في الفقه والقانون المعاصر دار الفجر للنشر والتوزيع، لبنان طبعة 2012، ص 72-71.

تاريخ شطبها[1]، حيث أن شطب العلامة تخضع لإجراءات تختلف حسب حالات الشطب[2].

وعليه فإن اعتبار شطب العلامة التجارية وسيلة من وسائل الحماية المدنية المقررة في قانون العلامات التجارية، وذلك بهدف تعقيم الحياة التجارية من أسس مخالفة للمنافسة المشروعة و ذلك بهدف تمييز البضائع والسلع المقدمة للجمهور وضمان عدم غش جمهور المستهلكين، حيث أن الدعوى أو طلب شطب العلامة تعتبر من أهم تطبيقات فكرة المنافسة الغير مشروعة و كيفية محاربتها، إضافة إلى وسائل الحماية التي يفرضها قانون المنافسة غير المشروعة، حيث في العديد من البلدان، يتم نشر العلامات التجارية في رسالة إخبارية، وفي حالة معارضة التسجيل خلال الفترة المحددة يتم شطبها، وهذا هو الحال بالنسبة للجزائر، يتم نشر العلامات التجارية التي تم تسجيلها فقط، وبعد ذلك من الممكن طلب شطب التسجيل في المحكمة خلال فترة محددة[3].

**الفرع الثاني: منع الضرر وعن طريق الحجز التحفظي كآلية وقائية للعلامة التجارية.**

أما بالنسبة للإجراءات التحفظية والتي تشمل وفق التعدي (الضرر)، الحجز التحفظي على بضائع محل ارتكاب التعدي إضافة إلى المحافظة على أدلة ذات صله بالتعدي واعتبار هذه الإجراءات هي بمثابة وسائل الحماية للعلامة التجارية التي أجازها القانون، حيث أن هذه الإجراءات يطلبها مالك العلامة التجارية من المحكمة المختصة للقيام بإجراءات قانونية بهدف الحفاظ على حقه في العلامة تجاه المعتدي عليه أو احتمال الاعتداء عليها وتكون هذه الطلبات لدى إقامة مالك العلامة التجارية دعوى مدنية ، وهذا ما نصت عليه المادة 650 من القانون09/08 على أنه يجوز لكل من كان له ابتكار أو إنتاج مسجل ومحمي قانونا، فالتسجيل هنا يعتبر ضروريا لكي يكتسب صاحب الإنتاج الحق في حماية علامته التجارية وهذا وفقا لما تضمنته المادة 5 من القانون رقم 18/03 المتضمن الموافقة على الأمر رقم 08/03 والمتعلق بالعلامات التجارية على

[1] منير محمد الجنيهي، العلامات والأسماء التجارية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، طبعة 2000، ص 34.

[2] شذى أحمد عساف، شطب علامة التجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، دون طبعة، عمان. ص 176.

[3] Amor bouhnik : créer et développent une marque en Algérien : Manuel de développement de la propriété intellectuelle ; Algérien INAPI, page 27.

مايلي: يكتسي الحق على العلامة بتسجيلها لدى المصلحة المختصة أي (المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية).

ورخص المشرع الجزائري لصاحب العلامة التجارية بالحجز التحفظي على نماذج منها وذلك عن طريق استصدار أمر حجز تحفظي أمام رئيس المحكمة التي يتواجد بها مقر الأموال المطلوب حجزها أو موطن طالب الحجز مع تقديم الوثائق الثبوتية لذلك ويفصل في أمر الحجز خلال مدة أقصاها 05 أيام من تاريخ إيداع الطلب.

ثم يبلغ أمر الحجز التحفظي تبليغا قانونيا للشخص الطبيعي أو المعنوي بموجب محضر رسمي بتوقيع الحجز التحفظي على عينة من منتوج ويضعه في حرز مختوم ومشمع ويتم إيداعه مع نسخة من المحضر بأمانة المحكمة المختصة إقليميا، ومنه يترتب عنه وضع العينة من المنتوج تحت يد القضاء ومنه وضع أموال المدين تحت يد القضاء لمنعه من التصرف فيها.

ويعتبر إجراءا تحفظيا من أجل إقامة الدليل على الاعتداء الذي ينصب على حقه وأدرجه المشرع ضمن قانون العلامة والرسوم باعتباره إجراء خاص في الإثبات بهدف تسهيل المتابعة في مواجهة المقلدين.

ورغم أن إجراء الحجز التحفظي ليس إجباريا إلا أن فعاليته جعلته كثير الاستعمال .

ويتم تثبيت الحجز التحفظي عن طريق دعوى في الموضوع وهذا مايشكل حماية إجرائية وبالتالي الاستفادة من القواعد الموضوعية التي تحمي حقوقهم، في أجال 15 يوما من تاريخ صدور أمر الحجز وفقا لنص المادة 662 من ق ا م والإدارية.

وللمحكمة أن تقضي بالتعويضات المدنية ، كما لها أن تأمر بوقف أعمال التقليد.

كما يمكن اتخاذ تدابير المتمثلة في إلغاء أو إبطال تسجيل العلامة إذا تعلق التقليد بعلامة معينة، وترفع دعوى التقليد من مالك الحق صاحب الإيداع وفقا للمادة 58 من الأمر 07/03 والمادة 28 من الأمر 06/03[1].

[1] أ– مهدي رضا، الحجز التحفظي كآلية لحماية لحماية المستهلك من المنتوجات المقلدة، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية، والسياسية، عدد09، مارس 2018، المجلد01.

## المبحث الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية.

تتمحور الحماية الجزائية للعلامة التجارية وجودا وعدما مع التسجيل، فإن تم التسجيل قامت الحماية الجزائية، وأن انعدم التسجيل انعدمت الحماية الجزائية، حيث أن البحث في هذه الأخيرة يقتضي البحث في الجرائم التي يمكن أن تقع على العلامة التجارية المسجلة والعقوبات المقررة لها، وبالتالي سنقسم هذا البحث إلى مطلبين:

**المطلب الأول:** نخصصه للجرائم التي تقع على العلامة التجارية .

**المطلب الثاني:** فنورد فيه العقوبات المقررة لهذه الجرائم.

### المطلب الأول: الجرائم الواقعة على العلامة التجارية.

إن الاعتداء على العلامة التجارية يعد جريمة[2]، كالجرائم المنصوص عليها في القانون لها صور مختلفة، ولتحديد نوع الجريمة تكون العبرة بما ينص عليه القانون لا فيما يقضي به القاضي.

#### الفرع الأول: جرائم الاعتداء على العلامة التجارية.

إن صور الاعتداء على العلامة التجارية يمكن أن تتجسد في الاعتداء على ذاتيتها كما يمكن أن تتجسد في الاعتداء على ملكيتها[1]. وهذا ما يتم التطرق له.

**1- جريمة تزوير العلامة التجارية:**

تعد هذه الجريمة أساس الجرائم التي تقع على العلامة التجارية[2]، حيث تحدث هذه الجريمة متى قام مرتكبها بتزييف الحقيقة في علامة المتعدي عليه بنقلها حرفيا من البضائع المسجلة عليها إلى بضائع أخرى، بحيث يؤدي ذلك إلى تطابق العلامة الثانية المزورة، مع العلامة الأولى تطابقا تاما[3].

وعليه يقصد بتزوير[4] العلامة " اصطناع علامة مطابقة تماما للعلامة الأصلية، أي اقتباسها بشكل تام وحرفي دون تغيير".

---

[1] أمنة صامت، مرجع سابق، ص 133.

[2] صلاح زين الدين، العلامة التجارية وطنيا ودوليا، دار الثقافة للنشر والتوزيع، طبعة 2006، الأردن، ص251.

[3] عامر محمود الكسواني، الملكية الفكرية (دراسة مقارنة، طبعة الأولى 2011 دار وائل للنشر، الأردن، ص303.

[4] التزوير لغة: ذكر بين الكذب، وهي كلمة مشتقة من الزور، والزور من ابرز معانيه الكذب، والكذب هو الإخبار عن الشيء بخلاف على ما هو عليه، احمد السعيد الزقرد، مرجع سابق، ص58.

كما أن المشرع الجزائري اقتصر على ذكر جنحة التقليد في المادة 32 من الأمر 03-06[1] المتعلق بالعلامات التجارية، مما يدعو على إغفاله على ذكر باقي جرائم التعدي على العلامة التجارية، غير أنه ذكر في المادة 26 من الأمر ذاته أنه يعد جنحة تقليد العلامة المسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستئثارية لعلامة ما قام بها الغير بحقوق صاحب العلامة، وهذا يعني أن أي فعل يقع على العلامة التجارية المسجلة يمس حقوق صاحب العلامة يعد جريمة يعاقب عليها القانون[2].

حيث كل جريمة تتضمن عنصران ,أحدها مادي والآخر معنوي

وعليه فإن جريمة التزوير تتضمن هذان العنصران :

**أ-العنصر المادي:**

يكمن العنصر المادي في هذه الجريمة هو فعل التزوير الذي يتحقق باصطناع علامة مطابقة تماما للعلامة الأصلية، بصورة تؤدي إلى الانخداع دون موافقة صاحبها، وعليه حتى يتوفر العنصر المادي في هذه الجريمة يجب توفر أمرين :

الأول: يتم بصورة تؤدي إلى انخداع الغير وتضليله.

الثاني: يتم دون موافقة صاحب العلامة.

أما إذا كان الفعل لا يؤدي إلى خداع وكان بموافقة صاحب العلامة، فلا يشكل تزوير وعندها تنقضي صفة الاعتداء، ويقع عبء إثبات موافقة صاحب العلامة[3].

على المتهم وطالما أن العبرة بالفعل المادي أي صنع العلامة، لذا فإن العقوبة تفرض على كل من قام بصنع العلامة المزورة، فالرسام أو صاحب المطبعة الذي يقوم عن علم برسم وإعداد التزوير، المزور بتكليف من المنتج والعامل أو الصانع يعد مرتكبا للجريمة، مع مراعاة وقوع الفعل المادي فعليا ويمكن أن يقع التزوير بشكل كلي (حرفي) أو أن يكون جزئي (شبه حرفي)

---

[1] الأمر 2003-06 السالف الذكر، ص4.

[2] أمنة صامت، مرجع سابق، ص 151.

[3] صلاح زين الدين، العلامة وطنيا ودوليا، ص252.

ولهذا اتجهت التشريعات إلى تعميم المسؤولية لتشمل "المنتج، الرسام، صاحب المطبعة[1]"

حيث تعتبر جريمة التزوير تقوم على هدفين، الأول الاعتداء على العلامة، والثاني يتمثل في غش المستهلك وتضليله، لهذا استقر الفقه على ثبوت وقوع التزوير حتى ولو لم يترتب على هذا الأخير أضرار مادية، وإنما أضرار معنوية تترتب بمجرد المساس بحق مالك العلامة، لذلك ليس للمحكمة أن تبحث في مدى حصول الضرر أو احتمالية حصوله .

ولهذا يمكن اعتقاد أنه حتى ولو لم يتم وقوع أضرار مادية يمكن حدوث أضرار معنوية جراء المساس بحق صاحب العلامة، ولهذا على المحكمة أن تراعي هذا، لأن مهمة القانون حماية مصلحة الفرد والجماعة.

**ب- الركن المعنوي (القصد الجنائي):**

يتمثل **العنصر المعنوي في جريمة تزوير العلامة التجارية** بـ(قصد الاحتيال) إذ يلزم لقيام هذه الجريمة توافر الاحتيال لدى مرتكب الفعل، فالتزوير لا عقاب عليه إلا متى تم بسوء النية، وتكون نية الاحتيال في هذه الجريمة مفترضة، إذ يعتبر تسجيل العلامة قرينة على علم الغير بها[2]، خاصة بالنسبة للتاجر إذ يفترض هذا الأخير أن يكون على علم بجميع العلامات التجارية المسجلة التي يحكمها ثم يسجلها في الجريدة الرسمية بمحكم مقتضيات العرف التجاري[3].

وبإعتبار جريمة التزوير من الجرائم العمدية، فهي تقوم على قصدين الأول جنائي عام وهو انصراف الجاني إلى ارتكابها يعني اتجاه إرادته إلى ارتكاب الفعل، والثاني القصد الجنائي الخاص هو تسجيل العلامة التجارية قرينة على العلم باعتبار فعل التزوير ليس من باب المصادفة .

**2- جريمة تقليد العلامة التجارية:**

اعتبر المشرع الجزائري العلامة التجارية جريمة التقليد كإحدى صور التعدي على العلامة التجارية وحددت فيها الجزاء المناسب حسب المادة 32 من

[1] أمنة صامت، مرجع سابق، ص153.

[2] عبد الله حسين خشروم، الملكية، مرجع سابق، ص 212.

[3] صلاح زين الدين، العلامة دوليا و وطنيا، ص 253.

الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية حيث يقصد بالتقليد هو وضع علامة مشابهة أو قريبة الشبه إلى العلامة التجارية الأصلية، حيث يشترط فيها أن تكون العلامة المقلدة مستوفية للشروط القانونية، إضافة إلى تسجيلها لدى المصلحة المختصة كما اشترط المشرع الجزائري حيث قال "....يعد جنحة التقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستئثارية العلامة قام به الغير خرقا لحقوق صاحب العلامة...."[1].

إلا أنه لم يحدد أركان هذه الجريمة، مما يعزم الرجوع إلى القواعد العامة لتحديد أركانها وهي :

**أ- الركن المادي:**

يقوم الركن المادي على فعل التقليد الذي يفترض نقل الجزء الجوهري في علامة تخص الغير و وضعها في إطار جديد[2] وليس من شأن الإضافات البسيطة أن تنفي فعل التقليد كما ليس من شأن إضافة ألفاظ مثل تشبيه أو مشبه، أو نوع أو صنف أن تنفي قيام جريمة التقليد .

حيث أن المشرع الجزائري في ظل الأمر رقم 57-66 المتعلق بالعلامات المصنعة والعلامات التجارية، لم يحدد مفهوم التقليد، إلا انه تدارك هذا الفراغ ونص عليه في المادة 26 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية، حيث تبنى بهذه الأحكام إلى المفهوم الواسع و الضيق للتقليد.

**ب- الركن المعنوي (القصد الجنائي):**

أما الركن المعنوي فيقوم على علم الفاعل بأنه يقوم بتقليد علامة خاصة بالغير، ولا ينف مسؤولية إذا لم تنشر العلامة وفقا للأصول وقت ارتكاب الفعل إذا ثبت أنه كان يعلم بتسجيل تلك العلامة[3]، غير أن هناك من يعتبر أن في جريمة التقليد تكفي لوجود الجنحة إثبات أن الفعل يقتصر في اصطناع علامة

[1] راجع المادة 26 من الأمر 2003-06 السالف الذكر.

[2] علي محمد جعفر، المبادئ الأساسية في قانون العقوبات الاقتصادي وحماية المستهلك، طبعة أول 1430-2009، مجد مؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ص 159.

[3] علي محمد جعفر، نفس المرجع ، ص 161.

مطابقة للعلامة الأصلية، فلا يشرط توافر العنصر المعنوي، بوجود العنصر المادي .

**3- جريمة استعمال علامة مقلدة أو مزورة أو مسجلة للغير دون وجه حق:**

لقد أشار كل من قانون العلامات التجارية وقانون علامات البضائع إلى جريمة استعمال علامة تجارية مسجلة للغير دون وجه حق، حيث تقوم هذه الجريمة على أساس الاستيلاء على علامة أصلية والاستعمال دون وجه حق أو سبب مشروع، أي لا يتعلق الأمر بتزوير أو تقليد علامة تجارية، حيث أن هذه الجريمة أيضا تقوم على عنصرين:

**أ- الركن المادي:**

تقوم هذه الجريمة على الاستعمال الباطل للعلامة التجارية مملوكة للغير، حيث أن الاستعمال يعتبر حركة في حد ذاته. و يأخذ هذا الركن أكثر من صورة فقد يأخذ صورة الاستعمال ,إذ يتوفر هذا العنصر بحق من يستعمل علامة تجارية مسجلة أو مقلدة، حتى ولو كان هذا الاستعمال قصد الإعلان عن تلك البضائع، وتقع هذه الجريمة عادة على العلامات التي تتخذ صورة نماذج أشكال مميزة مثل زجاجات العطور أو المياه الغازية ويقصد بالاستعمال في هذه الجريمة هو وضع العلامة المزورة أو المقلدة على سلعة تقود إلى خداع الجمهور، وهذه الأخيرة يعاقب عليها المشرع الجزائري من خلال ما نص عليه في المادة 26 من الأمر 03-06 التي تشمل كل التصرفات التي تؤدي إلى إضرار بصاحب العلامة.

**ب- الركن المعنوي للقصد الجنائي:**

يقوم الفقه الجزائري على اعتبار أن جريمة استعمال العلامة المزورة استعمال العلامة الأصلية دون وجه حق هي جنحة لا تستلزم عنصر القصد مما لا يسمح للمقلد التمسك بحسن نيته و خضوعه لعقوبة مقررة قانونا .

**4- جريمة بيع بضاعة ذات علامة مزورة أو مقلدة أو حيازتها بقصد البيع:**

وردت هذه الجريمة في المادة 38 من قانون العلامات التجارية

وعليه فان هذه الجريمة بطبيعة الحال تقوم على ركنان مادي أو معنوي.

أ- **الركن المادي:** يقوم على إحدى الصور التالية:

**أولا:** بيع البضاعة الحاملة للعلامة المزورة آو المقلدة.

تقوم هذه الجريمة على أن يقر المتهم ببيع بضائع تحمل علامات مزورة أو مقلدة بتحقيق ربح أو دونه (خسارة)، حيث تنحصر هذه الجريمة على البائع دون المشتري إلا في حالة قيام هذا الأخير بإعادة بيعها مع علمه بتزوير أو التقليد.

**ثانيا: عرض البضاعة للبيع.**

ويكون العرض عن طريق وضع البضائع و المنتجات في واجهة المحل التجاري أو عرضها للبيع لطريقة غير مباشرة.

**ثالثا: حيازة البضائع بغرض البيع.**

الحيازة هي سلطة فعلية أو واقعية يباشرها الحائز على شيء بحيث تكون في مظهرها الخارجي، وفي قصد الحائز مزاولة للملكية أو لحق عيني آخر[1]، وهي ثلاثة صور للحيازة كاملة، ناقصة وعرضية[4].

وتكون هذه العلامة قائمة بمجرد الحيازة على البضائع المقلدة أو المزورة حتى ولو لم يتم عملية البيع فعليا.

حيث عاقب المشرع الجزائري على مرتكبي هذه الجريمة في نص المادتين 2/9 و26 الأمر 03-06 السابق الذكر .

**2 -الركن المعنوي (القصد الجنائي):**

القصد الجنائي اختلف بين التشريعات، إذ يراها البعض من الجرائم العمدية التي تتطلب توفر القصد الجنائي العام وهو قصد الاحتيال إضافة إلى القصد الجنائي الخاص هو سوء النية بالغش، غير أن المشرع الجزائري لم يشرط لقيام الجنحة توفر القصد في هذه الجريمة.

**الفرع الثاني: الجرائم الملحقة بالعلامة.**

إضافة إلى الجرائم الاعتداء السالفة الذكر، يوجد جرائم الملحقة بالعلامة التجارية التي يعطى لما طابع غش الجمهور باعتبارها وسيلة من وسائل ذلك وهي:

---

[4]للحيازة عنصران: الأول مادي يخول السيطرة للتصرف في الشيء بالانتفاع أو الحبس أو نقل الملكية، والثاني معنوي يمكن قاعدة أداء الحائز محل الشيء.

**أولا: استعمال بيان تجاري مخالف للحقيقة.**

يعرف البيان التجاري على أنه الإيضاح الذي يتعلق بصفة مباشرة أو غير مباشرة بعدد أو مقدار أو مقاس أو كيل، وزن البضاعة، أو الجهة أو البلد الصانع والطريقة المصنوع فتظهر الإيضاحات اللازمة لإعلام المستهلكين عن البضائع) إذ تعتبر العلامة بيانا تجاريا[1]، إذ تقع الجريمة مجرد مخالفة البيان للحقيقة .

وعليه بطبيعة الحال هذه الجريمة تتكون كغيرها من الجرائم على ركنين:

أ- **الركن المادي:**

تكمن الواقعة المادية في مخالفة التاجر أو الصانع للبيانات الحقيقية ووضعها على منتجات أوالفواتير أو وسائل الإعلام.... وغيرها و هذا يؤدي إلى تضليل الجمهور.

**ب- الركن المعنوي للقصد الجنائي:**

المشرع لم ينص صراحة على القصد الجنائي، وهذا لا يعني أنه نفى اشتراطه في الجريمة وإنما جعله مفترضا في كل تاجر على أن هذا الأخير يكون عالما بحقيقة سلعته.

**ثانيا: جريمة الخداع:**

لقد قام المشرع الجزائري بتجريم الغش والخداع ونص على بعض جرائمه.

**أ- الركن المادي للجريمة:**

يقوم على الأفعال الخادعة الخاصة بالعلامة التجارية التي من شأنها إيقاع المستهلك في خداع عن طريق الكذب و التضليل (سلوك مادي يهدف للتضليل) .

**ب- الركن المعنوي القصد الجنائي:**

تعتبر من الجرائم العمدية التي تتطلب قصد جنائي عام وهو انصراف إرادة الجاني إلى الواقعة مع توفر أركانها وعلمه معاقبة القانون عليها إضافة القصد الجنائي الخاص وهو تعمد إدخال الغش على المتعامل.

[1] عبد المنعم موسي إبراهيم، حماية المستهلك، منشورات الحلبي الحقوقية، طبعة أولى 2007، بيروت، لبنان، ص208.

بالتطرق لجريمة الخداع لا يمكن الإغفال عن التطرق إلى جهة الشروع في جريمة الخداع.

ولما كانت جريمة الخداع تفرض خداع شخص معين, لذلك الشروع فيها لا يكون إلا عند البدء في الإتيان بطرق احتيالية موجهة ضد شخص معين، ومعنى ذلك أنه يجب توفر شرطان لاعتبار وجود حالة شروع معاقب عليها في حالة العلامة المغتصبة وهما:

- حصول اغتصاب العلامة.
- تعرض العلامة المغتصبة مع البضاعة على شخص معين[1].

**ثالثا: جريمة عدم المشروعية.**

تعتبر العلامة التجارية وسيلة من وسائل الاعتداء على شعور العام سواء بمخالفة النظام العام أو الآداب العامة، في حالة توفر ركنين الجريمة.

أ- **الركن المادي:**

يقوم في حالة تعدد صور استخدام العلامة المحظورة يعني حالة استخدام علامة مخلة بالنظام العام والآداب العامة مثال وضع صورة امرأة عارية على منتج معين، أو في استخدام شعارات أو إعلام دولة أو استخدام بيانات خاصة لدرجات الشرف، أو استخدام رموز الصليب الأحمر أو الهلال الأحمر.

ب- **الركن المعنوي:**

باعتبارها من الجرائم العمدية، فهي تتطلب القصد الجنائي العام لدى الجاني (العلم ) دون اشتراط القصد الخاص، وعليه يقوم عبء الإثبات هنا على المدعي والنيابة العامة وعليه فان مرجع مخالفة العلامة للنظام العام أو الآداب العامة هو القانون العام أي قانون العقوبات، غير أن المشرع الجزائري لم يستحدث نص عقابي على استخدام علامة ممنوعة قانونا في خلاف انه حضر تسجيل بعض العلامات التجارية دون تحريم استخدامها .

[1] عبد المنعم موسي إبراهيم ، مرجع سابق ، ص192.

**رابعا: جريمة ادعاء تسجيل علامة تجارية.**

تكون في حالة قيام صاحب علامة تجارية بوضع بيان عليها دون أن تكون مسجلة وذلك بغاية إدخال في معتقد المستهلك بتسجيلها لدى الجهات المختصة[1].

وهذا ما يشمل الركن المادي في هذه الجريمة وفق للمادة(4)[2] من الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات التجارية، أما الركن المعنوي القصد الجنائي أي سوء النية.

**المطلب الثاني: السياسة العقابية لجرائم العلامة التجارية.**

لقد تحدثنا عن مختلف صور جرائم العلامات التجارية أركانها المادية والمعنوية (القصد الجنائي)، دون ذكر العقاب لكل واحدة منها على حدى وهذا ما سيتم التعرف عليه في الفرعين الآتين: الفرع الأول: العقوبات الأصلية، الفرع الثاني: العقوبات التكميلية.

**الفرع الأول: العقوبات الأصلية.**

نص القانون على معاقبة كل من يعتدي على علامة تجارية تعود لغيره بالحبس والغرامة[3] وعليه فان العقوبات الأصلية تقوم أساسا على الحبس بالدرجة الأولى والغرامة بالدرجة الثانية باعتبار أن العقوبات الأصلية هو الجزاء الأساسي الذي خوله المشرع للجريمة، حيث لا يمكن تنفيذها إلا بعد خضوعها للسلطة التقديرية للقاضي من حيث النوع والمقدار والحكم.

حيث نص المشرع الجزائري في المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري على أنه يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاثة سنوات وبغرامة من 20000 إلى 100000دج في حالة جرائم الاعتداء على العلامة التجارية، كما شدد المشرع الجزائري العقوبة[4] حيث رفع مدة الحبس إلى خمس سنوات والغرامة إلى 500000 دج إذا كانت الجريمة أو الشروع فيها المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات في حالة الخداع أو الشروع فيه.

---

[1] الجهات المختصة، المعهد الوطني الجزائري، قسم العلامات التحارية، خاصة بتسحيل العلامة التحارية.

[2] المادة 4 من أمر 06/03 السابق الذكر "لا بمكن استعمال أي علامة لسلع أو خدمات عبر الإقليم بعد تسجيلها او إيداع طلب التسجيل بشأنها عند المصلحة المختصة".

[3] نزيه نعيم شلال، دعاوى تزوير واستعمال المزور–منشورات الحلي بيروت، طبعة 2009، ص 125.

[4]المادة 430 من الآمر رقم 66/156 المورخ في 08 يونيو 966 المتضمن قانون العقوبات الجزائري، المعدل والمتمم بقانون رقم 06/03 لسنة 2006، الجريدة الرسمية العدد 8.

كما نص في المادة 33 من الآمر 06-03 على أنه: "يعاقب بالحبس من شهر إلى سنة وبغرامة من خمسمائة ألف دينار إلى مليوني دينار جزائري، في حالة خداع بتسجيل العلامة غير مسجلة حسب مادة 4 من نفس الأمر"[1].

ويمكن استخلاص من ذلك أن العقوبات المقررة على الجرائم الاعتداء على العلامة التجارية تخدم المستهلك أكثر من خدمة صاحب العلامة.

كما نصت المادة 32 من أمر نفسه كعقوبة أصلية للاعتداء على علامة التجارية بالحبس من ستة أشهر إلى سنتين وغرامة من 250000 دج إلى 1000000 دج.

**الفرع الثاني: العقوبات التكميلية لجرائم التعدي على العلامة التجارية.**

إضافة إلى العقوبات الأصلية الحبس والغرامة فقد أوردت التشريعات الخاصة بالعلامات التجارية عقوبات تكميلية لجرائم الاعتداء عليها، واعتبارا أن العقوبات التكميلية لا يجوز الحكم بما مستقلة عن العقوبة الأصلية ما لم ينص القانون عليها صراحة حتى يمكن أن تكون هذه العقوبات إجبارية أو اختيارية[2] حيث يتم دراستها على التوالي :

**1- المصادرة[3]:**

يجوز للمحكمة التي تحاكم أي شخص بمقتضى المادة 38 من قانون العلامات التجارية أن تأمر بمصادرة كافة البضائع والمواد والملفات والإعلان واللوحات والطوابع الخشبية والأختام وغير ذلك من المواد الأخرى التي ارتكب الجرم بشأنها[4].

أي يكون ذلك بناء على أمر من المحكمة المختصة، وقد يكون أثناء محاكمة أي شخص متهم بجريمة من جرائم العلامة التجارية[5]. حيث نص المشرع الجزائري على ذلك في المادة 32 من الأمر رقم 06-03 على إحدى عقوبات تكميلية يجوز للمحكمة أن تقررها من طرف القاضي في حالة ارتكاب

[1] المادة من أمر 06/03 "لا يمكن استعمال أي إلا بعد تسجيلها آو إيداع طلب التسجيل.

[2] مضمون المادة 4/2 من ق.ع الحزائري، كما نص عليها المشرع المصري في المادة 24 من ق.ع وأعطاها اسم العقوبات التبعية.

[3] المصادرة جزاء مالي ضمن نقل الملكية العلامة التجارية بجرائم التزوير إلى محل المحكوم له دون مقابل.

[4] عامر محمود الكسواي، مرجع سابق، ص310.

[5] سبق شرح وبيان جرائم العلامة التجارية بالتفصيل" تزوير، تقليد...."

الجنحة فعلا[1]، حيث التشريعات الراهنة خالفت التي سبقها، حيث في هذه الأخيرة كان القاضي غير ملزم بالمصادرة باعتبارها اختيارية، لكن حاليا يعاقب الشخص مرتكب جريمة التقليد بالحبس أو الغرامة أو بإحدى هاتين العقوبتين مع مصادرة الأشياء محل الجنحة، يعني بهذا أن ارتباط المصادرة بحكم جزائي .

**2- الإتلاف:**

المشرع الجزائري في حكم الإتلاف يكون وجوبيا (إلزاميا)، للمحكمة السلطة التقديرية في تحديد ذلك حسب المادة 32 من الأمر 06/03 باعتبار الحكمة من هذه العقوبة حماية المستهلك من تعاطي سلع قد تكون مضرة لصحته[2].

**3- الإغلاق[3]:**

المشرع الجزائري نص على عقوبة الغلق النهائي أو المؤقت كعقوبة تكميلية. في حالة الحكم بعقوبة جزائية يقرر القاضي المؤسسة المستعملة لتنفيذ الجنحة.

لكن المشرع الجزائري لم يحدد مصير عمال المؤسسة بعد قرار غلقها (مؤقت، نهائي) وعدم تحديد مدة إمكانية تجاوزها في الغلق الموقت[4].

**4- نشر الحكم الصادر بالإدانة :**

يتم نشر الحكم الصادر بالإدانة سواء بالشهر على واجهة المحلات أو نشرها في الصحف، ويقضي غالبا بشهر الأحكام الصادرة بالإدانة في المجال الاقتصادي والاجتماعي والتجاري عن طريق لصق صورة الحكم أو الملخص له على الأماكن التي يحددها الحكم على حساب المحكوم عليه.

أما في التشريع الجزائري أصبحت فيه عقوبة الإعلان غير قابلة للتطبيق على جرائم الاعتداء على العلامة التجارية، اعتبار أن الأحكام الراهنة لا تتضمن ذكر عقوبة الإعلان الحكم كعقوبة تكميلية، بينما سابقا كان التشريع الجزائري يجيز للمحكمة الحكم بعقوبة الإعلان على نفقة المحكوم عليه، أو لصالح الطرف المادي المحلوق به الضرر

[1] لايمكن الحكم ببعض العقوبات التكميلية إلا إذا نص القانون صراحة على ذلك حسب المادة 03/15 من ق.ع الجزائري.

[2] Le droit des marques et la santé, Mémoire réalisé par Amélie Favreau, 2003/2004, http://www.caprioli-avocats.com

[3] تزييف الغلق: منع من استمرار أو استغلال منشأة محل تجاري، مصنع، مكتب ...." اذا كان محلا أو أداة لأفكار مخالفة للنظام العام.

[4] أمنة صامت, مرجع سابق، ص258.

إذا كانت الدعوى غير مبنية على أساس قانوني، وعليه فإن عقوبة الإعلان أو نشر الحكم لها فوائد أهمها:

- ✓ كشف أمر المتهم للجمهور وتحذيره من التعامل مع مرتكب الجريمة.
- ✓ تعويض معنوي لصاحب العلامة على الأضرار الأدبية.

صدرت الجزائر قوانين كحماية للعلامات التجارية وعملت من خلال الجمارك على محاربة التقليد، فمحاربة التقليد تمثل مهمة أساسية لدى الجمارك في إطار التنظيم التجاري الخارجي خلال مراقبة البضائع عند الدخول أو الخروج أو التداول عبر التراب الوطني، هذه المهمة تنشئ على التعاون النشيط بين الشركات الضخمة والسلطات .

فالتقليد العلامات يعاقب عليه القانون الجزائري بعقوبات أصلية أو تكميلية، وتشير إلى أنه بمكن لأي متضرر من استخدام علامة تجارية ما إن يرفع دعوى قضائية، تكون جنائية إن كان صاحب العلامة فعلا ومدنية أن كان الشخص المتضرر مدني ليس له علاقة بالتجارة .

# الفصل الثاني:

# الآليات الدولية لحماية العلامة التجارية

إن حماية العلامة التجارية لا تقتصر على الحماية الداخلية بشقيها الجزائي والمدني فقط، حيث أن للعلامات التجارية نطاقات دولية واسعة، وهو ما يجعلها مادة ومحلا للعديد من الاتفاقيات الدولية التي وضعت خصيصا لتوفير حد أدنى لحمايتها لا على الصعيد الداخلي فقط بل وعلى الصعيد الدولي أيضا، وهو ما يجعلنا نتناول مسألة الحماية الدولية للعلامات التجارية لنجد هل هذه الاتفاقيات قامت بالمعالجة أوالإحاطة بموضوع الحماية القانونية للعلامة التجارية، و عليه سوف نحصر الدراسة بالنسبة للحماية الدولية للعلامة التجارية على الاتفاقيات التي صادقت عليها الجزائر بخصوص حماية العلامة التجارية وعليه تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث وكل مبحث تضمن اتفاقية من الاتفاقيات المصادق عليها من قبل الجزائر الخاصة بحماية العلامة التجارية، وهي ثلاث اتفاقيات على التوالي:

المبحث الأول: اتفاقية باريس 1883.

المبحث الثاني: اتفاقية مدريد1981.

المبحث الثالث: اتفاقية نيس 1957.

## المبحث الأول: حماية العلامة التجارية وفق اتفاقية باريس 1883.

تعتبر اتفاقية باريس، أول اتفاقية دولية[1] لحماية الحقوق الملكية الصناعية والتجارية التي تم إقرارها، وعليه سوف يتم التطرق في هذا المبحث على أهم ما تضمنته هذه الاتفاقية من أغراض، وآليات الحماية الخاصة بالعلامة التجارية .

### المطلب الأول: التعريف باتفاقية باريس وأغراضها أهدافها.

#### الفرع الأول: التعريف باتفاقية باريس1883.

تعد اتفاقية باريس الدعامة الرئيسية التي يرتكز عليها نظام الحماية القانونية للعلامة التجارية، حيث تم إقرار هذه الاتفاقية في 20 مارس 1883 باعتبارها الأساس المنظم لكافة مفردات الملكية الفكرية بما فيها العلامات التجارية، حيث ضمت اتفاقية باريس أكبر الدول المصنعة و التي لها اقتصاد حر وعدد من الدول الاشتراكية مثل تشيكوسلوفاكيا ويوغسلافيا و بولونيا و عدد كبير من الدول العربية بما فيها الجزائر[2]، ومصر والأردن، لبنان والمغرب وموريتانيا وتونس، حيث صادقت الجزائر على نصها الأصلي سنة 1966، بواسطة الأمر رقم 48-66 المؤرخ في 25 فيفري 1966[3] بينما صادقت على تعديلاتها بواسطة الأمر رقم75-02 المؤرخ في 9 جانفي 1975 المتعلقة بالمصادقة على اتفاقية باريس حماية البيئة المعدلة في بروكسل في14 ديسمبر 1900 بواشنطن في 20 جوان 1911، بلاهاي في 6 نوفمبر 1925 بلندن في 20 جوان 1934، بلشبونة في 31 أكتوبر 1958 وبستوكهولم في 14 جويلية 1967 والمنقحة في 20 أكتوبر 1979[4].

ولقد أسست هذه الاتفاقية الوحدة من أجل حماية الملكية الصناعية، وهي عبارة عن جمعية من الدول والتي تملك أجهزة مركزية دائمة ومسيرة من طرف المنظمة العالمية للملكية الصناعية(OMPEI) والتي يقع مقرها بجنيف " Genève " حيث يمتد مجال تطبيق اتفاقية

---

[1] الأمر رقم 72/10، المؤرخ في 2مارس 1972، الذي يتضمن انضمام الجزائر إلى الاتفاقيات الدولية، الحريدة الرسمية العدد 32 لسنة 1972.

2 الأمر رقم 66/48، المؤرخ في 25 مارس 1966، المتضمن انضمام الحزائر إلى اتفاقية باريس للملكية الصناعية، الحريدة الرسمية، العدد16 لسنة 1966.

3 الأمر رقم 02/75، في 25 مارس 1966، يتضمن المصادقة على اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية, المبرمة في 20 مارس 1988، المعدلة ببروكسل في 14 مارس 1900، واشنطن في 02 يونيو 1912، ولاهاي في 26 نوفمبر 1925، ولندن ني 02 يونيو 1934، ولشبونة 31اكتوبر 1958، الجريدة الرسمية العدد 10 لتاريخ.فيفري 1975 04

[4] حسان علي، براءة الاختراع اكتشافها وحمايتها، دار الجامعة الحديدة، طبعة 2010، ص218.

باريس إلى مجموعة من الحقوق الخاصة المتعلقة بحماية الرموز المتميزة التي تحتوي العلامات الصناعية والتجارية والأسماء التجارية وتسميات المنشأة والمنافسة التجارية غير المشروعة[1].

**الفرع الثاني: أغراض اتفاقية باريس 1883 .أهدافها**

أوجبت اتفاقية باريس في المادة الأولى للفقرة 03 أن تؤخذ الملكية الصناعية بأوسع معانيها فلا تقتصر تطبيقها على الصناعة و التجارة بمعناها الحرفي، وإنما تطبق كذلك على الصناعات والموارد الزراعية والاستخراجية وعلى جميع المنتجات الطبيعية أو المصنعة.

تهدف اتفاقية باريس إلى حماية الملكية الصناعية بمعناه الواسع، لهذا فهي لا تسري على العلامة التجارية أوالعلامة الصناعية أوعلامة الخدمة فقط، بل تنطبق كذلك على الرسوم وبراءة الاختراع والنماذج الصناعية وتسميات المنشاءات والأسماء التجارية.

كما قامت الاتفاقية على تحقيق تنظيم وتسهيل حماية حقوق الملكية الصناعية على المستوى الدولي، وذلك أن التشريعات الدولية تقتصر حماية هذه الحقوق على إقليم الدولة وفق لمبدأ إقليمية القوانين.

حيث كان الغرض الرئيسي من إبرام اتفاقية باريس هو أن يكون لكل شخص تابع أو مقيم في إحدى الدول الأطراف في الاتفاقية وله منشأة تجارية فيها، الحق في حماية اختراعاته أو رسومه أو نماذجه الصناعية أو علامته التجارية أو باقي صور الملكية الصناعية الأخرى التي ذكرتها المادة الأولى من الاتفاقية في كل من دول اتحاد باريس، عن طريق معاملته بخصوص حماية تلك الحقوق على قدم المساواة مع مواطني كل دولة من الدول الأعضاء في الاتحاد و وفقا لقانونها الوطني، خاصة بخصوص حماية العلامات التجارية، حيث وبمجرد مصادقة الدول على اتفاقية باريس تصبح نصوص الاتفاقية جزءا من القانون الوطني في تلك الدولة دون حاجة إلى أن تصدر الدولة قانونا يتضمن القواعد الواردة في الاتفاقية، وهذا يعني أن الأجانب يستمدون حقوقا مباشرة من الاتفاقية و يجوز لهم التمسك بأحكامها أمام القضاء

[1] رياض عبد الهادي منصور عبد الرحيم، التقسيم الدولي لحماية الملكية الفكرية، دار الحامعة الجديدة، الإسكندرية، طبعة 2010، ص44.

الوطني في كل الدول الأعضاء في اتحاد باريس بغض النظر على التشريع الوطني، ولذلك فان نصوص الاتفاقية ذاتية التنفيذ (على خلاف اتفاقية تربس[1].

## المطلب الثاني: آليات حماية العلامة التجارية وفق اتفاقية باريس 1883.

إن اتفاقية باريس لم يكن الهدف من إبرامها إلزام الدول الأطراف فيها بأن تضع في تشريعاتها الوطنية معايير معينة لحماية الملكية الصناعية، وإنما كان الهدف من إبرامها هو حماية رعايا كل دولة من الدول الأعضاء في اتحاد باريس في كافة البلدان الأخرى الأعضاء في الاتحاد، عن طريق المبادئ التي أقرتها الاتفاقية وأهمها مبدأ المعاملة الوطنية واستقلال العلامات ومبدأ الأسبقية، واعتبار هذه المبادئ بمثابة الوسائل أو آليات حماية العلامة التجارية، وهذا ما يتم التطرق من خلال الفروع أسفلها.

### الفرع الأول: مبدأ المعاملة الوطنية قاعدة المعاملة الاتحادية لرعايا الاتحاد:

نصت المادة 6 من اتفاقية باريس على حماية العلامات المسجلة في إحدى دول الاتحاد الأخرى لتسهيل تمتع العلامات بالحماية في بلدها الأصلي, وتقتضي هذه المادة بأن كل علامة تجارية أو صناعية مسجلة تسجيلا صحيحا في بلدها الأصلي يقبل تسجيلها وتتمتع بالحماية بحالتها في بقية الدول الاتحاد, وعلى ذلك تلتزم دول الاتحاد بتسجيل وحماية كل العلامات المسجلة تسجيلا صحيحا في بلده الأصلي متى كان هذا البلد من دول الاتحاد.

ويقصد بالبلد الأصلي للعلامة، الدولة التي توجد بإقليمها المنشاة كموطن مالك العلامة أو جنسيته، واشتراط صحة تسجيل العلامة في بلدها الأصلي مرجعه إلى اعتبار تمتع هذه العلامة بالحماية في الخارج امتداد للحماية القائمة في بلدها الأصلي وهي تكون كذلك إلا إذا كانت مسجلة تسجيلا صحيحا.

يعني بناء على الأحكام الخاصة بالمعاملة الوطنية، تقضي الاتفاقية على أن الدول الأعضاء لا تملك الحق في التمييز بين مواطنيها ومواطني الدول الأخرى

[1] حسام الدين الصغير، عميد كلية حقوق المنوفية جمهورية مصر عربية، ندوة الويبو دون الإقليمية عن العلامات التحارية و نظام مدريد، 2004، ص 03-04.

الأعضاء في الاتفاقية فيما يتعلق بحماية العلامة التجارية، إلا أن عقد المبدأ يمنح في طياته بالضرورة الحق لكل دولة برفض حماية العلامة التجارية لمواطني وشركات الدول غير الأعضاء في اتفاقية باريس[1].

كما أن المادة 6 في الفقرة ب حصرت الدول التي لا تتمتع بالحماية في دول الاتحاد رغم تسجيلها في البلد الأصلي تسجيلا صحيحا وهي العلامات التي تضمن اعتداء على حقوق الغير والعلامات المجردة من كل طابع مميز .

وبناء على أحكام المادة الثانية في اتفاقية باريس فانه يجب على كل دولة متعاقدة أن تمنح مواطني الدول المتعاقدة الأخرى الحماية نفسها التي تمنحها لمواطنيها فيما يتعلق بحماية الملكية الصناعية، كما تقضي بأن يتمتع مواطنو الدول غير المتعاقدة بالحماية إذا كانوا يقيمون في دولة متعاقدة أو يملكون فيها مؤسسة صناعية أو تجارية حقيقية و فعلية، وعليه فان اتفاقية باريس تعطي لرعايا الدول المنظمة إليها الحق بالتمتع في المزايا الممنوحة أو التي تمنحها في المستقبل قوانين تلك الدول لمواطنيها دون الإخلال بالحقوق المنصوص عليها في هذه الاتفاقية[2].

وهذا يعني أن الحماية التي تمنحها اتفاقية باريس لا تقتصر على رعايا دول الأعضاء في الاتفاقية فحسب، وإنما تمتد إلى رعايا الدول الغير أعضاء في الاتفاقية، شريطة أن يكون الرعايا مقيمون في دول أعضاء اتفاقية باريس، أو يملكون مؤسسة صناعية أو تجارية فعلية لا صورية أو وهمية فيها، كما يستفيد الشخص المعنوي من الحماية، وتطبيقا لذلك فان كل شخص يتمتع بجنسية أي دولة من دول الأعضاء اتفاقية باريس، أو مقيمون في تلك الدول أو

يملكون منشأة صناعية وتجارية فيها، الحق في الحصول على حماية العلامات التجارية في الجزائر، وعندما يتمتع بكافة الحقوق والامتيازات المتمتع بها الجزائري في هذا الصدد.

لذلك فان الأشخاص الذين لهم حق الاستفادة من مبدأ المعاملة الوطنية وهم:

1. الأشخاص الذين يتمتعون بجنسية إحدى الدول الأعضاء في اتفاقية باريس.

[1] عدنان غسان برانبو، التنظيم الدولي للعلامة التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، دون سنة طبعة، ص 967.

[2] حساني علي، براءة اختراع، مرجع سابق، ص 225.

2. الأشخاص الذين يقيمون في دولة عضو في هذه الاتفاقية.

3. الأشخاص الذين يملكون مؤسسة صناعية أو تجارية في دولة عضو في هذه الاتفاقية[1].

وفي حالة تعارض أحكام القانون الداخلي (الوطني) مع أحكام الاتفاقية الدولية، بشأن الحماية فيكون لرعايا دول الاتفاقية – ومن يأخذ حكمهم – أن يتمسكوا بأحكام هذه الاتفاقية ذلك أن للاتفاقية الدولية قوة القانون الداخلي بعد إبرامها والتصديق عليها ونشرها وفقا للأصول المقررة في هذا الصدد، الأمر الذي يعني أن الاتفاقيات والمعاهدات تسمو على القوانين الوطنية، وذلك على سبيل الاستثناء على مبدأ إقليمية القوانين من جهة، ولمبدأ سيادة الدولة من جهة أخرى.

**الفرع الثاني: مبدأ استقلال العلامات التجارية.**

وهذا المبدأ يقضي أن الحق في العلامة التجارية الممنوح في إحدى الدول الأعضاء مستقل عن الحقوق في العلامات التجارية الممنوحة في جميع الدول الأعضاء الأخرى، مما يعني أن مالك العلامة التجارية يخضع بشكل حصري للقانون الوطني لكل دولة من الدول التي قام بتسجيل علامته التجارية، و أن القانون الموضوعي الخاص بالحقوق الممنوحة لمالكي العلامات التجارية يبقى وطنيا[2].

حيث يستدل من الاتفاقية أنها تقضي باعتبار كل علامة تم تسجيلها وفق للأصول القانونية المتبعة في بلدها الأصلي ومن ثم قدم طلب تسجيلها في دولة أو أكثر من الدول الأعضاء في الاتفاقية، بأنها علامة مستقلة تماما على العلامة المسجلة في البلد الأصلي حسب المادة 3/6 من الاتفاقية.

وما تقدم يفيد بأنه إذا انتهت مدة تسجيل العلامة في إحدى الدول الأعضاء فإن ذلك لا يعني انتهائها في بقية الدول[3]، كما أن تحديد التسجيل في إحدى الدول الأعضاء لا يعني تجديده في بقية الدول، ونفس الحكم فيما يتعلق بالشطب العلامة و إلغائها[1].

1 اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المؤرخة 20 مارس 1883 والمعدلة ببروكسل في 14 ديسمبر 1900 وواشنطن في 2 يونيو 1911 ولاهاى في 6 نوفمبر 1925 ولندن في 2 يونيو 1934 ولشبونة في 31 اكتوبر 1958 واستكهولم في 14 يوليو 1967 والمنقحة في 2 أكتوبر 1979.

[2] عدنان غسان برانيوا، مرجع نفسه، ص 967.

[3] عامر محمود كسون، مرجع سابق، ص322.

غير أن اتفاقية باريس تضمن أيضا أحكام موضوعية عامة تضمنت حق الأسبقية للذين قاموا بتسجيل علامتهم التجارية في إحدى الدول الأعضاء ويرغبون بتسجيلها في دولة أخرى عضو في الاتفاقية، إضافة إلى أن هذه الاتفاقية منحت حماية خاصة للعلامات التجارية المشهورة، حيث مكنت من قام بتسجيل علامة مشهورة في دولة أعضاء إقامة دعوى إلغاء ضد من قام بتسجيل نفس العلامة في دول أعضاء الأخرى بناء على شرعية التسجيل الأول، كما أن هذه الأحكام تعتبر القواعد العامة التي يجب على الدول المتعاقدة إتباعها، يعني هي الحدود الدنيا للحماية الي يجب أن يضمنها تشريع كل دولة .

**الفرع الثالث: مبدأ الأسبقية:**

تقتضي المادة 04 من اتفاقية باريس بأن من تقدم بطلب تسجيل علامة تجارية في إحدى الدول الاتحاد يتمتع فيما يختص بالتسجيل علامة تجارية في إحدى الدول الاتحاد يتمتع فيها بحق الأسبقية في التسجيل في دول أخرى، خلال ستة أشهر من تاريخ تقديم الطلب، وإذا كان البلد الأصلي يأخذ بمبدأ الفحص قبل التسجيل فإن حق الأسبقية لا يتأكد إلا إذا أجيب طلب التسجيل، وإذا كانت العلامة في البلد الأصلي من قبل تقديمه طلب. التسجيل في البلد الأصلي فإما لا تعتبر علامة جديدة في البلد الأجنبي ويجوز الاحتجاج عليه بذلك.[2]

[1] عبد الفتاح بيومي حجازي، الملكية الصناعية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، طبعة 2008، ص58.

[2] محمد حسنين، المرجع السابق، ص211.

## المبحث الثاني: حماية العلامة وفق اتفاقية مدريد1981 بشأن التسجيل الدولي.

كما أن اتفاقية مدريد شأنها شأن اتفاقية باريس ,تعتبر عماد من أعمدة التي نصت على حماية العلامات التجارية وهذا سيتم التطرق على أغراض الاتفاقية مدريد وآلياتها الحمائية للعلامة في المطالب أدناه .

### المطلب الأول: التعريف بالاتفاقية مدريد وأغراضها.

#### الفرع الأول: التعريف بإتفاقية مدريد1981.

تم التوقيع على اتفاقية مدريد الخاصة بالتسجيل الدولي للعلامات التجارية، في 14 نيسان 1981 م وأصبحت سارية المفعول والنفاذ في 15 تموز 1982 قد جرى تعديلها عدة مرات[1]، وباب العضوية في هذه الاتفاقية مفتوحة لكل طرف من أطراف اتفاقية باريس حماية الملكية الصناعية[2]، حيث انضمت عدة دول إلى هذه الاتفاقية، منها دول عربية وأخرى أجنبية، ولقد انضمت الجزائر إلى اتفاق مدريد لسنة 1981 المتعلق بالتسجيل الدولي للعلامات، بموجب الأمر 10/72 المؤرخ في 22 مارس 1972 المتضمن انضمام الجزائر إلى مجموعة من الاتفاقيات الي تنص إلى إمكانية إيداع الطلب على مستوى المكتب الدولي للمنظمة العالمية للملكية الصناعية(OMPEI) ،أما بالنسبة للجزائر فإن المعهد الوطني لحماية الملكية الصناعية(INAPI)هو الذي يتكفل بإيداع طلبات المنتجين.

#### الفرع الثاني: أغراض اتفاقية مدريد 1981.

يهدف اتفاق مدريد لتأمين نظام تسجيل للعلامات التجارية، وقد حاول القيام بذلك من خلال وضع آلية تمكن مالكي العلامات التجارية في الدول الأعضاء من الحصول على تسجيل

[1] في واشنطن 1925 وفي بروكسل سنة 1900 وفي لاهاي سنة 1925 وفي لندن سنة 1935 وفي باريس 1957 وفي استوكهولهم سنة 1967 وتعديله أخر مرة 1979.

[2] الدول الآتية الذكر والبالغ عددها 46 دولة هي طرف في هذا الاتفاق حت أول حانفي 1997 و هي: الاتحاد الروسي، أذربيجان، ارمينا، اسبانيا، ألبانيا، اوزبكستان، أوكرانيا، ايطاليا، البرتغال، بلجيكا، بلغاريا، والبوسنة، الهرسك، بولندا، بيلاروس، الجزائر، جمهورية تشيك، كوريا الشعبية، مقدونيا، اليوغسلافيان، مولدافيا، رومانيا، سان مارينو، سلوفاكيا، سلوفينيا، السودان، سويسرا، الصين، طاجاكستان، فرنسا، وفيتنام، قيرغيزستان، كازاحستان، أوكرانيا، كوبا، لكسمبورغ، لاتفيا، مصر، المغرب، منغوليا وموناكو، النمسا، هنغاريا، هولندا، يوغسلافيا، و ليختنشتاين.

لعلاماتهم التجارية في الدول الأخرى من خلال تقديم طلب واحد في مكتب تسجيل العلامات التجارية للدولة الأصل[1].

وهذا يعني أن التاجر أوالصانع أومقدم الخدمة الذي يرغب في حماية علامته التجارية في عدد من الدول يخضع عادة لكثير من الإجراءات الشكلية المتبعة في المكاتب الوطنية لتسجيل العلامات التجارية في كل دولة وحدها كالحاجة لتقديم الطلب بلغات متعددة، ووجود فترات حماية متفاوتة ناتجة عن تواريخ التجديد المختلفة، والحاجة لتعيين وكيل محلي في بعض الحالات فضلا على أن تقديم الطلبات المحلية في كل دولة يؤدي إلى تحمل تكاليف باهظة جدا لطالب التسجيل كل بالرسوم المحلية، ورسوم الوكلاء المحلين وتكاليف الترجمة في كل دولة وعليه، يتضح أن الغرض من اتفاقية مدريد يتمثل في :

1- تسهيل تسجيل العلامات التجارية على المستوى الدولي.

2- التخلص من صعوبات التسجيل الفردي المتعدد.

3- التوفير في الرسوم و النفقات و المصاريف.

4- المحافظة على الوقت.

5- توفير حماية للعلامة على نطاق واسع[2].

وهذا يعني أن هذه الأخيرة تعتبر مزايا[3]، تمنحها هذه الاتفاقية، وهي بمجرد تسجيل العلامة في الدولة المتعاقدة التي هي بلد المنشأ لا يبقى على صاحب العلامة سوى التقدم بطلب بلغة واحدة (اللغة الفرنسية وأن يسدد الرسوم المطلوبة لمكتب واحد (مكتب الدولي) بدلا من إيداع طلبات منفصلة بلغات متعددة لدى المكاتب الوطنية للعلامات التجارية التابعة لمختلف الدول الأعضاء، ودفع الرسوم لكل مكتب منها[4].

ولهذا فإن الغرض من إنشاء اتفاقية مدريد هو التخفيف من العقبات الي يتعرض لها التسجيل الفردي للعلامة بتعدد جهات التسجيل وتوفير الوقت والجهد والنفقات وحماية للعلامة.

---

[1] عدنان غسان برانبو، التنظيم الدولي للعلامة التجارية، مرجع سابق، دون سنة، ص 968.

[2] صلاح الدين الزين، العلامات التجارية، مرجع سابق، ص290-291.

[3] يعود التسجيل الدولي بالفائدة على المكاتب الوطنية للعلامات، حيث أنه يخفف من حجم العمل الذي يستوجب عليه القيام به، كما أن جزء من الرسوم التي يتم دفعها إلى المكتب الدولي يحول إلى الدول التي يطلب فيها الحماية ناهيك عن الأرباح التي توزع على الدول.

4 عامر محمود كسوايي، الملكية الفكرية، مرجع سابق، ص 325.

## المطلب الثاني: آثار التسجيل الدولي للعلامة التجارية حسب اتفاق مدريد1981

### الفرع الأول: التسجيل الدولي للعلامات التجارية وفق اتفاقية مدريد 1981.

تقبل تسجيل كل علامة تجارية أو صناعية سجلت في بلدها الأصلي وفق الأوضاع القانونية، في هذه الشأن وأن تمنحها الحماية التي هي عليها، وتبعا لذلك تلتزم دول الاتحاد بقبول تسجيل علامة أجنبية ما دامت تلك العلامة قد استوفت شروط تسجيلها بحسب قانون بلد الأصل، وهذا يعني أن اتفاقية مدريد نصت على قاعدة آمرة ألا وهي واجب تسجيل العلامة في دولة المنشأة قبل تسجيلها دوليا، والمقصود هنا أنه لا يسمح لرعايا الدول الأعضاء بإيداع علاماتهم في دولة أخرى إلا إذا تم تسجيلها في دولة منشأة، وعليه فإن التسجيل الوطني للعلامة في هذه الأخيرة يتم عن طريق إرسال الطلب من البلد الأصلي أولا، حيث يتم تدقيقه (فحصه) والتصديق على العلامة التجارية المرفقة به ،ومن ثم إدخالها في السجل الوطني للعلامات التجارية في البلد الأصلي باسم طالب التسجيل وصاحب المنتجات أو البضائع أو الخدمات نفسها وبعد ما يتم إرسال الطلب إلى المكتب الدولي مصحوبا بالرسوم المقررة[1]، ليتحقق التسجيل الدولي بواسطة إجراء موحد لدى المنظمة العالمية للملكية الفكرية (OMPEI). وهو قيد العلامة لديه وفق أحكام مقررة بهذا الشأن وبعد ما يتم مراقبة انتظام الإيداع و ذلك عن طريق فحص طلب التسجيل الدولي من قبل المكتب الدولي، من حيث استيفاؤها لشروط اتفاقية مدريد وأنظمتها، وبعدها يتم تسجيل العلامة وإعلان الإدارات الوطنية للدول المعنية ونشرها في المجلة ذات العلامة، أما إذا كان الطلب غير مستوف للشروط المطلوبة يقوم المكتب الدولي بإرجاء التسجيل ومن ثم إشعار المكتب الوطني المحلي، وذلك لتدارك النواقص في الطلب مع طالب التسجيل، وفي حالة تحقق عكس ذلك في غضون ثلاثة أشهر من تاريخ الإشعار، قابلة للتمديد لمدة ثلاثة أشهر أخرى من قبل المكتب الدولي، ويتم إعلان كل من طالب التسجيل أو وكيله إضافة للمكتب الوطني بذلك، وفي حالة فوات مدة الإشعار ومدة التمديد حينها يتم إلغاء الطلب وإرجاع رسوم التسجيل المدفوعة سابقا لطالب التسجيل.

ويجوز لدول الاتحاد أن ترفض التسجيل الدولي للعلامات التجارية إذا كانت تتضمن أي اعتداء على حقوق الغير أو تتجرد من كل طابع مميز أو مخالف للنظام العام والآداب العامة،

[1] باقدي دوحة، عقد التنازل على العلامة التجارية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في الملكية الفكرية، كلية الحقوق بن عكنون، الجزائر، 2004.2005.ص 78.

على أن يبلغ الرفض وأسبابه إلى المكتب الدولي في خلال سنة ويقوم المكتب الدولي بدوره بإخطار الدولة صاحبة طلب التسجيل .

ومن ثم تتمتع كل الدول الاتحاد في اتفاقية مدريد بالحماية من تاريخ تسجيلها دوليا وحسب التشريعات المقررة لمدة عشر سنوات وهذا بموجب المادة الرابعة من اتفاقية .

والأسباب التي يمكن أن يستند إليها المكتب الوطني, المعنية بالرفض التسجيل الدولي لعلامة تجارية، هي عادة نفس الأسباب التي يستند إليها في الرفض التسجيل الوطني, ومن قبيل أسباب الرفض ما يلي:

أولا: العلامات التي من شأنها المساس بالحقوق المكتسبة للغير في الدول التي تطلب فيها الحماية.

ثانيا: العلامات المجردة من أية صفة مميزة .

ثالثا: العلامات المخالفة للنظام العام والآداب العامة وعلى الأخص العلامات التي من شأنها تضليل الجمهور.

ويقوم المكتب بإجراء فحص عادي لأي إشعار رفض مرسل إليه، من أي مكتب تسجيل وطني للتأكد من موافقته للأصول القانونية، ثم يقوم بقيد الرفض في التسجيل الدولي وترسل نسخة من إشعار الرفض إلى مكتب التسجيل الوطني وإلى مالك العلامة أو وكيله .

ومع ذلك، يبقى مالك التسجيل الدولي يتمتع في الدولة التي أعلنت الرفض بنفس الحماية القانونية التي يتمتع بها مالك التسجيل الوطني، أما إذا لم يستلم المكتب الدولي إشعار بالرفض خلال الفترة المحددة، والبالغة سنة واحدة، أو لم يذكر في الإشعار أسباب الرفض أوكانت أسباب الرفض مذكورة في الإشعارغير القانونية فلا يتم الرفض في السجل الدولي[1].

ولقد أخذت اتفاقية مدريد بمبدأ عدم استقلال العلامات التجارية بحيث إذا فقدت العلامة حمايتها في بلدها الأصلي لعدم احترامها لقوانين العلامات التجارية مثلا كعدم تسجيل العلامة، فإنها تفقد كذلك حمايتها الدولية وهذا النص منتقد لمخالفته لمبدأ استقلال العلامات التجارية[2].

[1] صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص296.

[2] محمد حسنين، مرجع سابق، ص 213.

**الفرع الثاني: آثار التسجيل الدولي للعلامات وفق اتفاقية مدريد 1981.**

تكمن أهمية الإيداع الدولي في تبسيط إجراءات الإيداع، إذ ينتج إيداع واحد لدى المكتب الدولي نفس الآثار التي ينتجها الإيداع الوطني في الدول الأعضاء وتحدد مدة حماية العلامة بعشرين سنة، حيث تقوم الحماية الدولية للعلامة التجارية على الحماية الوطنية، يعني أن العلامة المسجلة دوليا تستمد حمايتها من تسجيلها محليا خلال خمس سنوات الأولى التالية لتاريخ التسجيل الدولي، يعني في حالة فقدان الحقوق على العلامة الوطنية يؤدي مباشرة إلى فقدانها على العلامة الدولية، وبعد انتهاء المدة هذه (خمسة سنوات) يستقل التسجيل الدولي للعلامة عن التسجيل الوطني (ينفصلان) عندها الحماية التي يوفرها التسجيل الدولي للعلامة في دول اتحاد مدريد، لن يتأثر بفقدان الحماية الوطنية للعلامة لأنها تصبح تحت صلة الحماية الدولية الناتجة عن التسجيل الدولي للعلامة وفقا لأحكام اتفاقية مدريد.

لا تهدف هذه الاتفاقية إلى إنشاء علامة دولية، وإنما تسهيل مهمة المؤسسات بتركيز عملية الإيداع لتفادي، تعدد الإيداعات في كل الدول وهو الأمر العسير الذي يتطلب نفقات باهظة[1].

غير أن الانتقادات التي وجهت إلى اتفاقية مدريد، دفع بالمنظمة العالمية للملكية الفكرية من خلال إشرافها عليها إلى إبرام اتفاق حول التسجيل الدولي للعلامات المعروف بتسمية بروتوكول مدريد المؤرخ في 27 جويلية 1989 والذي دخل حيز التطبيق في أول افريل 1996[2].

وللإشارة فان الدول التي تعد طرف في اتفاقية مدريد أو البروتوكول تكون اتحاد مدريد UNION DE MADRID الذي أصبح يضم أربعة وسبعين (74) دولة إلا أن الجزائر التي انضمت إلى اتفاقية مدريد لم تصادق لحد الآن على هذا البروتوكول الجديد.

حيث تم إبرام هذا البروتوكول بهدف جعل نظام مدريد أكثر مرونة وتوافق مع التشريعات الوطنية لدول معينة حيث أن هذا الاتفاق لم يتضمن أي دولة عربية[3]. وهذا يعني أن الجزائر كانت خارج نطاق إبرام هذا البروتوكول مما جعل هذا يأخذ حيزا صغيرا في هذه الدراسة و ذلك

[1] فتحي نسيمة، الحماية الدولية للملكية الفكرية، مذكرة سابقة، ص 31.

[2] زواوي فرحة صالم، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الحقوق الفكرية، حقوق الملكية صناعية، ابن خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006، ص 285.

[3] هذه الدول هي: اسبانيا، ألمانيا، دانمارك، السويد، الصين، فلنداه، كوبا، المملكة المتحدة، النرويج.

بهدف الإشارة إليه دون المرور عليه دون الإشارة له باعتبار أن الجزائر لم تصادق على هذا البروتوكول.

## المبحث الثالث: حماية وفق اتفاق نيس الخاص التصنيف الدولي للسلع و الخدمات لأغراض تسجيل للعلامات لسنة 1957.

إن اتفاق نيس يعتبر من الاتفاقيات التي صادقت عليها الجزائر بغرض حماية العلامات التجارية، من خلال تضمنها على أغراض وآليات بهذا الخصوص الي سيتم التطرق إليها في المطالب أدناه .

### المطلب الأول: التعريف بالاتفاقية نيس وأغراضها.

### الفرع الأول: التعريف بالاتفاقية نيس 1957.

أبرمت اتفاقية نيس في عام 1957 وأدخلت عليها عدة تعديلات في عام 1967 و عام 1977 وكان أخر تعديل في عام 1979 وهي اتفاقية مقترحة بجميع الدول الأعضاء في اتفاقية باريس للانضمام إليها[1]، حيث انضمت الجزائر إلى اتفاقية نيس سنة 1957 المتعلقة بالتصنيف الدولي للمنتجات والخدمات، بموجب الأمر 72-10 المؤرخ في 22 مارس 1972 وتكون الدول الأعضاء في هذا الاتفاق وحدة مصغرة الهدف منها انجاز وتسيير تصنيف دولي للعلامات، تبني هذا التصنيف من قبل دول الأعضاء.

حيث يستند تصنيف نيس بشأن معاهدة الأطراف تديرها المنظمة العالمية للملكية الفكرية.هذه المعاهدة دخلت حيز التنفيذ في 15 يونيو 1957 في مدينة نيس الفرنسية ويسمى "اتفاق نيس بشأن التصنيف الدولي للسلع والخدمات لأغراض تسجيل العلامات", كما يشار إلى هذا التصنيف عادة باسم "تصنيف نيس".

حيث أن هذا الاتفاق-اتفاق نيس- متاح لكل الدول الأطراف في اتفاقية باريس، ويجب إيداع وثائق التصديق أو الانضمام لدى المدير العام للويبو، حيث أن هذه الاتفاقية تضم الدول الأعضاء حوالي 78 دولة.

[1] رياض عبد الفادي منصور عبد الرحيم، مرجع سابق، ص 6.

ومـع أن عـدد الـدول الأعضـاء فـي اتفاقيـة نـيس لا يتعـدى 83 دولـة، إلا أن مكاتـب العلامات التجارية لنحو 65 دولة أخرى، فضلا عن المكتب الدولي لوابيو والمنظمة الإفريقية للملكية الفكرية ومنظمة البنولكس للملكية الفكرية ومكتب الاتحاد الأوربي للتنسيق في السوق الداخلية (العلامات التجارية والتصاميم) تستخدم فعلا هذا التصنيف.

**الفرع الثاني: أغراض أو أهداف اتفاقية نيس 1957.**

الغرض من هذا الاتفاق، هو إنشاء تصنيف عالمي للعناصر التصورية أو الرمزية التي تتكون منها العلامات التجارية، ولا يشمل هذا التصنيف كافة العلامات التجارية، بل تلك العلامات التي تحوي على عناصر تصورية أو رمزية فقط، ومن عناصر هذه الأخيرة على سبيل المثال " النجوم أو الأشخاص أو الحيوانات أو النباتات...الخ"، وهكذا ليسمح تصنيف العناصر الرمزية بتصنيف كافة العلامات التجارية أو أجزاء منها تتكون من شعارات أو تصاميم أو شارات أو صور، وتظهر أهمية ذلك لدى إجراء عملية البحث والتحري بالنسبة للعلامات التجارية التي سبق تقيدها في السجل وتحوي عناصر رمزية .

حيث أن الالتزام الرئيسي للدول المتعاقدة هو تطبيق التصنيف الدولي الذي أسس بموجب اتفاقية فينا، ويكون لهذه الدول المتعاقدة الحق بالمشاركة في القرارات المتخذة حول إحدى أي تغييرات في التصنيف الدولي[1]، والتي يتم تقريرها من لجنة خبراء تتمثل فيها كافة الدول المتعاقدة، ولقد أنشئ هذا الاتفاق تصنيف السلع و الخدمات بهدف تسجيل العلامات التجارية وعلامات الخدمة، وعلى مكاتب العلامات في الدول المتعاقدة أن تبين رموز الأصناف بالاقتران بكل تسجيل .

كما كل دولة طرف في اتفاق نيس ممثلة في لجنة الخبراء المنشاة. بموجب الاتفاق. ومند عام 2012، تعقد اللجنة دورتها مرة في السنة. وتبت اللجنة في كل التغيرات التي تدخل على تصنيف نيس، والتي تنشر لاحقا في شكل طبعات جديدة كل خمس سنوات وفي شكل نسخ جديدة كل سنة.

[1] صلاح زين الدين، مرجع سابق، ص302.

حيث إن ميزة استخدام تصنيف نيس يكمن في تنسيق طلبات العلامات التجارية مع الإشارة إلى نظام تصنيف واحد وبالتالي تبسيط الإيداع إلى حد كبير كما سيتم تصنيف السلع والخدمات التي اعتمدها هذا النظام.

وإن تصنيف نيس موجود في عدة لغات كما يحفظ المتقدمين قدرا كبير من العمل عند تقديمه دوليا .

**المطلب الثاني: آليات حماية العلامة في اتفاقية نيس 1957.**

يتم حماية العلامة التجارية في اتفاقية نيس 1957 عن طريق التصنيف الدولي للسلع و الخدمات حيث أن مسألة التصنيف كانت قبل التوصل إلى معاهدة باريس، نتيجة مسائل الاختلاف بين الدول، وعوائق التسجيل الدولي للعلامات التجارية، فهناك دول لا تملك تصنيفا أصلا وأخرى كانت تصنيفاتها متباينة، وثانية تصنيفها ليس منطقيا دائما، وأن تصنيف المنتجات والسلع والبضائع والخدمات ملحق ضروري لأي قانون للعلامات خاصة في الدول التي تجري فحصا أوليا للعلامات التي قدمت طلبات تسجيلها، وهذا يعني أن إرساء تصنيف دولي للمنتجات والسلع والبضائع والخدمات مسألة أكثر صعوبة من السعي لإرساء تصنيف وطني[1].

لهذا أنشأت اتفاقية نيس 1957 تصنيفا للبضائع والخدمات لأغراض تسجيل العلامات التجارية وعلامات الخدمة، وبموجب هذه الاتفاقية تلزم مكاتب تسجيل العلامات التجارية للدول المتعاقدة بالإشارة في هذه الوثائق الرسمية و شهادات التسجيل الخاصة بكل علامة إلى الفئة أو الفئات التي تم تسجيل العلامة التجارية ضمنها.

ويتكون تصنيف نيس الدولي من قائمة تحتوي عددا من الفئات، حيث يوجد حاليا 34 فئة للبضائع و11 فئة للخدمات، كما تحتوي قائمة أبجدية بالبضائع والخدمات تتكون من حوالي إحدى عشر ألف عنصر (11000)، وتتم عملية تعديل هاتين القائمتين من وقت لأخر من قبل مجموعة من الخبراء الممثلين للدول المنظمة لاتفاقية، والنسخة المعمول بها حاليا من التصنيف هي النسخة التاسعة، والتي دخلت حيز التنفيذ في أول عام 2007.

[1] صلاح زين الدين، نفس المرجع سابق، ص301.

وإن مكاتب تسجيل العلامات التجارية في معظم دول العالم تعتمد على هذا التصنيف لتسجيل العلامات التجارية لديها، فضلا عن المكتب الدولي للمنظمة العالمية للملكية الفكرية والمنظمة الإفريقية للملكية الفكرية، ومكتب تسجيل العلامات التجارية الأوروبية[1].

وقد انشأ اتفاق نيس اتحادا، وهذا الاتحاد جمعية، وكل دولة عضو في الاتحاد ملزمة بوثيقة لستوكهولم أو وثيقة جنيف لاتفاق نيس هي عضو في الجمعية، ومن أهم المهمات التي تضطلع بما الجمعية اعتماد برنامج الاتحاد و ميزانيته لفترة سنتين .

كما تحدد مدة الحماية للعلامة التجارية بعشرة سنوات تبدأ من تاريخ تسجيل العلامة كما تسري مدة العشرة سنوات في حالة بيعها أو رهنها أو الانتفاع بها أو الحجز عليها،على المالك الجديد أو من آلت إليه الملكية ، أما بالنسبة لهيكل التصنيف اتفاق نيس يتكون من عناوين الطبقة والإيضاحات وقائمة أبجدية السلع والخدمات، حيث عناوين الطبقة هي الأسماء الرسمية الوصفية للفئات الأحد عشر من الخدمات. يرافق هذه عند الاقتضاء مذكرات تفسيرية التي تضمنت وصفا تفصيليا لأنواع المنتجات أو الخدمات ضمن الطبقات المعنية، أما بالنسبة للقائمة الأبجدية هي تعداد أبجدي من حوالي 10 ألاف سلعة وخدمة حوالي 1000[2] إجراءات التجديد، وفي حالة الأخيرة لم يقم بذلك يجوز للمالك اتخاذ تلك الإجراءات، كما تمتد مدة العشرة سنوات المقررة لحماية العلامة التجارية ,لمدة أو مدد مماثلة بناء على طلب صاحبها أو من تقرر له ذلك الحق وذلك خلال السنة التاسعة من مدة الحماية[3].

وعليه فإن الاتفاقيات الدولية لعبت دور الوسائل الدولية لحماية العلامات التجارية كما أن هناك اتفاقيات دولية غير التي تم ذكرها، منها اتفاقية فينا واتفاقية لشبونة وأهمها اتفاقية تربس، وسبب عدم ذكرها في هذه الرسالة كونها لم يتم المصادقة عليها من قبل الجزائر.

واقتصرت الدراسة على الاتفاقيات المصادقة عليها من طرف الجزائر، غير أنه لايمكن إغفال عن ذكر أن الجزائر قامت بمبادرات للانضمام إلى اتفاقية تربس رسميا في سنة 1987،

[1] رياض عبد الهادي، مرجع سابق، ص6.

[2] www.ar.m.wikipdia.org/wiki/

[3] أنور طلبة، حماية حقوق الملكية الفكرية، مكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، دون سنة نشر ، ص121-120.

ولكن الأحداث التي شاهدتها خلال تلك الفترة والتي اعتبرت فترة انتقالية عصيبة عطلت على انضمامها للاتفاقية.

# خاتمة

من خلال دراستي لموضوع الحماية القانونية للعلامة التجارية في القانون الجزائري بصفة خاصة، والذي نظم أحكامها بموجب الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية حيث أن هذه النصوص المتعلقة بحماية العلامات التجارية مازالت سارية المفعول. وجعلها المشرع الجزائري وسيلة دفاع في يد صاحب العلامة لحماية ملكيته لهذه العلامة من أي اعتداء، إذ يمكن له أن يمنع كل شخص من استعمال علامته دون تصريح منه.

حيث أن المشرع الجزائري ألم فيما يخص الحماية القانونية للعلامة التجارية بوسيلتين من الحماية، فأقر عليها حماية مدنية من جهة، وهي تتمتع بما تتمتع به أي علامة تجارية سواء كانت مسجلة أو غير مسجلة وتتمثل في اعتراف المشرع للمالك بالحق في مباشرة دعوى المنافسة الغير مشروعة، أما من جهة أخرى جرم المشرع الجزائري عدة أفعال تعد جنحا يعاقب عليها القانون متى تم الاعتداء على ملكية العلامة، بالتزوير أو التقليد أو الاغتصاب أو استعمال علامة تجارية مسجلة ومملوكة للغير فيجوز لصاحب العلامة أن يرفع دعوى جزائية أمام المحكمة، وفضلا عن ذلك يجوز للمحكمة في كل الأحوال باتخاذ إجراءات تحفظية لمنع تداول السلع والبضائع التي تحمل علامة مقلدة أو مزورة في الأسواق.

كما انضمت الجزائر إلى عدة اتفاقيات دولية لحماية العلامة التجارية، بقصد توسيع مجال الحماية القانونية للعلامات التجارية، فانضمت إلى اتفاقية باريس المؤرخة في 20 مارس 1883م المتعلقة بحماية الملكية الصناعية في سنة 1966 وصادقت عليها الجزائر بموجب الأمر 02/75، حيث تعد هذه الاتفاقية بمثابة الإطار العام لنظام الحماية، كما صادقت أيضا على اتفاق مدريد المتعلق بالتسجيل الدولي للعلامات التجارية، واتفاق نيس المتعلق بالتصنيف الدولي للسلع والخدمات من أجل تسجيل دولي للعلامات بموجب الأمر رقم 10/72.

وبهدف تحاشي تكرار ما سبق ذكره وصعوبة تلخيص الرسالة أو ماتم التعرض إليه من خلال هذا البحث في الحيز الضيق للخاتمة وما تم التوصل إليه من خلال الوصول إلى بعض النتائج العلامة التجارية وهي كالآتي:

1) أخذ المشرع الجزائري بالمفهوم الواسع للعلامة التجارية، من خلال تحديد أشكالها وعناصرها.

2) يمكن لكل متضرر من جراء الاعتداء على علامة تجارية أن يطلب التعويض عن طريق دعوى المنافسة الغير مشروعة، استناد إلى القواعد العامة للمسؤولية المدنية ولا محل للخلط بين دعوى المنافسة الغير المشروعة والضرر الذي أصاب المدعي،لكن هناك حالات لايترتب عنها من جراء المنافسة غير المشروعة إلا الحكم بإزالة الوضع غير المشروع بالنسبة للمستقبل،إذ تكون في هذه الحالة دعوى وقائية ولا يقتصر دورها في التعويض.

3) ذهب التشريع الجزائري إلى حسم مسألة منح العلامة التجارية الحماية الجزائية

حيث أوردت نصوص صريحة استوجبت أن تكون العلامة التجارية قد تم تسجيلها طبقا للقانون، أي أن الحماية الجزائية للعلامة تدور وجودا وعدما مع التسجيل،واشتراط ركن التسجيل لشمول هذه العلامة بالحماية الجزائية على خلاف الحماية المدنية التي تقع على العلامة المسجلة وغير مسجلة .

4) حماية العلامة التجارية لا تقتصر على صاحب الحق في ملكية العلامة التجارية

وإنما تمتد لتشمل حق المستهلك في عدم استعمال العلامة فيما يؤدي إلى غشه وخداعه في مجال التعامل التجاري .

وبهذا قد أنهيت عملي المتواضع هذا، أملا أن أكون قد وفقت في إلقاء الضوء ولو بالنزر القليل على جزء من الجوانب المتعلقة بموضوع الحماية القانونية للعلامة التجارية من جرائم الاعتداء، إلى جانب حماية المستهلك من تضليل وخداع، لاسيما من الجانب القضائي، على أنه يبقى موضوعا شاسعا يستحق المزيد من الدراسة لحصره في مسار قانوني دقيق وأدعو الله التوفيق والسداد.

# قائمة المراجع

## قائمة المصادر والمراجع

### النصوص القانونية:

1) الأمر رقم 4/66 المؤرخ في 25 مارس 1966 المتضمن انضمام الحزائر إلى اتفاقية باريس للملكية الصناعية، الجريدة الرسمية، العدد16 لسنة 1966.

2) الأمر رقم 156/66المؤرخ في 08 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات الجزائري، المعدل والمتمم بقانون رقم 23.06 لسنة 2006 وزارة العدل، الديوان الوطني للاشتعال التربوية، الجزائر

3) الأمر رقم 10/72 المؤرخ في 22 مارس 1972 الذي يتضمن انضمام الحزائر إلى الاتفاقيات الدولية، الجريدة الرسمية العدد2، لسنة 1972.

4) الأمر رقم 75/02 المؤرخ في 9جانفي 1975 يتضمن المصادقة على اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية، المبرمة في 20 مارس 1883 المعدلة ببروكسل في 14ديسمبر 1900 واشنطن في 2 يونيو 1911 ولاهاي في 26 نوفمبر 1925، ولندن في 02 يونيو 1934، ولشبونة 31اكتوبر 1958، الجريدة الرسمية العدد 10 لتاريخ 4 فيفري 1975.

5) الأمر رقم 58/75، لمؤرخ في 1975-09-26، يتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم، الحريدة الرسمية لـ 30 سبتمبر 1975، العدد 78، ص 990.

6) الأمر رقم 06/95، المؤرخ في 25 جانفي 1995 لمتعلق بالمنافسة الحريدة الرسمية، عدد لسنة 1995.

7) الأمر رقم 03/06 المؤرخ في 4 نوفمبر 2003، والمتضمن الموافقة على الأمر 03/06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 والمتعلق بالعلامات التجارية، الجريدة الرسمية، الجزائر،عدد 67، 05 نوفمبر 2003.

8) الأمـــر رقـــم 03/03 المـــؤرخ فـــي 19 جمـــادى الأولـــى 1424، الموافـــق ل19 يوليـــو ســـنة 2003، يتعلـــق بالمنافســـة، الجريـــدة الرســـمية 36 المؤرخـــة فـــي 2008.07.02 المعـــدل والمـــتمم، القـــانون رقـــم 12/08 المـــؤرخ فـــي 21 جمادى الثانية 1429 الموافق ل25 يونيو 2008 لجريدة الرسمية 36.

9) قـانون رقـم 08-09، المـؤرخ فـي 25 فيفـري2008، الموافـق ل18 صـفر عـام 1429 المتضـمن قـانون الإجـراءات المدنيـة الإداريـة، الجريـدة الرسـمية رقـم 21 المؤرخة ب 2008.04.23.

## قائمة المراجع

### أولا : الكتب باللغة العربية:

1) احمـــد ســـعيد الزقـــرد، الحمايـــة المدنيـــة مـــن الدعايـــة التجاريـــة، دار الحامعـــة الحديدة للنشر، الإسكندرية مصر، طبعة 2007.

2) أمنـة صـامت، الحمايـة الجنائيـة الموضـوعية للعلامـات التجاريـة، دار ريـم لنشـر والتوزيع، الطبعة الأولى،2011.

3) أنـور طلبـة، حمايـة الحقـوق الملكيـة الفكريـة،المكتب الجـامعي الحـديث، دون سنة طبع.

4) جـــلال وفـــاء محمـــدين، حمايـــة القانونيـــة للملكيـــة الصـــناعية، دار الحامعـــة الجحديدة لنشر الإسكندرية، 2004.

5) حســـان علـــي، بـــراءة الاختـــراع ، اكتســـابها وحمايتهـــا القانونيـــة، دار الجامعـــة الجديدة الازريطة مصر، 2010.

6) حمـــادي الزوبيـــر، الحمايـــة القانونيـــة للعلامـــات التجاريـــة، منشـــورات الحبـــي الحقوقية، بيروت لبنان، الطبعة الأولى، 2012.

7)ريـــاض عبـــد الهـــادي منصـــور عبـــد الـــرحيم، التنظـــيم الـــدوي لحمايـــة الملكيـــة الفكرية، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية،2012 .

8) زينة غانم عبد الحبار الصفار لمنافسة الغير المشروعة للملكية الصناعية، دار حامد لنشر والتوزيع، الطبعة الثانية الأردن،2007.

9) سائد احمد الخولي، لملكية الصناعية في الفقه والقانون المعاصردار الفجر للنشر والتوزيع،2012.

10) شذى احمد عساف، شطب العلامة التجارية، دار الثقافة لنشر والتوزيع عمان،دون سنة نشر.

11) صبري مصطفى حسن السبك، دعوى النافسة الغير المشروعة، مكتبة الوفاء القانونية الإسكندرية، الطبعة الأولى،2012.

12) صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، دار الثقافة لنشر والتوزيع، عمان ، الطبعة الأولى، 2005.

13) صلاح زين الدين، لملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة لنشر والتوزيع، عمان الأردن طبعة 2012.

14) عامر محمود الكسوان، الملكية الفكرية، دار وائل لنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2011.

15) عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك، منشورات الحلي الحقوقية، بيروت لبنان، طبعة الأولى 2007.

16) عبد المنعم فرج صدة الحقوق العينية الأصلية، بيروت لبنان، دار النهضة العربية، 1982.

17) عبد الله حسين الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل للنشر الطبعة الأولى، 2005.

18) عبد الفتاح بيومي حجازي، الملكية الصناعية في القانون المقارن، دار الفكر الجامعي الاسكندرية،2002 .

19) عماد الدين محمود سويدات،الحماية المدنية للعلامات التجارية، دار حامد لنشر والتوزيع عمان، الطبعة الأولى،2012.

20) علي محمود جعفر المبادئ الأساسية في قانون العقوبات الاقتصادي وحماية المستهلك بجد المؤسسة الجامعية لدراسات والنشر والتوزيع، الطبعة الأولي،2009.

21) عدنان غسان برا نبو، التنظيم القانوني للعلامة التجارية، منشورات الحلي الحقوقية لبنان، دون سنة نشر.

22) فرحة زاوي صالح، الكامل في القانون التجاري، الحقوق الفكرية، ابن خلدون لنشر والتوزيع، وهران، الطبعة 2003.

23) فراز عبد الرحمان علي دوده، الحماية القانونية للعلامة التجارية في الجمهورية اليمنية، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية، دون سنة نشر.

24) محمد حسين، الوجيز في الملكية الفكرية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر،1985.

25) محمود علي الراشدان، العلامات التجارية، دار الميسرة لنشر والتوزيع عمان، الطبعة الأولي،2009.

26) مصطفى كمال طه,رأصول القانون التجاري,، دار النهضة العربية، بيروت، 1975.

27) منير عبد الله الرواحنة، الملكية الفكرية والصناعية، دار الثقافة لنشر والتوزيع عمان، الطبعة الأولى، 2009.

28) منير محمد الجنبيهي ومحمود محمد الجنبيهي، العلامات والأسماء التجارية، دار الفكر الحامعي الإسكندرية.

29) نزيه نعيم شلال، الترويز واستعمال المزور، منشورات الحلبي الحقوقية بيروت لبنان، طبعة 2000.

30) لـويس قوجـال، المطـول فـي القـانون التجـاري ،ترجمـة منصـور القاضـي، بحـد المؤسسـة الجامعيـة لدراسـات والنشـر والتوزيـع بيـروت لبنـان، الطبعـة الثانيـة 2011.

**الرسائل:**

1) إينـاس مـازن فتحـي الجبـارين، الحمايـة المدنيـة للعلامـة التجاريـة الغيـر مسـجلة وفـق للقـوانين الأردنيـة، رسـالة ماجسـتير ق.خ، كليـة الحقـوق جامعـة الشـروق الأوسط، 2010 .

2) باقـدي دوجة،عقـد التنـازل علـى العلامـة التجاريـة، مـذكرة تخـرج لنيـل شـهادة الماجسـتير فـي الملكيـة الفكريـة، كليـة الحقـوق بـن عكنـون، الجزائـر ،2004-2005.

3) فتحـي نسـيمه، الحمايـة الدوليـة لحقـوق الملكيـة الفكريـة، رسـالة ماجسـتير، مدرسـة الـدكتورة للقـانون الأساسـي والعلـوم السياسـية، جامعـة مولـود معمـري، تيزي وزو، الجزائر، 2012.

**المقالات والندوات:**

حسـام الـدين الصـغير، عميـد كليـة الحقـوق، جامعـة منوفيـة مصـر، نـدوة الويبـو دون الإقليمية على العلامات التجارية ونظام مدريد، أكتوبر 2004.

أ- مهـدي رضـا، الحجـز التحفظـي كآليـة لحمايـة المسـتهلك مـن المنتوجـات المقلـدة، مجلـة الأسـتاذ الباحـث للدراسـات القانونيـة، والسياسـية، عـدد09، مـارس 2018، المجلد01.

## المراجع باللغة الفرنسية


**1- OUVRAGE**

1) Ali Haroun, Protection de la Marque au Maghreb : contribution è l'étude de la propriété industrielle en Algérie en Tunisie et au Maroc, Ed. L'office des publications universitaire 1979.
2) Amor bouhnik ; créer et développent une marque en Algérien, Manuel de développement de la propriété intellectuelle, Algérien INAPI

**2- Mémoires de master et theses**

1) Le droit des marques et la santé, Mémoire réalisé par Amélie Favreau,2003/2004.

**: 3- Web bibliographie**

1. http:/www. inp.fr
2. http://www.caprioli-avocats.com
3. www.ar.m.wikipdia.org/wiki-/

**: 4- Les textes légales**

1. Article L711 Code de la propriété intellectuelle, Créé par Loi 92-597, 1992, 07-

**فهرس المحتويات**


| | |
|---|---|
| الاهداء | 02 |
| الشكر | 02 |
| الملخص | 02 |
| مقدمة | أ،ب،ج |
| الفصل الأول: الحماية الوطنية للعلامة التجارية | 03 |
| المبحث الأول: الحماية المدنية للعلامة التجارية | 03 |
| المطلب الأول: دعوى المنافسة غير المشروعة | 04 |
| الفرع الأول: تعريف الدعوى وشروطها | 05 |
| الفرع الثاني: الأساس القانوني لدعوى المنافسة الغير مشروعة | 08 |
| المطلب الثاني:حماية العلامة بالشطب والإجراءات التحفظية | 11 |
| الفرع الأول: شطب العلامة التجارية محل الاعتداء | 11 |
| الفرع الثاني: منع الضرر والحجز التحفظي كآلية وقائية لحماية العلامة التجارية | 12 |
| المبحث الثاني: الحماية الجزائية للعلامة التجارية | 14 |
| المطلب الأول:الجرائم الواقعة على العلامة التجارية | 14 |
| الفرع الأول: جرائم الاعتداء على العلامة التجارية | 14 |
| الفرع الثاني: جرائم الملحقة بالعلامة التجارية | 19 |
| المطلب الثاني: العقوبات المقررة لجرائم الاعتداء على العلامة التجارية | 22 |
| الفرع الأول: العقوبات الأصلية | 22 |
| الفرع الثاني: العقوبات التكميلية | 23 |
| الفصل الثاني: الحماية الدولية للعلامة التجارية | 26 |
| المبحث الأول: حماية العلامة وفق اتفاقية باريس1883 | 27 |
| المطلب الأول: التعريف باتفاقية باريس وأغراضها. | 27 |
| الفرع الأول: تعريف اتفاقية باريس 1883 | 27 |
| الفرع الثاني: أغراض اتفاقية باريس1883. | 28 |

| | |
|---|---|
| المطلب الثاني:آليات الحماية وفق اتفاقية باريس 1883. | 29 |
| الفرع الأول: مبدأ المعاملة الوطنية (قاعدة المعاملة الاتحادية لرعايا الاتحاد). | 29 |
| الفرع الثاني:مبدأ استقلال العلامات التجارية | 31 |
| الفرع الثالث: مبدأ الأسبقية | 32 |
| المبحث الثاني: حماية العلامة وفق اتفاقية مدريد1981 بشأن التسجيل الدولي | 32 |
| المطلب الأول: التعريف باتفاقية مدريد وتحديد أغراضها. | 32 |
| الفرع الأول:التعريف باتفاقية مدريد1981 . | 32 |
| الفرع الثاني: أغراض اتفاقية مدريد1981 | 33 |
| المطلب الثاني: آثار التسجيل الدولي للعلامات التجارية حسب اتفاقية مدريد | 34 |
| الفرع الأول:التسجيل الدولي للعلامات التجارية وفق اتفاقية مدريد 1981 | 34 |
| الفرع الثاني: آثار التسجيل الدولي للعلامات وفق اتفاقية مدريد1981 | 36 |
| المبحث الثالث: حماية وفق اتفاق نيس الخاص بالتصنيف الدولي لسلع والخدمات لأغراض تسجيل العلامات 1957 | 37 |
| المطلب الأول:التعريف باتفاق نيس 1957 وأغراضها | 37 |
| الفرع الأول: تعريف اتفاق نيس 1957 | 37 |
| الفرع الثاني: أغراض وأهداف اتفاق نيس 1957 | 38 |
| المطلب الثاني: آليات حماية العلامة وفق اتفاق نيس 1957 | 39 |
| خاتمة | 42 |
| قائمة المراجع | 47 |