

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

ميدان: الحقوق و العلوم السياسية

فرع: الحقوق

تخصص: قانون الأعمال



كلية الحقوق و العلوم السياسية

قسم العلوم القانونية والادارية

رقم: .....

## مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي

إعداد الطالب(ة): عبدالله ملياني

تحت عنوان

### الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري

لجنة المناقشة:

رئيسا  
مشرفا ومقررا  
مناقشا

جامعة المسيلة  
جامعة المسيلة  
جامعة المسيلة

د/عبد اللطيف والي  
د/العمرية بوقرة  
د/فواز لجلط

السنة الجامعية: 2019/2018

# شكر وتقدير

الحمد لله الذي أمانني على انجاز هذا العمل، فالحمد لله في الأولى  
والحمد لله في الآخرة.

لا يسعني وقد انصبت إمداد هذه المذكرة إلا أن أتقدم بأسمى آيات  
الشكر والتقدير والعرفان بالجميل للدكتورة الفاضلة بوقرة العمريّة،  
لما أسدت إلي من نصح وإرشاد وتوجيه طوال فترة إمداد هذه  
المذكرة .

كما أتوجه بخالص الشكر والتقدير إلى السادة أعضاء لجنة المناقشة  
على تفضلهم بقبول مناقشة هذه المذكرة، وتخصيص جزء من وقتهم  
 للقراءة والتقييم.

كما يسعدني أن أتقدم بوافر الشكر وجزيل التقدير إلى موظفي  
مديرية التربية عامة، وموظفي مصلحة الأجور خاصة.  
والشكر والعرفان موصول إلى جميع اساتذتي بكلية الحقوق بجامعة  
المسيلة، وإلى عميد الكلية وكل الطاقم الإداري.

ولا يفوتني أن أتوجه بخالص الشكر والامتنان إلى كل من أمدني بيد  
العون والمساعدة في إمداد هذه المذكرة من قريب أو من بعيد  
وأخص بالذكر زميلي في المكتب حاجي محمد وأحمد مراد.

ملياني عبد الله

## إهداء

❖ إلى من قال فيهما سبحانه وتعالى: ﴿فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا (23) وَأَخْفِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الذَّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ قُلْ رَبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيْتَنِي صَغِيرًا﴾ (سورة الإسراء الآية 24)

❖ إلى من كان سندا في الحياة صاحب الفضل ومصدر الرعاية إلى الذي لا يسعني إلا أن أقف أمامه احتراما وعرفانا وطاعة وحباً أبي الغالي رحمه الله.

❖ إلى ينبوع الحب والحنان وزهرة العطف ومصدر الاطمئنان إلى أعلى ما في الوجود  
❖ أمي الحبيبة الغالية.

❖ إلى الروح الطاهرة أخي الحاج رحمه الله

❖ إلى زوجتي ورفيقة دربي وشريكة حياتي ت. زهية.

❖ إلى أبنائي بثينة، منذر، محمد، كوثر، لينة.

❖ إلى عائلتي لويزة، فاطمة الزهرة، عتيقة، فوزية، صورية، نادية.

❖ إلى كل الأصدقاء

❖ مليانبي عبد الله

## مقدمة:

تعد الملكية الفكرية نتاجا فكريا وذهنيا للشخص، حيث أنها تعتبر مالا ذا قيمة اقتصادية هامة، مما يجعلها عنصرا هاما في مجال التجارة على المستويين العالمي والداخلي، وذلك من خلال استثمارها في مختلف الميادين مما تمنح لصاحبها حقوق مادية ومعنوية يستغلها ويستفيد منها جراء ابداعاته وابتكاراته، ومن هنا يصبح صاحب الإبداع الذهني يستغل إنتاجه ويستفيد منه ماليا.

وتنقسم الملكية الفكرية الى قسمين، يتمثل القسم الأول في الملكية الأدبية والفنية والحقوق المجاورة على سبيل المثال حقوق المؤلف، أما القسم الثاني يتمثل في الملكية الصناعية، ومنها براءة الاختراع، الرسوم والنماذج الصناعية، فيما يقسمها آخرون إلى ثلاثة أقسام وهي الملكية الأدبية والفنية والحقوق المجاورة، والقسم الثاني الملكية الصناعية ومنها براءة الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية أما القسم الثالث فهي الملكية التجارية ومنها الاسم التجاري والعلامة التجارية هذه الأخيرة هي موضوع دراستنا، حيث أن العلامات التجارية تستخدم لتمييز سلع أو منتجات أو خدمات عون اقتصادي عن مثيلاتها لعون اقتصادي آخر، وكذلك تسهل على الزبائن والمستهلكين التعرف عليها، حيث أن الانسان منذ القدم يقوم بتمييز اشياءه عن أشياء الغير باستعمال شارات ورموز يستعين بها، كتمييز لبعض الحيوانات، ففي العصور الوسطى عمد بعض التجار لوضع اسمائهم لتمييزها عن باقي السلع الأخرى، ومع التطور الحاصل للمجتمع وكذا الفكر الانساني المبدع، أصبحت العلامات التجارية عنصر ملازم في الحياة اليومية وتطورت أشكالها، ومع انفتاح العالم والتجارة الدولية الحرة وانتقال الاموال الذي أدى إلى زيادة في المنتوجات وتنوعها مما جعل أصحابها يميزون منتوجاتهم عن غيرها، وحفاظا على سمعة انتاجهم والثقة التي اكتسبوها من الزبائن والمستهلكين عمدوا إلى وضع علامات تميز منتوجاتهم وسلعهم وخدماتهم عن غيرها من المنتوجات المنافسة لها، مما يؤدي ضرورة لحماية هذه العلامات من الاعتداءات التي قد تطالها، سواء كانت حماية دولية وتتمثل في الاتفاقيات الدولية المبرمة كما هو الحال في اتفاقية باريس واتفاقية تريبيس، وكذلك بسن تشريعات داخلية صارمة.

إن أول قانون حديث تعامل مع العلامة بمفهومها المتعارف عليه حاليا هو القانون الفرنسي عام 1857، وبدأت بعد ذلك التنظيمات القانونية المنظمة للعلامة تتعاقب في مختلف الدول الأوروبية، فوضعت ألمانيا قانونها للعلامات عام 1874 وبريطانيا عام 1879 واسبانيا عام 1929 وإيطاليا عام 1942.

ومع التطور الاقتصادي في العالم وازدياد أهمية العلامات التجارية، الذي جعل منها عرضة للاعتداء من طرف أشخاص لا يولون أهمية للقوانين المنظمة للعلامات وهمهم الوحيد هو تحقيق الربح ولو على حساب أشخاص آخرين، مما جعل الدول تتعاون فيما بينها من أجل وضع

قوانين وتنظيمات على المستوى الدولي من خلال الاتفاقيات الدولية المبرمة في هذا الشأن وكل دولة تنضم إلى هذه الاتفاقيات يتمتع رعاياها بالحماية الدولية اللازمة لعلاماتهم التجارية، ومن أهم هذه الاتفاقيات الدولية نذكر:

- اتفاقية باريس المنشأة خصيصا لحماية الملكية الصناعية عام 1883.

- اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية تريبس عام 1994.

أما على المستوى الداخلي فإن المشرع الجزائري قد عجل في التفكير الجدي لوضع تشريع وطني تستوحى نصوصه من الاتفاقيات الدولية المتعلقة بحماية حقوق الملكية الصناعية، وكذلك مواكبة التطور الاقتصادي الذي تلعب فيه العلامات التجارية دورا كبيرا وهاما، وذلك من خلال الانضمام للاتفاقيات الدولية المنشئة لهذا الغرض، ومن بين القوانين التي سنها المشرع الجزائري مايلي:

- الأمر 66-57 المتعلق بعلامات المصنع والعلامات التجارية والمعدل بالأمر 66-182.

- الأمر 66-308 الذي يعدل الأمر 66-57.

- الأمر 67-223 الذي يعدل الأمر 66-57.

- الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية.

- المرسوم التنفيذي 05-277 الذي يحدد كيفية إيداع العلامات وتسجيلها.

كل هذه القوانين أعطت مفهوما للحماية الوطنية للعلامات التجارية.

إن الحماية الداخلية أو الوطنية للعلامة التجارية تشمل الحماية الجزائية وذلك بمتابعة الجرائم والانتهاكات التي تمس وتطال بحقوق صاحب أو مالك العلامة التجارية والعقوبات المقررة لها، والحماية المدنية والتي هي موضوع دراستنا.

فالحماية المدنية هي حق صاحب العلامة أو المتضرر من الاعتداء على العلامة بصفة عامة وذلك باللجوء إلى القضاء المدني لطلب التعويض عما فاتته من كسب وما لحقه من خسارة نتيجة الاعتداء، وتأخذ الدعوى المدنية صورة دعوى التعويض إذا كانت مرتبطة بالدعوى الجزائية، أو تكون دعوى المنافسة غير المشروعة وفي هذه الحالة لا يشترط تحريك الدعوى الجزائية، وترى أغلب التشريعات المقارنة ومنها قانون حقوق الملكية الفكرية المصري على أن الحماية المدنية تقوم بموجب دعوى المنافسة غير المشروعة، وتشمل كافة العلامات التجارية حتى غير المسجلة منها، في حين أن المشرع الجزائري لم يوضح بدقة موقفه فيما يتعلق باستفادة العلامة التجارية غير المسجلة من الحماية المدنية.

يرجع اختيار موضوع الحماية المدنية للعلامة التجارية إلى أسباب عامة وأخرى خاصة فبالنسبة للأسباب العامة تمثلت في قلة المراجع التي تناولت موضوع الدراسة وذلك لحدثة القانون المنظم لأحكام العلامة التجارية سيما في الجزائر، حيث نرى أن المشرع الجزائري لم يعط الحق الأوفى من الحماية للعلامات التجارية وخاصة غير المسجلة مما يؤثر على جلب الاستثمار وخوف العملاء الاقتصاديين على علاماتهم، وكذا المفاهيم الجديدة التي أتى بها وجب فحصها وتحليلها. أما الأسباب الخاصة فتتمثل في رغبتى الشخصية لمعرفة القوانين التي تنظم العلامة التجارية وتحميها من الاعتداءات، وكذا مواكبة التطور في المجال الصناعي والتجاري للبحث في كيفية وضع قواعد تبين لنا معرفة العلامات الأصلية من العلامات المزيفة والمزورة التي لها تأثير مباشر على صحتنا كمستهلكين، خاصة في مجال المواد الغذائية والمواد الصيدلانية، وبصفتي طالب في تخصص قانون الأعمال اخترت هذا الموضوع.

موضوع العلامة التجارية يلعب دورا بارزا في الاقتصاد الدولي عامة والداخلي خاصة وذلك من خلال التنافس وكسب ثقة الزبائن والعملاء من جهة، وجودة السلع والمنتجات وتقديم الخدمات من جهة أخرى إذ تسعى في رفع مستوى الاقتصاد الدولي في مجال التصدير وجذب الاستثمارات الأجنبية للدول النامية، وكذا أصبحت همزة الوصل بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين، وهذا وجب حتميا حمايتها قانونيا لأنها حق من الحقوق المالية، ومع دخول الجزائر في التجارة الحرة وانضمامها إلى اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة الدولية "تريبس" جعل المشرع الجزائري يحذو حذو الدول بإرساء قواعد قانونية لحماية الملكية الفكرية عامة والعلامة التجارية خاصة.

إن الهدف من دراستنا لموضوع الحماية المدنية للعلامة التجارية هو معرفة الشروط الواجبة لاكتساب الحق في العلامة التجارية سواء شروط موضوعية أو شكلية، وكذا معرفة مجال أو الآليات المتبعة لحمايتها، والآثار الناتجة عن اكتساب الحق في العلامة التجارية، ومعرفة الأحكام والقوانين التي تحكمها خاصة أحكام المسؤولية التقصيرية لإرساء حماية مدنية فعالة للعلامة التجارية.

إشكالية الدراسة:

من خلال ما سبق يمكننا أن نصيغ إشكالية هذه الدراسة على النحو التالي:  
مامدى نجاعة الآليات التي اعتمدها المشرع الجزائري في إرساء قواعد الحماية المدنية للعلامة التجارية؟

وتتفرع من هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات:

- ماهية العلامة التجارية؟

- ماهي أنواع وأشكال العلامة التجارية؟
  - ماهي شروط وأثار تسجيل العلامة التجارية؟
  - ماهي آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية؟
- اعتمدنا في هذه الدراسة على منهجين، المنهج الوصفي والمنهج التحليلي.
- حيث تناولنا وصف أهم ما جاء في الأدبيات القانونية فيما يتعلق بخصوص ماهية العلامة التجارية من مفهومها وتعريفها والشروط الواجب توافرها لاكتساب الحق في العلامة التجارية، وكذا كيفية حمايتها.
- من خلال تحليل النصوص في التشريع الجزائري والتشريعات المقارنة التي تدخل في إطار حماية مدنية للعلامة التجارية استعملنا المنهج التحليلي.
- هناك دراسات تطرقت لموضوع العلامة التجارية وإن كانت كل دراسة تناولته من زاوية من الزوايا، ومن هذه الدراسات في هذا المجال:
- عامر العيد مذكرة ماجستير بعنوان ملكية العلامة التجارية وطرق حمايتها، جامعة تلمسان، 2007/2006.
  - الوافي فضيلة، مذكرة ماجستير بعنوان: دور القضاء في حماية العلامة التجارية في الجزائر، جامعة باتنة 01، 2016/2015.
  - سماح محمدي، أطروحة دكتوراه بعنوان الحماية القانونية للعلامة التجارية، دراسة مقارنة جامعة باتنة 01، 2016/2015.
  - إلا أن هذه الدراسات شاملة للحماية القانونية للعلامة التجارية ككل، ودراستي شملت الحماية المدنية للعلامة التجارية فقط.
  - مجبر كوثر شمس الهدى مذكرة ماستر بعنوان العلامة التجارية في التشريع الجزائري، جامعة مستغانم، 2018/2017.
- عند إعدادنا لهذه المذكرة واجهتنا عدة صعوبات ومنها:
- نقص المراجع التي تتناول موضوع الحماية المدنية للعلامة التجارية.
  - جل المراجع تتناول الحماية القانونية للعلامة التجارية بصفة عامة، ولا تتطرق للحماية المدنية في التشريع الجزائري بالتفصيل مما صعب جمع القدر الكافي من التحليل لإكمال المذكرة.
- وقد قسمنا موضوع الدراسة إلى فصلين حيث نتناول في الفصل الأول ماهية العلامة التجارية حيث تطرقنا في المبحث الأول إلى مفهوم العلامة التجارية وتمييزها عن المصطلحات المشابهة، فيما تناولنا شروط تسجيل العلامة التجارية وانقضائها في المبحث الثاني.

أما في الفصل الثاني نتناول آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية وبدوره انقسم إلى  
مبحثين حيث تطرقنا في المبحث الأول دعوى المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية وشروطها  
والمبحث الثاني إجراءات رفع دعوى المنافسة غير المشروعة وآثارها.

# الفصل الأول

## ماهية العلامة التجارية

المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية

المبحث الثاني: تسجيل العلامة التجارية وانقضاءها

## الفصل الأول: ماهية العلامة التجارية

أضحت العلامة التجارية قيمة مالية ومعنوية لا يستهان بها، لكل من يمتلكها بصفة خاصة، ولاقتصاد الدول بصفة عامة، ومع التطور التكنولوجي والعمولة الذي أدخل دول العالم في التجارة الحرة والسرعة في التعاملات بين الأشخاص، أصبحت هذه القيمة تدخل في منافسة تجارية عالمية ومحلية، لذلك أعطت الدول أهمية كبيرة لحماية العلامة التجارية من الاعتداءات التي تطالها، وأبرمت اتفاقيات دولية وسنت قوانين دولية وأخرى محلية والجزائر إحدى الدول التي انتقلت من الاقتصاد الموجه إلى الاقتصاد الحر، ولذلك نرى المشرع الجزائري أعطى اهتماما لهذه العلامة، وسن لها قوانين لحمايتها، حماية جزائية وأخرى مدنية، وهذه الأخيرة تهدف إلى المحافظة على الحق العيني الذي يخوله القانون لصاحب العلامة.

ومن خلال هذا الفصل نتطرق إلى كيفية نشأة هذا الحق ونبين شروطه القانونية من خلال مبحثين، حيث قسمنا المبحث الأول إلى مطلبين تناولنا في المطلب الأول مفهوم العلامة التجارية بمختلف التعاريف حسب الاتفاقيات الدولية وبعض التشريعات المقارنة والفقهية والقضائية، وعرجنا إلى تعريف العلامة التجارية في التشريع الجزائري أما في المطلب الثاني تعرضنا إلى أنواع وأشكال العلامة التجارية.

أما المبحث الثاني فقد قسمناه إلى مطلبين حيث تناولنا شروط تسجيل العلامة التجارية من شروط موضوعية وأخرى شكلية والآثار المترتبة عن تسجيلها في المطلب الأول، فيما تطرقنا في المطلب الثاني إلى سقوط الحق في العلامة التجارية وانقضائها.

## المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية

العلامة التجارية وهي ذلك الحق العيني، الذي يستعمله صاحبه لتمييز منتجاته عن ما يشابهها من منتجات أخرى، ولذلك نحاول أن نعرض على بعض مفاهيم العلامة التجارية ونميزها عن غيرها من المفاهيم الأخرى، ونبين أنواعها وأشكالها.

### المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية وتمييزها عن المصطلحات الأخرى

نظرا للأهمية الكبيرة التي تحتلها العلامة التجارية من بين عناصر الملكية الصناعية والتجارية، لاسيما بعد التطور الكبير الذي شهدته التجارة، وظهور مجالات أخرى أصبح استخدام العلامة فيها ضروريا كمجال تقديم الخدمات، اهتمت مختلف الاتفاقيات الدولية والتشريعات المقارنة، والدراسات الفقهية بإيجاد تعريف لها يساير التطور الذي عرفته، فلم تعد العلامة تتخذ الشكل التقليدي بل أصبحت تأخذ صورا وأشكالا مختلفة تضاف إلى الأشكال المتعارف عليها فيمكن أن تكون في صورة كلمات أو حروف أو صور ورسومات، كما يمكن أن تكون علامات صوت أو رائحة فتحكمها قواعد تختلف عن تلك التي تحكم الأشكال المعروفة سابقا، لذلك سأعرض من خلال المطلب الأول مختلف تعريفات العلامة سواء التشريعية أو الفقهية وتمييزها عن المصطلحات المشابهة لها، أما في المطلب الثاني أتطرق إلى أنواع وأشكال العلامة التجارية.

### الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية

قبل أن نتطرق إلى التعريف، وجب علينا أن نعرف معنى العلامة لغة، ثم نتطرق الى تعريف العلامة التجارية قانونا.

العلامة لغة: ما يُنصب في الطريق فيهتدي به<sup>1</sup>، العلامة مشتقة من العلم بمعنى المعرفة، وهي كل أثر في الشيء للدلالة عليه ومعرفته وتمييزه عما سواه، ومثال ذلك علم الدولة للدلالة عليها وتمييزها عن غيرها من الدول، ويقال المعلم، من العلامة: أي الأثر الذي يستدل به على الطريق، وما يعلم به الشيء، وما ينصب في الطريق فيسهل به<sup>2</sup>، أما التجارية فمشتقة من تجر وتعني تعاطي التجارة والتجارة تعني البيع.

ومنه العلامة: العلامة يقصد بها كل إشارة أو دلالة مميزة يتخذها التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة شعارا لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن التي يملكها الآخرون<sup>3</sup>.

<sup>1</sup>- قاموس المعاني، الموقع الإلكتروني، تاريخ الزيارة 2019/02/14، [www.almaany.com/ar](http://www.almaany.com/ar)

<sup>2</sup>- عائشة شابي، مروة بن سديرة، الحماية القانونية للعلامة القانونية في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر، جامعة 08 ماي 1945 قلمة، 2013-2014، ص12.

<sup>3</sup>- نسرین شريفي، حقوق الملكية الفكرية، دار بلقيس للنشر، الجزائر، 2014، ص138.

## أولاً: تعريف العلامات التجارية حسب الاتفاقيات الدولية

نظراً لتطور وتوسع العلاقات الدولية الاقتصادية والتجارية، أعطت الدول اهتماماً بالملكية الصناعية بصفة عامة، والعلامة التجارية بصفة خاصة، وذلك لتنظيم وحماية حقوق التجار والصناع وأصحاب الخدمة، ومن خلال الاتفاقيات المبرمة وردت الكثير من التعريفات نذكر منها:

### 1- تعريف العلامات التجارية حسب اتفاقية تريبس

تنص المادة 15 الفقرة 1 من اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية "تريبس" على أنه:

"تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات، تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة بأن تكون علامة تجارية، وتكون هذه العلامات لاسيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية وحروف، وأرقاماً، وأشكالاً، ومجموعات ألوان وأي مزيج من هذه العلامات مؤهل للتسجيل كعلامة تجارية، وحين لا يكون في هذه العلامة ما يسمح بتمييز السلع والخدمات ذات الصلة، فإنه يجوز للبلدان الأعضاء أن تجعل الصلاحية للتسجيل مشروطة بالتمييز المكتسب من خلال الاستخدام، كما يجوز لها اشتراط أن تكون العلامة المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر كشرط لتسجيلها"<sup>1</sup>.

إن هذا التعريف لم يقتصر على علامة السلعة فقط، بل أضاف إلى مفهوم العلامة التجارية علامة الخدمة، ومن ثم تسري على علامة الخدمة كافة المواد التي تعالج العلامة التجارية شأنها في ذلك شأن علامة السلعة، كما أبرزت خاصية العلامة التجارية في تمييز السلع والخدمات، واتخذت خاصية التمييز كأساس تقوم عليه العلامة التجارية.<sup>2</sup>

أما بالنسبة للعلامات التي لا تصلح بذاتها لتمييز السلع والخدمات، فقد أجازت الاتفاقية للبلدان الأعضاء في منظمة التجارة العالمية أن تشترط لتسجيل هذه العلامات اكتساب خاصية التمييز عن طريق الاستعمال، كما أجازت للدول أن تشترط لتسجيل العلامة أن تكون قابلة للإدراك بالنظر، ومن ثم يجوز للبلدان الأعضاء استبعاد علامة الرائحة والعلامة الصوتية من التسجيل كعلامة تجارية.

### 2- تعريف العلامة التجارية حسب اتفاقية باريس:

أوجبت اتفاقية باريس وفي المادة الأولى للفقرة 03 أن تؤخذ الملكية الصناعية بأوسع معانيها فلا تقتصر تطبيقها على الصناعة والتجارة فحسب بمعناها الحرفي، وإنما تطبق كذلك على الصناعات والموارد الزراعية والاستخراجية وعلى جميع المنتجات سواء الطبيعية منها أو المصنعة،

1- المادة 15 الفقرة 1، اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس)، المبرمة بتاريخ 15-04-1994، ص 11.

2- الطيب زروتي، القانون الدولي للملكية الفكرية، الطبعة الأولى، مطبعة الكاهنة، الجزائر، 2004، ص 92.

حيث أن الجزائر من ضمن الدول التي صادقت ووافقت على هذه الاتفاقية<sup>1</sup>، وذلك من أجل مساعدتها في وضع قوانين صارمة، وكذا لحماية فعالة على المستوى الدولي لرعاياها في الخارج، حيث أن كل مصادقة على الاتفاقيات والمعاهدات من طرف رئيس الجمهورية هي ضمن الشروط المنصوص عليها في الدستور تسمو على القانون<sup>2</sup>.

### ثانيا: تعريف العلامة التجارية في التشريع الجزائري

المشعر الجزائري كغيره من التشريعات الأخرى قد عرف العلامة التجارية في المادة الثانية من الأمر 06/03 حيث عرفها "العلامات كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام، والرسومات أو الصور والأشكال المميزة لسلع أو توبيخها، والألوان بمفردها أو المركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره"<sup>3</sup>.

ويلاحظ على هذا التعريف أن المشعر الجزائري أخذ بالمفهوم الواسع للعلامة التجارية لأنه أدخل ضمن نطاقها علامات السلع التي توضع على المنتجات سواء تلك التي قام التاجر بصنعها أو التي يقوم ببيعها كما شمل علامة الخدمة التي نص عليها لأول مرة ضمن الأمر 06-03.

كما أن المشعر الجزائري يفرق ضمن هذا التعريف بين العلامة التجارية التي يضعها التاجر على البضاعة التي يقوم ببيعها، والعلامة الصناعية التي يضعها المصنع على السلعة التي يقوم بإنتاجها، وذلك راجع لأن الاختلاف بينهما فقط في التعريف، دون القواعد القانونية وذلك لخضوعهما لنظام قانوني موحد<sup>4</sup>.

وقد اشترط المشعر الجزائري ضمن المادة 02 السابقة الذكر أن العلامة تكون من الرموز التي تقبل التمثيل الخطي، أي مما يدركه البصر، وبذلك فإن المشعر الجزائري لم يواكب التعديلات الحديثة التي أقرتها أغلب التشريعات المقارنة، والتي شملت علامات الصوت كالنغمات الموسيقية، وعلامات الشم، كالعطور التي أجازت بعض القوانين تسجيلها سنتطرق إليها لاحقا.

### ثالثا: تعريف العلامة التجارية في التشريعات المقارنة

عرّف المشعر المصري العلامة التجارية ضمن المادة 63 من القانون 82 لسنة 2002 المتعلق

<sup>1</sup>- صادقت الجزائر وانضمت إلى اتفاقية باريس سنة 1966، الأمر رقم 66-48 المؤرخ في 25 فيفري 1966، الجريدة الرسمية، العدد 16، الصادر 25 فيفري 1966.

<sup>2</sup>- المادة 150 من دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية 1996، المعدل والمتمم بالقانون 01-16 المؤرخ في 06 مارس 2016 الجريدة الرسمية رقم 14 المؤرخة في 07 مارس 2016.

<sup>3</sup>- المادة 02 من الأمر رقم 06-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية الصادرة في 23 يوليو 2003، العدد 44، ص 23.

<sup>4</sup>- سلامي ميلود، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011-2012، ص 14.

بحماية حقوق الملكية الفكرية<sup>1</sup>، بقوله "العلامة التجارية هي كل ما يميز سلعة كانت أو خدمة عن غيرها، وتشمل على وجه الخصوص الأسماء المتخذة شكلا مميزا، الإمضاءات، والكلمات، والحروف، والأرقام، والرسوم، والرموز البارزة، ومجموعة الألوان التي تتخذ شكلا خاصا ومميزا، أو استغلال زراعي، أو استغلال للغابات، أو لمستخرجات الأرض، أو أي بضاعة، وإما للدلالة على مصدر المنتجات، أو البضائع، أو نوعها، أو ضمائها، أو طريقة تحضيرها، وإما للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات، وفي جميع الأحوال يتعين أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر".

وهنا أخذ المشرع المصري في هذا القانون أن العلامة التجارية لا بد أن ترى وتدرج بالبصر، في حين أنه يوجد علامات صوتية لا تدرج بالبصر، مثل النغمات الصوتية أو الموسيقية.

ويلاحظ من التعريفات التي خص بها كل من المشرع الجزائري والمشرع المصري أنها لا تختلف عن بعضها حيث أن العلامة التجارية يجب ان تكون مادية وملموسة، فعبر المشرع الجزائري على سبيل المثال لا الحصر عبارة " كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي" أو عبارة "لاسيما" في حين عبر عنها المشرع المصري في عبارة "مما يدركه البصر" أو عبارة "بوجه الخصوص"، كما أنهما لم يعددا علامات مستحدثة كعلامة الصوت، أو الشم، أو الرائحة، وذلك على خلاف المشرع الفرنسي الذي يشترط السمة المادية للعلامة عندما عرفها على أنها "إشارة يمكن أن تظهر خطية وتستخدم لتفريق منتجات أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي"<sup>2</sup>.

وكذا عرفها المشرع الأردني بأنها "أي إشارة ظاهرة أو يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات غيره"<sup>3</sup>.

وربما يعود عدم إدراج علامات أخرى في التشريعين الجزائري والمصري هو صعوبة تحديد هذا النوع من العلامات كالشم، والرائحة، والصوت، وقلة الخبرات والإمكانيات وقلة هذه العلامات. وقد عرفت بعض التشريعات الحديثة هذا النوع من العلامات، كعلامة الصوت، والشم، في الولايات المتحدة الأمريكية والتي سمحت قوانينها بتسجيلها، وكذلك قانون العلامات الفرنسي الذي أجاز تسجيل علامة الرائحة بشرط قابلية عرضها عن طريق الرسم البياني، وقد تم فعلا قبول تسجيل علامة لكرة التنس تحس عن طريق الشم<sup>4</sup>، وتم وصفها بعبارة « L'odeur de L'herbe fraîchement coupé » رائحة العشب المقصوص حديثا".

من خلال ما تطرقنا إليه في مختلف التعريفات نرى أن التشريعات المقارنة لم تتفق على

<sup>1</sup> نظم المشرع المصري أحكام العلامات التجارية ضمن الباب الأول من الكتاب الثاني من قانون حماية الملكية الفكرية رقم 82، 2002 المنشور بالجريدة الرسمية عدد 22 مكرر الصادر في: 2002/07/02.

<sup>2</sup> المادة 711 ، القانون 92-597، المؤرخ في 01/07/1992، المتضمن قانون الملكية الفكرية الفرنسي، جريدة رسمية عدد 153، الصادرة في 03/07/1993.

<sup>3</sup> المادة 02، القانون 4-1999، المتعلق بالعلامات التجارية الأردني، جريدة رسمية عدد جريدة رسمية عدد 4389، الصادرة في 01/10/1999.

<sup>4</sup> سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، الطبعة السادسة 2006، ص 462.

تعريف موحد للعلامات نظرا للفروقات الكبيرة بين قوانين الدول من جهة، والتطورات الهائلة التي عرفتھا الدول المتقدمة في المجالين الاقتصادي والتجاري من جهة أخرى.

كذلك نجد العلامات ثلاثية الأبعاد أي العلامات المجسمة والتي تعتبر مستحدثة نوعا ما، ظهرت نتيجة للتطور التكنولوجي، فبالرغم من عدم التطرق إليها في النصوص القانونية صراحة، إلا أن لا مانع من اعتبارها علامة يمكن تسجيلها ومن ثمة تتمتع بالحماية القانونية وفق نصوص قانون العلامات إذا انطبقت عليها بقية الشروط الواردة في القانون<sup>1</sup>.

#### رابعاً: التعريف القضائي للعلامة التجارية

أما بخصوص الاجتهاد القضائي فقد جاء في مضمون قرار المحكمة العليا<sup>2</sup> في الجزائر ما يلي: "العلامة التجارية للطاعن هي "إيفري موكاح" والعلامة التجارية للمطعون ضده هي "إفري إبراهيم" وإن الاسم العائلي لكل علامة نميزها عن الأخرى وأن الأسبق في إيداع أي تسمية لا يكفي وحده لإبطال أي علامة تجارية بل يجب مراعاة مدى توافرها على الخصائص والمميزات الواردة في المادة 2 من الأمر السابق وقضاة المجلس عندما أغفلوا ذلك فإنهم يكونوا قد أساءوا تطبيق القانون وعرضوا قرارهم للنقض".

ومن خلال ما ورد في مضمون قرار المحكمة العليا يتضح لنا أن القضاء انطلق من خاصية التمييز في تعريفه للعلامة التجارية.

#### خامساً: التعريف الفقهي للعلامة التجارية

تعددت آراء الفقهاء لتعريف العلامات التجارية فمنها التعريف الذي جاءت به سميحة القليوبي بأنها: "كل إشارة أو دلالة مميزة يضعها التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها أو الخدمات التي يقدمها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع والخدمات المماثلة"<sup>3</sup>.

كما عرفها صلاح زين الدين بأنها: "هي كل إشارة أو دلالة مميزة يتخذها الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة، لتمييز صناعته أو بضاعته أو خدماته عن مثيلاتها التي يصنعها أو يتاجر بها أو يقدمها خدمة"<sup>4</sup>.

كما عرفها علي جمال الدين عوض بأنها: "إشارة مادية يضعها التاجر أو الصانع على سلعة ليسهل تمييزها عن السلع الأخرى من ذات الصنف، وقد يصل ذات المنتج إلى نفس النتيجة بوضع

<sup>1</sup> - بن فضة عصام، الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، 2015-2016، ص 13.

<sup>2</sup> - قرار للمحكمة العليا صدر بتاريخ 13/07/1999، ملف رقم 190797.

<sup>3</sup> - سميحة القليوبي، المرجع السابق، ص 448.

<sup>4</sup> - صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، درا الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 254.

اسمه على السلعة، ولكن العلامة أكثر ظهوراً يدركها الناس حتى الأجنبي أو الأمي الذي لا يقرأ، أي إن العلامة هي أكثر السبل لمعرفة اسم المنتج أو السلعة دون قراءة اسمه"<sup>1</sup>.  
وعرفها محمد حسين إسماعيل بأنها: "أداة مميزة تخص تاجراً أو صانعاً لتمييز سلعة أو خدمة عما يشابهها، وقد تكون رمزا، رسماً، حرفاً، يستهدف التبدليل على أصل السلعة وضمان مزايا معينة فيها فتقيم بذلك علاقة بين مالك العلامة وعملائه وتمكنه من الاستئثار بثقتهم".  
وعرفها البعض 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 المصنوعات أو الخدمات"<sup>2</sup>.

من خلال التعريفات الفقهية السابقة للعلامة التجارية يمكننا أن نقول إن العلامة التجارية هي كل إشارة مميزة يضعها التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة لتمييز السلع التي ينتجها أو يصنعها أو يعرضها أو الخدمات التي يقدمها عن غيرها، وقد تتخذ هذه العلامات كلمات، أو رموز، أو أشكال، أو أرقام، أو صور ورسومات، أو مجسمات، أو ألوان، أو خليط من هذه العناصر، أو أسماء، كما يمكن أن تكون عبارة عن صوت أو رائحة رغم صعوبة تجسيدها.  
الفرع الثاني: تمييز العلامة التجارية عن المصطلحات المشابهة لها  
تمييز العلامة التجارية عن العناصر المملوكة الصناعية كالتالي:

أولاً: تمييز العلامة التجارية عن تسميات المنشأ

تنص المادة 1 من الأمر 65-76 المتعلق بتسميات المنشأ<sup>3</sup> أنه: "تعني تسمية المنشأ الاسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو ناحية أو مكان مسمى ومن شأنه أن يعين منتجا ناشئا فيه وتكون جودة هذا المنتج أو مميزاته منسوبة حصراً أو أساساً لبيئة جغرافية تشتمل على العوامل الطبيعية والبشرية".

كما هو الحال بالنسبة للمياه المعدنية (مياه سعيده، مشروبات نقاوس).

فتسمية المنشأ اذن تتركز على منطقة الإنتاج، خاصة إذا كانت لهذه المنطقة شهرة أو خصائص معينة تعود على نوع المنتج، بينما العلامة هدفها تمييز تلك السلع عن مثيلاتها والظهور في شكل مميز يجذب المستهلكين<sup>4</sup>.

ويرى الباحث أن العلامة التجارية على خلاف تسمية المنشأ غير مرتبطة بالمنطقة الجغرافية، وإن كانت العلامة التجارية تخص إنتاج أو تجارة أو خدمة فإن تسمية المنشأ تخص منطقة معينة

<sup>1</sup>- علي جمال الدين عوض، الوجيز في القانون التجاري، الجزء الأول، دار النهضة العربية، 1975، ص 214.

<sup>2</sup>- سمير جميل حسين الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص 252.

<sup>3</sup>- المادة 1 من الأمر 65-76، المؤرخ في 16 يوليو 1976 المتعلق بتسميات المنشأ، ص 866.

<sup>4</sup>- نسرين شريقي، المرجع السابق، ص 141.

بما تتمتع به من خصوصية في عواملها الطبيعية أو البشرية على خلاف غيرها من المناطق كالمياه المعدنية سعيده و عصير نقاوس، ضف إلى ذلك أن العلامة سواء كانت تجارية، صناعية، علامة خدمة فإنها تتخذ شكلا أو رسما أو صورة أو تسمية عامة أو خاصة في حين أن تسميات المنشأ تخص إنتاج معين، يخص منطقة معينة دون غيرها، من ناحية أخرى فإن العلامة ملك لشخص، أما تسميات المنشأ فهي ملك لكل الأشخاص مكونة علاقة بين منتجاتهم واسم المنشأ مع المكان المعني.

### ثانيا: تمييز العلامة التجارية عن الرسوم والنماذج الصناعية

عرفت المادة 1 من الأمر 66-86 المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية<sup>1</sup> على أنها: "...كل تركيب لخطوط أو ألوان أو يقصد به إعطاء مظهر خاص لشيء صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية...". يتضح من خلال هذا التعريف أن مفهوم العلامة أوسع وأشمل من مفهوم الرسوم، ذلك أن هذا الأخير قد يستعمل ليكون علامة، أضافت المادة 1 في فقرتها<sup>2</sup> أنه: "يعتبر نموذجا كل شكل قابل للتشكيل ومركب بألوان أو بدونها أو كل شيء صناعي أو خاص بالصناعة التقليدية يمكن استعماله كصورة أصلية لصنع وحدات أخرى وتمتاز عن النماذج المشابهة له بشكله الخارجي".

ومنه فإنه لكل من العلامة والرسوم والنماذج الصناعية وظيفة واحدة هي ترويج السلع والخدمات لكنها تختلف عنها من ناحية مدة الحماية، فبالنسبة للرسوم فهي محددة بـ 10 أعوام تسري ابتداء من تاريخ الإيداع وهو ما نص عليه الأمر 66-86<sup>3</sup> في المادة 13 في حين أن مدة حماية العلامة يمكنها أن تستمر مدة أطول متى حرص صاحبها على تجديدها في المواعيد المحددة قانونا وذلك طبقا للأمر 03-06<sup>4</sup>.

### ثالثا: تمييز العلامة التجارية عن الاسم التجاري

يتفق كل من العلامة التجارية والاسم التجاري في كونهما أحد العناصر المعنوية للمحل التجاري إلا أنهما يختلفان من حيث:

- أن العلامة تستعمل لتمييز البضائع أو الخدمات أو المنتجات، أما الاسم التجاري فهو يميز المنشأة التجارية عن غيرها من المنشآت، فهو تسمية التاجر كشخص طبيعي أو معنوي على المنشأة التجارية حتى تميز محله التجاري عما شابهه.

- تتمتع العلامة المسجلة بالحماية في كافة الإقليم الوطني على عكس الاسم التجاري الذي تكون حمايته مقصورة على المنطقة الكائن فيها المحل التجاري.

<sup>1</sup>- المادة 1 من الأمر 66-86، المؤرخ في 28 أبريل 1966، المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية، ص 406.

<sup>2</sup>- المادة 1 الفقرة 2 من الأمر 66-86، ص 406.

<sup>3</sup>- المادة 13 من الأمر 66-86، ص 407.

<sup>4</sup>- المادة 5 من الأمر 03-06، المتعلق بالعلامات، ص 23.

- يمكن أن تشترك عدة محلات تجارية في اسم تجاري واحد على خلاف العلامة التجارية.  
- تحظى العلامة التجارية بحماية قانونية مزدوجة مدنية وجزائية بينما يتمتع الاسم التجاري بحماية مدنية فقط تنحصر في صورة دعوى المنافسة غير المشروعة.  
لكن رغم أوجه التمييز هذه فإنه قد يحدث أن يكتسب الاسم التجاري مكانة متميزة لدى العملاء مما يجعل صاحبه يسجله كعلامة تجارية، وفي هذه الحالة يصبح الاسم التجاري متمتعاً بالحماية الوطنية بعدما كانت مقتصرة على مكان تواجد المحل التجاري.  
اتفاقية باريس من جهتها نصت في المادة 8 على أن الاسم التجاري يحى في جميع دول الاتحاد دون الالتزام بإيداعه أو تسجيله سواء كان جزء من علامة صناعية أو تجارية أولم يكن.<sup>1</sup>

#### رابعاً: تمييز العلامة التجارية عن العنوان التجاري

العنوان التجاري أو عنوان المحل هو تسمية أو إشارة أو رمز أو عبارة مبتكرة، تسمح بتمييز المتجر عن غيره، والاسم التجاري لا يمكن أن يكون إلا اسماً، بعكس العنوان التجاري الذي يمكن أن يكون اسماً أو رمزا أو رسماً، كما أن العنوان يعتبر اختيارياً وليس وجوبياً كما هو الحال بالنسبة للاسم التجاري.

وشروط العنوان التجاري بوصفه تسمية مبتكرة هي شروط العلامة التجارية، لكنه يختلف من حيث الغرض مع العلامة، فالغرض من هذه الأخيرة هو تمييز السلع والخدمات عن مثيلاتها بينما الغرض من العنوان التجاري هو تمييز المحل التجاري عن غيره أمام جمهور العملاء، وتعود ملكية العنوان لمن استعمله أولاً بينما تعود ملكية العلامة إلى الأسبقية في تسجيلها.<sup>2</sup>

#### خامساً: تمييز العلامة التجارية عن البيان التجاري

البيان التجاري هو الايضاح الذي يضعه التاجر أو الصانع على منتجاته أو بضائعه لبيانها كما وكيفا ونوعاً ومصدراً، كما لا يتمتع التاجر الذي يضع بياناً تجارياً معيناً على منتجاته بحق احتكار استغلاله، في حين أن العلامة تخول لصاحبها الحق في احتكارها واستعمالها، والالتزام بوضع البيان التجاري يجد مصدره في المراسيم التنظيمية التي جاءت تطبيقاً لأحكام القانون رقم 03-09 مؤرخ في 25 فيفري 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وهذا يقابل الزامية استخدام العلامة على كل سلعة أو خدمة مقدمة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>- المادة 8 من اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية.

<sup>2</sup>- نسرين شريقي، المرجع السابق، ص140.

<sup>3</sup>- المرجع نفسه، ص141.

## المطلب الثاني: أنواع وأشكال العلامة التجارية

تختلف العلامة التجارية باختلاف توظيفها والنشاط الذي يمارسه مالكيها، فتكون إما علامة تجارية أو صناعية أو علامة خدمة<sup>1</sup>، واعتبر المشرع الجزائري ضمن الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات أن كل من علامة السلعة (التجارية، والصناعية) وعلامة الخدمة وجب أن تكون إلزامية<sup>2</sup>، وهو ما فعله كذلك المشرع المصري ضمن قانون حماية حقوق الملكية الفكرية في القانون 82-2002.

### الفرع الأول: أنواع العلامة التجارية

تنوع العلامات التجارية حسب التقسيمات التالية:

أولاً: من حيث مجال استخدامها وتنقسم إلى:

1-العلامة التجارية: هي تلك العلامة التي يستخدمها التاجر في تمييز المنتجات التي يقوم ببيعها بعد شرائها سواء من تاجر الجملة أو المنتج مباشرة، بغض النظر عن مصدر البيع، لذلك نجد ان بعض الفقهاء يطلقون عليها علامة التوزيع<sup>3</sup>، لأنها تعبر عن موزع السلعة وبغض النظر عن مصدر المنتج في حد ذاته.

وتستخدم العلامات التجارية عادة في المتاجر الكبرى ذات الشهرة الواسعة، مثل متاجر سلفردج، "Selfridjes" مخصصة للألبسة ومستحضرات التجميل والعناية .

2-العلامة الصناعية: هي كل كلمة أو دلالة أو تسمية يضعها الصانع لتمييز المنتجات التي يقوم بصنعها عن مثيلاتها من المنتجات الأخرى، وبذلك فهي تشير الى مصدر الانتاج وتعتبر إلزامية ولو في الحالة التي لا يتولى المنتج تسويق منتجاته بنفسه<sup>4</sup>، وتأخذ العلامة الصناعية حيزا كبيرا في مجال العلامات التجارية، ومن أمثلتها علامة آبل للأجهزة الالكترونية، وكوكا كولا للمشروبات الغازية، وعلامة مرسيدس للسيارات.

3- علامة الخدمة: تناولتها المادة 02الفقرة 4 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات: "الخدمة كل أداة لها قيمة اقتصادية"، وهي الإشارة التي يستخدمها مقدم الخدمة لتمييز الخدمات التي يقوم بها عن سائر الخدمات إذ أصبح قطاع الخدمات يشكل حيزا كبيرا في النشاط الاقتصادي إلى جانب القطاع الصناعي والتجاري، وان علامة الخدمة تنتشر في قطاع الخدمات، فهناك الخدمة الفندقية، خدمة المطاعم، خدمة الخطوط الجوية، وكالات السياحة والمصانع وغير ذلك<sup>5</sup>، خدمة الاتصالات مثل موبيليس، جيزي، وكما نصت المادة 03 من الأمر 06-03 على انه " تعتبر علامة

<sup>1</sup> صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة 2006، ص40.

<sup>2</sup> المادة 03 من الأمر 06-03، المتعلق بالعلامات، ص23.

<sup>3</sup> سلامي الميلود، المرجع السابق، ص 44.

<sup>4</sup> فاضلي إدريس، المدخل إلى الملكية الفكرية، ديوان المطبوعات الجامعية، ابن عكنون الجزائر، 2007، ص 283.

<sup>5</sup> صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص112.

السلعة أو الخدمة الزامية لكل سلعة أو خدمة مقدمة بيعت أو عرضت للبيع عبر انحاء التراب الوطني".

كما نصت المادة 04 من الأمر 06-03 سابق الذكر على أنه: "لا يمكن استعمال أي علامة لسلع أو خدمات عبر الاقليم الوطني إلا بعد تسجيلها أو ايداع طلب تسجيل بشأنها عند المصلحة المختصة". وبموجب قرار 08 مارس 2012 تحت رقم 0781654 نقضت المحكمة العليا قرار صادر عن مجلس قضاء الجزائر في 21 نوفمبر 2010 ما بين فندق الجزائر الطاعن وفندق الجزائر سان لوي سابقا بخصوص التسمية وتقليدها لنزل معروف عالميا وله مكانة تاريخية.

ثانيا: من حيث ملكيتها وتنقسم إلى:

1- العلامة الفردية: وهي علامة يمتلكها شخص طبيعي أو معنوي وقد تكون علامة تجارية، أو علامة صناعية، أو علامة خدمة.

2- العلامة الجماعية: ألزم المشرع الجزائري صاحب العلامة الجماعية على حسن استعمالها وذلك حسب نص المادة 23 الفقرة 1 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، وفي حال الاخلال بالالتزامات فإن علامته تتعرض للإلغاء من طرف الجهة القضائية المختصة وذلك حسب المادة 25 من الأمر السابق الذكر، والعلامة الجماعية هي التي يستعملها الشخص الاعتباري لتصدير البضائع التي ليست من صنعه، وذلك من أجل اظهار البضائع التي وضعت عليها قد جرى عليها الفحص والتصديق من الجهة المؤهلة ولذا فإن العلامة الجماعية دورها رقابي لأنها تدل على المواصفات وبيانات السلع والبضائع سواء من حيث الجودة، أو من حيث النوعية، أو من حيث المصدر، أو طريقة الصنع<sup>1</sup>.

ثالثا: من حيث شهرتها وتنقسم إلى:

1- العلامة المشهورة (الدولية): وهي العلامة المعروفة عند عدد كبير من الجمهور وقد تجاوزت شهرتها بلدها الأصلي وتكون معروفة في أكثر من بلد مثل علامات "سامسونغ"، نوكيا، كوكا كولا ... وتتميز بانها ذات طابع دولي وتحدد شهرتها من قبل المحاكم الفرنسية بالنظر إلى أقدمية الاستعمال ومدته<sup>2</sup>.

2- العلامة المحلية (الوطنية): وهي العلامة التي يتخذها التاجر شعارا لمنتجاته أو بضائعه تميزا لها عن غيرها من المنتجات والبضائع المماثلة وذلك ليتسنى للمستهلك أن يعرف

<sup>1</sup> صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة 2006، ص 130.

<sup>3</sup> صالح فرحة زراوي، الكامل في القانون التجاري الجزائري، المحل التجاري والحقوق الفكرية، الجزء الثاني، ابن خلدون للنشر والتوزيع،

الجزائر، 2001، ص 226.

حقيقة السلعة دون لبس أو غموض<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: أشكال العلامة التجارية

إن العلامات هي عبارة عن رموز من أشكال هندسية وألوان وأرقام وكلمات تكون عبارة عن أسماء مثل حمود بوعلام اسم مشروبات غازية، وهذا ما فصلته المادة 02 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات سابقة الذكر تضمن مجموعة متعددة من العلامات أكثر شيوعا واستعمالا، وذلك على سبيل المثال وليس على سبيل الحصر ويتجلى ذلك في عبارة المشرع "لاسيما" التي أدرجت في النص والتي يفهم منها بأن المشرع يحتفظ بما تضمنته الأحكام السابقة التي كانت تنتهي بعبارة وبصفة عامة جميع السمات المادية التي تصلح لتمييز المنتجات أو الأشياء أو الخدمات لكل مؤسسة، وتتخذ العلامات التجارية أشكالا منها:

#### أولا: الأسماء والإمضاءات

ويقصد بها أسماء الصناعات أو التجار أو مقدمي الخدمة أو أسماء المناطق التي يمارسون فيها نشاطاتهم مثل نقاوس للمشروبات الغازية، سعيدة للمياه المعدنية، وقد يكون الاسم مكتوب بشكل هندسي معين أو بخط مزخرف، كما يمكن للتاجر أو الصانع أن يستعمل إمضائه متى توفر فيه عنصر الجودة والتميز<sup>2</sup>.

ويمكن استعمال اسم الغير كعلامة مميزة، مثل اسم زعيم مشهور، أو رياضي معروف، وفي هذه الحالة يجب موافقة المعني إن كان على قيد الحياة، أو ورثته في حالة وفاته، وإلا منع مستخدم الاسم من استعماله، وجاز الرجوع عليه بالتعويض<sup>3</sup>.

#### ثانيا: الأسماء المبتكرة

وهي الأكثر شيوعا في مجال العلامات التجارية وقد أجازت مختلف التشريعات، اتخاذ تسميات مبتكرة لم تكن معروفة من قبل لتمييز منتجات أو خدمات<sup>4</sup>، ومثال ذلك علامة "كوكا كولا" للمشروبات الغازية.

#### ثالثا: الحروف والأرقام

يمكن استعمال الحروف والأرقام والكلمات للدلالة على علامة تجارية وفي هذه الحالة يمنع على الغير من المنافسين استعمال نفس العلامة لتمييز سلعهم أو منتجاتهم أو خدماتهم، وقد أجاز القضاء الفرنسي اتخاذ الحروف والأرقام كعلامة تجارية قبل تكريسها رسميا من الناحية القانونية، وقد تتخذ العلامة شكل حروف أو أرقام أو كلاهما معا، وتعتبر الحروف والأرقام من العلامات

<sup>1</sup> - نادية فوضيل، القانون التجاري الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة 6، 2004، ص 184.

<sup>2</sup> - صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 120.

<sup>3</sup> - سميحة القليوبي، المرجع السابق، ص 455.

<sup>4</sup> - حمادي الزبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى 2012، ص 26.

المنتشرة بكثرة، وذلك لسهولة نطقها ووضوحها مثل "ENIE" وهي الحروف الأولى بالفرنسية للشركة الوطنية للصناعات الالكترونية، وكذلك علامة 501 ترمز لنوع من الألبسة.<sup>1</sup>

#### رابعاً: الرسوم والصور والألوان

أجاز كل من المشرع الجزائري والمصري استخدام الرسوم أو الصور للدلالة على علامة تجارية، ويقصد بالرسوم كل صورة مبتكرة قد يكون لها مدلول فعلي أم لا، كاتخاذ الرسم كشجرة أو سيارة ...، أما الصورة فيقصد بها الصورة الفوتوغرافية سواء كانت لإنسان أو حيوان أو منظر طبيعي ...، وفي حالة اتخاذ صورة أحد الأشخاص كعلامة يجب الحصول على إذن من صاحب الصورة إذا كان على قيد الحياة أو الإذن من ورثته في حالة وفاته.<sup>2</sup>

أما الألوان فمن الممكن ان تتم حمايتها بشرط إلا تكون مودعة بشكل مجرد، بل لا بد من تنسيقها بحيث يتخذ كل لون حيزا مكانيا خاصا به، كرسوم خطين منفصلين من لون واحد أو لونين مختلفين، أو أشكال هندسية متداخلة كل منها بلون مختلف، ويعتبر إيداع ألوان بشكل مهم أو غير محدد إيداعا غير مقبول، كما يشترط لاعتماد اللون كعلامة تجارية ألا يكون اللون المعتمد هو اللون الطبيعي للمنتج، لأنه لا يمكن الاستئثار باستعماله لما في ذلك أضرار لمستعملي ذات المنتج.<sup>3</sup>

#### خامساً: الأغلفة والأشرطة

يقصد بها كل ما يمكن أن توضع فيه المنتجات أو البضائع كورق اللف أو الزجاجات وما شابهه، إن الأغلفة في حد ذاتها لا تعتبر علامة إطلاقا فمثلا الزجاجاة المستطيلة أو العلبة المربعة المحتوية على منتجات بحد ذاتها لا تعتبر علامة تجارية إلا إذا اتخذت طابعا معيناً ومميزاً وأضيف إليها بعض الرموز والعبارات المبتكرة أو الجديدة.<sup>4</sup>

أما الأشرطة المقصود بها الخيوط المثبتة على المنتجات أو البضائع لا تعتبر بحد ذاتها علامة إلا إذا اتخذت صفة مميزة وكانت جديدة، فعلى سبيل المثال فإن الشريط المكون من ثلاث خيوط مطبوعة على ورق السجائر يمكن اعتبارها علامة تجارية متى كانت لافتة للنظر ومميزة.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> - سماح محمدي، الحماية القانونية للعلامة التجارية (دراسة مقارنة)، أطروحة دكتوراه، جامعة باتنة 1، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، 2016/2015، ص 23.

<sup>2</sup> - صالح فرحة زراوي، المرجع السابق، ص 214.

<sup>3</sup> - سماح محمدي، المرجع السابق، ص 24.

<sup>4</sup> - فاضلي إدريس، المدخل إلى الملكية الفكرية، المرجع السابق، ص 284.

<sup>5</sup> - المرجع نفسه، ص 285.

## المبحث الثاني: تسجيل العلامة التجارية وانقضائها

حتى تحظى العلامة التجارية بالحماية القانونية يشترط المشرع الجزائري تسجيلها لدى المصلحة المختصة، وهي المعهد الوطني للملكية الصناعية وهذا قبل استعمالها، وذلك حتى يكتسب الحق في ملكيتها وهذا ما نصت عليه المادة 04 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات التجارية على أنه "لا يمكن استعمال أي علامة لسلع أو خدمات عبر الإقليم الوطني إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها عند المصلحة المختصة"<sup>1</sup>.

وبما أن التسجيل شرط أساسي لاكتساب الحق في العلامة وحمايتها، تقتضي التطرق للشروط الواجب توافرها في العلامة التجارية منها الشروط الموضوعية والشروط الشكلية.

### المطلب الأول: شروط تسجيل العلامة التجارية والآثار المترتبة عنها

المشرع الجزائري وفي الفقرة 1 والفقرة 2 من المادة 02 وكذا الفقرة 4 من المادة 7 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات التجارية نستنتج الشروط الموضوعية لتسجيل العلامة ومنها أن تكون مميزة، وجديدة، وغير مخالفة للأداب والنظام العام.

#### الفرع الأول: الشروط الموضوعية

لكي يتم تسجيل العلامة التجارية وجب أن تتوفر على الشروط التالية:

#### أولاً: شرط التميز

من خلال أحكام المواد المذكورة أعلاه أنه لا يعد علامة لسلعة معينة، ما يتألف من أشكال شائعة وعادية، بل يجب أن تؤدي العلامة دورها في تمييز المنتجات والسلع، باعتبار وظيفة العلامة تتمثل أساساً في تمييز المنتجات لجمهور المستهلكين وتمكينهم من التعرف على السلع التي يفضلونها بما تحمله من علامة مميزة من جهة، ومن حماية صاحبها من منافسة الذين ينتجون أو يبيعون سلعا مماثلة من جهة أخرى... إلخ.<sup>2</sup>

كما لا يمكن أن تعتبر كعلامة أو عنصر منها العلامات الخالية من أي صفة مميزة، كالتسميات العادية للأشخاص أو أي رمز أو صورة أو حرف معروف أو رقم لوزن سلعة أو أوجه استعمالها مادامت هذه العلامات خالية من ما يميزها عن غيرها ويجعل لها ذاتيتها وصفاتها الخاصة، وهذا لا يعني وجوب عنصر الابتكار في العلامة، بل يكفي أن تكون العلامة دالة على تمييز المنتج المتصلة به عن غيره من المنتجات المشابهة له، وأن لا تكون العلامة قد سبق استخدامها في إطار بضاعة مشابهة لهذا المنتج أو سبق استعمالها فوق نفس التراب الوطني.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>- المادة 4 من الأمر 06-03، المتعلق بالعلامات، ص23.

<sup>2</sup>- فاضلي إدريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الثانية، 2013، ص168.

<sup>3</sup>- المرجع نفسه، ص168.

كما نجد في الفقرة 2 من المادة 7 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات قد استثنى من التسجيل الرموز الخاصة بالملك العام والخالية من صفة التمييز والتي تمثل شكل شائع أو بيان متداول.<sup>1</sup>  
ثانيا: شرط الجودة

شرط الجودة في العلامة التجارية لم يرد ذكره بصريح النص بل هو شرط مستنتج من أحكام التشريع، ويقصد أنه لم يسبق استعمال ذات العلامة على السلع والخدمات من منتج أو تاجر آخر على سلع مماثلة وهذا لا يعني وجوب أو خلق ابتكار بل المقصود هنا هو الجودة في التطبيق على ذات السلع، ولو سبق استعمال ذاتها على نوع آخر من السلع، فالعلامة والحالة هذه لا تصبح ملكا لصاحبها إلا بالنسبة للمنتجات التي خصصت لتمييزها، كاستعمال شارة الأسد من القهوة إلى الشكولاتة، أو شارة البرتقال من العصير كمشروب إلى المعجون ... الخ.<sup>2</sup>

وتقتصر جودة العلامة التجارية أو الصناعية حتى تتمتع بالحماية القانونية المقررة على أن يتم استعمالها في ولاية أو في جهة من إقليم الدولة (في الشرق أو الغرب أو الشمال أو الجنوب)، فيتعذر على التاجر أو الصانع أن يستعمل هذه العلامة في جهة أخرى بحجة أنها مستعملة فقط في جهة معينة من الدولة، فالجدة هنا تفترض عدم سبق للاستعمال فوق نفس التراب الوطني كما سبقت الإشارة.<sup>3</sup>

كما تعتبر العلامة التجارية جديدة إذا حصل استعمالها في السابق وتركت لفترة طويلة من الزمان أو انتهت مدة الحماية القانونية ولم يقم صاحبها بتجديدها، ومن ثم يجوز استعمالها من الغير.<sup>4</sup>

#### ثالثا: شرط المشروعية

الجدية والتميز لا تكفي لأن تكون علامة تجارية بل يشترط أن تكون مشروعة أي أنها غير مخالفة لنص قانوني أمر أو مخالفة للأداب العامة والنظام العام، بمعنى آخر أنها تكون مشروعة وان نصوص القانون تسمح بتسجيلها أو لا تعارض استعمالها، فالشخص له حرية مطلقة في اختيار علامته أو العناصر المكونة لها.<sup>5</sup>

ومن هذا المنطلق فإن الشخص له حرية مطلقة في اختيار علامته أو عناصر مكونة لها بحيث ألا تكون مخالفة للأداب العامة والأخلاق الحسنة وإلا كانت باطلة وتعتبر العلامة غير مشروعة إذا

<sup>1</sup>- وهيبة العوارم بن أحمد، جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، مكتبة الوفاء القانونية، الاسكندرية، الطبعة الأولى، السنة 2015، ص 43.

<sup>2</sup>- فاضلي إدريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص 170.

<sup>3</sup>- المرجع نفسه، ص 171.

<sup>4</sup>- وهيبة لعوارم بن أحمد، المرجع السابق، ص 46.

<sup>5</sup>- سميحة القليوبي، المرجع السابق، ص 494.

خالفت أحكام الفقرة 4 من المادة 7، من التشريع والتي أوردت تحريم استعمال العلامات التالية: "الرموز المخالفة للنظام العام أو الآداب العامة، والرموز التي يحظر استعمالها بموجب القانون الوطني أو الاتفاقيات الثنائية أو المتعددة الأطراف التي تكون الجزائر طرفا فيها".

كما يحرم استعمال العلامات التالية: الرايات والرموز الأخرى لإحدى الدول، الصلبان الحمراء، والأهلة الحمراء، الدمغات الرسمية لمراجعة وضمان المعادن الثمينة، وكذلك كل تقليد للعلامات المتعلقة بشعارات الإشراف كما لا يجوز أن تتضمن العلامة ما من شأنه تضليل الجمهور أو أن تكون لها قابلية إحداث الاختلاط مع غيرها من العلامات، كالبيانات الكاذبة عن مصدر المنتجات أو عن صفتها، في مثل هذه الحالات يحق لصاحب العلامة أن يقيم دعوى إبطال إيداع العلامة التي من شأنها إحداث اللبس وتضليل المستهلك طبقا لنص المادة 7 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات<sup>1</sup>، كما أن العبارات القبيحة، والصور المخلة بالآداب العامة، كعلامة يرفض من الناحية المبدئية تسجيلها حتى ولو كانت هذه التسمية غير مخالفة للنظام العام والأخلاق في بلاد التاجر أو الصانع طالب التسجيل من دولة أجنبية.<sup>2</sup>

#### رابعا: قابلية العلامة للتمثيل الخطي

نصت المادة 2 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، أن العلامات هي كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، والمقصود بذلك أن تكون مكتوبة من جهة، وظاهرة بصورة مادية ملموسة من جهة ثانية.<sup>3</sup>

ويشترط المشرع الجزائري إذا كانت العلامة التجارية مكونة من كلمة أو كلمات أن تكون مكتوبة، سواء أكانت الكتابة باللغة العربية لوحدها أو مقترنة بلغة أجنبية، وذلك بخلاف المشرع المصري الذي اشترط كتابة العلامة باللغة العربية، فنصت المادة 64 من القانون الخاص بحماية الملكية الفكرية 82-2002 على أنه تختص مصلحة التسجيل التجاري بتسجيل العلامات التجارية في السجل الخاص بهذه العلامات وفقا لأحكام هذا القانون و للائحته التنفيذية وذلك مع مراعاة أحكام المادتين 3 و 4 من القانون رقم 115 لسنة 85، التي نصت على ضرورة أن تكتب العلامة التجارية باللغة العربية، وأضافت الفقرة الثانية من ذات المادة أنه لا يجوز طلب تسجيل علامة تجارية تتخذ أحد هذه الأشكال والمميزات إلا إذا كتبت باللغة العربية، على أن ذلك لا يمنع من طلب تسجيل علامة مكتوبة بلغة أجنبية إلى جانب اللغة العربية بشرط أن تكون اللغة العربية أكبر حجما وأبرز مكانا منها، (المادة 3/3)، أما العلامات التجارية التي تم تسجيلها طبقا للقانون القديم،

<sup>1</sup> - المادة 7 من الأمر 06-03، المتعلق بالعلامات، ص 23، 24.

<sup>2</sup> - فاضلي إدريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص 170.

<sup>3</sup> سلامي ميلود، المرجع السابق، ص 76.

فيجب على مالكيها أن يتقدم بطلب جديد لتسجيلها بعد تعديلها وكتابتها باللغة العربية، وذلك في خلال سنة من تاريخ العمل بالقانون (المادة 4/3)، ولا يجوز تجديد تسجيل أي علامة انتهت مدة حمايتها القانونية إلا إذا تمت كتابتها باللغة العربية (المادة 5/3).<sup>1</sup>

الملاحظ أن هذا الشرط الذي أدرجه المشرع المصري يتنافى مع ما جاء ضمن الاتفاقيات الدولية، والمشرع الجزائري لم ينص على مثل هذا الشرط، إذ أنه لا يتصور وجود علامة تجارية بلغة كل بلد، لأن العلامة سواء كانت مرئية أو صوتية فإنها تخاطب وفق تكوينها حاسة النظر أو السمع أو تخاطبهما معا، وطبيعة الأشياء تستلزم أن تسجيل العلامة يكون حسب تصويرها بدقة. أما كون العلامة التجارية ظاهرة بصورة مادية ملموسة من خلال التمثيل الخطي لها أو ما يسمى بشرط الإدراك عن طريق البصر، فقد اتفق بشأنه كل من التشريعين المصري والجزائري ويقصد به أن تظهر العلامة التجارية بصورة مادية ملموسة واضحة للعيان، فالعلامات المكونة من رموز أو إشارات غير مادية لا تصلح وفق هذين التشريعين أن تكون علامة، كتلك التي تعتمد على الحواس كالسمع والشم، ومثال ذلك النغمات الموسيقية وعلامات الرائحة، وذلك وفق ما سبق بيانه ضمن أنواع العلامات التجارية.

#### الفرع الثاني: الشروط الشكلية

ويقصد الإجراءات التي يجب إتباعها لكي يتم تسجيل العلامة التجارية وذلك لاستغلالها التجاري وكذلك حمايتها من طرف الدولة، وقد تناول نص المادة 13 من التشريع المتعلق بالعلامات شكلية إيداع العلامة وكيفية إجراء فحصها وتسجيلها ونشرها لدى المصلحة المختصة، عن طريق التنظيم، وقد تناول المرسوم التنفيذي رقم 05-277 الصادر بتاريخ 02 أوت 2005، إجراءات التسجيل كالاتي:

#### أولا: إيداع طلب التسجيل

يعتبر إيداع العلامة التجارية لدى المصلحة المختصة قرينة على ملكيتها، وهذا ما جرت عليه العادة أن من يقوم بإيداع تسجيل العلامة يكون صاحب الحق فيها أو من يمثله، ويكون جزائريا ومع ذلك قد يكون غير جزائري مقيما أو غير مقيم في الجزائر، فمقتضى أحكام التشريع، فإن الأجانب يستفيدون من التشريع الخاص بالعلامات عندما يقومون بالإجراءات المفروضة بموجبه وإذا كان صاحب العلامة مقيما في الخارج، فإنه يجب أن ينوب عنه ممثلا جزائريا مقيما في الجزائر لإتمام إجراءات الإيداع، وعملا بأحكام المادة 7، من المرسوم أعلاه، يجب أن يقدم وكيل الموعد

<sup>1</sup> محمد حسين إسماعيل، الحماية الدولية للعلامة التجارية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، 1978، ص 87.

<sup>2</sup> المرسوم التنفيذي رقم 05-277، المؤرخ في 02 أوت 2005، الذي يحدد كيفية إيداع العلامات وتسجيلها، الجريدة الرسمية العدد 54، الصادرة 07 أوت 2005، المعدل والمتمم.

وكالة بخط اليد مؤرخة وممضاة .

ويعد المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية الجهة الوحيدة التي خولها القانون لفحص وقبول وإيداع وتسجيل العلامات التجارية وكافة حقوق الملكية الصناعية<sup>1</sup>، وذلك بعد أن كانت الأنشطة المتعلقة بالاختراعات تسير من طرف المعهد الجزائري للتوحيد الصناعي والملكية الصناعية في حين أن الأنشطة المتعلقة بالعلامات والرسوم والنماذج الصناعية والتسميات تسير من طرف المركز الوطني للسجل التجاري، وبذلك فقد أصبح المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية الهيئة الوحيدة التي تتولى تسيير وتنفيذ السياسة الوطنية في مجال الملكية الصناعية، وبذلك فهو يتمتع بكافة صلاحيات السلطة العامة في هذا المجال بالرغم من كونه مؤسسة ذات طابع صناعي وتجاري. وقد اعتمد المشرع الجزائري نظام الإيداع البسيط للعلامة ضمن المرسوم التنفيذي 05-277 المتعلق بكيفيات إيداع العلامات وتسجيلها المشار إليه سابقا،<sup>2</sup> بحيث يودع الطلب من صاحب العلامة أو وكيله مباشرة أو عن طريق البريد المضمن أو بأي وسيلة أخرى مناسبة تثبت الاستلام، وهذا ما نصت عليه المادة 3 من ذات المرسوم، وتسلم أو ترسل نسخة من طلب التسجيل إلى المودع أو وكيله تحمل تأشيرة المصلحة المختصة وتاريخ وساعة الإيداع.<sup>3</sup>

#### ثانيا: فحص الإيداع

يقوم المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بفحص ملف الإيداع من ناحية الشكل ومن ناحية المضمون، مقابل تحرير محضر يثبت تاريخ الإيداع، وساعته ومكانه، وكذا رقم التسجيل ودفع الرسوم، ونظرا للبيانات المدرجة فيها، تعد هذه الوثيقة ذا أهمية بالغة لفض النزاعات المحتملة التي يمكن إن تقع بين عدة مودعين، وهي تعد بمثابة شهادة إيداع.

#### 1- فحص الإيداع من الناحية الشكلية:

طبقا لأحكام المادة 10 من المرسوم 05-277 المتعلق بكيفيات إيداع العلامات وتسجيلها تقوم المصلحة المختصة بفحص ما إذا كان الإيداع مستوفيا للشروط المحددة في المواد من 4 إلى 7 من المرسوم أعلاه، ويجوز للمعهد رفض الإيداع في حالة عدم استيفائه لهذه الشروط، كما يجوز لمن كان في حالة مخالفة عند إيداع طلب تسجيل العلامة أن يقوم بتصحيح إيداعه خلال مهلة شهرين (02)، ويمكن تمديد هذا الأجل عند الاقتضاء، وإذا لم يتم المودع بتصحيح ملفه في الآجال الممنوحة له، يحق لمدير المعهد رفض الإيداع دون استرداد الرسوم المدفوعة<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - المرسوم التنفيذي رقم 98-68، المؤرخ في 21/02/1998، المتضمن انشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، الجريدة الرسمية العدد 11، الصادرة بتاريخ 01/03/1998.

<sup>2</sup> - المادة 13 من الأمر 05-277، بكيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، ص 25.

<sup>3</sup> - صالح فرحة زراوي، المرجع السابق، ص 235.

<sup>4</sup> - نسرين شريقي، المرجع السابق ص 150.

## 2- فحص الإيداع من الناحية الموضوعية:

بعد قبول الإيداع شكلا، تبحث المصلحة المختصة فيما إذا كانت العلامة مطابقة للقانون أم لا، كأن تكون العلامة المودعة من السيمات أو الرموز المحظور استعمالها كعلامة استنادا لأحكام المادة 11 من المرسوم التنفيذي 05-277 المشار إليه سابقا<sup>1</sup>. وإذا تبين من الفحص أن السمة أو الرمز المختار محظور استعماله كعلامة تجارية لسبب أو عدة أسباب من أسباب الرفض المنصوص عليها في المادة 7 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، تبلغ المصلحة المختصة بذلك المودع وتطلب منه تقديم ملاحظاته في أجل أقصاه شهران (02) ابتداء من تاريخ التبليغ، ويمكن تمديد هذا الأجل عند الضرورة لنفس المدة بناء على طلب معلل من صاحب الطلب.<sup>2</sup>

### ثالثا: التسجيل والنشر

يقصد بالتسجيل القرار الذي يتخذه مدير المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية والذي يؤدي إلى قيد العلامة في سجل خاص تقيد فيه العلامات التي تبين بعد الفحص أنها مطابقة شكلا ومضمونا، كما تقيد فيه كافة العقود المنصوص عليها في الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات وهو مانصت عليه المادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها.<sup>3</sup>

وتمنح المصلحة المختصة لصاحب التسجيل أو لوكيله شهادة تسجيل على كل علامة مسجلة، طبقا للمادة 16 من المرسوم السالف الذكر.

وحسب أحكام الأمر رقم 03-06 أعلاه، فإنه يبدأ حساب مدة التسجيل من تاريخ الإيداع وبذلك يكون المشرع قد جعل للتسجيل أثرا رجعيا، باعتبار أن تاريخ الإيداع سابق لتاريخ التسجيل والهدف من ذلك حماية مصلحة المودع من تصرفات الغير سيئ النية، وبعد تسجيل العلامة وقيدتها في السجل، يتكفل المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بعملية نشر العلامة، ويقصد بهذه العملية شهر إيداع العلامة في المنشور الرسمي للملكية الصناعية (BOPI).<sup>4</sup>

### رابعا: تجديد التسجيل

يخول تسجيل العلامة التجارية لصاحبها الحق في ملكيتها على السلع والخدمات التي يعينها من تاريخ إيداع الطلب دون المساس بحق الأولوية المكتسب في إطار تطبيق الاتفاقية الدولية

<sup>1</sup> - المادة 11 من المرسوم التنفيذي 05-277، ص 12.

<sup>2</sup> - نسرين شريقي، المرجع السابق، ص 151.

<sup>3</sup> - المادة 14 من المرسوم 05-277، ص 13.

<sup>4</sup> - نسرين شريقي، المرجع السابق، ص 152.

وطبقا للمادة 5 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، فإن تسجيل العلامة ينتج آثاره طيلة عشرة (10) سنوات من تاريخ إيداع طلب التسجيل، وحتى تستمر الحماية القانونية للعلامة المسجلة أجاز المشرع تجديد التسجيل لنفس المدة ودون تحديد عدد التجديدات، علما أنه يحق المطالبة بتسجيل العلامة والمطالبة بحق الأولوية فيها من قبل أي شخص قام بعرض سلع أو خدمات تحت العلامة المطلوبة إثناء معرض دولي رسمي أو معترف به رسميا، وذلك في أجل ثلاثة (03) أشهر ابتداء من انتهاء العرض على أن تعود ملكيته لها من تاريخ العرض، طبقا لأحكام المادة 6 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات.<sup>1</sup>

وعند تجديد العلامة التي مضت عليها عشرة (10) سنوات فإنه يجب تقديم طلب التجديد الى المصلحة المختصة، مع دفع رسوم التجديد خلال مدة ستة أشهر (06) التي تسبق انقضاء المدة المذكورة أعلاه، أو الستة أشهر التي تلي تاريخ انتهاء العشر سنوات، وفي حالة عدم تقديم طلب التجديد خلال تلك المدة تعتبر العلامة باطلة ويجوز لكل ذي مصلحة تقديم طلب تسجيلها في نفس البضاعة أو الخدمة.<sup>2</sup>

وقد وضع المشرع فيما يخص إجراءات تجديد التسجيل بعض التحفظات، حيث يشترط في المادة 17 من المرسوم التنفيذي 277-05 المتعلق بكيفيات إيداع وتسجيل العلامات<sup>3</sup>، إلا يتضمن تجديد تسجيل العلامة أي تعدي جذري في نموذج العلامة أو إضافة في قائمة السلع أو الخدمات المعنية، لذا يمكن قبول التغيرات إذا كانت سطحية طبقا للمادة 20 من نفس المرسوم، ويسري تجديد التسجيل من يوم إتمامه أي تصبح العلامة محمية مرة أخرى مدة عشر سنوات (10) من اليوم الذي يلي تاريخ انقضاء التسجيل وفقا للفقرة الرابعة من المادة 5 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات.<sup>4</sup>

### الفرع الثالث: الآثار المترتبة عن تسجيل العلامة التجارية

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

<sup>1</sup>- نسرين شريفي، المرجع السابق، ص152.

<sup>2</sup>- فاضلي ادريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص 175.

<sup>3</sup>- المادة 17 من المرسوم 277-05.

<sup>4</sup>- المادة 5 الفقرة 4 من الأمر 06-03، المتعلق بالعلامات، ص23.

### أولاً: احتكار استغلال العلامة التجارية

يعتبر من قام بتسجيل العلامة التجارية لدى المصلحة المختصة مالكا لها ملكا استثنائيا، حيث يمكنه استعمالها على السلع والخدمات التي يعينها طيلة فترة تسجيلها وقد حددها المشرع بعشرة سنوات تسي بأثر رجعي ابتداء من تاريخ الإيداع، وقابلة للتجديد لفترات غير محددة المادة 05 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، ويعتبر احتكار العلامة مؤقت إذ يمكن انقضاؤه بتوقف صاحب العلامة عن استغلالها توقفا غير مبرر، أو بعدم تجديد التسجيل<sup>1</sup>، لذا عليه الحرص على الاستعمال الجدي للعلامة وتحديد تسجيلها حتى يضمن لنفسه دوام استغلالها.

### ثانياً: حق التصرف في العلامة التجارية

بعد تسجيل العلامة التجارية يترتب لصاحبها الحق في استغلالها، كما يخول له ذلك الحق في التصرف فيها، وترد على العلامة عدة تصرفات، فيمكن التنازل عليها يعني بيعها أو رهنها، كما يمكن أن تكون موضع رخصة، وهذا ما نعرفه فيما يلي:

#### 1- انتقال الحق في العلامة:

نصت المادة 14 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات على أنه: "بمعزل عن التحويل الكلي أو الجزئي للمؤسسة يمكن نقل الحقوق المخولة عن طلب التسجيل أو تسجيل العلامة كليا أو جزئيا أو رهنها"<sup>2</sup>.

ولانتقال الحق في العلامة، اشترط المشرع الجزائري تحت طائلة البطلان، الكتابة وإمضاء الأطراف في عقود نقل الحق في العلامة المودعة أو المسجلة، كما أوجب قيد نقل الحقوق في سجل العلامات لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ولا يكون النقل نافذا في مواجهة الغير إلا منذ تاريخ تسجيله في سجل العلامات.

#### 2- رهن العلامة:

ينص المشرع الجزائري على أن الحقوق المخولة عن طلب التسجيل أو تسجيل العلامة التجارية تكون قابلة للانتقال الكلي أو الجزئي بصورة مستقلة عن المحل التجاري، كما يمكن أن تكون محل رهن، أي أن العلامة يمكن أن تكون محل رهن عن طريق رهن المحل التجاري باعتبارها عنصر من عناصره، وفي هذه الحال يجب على الأطراف المتعاقدة أن تنص على العلامة محل الرهن في قائمة العناصر المرهونة، وهذا ما تنص عليه المادة 119 من القانون التجاري، وإما أن تكون محل رهن بصورة مستقلة عن المحل التجاري.

<sup>1</sup> - المادة 5 من الأمر 06-03، المتعلق بالعلامات، ص 23.

<sup>2</sup> - المادة 14 من الأمر 06-03، المتعلق بالعلامات، ص 23.

### 3- رخصة استغلال العلامة:

يجوز الترخيص باستعمال العلامة وهذا ما يفهم من نص المادة 16 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات بقولها " يمكن أن تكون الحقوق المرتبطة بالعلامة التجارية موضوع رخصة استغلال واحدة، أو استثنائية أو غير استثنائية، لكل أو لجزء من السلع أو الخدمات التي تم إيداع أو تسجيل العلامة بشأنها".<sup>1</sup>

ويقصد برخصة استغلال العلامة العقد الذي يمنحه صاحب العلامة للغير الحق في استغلال علامته كلياً أو جزئياً بصورة استثنائية أم لا، وذلك بمقابل أن يكون على شكل اتاوات، ولا يترتب على هذا العقد حق عيني بل حق شخصي يخول للمرخص له حق استغلالها على الوجه المتفق عليه في العقد.

#### المطلب الثاني: سقوط الحق في العلامة التجارية

تبقى العلامة ملكاً لمن قام بتسجيلها، طالما حرص على تجديد التسجيل وفق ما يقتضيه القانون، ولكن قد يتخلى عنها بإرادته الشخصية إذا امتنع عن تجديد تسجيلها، كما قد يرجع هذا التخلي لأسباب خارجة عن إرادة المالك سواء بطلب من المصلحة المختصة أو من الغير.

ونص المشرع الجزائري في الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات، على حالات انقضاء الحق في العلامة وهي العدول، الإبطال، والإلغاء.

#### الفرع الأول: انقضاء العلامة بناء على إرادة صاحبها

تنقضي ملكية العلامة بالنظر لإرادة صاحبها، سواء لعدم تجديد الإيداع أو التخلي عن العلامة.

#### أولاً: عدم التجديد

تحدد مدة تسجيل العلامة بعشر سنوات<sup>2</sup> تسري بأثر رجعي ابتداء من تاريخ إيداع الطلب ويجوز لصاحبها تجديد التسجيل لفترات متتالية غير محدودة تقدر كل واحدة بعشر سنوات، بشرط أن يقدم طلب التجديد الذي لا يشتمل على أي تعديل جذري في العلامة<sup>3</sup> للمعهد الوطني للملكية الصناعية خلال الستة أشهر التي تسبق أو تلي انقضاء التسجيل<sup>4</sup> ويرفق طلب التجديد بكافة القرائن التي تثبت استعمال العلامة، وإذا امتنع مالك العلامة عن تجديدها فقد الحق في ملكيتها، وجاز للغير طلب إيداعها من جديد.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> المادة 16 من الأمر 06-03، المتعلق بالعلامات، ص 25.

<sup>2</sup> المادة 5 من الأمر 06-03، المتعلق بالعلامات، ص 23.

<sup>3</sup> المادة 17، المرسوم التنفيذي رقم 05-277، ص 13.

<sup>4</sup> المادة 18، المرسوم التنفيذي رقم 05-277، ص 13.

<sup>5</sup> حمادي زويبر، المرجع السابق، ص 117.

## ثانيا: التخلي

يعد التخلي أو العدول وهو المصطلح الذي استعمله المشرع الجزائري عن العلامة أحد الأسباب الإرادية لفقدان ملكية العلامة، حيث نصت المادة 19 من الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات على إمكانية العدول الجزئي أو الكلي عن تسجيل العلامة دون الحاجة لإبداء الأسباب، سواء كانت تجارية أو شخصية.<sup>1</sup>

والعدول عن تسجيل العلامة هو طريقة لانقضاء الحق في العلامة بإرادة صاحبها وقد ينصب التخلي على كل المنتجات أو السلع أو الخدمات التي تغطيها العلامة أو على جزء منها إذا ما تعددت المنتجات والسلع والخدمات التي تميزها.

ويتم العدول الجزئي أو الكلي عن تسجيل العلامة لدى المركز الوطني للسجل التجاري بناء على طلب يقدم من المالك، أو من قبل وكيل عنه شرط أن يرفق بوكالة خاصة مؤرخة وممضاة تمثل اسم الوكيل وعنوانه، ولا يكون العدول نافذا إلا بعد قيده في سجل العلامات<sup>2</sup>، وذلك حتى يعلم الغير بأن تلك العلامة لم تعد مسجلة، وأصبحت متاحة للغير الذي يرغب في اتخاذها كعلامة. أما إذا كانت العلامة محل عقد ترخيص بالاستغلال من طرف الغير مسجل لدى المصلحة المختصة، فإن هذه الأخيرة لا تقبل العدول إلا بعد قبول صريح من طرف صاحب الترخيص المسجل.<sup>3</sup>

ويعمد صاحب العلامة إلى التخلي عن علامته عندما لا يجد فائدة من وجوب تسجيلها ولكي يتخلص من دفع الرسوم فيقوم بطلب التخلي عنها أو العدول عن تسجيلها.<sup>4</sup>

### الفرع الثاني: انقضاء العلامة التجارية الخارج عن إرادة صاحبها

قد يتعرض صاحب العلامة لفقدان الحق فيها لأسباب خارجة عن إرادته، سواء كان ذلك بسبب إبطال التسجيل أو بسبب عدم الاستغلال.

### أولا: بطلان التسجيل

أجاز المشرع الجزائري إبطال تسجيل العلامة وذلك بطلب من المعهد الوطني للملكية الصناعية أو من الغير الذي يملك مصلحة في هذا الإبطال، وذلك عن طريق اللجوء إلى القضاء إذا تبين غياب الشروط الموضوعية المنصوص عليها ضمن الأمر 06-03 المتعلق بالعلامة، وهذا الإبطال بأثر رجعي يسري من تاريخ الإيداع.

<sup>1</sup> - المادة 19، من الأمر رقم 06-03، المتعلق بالعلامات، ص25.

<sup>2</sup> - المادة 25، المرسوم التنفيذي رقم 05-277، ص14.

<sup>3</sup> - المادة 26، المرسوم التنفيذي رقم 05-277، ص14.

<sup>4</sup> - سلامي ميلود، المرجع السابق، ص 144.

ويخضع قرار إبطال العلامة للتسجيل في الدفتر الخاص بالعلامات، وينشر ضمن النشرة الرسمية للعلامات حتى يطلع عليه الغير.<sup>1</sup>

وتخضع دعوى الإبطال للتقادم خلال أجل خمس سنوات ابتداء من تاريخ تسجيل العلامة لأنه بعد فوات هذه المدة فإن العلامة تكتسب صفة التميز<sup>2</sup>، ويستثنى من هذا الإجراء طلب التسجيل الذي تم بسوء نية.

وقد لا تنصرف آثار الإبطال إلى صاحب العلامة فقط الذي يفقد حقه في ملكيتها والتصرف فيها واستغلالها، بل ينصرف للغير ومثال ذلك إذا قام صاحب علامة باطلة بترخيص استغلال علامته لفائدة الغير، ثم تبين بطلانها لمخالفتها أحد الحالات الواردة في المادة 7 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات ففي مثل هذه الحالة تلغي كل التصرفات الواردة على العلامات من تنازل، أو بيع أو ترخيص، وذلك بأثر رجعي، على أن يسترد الغير حسن النية حقوقه عن طريق دعوى التعويض.<sup>3</sup>

#### ثانياً: إلغاء العلامة لعدم الاستغلال

إلغاء العلامة يتم من طرف القضاء المختص بناء على طلب الغير صاحب المصلحة، أو المعهد الوطني للملكية الصناعية، إذا ثبت عدم استعمالها جدياً على السلع والخدمات خلال فترة الثلاث سنوات التي تلي التسجيل<sup>4</sup>، مع قابلية تمديد الأجل إلى سنتين إضافيتين بناء على طلب صادر عن المالك قبل انقضاء فترة الثلاث سنوات، شرط أن يثبت بأن ظروف عسيرة حالت دون استعمالها.<sup>5</sup> والمشرع الجزائري مدد الفترة الممنوحة لاستغلال العلامة، والتي كانت تقدر بسنة واحدة في الأمر رقم 57-66 الملغى الذي كان ينص على إلزامية استغلال العلامة خلال سنة من تاريخ التسجيل، وإلا أصبح الإيداع عديم الأثر<sup>6</sup>، لأن مدة سنة في نظر المشرع غير كافية حتى نحكم على صاحب العلامة بعدم الاستغلال وذلك في رأيه المدة الممنوحة قصيرة.

وهنا نجد أن المشرع قد شجع مالك العلامة في جديته لاستغلال علامته التجارية، وكذلك غلق المجال أمام الكم الهائل من العلامات الغير مستعملة، وكذا حرمان الغير من التعريف بنشاطاته والتعريف بمشارعه واستغلالها.

والمشرع الجزائري لم ينص بمدة تقادم دعوى الإلغاء في المادة 21 من الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات والخاصة بإلغاء العلامة.

<sup>1</sup> - المادة 27 الفقرة 02، من المرسوم التنفيذي رقم 05-277، ص 14.

<sup>2</sup> - المادة 20 الفقرة 02، من الأمر 06-03، المتعلق بالعلامات، ص 25.

<sup>3</sup> - سلامي ميلود، المرجع السابق، ص 145.

<sup>4</sup> - المادة 11 الفقرة 1، من الأمر 06-03، المتعلق بالعلامات، ص 24.

<sup>5</sup> - المادة 11 الفقرة 2، من الأمر 06-03، المتعلق بالعلامات، ص 24.

<sup>6</sup> - المادة 11 الفقرة 1، من الأمر 06-03، المتعلق بالعلامات، ص 24.

## ملخص الفصل الأول:

المشرع الجزائري منح التاجر والصانع ومقدم الخدمة الحرية في اختيار الرمز الذي يتخذه كالعلامة بشرط أن يكون قابلاً للتمثيل الخطي ولديه صفة التمييز بين السلع والخدمات، كما تتنوع العلامات التجارية بتنوع النشاط التجاري إلى علامة الصنع، السلع والخدمات، 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 والحروف والأرقام والرسومات والصور أو خليطاً منها، إلا أنه يشترط في الشكل أن يكون قد تم إدراكه بالبصر أو على الأقل تمثيلها خطياً حتى يكون لها القدرة على تمييز المنتجات والخدمات، وحتى تكون هذه العلامة قانونية يجب أن تكون مستوفية للشروط الموضوعية من صفة مميزة ومشروعية، والشروط الشكلية متمثلة في إيداع الطلب وفحصه وتسجيله ونشره، ويترتب على هذه الشروط آثار قانونية تتمثل في احتكار استغلال العلامة والتصرف فيها.

وكذلك حالة سقوط الحق في العلامة التجارية وذلك بانقضاء العلامة سواء بإرادة صاحبها لعدم التجديد أو التخلي، أو لسبب خارج عن إرادة صاحبها ببطلان التسجيل أو الإلغاء لعدم الاستغلال.

# الفصل الثاني

## آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية

المبحث الأول: دعوى المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية وشروطها  
المبحث الثاني: إجراءات رفع دعوى المنافسة غير المشروعة وأثارها

## الفصل الثاني: آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية

تعتبر العلامة التجارية من أهم عناصر الملكية الصناعية والتجارية بالنسبة للتجار والصناع وأصحاب الحرف الحرة والخدمات سواء كانوا اشخاص طبيعيين أو معنويين، حيث تقوم بتمييز بضاعتهم التي يتاجرون بها، أو منتجاتهم التي يصنعونها، أو الخدمات التي يقدمونها، وكذا جمهور المستهلكين لأنها توفر لهم الحماية من حيث معرفة جودة البضاعة أو الخدمة.

وانطلاقاً من الأهمية البالغة للعلامة التجارية والدور الذي تؤديه في تحقيق النمو الاقتصادي فقد أدى ذلك الى تعدد أشكال التعدي عليها مما وجب حمايتها حماية دولية وأخرى داخلية هذه الأخيرة تشمل حماية جزائية ومدنية وفي هذا الفصل نتطرق إلى آليات الحماية المدنية في مبحثين حيث نتناول في المبحث الأول المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية وفيها نعرض على مفهوم المنافسة غير المشروعة وأصحاب الحق في رفع الدعوى في المبحث الأول، فيما نأخذ إجراءات رفع دعوى المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية والدعوى الاستعجالية والجهة القضائية المختصة وأثار الدعوى في المبحث الثاني.

## المبحث الأول: دعوى المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية وشروطها

يحظى صاحب العلامة التجارية بحماية حقه من التعدي بكل أنواعه، ولذلك نجد حماية دولية وأخرى داخلية هذه الأخيرة تشمل حماية جزائية التي تحظى بها العلامات المسجلة، فيما تكون الحماية المدنية هي الآلية الوحيدة لحماية العلامة التجارية غير المسجلة، فلكل من وقع تعدي على حقوقه في العلامة التجارية أن يلجأ للقضاء المدني برفع دعوى مدنية على المتعدي، وتمكين صاحب العلامة من تعويض، جراء الضرر الذي لحق بحقه، وهذه الحماية تستند في عمومها إلى القواعد العامة في المسؤولية المدنية، ويمارس صاحب العلامة التجارية غير المسجلة الحماية المدنية للحق في علامته من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة.<sup>1</sup>

فالمنافسة التجارية عادة تنحصر في حدود مشروعة، وأن تركز على الأعراف التجارية النظيفة والتي يسعى من خلالها التجار إلى جذب الزبائن والترويج لمنتجاتهم، وكانت كل هذه الوسائل أو الطرق التي يستعملها التجار أو الصناع أو مقدمو الخدمة مشروعة فالإشكال لا يطرح لكن المشكل يطرح عند مخالفة حدود المنافسة المشروعة باستخدام أساليب ملتوية للعادات ومبادئ النزاهة والاستقامة فذلك يعتبر من قبيل المنافسة غير المشروعة.<sup>2</sup>

والنظام الاقتصادي في الجزائر الذي تغير جذريا من اقتصاد موجه إلى اقتصاد السوق يتمتع بممارسة التجارة والصناعة بحرية، وقد تم تكريس مبدأ المنافسة الحرة بمقتضى الدستور الجزائري<sup>3</sup>، وباعتبار العلامة التجارية إحدى وسائل المنافسة الحرة لجذب العملاء والتعريف بالمنتجات، فإن أي تعدي عليها بوسائل غير مشروعة تجعل من حق صاحب العلامة اللجوء إلى الجهة القضائية المختصة، ورفع دعوى المنافسة غير المشروعة للمطالبة بالتعويض عن الضرر الناتج.

<sup>1</sup> حمدي غالب الجعفي، العلامات التجارية - الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها - الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان (بيروت)، 2012، ص 367.

<sup>2</sup> ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 392-393.

<sup>3</sup> المادة 37 من المرسوم الرئاسي رقم 96-438 المؤرخ في 8 ديسمبر 1996 المتعلق بإصدار نص تعديل الدستور المصادق عليه في استفتاء 1996/11/28، الجريدة الرسمية العدد 76، 1996، ص 6، المعدل بالقانون (02-03) والقانون (08-19).

### المطلب الأول: حماية العلامة التجارية وفقا لدعوى المنافسة غير المشروعة

يتمتع مالك العلامة التجارية بالحق في حماية علامته مدنيا تطبيقا للقواعد العامة سواء كانت هذه العلامة مسجلة أم غير مسجلة، كونها الوسيلة الوحيدة التي يستطيع بموجبها مستعمل العلامة الذي لم يقم بتسجيلها من الاستناد إليها لحماية علامته.

#### الفرع الأول: مفهوم المنافسة غير المشروعة

تقوم التجارة على حرية المنافسة والتي تستند إلى الأعراف التجارية النزيهة والنزاهة التي يسعى من خلالها التجار الى جذب الزبائن والترويج لمنتجاتهم، فالمنافسة لها القدرة التي تدفع دائما إلى تحقيق الابتكار وتعمل كحافز فعال على الابداع في الحياة التجارية والصناعية والخدماتية محققة بذلك أفضل النتائج والأرباح<sup>1</sup>، ولكن إذا استعملت في المنافسة وسائل وأساليب من شأنها مخالفة الأعراف التجارية النزيهة والندوة عد ذلك منافسة غير مشروعة تتيح للمتضرر من أفعالها حق رفع دعوى المنافسة غير المشروعة.

وأمام غياب التنظيم القانوني للمنافسة غير المشروعة وعدم وجود أي تحديد قانوني لمفهومها، فإنه يكون من الضروري تحديد المقصود بالمنافسة غير المشروعة، والتمييز بينها وبين المفاهيم الأخرى القريبة المشابهة لها، خاصة منها المنافسة الممنوعة بنص القانون أو الممنوعة باتفاق المتعاقدين، فضلا عن بيان الأساس القانوني الذي يستند إليه، والشروط التي تقوم عليها.

#### أولا: تعريف المنافسة غير المشروعة

لكي نتمكن من صياغة تعريف شامل وجامع للمنافسة غير المشروعة لا بد من الرجوع إلى الاجتهادات القضائية، ومختلف التشريعات القانونية، لإيجاد تعريف قانوني للمنافسة غير المشروعة<sup>2</sup>، والأمر يستدعي ضرورة البحث في الأنظمة المقارنة والقانون الجزائري.

نظم المشرع الجزائري في الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة<sup>3</sup>، القواعد المتعلقة بشفافية الممارسات التجارية ونزاهتها، ورغم ذلك فإن هذا الموضوع -المنافسة غير المشروعة- لم يحظ بتنظيم في تقنين جزائري خاص، مما يفتح المجال للفقهاء والقضاء.

<sup>1</sup>- ميلود سلامي، دعوى المنافسة غير المشروعة، دفاتر السياسة والقانون، جامعة باتنة، العدد6 ، جانفي 2012، ص 178.

<sup>2</sup>- المنافسة في اللغة مأخوذة من الفعل نافس، ينافس، بمعنى زاحمه. وسابقه، ولقد ذكرت في القرآن الكريم في قوله عزوجل: "وفي ذلك فليتنافس المتنافسون"، عن المعجم اللغوي المحيط، ص 477.

<sup>3</sup>- الأمر 03-03 الموافق لـ 20 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية العدد 43، صادرة في 20 يوليو 2003، ص 26 المعدل بالقانون 12-08 والقانون 05-10.

وتعرف المنافسة غير المشروعة أنها: "قيام المنافس بممارسات غير نزيهة مخالفة للقانون ولمبادئ الشرف والأمانة والنزاهة التي تقوم عليها الحياة التجارية، والتي من شأنها إلحاق ضرر بمنافس آخر بسبب تحويل عملائه واستقطابهم".<sup>1</sup>

كما نصت المادة 10 (ثانيا) من اتفاقية باريس المتعلقة بحماية الملكية الصناعية<sup>2</sup>، على أنه: "تلتزم دول الاتحاد بأن تكفل لرعايا دول الاتحاد الأخرى حماية فعالة ضد المنافسة غير المشروعة واعتبرتها محظورة كل منافسة تتعارض مع الممارسات الشريفة في الشؤون الصناعية والتجارية ويكون محظورا بصفة خاصة ما يلي:

- كافة الأعمال التي من طبيعتها أن توجد بأية وسيلة كانت لبسا مع منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري.
  - الادعاءات المخالفة للحقيقة في مزاوله التجارة التي من طبيعتها نزع الثقة من منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري.
  - البيانات أو الادعاءات التي قد يسبب استعمالها في التجارة تضليل الجمهور، فيما يتعلق بطبيعة المنتجات أو طريقة تصنيعها أو خصائصها أو كمياتها أو صلاحيتها للاستعمال".<sup>3</sup>
- فأي ممارسة قد تنال من شهرة المنتج، أو تحدث لبسا فيما يتعلق بمظهره الخارجي أو طريقة عرضه، أو قد تضلل الجمهور تعد منافسة غير مشروعة، وقد تبنت هذا التعريف معظم التشريعات الوطنية.

وقد اعتمد الفقيهان **Poyée** و **Roubier** التعريف التالي: "أنها المنافسة التي تقوم على وسائل ملتوية وخادعة ووسائل يبندها الشرف والاستقامة، والغاية هي تحويل زبائن الغير واستقطابهم".<sup>4</sup>

وقد اجتهدت المحكمة العليا الجزائرية بالتعريف التالي: "يقصد بالمنافسة غير المشروعة كل عمل يتعارض مع الممارسات الشريفة والنزيهة في الشؤون الصناعية والتجارية".<sup>5</sup>

ويمكن أن نستنتج من كل ما سبق أن المنافسة غير المشروعة هي: "قيام المنافسة بممارسات غير نزيهة مخالفة للقانون ولمبادئ الشرف والأمانة والنزاهة التي تقوم عليها الحياة التجارية، بقصد

<sup>1</sup>- نعيمة علوش، العلامات في مجال المنافسة، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2013، ص 45 إلى 48.

<sup>2</sup>- المادة 10 (ثانيا) من اتفاقية باريس المتعلقة بحماية الملكية الصناعية، المشار إليها سابقا.

<sup>3</sup>- راشدي سعيدة، النظام القانوني للعلامات، مذكرة ماجستير، قانون الأعمال، جامعة الجزائر، 2002-2003، ص 119.

<sup>4</sup>- نعمار عبد القادر، النظام القانوني للعلامة في دول المغرب العربي، مذكرة ماجستير في الحقوق فرع قانون الأعمال، جامعة الجزائر 1، كلية الحقوق بن عكنون، السنة الجامعية، 2010-2011، ص 66.

<sup>5</sup>- مجلة المحكمة العليا، عدد خاص، التقليد في ضوء القانون والاجتهاد القضائي على ضوء قرارات المحكمة العليا الغرفة التجارية والبحرية، قسم الوثائق، المحكمة العليا، 2012، ص 13.

اجتذاب عملاء التجار الآخرين، والتي من شأنها إلحاق ضرر بالمتنافسين بسبب تحويل عملائهم واستقطابهم".<sup>1</sup>

ويرى الباحث أنه من الصعب إعطاء تعريف جامع مانع للمنافسة غير المشروعة، نظرا لتعدد الأساليب المستعملة وكثرتها من جهة، ونظرا إلى ما تعرفه الحياة الاقتصادية من تغيرات مما يؤدي إلى ظهور أساليب لم تكن معروفة من قبل من جهة أخرى.

وقد اتفق معظم الفقهاء على اعتبار المنافسة غير المشروعة من قبيل الخداع الذي يمارسه البعض، والذي من شأنه أن يعرض متلقي السلعة أو الخدمة للغش وإلحاق الضرر به، بحيث يتمكن من اللجوء إلى القضاء لتحريك الدعوى والمطالبة بالتعويض.<sup>2</sup>

ثانيا: تمييز المنافسة غير المشروعة عن المفاهيم المشابهة لها

تختلف المنافسة غير المشروعة عن غيرها من المسميات الأخرى، وتتناول هنا المنافسة الممنوعة التي تشمل كل من المنافسة المخالفة للقانون، والمنافسة المخالفة للعقد تباعا.

1. تمييز المنافسة غير المشروعة عن المنافسة الممنوعة بنص القانون:

إن التشابه بين المنافسة غير المشروعة والمنافسة المخالفة للقانون يكمن في اتصال كل منهما بالحياة التجارية، وضرورة اللجوء للقضاء حتى يحصل المتضرر منهما على تعويض، إلا أن الاختلاف بينهما كبير بسبب الأساس القانوني الذي تقوم عليه كل منهما، فالمنافسة المخالفة للقانون تقوم عندما تكون هناك مخالفة للحظر القانوني المفروض منذ البداية، أما المنافسة غير المشروعة فالأصل أنها مشروعة وجائزة ولكن عند تجاوزها الحدود القانونية تصبح منافسة غير مشروعة<sup>3</sup>، وهي تشكل حسب رأي "روببيه" استعمالا مفرطا لحرية المنافسة، أي أن من يقوم بأعمال المنافسة المشروعة مصرح له بالعمل التجاري لكن محظور عليه أن يتبع وسائل غير مشروعة في الترويج لبضاعته أو تجارته أو خدماته، أما الممنوع من ممارسة العمل التجاري بموجب نص قانوني فهو غير مرخص له أساسا بممارسة نوع معين من التجارة.

إذاً تكون المنافسة ممنوعة بنص القانون عندما يتم تحديدها بنصوص تشريعية أو تنظيمية، من خلال وضع عدد من النصوص التي تنظم العلاقات التجارية، وتمنع بعض الأساليب غير المشروعة، وغالبا ما تقترن هذه القواعد بعقوبات جزائية، وبالنسبة للمشرع الجزائري يلاحظ أنه قد اعتمد نصوصا قانونية منع بمقتضاها بعض الأشخاص من ممارسة الأنشطة التجارية أصلا سواء بوسائل مشروعة أم غير مشروعة، كالأشخاص الذين أشهر إفلاسهم أو الذين أدينوا

<sup>1</sup>- حمادي زبير، المرجع السابق، ص 171-172.

<sup>2</sup>- أسامة نائل المحيسن، الوجيز في حقوق الملكية الفكرية، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 201، ص 70.

<sup>3</sup>- حماد مصطفى غرب، المنافسة غير المشروعة في مجال الإعلانات التجارية، دار النهضة العربية، القاهرة، دون سنة نشر، ص 129-130.

بجريمة من جرائم الإفلاس أو التدليس أو الغش التجاري أو السرقة أو النصب أو خيانة الأمانة أو التزوير ولم يرد لهم اعتبارهم<sup>1</sup>، إلا أن هذه التفرقة ليست دقيقة بالشكل المطلوب.

2. تمييز المنافسة غير المشروعة عن المنافسة الممنوعة باتفاق المتعاقدين:

يكمن جوهر الاختلاف بينهما في اعتبار أن المنافسة المخالفة للعقد مصدرها العقد وينحصر مفعولها مبدئياً بأطراف العلاقة التعاقدية عملاً بنسبية أثر العقد، وفعل المنافسة المخالفة للعقد يشكل خرقاً لالتزام عقدي وذلك بعدم تنفيذ الالتزام الناشئ عن العقد تنفيذاً كلياً أو جزئياً، فهو بذلك يعتبر خطأً عقدي يستوجب المسؤولية العقدية، بينما المنافسة غير المشروعة فمصدرها القانون، ويكمن ذلك الاختلاف بين المنافسة الممنوعة باتفاق المتعاقدين والمنافسة غير المشروعة في موضوع كل منهما، فالأولى أي الممنوعة تمنع النشاط المنافس دون الاهتمام بالوسيلة المستعملة سواء كانت مشروعة أو غير مشروعة أما الثانية فتقوم على أساس سلوك غير مشروع، ولهما أيضاً أساسان مختلفان فالمنافسة غير المشروعة تركز على أساس قواعد المسؤولية التقصيرية، وعلى العكس من ذلك فيعتبر عدم الالتزام بشرط عدم المنافسة خطأً يعاقب عليه مرتكبه على أساس المسؤولية التعاقدية<sup>2</sup>، وعلى سبيل المثال العلاقة بين صاحب العلامة و المتنازل إليه على حقوق الاستغلال في حالة عدم قيامه بالتزامه الناشئ عن عقد الاستغلال<sup>3</sup>، أو حالة اتفاق المتنافسين على توزيع الزبائن فيما بينهم باستئثار كل منهم بإقليم جغرافي معين، أو التزام العامل بعدم منافسة رب العمل أثناء فترة العقد ومن ثم فإن الدعوى التي رفعها رب العمل سوف تؤدي إلى منع العامل المنافس من ممارسته للنشاط المماثل في الزمان والمكان المتفق عليهما في العقد<sup>4</sup>، كما قد يتفق الأطراف فيما بينهم على تقييد حرية المنافسة كأن ينص في عقد البيع أو تأجير المحل التجاري على حظر قيام البائع أو المؤجر بأية أعمال منافسة في ذات التجارة أو أن يتفق المنتجون لسلعة واحدة على تحديد سعر موحد لها، فهذه التصرفات مخالفة لما تم الاتفاق عليه وتشكل منافسة ممنوعة بينما في المنافسة غير المشروعة يتعين على التاجر إثبات فعل المنافسة والضرر الحاصل للحصول على تعويض وإيقاف المنافسة<sup>5</sup>.

<sup>1</sup>- بلال سليمة، حماية المحل التجاري "دعوى المنافسة غير المشروعة"، مذكرة ماجستير، جامعة فرحات عباس سطيف كلية الحقوق والعلوم الإدارية، 2003-2004، ص 05.

<sup>2</sup>- المرجع نفسه، ص 05.

<sup>3</sup>- ناصر محمد عبد الله سلطان، حقوق الملكية الفكرية، الطبعة الأولى، إثناء للنشر والتوزيع، الأردن 2009، ص 294.

<sup>4</sup>- نعيمة علوش، النظام القانوني للعلامات، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر1، كلية الحقوق بن عكنون، 2001-2002، ص 50-52.

<sup>5</sup>- حماد مصطفى غرب، المرجع السابق، ص 128-129.

### الفرع الثاني: الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة

لا يوجد ما يثير المشاكل في دعوى المنافسة غير المشروعة أكثر مما يثيرها البحث في أساسها القانوني، حيث لم تنظم التشريعات هذه الدعوى، ومن ثم اختلف الفقه في تحديد الأساس القانوني الذي تقوم عليه دعوى المنافسة غير المشروعة، وستتناول موقف المشرع الجزائري ثم موقف الفقه المقارن.

أولاً: موقف التشريع الجزائري من دعوى المنافسة غير المشروعة في حماية العلامة التجارية يتجه التشريع الجزائري إلى أن دعوى المنافسة غير المشروعة تستند إلى أحكام المسؤولية التقصيرية كما هو مقرر في القواعد العامة وهذا ما تجسد في نص المادة 124 من القانون المدني الجزائري، المعدل بالقانون 05-10<sup>1</sup>، على أنه: "كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه و يسبب ضرراً للغير يلزم من كان سبباً في حدوثه بالتعويض" فعلى الأشخاص القانونيين واجب بذل العناية اللازمة، والتبصر عند ممارسة أفعالهم فإذا صدر عنهم عمل مخالف للقانون أو عمل غير مشروع عموماً، لزمهم ضمان تعويض الضرر الذي أصاب المتضرر من جراء ذلك الفعل والعمل، إذ يصبح بإمكان المتضرر مقاضاة من صدر عنه العمل غير المشروع مطالباً إياه بجبر الضرر.<sup>2</sup>

كما يمكن تأسيسها على نص المادة 10 ثانياً من اتفاقية باريس التي انضمت إليها الجزائر<sup>3</sup>، ومن ثم فهي تعد بمثابة قانون داخلي والتي نصت على أنه: "تلتزم دول الاتحاد بأن تكفل لرعايا دول الاتحاد الأخرى حماية فعالة ضد المنافسة غير المشروعة".

وقد نص المشرع الجزائري في المادة 4 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات<sup>4</sup>، على أنه: "لا يمكن استعمال أية علامة لسلع أو خدمات عبر الإقليم الوطني، إلا بعد تسجيلها أو إيداع طلب تسجيل بشأنها عند المصلحة المختصة".

انطلاقاً من هذا النص يتضح أن المشرع الجزائري منع استعمال أية علامة تجارية غير مسجلة أو لم يطلب تسجيلها، بل أنه اعتبر أن العلامة غير المسجلة جريمة معاقب عليها قانوناً ومن ثم فإن العلامة التجارية غير المسجلة لا يمكن أن تستند إلى أية حماية قانونية في حالة وقوع اعتداء عليها مهما كانت صورة هذا الاعتداء حتى ولو كان الاعتداء يتعلق بتزوير العلامة أو تقليدها

<sup>1</sup> الأمر 75-58 الموافق لـ 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني، المعدل بالقانون رقم 05-10 الموافق لـ 2 يونيو سنة 2005، الجريدة الرسمية العدد 44، الصادرة في 2 يونيو 2005، الذي عدل نص المادة 124 منه، ومعدل بالقانون 05/07، مؤرخ في 13 مايو 2007، الجريدة الرسمية العدد 31، ص 5.

<sup>2</sup> صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنية ودولية، المرجع السابق، ص 242.

<sup>3</sup> المادة 10 (ثانياً)، معاهدة باريس، المشار إليها سابقاً.

<sup>4</sup> المادة 4 من الأمر 03-06، المتعلق بالعلامات، ص 23-24.

فشرط تسجيل العلامة التجارية في القانون الجزائري هو شرط لحماية العلامة، فضلا عن أنه شرط أساسي لاستعمال العلامة في المجال التجاري على السلع والمنتجات ومختلف الخدمات.

ثانيا: موقف الفقه المقارن من دعوى المنافسة غير المشروعة

في الواقع أن هناك اختلاف فقهي حول الأساس القانوني الذي تستند إليه دعوى المنافسة غير المشروعة، فقد أسند بعض الفقه هذه الدعوى إلى القواعد العامة في باب المسؤولية التقصيرية التي تقضي أنه كل عمل ينجم عنه ضرر يلزم فاعله بالتعويض ذلك أن قواعد القانون تنهي عن الإضرار بالآخرين إذ ثمة التزام يفرضه القانون على الكافة مقتضاه عدم الإضرار بالغير فالدعوى المؤسسة على المنافسة غير المشروعة لا تخرج عن كونها دعوى مسؤولية عادية أساسها الفعل الضار، حيث يحق لكل من أصابه ضرر من أفعال المنافسة غير المشروعة أن يرفع دعوى بطلب التعويض له عما أصابه من ضرر جرائها، وعلى كل من شارك في إحداث الضرر متى توافرت شروط تلك الدعوى<sup>1</sup>، ورأى آخرون أن أساس هذه الدعوى يكمن في الحق المقرر للتاجر في حماية حق ملكية متجره ورأى جانب آخر من الفقه أن أساس هذه الدعوى هي المسؤولية العقدية حيث يفترض أن دعوى المنافسة غير المشروعة تكون في حال التنازل عن العلامة بموجب العقد لصالح شخص آخر، وهذا ما فتح المجال للملاحقة في حالة الإخلال بمضمون الاتفاق شرط إثبات الخطأ العقدي، الضرر، والعلاقة السببية<sup>2</sup>، وقد ذهب جانب من الفقه إلى إرساء دعوى المنافسة غير المشروعة على أساس التعسف في استعمال الحق أو التجاوز فيه، فهي جزاء على تعسف التاجر في استعمال حقه لمباشرة نشاطه التجاري، فلكل تاجر أن يمارس أعمال المنافسة عملا بمبدأ حرية التجارة طالما يلتزم الحدود المشروعة، فإذا تجاوز هذه الحدود فإنه يمكن قد أساء استعمال حقه<sup>3</sup>. ويذهب الرأي الراجح إلى تأسيس دعوى المنافسة غير المشروعة على المسؤولية التقصيرية إذ يعتبر المبدأ في حماية العلامة التجارية غير المسجلة وهي دعوى من طبيعة مدنية بحتة كون العلامة غير المسجلة لا يمكن حمايتها جزائيا.

ولقد اعتبر القضاء الجزائري العملية منافسة غير مشروعة استعمال العلامة الفرنسية المسجلة بيك "BIC" في إنتاج الأقلام الجافة، هذا إضافة إلى أن الخبرة أثبتت التشابه وقد استغلت الشركة المقلدة جودة القلم لإيهام الزبون أنها العلامة الأصلية<sup>4</sup>.

وكذلك بالإشارة إلى نص المادة 1 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، حيث يهدف هذا الأمر إلى تحديد شروط ممارسة المنافسة في السوق و تفادي كل الممارسات المقيدة لها و كذلك نص

<sup>1</sup>- حماد مصطفى غرب، المرجع السابق، ص 131.

<sup>2</sup>- نعيم مغيب، الماركة التجارية -علامة فارقة أم مميزة- الطبعة الأولى، دون مكان نشر، لبنان، 2010، ص 211.

<sup>3</sup>- أسامة نائل المحيسن، المرجع السابق، ص 70.

<sup>4</sup>- القرار رقم 282207 الصادر بتاريخ 23 جويلية 2002، عن مجلة المحكمة العليا، غير منشور، ص 15.

المادتين 26 و 27 من القانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية<sup>1</sup>، حيث نصت المادة 26 على أنه تمنع كل الممارسات التجارية غير النزيهة المخالفة للأعراف التجارية النظيفة والنزيهة والتي من خلالها يتعدى عون اقتصادي على مصالح عون أو عدة أعوان اقتصاديين آخرين والمادة 27 التي اعتبرت ممارسات تجارية غير نزيهة عندما يقوم العون الاقتصادي بتشويه سمعة عون منافس بنشر معلومات تمس بشخصه أو بمنتجاته أو خدماته، تقليد العلامات المميزة، لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشتهار الذي يقوم به، قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع أو هام في ذهن المستهلك.

يتضح أن الموقف الذي تبناه المشرع الجزائري يخالف القواعد العامة في المسؤولية المدنية لأن دعوى التعويض دعوى مقررة لحماية كافة الحقوق مهما كانت طبيعتها وكيفما كانت الأضرار وبالتالي فمالك العلامة التجارية حتى لو كانت غير مسجلة يمكنه الاستناد إلى هذه الدعوى للمطالبة بالتعويض عن الأضرار اللاحقة به كونها الوسيلة الوحيدة لحماية حقه، ولعل الهدف هو دفع التجار إلى ضرورة تسجيل العلامة لدى المصلحة المختصة وبسط الدولة رقابتها على السوق ومحاربة الغش، وهذا يكون المشرع الجزائري قد خالف القواعد العامة في المسؤولية<sup>2</sup>. ويظهر أن المشرع الجزائري لم يشر إلى العلامة التجارية غير المسجلة في أي قانون سواء في قانون العلامة أو قانون المنافسة، ومنه فإن المشرع الجزائري لم يمنح الحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة، وهو موقف مريب وخروج عن القواعد العامة للمسؤولية في القانون المدني التي تقضي أن كل ضرر يستوجب التعويض.

### المطلب الثاني: شروط دعوى المنافسة غير المشروعة

يشترط لقيام دعوى المنافسة غير المشروعة من جراء الاعتداء على العلامة التجارية التي يتطلبها القانون لقيام المسؤولية وهي:  
وجود أفعال المنافسة غير المشروعة أو ما يسمى وجود ضرر جراء أعمال المنافسة غير المشروعة أو ما يسمى بالضرر، وأخيرا علاقة السببية بين أفعال المنافسة غير المشروعة وإلحاق الضرر بالغير.

<sup>1</sup> القانون 02-04 الموافق لـ 23 يونيو 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية العدد 41، الصادرة في 27 يونيو 2004، ص 6، المعدل بالقانونين 06-10 مؤرخ في 15 أوت 2010، الجريدة الرسمية العدد 46 الصادرة في 18 أوت 2010، ص 11.

<sup>2</sup> ميلود سلامي، المرجع السابق، ص 158-159.

### الفرع الأول: وجود أفعال المنافسة غير المشروعة (الخطأ)

لم يحدد قانون العلامات رقم 06-03 صور أو حالات المنافسة غير المشروعة، وإنما أوردتها القانون 02-04 والمتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية إذ تنص المادة 27 منه على أنه: " تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في مفهوم أحكام هذا القانون لا سيما منها الممارسات التي يقوم من خلالها العون الاقتصادي بما يأتي "

- تشويه سمعة العون الاقتصادي المنافس بنشر معلومات سيئة تمس شخصه أو بمنتجاته أو خدماته.
- تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك.
- استغلال مهارة تقنية أو تجارية مميزة دون ترخيص من صاحبها.
- إغراء مستخدمين متعاقدين مع عون اقتصادي منافس خلافا للتشريع المتعلق بالعمل.
- الاستفادة من الأسرار المهنية بصفة أجير قديم أو شريك للتصرف فيها قصد الإضرار بصاحب العمل أو الشريك القديم.
- إحداث خلل في تنظيم عون اقتصادي منافس وتحويل زبائنه باستعمال طرق غير نزيهة كتبديد أو تخريب وسائله الإشهارية واختلاس البطاقات أو الطلبات والسمسرة غير القانونية وإحداث اضطراب بشبكته للبيع.
- الإخلال بتنظيم السوق وإحداث اضطرابات فيه بمخالفة القوانين أو المحظورات الشرعية وعلى وجه الخصوص التهرب من الالتزامات والشروط الضرورية لتكوين نشاط أو ممارسته أو إقامته.
- إقامة محل تجاري في الجوار القريب لمحل منافس بهدف استغلال شهرته خارج الأعراف والممارسات التنافسية المعمول بها.<sup>1</sup>

والملاحظ من خلال هذا النص أن الصورة الوحيدة التي أوردتها المشرع والمتعلقة بالعلامات التجارية جاءت بها الفقرة 02 والمتمثلة في تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الأشهار الذي يقوم به، قصد كسب زبائن هذا العون إليه لزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك.

إلا أن الملاحظ من خلال هذه الفقرة أنها لم توضح فيما إذا كان الأمر يتعلق بالعلامة المسجلة فقط أو أن الأمر يمكن أن ينطبق على العلامة غير المسجلة بمعنى هل يمكن لصاحب العلامة غير المسجلة أن يتمسك بدعوى المنافسة غير المشروعة لحماية علاماته ومنتجاته؟ أضف إلى ذلك فإن

<sup>1</sup> - المادة 27 من القانون 02-04، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ص.6.

مصطلح التقليد في قانون العلامات رقم 06-03 يقصد به جميع الاعتداءات التي يقوم بها الغير خرقا للحقوق الاستثنائية المعترف به لمالك العلامة المسجلة فقط، والتقليد وفق هذا المعنى يكتسي أشكالا مختلفة وكلها لها مدلول جزئي أي تشكل جنحة في نظر الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات ومن صور الاعتداء جنحة تقليد العلامات أو تشبيهها، وجنحة استعمال علامة مقلدة أو مشبهة، وجنحة اغتصاب العلامة المملوكة للغير وجنحة بيع منتجات عليها علامة مقلدة أو مشبهة... إلخ.<sup>1</sup>

ومن ثم فإن القانون 02-04 يطرح إشكالا فيما يتعلق بحالة المنافسة غير المشروعة الواقعة على العلامة التجارية وذكره بعبارة تقليد العلامات أو المنتجات وهل يتسع ذلك ليشمل صاحب العلامة غير المسجلة أي بعبارة أدق هل يتيح القانون 02-04 لصاحب العلامة غير المسجلة التمسك بدعوى المنافسة غير المشروعة لحماية علامته؟ خاصة وأن هناك رأي<sup>2</sup> يرى أن الدعوى المؤسسة على تقليد العلامة ضد من قام بالتقليد لا يجوز رفعها إلا من صاحب العلامة أو المرخص له باستعمالها ضد من قام بالتقليد، بينما إذا كان الأمر يتعلق بدعوى مؤسسة على المنافسة غير المشروعة فيجوز لكل من لحقه الضرر من هذا التصرف أن يرفع هذه الدعوى، إلا أن هذا الرأي وإذا كان صائبا وهو المفترض أن يأخذ به المشرع الجزائري إلا أنه يصطدم بالفقرة 02 من القانون 02-04 التي تعتبر من قبيل أعمال المنافسة غير المشروعة تقليد العلامات؟ فلا يمكن أن يكون لمفهوم التقليد في قانون العلامات 06-03 مفهوم مغاير للمفهوم الوارد في القانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ومن ثم كان ينبغي على المشرع أن يتجنب مصطلح تقليد العلامات ويكتفي بعبارة الاعتداء على العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو الاعتداء على منتجاته أو خدماته... إلخ.

#### الفرع الثاني: وجود ضرر جراء أعمال المنافسة غير المشروعة

ويعرف بأنه المساس بحق من حقوق الشخص أو بمصلحة مشروعة له وعلى هذا يمكن للضرر أن يمس بسمعة التاجر والعلامة التجارية أو يمس بملكيتها وهو يعد من الأركان الأساسية للمسؤولية المدنية<sup>3</sup>، إذ لا يمكن المطالبة بأي تعويض وفق دعوى المنافسة غير المشروعة إلا إذا أدت أفعال المنافسة غير المشروعة إلى إحداث ضرر للتاجر المنافس الذي وقع الاعتداء على علامته التجارية<sup>4</sup>.

<sup>1</sup>- ميلود سلامي، دعوى المنافسة غير المشروعة، دفاتر السياسة والقانون، المرجع السابق، ص 181

<sup>2</sup>- صالح فرحة زراوي، الكامل في القانون التجاري، دار بن خلدون للنشر، الجزائر، 2006، ص 256.

<sup>3</sup>- حمادي زبير، المرجع السابق، ص 175.

<sup>4</sup>- ميلود سلامي، دعوى المنافسة غير المشروعة، المرجع السابق، ص 183.

والضرر الحاصل جراء أعمال المنافسة غير المشروعة قد يكون ضررا ماديا يصيب التاجر في علاماته التجارية المتعلقة بالتجارة سواء أكانت علامات تجارية أو علامات صنع أو خدمات، كما قد يكون الضرر معنويا يصيب التاجر في سمعته التجارية وسمعة علاماته المتعلقة بتجارته.

وسواء أكان الضرر ماديا أو معنويا فإنه لا يقع على المتضرر إثباته بل أن محكمة الموضوع تستخلصه من قيام أفعال المنافسة غير المشروعة والتي من شأنها إلحاق ضرر، وهذا خلافا للقواعد العامة في المسؤولية المدنية التي تشترط على المتضرر إثبات الضرر الذي أصابه.

إلا أنه في مجال المنافسة غير المشروعة فإنه لا يمكنه إطلاقا إثبات الضرر وإنما يكفي إثبات وقوع أفعال المنافسة غير المشروعة لذلك يلجأ قاضي الموضوع إلى تقدير التعويض تقديرا جزائيا مستخلصا ذلك من طبيعة أعمال المنافسة غير المشروعة، وهناك بعض الحالات من أفعال المنافسة غير المشروعة لا يترتب عليها أي ضرر وإنما تهدف الدعوى في هذه الحالة إلى إزالة الوضع غير المشروع بالنسبة للمستقبل، وهو ما يسمى بوقف الاعتداء وهو أحد صور الحماية المدنية للعلامة التجارية فقد أجاز الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات لصاحب تسجيل العلامة إذا أثبت أن مساس بحقوقه أصبح وشيكا أن يلجأ للمحكمة المختصة للفصل في المساس بالحقوق (التعويض) والأمر بمصادرة الأشياء والوسائل التي استعملت في التقليد وإتلافها.<sup>1</sup>

وجدير بالذكر أن أي اعتداء على العلامة التجارية يسبب ضررا ماديا ومعنويا لمالك العلامة فضلا على كون الاعتداء على العلامة وإن لم يلحق ضررا ماديا بمالك العلامة إلا أنه يمس سمعة مالك العلامة ويشوه سمعة منتجاته أو خدماته، فإن الحق في العلامة هو حق مزدوج فمن جهة هو حق مالي يتمثل في الفائدة التي يجنيها مالك العلامة من استغلال علامته، وهو حق معنوي لصيق بشخص التاجر ومن ثم فإن المساس بالعلامة التجارية يسبب ضررا ماديا ومعنويا لمالك العلامة في الوقت نفسه.

### الفرع الثالث: علاقة السببية بين أفعال المنافسة غير المشروعة

إن المطالبة بالتعويض من طرف المتضرر جراء الاعتداء الواقع على علامته التجارية من جراء المنافسة غير المشروعة يتطلب وجود علاقة السببية بين أفعال المنافسة غير المشروعة التي قام بها المعتدي على العلامة التجارية وبين الضرر الحاصل لمالك العلامة التجارية المعتدى عليها فإذا لم يستطع مالك العلامة التجارية إثبات هذه العلاقة بين فعل الاعتداء والضرر الواقع فلا يمكنه الاستفادة من التعويض عن الضرر.

<sup>1</sup> المادة 29 الفقرة 3 من الأمر 06-03، المتعلق بالعلامات، ص 26.

والملاحظ أن الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات يتيح لمالك العلامة التجارية المطالبة بالتعويض وبوقف أعمال الاعتداء حتى قبل وقوعها<sup>1</sup>، والهدف من ذلك هو منع وقوع الضرر جراء المساس بحقوقه على العلامة مستقبلا، إلا أنه في دعوى المنافسة غير المشروعة وفقا للقانون 02-04 فلا يمكن للمطالبة بالتعويض إلا بعد وقوع الضرر وإثبات المتضرر علاقة السببية بين أفعال المنافسة والضرر الواقع له، كما أن الملاحظ أن الأمر 06-03 يكتفي بالضرر<sup>2</sup> أي يكفي اثبات الأفعال التي توحى بأن تقليدا سيرتكب في حين أن القانون 02-04 يشترط إثبات الضرر الواقع فعلا دون الضرر الاحتمالي، كما أن الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات يتيح لمالك العلامة المسجلة المطالبة بالتعويض وفقا للدعوى المدنية بالتبعية للدعوى الجزائية، كما يمكن المطالبة بالتعويض بدعوى مدنية مستقلة أمام القضاء المدني.

إلا أن الملاحظ أن الدعوى المدنية للمطالبة بالتعويض عن التعدي على العلامة سواء استندت إلى الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات أو استندت إلى دعوى المنافسة غير المشروعة وفقا للقانون 02-04 فإنها تشتركان في ضرورة أن تكون العلامة التجارية المعتدى عليها مسجلة فلا يمكن المطالبة بالحماية المدنية للعلامة التجارية غير المسجلة، في حين أنه كان على المشرع أن يبسط الحماية القانونية المدنية والجزائية على العلامة المسجلة وفقا للأمر 06-03 المتعلق بالعلامات، أما العلامة غير المسجلة فيمكن حمايتها وفقا لدعوى المنافسة غير المشروعة طالما وأنها تستند في العموم إلى أحكام المسؤولية المدنية.

وتعتبر تحديد فكرة الرابطة السببية بين الخطأ والضرر من الأمور أو المسائل الدقيقة ويرجع ذلك إلى سببين أساسيين، السبب الأول هو أنه كثيرا ما تساهم عدة أسباب في إحداث الضرر وتسمى هذه الحالة بتعدد الأسباب ووحدة الضرر، ويمكن تصورها في الشخص المنافس منافسة غير مشروعة الذي يعتدي على العلامة التجارية، أما السبب الثاني يتمثل في حالة وجود خطأ واحد يكون سببا في إحداث عدة أضرار متتالية، لذا نتساءل هل يسأل الشخص فقط عن الأضرار التي تعتبر نتيجة مباشرة لخطئه؟ وتسمى هذه الحالة التعدي على علامة المصنع التي يصنعها الصانع على منتجاته، وهذا التعدي قد يضر بالتجار الذين يبيعون هذه المنتجات<sup>3</sup>، وفي هذا الصدد نجد أن المادة 182 من القانون المدني الجزائري<sup>4</sup>، نصت على أن الشخص يسأل فقط عن الضرر المباشر أي الضرر الذي يعتبر نتيجة طبيعة للخطأ، إذا لم يكن في استطاعته أن يتقيه ببذل جهد معقول.

<sup>1</sup>- المادة 29 من الأمر 06-03، المتعلق بالعلامات، ص 26.

<sup>2</sup>- المادة 28 من الأمر 06-03، المتعلق بالعلامات، ص 26.

<sup>3</sup>- حمادي زبير، المرجع السابق، ص 178.

<sup>4</sup>- الأمر 58-75، المتضمن القانون المدني ص 30، المعدل والمتمم.

## المبحث الثاني: إجراءات رفع دعوى المنافسة غير المشروعة وآثارها

يجوز رفع الدعوى المدنية من جانب أي شخص سواء أكان طبيعي أم معنوي، لحقه ضرر مادي أو أدبي من جراء الأفعال غير المشروعة<sup>1</sup>، وذلك على كل من صدر عنه الخطأ وكل من اشترك معه شرط أن يكون عالماً بعدم شرعية العمل أو كان بإمكانه أن يعلم وبعد أن تتحقق المحكمة من توافر اختصاصها الأصلي، يمكنها أن تقضي بالتعويض والأمر باتخاذ التدابير اللازمة لوقف أعمال التعدي<sup>2</sup>.

### المطلب الأول: أصحاب الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة

من الواضح أنه يجوز لأي شخص أن يتخذ علامة لتمييز منتجاته وسلعه غير أنه لا يجب أن يثير التباساً أو خلطاً مع علامات أخرى، فإن حدث وتعرضت العلامة لأضرار ناتجة عن تعدي تاجر أو صانع أو أي شخص آخر، سواء بالإساءة إلى سمعتها أو إلى المنتجات أو عن طريق أي تصرف أدى إلى تضليل المستهلك، يجوز لكل من وقع له ضرر ناتج عن الاعتداء على حقه في العلامة التجارية أن يلجأ إلى القضاء ويرفع دعوى قضائية للمطالبة بالتعويض<sup>3</sup>.

فالقواعد القانونية تفرض التزاماً على الكافة ومقتضى ذلك الالتزام عدم الإضرار بالآخرين وإن حدث ضرر لزم التعويض، إذ يصبح من حق المتضرر مقاضاة من صدر عنه الضرر مطالباً بالتعويض، وعلى هذا يمكن إدراج فئة معينة يحق لها اللجوء إلى القضاء من جراء التعدي على العلامة التجارية بطريقة غير مشروعة، وتتمثل في صاحب العلامة، والمرخص له، والمسوقون والمستهلكون.

### الفرع الأول: مالكي العلامة

مالك العلامة هو كل شخص يتمتع بحق استغلال العلامة والتصرف فيها بإرادة حرة غير مقيدة، ويشمل كل من صاحب العلامة والمرخص له.

### أولاً: صاحب العلامة

يعتبر مالكا للعلامة التجارية كل شخص باشر إجراءات تسجيل علامته التجارية لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية، فإذا كانت هذه الإجراءات صحيحة وفقاً للقانون وكانت العلامة مستوفية لشروطها الموضوعية والشكلية، يجوز لصاحب العلامة أن يقوم برفع دعوى قضائية للحصول على تعويض من جراء التصرفات غير المشروعة، كما يجوز له أن يتدخل في أي نزاع أو دعوى قائمة، متى رفعها شخص آخر له مصلحة في النزاع للحصول على تعويض من جراء تصرفات

<sup>1</sup> - حماد مصطفى غرب، المرجع السابق، ص 171.

<sup>2</sup> - صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 390.

<sup>3</sup> - حمادي زبير، المرجع السابق، ص 163.

غير مشروعة و لا إشكال في ذلك، غير أنه يتعين على صاحب العلامة أن يتدخل في النزاع أمام المحكمة ذات الدرجة الأولى، أما إذا وصل النزاع إلى المجلس القضائي أي في حالة استئناف الحكم الصادر في القضية، فلا يجوز له التدخل في الخصام لأن القاضي في هذه الحالة غير ملزم بالفصل في ملكية العلامة<sup>1</sup>، لكن في حالة ما إذا تم رفع الدعوى من شخص غير صاحب العلامة، فعليه أن يثبت أنه صاحب مصلحة في رفع الدعوى، و لا يقبل أي طلب أو دفع لا يكون فيه لصاحبه مصلحة حالة أو محتملة يقرها القانون، حيث يكون الغرض من هذه الأخيرة دفع ضرر محقق يخشى زوال دليله عند النزاع.<sup>2</sup>

ثانيا: المرخص له

يقصد بالمرخص له الشخص الذي يمنح له صاحب العلامة التجارية حق استغلالها استغلالا كلياً أو جزئياً مقابل دفع ثمن، فيستفيد المرخص له من امتياز استعمال العلامة ويجوز له في هذه الحالة رفع دعوى قضائية للحصول على تعويض من جراء تصرفات تاجر آخر، تعد بمثابة منافسة غير مشروعة للمنتجات التي تشملها العلامة المرخص باستغلالها.

الفرع الثاني: المسوقون والمستهلكون

فالمسوق هو كل موزع أما المستهلك فهو مقتني السلعة.

أولاً: المسوق

يمكن لأي شخص يسوق المنتجات التي تحمل علامة معتدى عليها أن يدافع عنها عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة، وقد يكون المسوق تاجراً ويقصد بالتاجر كل من يباشر عملاً تجارياً ويتخذه حرفة معتادة له، وهذا ما نصت عليه المادة 01 من القانون التجاري الجزائري<sup>3</sup>، إلا أنه يمكن لأشخاص آخرين غير التجار أن يسوقوا المنتجات التي تحمل تلك العلامة، ويشمل هؤلاء الأشخاص المحترفين، والمحترف عرفه المشرع الجزائري بأنه كل منتج أو صانع أو وسيط أو حرفي أو تاجر أو مستورد أو موزع و على العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك أما قانون المنافسة فاستعمل مصطلح العون الاقتصادي، ويقصد به كل شخص طبيعي أو معنوي مهما تكن صفته يمارس نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> حمادي زبير، المرجع السابق، ص 164.

<sup>2</sup> محمود علي الرشدان، العلامات التجارية، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن (عمان)، 2009، ص 117.

<sup>3</sup> الأمر رقم 96-27 الموافق لـ 9 ديسمبر 1996، الجريدة الرسمية العدد 77، صادرة في 11 ديسمبر 1996، ص 4، يعدل الأمر 75-59 الموافق لـ 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون التجاري.

<sup>4</sup> حمادي زبير، المرجع السابق، ص 166.

### ثانيا: المستهلك وجمعية المستهلكين

يعرف المشرع الجزائري المستهلك في المادة 03 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03-09 على أنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي، من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به"<sup>1</sup>، فمن خلال هذا يتضح أن المستهلك المستحق للحماية يتمثل في الشخص المقتني لمنتوج معين لتحقيق رغبة للاستهلاك الشخصي أو للغير، لذا يحق لهذا الشخص متى تضرر من جراء تصرف معين أن يرفع دعوى للمطالبة بالتعويض.

كما تلعب جمعيات المستهلكين التي تخضع من حيث إنشائها و تنظيمها إلى القانون 06-12 المتعلق بالجمعيات<sup>2</sup>، دورا مهما في التحسيس و الإعلام وفي تحسيس أصحاب القرار في اتخاذ الإجراءات الوقائية، كما يسمح لها القانون بالدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلكين قصد التعويض عن الضرر الذي لحق بها، و قد خول لها الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، حق رفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكام قانون المنافسة، كما يحق لها أن تتأسس كطرف مدني في الدعاوي الجزائية للحصول على تعويض الضرر الذي يلحق بالمستهلك والدفاع عن مصالحه، وهذا حسب نص المادة 23 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

إلا أن مسألة حماية المستهلك ما زالت لم تبلغ بعد الهدف المحدد لها، خاصة بعد أن تزاومت السوق الجزائرية بالمنتجات المحلية والأجنبية المستوردة، وظهور أساليب التقليد والغش في المنتجات، وانعدام مطابقتها للمواصفات القانونية والتنظيمية، كما نسجل غياب جمعيات متخصصة في مجال الملكية الصناعية في الجزائر.

### المطلب الثاني: الجهة القضائية المختصة لدعوى المنافسة غير المشروعة

الأصل أن ترفع الدعاوى المدنية أمام المحاكم (القسم المدني)، والدعاوى الجنائية تحركها (النيابة العامة)، وقد ترتبط الدعوى المدنية بالدعوى الجنائية، لهذا سنحاول البحث عن المحكمة المختصة نوعيا ومحلها للفصل في الدعوى المتعلقة بالعلامة التجارية.<sup>3</sup>

### الفرع الأول: الاختصاص المحلي

قام المشرع الجزائري بتنظيم الهيكل القضائي، وجعل المحكمة ذات اختصاص عام في نظر كل المنازعات، ولقد نصت المادة 32 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية رقم 09-08، على أنه:

<sup>1</sup> المادة 03 من القانون 03-09 الموافق لـ 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية عدد 15، صادرة في 8 مارس 2009، ص13.

<sup>2</sup> القانون 06-12 الموافق لـ 12 يناير 2012 يتعلق بالجمعيات، الجريدة الرسمية عدد 2، صادرة في 15 يناير 2012.

<sup>3</sup> حمادي زبير، المرجع السابق، ص 166-167.

"المحكمة هي الجهة القضائية ذات الاختصاص العام، وتتشكل من أقسام، ويمكن أيضا أن تتشكل من أقطاب متخصصة، تفصل المحكمة في جميع القضايا لاسيما المدنية والتجارية والبحرية والاجتماعية والعقارية وقضايا شؤون الأسرة والتي تختص بها إقليميا".<sup>1</sup>

وباعتبار أن العلامات التجارية تدخل ضمن القضايا التجارية، فإن المحاكم التجارية هي صاحبة الاختصاص، وذلك في حالة المنازعات الناتجة عن التعدي على العلامة التجارية أو الإساءة إلى سمعتها بطرق غير مشروعة، إذا لو أخذنا بعين الاعتبار الاختصاص العام لوجدنا أن المحكمة المختصة هي المحكمة التجارية التي يقع في دائرة اختصاصها موطن المدعى عليه.

ولكن بالرجوع إلى نص المادة 40 فقرة 4 من القانون 09-08 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية الساري المفعول، نجدها أعطت لنا اختصاص إقليمي إلزامي -دون سواه- وهو المعمول به، حيث نصت هذه المادة على أنه: "في مواد الملكية الفكرية أمام المحكمة المنعقدة في مقر المجلس القضائي الموجودة في دائرة اختصاصه موطن المدعى عليه"، ومن المعلوم أنه إن لم يكن للمدعي عليه موطن معروف، يعود الاختصاص للمحكمة التي يقع في دائرتها محل إقامته، وإن لم يكن له محل إقامة معروف فيكون الاختصاص للمحكمة الواقعة في دائرتها آخر موطن له، وهذا حسب نص المادة 37 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية.<sup>2</sup>

إذا فالمحكمة المختصة بنظر المسائل المتعلقة بالعلامات التجارية هي المحكمة المنعقدة بمقر المجلس القضائي لموطن المدعى عليه، فيحق لكل من له صفة ومصالحة صلاحية رفع الدعوى، وهذا حسب نص المادة 13 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية الساري المفعول التي تنص على أنه لا يجوز لأي شخص التقاضي ما لم تكن له صفة ومصالحة قائمة أو محتملة يقرها القانون.<sup>3</sup>

كما يمكن لصاحب العلامة رفع دعوى استعجالية لوقف أعمال المنافسة غير المشروعة وذلك عن طريق عريضة أمام رئيس الجهة القضائية المختصة بموضوع النزاع، وهذا بمقتضى المادة 300 من قانون 09-08 المتعلق بالإجراءات المدنية والإدارية، إذ أجازت لصاحب العلامة أن يطلب بمقتضى أمر من رئيس المحكمة وقف تلك الأعمال، بشرط إثبات تسجيل العلامة، والأصل أن قاضي الاستعجال هو نفسه قاضي الموضوع، أما المحكمة المختصة في حالة الاستعجال حسب المادة 40 فقرة 9 هي مكان وقوع الإشكال، ويؤخذ بعين الاعتبار أن قاضي الاستعجال لا يمس بأصل الموضوع إنما بالأمر الاستعجالي فقط، ويكون قاضي الاستعجال هو قاضي الشؤون التجارية نفسه.

<sup>1</sup>-المادة 32 من القانون 09-08 الموافق لـ 2008/02/25، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، الجريدة الرسمية العدد 21، صادرة في

23 أفريل 2008، ص 5.

<sup>2</sup>- المادة 37 من القانون 09-08، ص 6.

<sup>3</sup>- المادة 13 من القانون 09-08، ص 2.

### الفرع الثاني: الاختصاص النوعي

الاختصاص النوعي هو اختصاص من النظام العام، بمعنى لا يجوز الاتفاق على مخالفته كما يمكن للمحكمة أن تقضي به من تلقاء نفسها، ويمكن إثارته في أي مرحلة كانت عليها الدعوى ويكون ذلك حتى لو قدم لأول مرة أمام المحكمة العليا، هذا بعكس الاختصاص المحلي.

وقد اعتبر المشرع الجزائري في ظل قانون الإجراءات المدنية والإدارية الساري المفعول أن كل المنازعات الناتجة عن حقوق الملكية الفكرية بصفة عامة، والعلامات التجارية بصفة خاصة تخضع إلى قضاة متخصصين في ميدان حقوق الملكية الصناعية والتجارية مما قد يمنح ضمنا أكثر للملكي حقوق الملكية الصناعية والتجارية، إذ أن الجزائر أقبلت على تشجيع الاستثمار في القطاع العام والخاص في مختلف النشاطات الإنتاجية، لذا أصبح من المستحسن إنشاء محاكم متخصصة (الأقطاب المتخصصة)، وتكوين قضاة متخصصين تكون لهم دراسة كافية بمثل هذه الحقوق وهذا ما يمنح الاطمئنان للمستثمرين ويشجعهم على تقديم منتجاتهم، وحتما هذا ما يعود بالنتائج الإيجابية على الاقتصاد الوطني.<sup>1</sup>

وهذا ما جسده المشرع الجزائري صراحة في نص المادة 32 فقرة 06 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية، التي تنص على أنه: " تختص الأقطاب المتخصصة المنعقدة في بعض المحاكم بالنظر دون سواها، في المنازعات المتعلقة بالتجارة الدولية، والإفلاس والتسوية القضائية، والمنازعات المتعلقة بالبنوك، ومنازعات الملكية الفكرية، والمنازعات البحرية والنقل الجوي ومنازعات التأمينات".<sup>2</sup>

يتضح من نص المادة أن المشرع فرض اختصاص نوعي إلزامي دون سواه في المنازعات المتعلقة بالملكية الفكرية (العلامات التجارية)، حيث تخضع لاختصاص الأقطاب المتخصصة التي تفصل بتشكيلة جماعية، ويحدد مقرها عن طريق التنظيم.

أما في الواقع العملي الحالي فيلاحظ أن الأقطاب المتخصصة في المسائل المدنية والتجارية أو بالأحرى الأقطاب التجارية المتخصصة ما زالت لم تنصب بعد<sup>3</sup>، ونظرا لذلك فإنه يعمل بنص المادة 1063 من القانون 09-08 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية الساري المفعول، التي تقضي أنه تبقى قواعد المادة 40 فقرة 4 من هذا القانون لحين إنشاء الأقطاب المتخصصة، بمعنى أنه يستمر في العمل باختصاص المحكمة المنعقدة بمقر المجلس القضائي، وذلك لحين تنصيب الأقطاب المتخصصة تصبح حينئذ هي المختصة نوعيا.

<sup>1</sup>- حمادي زبير، المرجع السابق، ص 160.

<sup>2</sup>- المادة 32 الفقرة 06 من القانون 09-08، ص5.

<sup>3</sup>- تم تنصيب أقطاب جنائية ذات اختصاص محلي موسع تشمل 5 اختصاصات، أما بالنسبة للأقطاب التجارية المتخصصة فلم تنصب بعد.

### الفرع الثالث: آثار دعوى المنافسة غير المشروعة

إذا توافر شروط قيام المنافسة غير المشروعة، يجوز للشخص المتضرر رفع دعوى قضائية للمطالبة بالتعويض ووقف أعمال الاعتداء.

#### أولاً: وقف الاعتداء

دعوى المنافسة غير المشروعة هي دعوى علاجية ووقائية في آن واحد فهي لا تقتصر على الحكم بالتعويض عن الضرر المالي والأدبي فحسب، إنما تهدف أيضاً إلى منع وقوعه وإيقاف الاستمرار فيه<sup>1</sup>، إذ يجوز للمحكمة أن تأمر بمصادرة المنتجات والأدوات، كما يجوز لها أن تأمر بإتلاف الأختام ونماذج العلامة المعنية، وقد منح المشرع الجزائري سلطات واسعة للقضاء في اتخاذ التدابير اللازمة لإيقاف الاستمرار في المنافسة غير المشروعة، أما إذا استمرت هذه المنافسة غير المشروعة بعد صدور الحكم فيمكن للمتضرر رفع دعوى جديدة يطالب فيها بالتعويض عن الأضرار اللاحقة لصدور الحكم، وفي هذه الحالة يصدر الحكم بالتعويض إضافة إلى الغرامة التهديدية.

#### ثانياً: التعويض

تنطق المحكمة بالحكم على الشخص الذي ارتكب الخطأ وتطالبه بالتعويض، ويكون التعويض في دفع ما قد يستحق للمتضرر مقابل الضرر الذي أصابه بسبب خسارة أو فوات فرصة ربح، وقد يكون بسبب ما أصابه في سمعته أو شهرته وسبب له ضرراً معنوياً كما يجب على المشرع أن يمنح القاضي سلطات واسعة في تقدير وتكييف الأعمال التي تعد منافسة غير مشروعة وذلك لصعوبة حصر هذه الأخيرة، فيكفي للمشرع أن ينص على بعض الصور تأتي على سبيل المثال لا الحصر، ليجعل النص مرناً يتماشى مع التطورات التي تعرفها حقوق الملكية الفكرية بصفة عامة. والتعويض على ثلاث أحوال، نقدي ويكون على الضرر المادي، وتقدر المحكمة هذا التعويض بسبب ما أصاب المتضرر من ضرر جراء الخسارة التي لحقته أو الفرص التي ضاعت منه، والسلطة التقديرية في تقدير الضرر تعود لقاضي الموضوع وأهل الخبرة<sup>2</sup>، وقد يكون جبر الضرر بالتعويض العيني أي إعادة الحال إلى ما كان عليه قبل وقوع الاعتداء وهو غالباً ما يكون أفضل لأنه يؤدي إلى محو الضرر، فإن استحال ذلك يتعين على المحكوم عليه دفع تعويض نقدي وهو عبارة عن مبلغ مالي يلتزم المعتدي بدفعه للمتضرر<sup>3</sup>، أما التعويض عن الضرر المعنوي فيكون عادة بمبلغ مالي

<sup>1</sup>- نعيمة علوش، العلامات في مجال المنافسة، المرجع السابق، ص 62.

<sup>2</sup>- حمادي زبير، المرجع السابق، ص 184.

<sup>3</sup>- ناصر محمد عبد الله سلطان، المرجع السابق، ص 295.

تقدره المحكمة وإلى جانب هذا التعويض المالي يمكن للمحكمة أن تحكم بالتعويض الأدبي، الذي يتمثل في نشر الحكم على نفقة المحكوم عليه.

نستنتج أن أهمية العلامة التجارية وما تعود به من أرباح طائلة على صاحبها قد يجعل في بعض الأحيان الحماية المقررة عن طريق الوسائل السابقة قاصرة وعاجزة، أي الحماية المدنية مقارنة بالخسارة التي تلحق بصاحب العلامة، والأرباح التي يتحصل عليها المعتدي على تلك العلامة مما يتطلب ضرورة إيجاد وسيلة بديلة لحماية العلامة التجارية بطريقة أكثر فاعلية والمتمثلة في الحماية الجزائية.

#### الفرع الرابع: الدعوى الاستعجالية كآلية مدنية لحماية العلامة التجارية

إن الدعوى الاستعجالية هي الدعوى التي يلجأ لها صاحب الحق في العلامة التجارية عند الاعتداء عليها في حالة ما إذا أراد التعجيل والإسراع في بعض الأمور التي يرى أن استمرارها في الوقت الحالي سيزيد من الأضرار التي تصيبه، وكما هو معلوم فإن القضاء الاستعجالي أو قضاء الأمور المستعجلة هو ذلك النوع من القضاء الذي يبيث في القضايا والمسائل التي يخشى عليها من فوات الوقت أو من خطر عاجل، ولا ينعقد الاختصاص فيه إلا لرئيس المحكمة بصفته قاضيا للأمور المستعجلة بشروط محددة، إلا أن اختصاص رئيس المحكمة التجارية بصفته قاضيا للأمور المستعجلة ينعقد بغض النظر عن توفر تلك الشروط من عدمها، حيث منح هذا الاختصاص بقوة القانون.

إن القضاء المستعجل هو قضاء مؤقت لا يمس بأصل الحق وذلك وفقا لما جاء في نص المادة 918 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية التي تنص على أنه:

- يأمر قاضي الاستعجال بالتدابير المؤقتة.

- لا ينظر في أصل الحق، ويفضل في أقرب الآجال.

وكإجراء قضائي مستعجل وتحفظي يجوز لصاحب الحق الذي أعتدي على علامته التجارية وفي معرض دعواه المدنية أو الجزائية، أن يطلب حجز التحفظي على البضائع التي ارتكب التعدي بشأنها أينما وجدت.

أولا: الإجراءات التحفظية

تنص المادة 34 من الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات على مايلي:

- يمكن مالك العلامة بموجب أمر من رئيس المحكمة، الاستعانة عند الاقتضاء، بخبير للقيام بوصف دقيق للسلع التي يزعم أن وضع العلامة عليها قد ألحق به ضرار وذلك بالحجز أو بدونه.
  - يتم إصدار الأمر على ذيل عريضة بناء على إثبات تسجيل العلامة.
  - عندما يتأكد الحجز، يمكن أن يأمر القاضي المدعي بدفع كفالة.
- يتضح من خلال هذا النص أنه يجوز لكل صاحب علامة تجارية مسجلة أن يطلب إتخاذ اجراءات تحفظية لإثبات الاعتداء على حقه في العلامة التجارية سواء بتقليدها أو اغتصابها قبل رفع الدعوى، لكن بشروط معينة يجب توافرها.

#### ثانيا: شروط الإجراءات التحفظية

- نستخلص من نص المادة 34 من الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات أنه يجب أن تتوفر بعض الشروط لاتخاذ الإجراءات التحفظية وتمثل هذه الشروط فيما يلي<sup>1</sup>:
- \_ يجب أن يكون الإجراء دائما بطلب من صاحب العلامة، إذ يعد هذا الإجراء أمرا اختياريا، فيجوز له التنازل عنه.
  - \_ يجب على صاحب العلامة التجارية إثبات تسجيل علامته لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، وذلك عن طريق تقديم شهادة التسجيل الممنوحة من المعهد.
  - \_ أن يرفع الطلب إلى رئيس المحكمة المختصة.
  - \_ تقديم كفالة من صاحب الطلب، وهذا الشرط لا يعد ضروريا، إلا أنه يمكن للقاضي أن يشترط تقديم كفالة إذا رأى أن هناك ضرورة في ذلك، أما بالنسبة للأجانب فإن تقديم الكفالة يعد شرطا إلزاميا.
  - \_ ترك نسخة من الأمر أو نسخة من العقد المثبت لإيداع الكفالة، وذلك لأصحاب الأشياء الموصوفة أو الحجز.
  - \_ اللجوء إلى المحكمة المختصة للفصل في الموضوع، في أجل أقصاه شهر من تاريخ طلب الإجراءات التحفظية، وإلا بطلت هذه الإجراءات بقوة القانون.

<sup>1</sup> - حمادي الزبير، المرجع السابق، ص212.

وهكذا يتعين على كل من يطلب الإجراءات التحفظية لإثبات الإعتداء على ملكية علامته أن تتوفر فيه الشروط السابقة وإلا اعتبرت تلك الإجراءات باطلة بقوة القانون.

### ثالثاً: إجراءات الحجز والوصف

متى توفرت الشروط السابقة يجوز لصاحب العلامة التجارية أن يستصدر بناء على عريضة مرفقة بشهادة تسجيل العلامة التجارية أمراً من رئيس المحكمة المختصة بإتخاذ الإجراءات التحفظية اللازمة.

#### 1- إجراء الوصف المفصل

يقصد بهذا الإجراء تحرير محضر حصر ووصف تفصيلي عن الآلات والأدوات التي تستخدم أم تكون قد استخدمت في إرتاب الجريمة وعن المنتجات أو البضائع أو عنوان المحل أو الأغلفة أو الأوراق أو غيرها من الأشياء التي تكون قد وضعت عليها العلامة أو البيان موضوع الجريمة، وكذلك البضائع المستوردة من الخارج إثر ورودها<sup>1</sup>.

كل هذا يكون بموجب أمر على عريضة يصدره رئيس المحكمة المختصة بعد إثبات تسجيل العلامة، ويقوم بتنفيذ الوصف المحضر القضائي في الأصل، كما يمكن الاستعانة عند الاقتضاء بخبير مختص، وفي حالة إجراء الوصف المفصل للسلع مع ضرب الحجز عليها، فإن الحجز هنا يعد حجزاً تحفظياً وتطبق في شأنه أحكام المواد 650 و 659 وما بعدها من قانون الإجراءات المدنية والإدارية<sup>2</sup>.

#### 2- إجراءات الحجز

يتم توقيع الحجز على الأشياء التي تكون قد وضعت عليها العلامة أو البيان موضوع الجريمة، وذلك بوضع هذه المنتجات والآلات تحت تصرف القاضي، ويجوز للقاضي الاستعانة بخبير أو أكثر لمساعدة المحضر في عمله، والهدف من الحجز هو إثبات وقائع يمكن أن تطمس أدلتها<sup>3</sup>.

1 - حمادي الزبير، المرجع السابق، ص 2013.

2 - ميلود سلامي، دعوى المنافسة غير المشروعة، (دفاتر السياسة والقانون)، مرجع سابق، ص 202، 203.

3 - حمادي الزبير، المرجع السابق، ص 213.

وقد أجاز القانون الجزائري لرئيس المحكمة عند تأكد الحجز أن يأمر مالك العلامة بدفع كفالة وهو ما نصت عليه المادة 34 من الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات، وقد أجاز المشرع الجزائري في قانون الإجراءات المدنية والإدارية للمحضر القضائي أن يستعين بالقوة العمومية لتنفيذ أمر الحجز التحفظي إلا أن القضاء الفرنسي اعتبر الحجز تعسفيا عندما يتم استدعاء القوة العمومية وحضورها إجراءات الحجز<sup>1</sup>.

لقد ألزم المشرع الجزائري طالب الحجز التحفظي من اللجوء إلى الجهة القضائية بالطريق المدني أو بالطريق الجزائري في أجل شهر، وإلا أصبح الوصف أو الحجز باطلا بقوة القانون مع إمكانية المطالبة بالتعويض<sup>2</sup>.

وبطلان محضر الحجز لا يمس بصحة دعوى الموضوع المرفوعة سواء أمام القضاء المدني أو القضاء الجزائري، أي أن ذلك لا يؤثر على حق المدعي في رفع الدعوى أمام قاضي الموضوع، كون الحجز لا يعد في هذه الحالة سوى دليل من أدلة الإثبات، لكن يترتب على هذا البطلان ضرورة استبعاد محضر الحجز من ملف الدعوى<sup>3</sup>.

إن المشرع الجزائري ألزم صاحب العلامة باللجوء إلى القضاء المدني أو الجزائري خلال أجل قدره شهر من توقيع الحجز، ولا يوجد مبررا لكل هذه المدة في رفع دعوى الموضوع كون القاعدة في الحجز التحفظي في قانون الإجراءات المدنية والإدارية هو ضرورة تثبيت الحجز في أجل 15 عشر يوما، كما أن أغلب التشريعات قلصت هذه المدة إلى أقل من 15 عشر يوما، فقد حدد المشرع الفرنسي والمصري أجل قدره 15 عشر يوما فقط، بينما ذهب المشرع الأردني إلى أجل 8 أيام فقط، ومن ثم فإن أجل 30 يوما الذي حدده المشرع الجزائري يعد أجلا طويلا يتعين على الأقل تقليصه إلى أجل 15 عشر يوما توحيدا للأجال في قانون العلامات وقانون الإجراءات المدنية والإدارية<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - ميلود سلامي، دعوى المنافسة غير المشروعة، (دفاتر السياسة والقانون)، مرجع سابق، ص 202، 203.

<sup>2</sup> - عائشة شابي، مروة بن سديرة، المرجع السابق، ص75.

<sup>3</sup> - ميلود سلامي، دعوى المنافسة غير المشروعة، (دفاتر السياسة والقانون)، المرجع السابق، ص 204.

<sup>4</sup> - المرجع نفسه، ص204.

### ملخص الفصل الثاني:

من خلال ما تناولنا في الفصل الثاني في دراسة الحماية المدنية للعلامة التجارية عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة في التشريع الجزائري الذي نظم بالأمر 06-03 المتعلق بالعلامات التجارية، وكذا القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، نرى أن المشرع الجزائري لم يواكب القوانين المقارنة التي أعطت لصاحب العلامة الغير مسجلة الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة وتعويض من تضررت علامته التجارية سواء التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة، واكتفى بالحماية المدنية والجزائية للعلامة التجارية المسجلة، كما أنه أشار الى التعويض عن الضرر الاحتمالي لصاحب العلامة المسجلة ووقف الاعتداء الذي يضر بصاحب المصلحة، وكذلك الدعوى الاستعجالية بما فيها إجراءات الحجز.

الخاتمة

## الخاتمة:

العلامة التجارية تلعب دورا هاما في الاقتصاد العالمي والمحلي حيث أن كل الشركات والمؤسسات تؤمن لها المداخيل والأموال اللازمة للاستمرار في النشاط، حيث مع التطور التكنولوجي يتيح لها الزيادة في المداخيل والمبيعات التي ترفع من أرباحها وتوسع نشاطاتها الصناعية والتجارية، ويصبح كيانها له مكانة متفوقة في ظل المنافسة الشديدة التي تتعدى أحيانا الضوابط القانونية والأخلاقية، فالعلامة هي التي تبرز وتميز السلع والخدمات وجودتها التي تنافس مثيلاتها وترفع من رأسمال الشركات والمؤسسات، حيث أن كل المعاملات والصفقات التي يجريها المتعاملين الاقتصاديين أساسها تملك العلامة التجارية التي لها صدى واسع في الأسواق وتتوفر على القاعدة الضخمة من الزبائن والمستهلكين، والتي تتخطى الحدود الجغرافية، وتمتزج مع الثقافات المختلفة.

غير أن ازدياد حرية المنافسة وخوف الشركات من الاعتداءات التي تكبدها خسائر كبيرة، مما أدى بها إلى احتكار العلامات التي تضعها على منتجاتها وخدماتها لترويجها وتمييزها عن باقي السلع والخدمات، والدول التي تملك هذه العلامات تكون هي الرائدة اقتصاديا وتهيمن على الاقتصاد الدولي، وتكون دائما متدخلة لحماية علاماتها في كل مكان وفي أي وقت، والدول النامية تكون ضعيفة أمام هذه الدول القوية اقتصاديا وبالتالي تخضع الى كل الشروط التي تملها عليها في ظل هشاشة اقتصادها، وكذا مسيطرة التطور الحاصل والمستمر في ميدان ونطاق ونظام العلامات التجارية، باعتبارها الية لتسهيل وتسريع وتيرة وسيرورة تبادل السلع والخدمات وإعطاء حركية في ميدان الإنتاج والتوسيع في النطاق الواسع، وهذا ما دفع الدول بسن قوانين داخلية تنظم هذه الحقوق وتحيطها بالحماية اللازمة من كل الاعتداءات التي تطال هذه العلامات، وفي هذا الاطار تناولت هذه الدراسة وبالتركيز على الحماية المدنية للعلامة التجارية وبسطت المقام في التعريف بالعلامات التجارية وتمييزها عن بعض المصطلحات المشابهة لها، وكذا كيفية اكتساب هذا الحق وماهي الشروط الواجب توافرها وتناولت كذلك تبيان وتحليل لأبرز العناصر والاساليب والمناهج والآليات المسطرة والمدونة في التشريعين المصري والجزائري .

فبعد تبني الجزائر اقتصاد السوق، سن المشرع الأمر 03-06 المؤرخ في 09 يوليو 2003 المتضمن قانون العلامات الذي جاء في خضم الانفتاح على الاقتصاد والتجارة الحرة، وتخلى الدولة على الاحتكار للنشاط الاقتصادي، ونتيجة لذلك اعطى المشرع أهمية كبرى لحماية العلامات التجارية جزائيا ومدنيا هذه الأخيرة التي هي موضوع دراستي، فاتسم تشريع جديد بالتوافق مع ما أقرته الاتفاقيات الدولية والتشريعات المقارنة إلا أن المشرع الجزائري لم يعطي الحق لصاحب العلامة غير المسجلة.

ورغم إرادة المشرع الجزائري تطبيق المعايير الدولية في شأن حماية الحقوق الفكرية عموما وحماية العلامات التجارية خصوصا جراء السلوكيات الجديدة في مجال الاستهلاك نتيجة دخول

- الشركات الأجنبية القوية بمنجاتها وخدماتها الحاملة للعلامات التجارية المختلفة إلا أنه لم يكن في المستوى المطلوب لحماية العلامات التجارية، وفي ختام هذه الدراسة توصلت إلى بعض النتائج:
1. اشترط المشرع الجزائري أن تكون العلامة التجارية المراد تسجيلها قابلة للتمثيل الخطي، وهنا نفهم ان المشرع استبعد من نطاق الحماية كل العلامات غير القابلة للإدراك بالبصر أو الشم أو الرائحة، والتي مع التطور التكنولوجي الذي فرض وجودها، مثل علامات الرائحة والصوت على عكس بعض التشريعات التي أجازت هذا النوع من العلامات.
  2. أخذ المشرع الجزائري في تعريفه للعلامة التجارية بالمفهوم الواسع الذي تبناه المشرع في الأمر 06-03 المتعلق بالعلامات والذي تبناه المشرع المصري كذلك والاتفاقيات الدولية كاتفاقية تريبس التي أدخل ضمنها علامة التجارة والصناعة وعلامة الخدمة.
  3. أخذ المشرع الجزائري أن اكتساب الحق في العلامة يكون عن طريق التسجيل، فيعتبر هذا الأخير قرينة قاطعة لاكتساب الحق في العلامة التجارية قانونا بل وجرم أي استعمال للعلامات غير المسجلة، على عكس التشريعات المقارنة التي تعطي الحق لصاحب العلامة غير المسجلة وتعتبر التسجيل قرينة بسيطة.
  4. المشرع الجزائري اشترط وجوب التسجيل المسبق للعلامة التجارية حتى يمكن لصاحب الحق في العلامة التجارية من الحماية، على خلاف التشريعات المقارنة وكذا المشرع المصري الذي أعطي الحماية المدنية للعلامة غير المسجلة.

#### إقتراحات:

- إن آليات الحماية المدنية الموضوعية تستمد أصولها من قواعد المسؤولية التقصيرية كأصل عام من خلال دعوى المنافسة غير المشروعة، والمسؤولية العقدية في حالة ما إذا كانت العلامة محل عقد تنازل كعقد الترخيص باستعمال علامة تجارية.
- إن تجسيد الأحكام الموضوعية للحماية المدنية يقتضي وجود آليات إجرائية ويعتبر القضاء المؤسسة التي تسهر على حماية الحقوق ومن ذلك الحق في العلامة، سواء في إطار الدعوى الموضوعية دعوى المنافسة غير المشروعة، والتي لم ينظم المشرع احكامها ولم يبين شروطها ولا أساسها القانوني واكتفى بذكر بعض الممارسات التي اعتبرها ممارسات غير مشروعة.
- ضرورة تحيين قانون العلامات بما يتوافق مع التطور الحاصل في أشكالها من خلال إدراج علامات الصوت والرائحة والعلامات المجسمة ثلاثية الأبعاد.
- على المشرع الجزائري تنظيم الحماية المدنية للعلامات التجارية في إطار مدونة أكثر تفصيل من خلال إدماج أحكام جديدة أكثر دقة في قانون العلامات تخص عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية لإضفاء حماية أكثر فعالية من خلال بيان التزامات المرخص له، والتي ترتب

المسؤولية العقدية له في حال مخالفتها، وكذا توضيح صور الخطأ والتعدي على العلامة التجارية سواء في إطار تعاقدية أو في إطار أحكام المنافسة غير المشروعة وكذا عناصر التعويض تطبيقاً لنص المادة 124 من القانون المدني الجزائري.

- وجوب تنصيب وتفعيل الأقطاب القضائية المتخصصة.

قائمة المصادر

والمراجع

## قائمة المصادر والمراجع

### أولاً: قائمة المصادر

#### 1-النصوص والقوانين:

##### أ-الدستور:

1. دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية 1996، المعدل والمتمم بالقانون 01-16 المؤرخ في 06 مارس 2016 الجريدة الرسمية رقم 14 المؤرخة في 07 مارس 2016.

##### ب-المعاهدات والاتفاقيات:

1. اتفاقية باريس المتعلقة بحماية الملكية الصناعية، مؤرخة في 20 مارس 1883.  
2. إتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (تريبس)، المبرمة بتاريخ 15-04-1994.

##### ج-القوانين:

1. القانون 92-597، المؤرخ في 01/07/1992، المتضمن قانون الملكية الفكرية الفرنسي، جريدة رسمية عدد 153، الصادرة في 03/07/1993.  
2. القانون 4-1999، المتعلق بالعلامات التجارية الأردني، جريدة رسمية عدد 4389، الصادرة في 01/10/1999.  
3. القانون رقم 08-09 الموافق لـ 25/02/2008، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، الجريدة الرسمية عدد 21، صادرة في 23 أبريل 2008.  
4. القانون رقم 12-06 الموافق لـ 12 يناير 2012 يتعلق بالجمعيات، الجريدة الرسمية عدد 2، صادرة في 15 يناير 2012.  
5. القانون 04-02 الموافق لـ 23 جوان 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، جريدة رسمية عدد 41، الصادرة في 27 جوان 2004، المعدل بالقانون 10-06.  
6. القانون رقم 09-03 الموافق لـ 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية عدد 15، صادرة في 8 مارس 2009.  
7. قانون حماية الملكية الفكرية رقم 82 سنة 2002 المنشور بالجريدة الرسمية عدد 22 مكرر الصادر في 02/07/2002.

##### د-الأوامر:

8. الأمر 66-86، المؤرخ في 28 أبريل 1996، المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية.

- الأمر رقم 66-48 المؤرخ في 25 فيفري 1966، انضمام الجزائر الى اتفاقية باريس، الجريدة الرسمية، العدد 16، الصادر 25 فيفري 1966.
9. الأمر 76-65، المؤرخ في 16 جويلية 1976 المتعلق بتسميات المنشأ.
10. الأمر رقم 06/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية الصادرة في 23 يوليو 2003، عدد 44.
11. الأمر 75-58 الموافق لـ 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني، المعدل بالقانون رقم 05-10 الموافق لـ 2 يونيو سنة 2005، جريدة رسمية عدد 44، الصادرة في 2 يونيو 2005، الذي عدل نص المادة 124 منه، ومعدل بالقانون 05/07، مؤرخ في 13 مايو 2007، جريدة رسمية عدد 31.
12. الأمر رقم 96-27 الموافق لـ 9 ديسمبر 1996، جريدة رسمية عدد 77، صادرة في 11 ديسمبر 1996، يعدل الأمر 75-59 الموافق لـ 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون التجاري.
13. الأمر رقم 03-18 المؤرخ في 4 نوفمبر 2003 والمتضمن الموافقة على الأمر رقم 03-06، جريدة رسمية عدد 67 صادرة في 5 نوفمبر 2003.
14. الأمر 03-03 الموافق لـ 20 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة، جريدة رسمية عدد 43، صادرة في 20 يوليو 2003، المعدل بالقانون 08-12 والقانون 10-05.
- ه-المراسيم الرئاسية:
1. المرسوم الرئاسي رقم 96-438 المؤرخ في 8 ديسمبر 1996 المتعلق بإصدار نص تعديل الدستور المصادق عليه في استفتاء 28/11/1996، جريدة رسمية عدد 76، سنة 1996، المعدل بالقانون (02-03) والقانون (08-19).
- و-المراسيم التنفيذية:
2. المرسوم التنفيذي رقم 05-277، المؤرخ في 02 أوت 2005، الذي يحدد كفايات إيداع العلامات وتسجيلها، جريدة رسمية عدد 54، الصادرة 07 أوت 2005، المعدل والمتمم.
3. المرسوم التنفيذي رقم 98-68، المؤرخ في 21/02/1998، المتضمن انشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، جريدة رسمية عدد 11، الصادرة بتاريخ 01/03/1998.
- 2-القرارات القضائية:
1. القرار رقم 282207 الصادر بتاريخ 23 جويلية 2002، عن مجلة المحكمة العليا، غير منشور.
2. قرار للمحكمة العليا صدر بتاريخ 13/07/1999، ملف رقم 190797.

ثانيا: قائمة المراجع

أ-الكتب باللغة العربية:

1. أسامة نائل المحيسن، الوجيز في حقوق الملكية الفكرية، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2001.
2. حماد مصطفى غرب، المنافسة غير المشروعة في مجال الإعلانات التجارية، دار النهضة العربية، القاهرة، دون سنة نشر.
3. حمادي الزبير، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى 2012.
4. حمدي غالب الجغبير، العلامات التجارية - الجرائم الواقعة عليها وضمانات حمايتها - الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان (بيروت)، 2012.
5. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، الطبعة السادسة، 2006.
6. سمير جميل حسين الفتلاوي، الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
7. صالح فرحة زراوي، الكامل في القانون التجاري الجزائري، المحل التجاري والحقوق الفكرية، الجزء الثاني، ابن خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر، 2001.
8. صالح فرحة زراوي، الكامل في القانون التجاري، دار ابن خلدون للنشر، الجزائر، 2006.
9. صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة 2006.
10. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الاردن، الطبعة 2006.
11. صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
12. الطيب زروتي، القانون الدولي للملكية الفكرية، الطبعة الأولى، مطبعة الكاهنة، الجزائر، 2004.
13. علي جمال الدين عوض، الوجيز في القانون التجاري، الجزء الأول، دار النهضة العربية، 1975.
14. فاضلي إدريس، المدخل الى الملكية الفكرية، ديوان المطبوعات الجامعية، ابن عكنون الجزائر، 2007.
15. فاضلي إدريس، الملكية الصناعية في القانون الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الثانية، 2013.

16. محمود علي الرشدان، العلامات التجارية، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن (عمان)، 2009.
17. نادية فوضيل، القانون التجاري الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة 6، 2004.
18. ناصر محمد عبد الله سلطان، حقوق الملكية الفكرية، الطبعة الأولى، إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
19. نسرين شريقي، حقوق الملكية الفكرية، دار بلقيس للنشر، الجزائر، 2014.
20. نعيم مغيب، الماركة التجارية – علامة فارقة أم مميزة- الطبعة الأولى، دون مكان نشر، لبنان، 2010.
21. نعيمة علواش، العلامات في مجال المنافسة، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2013.
22. وهيبة العوارم بن أحمد، جريمة تقليد العلامة التجارية في ظل التشريع الجزائري، مكتبة الوفاء القانونية، الاسكندرية، الطبعة الأولى، 2015.

ب- المقالات:

1. ميلود سلامي، دعوى المنافسة غير المشروعة، دفاتر السياسة والقانون، جامعة باتنة، العدد 6، جانفي 2012.
  2. مجلة المحكمة العليا، عدد خاص، التقليد في ضوء القانون والاجتهاد القضائي على ضوء قرارات المحكمة العليا الغرفة التجارية والبحرية، قسم الوثائق، المحكمة العليا، 2012.
- ج- المذكرات والأطروحات الجامعية:
1. بلال سليمة، حماية المحل التجاري "دعوى المنافسة غير المشروعة"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة فرحات عباس – سطيف-كلية الحقوق والعلوم الإدارية، تاريخ المناقشة 2004/10/10.
  2. بن فضة عصام، الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، 2015-2016.
  3. راشدي سعيدة، النظام القانوني للعلامات، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قانون الاعمال، جامعة الجزائر، 2002-2003.
  4. سلامي ميلود، النظام القانوني للعلامات التجارية في القانون الجزائري والاتفاقيات الدولية، رسالة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011-2012.
  5. سماح محمدي، الحماية القانونية للعلامة التجارية (دراسة مقارنة)، أطروحة دكتوراه، جامعة باتنة 1، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، 2015-2016.

6. عائشة شابي، مروة بن سديرة، الحماية القانونية للعلامة القانونية في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر، جامعة 08 ماي 1945 قالم، 2013-2014.
7. محمد حسين إسماعيل، الحماية الدولية للعلامة التجارية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، 1978.
8. نعيمة علواش، النظام القانوني للعلامات، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الجزائر1، كلية الحقوق بن عكنون، 2001-2002.
9. نعمار عبد القادر، النظام القانوني للعلامة في دول المغرب العربي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق فرع قانون الأعمال، جامعة الجزائر1، كلية الحقوق بن عكنون، السنة الجامعية، 2010-2011.

د-المواقع الإلكترونية:

1. قاموس المعاني، الموقع الإلكتروني، تاريخ الزيارة 2019/02/14، [www.almaany.com/ar](http://www.almaany.com/ar)
2. المعجم المحيط

# فهرس المحتويات

فهرس المحتويات:

الصفحة	العنوان
	شكر وتقدير
	إهداء
01	مقدمة
الفصل الأول: ماهية العلامة التجارية	
07	تمهيد
08	المبحث الأول: مفهوم العلامة التجارية
08	المطلب الأول: تعريف العلامة التجارية وتمييزها عن المصطلحات الأخرى
08	الفرع الأول: تعريف العلامة التجارية
13	الفرع الثاني: تمييز العلامة التجارية عن المصطلحات المشابهة لها
16	المطلب الثاني: أنواع وأشكال العلامة التجارية
16	الفرع الأول: أنواع العلامة التجارية
18	الفرع الثاني: أشكال العلامة التجارية
20	المبحث الثاني: تسجيل العلامة التجارية وانقضائها
20	المطلب الأول: شروط تسجيل العلامة التجارية والآثار المترتبة عنها
20	الفرع الأول: الشروط الموضوعية
23	الفرع الثاني: الشروط الشكلية
26	الفرع الثالث: الآثار المترتبة عن تسجيل العلامة التجارية
28	المطلب الثاني: سقوط الحق في العلامة التجارية
28	الفرع الأول: انقضاء العلامة بناء على إرادة صاحبها
29	الفرع الثاني: انقضاء العلامة التجارية الخارج عن إرادة صاحبها
31	ملخص الفصل الأول
الفصل الثاني: آليات الحماية المدنية للعلامة التجارية	
33	تمهيد
34	المبحث الأول: دعوى المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية وشروطها
35	المطلب الأول: حماية العلامة التجارية وفقا لدعوى المنافسة غير المشروعة

35	الفرع الأول: مفهوم المنافسة غير المشروعة
39	الفرع الثاني: الأساس القانوني لدعوى المنافسة غير المشروعة
41	المطلب الثاني: شروط دعوى المنافسة غير المشروعة
42	الفرع الأول: وجود أفعال المنافسة غير المشروعة (الخطأ)
43	الفرع الثاني: وجود ضرر جراء أعمال المنافسة غير المشروعة
44	الفرع الثالث: علاقة السببية بين أفعال المنافسة غير المشروعة
46	المبحث الثاني: إجراءات رفع دعوى المنافسة غير المشروعة وأثارها
46	المطلب الأول: أصحاب الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة
46	الفرع الأول: مالكي العلامة
47	الفرع الثاني: المسوقون والمستهلكون
48	المطلب الثاني: الجهة القضائية المختصة لدعوى المنافسة غير المشروعة
48	الفرع الأول: الاختصاص المحلي
50	الفرع الثاني: الاختصاص النوعي
51	الفرع الثالث: آثار دعوى المنافسة غير المشروعة
52	الفرع الرابع: الدعوى الاستعجالية
56	ملخص الفصل الثاني
58	الخاتمة
62	قائمة المصادر والمراجع
68	فهرس المحتويات
	الملخص

## ملخص:

إن الاقتصاد هو العمود الفقري للنهوض بالدول إلى الريادة نتيجة الصفقات والمعاملات التجارية التي تتنافس عليها، وهذا جراء كسب الثقة من المتعاملين والمستهلكين وراجع ذلك إلى العلامات التجارية والجودة العالية للسلع والخدمات، ولذلك أعطت الدول اهتمام كبير للعلامات التجارية وسنت أنظمة وقوانين دولية وتشريعات داخلية لحماية حقوقها من الاعتداءات التي أصبحت تهدد حقوق الشركات والمؤسسات وخاصة في ظل التطور التكنولوجي الرهيب.

وعلى هذا الأساس تناولنا موضوع الحماية المدنية للعلامة التجارية في التشريع الجزائري كجزء من الحماية الداخلية حيث تمحورت الدراسة في جزئها الأول حول ماهية العلامة التجارية وذلك من خلال تعريفاتها المختلفة قانونا وفقهيا وقضائيا ثم تمييزها عن بعض المصطلحات التي تشابهها وفقا للأمر 03-06 المتعلق بالعلامات ومقارنته بالقانون المصري، وكذلك الشروط الواجب توافرها لاكتساب الحق في العلامة وأثار تسجيلها طبقا للتشريع الداخلي الجزائري، وتطرقنا إلى تحليل المواد التي سنها المشرع في ظل الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات.

ومن جهة أخرى كيفية حماية صاحب الحق في العلامة التجارية وذلك طبقا للقواعد العامة من القانون المدني في مادته 124 تحت غطاء المسؤولية المدنية سواء المسؤولية العقدية أو المسؤولية التقصيرية نتيجة التعدي عن سمعة العلامة التجارية أو جراء صورة من صور الخطأ الذي أصابها، والذي يتوجب التعويض لصاحب العلامة أو المرخص له عن كل ضرر سواء ماديا أو معنويا.

وتناولنا الآليات الإجرائية للمسؤولية التقصيرية في دعوى المنافسة غير المشروعة للتعويض عن الأضرار، غير أن المشرع الجزائري لم يعط الحق لصاحب العلامة التجارية في الحماية المدنية إلا بعد تسجيلها على عكس بعض التشريعات المقارنة التي أعطت الحق لصاحب العلامة التجارية غير المسجلة.

**الكلمات المفتاحية:** علامة تجارية، حماية مدنية، دعوى المنافسة غير المشروعة.

## Résumé :

L'économie est la pierre angulaire de la progression des nations vers le leadership en matière de transactions et de transactions commerciales qui les concurrent, grâce à la confiance accrue des partenaires et des consommateurs. Cela est dû aux marques commerciales et à la qualité élevée des biens et des services, ce qui leur a valu d'accorder une grande importance aux lois et règlements internationaux en vigueur pour protéger leurs droits des attaques qui menacent les droits des entreprises et des institutions, en particulier au cours du terrible développement technologique.

Sur cette base, j'ai abordé le sujet de la protection civile de la marque commerciale dans la législation algérienne en tant que partie de la protection interne. Cette étude s'est axée dans son premier chapitre autour de l'essence de la marque commerciale à travers ses différentes définitions juridiques, jurisprudentielle et judiciaires, puis en la différenciant de certains termes similaires conformément à l'ordonnance 03-6 concernant les marques, en le comparant à la Loi égyptienne. Outre les conditions à remplir pour l'acquisition du droit de marque et les effets de son enregistrement conformément à la législation nationale algérienne, nous avons évoqué l'analyse des articles adoptés par le législateur en vertu de l'ordonnance 03-06 sur les marques.

Par ailleurs, comment protéger le titulaire de droit à la marque commerciale conformément aux règles générales du Code civil à l'article 124 sous couvert de la responsabilité civile, que ce soit la responsabilité du contrat ou la responsabilité délictuelle résultant d'une atteinte à la réputation de la marque commerciale ou d'une des images de l'erreur subie, quand le propriétaire de licence pour tout dommage, aussi bien matériel que moral.

Nous avons traité les mécanismes de procédure en matière de responsabilité délictuelle dans le cadre de la demande en dommages-intérêts liée à la concurrence déloyale, mais le législateur algérien n'a conféré au titulaire de la marque le droit à la protection civile qu'après l'enregistrement, contrairement à certaines législations comparatives accordant le droit au titulaire de la marque non déposée.

**Les Mots clés :** la marque commerciale, la protection civile, la concurrence déloyale.